

# 都市に関わる諸主体が捉える場所体験の質に関する研究—東京・下北沢を対象として—

中内 和<sup>1</sup>・山田 圭二郎<sup>2</sup>・川崎 雅史<sup>3</sup>

<sup>1</sup>正会員 修士（工学）株式会社 三菱総合研究所（〒100-8141 東京都千代田区永田町2-10-3）  
E-mail:nn.756.31.xx@gmail.co.jp

<sup>2</sup>正会員 博士（工学）金沢工業大学 環境・建築学部（〒921-8501 石川県野々市市扇が丘7-1）  
E-mail:kejirou.yamada@neptune.kanazawa-it.ac.jp

<sup>3</sup>正会員 博士（工学）京都大学大学院 工学研究科（〒615-8540 京都府京都市西京区京都大学桂C1）  
E-mail: kawasaki.masashi.7s@kyoto-u.ac.jp

現在各地では、様々な風景づくり計画や景観形成計画が策定されている。これらは主として、建築行為等における配慮点や基準を示した「計画・設計者の視点」からの風景づくりである。そのため、都市に関わる主体が場所に求める価値や思いなど、場所・体験の主観的な質に配慮したものは必ずしもいえない。本研究では下北沢を対象として、地域に関わる諸主体（住民、商店街、来街者、下北沢大学（下北沢好き、ゆかりがある人の団体））ごとに、①街歩き、②ワークショップを行い、都市における活動（体験）、思い（価値評価）、それらが発現する場所を抽出した。次に、ワークショップにより、各主体が場所体験を捉える際の価値基準を分析し、諸主体が主観的でありつつも、その個別性を越えて共有することができる場所・体験の質について考察した。

**Key Words :** *sence of place, quality of experience of place, subjects, Shimokitazawa District*

## 1. はじめに

### (1) 研究の背景・位置付け

現在各地では、さまざまな風景づくり計画や景観形成計画が策定されている。世田谷区<sup>1)</sup>では、「風景づくりの手引き—建設行為等における計画編—」を策定して、世田谷らしい風景づくりに取り組んでいる。その手引きの中では、「地域の個性を活かし、協働でまちの魅力を高める世田谷の風景づくり」を理念に掲げ、主に、建築物等の風景づくりの基準の解説や、具体的な配慮の方法の例を示している。他にも、生駒市<sup>2)</sup>では、「景観形成基本計画」を策定して、生駒らしい景観を、地勢、地域性、暮らしの視点から選び、31のパターンを紹介している。これらの計画は、どちらも都市空間や景観を整備する「計画者・設計者」からの視点による景観整備である。つまり、これらの計画は、都市に関わる主体が場所に求める価値や思いなど、場所・体験といった主観的な質を十分に汲み取っているとは必ずしもいえない。そこで、多様である個々人が、それぞれの主観的な楽しみ方や関わり方ができるよう、「利用者・生活者」からの視点による、風景づくりを行うことが、今後の景観整備における課題であると考えられる。

しかしその一方で、個々人が場所に求める価値や思いは主観的かつ多様であるため、風景づくりとして共通化・共有化することは難しく、実際に運用する計画として位置づけることは困難であるという問題が想定される。

このように、個々人の主観性を失うことなく、共通化・共有化するための場所の在り方、場所の捉え方の接点を見つけ、共通化した計画として、都市の景観整備の方向性を打ち出し、都市に関わる主体間で共有・理解することが重要であると考えられる。

### (2) 研究の目的

本研究では前節に述べた背景のもと、まず、都市に関わる諸主体（住民、商店街、下北沢大学（下北沢が好き、もしくはゆかりがある団体）、来街者）ごとに、街歩きを行い、都市における活動（体験）、思い（価値評価）、それらが実際に発現する具体的な場所を把握した。

次に、主体ごとにワークショップを行い、その活動（体験）や思い（価値評価）から、主体（個人）が場所に対して捉える「質（価値）」を抽出する。

最後に、主体単位で抽出された場所に求める質（価値）が、個人や主体を越えて共有されるか、その接点を検証する。

### (3) 研究の方法

本研究は、前節に述べた目的を明らかにするため、以下の3つの方法で調査を行う。

1. 個人単位で街歩きを行い、①好きな場所、②昔好きだった場所、③今残念な場所を写真撮影して、その理由をヒアリングすることにより、思いが発現する具体的な「場所」、その場所における「活動（体験）」「思い」を明らかにする。
2. 都市に対する捉え方が似ていると想定されるため、主体単位でワークショップを行い、場所に対して捉える「性質」を抽出する。
3. ワークショップで抽出された性質を参考にして、各対象者の街歩き中のヒアリング結果から、写真撮影した場所に対する性質をそれぞれ把握する。各主体ごとに整理された結果をもとに、主体間の関係性（共通点と差異）に着目して、この場所に対して捉えられる「質」や「価値」を体系化・構造化する。

## 2. 対象地の概要

### (1) 商店街の経緯・概要

東京・下北沢は世田谷区北東部に位置し、新宿や渋谷から電車で10分以内の距離にある近隣型の商店街である。駅を中心として、4つの商店街（しもきた商店街、下北沢一番街商店街、南口商店街、東会）から構成されている。近隣の住宅に日用品や生活物資を供給する一番街商店街、主に来街者向けの飲食店・洋服屋が揃う南口商店街、来街者と近隣住民が程よく混ざり合い利用しているしもきた商店街、本多劇場をはじめとした文化施設や飲み屋が多い東会というように商店街ごとに様相が異なる。

これらの商店街が形成された経緯としては、古くは畑作地帯であった一帯に、昭和初期に小田急線・京王電鉄（現：京王井の頭線）が開通し、住宅地としての魅力を高めたことを契機とする。1960年代以降、それぞれの拠点施設を有しながら、音楽、演劇、古着・雑貨といった「若者の街」として発展してきた商業地である。

### (2) 下北沢を構成する主体

本研究では、下北沢を構成する主体として、①住民（町内会）、②商店主（商店街）、③下北沢大学、④来街者を対象とした。これらの主体の特徴や、下北沢との関わりを以下にまとめる。

元々は住宅地であったため、現在でも下北沢には住民が多く住んでおり、生活者として都市に関わっている。

商店街には、同じ建物に住み商店を営む商店主、住まいは近隣に構え、商店は下北沢に構える地域内商店主、

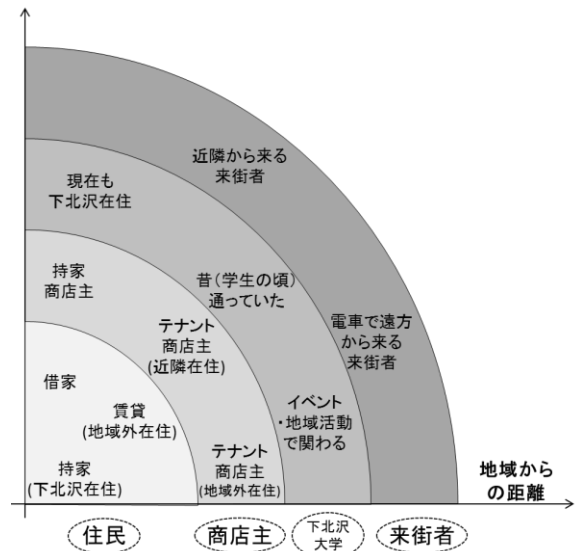


図-1 諸主体の都市との関わり方

不動産業者や大家を介して、テナントとして店舗を賃借して商売を営む地域外商店主がいる。1980年代頃、下北沢一帯では、商売を営んでいた世代が、世代交代を契機として、建物をビル化して賃貸業に転換したため、現在は、テナントとして商店を営む地域外商店主が多い。

また商店街の業種に着目すると、日用品・生活物資を扱う商店もあるが、その多くは電車で来訪する来街者に向けた店舗が大半である。業種構成としては、洋服・雑貨・美容院といった業種が多くを占めている。土日には、これらの店舗を目的に訪れる来街者が数多くいる。

最後に、下北沢には「下北沢大学」という、しもきた商店街の副理事長を核に、下北沢で生まれ育った人、学生時代に通っていた人など「しもきた好き」により構成される十数名の組織がある。商店街や周辺の街区を使ったイベント等により、まちづくり・活性化に取り組んでおり、地域住民と商店街・来街者の懸け橋となっている。

### (3) 商店街の魅力と課題

下北沢は古くは近隣住民に生活物資・日用品を供給する商店街であり、現在でも一部の住民は利用している。そこに、1980年以降に開店した若者向けのカフェ、雑貨や、美容室などが立地している。実際、ある商店主は「若者、戦後の古い団塊の文化が重なりあっている。その年代ごとに行く場所がそれぞれある。生活されている人は、日用品を買ってここで暮らしている。」と下北沢の「重層性」を魅力として語っている。

一方、商店街には、地元住民が商店街を利用できない、閉鎖的（住民の意見が拾われていない）、若者向けの業種が多く商店街にお金が落ちない、近年の風俗店の増加といった課題がある。また、下北沢駅周辺の都市計画道路や地区計画等を巡る近年の混乱から鑑みると、都市に関わる主体や行政との協働が十分ではない様子も伺える。

### 3. 諸主体が捉える場所・対象物の把握

#### (1) 分析方法

主体ごと(町内会, 商店街, 下北沢大学, 来街者)にそれぞれ3名を対象として, 街歩きを行った。被験者1名につき監督者1名が帯同して, 個人で街歩きをしてもらい, ①好きな場所, ②昔好きだった場所, ③今残念な場所を撮影, およびその場所に関する理由などのコメントをもらった。これらをもとに個人ごとに地域資源マップを作成して, 最終的に主体内の3名を重ね合わせた主体単位での地域資源マップを作成した。街歩きは, 外周道路の内側を対象範囲として, 来街者以外は, 撮影の際の着眼点に対して, 思い当たる場所を自由に歩き, 撮影してもらった。来街者は下北沢に馴染みがないため, 各商店街のメインとなる通りを原則的に通るように設定して, 調査を行った。

#### (2) 諸主体が撮影した場所と対象物

街歩きで撮影した場所を, 主体単位で重ね合わせた。分析では, 撮影された場所, および対象物に着目して, 諸主体が意識が集中する場所や対象物を取り出した。

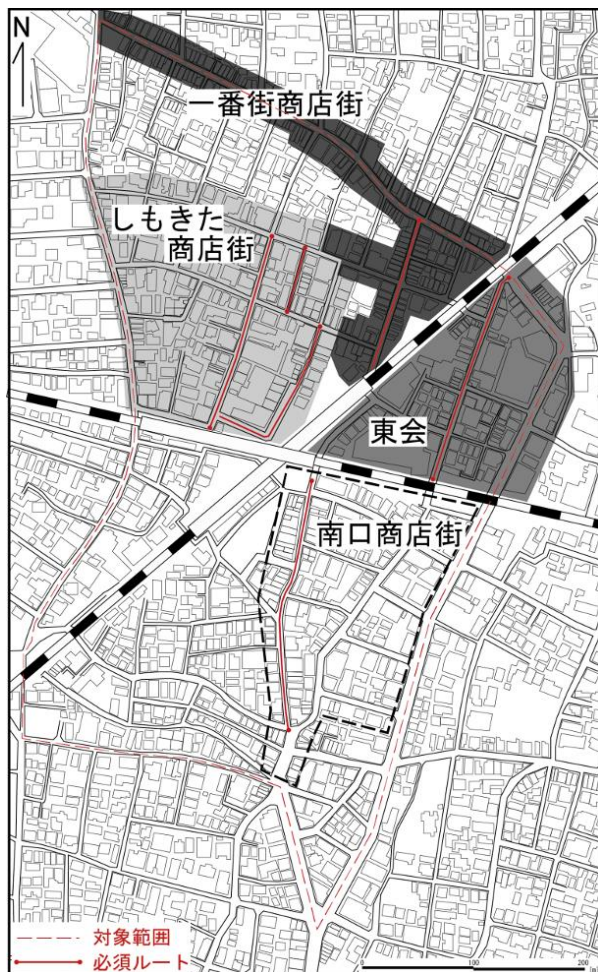


図-2 街歩きの対象範囲・必須ルート

まず, 主体単位で撮影した場所を地図に落とし込み, 主体単位の地域資源マップを作成した。その後, 全主体の撮影場所を重ね合わせた(図-4)。

その結果, 主体ごとに撮影された場所と, その分布状況について以下のことが読み取れた。

町内会の方は, 古くからの商店街である一番街商店街, 南口商店街で多く撮影している。

商店街の方は, 駅前や商店街付近, および闇市やその跡地のポケットパークに撮影場所が集中している。このように, 町内会と商店街では撮影場所の分布が近い傾向が見られた。

下北沢大学の方は, 撮影場所に広がり少なく, 撮影場所の多くは闇市やその跡地のポケットパーク, および南口商店街, 東会商店街に集中している。その一方で, 住宅地部分をほとんど撮影していないため, 撮影場所の分布状況にあまり広がりが見られない結果となった。

来街者は, 撮影場所が対象範囲全体と広範囲に及ぶが, 町内会や商店街の方が多く撮影していた一番街商店街を全く撮影していない。その一方で, 対象範囲の南西部に広がる住宅地を多く撮影していることに特徴が見られた。

このように撮影場所に関しては, 主体ごとにばらつきがあることが確認された。

表-1 被験者と調査実施日

主体	調査日	参加者3名の特徴
住民	2015/4/26(日) 10:00~12:30	①② 数十年前, 嫁いだことをきっかけに在住 ③幼少期から今まで在住
商店街	2015/4/26(日) 10:00~12:30	①しもきた商店街副理事長. 幼少期より在住 ②しもきた商店街理事長. 幼少期より親の用事で来ていた ③一番街商店街理事長. 下北沢で商店経営(3代目)
下北沢大学	2015/4/26(日) 10:00~12:30	①幼稚園~大学まで住んでいた ②現在も在住 ③買い物等で学生時代より定期的に訪れている
来街者	2015/4/25(土) 16:30~20:00	①②③ 今までにきたことはない



図-3 街歩きの実施風景(被験者:商店街)

表-2 主体ごとの撮影場所と対象物

主体	撮影場所と分布	撮影対象	
		特徴	撮影対象の例
町内会	<ul style="list-style-type: none"> <li>古くからの商店街(一番街, 南口商店街)に集中(①)</li> <li>商店街と傾向が近い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>昔利用していた場所が多い</li> <li>生活に関する場所・生活景</li> <li>商店街(特に商店)の変化に関して敏感</li> <li>緑, 静けさに意識が高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一番街商店街や南口商店街にある商店(喫茶店等の日常的に使う商店)</li> <li>落書きや違法広告物等</li> </ul>
商店街	<ul style="list-style-type: none"> <li>駅前や商店街付近に集中(②)</li> <li>闇市, およびその跡地を多く撮影(③)</li> <li>町内会と傾向が近い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>商店, および商店の入れ代わりに対して敏感</li> <li>生活景に関する指摘が多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主にしもきた商店街や南口商店街にあるおしゃれな店など(バー, 雑貨屋等)</li> <li>民家, 庭木, 境内といった生活に関係するモノ</li> </ul>
下北沢大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>撮影場所の広がりが少ない</li> <li>闇市, およびその跡地を多く撮影(④)</li> <li>南口, 東会商店街に集中(⑤)</li> <li>住宅地をほとんど撮影していない(⑥)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>撮影対象が幅広い</li> <li>「下北沢らしさ」を明確に持っており, それに反するものは, 残念と指摘</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>様々なジャンルの商店(特に「しもきたらしい」と感じられているライブハウス, 劇場等)</li> <li>建物, 通り等のハード</li> <li>落書き, イベント広告等</li> </ul>
来街者	<ul style="list-style-type: none"> <li>撮影場所が広範囲</li> <li>住宅地を多く撮影(⑦)</li> <li>古くからの商店街(特に, 一番街)を撮影していない(⑧)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>対象物が幅広い</li> <li>「珍しいもの」「下北沢らしいもの」と認識しているものを多く撮影</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>様々なジャンルの商店(カフェ, 居酒屋, 飲食店等)</li> <li>路地, 闇市, 三叉路, ポケットパーク等</li> </ul>

注: 表中の文章末尾の数字は, 以下の図中の数字に対応

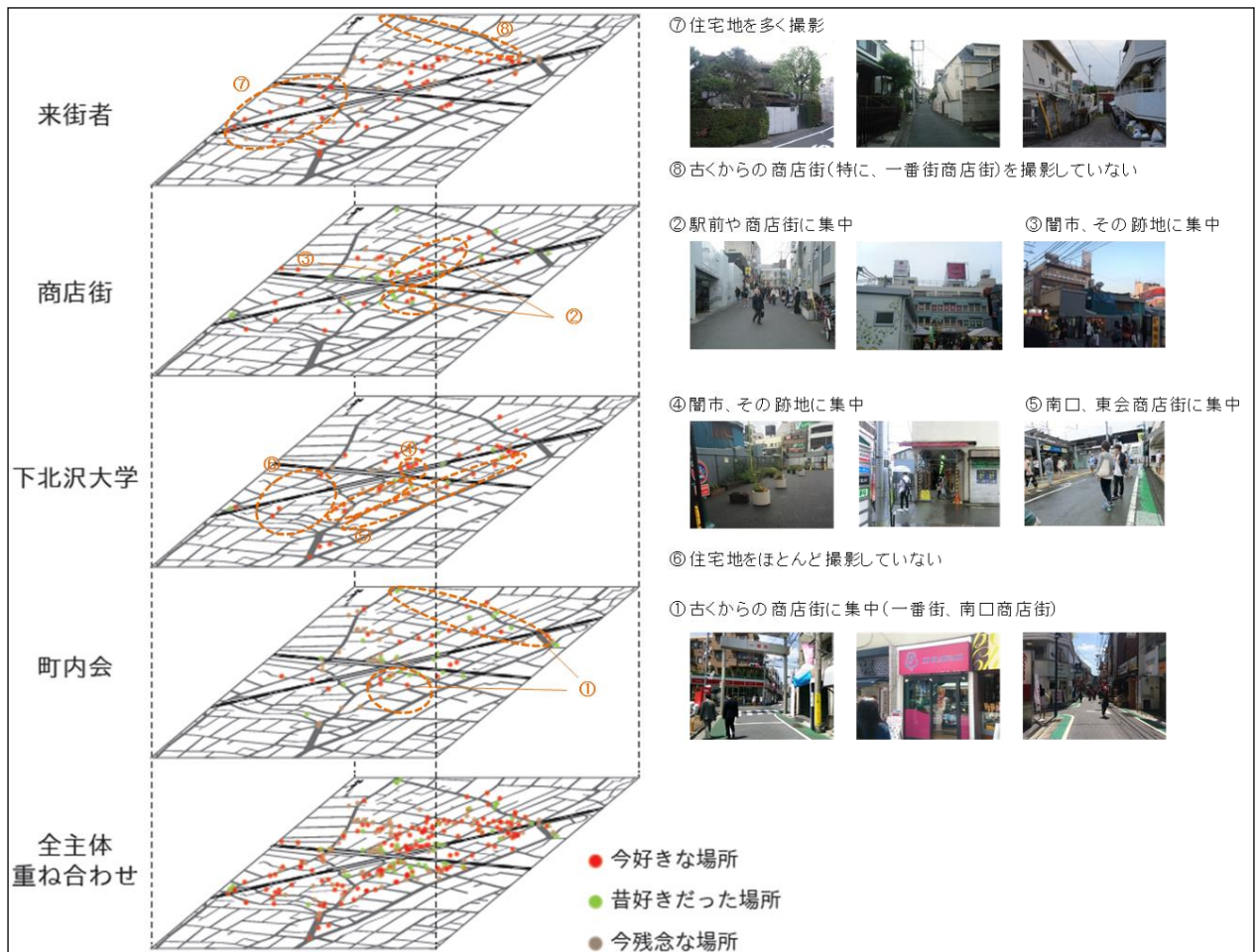


図-4 諸主体の撮影場所と分布の重ね合わせ

次に、撮影した対象物を主体単位で分類すると、以下のことが確認された。

町内会の方は、昔利用していた場所（一番街商店街や南口商店街の商店等）、生活に関係する場所（生活景であるかつての商店街の風景、かつて自身が日常生活で利用していた商店等）を多く撮影している。特に、商店街の中の商店の入れ代わりに関して敏感であり、緑・静けさに関する指摘が多い（商店街にある桜の木等）。

商店街の方は、おしゃれな店など商店そのもの、および商店の入れ代わりをはじめとした商店街の変化に関して指摘が多い（最近開店したおしゃれなバー、雑貨屋等）。さらに、町内会の方と同様に、生活に関係する場所（生活景であるかつての商店街の風景、かつて遊んだ境内・坂道等）に関する対象物が多い。

下北沢大学の方は、さまざまな種類の商店、建物、落書き、歩いている来街者など撮影対象が幅広い。明確な「下北沢らしさ」を持っており、それに反する対象物は、残念なものとして捉えている（ライブハウス、劇場、闇市の跡、密集している小規模な店舗等）。

来街者も下北沢大学の方と同様の傾向を示しており、撮影対象が幅広い。さらに、路地、道路上にまで溢れ出している商品や看板、商店街の裏にある住宅地、商店街にある緑、三叉路、ポケットパークなど珍しいものなど「下北沢らしい」と思っているものを好きなものとして捉えている。

### (3) 諸主体の下北沢の捉え方・方向性

撮影場所および対象物の分析をもとに、諸主体の下北沢の捉え方・方向性の共通点、違いを考察する。

町内会は、自身の生活と関わりがある場所に対する思い入れが強く、自分事に関する指摘が多く、町内会の意向が正しいと主張している様子が見られる。また、建物の落書き、違法広告物、道路の段差・舗装の破損に関する指摘が多いことから、都市には規律・ルールを守ることが求めていることが伺える。

商店街は、商店の入れ代わり、街の再開発など新しいものへの抵抗が少なく、新しさを下北沢らしさとして受け入れている「未来志向」であるといえる。

下北沢大学の方は、下北沢好きにより構成されていることから、下北沢に対して明確な「下北沢らしさ」を持っており、それと一致するかにより評価している。さらに、街の変化を客観的に捉えていることが読み取れる。

来街者は、下北沢大学と同様に、下北沢に対して明確な「下北沢らしさ」を持っており、それと一致することにより評価がなされている。

このように、諸主体が都市において、意識が集中する場所・対象物は異なるため、下北沢に対して捉えられる場所体験が多岐に渡ることが確認された。

## 4. 各主体が捉えると都市構造の「質」の比較

### (1) 方法

各主体が捉える場所の性質を把握するため、まず、主体単位でワークショップを実施して、「性質」を抽出した。ここで主体単位とした理由は、下北沢への関わり方・背景の近さから、同様の傾向が見られるためである。

ワークショップの中で、抽出された性質を参考にして、各対象者が街歩きの中にしたヒアリング結果から、写真撮影した場所・対象物に対して捉えた性質を、撮影箇所ごとにそれぞれ把握する。最後に、各主体ごとに整理された結果をもとに、主体間で捉えられた下北沢における性質の関係性（共通点と差異）に着目して、場所体験に対して捉えられた「性質」を構造化・体系化する。

例えば、下北沢大学B氏が撮影した「フーディウム（大型商業ビル）」に関して、下北沢大学B氏は「フーディウムは大き過ぎてイヤだ。」という発言から、「閉塞性」「対比性」を取り出すことができる。続いて、下北沢大学A氏とのやり取りの中で、「大きくても汚いとしもきたっぽくて、きれいだとイヤな感じになる」と述べており、その建物から感じられる「生活感」により好き・嫌いという判断がされていることが読み取れる。よって、「フーディウム」という場所に対して、「閉塞性」「対比性」「生活感」という3つの性質を、下北沢大学B氏は受け取っていると解釈できる。



図-5 ワークショップの様子  
(被験者：町内会)



図-6 ワークショップの様子  
(被験者：商店街)

#### 下北沢大学のワークショップ（この場所に関する発言）

B氏：フーディウム（ビル）もスケールが大き過ぎてイヤだ。この前にあったビルも大きかったが、そのビルは許せたのにこのビルは何故許せないのだろう。

A氏：それは昔のビルが汚かったからではないか。

B氏：そうそう。汚いとしもきたっぽくて、きれいだとイヤな感じになる。あと、入っている店舗がオールチェーン店なのが残念。中に入っている店が、個人経営系の店がそううと、すごいビルができたと思うだろう。



図-7 場所の性質を抽出する方法のイメージ

(2) 抽出された性質

前章に述べた主体単位でのワークショップ、街歩きにおける個人のヒアリング結果をもとに、撮影された場所に対して捉えられた性質を、それぞれ抽出した。場所ごとに性質を抽出する際には、その性質が①モノ、②ヒト、③コトに分類されるかを意識した。最後に、その抽出された性質を抽象化するレベルにより構造化・体系化した。

抽出された性質は、具体性が高いものから、a)要素 (Spatial & Social Elements), b)設え (Idioms), c)雰囲気 (Atmospher), d)質 (Quality), e)価値 (Values) とした。

a) 要素 (Spatial & Social Elements)

要素は、捉えられた性質が実際の都市空間に表象する「モノ・コト・ヒト」であり、3章で述べた諸主体が場所の性質を感じる「対象物」そのものである。

モノとしては、商店 (日常的に利用する商店、知名度

が高い商店)、街路、住宅街・住宅、広場、敷地・セットバック空間、建物、鉄道駅・線路、遠景・近景、自然、溢れ出し、広告物、看板、街を構成する人 (歩行者、劇団員を待つ観客など) が指摘された。

ヒトとしては、商売に携わる人、来街者、生活者、サブカルチャーに携わる人等が指摘された。

コトとしては、商売活動、地域活動、昔の遊びや習慣、交通 (車通りや人通りなどの街路の交通状況等)、生活 (安アパートでの生活等)、イベント活動が指摘された。

b) 設え (Idioms)

設えは、空間・社会の性質を実現する「空間の構え (関係性・規模・形)」が相当する。これは、街歩きで指摘されたヒアリング結果が該当する。例えば、「町内会で清掃している街路」「昔はこのあたりに住んでいる人は必ず利用していた銭湯」「落書きで汚れた駐車場の壁」などが相当する。

表- 3 下北沢に捉えられる「価値」と「質」の構造

価値 (value)	質 (Quality)				
	分類	体系	質	質の説明	
居心地 自由 メンバー シップ	モノ	空間の変化	身体— モノ・土地系	奥性	引き込まれるような期待感がある 好奇心を掻き立てられて引き込まれる
				閉塞性	閉じ塞がれたように先行きが見えない様子 零細店舗が密集している様など、密度が高い様子
				対比性	空間の境界が感じられる 自己が存在する場所との対照性が感じられる (ハレとケ、動と静、近景と遠景など) 都市のスケールに反するヒューマンスケールな空間
	ヒト	参加・承認 (居場所)	主体— 他者・社会系	主体性	自己の自覚や意識を基に主体的に行動・働きかける
				規律性	社会的ルール、社会性、他者への意識・認識など配慮の作法が感じられる (喧噪、静粛さも含む)
				半公半私	公共性と私的性が重なりあうセミパブリック
		自他への共 感	主体— 他者・社会系	共同性	他者と共有した時間・空間などが想起・連想される 同一の対象を、一体的に構成する
				代理性	自己を投影できる他者・対象を感じられる 対象を通じて、自己を連想することができる
				親和性	自己との密接な関係、日常性を見出すこと 自身の生活の一部として認識される
				生活感	他者 (地域) の暮らしや生業を連想できる もしくは、他者の活動の痕跡を感じられる
	コト	変化・コン トラスト	身体— 抽象・概念系	時間性	時間の経過を感じる事ができる (昔から存在して 今も存在する、昔は存在した今はない) 季節や街の移ろいを感じる事ができる
				固有性	しもきた特有の文化、歴史性などを捉えられる メディア等で知名度が高く認識されている
		気配	自己— 超越的他者系	原初性	物事の始まりが体感・予感される
				自然性	自己を超越する他者を感じられる 自然の緑、風など有機的な自然の気配を感じられる



図- 8 奥性の例  
(住宅地の路地)



図- 9 閉塞性の例  
(突込み空間にある商店)



図- 20 原初性の例  
(開発途中な様子が伺える  
闇市の跡)



図- 21 自然性の例  
(桜の木は季節を感じられる)



図- 10 対比性の例  
(屋上から見る  
ヒューマンスケールな風景)



図- 11 主体性の例  
(座れるポケットパーク)



図- 12 規律性の例  
(駅前の放置自転車)



図- 13 半公半私性の例  
(溢れ出しの看板)



図- 14 共同性の例  
(高校時代、土曜の放課後に仲間達と食べてた中華屋)



図- 15 代理性の例  
(踏切をくぐる学生達の風景が懐かしい)



図- 16 親和性の例  
(町内会で清掃活動をしている街路)



図- 17 生活感の例  
(街中にある  
コインランドリー)



図- 18 時間性の例  
(沿道の商店は入替わるが、見上げる空の感じは変わらない)



図- 19 固有性の例  
(チェーン店)

表- 4 雰囲気の内容

分類	雰囲気 (Atmospher)
モノ	奥への誘い (私の気配, いざない) 安全な棲息空間 (棲まい) 新陳代謝 (動態と持続, 高い) 日常の中の表-裏 (共存, 共同性と個の表象)
ヒト	権力と自由 (他律と主体的意思) メンバーシップの感覚 (共同, メンバー性) 手入れ (共同性, 安全, 繕い) 自然発生的規範表象 (暗黙の共同性) 公的社交/私的交歓 (賑わい, 語らい) 誰のものでもない場所 (コモンズ) 見る一見られる (当事者の承認/目守らい) 寄り辺 (私の場所, 憩い, 守らい, 隠らい) 私の自由な時間 (参加と自由) まちの「縁側」 (私を公に開く) 安っぽさダサさ (誰でも当事者, 自由な共同性)
コト	新陳代謝 (動態と持続, 高い) 日常の中の表-裏 (共存, 共同性と個の表象) 空間の装い (地相, 歴史, 公私, 偶発的な出会い) 自然, 時の気配

c) 雰囲気 (Atmospher)

雰囲気は、私を起点として身体感覚で感じられる性質である。これは前に述べた「質」に対応しており、例えば、モノとしては、奥への誘い (奥性)、日常の中の表裏 (対比性)、ヒトとしては、権力と自由 (主体性、規律性)、安っぽさダサさ (生活感)、コトとしては、自然、時の気配 (自然性)、空間の装い (時間性) である。

d) 質 (Quality)

質は、価値を保証する、空間・社会のもつべき性質である。モノとしては、奥性、閉塞性、対比性、ヒトとしては、主体性、規律性、半公半私、共同性、代理性、親和性、生活感、コトとしては、時間性、固有性、原初性、自然性があげられた。

e) 価値 (Values)

これらの性質を抽象化した際に、下北沢に対して捉えられる (求められる) 主観的な価値は、「居心地」、 「自由」、 「メンバーシップ」として抽出した。

## 6. まとめ

### (1) 結論

本調査では、都市に関わる主体である町内会、商店街、下北沢大学、来街者を対象に街歩き、ワークショップを行い、諸主体が都市に捉える場所体験の質を抽出した。

各主体ごとの街歩きの結果より、町内会は昔利用していた場所や生活に関係する場所に対する意識が高いこと、商店街は生活に関係する場所や商店に着目している様子が伺えた。一方、下北沢大学や来街者は明確な「下北沢らしさ」を持っており、それに一致するかにより、評価している傾向が見られた。

次いで、主体単位で行ったワークショップの結果より、場所体験の性質をモノ、ヒト、コトに着目して、その抽象度により、要素 (Spatial & Social Elements)、設え (Idioms)、雰囲気 (Atmospher)、質 (Quality)、価値 (Values) という5階層に構造化・体系化することを試みた。その結果、下北沢に捉えられる質として、モノとしては奥性、閉塞性、対比性、ヒトとしては、主体性、規律性、半公半私、共同性、代理性、親和性、生活感、コトとしては、時間性、固有性、原初性、自然性が取り出された。最終的に、下北沢に対して捉えられる(求められる)価値としては、「居心地」「自由」「メンバーシップ」が抽出された。

### (2) 今後の展開

今後の展望として、本調査で抽出された下北沢に捉えられる価値や質を、実際の都市空間に都市デザインとして落とし込み景観整備を試みることが提案できるだろう。例えば現在、商店街では「公園の中にあるような、落ち着いた高級感のある商店街にしたい」という意向がある。これを実現するために、現在は緑が少なく無機質な印象を受ける街路において、建物所有者が敷地に植える緑・花壇、住民がベランダに飾る植木、店主が店先に置くプランター等により、多様な緑が設えられた有機的な「緑が連続して、風を感じる道」とする。それにより、主体性、共同性、自然性が担保された空間整備を実現できる、という根拠づけになるだろう。他には、町内会(住民)では「下北沢の商店街をもっと活用したい」という意向がある。これを実現するために、現在はカラオケ店・ファーストフード店が並ぶ南口商店街に、「来街者向けの

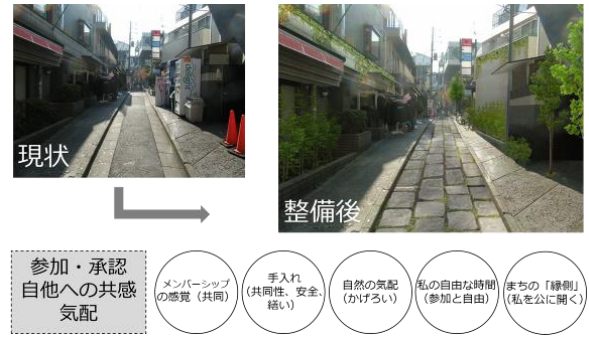


図- 22 デザインコードを都市空間に落とし込む例

商店の中に垣間見る、「生活用品を扱う商店」を混在させる。下北沢で非日常を楽しむ来街者(若者)の中に生活者が共存し、ハレ(買い物空間)とケ(生活空間)が入り混じる賑わいのある都市空間とする。それにより、対比性、共同性、親和性、生活感が担保された空間整備となるだろう。このように、質を、実際の都市空間に具現化するデザイン・コード(「しもきたランゲージ」)を体系化することが今後の展望として期待される。

### (3) 今後の課題

今回は、抽出された質や価値は、主体単位で行ったワークショップや、街歩き中の個人単位の発言により抽出したに留まっている。そのため、今後、解釈した質や価値を、被験者に確認するという検証が必要である。

さらに、本研究では主体ごとにそれぞれ3名の被験者を対象としたが、抽出する性質や価値を、より一般性を持たせるためには、多くの被験者を確保する必要がある。

さらに、しもきたランゲージとして都市のデザインコードとして体系化する際には、取り出された質に対して、主体間で合意する(確かめあう)ことを前提とする必要があり、これらが今後の課題として挙げられる。

## 7. 参考文献

### 参考文献

- 1) 世田谷区：風景づくりの手引き—建設行為等における計画編一、世田谷区、2015
- 2) 生駒市：生駒らしい景観づくり—生駒市景観形成基本計画、生駒市都市整備部 みどり景観課、2015

(?受付)

## A STUDY ON THE SUBJECTIVE VALUES IN THE EXPERIENCE OF PLACE FOR VARIOUS ACTORS IN SHIMOKITAZAWA DISTRICT

Nagomu NAKAUCHI, Keijiro YAMADA and Masashi KAWASAKI