

【研究ノート】

鉄道駅スタンプに用いられるモチーフからみた 地域シンボル・イメージとその地域性

宮坂拓実・近藤暁夫

I 目的と方法

1. 問題の所在

人々が特定の土地（あるいは地理的空間＝場所）の姿を脳裏に浮かべるとき、その表象はすでに何らかのイメージのフィルターを通したものと示される¹⁾。様々な場所や地域に対する評価は、これらの場所のイメージがもとになり²⁾、それらはときに広範囲の人々に共有されることによって当該地域の住民のアイデンティティの源泉になったり、逆に地域への様々な「偏見」を固定化・再生産させたりする働きをもつ。

人間が感情の動物である限り、その行動の動機に人々が持つイメージの部分が大きく働くことは避けがたい。そして、地域にかかわる立場からすれば、住民や外部の人に当該地域に対して良好なイメージを持ってもらうに越したことはない。今日では、地域社会や企業の側も、それを自覚して地域イメージと関連付けた商品開発³⁾、宣伝等を通して「良好な地域イメージ」の浸透を熱心に働きかけている。古くは国旗などの地域を象徴する共有シンボルの創造、今日ではいわゆる『ご当地キャラ』や『ご当地ヒーロー』、『様々な「地域限定」商品』の創出など、事例には事欠かない。

人々が特定の地域に対して有しているイメージを把握するためには、大きく分けて次のふたつの方法がある。ひとつは、面接やアンケート調査等によっ

て人々が当該地域に有しているイメージを直接確認する方法⁴⁾で、これは直接対象者の意識を確認できる点、イメージを構成する項目間の関係や個人属性とイメージの対応関係の検討などイメージの背景を含めた把握が可能な点に強みがある。限界としては、大規模なアンケート調査には予算的な制約も大きく、特定の地域あるいは社会集団を対象とした調査に留まらざるをえない場合が多いことがあげられる。広域スケールの検討として、全国70都市の比較検討を行った内田⁵⁾があるが、アンケート調査の対象となったのは地理学研究者という特定の社会階層に限られている。

もうひとつの代表的な方法が、地域に関する何らかの図像・テキストを資料として用い、これを手掛かりとしてそこに表象されている地域のイメージとその背景を抽出しようとするものである。これは、多くのテキストが残されている場合は有効な方法で、日本でも軽井沢⁶⁾、金沢⁷⁾、東京⁸⁾などで、写真や小説、雑誌等を資料に試みられてきた。公刊されているテキストをもとに地域イメージを検討するこのアプローチは、資料の収集に要するコストという点ではアンケートや聞き取り調査よりも少なく済むが、広域を同一基準でカバーする資料が極めて限られるという点から、どうしても特定地域を対象とした検討になりやすい。もっとも、内田⁹⁾は中部地方ならびに中国・四国・九州地方を対象として市町村が出している観光パンフレットを資料に用いて場所イメージを抽出・比較しており、このように多くの地域で類似の資料が刊行されていれば、かなりのスケールでの地域間比較は可能である。ただし、もちろん観光パンフレットのみで地域のイメージのすべてが把握できるわけではない。場所イメージの把握につながる資料は、旅行記や地誌類、広告¹⁰⁾、SNS上での語りなど多種多様に存在していることから、これからも多様な資料を加えて、特定の地域や場所のイメージの抽出を深化させるとともに、イメージの地域間比較を広域スケールで行っていくことが求められよう。

そこで、本稿では鉄道の「駅スタンプ」を資料として用い、そこに掲載されているモチーフの把握から反映されている地域イメージの抽出ならびに全国規模での比較を行うとともに、駅スタンプが資料としてどの程度有効性をもつかどうか検証することを目的とする。スタンプ系の図像から地域のイメージを抽出する試みは、すでに郵便局の「風景印」を材料として須山が行っている。須山は、風景印には印を提示する側が「こう見てほしい」と鑑賞側に期待する地域のイメージが反映されており、風景印に採用されるモチーフ・シンボルには明瞭な地域の特徴を読み解くことができると指摘する¹¹⁾。また、風景印を資料として用いることの有効性としては、全国約11,200の郵便局に配備されており、全国スケールで地域性を読み取ることができる資料数を確保できることが挙げられている¹²⁾。これらの風景印の特徴は、同じように図像の中に周辺地域の史跡名勝をはじめとする様々なシンボル・モチーフが用いられ、全国的に資料が分布している駅スタンプにも共通するものといえる（ただし、沖縄都市モノレール線しか軌道路線が存在しない沖縄県を検討に含められないという限界はある）。

2. 用いる資料と検討の手順

しかしながら、日本全国・旧外地を含む1万6千を超える風景印がデータベース¹³⁾として網羅・公開されている風景印に対し、鉄道駅スタンプは数こそ同等以上にあると考えられるものの、まとまった形でのデータベースの公開に限界があり、地域間の広範な比較を行うことが困難な現状がある。例えば、関田祐市は約7万点という恐らく日本最大の鉄道駅スタンプコレクションを持っているが、書籍等の形で公開されているのはこのうち約380点を収録したものにとどまっている¹⁴⁾。コレクションの一部は関田のホームページ¹⁵⁾でも画像つきで公開されており、おそらくこれが現在一般でみることのできる最も網羅的な駅スタンプのコレクションだと

考えられるが、2009年でギャラリー更新が止まっているため最新のスタンプの確認に限界がある。このほか、企画ものとして駅スタンプコレクションがまとまった形で刊行されている事例もあるが、多くの場合は時期的・地域的な偏りが強い。例えば、交通新聞社¹⁶⁾では全国778件の駅スタンプが網羅されているが、すべて国鉄時代のものである。

そこで、本稿では著者の一人宮坂が所有する駅スタンプコレクション（以下、便宜上「宮坂コレクション」と呼称する）を資料として用いる。このコレクションに収録されている駅スタンプの総数は国鉄（JR）私鉄を含め2,318件で、公刊されている他のコレクションと同等以上の網羅性があると考えられる。駅スタンプが複数年次分ある駅を除くとスタンプが採取された駅の数 は1,353件で、私鉄などを含めた現在の鉄道駅約9,600件¹⁷⁾の約14%を網羅している計算になる。網羅率が必ずしも高くないこと、駅スタンプの収集密度には地域や年代による偏りがあることなど限界も少なくないが、現時点でこれを上回る資料の入手が難しいこと、1300件という数量は全国スケールでの地域比較を行うには十分な量であることから、今回は限界を承知の上で、これを資料として用いることにする。

鉄道の駅スタンプ（第1図）の大きさは一般に8cm程度であり、掲載される情報は主に「駅名」「駅スタンプ設置の日付（ない場合もある）」「駅の立地する地域に関係する何らかのモチーフ（テキストが含まれる場合もある）」である。モチーフはほぼ必ず掲載されるが、スペースの関係上、建物や自然景観（山岳など）など1つか2つのモチーフの掲載に留まる場合がほとんどで、複数のモチーフが掲載されていても大きさにはかなりの差がある。そこで、本稿ではそれぞれの駅スタンプで最も大きく表現されているモチーフを、その駅に対してスタンプの作成者が抱いていた、あるいは鑑賞者に抱いてほしいと考えた場所イメージを象徴するものとして、分析の対象に取り上げる。



「自然景観型」駅スタンプの例
(羽後本荘駅)



「建築物型」駅スタンプの例
(姫路駅)



「鉄道型」駅スタンプの例
(新大阪駅)



「その他」の駅スタンプの例
(三原駅)

第1図 駅スタンプの例

注) 掲載にあたり印影をモノクロ化し大きさを調整している。

・「宮坂コレクション」所収の駅スタンプをもとに作成。

分析の方法としては、駅スタンプのモチーフをその性質から次のように分類し、それぞれのモチーフの出現率をもとに、駅スタンプに用いられるモチーフを全国規模で抽出し、その地域性を明らかにする。その上で、駅スタンプに表象されている地域のイメージとその地域性について検討・考察する。

駅スタンプの分類としては、まず、山岳や峡谷、河川、海岸などの自然景観が最も大きくモチーフとして使われている駅スタンプは「自然景観型」に分類する。駅スタンプのモチーフには、海水浴場やキャンプ場など、自然景観に人文的景観が混じったものも少なくないが、自然景観に該当する面積が大きい場合は、すべて「自然景観型」とする。次に、城郭や神社、ビル街等の建築物が駅スタンプの最も大きな面積を取っているものは「建築物型」に分類する。さらに、鉄道車両など、鉄道に関するモチーフが最も大きな面積を取っているものは「鉄道型」に分類する。厳密に言えば、鉄道の車両などは当該地域のイメージを象徴したモチーフではないかもしれないが、「新幹線が停まる町」であることが住民の誇りのひとつになっている都市も少なくなく、駅スタンプならではのモチーフであるともいえるので、分類項目に加えた。この他、人物や祭祀等のイベントの情景がモチーフに描かれていたり、テキストのみの駅スタンプであったりする例については「その他」に分類した。それぞれの種類の代表的な駅スタンプは第1図に例示されている。

このように駅スタンプを分類した上で、一つの駅で複数の駅スタンプが存在する場合には、スタンプ間で最も頻出するモチーフをもって当該駅を代表するものとし、原則1駅1モチーフで代表させる。ただし、同一駅で収集されたスタンプが偶数枚で、かつ同数のスタンプが異なる類型になっている場合は例外として1駅2モチーフとする場合もある。

3. 駅スタンプについての簡単な説明

駅スタンプは、鉄道駅に設置されているスタンプで、主に鉄道利用者が旅行の記念に押印することを狙って作成・設置される。駅スタンプの発祥は1931年に国鉄(当時)福井駅に設置されたものといわれ、当時は郵便印(風景印)を一回り大きくした程度のサイズで、デザインも駅舎の図像の上に「福井駅」と書かれた簡素なものであった¹⁸⁾。初期の駅スタンプは客の記念印としての意味合いが強く、観光促進など現在の駅スタンプに期待される機能とは若干異なるものであった。

駅スタンプはもともと各駅が独自に設けたもので、当初は形状やデザインの統一性も小さかった。しかし1970年代になると、観光地の最寄り駅を中心に記念用に設置されていた駅スタンプを鉄道利用促進キャンペーンの一環として利用しようとする動きが顕著となり、全国的に駅スタンプ設置が活発化する。特に1970年の「Discover Japan」キャンペーンは画期となる出来事で、この開始と同時に約1,400個の駅スタンプが全国の国鉄駅を対象に新製された。1977年には「一枚のキップから」キャンペーン、1978年には「いい日旅立ち」キャンペーンが続き、それぞれ相当数の駅スタンプが新製される。

1970年代のキャンペーンで新製された駅スタンプは従来に各駅のデザイン・モチーフを踏襲したものが多かったが、1980年の「わたしの旅」キャンペーンになると、このキャンペーン自体が「駅スタンプを押して回る」ことを主体にしたこともあって、スタンプの形状やインクの色などの規格も整備された。国鉄が分割民営化されると、JR各社で駅スタンプの扱いは異なるようになったが、概ね現在でも多くの有人駅に駅スタンプが設置されている。

駅スタンプは、その駅に行ったことを記念するという性質上、各駅を象徴するような観光資源や歴史的建築物、当該地域の主要な祭祀等がデザイ

ン・モチーフとして採用されることが多い。国鉄時代の駅スタンプは最終的に規格統一されるに至ったが、分割民営化されて30年が経過した現在ではJR各社の営業エリアごとに駅スタンプのデザインや形状などが異なっていることが多い。また、私鉄も独自に駅スタンプを作成・設置しているが、これも各社の規格はあるものの、JRと統一されているわけではない。

II 結果と考察

1. 駅スタンプに採用されるモチーフの件数と特徴

宮坂コレクションに収録されている2,318件の駅スタンプを分類したところ、約半数にあたる1,183件は「自然景観型」となった。この中で、山岳がモチーフとして採用されているものは550件で、自然景観型の半数、全駅スタンプの4分の1にあたる。河川・湖沼がモチーフとして採用されているものは240件、海・海岸がモチーフとして採用されているものは393件であった。

次に、「建築物型」に分類された駅スタンプは611件で、内訳は次の通りである。最も多いものが神社や教会等の宗教建築が主体になっているもので建築物型の3分の1にあたる190件となる。日本を代表するような神社や教会の数自体はそれほど多くないにも関わらず、宮坂コレクション全体の1割弱の駅スタンプに宗教建築が使われていることから、宗教建築物は駅スタンプのモチーフに、当該地域を代表するものとして採用されやすい性格を持つと考えることができる。同様に、城郭が主体となってデザインされている駅スタンプも74件存在し、これも現存する城郭の絶対数から考えると頻繁にモチーフに取り上げられる地物であるといえよう。これらの建築物以外の建築物・建造物がモチーフに採用されている駅スタンプは347件であった。具体的には温泉地、スキー場、高層ビル街などが該当した。

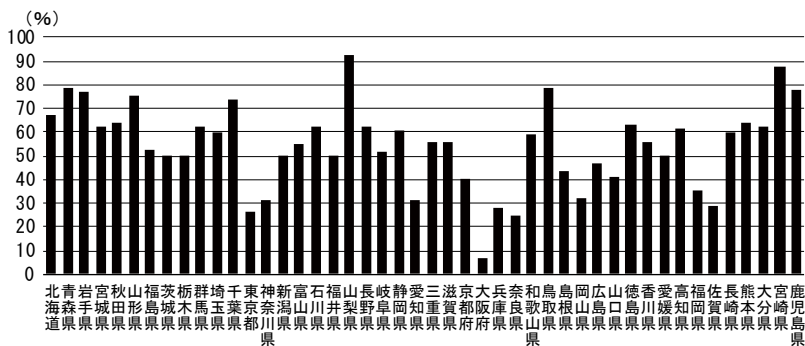
「自然景観型」と「建築物型」で駅スタンプ全体の約8割を占め、残りは「鉄道型」「その他」がほぼ同数となった。鉄道型は、ターミナルとなっている駅でみられるほか、宮坂コレクションの中では私鉄系の駅スタンプに多く見られるのが特徴である。その他に分類されたモチーフは多様であるが、その中で最も多いものは「博多山笠」のような地域の特色ある行事をデザインに取り込んだもので、これも観光的要素が強い駅スタンプの特徴のひとつといえよう。

2. 駅スタンプに採用されるモチーフの地域的傾向

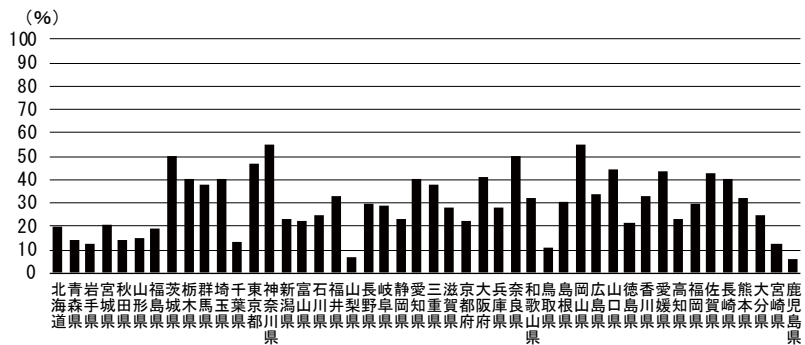
前節で分類した駅スタンプをもとに、全国1,353駅をモチーフごとに分類し、都道府県を集計単位にそれぞれのモチーフの採用頻度を集計・比較した。第2図には都道府県ごとのモチーフの採用比率を示している（先述の3類型に含まれなかった「その他」の分は第2図では省略）。ただし、都道府県ごとの駅スタンプのコレクション数に偏りがあり、少ない県（最少の埼玉県では5駅しか事例がない）では実態を十分に反映できていない可能性があることを予め指摘しておく。

山岳や湖沼などの自然景観型のモチーフが採用されている駅スタンプは、全国的にみればスタンプ全体の約半数を占めているが、その地域的な偏りは大きい。採用率が6割を超えている道県は北海道・青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・群馬県・千葉県・石川県・山梨県・長野県・静岡県・鳥取県・徳島県・高知県・熊本県・大分県・宮崎県・鹿児島県の19道県を数え、うち青森県・岩手県・山形県・千葉県・山梨県・鳥取県・宮崎県・鹿児島県では7割を超えている。山梨県に至っては9割を超える圧倒的な比率を占めているが、これは富士山をはじめとする日本を代表する山岳をどの駅からも眺めることができる地域性による。

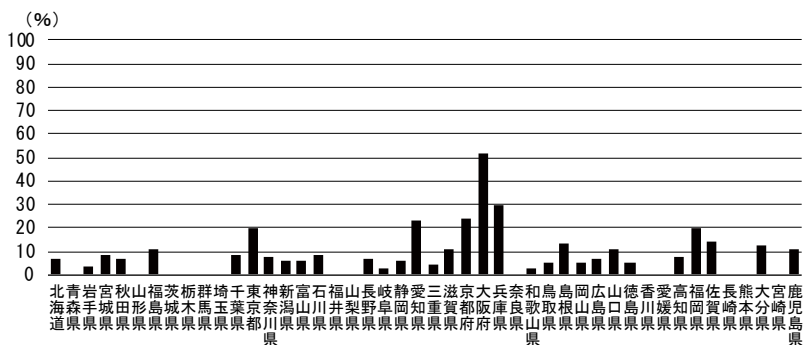
自然景観型のモチーフが卓越するのは、北海道・東北・北信越・九州南



A 自然景観型のモチーフを採用している駅スタンプの比率



B 建築物型のモチーフを採用している駅スタンプの比率



C 鉄道型のモチーフを採用している駅スタンプの比率

第2図 各都道府県の駅スタンプに使われるモチーフの構成比

・「宮坂コレクション」所収の駅スタンプをもとに作成。

部など、都市が相対的に発達しておらず、山岳地帯や田園地帯、海岸沿いを鉄道路線が走る地域が多い。反対に、都市並びに第二次産業・第三次産業が発達している太平洋ベルトに位置する都府県、特に三大都市圏では比率が3割程度と低く、その中でも大阪府での低さが目立つ。

神社仏閣や市街地景観などの建築物型のモチーフが採用されている駅スタンプは、駅スタンプ全体の3割弱を占めているが、これも自然景観型と同様に相当の地域的な差異が確認できる。自然景観型とは逆に、北海道・東北・北信越・南九州で比率が低く、おおむね20%程度からそれ以下で推移している。特に東北各県と千葉県・山梨県・鳥取県・宮崎県・鹿児島県で低い。これらの地域には全国的な知名度を持つ城郭や寺社が少ないこと、山梨県や鳥取県、鹿児島県などには全国的に著名な山岳や海浜地形がみられることなどが要因だと考えられる。採用率が高いのは太平洋ベルトに位置する都府県で、これは都市的なエリアを走る路線が多いことから、路線沿線の都市景観をもとに駅スタンプのモチーフが採用される傾向が強いものと解釈できる。

鉄道型のモチーフの採用率には、地域的な相違が最も顕著に表れている。駅スタンプ全体に占める比率は1割程度だが、三大都市圏では2割程度で推移する。特に京阪神で比率が高く、大阪府では突出した値を示す。これにはコレクションに含まれているスタンプの偏りというバイアスが加味されていることは否めないが、関西圏の駅スタンプに占める私鉄の比率が高いことが大きい。旧国鉄の駅スタンプが作成されたきっかけが、先述のように観光振興目的であったものが多く、そのため採用されるモチーフも駅周辺の史跡名勝が中心になる傾向があるのに対して、私鉄の駅スタンプには必ずしもそのような作成のきっかけがあるわけではない。私鉄の場合には、自社の目玉となる列車を宣伝するようなデザインのスタンプが採用される例も多く、しかも路線全線で同じデザインが採用される場合もある。

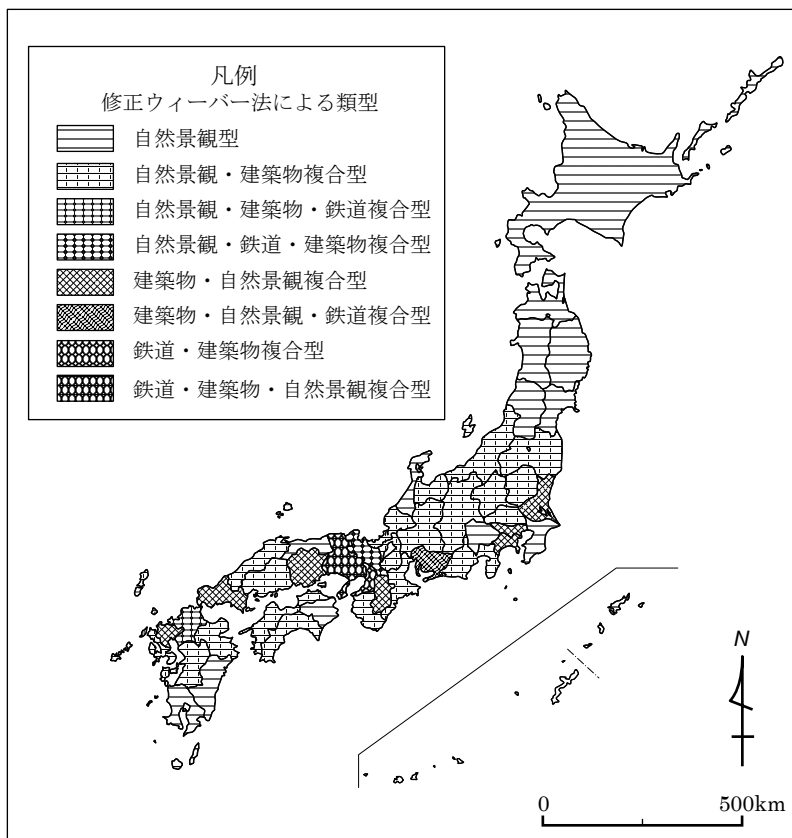
ただし、宮坂コレクションには首都圏の私鉄の駅スタンプが少なく、また、関西圏の私鉄スタンプも1970年代に採録されたものが中心になっている。近年の私鉄各社は駅スタンプに準じるものを作成すること自体が珍しくなっており、鉄道型の駅スタンプの「現状把握」までは、今回のデータからは論及することが難しい。

次に、各都道府県の駅スタンプに採用されるモチーフの構成比をもとに、修正ウィーバー法¹⁹⁾を用いて都道府県の類型化を行った。結果を第3図に示す。類型は8分類となり、「その他のモチーフ」が代表的要素として組み込まれた都道府県はなかった。

北海道、福島県を除く東北地方、千葉県、山梨県、石川県、鳥取県、徳島県、宮崎県、鹿児島県は「自然景観型」のモチーフ単独で代表される。全国的な知名度を有する建築物が少なく、モチーフとなりうる自然景観が多く存在し、千葉県を除けば産業に占める観光業の比重が大きい道県が並んでおり、そのような地域的な特徴がモチーフの選択に反映されたものと考えられる。太平洋ベルト、特に北関東から中部にかけては自然景観型と建築物型のモチーフの組合せで代表される県が広がっている。

建築物型に分類されたモチーフの方が主となる結合型の都県は8都県あり、東京都・神奈川県・愛知県など大都市部が多く含まれる。これらの都県においては、モチーフに採用されるほどの顕著な自然景観が少なく、逆に多くの歴史的建築物や広範な市街地が立地しており、その結果採用されるモチーフにも建築物が多くなっていると考えてよい。また、京都府と福岡県、愛知県、兵庫県は自然景観・建築物・鉄道の3モチーフがすべて含まれる結合になっており、自然的景観・都市的景観・鉄道網すべてが組み込まれた地域だといえる。

例外的なのは大阪府で、唯一自然景観が結合型の中に含まれていない。これには先述のようなデータの偏りもあるが、大阪府自身の自然景観的要



第3図 各都道府県の駅スタンプに使われるモチーフの類型

注) 沖縄県は資料が存在しないため分類に含まれていない

・宮坂コレクション所収の駅スタンプをもとに修正ウィーバー法を用いて作成。

素が少なく（高い山も兵庫県のような著名な海岸もない）、市街地と鉄道網が広がるという地域の特性が反映されているとみることもできる。

次に、自然景観型ならびに建築物型に分類されたモチーフの構成要素の地域的傾向をみてみたい。第1表には、自然景観型に分類されたモチーフを、その採用されている景観の内容をもとに、さらに「山岳」「河川・湖沼」「海・海岸」に三分し、それぞれの構成比を地域別に示している。なお、第1表

第1表 自然景観型モチーフの内訳（％）とその地域分布

地域	山岳	河川・湖沼	海・海岸
北海道	54.3	17.1	28.6
東北	52.4	13.3	34.3
関東（山梨含）	55.2	18.1	26.7
中部	52.4	24.8	22.8
近畿	23.8	28.6	47.6
中国	36.2	22.0	41.8
四国	26.7	22.9	50.4
九州	44.8	16.2	39.0
全体	46.5	20.3	33.2

・「宮坂コレクション」所収の駅スタンプをもとに作成。

ならびに第2表は、分析サンプル数を増やすため、各駅1個という駅スタンプの採用に留まらず、宮坂コレクションに収録されているすべての駅スタンプを検討の対象にしている。

第1表から、山岳が採用されている駅スタンプは自然景観型の駅スタンプの約半数を占めており、全体として非常に採用されやすいことがわかる。これは、山岳が当該地域のイメージを代表する景観であるとともに、鉄道の車窓から眺めやすいためだと考えられる。北海道・東北・関東（山梨含む）・中部で採用率が高く、近畿以西では採用率が目に見えて低い。これは、近畿以西には2000mを超える山がないという日本列島の地形的特徴が背景にあるといえる。西日本で例外的に九州での採用率が高いのは、熊本県の阿蘇山、鹿児島県の桜島のように、県のシンボリックな存在になっている火山の存在ゆえだろう。

河川・湖沼がモチーフに採用されているスタンプは自然景観型のスタン

ブの約2割である。木曾三川・天竜川・信濃川のような全国的な知名度のある河川を多数擁する中部地方、日本最大の湖である琵琶湖が含まれる近畿地方の比率が相対的に高いものの、河川・湖沼自体は全国どこにでも存在するため、採用率は13~28%程度と大旨どこでも安定している。

海・海岸がモチーフに採用されているスタンプは自然景観型のスタンプの3分の1を占める。瀬戸内海を囲む西日本で明らかに比率が高く、内陸県の多い関東・中部で低いという、対象となる地物の分布に対応した採用の傾向が確認できる。

建築物型に分類されたモチーフを、城郭・宗教建築・その他に3区分し地域別の傾向を示したのが第2表である。城郭は地域のシンボリック役割を果たすことや地域住民の誇りの源泉になることも多いが、城郭自体がないと当然モチーフに採用されることもない。北海道・東北・関東に現存する城郭建築は非常に少なく、いわゆる「国宝城郭」は現在長野県以西にしか存在しない。そのため、城郭がモチーフに採用されるのは、松本城・名古屋城・犬山城などの著名な城郭を擁する中部地方、彦根城・二条城・大阪城・姫路城・和歌山城など日本を代表する城郭が各県に残存する近畿地方、各県のシンボルとなる城郭がある四国地方で顕著であり、他は少ないという対照的な傾向を示す。また、このことから、地域のシンボルになりえる城郭が存在すれば、それは駅スタンプのモチーフにも非常に採用されやすいということもわかる。ただし、城郭自体は山岳のように広い範囲から眺望できるわけではないので、城郭をモチーフに採用する駅スタンプの分布は、山岳（富士山のような著名な山岳の場合、これをモチーフに採用する駅は複数の県にまたがる）のような広域性はない。

著名な神社・寺院・教会のような宗教建築物も、ヨーロッパの都市のように地域のシンボリックな存在として扱われるものが少なくない。日本の鉄道駅スタンプにおいても、モチーフとしての採用率は城郭の3倍近くを占

第2表 建築物型モチーフの内訳（%）とその地域分布

地域	城郭	宗教建築	その他
北海道	2.9	13.3	83.8
東北	3.8	44.8	51.4
関東（山梨含）	0.0	34.3	65.7
中部	20.0	21.9	58.1
近畿	21.0	42.9	36.1
中国	15.2	34.3	50.5
四国	23.8	23.8	52.4
九州	9.5	31.4	59.1
全体	12.1	31.1	56.8

・「宮坂コレクション」所収の駅スタンプをもとに作成。

めており、宗教建築のシンボルの性質が反映されたものといえる。「建築物型」に分類される駅スタンプの絶対数が少ない東北を例外とすれば、宗教建築の割合が高いのは歴史的あるいは大規模な寺社が集中する近畿地方や関東地方で、これは対象となる景観構成要素の地理的な分布に対応した傾向だといえよう。「その他」に分類された建築物は街並みやタワーなどの近現代建築が中心で、大部分が近代以降に開拓された土地で、城郭や宗教建築の絶対数が少ない北海道（建築物に分類される駅スタンプ自体も少数に留まる）と、近代以降に市街地の拡大が顕著であった関東地方において卓越している。

Ⅲ まとめ

本稿では、全国の鉄道駅に設置されている「駅スタンプ」約2,300件を資料として用い、そこに掲載されているモチーフの把握から、スタンプに

反映されている地域イメージ（場所イメージ）を抽出するとともに、その全国規模での比較を行った。結果は次のようにまとめられる。

①駅スタンプに掲載されているモチーフには、一般に自然景観や建築物など駅ならびに周辺地域に立地する特徴的な景観が採用されている。②これらのモチーフの選択には、選択する当事者がもつ「当該地域のイメージ」、少なくとも「駅に来る地域住民や観光客に持ってほしい地域のイメージ」と知ってほしいモチーフ」が反映されているといえる。③モチーフを選択する側も、住民や観光客に対して全く知られていない景観要素をあえて選択するとは考えにくいことから、駅スタンプに採用されているモチーフは当該駅周辺地域に対して多くの人がある程度共有しているイメージを反映したものと考えられる。④駅スタンプに用いられるモチーフには、明瞭な地域性を確認することができる。これは、モチーフに採用されやすい自然景観や建築物の地域的な偏在を反映したものといえる。そして、これらの点から、⑤駅スタンプは、郵便局の風景印のように、当該地域のイメージならびにその地域的特徴を検討する上で有用な資料であるといえる。

しかしながら、本稿での分析は単純素朴なモチーフの分類と都道府県を集計単位とした簡単な地域間比較に留まった。個々の駅のスタンプに用いられているモチーフを詳しく分析したり、同一駅の駅スタンプのモチーフの変遷を検討したりすることによって、駅スタンプからはより詳細な地域のイメージの抽出・検討が可能であったろう。また、今回用いた資料自体も全国・時期を必ずしも網羅するものではなく、資料的な限界も小さくない。今回は駅スタンプの資料としての可能性を明らかにしたにすぎず、更なる分析・検討の可能性は今後に開かれている。

当然のことながら、駅スタンプとそのモチーフをどれだけ詳細に検討しても、そこから当該地域の「場所イメージ」のすべてが明らかにできるわ

けではない。そこに反映されているものは基本的に限定的でステレオタイプのなイメージに限られよう。しかしながら、「イメージ」というつかみどころのない、しかし地域にとって重要な事項を理解するためのひとつの手がかりにはなる。

駅スタンプは限定的な資料で内容も単純なものであるが、巷間に流通している「地域のシンボル・イメージ」も、大部分はステレオタイプのモチーフによって表現されている場合が多い²⁰⁾。むしろ、21世紀に入って氾濫しているとすらいえる「ゆるキャラ(ご当地キャラ)」や「ご当地ヒーロー」の創出、そしてそれらを活用した地域活性化の試みに使用されているモチーフやネーミングに、当該地域・場所の名産品や景観要素がステレオタイプの援用され、人々がもつ地域イメージを拡大再生産させていることを鑑みれば、駅スタンプに代表されるような単純でありながら広範に展開され、かつ相当の歴史をもつ資料の重要性は、今日の社会における「場所イメージ」の役割について考える上でますます高まっていると考えてよい。少なくとも駅スタンプが一部鉄道愛好家のみが興味を持つもので留まってはもったいないだろう。全国を網羅する水準での駅スタンプのデータベースの整備・公開を含め、今後の展開に期待したい。

【付記】

本稿は、2017年12月に宮坂が愛知大学文学部地理学専攻に提出した卒業論文をもとに、近藤が全面的に改稿したものである。

【注釈】

- (1) 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、1987、391-405 頁。
- (2) 例えば、内田順文「都市の『風格』について——場所イメージによる都市の評価の試み——」地理学評論 59A、1986、276-290 頁。
- (3) 例えば、池田和子「地域ブランド食品開発を通じた場所イメージの生産——三國パーカーを事例として——」地理空間 6、2013、19-33 頁。
- (4) 例えば、伊藤悟「北陸地方における都市のイメージとその地獄的背景」人文地理 46、1994、353-371 頁。
- (5) 前掲 2)。
- (6) 内田順文「軽井沢における「高級避暑地・別荘地」のイメージの定着について」地理学評論 62 A、1989、495-512 頁。
- (7) 長江憲暁「文学作品からみた「金沢」の場所イメージ」金沢大学文学部地理学報告 8、1997、97-110 頁。
- (8) 成瀬厚「商品としての街、代官山」人文地理 45、1993、618-633 頁。
- (9) (1) 内田順文「中部地方における都市のイメージについて——観光パンフレットを用いた場所イメージの定量的分析の試み——」国士舘大学文学部人文学会紀要 31、1998、69-82 頁。(2) 内田順文「中国・四国・九州地方における都市の観光イメージについて——観光パンフレットを用いた場所イメージの定量的分析の試み——」国士舘大学地理学報告 13、2004、1-16 頁。
- (10) 例えば、埴淵は横須賀の場所イメージの検討に新聞掲載の不動産広告を用いている。埴淵知哉「軍港都市の住景観——不動産広告にみる横須賀の場所イメージ——」(上杉和央編『軍港都市史研究Ⅱ 景観編』清文堂、2012 所収)、397-423 頁。
- (11) 須山聡「風景印のイコノロジー」地域学研究 23、2010、13-28 頁。
- (12) 三森正弘・中山佳子編『風景印大百科』日本郵趣出版、2017。
- (13) 前掲 12)。
- (14) 関田祐市監修『鉄道駅スタンプのデザイン——47 都道府県、史跡名勝セレクション——』青幻舎、2014。
- (15) 「駅スタンプドットコム」<https://eki-stamp.com/> (2018 年 10 月 30 日閲覧)
- (16) 交通新聞社編『なつかしの国鉄駅スタンプコレクション』交通新聞社、2017。
- (17) 運輸政策研究機構『地域交通年報 平成 24・25 年版』運輸政策研究機構、2015、59 頁。
- (18) 松井信幸『駅スタンプの旅 SL 編』エイ出版、2004、128 頁。
- (19) 修正ウィーバー法の詳細については土井を参照のこと。土井喜久一「ウィーバーの組合せ分析法の再検討と修正」人文地理 22、1970、485-502 頁。
- (20) 内田順文「比喩的認識と場所イメージ」国士舘大学文学部人文学会紀要 26、1993、79-96 頁。