東京学芸大学リポジトリ
Tokyo Gakugei University Repository

メディアからみた自由が丘における「おしゃれ」の要素とその形容表現及び分布の変化

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2023-02-15 キーワード (Ja): キーワード (En): Media, Magazine, Image, Commercial Accumulation, Jiyugaoka 作成者: 栗山, 泰輔, 牛垣, 雄矢 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/2309/00174505

東京学芸大学紀要　人文社会科学系　**74**: 83－116，2023

メディアからみた自由が丘における「おしゃれ」の要素とその形容表現及び分布の変化

栗　山　泰　輔[*1]・牛　垣　雄　矢[*2]

地理学分野

（2022年8月30日受理）

要　旨

本研究では，新聞記事や文学作品，雑誌記事の分析から，自由が丘の魅力である「おしゃれ」さを構成する要素を明らかにするとともに，その形容表現や空間的な分布の変化を明らかにした。

まず自由が丘の「おしゃれ」さを構成する要素として，戦前から集住した「文化人」，彼らの存在とその消費スタイル，また沿線の慶應義塾大学のブランドイメージがもたらした「高級」さ，質の高い店舗や慶應義塾大学の学生によって引き寄せられた「女性」たち，彼女たちが求めた「魅力的な店舗」，街並みや商品に表れる「異国情緒」，自由が丘独自のスタイルとしての「自由が丘らしさ」があげられる。これらが相互に関連し合うことで自由が丘の「おしゃれ」さが生み出されている。

自由が丘の「おしゃれ」さの要素の１つである魅力的な店舗は，1970年代の洋服店，飲食店，カフェから始まり，80年代には雑貨，2000年代にはスイーツ店，2010年代には専門店がメディアで発信された。これらに対する形容表現は，外国風から始まって日本食や落ち着いた雰囲気など，時代とともに変化している。

雑誌に掲載された店舗の分布の変化をみると，最初は店舗が最も集積する街の中心部の店舗が掲載されたが，徐々に駅周辺部から街の外側へと空間的に拡大する傾向がみられる。ただし業種別にみると，内部→中部→外部へと空間的に拡大する業種（飲食，スイーツ，カフェ），外部へは拡大せず内部・中部で取り上げられるが，近年では内部で減少する業種（雑貨，美容，居酒屋・バー，洋服），中部で掲載される業種（専門店）と，その傾向は異なる。街の外部に位置する店舗では「落ち着き」が強調されることが多く，メディアによる形容表現と掲載店舗の位置には関係性がみられる。

スイーツ店において顕著にみられる通り，自然発生的に生じた上記の街の魅力を，街が様々な施策によって引き立たせ，それを雑誌メディアが発信することにより魅力はさらに強化された。

かつては郊外の小さな中心地であった自由が丘は，以上のようにメディアに表象され，遠方から人を引きつける中心地へと成長した。

キーワード：メディア，雑誌，イメージ，商業集積，自由が丘

＊1　東京学芸大学 中等教育教員養成課程 社会専攻 卒業生
＊2　東京学芸大学 人文科学講座 地理学分野（184-8501　東京都小金井市貫井北町4-1-1）

１．はじめに

１．１　問題の所在と研究目的

地域を対象に，メディアのテキストを利用した研究は，地理学においても蓄積がある。特に人々の場所イメージがメディアによって形成される過程について論じたものは多い。場所イメージについて内田は「ある主体がある場所に対して思い描く心的な内容のすべて」と定義した上で（内田1987），軽井沢という場所イメージが定着していく過程を，文学作品や雑誌，新聞などの取り上げ方から分析し，場所イメージ定着の影響による地名の拡大について言及した（内田1989）。成瀬（1993）は，代官山が商品化されていく過程において，雑誌メディアが強く影響することを明らかにした。三上（1997）は，下北沢を例に若者の盛り場が形成される背景として，雑誌メディアと有名店の立地が影響することを明らかにした。伊富貴（1997）は，大阪の江坂と千里中央の比較から，雑誌や新聞などのメディアがイメージ形成に影響することを明らかにした。しかしこれらの研究では，長期間にわたるメディアの記述を時系列的に時期区分し，定量的に分析した研究はみられない。そのため長期的スパンにおける場所イメージの定着や変化を，科学的に考察する必要がある。

今回研究対象とした東京都目黒区自由が丘に対するイメージを分析した研究として，近藤（1987）は，自由が丘を若者の街とし，若者の行動と消費者のもつイメージの関連性を明らかにした。また小森（2016）は，自由が丘について「利便性」，「親密性」，「流行性」，「安全性」という４つの観点を，自由が丘のイメージを構成する要素として示した。しかし両者とも自由が丘に対する一時点のイメージを分析しており，そのイメージの発生，定着，消失や変容についての言及はない。そのため，変化し続ける自由が丘の場所イメージについて研究する必要がある。

その自由が丘は「おしゃれな街」と表現されることも多い。産業能率大学地域マネジメント研究所（2012）は，自由が丘を訪れる来街者が，自由が丘の魅力として「おしゃれ」さを一番にあげていることを明らかにした。しかしこの「おしゃれ」さのイメージをもたらす要素は何か，については明らかにされていない。これまで自由が丘は「雑貨の街」，「女性の街」，「スイーツの街」，「マダムの街」，「ファミリーの街」と様々なイメージで語られてきた。つまり「おしゃれな街」である自由が丘を構成するイメージは一つではなく，複数のイメージが存在し，それらが絡み合うとともに時代とともに変化し続けていると考えられる。

また，地理学の伝統的な分析法である実店舗の分布やその変化のパターンをみる方法は，メディア掲載店舗でも一定の傾向があることが考えられるにも関わらず，メディアに掲載された店舗の位置や分布傾向，その変化のパターンを分析した研究はみられない。

そこで本研究では，「おしゃれな街」と表現されてきた商業集積地である自由が丘を対象に，新聞記事や文学作品，雑誌記事の記述から，自由が丘の魅力である「おしゃれ」さを構成する要素を明らかにするとともに，それらの要素の形容表現や空間的な分布傾向の変化の分析を通じて，メディアが発信する街の魅力やイメージの実態とその変化を明らかにすることを目的とする。

１．２　研究方法

本研究では，自由が丘に対する表象の様子を新聞や文学作品，雑誌を用いて明らかにする。新聞については朝日新聞を利用し，記事の見出しに「自由が丘」が含まれる記事全てにおいて，見出しと本文の内容を分析の対象とする。文学作品については自由が丘が舞台となっている４作品を利用し，本文の内容を分析の対象とする。２章ではこの新聞と文学作品を用いて，雑誌では分析することができない1960年代以前の自由が丘に対する表象を明らかにする。３章では自由が丘という街全体について，雑誌上でどのように表象されているのか分析する。雑誌については「自由が丘」に関する記事全て[1]において，見出しと小見出し，本文中の内容を分析の対象とする。また４章では「おしゃれ」な自由が丘のイメージを構成する主な要素の１つである店舗について，業種ごとに雑誌上での表象を分析し，５章では雑誌に掲載される店舗の位置からその分布パターンとその変化を分析する。６章では以上の内容をまとめ，考察する。

１．３　研究対象地域の概要

本研究で対象地域とする自由が丘は，図１に示すように目黒区の南西に位置する都心近郊の商業地である。街の南部に自由が丘駅があり，南北方向に東急東横線，東西方向には東急大井町線が通り，交通の結節点にあたる。地域住民等によって多く利用されるほか，週末には多くの観光客が集まる。また付近に多くの大学が存在し，夜になると多くの学生で賑わう。

自由が丘にはスーパーは複数立地しているものの大規模な商業施設はなく，小規模な個人店が多い。これら店舗は商店会に加盟する割合が最高水準であり，日本屈指の巨大な商店会が組織されている[2]。商店会主

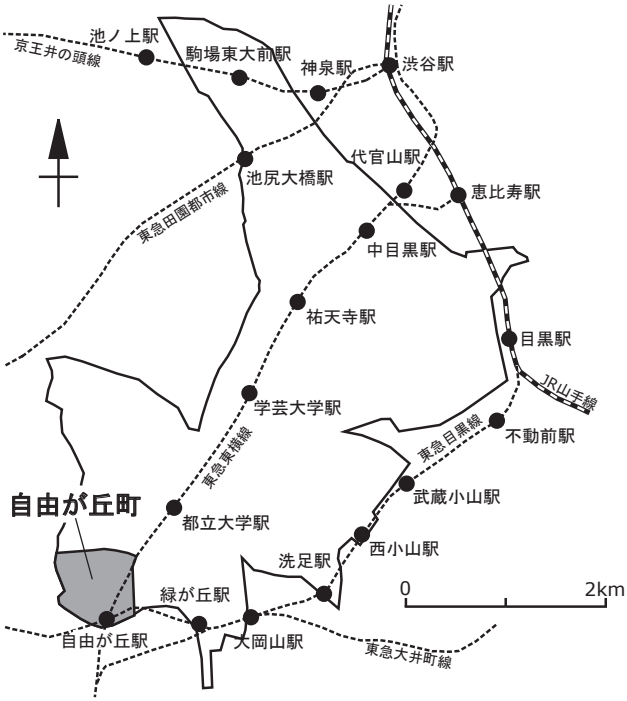

図1　研究対象地域の位置

催のイベントには多くの観光客が訪れる。

住みたい街ランキングなどで上位にあげられる自由が丘であるが，かつては「谷畑」と呼ばれる地域であり，大正の初めまでは60戸程度の農村地帯であったという[3]。昭和初期から「自由ケ丘」という名称が使用されるようになり，1932年には正式に目黒区自由ケ丘になった。その後目黒区自由が丘と改称し，2021年1月1日時点で7,555人[4]が居住する。昼夜間人口比率は214.3%で目黒区内でも高く，良好な住宅地であるとともに，周辺地域に対する中心地という側面もある。

自由が丘の駅周辺には店舗が集積している。牛垣(2011)は，路線価の値から東京都における商業地の階層構造を考察し，自由が丘を東京の郊外の鉄道結節点に発展した商業地と位置づけている。東急東横線の各駅から半径100m以内の最高路線価を抽出すると，2020年時点で自由が丘駅は4,440（千円／㎡）を示す。この沿線では渋谷駅，横浜駅に次ぐ高さであり，自由が丘は商業地としての中心性を有する地域と考えられる。2016年の経済センサスによると，自由が丘町には11,991人が従業しており，小売業に3,403人（28.4%），宿泊業，飲食サービス業に3,095人（25.08%），生活関連サービス業および娯楽業に1,230人（10.3%）が従事する。これらの産業に6割以上が従事しており，小売業やサービス業が集積した地域といえる。

2．新聞記事と文学作品による自由が丘の表象

2．1　対象とする新聞記事と文学作品

本章では新聞記事や文学作品を用いて第二次世界大戦前（以下，戦前，戦中，戦後とする）から1960年代までの自由が丘の表象を明らかにする。

本研究では，朝日新聞を対象に自由が丘について取り上げた記事を分析した。朝日新聞社が提供する「聞蔵Ⅱ」を利用して，見出しに「自由が丘」または「自由ケ丘」が含まれる記事を抽出した。これを，自由が丘を取り上げた記事と定義する。自由が丘を取り上げた記事数は，1932年から2020年9月までで152件存在した。また自由が丘を舞台とした文学作品は多数あるが，本研究で対象としたのは，1952～1953年に毎日新聞で連載された石川達三の『青色革命』，1956年に朝日新聞で連載された川端康成の『女であること』，1960年に出版された武田繁太郎の『自由ヶ丘夫人』，1981年に出版された黒柳徹子の『窓ぎわのトットちゃん』の4作品である。

2．2　戦前から1960年代までの自由が丘の表象

2．2．1　戦前・戦中

戦前の自由が丘について，「東京府下荏原郡碑衾町権現前という一望の大根畑であった[5]」とある。自由が丘は辺り一面畑の農村地帯であったと書かれている。明治14年測量の地形図を見ると，現在の自由が丘駅周辺は水田である[6]。その後，この地には舞踏家の石井漠をはじめとした多くの文化人たちが移り住んだ。「作家の石坂洋次郎さん，石川達三さん，画家の宮本三郎さんら数多くの文化人が住んだ[7]」という[8]。文化人の中でも教育者の手塚岸衛は1930年にこの地に自由ヶ丘学園を創立し，校名が地名の由来となった[9]。

当時の自由ヶ丘学園は自由教育を目指した校風であったとされ，その自由ヶ丘学園を母体とした小学校であるトモエ学園の様子から自由が丘に流れる自由な風潮が読み取れる。「(先生が)『さあ，どれでも好きなのから，始めてください』といったんだ。だから生徒は，国語であろうと，算数であろうと，自分の好きなのから始めていっこうに，かまわないのだった[10]」とあるように，トモエ学園は児童の自主性に任せた教育スタイルであった。このような自由教育が行われていたことから，自由が丘という街も同様に「自由」な雰囲気が漂っていたと推測される。これについては作中で，ダンススタジオをやめるトットちゃんにスタジオの先生が自由に踊る楽しさを伝える場面からも読み取れる。このように，学校だけでなく，自由が丘の街

の中に「自由」な雰囲気があったと考えられる。戦中は自由という響きが望ましくないとして町名改称の危機にあったが，地元と海軍将校が協力して地名を守り抜いたといわれる[11]。

２．２．２　戦後から1950年代

空襲の被害を受けた自由が丘であるが，そこから急速な成長を見せる。当時の様子は「平たい屋根をつらねたマーケットの店が百軒，新興商店街七十軒，再建商店街二百軒[12]」と書かれる。合計で370軒の店舗が密集する商店街であったとされる。また「自由ケ丘驛前のロオタリイを右へまはると，にぎやかな町がひらけて，小店の飾窓がならび，ちょっと銀座の裏通りのやうな，美しい化粧品店や，こいきな服飾店がある[13]」と書かれる。自由が丘駅周辺に化粧品店や服飾店などが立地しているとされ，銀座に例えられていることから自由が丘の繁栄ぶりが伺える。高度経済成長期には銀座と匹敵するほどのファッションの街として，誰もが憧れるモダンな街へと成長したといわれる。

２．２．３　1960年代

1960年代になると，新聞上で「盛り場昨今」という記事が書かれ[14]，盛り場といわれるほど賑わいがあったと考えられる。また「高級住宅」，「小型銀座」という表現も多い。「山手の高級住宅地として知られている目黒区自由が丘[15]」，「丘には高級住宅が並び，駅前は，山の手のムードをかもし出した小じんまりした盛り場を形づくっている。（中略）銀座へ行くには遠すぎる，渋谷は俗っぽいという“人種”への“小型銀座”だ[16]」などと書かれている。そして消費行動にも高級さが表れる。「食料品や雑貨類も，高級なものから売れていくといわれ，お客さんの買いっぷりのよさに，店の方があきれ顔[17]」とある。これより街に「高級」なイメージが定着してきていると考えられる。

またこの記事では，自由が丘に訪れる人については次のように書かれる。「喫茶店は，こぢんまりと落着いたふんいきを売物にしているところが多く，洋菓子の箱をかかえたお嬢さんたちが気軽に寄っていく。田園調布寄りには，大きな料理学校もあり，昼間の町は若い女性に占領されたかっこう」とある。つまり女性が消費者として表象されている。しかし女性だけの街というわけではなかった。「繁華街につきものの歓楽郷は，自由ケ丘にも繁栄している。（中略）自由ケ丘ダンナ族はここで途中休止をするらしい。日中のご婦人方と入れかわるのである[18]」と駅前には飲み屋も集積し，夜には男性の街になっていたと読める。

本章では新聞記事や文学作品の記述から，戦前から1960年代の自由が丘の表象をみた。農村地帯に文化人が移り住むことで発展したこと，戦後は女性を消費者として銀座と比較されるほど復興したこと，高級というイメージが発信されていたことがわかる。

３．雑誌記事による自由が丘の表象

３．１　雑誌記事掲載回数と雑誌の種類

本章では自由が丘を対象にした雑誌記事から1970年代以降の自由が丘の表象について分析する。本節では記事数や雑誌の種類などを分析する。

雑誌記事は大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録の件名キーワード「自由が丘」に分類される221件[19]の記事を対象に分析を行う。この「件名キーワード「自由が丘」」とは，雑誌の記事を大宅式分類法によって分類した際に，件名索引「大項目：地方，中項目：東京・各地各所，小項目：自由が丘」に分類されたものである[20]。この件名キーワード「自由が丘」に分類される記事を掲載している雑誌を示した表１を見ると，全部で58誌ある。ジャンル別にはタウン・地方誌が最も記事数が多く，女性誌が続く。平均ページ数でもタウン・地方誌が圧倒的に多い。また雑誌別には，女性向けのタウン誌・地方誌であるマガジンハウス社の『Hanako』が最も自由が丘を多く取り扱い，59件の記事を出している。

３．２　1970年代から現在までの自由が丘

３．２．１　1970年代

本節では雑誌記事において自由が丘がどのように書かれてきたのかを時系列に分析する。

1970～1980年代の雑誌記事における見出しと主な形容表現を示した表２を見ると，1970年代の自由が丘は，高級というイメージが強かったようだ。「子犬を連れたミセスが似合う街[21]」や「山の手の高級住宅街[22]」と表現される。しかし1960年代までのマダムが牛耳る街ではなくなりつつあったように書かれている。「今，自由が丘は華やいだ町に急成長した（中略）女のコの笑い声が町を彩る[23]」と若い女性が集まる街へと変化したような表現が見られる。また「（周辺に）文教地区指定の町が多く，（中略）人々は，歓楽を求めて群がってくることになる[24]」とあるように，一般的な繁華街としての要素を持ち合わせている地域であり，風俗店なども立地していた。

具体的な店舗については「コーヒーが美味しいお店が東京でいちばん多いんじゃないかしら[25]」とあるように，カフェや喫茶店が密集する地域と書かれる。

表1　自由が丘を対象とした記事が掲載された雑誌の一覧

ジャンル	雑誌名	記事数（件）	平均ページ数
一般週刊誌	SPA！	1	2
	週刊現代	3	2
	週刊サンケイ	2	1
	週刊新潮	1	2
	週刊プレイボーイ	2	1
	週刊文春	3	1.7
	週刊明星	1	2
	週刊読売	5	1.8
	平凡パンチ	1	6
女性週刊誌	週刊女性	1	1
	女性自身	7	3
	女性セブン	1	2
男性誌	BRUTUS	2	1
	宝島	1	2
女性誌	ELLE JAPON	3	3.7
	LEE	4	4.3
	MINE	2	1.5
	non･no	3	1
	pumpkin	1	2
	Saita	4	5
	with	1	1
	エフ	1	1
	日経ウーマン	1	1
	マリ・クレール	1	4
タウン・地方	Hanako	59	18.2
	TOKYO１週間	3	5
	キャズ	2	17
	散歩の達人	8	11.9
	シュシュ	2	1.5
	世田谷ライフマガジン	18	22.2
タウン・地方	東京ウォーカー	19	2.7
	東京人	8	3.1
レジャー・旅行	OZmagazine	17	13.4
	おとなの週末	3	2
経　済	週刊エコノミスト	1	1
	日経トレンディ	1	2
	日経ビジネス	1	2
業界･PR･広報	日経マガジン	1	1
科　学	環境会議	1	4
料　理	dancyu	1	2
ファッション	STORY	2	1.5
芸術一般	MOE	1	2
総　合	BART	1	2
	潮	1	5
	太陽	1	3
文　学	すばる	1	3
生活情報	オレンジページ	1	2
	レタスクラブ	2	4.5
未分類	ACROSS	4	11.5
	angle	1	6
	RURUBU	1	3
	Wジャパン	1	1
	ウォーキングマガジン	1	2
	キャンドゥ！ぴあ	1	5
	クリーク	1	2
	月刊店舗	1	3
	自由時間	2	2
	ソトエコ	1	11

ジャンルの区分は大宅壮一文庫を参照した。
（各雑誌により作成）

３．２．２　1980年代

表２を見ると，1980年代の自由が丘は，若い女性の街だったようだ。「nowい女のコちゃんがお茶を飲みにくるのが自由が丘[26]」，「キャンパスギャルを中心に，いま流行に敏感女のコに注目されている街[27]」と大学生などの若い女性が自由が丘に集まっているように書かれる。特に慶應義塾大学が強調され，大学生の学園街とされた。この慶應義塾大学というブランドイメージが自由が丘の高級さを引き立たせていたと考えられる。ただし若者だけが多いわけではなく，「JJ族やハイセンス・ママが仲よく共存しているのです[28]」と従来の主役であった主婦層も健在とされる。東急線沿線の大学等へ通う若い女性と，周辺の閑静な住宅地から訪れる地域住民が集まる街だったと考えられる。

店舗に関する記述では，「ファッション」という表現が多く見られる。自由が丘を訪れる若い女性や大学生はファッション店巡りを楽しんでいたのだろう。またこの時期から「雑貨屋さんブーム[29]」といわれ，「ロマンチックな雑貨に，自由が丘で出会える[30]」といった記事が組まれるようになった。

３．２．３　1990年代

1990年代の雑誌記事における見出しと主な形容表現を示した表３を見ると，1990年代には「親子二世代で楽しむ自由が丘」という特徴が強調されている。「自由が丘を出た二世代目，三世代目は，お子さんを連れてのショッピングというふうに，改めて帰ってくる[31]」，「実際，街を歩くと，女子高生・女子大生やOLはもちろんだが，小さな子供を着飾らせて歩く若くてきれいなおかあさんたちが目立つ[32]」という変化が見られる。つまりこの段階で自由が丘はすでに若い女性のためだけの街ではないと書かれている。

また戦後から続く「高級」というイメージにも変化が起きる。「かつての高級住宅地から，いまやファッ

表2　自由が丘に関する1970～1980年代の雑誌記事

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
週刊読売 1974/8/31	タウン・チャット　街のおしゃべり　自由ケ丘	・丘の上の購買力のある住宅街 ・子犬を連れたミセスが似合う街
女性セブン 1975/6/18	わたしがガイドするすてきな街・ステキな店 自由ケ丘	・コーヒーがおいしいお店が東京でいちばん多いんじゃないかしら ・誰でもすぐ好きになっちゃう街
週刊現代 1975/7/3	人妻と学生の浮気新名所“東京・自由が丘”で展開されていること	・いかにもお金持ちのミセスや令嬢の街といった雰囲気 ・自由が丘夫人たちをとりまくような学園街
女性自身 1976/3/4	続・東京のおしゃれ通り地図帳　自由が丘…ハッピー・ドリンキング通り，ほか	・自由が丘なら安心して飲めるわ ・パブやスナックが多いし，ブラブラするのもピッタリの街よ
週刊サンケイ 1976/12/9	インサイド・事件「高級住宅地・自由が丘」のピンク・サービス　摘発されたサロン・バー	・空き巣や窃盗などの犯罪もほとんどない平和な町，自由が丘 ・文化的な高級住宅地
週刊サンケイ 1977/2/10	週サンPLAYMAP東京・自由が丘	・山の手の高級住宅街
週刊文春 1977/6/16	東京じてんしゃ小旅行⑵駒沢公園から自由が丘へ	・住宅街に盛り場が侵蝕しつつある ・おしゃれな住宅地
angle 1978/7	東京フリータウン　モザイクの町，自由が丘	・文化人といわれる人たちが散歩によくくる程度の“品”のよい町だったという ・今，自由が丘は華やいだ町に急成長した（中略）女のコの笑い声が町を彩る
週刊新潮 1978/11/30	CLUB　ピンクサロンもあります“文化人の街”自由が丘	・“リトル銀座”と呼ばれる繁華街 ・文教地区指定の町が多く，（中略）人々は，歓楽を求めて群がってくることになる
女性自身 1980/2/28	ポップワイド　田園調布の隣り街，自由が丘は典型的山の手のたまり場タウン	・ヤング・ミセスと慶応ボーイが多い ・JJ族やハイセンス・ママが仲よく共存しているのです
平凡パンチ 1981/2/16	翔んでるプリティが群がる街　自由が丘　おんな分布MAP	・キャンパスギャルを中心に，いま流行に過敏な女のコに注目されている街 ・nowい女のコちゃんがお茶を飲みにくるのが自由が丘
週刊プレイボーイ 1981/7/28	パトロールTrash国内　そんなに自由ケ丘がいいの？　「足立」や「練馬」「横浜」ナンバーの車がなぜサーフボードを乗せて自由ケ丘の裏道に停車してあって湘南へ行かないのか，ホンマモンの自由ケ丘の住人から素朴と怒りの編集部への電話	・自由が丘ってさ駐車する場所探すだけで1時間くらいかかっちゃう
女性自身 1981/10/29	ザ・コラム　ケ・ケ・ケ　今週の裏通り　自由が丘メーン通りがないのでして	・次々とハイセンスなお店がオープンしています ・ファッションリーダー的役目をはたしているのが慶応の学生たち
週刊現代 1982/1/23	六本木・自由ケ丘・渋谷・吉祥寺　ピチピチギャルに占拠された東京プレイゾーン	・高級住宅街 ・自由が丘の昼，そこにはブランド指向のよそ行風ギャルが
女性自身 1982/2/11	1000円で買えるおしゃれ小物　自由ケ丘，下北沢	・歩くだけで楽しい街
週刊読売 1982/8/1	ストリート・すとりーと　若者の街と呼ばれて幾年月⁉　自由が丘にもやっと“劇場”ができた	・吉祥寺や下北沢と並んで若者に人気のある街といわれる自由が丘 ・渋谷や新宿からわざわざやってくる人はあまりいないね
女性自身 1983/7/28	アイMY特選街　東京の中のペンション村，自由ケ丘	・閑静な住宅地の中の街 ・東京の清里村
週刊明星 1984/7/26	わき道，よこ道，裏通り！今話題のルンルンサブストリート紹介　自由が丘，ほか	・ハイセンスな街 ・閑静な住宅街の中に，ポツンポツンと光ってるお店が出現
マリ・クレール 1984/12	この日から自由が丘はパリになる　「マリ・クレール通り」誕生！	・お店と緑がとけ合った，ハイセンスな街並 ・ハイセンスな商店街
ACROSS 1986/2	特集　独立宣伝する小都市国家群	・JJ本拠地にもNW台頭 ・都心並みの外車の宝庫
ELLE JAPON 1986/5/20	行きつけの店さいきん注目，駅から歩いて600mショップ！	・一歩入れば住宅街
ACROSS 1987/7	タウンレポート　自由ケ丘　幸せ風景の似合う第三山の手の拠点都市	・意外と多かったのが子連れファミリーだ（中略）“JJ卒業ママ”が多いのもまた自由ヶ丘ならではのようだ
週刊プレイボーイ 1987/10/27	NEWS SCRAMBLE　都内一かわいいギャルが集結するホットスポット　この秋「自由が丘オナニー散歩」がおすすめだ	・都内で一番洗練された地域に住むとってもかわいい女の子が集結しているのが，なにを隠そう自由が丘である

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
Wジャパン 1988/5	BEST OF THE Fashion Business　自由が丘は第2の原宿か⁉ 「フローレス・セイコ」をめぐって	・ファッションの番外地とでも言うべき，自由が丘
太陽 1988/6	イラストルポ　東京・商店街のヒ・ミ・ツ　12・最終日　自由が丘駅前商店街	・ファッション地区も増えてはいるが，あたりはブティックと住宅が共存し，住民を追い立てるような殺気は皆無
すばる 1988/6	フォーラムすばる　町の顔「踏切」 自由ケ丘界隈	・三島由紀夫が自由ヶ丘武蔵野館前の熊野神社の夏祭りに来て神輿をかつぎ，商店街をねり歩いた
non・no 1988/10/20	SHOP　ロマンチックな雑貨店　女の子の夢がいっぱい！ロマンチックな雑貨に，自由が丘で出会える	・特になし
Hanako 1988/11/10	自由が丘で遊ぶ！歩く！買い物！	・自由が丘は，渋谷と横浜をつなぐ東横線のエスプリタウン ・竹下通りを卒業したら魅惑的。マリクレール通りのミステリー
non・no 1989/3/5	SHOP　自由が丘で発見！友達に自慢したい，キュートなキャラクターの店	・特になし
オレンジページ 1989/7/17	見る買う遊ぶ東京　自由が丘　子供連れで生活雑貨のお買い物	・駅から少し歩くと静かな住宅街が続く自由が丘は，雑貨屋さんブーム
Hanako 1989/7/27	A級保存版　自由が丘の105軒大情報	・人も車もいっぱいのロータリー ・気になっていたものの，怖くて降りられなかったこの街のすべてを大公開

（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

ションの街に変身しつつある[33]」などと高級なイメージから離れた表現が見られる。しかし「実際にいいお洋服を着た奥さま，お姉さまたちが，優雅にお買い物をし，お茶を飲み，食事をする姿があちこちで見受けられる[34]」，「明るくてカジュアルでどこか高級感が漂うこの街[35]」などとあり，記者を含む来街者が「高級」さというイメージを持っていることは間違いないであろう。

1980年代後半から表現が多くなった雑貨ブームはこの段階でも続き，「石を投げれば雑貨屋に当たるほどの雑貨密集地[36]」などと表現され，雑貨の街というイメージが定着しつつある。またこの頃には美容室や理容室も集積し表象されてくる。「若い女性が石畳を行き交う。東急線自由が丘駅から半径五百メートル以内に，雑貨店が約六十軒，美容サロンが百店以上ひしめく[37]」とあるように，女性向けの店舗が集中すると書かれている。

3．2．4　2000年代

2000年代の雑誌記事における見出しと主な形容表現を示した表4と表5を見ると，若い女性の街という表現はほとんどなくなっている。女性が客層の中心であることは変わりないものの，「おしゃれなママに大人気の街[38]」という表現が多くなっている。「やたらと目に付くベビー用品の店[39]」とあるように大人の女性，母親層をターゲットにした街として表現される。

この頃になると「高級住宅地」という表現はほとんど見られなくなった。その代わり「上品」や「落ち着いた」，「静かな」という表現が増えている。「セレブたちのお買い物スポット（中略）静かで治安のよさもバツグン[40]」などという記述もある。どれも女性が街に対して求める要素であり，変わらず女性性の高い街ともいえるだろう。

1999年ごろから，自由が丘という場所自体に意味や価値があると読めるような，「自由が丘らしさ」を表す表現が増えている。「自由が丘空間[41]」，「自由が丘スタイル[42]」，「自由が丘らしいお店[43]」などである。「自由が丘」というワードが一つのイメージを持つようになってきたのかもしれない。この「自由が丘らしさ」はカフェの利用方法や雑貨選びに表れている。

雑貨ブームはここでも続き，「おしゃれでカワイイ雑貨屋さんの密集地帯[44]」などと表現される。また「カフェ天国[45]」でもあることに変わりはない。美容系店舗も数多く取り上げられ，「ビューティ銀座[46]」とされる。

この時期に新しく出てくる表現はスイーツに関するものである。「自由が丘ってファッショナブルな街でもあるけれど，実はお菓子の街でもあるのかも？[47]」というような表現が増加し，「日本一のスイーツ天国[48]」とまで称されるようになった。「ゲーム大手のナムコが21日，洋菓子の名店が集まる東京・自由が丘にデザートのテーマパーク「自由が丘スイーツフォレスト」を開く[49]」とあるように，自由が丘には戦前からスイーツ店は進出していた。ただし自由が丘＝スイーツとまで大きく取り上げられるようになったのはこの時期からである。このようなイメージがついたことには，ス

表3　自由が丘に関する1990年代の雑誌記事

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
non・no 1990/1/5	STREET　“自由が丘にファッショナブルな『SUNSET ALLEY』誕生！”	・オシャレブティックやレストランがひしめく東京・自由が丘 ・歩いているだけでウキウキしてくるファッショナブルストリート
pumpkin 1990/2/10	パンプキンの暮らしの予報　今年は専門店が狙い目　トレンドに出会う“自由が丘”	・自由が丘の街は，まるでメイズのように細い道が縦横に走っています
ELLE JAPON 1990/2/20	徹底探検！ファッション・アベニュー「自由が丘カトレア・ストリート」	・どの方向に歩いても，疲れたら必ずおしゃれな喫茶店に出会えるのも魅力のひとつ。香りの良い紅茶を楽しんだら，また次のブティックに向かおう
Hanako 1990/6/28	自由が丘のショップ59軒100％利用術　徹底情報	・自由が丘が，学生やマダムの街だと思っていたら大まちがい
RURUBU 1990/8	PRETTY TOWN SHOP GUIDE　明るくて軽快，手づくりのかわいらしさ　自由が丘	・モザイクの遊園地のような街 ・小さなエリアで別々の楽しさに出会える
東京人 1990/8	最近自由が丘物語　女神に守られた消費の街	・女性の街は，子連れで来てもまた安心な街でもあった ・自由が丘の場合，親子二世代をカバーする縦軸を有する消費構造が特徴
ELLE JAPON 1990/10/20	徹底探検！ファッション・アベニュー「自由が丘／カレッジストリート」	・閑静な住宅街に住む人々のグローバルなセンスに応える老舗のブティックから，ここに集まる学生たちに人気のカジュアルショップまで，多彩な表情を持つ
Hanako 1991/1/10	INDEX’90　新電話番号対応　地域・ジャンル別編集　頼れる2862軒　自由が丘	・地元の人だけが遊ぶエリアにしておくのはもったいない
Hanako 1991/2/7	超人気エリアにも２世代間感覚があふれている。自由が丘・田園調布	・特になし
週刊読売 1991/3/3	新・横丁風土記　８回　自由が丘・カトレア通り住宅地の一角にヴェネツィアを再現した小さな街が出現！	・一歩足を踏み入れただけで，中世都市に迷いこんだような気分になる ・エキゾチックな石畳の街並みにおしゃれなショップが軒を連ねる
BRUTUS 1991/3/15	盛り場ウォッチング　この店行かなくては，話にならん　自由が丘　BEE-BREAD　餃子センター　アメリカンカントリーモールDepot 39	・高級住宅地を後背に抱える自由が丘 ・雑貨文化。（中略）その中心地は，やはり自由が丘である
東京人 1991/4	新景観誕生　23回　自由が丘　ラ・ヴィータ　1991・1・30	・かつての高級住宅地から，いまやファッションの街に変身しつつある
ACROSS 1991/4	ACROSS REPORT’91　ショッピングゾーンLA・VITA　自由が丘	・切れ目なく訪れる人がいても，人が止まっているのは中高生向けの雑貨屋さんだけというの，いかにも寂しい
MINE 1991/4/10	本当の東京自由自在使いこなしガイド　おっとりして，上品な自由が丘は，のんびり散策が正解です。	・特になし
週刊文春 1991/5/30	CATCH UP　笑っちゃいけない　東京・自由が丘にベネチア村出現	・本当はすごく狭いんです。でもいかにもヨーロッパってかんじの赤いレンガはけっこう気分いいですよ
Hanako 1991/10/10	新しい彼と密かに行きたいお店ばかり。自由が丘50軒大情報	・10年選手勢揃いのカフェたちは，自由が丘の歴史の生き証人。 ・雑貨天国のこの街
東京人 1991/12	変わる東京ウォッチング　街のスピード　地図の上から街の変化を読む　自由が丘	・自由が丘を出た二世代目，三世代目は，お子さんを連れてのショッピングというふうに，改めて帰ってくる
LEE 1992/5	東京「お買い物」大地図帳　東京エリア別　徹底ショップマップ　自由が丘	・上品で，ゆったりとした雰囲気を残す自由が丘。雑貨屋さんと最近充実した洋服屋さん
MINE 1992/5/10	近場で楽しむG・Wの５ポイント　おなじみのお店もいっぱい　東京ブティックめぐりMAP　使い勝手＋美しさの“生活雑貨”を探すなら〈自由が丘〉を歩く	・特になし
宝島 1992/9/9	この街に住め！　14回　自由が丘　ビジターは絶対知らない裏自由が丘。	・一瞬ここは外国かぁ？と思ってしまうようなストリート ・表向きの自由が丘は男の一人歩きなどは敢然と拒否されてしまう街だ
Hanako 1992/12/17	A級保存版完全エリアマップ付き　不自由しない自由が丘　東急線のおいしい店83軒大情報	・ちょっとした外出のとき頼りになるのが自由が丘。リーズナブルでカジュアル ・欧米ではよく知られているショップの日本１号店がなぜだか自由が丘に続々とオープン。（中略）世界中の実力派雑貨店がここを目指してやってくる！
東京人 1993/1	新・東京風景論　１回　ファンタジックな「秘密の花園」　自由が丘	・実際，街を歩くと，女子高生・女子大生やOLはもちろんだが，小さな子供を着飾らせて歩く若くてきれいなおかあさんたちが目立つ

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
ACROSS 1993/3	FIND OUT　脱白亜の街・自由が丘	・90年代に入ってからは雑貨ブームに乗って雑貨屋が大増殖 ・今や自由が丘にJJお嬢さんスタイルの女性ばかり歩いてるわけではない
週刊読売 1993/4/4	新・横丁風土記　112回　自由が丘・サンセットアレー　色とりどりの花の名前に囲まれた“夕日の小径”	・若者に評判のファッショナブルタウン ・「賑わい」や「刺激」を求めてこの街を訪れる若者は，数多い
東京人 1993/11	私鉄沿線物語　知らない東京が見えてくる　郊外文化は私鉄がつくる　自由が丘と東急沿線	・自由が丘に代表される街は，高級あるいは超高級とみられている。しかし，それは実態とかけ離れているというのが事実だろう
週刊読売 1993/12/26	噂のぐるめストリート　11回　東京　自由が丘ハイセンスなムード漂う吸引力に富んだ街	・女性に人気の街である ・まさに，街を散歩するだけで，自分が上流階級のお嬢様になったような気分
Hanako 1994/6/2	オープンエアの店へ行こう！　“お散歩”気分で立ち寄りたい，自由が丘のなごみどころ。	・静かな住宅街のあちらこちらに，かわいいテラスを見つけた。ちょっと気取ったヨーロッパ料理のレストラン，気軽な喫茶店
Hanako 1994/12/8	一度は行ってみたい，くつろぎタウン，自由が丘。	・実際にいいお洋服を着た奥さま，お姉さまたちが，優雅にお買い物をし，お茶を飲み，食事をする姿があちこちで見受けられる
Hanako 1995/3/9	東京生活便利ブック　ゆっくり歩きながら生活を豊かにする専門店をチェック。お気に入りのグッズを手に入れる　自由が丘～深沢界隈	・閑静な住宅地の合間に見え隠れするショップ
BART 1995/4/24	バード・ドリームプロジェクト！　男をダメにする，「ナチュカン女」大増殖中！　ナチュカン・タウン「自由が丘」潜入ルポ！　ナチュカン女の功と罪。	・ちょっぴり上品で，山の手の雰囲気が味わえ，その音の響きからも，まさにココとしかいいようがない街
Hanako 1995/6/1	天使もほほえむ光と風のなか，オープンエアの店88軒　サラサラそよぐ風の中，グラスワインをもう1杯。自由が丘や目黒川沿いの店	・特になし
Hanako 1995/7/6	便利でおしゃれな各駅停車の東横線大情報　自由が丘	・ライフスタイルのお手本は自由が丘 ・雑貨激戦地区
自由時間 1996/1/18	この街・かならず・この5軒！　都立大学・自由が丘　素朴な商店街と緑が気に入って。	・特になし
クリーク 1996/4/20	保存版・超役立ちショップ完全ファイル　女の週末をランクアップするおしゃれで気のきいた店77厳選　雑貨あふれる街，自由が丘を歩く。	・いろいろな名前の小道に洒落た雑貨のショップが並んでいる街，自由が丘 ・偶然に曲がった路地先に新しい店のファサードが見えたりする
Hanako 1996/6/27	のどかな午後を過ごせる自由が丘の魅力。	・明るくてカジュアルでいてどこか高級感が漂うこの街 ・雑貨屋とともに，かわいい喫茶店が自由が丘に女のコを呼び続けてきた
Hanako 1997/2/27	97年，東京の注目エリアはここ！　新山の手ガイド。　自由が丘　大人のための店が増えた自由が丘は，リピーターもいつも新しい感動に出合える。	・お子サマとママに占領されつつあった自由が丘が，大人の女の街に復活！ ・雑貨選びの楽しさにもたっぷりひたれるショップインカフェがいかにも自由が丘
自由時間 1997/5	街ですごす自由時間　川平慈英さん　自由が丘少年時代を過ごした青春グラフィティの街。今も友達といきつけの店で落ち合っている。	・残念なのはこの街に劇場がないこと
Hanako 1997/6/4	TOKYOカフェ＆喫茶店BOOK　自由が丘　新顔も続々のショップ内カフェには，雑貨の街・自由が丘ならではの魅力あり。	・特になし
週刊文春 1997/9/18	独占！　街のウワサ　35回　カラスも仰天！深夜にゴミ回収する「自由が丘方式」の斬新度	・ひと昔前はテレビドラマの主人公にぴったりの街だった ・自由が丘の朝はまったくのゴミの街になっています
東京人 1997/10	私鉄沿線カルチャーマップ　駅前七番勝負！その参二子玉川園（東急田園都市線）×自由が丘（東急東横線）　ニコタマとオカジューのコマダムは…。	・自由が丘には，小洒落たブティックは多いものの，超一流ブランドの店は少ない
Hanako 1998/5/13	オープンエアの店'98　自由が丘　焼きたてのパンが食べられるカフェも登場。自由が丘はオープンエア天国!?	・特になし
東京ウォーカー 1998/5/19	この街を歩く　自由が丘　渋谷から東横線で10分，オープンエアと雑貨の街	・オープンカフェやブティック，雑貨店などがひしめく自由が丘は人気の街だ
Hanako 1998/6/24	ハイセンスと活気がおいしく共存，自由が丘。	・大人の女も楽しめるお店がどんどん増えてきた ・お昼どきの晴れやかさに比べ，夜はちょっと元気ナシ，な自由が丘

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
東京ウォーカー 1998/12/1	イタリア居酒屋100店　自由が丘　カジュアルで親しみやすいハイセンスな店が集合！	・おしゃれな店が並ぶ街だけに，デートにも最高！ ・友達とワイワイガヤガヤと楽しめる店も以外に多い
Hanako 1999/1/13	エリア別でおいしい店がすぐわかる！　’99おいしい店246軒。　下北沢・自由が丘　2大個性派タウンに集うのは，キャラの立つ友人に自慢したい店ばかり。	・新山の手としての実力を発揮し続けている自由が丘 ・敏感な若者が集まる場所
週刊女性 1999/2/16	99ヘアメーク　コンビニエンスBOOK　私のヘア　②ファッションリーダー 4大都市で作る憧れ山手ヘア＆ビューティースタイル　自由が丘	・ヘアも洋服もメークの，そして衣食住すべてがヘルシーなナチュラル派 ・ただナチュラルなだけではあか抜けないことをよく知っている自由が丘のミセス
エフ 1999/7	東京・関西，旬のSPOT62　エフ流旬Spot「代官山，自由が丘」休日お散歩コース　自由が丘	・カフェつきのツーウェイショップが多い自由が丘
東京ウォーカー 1999/10/26	東京街歩きデート　自由が丘　［マリクレール通り→カトレア通り］　人気ストリートを歩きつつ優雅な散策＆ショッピング	・ハイセンスなショップが軒を並べる自由が丘には，ヨーロッパ風の名前がついたストリートが多く点在
Hanako 1999/11/3	のどかで品がいい街だから，食事，買い物がくつろいでできる。自由が丘。	・自由が丘空間 ・石を投げれば雑貨屋に当たるほどの雑貨密集地，自由が丘
Hanako 1999/12/8	2000年版いいねこの店324軒　よく行くエリア，行ってみたいエリアの優秀店！　自由が丘	・ゆったり時間が流れるハイソな街には当然，ハイレベルな店がズラリ

（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

イーツフォレスト開業の影響が大きいのであろう。「自由が丘は辻口さんのモンサンクレールなどの流行店のほか，モンブラン，亀屋万年堂といった老舗も集う菓子店の密集地。昨年11月にオープンしたデザートのテーマパーク「スイーツフォレスト」が4ヶ月半で来場者数100万人を突破するなど，「お菓子の街」として認知度が高まっている[50]」という記述もある。なおスイーツフォレストは，自由が丘で不動産業を営み商店街復興組合の理事長などを務めた地域有力者が主導して建設された。

また異国のような雰囲気が魅力として書かれている。「自由が丘にはヨーロッパの香りがするお店がたくさん[51]」，「ここ自由が丘は東京のパリだった[52]」という表現が見られるようになった。カトレア通り，マリクレール通り，サンセットアレイ通りなど，通りの名前がカタカナ表記になったり，自由が丘の人気スイーツ店「モンブラン」が開発したヨーロッパ風の街並みの商業施設「ラ・ヴィータ[53]」が開業したりといった街づくり施策が影響しているのだろう。これにより，ハード・ソフト両面において異国の要素が街に刻まれたためである。またマリクレールフェスティバル開催の報道では「石畳で舗装された遊歩道にはテーブルといすが並び，パリのカフェのような雰囲気を演出している[54]」とも書かれており，外国風の街並みを演出した街の取り組みが紹介されている。

3．2．5　2010年代から現在まで

2010年代から現在までの雑誌記事における見出しと主な形容表現を示した表6を見ると，2010年代はこれまでの性格を維持した様子である。「自由が丘はママたちの聖地[55]」とあり大人の女性の街という性格は変わっていないようだ。

「高級」という観点では，2010年の「セレブの街[56]」という表現以来，この類の表現は見られない。「高級」というイメージはなくなりつつあるのかもしれない。

これまで中心的な店舗であった雑貨店やカフェ，スイーツ店はこの段階でも強調される。「雑貨の街[57]」，「言わずと知れたカフェ激戦区[58]」，「東京随一のスイーツタウン[59]」のように表現され続けている。

新しいものとして「専門店」に関する記述が多くなる。「自由が丘には，一つのジャンルに特化した専門店が実に多い[60]」，「手芸や製菓用品などを扱うハンドメイド用品店や，一つの食材に特化した店が充実しています[61]」と記述される。

本章では雑誌記事において自由が丘がどのように表象されてきたのか時系列で示した。自由が丘の表象では訪れる女性客に年齢上昇がみられ，店舗の業種ではカフェや洋服店から雑貨店，スイーツ店などが掲載されるようになった。また高級という表象は失われつつあり，外国っぽさや自由が丘らしさが強調されるようになっている。

表4　自由が丘に関する2000年代前半の雑誌記事

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
Hanako 2000/5/24	2時間いても飽きないオープンカフェ　自由が丘　自由が丘スタイルのカフェは, 雑貨, インテリアのショップイン。	・自由が丘は，洗練された雰囲気と豊かな緑がほどよく調和した街
東京ウォーカー 2000/6/27	発表！読者が選ぶ東京人気タウン　読者がよく遊ぶ街はココだ！　第11位　自由が丘　欧風の雰囲気の店がいっぱい！	・オリジナリティの高い雑貨店やブティックが軒をつらね，独自の流行を発信している街
東京ウォーカー 2000/10/10	2人で歩く自由が丘　秋の新メニューや新雑貨が続々！	・自由が丘はショップを見ながら歩くだけでも楽しい街だ ・“おいしくて個性のある料理が食べられるけど，高いのが難点”と言っていたのは今や昔
東京ウォーカー 2000/11/28	2000年版・東京人気タウンランキング　住みたい街BEST15　便利度チェック付き　2位　自由が丘	・おしゃれなカフェや雑貨店がいっぱい！ヨーロッパ風のストリートは優雅な気分で楽しみたい
Hanako 2000/11/29	イタリアン，フレンチ，定食屋さんやカフェまで，新発見！自由が丘と下北沢は席数30の店がおいしい！　自由が丘	・こだわりは銀座と同じ。でも値段は2～3割安！ ・ちょっとしたお茶しにと思っても，メジャーなカフェはどこも混んでいる
散歩の達人 2001/2	スッピンの私も知ってほしい…　自由が丘・田園調布	・土日ともなれば女性が大挙して訪れる買い物タウン自由が丘 ・ココは圧倒的に女性が多く, 雑貨屋などがひしめくラブリーな街
キャンドゥ！ぴあ 2001/6/19	Tokyo 3D i-Map　1回　ヨーロピアンテイストでゆく！自由が丘の休日　目的を持たずにのんびり歩こう…昼上がりにそぞろ歩けば気分が安らぐ街並	・カフェや雑貨ショップは星の数ほどあるけど，自由が丘にはヨーロッパの香りがするお店がたくさん！
ウォーキングマガジン 2001/7	林マヤの散写inタウン～デジカメ持ってマヤママが行く～　自由が丘　ヨーロッパ気分でオシャレウォーク	・自由が丘ってファッショナブルな街でもあるけれど，実はお菓子の街でもあるのかも？
Hanako 2001/7/4	これがあるから毎日が楽しい　雑貨ワールド　自由が丘　シルク張りの小物入れに，素焼きのビアマグ。ニューオープンでワンクラス上の夏グッズを	・ここ1年，自由が丘は雑貨屋のニューオープンラッシュ ・さらに活気が出てきた雑貨の街に注目して
週刊現代 2001/10/20	関東・関西百撰「おとなの散歩道」 98回　自由が丘　ヤングミセスの街にある古き良き生活感	・「女性度」の高い街と言われる原宿，二子玉川，自由が丘 ・自由が丘には“怪しい”店が少ない。そもそも，男性の姿が目立たない
東京ウォーカー 2001/10/23	住みたい街ランキング！　第4位　自由が丘　おしゃれで親しみやすい街	・美しい景観と治安のよさ。安心して住める環境が魅力 ・品が良くてオシャレな街というイメージですが，そこには住民の努力があるんです
Hanako 2001/12/19	いいね，この店289軒　下北沢・自由が丘　手作りパンやスイーツ充実のカフェならココ！	・特になし
LEE 2002/3	タウンガイド　私たちの好きなものが全部ある街！　雅姫さんと歩く，1番新しい自由が丘	・小さな街だけど，古くていいものから，おしゃれな旬のものまでたくさん ・自由が丘は子供と一緒でも入りやすいお店が多くて安心
OZmagazine 2002/5/13	東京Day & Night　自由が丘　老舗から新スポットまでバラエティ豊かな雑貨屋さん	・自由が丘といえば，50以上のショップが軒を連ねる雑貨屋さんの聖地！
Hanako 2002/5/22	くつろぎタウンに変化あり！自由が丘＆東横線大人の女仕様のお店，続々登場	・ひとりごはんができてお酒も飲める，居心地のいいカフェが自由が丘に増加中！ ・自由が丘エリアはハイセンスな雑貨の宝庫！ひとり歩きも楽しい雑貨ストリート
東京ウォーカー 2002/6/4	住みたい街＆遊ぶ街の総合ランキングで決定！ 発表！東京人気タウンベスト50　14位　自由が丘　おしゃれだけど気取りがない，女性好みの街	・「子供をつれたママの街」「おしゃれなインテリア雑貨店が多い」というイメージが強い自由が丘
環境会議 2002/7	自然と共生する暮らし再発見　ともに暮らす動物たち　カラス対策から…テーマパークを目指す街づくり　東京目黒区自由が丘商店街振興組合	・「オシャレな街」の代表として度々雑誌等にも取り上げられる
おとなの週末 2003/3	予算1日5000円以下　安くて旨い昼→夜食べ歩き　自由が丘→下目黒	・特になし
東京ウォーカー 2003/3/18	東京コアタウン　24回　自由ヶ丘　グッズに合った雰囲気のなかで安らげる「ショップ併設のカフェ」	・落ち着いた大人の雰囲気 ・地中海に面するヨーロッパの街に似ている ・有名ファッションブランドのオンリーショップなどが立ち並ぶ
TOKYO 1週間 2003/4/29	巻頭SCOOP! NEWS　クチコミ　ストリートNEWS　3本立て！ この春は“駅キタ”がキテる！ 自由が丘	・閑静な住宅街が広がる駅北側エリアに新種ショップが増殖中！ ・“自由が丘＝ハイソな奥様の街”なんてイメージはもう古い！
Hanako 2003/7/2	おしゃれで親しみやすい，とびきりの店ぞろい，自由が丘	・注目パティシエが進出し，渋谷の老舗も移転！自由が丘スイーツが，さらに賑わい出した ・ナチュラルでシンプルながら，どこか上品。そんな「自由が丘スタイル」

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
Hanako 2003/9/10	ゴッドハンド・エステティシャンを探せ！　自由が丘・二子玉川　確かな手技とお手頃価格が魅力のプチサロン	・特になし
週刊エコノミスト 2003/12/2	永江朗の出版業界事情　出版元は商店街！自由が丘の挑戦	・「自由が丘」のブランドイメージを守り育てる姿勢がこの街の人々にはある
キャズ 2003/12/8	おいしい，楽しい　自由が丘に集まれ！	・凄腕揃いのパティシエのスイーツで埋め尽くされたテーマパーク『自由が丘スイーツフォレスト』がいよいよオープン！ ・おしゃれでカワイイ雑貨屋さんの密集地帯
〃	おいしい，楽しい　自由が丘に集まれ！　実は夜もおいしい，楽しい！路地裏の和食ダイニング＆バー	・夜は早く静かになるというイメージのある自由が丘ですが，夜更かし族にうれしい和食ダイニング＆バーも健在
Hanako 2003/12/10	「このゴッドハンドにとろけそうー」 東京・人気エステサロン最新ガイド65軒　いつもの駅の便利サロン　自由が丘	・街並みに似合ったプチサロンが多く，気負わず通えます ・住宅街に囲まれているせいか，のんびりとしているのがこの街
東京ウォーカー 2004/2/17	発表！最新版住みたい街ランキング　6位　自由が丘　話題店もオープンし，不動の人気を堅持！	・自由が丘が今も昔も象徴的な人気タウンだ ・夜中でもフツーにイヌの散歩をする住民が珍しくない治安の良さ
レタスクラブ 2004/3/25	料理研究家・藤井恵さんと自由が丘で器探し	・こだわりの器専門店やしゃれた雑貨屋さんが集まる自由が丘
おとなの週末 2004/4	とびきり楽しい人気の街を食べ見歩き　自由が丘→学芸大学	・特になし
BRUTUS 2004/5/15	EYE OF EYE B　ミクロな都市開発　21回　目黒区自由が丘　カリスマ子供服が街を動かす？オンナの街・自由が丘に新たな動き	・家具，雑貨，洋服，ガーデニング，カフェ，食器，スイーツと，女性の好きなものならなんでも揃う
Hanako 2004/6/2	「自由が丘」大情報　最新決定版138軒　幸せ感に包まれた，住みたい街No.1	・新旧の話題店が集まるスイーツ王国 ・欲しいものが必ず見つかる雑貨天国 ・勉強＆おけいこの学習欲を刺激するスポットがあちらこちらに
TOKYO 1週間 2004/7/20	自由が丘　なぜかキレイな人が集る街	・日本一のスイーツ天国 ・ここ自由が丘は東京のパリだった
OZmagazine別冊 2004/8/24	HAPPYの宝庫　自由が丘	・カフェ天国 ・自由が丘でやたらと目に付くベビー用品の店 ・この街でのショッピングがとっても楽しいのはなぜ？「自由が丘スタイル」があるから
〃	自由が丘デイリーグルメ48軒	・雑貨とカフェの街，というイメージが強い自由が丘
日経トレンディ 2004/9	Street Watching　東京　自由が丘　ジオラマ盆栽，多肉植物　女性の街に男性好みの“緑”	・住みたい街ランキングで常に上位に入る高級住宅街 ・学生やOL，小さな子供連れの主婦など，平日，休日問わず女性が多い街だ
OZmagazine 2004/12/20	happy town　自由が丘　イルミネーションにクリスマス限定メニュー満載！	・特になし

（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

表５　自由が丘に関する2000年代後半の雑誌記事

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
Hanako 2005/3/2	地元のツウが教えてくれた，「自由が丘」本当においしい店　2005年版パーフェクトガイド	・ショッピングにも，食事をするにも，コンパクトさがいい ・東急沿線一のキレイのメッカ ・雑貨やインテリアのお店がひしめく
世田谷ライフマガジン 2005/4	これがほんとの自由が丘	・欲しかった雑貨と味わってみたいスイーツ，この両方が手に入る街 ・誰もが答えるほど雑貨のイメージがしっかりと定着している街
Hanako 2005/4/6	旬でおいしいスイーツに夢中！　エリア別完全ガイド　甘い誘惑。旬のスイーツショップ全31軒　自由が丘	・スイーツブームの先駆け『モンサンクレール』など名店をはじめ，スイーツフォレストも誕生。まさに東京の“スイーツの聖地”
OZmagazine臨増 2005/4/25	のんびり散歩＆なごみカフェ　自由が丘　ナチュラル志向のこだわりショップと和カフェで癒しの時間を過ごす	・レンガ敷きの小道や桜並木など，ヨーロッパの街並みを想わせるしゃれた通りには，愛らしい雑貨店や小粋なカフェが…
潮 2005/5	東京名所　3回　白金～自由が丘　目黒通り周辺の話題スポットを探訪する　春の散策にうってつけのエリア	・特になし

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
シュシュ 2005/5/2	東京・休日お散歩てくてくMAP　安うまグルメ・プチプラ雑貨・裏道めぐり　自由が丘　緑が多いショッピング街で雑貨スタイリストオススメのお店めぐり	・自由が丘の顔といえば，雑貨とスイーツ！
東京ウォーカー 2005/5/24	発表！東京タウンランキング2005　住みたい街ランキング　第２位　自由が丘　衣食住すべてがハイレベル！バランスのとれた人気タウン	・ハイセンスなインテリア&雑貨，スイーツの名店が集結する街 ・駅周辺に並ぶ各種ショップ，少し離れると閑静な住宅街 ・ペットに優しい街
Hanako 2005/7/6	2005年オープン　東京レストランBEST156軒 エリア別・ベストメニューレストラン発表！　中目黒・自由が丘	・マダムの街・自由が丘
月刊店舗 2005/9	読んで実践！物件探しのための立地判断術　９回 住民や買い物客が往来する動線を狙う（目黒区・自由が丘駅周辺）	・自由が丘というと，若い女性をターゲットにした物販店などが多数出店している，おしゃれな街というイメージがあります
Hanako 2005/10/12	「自由が丘」へようこそ！　ハッピー度No.１の私鉄沿線タウン	・スイーツ王国の自由が丘 ・ビューティ銀座 ・カフェ天国のこの街は，有名店の進出エリアとして人気
女性自身 2005/11/1	「住んでみたい街」アンケートで東西No.１！ 「自由が丘」vs「芦屋」「住みたい人」の期待と「住んでる人」の本音から浮かんだ魅力を実況レポート	・大好きな雑貨の宝庫 ・等身大のショップが多い ・犬を連れてショッピングできる ・治安がよく，子供にも優しい街
東京ウォーカー 2006/2/28	発表！東京人気タウンランキング2006　住みたい街ランキング　第２位　自由が丘	・スイーツに雑貨店…女性をとりこにする憧れの街 ・セレブたちのお買い物スポット（中略）静かで治安のよさもバツグン
Saita 2006/6	東京＆大阪　きれいスタイルをどこで買う？みんなの御用達ショップガイド	・おしゃれなママに大人気の街，自由が丘 ・歩きながら魅力的なお店に出会えるのが自由が丘のいいところ
〃	知っとこ！行っとこ！わが町ニッポンイチ！ ６回　スイーツ激戦区ニッポンイチ「自由が丘」で…	・おしゃれな町として名高い「自由が丘」 ・超有名パティシエのお店が勢揃い ・ニューフェイスとして注目を集めているのが「専門店スイーツ」
Hanako 2006/10/12	毎日ごきげん！　マダムな自由が丘	・小さな街なのに，ビューティサロンの密集度は青山に引けをとらない ・自由が丘のお稽古マダム，“自分磨き”に余念なし！
世田谷ライフマガジン 別冊 2006/11/10	新版世田谷レストラン　奥沢・自由が丘・中町 奥沢・等々力・緑が丘・自由が丘・玉川田園調布・上野毛・中町	・特になし
日経ウーマン 2007/1	話題の新名所　行ってみれば　『Trainchi 自由が丘』　かわいく個性派のお店，13軒が揃う　車庫跡地がショッピングモールに変身！	・もともと雑貨や小物店が多く集まる自由が丘。目の肥えた女性でも思わず立ち寄りたくなるよう，物販も個性的な店舗が揃う
TOKYO１週間 2007/2/13	巻頭ニュースFLASH！　進化する“２大雑貨＆インテリアタウン”ナチュラル系自由が丘vsモダン系豊洲　徹底比較！	・古くから雑貨好きが集まる ・ナチュラルで繊細な雑貨が多く揃う ・最強雑貨タウン
散歩の達人 2007/3	成熟の住宅街，キレイとカワイイと，時々，シブい　自由が丘・田園調布	・住宅街にしてグルメ激戦区 ・スイーツの聖地 ・自由が丘というとマダーム受けする生活雑貨…というのはひと昔前のこと
〃	成熟の住宅街，キレイとカワイイと，時々，シブい　本と歩く自由が丘　それぞれの描写から街を読み解く	・特になし
〃	成熟の住宅街，キレイとカワイイと，時々，シブい　オヤジは自由が丘で楽しめるのか？　果たして自由が丘に自由はあったのか	・「そこにピンサロがあるんだけどよ，行かねえか？」とオヤジが言う。待て。自由が丘にはそんな店まであるのか！ ・自由が丘は一見すると婦女子率が高い
〃	今月のハナうたマチうた　お題：自由が丘	・特になし
〃	成熟の住宅街，キレイとカワイイと，時々，シブい　自由が丘はお祭りだらけ	・自由が丘には『お祭り人」が大いに違いない。地元の商店会が主催する祭りだけで年６回，寺社と共催するものを含めると年９回
東京ウォーカー 2007/3/27	読者7095人が選んだ！　東京　住みたい街グランプリ2007　第２位　自由が丘　イメージよし，雰囲気よし。憧れ感でことしも２位！	・実際に生活してみると，イメージほど敷居が高くないことに気付くはず ・自由が丘マダムも通うハイセンスな雑貨店が多いって！
世田谷 ライフマガジン 2007/4	今，お出かけ日和な街　自由が丘の歩き方2007	・パリのお菓子店のような身近な存在のパティスリーが自由が丘の街によく似合う ・自由が丘を歩くと，個性が際立つお店に出会える

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
Hanako 2007/5/10	今年のテーマはロハスとスイーツ　自由が丘の街を丸ごと楽しもう！	・いつも熱い注目を集める自由が丘
STORY付録 2007/6	冨田リカさんの「カジュアルの掟」BOOK　冨田リカさんのスウィーツめぐり　まずは地元自由が丘界隈の行きつけ店を紹介します。	・自由が丘界隈は，何と言っても名だたる店がひしめくスウィーツの宝庫
MOE 2007/7	絵本好きのための東京ガイド　TOKYO絵本さんぽ　自由が丘	・住みたい街としても人気の自由が丘は東京屈指の雑貨タウン。こじんまりとした街は大通りから路地裏まで雑貨屋さんでいっぱいです
レタスクラブ 2007/9/25	東京キッチン雑貨クルーズ　柳瀬久美子さんがナビ！自由が丘エリア	・自由が丘に集う女性に共通するのは“気取らない品のよさ” ・流行を，わかりやすい形で取り入れた商品をラインナップしている
Saita 2007/10	使えるトレンドの噂はここから。　カフェ友@おしゃれコミュ　East　東京・自由が丘　上品さとやさしいデザインでリピーター多し！	・ママに人気の街
Hanako 2007/10/11	お散歩気分で，自由が丘	・スイーツやランチなど日中のイメージが強いけど，夜遅くまで楽しめる街 ・食都・TOKYOが世界に誇る，屈指のスイーツタウン ・ビューティ激戦区
ソトエコ 2007/11	エコタウンの歩き方，教えます　自由が丘ロハスガイド71	・ロハスタウン・自由が丘 ・街はエココンシャスで溢れています ・やっぱり緑溢れる街でした
世田谷ライフマガジン 別冊 2007/11/10	世田谷の家づくり　暮らし充実！世田谷ライフの洋菓子の歴史を作ったスイーツの聖地　自由が丘	・自由が丘は伝統と歴史ある老舗や新進気鋭のシェフの店など有名店が軒を連ねるスイーツ天国
東京人臨増 2007/11/10	目黒区を楽しむ本　八雲・自由が丘地区　駅周辺のにぎわいと閑静な住宅街が調和	・「住みたい町」アンケートで女の子たちに不動の人気を誇る町だ ・雑貨店や美容院，遠方からも人が訪れるスイーツのお店など千店以上が立ち並ぶ
dancyu 2007/12	スイーツの未来　スイーツ２大密集エリアを，迷わず歩く！「自由が丘&裏青山」“甘い休日”のススメ	・スイーツ店密集エリアとして，昨今注目を集めている東京・自由が丘
女性自身 2008/2/5	45歳・“超オシャレ”読者モデルがご案内！　冨田リカさん　エイジレスを満喫する，自由が丘MAP	・特になし
シュシュ 2008/3/17	new open　ことしのホワイトデーは自由が丘の話題店でおねだりしちゃお	・特になし
東京ウォーカー 2008/4/8	東京　街－１グランプリ2008　お散歩デートしたい街No.1　自由が丘　かわいい！が集まる街のんびり散歩しよっ！	・かわいいお店を発見するのが楽しい ・ごみごみしてないからデートにぴったり
Hanako 2008/10/23	自由が丘案内　暮らすように楽しむ街へ	・ビューティ激戦区・自由が丘 ・日常に“プラス・カフェ”それが自由が丘スタイル
OZmagazine 2009/1	大好き！雑貨　人気の雑貨タウンで出会うお気に入りの世界　自由が丘エリア	・女性らしい街並みの中にフランス雑貨店をはじめ，世界の専門雑貨が集まる ・東京にありながら，いつもここにはフランスの風が吹いている
世田谷ライフマガジン 2009/3	二子玉川からはじまる　大井町線ゆる歩き。大井町線各駅案内　自由が丘　春の日差しがよく似合う雑貨とスイーツの街。	・良質なインテリアショップや雑貨店の激戦区であるこの街
〃	国分佐智子のTOKYO photogenic 2.26 at Jiyugaoka 雑貨にスイーツ…女心をくすぐるアイテム満載。足のむくまま，気のむくままに自由が丘へ。	・女性の大好きなものがぎゅっとコンパクトに詰まった人気の街 ・自由が丘は，目的を持たずに，寄り道をしながら散歩するのが楽しい街
Hanako 2009/5/14	TREND STUDY　よい看板にハズレなし！　裏自由が丘の満腹ストリート	・特になし
Hanako 2009/6/11	最新ビューティ215軒　エリア別　ビューティスポットMAP　会社帰りに，休日に，キレイになる　自由が丘　サロンソムリエ大崎百紀さんが案内する，スローな自由が丘サロン	・都心に近いのに，緑豊かで，自然を感じられるスローな街
OZmagazine 2009/9	大好きおやつ　自由が丘おやつ散歩　昔から多くのパティシエが集まる町で，長年愛されてきたおやつを探しに出かけよう	・私たちが生まれるずっと前から時代に流されずに親しまれてきたお菓子屋さんが建ち並ぶ ・スイーツ激戦区 ・自由が丘は昔から有名なパティシエが生まれ育った町

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
東京ウォーカー 2009/10/20	街ing　自由が丘　個性が光る憧れタウン	・自由が丘といえば，スイーツの宝庫 ・実は日本で一番の都市型ロハスの街 ・ハイセンスな街だけど，店主や常連のお客たちはフレンドリーな人ばかり
Hanako 2009/10/22	自由が丘・二子玉川　おいしい生活がいっぱいあります。161軒　自由が丘案内	・自由が丘には，素敵なカフェ，とびきりのパティスリーが目白押し ・いわずと知れたスイーツの激戦区 ・夜になったって，自由が丘のお楽しみは尽きません
〃	自由が丘雑貨ショップクルーズ	・雑貨好きの集まる街・自由が丘
〃	いつでもとっておき！　自由が丘最新ガイド	・ストリートごとにいろいろな表情を持ち，新しさと懐かしさが共存する自由が丘
日経ビジネス 2009/10/26	リポート　画一化の波に立ち向かう街　自由が丘ミツバチ飼う商店街	・子供やペット同伴で入れる店も多い

（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

表6　自由が丘に関する2010年代の雑誌記事

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
OZmagazine 2010/1	雑貨屋さんぽ　自由が丘　暮らしに寄り添う雑貨を探しに	・有名雑貨店の旗艦店が多い自由が丘。女性に愛される生活用品が揃う場所で，長く使えるものに出会おう
東京ウォーカー 2010/2/16	住みたい街ランキング2010　住みたい街２位自由が丘	・セレブの街 ・愛犬家に優しい街 ・ハイセンスな商品を置く小さな店が多く，スイーツやカフェのイメージが先行しがち
世田谷 ライフマガジン 2010/3	特集　ちょっと特別な自由が丘見つけました！自由が丘をスミからスミまで探してみると…	・雑貨の街，スイーツの街，その枠だけに収まらず築きあげたオリジナルな魅力は銀座にも渋谷にもないブランド。今の“自由が丘”にあるのは等身大の暮らしに根づいた親しみやすい“特別感”
LEE 2010/5	タウンガイド特集　雅姫さん＆平澤まりこさんがお気に入りを紹介！　“大人かわいい”自由が丘案内	・雑貨ブーム発祥の地とも言われる自由が丘 ・自由が丘って，やっぱり女性のための街
with 2010/5	里海のTokyo Street View　17回　里海×自由が丘	・オシャレな雑貨店やカフェなど，上品で洗練されたお店が立ち並ぶ自由が丘
Hanako 2010/10/28	自由が丘＆二子玉川　高感度な新店が集う，ニュースな自由が丘へ	・みんなの憧れ，自由が丘 ・スイーツや雑貨，絶品グルメ…女の子が大好きなものが詰まった街
〃	自由が丘＆二子玉川　自由が丘的生活のススメ	・ママ友と思う存分おしゃべりに耽りたい，子供とおめかしをして出かけたい，子育てをもっと楽しみたい。この街には，そんなママたちの願いをかなえてくれるカフェやレストランがたくさんあります
〃	自由が丘＆二子玉川　自由が丘ベストグルメ帖おいしいお店を完全網羅	・自由が丘というと，スイーツやカフェのイメージが先行しがち。しかし忘れてはいけないのが，「しっかりごはん」もかなり充実しているということ
〃	自由が丘＆二子玉川　自由が丘ティースタイル気分に逢わせて自在に楽しむお茶空間	・特になし
〃	自由が丘＆二子玉川　柴本幸さんと行く　おいしい自由が丘散歩	・自由が丘は，なぜか歩くのが楽しくなる街なんです
〃	自由が丘＆二子玉川　秋の自由が丘ガイド　この街にはお気に入りがいっぱい！	・トレンド感もあり，レトロな感覚も味わえて，インターナショナルな表情もある街，自由が丘
OZmagazine 2011/6	今日，自由が丘へ	・この町は昔から，ずっとそうでした。素敵だけど，気取らない。それは，暮らしのすぐ，そばにあるから
〃	自由が丘ランチ案内	・自由が丘で生まれる和を感じる新しいフレンチ
Hanako 2011/8/11	すべての女子に贈る名店220＆名品90！　街と食のおいしいカンケイを探る　自由が丘×上質手土産	・住人が日常の買い物をする場として栄えてきたのに加え，自分が気に入った味を身近な人にもおすすめしたい，と発展したのが質の高い手土産文化
東京ウォーカー 2011/10/18	おでかけ街スイーツ　自由が丘　日本のモンブラン発祥の地は，名店ぞろいのスイーツTOWN	・駅周辺に，地元で愛され続けている老舗も，新しいケーキ店も，違和感なく軒を連ねているのが自由が丘のいいところ

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
Hanako 2011/10/27	自由が丘・二子玉川　自由が丘案内	・長く愛される名店が多い自由が丘だけど，実はここ1年で，新店が続々オープン ・多国籍料理があちこちに。さながらエスニック街
日経マガジン 2011/12/18	10hours pleasure　自由が丘　店も「ちらし」も色とりどり	・しゃれたカフェや雑貨店などが多く，女性の人気が高い街，自由が丘 ・新旧交代が激しい自由が丘には，1000店を超す店舗がある
OZmagazine 2012/1	お菓子の魔法にかけられて　一緒に行こう！食べて笑って，おやつさんぽ　自由が丘　お菓子の街で話題のお店めぐり！	・訪れるたびに新店が誕生しているスイーツの街・自由が丘
東京ウォーカー 2012/4/20	祭やイベントもパワーアップ！いまだけ限定！桜さんぽ欲ばりプラン　最旬タウンで新発見　ニュースなお花見！　自由が丘の桜並木でオープンテラス花見	・昨年末，桜の名所・九品仏川緑道の桜並木に「サクラバル」が誕生。そこから続く並木沿いのカフェにはオープンテラスが多く，春になると“桜テラスカフェ”に早変わり！
OZmagazine 2012/6	今日，自由が丘で	・華やかなパティスリーと素朴なお菓子屋さんが共存する，スイーツの街 ・「雑貨の街」と言っていいほど，この街にはたくさんの雑貨屋さんが点在
〃	自由が丘ランチ　絶対食べたい名店ランチ　野菜が主役のランチ　気分で選ぶカジュアルランチ　風を感じるテラスでランチ　ワインと楽しむランチ	・こだわりの店が集まる自由が丘には，本物の味を知る地元の人に長年愛されるレストランがいっぱい
世田谷 ライフマガジン 2012/9	ショッピングもランチも楽しくてたまらない自由が丘へ　ほしいものは，全部この街にある	・ママたちの聖地 ・都内屈指のお洒落タウンとして人気の自由が丘 ・一つのジャンルに特化した専門店が実に多い
Hanako 2012/10/25	ニュースな自由が丘へ！　生活が楽しくなるお店が増えています	・言わずと知れたカフェ激戦区 ・まるで街ごとフードショップ ・暮らしに欠かせない食まわりの専門店が充実している
世田谷 ライフマガジン 2013/3	沿線の楽しい！を集めました　東急大井町線散策　大人の趣味心を満たしてくれる街　自由が丘	・スイーツやインテリアショップ，雑貨店など，数多くのオシャレな店が立ち並び，大人の女性が楽しむのにぴったりの場所
世田谷ライフマガジン 別冊 2013/3/10	歩く世田谷　東急大井町線　自由が丘　散策途中の休憩も楽しみのひとつ	・住みたい街ランキングでは常に上位をキープしている自由が丘。お洒落なショップや飲食店の多さも魅力だが，着目したいのは訪れる人々に優しい街づくり
SPA！ 2013/4/2	殺されかねない「治安の悪い街」ランキング　意外に危ない街第1位　自由が丘　閑静なイメージを裏切る危険性に恐怖を感じる街	・住みたい街ランキングで上位に入る自由が丘だ。小洒落た雑貨屋や飲食店が立ち並び，周辺の住民の所得は高め。一見すると，危険なイメージはない街だ
STORY 2013/9	STORY Hair Catalog & City Guide　髪を切って，街へ出よう！　ひとりde街歩き満喫CITYガイド　自由が丘　雑貨探しもランチも一気に楽しめるお店…	・特になし
Hanako 2013/10/24	憧れ，自由が丘　おいしい暮らしを買いに出かけよう！	・手芸や製菓用品などを扱うハンドメイド用品店や，一つの食材に特化した店が充実しています ・自由が丘らしいショッピングを考えたとき，外せないのが専門店巡り
OZmagazine 2013/11	Tokyo café guide　自由が丘　お菓子の街を探検すれば新しいスイーツに出会える	・スイーツ激戦区・自由が丘に，ニューフェイスが続々誕生
散歩の達人 2014/12	楽しすぎる商店街　カオスすぎるビル商店街・自由が丘デパート　目黒区・4階建て・約100店　しっかり現役。庶民派ビル商店街よ永遠に～	・細長い建物を真っ直ぐつランク狭い通路と，両側に連なる小店がかもしだすカオス感。その中を買い物客がひっきり無しに往来していく。自由が丘駅北口の目の前というオシャレ繁華街の一等地で，大規模かつレトロなビル商店街が生き残り，活気も見せてるなんてここくらいだよねえ
散歩の達人 2014/3	ゴーング・マイ・レイルウェイ　大井町線さんぽ15駅　お屋敷街を越え，区境またぎ。出会うは不思議なカントリー　北千束・大岡山・緑が丘・自由が丘　区境エリアは自由人の巣窟か	・特になし
東京ウォーカー 2014/4/15	散歩で東京再発見　人気タウンで聞いたオススメの3店。本誌・住みたい街アンケート「ベスト3」で街頭インタビュー　住みたい街アンケート：3位　スイーツとオシャレな生活　自由が丘	・数々のスイーツの老舗がならぶ自由が丘。ゆったりと流れるのどかな空気感で，自然と気持ちもおだやかに
Hanako 2014/5/8	WHAT'S NEW　駅と街と人をつなぐ自由が丘駅のさらなる進化	・特になし
世田谷 ライフマガジン 2014/9	とことん楽しむ自由が丘　懐深き自由が丘の酒場案内	・若者が行き交う爽やかな昼の顔に比べ，夜の自由が丘はディープな趣が増す

雑誌名 日付	見出し	主な形容表現
世田谷 ライフマガジン 2014/9	とことん楽しむ自由が丘　CAFE & SWEETS　モーニングから巡りたい，自由がカフェ＆スイーツ	・自由が丘に訪れたら，やっぱり気になるのはカフェ＆スイーツ ・この街から何度も新しいトレンドが生まれてきた，東京，日本を代表するスイーツの街
〃	とことん楽しむ自由が丘　このまちが好き　自由が丘スナップ	・特になし
〃	とことん楽しむ自由が丘　GOODS & LIVING　雑貨から植物，家具まで　自由が丘で暮らしづくり。	・自由が丘という街がまるごと大きな雑貨屋さんみたいですよね ・自由が丘の「食」は，飲食店だけじゃない。和洋を問わず，素材の専門店がとにかくたくさん
〃	とことん楽しむ自由が丘　“自由”の名は飾りじゃない　自由が丘今昔物語	・芸術家たちがいるところ，新しいモノが集まってくる。するとその珍しさに惹かれて，町外から若者がやってくる。欧米の品々もいち早く取り揃うため，外国人も違和感なくこの街に住み始める。こうした好循環があって，自由が丘＝トレンドの発信源という方程式が完成したのだ
Hanako 2014/10/23	自由が丘スタイルブック　丁寧に暮らすヒントが満載！	・「憧れの街」としていつも名前があがる，自由が丘 ・ランチ激戦区 ・上質なカフェがこぞって店を出す，自由が丘 ・自由が丘はパティスリーの激戦区
Hanako 2015/5/14	東急線トライアングルチケットでめぐる　渋谷・二子玉川・代官山と話題の街へ　自由が丘　自由が丘で見つけた女子満足のプレートランチ	・ランチ激戦区の自由が丘 ・東急沿線で女性の人気が高い街・自由が丘
Saita 2015/6	ママスタ連動企画　新店ラッシュで見逃せない二子玉川＆自由が丘ガイド　子供の遊び場も満載とっておきを地元ブロガーがナビ！　自由が丘編	・「住みたい街」ランキングで常に上位の自由が丘は，子供をベビーカーに乗せながら気軽に足を運べる雑貨店やカフェが多数
東京人 2015/9	ヤミ市を歩く　戦後70年　復興はここから，見上げた空は青かった　自由が丘　現代に受け継がれる，自由と開放の残り香	・自由が丘は特に戦後に急におしゃれな商店街として発展していくが，その中でもこの場所（自由が丘デパート，ひかり街）は食料品から洋品，生活雑貨まで比較的庶民的な店が並んでいたようだ
LEE 2015/10	LEE100人隊の好きな街，必ず行く店38軒　自由が丘　100人隊「おでかけブログ」への登場率はトップクラス。　不動の人気を誇るおしゃれタウン！	・特になし
Hanako 2015/10/22	自由が丘ごはん　二子玉川ホリデー　自由が丘ワンダーランド	・ゆったりとした雰囲気の中で本格的なフレンチやイタリアンがリーズナブル ・自由が丘は衣食住にまつわる，おしゃれでこだわりのある雑貨店の宝庫！
Hanako 2016/10/26	遊びたい町は，住みたくなる町　自由が丘　毎日でも通いたくなる店があります	・自由が丘はランチ激戦区 ・カフェや雑貨店などたくさんの店舗が立ち並ぶ ・老舗からニューウェーブまで，お菓子の層の厚さも自由が丘がスイーツの町と呼ばれる理由のひとつ
〃	自由が丘ストリートガイド2016　てくてく歩きで出会う，見つかる，私のとっておき	・特になし
OZmagazine 2017/1	東京の雑貨店めぐり　雑貨・本・花＆おやつ　かわいいを集めるお買い物さんぽ　自由が丘	・毎日を楽しくするかわいいものであふれる街はこちらです
Hanako 2017/10/26	ずっとここにいたい　自由が丘　中目黒・三軒茶屋　はじまりの町　自由が丘	・にぎやかな駅周辺エリアと，ゆったりと落ち着いた雰囲気の住宅街と，２つの表情をあわせ持つ ・スキンケアやライフスタイルを提案するブランドの店舗が，自由が丘に次々と誕生
OZmagazine 2018/1	おやつで幸せ　おやつさんぽ　自由が丘　上質な空間で，想いが宿ったおやつに出会う	・お菓子の町として全国的に有名な自由が丘 ・日本を代表するスイーツ店も多い自由が丘
世田谷 ライフマガジン 2018/8	田口淳之介，休日の自由が丘へ。	・常に「住みたい街ランキング」上位に入る自由が丘.
〃	清水編集長のなんでも情報局　セタペディア　旅変わりゆく街と商店を振り返る自由が丘・今昔物語	・特になし
〃	商店街をぷらっと　南自由が丘商店会編	・特になし
おとなの週末 2019/11	東京タイムトリップ　41回　自由が丘　元祖キラキラネームの町	・特になし
OZmagazine 2020/1	パンと文具　自由が丘　定番も新店も話題　豊富なお買い物天国	・路地が多くて，魅力的なお店もいっぱいあって，のんびりお買い物が楽しい自由が丘

（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

４．雑誌記事における各業種の表象の変化

４．１　各業種の雑誌記事数の推移

本章では，自由が丘に存在する特徴的な業種の店舗について，それらの雑誌上での書かれ方とその変化を明らかにする。まず本節では，各業種を取り上げた雑誌記事数の推移について分析する。対象とした雑誌記事は３章で示したものと同様である。

年代別に各業種を取り上げた雑誌記事数と記事数全体に対するその割合（以下，掲載割合とする）を示した表７を見ると，風俗店を取り上げた記事は1970年代の２件のみであり，それ以降全く掲載がない。つまり雑誌では取り上げられなくなった業種といえる。洋服店について1980年代には半数が取り上げていたが，その後掲載割合を低下させている。つまり雑誌では徐々に強調されなくなっている業種といえる。全年代継続して掲載割合が高いのが飲食店とカフェである。いずれも101件記事が出ており，どの年代でも20％以上の雑誌が両業種を取り上げている。両業種が「おしゃれな街」自由が丘の普遍的な要素ともいえる。また雑貨店の記事は1970年代からあるが，1980年代から掲載割合が大幅に上昇している。現在までほとんどの年代で半数以上の雑誌で掲載されており，80年代以降の自由が丘の主要な要素となっている。居酒屋・バーの記事は季節を問わず掲載されており，各年代で10％程度の掲載割合となっている。2000年代から掲載割合が急上昇するのがスイーツ店である。2000年代以降の雑誌では半数以上がスイーツ店の記事が含まれている。同時に掲載割合が上昇するのが，美容系店舗や専門店，習い事施設，花・植物店である。このように業種によって掲載割合とその推移は異なり，各年代で雑誌が強調して取り上げる業種には偏りがある。

４．２　小見出しから読み取る各業種の表象の変化

４．２．１　洋服店

本節では，雑誌の小見出しや，小見出しがない場合は店舗の紹介見出しをもとに，店舗や商品に係る形容表現を分析し，店舗や商品の表象とその変化を明らかにする。今回対象にした業種は洋服店，飲食店，カフェ，雑貨店，スイーツ店，専門店の６業種である。風俗店，居酒屋・バー，美容系店舗，習い事施設，花・植物屋は収集データが少ないため分析対象から除いた。

まず洋服店の形容表現を表８に示す。自由が丘には洋服店が数多く立地している。「あたりはブティックと住宅が共存し，住民を追い立てるような殺気は皆無

表７　各業種を対象にした雑誌記事数の推移

	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代	2010年代	計
風俗店	2 *22.2*	0 *0.0*	0 *0.0*	0 *0.0*	0 *0.0*	2 *0.9*
洋服店	1 *11.1*	11 *50.0*	14 *28.0*	21 *24.4*	12 *22.2*	59 *26.7*
飲食店	3 *33.3*	7 *31.8*	28 *56.0*	40 *46.5*	23 *42.6*	101 *45.7*
カフェ	2 *22.2*	9 *40.9*	16 *32.0*	39 *45.3*	35 *64.8*	101 *45.7*
雑貨店	1 *11.1*	11 *50.0*	23 *46.0*	49 *57.0*	28 *51.9*	112 *50.7*
居酒屋・バー	3 *33.3*	2 *9.1*	8 *16.0*	13 *15.1*	9 *16.7*	35 *15.8*
スイーツ店	3 *33.3*	2 *9.1*	10 *20.0*	42 *48.8*	29 *53.7*	86 *38.9*
美容系店舗	1 *11.1*	1 *4.5*	4 *8.0*	17 *19.8*	9 *16.7*	32 *14.5*
専門店	0 *0.0*	2 *9.1*	1 *2.0*	12 *14.0*	20 *37.0*	35 *15.8*
習い事施設	0 *0.0*	0 *0.0*	0 *0.0*	2 *2.3*	2 *3.7*	4 *1.8*
花・植物屋	0 *0.0*	0 *0.0*	0 *0.0*	7 *8.1*	18 *33.3*	25 *11.3*
年代別記事数	9	22	50	86	54	221

イタリック体は，各年代の記事で対象業種が取り上げられた割合を示す。2010年代には2020年の記事も含める。
（大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

表８　洋服店の記事における形容表現

特徴的な表現	1970年代		1980年代		1990年代		2000年代		2010年代	
	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）
世界の，輸入の	1	100	2	66.7	7	17.9	4	11.4		
カジュアルな			1	33.3	4	10.3				
美しい，きれいな					3	7.7	2	5.7		
充実の					3	7.7	1	2.9	1	16.7
上品な，洗練された					2	5.1	2	5.7	1	16.7
華麗な，エレガントな					2	5.1				
賑やかな，明るい					2	5.1				
有名人の					1	2.6	2	5.7		
上質な					1	2.6	2	5.7		
こだわりの					1	2.6	1	2.9		
シンプルな					1	2.6			1	16.7
着心地がいい							3	8.6	1	16.7
おしゃれな							3	8.6		
人気の							2	5.7	1	16.7
天然の，ロハスな							2	5.7	1	16.7
その他					12	30.8	11	31.4		
計	1	100	3	100	39	100	35	100	6	100

全年代を通じて一度しか現れない表現はその他とした。2010年代には2020年も含まれる。
（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

だ[62]」とあるように，住宅地と洋服店が共存していることが特徴である。商品や店舗に関しては，1970年代は「世界の，輸入の」という表現が見られ，1980年代になるとそれに加えて「カジュアルな」という表現も見られるようになった。「閑静な住宅街に住む人々のグローバルなセンスに応える老舗のブティック[63]」などという表現が本文中にもみられ，外国っぽさが強調されている。1990年代には多様な表現が用いられるようになり，「世界の」や「カジュアルな」という表現が継続して多用される一方，「美しい，きれいな」や「充実の」といったものが新たに見られた。2000年代には「カジュアル」という表現は見られなくなり，新たに「着心地がいい」や「おしゃれな」と表現されている。2010年代になると全体的に表現が減り「世界の」という表現も見られない。

４．２．２　飲食店

次は飲食店の形容表現について表９に示す。まず料理に関して，1970年代は「エスニック料理」や「日本食，和食」のような記述が見られた。1990年代になると「イタリアン」が最も多く見られるようになり，「中華」や「フレンチ」も新たに見られるようになった。しかし2000年代になると「日本食，和食」の記述が多くなり，2010年代にはその記述が最も多くなる。世界の料理が集まる自由が丘ではあるが，人気分野の国内回帰が生じているように見える。

料理や店舗の特徴に関して，1980年代は「満足の」や「美味しい」，「気軽な，手軽な」，「割安な」，「爽やかな」といった表現が見られた。1990年代になると「のんびりした，くつろげる」という表現が多くなる。同時に「閑静な，静かな」という表現も多くなり，ゆっくりとできる飲食店が好まれている傾向がみられる。またこの時期は「テラスの」という店舗の特徴を示した表現も多く，外に客席があるオープンエア店舗を重点的に取り上げている。2000年代になると「のんびりした，くつろげる」という表現は継続して多く使われている。また多く利用された表現は「個性的な」というものであり，オリジナルの料理を提供していることを強調した表現が多い。新しい表現としては「親しみやすい，敷居が低い」というものが出てきた。一方，1990年代に多かった「上品な，洗練された」という表現が減少しており，高級志向からの変化が垣間見える。2010年代も「のんびりした，くつろげる」という表現が多く，「隠れ家の」という表現も多用される。一方で「カジュアルな」という表現も多くなり，2000年代から見られる高級志向からの変化が続いている。本文中でも「“おいしくて個性のある料理が食べられるけど，高いのが難点”と言っていたのは今や昔[64]」などと書かれている。また「美しい，見た目がいい」という表現が多くなった。これは近年のインスタ映えを意識した傾向といえるだろう。

表9　飲食店の記事における形容表現

特徴的な表現	1970年代		1980年代		1990年代		2000年代		2010年代	
	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）
（料理の内容）										
エスニック料理	1	50.0			10	16.4	4	12.9	2	12.5
日本食，和食	1	50.0			6	9.8	6	19.4	4	25.0
イタリアン					13	21.3	7	22.6	3	18.8
中華					11	18.0	3	9.7		
フレンチ					9	14.8	5	16.1	3	18.8
お酒					7	11.5	2	6.5	3	18.8
ヨーロッパ					2	3.3				
アジア					1	1.6	3	9.7		
その他					2	3.3	1	3.2	1	6.3
計	2	100	0	0	61	100	31	100	16	100
満足の			1	20.0	5	5.9	1	1.2	1	2.1
美味しい			1	20.0	4	4.7	3	3.7	3	6.3
気軽な，手軽な			1	20.0	4	4.7	2	2.4	3	6.3
割安な			1	20.0	2	2.4	5	6.1	1	2.1
爽やかな			1	20.0					1	2.1
のんびりした，くつろげる					9	10.6	8	9.8	4	8.3
テラス					7	8.2	1	1.2	1	2.1
上品な，洗練された					5	5.9	1	1.2	1	2.1
個性的な，オリジナルの					4	4.7	7	8.5	1	2.1
閑静な，静かな					4	4.7	4	4.9	1	2.1
本格的な，実力派の					3	3.5	5	6.1		
カジュアルな					3	3.5	3	3.7	4	8.3
素材にこだわった					3	3.5	1	1.2		
やみつき，癖になる					3	3.5			1	2.1
健康にいい，有機食材の					2	2.4	4	4.9	3	6.3
人気の，評判のいい					2	2.4	3	3.7	1	2.1
隠れ家の					2	2.4	2	2.4	3	6.3
天然の，自然の					2	2.4	1	1.2		
優雅な，贅沢な					1	1.2	5	6.1	1	2.1
アットホームな					1	1.2	3	3.7	1	2.1
心地よい					1	1.2	2	2.4	1	2.1
こだわりの					1	1.2	2	2.4		
おしゃれな					1	1.2	1	1.2		
広い					1	1.2	1	1.2		
極上の					1	1.2			2	4.2
素朴な，シンプルな					1	1.2			1	2.1
ハイレベルの，上質な					1	1.2			1	2.1
親しみやすい，敷居が低い							5	6.1	1	2.1
こぢんまりした，小さい							3	3.7		
緑豊かな，庭の							2	2.4		
美しい，見た目がいい							1	1.2	3	6.3
とっておきの							1	1.2	2	4.2
愛される							1	1.2	1	2.1
老舗の							1	1.2	1	2.1
新鮮な									2	4.2
その他					12	14.1	3	3.7	2	4.2
計	0	0	5	100	85	100	82	100	48	100

全年代を通じて一度しか現れない表現はその他とする。2010年代には2020年も含まれる。
（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

4．2．3　カフェ

次はカフェの形容表現について表10に示す。自由が丘にはカフェ天国といわれるほどカフェが多いとされる。そのカフェの料理や店舗に関しては，1990年代は「世界の」という表現が最も多く，次に「静かな，のんびりとした」という表現が続く。関連した表現として「秘密の，こっそり」という表現も多用されており，ゆっくりできるカフェが強調して取り上げられている。この傾向は飲食店と同様であり，自由が丘の食事環境で「静かさ，のんびり」が求められていると考えられる。また店舗の特徴としては「テラスの」や「雑貨店併設の」という表現が多く，自由が丘のカフェの特徴といえるだろう。本文中にも「雑貨選びの楽しさにもたっぷりひたれるショップインカフェ[65]」とある。2000年代になっても変わらず「世界の」という表現が多く，次に「静かな，のんびりとした」が続いている。新しい特徴としては「緑あふれる」という表現が多用されるようになった。植物に囲まれている形態のカフェのことである。また「昔ならではの，懐かしい」や「日本の，和風な」という表現も多い。外国風のカフェが好まれていた自由が丘で，このような日本風のカフェの取り上げが多くなっており，自由が丘のカフェ事情の変化がみられる。2010年代になると「静かな，のんびりした」が最も多用され，次に「世界の」という表現が続いた。2000年代に急増した「緑あふれる」や「昔ならではの，懐かしい」，「日本の，和風な」という表現がほとんど見られなくなったため，これらは一時的なブームであったと考えられる。

表10　カフェの記事における形容表現

特徴的な表現	1990年代		2000年代		2010年代	
	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）
世界の	9	13.4	10	16.1	5	10.0
静かな，のんびりとした	6	9.0	6	9.7	7	14.0
テラス	5	7.5	3	4.8	2	4.0
雑貨店併設の	5	7.5	2	3.2	4	8.0
秘密の，こっそり	4	6.0	2	3.2		
ヘルシー，体にいい	3	4.5	3	4.8	1	2.0
ハイクオリティ，上質な	3	4.5	1	1.6	1	2.0
優雅な，贅沢な	3	4.5	1	1.6		
自由が丘らしい	3	4.5	1	1.6		
緑あふれる	2	3.0	6	9.7	1	2.0
新しい，新鮮な	2	3.0	1	1.6	3	6.0
美味しい	2	3.0				
シンプルな	2	3.0				
日本の，和風な	1	1.5	5	8.1	1	2.0
昔ならではの，懐かしい	1	1.5	4	6.5	1	2.0
人気の，噂の	1	1.5	2	3.2	2	4.0
充実	1	1.5	1	1.6	1	2.0
実力派，本格的な	1	1.5	1	1.6	1	2.0
気軽な	1	1.5	1	1.6		
田舎の	1	1.5			2	4.0
かわいい	1	1.5			1	2.0
息が長い，老舗の	1	1.5			1	2.0
個性的な	1	1.5			1	2.0
心地よい			2	3.2	1	2.0
和む			2	3.2		
こだわり			1	1.6	3	6.0
優しい					2	4.0
お気に入りの					2	4.0
特別な					2	4.0
その他	8	11.9	7	11.3	5	10.0
計	67	100	62	100	50	100

全年代を通じて一度しか現れない表現はその他とした。2010年代には2020年も含まれる。
（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

４．２．４　雑貨店

次は雑貨店の形容表現について表11に示す。自由が丘は雑貨店の密集地や雑貨文化発祥の地ともいわれる。その雑貨店の商品や店舗に関して，1980年代は「異国の，輸入の」や「素朴な，シンプルな」という表現が多く使われてきた。輸入雑貨を取り扱い，その商品は素朴なものだったと推測される。本文中でも「欧米ではよく知られているショップの日本１号店がなぜだか自由が丘に続々とオープン。（中略）世界中の実力派雑貨店がここを目指してやってくる！[66]」とある。1990年代になっても「異国の，輸入の」という表現は多用されるが，この時期に新しく利用されるようになったのが「ゆっくりとした，心休まる」という表現である。輸入雑貨を販売するだけでなく，店内でくつろげる取り組みがされていることがわかる。2000年代にも「異国の，輸入の」という表現は多い。しかし1990年代に多かった「ゆっくりとした，心休まる」という表現は少なくなった。増加した表現として「上質な，良質な」がある。質のいい雑貨を取り扱っていることが取り上げられているのだ。2010年代には「異国の，輸入の」という表現が減少する一方，「古き良き，伝統の，年代物の」という表現が増加した。輸入雑貨よりもこのような商品の方が注目されるように変化したのだろう。

表11　雑貨店の記事における形容表現

特徴的な表現	1980年代		1990年代		2000年代		2010年代	
	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）
異国の，輸入の	3	17.6	10	22.7	21	22.3	5	9.6
素朴な，シンプルな	3	17.6	1	2.3	6	6.4	1	1.9
オリジナルの	2	11.8	2	4.5	4	4.3	1	1.9
楽しい，ワクワクな	2	11.8			3	3.2	3	5.8
洗練された，小粋な	1	5.9	2	4.5	2	2.1	1	1.9
割安の	1	5.9	2	4.5	1	1.1		
優しい	1	5.9	2	4.5				
子ども向けの	1	5.9	1	2.3	3	3.2	1	1.9
かわいい	1	5.9			5	5.3	4	7.7
ゆっくりとした，心休まる			5	11.4	1	1.1		
優雅な，上流の			3	6.8				
古き良き，アンティークの			2	4.5	4	4.3	11	21.2
ハイセンスな，レベルの高い			2	4.5	1	1.1		
上質な，良質な			1	2.3	6	6.4	2	3.8
温もりの，あたたかい			1	2.3	2	2.1	2	3.8
心地よい，心和む			1	2.3	2	2.1		
おしゃれな			1	2.3	1	1.1	5	9.6
最新の			1	2.3	1	1.1	1	1.9
人気な，注目の			1	2.3	1	1.1	1	1.9
便利な，使いやすい			1	2.3	1	1.1		
充実の，いっぱいの					5	5.3	1	1.9
個性的な，ユニークな					4	4.3	2	3.8
ナチュラルな					3	3.2		
和風な					2	2.1		
モダン					2	2.1		
新鮮な					2	2.1		
お気に入りの					1	1.1	3	5.8
豊かな					1	1.1	1	1.9
とっておきの，こだわりの					1	1.1	1	1.9
ときめく，一目惚れの							2	3.8
その他	2	11.8	5	11.4	8	8.5	4	7.7
計	17	100	44	100	94	100	52	100

全年代を通じて一度しか現れない表現はその他とした。2010年代には2020年も含まれる。
（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

4．2．5　スイーツ店

次はスイーツ店の形容表現について表12に示す。料理や店舗に関しては，1970年代から「老舗の」,「世界の」,「手作りの」という表現が使われている。1990年代にも「老舗の」,「世界の」という表現が多い。2000年代になっても「老舗の」,「世界の」という表現が多いが，それより目立つのが「パティシエの」という表現である。自由が丘に集まる有名パティシエが注目されるようになったことを示している。これは自由が丘に「モンサンクレール」というスイーツ店を開業した辻口シェフがメディアで注目されたためだと考えられる。「注目パティシエが進出し，渋谷の老舗も移転！自由が丘スイーツが，さらに賑わい出した[67]」とあるように，彼を発端に数多くのシェフが自由が丘に集まってきたとされる。また新しく多用された表現として「絶品の」というものもある。2010年代になると「老舗の」,「世界の」という表現は少なくなってきた。2000年代から使用されている「パティシエの」という表現は多く，「お土産の，お持たせの」という表現が急増している。他所へ持っていく土産物として自由が丘のスイーツが選ばれるようになったと考えられる。他には「発祥の，元祖の」という表現が多くなり，これは2000年代の「懐かしい，伝統の」という表現が変化したものと考えられる。また発祥や元祖の店であることをアピールする点は，その業種・業態が自由が丘に定着したことの表れとも考えられる。本文中で「自由が丘は伝統と歴史ある老舗や新進気鋭のシェフの店など有名店が軒を連ねるスイーツ天国[68]」とあるように，新しいパティシエが作るスイーツと，伝統ある老舗のスイーツが共存する地域といえる。

表12　スイーツ店の記事における形容表現

特徴的な表現	1970年代		1990年代		2000年代		2010年代	
	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）
老舗の	1	33.3	2	15.4	9	10.8	4	8.9
世界の	1	33.3	2	15.4	9	10.8	2	4.4
手作りの	1	33.3			1	1.2		
パティシエの			1	7.7	11	13.3	5	11.1
お土産の，お持たせの			1	7.7	4	4.8	8	17.8
好評の，人気の，定番の			1	7.7	3	3.6	2	4.4
一流の，ハイレベルの			1	7.7	3	3.6		
発祥の，元祖の			1	7.7	2	2.4	4	8.9
注目の，噂の			1	7.7	2	2.4		
リッチな，高級な			1	7.7	1	1.2		
他にない，唯一の			1	7.7			2	4.4
やみつきの			1	7.7			1	2.2
絶品の					7	8.4	1	2.2
懐かしい，伝統の					4	4.8	1	2.2
新しい，斬新な					3	3.6	1	2.2
名店の					3	3.6	1	2.2
愛される					2	2.4	3	6.7
こだわりの，厳選された					2	2.4	1	2.2
和風の					2	2.4		
身近な					2	2.4		
幸せの，至福の					1	1.2	2	4.4
体にいい					1	1.2	2	4.4
素材にこだわった							2	4.4
その他					11	13.3	3	6.7
計	3	100	13	100	83	100	45	100

全年代を通じて一度しか現れない表現はその他とした。2010年代には2020年も含まれる。
（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

４．２．６　専門店

次は専門店の形容表現について表13に示す。「自由が丘らしいショッピングを考えたとき，外せないのが専門店巡り[69]」とあるように専門店は2000年代以降の自由が丘の魅力として重要な要素の１つである。1980年代から1990年代までの記述では，ジャムやチーズといった食料品関係がみられる。しかし2000年代を過ぎると，食料品関係に加えて料理器具や犬用品，コスメなどに関する記述が見られるようになった。時を経て多様な専門店が掲載されるようになったといえる。

製品や店舗については，1990年代には「オリジナルの」という表現が見られ，1990年代になると「輸入の」という表現も見られた。この「輸入の」という表現は2000年代も見られた。2000年代に多く見られたのが「手作りの，自家製の」というものである。自家製の食材などが販売されていたようだ。2010年代になると継続して「手作りの，自家製の」という表現は多いが，「健康にいい，ヘルシーな」というものが急増する。健康を意識した商品を取り扱う店舗が増え掲載されている。また新しく多用された表現として「特別な，とっておきな」もある。自由が丘にしかないものを専門に取り扱っている店舗が増加したと考えられる。

表13　専門店の記事における形容表現

特徴的な表現	1980年代		1990年代		2000年代		2010年代	
	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）	件数（個）	割合（%）
（商品の内容）								
ジャム	1	100						
チーズ			1	50.0				
お茶			1	50.0	2	28.6	1	11.1
スパイス					1	14.3	2	22.2
料理器具					1	14.3	1	11.1
デリ食材					1	14.3		
ピクルス					1	14.3		
犬用品					1	14.3		
調味料							2	22.2
コスメ							1	11.1
肉							1	11.1
コーヒ豆							1	11.1
計	1	100	2	100	7	100	9	100
オリジナルの	1	100						
輸入の			1	50.0	1	11.1		
健康にいい，ヘルシー			1	50.0			4	30.8
手作りの，自家製の					2	22.2	2	15.4
自然の，天然の					1	11.1	1	7.7
楽しい					1	11.1		
新鮮な					1	11.1		
かわいい					1	11.1		
充実					1	11.1		
ワンランク上					1	11.1		
特別な，とっておきの							2	15.4
カフェ併設							1	7.7
ユニーク							1	7.7
穴場の							1	7.7
ホッとする							1	7.7
計	1	100	2	100	9	100	13	100

2010年代には2020年も含まれる。
（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録より作成）

４．３　小結

本章では各業種の雑誌での書かれ方とその変化について考察した。各業種の形容表現の特徴を図２に示す。6業種全てで初期段階から多用された表現として「世界の，輸入の」がある。これらの業種の店舗が自由が丘の外国風の雰囲気を作りだす一因であったといえる。また，これは高級住宅地の中に位置し，1960年代から「高級」なイメージが定着していたことが関係すると考えられる。街全体についての表現でも外国っぽさが2000年代以降強調されていることは３章で述べた。しかしこれらの表現は2010年代前後にはあまりみられなくなり，飲食店では和食が強調されるようにもなった。つまり街全体では外国っぽさが強調されるが，個々の店舗ではそれが強調されなくなっている。これについては外国風の店舗が減っている可能性もあるが，どの店舗も外国風となり差別化するためにこの表現が使われなくなったとも考えられる。

また1990年代以降，「くつろぎ」や「静かさ」が飲食店やカフェで強調される。これは３章で述べたように来街女性の年齢上昇が起きる時期と重なる。大人の女性が増加するために喧噪から避けた店舗が強調されたのではないだろうか。近年は，渋谷でもかつての来街者の年齢上昇に伴い，渋谷ストリームの飲みスペースや子供向け遊具など，大人向けの空間へと変わりつつある。このような街の変化が，メディアにおいても表象されている。

他にも様々な表現が利用され，利用されなくなった。同じ業種であってもその店舗の雰囲気や商品内容に対するメディアの取り扱いは時を経て変化している。

５．雑誌記事掲載店舗の分布傾向

５．１　全店舗の分布変化

本章では雑誌記事で紹介された店舗の分布傾向を分析する。まず本節では自由が丘の店舗として紹介された全業種の分布傾向を明らかにする。

対象とした雑誌記事は３章で扱ったものと同様であり，雑誌内で店舗名と住所がともに表示されている店舗を対象とした。掲載される店舗のうち飲食店，雑貨店，スイーツ店，カフェ，美容系店舗，居酒屋・バー，洋服店，専門店，花・植物屋，習い事施設の10業種を分析した。221件の記事のうち，1976年から2020年1月までに掲載された店舗数は延べ3,911店であった。

これらの店舗の分布傾向を分析するため，図３のように自由が丘を12の地区に区分する。自由が丘駅前の交番を中心に半径200ｍと400ｍの円を描き，東急東横

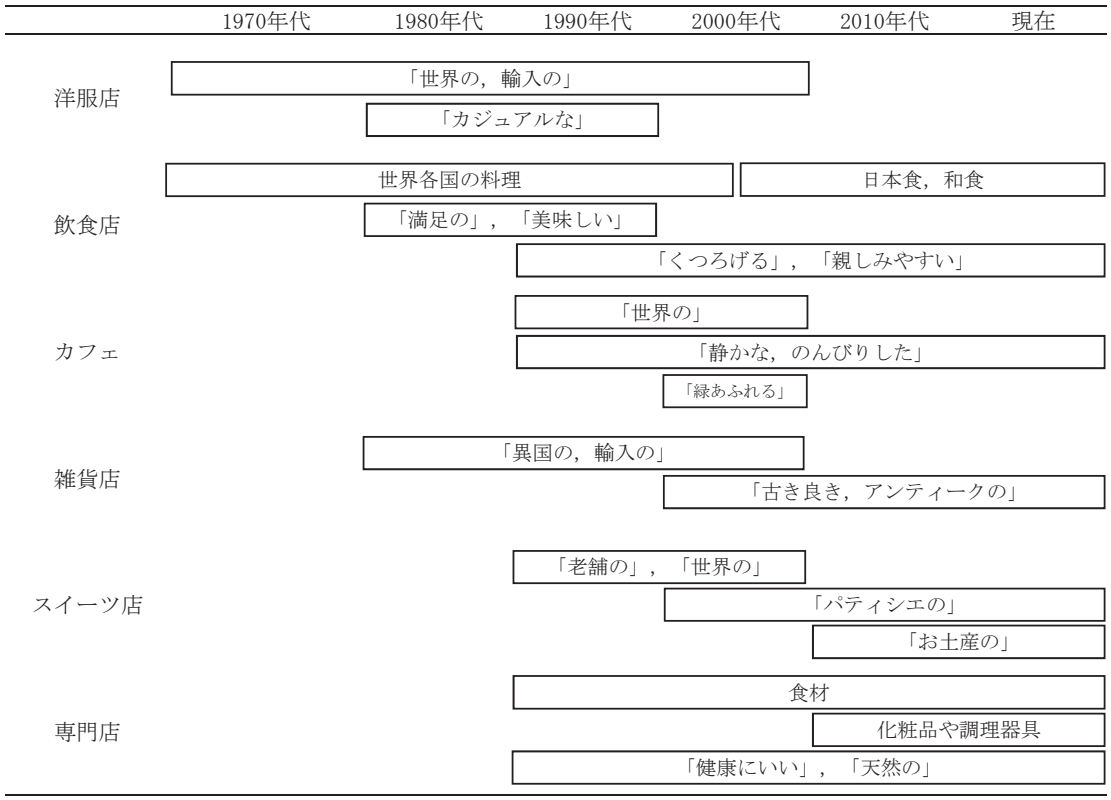

図２　各業種の主な形容表現

（各雑誌記事，大宅壮一文庫雑誌記事検索総目録より作成）

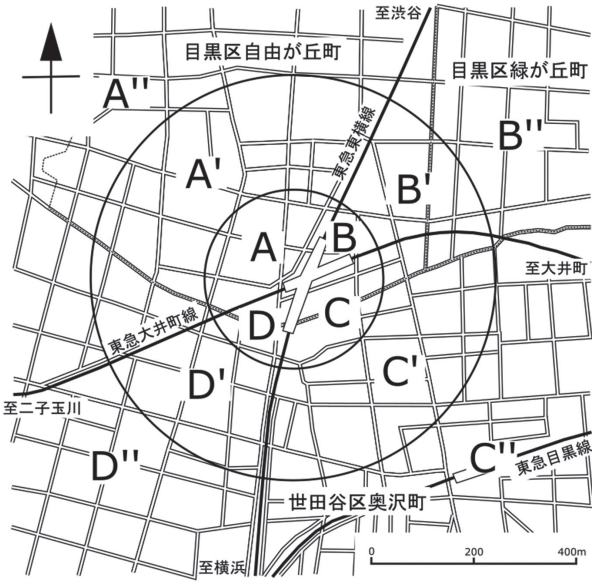

図３　研究対象地域の地区区分

線と東急大井町線の線路を境に12の地区に区分する。北西部をＡセクターとして，内部をＡ，中部をＡ’，外部をＡ”とする。同様に北東部をＢ，Ｂ’，Ｂ”，南東部をＣ，Ｃ’，Ｃ”，南西部をＤ，Ｄ’，Ｄ”とする。掲載店舗数上位３地区は北西部のＡ, Ａ’, Ａ”で, 全体の61.1％にあたる2,388店舗がこの地域に集中しており, メディアが最も注目する地区といえる。

まず掲載される全業種の店舗数の変化を表14から分析する。自由が丘全体としては1976年の11店舗から始まり，ピークは2012年の339店舗，2020年には14店舗となる。地区ごとに見ると1970年代はＡやＢで掲載され，1980年代後半からＡ’が急増し，Ｃにも広がるようになる。2000年代になるとＡやＣ, Ａ’だけでなくＢ’やＣ’, Ｄ’などの中部で増加する。またＡ”やＣ”, Ｄ”も増加し外部にも広がっていくことが読み取れる。つまり雑誌で取り上げる店舗が駅周辺部から外縁部へと推移している。しかし2010年代後半には多くの地区で掲載数を減らしている。

なお自由が丘の店舗として紹介される延べ3,911店舗のうち，自由が丘町内に立地するものは73.4％の2,872店である。掲載店舗が自由が丘町内である比率は年々低下傾向にあり，1976年の100％から2018年には48.9％まで低下した。雑誌が自由が丘の店舗として取り上げる範囲が町外にまで拡大しており，雑誌における自由が丘の範囲が広がっている。大規模な商業集積地は，ウラ街のオモテ化，更なるウラ街の形成により街が拡大するともいわれるが（牛垣2022），メディアにおける店舗の扱いでも同じ傾向がみられる。

５．２　各業種の分布変化

５．２．１　飲食店

本節では各業種の店舗の分布傾向について1970年代，1990年代，2010年代の３時点で分析する。各年代において雑誌に掲載された全業種の店舗のうち，対象業種の店舗数の割合を出現率とする。それを地区ごとに示したものが表15であり，主な業種について模式図で示したのが図４である。この出現率は対象年代の雑誌記事において，どの業種がどの地区でどれだけ重点的に伝えられたのかを表す。

まず飲食店については，1970年代からの約50年間で，どの業種よりも多い1,269店舗が掲載されている。1970年代は地区Ａで出現率5.6％，地区Ｂで25.0％であり，北側内部で重点的に取り上げられている。1990年代になると，中部の地区Ａ’で18.1％, Ｂ’で3.9％, Ｃ’で3.1％, Ｄ’で3.1％の出現率を示し，内部以上に取り上げられている。2010年代になると，中部に加えて外部での出現率が高くなり，地区Ａ”では出現率4.0％の値を示す。つまり雑誌が取り上げる飲食店は時代を経るごとに内部のものから中部，外部へと広がる傾向にある。

５．２．２　雑貨店

次に掲載店舗数が多かったのは雑貨店であり，746店舗が掲載されている。1970年代は内部の地区Ａで出現率が4.2％となっている。この当時は雑貨ブームと言われる時期ではなく，一部地域に雑貨店が立地する状況だったと考えられる。1990年代になると地区Ｃでの出現率の上昇がみられ，中部の地区Ａ’では13.7％，Ｄ’では1.7％まで出現率が上昇した。また外部の地区Ａ”での出現率も2.0％になった。2010年代になると内部の出現率は1.0％以下となり, 中部の地区Ａ’で6.9％，Ｃ’で1.5％，外部の地区Ａ”で1.6％となった。飲食店と同様に雑誌が取り上げる店舗の場所が内部から外部へと拡大する傾向にあるが，内部での取り上げが減少していることがこの業種の特徴である。

５．２．３　スイーツ店

スイーツ店の掲載店舗数は500店舗である。1970年代は内部の地区Ａで出現率5.6％となり，地区Ｃや地区Ａ’でも取り上げられている。1990年代になると地区ＡやＡ’で2.2％，1.1％の出現率を示すのみである。しかし2000年代のスイーツブームが起きた後の2010年代には地区Ａでは2.5％，中部の地区Ａ’で4.0％，Ｃ’で1.5％，外部の地区Ａ”で3.4％，Ｃ”で1.3％にまで上昇した。つまり飲食店と同様に雑誌が取り上げる店舗の分布が内部から中部，外部へと拡大している。

表14　各地区における雑誌記事掲載店舗数の推移

	内部				中部				外部				内部計	中部計	外部計	全体	自由が丘町内	自由が丘町外	自由が丘率
	A（店）	B（店）	C（店）	D（店）	A'（店）	B'（店）	C'（店）	D'（店）	A"（店）	B"（店）	C"（店）	D"（店）	（店）	（店）	（店）	（店）	（店）	（店）	（%）
1976年	6	3	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	10	1	0	11	11	0	100.0
1977年	1	30	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	31	3	0	34	34	0	100.0
1978年	10	5	2	0	9	0	1	0	0	0	0	0	17	10	0	27	27	0	100.0
1979年	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1980年	0	1	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	4	4	0	100.0
1981年	1	0	5	0	9	0	0	1	1	0	0	0	6	10	1	17	15	2	88.2
1982年	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	3	3	0	100.0
1983年	0	0	3	1	4	0	0	0	0	0	0	0	4	4	0	8	7	1	87.5
1984年	0	0	16	0	6	0	0	0	1	0	0	0	16	6	1	23	23	0	100.0
1985年	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1986年	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	2	1	4	1	3	25.0
1987年	0	0	2	0	6	0	0	0	0	0	0	0	2	6	0	8	8	0	100.0
1988年	2	0	12	0	25	1	0	2	0	0	0	4	14	28	4	46	37	9	80.4
1989年	7	0	12	2	54	6	2	4	10	1	2	4	21	66	17	104	85	19	81.7
1990年	18	4	8	0	63	5	3	4	1	2	1	0	30	75	4	109	96	13	88.1
1991年	14	3	10	2	47	10	5	6	7	2	3	1	29	68	13	110	87	23	79.1
1992年	4	1	3	1	33	4	0	3	3	0	0	2	9	40	5	54	48	6	88.9
1993年	2	0	1	0	8	0	0	0	0	0	0	0	3	8	0	11	10	1	90.9
1994年	4	0	5	1	24	0	4	2	2	0	0	0	10	30	2	42	34	8	81.0
1995年	0	0	1	1	10	2	2	1	4	0	0	0	2	15	4	21	17	4	81.0
1996年	14	1	13	2	45	2	3	5	5	0	0	0	30	55	5	90	72	18	80.0
1997年	6	1	3	0	10	1	6	8	1	0	0	1	10	25	2	37	23	14	62.2
1998年	4	1	8	3	20	8	2	2	4	0	0	1	16	32	5	53	42	11	79.2
1999年	16	3	13	3	61	7	4	5	7	1	0	1	35	77	9	121	95	26	78.5
2000年	11	1	12	1	46	5	1	12	11	0	0	1	25	64	12	101	79	22	78.2
2001年	6	2	1	0	26	2	1	0	6	0	2	1	9	29	9	47	42	5	89.4
2002年	10	2	11	1	46	3	4	6	11	0	0	2	24	59	13	96	79	17	82.3
2003年	27	8	18	6	85	11	15	15	17	2	4	1	59	126	24	209	161	48	77.0
2004年	28	8	25	3	98	16	18	10	25	2	5	2	64	142	34	240	191	49	79.6
2005年	28	4	18	4	86	12	22	9	28	4	16	4	54	129	52	235	163	72	69.4
2006年	25	4	9	1	59	10	17	10	14	4	10	3	39	96	31	166	116	50	69.9
2007年	37	3	29	24	143	15	27	6	28	3	5	8	93	191	44	328	263	65	80.2
2008年	9	0	8	3	36	5	6	3	14	0	4	2	20	50	20	90	66	24	73.3
2009年	11	0	8	8	58	8	11	10	16	2	10	15	27	87	43	157	96	61	61.1
2010年	13	2	9	3	65	11	16	8	30	3	12	15	27	100	60	187	116	71	62.0
2011年	21	1	9	6	80	13	18	16	21	6	18	10	37	127	55	219	136	83	62.1
2012年	30	6	22	15	125	24	20	17	41	5	21	13	73	186	80	339	228	111	67.3
2013年	13	3	3	0	28	7	8	5	12	0	4	8	19	48	24	91	56	35	61.5
2014年	26	8	8	4	52	15	12	11	25	1	9	15	46	90	50	186	118	68	63.4
2015年	18	3	7	5	53	5	12	7	13	2	2	6	33	77	23	133	94	39	70.7
2016年	5	0	5	0	12	1	6	0	4	4	1	3	10	19	12	41	23	18	56.1
2017年	3	1	6	1	19	0	6	1	5	2	5	1	11	26	13	50	33	17	66.0
2018年	3	0	2	0	16	1	6	6	4	1	4	2	5	29	11	45	22	23	48.9
2019年	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
2020年	1	0	0	0	7	2	1	0	1	0	1	1	1	10	3	14	11	3	78.6
計	435	109	329	101	1580	215	260	195	373	47	139	128	974	2250	687	3911	2872	1039	73.4

内部計とは，A，B，C，Dの合計，中部計とは，A'，B'，C'，D'の合計，外部計とは，A"，B"，C"，D"の合計，全体とは，全地区の合計，自由が丘町内とは，自由が丘町内に位置する店舗数の合計，自由が丘町外とは，自由が丘町外に位置する店舗数の合計を意味する。
自由が丘率＝自由が丘町内／全体×100で算出した。
（各雑誌記事より作成）

表15　各業種における地区別の雑誌記事掲載店舗出現率の推移

（単位：％）

		A	B	C	D	A’	B’	C’	D’	A”	B”	C”	D”
飲食店	1970年代	5.6	25.0	0.0	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1990年代	3.9	1.9	4.8	1.2	18.1	3.9	3.1	3.1	1.5	0.5	0.2	0.6
	2010年代	3.7	1.3	1.5	0.5	8.0	2.7	2.5	3.4	4.0	0.8	2.8	2.4
雑貨店	1970年代	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1990年代	2.8	0.0	1.5	0.2	13.7	0.3	0.3	1.7	2.0	0.0	0.0	0.3
	2010年代	0.8	0.0	0.2	0.4	6.9	0.5	1.5	0.2	1.6	0.2	0.0	0.5
スイーツ店	1970年代	5.6	0.0	1.4	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1990年代	2.2	0.0	0.8	0.2	1.1	0.0	0.2	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0
	2010年代	2.5	0.0	0.8	0.6	4.0	0.2	1.5	0.7	3.4	0.5	1.3	0.5
カフェ	1970年代	1.4	2.8	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1990年代	1.4	0.0	1.1	0.0	5.4	0.0	0.6	0.5	1.1	0.0	0.0	0.0
	2010年代	0.8	0.2	1.4	0.3	7.2	0.5	0.8	0.0	1.5	0.3	1.4	1.3
美容系店舗	1970年代	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1990年代	0.3	0.2	1.1	0.0	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0
	2010年代	0.7	0.0	0.5	0.0	1.5	0.5	0.5	0.3	0.2	0.0	0.0	0.0
居酒屋・バー	1970年代	6.9	23.6	1.4	0.0	2.8	1.4	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1990年代	1.1	0.2	0.3	0.5	2.8	1.7	0.2	0.3	0.0	0.0	0.5	0.0
	2010年代	0.8	0.3	0.2	0.4	1.5	0.8	0.3	0.2	0.2	0.0	0.2	0.4
洋服店	1970年代	0.0	1.4	0.0	0.0	6.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1990年代	1.1	0.0	0.5	0.0	7.3	0.0	0.2	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0
	2010年代	0.1	0.0	0.2	0.2	2.3	0.2	0.3	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1
専門店	1970年代	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1990年代	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0
	2010年代	0.9	0.0	0.4	0.2	3.2	0.5	0.2	0.5	0.5	0.1	0.1	0.5
花・植物屋	1970年代	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1990年代	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	2010年代	0.0	0.0	0.2	0.0	0.3	0.0	0.6	0.1	0.6	0.0	0.1	0.1
習い事施設	1970年代	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1990年代	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	2010年代	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0

2010年代には2020年も含まれる。
出現率は，各年代において雑誌に掲載された全業種の店舗のうち，対象業種・地区の店舗数の割合を意味する。
（各雑誌記事より作成）

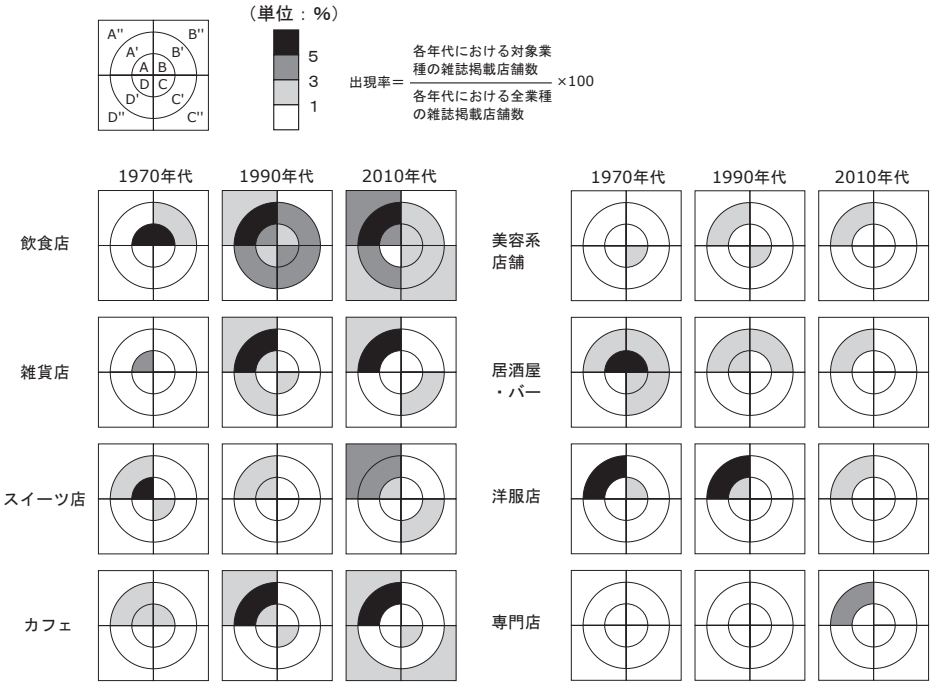

図4　各業種における雑誌記事掲載店舗の出現率の空間的パターン

５．２．４　カフェ

カフェの掲載店舗数は483店舗である。1970年代は内部の地区Ａで1.4%，Ｂで2.8%の出現率を示し，中部の地区Ａ’で1.4%となっている。1990年代になると内部での取り上げがあるものの中部の地区Ａ’の出現率が5.4%まで上昇する。また外部のＡ”でも1.1%を示している。さらに2010年代になると内部での取り上げは続くが中部の地区Ａ’の出現率は7.2%まで上昇し，外部の地区Ａ”でも1.5%，Ｃ”で1.4%，Ｄ”で1.3%まで上昇する。つまり飲食店やスイーツ店と同様の広がり方を示している。また内部，中部では北西部が注目されるのに対し，外部では幅広く取り上げられることがカフェの特徴である。

５．２．５　美容系店舗

美容系店舗の掲載店舗数は257店舗である。1970年代は内部のセクターＣで出現率が1.4%となっている。1990年代になると地区Ｃに加えて中部の地区Ａ’の出現率は1.2%まで上昇した。2010年代になると内部で出現率が１%を超える地区はなくなり，中部の地区Ａ’で1.5%を示している。つまり雑誌が取り上げる美容系店舗は内部から中部へと広がり，2010年代には内部ではほとんど取り上げられていない。

５．２．６　居酒屋・バー

居酒屋・バーの掲載店舗数は236店舗である。1970年代は内部の地区Ａで出現率6.9%，Ｂで23.6%を示している。この当時，内部の居酒屋・バーは雑誌でかなり強調されている。また中部の地区Ａ’，Ｂ’，Ｃ’でもそれぞれ2.8%，1.4%，1.4%の出現率となり，雑誌が取り上げる店舗の分布が広がっている。1990年代になると，内部の地区Ａと中部の地区Ａ’，Ｂ’で取り上げが減少し，さらに2010年代になると中部の地区Ａ’では1.5%にまで低下した。つまり居酒屋・バーは街全体として雑誌での取り上げが減少傾向にあり，さらにその傾向は内部で顕著といえる。

５．２．７　洋服店

洋服店の掲載店舗数は225店舗である。1970年代は内部の地区Ｂで出現率1.4%，中部の地区Ａ’で6.9%を示す。中部の北西部で頻繁に雑誌に取り上げられていたことがわかる。1990年代になると中部の地区Ａ’での出現率は7.3%に上昇し，雑誌においてこの地区が洋服店の密集地として強調されている。2010年代になると地区Ａ’の出現率は2.3%まで低下し，内部の地区での取り上げが減っている。つまり雑誌が取り上げる洋服店は内部や中部の一部であったが，時を経るにつれ中部の地区に限られるようになった。

５．２．８　専門店

専門店の掲載店舗数は131店舗である。1970年代の取り上げは全くなく，1990年代もわずかだが，2010年代になると中部の地区Ａ’で出現率が3.2%となる。つまり専門店が雑誌で取り上げられるようになったのは近年の傾向であり，中部のセクターＡ’に限られている。

５．２．９　花・植物屋

花・植物屋の掲載店舗数は49店舗である。1970年代，1990年代の取り上げは全くなく，2010年代もわずかに取り上げられる程度である。

５．２．10　習い事施設

習い事施設の掲載店舗数は15店舗である。花・植物屋と同様に1970年代，1990年代の取り上げは全くなく，2010年代もわずかに取り上げられる程度である。

５．３　小結

本章では，図４に示した各業種の出現率から，各年代で雑誌が注目する業種や，その掲載地区の変化を明らかにした。雑誌に掲載される店舗の分布傾向を業種別に見ると，その広がりには３つのパターンがあることがわかった。１つ目は掲載される店舗の分布が内部から中部，外部へと拡大していく傾向であり，飲食店とスイーツ店，カフェが該当する。２つ目は際立った分布の拡大傾向は見られないが内部での取り上げが減少するものであり，雑貨店や美容系店舗，洋服店，居酒屋・バーが該当する。３つ目は中部を中心に取り上げられるものであり，専門店が該当する。5. 2では，雑誌掲載店舗が町内から町外へと空間的に拡大していることを示したが，雑誌メディアに取り上げられる店舗の立地傾向は業種ごとに異なり，それぞれ特徴があることがわかる。

６．まとめ

本研究では，新聞記事や文学作品，雑誌記事の記述の分析から，自由が丘の魅力である「おしゃれ」さを構成する要素を明らかにするとともに，その形容表現や空間的な分布傾向の変化を明らかにした。

まず「おしゃれ」さ定着の過程を図５に示す。自由

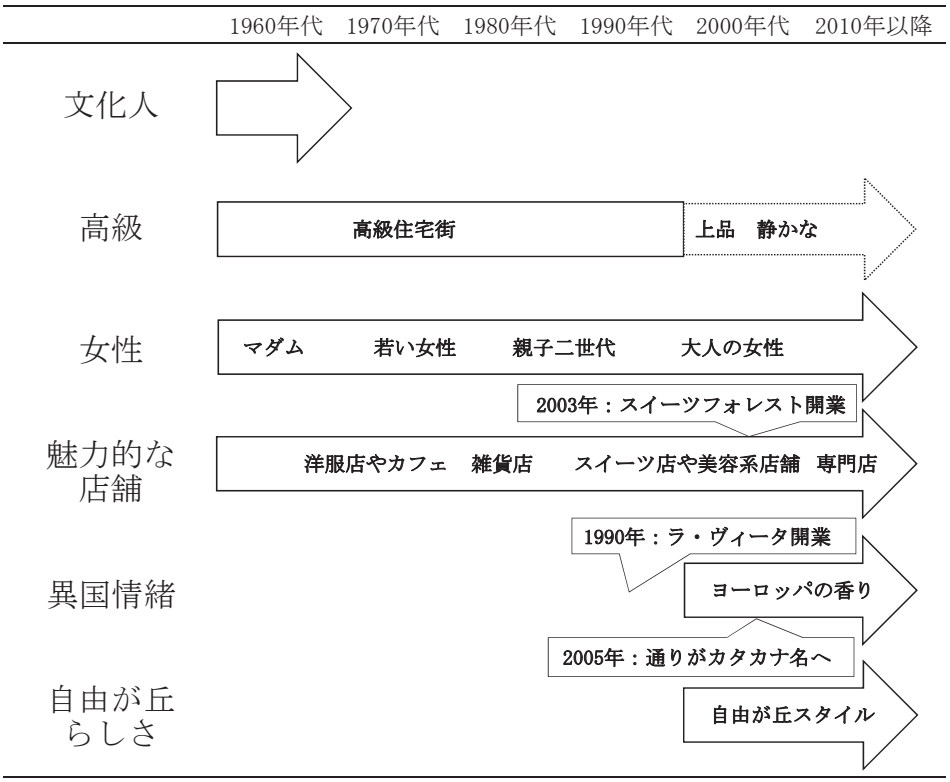

図５　自由が丘の「おしゃれ」さを構成する要素とその推移

が丘の「おしゃれ」さを構成する要素は６つ存在すると考える。１つ目は「文化人」の存在である。かつて農地が広がっていたこの地に数多くの文化人が集住し，戦前の自由が丘は自由な雰囲気が息づく街へと変化した。彼らは質の良い商品を求めたため，ハイレベルな店舗が多数立地したとされる。彼らの集住とその消費スタイルによって２つ目の「高級」さという要素が生まれたと考えられる。この要素は高級住宅地を後背に抱えており，かつ上質なモノが集まる店舗が集中していることから生まれた。また自由が丘にはこの街を通る東急東横線沿線にある慶應義塾大学の多くの学生が遊びに来たとされ，慶應のブランドイメージが高級感を引き立てた可能性もある。この文化人と高級さの２要素は現在記事上でみられなくなってきているが，これらが自由が丘の「おしゃれ」さを構成する一部になっているといえよう。というのも，３つ目の要素である「女性」たちは，自由が丘に存在する質の高い店舗や慶應義塾大学の学生に引き寄せられて集まったと考えられる。1970年代ごろには若い女性が多く自由が丘に集まり，そして彼女らが親となり子どもを連れて自由が丘に戻ってくる現象が起きていることが多く記述される。つまり自由が丘は女性が消費を担い続けることによって発展してきた。その女性たちが求めていたのが４つ目の要素である「魅力的な店舗」である。洋服店や雑貨店，スイーツ店など様々な業種が魅力的な店舗としてメディアで発信され，それが変化し続けることで，来街者にとって自由が丘は飽きさせない街となっている。2000年代前後になると５つ目の要素である「異国情緒」が強調される。自由が丘の街並みや店舗の品揃えなどを外国に例える表現が多くみられるようになった。東京にいながらも外国の雰囲気を味わえることが自由が丘の魅力となっている。６つ目の要素は自由が丘という特別感，「自由が丘らしさ」である。雑貨の選び方やカフェの利用方法などに自由が丘スタイルがあると書かれるようになり，自由が丘という場所が特別視されている。以上６つの要素がそれぞれ発生し，相互に関連し合うことにより今日の「おしゃれ」さが生み出されていると考えられる。

この「おしゃれ」さを構成する要素の一つである魅力的な店舗のメディアによる発信の過程についても明らかになった。1970年代ごろは洋服店や飲食店，カフェが雑誌で取り上げられる。1980年代には雑貨店，2000年代前後にはスイーツ店，2010年代には専門店が集中的に取り上げられるようになった。新たに魅力的な店舗が紹介されると同時に，洋服店などはその取り上げが減少した。また業種別に形容表現を見ると，まず商品については，特に1990年代は外国を意識した表現が非常に多く，飲食店では世界各国の料理が多く強調され，雑貨店では輸入雑貨を多く取り上げている。しかし外国を意識した表現は2010年代ごろには減少

傾向にあり，代わりに日本食や古い雑貨が強調されるようになった。スイーツ店でも同様に，世界のスイーツを意識した表現から，自由が丘のパティシエを強調した表現となった。次に店舗内については，1990年代には落ち着きを強調した表現が多くみられ，飲食店やカフェ，雑貨店でもこのような雰囲気が魅力として書かれている。自由が丘の魅力の一つである各種店舗も時代を経るごとにその形容表現が変化している。

これら様々な業種の店舗が集積し，メディアによって発信されることにより，自由が丘には関連購買行動（石原2000）が生じる。ランチを楽しみ，その後洋服店や雑貨店で買い物をする。疲れたらカフェで休憩しまた買い物に戻る。そして最後にスイーツ店でお土産を買って帰る。以上を自由が丘で完結することができる。この関連購買行動が生じる街は魅力的であり，商業集積地としての強みを増す（牛垣ほか2016）。

雑誌に掲載される店舗の分布に関しては，業種によってその傾向が異なることが明らかになった。各業種の雑誌掲載店舗の分布傾向には3タイプある。重点的に取り上げる地区が，①飲食店とスイーツ店，カフェのように，内部から中部，外部へと空間的に拡大していくもの，②雑貨店と美容系店舗，居酒屋・バー，洋服店のように，外部への拡大傾向が小さく，内部や中部での取り上げが多いが，近年は内部で減少しているもの，③専門店のように中部を中心に取り上げられるものである。この中で掲載対象店舗の分布が拡大傾向にある飲食店やカフェでは「落ち着き」や「静かさ」が強調される。これらの店舗が駅周辺部の喧噪から逃れるため外部に立地した可能性や，そのような外部の店舗が「落ち着き」を売りにしている可能性もある。つまり雑誌が掲載する対象店舗の立地との内容には関連があると考えられる。

また図6には自由が丘における地帯別の雑誌記事掲載店舗の年代別出現率を示した。雑誌メディアにおいて自由が丘の表象が始まった1970年代は，雑誌が掲載した店舗の立地は内部に8割以上が集中した。しかし雑誌が自由が丘の特集を数多く組んだ1990年代になると，取り上げられる店舗の6割以上が中部となり，外部の店舗も出てきた。雑誌での扱いが落ち着きを見せた2010年代には，外部での掲載が2割を超えるようになった。つまり雑誌が取り上げる対象の店舗は駅周辺部から外側へと空間的に拡大する傾向にある。このような現象は，ある街や地域においてメディアでの取り上げが始まりそれが落ち着く間の，雑誌メディアによる発信の空間的パターンを示していると考える。それは，大規模な商業集積地でみられる，街の形成→ウラ街の発生・成長→ウラ街のウラの発生・成長という物理的な街の拡大（牛垣2022）にも対応する。

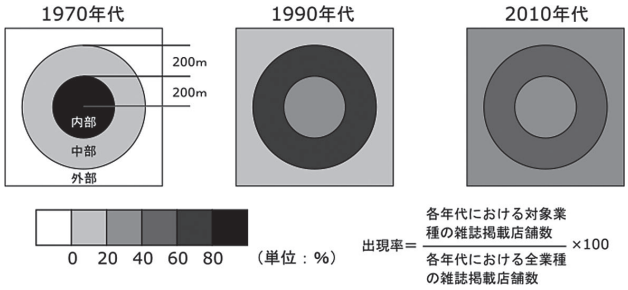

図6　自由が丘の地帯別にみた雑誌記事掲載店舗の年代別出現率

また「おしゃれ」さは，自然発生的な街の発展，街などによる施策，メディアの3つが相互に結びつくことによって定着したと考えられる。特に「おしゃれ」さを構成する要素の一つであるスイーツ店はこの3者によって作られたといえる。自由が丘には戦前から「モンブラン」，「亀屋万年堂」をはじめとするスイーツ店が存在していた。これらの店舗に引き寄せられるようにスイーツ店が自然発生的に徐々に集まる中，2003年にスイーツ店のテーマパークであるスイーツフォレストが地元有力者などによって建設され開業する。すると雑誌メディアはこぞって特集を組むようになる。これにより自由が丘のスイーツブームがより一層高まることになる。自然に生まれてきた魅力を街が引き立たせ，そのイメージを雑誌メディアが発信して魅力がさらに強化される，このような流れがあると考えられる。これによって強化されたスイーツの街としての魅力は，東京屈指の上位階層の商業集積地である渋谷の有名店のパティシエを呼び込むなどで更に強化された。

かつては郊外の小さな中心地であった自由が丘は，以上のようにメディアに表象され，遠方から人を引きつける中心地へと成長した。

なお，本研究では，メディアを見る側の視点，実態としての店舗の立地や取扱商品については十分に考察することができなかった。これらについては今後の課題としたい。

謝辞

本稿は，栗山が2021年1月に東京学芸大学へ提出した卒業論文を基に，牛垣が加筆修正したものであり，その骨子は2021年3月に開催された日本地理教育学会の卒業論文発表大会において発表した。その際にご意見をいただいた先生方に記して御礼申し上げま

す。また本研究の実施にあたり，多くのご指導を頂いた椿真智子先生をはじめとした東京学芸大学地理学分野の先生方に厚く御礼申し上げます。

注

1）大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録の件名キーワード「自由が丘」に分類される記事。
2）自由が丘振興組合（2018）：自由が丘オフィシャルウェブサイト「自由が丘振興組合」。https://www.jiyugaoka-abc.com/association（最終閲覧日：2021年1月10日）。
3）目黒区郷土研究会編：目黒の近代史を古老にきく，p.87，目黒区守谷教育会館，1982。
4）住民基本台帳2021年1月1日。
5）武田繁太郎：自由ヶ丘夫人，p.16，光文社，1960。
6）2万分の1迅速測図「二子村」（明治14年測量）より。
7）「グッズ＆ストリート　気取りと気さく―自由が丘」朝日新聞，1990年4月28日より引用。
8）他にも，教育者の小林宗作，作家の曽根綾子，三島由紀夫，画家の小糸源太郎，岡鹿之助，芸術家の澤田政廣，岡本太郎などが住んだ。
9）自由ヶ丘学園：学校案内　歴史・校歌，自由ヶ丘学園，2015，https://www.jiyugaoka.ed.jp/guide/history/（最終閲覧日：2021年3月24日）。
10）黒柳徹子：窓ぎわのトットちゃん，p.41，講談社，1981。
11）50周年記念誌編集委員会編：自由が丘商店街振興組合50周年記念誌，p.91，自由が丘商店街振興組合，2013。
12）石川達三：青色革命，石川達三作品集8巻　薔薇と荊の細道，p.181，新潮社，1972（初出は1952）。
13）川端康成：女であること，川端康成全集16巻，p.266，新潮社，1980（初出は1956）。
14）朝日新聞：（10）自由ケ丘・三軒茶屋__盛り場昨今，1960年12月24日。
15）朝日新聞：自由ケ丘で地盤沈下　商店など三十軒に被害，1960年2月11日。
16）前掲注14と同じ。
17）朝日新聞：自由ケ丘__盛り場拝見，1964年5月9日。
18）朝日新聞：自由ケ丘__東京だより，1962年4月29日。
19）2020年7月調査時点。
20）大宅壮一文庫：https://www.oya-bunko.or.jp/（最終閲覧日：2021年1月10日）によると，分類は大宅壮一文庫スタッフが行っており熟練の技が求められるという。
21）週刊読売：タウン・チャット　街のおしゃべり　自由ケ丘，p.95，1974年8月31日。
22）週刊サンケイ：週サンPLAYMAP東京・自由が丘，p.162，1977年2月10日。
23）angle：東京フリータウン　モザイクの町，自由が丘，p.11，1978年7月。
24）週刊新潮：CLUB　ピンクサロンもあります“文化人の街”自由が丘，p.123，1978年11月30日。
25）女性セブン：わたしがガイドするすてきな街・ステキな店　自由ケ丘，p.130，1975年6月18日。
26）平凡パンチ：翔んでるプリティが群がる街　自由が丘おんな分布MAP，p.55，1981年2月16日。
27）平凡パンチ：翔んでるプリティが群がる街　自由が丘おんな分布MAP，p.54，1981年2月16日。
28）女性自身：ポップワイド　田園調布の隣り街，自由が丘は典型的山の手のたまり場タウン，p.88，1980年2月28日。
29）オレンジページ：見る買う遊ぶ東京　自由が丘　子連れ生活雑貨のお買い物，p.24，1989年7月17日。
30）non・no：SHOP　ロマンチックな雑貨店　女の子の夢がいっぱい！ロマンチックな雑貨に，自由が丘で出会える，p.173，1988年10月20日。
31）東京人：変わる東京ウォッチング　街のスピード　地図の上から街の変化を読む　自由が丘，p.55，1991年12月。
32）東京人：新・東京風景論　1回　ファンタジックな「秘密の花園」　自由が丘，p.105，1993年1月。
33）東京人：新景観誕生　23回　自由が丘　ラ・ヴィータ1991・1・30，p.106，1991年4月。
34）Hanako：一度は行ってみたい，くつろぎタウン，自由が丘，p.32，1994年12月8日。
35）Hanako：のどかな午後を過ごせる自由が丘の魅力，p.6，1996年6月27日。
36）Hanako：のどかで品がいい街だから，食事，買い物がくつろいでできる。自由が丘，p.32，1999年11月3日。
37）朝日新聞：自由が丘　目黒区　横文字通りが似合う（我がまち20世紀），1999年5月8日。
38）Saita：東京＆大阪　きれいスタイルをどこで買う？みんなの御用達ショップガイド，p.28，2006年6月。
39）OZmagazine別冊：HAPPYの宝庫　自由が丘，p.32，2004年8月24日。
40）東京ウォーカー：発表！東京人気タウンランキング2006住みたい街ランキング　第2位　自由が丘，p.36，2006年2月28日。
41）Hanako：のどかで品がいい街だから，食事，買い物がくつろいでできる。自由が丘，p.18，1999年11月3日。
42）Hanako：おしゃれで親しみやすい，とびきりの店ぞろい，自由が丘，p.32，2003年7月2日。
43）レタスクラブ：料理研究家・藤井恵さんと自由が丘で器探し，p.72，2004年3月25日。
44）キャズ：おいしい，楽しい　自由が丘に集まれ！，p.31，2003年12月8日。

45）OZmagazine別冊：HAPPYの宝庫　自由が丘，p.25，2004年8月24日。
46）Hanako：「自由が丘」へようこそ！ハッピー度No.1の私鉄沿線タウン，p.34，2005年10月12日。
47）ウォーキングマガジン：林マヤの散写inタウン～デジカメ持ってマヤママが行く～自由が丘　ヨーロッパ気分でオシャレウォーク，p.65，2001年7月。
48）TOKYO 1週間：自由が丘　なぜかキレイな人が集る街，p.69，2004年7月20日。
49）朝日新聞：デザートのテーマパーク「自由が丘スイーツフォレスト」ナムコ，2003年11月20日。
50）朝日新聞：お菓子の街アピールへ　自由が丘商店街がキャラクター公募，2004年9月15日。
51）キャンドゥ！ぴあ：Tokyo 3D i-Map　1回　ヨーロピアンテイストでゆく！自由が丘の休日　目的を持たずにのんびり歩こう…昼上がりにそぞろ歩けば気分が安らぐ街並，p.28，2001年6月19日。
52）TOKYO 1週間：自由が丘　なぜかキレイな人が集る街，pp.70-71，2004年7月20日。
53）水の都ベネチアの街並みを再現している。
54）朝日新聞：目黒・自由が丘でパリ気分　きょうまでマリクレールフェスタ，2008年5月25日。
55）世田谷ライフマガジン：ショッピングもランチも楽しくてたまらない自由が丘へ　ほしいものは，全部この街にある，p.42，2012年9月。
56）東京ウォーカー：住みたい街ランキング2010　住みたい街2位　自由が丘，p.24，2010年2月16日。
57）OZmagazine：今日，自由が丘で，p.36，2012年6月。
58）Hanako：ニュースな自由が丘へ！生活が楽しくなるお店が増えています，p.30，2012年10月25日。
59）東京ウォーカー：おでかけ街スイーツ　自由が丘　日本のモンブラン発祥の地は，名店ぞろいのスイーツTOWN，p.26，2011年10月18日。
60）世田谷ライフマガジン：ショッピングもランチも楽しくてたまらない自由が丘へ　ほしいものは，全部この街にある，p.49，2012年9月。
61）Hanako：憧れ，自由が丘　おいしい暮らしを買いに出かけよう！，p.22，2013年10月24日。
62）太陽：イラストルポ　東京・商店街のヒ・ミ・ツ　12・最終日　自由が丘駅前商店街，p.142，1988年6月。
63）ELLE JAPON：徹底探検！ファッション・アベニュー　自由が丘/カレッジストリート，p.87，1990年10月20日。
64）東京ウォーカー：2人で歩く自由が丘　秋の新メニューや新雑貨が続々！，p.50，2000年10月10日。
65）Hanako：97年，東京の注目エリアはここ！新山の手ガイド。自由が丘　大人のための店が増えた自由が丘は，リピーターもいつも新しい感動に出合える，p.82，1997年2月27日。
66）Hanako：A級保存版完全エリアマップ付き　不自由しない自由が丘　東急線のおいしい店83軒大情報，p.16，1992年12月17日。
67）前掲注42と同じ。
68）世田谷ライフマガジン別冊：世田谷の家づくり　暮らし充実！世田谷ライフの洋菓子の歴史を作ったスイーツの聖地　自由が丘，p.82，2007年11月10日。
69）前掲注61と同じ。

参考文献

石原武政：商業組織の内部編成，千倉書房，2000

伊富貴順一：郊外の「街」江坂と千里中央―来街者とメディアの分析を中心にして―，人文地理，49，pp.598-611，1997

牛垣雄矢：地価からみた東京における商業地の階層構造の変化―1975年から2009年にかけて―，地理誌叢，52（2），pp.24-34，2011

牛垣雄矢：まちの地理学―まちの見方・考え方―，古今書院，2022

牛垣雄矢・木谷隆太郎・内藤　亮：東京都千代田区秋葉原地区における商業集積の特徴と変化，E-journal GEO，11（1），pp.85-97，2016

内田順文：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，pp.391-405，1987

内田順文：軽井沢における「高級避暑地・別荘地」イメージの定着について，地理学評論，62，pp.495-512，1989

50周年記念誌編集委員会編：自由が丘商店街振興組合　50周年記念誌，自由が丘商店街振興組合，2013

小森梨恵：目黒区自由が丘におけるイメージ評価の分析―利便性，親密性，流行性，安全性の観点から―，お茶の水地理，55，pp.31-40，2016

近藤道雄：消費行動と商業地域の「イメージ」―自由が丘を例にして―，理論地理学ノート，5，pp.51-58，1987

産業能率大学地域マネジメント研究所編：第6回自由が丘調査　自由が丘エリアの来街者アンケート調査報告書，産業能率大学，2012

成瀬　厚：商品としての街，代官山，人文地理，45，pp.618-633，1993

三上恭子：「下北沢」という現代の盛り場の創出―若者の街考―，理論地理学ノート，10，pp.33-56，1997

目黒区郷土研究会編：目黒の近代史を古老にきく，目黒区守谷教育会館，1982

Bulletin of Tokyo Gakugei University, Humanities and Social Sciences, **74**: 83 - 116, 2023

Elements of "Fashion" in Jiyugaoka as seen from the Media, and Changes in Its Epithets and Distribution

KURIYAMA Taisuke*[1] and USHIGAKI Yuya*[2]

Geography

(Received for Publication; August 30, 2022)

Abstract

In this study, the elements that constitute the fashionability of Jiyugaoka, a neighborhood in Tokyo, Japan, were analyzed using newspaper articles, literary works, and magazine articles. Furthermore, we also analyzed the changes in adjectives and distribution of the elements.

Research revealed six elements that comprise Jiyugaoka's fashionability: cultured denizens, luxury, women, attractive stores, exoticism, and "Jiyugaoka-ness". These elements are interrelated. The description of an attractive store changes with the times.

The stores featured in magazines expand spatially from the center of the city to the outskirts, while distribution differs according to the type of store.

Keywords: Media, Magazine, Image, Commercial Accumulation, Jiyugaoka

*1 Tokyo Gakugei University Secondary School Education Course Social Studies Department graduate
*2 Tokyo Gakugei University (4-1-1 Nukuikita-machi, Koganei-shi, Tokyo, 184-8501, Japan)