

近畿都市学会報

第171号

2010年5月20日
近畿都市学会

近畿都市学会・連絡先

■ 近畿都市学会事務局

〒631-8502

奈良市山陵町1500

奈良大学文学部地理学教室内

近畿都市学会 事務局

事務局長：酒井高正

> 電話&ファックス：0742-41-9539

> Eメール：info@kintoshi.org

(ご連絡は、なるべくEメールでお願い
します。)

> ホームページ：<http://www.kintoshi.org/>

> 会費納入先：ゆうちょ銀行 振替口座

00990-7-86235 近畿都市学会

※他の金融機関からは ゆうちょ銀行 ○九九店 (ゼロ
キユウキユウ店) 当座 0086235 キンキトシカ`ツカイ

■ 近畿都市学会編集委員会 宛先

(原稿等はすべてこちらにお願いします)

〒530-0001

大阪市北区梅田1-2-2-600

大阪駅前第2ビル6階

大阪市立大学大学院 創造都市研究科内

近畿都市学会 編集委員会

(担当) 副編集長：小長谷一之

> 電話：090-4649-2590

> ファックス：072-721-0064

> eメール：

konagaya@zc4.so-net.ne.jp

I. 近畿都市学会2010(平成22)年度春季大会のお知らせ(確定)

近畿都市学会の2010年度春季大会を以下のように予定しております。

【日時】2010年7月3日(土)

【会場】奈良県立大学 4号館 1階 401教室 (地図は最終頁)

近鉄奈良駅・JR奈良駅から徒歩10分。最終頁の地図をごらんください。

【プログラム】(確定)

1) (11:00までに) 会計監査(4号館1階 多目的交流ホール)

2) 11:00~12:30 理事会・評議員会(4号館1階 多目的交流ホール)

3) 12:40~13:20 総会

4) 13:30~13:35 近畿都市学会新会長挨拶

5) 13:35~13:40 奈良県立大学学長(伊藤忠通先生)挨拶

6) 13:40~14:30 特別講演

講師：奈良県立大学教授 小松原尚先生

演題：「人的流動と都市」

7) 14:30~17:30 一般研究報告(3ページより要旨掲載)

[1] 「軍港都市舞鶴の都市形成」

上野裕(大阪経済法科大学)

[2] 「商業・観光政策の変遷と中心市街地の観光マーケティング」

中井郷之(豊中市役所政策企画部コミュニティ政策室)

[3] 「都市型産業集積形成にかかると一考察—尼崎地域を中心として—」

梅村仁(尼崎市役所企画財政局都市政策課)

[4] 「地方都市における都市型産業の創出プロセス—岐阜県大垣市を事例に—」

小畑和也(岐阜市役所)

[5]「タウンガイドを用いた地域イメージの可視化の試み－シフヤを事例として－」

鈴木健太（東京大学大学院 総合文化研究科 広域科学専攻 博士課程）

[6]「商業変動による地域イメージ変化と地価変動に関する考察」

吉川浩（尾道大学、イメージラボラトリー）

[7]「駅前再開発ビルにおける繁栄三要件の選定とその妥当性－尼崎市の事例による検証－」

荒木徹（クラーク国際専門学校講師）

8) 18:00～懇親会 会場：dining bar 雷来（らいらい） 会費：5千円（予定）

懇親会参加ご希望の方は6月末日必着にて事務局まで申し込んでください。

（なるべくEメールまたはFAXにてお願いいたします。）

Ⅱ. 『都市研究』第10巻 ふるってご投稿ください！

【都市研究第10巻の査読論文の公募について】（編集長：綿貫伸一郎）

第10巻の査読論文を募集いたします。締切りは2010年8月30日です。執筆要項は『都市研究』の各号に掲載しておりますので、会員のみなさまのご投稿をお待ちしております。なお、投稿は巻頭の編集委員会までお願いいたします。

Ⅲ. 日本都市学会第57回大会（関東が担当、高崎市で開催）

日本都市学会代58回大会（東北が担当）のお知らせ。

日本都市学会第57回大会（2010年度）は、関東都市学会が担当し、2010年10月23日（土）・24日（日）に、高崎市の高崎経済大学において、「横断国土軸と都市再生」をテーマに開催する予定です。

日本都市学会第58回大会（2011年度）は、東北都市学会が担当する予定です。

詳細はホームページで追って連絡してまいります。学会員の皆様はスケジュールの調整をよろしくお願いいたします。くわしくは、日本都市学会ホームページ <http://www.toshigaku.org/> をご覧下さい。

Ⅳ. 近畿都市学会理事会等のご報告

畿都市学会2010年度第2回理事会は、2010年5月19日（水）に大阪市立大学文化交流センター談話室（大阪駅前第2ビル6階）で開催され、春季大会などを議論、日本都市学会賞などを検討しました。

Ⅴ. 事務局より

<新入会員>（前年度号記載漏れ含む）

土岐泉（PYAESS INSTITUTE OF EDUCATION, SELANGOR, MALAYSIA）

専門分野：創造都市論。

小畑和也（岐阜市役所）専門分野：産業社会論 社会ネットワーク理論。

室雅博（(社)奈良まちづくりセンター）専門分野：NPO、まちづくり、地方自治。

<転入>

香川雄一（滋賀県立大学）関東都市学会より。

<転出>

河藤佳彦（高崎経済大学）関東都市学会へ。

[1] 軍港都市舞鶴の都市形成 **上野裕（大阪経済法科大学・非）**

軍港都市は、時代の要請によって国家主導で建設された都市である。起源からいえば、開港場や北海道の開拓拠点と同じく近代都市のグループに含まれる。防衛上からリアス式海岸など山地形が迫る地域に建設され、限られた平地を有効に活用する都市計画のもとで都市形成が進められた。しかも初期の格子状プランからなる街区は、その形態をほとんど変えることなく今日の中心市街地を形成している場合が多い。ここでは、舞鶴（舞鶴市東地区）をとりあげ、都市の計画と建設さらに市街地化のプロセスについて検討し、軍港都市の都市形成の特徴の一端を明らかにしたい。

舞鶴については、すでに『軍港都市史研究1 舞鶴編』（2010年）が公刊されている。この優れた研究成果を参照しつつ、ここでは舞鶴市史や行政文書などを用い新市街地（以下、東舞鶴）の建設に焦点を当てていく。なお、鎮守府設置決定は1889年（内定は1886年）、軍港建設開始は1896年、鎮守府開庁は1901年である。

東舞鶴の建設計画は臨時海軍建築部長のもとで京都府によって推進されるが、土地買収や格子状の街区プランは先行する呉・佐世保をモデルにした。1899年に設置された府の新市街地調査委員会は強力な権限をもち現地の実情調査とそれに基づく商業地、住宅地、海岸の埋立、河川拡張や改修などのインフラ整備を計画していく。また、土地所有者の協力体制、諸準備に関する費用は全額村負担、潰地寄付、市街地の地割変更は認められないなど、地元住民の大きな負担を強いての建設であった。

市街地建設は1900年から始まる。その骨子は軍港に通じる主要道の開削（10間、12間）と軍港に注ぐ河川の付替・改修（与保呂川の直線化など）であるが、建物の不燃化を中心とした「舞鶴付近新市街地建築物制限規則（1900年）」も策定された。しかし、それらに先立ち労働者の流入による急激な人口増加や、既存の城下町舞鶴に対して軍事施設のある余部町と新市街地での遊郭設置の競いなど、東舞鶴は短期間の中で計画と施設立地を前後させながら市街地化を進めていった。1904年の阪鶴鉄道の開通によって、市街地の南に設置された鉄道駅からの南北路と鎮守府から延びる東西路が新市街地の骨格となり、大門通や三条通への商業集積、浜地区への公共施設の立地、工場労働者の町として余部など地域分化が進んだ。そして東京、大阪、京都の資本が導入され、銀行など金融機関も進出し、経済面での広域的なネットワークが形成されていく。鎮守府時代は、海軍としての全国的なネットワークと鎮守府に依存する市街地からなる二重構造の都市で、周辺地域の中心としての機能をほとんど持ち得なかった。しかし、要港部格下げ（1923年）によって地域中心、自立的な都市化の方向が模索されていく。

[2] 商業・観光政策の変遷と中心市街地の観光マーケティング **中井郷之（豊中市役所政策企画部コミュニティ政策室）**

これまで、商店街は地元消費者との濃密な関係を軸として、接客をはじめとする地域密着型の商いによって大規模小売店舗よりも優位に立っていた。ところが、中心市街地の空洞化による地域社会の崩壊によって商店街を利用する消費者が減少する中、地元の固定客のみを対象とした商売に陰りが見え始めてきた。

それゆえ固定客を対象とした商いだけでは、衰退が著しい中心市街地において最善策と

はいえ、来店客数と売上の減少に歯止めをかけることができない。そこで来店者を増加し、売上を回復、またはそれ以上に伸ばすためには、観光客に頼ることが期待される。それが商店街の観光地化であり、全国各地の中心市街地で、長浜市のように成功した地域が注目されるようになった。

しかし、このように観光地化で中心市街地に観光客を集客するという方法が注目されている一方で、もともと商売を営んできた商業者達がなぜ観光に目を付けるようになったのかについて十分な政策・マーケティングの視角から研究が行われていない。

そこで本研究では、商業と観光政策の変遷を精査しながら、両政策の繋がりについて分析することとした。そして、それぞれの政策変遷から得られた知見を元に、商業と観光が交わった地点での商店街における観光マーケティングを考察することとした。

政策の変遷については、90年代に日本全体の景気が低迷し始め、人口の減少と高齢化社会が問題視されるようになると、中心市街地の活性化を試みる上で観光による交流人口拡大と経済社会的効果が注目されるようになったことがわかった。なぜなら地方都市のように、地域が地元の人的・物的資源だけでは立ち行かなくなったことが背景にあったからである。だからこそ、外部からの人的・物的資源を注入するには、経済・社会・文化的に影響を与える観光が効果的であった。そして地方が中心であった観光は、2000年以降都心においても注目されるようになった。具体的には、まちづくり三法や観光立国推進基本法といった政策が施行されるようになり、その中で観光地化による中心市街地の活性化が組み込まれていった。このように、商業政策と観光政策の変遷を並列して分析することで、商いを生業とする商業者がなぜ観光に取り組むようになったか明らかにすることができた。

一方で、両政策が交わった90年代以降より、全国各地の中心市街地における観光地化の現状について分析を行った。その中では、観光客の実態を図にして分類し、そこからさらに集客した観光客の購買欲を高める取扱商品を表にすることで、一つの中心市街地の観光マーケティングを提起した。

〔3〕都市型産業集積形成にかかると一考察—尼崎地域を中心として— 梅村仁（尼崎市役所企画財政局都市政策課）

近年、産業集積が注目され、理論研究、実証研究が行われ、全国の産業集積地の事例が報告され、経済地理学、中小企業論など様々な分野からアプローチされている。

しかしながら、研究対象地域が一部の限られた地域に偏在していることや実証的研究にもとづく産業集積地の形成について研究はいまだ少ないのが現状である。また、長山（2007）においても、従来の経済地理学や産業集積論の議論では、産業集積の「形成」よりむしろ「維持」に関心が高いと指摘されている。

我が国には、多数の産業集積地が存在し、産地型、企業城下町型、大都市型等のタイプがあり、それぞれの歴史的過程を経て企業が集積され、経済発展に寄与してきた。

また、産業集積は、日本のものだけではなく、北イタリアやシリコンバレーなども代表的事例として取り上げられ、様々な形で存在してきたといえよう（植田編（2000）p.11）。しかし、産業集積の今日的課題として、産業政策としての産業集積地に所在する中小企業の位置付けの変化、企業の地域における役割の重視、地域経済活性化の源泉としての期待があげられており、産業集積の今後のあり方が問われている。

そこで、本研究では、各産業集積地には個別の集積形成のパラダイムが存在しているとの仮説にたち、企業家サイドの動向を分析視点に、わが国の代表的産業集積地である尼崎地域を事例に、歴史的条件のなかで形成されてきた産業集積が持つ固有の特徴を明らかに

するとともに、都市型産業集積地としての集積形成のあらたな外形の把握を試みた。

尼崎地域の都市型産業集積形成の特徴として、これまで産業政策・中小企業政策として重点的に取り組まれてきた脱下請け・ネットワーク型連携・イノベーションの創出等については、あまり効果をみる事ができない一方、大規模事業所を核とした地域独自の開放的な下請け取引が進化し、現在の集積形成に繋がっている様子がみられ、他の都市型産業集積地における形成過程との相違点が明らかになった。

<参考文献>

長山宗広（2007）「地域におけるスピノフ企業家の集中的発生のメカニズム—浜松地域における新産業集積の形成プロセスを事例として」信金中央金庫『信金中金月報』第6巻第4号 pp.4-39。

植田浩史編（2000）『産業集積と中小企業—東大阪地域の構造と課題—』創風社。

加藤恵正・森信之（1986）『尼崎市工業の連関構造』神戸商科大学経済研究所。

〔4〕 地方都市における都市型産業の創出プロセス—岐阜県大垣市を事例に 小畑和也（岐阜市役所）

【キーワード】 インキュベータ、都市型産業、iPhone、クリエイティブ・クラス

大垣市の「ソフトピアジャパン」は1990年代後半に岐阜県が設置したインキュベータ施設である。同施設は、岐阜県が情報関連産業の誘致・育成を目的として用地の選定から建設までをおこない、自治体設置型のインキュベータ施設の典型とされてきたが、近年になって入居企業が開発したアップル社の「iPhone」専用ソフトウェア（＝アプリ）が次々とヒットし、新規企業の入居や開発への参加が相次いでいる。

本報告では、ソフトピアジャパンに併設されている教育機関（大学院大学・専修学校）の存在に注目し、各施設の設定から現在までの経過を整理することをつうじて、iPhone用アプリの成功という現在の状況に学校施設とその人材がどのような影響を与えたかを、コンテンツ産業の集積論とリチャード・フロリダが提唱する「クリエイティブ・クラス」理論をもとに分析し、考察をおこなった。

その結果、次の2点があきらかになった。

(1) iPhoneアプリの開発は、教育機関のスタッフが早期からおこなっていたもので、ソフトウェア開発企業が研究室とのコラボレーションや情報交換を目的としてソフトピアジャパンに進出した結果、同業種の集積による効果が高まったことがあきらかになった。

このことは、クリエイティビティを要求される経済活動において大学・大学院がイノベーションの拠点と同時にクリエイティブ・クラスの拠点になるという、フロリダの理論を実証している。

(2) また、iPhoneアプリを研究・開発した教育機関のスタッフとヒット作を開発した企業の経営者は、ソフトピアジャパンが設立時に連携した関東地方の大学の理系・技術系学部出身ではなく、ともに関西地方の文系、芸術系、哲学系の出身であり、それらの視点が製品のヒットに関連していると考えられる。

このことはまた、(1)で述べたような同業種の集積した場で要請される発想や情報が、単に技術的、合理的に範囲にとどまらず、多彩な感性を含んだものに変質していることを表していると考えられる。

以上のことから、ソフトピアジャパンではソフトウェア開発業者の集積により、創業や立地の効果が進むと同時に、従来アメリカの都市を対象とした研究では指摘されていた、大学・大学院レベルの教育機関の存在と、文系、芸術系出身の経営者・開発者によるコン

テント企業の立地によって、創造的な産業である「都市型産業」が創出されるプロセスが、日本でも現出しつつあることがあきらかになった。

〔5〕 タウンガイドを用いた地域イメージの可視化の試み ーシブヤを事例としてー

**鈴木健太（東京大学大学院 総合文化研究科 広域科学専攻 広域システム
科学系 博士課程）**

旅行雑誌やタウン情報誌には地域の特徴を把握する上で多くの有益な情報を包含しており、地域研究において重要な資料として注目されている。しかし、既往の研究ではタウンガイドの分析は十分に確立されているとは言えず、研究者によって様々な趣向が凝らされてきたが、逆に言えば分析プロセスに主観性や恣意性の入り込む余地が大きく、客観性に疑問が残る。そこで本研究では、分析手法に形態素解析と空間分析を用い、機械的な分析プロセスから渋谷のイメージを抽出し地図上への展開を試みる。分析には1970年代から現在までに発行された東京のタウンガイド50誌において、渋谷を取り上げた記事を対象とした。

形態素解析によって抽出された語句を意味分類し、地図上にプロットした。人属性カテゴリでは、渋谷は全体的に「女性」が分布し、また駅からの距離に対応した年齢層による空間分離がみられた。価格感属性カテゴリでは、年齢層の特徴と関連し「手頃感」と「高級感」を示す空間が分離して展開している。新旧属性カテゴリでは、「新しい」空間、「古い」空間がある程度の広さを持って、点在していた。また「老舗」が一様に分布しており、潜在的な歴史的空間の存在が示唆された。一方で雰囲気属性カテゴリや飲食物属性カテゴリでは、多様な要素がモザイク状に絡み合っており、渋谷の多様な文化を象徴する複雑な空間を示す結果となった。

タウンガイド上に描かれた「シブヤ」は、必ずしも現実の渋谷とは一致しない。その理由として、タウンガイドの持つ2つの特性が考えられる。第1に、タウンガイドは都市の魅力伝える装置であり、読者によっては拒否感を抱く恐れのある雰囲気表現などは排除されている。第2に、風俗系の施設のような負のイメージを与える地物、また、ドラッグストアのような渋谷の独自性に繋がらない地物はタウンガイドでは取り上げられない。タウンガイドにおけるこれら2つの特性は、タウンガイドを分析対象とする際の機能的な限界である。タウンガイド上に展開された「シブヤ」空間は、市場の流行や編集者の思惑により、イメージが変転する脆弱な仮想空間である。

本研究では地域イメージの可視化に対しタウンガイド分析の可能性を示すことができた。今日では多くの地域でタウンガイドが発行されており他地域においても容易にイメージの可視化ができる。またインターネット上における口コミサイトやブログなど、他の資料を用いた分析によって、分析の拡張を行っていくことも考えられる。しかし、事例とした「シブヤ」の地域特性を深く理解する結論を得られたかという点においては課題が多い。「シブヤ」の理解においてより説得力のある結論を得るためには、分析手法の改良だけでなく既存の都市社会学研究との比較、タウンガイドが発行された時代背景や制作者の意図なども考える必要があるだろう。

〔6〕 商業変動による地域イメージ変化と地価変動に関する考察 **吉川浩（尾道大学、イメージラボラトリー）**

本研究では、商業変動による地域イメージ変化が、どのように地価に影響を与えているのかを考察する。

地域経済が衰退する地域では、地域資源を活かした魅力ある地域の再生が主流となっている。魅力ある地域は、魅力ある地域イメージの形成を前提としており、それには、商業変動による店舗業種構成が大きく影響を与えていることは、既往研究によって明らかにされている。また、筆者は、すでに（1）商業変動によって街の雰囲気や魅力に変化が起きることに着目し、大阪市西区「堀江オレンジストリート」や、奈良市「奈良町」、広島県尾道市「尾道傾斜地域」において店舗業種毎の魅力度アンケート調査をおこない、それを指数化して「業種イメージ指標」を作成した。そして、（2）それに基づいて3地域の地域イメージ測定を行い、イメージ総合指数等の魅力度の変化と、地域情報のメディアへの掲載量が相関していることを明らかにし、地域イメージ測定の有効性を確認している。

このように、商業変動によって地域イメージが変化した場合、来訪者や参入店舗の増減などと共に、地価への影響があると推測される。

そこで、本研究では、「商業変動があった地域では、店舗業種構成による地域イメージが地価変動要因の重要なパラメーターとしてタイムラグをもって地価変動に影響を与える（仮説）」として、事例地域をもとに検証をおこなう。

既往の地代理論においては、商業地域を地価変動要因として研究された事例は多くあるが、地域イメージが地価変動要因として扱われた事例はほとんど見られない。

調査の方法は、商業変動により地域イメージが変化した事例地域として、奈良市「奈良町中心地域」、大阪府中央区の「周防町通り」、そして、「堀江オレンジストリート」を対象とした。地域ごとの業種イメージ測定は、地域の店舗変動や業種変化を住宅地図および、現地調査によってその出現と推移を集計し、それらの業種推移データを業種イメージ指標に基づいて、業種イメージ総合指数の経年変化表を作成した。また、地価変動調査においては、地域毎に路線価地図を利用して路線価の経年変化表を作成した。

分析の方法としては、地価変動は、地域イメージの影響を受けて変化すると推定し、回帰モデルにより因果性の分析をおこなった。地価変動の原因と見なす「地域イメージ総合指数（x）」が結果としての「基準化路線価比率（y）」に時間的なラグがあることを分析した。

その結果、「地域イメージ総合指数（x）」が「基準化路線価比率（y）」に影響を与えていることが判明した。また、「地域イメージ総合指数（x）」に対して「基準化路線価比率（y）」が時間的なラグをもって効いていることを検証し、地域イメージが、地価変動要因の重要なパラメーターであることを確認した。

商業変動を地域資源と捉え、地域イメージが、重要な地価変動要因であることを明らかにすることは、土地利用計画や地域政策においての新たな有効な方法と考える。

〔7〕 駅前再開発ビルにおける繁栄三要件の選定とその妥当性 **－尼崎市の事例による検証－** **荒木徹（クラーク国際専門学校講師）**

各地で行われている駅前再開発ビルは、繁栄している所とそうでない所がある。そこで、まず再開発ビルを繁栄させる要件について考え、それを抽出・選定し、次に、その妥当性

について尼崎市で実施された阪急、阪神、JRの各沿線の第一種市街地再開発事業におけるビルオープン後の空き店舗状況の分析結果を当てはめて検証することとする。

I. 駅前再開発ビル繁栄三要件の選定 = 仮説 =

駅前再開発ビル、特に商業施設が繁栄するための要件として、そこで生活をしている人が繁栄するかどうかをどう判断しているかということ=『人的観点からの要素』、商売のバイが大きいほどその繁栄に繋がること=『商圈の観点からの要素』、そして、再開発ビルが魅力ある施設となり、その周辺もそのようなものとなっているか=『魅力ある集客施設性の観点からの要素』等から、

- ①「権利変換等による地元住民の入居者が多いこと」
- ②「再開発ビルに隣接する駅の乗降客数が多いこと」
- ③「再開発ビルに核店舗が出店し、併せて、周辺にも魅力のある集客施設が展開されていること」

の三要件が導き出した。

II. 事例による駅前再開発ビル繁栄三要件に係る竣工時とビルオープン後（現時点）= 実態 =

事例をみると、ア.権利変換等による各再開発ビルへの入居状況。イ.再開発ビルに隣接する駅乗降客の増加状況、ウ.各再開発ビルの核店舗出店や魅力ある集客施設の整備状況等による三要件の充足度合いは、①JR 尼崎駅北再開発ビル、②阪急電車塚口駅南再開発ビル、③阪神電車出屋敷駅北再開発ビルの順となっていた。

III. 駅前再開発ビル繁栄三要件選定の妥当性 = 検証 =

再開発ビルのオープン後における各駅前再開発ビルの空き店舗状況を当てはめて検証すると①JR 尼崎駅北再開発ビルでは空き店舗が生じても次の賃借人が現れており、②阪急電車塚口駅南再開発ビルの空き店舗率は、約 15%、③阪神電車出屋敷駅北再開発ビルでは、約 60%が空き店舗の状態となっており、列举した再開発ビル繁栄三要件の充足度合いと同様の順位となっていた。

以上の結果、事例による再開発ビルオープン後の空き店舗状況等の実態調査による検証から、その繁栄要件としてア.権利変換等による地元住民の入居者が多いこと、イ.再開発ビルに隣接する駅の乗降客数が多いこと、ウ.再開発ビルに核店舗が出店し、併せて、周辺にも魅力のある集客施設が展開されていること等の三つを選定したことが妥当であり、それを証明するものとなった。

Ⅶ. 近畿都市学会入会（日本都市学会同時入会）の案内

21世紀は人類の大半が都市民となる空前の「都市の世紀」を迎えました。しかし、この急速な都市化の前には、環境、開発・保存、防災、人口、交通、福祉等の深刻な課題が逼迫しています。これらの課題の調査研究は、従来は土木・建築、地理、経済、社会、政治・法等の諸学会の研究課題として取り組まれてきましたが、それらの総合的研究は、未だ十分な状態にあるとはいえません。都市に関する理論や諸問題を研究し、健全な方向に都市の発展を導くような総合的・学際的「都市研究」が、各方面から要請されています。

こうした要望にこたえ、第二次大戦後、日本都市学会が復活し、1957（昭和 32）年にはその支部として近畿都市学会が設立されました。この間、学会では大学その他の研究者

と市政担当者との緊密な協力のもとに、都市に関する総合的な調査研究の実をあげてきました。さまざまな都市問題の解決、都市政策の提言・実践が緊急に迫られている今日、更に多くの研究者、公共団体、NPO・NGO等の市民団体の皆様に御入会をいただき、実り豊かな都市研究を押し進めたいと考えています。この主旨に御賛同のうえ、近畿都市学会に御入会下さいますよう切に希望する次第です。

1. 代表的な年間活動

- (1) 学術雑誌『都市研究』を年1回発行。
- (2) 『近畿都市学会報』を年4回発行。
- (3) 学術雑誌『日本都市学会年報』を年1回発行。[日本都市学会事業]
- (4) 『日本都市学会ニュース』を年2回発行。[日本都市学会事業]
- (5) 近畿都市学会大会を年2回開催（春季大会は大学・学術研究機関等、秋季大会は地方自治体）。
- (6) 他に日本都市学会大会を年1回開催。[日本都市学会事業]
- (7) 日本都市学会賞（奥井賞、論文賞、まちづくり賞、共同賞）の授与。[日本都市学会事業]

2. 普通会员の特典

- (1) 上記、雑誌『都市研究』（年1巻）の購読、投稿（査読論文部門）の機会。
- (2) 上記、『近畿都市学会会報』（年4号）の購読の機会。
- (3) 上記、雑誌『日本都市学会年報』（年1巻）の購読、投稿の機会。
- (4) 上記、『日本都市学会ニュース』（年2号）の購読の機会。
- (5) 上記、近畿都市学会大会（年2回）への参加、発表の機会。
- (6) 上記、日本都市学会大会（年1回）への参加、発表の機会。
- (7) 上記、日本都市学会賞の授与対象となる機会。

※日本都市学会は地域学会（近畿都市学会他）から同時入会となります。普通会员は、年会費 8,000 円（日本都市学会会費 4,000 円＋近畿都市学会会費 4,000 円）です。自治体・法人・企業等は、特別会員（年会費 10,000 円）となります。

3. 学生会員の特典（学生は普通会员のほか学生会員を選択することもできます）

- (1) 上記、雑誌『都市研究』（年1巻）の購読、投稿（査読論文部門）の機会。
- (2) 上記、『近畿都市学会会報』（年4号）の購読の機会。
- (3) 上記、近畿都市学会大会（年2回）への参加、発表の機会。

※学生会員は、年会費 4,000 円（近畿都市学会会費のみ）です。

4. 申込連絡先

〒631-8502 奈良市山陵町 1500 奈良大学文学部地理学教室（酒井研究室）内
近畿都市学会事務局 酒井高正 Eメール：info@kintoshi.org
電話・FAX：0742-41-9539

Ⅷ. 2010（平成22）年度春季大会会場（奈良県立大学）地図

近鉄奈良駅・JR奈良駅より徒歩10分

