

■ 研究ノート ■

阪急不動産の首都圏進出 —空間の再編成と「阪急文化」のゆくえ—

山口 覚
(関西学院大学文学部教授)

■ 要 旨 ■ 後期資本主義の時代における脱工業化の進展の中で、関西の産業界は厳しい状況に置かれている。また、資本や人のグローバルな移動によって「世界都市」としての東京の位置づけが強まっている。関西の衰退と東京一極集中という空間の再編成のもとで、もともと移動性が低かったはずの関西の私鉄系不動産資本による首都圏への進出という現象が確認される。1970年頃における近鉄不動産の先行例もあるが、2000年以降には京阪電鉄不動産、そして本稿で扱う阪急不動産が新たに首都圏への進出を開始した。鉄道沿線開発というビジネスモデルないし「阪急文化」を重視してきたはずの阪急不動産がなぜ、いかに首都圏進出を進めてきたかを明らかにする。

■ キーワード ■ 空間の再編成、私鉄系不動産資本、東京一極集中、阪急電鉄、阪急不動産

1. はじめに

ハーヴェイ（1991）の主著の1つである『都市の資本論』において、そこで言われる都市は次のように定義されている。すなわち、都市とは、資本家・労働者・行政といった諸主体の互恵的な関係からなる階級同盟ないし「コミュニティ」（p.199）が成立する場である。都市は一定の持続性ある労働市場圏として人々に生きられ、それによって一定のまとまりを有する集合的な生産・消費の場として表象されることも可能となる。しかしながら都市は変化し続けてもいる。特に資本主義体制下の都市はそうであろう。たとえば、経済主体に内在する次のような要因は、「コミュニティ」をつねに不安定な状態に置き続ける。

……すべての経済主体は、その場所にふみとどまって地元の改良に努力するか、あるいは利潤・賃金率・労働条件・ライフスタイル・環境の質・未来への希望といったものがもっとよさそうにみえる別の場所へ移動するか、という選択をその内面にもっている（同上、p.203）。

ハーヴェイが言うところの「コミュニティ」が外部への移動可能性を有する主体ばかりで構成されている場合、「コミュニティ」の存続は危ういか、そもそも「コミュニティ」という関係が最初から成立し得ないものとなる。しかし鉄道会社のような経済主体がそこに含まれるのであれば

どうであろうか。鉄道会社は鉄道線を敷設し、駅周囲に商業地や住宅地を開くなどの投資を繰り返す。それがナショナルな空間を網羅するための国有鉄道ではなく、特定の場を「地元」とする民間鉄道会社＝私鉄であれば、鉄道線や不動産というかたちで大地の上に積み上げてきた自らの投資を無にしないためにも「地元の改良に努力」し続けることであろう。だが、利潤が低下し、未来への展望がその場で開けない場合はどうであろうか。鉄道線そのものの移動は困難でも、資本については別の場所へ移動することもあり得よう。では、その場合には、資本の移動はどのようになされるのであろうか。それまで培ってきた社風や「文化」はいかに扱われるのであろうか。ここで取り上げるのは、私鉄系不動産資本の「地元」からの移動をめぐる事例である。

ところで、東京都江東区豊洲に立つタワー（超高層）マンションである「シティタワーズ豊洲ザ・ツイン」（写真1）は、住友不動産が開発したものだとも一目で理解される。その表面は他の不動産企業の開発したマンションでは類を見ない濃色で覆われており、ベランダは小さい。一見する限りオフィスビルのようにも見える同社のタワーマンション特有の意匠である。しかし「ザ・ツイン」の事業主は住友不動産だけではない。阪急不動産が共同事業主として名を連ねているからである。このタワーマンションの営業担当者によれば、販売や管理は主に住友不動産が担当しているという¹⁾。では、阪急不動産にとって、首都圏に立地するタワーマンションの事業主となることにどのような意味があるのであろうか。言うまでもなく同社は、関西で鉄道事業をおこなってきた阪急電鉄の子会社である。

鉄道を敷設し、その沿線で住宅地の開発をすることは、鉄道会社にとって一般的な経営手法であったものと思われる。沿線周辺人口の増加は鉄道利用客の増加と結びつき、宅地開発それ自体とあわせて増収が見込まれる。また、「一般に私鉄系資本は、鉄道の敷設にともなう沿線地域の地価の値上がりなどの利益を中心に住宅地開発を行なっていく傾向がきわめて強い」（松原 1982, p.28）とも言われている。そして日本では、阪急電鉄の「小林一三方式」がこうしたビジネスモデルの端緒となった。小林一三方式とは、鉄道事業と不動産事業を中心とした兼業との相乗効果、そして「地域支配」を期待したものとされる（小原 2006, p.64）。同社およびそのグループ企業である阪急不動産にとって、「池田室町住宅」（大阪府池田市）に始まる沿線開発は重要なものであったはずである。2010年

における阪急不動産の広告でも次のような文言が確認できる。



写真1 シティタワーズ豊洲ザ・ツイン
（写真は以下、すべて筆者撮影）

阪急の街づくりは、1910年の「池田室町住宅」に始まる。創始者である小林一三は、欧米の田園都市に理想を見出し、まず、住宅地に適した郊外の鉄道開発に着手。その沿線に街を開き、良質な住まいを作り、商業施設を作ることによって、その地域に住まう人が快適に暮ら

1) 「シティタワーズ豊洲マンションパビリオン」における住友不動産の営業担当者に対する聞き取りによる（2011年3月5日）。

せる良好な住環境を創出²⁾。

「1世紀におよぶ街づくりの歴史」³⁾の基本は阪急電鉄沿線での宅地開発にあった。その姿勢は次のように明言されている。「沿線地域の発展は電鉄グループのすべての事業の基本である」、「電鉄グループは地域に根ざす企業。信頼を裏切ることには許されない」⁴⁾。そして、繰り返しになるが、鉄道沿線の開発は私鉄系不動産資本にとってごく一般的な事業であったはずである。

しかしながら、一部の私鉄系不動産資本は、当該電鉄会社の沿線から離れた土地を開発してきた。首都圏の企業の例では、東急電鉄系の東急不動産、西武鉄道系の西武都市開発などが1960年代に首都圏内部の当該沿線以外での住宅地開発に着手した(松原1982)。さらに東急不動産は1970年頃に関西など遠隔地への進出を果たしている。阪急電鉄および阪急不動産もまた、関西内部ではあれ、鉄道沿線から離れた場所での住宅地開発を以前から手掛けてきた(小原2006)。以下で詳述するように、2000年には遠隔地である首都圏での住宅地事業に参入している。池田室町での住宅地開発から100年、首都圏進出から10年が経過した2010年の新聞記事(日経産業新聞2010.10.13)では、次のように言われている。

阪急不動産は今年度、首都圏と近畿圏で販売戸数を、前年度より850戸増やして1300戸とする。寄与するのが首都圏で、前年の50戸から300戸と6倍に増える。

関西の阪急電鉄沿線の住宅分譲が主流だった同社は00年代初頭に首都圏に進出。東京での知名度は低かったが、景気に左右されずに消費者向けの営業活動や用地取得を続けた結果、豊島区や文京区など都心でも単独開発できる地力がついた。おかげでマンション需要回復の追い風を受けて、全体の販売戸数が中堅規模にまで成長した。

本稿では、阪急不動産による首都圏での住宅地開発について取り上げる。同社は「阪急文化」とでも言えるであろう複合的な事業をおこなってきたことで知られている。では、「東京での知名度は低かった」という状況下で、同社の歴史や社風、それらを含めた「阪急文化」はどのように表現され、利用されたのであろうか。また、東京において、具体的にはどのように住宅事業を進めてきたのであろうか。

そこでまず、「地元」を離れ遠隔地へと進出していったいくつかの私鉄系不動産資本を例に、そうした他所への進出に際して確認すべき諸点について簡単に触れてみたい(2章)。次いで阪急電鉄および阪急不動産の再編など、阪急不動産をめぐる概要を確認する(3章)。そして、沿線を遠く離れた首都圏での事業着手の要因、首都圏における事業の立地傾向や新たな土地に浸透・定着していくための事業手法などを順次見ていきたい。

本稿における中心的なデータとしては、各種新聞記事と、阪急不動産首都圏事業部の上枝正治氏からの聞き取り調査結果を利用する。事業立地などの情報収集については同社HPなども用いた。

2) 『2010.12.14 SUUMO 新築マンション 首都圏版』リクルート、184頁。

3) 前傾2) 184頁。

4) 『2011.12.13 SUUMO 新築マンション 関西』リクルート、40頁。

2. 私鉄系不動産資本の遠隔地進出

2.1 私鉄系不動産資本による遠隔地への進出

一般に私鉄系不動産資本が自社沿線を離れて宅地開発をする例は珍しいとされる。たとえば「東京に本拠を置く電鉄系不動産会社が関西に進出している例はほとんどない。大半の在京他社は関西との縁が薄いのが実態だ」(朝日新聞大阪版 2010.7.23)。その中であって東急と西武の全国的な積極進出は「私鉄系の中では特色あるもの」(松原 1982、p.28)とされる。なお、両社ともに鉄道業ではなく、まずは土地開発・販売業から出発したという点が阪急と相違する。すなわち、「鉄道業の経営を安定化させるために宅地経営を行った箕面有馬電鉄(現在の阪急)とは性格を異にしていたのである」(松原 1982、p.29)。しかし事業展開の相違はともかく、鉄道事業と不動産事業とを経営の主たる両輪としてきたという点では、いずれの企業も相似的であるといえよう。

さて、東急電鉄系の不動産企業である東急不動産は、1960年代後半から全国への進出を進めた(東急不動産株式会社社史編纂委員会編、1984)。同社では「多種多様なグループ会社があり、全国で不動産事業を展開するメリットが大きい」(朝日新聞大阪版 2010.7.23)とされている。そのような展開の第一歩が関西(近畿圏)への進出であった。

[昭和]40年代に入って、当社は事業活動の場を首都圏にとどめず、全国的規模で進めることとし、その第一歩として近畿圏に進出した。41年ごろから主要都市の開発動向調査に着手し、44年6月には近畿開発事務所を大阪市北区中之島に開設、近畿圏進出の足場を築いた。当時の近畿圏は、大阪万国博覧会の開催を控え、活況を呈しており、宅地開発の分野においても活発な動きがみられた。45年8月の組織改正で近畿開発事務所を発展的に廃止し、大阪支店を開設、26名の陣容で、事務所を大阪駅前第一ビルに設けて業務を開始した。

近畿圏における最初の事業は、「萩原台ニュータウン」(兵庫県川西市)の開発であった。当地区周辺は、大阪、神戸のベッドタウンとして急速に宅地化が進んできており、これに着目して、当社も44年から用地を取得したものである(東急不動産株式会社社史編纂委員会編 1984、p.19、[]内は引用者)。

すなわち、1969年に近畿開発事務所を開設し、翌70年に同事務所は大阪支店となっている。そして同社は関西における最初の開発地として川西市を選び、1971年に萩原台ニュータウン、翌72年に藤が丘ニュータウンにおいて宅地分譲を開始した。この時期には郊外住宅地の開発が盛んになされていたのであった。

松原(1982)では言及されていないが、東急不動産の関西進出と同時期に、関西からは近鉄不動産が首都圏への進出を本格化している(近鉄不動産企画部・総務部編 1988)。1952年に東京近鉄不動産が設立され、近鉄不動産それ自体は翌53年に近畿日本鉄道より土地建物経営事業を承継するかたちで業務を開始している。この近鉄不動産が東京近鉄不動産を合併し、近鉄不動産東京支店としたのが1972年のことであった。

2.2 遠隔地への進出における諸問題

このような他所への進出に際してはいくつかの問題が生じる。まず、それまで主要な開発対象地としてきた当該鉄道沿線とは、不動産市場の性格や慣行が異なっている可能性があるという点が挙げられる。東急不動産の関西進出に関しては次のように言われている。「近畿圏においては、いわゆる地場の仲介業者が独自の足場を築いており、中小規模であってもいわゆる大手業者と対等以上の力を持っている業者が多く、首都圏とは仲介市場において若干様相を異にしている」（東急不動産株式会社社史編纂委員会編 1984、pp.143-144）。こうしたことは私鉄系に限らず、多くの不動産他社でも経験されていよう。

進出先における独特の市場形態という障壁以外にも、進出先における当該企業のイメージの在り方や知名度が問題となる。近鉄不動産は、あるいは近鉄という鉄道会社それ自体でさえ、首都圏では知名度が低かった。

東京では、一般の人に近鉄不動産をわかっていただくのに、「野球の近鉄球団の近鉄です」というのが一番てっとり早いのです。実際首都圏の普通の人は、関西のどこを近鉄が走っていて、ということあまり意識されていないし、わからない人が多いようです。そういう意味で、首都圏では、「近鉄」のイメージを前面に出していくのは難しいと思いますね（近鉄不動産企画部・総務部編 1988、p.51）。

阪急電鉄や京阪電鉄不動産の首都圏進出を伝えた 2010 年の新聞記事（朝日新聞大阪版 2010.7.23）において、近畿日本鉄道不動産事業本部は次のように記されている。『首都圏事業の部門だけで 40~50 人いる。情報力では最古参の強みがある』と自信をみせる」。つまり数十年かけて蓄積された「情報力」が同社の強みになっているというのである。

かつては住居形態の地域差も問題であった。松原（1982）による次の指摘は興味深い。「今日、全体としては、住居形態の全国的な均一化が進行しつつあるが、関東と関西の住宅の構造は異なる点が多く、また北海道と関東とでは、気候条件が大いに異なる。大手不動産資本が他地域に進出する際には、そうした住宅及び住宅環境の地域的差異を考慮しなければ、十分な販売実績をあげることはできない」（p.30）。その例として川西市の「東急ニュータウン萩原台」の戸建て住宅が挙げられている。すなわち、

この関西型東急ホームは、既に関東で販売していた東急ホームを、関西の住宅の構造をふまえて改造したものである。従来の東急ホームに比べて、玄関の間口を広く設けたり、便所は大小便器を設けるなどの点で異なったものとなっている（同上）。

このように各地で異なっていたという住宅様式について、他所への進出に際して無視することはできなかったのである。しかし 1980 年代に記された同稿でも、すでに「全国的な均一化」について言及されている。では、2000 年代以降では、この問題はどのようになっているのであろうか。

東急系や西武系、あるいは近鉄系の不動産資本は、1960~70 年代に自社の沿線から遠く離れた土

地への進出を目指し、そこでの知名度や情報力の向上が図られてきた。もっとも、こうした動きに追従する私鉄系不動産企業は必ずしも多くはない。首都圏から関西への進出については、東京一極集中のため、あるいは関西における人口減少や企業の流出のため、関西が「将来的に発展する見込みが出てこなければ、東京から関西に進出するメリットはない」（朝日新聞大阪版、同上）とされる。その反対の立場に置かれている関西の私鉄系不動産資本について考えれば、それらが進むべき道は明らかである。関西だけに固執していてもメリットがない、さらにはデメリットさえ生じているとすれば、なおも成長著しい首都圏を目指したとしても不思議はない。近鉄不動産の首都圏への本格進出から遅れること30年、自社沿線および関西での住宅地開発を重視してきたはずの阪急電鉄は、首都圏におけるマンション事業への着手を2000年に表明した。京阪電鉄不動産もまた2003年に東京営業所を設立している。

2.3 阪急不動産と京阪電鉄不動産の首都圏進出

ここでは阪急不動産および京阪電鉄不動産による首都圏進出の簡単な説明をしておきたい。次の新聞記事は両社の首都圏進出をめぐる概要を示している。「関西の鉄道会社系列の不動産会社が『首都圏進出』を本格化させている。今までは自社沿線の不動産開発が中心だったが、関西に比べて景気回復のテンポが速い東京近郊に目を付け、マンション用地などを積極的に買収。準都心、郊外の1戸3千万～4千万円台の価格帯の物件を中心に販売攻勢をかける構えだ」（朝日新聞大阪版、同上）。首都圏の良好な経済状況を踏まえて進出を開始し、「準都心、郊外」でのマンションを販売しつつあるという。

阪急不動産については後述するとして、ここでは京阪電鉄不動産について触れておきたい。表1は首都圏における同社のマンションを示している。2012年までに竣工が予定されている物件までを含めている。

同社は2000年に京阪電気鉄道の「まちづくり事業本部営業所」の事業を移管するかたちで設立された。そして2003年には東京営業所を置き、この年には同社が関与した首都圏初のマンション「プレイス白金ブライトレジデンス」（東京都港区）が竣工している。これは三井物産や長谷工コーポレーションなどとの共同事業であった。他所への進出初期の段階では「情報収集力」が問題となり、その土地独自の市場の在り方を学ぶ必要がある。よって、その土地において先行的に事業を進めてきた他社に対して共同事業化をもちかけ、その土地におけるノウハウを吸収しようとするのである。こうした行動は珍しいものではない。京阪電鉄不動産はその後、2006年に首都圏事業部を設立し、翌07年には首都圏での自社ブランド「ファインレジデンス」を立ち上げた。08年には同社の単独事業として「ファインレジデンス成増」（東京都板橋区）を竣工させている。同社では、2010年代に「首都圏の売り上げが関西を超えるとみている」（朝日新聞大阪版、同上）という。

以上では、自社鉄道沿線だけでなく、他所への進出もおこなってきた東急や近鉄などの企業について触れた。また、他所への進出において経験されるであろういくつかの問題点も確認した。ここで言う問題点とは、たとえば進出先における土地取得などをめぐる情報収集力であり、進出先における当該企業のイメージや知名度、居住形態の地域差対応策の必要性である。すでに見たように、阪急不動産もまた「東京での知名度は低かった」のであった。では、阪急不動産は首都圏への進出

表1 首都圏における京阪電鉄不動産のマンション事業

竣工年	名称	住所	その他の売主	最寄り駅
2005年	ブレイス白金ブライトレジデンス	港区白金	三井物産、新日本都市開発、長谷工	都営三田線など「白金高輪」
	ビバビルズ	東京都日野市	名鉄不動産、東武鉄道、三交不動産、相鉄不動産、長谷工	JR 中央線「豊田」
2008年	ファインレジデンス成増	板橋区成増		東武東上線「成増」
2009年	ファインレジデンス府中中河原ステーションプレミア	東京都府中市		京王本線「中河原」
	ファインレジデンス昭島中神	東京都昭島市		JR 青梅線「中神駅」
	ファインレジデンス横浜片倉パークプレミア	横浜市神奈川区		横浜市営地下鉄「片倉町」
2009～2010年	フォレシアム	川崎市川崎区	東レ建設、相鉄不動産、京急不動産、貿易センタービルディング	京浜急行大師線「東門前」
2010年	イクサーージュ目黒	目黒区下目黒	伊藤忠都市開発、大京	■東急目黒線「不動前」
	ローレルコート南柏ファインレジデンス	千葉県柏市	近鉄不動産	JR 常磐線「南柏」
2011年	ファインレジデンス西新井	足立区島根		東武伊勢崎線「西新井」
	ファインレジデンス平和台	練馬区平和台		東京メトロ有楽町線など「平和台」
	イニシア東葛西ファインレジデンス	江戸川区東葛西	コスモスイニシア	東京メトロ東西線「葛西」
2012年	東京フリーダムプロジェクト(グランマークスツインフォート)	足立区小台	東レ建設	日暮里・舎人ライナー「足立小台」
	イニシア南葛西ファインレジデンス	江戸川区南葛西	コスモスイニシア	東京メトロ東西線「葛西」
	ファインレジデンス三田	港区三田		都営三田線など「白金高輪」
	ファインレジデンス氷川台パークサイドヴィラ	練馬区氷川台		東京メトロ有楽町線など「氷川台」
	ファインレジデンス戸田公園	埼玉県戸田市川岸	日本土地建物販売	JR 埼京線「戸田公園」

注：表中の「■」は東急不動産ないし東急沿線と関連することを示す。表3も同じ。
 出典：京阪電鉄不動産ホームページ、不動産各社ホームページによる。

をなぜ、いかに進めてきたのであろうか。また、進出に際して生じたであろう諸問題にいかに対処し、「阪急文化」はいかに語られてきたのであろうか。

3. 阪急不動産の首都圏進出と「阪急文化」

3.1 阪急電鉄と阪急不動産

阪急不動産は2002年を画期として、その前後で多少なりとも性格を異にしている。まずは新・旧阪急不動産と阪急電鉄の関係について確認しておきたい。表2は新・旧阪急不動産に関する略年表である。

旧阪急不動産は1952年に阪急電鉄から分離独立して設立された。また、阪急電鉄それ自体も住宅事業部を持っていた。阪急グループでは阪急電鉄と阪急不動産が並行して住宅事業を進めてきたのであった。

小原（2006）によれば、旧阪急不動産も阪急電鉄の沿線開発をおこなってきたが、特に1980年代以降では「西宮名塩」のような沿線から離れた土地での開発を積極化している。阪急電鉄住宅事業

表2 新・旧阪急不動産および阪急電鉄関連事項の略史

年次	事項
1952年	阪急不動産、阪急電鉄から分離独立
1980年代	阪急不動産、西宮名塩など沿線以外での開発を進める
1990年代	阪急電鉄（住宅事業部）、沿線以外での開発を進める
1999年	阪急彩都開発株式会社設立（土地評価損が以降逐次判明）
2000年	阪急電鉄、首都圏住宅営業部を新設
2001年	大橋社長、決算にて阪急グループの土地価額の劣化を公表
	阪急電鉄、首都圏初のマンション竣工
2002年	阪急電鉄、阪急不動産を完全子会社化
2003年	宝塚ファミリーランドの営業終了
2007年	阪急不動産首都圏事業部に取締役常駐開始
2010年	ジオ・シリーズ TOKYO 進出本格化

資料：小原（2006）、森谷（2009）および阪急不動産 HP による。

部もまた、1990年代から沿線以外での開発を重視し始める。その例が「彩都」の開発である。

2000年には、阪急電鉄住宅事業部が首都圏に営業部を設立している。当時の新聞記事（朝日新聞大阪版2000.6.15）にはその様子や理由がある程度記されている。

阪急電鉄は14日、三菱地所など大手不動産各社と提携し、首都圏で住宅分譲事業を始めることを明らかにした。4月の社内の組織改正で、首都圏住宅営業部を新設しており、首都圏市場の開拓に乗り出す。

当面は、都心部の一等地で高級マンションを分譲する方針で、第一弾となるのが、三菱地所と共同開発する東京都千代田区六番町の高級分譲マンション（14戸）。今秋に分譲を開始する。（中略）

阪急電鉄は全国の私鉄で初めて沿線での住宅分譲に乗り出し、沿線人口を増やす私鉄経営の先駆となった。

長引く不況が深刻な近畿圏だけでなく、市場規模の大きい首都圏に注目。大手不動産各社と提携することで、今後の収益源としたい考えだ。

首都圏における阪急不動産のマンション事業を表3に示す。首都圏初のマンションは「パークハウス・ジオ六番町」（写真2）であり、三菱地所との共同事業であった。他所への進出に際して他社との共同事業としたのも、いきなり単独事業を実施して失敗するというリスクを避けるためであった。こうした事業方針はその後約10年間、つまり2010年頃まで続けられている（表3）。

阪急電鉄住宅事業部による首都圏進出から2年後の2002年、阪急電鉄は旧阪急不動産を完全子会社化し、住宅事業部を新阪急不動産に一元化した。グループ全体での合理化策の一環としてであった。森谷（2009）は阪急不動産の完全子会社化について、その目的が分かりにくいとしつつ、「はっきりしているのは阪急電鉄側が損失処理を急いだということである」（p.15）と結論づけている。いずれにせよ、これ以降では、すべての住宅事業が新たに再編された阪急不動産によって担われるこ



写真2 パークハウス・ジオ六番町

表3 首都圏における阪急不動産のマンション事業

竣工年	名称	住所	その他の売主	最寄り駅
2001年	パークハウス・ジオ六番町	千代田区六番町	三菱地所	JR 中央線「四ッ谷」
2003年	ジオ美しが丘二丁目	横浜市青葉区		■東急田園都市線 「たまプラーザ」
2004年	セレビア新宿御苑前	新宿区新宿	■東急リパブル	東京メトロ丸ノ内線 「新宿御苑前」
2005年	ヨコハマタワーリングスクエア	横浜市西区	オリックス、ランド、 相模鉄道	JR など「横浜」
2006年	THE TOWERS DAIBA	港区台場	オリックス、東京建物	ゆりかもめ 「お台場海浜公園」
	港北センタープレイス	横浜市都筑区	■東急不動産、近鉄不動産、 三菱地所	横浜市営地下鉄 「センター北」
2007年	ジオときわ台プレミアムプレイス	板橋区東新町		東武東上線「ときわ台」
	センターフィールド浦和美園	さいたま市緑区	■東急不動産、オリックス	埼玉高速鉄道「浦和美園」
2008年	パークコート・ジオ永田町	千代田区永田町	三井不動産	東京メトロ半蔵門線など 「永田町」
	ジオ流山おおたかの森	千葉県流山市		東武野田線など 「流山おおたかの森」
2009年	シティタワーズ豊洲 ザ・ツイン	江東区豊洲	住友不動産	東京メトロ有楽町線「豊洲」
2010年	リージェントハウス大森西	大田区大森西	総合地所	京浜急行電鉄線「大森町」
2011年	ブランズ・ジオ等々力	世田谷区等々力	■東急不動産	■東急大井町線「尾山台」
	ジオ千川アーバンデコ	豊島区高松		東京メトロ副都心線など 「千川」
	ジオ梶が谷 桜のヒルトップ	川崎市高津区		■東急田園都市線「梶が谷」
	ジオ文京 大塚仲町	文京区大塚		東京メトロ丸の内線 「新大塚」
	ジオ目黒本町	目黒区目黒本町		■東急目黒線「西小山」
2012年	青葉台コートテラス	横浜市青葉区	相鉄不動産、長谷工、 日鉱不動産	■東急田園都市線「青葉台」
2013年	ジオ練馬桜台	練馬区桜台		西武池袋線「桜台」
	ジオ西新宿ツインレジデンス	新宿区北新宿		東京メトロ丸の内線 「西新宿」
	イニシア大宮日進	さいたま市北区	コスモスイニシア	JR 川越線「日進」
	ジオ成城学園前	世田谷区砧		小田急小田原線 「成城学園前」
2013年	ジオ市ヶ谷弘方町	新宿区弘方町		都営大江戸線「牛込神楽坂」
2013年	クラッシスイート・ジオ東麻布	港区東麻布	住友商事	都営大江戸線「赤羽橋」

出典：阪急不動産ホームページ、不動産各社ホームページ、阪急不動産首都圏事業部での聞き取り調査による。

とになった。そして2007年からは首都圏の住宅事業部に取締役が置かれ、2010年には阪急不動産のマンションブランドである「ジオ」シリーズの本格的な東京進出がうたわれた。

3.2 空間の再編成と阪急グループの負の遺産

2000年の阪急電鉄住宅事業の首都圏進出、2002年の阪急グループの再編は、おそらくは日本全体や世界的な空間の再編成の影響下でなされたものである。また、その影響も受けながら、阪急グループが抱えた負の遺産をいかに解消するかというグループ固有の問題も厳しさを増していく。

阪急グループは現在、厳しい経営状態にあるとされる（森谷2009）。例えば彩都については、2008年に、690億円の土地の評価損があることが公表された。同社はそうした形で巨額の負の遺産を抱えている。もちろん彩都には「ジオサイト・プレミアムテラス」（写真3）のような阪急不動産を代表するマンションが建設され、住環境も良好であるものと思われる。しかし全体的には開発が停滞傾向にあると言えよう。

2002年に「彩都まちづくり宣言」が出されたのち、2004年には「西部地区の一部まちびらき」が実施された⁵⁾。2004年時点で、彩都全体で330世帯、1000人という規模であったという。その「まちびらき」から8年が経過した2010年の時点では2400世帯、7200人になった。同地の居住世帯数および人口の増加率について正しく理解するためには、類似する他の開発地と比較することによって検討する必要があるだろう。しかし阪急不動産とともに事業を進めてきたUR（都市再生機構）が彩都での事業縮小を表明しているように（朝日新聞2008.4.4, 同4.17）⁶⁾、彩都における事業展開が今後容易になるとは想像しにくい。「ジオサイト・プレミアムテラス」のような手の込んだマンションが建設されたのも、彩都に耳目を集めるための話題づくりの1つだったのでなかろうか。広告や看板（写真4）などで見受けられる「阪急の彩都」という言葉はその重みを増している。阪急グループの置かれた厳しい状況が理解されよう。

郊外住宅地としての彩都が厳しい状況にあるのは、郊外居住から都心居住へと都市住民の居住志向が大きく変化してきていることにも起因しよう（たとえば、小泉他2011）。また、それ以上に、大阪大都市圏の衰退による人口流出も影響しているはずである。東京や大阪大都市圏などにおいて確



写真3 ジオサイト・プレミアムテラス



写真4 「阪急の彩都」という表記の看板

5) 阪急電鉄・阪急不動産のパンフレット『阪急彩都ガイドブック』（2010）による。

6) この新聞記事（朝日新聞2008.4.17）によれば、阪急電鉄側はURがなおも事業を継続するものと想定していたこと、URが阪急側との合意なしに事業縮小の方針を決定したことが理解される。

認められる都心回帰志向、あるいは大阪大都市圏からの人口流出（および、その裏面としての東京一極集中）のような現象は、脱工業化時代におけるドラスティックな空間の再編成のいくつかの表れであると見なすことができる。

その点について、三大都市圏（東京圏・大阪圏・名古屋圏）における人口の「転入超過数」の変化を例に考えてみよう⁷⁾。転入超過数とは、ある年に、ある土地に流入してきた人数と、そこから流出していった人数の差、つまり人口流出入の差（社会増減）を示している。転入超過数がゼロよりも上であれば、その場所は人口増加の状態にある。転入超過数はその場所の経済状態を考える上でのバロメーターでもあり、転入超過傾向にある場合、その場所は良好な経済状態にあると考えることができる。

高度経済成長期が終わる1973年頃までは、三大都市圏のいずれでも完全な転入超過傾向にあった。しかし高度成長期の終焉とともに転入超過から転出超過へと転じている。東京圏の場合、その後、まずは1980年代に1回目の比較的大規模な転入超過現象が起り、それが収束した後の1990年代にも大規模な転入超過が生じている。東京圏だけが圧倒的に良好な経済状態と、それにともなう人口増加を経験している。すなわち、東京一極集中である。それに対して大阪圏は1973年以降ゼロを上回った年が一度もない。つまり人口流出が継続しているのである。

朝日新聞のある記事（2004.6.2）には、同時期における関西・関東の私鉄大手の状況が記されている。東京一極集中を反映し、関西では利用客が減少してしまっているとされる。こうしたことは鉄道事業だけでなく、住宅事業にも当てはまるはずである。すなわち、人口動態の変化ないし空間の再編成の影響を受けながら、それに対処すべく首都圏進出が図られねばならないということである。阪急不動産首都圏事業部の上枝氏によれば、「住宅事業というのはエンドユーザーに向けてのもので、人口動態というのは気になる場所である」。不動産企業は当然のこととして人口動態を注視する。京阪電鉄不動産の首都圏進出についても、同社の「三浦達也社長は『関西の沿線であぐらをかいていられる時代ではなくなった』と話す」（朝日新聞大阪版2010.7.23）。こうした動きは不動産事業だけのものではない。阪急電鉄は鉄道事業の不振から、直営の書店である「ブックファースト」の首都圏進出を進めている（朝日新聞大阪版2003.10.21）。これもまた、関西での事業展開の困難に対する打開策の1つである。

阪急および京阪関連の住宅事業は、2000年になる以前では、当該鉄道の沿線を離れたとしても関西内部に収まる空間的範囲内で展開されてきた。しかし苦しい経営状態を少しでも解消するために、2000年代になると「一極集中」の進む東京への進出が選択されている。先に見た2010年の新聞記事（日経産業新聞2010.10.13）によれば、阪急不動産の首都圏での事業は好調であるという。

では、首都圏進出に際してネックになっていたという知名度の問題は、どのようなかたちで解消が目指されたのであろうか。また、事業展開や立地傾向はいかなるものであったのか。

7) 東京圏は東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県を、大阪圏は大阪府、兵庫県、京都府、奈良県を、名古屋圏は愛知県、岐阜県、三重県を指す。転入超過数のデータないしグラフは、『住民基本台帳人口要覧』の他、新聞記事などで確認できる。

3.3 阪急不動産の首都圏での事業展開

先述の通り、阪急電鉄住宅事業部が首都圏において最初に手掛けたマンションは「パークハウス・ジオ六番町」であった。「パークハウス」とは三菱地所のマンションのブランド名である。2010年前後までは、主に他社との共同事業という形で住宅事業が進められていく(表3)。他所で事業を進めるためのノウハウを吸収し、リスクを避ける必要があるためである。同業の他社と交渉し、共同事業というかたちで参入を試みつつ、その地でやっていくためのノウハウを学んでいく。また、一等地の高級物件や、タワーマンションのような大型物件の事業主として名を連ねることは、知名度を上げるための有効な手段となる。たとえば国会議事堂にほど近い場所にある「パークコート・ジオ永田町」(竣工2008年、写真5)のような一等地にマンションが建設されている。これも三井不動産との共同事業であった⁸⁾。冒頭で触れた「シティタワーズ豊洲ザ・ツイン」の共同事業主として名を連ねているのも同様の理由による。なお、これらの共同事業者は、当然ながら住宅市場において競合する相手でもある。その関係の在り方については「さじ加減が難しい」(上枝氏)という。

2010年より以前でも、「ジオ美しが丘2丁目」(2003年竣工)のような単独事業の例もある。阪急グループは首都圏に多くの土地を持っていた訳ではなかったが、ここはもともとグループの社宅地であった場所であり、ゆえにその土地を利用した単独事業が可能であったのだという。しかしこれは例外的な話である。

阪急不動産は2010年に「ジオ・シリーズ TOKYO 進出本格化」をうたい、首都圏進出をさらに積極化するとした。首都圏へ進出してから10年を経て、「首都圏でかなりやっていけるという感触をつかんだ」(上枝氏)のである。表3で2011年以降の事業を見ると、ほとんどの物件で「その他の売り主」の項目が空欄になっている。すなわち、単独事業が増えているのである。



写真5 パークコート・ジオ永田町

不動産事業を進めるための第一歩は、開発可能な土地をめぐる情報を得ることにある。では、そうした情報はどのようにすれば得られるのだろうか。上枝氏によれば「実績を積み上げていかないと情報は入ってこない」という。阪急不動産は2010年頃までに実績を積み上げることで、単独事業を可能とする土地情報を得ることが可能な状態になったのである。しかし、「イメージ的には年間7~8物件くらいのペースでやっていきたいと思っている。年間1つ2つやっている程度では情報も入ってこない」。2011年竣工予定の同社のマンションは6件であり、ようやく望ましい状態に近づいたことになる。

では、首都圏での事業はどのような人々によって担われているのであろうか。首都圏事業部が開設された当初は、関西から出向した3~4人の体制であったという。しかし2010年から首都圏出

8) 「パーク〇〇」というブランド名のマンションは、三菱不動産のマンションブランド「パークハウス」を除けば、基本的にすべて三井不動産の物件である。すなわち「パークマンション」(億ション)、「パークハイム」(高級マンション)、「パークホームズ」(一般マンション)、「パークシティ」(大規模マンション団地)、「パークノバ」(ワンルームマンション)である(植竹・坂口1991)。おそらく1988年竣工の「西麻布パークタワーズ」あたりから、超高層住宅(タワーマンション)に「パークタワー」の名称が用いられるようになっていく。

身者を大幅に増やし、2011年現在で35人体制となっている。首都圏出身者と関西出身者の割合はおよそ2:1となった。首都圏出身者は「キャリア採用」という方法で雇用されている。「東京にある程度精通した人で、かつ業界的なネットワークも持っている」という点で、すでに不動産関連ネットワークに一定程度通じた首都圏出身者が望まれているのである。これもまた、情報収集がいかに重視されているかということの証左となる。

では、このように首都圏で推進されてきたマンション事業は、東京のどこにおいて実施されてきたのであろうか。マンションの事業立地について見てみたい。

3.4 首都圏における阪急不動産の事業立地

先に確認したように、阪急不動産や京阪電鉄不動産は首都圏進出に際して「準都心、郊外」においてマンションを販売しているとされていた（朝日新聞大阪版 2010.7.23）。ここでは表1・3とともに、両社の東京23区内でのマンション立地を示した図1・2をあわせて利用し、その立地傾向を確認してみよう。

千代田区を東京23区を中心と見なすとき、阪急不動産はその西部において事業展開していることが理解される（図1）。それに対し、京阪電鉄不動産については東京23区内に分散するかたちで点在している（図2）。このように両社のマンションの立地傾向は大きく相違する。阪急・京阪双方の不動産事業の方針がかなり異なっているであろうことは間違いない。

図1・2で示された物件は東京23区内に限定されたものである。表1・3とあわせて見てみると、阪急不動産のマンションが東急沿線を含む東京西部から川崎市、横浜市にかけて多いことが確認できる。また、阪急不動産は東急不動産との共同事業も少なくない。ここから東急電鉄および東急不動産との関係について考える必要が出てくる。

首都圏事業部の上枝氏からは、東京・首都圏における同社のマンション立地について以下のよう



図1 東京23区における阪急不動産のマンション
(2013年竣工予定分まで)
資料：同社HPにより作成。



図2 東京23区における京阪電鉄不動産のマンション
(2012年竣工予定分まで)
資料：同社HPにより作成。

に聞くことができた。東京では広域にわたって人口の集中が確認される。また、基本的には今後も人口増加していくであろう。さらに東京では千代田区を中心とした360度(23区)全域での不動産開発が可能である。そのため、様々な場所で開発を進めることも可能性としてはあり得る。しかし土地情報の収集から住宅の管理・運用に至る各種業務の効率性を考える必要がある。その点からすれば、360度全域において事業を展開することは困難である。よって、あえて広域的な事業展開を避けているのだという。京阪電鉄不動産については現時点では未調査だが、広域に拡散したマンション立地がどのような意図や条件によるものであるのか、興味深く思われる。

阪急不動産では、情報収集や実績づくりをめぐる効率性の観点から、まずは360度全域を開発することは考えていない。開発を進める地域に偏りが生じる理由は以上から理解される。では、なぜ、東急沿線を含む東京西部が選択されているのであろうか。阪急不動産では、「東急沿線というのは阪急沿線とある程度似通ったゾーンである」という認識を持っているという。そのため、基本的には、東急沿線を含む都心から西部にかけての地域において事業が展開されているのである。

ここで東急電鉄や東急不動産との関係について今少し詳細に見ておこう。まず、阪急電鉄の小林一三、東急電鉄の五島慶太という創業者同士の関係はよく知られていよう。その点もまったくの無関係という訳ではないという。しかし「それにこだわっているわけでは特にはない」(上枝氏)。そうした歴史的経緯よりもはるかに重要な点がある。東急沿線が関西における阪急沿線と性格が似ており、「何となく阪急のブランドを浸透させやすい場所」として認識されていることである⁹⁾。さらに次のような理由もある。関西から東京に転勤をする人々は、世田谷区から川崎市、あるいは横浜市にかけて、つまり東急沿線を含む東京都心から西方にかけて居住するケースが多いとされる。もともと阪急の名を知る人々がその一帯に多いとすれば、東京西方はやはり不動産事業を進める上で有利な場であるということになる。こうして、総合的に見て、まず取り組むべき場所は都心から西方であるとされているのである。

もちろん上記の空間的範囲から離れた立地の物件もある。千葉県の「ジオ流山おたかの森」、埼玉県の「センターフィールド浦和美園」および「イニシア大宮日進」などである。しかしこれらはレアケースである。事業性が高い物件になり得るのであれば取り組むが、そうした事案は少ない。阪急不動産にとっては、あくまでも東京の「都心、城南、城西といった辺りが基本的なフィールドである」(上枝氏)。

首都圏における阪急不動産のマンション立地については、次のように言うことができるであろう。立地傾向を規定する要因の一端は「阪急文化」に帰せられる。すなわち、これまで関西で培ってきた「文化」をそれほど変化させることなく通用させられるであろう場として、東京の西方、たとえば東急沿線が選択されているのである。しかし、こうした説明は部分的なものに留まる。同社のマンションの立地傾向は、より合理的な選択による部分も大きいのである。

9) なお、東急不動産の宣伝文句では次のような文章が確認できる。「東急不動産グループの原点は、大正時代初期。理想の街づくりをめざし、駅を中心とした放射線状の道路や景観保護の仕組みなど、当時としては革新的な発想を取り入れた東京「田園調布」の開発である。その進取の気風と高いディベロップメント力は、同社のDNAとして変わることなく脈々と受け継がれ、マンション、オフィス、商業施設、リゾートへとそのフィールドを広げてきた」(前掲4,74頁)。これは阪急不動産の自社紹介と類似するものであるといえよう。

3.5 「100年の歴史」の強調と住居形態

1901年の池田室町住宅の開発以降の「100年の歴史」ないし「1世紀におよぶ街づくりの歴史」は、ことあるごとに強調されている。それは、新規参入した首都圏において信頼関係を得るための所作である。

「ジオ・シリーズ」マンションの広報誌『ゆめ・ひと・くらし』（36号、2011）に掲載された広告の1つを例に、「100年の歴史」がどのように語られているかを確認してみよう。これもやはり東急沿線の物件である「ジオ梶が谷」というマンションの広告であり、「街づくりのDNAが、とある丘の舞台に咲いた」というコピーが付されている。そして次のような説明がなされている。

この邸宅にも、私たちが創業以来百年にわたり継いできた街づくりへの深い想いが色濃く宿っています。マンションブランド（ジオ）シリーズは首都圏へ進出を本格化。日本初の田園都市構想から始まった邸宅創造は“品と質”へのこだわりと共に新たな飛躍を目指します。

「ジオ梶が谷」の写真の横には「池田室町住宅」の写真が掲載されている。「日本初の田園都市構想から始まった邸宅創造」から現在の事業展開に至る連続性が意図されている。こうしたまちづくりの歴史とともに小林一三、宝塚歌劇などのキーワードやグループ全体の事業が各種の広告で紹介されている¹⁰⁾。もちろんそれは知名度やイメージの向上を目指すためのものである。

首都圏への進出に際しては、このように、100年にわたる住宅事業との連続性が強調されている。では、住居形態についてはどうであろうか。関西から首都圏に同形態の住居が移植されているのだろうか。それとも、松原（1982）がかつての東急不動産の例で示したように、首都圏で採用される住居形態は関西のそれとは異なるのであろうか。

上枝氏によれば、関西と関東とでは造りに大きな違いはないという。阪急不動産も含め、各社はそれぞれオリジナルな仕様やスペック、つまり「そこが肝である、というものを持っている」。その点では大阪と東京とでは大きくは変わらない。ただし首都圏および関西におけるそれぞれの「ゾーン」＝「地域」や個別の物件によって、そうした仕様の「味付け」を変えていくのだという。

かつてル・コルビュジエ（2010）は、マルセイユにおける「ユニテ・ダピタシオン」の建設に際して、いくつかの基本要素の組み合わせから23種類の住戸を創り出した（p.139）。機械時代における量産化＝均質化と、その枠内での一定の多様性の創出とは、必ずしも矛盾しない。それと同様のことは阪急不動産の首都圏進出という事例でも感じられる。普遍的な住居形態によって空間的障壁は乗り越えられつつある。もちろんマンションという住居形態が、戸建て住宅よりも、もともと地域差が問題視されにくい可能性が高いという点には留意すべきである。しかし、たとえそうであっても、もはや関東と関西という差異は特に問題視されていないのである。日本住宅公団の「51C型住戸」（たとえば、上野2002参照）などが開発されて以来、求められるべき住居形態の空間的差異はますます小さくなってきたのであろう。

不動産企業の他所への進出に際してはなおも多くの障壁がある。しかし集合住宅の形態それ自体

10)たとえば2011年の夏期には、日本経済新聞の首都圏版などで「15段ぶち抜きで3回の広告を出した」（上枝氏）という。

はもはや障壁ではなくなりつつある。不動性の強い鉄道事業をよそ目に、不動産資本は鉄道沿線を離れ、空間を超えて展開していく余地が拡大しつつある。もっとも、他所への進出の際には、自社の「文化」が1つの広告材料として用いられることもある。沿線を離れた「阪急文化」は形を変えて、語りのレベルで生き残っていく可能性があると言えよう。

4. まとめにかえて

本稿では2000年以降における阪急不動産の首都圏進出について取り上げた。同社は首都圏での地歩を固めており、2010年にはジオ・シリーズの本格進出がうたわれる状況にまでなった。池田室町住宅において「小林一三方式」が創出されてから100年が経過しようとしていた時点でのことであった。鉄道沿線の開発という当初の方針からは大きく変化し、遠隔地での事業が確実に進められようとしている。ただし首都圏での広告においては小林一三方式がシンボリックに扱われ、首都圏のマンション事業はその延長線上にあると語られている。

もともと阪急グループは「阪急文化」について非常に意識的に考え、創り、守ろうとしてきたことであろう。首都圏進出に際しても、それが有効に利用されている。もしかすると、この進出によって、「阪急文化」の再確認もなされているのかもしれない。ただし、こうした阪急不動産の諸実践について、そのすべてを「文化」の語で説明することは誤りである。

首都圏における同社マンションの立地は東急沿線を含む東京西部に集中していた。その立地傾向は、同時期に首都圏に進出した京阪電鉄不動産とは大きく異なる。阪急不動産の事業立地を特徴づけるものとして、阪急と東急の間にあるかつてからの関係や、両社の「文化」ないし社風の類似性が影響していることは確かに無視できない。その点については同社社員の上枝氏からも確認できている。しかしこうした立地が選択されていることについては、東急との以前からの関係という以外の複数の合理的理由も挙げられていた。すなわち、繰り返しになるが、阪急不動産の動向のすべてを「阪急文化」という語に還元し、本質主義的に語るだけでは不十分だということである。

最後になるが、関東と関西の相違点についていま1つ記しておく。それは上枝氏の次のような話である。すなわち、関東の方がマンション需要が大きく、同じファミリーマンションでも「大阪であれば坪単価150万(円)なのが、こちらでは250万(円)ぐらいというように」単価が高い。売り上げに対する広告費の割合が関西と関東で同程度であるとすれば、プロモーション活動をおこなう際に首都圏の方が華やかな活動ができる。そのため、首都圏での活動の方が、「成功するかどうかはともかくチャレンジしていこうという機運になりやすい」。これもまた東京一極集中の1つの現れであるといえよう。

阪急不動産が阪急電鉄の沿線から、あるいは関西の地から完全に離脱してしまう日は簡単にはやって来ないであろう。同社は首都圏で限定的に使用される新スローガン「for Honer, with Honesty」を2011年に発表したが¹¹⁾、これもまた関西に由来する100年の遺産を再確認するためのものであった。しかし以上で見てきたように、同社を含む関西私鉄系不動産資本にかなり大きな変化が訪れて

11) 前掲4、47頁。

いることも確かである。本稿では取り上げてこなかったが、阪急不動産は2008年から九州への進出も始めており、「福岡市を中心にマンション開発を進めて大阪、東京に次ぐ拠点に」する計画であるという（朝日新聞2008.7.4）。

こうした他所への進出がさらに強化されていくようなことがあれば、「阪急文化」として表象される、関西で培われてきた一連の構成要素もますます変容していくことであろう。もっとも、他所から客体化された相で「文化」が語られるようになったとき、かえってその文化表象がより強固な固定性や持続性を獲得する可能性もあろう。

付記 本稿の作成に際し、阪急不動産首都圏事業部の上枝正治氏にはご多忙の中、興味深いお話を多々伺うことができた。心より感謝申し上げます。なお、2011年の関西学院大学先端社会研究所シンポジウム「関西私鉄文化を考える」において、本稿の概要を紹介する機会を得た。本稿の作成には同研究所景観/空間プロジェクト研究費を利用した。

参考文献

- 植竹晃久・坂口 康（1991）『鹿島建設・三井不動産』大月書店、244頁。
- 上野千鶴子（2002）『家族を容れるハコ 家族を超えるハコ』平凡社、260頁。
- 小泉 諒・西山弘泰・久保倫子・久木本美琴・川口太郎（2011）「東京都心湾岸部における住宅取得の新たな展開—江東区豊洲地区の超高層マンションを事例として—」地理学評論84-6、592-609頁。
- 小原丈明（2006）「私鉄系デベロッパーによる不動産事業の展開—阪急電鉄グループの事例—」経済地理学年報52-3、174-192頁。
- 近鉄不動産企画部・総務部編（1988）『近鉄不動産株式会社創業二十年記念誌』近鉄不動産株式会社・近鉄不動産販売株式会社、106頁。
- 東急不動産株式会社社史編纂委員会編（1984）『最近10年の歩み—東急不動産創立30周年記念—』東急不動産株式会社、413頁。
- ハーヴェイ、デヴィッド、水岡不二雄監訳（1991）『都市の資本論—都市空間形成の歴史と理論—』青木書店、xiv+328頁。
- 松原 宏（1982）「大手不動産資本による大規模住宅地開発の地域的展開」経済地理学年報28-4、21-37頁。
- 森谷英樹（2009）「最近の大手私鉄の不動産事業について（その4）—阪急電鉄の不動産事業について—」敬愛大学研究論集76、3-21頁。
- ル・コルビュジェ、山名義之・戸田穰訳（2010）『マルセイユのユニテ・ダビタシオン』筑摩書房（ちくま学芸文庫）、206頁。