

# 公開空地の利活用向上に関する研究 ～空間エレメントに着目した実証実験プロジェクトを通じて～

都市空間生成研究室  
1541049 木村 友香

公開空地 低利用地 休憩所  
社会実験 空間エレメント

## 1. 研究の目的と背景

現代では建物の高層化に伴い、斜線制限の緩和等を目的とした、多数の公開空地がつけられている。しかし、その多くが低利用であり、公共性を持った公開空地の数は少ないといえる。公開空地とは本来、地域交流などコミュニティを生み出すことができる可能性を孕んでいるが、低利用な公開空地の数が増えることで都市の活性が低下している印象を与えてしまう。新たに良い公開空地をつくることも重要だが、これらのような既存の低利用な公開空地を改善することのほうが急務である。そのため、空間活用、活性化の為のモデルが求められている。

本研究では、低利用な公開空地を適切に管理・活用する知見を得るために、前面道路の歩行者に立ち寄り、滞在を促すために有効な空間を構成するエレメントや配置を明らかにすることを目的とする。低利用な公開空地において、研究対象空間内の利用者の様子を観察し、各デザイン・エレメントにおける効果を図り、低利用地での実地方針のモデルを検討する。

## 2. 研究方法

### 2-1. 研究対象

当実験の研究対象地は、以下の低利用な公開空地に定めて行うとする。

大日本コンサルタント株式会社本社前駐車場  
東京都豊島区駒込 3-23-1、公開空地、約 147 m<sup>2</sup>

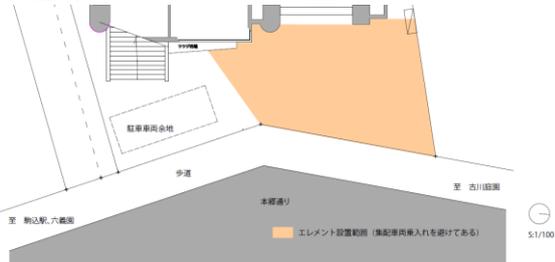


図 2-1：研究対象地敷地地図

表 2-1：設置エレメント一覧

大別	エレメント	寸法・設え	説明・ねらい
誘引	1 バーゲンワゴン型		種植トライアル 20%、育成への期待
	2 アイランド型		种植トライアル 20%、育成への期待
	3 段々アイランド型		种植トライアル 20%、育成への期待
滞在	4 4人掛け ガーデンテーブル	770mm × 1330mm × 710mm	休憩場所
	5 2人掛け ガーデンテーブル	800mm × 560mm × 720mm	休憩場所
	6 パラソル	3000mm × 2460mm	日よけ、休憩場所
	7 人工芝マット A		円形、リラックス効果
	8 人工芝マット B		正方形、リラックス効果
視線制御	9 鉢植え樹木 L	1100mm	ベンジャミンネ、シマトネリコ、リラックス効果
	10 鉢植え樹木 M	700mm	ゴクラクチョウカ、クワイズモ、リラックス効果
	11 ウッド看板 A		プロジェクト認知
	12 ウッド看板 B		プロジェクト認知

### 2-2. 実験日程

実験日程について、全 8 日間（5 月 23 日、6 月 13 日、7 月 4 日、11 日、9 月 11 日、10 月 10 日、17 日、31 日）の水曜日の 10 時から 16 時 30 分に基本的に実施した。

### 2-3. 研究方法

- 調査 1：定点調査  
調査時間帯にデジタルビデオカメラを用いた、1 点による俯瞰定点観測を行い、誘引・滞留度合の有無について断面交通量を基に調査する。
- 調査 2：ヒアリング調査  
調査員が来訪者へアンケート調査を行う。
- 調査 3：環境調査  
計測機器により、温度・風速・騒音を計測する。

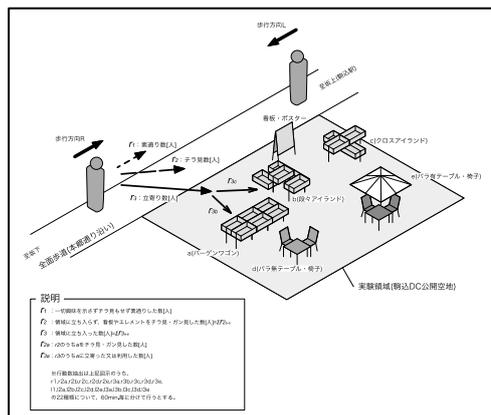


図 2-2：行動調査におけるエレメントの定義

## 3. 敷地に目を向けたひとに着目した実験結果・分析

### 3-1. 集計結果

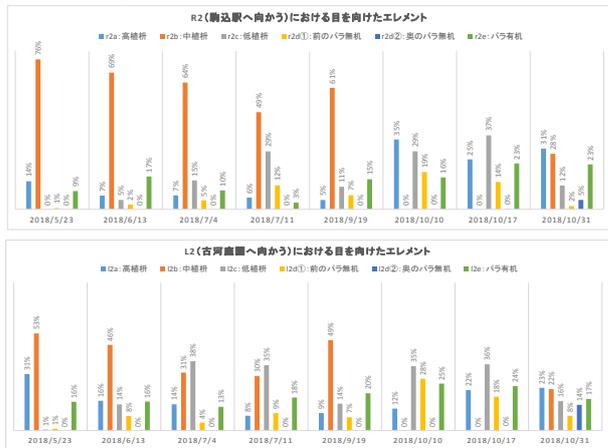


図 3-1：目を向けたエレメント（R 方向・L 方向）

### 3-2. 誘引エレメントについて

誘引エレメントへの目を向けた割合に着目し、分析を行った。歩行者の傾向として、まず1番に手前にあるものに目を向けることがわかる。また、各テーブルと比較すると、全体的に植枦の方が視線を集めることから、花は誘引エレメントとしての効果があると言えた。

### 3-3. 滞在エレメントについて

誘引エレメントへの目を向けた割合に着目し、分析を行った。全体を通じてパラソル付きテーブルが最も視線を集める結果となった。要因としてはエレメントに存在感があることが挙げられる。さらに、時間別立ち寄り率を参照すると、歩行者は人が滞在しているエレメントに目を向ける傾向があることがわかった。

## 4. 敷地に立ち寄ったひとに着目した研究結果・分析

### 4-1. 集計結果

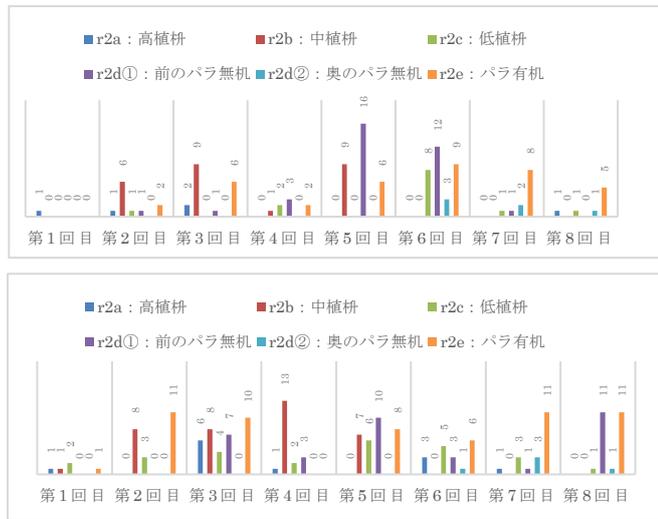


図4-1：立ち寄ったエレメント (R方向・L方向)

### 4-2. 誘引エレメントについて

誘引エレメントへの立ち寄り件数に着目し、分析を行った。実験の前半では、最も歩道に近く配置されていたために、手軽に立ち寄ることができることから、高い立ち寄り件数を獲得した。他にも全体を通じて、休憩せずにお花を楽しみに立ち寄るケースが多く、またお花好き同士で会話を楽しんでいた。これより、誘引エレメントも、短い滞在時間で他人同士のコミュニケーションを生み出すことができ、滞在エレメントとなると考えられる。

### 4-3. 滞在エレメントについて

滞在エレメントへの立ち寄り件数に着目し、分析を行った。この結果より、手前にテーブルを配置することで立ち寄りやすさの向上、利用方法の多様化をもたらしていることが明らかになった。反対に奥まった場所にテーブルを置くと、使用用途は休憩のみに絞られるが、長時間の利用を生み出すことがわかった。また、アンケート結果より、空間内に実際に休んでいる人がいることで立ち寄りやすく感じるかという質問には9割以上が、立ち寄りやすいと回答している。このことより、人も滞在エレメントのひとつであるといえる。

## 5. 実験全体からの知見

### 5-1. エレメント配置のねらい

4章より誘引・滞在エレメントが相互補完している役割を確認できたことから、第5回目の配置に着目する。この配置は、入り口部分を広くすることで立ち寄り率が上がるかという検証を裏付けるために、あえて歩道付近にエレメントを配置している。その結果、歩道近くにエレメントがあることで、気軽さが増し、逆に全実験で最も立ち寄り率を獲得する結果になる。また、その気軽さから休憩以外の荷物整理、待ち合わせなどの用途でも度々使用された。

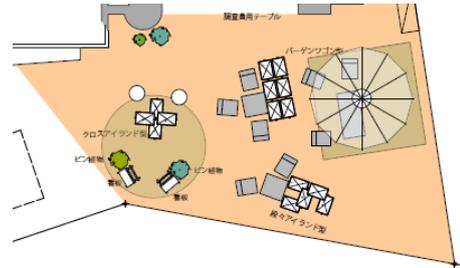


図5-1：第5回目実験時エレメント配置図

### 5-2. 継続的に実験を行ったことへの評価

本節では同一の敷地で実験を継続したことによる地域での認知度に着目もした。

アンケートで以前からこのプロジェクトを知っていたか、どんな手段で知ったのかをヒアリングし、分析した。その結果、第6回目以降、認知率は30%程度で安定し、その全員が以前見たことがあると回答した。また、2か月期間が空き認知率が下がったことから、定期的な開催により、認知率が保たれることが明らかになった。

### 5-3. 活用の精度が上がることについての考え

本節では継続して実験を行った中で、ニーズがどのように変化したかに着目する。

主にニーズが集まった項目として、飲み物などの販売、グリーン、席数、ファッションablさがあつた。特に、販売と席数に関しては賛否両論であり、より多くの人が満足する基準に調節することが重要である。

## 6. 結論

まず、誘引エレメントにおいては、空間内のエレメントが感覚や感性に刺激を与える効果を持つこと、エレメントの存在感、人が敷地内にいることが重要だといえる。滞在エレメントでは、利用方法の多様性を生み出すテーブルの配置、パーソナルエリアを確保、コミュニティを生み出すエレメントの配置、実施目的を歩行者に的確に伝えることが重要だといえる。全実験による知見からは、目を向けたエレメントと立ち寄ったものの件数は比例しないこと、継続して実験を行うことによる認知・愛着、実験実施日の間隔の重要性が明らかになった。

また、今後の課題としては、対象地が変わってもこの効果が出るのか、研究上の限界点によって結果が制限されていないかを明らかにする必要がある。

### 参考文献

- 1) 泉山墨威・中野卓・根本春奈、「人間中心視点での公共空間アクティビティ評価手法 —「池袋駅東口グリーン大通りオープンカフェ社会実験2015年春季」のアクティビティ調査を中心に—」、日本建築学会計画系論文集、第81巻、第730号、p2763-p2773、2016年