

# 下北沢の商業店舗による仮設的要素を用いた 店舗前空間の領域化に関する研究

中内 和<sup>1</sup>・林 倫子<sup>2</sup>・山田 圭二郎<sup>3</sup>・川崎 雅史<sup>4</sup>・久保田 善明<sup>5</sup>

<sup>1</sup>学生員 京都大学大学院工学研究科社会基盤専攻 (〒615-8540 京都市西京区京都大学桂C1-1Rm208)  
E-mail:nagomu.nakauchi@ax7.ecs.kyoto-u.ac.jp

<sup>2</sup>正会員 立命館大学理工学部都市システム工学科 (〒525-8577 滋賀県草津市野路東1-1-1)  
E-mail:hys-mck@fc.ritsumeai.ac.jp

<sup>3</sup>正会員 京都大学大学院工学研究科社会基盤専攻 (〒615-8540 京都市西京区京都大学桂C1-2)  
E-mail:k.yamada@kt8.ecs.kyoto-u.ac.jp

<sup>4</sup>正会員 京都大学大学院工学研究科社会基盤専攻 (〒615-8540 京都市西京区京都大学桂C1-1)  
E-mail:kawa@art.mbox.media.kyoto-u.ac.jp

<sup>5</sup>正会員 京都大学大学院工学研究科社会基盤専攻 (〒615-8540 京都市西京区京都大学桂C1-1)  
E-mail:y.kubota@fw4.ecs.kyoto-u.ac.jp

街路空間は、土地所有の観点からみると、公的空間と私的空間から成り立つことから別々に整備されてきた。商業店舗によりしつらえられた仮設的要素は、商業店舗の店舗前空間を領域化し、街路空間の一体感の創出に役立ち、にぎわいや魅力につながっていると考えられる。本研究では、東京下北沢の街路空間を対象として、商業店舗による仮設的要素を用いた店舗前空間の領域化のパターンを抽出した。また、この結果を踏まえつつ、街路ごとの仮設的要素の出し幅の傾向に見られる溢れ出し行為の社会的了解(節度)、および境界領域に関連する異なる主体間の社会的活動とその意味について考察した。

それにより、仮設的要素が店舗の外にも私的空間を拡大しているパターン、視認できる範囲を広げるようにセットバック内で領域化するパターン、買い物客とそれ以外の一般行人の動線の交錯を防ぐように領域化するパターンが抽出された。

**Key Words :** *temporary elements, boundary spaces between public and private spaces, streetscape*

## 1.はじめに

### 1-1. 研究の背景と目的

近年、公共空間である街路空間のもつ役割や魅力が見直されている。街路空間は、土地所有の観点からみると、公共空間である街路と私的空間である沿道の敷地・建物空間から成り立つ。そのため、別々に整備されてきたが、実際の空間の使われ方を見ると、両者にまたがってアクティビティが行われることも多く明確な線引きは難しい。

そこで最近では、公共空間と私的空間を一体的に整備する事業が各地で行われている。例えば、大阪船場の「魚の棚筋」では、複数のビル事業において総合政策制度を活用し、事業主とコーディネーターの協働により、セットバック空間をそろえて公開空地を連鎖的に設けた。他にも、行政と民間協力事業者が協働しオープンカフェを設けた事例がある。

しかし、これらのような一体的な整備のためには行政

と民間が手を取り合うことが不可欠であり、必ずしも容易ではない。そこで、一体的な整備とは別の方向性として、公的空間と私的空間が分離しないように、生活者や利用者が与えられた空間を努力して「使いこなす」ための方策を提示することも必要であろう。山田<sup>1)</sup>は、日本の伝統的空間の景観分析に基づき、私的な敷地空間と公的な道路空間の境界領域の風景に現れる公私の関係を「公私の間(ま)の取り方」として定式化し、その重要性を指摘している。また、中村<sup>2)</sup>は、公私の境界領域の伝統的な空間作法を参照しつつ、これを拡張した公私の関係の新しいかたち＝「まちニワ」として、日本の都市に織り込んで再編していくことを提言している。このような公私の境界領域では、上述のような単純な所有の制度的概念からの明確な線引きは現実の空間利用には必ずしも馴染まず、既存の制度的な枠組みと制度では規定しきれない現実の空間作用との狭間で、さまざまな動きが絶えず起きている。それは、中村の言う「公私の関係の新

しいかたち」を模索する地域社会の文化的な活動とも捉えることが可能であろう。したがって、そこではその空間のかたちとともに、そこで動いている多様な主体間の連携・協働あるいは対立の関係、制度との関係等を多面的に捉えていく必要があると考えられる。

本研究で取り上げる東京下北沢は、中小規模の商業店舗が駅を中心に広がる商業集積地である。下北沢は現在に至るまで区画整理や大規模な開発が行われてこなかったため、近代の都市計画では排除されてきた無駄とされる残余空間が多く残っており、街路景観は雑多である。

しかし、商店主が商品や看板といった仮設的要素をさまざまな意図や効果を見込んでしつらえることにより、決して良質とは言えない多様な空間条件を商業スペースとして領域化している。それが街路空間の魅力やにぎわいを生み、地域性の創出につながっていると考えられる。

本研究では、空間条件に多様なバリエーションを持つ下北沢において、仮設的要素を用いた店舗前空間の領域化のパターンを抽出するとともに、その結果に基づき、街路ごとの仮設的要素の出し幅の傾向に見られる社会的了解(節度)、および境界領域に関連する異なる主体間の社会的活動とその意味について考察することを目的とする。

## 1-2. 研究の位置づけ

仮設的要素による商業店舗の店舗前空間の領域化に関する論文には、仮設的要素の出し幅から店舗ごとに公共空間の私的利用である「溢れ出し」を促す要因、ひさしと商店の境界面・間口に着目した構造パターンを把握し、ヒアリング調査から溢れ出しと店主の意識の相関関係を明らかにした木村の研究<sup>3)</sup>や、仮設的要素の出し幅から店舗ごとの領域化を把握し、ヒアリング調査から商店主の公共空間への意識が、行為への展開に影響している要因を明らかにした西元の研究<sup>4)</sup>がある。

本研究ではこれらの研究をふまえ、都市デザイン観点から法整備だけにとどまらない一体的な街路空間の創出の手掛かりを見出すことを試みる。

## 1-3. 研究の方法

対象地内の商業店舗全 193 店舗において、店舗ごとの空間条件と店舗前空間にしつらえられた仮設的要素の種類と配置を簡易的な測量により実測した<sup>①</sup>。豊富なバリエーションがある店舗ごとの空間条件の中で、①店舗前面部における電柱・街路灯②前面道路の曲がり③2階店舗の階段手すり④店舗前面部における段差⑤隣接店舗との境界部における境界工作物の露出⑥隣接店舗との境界部における階段・通行口を取り上げ、実際に観察された仮設的要素を用いた店舗前空間の領域化のパターンを抽出した。ここで、店舗・空間条件・街路の関係を図1に示す。

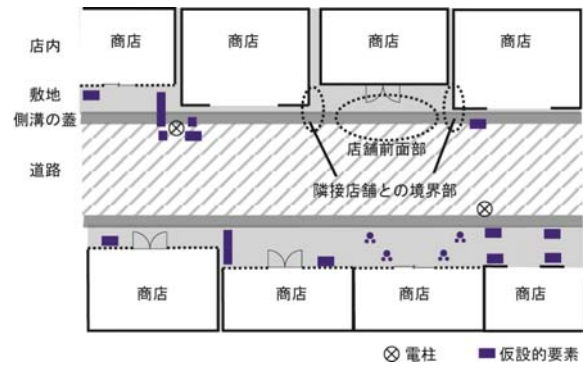


図1 店舗・空間条件・街路の関係

## 2. 対象地概要

本研究では、下北沢内の古くからの街道筋である一番街本通り・一番街栄通り・鎌倉通りと線路に囲まれた細街路沿いの商業店舗を対象範囲とする(図2)。

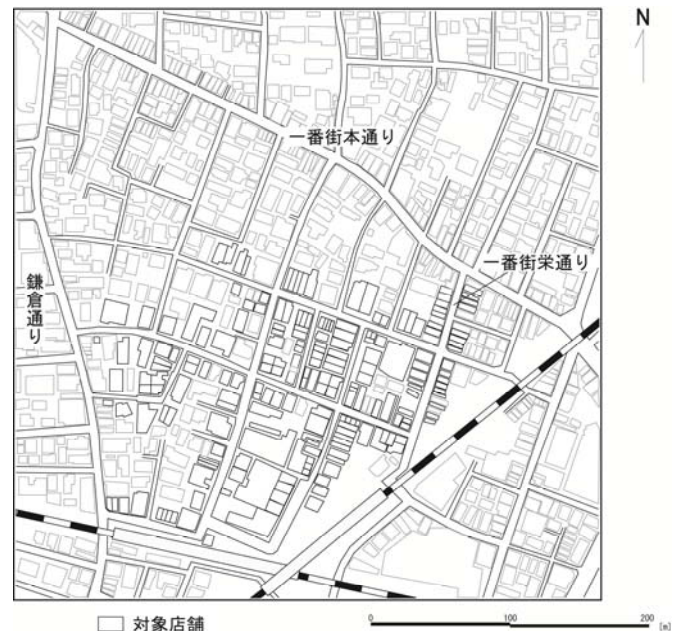


図2 対象範囲

多様なバリエーションを有す下北沢の街路景観に関して、空間特性の形成過程を資料調査およびヒアリング調査に基づき明らかにする。また、現在の商業集積地としての空間構成要素の特徴を(1)街路(2)建物(3)業種に着目して述べる。

### 2-1. 街路景観における空間特性の形成過程(図3)

下北沢は、明治時代は麦作を中心とする畑作地帯であった。駅設立や制度の施行に伴い、時代を重ねるごとにその空間は変化してきた。現在まで区画整理事業や大規模な開発事業が行われてこなかったため、これらの空間構成要素が完全になくなることはなく、様々な要素が蓄積されて現在の下北沢の空間構成要素は存在している。

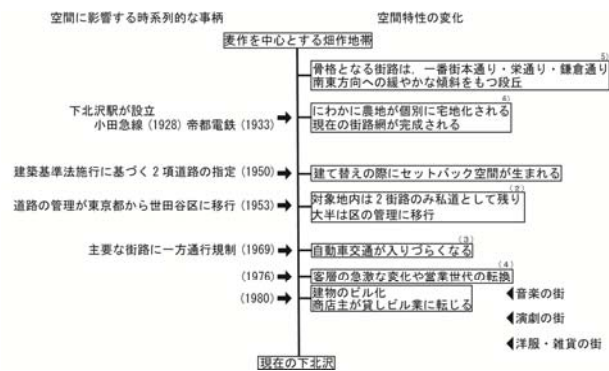


図3 空間特性の形成過程

## 2-2. 現在の下北沢の商業集積地としての空間構成要素

### (1) 街路

古くからの街道筋である一番街本通り、一番街栄通り、鎌倉通りを基本として、街路網が形成されてきた。これらの通りは、道路幅員が広いため対象地で唯一白線がひかれ歩車分離が図られている。

1880年から1984年にかけての大日本帝國陸地測量部作成1:10000地形図を比較する<sup>6)</sup>と1937年時点で対象地の現在の街路網が形成されていることが確認される。すなわち、現在の対象範囲である内部の細街路は、1930年代の急激な宅地化に伴い農道が個別に道路化され形成されたものである。そのため基盤の目状とは程遠い道路網であり、幅員も狭い。加えて、一方通行規制や歩行者専用規制が掛かった街路が多いことから、車が進入してくる街路は少ない。また、南東に向かって緩やかな勾配をもつ地形であるため街路には坂が多く、敷地境界部に段差がある建物が多い。

### (2) 建物

1933年発行の火災保険特殊地図<sup>7)</sup>に記された建物配置から、下北沢の骨格となる商店街は一番街本通りと一番街栄通りであることが読み取られる。これらの通り沿いの建物は、現在でも街路に建物が隣接する古くからの商店街としての建物配置をとり、敷地は狭い。一方、対象地である内部の細街路沿いの建物は、街路に建物が隣接しておらず、敷地の中に建物が収まる住宅地の建物配置であり、敷地は広いことが読み取れる。

住宅地図の変遷から確認されるように、1980年代後半から建物のビル化が生じたため、現在では低層ではあるが3階建て以上の建物が多い。

### (3) 業種

現在、マスメディアに「若者の街」として取り上げられている下北沢は、地域ブランディングに成功している都市といえる。1960年代に入ると、下北沢の周辺に大学キャンパスが多く移転・設立され、下北沢には多くの下

宿屋ができたため、若者でにぎわうようになった<sup>8)</sup>。1979年に下北沢音楽祭が開催されると、「音楽の街」という側面を、1982年に駅前に本多劇場が設立されると、「演劇の街」という側面も持つようになった。1983年にデパート丸井が閉店すると、下北沢一帯には大型ファッションビルが存在しなくなった。木造アパートの改造された中にも古着屋が営業されるようになり、下北沢には洋服店が数多く見られるようになった<sup>9)</sup>。このように、下北沢は音楽、演劇、洋服の街という段階的な変化を遂げてきた。そのため、対象地内の現在の業種構成は、洋服屋(66軒)、雑貨屋(41軒)と若者向けの業種が多く占めている。

## 3. 仮設的要素を用いた領域化のパターン抽出

対象地の商業店舗(全193店舗)において、店舗ごとの空間条件の特徴を考察し、仮設的要素を用いた店舗前空間の領域化のパターンを抽出する。

### 3-1. 店舗前面部における電柱・街路灯

店舗前面部に電柱・街路灯があることにより、電柱・街路灯の周辺には車の進入が少なく交通空間には使われづらい(図4)。

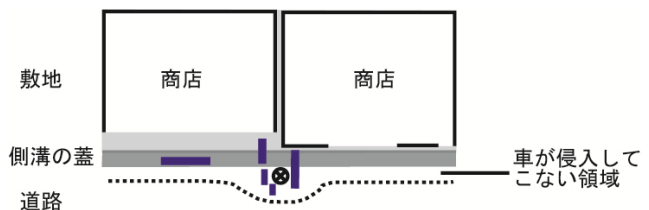


図4 電柱・街路灯周辺の車が進入してこない領域

さらに、店舗が電柱・街路灯の陰になり視認できる範囲が狭くなる。店舗前面部に電柱・街路灯がある店舗は、①電柱・街路灯の周辺に仮設的要素をしつらえるパターン②敷地境界線を越えて前面道路に仮設的要素を溢れ出すパターンの2つのパターンが抽出された(図5)。電柱・街路灯の周辺に仮設的要素を外側を向くようにしつらえるパターンでは、電柱・街路灯が目につきづらくなるという効果が見込まれる。このように、公的空間である街路に商業店舗の仮設的な私的領域を拡大している。



図5 電柱・街路灯が近くにある店舗



### 3-2. 前面道路の曲がり

店舗の前面道路が曲がっていることにより、曲がり角の外側には車が進入してこない(図6).

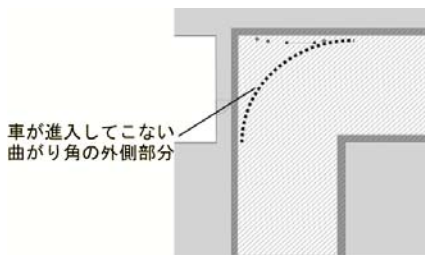


図6 曲がり角

対象地内で前面道路が曲がっている店舗は2店舗あるが、それぞれの店舗に関して、①線路沿いであるため曲がり角のもう一方に店がない②曲がり角の外側一帯に敷地が広がっているため、曲がり角の外側一帯を1店舗が占有することができる(図7).

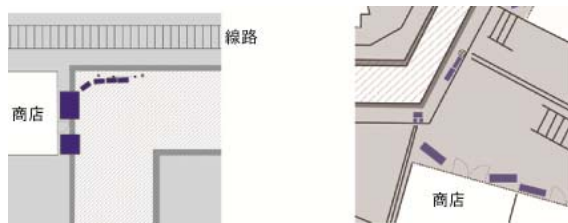


図7 曲がり角と店舗の位置関係

前面道路が曲がっている店舗は、店舗を視認できる方向を2方向に広げる効果を見込んで、曲がり角の外側に沿って、仮設的要素を内側を向くようにしつらえているパターンが抽出された(図8). このように公的空間である街路に商業店舗の仮設的な私的領域を拡大している.

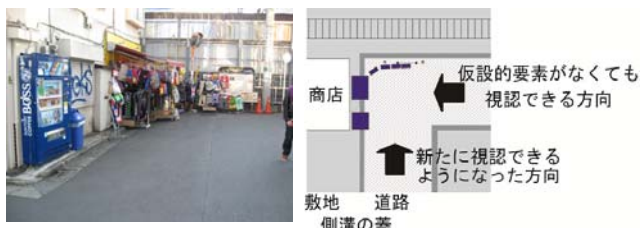


図8 前面道路が曲がっている店舗

### 3-3. 2階店舗の階段手すり

2階店舗は1階店舗に比べ目につきづらく、また1階から2階へ客を誘導する必要がある。街路を歩く行人の目につきやすくして、2階店舗の存在を気づかせる効果を見込んで、階段手すりに商品をかけるパターンが抽出された(図9). このようにしつらえることにより、階段を上りながらも商品を手に取ることや眺めることができ、店舗の外にも私的領域を拡大している.

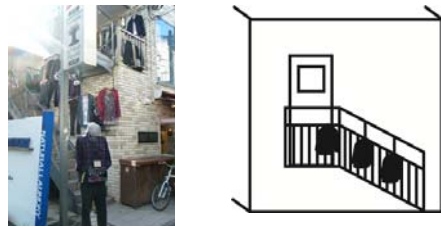


図9 2階店舗

### 3-4. 店舗前面部における段差

店舗前面部に段差があることによって、敷地境界が強く認識される。対象地内では、敷地境界部に段差がある店舗が約4割にもものぼる。対象地内の店舗に段差が多い理由として、下北沢一帯は南東方向にゆるやかに傾斜した地形の上に、昭和初期に市街化が進み、多くの街路に勾配があることが考えられる。商品を行人の目につきやすくするために、段差の上に商品がしつらえられ、セットバック内で段差の際まで領域を広げている(図10).



図10 段差がある店舗

### 3-5. 隣接店舗との境界部における境界工作物の露出

対象地内の店舗に関して、店舗前空間における隣接店舗との間に塀、建物壁面、常設の花壇のような隣接店舗と自店舗を隔てる働きをする工作物が露出する場合がある。本稿では、これを「境界工作物」と定義する。隣接店舗との境界部に、境界工作物が露出することにより店舗が街路から見えづらくなる。対象地内では、境界工作物が露出している店舗は約6割にもものぼり、街路景観に見る建物の前壁面は凹凸が激しく雑多であるといえる。正面以外からも視認できるようにすることと、無機質な境界工作物を覆うことで、店舗前に一体感を生むことを意図して、①仮設的要素の背面を境界工作物に向け、敷地境界までしつらえるパターン(図11)②仮設的要素を丸みを帯びてしつらえるパターン(図12)が抽出された。このようにセットバック内で視認できる範囲を広げるように領域化している.

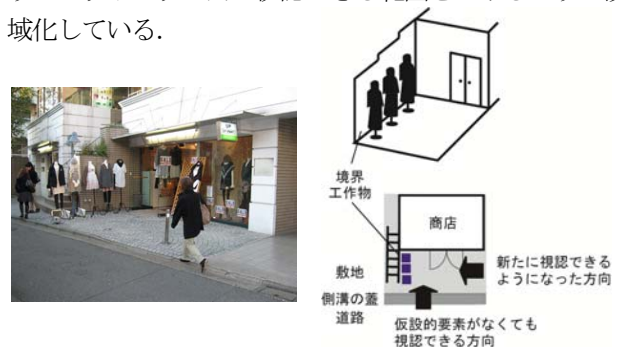


図11 境界工作物に背面を向けるパターン

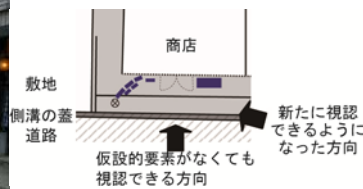


図12 丸みを帯びてしつらえるパターン

### 3-6. 隣接店舗との境界部における階段や通行口

隣接店舗との境界部に階段や通行口があることにより、商売とは無関係な行人に店舗前空間を通り抜けられる恐れがある(図13).

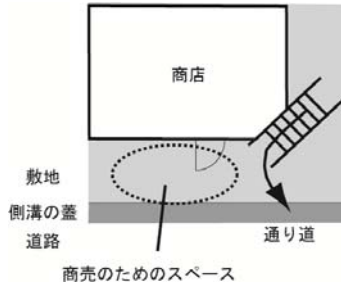


図13 通り道に隣接する店舗の特徴

対象地内で、階段や通行口に隣接する店舗は約5割にもなる。仮設的要素を用いた階段・通行口との境界の設け方として、商品の側面を向けるパターンが抽出された(図14)。ほかにも、商品を縦に敷き詰めるパターン、看板を境界のように並べるパターン、植木を置くパターンが抽出された(図15)。このように店舗を視認できる範囲を狭めることなく、買い物客とそれ以外の一般行人の動線の交錯を防ぐように領域化している。

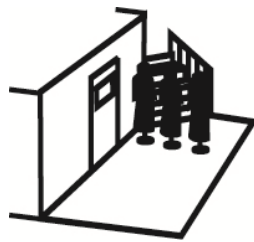


図14 商品の側面を向けるパターン



図15 通り道との境界の設け方

## 4 考察

### 4-1. 街路ごとの仮設的要素の出し幅の傾向

前章では、店舗ごとの空間条件の特徴を考察し、領域化のパターンを抽出した。その際に、街路沿いの商業店舗

全体で仮設的要素の出し幅の位置を①敷地内②側溝の蓋まで③側溝の蓋より前面④(白線が引いてある街路に関しては)白線までの4箇所に分類すると(図16)、その分布に偏りの見られる街路があった。

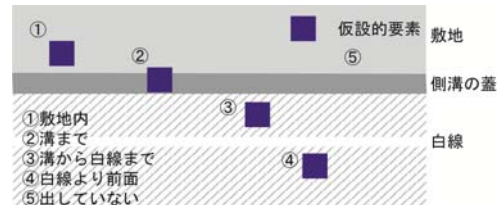


図16 仮設的要素の出し幅の説明

しかし、仮設的要素の出し幅に関して商店街振興組合にヒアリングを実施したが<sup>(6)</sup>、商店街振興組合での取決めはなかった。従って、各店舗が他店舗の仮設的要素の出し幅を意識し、周辺環境と調和を図る中で自律的に決定されるものと考えられる。それが街路全体あるいは一部に意識的、無意識的に関わらず仮設的要素の出し幅の傾向として暗黙のうちに共有され、「節度」が生まれるのではないかと予想される。また、仮設的要素の出し幅とはすなわち、仮設的要素がしつらえられた店舗前の「しつらえ空間」と、街路本来の機能である「交通空間」の境界という意味合いをもつ。そのため、仮設的要素の出し幅には店主らの交通への意識が関係するはずであり、その節度は店舗ごとの空間条件だけでなく、街路条件に左右されるものと考えられる。本節では、以上のような仮説のもとに、対象となる全17街路(図17)ごとの街路条件(表1)と仮設的要素の出し幅の傾向(表2)を特徴的な街路につき考察する。

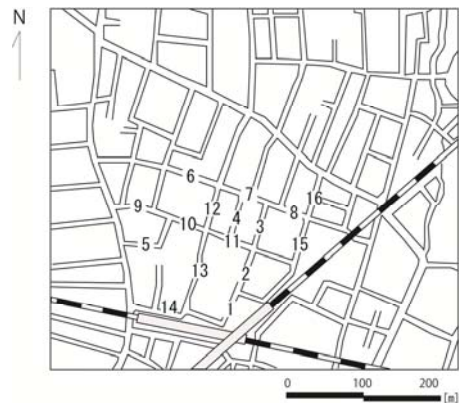


図17 対象となる街路

表1 街路条件

街路番号	しつらえ空間と交通空間の境界位置	白線	公私道	セットバック幅	一方通行規制	幅員[m]
1	溝より前面		公	全店舗が道路と隣接している	○	8
2	溝内		公	0.7~2m幅をもった店舗が多い	○	3.9
3	溝内		公	広い店舗と0.7~2m幅の店舗が混在	○	3.5
4	溝より前面		私	0.7~2m幅をもった店舗が多い		2.5
5	敷地内		私	広い店舗が多い		2.1
6	敷地内		公	広い店舗と0.7~2m幅の店舗が混在		4.6
7	敷地内		公	広い店舗が多い		未測量
8	敷地内		公	0.7~2m幅をもった店舗が多い		未測量
9	敷地内		公	広い店舗と0.7~2m幅の店舗が混在	○	3.1
10	敷地内		公	広い店舗が多い	○	3.7
11	溝内		公	0.7~2m幅をもった店舗が多い	○	3.5
12	溝内		公	0.7~2m幅をもった店舗が多い		5.5
13	溝内		公	0.7~2m幅をもった店舗が多い		5.6
14	敷地内		公	0.7~2m幅をもった店舗が多い		5.1
15	白線より内側	○	公	道路と隣接している建物が多い	○	未測量
16	白線より内側	○	公	7~2m幅をもった店舗と隣接している店舗が混在	○	未測量
17	溝より前面		公	道路と隣接している建物が多い	○	3.5



表2 街路ごとの仮設的要素の出し幅の傾向

街路番号	各店舗ごとの最長出し幅の位置				仮設的要素なし	総店舗数	しつらえ空間と交通空間の境界の位置
	敷地内	溝	溝より前面	白線			
1	0	1	6	-	0	7	溝より前面(6/7軒)
2	7	2	7	-	2	18	敷地内・溝より前面混在(7軒ずつ/18軒)
3	6	4	3	-	3	16	敷地内が多いが混在している(6/16軒)
4	2	2	8	-	1	13	溝より前面(8/13軒)
5	13	0	0	-	0	13	敷地内(13/13軒)
6	4	0	2	-	0	6	敷地内(4/6軒)
7	10	2	3	-	0	15	敷地内(10/15軒)
8	6	0	2	-	0	9	敷地内(6/9軒)
9	6	1	1	-	0	8	敷地内(6/8軒)
10	6	0	0	-	0	6	敷地内(6/6軒)
11	5	2	1	-	1	9	敷地内が多いが混在している(6/9軒)
12	2	2	1	-	1	6	敷地内・溝まで混在(2軒ずつ/6軒)
13	6	4	7	-	2	19	敷地内・溝より前面混在(7と6/19軒)
14	9	1	1	-	1	9	敷地内(6/9軒)
15	3	1	1	14	1	20	白線より内側(14/20軒)
16	0	2	1	9	1	13	白線より内側(9/13軒)
17	1	1	8	-	0	10	溝より前面(8/10軒)

[単位：軒]

一般的には仮設的要素の出し幅は敷地境界線に一致するはずである。しかし対象地の街路の約半数では一致しておらず、仮設的要素は敷地境界線より前面に設置されることが多い。例えば、街路1(図18)に関しては、セットバック幅が0.7m未満の店舗が大半であり、一方通行規制により車通りが少ない。加えて街路2との接続部において道路幅員が8mから3.9mに変わっていることから西半分は歩行圏として認識されていることが推測される。

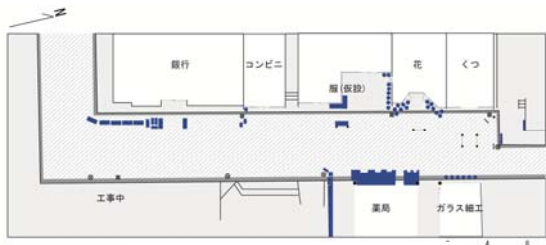


図18 街路1の簡易平面図

街路4(図19)に関しては、セットバック幅が0.7mから2.0mの店舗が多く、仮設的要素を設置する広さは確保されている。しかし、沿道の店主のヒアリング調査において「私道であるため、道路の上に看板を出しても注意されることはない」とあるように、私道であることが仮設的要素を側溝の蓋より前面に出す店舗が多いことに影響していると推測される。

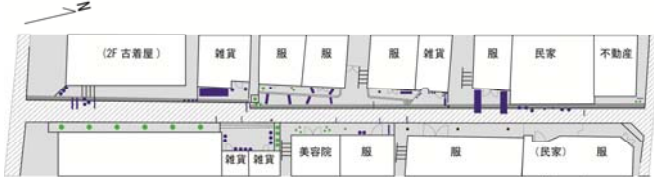


図19 街路4の簡易平面図

白線が引かれ歩車分離が図られている街路15(図20)と街路16沿いに関しては、仮設的要素が側溝の蓋から白線までの間に設置している店舗が多い。このことから、白線が引かれている街路沿いの店主は白線までは交通機能が弱まることを意識しているといった、白線が何らかの店主の意識に影響していることが推測される。

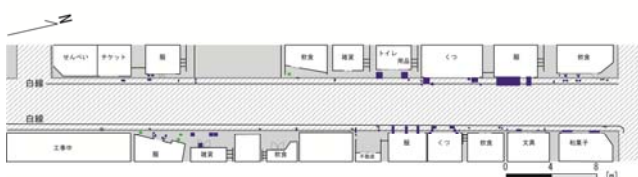


図20 街路15の簡易平面図

以上のように、商店ごとの仮設的要素の出し幅には街路条件や隣接店舗との調和が意識されていることが考えられるが、本研究では出し幅の観察から推測したにとどまっている。実際には、仮設的要素の設置には店主の公共空間への意識が作用しているはずであり、ヒアリング調査により店主の意識が店舗前空間の領域化にいかに関与するかメカニズムを明らかにする必要がある。

#### 4-2. 社会的活動

現在、下北沢では駅周辺の4商店街(図21)と4町会で構成される北沢地区自主防犯協議会、世田谷区下北沢出張所、北沢警察署防犯係が主体となって定期的に防犯パトロールが行われている。防犯パトロールは、北沢警察署が発端となり、主にクリーン活動を目的に実施されているが、商店のはみ出し看板の注意も適宜行われている(7)。とくに、下北沢南口商店街では仮設的要素の取り締まりのみを目的としたパトロールが5年ほど前から世田谷区土木課が発端となって、警察・商店街振興組合が連携して不定期に行っている。パトロールの効果は一時的で、しばらくすると溢れ出しは再現する(8)。このことは、警察をはじめとするパトロールに関わる各主体も認識していると考えられるが、このパトロールにより商店主に対して不用意な溢れ出し行為を抑制する認識を生む効果は確実に見込まれる。



図21 下北沢の4商店街

下北沢の多くの商店は、1980年代頃にもたらされたビル化に伴い建物所有者と店主が分離していったことが考えられる。そのため、現在の商店の多くはテナントであり店主は外部から来ている人である。下北沢の街路景観において、住民であるビルオーナー、店主である

外部から来ている人、公道を管理する世田谷区、道路規制を設ける警察、というようにその景観構成要素の背景にはさまざまな主体が関与している。ここには当然、行政による都市計画等の制度、町内会や商店街の組合等の組織的枠組みの関与もあり、それぞれの主体の思惑も微妙に異なっていることは想定される。しかし、各主体の意識や所掌の違いを相互に理解しつつ協調し連携していくことによって、地域社会の新しい社会的枠組みを模索する動きが公私の境界領域をひとつの起点として絶えず起きていくことは事実であり、このことが地域社会の活性化にも重要な役割を果たすものと考えられる。このような観点からも、さまざまな主体が関与し協働しているパトロールは意義があるものと考えられる。

また、下北沢にある4つの商店街は、業種構成、職住分離の割合<sup>10)</sup>、テナント型店舗と住宅兼店舗の割合、大型チェーン店の進出店舗数が異なっている<sup>(9)</sup>。こうした背景に伴い、イベントや地域活動の活発さ、商店街加入率において商店街ごとに相違が生じていることが考えられる。外部から来ている商店主、古くから商店を構える商店主、住民の連携もまた地域活性化を達成する上で重要であると考えられる。

## 5. おわりに

下北沢は、現在に至るまで区画整理や大規模な開発事業が行われてこなかったため、農道由来の入り組んだ細街路が残り、低層な建物が立ち並ぶ、雑多な街路景観が形成された。そして、近年「若者の街」という地域ブランディングにより若者向けの商品がそろそろ商業店舗が集積していった。これらの商業店舗による仮設的要素を用いた商業店舗の領域化として、

- ①店舗の外にも私的空間を拡大し、領域化するパターン
- ②街路を歩く通行人が店舗を視認できる範囲を広げるためにセットバック内で領域化するパターン
- ③通行人の入店を妨げることなく、商売に無関係な通行人を排除するように領域化するパターンの3パターンが抽出された。

下北沢の街路景観は、公的空間と私的空間の一体的な利用を構築すべく計画されたわけではない。しかしながら、商業店舗にとって決して良質とは言えない空間条件を、商店主が仮設的要素をしつらえることにより空間の不自由さを自発的に乗り越えている。このように、生活

者や利用者が与えられた空間を「使いこなす」ことも必要である。

## 付録

- (1) 2010年11月26日、12月6日に筆者により実施。
- (2) 世田谷区道路管理課窓口にお問い合わせ(2010年10月7日実施)
- (3) 警視庁情報公開センター所在の公文書開示(2010年10月15日実施)
- (4) ゼンリン住宅地図1957, 1961, 1970, 1976, 1981, 1984, 1988年における表札名の変化からの考察
- (5) 大日本帝國陸地測量部作成1:10000地形図(1880, 1909, 1916, 1925, 1930, 1937, 1939, 1945, 1949, 1955, 1959, 1984年)において前の年度の地図に記載されていない道路を辿ることでおおまかな形成年代を把握した。
- (6) 2010年11月26日しもきた商店街振興組合事務局長秦昭八朗氏にヒアリング調査を実施。
- (7) 2011年5月2日しもきた商店街振興組合理事長柏雅康氏にヒアリング調査を実施。
- (8) 2010年12月3日下北沢南口商店街理事長吉田園吉氏にヒアリング調査を実施
- (9) 2010年4月29日しもきた商店街振興組合事務局長秦昭八朗氏にヒアリング調査を実施

## 参考文献

- 1) 山田圭二郎：「間」と景観—敷地から考える都市デザイン、技報堂出版、2008
- 2) 中村良夫：都市をつくる風景—「場所」と「身体」をつなぐもの、藤原書店、2010
- 3) 木村篤：「商店による公共空間の私的利用」日本建築学会大会学術講演梗概集、pp.1001-1002, 2002.
- 4) 西元咲子：「はみ出し行為に着目した公共空間の活用に関する研究」日本建築学会大会学術講演梗概集、pp.283-284, 2001
- 5) 東京都世田谷区：世田谷区史、pp.95-97, 1962.
- 6) 日本大学史学研究室 佐々木隆爾調査団：下北沢商店街の歴史、現状と課題、p16, 2000
- 7) 都市製図社：火災保険特殊地図旧35区(世田谷区)1933年
- 8) 日本大学史学研究室 佐々木隆爾調査団：下北沢商店街の歴史、現状と課題、p18, 2000
- 9) 三浦倫平：「迷宮の盛り場・下北沢—その誕生と終焉—」東京大学大学院人文社会系研究科、2008
- 10) 佐々木隆爾・藤井史朗 世田谷自治問題研究所：大都市の卸・小売業の現在と未来—若者のあふれる世田谷・下北沢商店街の分析、こうち書房、p49, 2001