

## ステレオタイプ風景観の再生産

### Reproduction of the Stereotyped View of Landscape

秋山 憲治\*

Kenji AKIYAMA

**Abstract:** This paper aims at clarifying the situation of stereotyped view of landscape in Japan and the structure of reproduction of the view. To accomplish the aim, the transition of stereotyped view and the background of reproduction of the view are analyzed. The analyses of the transition are made on paintings, picture postcards and photographs. The analyses of the background are made on landscape of cherry blossoms taken as an example. Through these analyses the structure of reproduction of the stereotyped view is grasped. The reproduction that is problematic from the viewpoint of impressing landscape becomes clear.

#### 1. ステレオタイプ風景観の光と影

##### (1) 風景の把握

本稿はすでに公表した1篇の小論「感じ入る風景の諸相」<sup>1)</sup>をふまえて、ステレオタイプの風景観がもつ問題性を指摘するものである。すなわち、風景の感じ方・とらえ方においてステレオタイプが再生産されてきたこと、およびこの再生産は風景がもつ文化的豊饒化の潜在力からみて問題性を帯びていること、以上を明らかにする。そのうえで、ステレオタイプが再生産される背景と仕組みを考察する。例として、花を認識主体が感じ入る対象の核とする風景(花風景)を取り上げる。

前述した小論において筆者は、風景を次のとおり把握した。

風景とは、人間にとって外的環境に当たる空間を視覚的にとらえた像にとどまらない。風景とはたんに「見える」空間のありようではなく、「感じ入る」空間のありようである。しかも、三次元的な広がりをもった、あるいは周囲への三次元的な広がりをもった空間である。「感じ入る」空間だからこそ、その空間のありようを主題化した像として原風景や心象風景が成立しうる。また、顕在的または潜在的に広がりをもった空間であるからこそ、その空間のありようを凝縮した像として風景画や風景写真が成立しうる。また、風景画のなかに心象風景が織り込まれたり、風景写真のなかに原風景が見いだされたりするとおり、広がりをもった空間と「感じ入る」空間との結合によって、空間のありようを示す像が多様化し、風景が豊饒化する。一瞬の風景、一時的あるいは反復的な風景、長期に亘って持続する風景、さらに、記憶のなかの風景、現前の風景、想像のなかの風景というように、客観的な時間の流れと主観的な時間の流れをも包含する。これによって風景は、四次元の広がりをも

つことができる。

その上で、風景の諸相を、①感じ入る心の動きの内容状態(どのように感じ入るのか)、②その動きの経路(何をとおして感じ入るのか)、そして、③感じ入る対象の核(何を中心に据えて感じ入るのか)という3つの次元で把握した。

①心の動きの内容状態は、当事者つまり感じ入る主体が込めた主観的意味の相違に応じて、「探勝審美」「関心好奇」「畏怖畏敬」「追憶追懐」という4種に整理した。②経路は、非言語的感覚の体系化と言語的感覚における意味付与の深度に応じて、「視覚」「複合的感覚」「説明」「物語」「象徴」という5種に整理した。③対象の核は、人間による関与の深度に応じて、「一次的自然」「二次的自然」「物」「人」という4種に整理した。これら3つの次元における種別を組み合わせたところ、行為者による主題化を根幹とする風景の諸相が浮かびかぎってきた。

以上が前述した小論の概要である。この小論での把握をふまえて、風景におけるステレオタイプの態様を考察する。

##### (2) ステレオタイプ風景観の問題性

前記の3つの次元についてステレオタイプの所在に注目すると、まず①感じ入る心の動きの内容状態では、論理的には「探勝審美」の場合が、もっともステレオタイプが生じやすいと考えられる。「探勝審美」「関心好奇」「畏怖畏敬」「追憶追懐」のいずれも、感じ入る主体が主観的意味を込めた内容状態であるが、「探勝審美」は評価的な傾向が強く、価値意識が人々に共有されやすいからである。「絵になる風景」「カメラ映え(写真映え)のする景色」などといわれるとおり、「探勝審美」が刻み込まれて「風景」になりがちである。とはいうも

の、「関心好奇」「畏怖畏敬」「追憶追懐」の場合でもステレオタイプが生じないわけではない。たとえば、パオバブの林立や異文化の伝統行事であれば「関心好奇」の風景として扱われやすく、山奥の古寺や廃墟と化した建造物であれば「畏怖畏敬」の風景として扱われやすく、小学校の運動会や里山の民家であれば「追憶追懐」風景として扱われやすいであろう。たとえば、「美しい…」「なつかしい…」「神秘的…」といったテーマを掲げて刊行された写真集において、どのような風景が取り上げられているかをみると、このような扱われ方の傾向がわかる。したがって、①感じ入る心の動きの内容状態では、「探勝審美」の場合にステレオタイプが生じやすいという論理的可能性があるとはいえ、「関心好奇」「畏怖畏敬」「追憶追懐」の場合でもステレオタイプが生じると考えられる。

ステレオタイプの所在からみると、①感じ入る心の動きの内容状態の次元よりも、②その動きの経路の次元と③感じ入る対象の核の次元のほうが、重要と考えられる。

②経路では、「物語」や「象徴」といった経路においてステレオタイプが生じやすいと考えられる。「物語」と「象徴」は、「視覚」「複合的感覚」「説明」「物語」「象徴」といった5種類の段階のうち、言語的感受が強く、同時に言語を媒介とした意味付与が深い段階に該当するからである。換言すれば、風景を言語化して表現する装置を明確にもなっているからである。「物語」や「象徴」では、ステレオタイプの風景観が形成されるとそれが独り歩きし、ある対象の核が感じ入る風景であるか否かを逆に規定するといった相乗作用が展開する。つまり「物語」や「象徴」を作り出す、あるいは当てはめることによって、感じ入る風景を演出することである。たとえば、歴史の舞台となった地、文芸作品ゆかりの地、「〇〇八景」「〇〇四大祭り」「〇〇三大夜景」「世界遺産」「絶景スポット」などは、「物語」や「象徴」を内在化させている。これらは、現在でも各地に次々と作り出され、盛衰をともしつつ遍在している。「物語」や「象徴」が人為的に付与されることによって、感じ入る風景として演出され提供されることは珍しくない。

③感じ入る対象の核<sup>註1)</sup>では、上記の②経路に連動した対象の核において、ステレオタイプが生じやすいと考えられる。たとえば、白砂青松、深山幽谷、初日の出、古城、伝統祭事、「〇〇富士」「〇〇松島」などを核とする対象である。これらは、感じ入るに値する対象の核として、扱われ続けてきた傾向の強い例である。これらは、空間を視覚的にとらえた像の核、すなわち物的存在としての単なる対象の核ではなく、「物語」や「象徴」結びつけられたものとして存在している。なお、これらの対象の核が「物語」や「象徴」と連動するには、両者間の連動に相当の反復が必要である。「物語」や「象徴」と感じ入る対象の核との相互作用、さらには相互作用にも

とづくステレオタイプの再生産には、時間の蓄積が前提だからである。以上のとおり、対象の核が「一次的自然」「二次的自然」「物」「人」といった相違に、ステレオタイプの生じやすさの程度は基本的に関係しないと考えられる。

ステレオタイプの風景観は、文化の生成における必然的な帰結の一種とみることもできる。文化は「型」や「様式」を内包しているからである。むしろ、「型」や「様式」の形成をもって、文化の顕在的態様ということもできる。しかしながら、ステレオタイプ風景観の肥大化には難点がつきまとう。それは、二つの面における風景の希薄化・貧困化である。

一つ目は、ある対象を風景として主題化する認識（主体が感じ入る力）が弱まる危険性である。具体的に換言すれば、「絶景」と銘打ってマスメディアから与えられた風景、追憶追懐を呼び覚ますものとして写真集などにおいてカテゴライズされた風景、古より風光明媚の地として権威づけられた風景などに、自らの「感じ入る」を同調させたり、すり寄せたりすることが過剰になるおそれである。この過剰さは、各自の風景観が豊饒化する機会を阻害していると考えられる。

まず客観的に風景が存在していてそれを主体が認識するのでなく、自ら感じ入ることによって対象が風景になるのであるから、どのように感じ入るのか、何をとおして感じ入るのか、何を中心に据えて感じ入るのかは、主体によって、また同一主体であってもその時々によって、多様なはずである。ある主体にとっての風景という限定、そのときの風景という限定がありうる。したがって他者と共有する同一の風景やある主体にとって常時同一の風景が成立するとは限らない。

他者とある対象を共有する風景が過剰であるなら、それは画一化された風景観の現れであり、ある対象が主体にとって常に不変の風景であるなら、それは固定化された風景観の現れである。画一的な風景観や固定的な風景観には、ある対象を風景として主題化する認識（主体が感じ入る力）の弱まりが内在化している。

二つ目は、一つ目の結果として、ある対象を新たに「風景」として見出しにくくなる危険性である。この危険性は、ある対象を風景として主題化する認識（主体が感じ入る力）の弱まりに依拠している。

その一方で、新たに「風景」として見出す可能性を促す動きがある。それは主に交通の手段・経路の発達によって主体が移動し、訪れることができる可能性の増大であり、それによって、「風景」として見出す際に存在していた時間と空間の制約を緩和しつつある。それは、ある時期、ある場所において、従来とは異なったさまざまな「風景」が発掘されることである。20世紀晩期から現在までの日本社会に限っても、里山、棚田、古民家、干潟、コンビナート・工場、廃墟などが、「風景」として

新たに見出されて、あるいは再発見されて注目を集めた。これらの「風景」でさえ時間的経過とともに陳腐化する。そして、「里山〇〇コンクール」「棚田百選」「なつかしい古民家」「廃墟の美学」「ラムサール条約登録湿地」「工場夜景ツアー」といった形で「物語」や「象徴」に昇華され、ステレオタイプ風景観の生成へ向かいつつある。

文化が伝達され共有されるものである以上、伝達と共有の過程において革新が陳腐化することは不可避であるから、新たな「風景」とステレオタイプ化された「風景」との関係も、この不可避的な渦中にあるといえよう。したがって、ある対象を新たに「風景」として見出す際にも、一つ目で挙げた画一的な風景観や固定的な風景観が干渉する危険性は十分に推測される。新たに見出すこと自体を抑制する危険性も考えられる。

ステレオタイプ風景観の肥大化には、以上のとおり、二つの面における風景の希薄化・貧困化という難点がある。

## 2. 風景をめぐるステレオタイプの変遷

### (1) 風景をめぐるステレオタイプの流れ

この章では、日本社会において、風景をめぐるステレオタイプがどのように変容してきたかを考察する。個人の次元ではなく社会の次元であるから、表現され、伝達され、ある範囲の人々に共有された一種の文化として、風景をめぐるステレオタイプを取り上げることにする。

ステレオタイプが込められた表現、伝達、受容は、絵画、写真、語句・文章、詩歌、庭園といった媒体への各種の関与をとおして行われる。その媒体の変遷を跡づけると、名所絵→写真（名所絵はがき・風景カレンダー）→写真（ソーシャルメディア上の個人撮影写真）という大きな流れがみられる。この流れのなかにステレオタイプが集約的に見いだされるのである。この大きな流れは、感じ入る心の動きの経路（または媒介状態）についてみると、「象徴」「物語」から「視覚」への重心の移動であると考えられる。

この重心の移動は、「視覚」「複合的感覚」「説明」「物語」「象徴」という5種類の経路における感じ入る行為の高度化、つまり「視覚」→「複合的感覚」→「説明」→「物語」→「象徴」という段階上昇に逆行する動きである。一般原則からいえば、「視覚」から「複合的感覚」への移動は非言語的感覚の体系化の進行であり、「説明」から「物語」へ、「物語」から「象徴」への移動は言語的感覚における意味付与の深化である。

したがって「象徴」「物語」から「視覚」への重心の移動は、反対に、言語的感覚における意味付与の弱まりであり、非言語的感覚の非体系化の進行でもある。平たくいえば、複雑から単純へ、理屈から率直へ、間接から直接へ、観念から即物へと、感じ入る行為の動態が移り

変わったことを反映している。しかし、「象徴」「物語」といった文化的な正統性や威信を帯びやすい経路から、あたかも解放されたかにみえても、ステレオタイプの風景観が生じる可能性が消えるわけではない。ステレオタイプ風景観は、「視覚」といった経路でも、十分に生じうるのである。

### (2) 名所絵

名所絵は、平安時代の屏風絵に始まり、その後は絵巻物に引き継がれ、江戸時代の浮世絵まで続いたといわれる。つまり、名所絵という系譜が日本美術史に存在し、当時の屏風絵、絵巻物、浮世絵のなかに、モチーフとして名所が描かれた作品が生み出され、鑑賞されたわけである<sup>注2)</sup>。

名所と謳われる以上、著名な風景だったはずである。ただし著名な風景とは、人口に膾炙しただけの風景でなかったであろう。名所絵において当初は、和歌の歌枕とされた地の風景こそが名所であり、それがモチーフとして描かれたからである。つまり視覚優位で名所を描写した絵画ではない。歌枕の地を描いた名所絵は、平安時代に始まり、鎌倉時代、室町時代を経て、その一部が江戸時代まで続いたとされる。歌枕は各地に存在し、なかでも「松島」「富士山」「天橋立」などは、名所絵に多く描かれている。「瀟湘八景」のように漢詩と和歌の両方に詠まれた海外の地も、名所絵にたびたび描かれている。歌枕とされない地は、風光明媚であっても名所に値するものではなく、描かれるモチーフになりえなかった。

当時の名所絵は、歌枕という形で特定の地名に特定の情緒が結合され、「感じ入るべき」風景として設定されたうえでの作品である。また、名所絵は、歌枕にちなむという「説明」と、先行する和歌が存在するという「物語」と、特定の情緒を連想させる地名という「象徴」を併せ持った作品である。歌枕とされた地名は、単なる位置情報ではなく、謂われ・由来・故事などに結びついた知識偏重的な情緒を喚起する「象徴」といえる。訪れたことがない地、直接伝え聞いたことがない地であっても、歌枕が醸し出す知的な情緒ゆえに、描写に値する風景、鑑賞に値する風景とみなされるのである。

つまり歌枕に裏づけられた名所絵は、身体的な非言語的感覚よりも主知的な言語的感覚が、著しく優越した風景観を反映した作品である。しかも歌枕という一種のステレオタイプによって強く規定された風景観の所産といえる。「瀟湘八景」の「遠浦帰帆」「煙寺晚鐘」「洞庭秋月」「平沙落雁」などと、それらに対応した「近江八景」の「矢橋帰帆」「三井晚鐘」「石山秋月」「堅田落雁」などを描いた名所絵は、ステレオタイプ風景観の典型的な表出といえよう。

歌枕を題材にした名所絵には、相当の識字能力、言語感覚、文芸知識をもった人々でなければ、描かれた当時、接することはなかったであろう。少なくとも室町時代ま

では、風景を眺め、感じ入るといった日常的な個々の行為を超えて、風景を主知的に鑑賞するという生活習慣は、限られた階級だけが保有した文化である。したがって歌枕というステレオタイプは、広範な人々に幅広く普及した風景観ではなかったと考えられる。

しかし一方でその後、歌枕に無関係な地の風景が絵画に描かれている。室町時代からの洛中洛外図における京の各所や、江戸時代の一目図や浮世絵における江戸や主要街道の各所が、その好例と考えられる。特に江戸時代の名所浮世絵では、歌枕に無縁であっても、題材とするにふさわしいとみなした地であれば、画家（絵師）はその地に情緒を込めて描き出したのであろう。封建社会の成熟ともなって行楽・旅行や木版画絵図が都市部である程度普及し、町人階級が名所浮世絵を入手するようになって、描き出された地が逆に名所として人々に認識される相互作用が展開したと考えられる。

名所浮世絵は歌枕から解放された意味で、ステレオタイプではない風景観の契機になったであろう。そして人気のある名所浮世絵によって作り出された風景の地の一部は、新たな名所として人々の間で認識されていったと推測される。たとえば初代歌川広重の「名所江戸百景」「東海道五十三次」にみられる「降雨」「霧」「雪景色」などの気象状態、「茶屋」「渡し舟」「馬場」「呉服屋」「とろろ屋」などの生業の場、「松明取り」「渡し船」「馬市」「祭り」「凧揚げ」「花火」「干瓢」などの風物をもとって浮世絵に描き出された地が、名所として人々の間に定着し、そのうち一部の風景が一種のステレオタイプへと変容していったであろう。

しかし名所浮世絵に新たに描き出された多数の地が、その後も名所として固定化したわけではない。むしろ名所と見なされるほどの評判を維持できず、次第に忘れ去られた地のほうが圧倒的に多かったと考えられる。名所浮世絵の最盛期は江戸時代後期であるが、名所浮世絵に新たに描かれた風景が、その後の近代化の過程において、名所旧跡の地あるいは景勝の地として、注目を集め続けた地はほとんどなく、大都市の一地域や旧宿場町の中小都市という平凡な扱いを受けてきた。この意味において、「名所」すなわち「感じ入るべき風景」というステレオタイプの風景観を生み出すことは、基本的になかったであろう。なお、富士山は歌枕以来の名所であり、名所浮世絵において新に新たに描き出された風景ではない。

名所浮世絵に描かれた風景の地のほとんどが、その後、近代において「感じ入るべき」風景へと移行しなかったことには、視覚重視の風景観が興隆したという背景があると考えられる。視覚重視の風景観は、すでに鎌倉時代から胚胎しており、歌枕に裏づけられた名所の風景に対して、景色を意味する「景気」を尊重する風景観といえる。そしてこの「景気」を重んじる風景観は、江戸時代に写実を重視する一群の絵画に流入し、「風景」という

新しい概念をもたらしたと指摘されている<sup>2)</sup>。南画系の画家からは、陰影法や透視遠近法を用いた写実重視の「真景図」も生まれたといわれる<sup>3)</sup>。それらの写実重視の絵画は名所浮世絵とは系統が異なる絵画である。しかし同時に、一部の名所浮世絵をはじめとする名所絵にも写実性の強い遠近表現が導入されたという。また、当時伝来した写真の表現からの影響も指摘されている<sup>4)</sup>。このような視覚重視の流れのなかで、名所絵という風景の表現様式が退き、終焉を迎えたということである<sup>5)</sup>。

### (3) 風景写真の絵はがき

この視覚重視の流れは、写真の普及によって加速したと考えられる。すでに江戸時代後期、日本社会に写真が伝来し、前述した名所絵の一部にみられた写実表現にも影響した可能性が指摘されている<sup>6)</sup>。そして近代化の過程において、当初の写真は限られた好事家や愛好者が撮影し、画像に見入り保存する関与形態だった。その後、写真師とよばれた写真業者が冠婚葬祭、入学・卒業式などの行事、観光地訪問などの機会に一種の記念として撮影して販売し、画像は消費者が見入り保存する関与形態へと変化した。そして自己所有のカメラで撮影し、画像に見入り保存する関与形態へと移行変わった。このように写真をめぐる関与形態の重心が移行していった。さらに近年では、携帯電話機などで自ら撮影した画像を、見入り保存するにとどまらず——むしろ、それらをあまり重視せず——、インターネットをとおして他者へ発信する関与形態が出現している。

このように移行変わってきたなかで、ステレオタイプ風景観のありように影響を及ぼした写真画像の普及として、観光地の写真絵はがきと風景写真のカレンダーを挙げることができよう。本稿では観光地の写真絵はがきを取り上げることにする。

カメラや現像・プリントが低価格化する以前は、観光地を訪れた際に、待機している写真業者に撮影を依頼して高価な画像を購入するか、あるいは当地の絵はがきを購入することによって、訪問先の観光地を視覚的に表現した思い出の画像とすることが行われていた。ただし、写真業者が撮影した画像は高価であるから、観光用の絵はがきを購入することが手軽であり一般的だった。絵はがきは広告用や世相紹介用として、もともと写真ではなく絵画やデザイン作品を印刷したものであり、絵画やデザイン作品の絵はがきはその後も美術表現として存続し、現在に至っている<sup>7)</sup>。

絵はがきのうち観光用のものは、絵画やデザイン作品の絵はがきもあるが、近代化の進行とともに急速に写真が主流となった。写真を絵はがき用紙に印刷する技術も次第に向上し、鮮明な写真絵はがきが、見る者の視覚に直接訴えて観光地を強く印象づける効果をもたらした。観光地に対して人々が抱く視覚イメージの形成に、写真絵はがきが強い影響を及ぼしたのである。

写真絵はがきは、「繰り返し同じ場所・景物が撮影され、しかも同じような構図の平均化された写真がむしろ特徴となる。オリジナリティや他と異なる表現が追求されるのではなく、よく売れるものに同質化され、均質化され、平均化されるのである<sup>8)</sup>」と指摘されるとおり、個々の観光地の風景を視覚イメージとして人々に固着させる効果があったと考えられる。すなわち観光地の写真絵はがきをとおして、生産者側と消費者側との間で相互に影響を及ぼす過程で、ステレオタイプ化された観光地風景が浸透し、定着していったと考えられる。正確に言えば、ステレオタイプ化された観光地風景が写真絵はがきという媒体をとおして再浸透し、再定着したのであろう。

特に当初は、個々の観光地に点在する旧来の名所または準名所を撮影した写真絵はがきが、主流だったからである。名所旧跡や知られた景勝地を撮影した写真絵はがきは、生産者側にとっては無難な商品であり、消費者側にとっては予想どおりの充足感を得られる土産物だったのであろう。ただし観光地の写真絵はがきは、旧来の名所絵に依拠した風景あるいは文人好みの風景みから、自然景観そのものに対する視覚的把握へと重心が移行していったのであろう。たとえば和歌山県の和歌の浦を撮影した写真絵はがきの発行種類数をみると、白砂青松と穏やかな海辺という定番化した風景に対して、荒波の打ち寄せる海岸という当地の自然実態の風景が増加していったことが指摘されている<sup>9) 注3)</sup>。

このような変化がみられたとしても、観光地をめぐる写真絵はがきは、ステレオタイプ風景観の反映という性質が強いといえよう。名所旧跡や知られた景勝地はもとより新たに付加したスポットであっても、観光地の地元関係者にとっては、当地の魅力をさらに高めるステレオタイプの風景を作り上げ、そのイメージを普及、定着させることが、集客に好都合だったからである。観光地訪問者にとっても、当該観光地に付着したステレオタイプの風景に接して、期待にそった安堵感と充足感を得られたからである。

写真絵はがきは、新たに付加したスポットであっても、従来の枠組みまたはその延長線上に準拠した風景として取り込んだ。この意味でステレオタイプ風景観を補強する傾向が強かったといえる。たとえば、広大な砂浜と夕日、満開の桜と残雪の山並み、青山の雄大な瀑布、花畑と陽光に輝く海、荒磯と白亜の灯台、紅葉に彩られた溪流、雪化粧した旧宿場の街並み、瀟洒な洋館、重厚な古民家、林立する高層ビル、赤レンガの建物群、なまこ壁の蔵通りなどは、観光地の写真絵はがきに典型的にみられる風景である。これらの風景は、名所旧跡でもなく知られた景勝地でもなかったスポットを、ステレオタイプの風景へと押し込んでいった所産である。観光地が異なっても、似たような風景が写真絵はがきに取り上げられ、ステレオタイプの風景観を補強していったと考えら

れる。

#### (4) 風景の個人撮影写真

観光地の写真絵はがきは、自己所有のカメラでモノクローム写真を撮影することが主流だった時代に隆盛を極めていたが、経済的生活水準の上昇にともなって自己所有のカメラでカラー写真を撮影することが普及すると、次第に衰退していった。この隆盛と衰退は、高度経済成長期の観光地の写真絵はがきが、現在では懐古趣味的な収集や売買の対象品になって市場に出回っていることからうかがえる。自己所有カメラによるカラー写真に込められた観光地風景の画像は、撮影者とその身近な人々という私的な範囲の人々が見入り保存する程度だったため、ステレオタイプ化された風景を新たに、あるいは再び生み出すほどの影響力をもたなかったと考えられる。つまり好まれる風景が私的世界に留まることで個別化し、全体としてはステレオタイプ化された風景が希薄化したのである。

この傾向は、携帯電話機で撮影した写真の画像をデジタルデータで保存するようになって、基本的に変わらなかった。むしろ写真を容易に撮影し保存できる携帯電話機によって、観光地風景にかぎらず私的世界の日常風景をも手軽に写真撮影する習慣が普及したため、風景のステレオタイプ化は抑制されたと考えられる。

ところが、携帯電話機のなかでもスマートフォンの普及を背景に、ソーシャルメディアをとおして、風景を含む個人撮影写真を広範な人々に向けて発信する情報行動が広がった。同時に、その発信された個人撮影写真を見る情報行動も、広範な人々に定着した。特に一部の発信愛好者たちは、自ら発信した画像がソーシャルメディア空間で人気を集めることを追求していった<sup>注4)</sup>。そのため、幅広く好まれる写真画像の制作を重視するようになり、ここから再びステレオタイプ化された視覚に訴える風景が生み出される土台が出現した<sup>注5)</sup>。このソーシャルメディア上の個人撮影写真にみる固着したイメージの風景と、そこに潜むステレオタイプの風景観は、第3章の花風景の事例において具体的に取り上げる。

### 3. 花風景にみるステレオタイプの現状

この章では、花風景、すなわち花を感じ入る対象の核とする風景を取り上げ、日本社会の文化状況におけるステレオタイプの現状を考察する。花風景は、山野湖海、建造物、行事などを対象の核とする風景に比較して、ステレオタイプを追究するうえで以下の特徴をもっている。

一つ目として、花風景の場合、心の動きの内容状態、すなわち当事者つまり感じ入る主体が込めた主観的意味は、「探勝審美」「関心好奇」「畏怖畏敬」「追憶追懐」という4種の状態のうち、圧倒的に「探勝審美」が優越していて、種々の状態に拡散していない。したがって、

心の動きの内容状態の相違とステレオタイプの形成程度との関係に、目配りする必要がない。

二つ目は、植生という自然地理的制約を一部ともなうが、花風景の場合、基本的に所在地との結合による制約、すなわち地理的位置による被規定性がない。花風景は「どこであっても美しい」とされる傾向が明らかに強く、特定の場所でなくても感じ入る対象の核になることができる。したがって、所在地の相違とステレオタイプの形成程度との関係に目配りする必要がない。地理的位置による被規定性が強かったのは、すでに述べた歌枕を題材にした名所絵である。ただし花風景の場合、開花期という面で時間的な被規定性をともなうため、開花植物が少ない冬季の花風景には、ステレオタイプが生じやすいかもしれない。

三つめは、花を核とする風景は他を核とする風景と比較して普遍的に好まれる傾向が強く、花風景を絵画、写真などによって表現し鑑賞するだけでなく、花風景を眺めるため行楽や旅行でその地を訪れる、あるいは花風景を眺めるため栽培や作庭でその風景を作り出すなど、花風景への関与をめぐって多様な営みが存在している。多様な関与の営みがあるなかで、それらを通貫するように形成されたステレオタイプは、それぞれの営みにおいてどのように発現するか注目に値する。

四つ目は、上記三つ目と関連するが、花風景の核である花は、原生花園や高山植物群落のように自生的な場合から、花風景の創出を意図しないが花風景として見出される花卉畑・果樹園の場合を経て、植物園・庭園のように人為的な場合まで、花の産出における人為の程度に幅がある。人為的な場合は、風景に感じ入る心の動きの経路として、「説明」「物語」「象徴」といった言語的感覚が顕在化しやすいので、ステレオタイプを生じやすいと考えられる。

以上の特徴をふまえて、多種多様な花のうち事例として桜を核とする花風景を考察する。桜は全国各地に植栽され、花見というポピュラーな季節行事をともない、精神論的な意味合いさえ与えられて、人びとの認識に深く刷り込まれているからである。桜の花風景が有するこのような特異性は、桜をめぐってステレオタイプの風景観を生み出す土台の存在を予測させる。

そこで、花風景のうち桜を核とする風景が、どのくらいの比重を占めているかを、インターネット上にアップロードされた画像件数と写真集における作品点数から確認する。

インターネット上にアップロードされた花風景の画像件数のうち、桜を核とする花風景の画像件数を調べると、表1・表2に記載したとおり、春に開花する他の主要な木本4種類（梅、桃、つつじ、藤）に比較して、全体的傾向として明らかに件数の多いことがわかる。

表1 画像ヒット件数：「植物名」「花」「風景」

漢字表記		ひらがな表記		カタカナ表記	
梅	1220	うめ	501	ウメ	26.2
桃	1980	もも	210	モモ	689
桜	6750	さくら	3520	サクラ	2300
躑躅	59.7	つつじ	511	ツツジ	169
藤	501	ふじ	594	フジ	338

「植物名」「花」「風景」は当該語に限定した。

単位：万件、2020年3月19日検索。

表2 画像ヒット件数：「植物名」「花」「景色」

漢字表記		ひらがな表記		カタカナ表記	
梅	1520	うめ	86.5	ウメ	15.3
桃	642	もも	105	モモ	69.6
桜	1150	さくら	470	サクラ	111
躑躅	11.3	つつじ	52.7	ツツジ	56.5
藤	483	ふじ	65	フジ	184

「植物名」「花」「景色」は当該語に限定した。

単位：万件、2020年3月19日検索。

表1は、桜を含むこれら5種類の各植物名と「花」と「風景」の語に限定し、この3語を「かつ」の論理的関係に置いて検索した結果、ヒットした画像の件数（概数表示結果）であり、表2は、桜を含むこれら5種類の各植物名と「花」と「景色」の語に限定して、この3語を「かつ」の論理的関係に置いて検索した結果、ヒットした画像の件数（概数表示結果）である。両表ともに、Googleで2020年3月19日に検索した結果である。念のため、5種類の植物名は、漢字、ひらがな、カタカナの3種類の表記に区別して検索した。

「花」という語を入れた理由は、5種類の各植物名を語として限定しても、人名、団体名、地名などの固有名詞に該当する画像が混入する可能性があり、それをできるだけ排除するためである。たとえば「モモ」というペットがいる「風景」の画像に対して、「花」の語を加えることによって、それを排除できるからである。それでも、富士山を指し示す「ふじ」「フジ」が混入して、たとえば富士山を背景にした何らかの花の風景・景色の画像が含まれていた。「ふじ」「フジ」の場合を除いて、このような混入が生じたとしても、ヒット件数の桁が十から千万までと極めて大きい場合、表中の比較においては混入件数による影響は無視してよいであろう。

件数そのものをみると、表1では5種類の植物のうち、漢字表記では「桜」の6750万件に対して、次いで多い「桃」が1980万件あり、ひらがな表記では「さくら」の3520万件に対して、次いで多い「ふじ」が594万件であり、カタカナ表記では「サクラ」の2300万件に対して、次いで多い「モモ」が689万件である。いずれの文字表記の場合も、桜が他の4種類の植物に比較して圧倒的に件数の多いことがわかる。表2では、漢字表記では「桜」の1150万件に対して、「桃」の1520万件が上回っており、ひらがな表記では「さくら」の470万件に

対して、次いで多い「もも」が105万件であり、カタカナ表記では「サクラ」の111万件に対して、「フジ」の184万件が上回っている。ただし前述したとおり、富士山を指し示す「フジ」の混入を考慮する必要がある。漢字表記では、桜が他の4種類の植物に比較して明らかに件数の多いことがわかる。ひらがな表記とカタカナ表記では、桜は5種類のうち2番目に多い件数であるが、1番目に多い植物と同じ桁の範囲内の件数である。

以上のことから、春に開花する代表的な木本類のうち、全体的傾向として明らかに桜の件数の多いことが確認

できる。これは、多くの人々の認識において春の花の風景・景色といえ、まず桜を思い描く傾向の反映と考えられる。両表に挙げたとおり、春に開花する木本の代表的な植物が他にも多々あるものの、人びとの認識において桜の比重が極めて大きいことがわかる。

次に市販または公開されているいくつかの写真集に掲載された作品点数のうち、桜を核とする花風景の作品点数を調べると、表3に記載したとおり、開花している他の各種植物に比較して、全体的傾向として明らかに件数の多いことがわかる。

表3 写真集における作品点数

写真集名称	作品総点数	うち桜の花の点数	その他の花の合計点数
①『1319人の風景写真——四季のいろ——』	1319	89+ $\alpha$	200前後
②『第51回富士フィルムフォトコンテスト作品集』 (ネイチャーフォト部門) (自由写真部門)	71	1	3
	71	5.5	0.5
③『遺したい日本の風景X：自然と営み』	90	7	12
④『第93回国展作品図録』	173	1	2

$\alpha$ ：画像から桜とみなせるか多少でも不明確な場合を $\alpha$ と表記した。

〇〇前後：花が核となっているか不明確な場合を除いて、概数を記載した。

0.5：2種類の花がともに核となっている作品では1種類あたり0.5とみなした。

資料出所：①日本風景写真協会編『1319人の風景写真——日本風景写真協会創立10周年記念「四季のいろ」——』日本風景写真協会、2011年。②富士フィルム株式会社編『第51回富士フィルムフォトコンテスト作品集』富士フィルム株式会社、2012年。③日本風景写真協会編『遺したい日本の風景——X 自然と営み——』光村推古書院、2015年。④国画会写真部編『第93回国展作品図録』国画会、2019年。

これらの写真集は花風景にテーマを限定した写真集ではないが、それでも風景をテーマとする写真集においては、①では桜の約89点の作品に対して、他の花はあじさい、蓮、コスモス、桃、スイレン、ヒガンバナ、椿、菜の花、梅、スイセン、ヒルガオなど20種類、合計して約200点の作品が掲載されている。③では桜の7点の作品に対して、他の花は桃、あじさい、レンゲ、ルピナス、菜の花、ヒガンバナなど8種類、合計して12点の作品が掲載されている。①③からは、他の多種類の花に比較して、桜の比重が大きいことがわかる。

テーマが風景に限定されていない写真集においても、②（自由写真部門）では全71点のうち桜が5.5点を占めている。しかし、自由応募である②に比較して本格的な写真家の芸術的を集めた傾向の強い④では、全173点のうち桜は1点にすぎない。ここから、写真の撮影・作品制作において桜を核とする風景が、芸術性を醸し出す被写体というよりは、ポピュラーな人気を反映した被写体であることが垣間見ることができる。

以上のとおり、インターネット上にアップロードされた画像件数と写真集における作品点数からみて、桜を核とする風景が、他の花風景に比較して特異な比重の大きさを示しており、桜の比較優位という程度ではない。この桜に対する選好の偏りは「花風景といえば、まず桜」

という一種のステレオタイプ風景観の現れであると考えられる。しかもこの桜への偏りは、たんなる個人の選好と風景観を超え、現代日本社会における広範な人々に共有されている選好であり、風景観であると考えられる。

#### 4. 花風景にみるステレオタイプの背景

前章では、桜に偏った花風景が生み出されていることを確認した。そして、桜へのこの偏りをステレオタイプ風景観の現れとしてとらえた。それでは、この状況をもたらしている背景は何であろうか。ここで、桜をめぐるステレオタイプ風景観の背景を探ることとする。背景として、語意、季節の指標および生活空間における、桜への固着した偏りを取り上げる。

まず語意としては、例として「花」の語意を挙げることができる。辞典類の記述では、比喩的な語意を除けば、「花」とは第一に、種子植物、特に被子植物の有性生殖器官全般を指すほかに、第二に、桜の花を指すことが通説である。ただし第二には、梅の花を加えている記述もみられる。「花」といえば種々の花のうち特に桜の花を指すことは、平安時代後期からであり、それ以前は梅の花を指していたことが、語意の時代的変遷として定着した理解になっている。

「花」を桜の花とみなすことについては、たとえば小

野小町の著名な短歌「花の色は移りにけりないたづらにわが身よにふるながめせしまに」が、平安時代に編纂された古今和歌集においては、抽象的・一般的に花を指すと現在解釈されているが、その約300年後、鎌倉時代に編纂された小倉百人一首においては、桜の花を指すと現在解釈されている。そして後者における解釈には、撰者である藤原定家が、この短歌の「花」を桜の花とみなしたことが影響している、と指摘されている。さらに、古今和歌集の編纂当時は、桜を特定するのではなく、漢語としての「百花」や歌の言葉としての「千種の花」に由来する抽象的・一般的な「花」の概念が生きていたと指摘されている<sup>10)</sup>。したがって、この短歌に限らず、後世

において「花」を桜とみなしがちな解釈が独り歩きし、補強されて現在に至っているのであろう。すなわち固定観念的な「花」の理解である。

季節の指標としては、例として気象庁による生物季節観測の観察対象を挙げることができる。生物季節観測とは、全国の気象官署で、植物の発芽・開花・落葉の日、昆虫や鳥類の鳴き声を初めて聞いた日、同じく姿を初めて見た日などを指標として、季節の変化を把握する方法の一つの方法である。観察対象とする動植物の種目には変遷があるが、1953年から現在までデータが蓄積されている<sup>11)</sup>。

表4 生物季節観測種目 (植物)

あじさい開花	あんず開花	あんず満開	いちよう発芽	いちよう黄葉	いちよう落葉
うめ開花	かえで紅葉	かえで落葉	かき開花	からまつ発芽	ききょう開花
くり開花	くわ発芽	くわ落葉	さくら開花	さくら満開	さざんか開花
さるすべり開花	しだれやなぎ発芽	しば発芽	しろつめくさ開花	すいせん開花	すすき開花
すみれ開花	たんぽぽ開花	チューリップ開花	つばき開花	でいご開花	てっぽうゆり開花
なし開花	のだぶじ開花	ひがんざくら開花	ひがんざくら満開	ひがんばな開花	もも開花
やまつつじ開花	やまはぎ開花	やまぶき開花	ライラック開花	りんご開花	

資料出所：<https://www.data.jma.go.jp/sakura/data/index.html>

最終検索日：2020年3月13日

2021年からは大幅に縮小されるが、観察対象の植物には、表4のとおり、あじさい、いちよう、うめ、かえで、たんぽぽ、でいご、なし、ライラック、りんごなど、身近な野生植物、庭園木、果樹、地域特性をとまなう植物を含む41種目が設定されてきた。表中の記載からわかるとおり、「さくら」については開花日と満開日という2つの種目が設けられ、「ひがんざくら」についても開花日と満開日という2つの種目が設けられている。全41種目のうち、開花日と満開日が設けられているのは、「さくら」と「ひがんざくら」である。

気象庁のこの生物季節観測のホームページには、「さくらに関する情報」の項目が独立して設けられ、各地の過去の開花日、過去の満開日、本年の開花状況、本年の満開状況が詳しく紹介されている。このデータの一部は、毎年春季にテレビ、インターネット、新聞などの気象情報(天気予報)において、桜の開花予測や満開予測、あるいは「桜前線」などとして繰り返し紹介されているとおりである。桜の花に関するこの情報提供は一種の疑似環境の作出であり、人々に桜を核とする花風景を、毎年のように想起させる機能を果たしている。

以上のことから、観察対象の種々の植物のなかでも、桜が特別に重い扱いを受けていることがうかがえる。もちろんこの特別な扱いは、気象庁による桜への愛着ではなく、広範な人々の桜に対する関心に応じて気象庁が対処した結果であろう。とはいえ、長年に亘る桜に対するこの特別な扱いが、桜は重視されるべきものだという認

識を人々にもたらすことは否めない。桜に対する人々の認識と桜に対する気象庁の扱いが相乗作用して、桜を核とする花風景が反復的に補強されていると考えられる。

生活空間としては、例として道路緑化樹木を挙げることができる。道路を緑化するためさまざまな種類の高木と中低木が各地に植栽されており、これらの樹木は、人々が見物に訪れる目当ての景物ではなく、日々の生活において接する存在という性質を色濃く帯びている。目新しさを欠くものの、日常の風景を思い描くとき、その中に刻み込まれている存在である。生活環境という慣れゆえに、「街路樹といえば〇〇の木」「道路沿いには〇〇の木が当たり前」という固定的な認識を形成しやすい。

道路緑化樹木の時期別、種別の本数は、表5に示すとおりである。これは、国・地方公共団体および高速道路会社が管理している道路緑化樹木のうち高木(樹高3m以上の樹木として管理する樹種)の総本数と、そのうち上位10種の樹種の本数である。表中の記載からわかるとおり、サクラ類の本数は、直近の調査年に当たる2017年では520千本であり、総本数6701千本のうち7.8%を占めている。30年間の推移をみると、サクラ類は1987年から2017年まで一貫して2位を占めている。道路緑化樹木としてサクラ類は代表的な樹種といえよう。樹木は一般に寿命が長く、植樹後の植え替えを頻繁には実施しないため、上位樹種の劇的な交代はみられない<sup>12)</sup>。

一貫して1位を占めているイチョウと2位のサクラ類について、数値の推移を追うと、1987年ではイチョウ

表5 道路緑化樹木（高木）の上位10種の本数と推移

単位：千本

順位	1987年		1997年		2007年		2017年	
	樹種	本数	樹種	本数	樹種	本数	樹種	本数
1	イチョウ	486	イチョウ	591	イチョウ	572	イチョウ	547
2	サクラ類	260	サクラ類	428	サクラ類	494	サクラ類	520
3	ブラタナス類	258	ケヤキ	412	ケヤキ	478	ケヤキ	462
4	トウカエデ	238	トウカエデ	317	ハナミズキ	333	ハナミズキ	362
5	ケヤキ	133	クスノキ	247	トウカエデ	317	トウカエデ	312
6	カシ類	129	ブラタナス類	229	クスノキ	271	クスノキ	261
7	クスノキ	128	ハナミズキ	210	モミジバフウ	196	ナナカマド	189
8	ナナカマド	110	ナナカマド	193	ナナカマド	196	日本産カエデ類	183
9	シダレヤナギ	109	シラカシ	179	ブラタナス類	163	モミジバフウ	173
10	ニセアカシア	106	日本産カエデ類	144	日本産カエデ類	150	クロガネモチ	148
	総本数	3708	総本数	6208	総本数	6675	総本数	6701

1992, 2002, 2012の各年は記載を省略。

資料出所：飯塚康雄・船久保敏『わが国の街路樹Ⅷ』国土交通省国土技術政策総合研究所、2018年、69ページ。

486千本に対してサクラ類260千本だったが、徐々にサクラ類の本数が追いついて、30年後に当たる2017年では、イチョウ547千本に対してサクラ類520千本まで接近している。サクラ類以外では、ハナミズキとケヤキの本数が明らかに増加傾向にある。上位10位以内の樹種のうち、花または花苞が目立つ樹種はサクラ類とハナミズキの2種にとどまっており、2017年時点でサクラ類520千本に対してハナミズキ362千本である。直近調査時点での本数と30年間の本数の推移から、道路緑化樹木においてサクラ類は比重の大きい樹種といえる。街路樹の花風景といえば、サクラ並木が代表的といえよう。

サクラ類が有する大きな比重は、道路管理機関による桜への愛着というよりはむしろ、桜に対する一般的な人気を推しはかかって管理機関が対処した結果であろう。とはいえ、サクラ類を重んじるこの対処は、他の花木ではなく桜の街路樹が当たり前のものだという認識を人々にもたらす機能を果たす。桜に対する人々の認識と桜に対する道路管理機関の扱いが相乗作用して、桜を核とする街路の花風景が反復的に補強されていると考えられる。

以上のとおり、語意、季節の指標および生活空間の各例からみて、桜を偏重する概念や扱いが社会に定着していることが、桜の花が花風景を席捲している背景の一部をなしているのであろう。語意と季節の指標は人々にとって情報環境の一部であり、生活空間は人々にとって物的環境の一部である。ただし、どちらの環境も人為が加えられた環境である。このような環境のもとで、桜を核とする花風景が特別に意味付与され、ステレオタイプな風景観が再生産されていると考えられる。

##### 5. ステレオタイプ風景観の再生産

これまで、第1章では、風景に関する3つの次元からみたステレオタイプの態様とステレオタイプ風景観の問題性を考察し、第2章では、名所絵、風景写真の絵は

がきおよび風景の個人撮影写真を取り上げて、風景におけるステレオタイプの変遷を考察した。そして第3章では、インターネット上の花風景の画像と市販または公開されている写真集を例として、桜を核とする花風景にみるステレオタイプの現状を考察し、第4章では、語意、季節観測および生活空間を例として、第3章の背景を考察した。

たとえば花風景については、「花風景といえば桜」「春の風景といえば桜」というようなステレオタイプの風景が表出されたり、発信されたりしていると同時に、桜に偏った情報環境と物的環境の実態という背景が存在し、ステレオタイプの風景を現出する風景観が生み出されている。また、桜をめぐるそのようなステレオタイプの風景とその母体になっている風景観が優勢な状況下で、桜に偏った情報環境と物的環境が維持または増強されている。つまり、桜をめぐる固着したイメージの表出・発信と、桜に偏った情報環境と物的環境という実態の両者が、相互に影響を及ぼしつつ、このステレオタイプの風景観を再生産している。

桜を核とする花風景は、花木品種や花見の由来、開花予測などの「説明」、桜にまつわる古典文芸作品や歴史上の出来事に結びつけられた「物語」、生と死、華やかさと儚さ、規範と逸脱などの多義性と相互矛盾をともなった「象徴」<sup>13)</sup>、これらの「感じ入る」経路を重層的に備えた風景である。それゆえステレオタイプの風景観を再生産しやすかったと考えられる。しかし現在では、写真画像をとおした「視覚」という直接的な「感じ入る」経路が優勢の状況であるにもかかわらず、その風景が広範な他者に向けて表出され、発信され、人々に容易に共有されているため、ステレオタイプの風景観を再生産しつつあると考えられる。「感じ入る」経路のうち低次と思われた「視覚」優位の風景であっても、その蓄積と普及・浸透さらに情報環境・物的環境との相互作用によって、結果的にステレオタイプの風景観を再生産するのであ

ろう。

一方、桜を核とする花風景は、歴史的に日本文化の一部として成立しているのであり、桜以外の花を核とする花風景に比して明らかに優勢なだけで、ステレオタイプ風景の反映ではないという見解が予想される。しかし前述したとおり「説明」「物語」「象徴」が重層化された下で、桜への偏重という現象が生じてきたことや、重層化から離れた「視覚」優位の現状でも、桜への偏重という現象が形を変えて存続していること、また、環境との相互作用をとおして、そのような現象をもたらす構造が成立している。したがって桜を核とする花風景の表面的な優勢ではなく、ステレオタイプの風景観から必然性をもって生み出された現象としてとらえるべきであろう。ステレオタイプの風景観から生み出される構造が成立しているからこそ、「視覚」優位の状況でも花風景における桜への偏重という実態が存続しているのである。

「視覚」優位の風景であっても、事後的に「説明」「物語」「象徴」といった言語的感覚を発掘したり、創出したりして、平板化した風景を作為的に補強しうる<sup>注6)</sup>。

このようなステレオタイプの風景観は、桜を核とする花風景に現れるとは限らない。現状では、桜以外の花風景に現れる見込みはないと考えられるが、何らかを偏重する構造が形成されれば、そこにステレオタイプの風景観が活性化し、花風景に限らずある種の風景が席捲することで、そのような風景観が具現する可能性が考えられる。

また、すでに述べたとおり、歌枕の地を風景として描いた名所絵、風景写真の絵はがきも、ステレオタイプ風景観を反映した所産である。前者は、感じ入る心の動きの経路について「説明」「物語」「象徴」といった言語的感覚の強い経路によって支えられていた。そしてその背後には、正統性と威信を帯びた文化の構造が存在していた。後者は、「視覚」重視の流れに現出した風景であるが、絵はがきの生産者側・販売者側による定番化した観光地風景の描写と、消費者側が満足する風景イメージとの相互作用の下で成り立っていた。その背後には、風景の商品化という経済の構造が存在していた。

すなわち、感じ入る心の動きにおいて、言語的感覚が強い経路であっても非言語的感覚が強い経路であっても、ステレオタイプ風景観は十分に機能し、再生産されうることである。ただし、心の動きの5種類の経路のうち、視覚だけでなく聴覚、触覚、嗅覚などの「複合的感覚」は、ステレオタイプ風景観に関与した「視覚」「説明」「物語」「象徴」のいずれでもない消去法的な論理において、風景の豊穡化にとってひとつの手がかりになる可能性がある。それゆえ、「複合的感覚」を尊重する風景観の所在と仕組みを探る必要があろう。いずれにせよ、風景の革新という観点から、ステレオタイプ風景観の生成と動向を注視することが、風景の豊饒化を追求

するうえで必要と考えられるのである。

## 注

- 注1) 主体が感じ入る対象のうち核になっている存在を指す。空間の像でいえば、通勤者群と駅舎という2種類の核のほか、駅前広場、道路、街路樹、自転車、空模様なども朝の通勤風景を構成している。
- 注2) 日本の名所絵には、大和絵—景物画—名所絵という系統とともに、漢画のうちの山水画の系統があったといわれる<sup>14)</sup>。
- 注3) 絵はがきの変遷が詳細に考察されるなかで、写真や視覚が重みを増していった風景観の変容が論じられている<sup>15)</sup>。
- 注4) 絵画や写真として「生産」された風景は、複製技術に支えられ、商品として「流通」し「消費」されたといわれる<sup>16)</sup>。
- 注5) 視覚の突出にともなう風景の平板化は、表現・伝達媒体の発達を土台として20世紀にも生じていたという<sup>17)</sup>。
- 注6) 写真や映像などの複製された自然のイメージが、自然そのものとの接触のなかに身を置くことを不可能にしたと指摘されている。この接触は、複合的感覚に相通じると考えられる<sup>18)</sup>。

## 文献

- 1) 秋山憲治「感じ入る風景の諸相」『静岡理科大学紀要』第27巻(2019年)。
- 2) 鈴木廣之「名所絵と旅と風景」静岡県立美術館編『心の風景—名所絵の世界—』静岡県立美術館、2007年、9—12ページ。
- 3) 辻惟雄、前掲論文、11—13ページ。
- 4) 藤澤紫「名所絵の機能と広がり——『名所江戸百景』にみる都市景観図の『記録』と『記憶』——」『国学院大学大学院紀要(文学研究科)』第46号(2014年)、9ページ。
- 5) 鈴木廣之、前掲論文、13ページ。
- 6) 藤澤紫、前掲論文、9ページ。
- 7) Fanelli, Giovanni & Godoli, Ezio (末永航ほか訳)『アール・ヌーヴォーの絵はがき』同朋舎出版、1993年、28—39ページ。  
富田昭次『絵はがきで楽しむ歴史散歩——日本の100年をたどる——』青弓社、2016年。
- 8) 米田頼司「名所絵葉書にみる景観観と景観変容——『溝端コレクション(和歌の浦)』とその内容分析——」『紀州経済史文化史研究所紀要』第33号(2012年)、3ページ。
- 9) 米田頼司、同前論文、16—19ページ。
- 10) 井ノ口史「和歌教材としての『百人一首』——小野小町『花の色は』歌の課題と展望——」『滋賀大学教

育学部紀要 人文・社会科学』第 68 号 (2018 年)、175  
—178 ページ。

- 11) 気象庁ホームページ「生物季節観測の情報」
- 12) 飯塚康雄・船久保敏『わが国の街路樹Ⅷ』国土交通  
省国土技術政策総合研究所、2018 年、69 ページ。
- 13) 大貫恵美子『人殺しの花』岩波書店、2020 年、43  
—73 ページ。
- 14) 辻惟雄「日本の風景画とリアリティー——真景図の成  
立まで——」静岡県立美術館編『描かれた日本の風景  
——近世画家たちのまなざし——』静岡県立美術館、  
1995 年、8 ページ。
- 15) Sato, Kenji, “Postcards in Japan: A Historical Sociology  
of a Forgotten Culture”, *International Journal of Japanese  
Sociology*, 11, 2002, pp.49-50.
- 16) 島津俊之「地方写真館と風景の生産・流通・消費  
——和歌山県新宮・久保写真館の活動から——」『歴  
博』第 158 号 (2010 年)、2 ページ。
- 17) Sato, *op.cit.*, p. 50.
- 18) D’Angelo, Paolo, *Filosofia del paesaggio* (鯖江秀樹訳)  
『風景の哲学——芸術・環境・共同体——』水声社、  
2020 年、107—111 ページ。