

京都大学工学部地球工学科
 京都大学大学院工学研究科
 京都大学大学院工学研究科
 京都大学大学院工学研究科
 京都大学大学院工学研究科

学生員 ○中内 和
 学生員 林 倫子
 正会員 山田 圭二郎
 正会員 久保田 善明
 正会員 川崎 雅史

1 研究背景と目的

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。その中で、街路沿いに並ぶ商業店舗により設置された商品や看板といった仮設的要素は、街路空間に一体感を生み、魅力やにぎわいにつながっている。

下北沢は駅を中心に広がる商業集積地である。区画整理・大規模開発が行われなかった為、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、その街路景観は雑多である。しかし、商店主が仮設的要素を意図や効果を見込んでしつらえることにより、店舗ごとに多様な空間条件を商業スペースとして領域化し、街路空間が一体的に活用されている。

仮設的要素による商業店舗の店舗前の領域化に着目し、街路景観の特徴を記述した研究には、仮設的要素の出し幅とヒアリング調査から店舗ごとの領域化や自律性が背景にあることを明らかにした研究¹⁾や公共空間の私的利用を促す要因と構造パターンを解明した研究²⁾がある。本研究ではこれらの研究をふまえ、法整備だけに留まらない一体的な街路空間の創出の手掛かりを見出すために、空間条件が豊富なバリエーションを持つ下北沢において、店舗ごとの店舗前空間の領域化のパターンを明らかにする。

2 研究手法

店舗ごとの空間条件と、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³⁾。豊富なバリエーションのある空間条件の中で、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・通行口を取り上げる。店舗・空間条件・街路の関係を図1に示す。

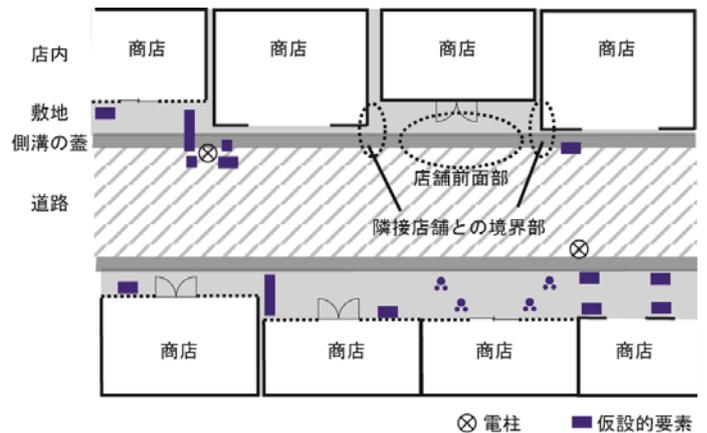


図1 店舗・空間条件・街路の関係

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する。

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、電柱周辺には車が進入してくることが少なく、また店舗前の一体感がそがれる。仮設的要素のしつらえ方として、電柱・街路灯の周辺に仮設的要素をしつらえるパターンと電柱・街路灯が脇にあることで前面道路に仮設的要素を溢れ出すパターンが見られ、公的空間に商業店舗の仮設的な私的領域を拡大している(図2)。

②前面道路の曲がり

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侵入してこない(図3)。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、それぞれ線路沿いであるため曲がり角のもう一方に店舗がないこと(図4)、曲がり角の外側一帯に店舗の敷地が広がっていること(図5)から曲がり角の外側一帯を1店舗が占有することができる。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見られ、公的空間に仮設的な私的領域を拡大している(図6)。

③2 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。街路を歩く歩行者の目につきやすくして、2 階店舗の存在を気付かせる効果を見込んで、階段手すりに商品をはかけるボタンが見られた。階段を登りながらも商品を手にと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 7)。

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り、敷地境界として強く認識される。対象地内は、南東方向に緩やかに傾斜する地形であり、店舗前に段差がある店舗は約 4 割にもなる。商品を歩行者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 8)。

⑤隣接店舗との境界部における境界工作物の露出

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 割にもなり、建物の前壁面は凹凸が激しく、街路景観は雑多であるといえる。正面以外からも店舗を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、仮設的要素の背面を境界工作物にむけ、敷地境界までしつらえるパターンと、丸みを帯びてしつらえるパターンが見られ、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されている(図 9)。

⑥隣接店舗との境界部における階段や通行口

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。隣接店舗との境界部に階段や通行口があることにより、商売とは無関係な歩行人に店先を通り抜けられる恐れがある。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、商品を縦に隙間なく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見られた。店舗を視認できる範囲を狭めることなく、商売とは無関係な歩行人の通り抜けを防ぐように領域化されている(図 10)。

4 まとめ

下北沢におけ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街路を歩く歩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歩行人の入店を妨げることなく、商売に無関係な歩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。

1) 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。
 2) 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。
 3) 2010年11月26日，12月6日に筆者により実施。
 4) 本稿では，境界工作物を「隣接店舗との間に露出している塀・建物側壁面のような隣接店舗と自店舗を隔てる働きをする工作物」と定義する。

