

街路空間における中間領域 に関する基礎的研究

渡辺 万紀子¹・天野 光一²・西山 孝樹³

¹学生会員 日本大学大学院理工学研究科まちづくり工学専攻博士前期課程
(〒101-8308 東京都千代田区神田駿河台1-8-14, E-mail: csmk17009@g.nihon-u.ac.jp)

²フェロー会員 博士(工学) 日本大学理工学部まちづくり工学科 教授
(〒101-8308 東京都千代田区神田駿河台1-8-14, E-mail: amano.kouichi@nihon-u.ac.jp)

³正会員 博士(工学) 日本大学理工学部まちづくり工学科 助手
(〒101-8308 東京都千代田区神田駿河台1-8-14, E-mail: nishiyama.takaki@nihon-u.ac.jp)

街路空間には景観的に煩雑と一括りにされる空間であっても良いゴチャゴチャと悪いゴチャゴチャが存在する。本研究ではこのあいまいな領域を形成する中間領域をグレーゾーンとし、その分類整理を行った。現在の状況がグレーゾーンを形成している要因(タイプ1)として情報、モノ、活動の要素があり、主に現在の状況から想定される行動により形成される要因(タイプ2)は視覚的連続性、空間連続性、到達可能性の各要素が存在した。そして、双方の分類軸からグレーゾーンを分析すると理論上では存在する組合せであっても、実例として見られないグレーゾーンも存在することが明らかとなった。

キーワード: グレーゾーン, 中間領域, 街路景観, 公的空間, 私的空間

1. はじめに

(1) 研究の背景

街路は都市空間を構成する重要な要素である。景観的に煩雑と評される図-1から図-3に示した街路のうち、中間領域が形成されずに広告看板のみが掲出された図-1がある。中間領域を有する街路は(1)賑わいがあり、個性のある楽しい良いゴチャゴチャした空間(図-2)、(2)どこにでもあるような広告看板や商品が店頭に掲

出されているのみで雑多な悪いゴチャゴチャ空間(図-3)である。しかし、それらの景観は一般的に一括りにされ、ただ単に煩雑な空間としてマイナスの評価で捉えられている。そして街路空間自体は大きく3つの構成で成り立っていると考えられる。道路・歩道などの公的空間、店舗・民家などの私的空間、そしてこれらのあいまいな境界を形成する中間領域である。

近年、わが国においてはオープンテラスや公開空地など、公的空間と私的空間が入り混じった中間領域が数多く存在している。都市空間の様々な個性、それら特有の性格は、中間領域によるもの大きいと考えられる。

以上のことから、前述の“ゴチャゴチャ”した街路空間が形成される一因には、中間領域の存在が少なからず影響していると推察される。そこで本研究では、その構成や内容に着目して分類整理を行うこととした。

(2) 研究の位置付け

中間領域に関する既往研究について、建築分野では、芦原義信が『外部空間の設計』¹⁾のなかで、建築内部空間としてのP(ポジティブ)スペース、外部空間のN(ネガティブ)スペースとを分離し、日本ではPNスペースという緩衝空間を持つ場合が多いと述べている。その例として、縁側などがあげられており、主として庇・屋根などの建築設備に関する研究がなされてきた。

中間領域が形成されていない街路空間



図-1 仙川駅北口

本研究の対象 中間領域の存在が大きく影響している街路空間



図-2 新宿



図-3 仙川駅南口

一方、街路に関しては、武光²⁾らによって店舗しつらえによる街路景観の影響について明らかにされている。そして、このしつらえを建物内部活動情報が街路に発信される記号現象として解釈した平野³⁾らによる「街並メッセージ論」がある。

しかしながら、街路空間における中間領域を対象とした研究の蓄積は非常に少なく、その評価はなされていないのが現状である。

(3) 研究の目的

街路において、整然と壁面が連続する空間よりも、「まち」にとっては“ゴチャゴチャ”した空間が賑わいの創出や界限性の形成といった都市の性格を構成する重要な要素になっているといえる。

そこで本研究では、1 (1) で示した2通りの“ゴチャゴチャ”した空間を景観工学の観点から区別することができるよう、その手法を見出していくことを目的とした。

2. 研究方法

本研究ではあいまいな領域を形成する中間領域をグレーゾーンと定義した。繁華街・商店街の写真を撮影し、グレーゾーンの領域を形成される要因を考察した。

東京都は新宿、浅草、下高井戸、仙川、谷中、銀座、南青山、六本木、青山一丁目、三田、立石、代々木上原について、千葉県では成田市、八千代市、習志野市、広島県広島市で撮影した街路空間の写真を用いた。他国ではフランス、中国、香港、マカオの写真も使用した。

3. 研究結果

グレーゾーンは図-4左側の私的空間に形成される場合（浸み出し）と図-4右側の公的空間に形成している場合

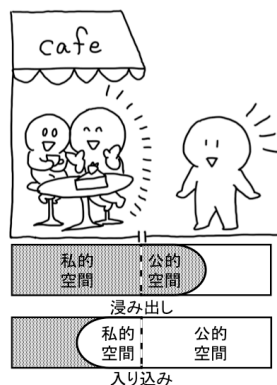


図-4 「浸み出し」と「入り込み」の概念図（作図：渡辺）

（入り込み）が存在する。それらの形成要因を様々な事例から考察していくと、主に現在の状態がグレーゾーンを形成している場合の要因（タイプ1）と、主に現在の状況から想定される行動によって形成される場合の要因（タイプ2）が存在することがわかった。

(1) 現在の状態がグレーゾーンを形成している

要因（タイプ1）

反対側の空間にある要素が存在することによって現在の状態として、グレーゾーンが形成される場合の要因である。その要素は、a) 情報、b) モノ、c) 活動に分類することができた。

a) 情報

本要素では、平野³⁾によるいわゆる「街並メッセージ論」の手法を参考にする。「街並メッセージ」とは、店舗等の内部活動情報が街路へと漏洩することを指す。

中間領域を検討するにあたっては街路空間へと発信される内部活動情報を記号として解釈し、記号の内容や表現など質の違いを反映させた分類軸を構築していくものである。この分類によって得られた研究成果をもとに、“ゴチャゴチャ”した空間の類型化をはかった。

例えば、図-5赤枠部に示した焼鳥を焼く人は店内直観情報、陳列された焼鳥の商品は店外論理情報となる。他方、「焼鳥1串80円」は店外論理情報となり、店の奥に同様の貼り出しがあった場合は店内論理情報となる。本研究では直観情報と論理情報に区別するのは変わらないが、店外の焼鳥（店外直観情報）や値札「焼鳥1串80円」などの論理情報はグレーゾーンの領域に存在することから、後述するb) モノに分類される。そのため、ここでは情報を発している物は店内外に出ているか否かで分類した。

情報は視覚情報、嗅覚情報、聴覚情報に分けられ、反対側にある空間の情報を、存在する側の空間で受け取る場合である。その雰囲気等を得ることにより、グレーゾーンが形成される。視覚情報は、例えば街路上から店内で焼鳥を焼く人が見える図-10 a) 麻布十番の場合とメニュー看板やショーウィンドウなどが見える図-10 d) 浅草の場合が挙げられる。店内では街路上の歩行者や、自転

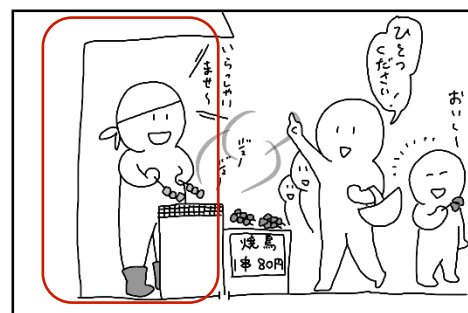


図-5 「情報」のイメージ図（作図：渡辺）

車が見えたり、街路名などの標識が見えたりする場合がある。これらの情報は平野の分類に従って、実物等が抽出された直観情報、文字情報などが抽出された論理情報と呼ぶ。ただし、本研究では建築境界を公的空間、私的空間の境界とし店内・外を区別した。

嗅覚情報は、ウナギや焼鳥を焼くニオイなどであり、聴覚情報は物売りの声かけや、店内の賑わいなどがこれにあたる。

b) モノ

公的空間と私的空間の境界を越えた商品そのものや、イス、テーブルのような活動に関わる装置、看板のような情報提供装置などの存在がこれにあたる（図-6赤枠部）。私的空間側でみると、公的空間から同一の舗装が私的空間へ連続する場合が考えられるが、その事例は見られなかった。

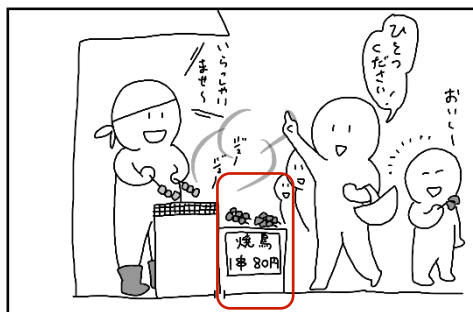


図-6 「モノ」のイメージ図（作図：渡辺）

c) 活動

公的空間と私的空間の境界を挟んでの売買活動（図-7赤枠部）やそれに伴う待ち行列、路上に展開されたオープンカフェでの飲食活動（わが国では路上占有許可の関係で多くは見られない）などが挙げられる。その事例はわが国でほとんどみられないが、例えば、バス待ちなどを店内で許容すればこれに当たる。浸み出しの場合、図-10 a)麻布十番で見られるような売買活動が挙げられ、入り込みの場合は私的空間を通り抜ける行為が考えられたが、その事例は見られなかった。

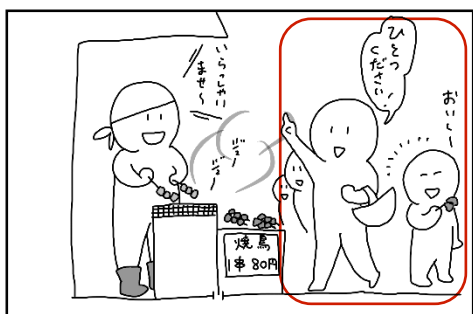


図-7 「活動」のイメージ図（作図：渡辺）

(2)主に現在の状況から想定される行動により

形成される場合の要因（タイプ2）

現在の状況から、自分が存在する空間から反対側の空間へと行けそう、入れそう、コーヒーが飲めそう、美味しいものが出てきそう、などと想像することによって仮想行動が生じ、グレーゾーンが形成される要因である。この場合の多くは、その環境の条件によるものと考えられる。境界の条件としてはa)視覚的連続性、b)空間連続性、c)到達可能性の有無が挙げられる。

ただし、前述のタイプ1で示した空間のうち、情報やイス、テーブルの存在による要因はこのタイプ2の要因ともなり得る。

a) 視覚的連続性

概ねタイプ1の視覚的連続性と同一である。図-8で示したように「見える」ことにより「～できそう」という仮想行動が発生し、グレーゾーンが形成されると考えられる。ある私的空間のグレーゾーンが視覚情報によって認識され、さらなる想像・予想・仮想行動につながる。

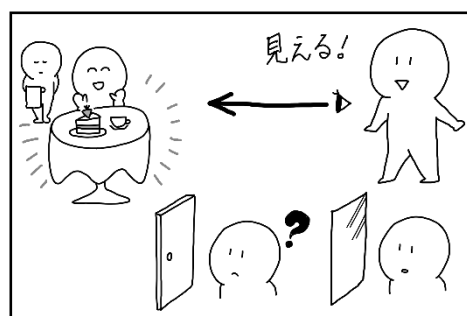


図-8 「視覚的連続性」概念図（作図：渡辺）

b) 空間連続性

反対側の空間と自分の存在する空間が同一であると認識できる場合である。前項で示した視覚的連続性によるグレーゾーンの性格と類似すると考えられる。図-10 d)浅草のようにガラスで仕切られている場合、a)視覚的連続性は保証されているがガラスのない場合と比較すると空間連続性が保証されていないのは明らかである。

c) 到達可能性

「行ける」ことが視覚的に明らかで「行く」行動が想

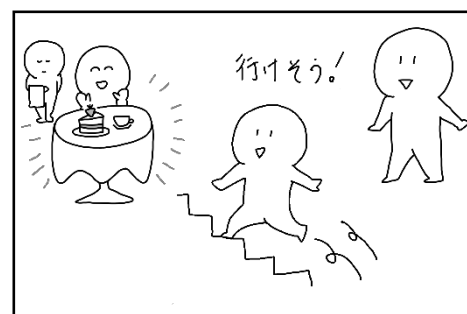


図-9 「到達可能性」概念図（作図：渡辺）

起される場合である。通路が明瞭に見える場合から、開ければ行けることが明らかなドアの存在まで挙げられる。これは極めてグレーゾーンが希薄であるといえる。

4. グレーゾーンの類型

ここまで、グレーゾーンにはタイプ1（現在の状態から起因して形成される場合）とタイプ2（現在の状況から想定される行動によって形成される場合）が存在することを示した。

続く本章では、図-10に示した街路の写真を私的空間の要素が公的空間へ浸み出す場合と公的空間の要素が私的空間へ入り込む場合（表-4参照）に分け、タイプ1とタイプ2を用いてグレーゾーンの類型を試みた。

(1) 浸み出しの類型

a) 麻布十番（焼き鳥販売店）

タイプ1の「情報」、「モノ」、「活動」の全要素があてはまった。

「情報」は、視覚の直観情報である焼き鳥などの商品、論理情報にあたる看板や値札などの要素がみられた。さらに、焼き鳥を焼くにおい（嗅覚）、焼き鳥を焼く音（聴覚）といった「情報」の各要素も該当した。

「モノ」は、論理情報提供装置であるオーニング、活動関係装置のイスや焼き鳥を陳列しているショーケースなどがグレーゾーンへ浸み出していた。本来、わが国の法制度上、公的空間に机やイス等を出す場合は道路占用許可が必要となるが、本事例では賑わいの創出に寄与しているといえる。

「活動」は売買行動に加え、焼き鳥などの商品を買うためにできた行列が公的空間へ浸み出していた。

タイプ2の浸み出しについては、公的空間から私的空間である店内が見えることから、「視覚的連続性」がある。そして、ガラスやドア等で仕切られていないため「空間連続性」の要素を持つことがわかる。さらに、公的空間から私的空間である店内へ入って行くことができ、「到達可能性」も存在する。以上のことから、「視覚的連続性」から「到達可能性」まで全ての要素があてはまる状況にあった。

b) 下高井戸（青果店）

麻布十番と同様、タイプ1の「情報」、「モノ」、「活動」の全要素があてはまった。

「情報」は、視覚の直感情報である野菜や果物などの商品、論理情報にあたる看板や値札などの要素が存在した。さらに、青物のニオイ（嗅覚）、店員のかけ声（聴覚）といった「情報」の要素がすべて揃っていた。

「モノ」は、論理情報提供装置である値札、活動関係装置に該当する大根やトマトなどの商品そのものがグレーゾーンへ浸み出していた。特に、これらの「モノ」がグレーゾーンの主たる要素として形成されていた。

本来、わが国の法制度上、公的空間に机やイス等を出す場合は道路占用許可が必要となるが、本事例では賑わいの創出に寄与しているといえる。

「活動」は、商品を手に取って品定めをしたり売買行動をしたりする行動が公的空間へ浸み出していた。

タイプ2の浸み出しについては、公的空間から私的空間である店内が見えることから、「視覚的連続性」がある。そして、ガラスやドア等で仕切られていないため「空間連続性」の要素を持つことがわかる。さらに、公的空間から私的空間である店内へ入って行くことができ、「到達可能性」も存在する。以上のことから、「視覚的連続性」から「到達可能性」まで全ての要素があてはまる状況にあった。

c) 新宿（飲み屋）

タイプ1の「モノ」や「活動」の各要素はグレーゾーンへ浸み出してはいない。浅草と同様に「情報」のみ存在するが、「情報」の視覚・直感情報に加えておでんの出汁のニオイ（嗅覚）や皿を洗う音（聴覚）も加わり、「情報」の要素がすべてあてはまる状況にあった。

タイプ2について浅草の事例とは異なり、新宿ではめ込みのガラスやドアなどの仕切りがない。そのことから、「視覚的連続性」に加えて「空間連続性」と「到達可能性」の各要素が加わり、タイプ2の3要素全てがあてはまった。

d) 浅草（和食店）

タイプ1では、私的空間である店内で飲食する人々の様子が公的空間から窺え、「情報」のなかの視覚・直感情報がみられた。しかし、ガラスで遮断されていることから、「モノ」や「活動」の各要素はグレーゾーンへ浸み出してはおらず、無しである。

タイプ2は、タイプ1の視覚・直感情報である店内で飲食する人々が見えることから「視覚的連続性」はあるものの、ガラスで遮断されているために公的空間から私的空間へ行くことが物理的に困難である。そのため、「視覚的連続性」の要素のみが存在し、「空間連続性」と「到達可能性」の要素は無いといえる。

e) フランス（カフェ）

海外に目を向けると、フランスの事例では浅草や新宿の事例と比較して、店外に出たテラス席が店のメイン席であるかのようにみえる。特に、タイプ1の「モノ」と「活動」が大きく浸み出していることがわかった。

f) マカオ（飲食店）

公的空間である街路には、オーニングが張り出す位置

までテーブルとイスが浸み出している。そして、店外のイスに座っている人々は、私的空間である店内に置かれたテレビの音に耳を傾けながら飲食をしている。前述したフランスのカフェ事例と同様、特に、タイプ1の「モノ」と「活動」が大きく浸み出していることがわかった。

(2) 入り込みの類型

a) 麻布十番（焼き鳥販売店）

タイプ1について、私的空間である店内から公的空間の街路を見た場合、通りの様子を窺えたり外を歩いている人が見えたりするなど「情報」のみが入り込んでいる。

タイプ2については、タイプ1で示した公的空間にある「情報」の要素が私的空間側から見えるため、「視覚的連続性」が保証されている。さらに、ガラスやドア等で仕切られていないため、「空間連続性」と「到達可能性」の要素全てがあてはまっている。

b) 下高井戸（青果店）

タイプ1について、麻布十番と同様に「情報」のみが入り込んでいる。

タイプ2については、タイプ1で示した公的空間にある「情報」の要素が私的空間側から見えるため、「視覚的連続性」が保証されている。さらに、ガラスやドア等で仕切られていないため、「空間連続性」と「到達可能性」の要素全てがあてはまっている。

c) 新宿（飲み屋）

新宿の場合は浅草の事例と異なり、グレーゾーンに仕切りがないことから、「情報」の視覚に加えて嗅覚や聴覚の各要素も入り込むと考えられる。

d) 浅草（和食店）

入り込みについて、浅草のタイプ1は私的空間である店内から公的空間の街路を見た場合、通りの様子を窺えたり外を歩いている人が見えたりするなど、「情報」のみが入り込んでいる。

タイプ2については、タイプ1で示した公的空間にある「情報」の要素が私的空間側から見えるため、「視覚的連続性」が保証されている。しかしながら、ガラスで遮断されていることから、「空間連続性」と「到達可能性」の要素は存在しないといえる。

e) フランス（カフェ）

タイプ1について情報のみの入り込みで、モノと活動は確認できなかった。

f) マカオ（飲食店）

タイプ1について情報のみの入り込みで、モノと活動は確認できなかった。

このように、タイプ1の入り込みについては「情報」の要素のみがみられ、「活動」と「モノ」がグレーゾーンへ入り込む事例は本研究で対象とした商店街・繁華街

ではみられなかった。

例えば、入り込みで「モノ」が形成されるのは、公的空間の舗装パターンが私的空間へ入り込む場合が挙げられる。「活動」が形成されるのは、バスを待つ人々が店内で過ごしていたり、歩行者が店内を通り抜けたりする状況が考えられる。この場合のタイプ2では、「視覚的連続性」に加え、「空間連続性」や「到達可能性」の各要素が加わると予想されるが、実在の街路空間では存在しなかった。

このように、グレーゾーンを形成する入り込みの要素は浸み出しと比較して、その要素は少ないということも明らかとなった。

5. まとめ

本研究ではあいまいな境界領域を形成するグレーゾーンにはタイプ1（現在の状態から起因して形成される場合）とタイプ2（現在の状況から想定される行動によって形成される場合）が存在することを示した。これらの視点から分析を行ったところ、グレーゾーンを形成する入り込みの要素は浸み出しと比較して、その要素は少ないということも明らかとなった。

海外事例ではわが国の事例と異なり、フランスのような、タイプ1の「モノ」と「活動」が大きく浸み出している事例が見られた。店外に出たテラス席が店のメイン席であるかのように見え、グレーゾーンの形成は、各国のまちの成り立ち、風土や文化が影響しているものと予見される。

既往研究では、中間領域の構成要素にのみ着目していたが、本研究では「情報」の視覚、嗅覚、聴覚情報などの要素があてはまるかどうかに加え、現在の状況から想定される行動により形成される要素を加えることで、街路空間の中間領域をより実体験に近い類型で分析を行うことができた。

本研究では、対象地である繁華街・商店街の写真を撮影し、グレーゾーンの領域が形成される要因を様々な事例から考察した。今後はグレーゾーンの類型化を精緻に行い、より良い都市空間の形成にグレーゾーンがどのように形成されているかを深化させていきたい。

参考文献

- 1) 芦原義信：『外部空間の設計』，彰国社，1975。
- 2) 武光茂樹，滝田憲作，吉川貴啓，赤崎弘平：「ショッピング」のしつらえが街路景観に及ぼす影響—大阪南船場の景観に関する研究，日本建築学会大会学術講演梗概集，2001F-1 分冊，pp.965-966，2001。
- 3) 平野勝也：街並メッセージ論とその商業地街路への適用，東京大学学位論文，1999。
- 4) 都市デザイン研究所：「日本の都市空間」，彰国社，1999。

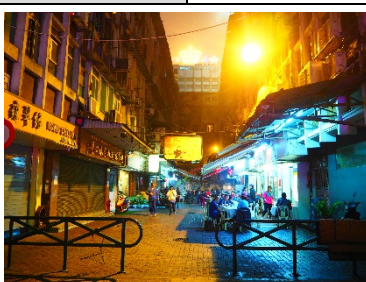
a) 麻布十番 (焼き鳥販売店)				b) 下高井戸 (青果店)					
									
タイプ1	情報	視覚	直観情報	要素	タイプ1	情報	直観情報	要素	
			論理情報	商品			論理情報	商品	
		嗅覚		看板、値札			嗅覚		値札
		聴覚		焼鳥を焼くニオイ			聴覚		青物のニオイ
	モノ	焼鳥を焼く音		モノ		店員のかけ声			
		論理情報提供装置				値札			
		オーニング				商品			
活動関係装置		商品	活動関係装置		商品の品定め				
活動		売買行動、行列	活動						
タイプ2	視覚的連続性		○	タイプ2	視覚的連続性		○		
	空間連続性		○		空間連続性		○		
	到達可能性		○		到達可能性		○		
c) 新宿 (飲み屋)				d) 浅草 (和食店)					
									
タイプ1	情報	視覚	直観情報	要素	タイプ1	情報	直観情報	要素	
			論理情報	飲食する人、皿を洗う人			論理情報	飲食する人々	
		カウンター席		無し					
		嗅覚		おでんの出汁のニオイ			無し		
	モノ	聴覚		皿を洗う音、店員のかけ声		モノ	無し		
		論理情報提供装置		無し					
		活動関係装置		無し					
活動		無し	活動		無し				
タイプ2	視覚的連続性		○	タイプ2	視覚的連続性		○		
	空間連続性		○		空間連続性		×		
	到達可能性		○		到達可能性		×		
e) フランス Aix-les-Bains (カフェ)				f) マカオ (飲食店)					
									
タイプ1	情報	視覚	直観情報	要素	タイプ1	情報	直観情報	要素	
			論理情報	料理			論理情報	料理	
		壁に張り出したメニュー		壁に張り出したメニュー					
		嗅覚		料理のニオイ			嗅覚		料理のニオイ
	モノ	聴覚		話す人々、食器の音		モノ	聴覚		話す人々、テレビの音
		論理情報提供装置		看板、オーニング			論理情報提供装置		看板、オーニング
		活動関係装置		イス、テーブル			活動関係装置		イス、テーブル
活動		飲食する人々	活動		飲食する人々				
タイプ2	視覚的連続性		○	タイプ2	視覚的連続性		○		
	空間連続性		○		空間連続性		○		
	到達可能性		○		到達可能性		○		
※表中のタイプについては、「浸み出し」の要素について示した									

図-10 本研究で示したタイプ1とタイプ2によるグリーゾーンの類型