

令和3年度 渋谷SMILEプロジェクト「このまちが、おくしぶになる。」報告書

東京都市大学 都市空間生成研究室

# SHIBUYA SMILE PROJECT 2021

このまちが、おくしぶになる。

令和3年度  
東京都市大学 都市空間生成研究室



# はじめに



## 都市の回遊性の先へ

都市を都市たらしめている要素の一つに「人々が自由に移動できること」があります。人々が都市に集まり、そしてそこから思い思いにそれぞれの行きたいところへ出かけていくことができること——本研究のテーマである回遊性とは、そんな根本的な都市生活の享受をさらに深く追究しようということに他なりません。

本研究の対象地域である渋谷は、東京の繁華街として、副都心として、第二次世界大戦後に大きく発展し、規模のみならず、文化的な側面でも非常に大きな役割を果たしてきた街です。そして、21世紀に入り、駅周辺エリアを中心に大きく都市再生のプロジェクトが進行している街でもあります。さらに2020年代に入り、駅周辺エリアは様子が一新され、これからも多くの人々を他都市、他地域から惹きつける都市であり続けるでしょう。ターミナル駅である渋谷駅を起点にそこから渋谷の魅力的な界隈で新しい何かを発見し交流する。来街者だけでなく、働いている人、住んでいる人たちにとっても、さらに新しい出会いや発見がある渋谷になることがさらに期待されます。

そのためには今よりさらに自由に快適で安全に行き交うこと、そしてとどまることができる渋谷になることが求められます。今回、研究室では奥渋と呼ばれるエリアをケーススタディし、そこでの回遊性向上のための都市デザイン戦略を検討してきました。

奥渋は今訪れてもとても魅力的な界隈です。駅周辺の喧騒を少し離れて、落ち着いた雰囲気、昼間は活気のある商店街もあります。このまちに多くの人々が訪れて、このまちらしい界隈がさらに育まれることを期待しています。私たちもこの報告書を取りまとめたことからさらにまちづくりのお手伝いができることを考えて実践していきたいと思います。

東京都市大学都市空間生成研究室では、本プロジェクト「渋谷 SMILE プロジェクト」において、日建設計総合研究所と協働して、調査研究を進めてきました。本報告書は、日建設計総合研究所の協力のもと、この1年間の成果を取りまとめたものです。

中間報告として、渋谷区役所様、東急様におかれましては、渋谷のまちづくりに関わる官民それぞれの立場から多大なご助言いただきました。貴重な機会を私たちに与えてくださり、誠にありがとうございます。まだまだ未熟な私たちの成果ゆえ皆様方のご助言ご協力に心えきれているか甚だ心配ですが、渋谷の回遊の充実の先にあの場所へ訪れたいと思える魅力的な界隈がさらにその輝きを増しますように。

2022年1月  
東京都市大学都市生活学部都市空間生成研究室  
准教授 中島伸

# 目次

## 第1章 プロローグ

1. プロジェクトの目的	06 - 07
2. SMILE プロジェクト概要	08 - 09
3. 社会実験調査 (SMILE 社会実験)	10 - 11
4. 社会実験調査 (都市大奥渋調査)	12 - 13

## 第2章 リサーチ&アナライズ

1. 奥渋とは	16 - 17
2. 奥渋回遊戦略立案のために	18 - 19
3. フィールドサーベイ	20 - 37
01. 地域特性	20 - 23
02. 交通	24 - 27
03. 回遊性の主体	28 - 31
04. オープンスペース	32 - 35
05. 周辺地域とのつながり	36 - 37

## 第3章 プランニング&デザイン

1. 全体詳細	40 - 41
2. 4つのプロジェクト	42 - 57
01. 2種類の SMILE	42 - 45
02. おくしぶ駅	46 - 49
03. 奥渋ロード	50 - 53
04. 奥渋 GREENWAY	54 - 57

## 第4章 マネジメント

1. エリアマネジメント	59 - 60
2. 全体将来像	62 - 63

## 第5章 エピローグ

1. 社会実験調査付録 (SMILE 社会実験)	66 - 67
2. 社会実験調査付録 (都市大奥渋調査)	68 - 69
3. 活動報告	70 - 71
4. あとがき	72 - 73



# 第1章 プロローグ

---

- 1-1 プロジェクトの目的
- 1-2 SMILE プロジェクト概要
- 1-3 社会実験調査（SMILE 社会実験）
- 1-4 社会実験調査（都市大奥浜調査）

PROLOGUE . . .



# 1-1 プロジェクトの目的

## 1. 目的

○これからのまちづくりの可能性を探る

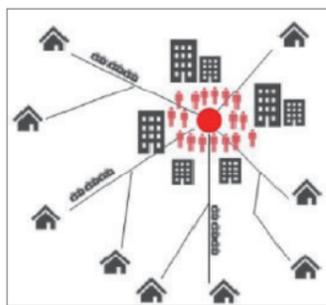
- ・コロナ禍を契機として、密の回避・テレワークの進展・自転車の利用の促進が進んでいるのではないか。
- ・アフターコロナのまちづくりにおいて、ターミナル駅を中心とした一極集中型から、駅から少し離れた『小さな拠点』による分散&連携型へ、ニーズが高まるのではないか。



制作：日建設計総合研究所

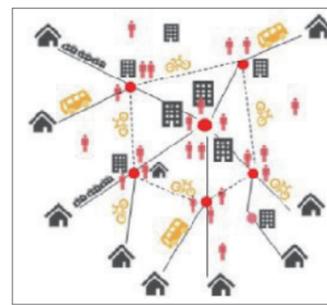
○目指したいまち

【これまで】



ターミナル駅への「一極集中型」  
鉄道を中心とした移動・開発

【これから】



小さな拠点による「分散&連携型」  
地域密着型モビリティの重要度 UP

## 2. コンセプト

○奥渋への回遊性を高める

本プロジェクトは、渋谷の域内と域外の回遊を課題として調査し、奥渋エリアの回遊性向上を検討することを目的としている。そして、奥渋エリアの分析と提案のコンセプト、そしてそのコンセプトを達成するためのプロジェクト、マネジメントを提案することにより、奥渋の新たな在り方を提案する。

○「小さな拠点」で渋谷をもっと楽しく快適に

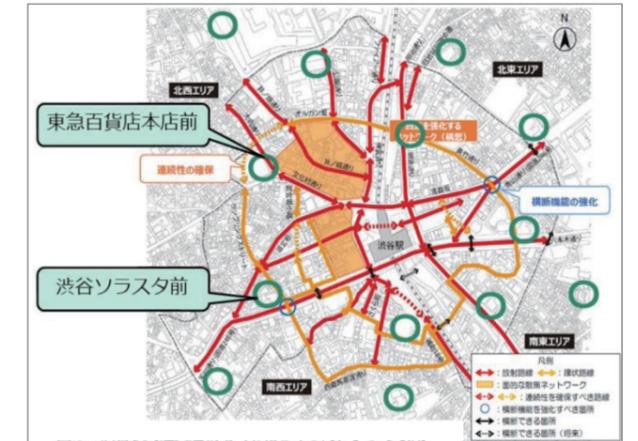
渋谷駅から少し離れた場所に SHIBUYA MOBILITY & INFORMATION LOUNGE を設置

【渋谷に新たな「SMILE」を生み出す】

1. 渋谷駅至近の混雑を緩和し、居心地の良いウォーカブルな空間に。  
→渋谷駅を利用する人を SMILE へ
2. 地域密着型モビリティ（バス・シェアサイクル等）で、移動をもっと楽しく・快適に・使いやすく。  
→モビリティの利用者や事業者の SMILE へ
3. 滞留や回遊の促進により、にぎわいや経済効果をより広域へ波及。  
→不動産事業者・商業事業者等への SMILE へ

【設置場所 [将来構想]】

渋谷区の交通戦略や都市開発とも連携して面的なネットワークの形成を目指す。



出典：渋谷区 渋谷駅周辺交通戦略（令和2年3月）

## 3. 研究課題

本報告書は、奥渋エリアをケーススタディとして、歩きたくなる、行ってみたくなる、魅力的な界隈・ネットワークづくりとなる都市デザインビジョンの検討をする。

○渋谷の構造と課題を把握

- ・駅一極集中を回遊性向上によって多極分散構造に転換する。

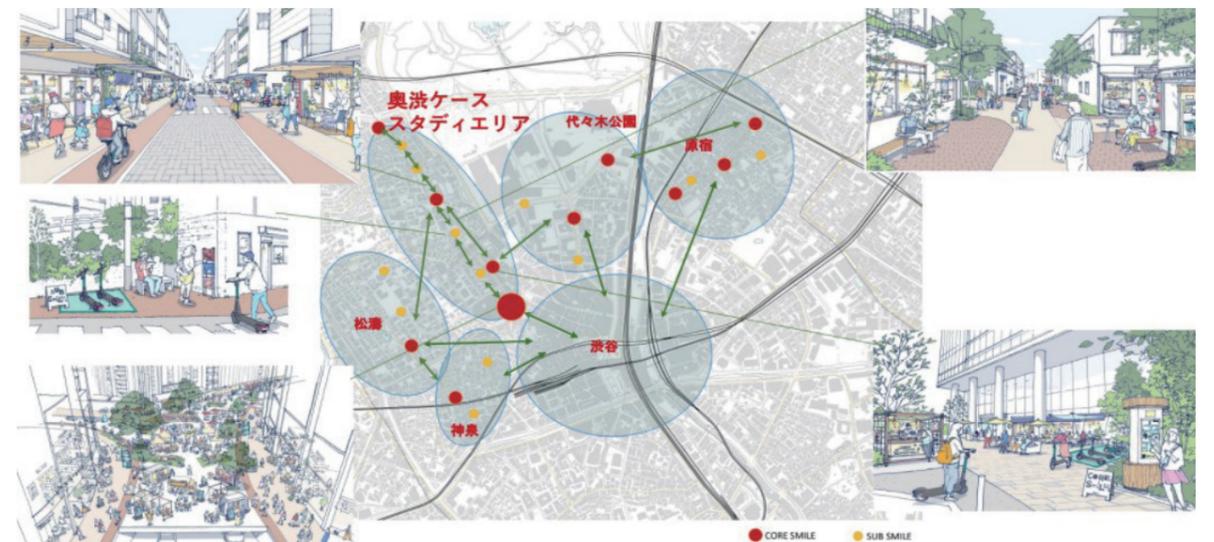
○2つの都市デザイン戦略

- ・エリア間回遊の向上（全体構造）ーシステムの展開
- ・エリア内回遊と界隈の魅力向上  
→奥渋エリアをケーススタディ

【項目検討】

- エリアリサーチ→プランニング&デザイン
- ・歩行環境の向上
- ・滞留空間の創出
- ・エリア認知の向上
- ・魅力的な商業空間の創出
- ・SMILE を含めた公共空間のマネジメント、管理

○SMILE によるエリア間・エリア内回遊の向上戦略



# 1-2 プロジェクト概要

## 1. SMILE 概要

### ○ SMILE のプロジェクト概念図

本プロジェクトは、産官学が連帯したチームで実施する。共催が日建設計総合研究所（企画・運営）・渋谷未来デザイン・東急・東急不動産であり、後援に渋谷区、調査協力に東京都市大学と Intelligence Design が参画した。

### ○プロジェクトの目的

- ・小さな拠点による分散&連携型の都市構造への転換
- ・回遊性向上

#### ○渋谷 SMILE 社会実験

<参加・協力者>

日建設計総合研究所・渋谷未来デザイン・東急・渋谷区  
東急百貨店・東急不動産・奥渋谷店舗・Hakuju Hall・DNP  
東急バス・near Me・LUUP・Intelligence Design  
Nikken Wood Lab

本報告書のカバー範囲

東京都市  
大学

#### ○奥渋谷回遊性向上のための都市デザイン戦略

<参加・協力者>

日建設計総合研究所・東急・渋谷区

### ○奥渋谷への回遊促進について

#### ① SMILE における奥渋谷情報の周知と回遊促進について

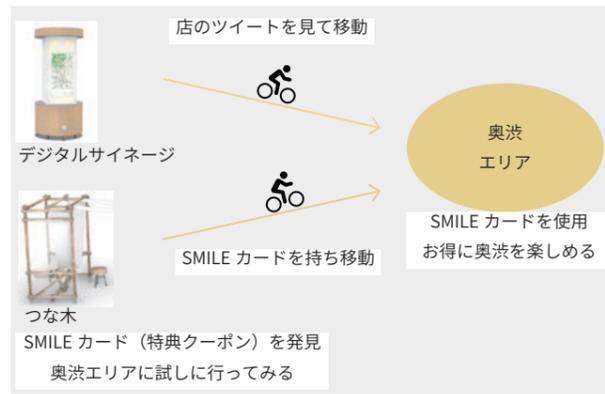
SMILE に設置するデジタルサイネージとつな木ファサードにより、奥渋谷の店舗を紹介して、奥渋谷エリアへの回遊を促進する。

#### ②奥渋谷エリアの連携先について

奥渋谷エリアの3店舗とハクジュホールの情報を提供していただき、SMILE において発信。それにより、奥渋谷エリアに人を導くことができる。

#### ③ポストカードについて

店舗ポストカードをポストカードウォールに入れ、「つな木」の3壁面に掲出する。



#### ○ご協力をいただける奥渋谷の店舗



▲ナタ・デ・クリスチアノ



▲葉花



▲ミュゼ・ドウ・ショコラ  
テオプロマ



▲ハクジュホール



▲ポストカード表面

▲ポストカード裏面

### ○ SMILE の機能



### ○地域サービスの周知（場所・イベント・特典等）

- ・企画、運営  
→日建設計総合研究所
- ・関係者調整、許認可支援  
→渋谷未来デザイン・東急・渋谷区
- ・空間デザイン  
→日建設計総合研究所
- ・人流計測（AI カメラ & 実測）  
→東京都市大学
- ・オープンスペース提供、情報提供  
→東急百貨店・東急不動産
- ・地域サービス（商業等）

### ○移動サービスの周知（時刻表・混雑状況・アプリ等）



東急バス  
路線バス



near me  
相乗りモビリティ

情報プラットフォームとして、つな木とデジタルサイネージを SMILE 内に設置する。

つな木は、着座タイプ、スタンディングタイプ、LUUP ポート付のもの、地域情報ポストカードウォール付ハンモックベンチの4種類がある。ハンモックや椅子など、休憩のためだけでなく、特に着座タイプとスタンディングタイプには、机の役割を持つ部分とポータブル電源がついているため、ワークプレイスとしても機能できるようになっている。

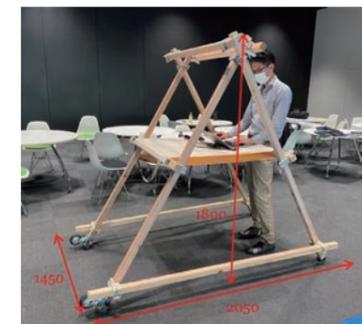
デジタルサイネージは東急百貨店本店前にのみ設置する。デジタルサイネージに流れる情報は、バスなどの時刻表や混雑状況だけでなく、奥渋谷のお店に関連した記事やツイートを流す。



▲つな木：着座タイプ、ハンモックベンチ、LUUP ポート付き



▲つな木：地域情報ポストカードウォール付  
ハンモックベンチ



▲つな木：スタンディングタイプ

出典：日建設計総合研究所スライド「運営マニュアル（2021/11/9 ver）」

# 1-3 社会実験調査

## SMILE 社会実験

渋谷駅から少し離れた場所に SMILE を設置することによる、SMILE でのアクティビティや周辺との繋がりがどのように変化するかを調査した。実際に SMILE や LUUP を使用した人の人数を調べるアクティビティ調査と SMILE の敷地内に入り、通過もしくは立ち寄った人数を調べる立ち寄り調査の 2 種類の調査を 4 日間実施した。

### 1. 調査内容

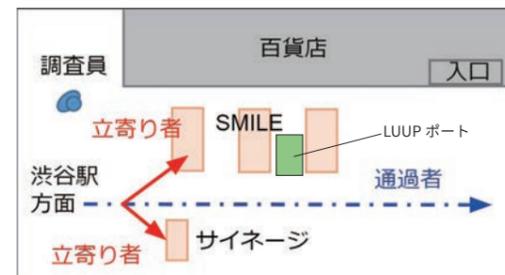
2021 年 11 月 10 日から 13 日までの 4 日間、実際に SMILE を設置して社会実験を行った。設置場所は、魅力的な渋谷の「奥」のまちの入口に位置し、重要な地域モビリティであるバスの停留所に近接する「東急百貨店本店前」と、「渋谷ソラスタ前」で、調査した時間帯は 10:30~11:30、13:00~13:30、16:30~17:00 の 3 回である。



▲ SMILE 社会実験実施場所

#### 【東急百貨店本店前】

東急百貨店本店前には、つな木が 3 つ（LUUP ポート付 1 つ、地域情報ポストカードウォール付ハンモックベンチ 2 つ）と、デジタルサイネージが 1 台設置された。立ち寄り率調査によるカウントは SMILE とデジタルサイネージの空間を通行した人に限定し、アクティビティ調査では渋谷ソラスタ前よりもアクティビティの種類を増やすことで、通行者の多様なアクションを観測した。



▲東急百貨店前レイアウト

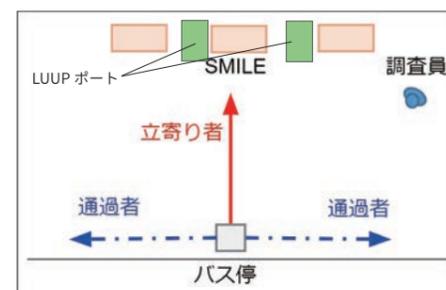


#### 【調査内容】

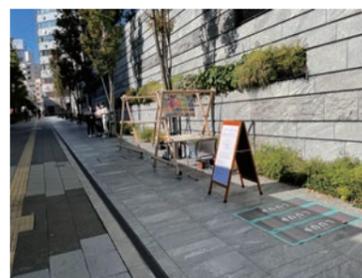
- ・ポストカードを見る、取る
- ・デジタルサイネージを見る
- ・座る
- ・LUUP を利用する
- ・その他

#### 【渋谷ソラスタ前】

渋谷ソラスタ前には、LUUP ポート（3 台まで駐車可能）が 2 つ、つな木が 3 つ（着座タイプ 2 つ、スタンディングタイプ 1 つ）が設置された。アクティビティ調査では SMILE での過ごし方の質に注目して調べるために、調査項目を減らして記述することで一人一人の過ごし方を観測した。



▲渋谷ソラスタ前レイアウト



#### 【調査内容】

- ・机の利用
- ・LUUP を利用する
- ・話す
- ・その他

## 2. 調査・分析結果

○日時や場所によって立ち寄り率に大きな差が表れた

#### 【東急百貨店前の調査結果】



#### 【その他の行動】

- ・看板を見る (29 人)
- ・写真を撮る (5 人)
- ・調査員に話しかける (5 人)
- ・子供が遊ぶ (2 人)
- ・待ち合わせ (2 人)
- ・LUUP を見る (1 人)
- ・子供が寝る (1 人)
- ・つな木を指差す (1 人)

#### 【渋谷ソラスタ前の調査結果】

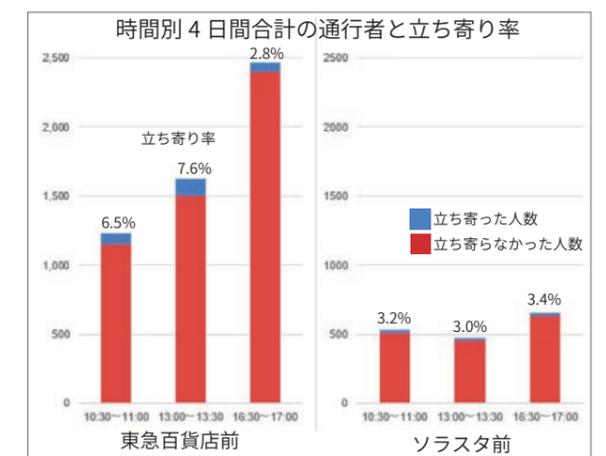
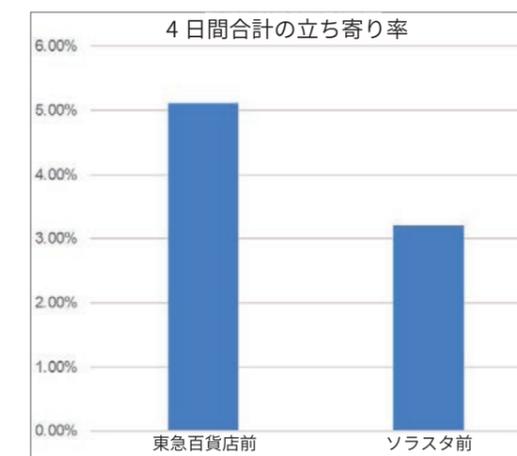


#### 【その他の行動】

- ・足を止めて見る (30 人)
- ・看板を見る (22 人)
- ・ポストカードを見る (19 人)
- ・写真を撮る (7 人)
- ・調査員に話しかける (6 人)
- ・触る (2 人)
- ・話す (1 人)

- ・東急百貨店前は週末につれて人通りが多くなるが、ソラスタ前は人通りに大きな変化がなかった。
- ・東急百貨店前ではポストカードに興味を示す人が多かった。
- ・ソラスタ前では SMILE 利用者が少なかったものの、足を止めて興味を持つ人が多くいた。

○東急百貨店前の朝と昼の時間帯の立ち寄り率が渋谷ソラスタ前よりも高くなっている



- ・社会実験実施日全日合計の立ち寄り率は東急百貨店前の方が 2% ほど高い。
- ・通行者は夜の方が多くなっているが、東急百貨店前の立ち寄り率は朝と昼が夜よりも 2 倍ほど高くなっている。

SMILE が休憩のできる滞留空間となり、そこでサイネージやポストカードを情報源として活用することで新しいアクティビティが生まれ、ウォカビリティの向上につながるのではないかと考えられる。

つな木やサイネージがあることで、通行者は足を止めたり、ポストカードを見るなど新しいアクションを起こし、次の行動が変化していくことが考えられる。今回の社会実験では滞留者が少なかったが、今後も継続的に滞留スペースを置くことでその空間の存在が当たり前になり、多くの人に利用されるようになると思う。

# 1-4 社会実験調査

## 都市大奥渋調査

### 1. 調査内容

#### 【調査概要】

東京都市大学の独自調査として、奥渋に住む人々の活動や、奥渋の最寄りである代々木八幡駅との関係性を、「交通」「属性」「滞留空間」の3つの項目を通して調査した。

#### 【調査目的】

- ・奥渋をどんな人がどんな利用をしているか把握するため
- ・人の流れを知り、通過する人、誰もが利用できるようなデザインコードを考えるため

#### 【調査項目】

日時：11月10日(水)～11月13日(土)

12時00分～12時45分 / 17時15分～18時00分

#### ■ 共通調査

調査内容：日付・天候・記入者

#### ■ 属性調査

観測場所：The Monocle Shop Tokyo 隣のコインパーキング  
FUGLEN 前

調査内容：男性年齢層・女性年齢層・服装調査

#### ■ 交通調査

観測場所：The Monocle Shop Tokyo 隣のコインパーキング  
調査内容：交通方向別モビリティ調査

(渋谷方面～代々木八幡駅方面)

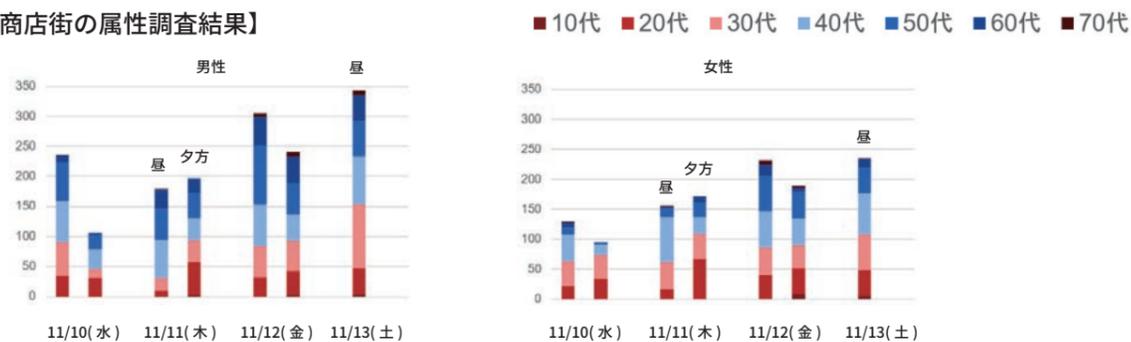


▲奥渋調査観測場所マップ

### 2. 調査・分析結果

○昼間に賑わいを見せ、商店街的機能がうかがえる

#### 【商店街の属性調査結果】

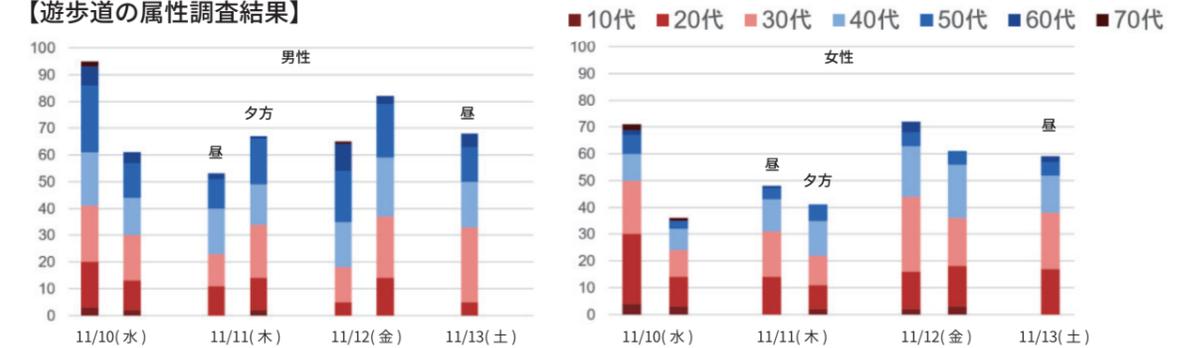


- ・比較的昼間に賑わいを見せる。
- ・昼間の人数と夕方の人数の違いが全体的に少ないため、継続的に人通りがあるといえる。

奥渋は大人のまちというイメージから夕方が賑わうと予想をしていたが、昼間のほうが比較的賑わいを見せており、商店街として機能している一面がうかがえる。

○平日と休日の差がなく、遊歩道通行者は平日と休日で入れ替わっている

#### 【遊歩道の属性調査結果】

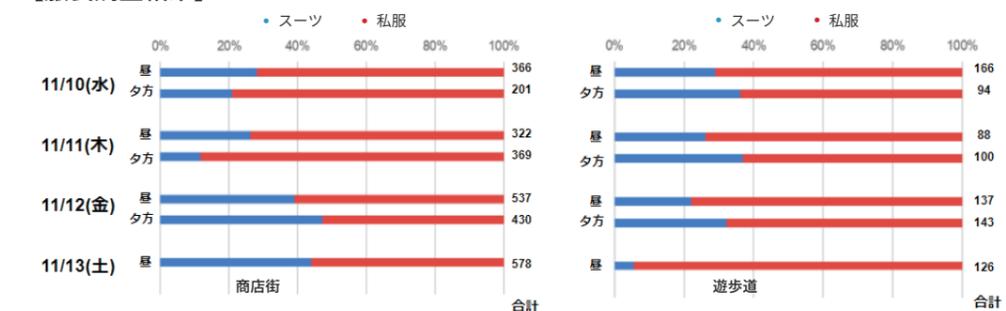


- ・平日と休日の差があまり無く、女性の通行量は昼間の方が夕方よりも多いことが分かった。

平日と休日で人数の差が少ないが、服装に大きな差が出たため、平日と休日で同じ人が遊歩道を利用しているわけではなく、遊歩道を利用する人は平日と休日で入れ替わっているのではないかと考えられる。

○スーツ系の人と私服の人が、一定の割合で混合している「職遊混合のまち」である

#### 【服装調査結果】

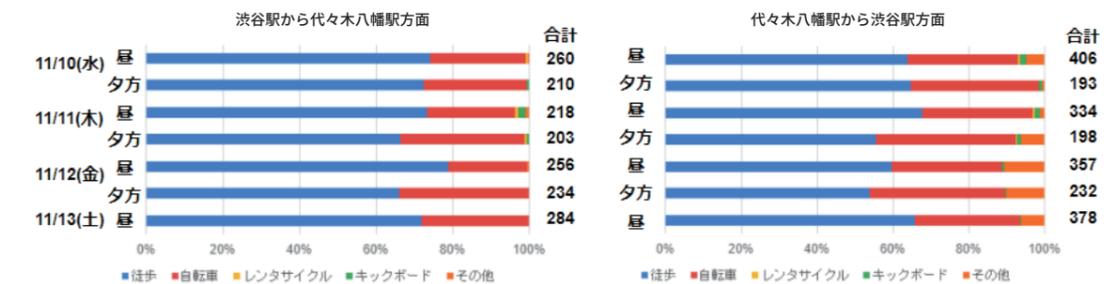


- ・商店街では土曜日でもスーツ系の服装が多く、遊歩道ではスーツ系の服装が非常に少なかった。

スーツ系の服装をした人と私服を着た人がそれぞれ一定数いることから、職遊混合しているまちだということが明らかになった。

○商店街通りの需要は高く、歩行者と小型モビリティが通行する交通整備が必要である

#### 【交通調査結果】



- ・小型モビリティを利用する人が3～4割ほどいるため、小型モビリティの需要が高いと考えられる。

商店街の街路幅員の狭さに対して、自転車での利用が多いことから、地元住民にとっても利用価値の高い場所であると考えられる。



## 第2章 リサーチ&アナライズ

---

2-1 奥渋とは

2-2 奥渋回遊戦略立案のために

2-3 フィールドサーベイ

- 01. 地域特性
- 02. 交通
- 03. 回遊性の主体
- 04. オープンスペース
- 05. 周辺地域とのつながり

RESEARCH & ANALYZE



# 2-1 奥渋とは

渋谷において「歩きたくなる、行ってみたいくなる魅力的な境界・ネットワークづくりとなる都市デザインビジョン」の検討のうち、エリア内回遊の向上と境界の魅力向上のため、「奥渋エリア」をケーススタディとして、調査・提案を行った。

回遊性において、目的地としての店舗の集積、移動のための街路空間の2点から奥渋の特徴を整理した。

## 1. 奥渋とは

渋谷駅から北西に約500m離れた場所に、「奥渋」と呼ばれているエリアがある。2014年に宇田川カフェを運営しているLD&Kが最初に「裏渋」と言い始めたことがはじまりと言われている。

現在では、東急百貨店から代々木八幡駅あたりまでの、北西方向に細長いエリアが奥渋と呼ばれているが、明確な範囲は決まっていない。奥渋は境界の雰囲気はあるが、明確な境界の無い曖昧な存在と考えられる。



## 2. 奥渋の特徴

### ○目的地としての店舗の魅力

調査にあたり、東急百貨店の先、富ヶ谷一丁目通りと宇田川遊歩道が並行して通っているエリアを「奥渋エリア」と設定した。

この場所に立地している店舗の種類と価格帯をリサーチしてみると、高い価格帯の個人経営の店舗が分散して立地していることがわかった。奥渋エリアの落ち着いた雰囲気や、こじんまりとした雰囲気は、立地している店舗から醸成されていると考えられる。



- レストラン
- 居酒屋
- バー
- カフェ
- 雑貨
- 服
- その他

▲店舗の立地と種類の分布



▲2つの街路の位置関係図

表 飲食店平均価格

平均価格 (全体)	¥3,879
レストラン	¥5,000
居酒屋	¥5,000 ≒ ¥5,012
カフェ	¥1,600 ≒ ¥1,605
バー	¥3,900

表 飲食店店舗数

	店舗数 (個)
レストラン	56
居酒屋	20
カフェ	19
バー	15

### ○移動のための街路空間

奥渋の街路は、富ヶ谷一丁目通りと宇田川遊歩道が並行して通っている。その2つの街路をつなぐ道は10ヵ所以上あり、2つの道は行き来しやすい。2つの街路、それぞれの特徴を整理した。

#### 【富ヶ谷一丁目通り】

→車が一方通行の道路

- ・車通りが多く、駐車している車も多いため歩きづらい。
- ・個性的で魅力的な店が沢山あるが、距離が550mもあるため、歩いてめぐするにはやや長い。
- ・店舗が連続しておらず、賑わいも途切れやすい。



#### 【宇田川遊歩道】

→車両通行禁止の遊歩道

- ・建物が高い割に道の幅員が狭く、圧迫感がある。
- ・街灯が少なく、夜はかなり暗くなってしまう。
- ・緑はあるが、植栽が多すぎて暗くなっているところもあった。
- ・遊歩道に面する建物はビルやマンションが多く、店舗が少ない。



## 3. 奥渋の課題

### ○空間としての魅力の欠如

【現在の奥渋の魅力】

- × 空間としての魅力
- 店舗の魅力



奥渋に並ぶ魅力的な店舗に対し、道路や遊歩道などの公共空間の状況を調査してみると、店舗が多く立地している富ヶ谷一丁目通りは車通りが多く歩きづらい環境であり、車両通行禁止の歩きやすい環境である宇田川遊歩道はただ通り抜けるだけの道となっていた。立地する店舗と街路環境のデザインがミスマッチを起こしており、決して魅力のある空間とはいえないことがわかった。

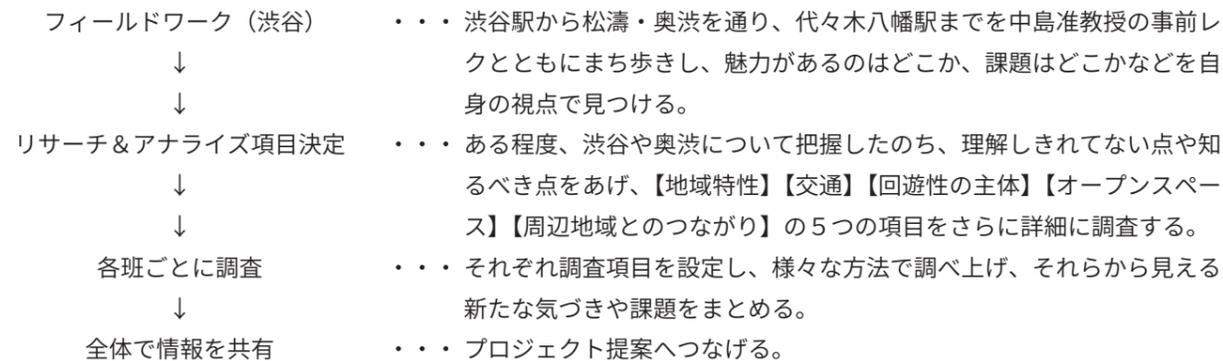
よって、現在の奥渋は目的地としての店舗の持つ魅力によって成り立っているエリアであり、店舗以外の街路を含めた奥渋の空間そのものの魅力は乏しいといえる。奥渋が空間として魅力的な場所になるためには、商店街の街路・遊歩道・店舗に繋がりを持たせる要素を作る必要がある。

# 2-2 奥渋回遊戦略立案のために

## 1. 目的

一極集中という課題を持つ渋谷を分散&連携型の都市構造へ転換させるため、まず対象地である奥渋へどのように人を回遊させるかがプロジェクトの目的である。しかし、提案に至る前にまずは“奥渋とその境界について”理解する必要がある。そこで、視点の異なる5つの大きな観点から調査し、情報をまとめ、回遊行動の構造化を図り、提案立案につなげる。

## 2. 調査概要



・奥渋の課題からわかった必要な要素



・リサーチ&アナライズで上げられた課題

【地域特性】 奥渋など渋谷駅から少し離れたエリアの魅力認知の拡大の必要性

【交通】 LUUP ポートの設置による回遊性の向上と一極集中解消の可能性

【回遊性の主体】 若者と大人が共存し、時代によって変化し続けるまち

【オープンスペース】 溢れ出しから見えたエリアの特徴と、とどまりのあり方

【周辺地域との関わり】 周辺地域に SMILE を展開させるための調査

プランニング&デザイン

## 3. リサーチ&アナライズ（概要）

### 【01. 地域特性】 奥渋など渋谷駅から少し離れたエリアの魅力認知の拡大の必要性



調査した神南、宇田川町、道玄坂、松濤、富ヶ谷、神山町（奥渋）の6か所の各エリアとも個性的な店舗やその地域の歴史が積み重なってできた取り組み、在住者の特徴がまち・地域を作っていて、それらによって生み出された境界の魅力の特性がある。しかし、渋谷駅周辺のオフィスに勤めている人や郊外から訪れる人など、渋谷エリアでの一人一人の行動範囲は狭い。多様な文化のまちであることを多くの人が知らないのが現実であることが明らかとなった。

### 【02. 交通】 LUUP ポートの設置による回遊性の向上と一極集中解消の可能性

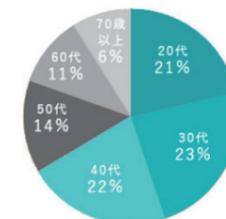


▲ LUUP アプリから転用

渋谷駅周辺は谷地形となっていて、谷底に集められるように駅周辺に人が一極集中している。しかし、渋谷駅から奥渋エリアにかけては谷続きの地形になっており、坂を上らずに駅から奥渋エリアまで行けるにもかかわらず、奥渋エリアの歩行者交通量は少なくなっている。ここで、LUUP ポートの分布を見てみると、奥渋エリアにはほとんどLUUP ポートが設置されていないことが分かった。奥渋エリアにLUUP ポートを多く設置することは、奥渋エリアへの人の流れを活発にし、駅周辺の一極集中を緩和する一つの手段になると考えられる。

### 【03. 回遊性の主体】 若者と大人が共存し、時代によって変化し続ける街

#### 【来街者年代別割合】



#### 【居住者】

渋谷区の人口は、戦後から増加・減少を繰り返し、現在は増加傾向にある。しかし、少子高齢化が強く、一世帯当たりの人口が減少傾向にあることが課題である。

#### 【来街者】

20代30代40代の人数比が高く、若者だけでなく大人も訪れている。

#### 【奥渋店舗調査】

大人に適した営業時間と価格の店舗が多く立地している。

### 【04. オープンスペース】 溢れ出しから見えたエリアの特徴と、とどまりのあり方

本プロジェクトの提案は、今ある特徴を活かした街路デザインと、歩きたくなる工夫を取り入れた新たな拠点を創出することである。



現段階では、店舗の外にベンチを置くことで、お店の外にも賑わいが広がり、その賑わいが繋がると結果的に通りに賑わいが生まれている例が散見された。このような状況を展開することを目指し、違った特徴をもつエリアごとに何種類かのとどまり方を検討し、それぞれに合うとどまり方を提案する。この異なる場を生んでいくことが、この都市の魅力となる。

### 【05. 周辺地域との関わり】 周辺地域に SMILE を展開させるための調査



周辺地域（神泉町、代々木、渋谷原宿）それぞれの特徴を踏まえて、ある程度規模が大きく人通りの多い場所（公共空間や商業施設）や、通過する人が多い道などの拠点を中心に、周辺地域へ SMILE を展開することが有効であると考えられる。加えて、交通機関を利用してこのような場所に人が集まることが明らかとなったため、大通りや歩道などの人の流れを意識した情報発信も重要な点である。

# 01. 地域特性

## 1. 目的

多様性をもつことで知られている渋谷を、エリアごとに分けるとそれぞれどのような地域の特性が現れるのか。それぞれの地域で行きたいと思われている場所や目的地、また歩いて楽しいところはどこなのか、住民から来街者までの多角な視点を持って渋谷のまちを探る。捉えるのは、エリアイメージブランディングは何か、個性的な店舗やアート・商業などの都市文化は何か、店舗景観の境界の違いはどうか、ターゲットは誰かなどである。

## 2. 内容



▲調査対象エリア

渋谷駅から北西に位置する神南、宇田川町、道玄坂、松濤、富ヶ谷、神山町（奥渋谷）の6か所の地域特性を図るため以下の項目について調査したのち、それぞれ中心となる特徴をまとめた。そして隣接する境界の影響と融合を考え、渋谷を地域特性から見て分析し、提案につなげるものとした。

### 【事前調査】

- ・用途地域 ・ストリート ・建物用途
- ・商業店舗（やジャンル） ・地域の取り組み

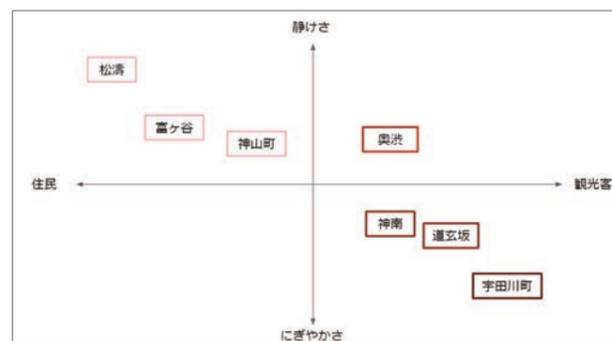
### 【フィールドワーク調査】

- ・来街者、利用者の特徴 ・特徴のスポット、空間があるか

## 3. 分析

### 奥渋谷など渋谷駅から少し離れたエリアの魅力認知の拡大の必要性

各エリアを調査した結果、個性的な店舗、その地域の歴史が積み重なってできた取り組み、在住者の特徴がまち・地域を作っているなど境界の魅力な特性はそれぞれにあるものの、一人一人の行動範囲は狭い。多様な文化のまちであることを多くの人知らないことが現実であることがわかる。



▲ポジショニングマップ1

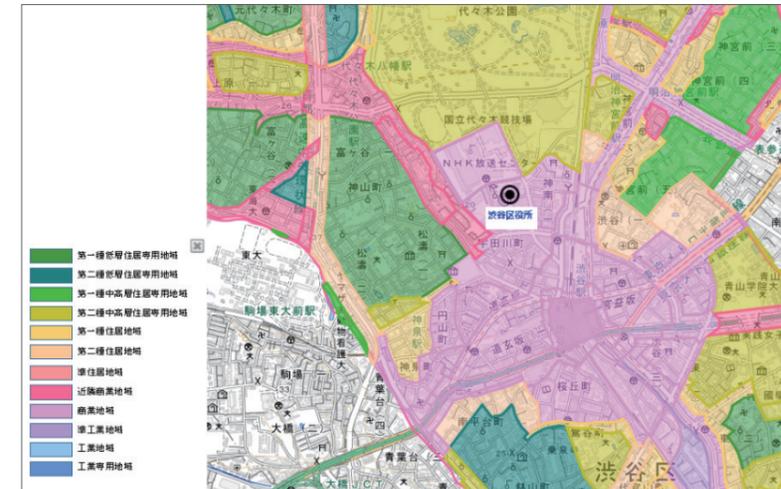


▲ポジショニングマップ1を地図上で表したものの

それぞれの地域の文化を残しつつ、  
多様な層が楽しめるまちであることが大切。

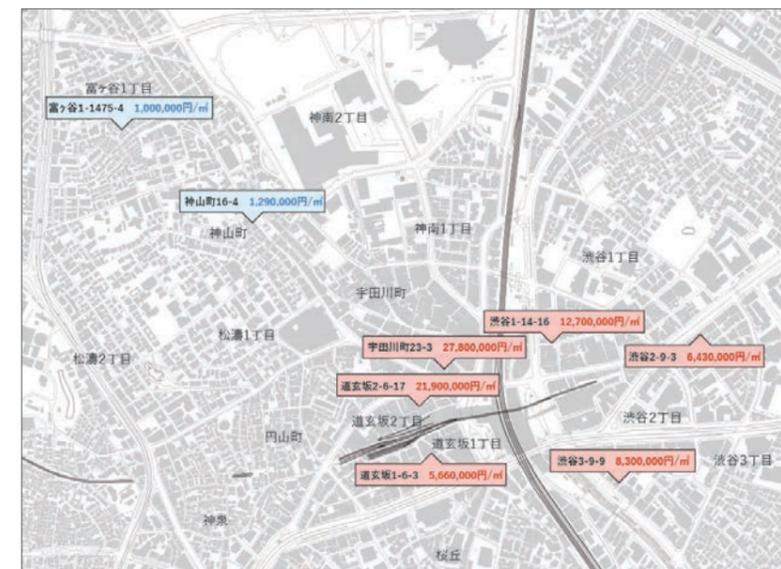
各界隈との繋がりも意識した動線や情報を得られる場所  
各界隈にある店舗や文化施設との関連を強められるツールが必要

## 4. データ詳細



▲用途地域マップ

- 商業地域  
道玄坂、宇田川町、神南
- 近隣商業地域  
奥渋谷エリア
- 第一種低層住居専用地域  
松濤、神山町、富ヶ谷



▲渋谷駅周辺地価マップ



図-6 会社を起終点とする行動の経路と立ち寄り場所

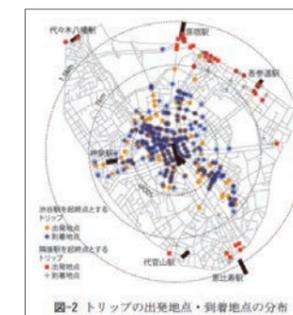


図-2 トリップの出発地点・到着地点の分布



図-4 駅を中心とする回遊行動の経路

出典：福山祥代・羽藤英二「渋谷のネットワーク特性に着目した歩行空間の行動分析」

まず、渋谷エリア全体の概要を整理した。渋谷駅周辺は大型商業施設やセレクトショップが多数揃う商業地域となっており、これらを目的に訪れる人が多く、それがエリア集中につながっていること、また地価の高騰に強く反映していることがわかる。

そのため、人の行動は限られた範囲でしか行われておらず、一部の渋谷エリアで人とお金のまわりはかなり良いものの、それが渋谷全体につながっているとは言い切れない。

# 01. 地域特性

## 4. データ詳細

### 【神南】 ○多様なライフスタイルが共存するエリア



出典：PIXTA



出典：skyskysky.net



出典：丸井百貨

商業地域であり、大型商業施設からセレクトショップが5つのストリートを中心に建っているほか、国立代々木競技場や北谷公園など公共施設も充実したエリアとなっている。利用者は近隣住民からビジネスパーソンまで幅広い。観光名所・オフィス街・住宅街と日常と非日常が共存し、多様なライフスタイルの混在を可能とするエリアである。

### 【宇田川町】 ○渋谷区屈指の繁華街エリア



出典：渋谷区



出典：グリーンズジョブ

商業地域であり、センター街が象徴的な渋谷屈指の活気のある繁華街のエリアである。また、Bunkamura、ヨシモト∞ホールやセンター街での合法グラフィティプロジェクトの開催など文化的な側面を持つのも特徴で、12種類の個性的なストリートがある。奥渋谷に続くオーチャードロードは、渋谷駅の文化的な商いを界隈にも繋ぐ役割を持つ。

### 【道玄坂】 ○渋谷の新旧が混ざるエリア



出典：TimeOut



出典：食べログ

このエリアは多くのカフェが点在している。左の図からわかるように、渋谷駅に近いところはチェーン店が多く、逆に渋谷駅から少し遠い位置には、クラブの玄関口で赤いファサードが特徴的な「道玄坂カフェ」や、オーケストラの演奏が流れる「名曲喫茶ライオン」など古くからある店舗も。

また、幅員が広く歩行者も運転者も安心な文化村通りとは異なり、道玄坂は幅員が狭いうえ、パーキングメーターが無く、更に車高の高い業者の車が路駐しているため回遊するのにやや危険である。

### 【松濤】 ○芸術文化と関わりのある閑静な住宅街



出典：Thisismedia



出典：東京とりっぷ



出典：渋谷文化 PUROJECT

第一種低層住宅専用地域で高級住宅街である。車通りは少なく、安心して歩行者・自転車が往来できるエリアになっている。美術館があることや、エリア内掲示板には文化・芸術関連ポスターの掲示が目立つことから、アートに重きを置いている地域である。その他には、毎年9月には金王八幡宮のお祭りの手伝いなども行っており、周辺地域との繋がりもある。 エリア内にある、鍋島松濤公園はエリア外部からの利用者も多く、利用者としては、園児・お昼休みの社会人・高齢者など様々である。

### 【富ヶ谷】 ○静かで、大人お洒落が広がるエリア



出典：富ヶ谷新聞



出典：BeachGallery



出典：富ヶ谷新聞

第一種低層住居専用地域、近隣商業地域、第二種低層住居専用地域、第二種住居地域の4つが混在するエリア。独立住宅、集合住宅等の高級住居が多い。全体的に落ち着いた雰囲気を持ちつつ、商業、オフィス、生活と融合してお、カルチャーの発信地でもある。周辺には大学もあり、「職・遊・住」が充実していることも特徴である。

富ヶ谷をよく知る人や住民からは、富ヶ谷の生活がより楽しくなることを願っている一方で、現在の富ヶ谷と渋谷との丁度良い距離感、バランスが崩れることを危惧する声もある。

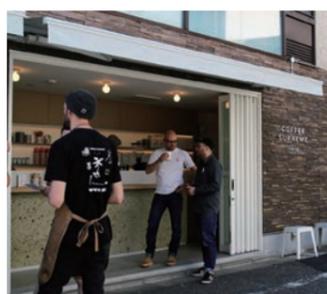
### 【神山町】 ○噛めば噛むほど魅力が溢れる商店街エリア



出典：Web Across



出典：SPBS



出典：\_and Coffee

第一種低層住居専用地域で高級住宅街が広がる。商業地域と住宅街がきっぱりと分かれていることや、松濤よりも集合住宅が多いのが特徴である。大使館が6つほどあり、外国人も少ないエリアである。カフェ、バー、本屋、雑貨屋などが軒をつらねる一方で、スーパーなども並び、住民の生活感も感じられる。隠れ家的に存在する店舗も多いため、足を運ぶたびに発見があるエリアでもある。富ヶ谷と同様に、エリアの魅力を認知向上を願う一方、過度な賑わいに対する抵抗感もある。

# 02. 交通

## 1. 目的

渋谷は、多数の人が駅周辺の限られたエリアに集まることによって起こる、一極集中が問題となっている。本調査では、渋谷の一極集中の現状を定量的に分析し、一極集中をもたらす原因を、交通量や道路幅員等の交通の観点から分析する。調査によって得られるデータから渋谷の交通の課題を見出し、一極集中を解消して回遊性を向上させる方法を検討する。

## 2. 内容

交通に関する6項目について、それぞれ以下の目的で調査した。

- |              |                                  |
|--------------|----------------------------------|
| 道路幅員         | ・・・幹線道路の分布や細い路地の分布を把握する          |
| 歩道幅員         | ・・・適切な歩行空間が確保されているか把握する          |
| 歩行者交通量       | ・・・歩行者の交通量が多い場所を確認し、人の流れを把握する    |
| 幅員6m未満の道路の分布 | ・・・幅員の狭い道路の分布を把握し、交通量に対して適切か確認する |
| LUUPポートの分布   | ・・・LUUPポートが人の流れに影響を与えているのかを把握する  |
| 地形           | ・・・地形が人の流れに影響を与えているのかを調査する       |

## 3. 分析

表 渋谷の主要な通りの道路幅員、歩道幅員、歩行者交通量

	道路幅員 (m)	歩道幅員 (m)	歩行者交通量 (人/h)
井の頭通り	9-12	入り口は3.5-5.0 それ以外は2.0-3.5	3800人
文化村通り	6-9	3.5-5.0	10250人
道玄坂	12~	3.5-5.0	7170人
センター街	9-12	2.0-3.5	7730人

### LUUPポートの設置による回遊性の向上と一極集中解消の可能性

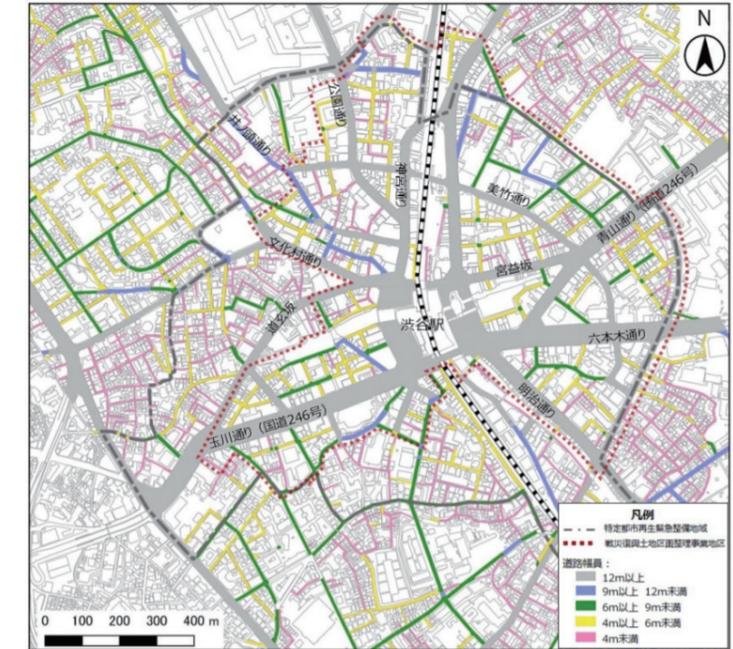
文化村通り、道玄坂は、歩行者交通量の多さに対応して歩道が広く整備されている。それに対してセンター街では、歩行者交通量が多い割に、歩道に十分な幅が確保されていない。

地形調査から、渋谷駅周辺は谷地形となっていて、谷底に集められるように駅周辺に人が一極集中していることが考察できる。しかし、渋谷駅から奥渋谷エリアにかけては谷続きの地形になっており、坂を上らずに駅から奥渋谷エリアまで行けるにもかかわらず、奥渋谷エリアの歩行者交通量は少なくなっている。ここで、LUUPポートの分布を見てみると、奥渋谷エリアにはほとんどLUUPポートが設置されていないことが明らかとなった。奥渋谷エリアにLUUPポートを多く設置することは、奥渋谷エリアへの人の流れを活発にし、駅周辺の一極集中を緩和する一つの手段になるのではないかと考えられる。

## 4. データ詳細

### 【道路幅員】

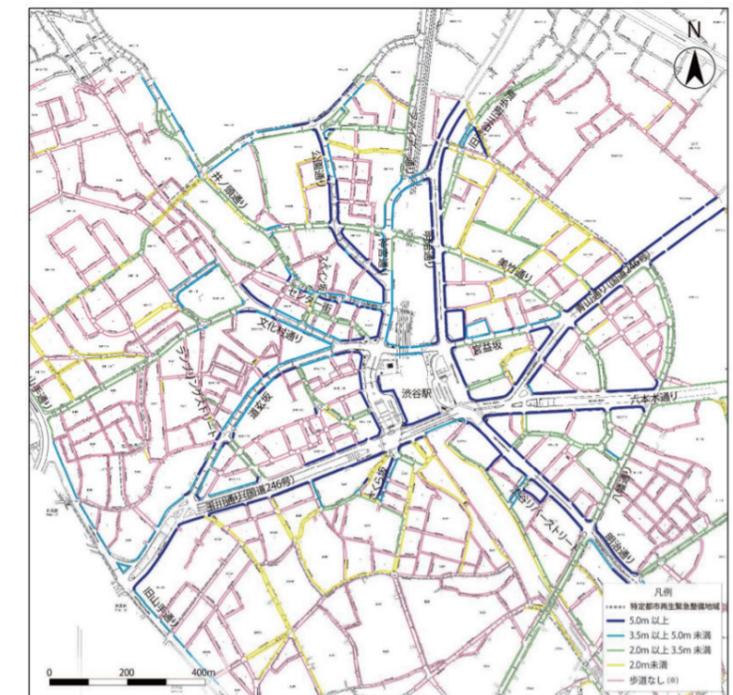
右の図は、渋谷の道路幅員を地図にプロットしたものである。この図から渋谷は、駅を中心に放射状に幅員の広い幹線道路が分布し、その間を縫うように幅員の狭い道路が分布していることが分かる。この幹線道路が駅を中心に放射状に分布している様子から、通過交通が渋谷駅周辺を通ることになり、駅周辺が混雑するという課題が生じている。



出典：平成23年渋谷区幅員別道路現況図

### 【歩道幅員】

右の図は、渋谷の歩道幅員を地図にプロットしたものである。この図から渋谷は、幹線道路では幅員の広い歩道が確保されている一方、幹線道路以外は歩道の幅が狭く、歩道が無い道路も多く存在していることが分かる。この特徴から、歩行者交通量の多い駅周辺では十分な歩道幅員が確保できていないため、歩行者が危険にさらされていることが分かる。



出典：東京都道路台帳、渋谷区道路台帳

# 02. 交通

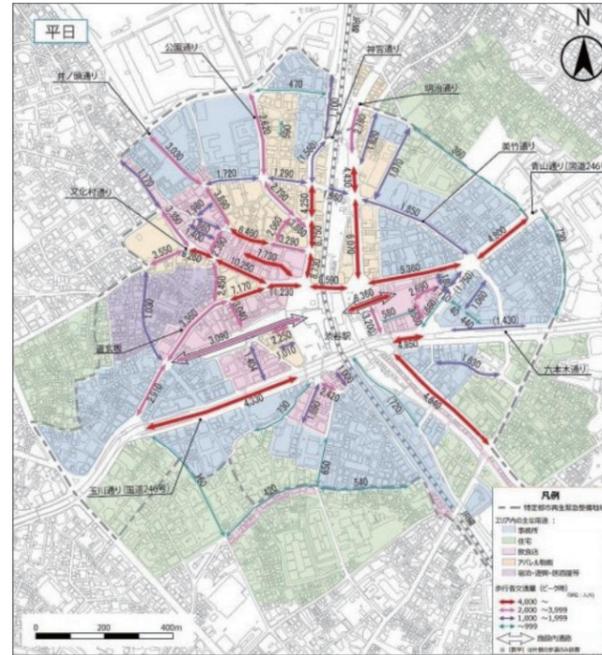
## 4. データ詳細

### 【歩行者交通量】

#### ○駅周辺に歩行者が密集している

右図は平成28年の渋谷区土地利用現状図であり、渋谷駅周辺の歩行者交通量を道路別に矢印と色を使用して表している。この歩行者交通量から、道路幅員の広い大通りに歩行者が集中しており、渋谷駅を中心に交通量が同心円状に変化していることがわかる。

また、大通りから一本外れると歩行者の交通量が大きく減少していることがわかる。このことから、歩行者の移動は大通りが主軸となっており、潜在的に細い道を避けていると考えられる。



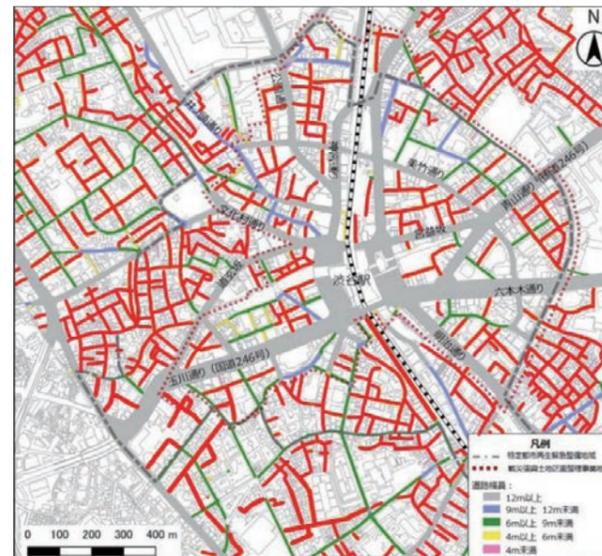
出典：平成28年渋谷区土地利用現状図

### 【幅員6m未満の道路の分布】

#### ○幅員6m未満の道路が多い

右図は平成28年の渋谷区道路幅員現状図であり、渋谷駅周辺の道路幅員を色を変えてプロットしたものである。赤くプロットした道路が幅員6m未満の道路である。大通りを除く渋谷のほとんどの道路が幅員6m未満ということがわかる。

このことから、渋谷駅周辺の道路は、自動車にも歩行者にも安全で良好な交通空間が確保されているとは言えない。この交通空間を改善することが、渋谷の安全性と回遊性を向上させるための必要条件であると考えられる。



出典：平成28年渋谷区道路幅員現状図

### 【LUUP ポートの分布】

#### ○LUUPの普及率はまだ高くない

右図は2021年6月時のLUUPポートの設置位置を専用アプリから把握したものである。現在LUUPポートが設置されている位置は、田園都市線、井の頭線、小田急線、山手線の沿線に点在していることがわかる。沿線以外では、商業施設の近辺である事が多いため、人の動きを促進させる意図が見える。

しかし、新しいモビリティとして定着させるには、まだポートの数は少なくそれぞれの位置が離れていることがわかる。



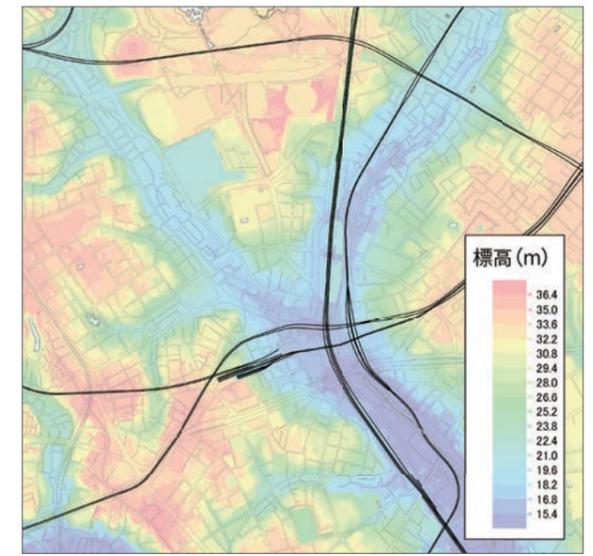
▲LUUPアプリから転用(2021年6月時)

### 【地形】

#### ○渋谷の地形による潜在的な回遊性の低さ

右図は国土地理院の地形の高低差を表した地図である。渋谷の地形は、渋谷駅を中心に放射状に高くなっていることがわかる。そのため、渋谷駅周辺は移動がしにくい地形と言える。このような地形が、回遊性を向上するための大きな障害となっている。

一方、渋谷駅から奥渋谷方向は、比較的高低差が小さい。このことから、奥渋谷へ移動するハードルは低く、人の流入を促進できる潜在性を保持している。このポテンシャルを活かす工夫が必要であると考えられる。



出典：国土地理院

# 03. 回遊性の主体

## 1. 目的

日本を代表する繁華街の一つである渋谷は、原宿と並び「若者の街」としても知られている。谷底に栄える渋谷という街に実際に家を持つ住民や訪れる来街者の特性や傾向はどのようなものなのか。渋谷区のこれまでの人口推移と今後の予想などを確認し、そこから見える今後の課題、高齢化や少子化などの問題点を確認して、提案のターゲット決めに利用する。

また、今回の提案地域である奥渋谷の店舗の特性を調査し、奥渋谷を利用する人の理由や年代を考察し、そこから、具体的な奥渋谷提案のターゲット選定を検討する。

## 2. 内容

回遊性の主体についての調査を以下の理由でそれぞれ調査した。

### 【居住者】

- 総人口の推移
  - ・・・年代別人口の推移を確認し、渋谷の将来性を検討する
- 人口構造
  - ・・・渋谷に住む人口構造を確認し、ターゲット選定する
- 世帯数と世帯人数の推移
  - ・・・世帯数と世帯人数から渋谷の住居事情を考慮する

### 【来街者】

- 男女比、年代
  - ・・・来街者の特性を考察し、住民以外のターゲット選定に利用する
- 宿泊者の推移
  - ・・・渋谷を宿泊する人の人数やコロナでの人数の変化を把握する

### 【奥渋谷店舗調査】

- 店舗立地と店舗数
  - ・・・奥渋谷の店舗立地を調査し地域ごとのアプローチを検討する
- 飲食店割合
  - ・・・飲食店の種類を調査することで、来街者の目的を検討する
- 飲食店価格帯、閉店時間帯
  - ・・・価格帯と閉店時間から利用者の特性を考察する
- 地域別平均価格
  - ・・・地域別平均価格を調査し地域ごとのアプローチを検討する

## 3. 分析

若者と大人が共存し、時代によって変化し続ける街

### 【居住者】

- ・渋谷区の人口は戦後人口が急増し 1965 年にピークを付けた後減少を続けていたが、1995 年を底に増加に転じて以降、現在も増加傾向にある。
- ・15 歳未満人口および 15 歳から 64 歳人口は、横ばいもしくは微増傾向、65 歳以上人口は、一貫して増加を続けている。
- ・人口構造は、国全体と比較して少子化傾向が強く高齢化傾向は弱くなっている。また生産年齢人口の割合が大きくなっている。
- ・世帯数は増加傾向にあり、1 世帯当たりの人口は減少傾向にある。

### 【来街者】

- ・20 代 30 代 40 代の人数比は約 20% であり、若者が多いまちのように感じるが実際 30 代や 40 代の方も 20 代と同じくらい訪れている。

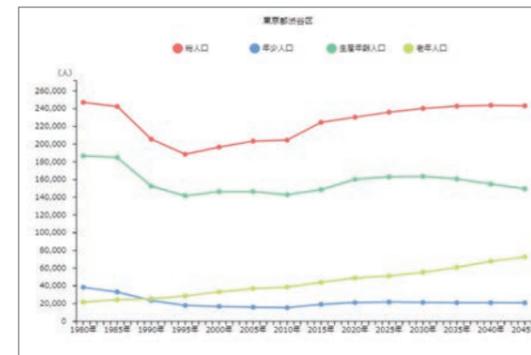
### 【奥渋谷店舗調査】

- ・居酒屋とバーの割合が飲食店の 40% 弱を占め、夜に営業しているお店が多いことが明らかになった。
- ・飲食店の約 60% が平均価格 3000 円以上であり、高価格帯のお店が並んでいることが明らかになった。

## 4. データ詳細

○居住者人口が増加している街

【総人口の推移】



出典：RESAS（地域経済分析システム）

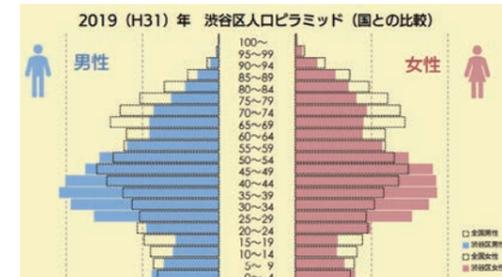
年	人口	増減（人）
1980年	247035人	
2000年	196682人	▼50353
2020年	202052人	▲5370
2040年	178755人	▼23297

出典：総務省統計局

渋谷区では、戦後人口が急増し 1965 年にピークとなった後減少を続けていたが、1995 年を底に増加に転じて以降、増加傾向にある。

○年少、老年人口は少なく、生産年齢割合が高い

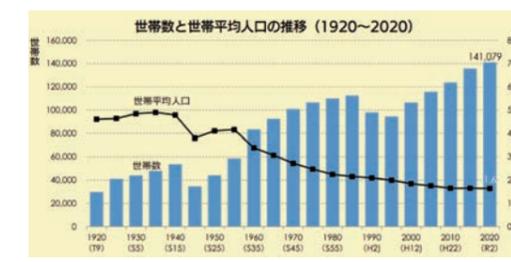
【人口構造】



出典：住民基本台帳

○世帯数は増加傾向、世帯人数は常に減少傾向

【世帯数と世帯人数の人口推移】



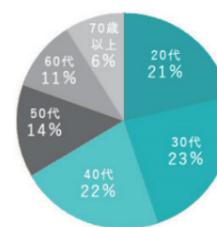
出典：2015 まで国勢調査 2020 年住民基本台帳登録者数

渋谷区の人口構造を見てみると、国と比較して、5～19 歳の割合は少なくなっている。また、55 歳以上の割合は国ほど膨らんでおらず、かろうじてピラミッド型に近い形を保っている。一方、25 歳～54 歳の割合は渋谷区の割合は大きくなっている。

渋谷区の人口は、1965 年から 30 年間減少しているが、世帯数については、1985 年までは増加傾向にある。そこから一度減少傾向にあったが、2000 年以降も増加している。しかし、1 世帯当たりの人口は減少傾向にあり、2015 年の世帯平均人口は、1.7 人となった。

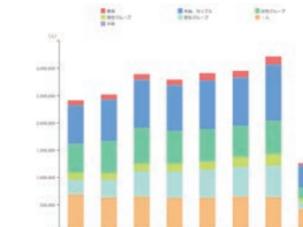
○若者と大人の割合は変わらない

【来街者年代別割合】



出典：渋谷エリア特性 | TOKYU OOH

【延べ宿泊者数の推移】



出典：RESAS（地域経済分析システム）

20 代、30 代、40 代の人数比は約 20% であり、若者が多い街のように感じるが、実際 30 代や 40 代の方も 20 代と同じくらい訪れている。コロナによって、リモートワークの導入や渋谷で宿泊する人が減っている。

# 03. 回遊性の主体

## 4. データ詳細

○奥渋に存在する店舗データ



▲飲食店と飲食店以外プロット図

### ○飲食店が多い奥渋

奥渋の店舗を飲食店と飲食店以外で分けてプロットした図である。人が訪れる目的ともなる「店舗」がどれくらい存在するのかを把握することにより、現在の人の流れを想定することができる。左図より、奥渋には飲食店が多いことが分かる。また、遊歩道にはほぼ店舗はなく、井の頭通りにつながるオーチャードロードに面している店舗が多いことが分かる。よって、店舗は少なくないが、奥渋内の人の流れはほぼ一本の道で成り立っていると考えられる。

● 飲食店 ● 飲食店以外



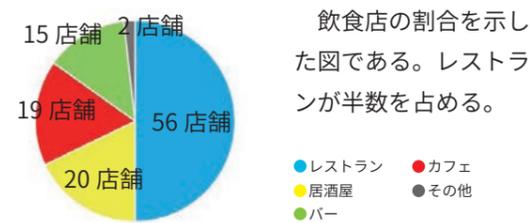
▲飲食店種類別プロット図

### ○目的性をもつ店舗が多い奥渋

奥渋に存在する店舗をレストラン・居酒屋・バー・カフェ・雑貨・服・その他・不明の種類に分けてプロットした図である。具体的にどのような種類の店舗があるかを分類することにより、地域の特性を掴むことができる。レストランや居酒屋、バーはいくつかの店舗がまとまって存在する。一方、カフェや雑貨、服は点在していることが分かる。飲食店の種類に偏りが少ないことから、昼夜問わないまちづくりができると考える。しかし、目的がなくとも訪れられる店舗が少ないことは課題である。

● レストラン ● バー ● 雑貨 ● その他  
● 居酒屋 ● カフェ ● 服 ● 不明

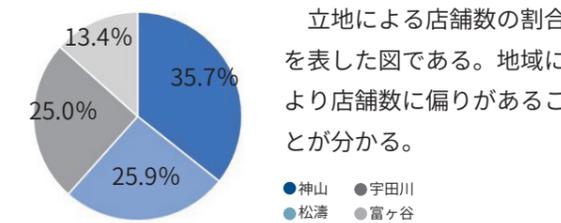
### 【飲食店の種類別店舗数】



飲食店の割合を示した図である。レストランが半数を占める。

● レストラン ● カフェ  
● 居酒屋 ● その他  
● バー

### 【店舗立地と割合】



立地による店舗数の割合を表した図である。地域により店舗数に偏りがあることが分かる。

● 神山 ● 宇田川  
● 松崎 ● 富ヶ谷



▲店舗の価格別プロット図

### ○3000円以上の店舗が多い奥渋

各店舗の平均価格で分けた図とまとめた表である。価格帯を示すことで、各店舗の客層を把握することができる。

2999円以下のリーズナブルな店舗も一定数存在するが、半数以上が3000円からの店舗であることが分かる。このデータから現在の客層は年齢層が高いと想定する。

● ¥0～999  
● ¥1000～2999  
● ¥3000～4999  
● ¥5000～9999  
● ¥10000～29999

価格(円)	0 999	1000 2999	3000 4999	5000 9999	10000 29999
店舗数	10	19	26	14	4



▲店舗の閉店時間帯別プロット図

### ○閉店時間の幅が広い奥渋

各店舗の閉店時間を5つの時間帯に分けてプロットした図と数値化した表である。閉店時間により、どの時間帯に賑わいがあるかを想定することができる。19時前と23時以降に閉店する店舗が一定数存在することが分かる。よって、「昼の顔」と「夜の顔」の二面性をもつ地域だと想定される。

● 19時前 ● 21時～23時  
● 19時～20時 ● 23時以降  
● 20時～21時

時間	19時前	19時 ～ 20時	20時 ～ 21時	21時 ～ 23時	23時以降
店舗数	11	28	6	19	27

表 飲食店別平均価格

口平均価格(全体)	¥3,879
レストラン	¥5,000
居酒屋	¥5,000～¥5,012
カフェ	¥1,600～¥1,605
バー	¥3,900
その他	-

### 【飲食店地域別平均価格】

飲食店に限定し、平均価格を示した表である。居酒屋の平均価格が一番高いため、夜のまちは収入の高い大人が集う地域だと想定される。

表 飲食店地域別平均価格

宇田川			神山			松崎			富ヶ谷		
ジャンル	店舗数	平均価格									
レストラン	13	¥4,846	レストラン	22	¥3,954	レストラン	15	¥6,683	レストラン	6	¥4,541
居酒屋	3	¥3,166	居酒屋	6	¥4,166	居酒屋	8	¥6,406	居酒屋	3	¥4,833
カフェ	7	¥2,357	カフェ	3	¥500	カフェ	4	¥1,750	カフェ	5	¥1,100
バー	5	¥3,700	バー	7	¥4,142	バー	2	¥3,000	バー	1	¥2,500
その他	0	-	その他	2	-	その他	0	-	その他	0	-
合計	28	¥3,562	合計	40	¥3,191	合計	29	¥4,460	合計	15	¥3,244

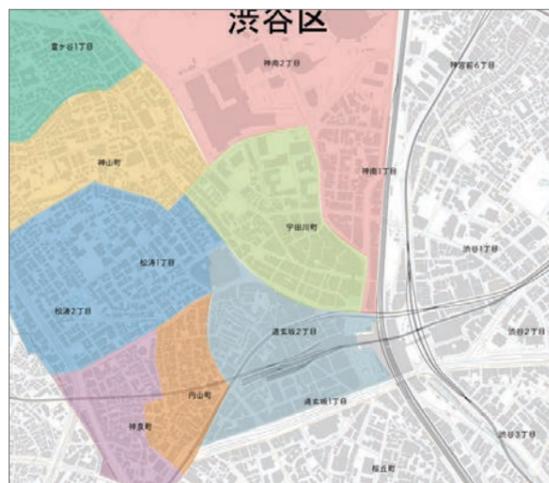
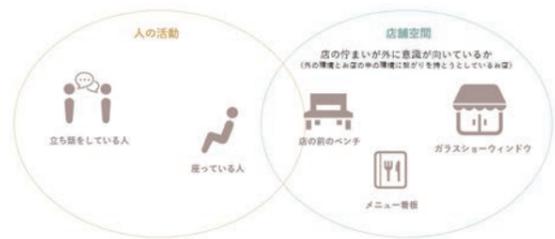
# 04. オープンスペース

## 1. 目的

フィールドワークを通じて、奥渋エリアの知名度が低いことや道が狭いこと、公開空地が上手く活用出来ていないことが挙げられた。そこで本プロジェクトでは、今ある特徴を活かした街路デザインと、歩きたくなるような工夫を取り入れた新たな拠点を創出することを提案する。街路デザインには道路の利用の仕方の工夫、新たな拠点にはオープンスペースの活用の工夫を、現段階ではどのように行っているのかが必要な要素として考えられ、以下の調査を実施した。

## 2. 内容

- ・公開空地のプロット
- ・店舗前空間（溢れ出し）の調査
- 対象エリアを Google ストリートビューで歩き、店舗からの溢れ出しや、人の活動が見られた箇所をプロットした。対象地域は、右図の8つである。



▲溢れ出し調査におけるエリア分け

## 3. 分析

—溢れ出しから見たエリアの特徴と、とどまりのあり方—

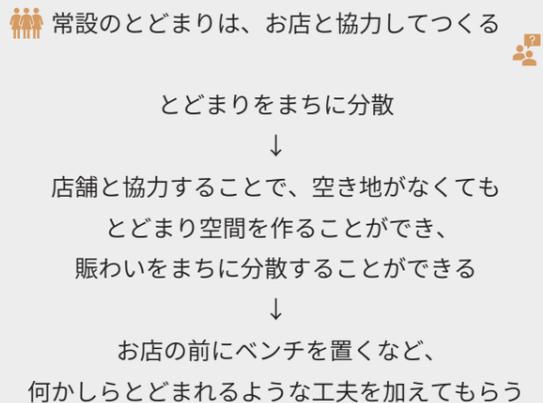
- ・エリアごとにそれぞれ違った特徴があった。
- 何種類かのとどまり方を考えて、エリアに合うとどまり方を提案する。
- ・店舗の外にベンチを置くなどしていると、お店の外にも賑わいが広がり、その賑わいが繋がると結果的に通りに賑わいが生まれると感じた。



○常設と期間限定によって場所を使い分ける

- ・期間限定によって月に変化があると多様な価値観を持っている渋谷を訪れる人が、興味をもって何度も訪れるのではないかと考える。異なる場を生んでいくことが、この都市の魅力である。
- 公開空地の一時占有を行う。

- ・常設は休憩スペースに。
- 自分のお気に入り空間として訪れた時に立ち寄れる居場所のようなものにする。



## 4. データ詳細

○店舗前空間（溢れ出し）の調査

【富ヶ谷エリア】 溢れ出しの数：6個

- ・旧川があった大通り沿いに店舗はあるがほぼ住宅街で数が少ない。
- ・店舗の数は少ないが、個人経営の店舗が多く、行ってみたいと感じる店舗が多かった。



【松涛エリア】 溢れ出しの数：6個

- ・超高級住宅街で、ほとんどオフィス。
- ・店舗は見られない。
- ・住宅街でも歩道が舗装されている。
- 溢れ出しづらい、置いてあると目立つ



【円山町エリア】 溢れ出しの数：6個

- ・道玄坂と接続するホテル街が少しだけ。
- ・個人商店が多く、ほとんどの店で看板やベンチが溢れ出していた。
- ・エリア全体として、神泉と雰囲気似ていた。



【神南エリア】 溢れ出しの数：6個

- ・駅から遠ざかったところに、洒落た個人経営の店舗や住宅が多くあった。
- ・外にベンチやテーブルを置いているところが多くあった。



【神山町エリア】 溢れ出しの数：5個

- ・高級住宅街でそもそも店舗が少ない。
- ・大通り沿いがメインだが、住宅地の中に店舗が分散して立地していた。
- ・公園はない。



【神泉町エリア】 溢れ出しの数：6個

- ・道への溢れ出しは看板が多いが、テラス席が設けられている店が多い。
- ・キッチンカーがとまっており、利用している様子も見られた。



【道玄坂エリア】 溢れ出しの数：5個

- ・敷地ぎりぎりまで建物があるため、店舗前空間のある建物はあまり見受けられなかった。
- ・駅前には看板の溢れ出しがいくつかあった。
- ・ホテル街の方は日中は閑散としていた。



【宇田川町エリア】 溢れ出しの数：6個

- ・北部には小学校があり、ここだけ雰囲気が異なっていた。
- ・大きな商業施設の影になっているところに、人が集まれそうな場所があった。



○公開空地の調査とプロット

年度	番号	名称	位置	用途	敷地面積	高さ	公開空地	有効公開空地	用途地域	プロット
2000	60	大東東大員新館ビル	渋谷区代々木3-25-5	事・店	4499.71	111.9	2514.68	2739.68	商業	×(イラレ範囲外)
2000	61	全労済会館	渋谷区代々木2-12-6	事・社・福	2163.03	54.44	633.52	748.37	商業	×(イラレ範囲外)
2000	63	代官山プロバディ	渋谷区東1-32-33	事・店・共	4225.43	87.8	2161.5	2512.4	準工	○
2006	26	(仮称)代官山プロジェクト	渋谷区東1-32-33	事務所、店舗	2661.32	59.9	1201.74	2302.56	商業、2中高	×(イラレ範囲外)
2007	10	(仮称)渋谷東1丁目計画	渋谷区東1-113-2	事務所、共同住宅、駐車場、ホール	5495.59	126.6	2678.88	4012.63	商業、近隣、2中	×(住所不特定)
2014	8	(仮称)渋谷宮下町計画	渋谷区渋谷1-23-2	事務所、店舗、共同住宅	5020.09	70.79	1943.29	1943.44	2種住居、商業	○
2015	6	(仮称)南平台プロジェクト	渋谷区五反田1-31-1	事務所、集合住宅、飲食店、自動車庫	4128.33	108.9	1395.35	2102.98	商業	×(住所不特定)
2015	7	(仮称)宮下町1丁目プロジェクト	渋谷区宮下町1-1534-1他	共同住宅、店舗	2624.31	67.15	1120.58	1201.33	近隣商業	×(住所不特定)
2016	2	(仮称)渋谷区役所後援プロジェクト 住宅棟	渋谷区宇田川町28-49 外	共同住宅	4565	143.08	2658.02	2710.4	商業	○
2016	3	(仮称)渋谷区東1丁目計画	東京都渋谷区東1-47-1	共同住宅、保育園、自動車庫	3360.2	80.5	1684.6	1700.1	近隣商業	×(住所不特定)
2016	6	(仮称)渋谷区宇田川町計画	渋谷区宇田川町40-1	事務所、共同住宅	5226.06	119.94	2791.53	3272.19	近隣商業	×(住所不特定)
2003	2	ゼクセル本社ビル	渋谷区渋谷3-6-9	事務所	1360.62	78.28	522.48	657.57	商業	○
2003	27	恵比寿RCビル	渋谷区東1-45-6	事・共	5,018.71	84.95	3,412.45	3,757.05	商業	×(住所不特定)
2003	28	清防庁消防学校男子寮	渋谷区西園2-52-1	寮	6,934.58	30.15	2,719.60	3,295.80	二種	×(住所不特定)
2003	32	ヒューマックス道玄坂ビル	渋谷区道玄坂1-24-1	事務所	1,255.22	46.81	446.05	529.85	商業	×(住所不特定)
2003	37	中央病院跡地開発ビル	渋谷区代々木2-1-7	事・店	11,500.52	181.1	7,021.90	8,478.80	商業	×(イラレ範囲外)
2004	7	千代田生命建設ビル	渋谷区広尾1-48-2.5	事・店・共	13,057.83	110.25	6,763.00	7,823.00	住居	×(イラレ範囲外)
2004	22	渋谷区長共済ビル計画	渋谷区長谷町27	事・学・共	5,617.09	102	3,005.87	3,891.87	商業	○
2005	1	新宿駅貨物跡地計画	渋谷区千駄ヶ谷85-24	店舗	19,281.50	81.4	8,399.70	8,192.00	商業	×(イラレ範囲外)
2005	22	JR・小田急共同計画	渋谷区代々木2-2	事・ホ・店	24,920.80	150.7	11,364.20	9,802.80	商業	×(イラレ範囲外)
2006	6	(仮称)渋谷区長谷町プロジェクト(東急本社跡地)	渋谷区長谷町107	ホテル・事	9,403.00	188.4	4,825.35	5,110.00	商業	×(イラレ範囲外)
2006	11	(仮称)渋谷RCビル	渋谷区東1-5-2	事務所	4,897.58	99.5	2,200.00	2,857.00	商業・住居	○
2007	14	渋谷プロバディプロジェクト	渋谷区東1-52	事・店・共	3,828.30	87	1,537.10	1,758.40	商業	○
2008	8	(仮)日本アムウェイ本社ビル	渋谷区宇田川町28-1	事務所	3,598.60	74.1	1,484.50	2,070.60	商業	○
2008	9	(仮)バスターミナル渋谷[北-4]	渋谷区渋谷3-20-28	事務所	2,172.50	61.5	701.8	1,362.00	商業	×(住所不特定)
2008	10	(仮)バスターミナル渋谷[南-1]	渋谷区渋谷3-20-24	事務所	1,454.50	59.8	178.5	320	商業	×(住所不特定)
2009	4	(仮)代々木RCビル	渋谷区千駄ヶ谷5-24-10	事・店・機械室	6,273.10	240	2,819.10	3,835.90	商業	×(イラレ範囲外)
2009	7	(仮)松涛山前プロジェクト	渋谷区神宮前1-1	共同住宅	2,994.30	12	744.6	1,555.80	1種	×(住所不特定)
2009	17	(仮)マールコート恵比寿2000	渋谷区恵比寿1-25-1	共・店・事	1,166.40	64.4	366.3	467.3	近隣	×(イラレ範囲外)
2010	12	(仮)恵比寿南マンション	渋谷区恵比寿2-26	共同住宅	2,610.00	47.7	934.3	1,676.40	1住・2住	×(イラレ範囲外)
2012	10	(仮)渋谷プロジェクト	渋谷区渋谷1-19-1	共同住宅	6,273.73	119.95	3,290.83	4,922.83	2住	○
2012	11	(仮)東武道玄坂ビル	渋谷区円山町4-3	事・店	2,954.76	89.7	1,280.92	1,855.50	商業	×(イラレ範囲外)
2013	6	(仮)代々木1丁目計画	渋谷区代々木1-22-1	事	1,858.76	64.95	783.96	1,872.30	商業・2住	×(イラレ範囲外)
2014	21	タイムスクエアビル(旧NO2096の増築)	渋谷区千駄ヶ谷5-24-9	百貨店	19,281.26	82	9,510.10	8,112.80	商業	×(住所不特定)
2015	11	(仮称)代官山プロジェクト(東急本社跡地)	渋谷区長谷町116-11	共住、店、診療所	1,815.32	67.92	374.92	622.85	2中、2中高、2住	×(住所不特定)
2015	19	(仮称)渋谷南プロジェクト	渋谷区長谷町12-1	事務所	2,434.71	67.5	1,212.89	1,718.43	商業	○
2015	29	(仮称)渋谷南プロジェクト	渋谷区神宮前1-7、1-10	事務所、店舗	2,184.45	84.43	1,058.90	1,483.48	商業	○
2016	6	(仮)神宮前センターマンション建設計画	渋谷区神宮前2-29-1	共同住宅	1,572.60	74.1	478.45	882.13	2中高、2住	×(イラレ範囲外)
2016	9	(仮称)山手学院建設計画	渋谷区代々木1-53-60 一画外	専修学校、共同住宅	5,116.46	97.35	2,690.20	3,030.48	2住、商業	×(イラレ範囲外)
2017	19	(仮称)美竹ビル建設事業	渋谷区渋谷1-15-6	事務所、共同住宅	2,641.97	98.99	1,171.19	1,595.60	商業	○

出典：東京都都市整備局 HP 「東京都総合設計制度許可実績一覧表 8」

総合設計制度許可実績一覧表から渋谷区の公開空地を探したところ、合計 40 箇所見つかった。これらの公開空地にプラスして、「Hakuju Hall」と「Abema Towers」にも公開空地があることがわかった。

本提案では、奥渋谷エリアの端部に位置する「Hakuju Hall」と「Abema Towers」の公開空地の活用を検討する。

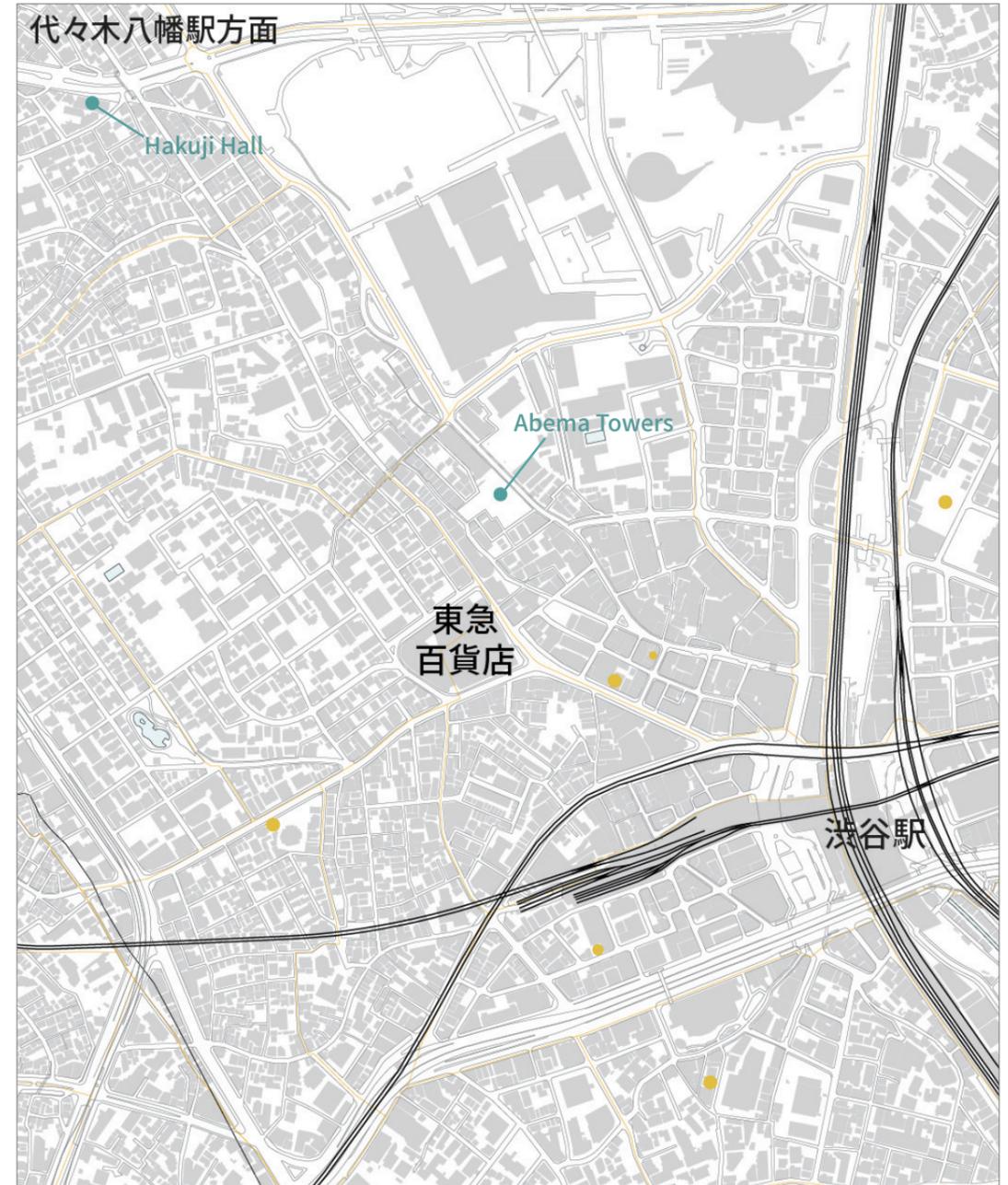
【Hakuju Hall】 渋谷区富ヶ谷 1-37-5



【Abema Towers】 渋谷区宇田川町 40-1



画像引用：https://bluestyle.livedoor.biz/archives/52460863.html



▲渋谷における公開空地のプロット図

# 05. 周辺地域とのつながり

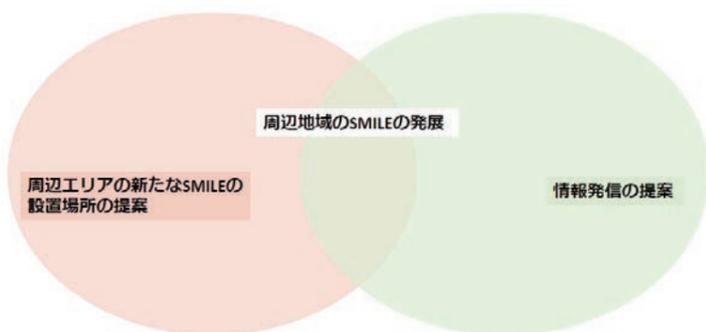
## 1. 目的

周辺地域とのつながりでは、渋谷だけでなく渋谷の周辺地域に SMILE を展開することを目標に調査を実施する。周辺地域の特性や、展開できそうな場所の選定項目などの調査を通して周辺地域に SMILE を展開するうえでの、提案のテーマの方向性を検討する。

## 2. 内容

「周辺地域のどんな場所に SMILE を展開していいのか」と「周辺地域に SMILE を広めるための情報発信の方法」の2項目に分け調査した。「周辺地域のどんな場所に SMILE を展開していいのか」では周辺地域を神泉町エリア・代々木エリア・渋谷原宿エリアに分類し、フィールドワークのデータから各エリアの特徴を調査した。また、SMILE を展開するための候補地やどのような人々の流れが存在するのかを調査しベースマップに動線を書き入れ、SMILE の展開検討を行った。「周辺地域に SMILE を広めるための情報発信の方法」では情報発信の方法を歩行者を主なターゲットとして検討

## 3. 分析



周辺地域に SMILE を展開させるための調査

SMILE の周辺地域への展開には、ある程度規模の大きな人が集まる場所を拠点にすることが有効と考えた。このような場所は、公共空間や公園や商業施設などがあげられる。また、交通機関を利用してこのような場所に人が集まること分かったため、大通りや歩道などの、人の流れを意識した情報発信も重要な点であるといえる。

## 4. データ詳細

### 【周辺地域のどんな場所に SMILE を展開していいのか】

#### ・神泉町エリア

人口 2077 人の町で渋谷までのアクセスは約 2 分である。家賃の相場は 1DK で 13.4 万円と高い傾向にある。神泉駅は小さく、町全他の道幅は狭い。また、新築住宅・マンションよりは古い建物が立ち並ぶ。買い物の利便性は比較的良好い。

#### ・代々木エリア

人口は 23297 人の町で渋谷までのアクセスは約 2 分である。家賃の相場は 1DK で 13 万円と神泉町エリアに引き続き高い傾向にある。代々木公園があるのが特徴で、駅前には商店街もあり、活気のある様子である。また、新宿にも隣接している。

#### ・渋谷原宿エリア

渋谷原宿エリアは駅周辺に特に人の集まりが多く、商業施設やお店、オフィスが多い町である。奥渋谷に近く大きな施設では、NHK 放送センターや渋谷区役所などがあげられる。また、渋谷原宿間は徒歩で約 15 分程度で行き来が出来るため、人の移動も大きい地域であるといえる。

### 【周辺地域の主要施設と人の流れの関係】

周辺地域への SMILE を展開するための場所の候補地を探るために、下図のプロット図を作成した。人が集まる場所として RESAS 観光マップの渋谷目的地一覧を基に、公園・商業施設・学校・大使館・美術館を加え、プロット図を作成した。また、主要な駅からの各目的地の経路もプロットすることで、渋谷周辺の主な人の流れを把握することが出来る。



▲周辺地域の主要施設と人の流れ

### 【周辺地域に SMILE を展開するための情報発信の方法】

周辺地域からは交通機関を使って渋谷を訪れる人が多いため、ターゲットを歩行者とし、渋谷区に存在する LUUP の停留所や車体の広告スペースを使って SMILE の情報発信を提案する。具体的には、LUUP の停留所には旗広告や立て看板が確認できており、利用できると思われる。また、LUUP の車体には LUUP のロゴや小さな広告を入れるスペースが確認できる。詳しく周辺地域の特性に沿った歩行者の年齢や国籍別のターゲットの分類を行うことで、より情報発信が効果的になると考えられる。

周辺地域それぞれの特徴を踏まえて、上図のプロジェクトにより、人通りの多い場所・通過する人が多い道・施設などの拠点を中心に、周辺地域へ SMILE を展開することが有効であると考えられる。加えて、情報発信も行うことでさらなる SMILE の利用が見込めるのではないかと考えられる。



## 第3章 プランニング&デザイン

---

3-1 全体詳細

3-2 4つのプロジェクト

- 01. 2種類の SMILE
- 02. おくしぶ駅
- 03. 奥波ロード
- 04. 奥波 GREENWAY

PLANNING & DESIGN



# 3-1 全体詳細

## 1. 奥渋の現状



### ○空間としての魅力の欠如

道路や遊歩道などの空間状況を見てみると、店舗が多い通りは車通りが多く、歩きづらい環境であったり、歩行者しか通れない道はただ通るだけの道としてしか機能してなく、デザイン的にもミスマッチをおこしており、魅力のある空間とは言い難い。そのため奥渋は、店舗の持つ魅力によって成り立っているエリアであり、店舗以外の魅力である奥渋の空間そのものの魅力は乏しいと考えられる。

そこで、奥渋が空間として魅力的な場所になるために、商店街・緑道・お店に繋がりを持たせる要素をつくる必要がある。

・必要な要素

移動

滞留

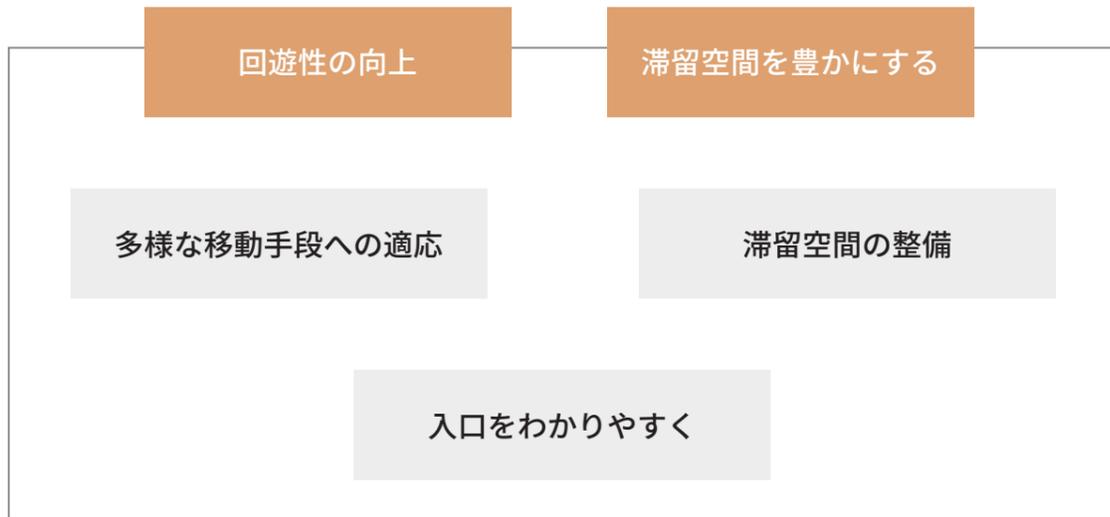
空間デザイン

マネジメント

## 2. コンセプト

### このまちが、おくしぶになる。

こ=個：商店街、遊歩道、お店



→域内回遊を向上することにより、奥渋が「まち」になる。

本提案のコンセプトは、「このまちが、おくしぶになる。」である。

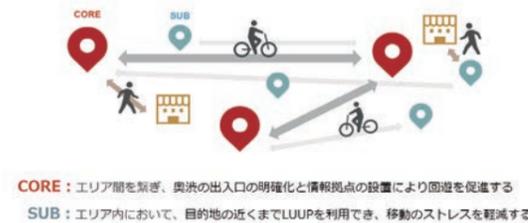
個々に分かれてしまっている魅力を繋げる要素や街路空間のデザインを提案することで、具体的に奥渋がどこを指すのか明確な位置づけをし、個の魅力をつなぐ・広げていくことで、奥渋を明確な界隈性を持った“まち”にしていく。それに加え、多様な交通手段への適応や滞留空間の整備、入口をわかりやすくすることで域内回遊を向上させ、奥渋をより魅力的な空間にしていく。

## 3. 4つの提案



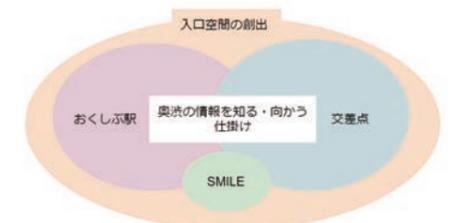
### 【2種類のSMILE】

2種類のSMILEとは、SUB SMILEとCORE SMILEのことである。奥渋内の各所に、移動と滞留の拠点となる2種類のSMILEを設置し、回遊性の向上を目指す。



### 【おくしぶ駅】

奥渋というエリアを知ってもらうためには、まずは場所が必要である。そこで入口に「おくしぶ駅」を設置し、道の駅のような滞留空間と、通過点をつくる。



### 【奥渋ロード】

今後、電動モビリティが普及することを予想して、多様な移動形態に対応できる空間「奥渋ロード」を富ヶ谷1丁目にある商店街につくる。



### 【奥渋 GREEN WAY】

歩くことにも留まることにも居心地の良さが感じられる、住・商が調和した緑あふれる癒しの空間を宇田川緑道につくる。

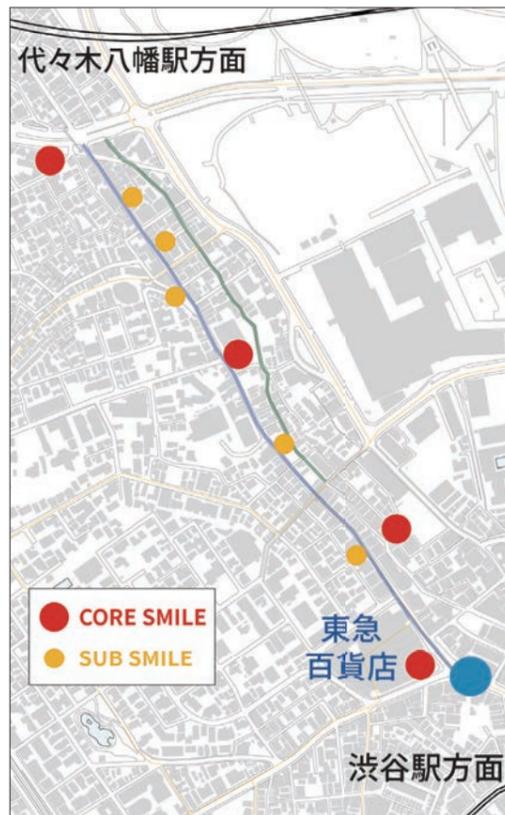


# 01. 2種類のSMILE

## CORE SMILE と SUB SMILE



制作：東京都市大学都市空間生成研究室・日建設計総合研究所



### 1. コンセプト

#### 〈まちをつなぐ、移動と滞留の拠点〉

回遊性の向上と滞留空間を豊かにするための核として、COREとSUB、2種類の大きさのSMILEを奥渋内の各所に設置する。域外回遊を促進する大きな拠点のCORE、域内回遊を促進するSUB。この2つが関係しあって、奥渋内に豊かな回遊を生み出す。

#### 【CORE SMILE】

出入口の明確化と情報拠点の設置によって、奥渋がどんどこかわかりやすくなり、回遊を促進する。

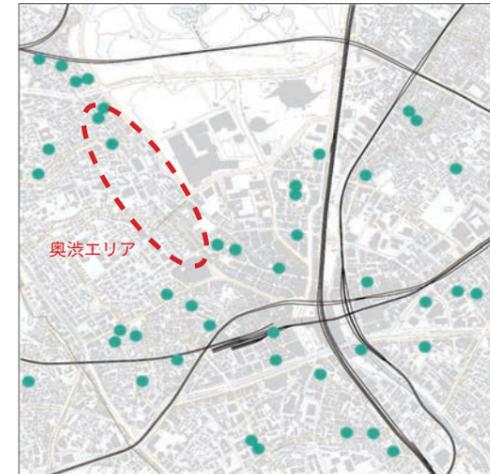
#### 【SUB SMILE】

目的地の近くまでLUUPを利用することができ、移動のストレスを軽減させる。

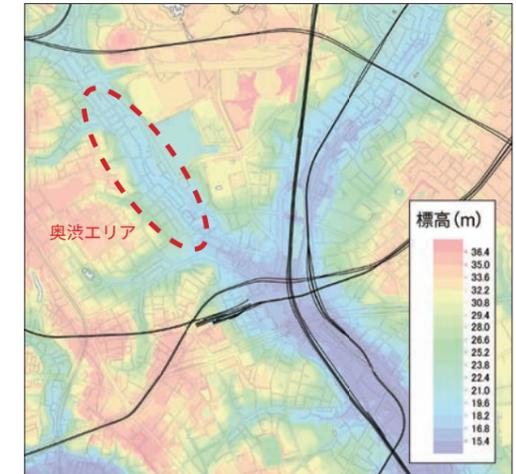
## 2. 課題分析

### ○地形のポテンシャル

地形調査から、渋谷駅から奥渋エリアにかけては谷続きの地形になっており、坂を上らずに駅から奥渋エリアまで行けることが分かった。しかし、奥渋エリアの歩行者交通量は少なく、LUUPポートも少ない。奥渋は、地形のポテンシャルを活用しきれていないことが明らかとなった。



▲ LUUP ポートの分布



▲ 地形

### ○回遊性の課題

渋谷駅周辺の中心拠点ゾーンから奥渋への接続部分となるのが東急百貨店前である。しかし、この場所から幅員が急激に狭くなっており、入口が分かりづらく、人の流入が妨げられてしまっている。また、奥渋内は550m以上あり、歩いてめぐするには体力を使うため、回遊が促進されづらい。

駅から奥渋まで行きやすく、その入口がわかりやすくなる仕組みはもちろん、広い奥渋内でも回遊しやすくなる仕組みが必要である。



▲ 奥渋の入口の様子

## 3. ダイアグラム



奥渋内の各所に、移動の拠点となる2種類の大きさのSMILEを設置し、回遊性の向上を目指す。CORE SMILEは、奥渋から松濤、代々木公園、原宿などの他エリアと相互につながる、エリア間回遊を促進する役割を担い、奥渋の出入口の明確化と情報拠点の設置により回遊を促進させる。SUB SMILEは奥渋内の移動であるエリア内回遊を促進する役割を担い、目的地の近くまでLUUPの利用を可能にし、移動のストレスを軽減させる。

## 4. 詳細設計

## ○ 2種類のSMILEの詳細



## CORE SMILE

奥渋の出入口の明確化と情報拠点の設置により回遊を促進する

- ・規模が**大きい**
- ・LUUPの置ける台数が**多い**
- ・**滞留空間**を設ける
- ・奥渋内の**情報が豊富**に揃っている



## SUB SMILE

目的地の近くまでLUUPを利用でき、移動のストレスを軽減する

- ・規模が**小さい**
- ・小さくても**滞留空間**を作る
- ・すぐ近くのお店に関する**情報**が揃っている

## 設置するもの

## 【CORE SMILE】

- ・LUUP (5～10台)
- ・椅子、ベンチ
- ・奥渋に関する情報

## 【SUB SMILE】

- ・LUUP (2～3台)
- ・椅子、ベンチ
- ・すぐ近くのお店に関する情報

## ○ SMILEの立地戦略



CORE SMILEは、奥渋の出入口にあたる南北端と、奥渋内の広いスペースが取れる主要な場所に設置する。奥渋内の情報が豊富に揃っており、滞留空間も設けてあるため、休憩をしながら奥渋内の行き先を検討することができる。

行き先が決定したら次に活躍するのがSUB SMILEである。SUB SMILEは、CORE SMILEの間を縫うように設置しており、目的地の近くまでのLUUPの利用を可能にする。SUB SMILEにはすぐ近くの店舗に関する情報が揃っており、周辺店舗との深いつながりを生む。

表 SMILE一覧表

	場所	土地の種類	制度	設置目的
①	東急百貨店前	民地	ウォークアブル推進税制	渋谷中心街と奥渋を繋ぐ入口となる拠点
②	Abema Towers	公開空地	総合設計制度	渋谷中心街と遊歩道を繋ぐ入口となる拠点
③	白洋舎前	民地	ウォークアブル推進税制	奥渋の中心に位置することを生かした情報拠点
④	Hakuju Hall	公開空地	総合設計制度	奥渋の北側のゲートとなる拠点
⑤	カフェローチェの近く	民地	ウォークアブル推進税制	カフェを奥渋をめぐる作戦会議の場に
⑥	ビルの前	民地	ウォークアブル推進税制	コーヒーワゴンと一体となった拠点
⑦	道路の角地	区道	歩行者利便増進道路制度	違法駐輪されていた空間を魅力的に
⑧	商店街と遊歩道を繋ぐ道	民地	ウォークアブル推進税制	商店街と遊歩道を繋ぐ拠点
⑨	遊歩道と接続する道の途中	民地	ウォークアブル推進税制	商店街と遊歩道を繋ぐ隠れ家的な拠点

CORE

SUB

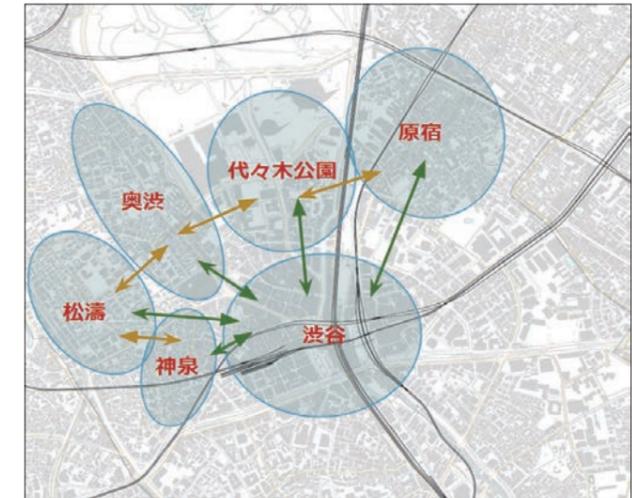
各SMILE設置場所の土地の種類と、設置に必要な制度をそれぞれ調査した。また、計画的に配置した各SMILEにはそれぞれ設置目的がある。

## ○ CORE-SUBそれぞれの役割

## CORE SMILE・・・エリア同士をつなぐ

各エリア同士が相互につながる、域外回遊の起点となる。

- ・駅一極集中を回遊性機能向上によって、多極分散構造にする
- ・駅からだけでなく、各エリア同士も相互につながる
- ・奥渋の魅力向上、入口の整備によって、奥渋への人の流れを促進する



## SUB SMILE・・・奥渋内をつなぐ

奥渋内のつながりを活発にし、域内回遊を向上させる。

- ・SMILEの計画的な配置によるエリア内の回遊性の向上
- ・安全性の向上により人の動きを促す
- ・奥渋の商店街通り・緑道の魅力向上により、奥渋に集まってきた人の動きをさらに活発にする

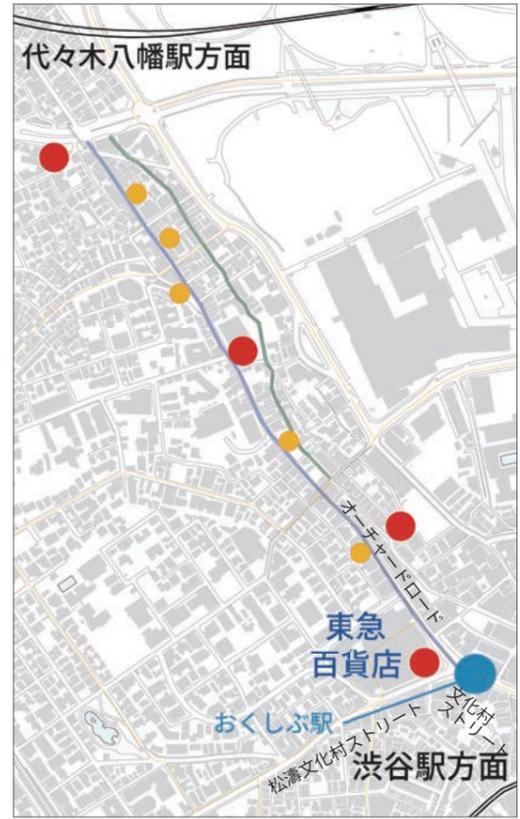


# 02. おくしぶ駅

## おくしぶ駅と交差点



制作：東京都市大学都市空間生成研究室・日建設計総合研究所



### 1. コンセプト

〈気づいたら奥渋へ ー入り口空間の創造ー〉

まずは奥渋を知ってもらうために、奥渋の入り口が必要である。この場所で、道の駅のようなエリア情報の取得や、滞留空間・通過点の役割を果たす場所として「おくしぶ駅」を空間的に設計する。現在にはない機能的価値を入り口に創造する。この入り口を行動の起点とし、一点から他方へ人の流れを創り出すことにより、奥渋への回遊性の向上を促す。また、車道を地下化することにより、歩行者は気づいたら入り口空間に辿り着き、そこからさらに奥渋へ導く。

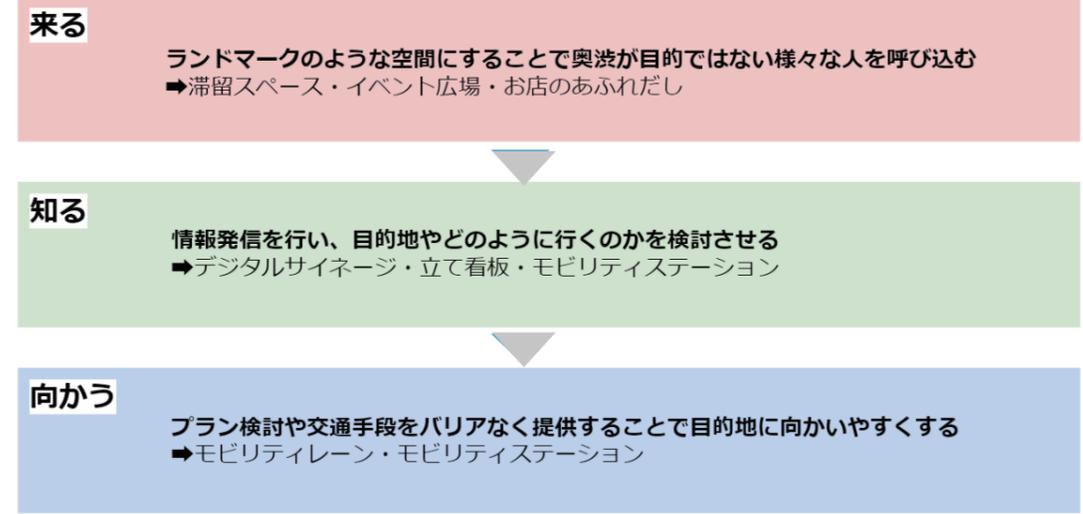
#### 【設計場所】

東急百貨店 渋谷・本店前のY字路交差点を奥渋の導入空間とする。  
オーチャードロード・松濤文化村ストリート・文化村ストリートが交わる場所であり、3つのストリートの分岐点である。

### 2. 課題分析

○奥渋の存在が知られていない

渋谷駅から奥渋までの道のりにある東急百貨店前で人の流れが止まってしまっている。これには道幅が狭くなる、先が見通せないといった原因が存在する。また、「奥渋」というエリアの認知度も低いと考えられる。先に奥渋があることに気づいてもらわなければならない。そこで「来る」「知る」「向かう」というサイクルを作り出すことにより、回遊性の向上を図る。



○歩きにくい空間

交通量が多く、バスも通ることから歩きにくさ、留まりにくさを感じる。そこで、車道を地下化することにより、地上を歩行者天国とし、居やすい空間を創出する。

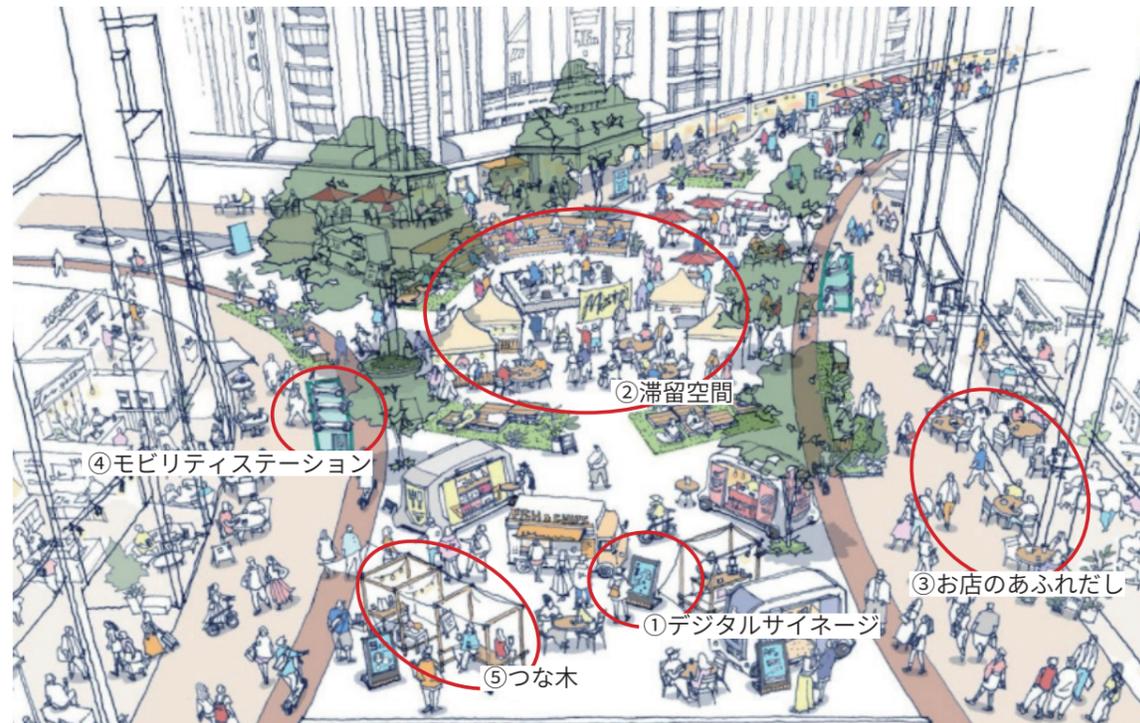
### 3. ダイアグラム

○機能性



- モビリティレーン
- 店舗の溢れ出し
- キッチンカー
- ステージ
- 木
- ⇒人の動線
- モビリティポート
- 滞留スペース
- つな木
- テント
- 緑・小さな滞留空間

## 02. おくしぶ駅



制作：東京都市大学都市空間生成研究室・日建設計総合研究所

### ○機能的価値を内在したデザイン

おくしぶ駅を奥渋という街の玄関とし、この先に奥渋エリアがあるということを意識させるようなデザインや内部の要素に役割を持たせることで、現在にはない奥渋をかすかに感じる導入空間としての機能的価値を内在した空間となるようデザインした。

### 4. 詳細設計



① デジタルサイネージ

### ○情報発信の中心となるデジタルサイネージ

デジタルサイネージは「知る」の役割を担っており、おくしぶ駅を訪れた様々な人に奥渋エリアの情報発信を行う機能を持っている。また、3つの道路をまたいで位置するおくしぶ駅のその先にどのようなエリアがあるのかを発信することがおくしぶ駅から奥渋エリアへの回遊につながる。

### ○人々の活動や賑わいの場となる滞留空間



② 滞留空間

滞留空間は「来る」という役割を担っており、様々な目的で渋谷を訪れた人をおくしぶ駅に集める機能を持っている。滞留空間では、階段型ベンチや人工芝などの休息スペースやイベント広場としてのステージなどがあり、様々な活動が生まれる場となる。

### ○空間同士をつなぐお店のあふれだし



③ お店のあふれだし

お店のあふれだしは「来る」という役割を担っており、おくしぶ駅と周辺のビルをつなぐ機能を持っている。周辺のビルを訪れた人々の集客だけでなく、おくしぶ駅を訪れた人を周辺のビルとつなぐことで全体的な賑わいや活性化を生み出すことができる。

### ○移動をスムーズにするモビリティステーション



④ モビリティステーション

モビリティステーションは「向かう」という役割を担っており、おくしぶ駅から奥渋エリアなどの新たな目的地に向かいやすくする機能を持っている。おくしぶ駅は低速モビリティやレンタルサイクルのステーションを設置し、新たな目的地への移動手段を提供している。

### ○可能性を広げるつな木



⑤ つな木

つな木は「来る・知る・向かう」のサイクル全ての機能を持っている。おくしぶ駅内に、この全ての機能を内在したつな木を設置することで小さなサイクルの活動が生まれる。また、つな木は様々な形や大きさがあり、空間に合わせた使い方が可能となり活かすことができる。

○奥渋の魅力が引き出されていない

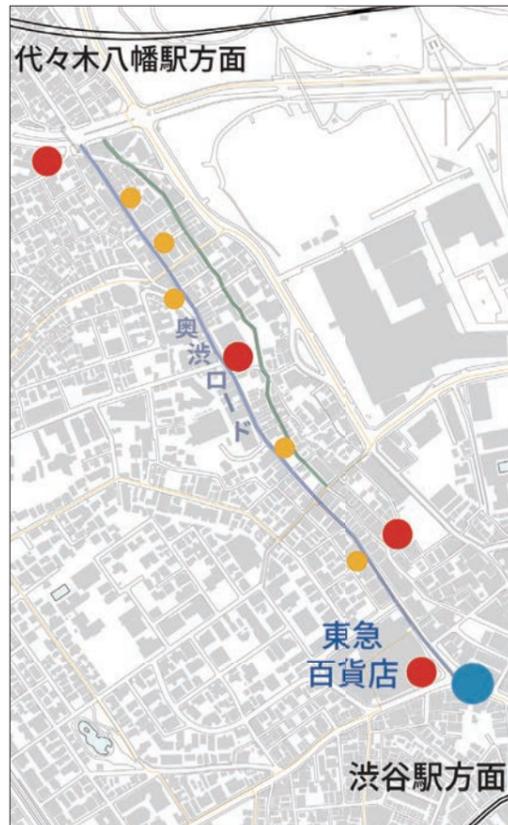
吾輩わがはいは猫である。名前はまだ無い。どこで生れたかとうと見当けんとうがつかぬ。何でも薄暗いじめじめした所でニャーニャー泣いていた事だけは記憶している。吾輩はここで始めて人間と

# 03. 奥渋ロード

## 時間と空間のシェア



制作：東京都市大学都市空間生成研究室・日建設計総合研究所



### 1. コンセプト

〈奥渋（オク）から、前渋（マエ）に〉

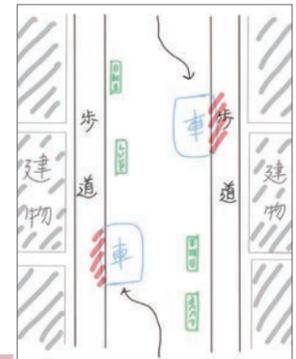
このコンセプトには、奥渋が抱える課題と奥渋の持つ特有の魅力を最大限に生かす空間設計を行うことで、立地によって隠れがちな魅力を引き出そうという想いが込められている。このコンセプトをもとに、提案を展開させる。

本提案では、富ヶ谷一丁目通りとその周辺を対象としている。理由として、富ヶ谷一丁目通りには、奥渋たらしめる要素である魅力ある店舗の存在とそれによって演出されている大人なお洒落な雰囲気・静かなエリアであることを挙げる。調査を行ううちに、この通りには空間設計に課題があると考え、より良い奥渋空間のあり方を再構築した「奥渋ロード」を提案する。

### 2. 課題分析

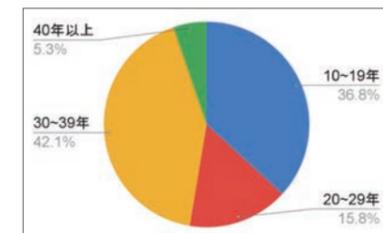
【富ヶ谷一丁目通りの交通調査】

- ・奥渋自体が面する幹線道路は他の幹線道路と比べ、道路幅員が狭い
- ・1本道が外れると道路幅員が狭くなる
- ・歩行者が多い
- ・車との距離が近く、安全な歩行空間の確保が不十分
- ・自転車は歩道ギリギリ or 歩道を走行していた
- ・低速モビリティ利用者が多い（自転車・LUUP など）



「安心・スムーズな移動」「多様な移動形態に適応」が必要

【奥渋の建築年数調査】



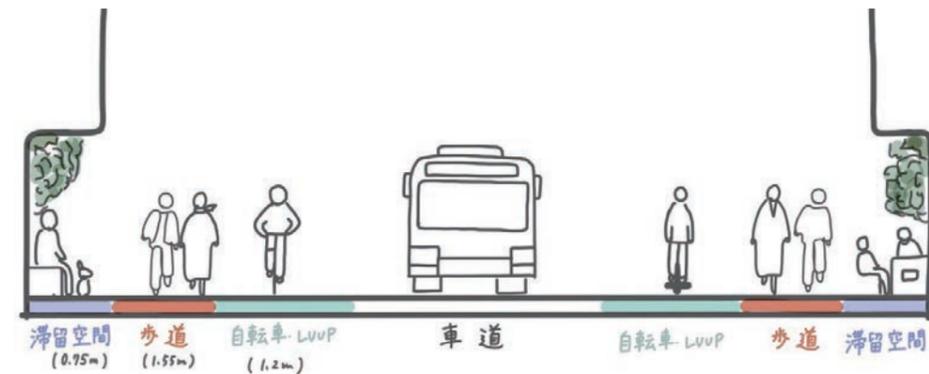
築30年以上のものが、約50%を占めている

既存ビルの想定建て替え年数は築30～50年以内で約74%を占めている  
10年後の奥渋は、建て替えや修繕が必要な建物が半数以上になる(\*1)

奥渋で建て替えや修繕が同時期に起こる可能性が高く、  
この時期が奥渋を大きく変えるチャンスになる

### 3. 提案の街路断面構成

多様な移動形態の安全・快適な共存実現と店舗前滞留空間の創出により、「移動しやすく過ごしやすい空間」の創出を図る。



(\*1) 出典：公益社団法人 ロングライフビル推進 (2011年6月)  
「長寿命化促進特別事業 賃貸事務所ビルの寿命に関する意識調査 報告書」P.10

## 4. 詳細設計

通り名（富ヶ谷一丁目）より親しみやすい 奥渋ロード に変更し、セットバックさせる。

### 〈奥渋ロードの詳細設計〉

#### 【セットバック範囲と選定条件】

#### ○セットバック範囲はT-BOARD（鞆屋）からBeasty Coffee（カフェ）

セットバック範囲の選定条件として、

- ①遊歩道と商店街を繋ぐ架け橋となる空間があるか
- ②商店街らしさを感じられるエリアになっているか
- ③セットバックを有効に活用できるエリアか

以上の3点とした。該当する範囲として、T-BOARD という鞆屋から Beasty Coffee というカフェが対応しているため、この2店舗間をセットバックの対象範囲と設定した。



#### 【低速モビリティレーンの設置】

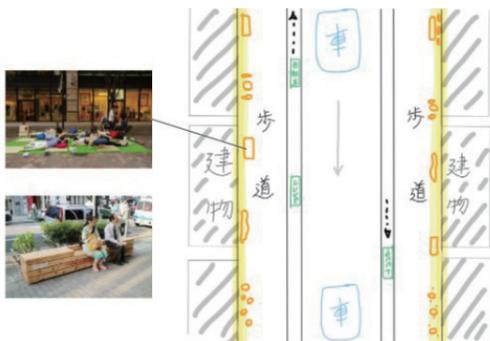
#### ○これから普及する低速モビリティにも対応した交通システムを構築する



道路空間の拡張と交通手段ごとに通行する場所が異なることで、低速モビリティによって発生する事故を未然に防止することができる。また、距離をとることによって歩行者の低速モビリティに対する恐怖心も消え、多様な交通手段が共存することができる。現存する窮屈で危険が潜む道路空間を、安全で快適な空間へと転換させることが可能になる。

#### 【歩道と滞留空間の両立】

#### ○店舗の個性と魅力を溢れ出させ、来街者が店舗に立ち寄りやすい空間を創出する

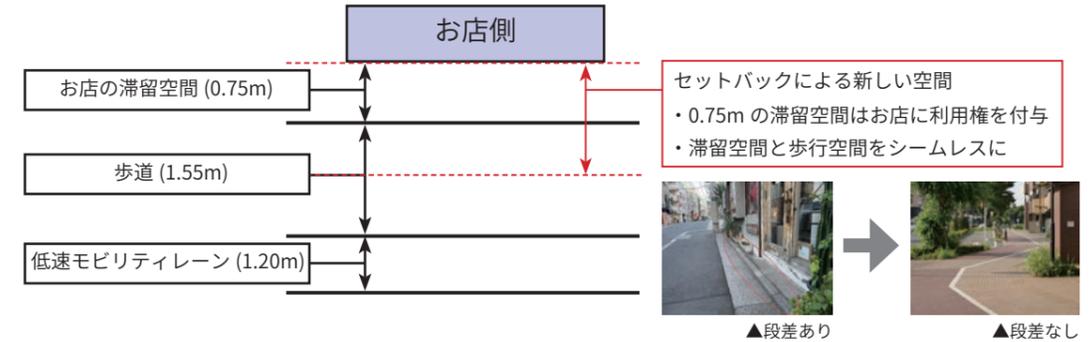


歩行空間には、奥渋ロードに面している店舗が持つ雰囲気を溢れ出すことのできる滞留空間を設ける。個々の店舗が持つ雰囲気が大きく異なる奥渋だからこそ、この違いを楽しめるようにすることが奥渋の魅力向上につながる。今まで店舗内で完結していた各店舗の空気感を滞留空間によって地域全体に伝播させることで、奥渋の新しい魅力として昇華させていく。

#### 【セットバックにより創出される空間の活用方法】

#### ○様々な交通手段が共存する安心な交通空間をつくる

奥渋ロードに面している建物を 1.5m セットバックを行う事で、限られている交通空間を拡張させる。このセットバックによって創出された 1.5m の空間と既存の幅員 2m を加えた 3.5m の空間を交通手段毎に分配する。車道側から低速モビリティレーンに 1.20m、歩道に 1.55m、店舗の滞留空間に 0.75m と設定。滞留空間は、店舗所有者に道路利用権を付与することで、店舗前の空間に独自の雰囲気を創出することが可能になる。歩車分離による安全かつ、歩いて楽しむことのできる快適な空間を創り出す。



#### 【奥渋ロードの短期的な空間創出】

#### ○セットバック導入までの準備を進める

奥渋ロードがセットバックによって完全に拡張されるまでには時間がかかる。それまでの期間は、奥渋ロードを時間別に運用方法を変化させることで、歩きやすい空間を創出していく。歩行者やモビリティ優先になる時間や搬出入の時間設定、夕方には黄昏歩行者天国として積極的に歩きやすさ・滞留しやすさを空間に導入していく。

表 奥渋ロードの短期的な時間別利用例

	使う人の属性	運用
朝 (~10:00)	・通勤 ・通学 ・健康づくりシニア ・運搬業者	・バス、店舗搬出入モビリティにも対応 ・搬出入の車はコインパーキングを積極的に活用してもらう
昼 (10:00~14:00)	・通勤 ・通学 ・健康づくりシニア	・歩行者、モビリティ優先 ・バスにも対応
昼~夕方 (14:00~17:00)	・地元住民、ワーカー ・来街者 ・帰宅者	・歩行者、モビリティ優先
夜 (17:00~21:00)	・帰宅者 ・地元住民 ・来街者	・黄昏歩行者天国として歩行者優先 ・夜はタクシーに対応
深夜 (21:00~)	・地元住民 ・来街者 (帰宅)	・搬出入の車 ・深夜はタクシーに対応

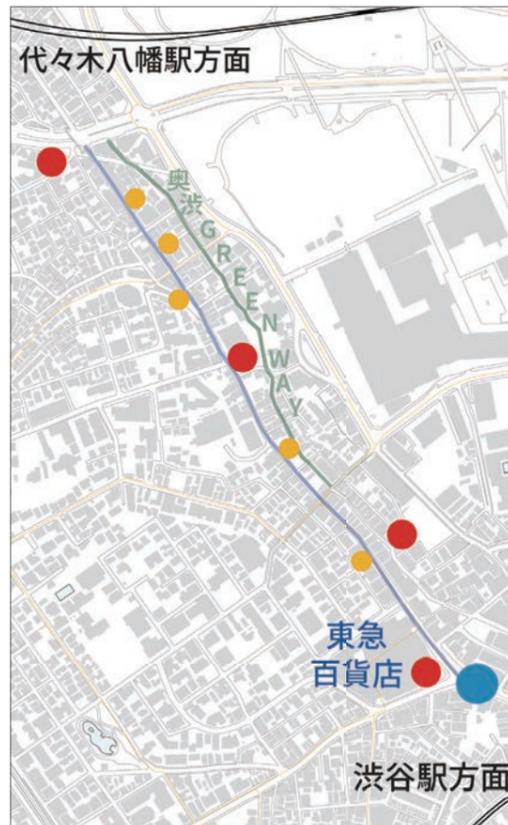
将来的に奥渋ロード全体がセットバックすることで、奥渋全体で回遊性と安全性を確保しながら、個々の店舗が保有する魅力を伝播、浸透させる。これにより、移動しやすく過ごしやすい奥渋へと進化させていく。

# 04. 奥渋 GREENWAY

## まちの人の携わりで思い思いの空間へ



制作：東京都市大学都市空間生成研究室・日建設計総合研究所



### 1. コンセプト

#### 〈新たな奥渋の癒しの場・共生の場〉

この提案は、“まちの人に、段階的に変化・進化していく遊歩道を体感してもらう”ことである。

遊歩道を通勤・通学や散歩など、地域住民や来街者で日常利用している人がいる。その方たちは隠れ家的要素など今の奥渋の良さを知っていて、劇的な変化を望んでいる人はいない。しかし、現状にはいくつかの課題が見受けられたので、より日常を良いものにしていくために“癒し”と“共生”を提供し、奥渋の新たな遊歩道をつくる。

つまりこれは、進化した遊歩道を、この地域に関わりのある生活者のライフスタイルを壊すことなく寄り添い、また来街者にも休憩してもらえるように、住・商が調和した癒しの場をタクティカル（戦略的）にアプローチしていく提案である。また、奥渋をより多くの人々の視線であるランドレベルからプロデュースし、奥渋全体がウォークアビリティに溢れるまちになることを目指す。

### 2. 課題分析

#### ○歩いていても楽しさに乏しい

- ・建物が高い割に道の幅員が狭く、**圧迫感**がある
- ・街灯が少なく、夜は**かなり暗く**なってしまう
- ・緑はあるが、植栽が多すぎて暗くなっているところがある
- ・遊歩道に面する建物は**ビルやマンションが多く、店が少ない**
- ・**留まる**ところがなく、歩道と変わらない



#### ○公共スペースを活用したい

沿道店舗の店員さんの声

「私たちも以前にお店の外に溢れ出しを作ろうと思ってベンチを置いたことがありました。しかし、渋谷区に注意されてしまい、撤去しました。いつかは置けるようになってほしいですね。」



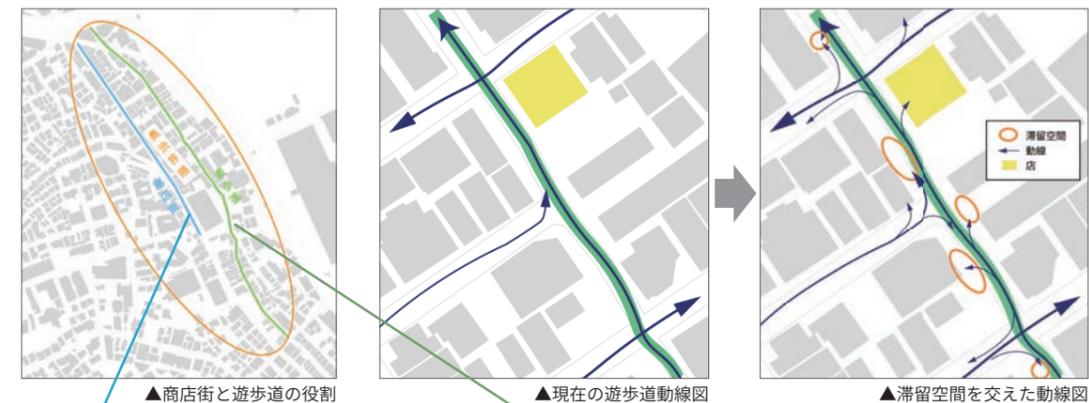
歩くことにも留まることにも居心地の良さが感じられる  
住・商が調和した緑あふれる癒しの空間づくりが必要

現時点で宇田川遊歩道は、渋谷区が単独で管理している。この場合、収益が生まれるものは置いてはいけないため、遊歩道として必要最低限の整備が施されているにすぎない。

そこで、渋谷区が北谷公園で取っている Park-PFI 制度（指定された民間事業者が自分たちの資金で運営管理をする体制）を参考に、イベント企画・誘致、キッチンカーやベンチなどの配置を可能とし、パブリックスペースの賑わいの創出を図る。

### 3. ダイアグラム

#### ○一つのまちとして回遊を楽しめる場所へ



#### 【商店街】

- ・お店が並ぶ商業的要素
- ・業種：レストラン、雑貨屋
- ・業態：食事、買い物が楽しめる店舗

違いを出す

#### 【遊歩道】

- ・休憩できる要素+外に溢れ出し
- ・業種：カフェ、雑貨屋
- ・業態：ショッピング中に一息入れるための店舗

### 4. 詳細設計

#### ○将来像

現在の奥渋のメインは商店街だが、将来は商店街での買い物だけでなく、遊歩道の癒しの場「奥渋GREENWAY」が新たな回遊の一部になり、より魅力的なまちになることを目指していきたい。

そのために遊歩道に必要なことは、今の遊歩道にはない新たな空間設計である。その空間設計とは、遊歩道をよりウォークアブルな空間にし、短い時間で遊歩道を通る今の現状から、長い時間をかけて遊歩道を通してもらおうことである。具体的に、ベンチ、机、照明、植栽、滞留空間などを段階的に新たに配置し、歩いている人が居心地が良いと感じ、その場に留まれるような環境づくりを行う。そして、段階的計画の最後には、意識的に遊歩道側に店舗を開き、居住者や普段使いしている人以外の来街者にも奥渋の新たな癒しの場として利用してもらおう。

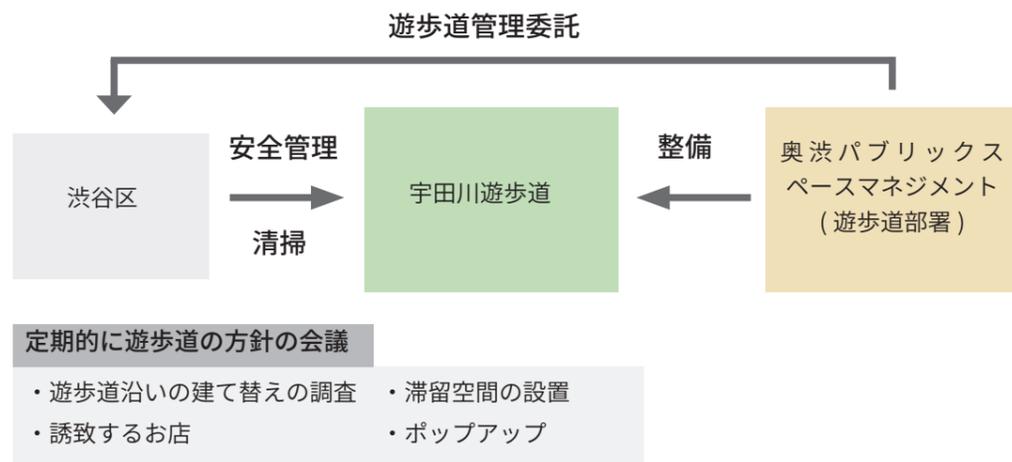


▲ 将来像 遊歩道平面図

#### ○エリアマネジメント

「持続的なパブリックスペースにするために」

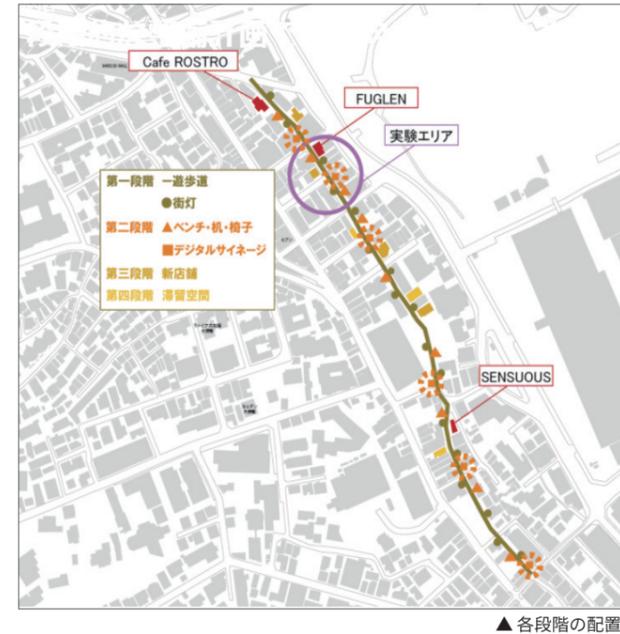
奥渋の関係者で話し合い、意見を出し合っ、皆で一緒に新たな奥渋の中心となる持続的なパブリックスペースを作り上げる必要がある。定期的に渋谷区と奥渋パブリックスペースマネジメント (P60 参照) が遊歩道沿いの建て替え調査や滞留空間の設置など遊歩道の方針について会議することで、持続的な遊歩道の活用が実現し、奥渋全体の活性化に繋げる。



#### ○計画内容

「段階的な整備計画で戦術的にまちの人も受け入れやすく」

本提案は、実験・第1段階～第4段階という形で進めていく。特に、実験段階でのベンチや植栽、照明の配置については、街の人々からフィードバックを受けるなどして、整備していく側と住民が一体となって遊歩道を作り上げていく。このように戦術的に整備計画を行うことで、まちのひとと変化を受け入れやすくなると考える。



▲ 各段階の配置図

#### 実験

一時的にベンチ、植栽、照明を配置

#### 第一段階

- ・ 遊歩道沿いの植栽の植え替え
- ・ 街灯 (デザイン、間隔) の整備

#### 第二段階

- ・ ベンチ、机、椅子の設置
- ・ デジタルサイネージの設置

#### 第三段階

- ・ 一階店舗のリノベーション

#### 第四段階

- ・ 一階に滞留空間を設置

店舗と滞留空間の選定は築年数によるリノベーション、建て替えの時期を狙う

1つの店舗付近にプライベートの滞留空間を1つ設置

「まちの人に段階的に進化・変化していく姿を体感してもらおう」





## 第4章 マネジメント

---

4-1 エリアマネジメント

4-2 将来像

MANAGEMENT



# 4-1 エリアマネジメント

## 奥渋パブリックスペースマネジメント

3章の提案を実現するためには、各提案をつなぐ仕組みが必要となる。3つのプロジェクトの核となっているのがCOREとSUBのSMILEである。これらを設置する場所は、ある特定の種類の空地ではなく、各場所に応じた様々な条件の空地を組み合わせで決定する。そうすることで、一体的なモビリティハブとしての機能を既成市街地に埋め込む。

### 1. 現状と課題

現状① 多くの種類の公共空間を活用したいが、今の制度では実現が難しいものが多い。

→公開空地におけるカフェの常設、特例区域を定めなければならない歩行者利便性増進道路制度（ほこみち）等

現状② 複数の制度を利用するため、申請の手間がかかる。

表 SMILE一覧表（再掲）

	場所	土地の種類	制度	設置目的
CORE	① 東急百貨店前	民地	ウォークابل推進税制	渋谷中心街と奥渋を繋ぐ入口となる拠点
	② Abema Towers	公開空地	総合設計制度	渋谷中心街と遊歩道を繋ぐ入口となる拠点
	③ 白洋舎前	民地	ウォークابل推進税制	奥渋の中心に位置することを生かした情報拠点
	④ Hakuju Hall	公開空地	総合設計制度	奥渋の北側のゲートとなる拠点
SUB	⑤ カフェヘローチェの近く	民地	ウォークابل推進税制	カフェを奥渋をめぐる作戦会議の場に
	⑥ ビルの前	民地	ウォークابل推進税制	コーヒーワゴンと一体となった拠点
	⑦ 道路の角地	区道	歩行者利便性増進道路制度	違法駐輪されていた空間を魅力的に
	⑧ 商店街と緑道を繋ぐ横道	民地	ウォークابل推進税制	商店街と遊歩道を繋ぐ拠点
	⑨ 遊歩道と接続する道の途中	民地	ウォークابل推進税制	商店街と遊歩道を繋ぐ隠れ家的な拠点

SMILEの設置には複数の制度が必要となり、SMILEを一つ一つ個別に管理することは現実的ではない。

### 2. 奥渋パブリックスペースマネジメント

課題を解決するために、奥渋エリアの公共空間を一体的に管理するまちづくり団体※を作る。本プロジェクトでは、このまちづくり団体を奥渋パブリックスペースマネジメントと名付けた。

様々な種類の制度を適用するために、奥渋パブリックスペースマネジメントが区や都にまとめて申請を行う。そうすることで手続きを一元化することができ、申請が容易になる。

また、奥渋に店を持つ人、近くに住む人など区民の知恵や労力も積極的に取り入れることができるため、住民参加のまちづくりにつながる。

#### 公開空地

→まとめて管理できる団体がいれば一つ一つは大規模な公開空地でなくてもカフェを作ることができるのでは民地

→ウォークابل推進税制を適用できるように、まとめて申請を行う

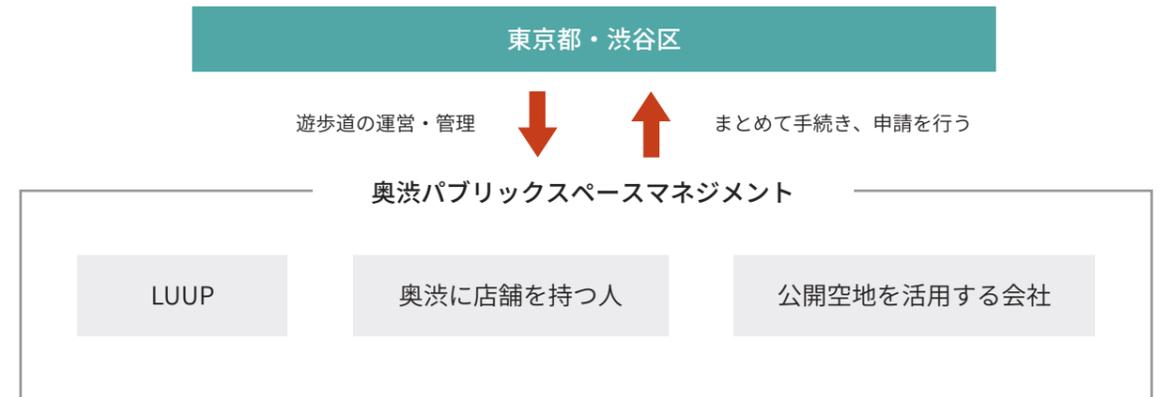
#### 区道

→緑道と一体的に管理することで、小さい敷地でも「ほこみち」制度を使用できるのでは

※まちづくり団体:まちづくり団体の登録制度によって登録できる団体。地域の特性を生かし魅力を高めるまちづくり活動（地域まちづくり活動）を主体的に行い、その活動を促進することによって、民間の資本を生かしながら東京の魅力向上に資することを目的とする。（東京都都市整備局）

### 3. ダイアグラム

#### ○組織構成・財源

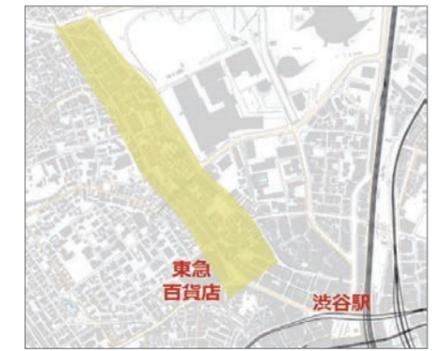


#### 主な財源

- ・ SMILE の収益  
→ LUUP、広告料  
スペース貸与（キッチンカーの出店料など）
- ・ 構成員からの会費
- ・ 都や区からの補助金

回遊性の向上により LUUP の収益を増加させ、**維持管理**や**リノベーション**、**土地使用料**に。

奥渋パブリックスペースマネジメントが複数の公開空地を一元管理することにより、しゃれ街条例により可能になった大規模な公開空地におけるカフェ等の常設を、奥渋内の小規模な公開空地でも許可される可能性がある。また、右図のように奥渋パブリックスペースマネジメントが管理する制度適用範囲を設定することで、ほこみちを利用する際に必要な特例区域として制度適用範囲を申請することができ、区道の有効活用が可能になる。



▲制度適用範囲

#### ○ SHIBUYA QWS との連携

奥渋の魅力と回遊性が向上し人が多く集まるようになると、奥渋の雰囲気合わない店舗も収益を求めて出店することが考えられ、**奥渋の良さが失われてしまう可能性がある。**

#### SHIBUYA QWS と連携し、奥渋にふさわしい店舗を誘致する

- ・ 渋谷の創業支援を行っている SHIBUYA QWS と連携し、奥渋の雰囲気に合った店舗を育成し、誘致する。
  - ・ 規制をかけて奥渋を守るのではなく、誘致によって奥渋の雰囲気を守ることができる。
- ポジティブなまちづくり**

# 4-2 全体将来像

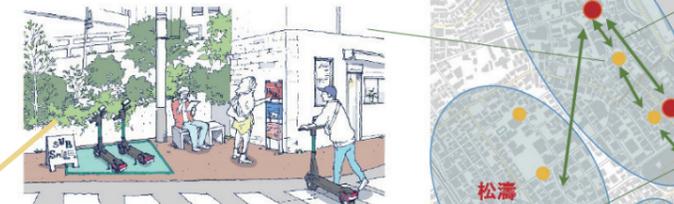
## ○このまちが、おもしろくなる。

渋谷の魅力を繋げる3つのプロジェクト、そしてその核となる2種類のSMILEの設置によって、個のまちだった奥渋谷の魅力が繋がり合い、明確な位置づけのある「まち」として、空間の魅力のあるエリアになっていく。また、奥渋谷パブリックスペースマネジメントによって、まちの人と奥渋谷という空間を段階的につくり上げ、持続的に支える基盤や活動・仕組みをつくっていくことを目指す。そして、奥渋谷だけでなく、周辺地域も土地が持つ空間特性を活かしたまちづくりを行い、界隈同士のネットワークを強めることで、渋谷駅周辺地域だけでなく、渋谷区全体の価値が向上していくと考える。

### 【奥渋谷ロード】

- ・コンセプト：奥渋谷（オク）から前渋谷（マエ）に
- ・対象地域：富ヶ谷1丁目にある商店街

課題分析を行った結果、「安心・スムーズな移動」と「多様な移動形態に適応すること」が必要だということが分かった。そのために、低速モビリティレーンを設置すること、時間によって利用できるモビリティを区切ることを提案する。また、より快適な空間にするために、歩道に滞留空間を設置する。これらを設置する為に、対象範囲には1.5mのセットバックを行う。



### 【2種類のSMILE】

- ・コンセプト：まちをつなぐ、移動と滞留の拠点
- ・設置場所：奥渋谷の各所から、地図上のプロットされている場所へ

回遊性の向上と滞留空間を豊かにするための核として、SUBとCOREの2種類の大きさのSMILEを奥渋谷の各所に設置する。

SUB SMILEは、奥渋谷の出入口の明確化と情報拠点の設置により回遊を促進させるもので、規模が大きい。CORE SMILEは、目的地の近くまでLUUPを使用でき、移動のストレスを軽減させるもので、規模が小さい。

CORE SMILEがエリア同士をつなげる、SUB SMILEは奥渋谷内をつなげる役割を持っている。

### 【おもしろい駅】

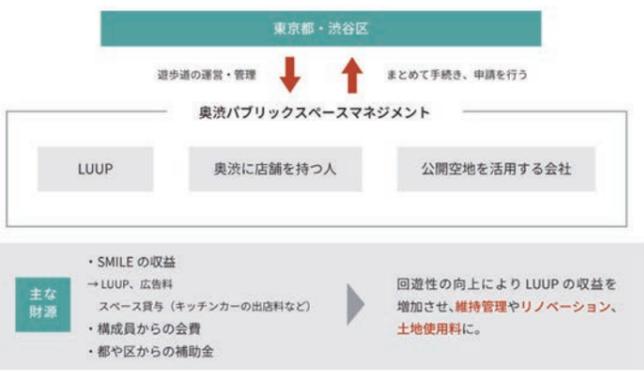
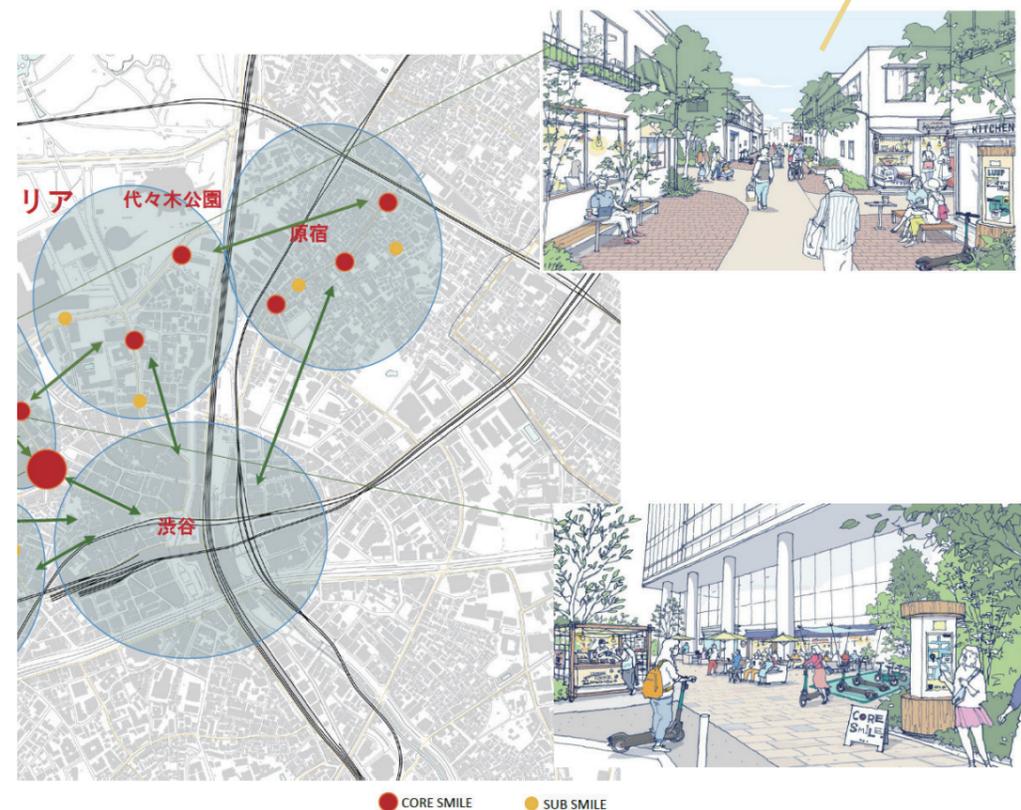
- ・コンセプト：気づいたら奥渋谷へ —入口空間の想像—
- ・設置場所：東急百貨店本店前のY地路交差点

課題分析を行った結果、導線が東急百貨店までで止まってしまっていて、そもそも奥渋谷が知られていないことが分かった。これらを解消するために、入口空間をつくる。そして奥渋谷への回遊性を高めるための「来る」「知る」「向かう」のサイクルをこの空間で作りだしていく駅のデザインは、この先に奥渋谷があるということ意識させるような仕掛けが施されている。

### 【奥渋谷 GREEN WAY】

- ・コンセプト：新たな奥渋谷の癒しの場・共生の場
- ・対象地域：宇田川遊歩道

課題分析から、歩いていても楽しさに乏しいことが分かった。また、公共スペースを活用したいという意見があったため、歩くことにも留まることにも居心地の良さを感じられる、住・商が調和した緑あふれる癒しの空間づくりが必要である。このまちづくりを段階的に行っていく、まちの人に変化・進化を体感してもらう。また、持続的なパブリックスペースにしておくために、マネジメント組織も立ち上げ、まちの人たちと一緒に奥渋谷 GREEN WAYをつくりあげていく。



### 【奥渋谷パブリックスペースマネジメント】

奥渋谷パブリックスペースマネジメントとは、奥渋谷エリアの公共空間を一体的に管理するまちづくり団体のことであり、4つの提案を実現するための各提案を繋げる仕組みを持つ。これにより、小規模の公開空地でもカフェ等が常設できる可能性がある。また、ほこみちを利用する際の特例区域として制度適用範囲を申請し、区道の有効活用が認められる可能性もある。



## 第5章 エピローグ

---

- 5-1 社会実験調査付録（SMILE 社会実験）
- 5-2 社会実験調査付録（都市大奥渋調査）
- 5-3 活動報告
- 5-4 あとがき

EPILOGUE . . .



# 5-1 社会実験調査付録

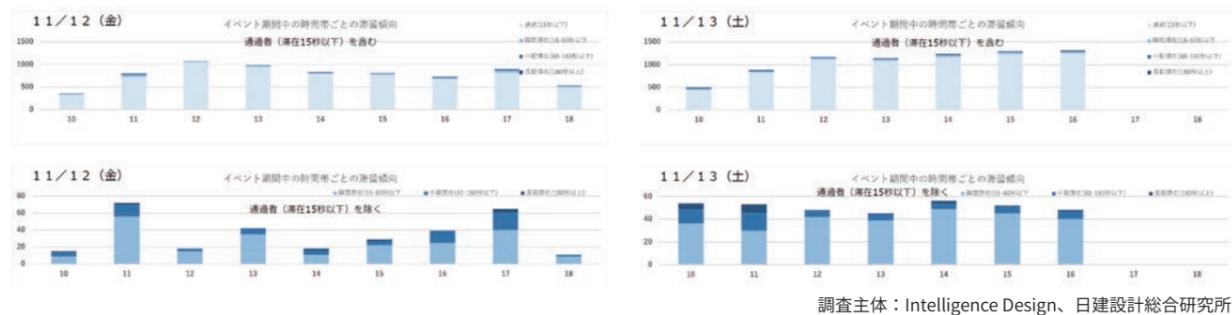
## SMILE 社会実験

### 1. SMILE 前の通行者数



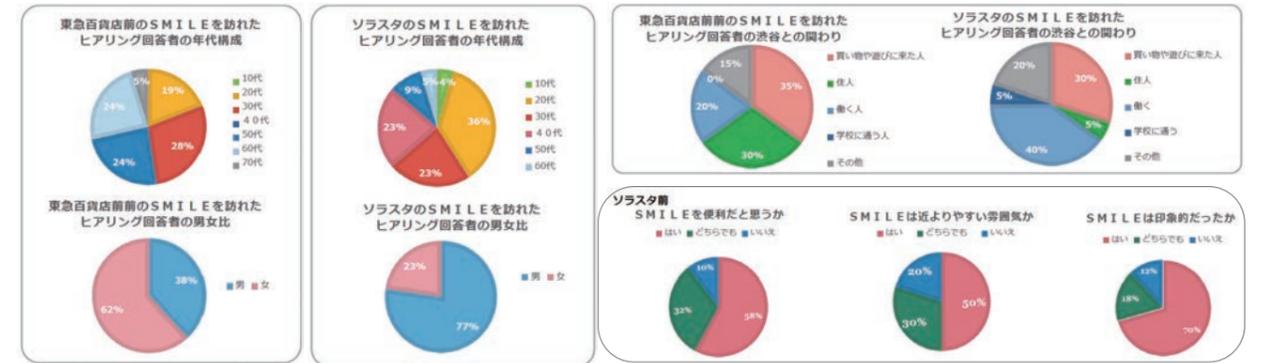
- 渋谷駅から奥渋方面、奥渋から渋谷駅方面のどちらの通行者も、週末になるにつれて段々と増えている。
- 奥渋方面から渋谷駅方面への通行者は男性の方が多い。

### 2. SMILE における滞在時間



- 15 秒以上の滞在者は、平日は時間によってばらつきがあるが、休日は時間によるばらつきが少ないなど違いが見られた
- 土曜日は、午前中の方が 60 秒以上滞在する人の割合が多くなる。

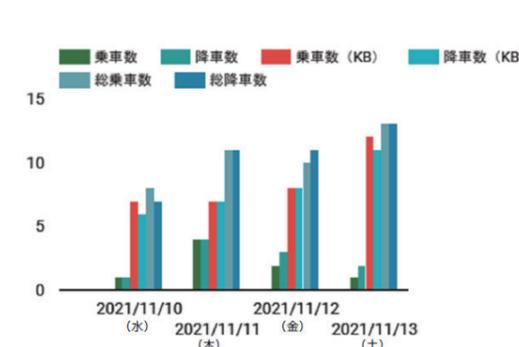
### 3. SMILE や渋谷に対する印象



- 東急百貨店前は女性の方が多い、ソラスタ前では男性の方が多いなど属性に違いがあった。
- SMILE は、比較的良好な印象を受けていることが明らかになった。

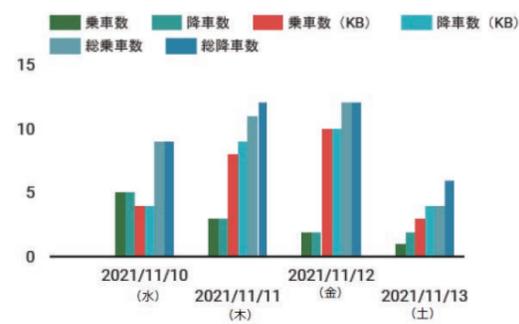
### 4. LUUP による移動

#### 【東急百貨店前】

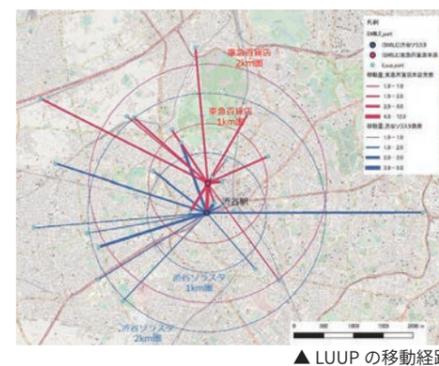


時間帯	ライド数	平均乗車時間
3	1	4
4	1	4
5	1	4
6	1	4
7	1	4
8	1	4
9	1	4
10	1	4
11	1	4
12	1	4
13	1	4
14	1	4
15	1	4
16	1	4
17	1	4
18	1	4
19	1	4
20	1	4
21	1	4
22	1	4

#### 【ソラスタ前】



時間帯	ライド数	平均乗車時間
6	1	12
7	1	12
8	1	12
9	1	12
10	1	12
11	1	12
12	1	12
13	1	12
14	1	12
15	1	12
16	1	12
17	1	12
18	1	12
19	1	12
20	1	12
21	1	12
22	1	12

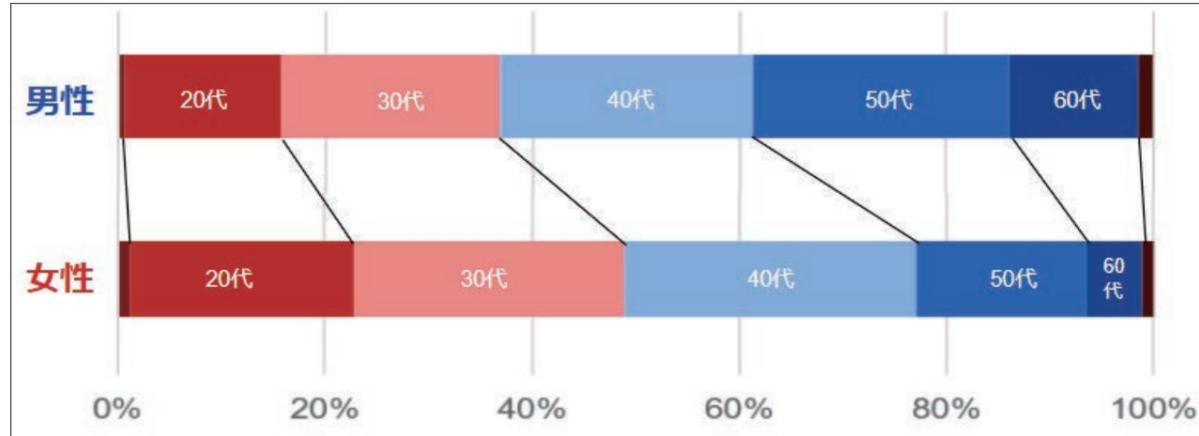


- LUUP での移動は、1km から 3km 圏内の移動が多いことが分かった。
- 東急百貨店前の LUUP ポートは休日利用が多いのに対して、ソラスタ前では平日利用の方が多い。
- 東急百貨店前ではリピーターが少なかったのに対して、ソラスタ前ではリピーターが多かった。
- 平日利用が多いことやリピーターもいることから、ソラスタ前では通勤に LUUP を利用する人が多いのではないかと考え

# 5-2 社会実験調査付録

## 都市大奥渋調査

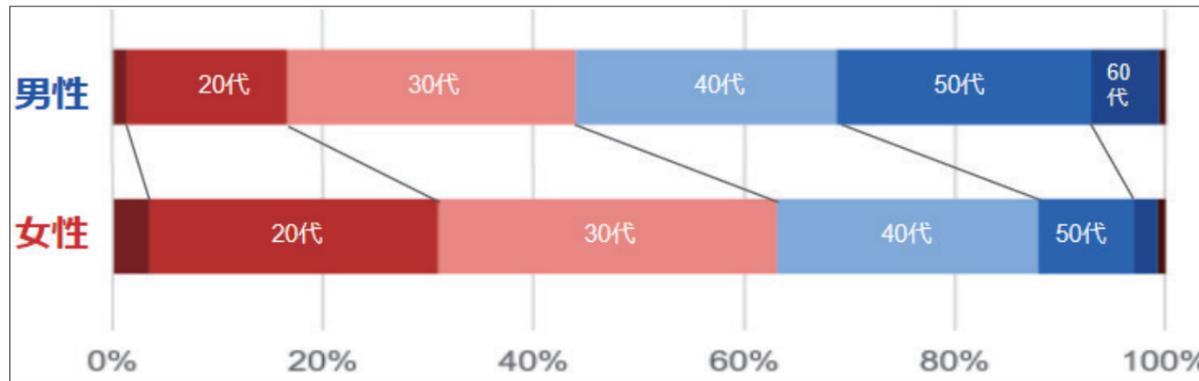
### 1. 商店街属性調査



- 【結果】**
- ・ 20代、30代の割合は女性の方が高い
  - ・ 50代、60代の割合は男性の方が高い

**【考察】**  
 奥渋には、お洒落で雰囲気の良いカフェや店舗が多いことは20代、30代の女性が多く通過した理由になると考えられる。また休憩時や会社帰りの高齢の会社員が多く通過したことから、50代、60代が多くなっていると考えられる。

### 2. 遊歩道属性調査



- 【結果】**
- ・ 男性より女性の20代と30代が属性として多い
  - ・ 40代は男性女性共に同じような属性である
  - ・ 男性は女性に比べて特に50代の属性が多い

**【考察】**

- ・ 男性の50代・60代が多いのは近隣住民の散歩も含まれているのではないかと考えられる。
- ・ 女性・男性の若い属性は近くに職場があり、遊歩道を歩いている可能性が高いと感じた。

### 3. 滞留空間 (FUGLEN)

	11/10(水)		11/11(木)		11/12(金)		11/13(土)	
	12:00-12:45	17:15-18:00	12:00-12:45	17:15-18:00	12:00-12:45	17:15-18:00	12:00-12:45	17:15-18:00
<b>男性</b>								
10代								
20代	2	4		2	1	1		
30代		3	2	7		2		2
40代				2			2	
50代					1			
60代								
70代								
合計	2	7	2	11	2	3	2	2
<b>女性</b>								
10代					2			
20代		4	1	7	4	4	4	
30代	4	2	2	6			1	2
40代		1		1			1	
50代					1			
60代								
70代								
合計	4	7	3	14	7	4	6	2
過ごし方	スマホ、喫煙、食事、会話、PC、自撮り		飲食、電話、喫煙、作業、犬の散歩、写真撮影		喫煙、会話、写真撮影、読書、カップルでいちいちや、電話		会話、犬の散歩、携帯、仕事	

- 【結果】**
- ・ 女性の滞留者が多い
  - ・ 20代と30代が多い
  - ・ 午前中よりも午後の方が滞留者が多い
  - ・ 平日と休日の差があまりない
- 【考察】**
- ・ 席の配置が道路を向いているため会話が少ないと考えられ、座席の形態を変えれば滞留者が増えるのではないかと考えられる。
  - ・ データにはないが、外国の方が多いため、目的性が強いと考えられる。

### 4. 滞留空間 (キャメルバック)

	11/10(水)		11/11(木)		11/12(金)		11/13(土)	
	12:00-12:45	17:15-18:00	12:00-12:45	17:15-18:00	12:00-12:45	17:15-18:00	12:00-12:45	17:15-18:00
<b>男性</b>								
10代								
20代	5				1		1	
30代	1	3	3		2	2	3	
40代			1				1	
50代			1					
60代					1			
70代					1			
合計	6	3	5	0	5	2	5	
<b>女性</b>								
10代								
20代	3		2				4	
30代	1		3		1	2		
40代					1			
50代							1	
60代								
70代								
合計	4	0	5	0	2	2	5	
過ごし方	・赤ちゃんや会話、撮影 ・スマホ、あたりを見回す1の赤ちゃんやママパパと会話 ・電子タバコ ・会話(グループ内やお店の人と) ・イヤホンかつスマホ&喫煙 ・通りすがりのお父さんと男子と楽しそうに会話(多分知り合い)		スマホ、荷物整理、ぼーっとする、たばこ、飲食、会話 →テイクアウトが半分、その待ち時間に滞留空間を利用 テレビやビデオ撮影がやっていた店主の声>土日は代々木公園に行く人が利用するため非常にぎわっている。 お店前のLUPは稼働率が高く、1時間以上置けば珍しい。 渋谷からも代々木八幡からも微妙な距離だからLUP便利。		・自転車で来て椅子に座ってコーヒー飲む、たばこ ・椅子に座って、テイクアウトの商品を待つ ・お店の人と会話 ・スマホいじりながらコーヒー→どのお客さんも店員さんとの会話がある。常連が多い ・犬と来て、ベンチで一緒にコーヒー飲んでた ・調査開始時には客と店員の会話があった		・テイクアウト待ち、待ち合わせ、携帯、会話、写ルンです ・カップルが多い ・ドリンク提供に時間がかかるため、待っている人が多い	

- 【結果】**
- ・ 午後よりも午前中の方が滞留者が多い
  - ・ 男女ともに20代30代の利用が多い
- 【考察】**
- ・ 店員と会話している人が多く見られたので、常連客が多いと考えられる。
  - ・ 一度にたくさん来ることは少ないため、それぞれが思い思いのことを滞留空間で過ごしている。

# 5-3 活動報告

## 4月 渋谷 SMILE フィールドワーク



5期にとって、初のプロジェクトがスタートしました。先輩方と共にフィールドワークを行い、ミーティングでは、フィールドワークで得た対象地に対する気づき・発見などの意見交換をしました。

## 5月 テーマリサーチ開始



「A：交通」「B：地域特性」「C：回遊性の主体」「D：オープンスペース」「E：周辺地域とのつながり」の4グループに分かれ、各テーマの視点から調査を行いました。そして、調査から得られたデータを元に、提案に向けた方向性を模索していきました。

## 6月 日建設計 中間報告会①



ご協力いただいている日建設計の方（渡部さん・田さん）に、これまでの調査内容の報告を行いました。また、「SMILE を活用した、渋谷の広域的な価値や人々のQOLを高めるまちづくり」の視点から、今後の提案に対する方針についても意見交換を行いました。

## 7月 提案班 始動

「A：奥渋谷 GREENWAY」「B：おくしぶ駅」「C：奥渋谷ロード」「D：2種類の SMILE」の4グループが始動。各班ごとに自分達のテーマから、本格的な調査及び提案内容を深く掘りさげていきました。

## 9月 日建設計 中間報告会②

各提案班ごとに、提案内容やそれに付随する調査データを共有しました。日建設計の方々から頂いた意見も元に、翌月に開催される東急及び渋谷区への中間報告会に向けて、資料作成や提案内容の調整を行っていきました。

## 10月 東急・渋谷区 中間報告会



東急・渋谷区の方々に向けて、提案内容の中間報告をしました。ここでいただいた意見やアドバイスを受け、提案内容のブラッシュアップを行いつつ、来月の SOCIAL INNOVATION WEEK での発表に向けて準備を行いました。

## 11月 渋谷 SMILE 社会実験 SOCIAL INNOVATION WEEK 提案発表



延期となっていた社会実験が遂に開催！日建設計さんからご依頼いただいた調査と、研究室独自で行う奥渋谷調査を行いました。SOCIAL INNOVATION WEEKでは、池田・原が代表として、全体提案「このまちが、おくしぶになる」を発表しました。

## 12月 報告書作成



1月に控えた企業の方々への成果報告会に向け、研究室にて報告書を作成しました。台割りから構成・デザインを考えると同時に、これまでの内容をわかりやすく・見やすくまとめる作業を行いました。

# 5-4 あとがき

3年 池田 光和子



プロジェクトを通して「自分ごと化してまちを創造すること」を学びました。現地調査と分析を繰り返し、粘り強く関わり続けた渋谷は、今では思い入れの深い場所となっています。コロナを忘れてしまう程充実した日々、貴重な経験と思い出、そして、関わって下さった全ての方へ感謝申し上げます。

3年 石井 さやか



本プロジェクトの思い出は、沢山あります。初めて本格的に参加させていただいたプロジェクトで、吸収できたものが多くありました！このような機会を与えて下さりありがとうございます！ここまで頑張れたのは周りの5期生のおかげです。ありがとう！お疲れ様でした！

3年 金澤 碧



私には忘れられない瞬間が2つあります。それは“奥渋というまちはない”から私達が作ろうとなった時と変更を重ねてできた“奥渋 GREENWAY”と最初の設定テーマが繋がった時です。これらは研究室が一体となり生まれたものなので、私は今後もチームとまちの関係を大事に活動したいです。

3年 吉川 遼



本プロジェクトは、リサーチから提案まで私たちが進めてきました。これまでの作業を振り返りながら報告書をまとめていると、苦労したことや大変だったことを思い出し、乗り越えた自分たちを誇らしく思いました。最後まで楽しく行えたのは研究室の仲間のおかげです。ありがとうございました！

3年 鈴木 杏奈



中島研に配属されて、初めての大きなプロジェクトでした。このように一冊の冊子になると達成感を感じます。そして「奥渋」に愛が芽生えました。プロジェクトの進め方を教えて下さった先輩方や私たちの計画提案に対してフィードバックして下さいました方々に感謝を伝えたいです。

3年 原 唯菜



奥渋についてたくさん調べて、たくさん考えて、みんなで一つのまちをつくりあげていく時間はとても充実していて楽しいものでした。これが現実になったらいいな…とは思いますが、そうならなくても、この一冊を通して何かしらの気付きや発見に繋がれば嬉しいです！

3年 村上 楓



私はプロジェクトに取り組んだ当初は、なかなかついて行くことができず不安でした。しかし、必死に食らいつく日々の中で多くのことを学び、最終的にSIWのプレゼンでは、今までのことを思い出してウルウルしちゃってました。(笑) 皆さんありがとうございました!!

3年 湯元 朝晴



本プロジェクトの対象となった奥渋は、本来の地名ではなく曖昧な存在の街であるため、一般的なプロジェクトとの違いに苦労しましたが、最終的には実際に奥渋を造っていくような提案に繋げることができ、本当の意味での「まちづくり」をしているようで非常に楽しかったです。

3年 横山 篤志



対象地域が奥渋という曖昧な地域のため、突破口が開けず難しい場面もありましたが、最終提案では奥渋の本質を捉えた納得のいくものになり、今では奥渋に愛着が湧いています。長期間の中で、苦しい場面もありましたが、それよりも楽しく充実した日々を実感することができました。

### 〈ご協力いただいた先生・先輩方〉

- |        |       |       |       |       |       |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 准教授    | 中島 伸  |       |       |       |       |
| 修士課程1年 | 山崎 翔史 |       |       |       |       |
| 4年生    | 伊藤 絵里 | 岩崎 瑛美 | 佐藤 健斗 | 鈴木 千寿 | 葦澤 綾乃 |
|        | 原 明日香 | 堀江 海来 | 三上 莉音 | 山本 朔也 |       |



---

令和3年度 渋谷 SMILE プロジェクト 2021「このまちが、おくしぶになる。」報告書

編著・発行：東京都市大学 都市生活学部 都市生活学科 都市空間生成研究室

協力：株式会社日建設計総合研究所

御礼：渋谷区・東急株式会社

発行日：2022年1月

研究室 WEB：<https://urbanism-crew.tokyo/>

---