

ショッピングセンターの屋外空間における地域住民の滞在利用に関する研究 ～市川市ニッケコルトンプラザを事例として～

都市空間生成研究室
2241098 中原 結

ショッピングセンター 滞在 屋外空間
パブリックスペース 地域住民

1. 研究の背景と目的

高度経済成長期以降に発展してきたショッピングセンター（以下、「SC」とする）は、従来の購買機能を中心とした商業施設から、屋外空間や滞行為を含む複合的な生活空間へと変化しつつある。しかし、首都圏郊外や住宅地に立地する施設を対象とした研究は限られており、屋外空間の形成過程や利用実態、地域社会との関係性については、体系的な整理が十分に行われていない¹⁾²⁾³⁾。

本研究は、住宅地に立地する大規模な SC「ニッケコルトンプラザ」を対象として、立地特性、屋外空間の利用に着目し、その成り立ちおよび利用実態を分析することで、その屋外空間が地域の滞在空間として成立する条件を明らかにすることを目的とする。利用実態調査から、どのような人にとってのパブリックスペースとして機能しているか明らかにし、成立条件と利用実態からこれからの民間におけるパブリックスペース計画に関する知見を示すことを目指す。

2. 研究の方法

本研究では、SC の屋外空間が地域に果たす役割を明らかにするため、次の手順で研究を進め、以下の項目から分析する。

- ①対象施設および周辺地域の立地特性と基礎条件の整理
- ②屋外空間における通過・滞在とその行為の実態調査
- ③運営関係者へのヒアリング調査

3. SC と市川市及び対象施設に関する分析

3-1. SC の変遷と特徴

本節では、これまでの文献^{注1)注2)}をもとに SC の変遷と特徴について整理を行った。SC は、自然発生的な商店街とは異なり、計画的に開発、管理され、複数のテナントが共同運営を行う点に特徴を持つ。

SC は欧米で 20 世紀前半に登場し、日本においては 1960 年代後半以降、高度経済成長と郊外化の進展を背景に本格的に展開した。日本の SC は、鉄道網を基盤とした都市構造や高密度な居住形態と結びつきながら発展し、郊外

型のみならず駅前型・都市型など多様な形態を生み出してきた。これまで発生してきた SC としては、アウトレットモールや利便性を追求したネイバーフッド SC、高品質を重視したライフスタイルセンターなどが存在する。

1990 年代以降は、規制緩和や消費行動の変化により大型化・複合化が進む一方、既存商業施設との競合や消費低迷を受け、SC は単なる購買空間から滞在性や体験性を重視する方向へと転換した。この過程で、SC における屋外空間は滞在や交流を促す生活空間として位置付けられるようになり、地域社会を支える都市的機能の一部として再編されつつあることがわかった。

3-2. ニッケコルトンプラザと市川市に関する調査

対象施設は、千葉県市川市南部の鬼高地区に立地する大規模 SC であり、住宅地と商業機能が混在する市街地に位置している。周辺は第一種・第二種住居地域を中心とした用途地域に指定され、日常的な居住環境と大規模商業施設が隣接する都市構造が特徴的である。また、市川市立図書館および千葉県立産業科学館といった公共文化施設が隣接する構成がある。

対象施設は工場跡地に建てられ、広大な敷地を活かした屋外空間や歩行者動線が計画的に配置されている。テナント構成は、日常利用性の高い物販、飲食、サービス系店舗を中心に、映画館やスポーツ施設といった余暇機能が組み合わせられ、特定の購買行動に限定されない利用を可能としている。

これらの立地条件および施設構成は、来訪目的の多様化や滞行為を誘発し、対象施設を単なる商業集積にとどまらず、地域住民の生活圏に組み込まれた滞在型の空間として成立させる基盤となっている。

4. 利用特性と施設の成り立ち及び管理運営に関する調査

4-1. 滞在実態調査

滞在実態調査では、対象施設屋外空間にある「青空テラス」を対象に、通行実態および滞在実態調査を行い、年齢層および行為内容から屋外空間の利用特性を明らか

にした。

通過者の年齢構成や通過方向による差は平日と休日では大きな差は見られなかった。滞在実態としては、特に青年層では滞在率が高く、会話や作業などの行為が多く見られ、交流や活動を目的とした利用が中心であった。一方、大人および子供の年齢層では滞在率が低く、買物や移動に付随した利用が主であることが示された。シニア層では休憩や食事といった限定的な行為が多く、利用の幅は比較的狭い傾向が見られた。

考察にはヤン・ゲール^{注3)}の屋外活動の3つの型を利用し、「青空テラス」は年齢層によって異なる役割を持ち、任意活動および社会活動が展開されている商業施設の屋外空間であると評価できた。



写真1 滞在空間の様子 (2025年11月撮影)

4-2.開発関係者へのヒアリング調査

対象施設の関係者へのヒアリング調査を実施し、住宅地に立地する大規模SCにおける屋外空間の形成過程と地域社会との関係性を明らかにした。

調査の結果、同施設では、工場跡地という敷地条件や大規模小売店舗法をはじめとする制度的制約を背景として、広域集客を目的とする商業施設ではなく、周辺住宅地との関係性を重視した施設像が当初から構想されていたことが明らかとなった。そして、治水条件や緑地指定といった制約は建築的自由度を制限する要因であった一方、人が滞在可能な屋外空間を積極的に取り込む計画的判断を促し、駐車場のピロティ化や地上レベルの開放性確保といった空間構成に繋がったことが明らかになった。

屋外空間の活用については、関係者へのヒアリングを通して、明確な用途を事前に設定せずに運営過程における試行錯誤を通じてイベントや活動が定着してきた点が特徴として確認され、屋外イベントは販促目的にとどまらず、地域住民や来訪者、作家など多様な主体の関係形成を促す場として機能していたことが分かった。さらに、庭園や緑地の維持管理に地域住民の参加を取り入れる運営体制により、商業施設でありながら公共的性格を併せ持つ空間としての位置づけが強められていることが示さ

れた。加えて、工場時代から長くその地に根付き、土地所有者かつ運営主体である企業の長期的視点に基づく価値観が短期的な収益性に偏らない施設運営を可能にし、屋外空間や文化的活動の継続を支える要因となっていることは明らかとなった。一方、開業から年数を経た現在、施設の更新や社会状況の変化に対応しながら、こうした地域的、公共的価値をいかに維持、継承していくかが今後の課題として示唆された。

5. 結論

本研究では、市街地の住宅地に近接して立地する大規模SC「ニッケコルトンプラザ」を対象に、屋外空間の成り立ちと利用実態を分析し、地域における滞在空間としての条件とその滞在空間が誰にとってのパブリックスペースとして機能しているのかについて研究を行った。その結果、民間の屋外空間が地域の滞在空間としての成立条件として、住宅地という立地条件、公的文化施設の隣接、土地の制度的な制約、住民性に沿った販促活動、企業サイドの長期的な視点といった企業文化が関与していたことが明らかとなった。

また、対象施設の屋外空間は、購買行動に付随する利用にとどまらない地域住民の日常的な滞在や交流の場として機能し、計画的に設計された歩行者動線や広場状空間により、年齢層や目的に応じた多様な行為が多く確認された。特に青年層においては、会話や作業といった任意活動・社会活動が多く見られ、対象SCにおける屋外空間が滞在を前提とした場所として利用されていることが示された。よって本研究では、SCのパブリックスペース計画における知見として、大規模SCにおける屋外空間の特徴を示した。

注

- 1) SC経営士会(2013)、「新・ショッピングセンター論」、織研新聞社
- 2) 中山亮(2024)、「図解入門業界研究 最新 SC業界の動向とカラクリがよ〜くわかる本」、株式会社 秀和システム
- 3) ヤン・ゲール、北原理雄訳(2011)、「建物のあいだのアクティビティ」、鹿島出版会、pp.14-21

参考文献

- 1) 泉山墨威・秋山弘樹・小林正美(2015)、「都心における「民有地の公共空間」の活用マネジメントに関する研究」、『日本建築学会計画系論文集』、第80巻、第710号、pp.915-922
- 2) 小林 健治(2018)、「ショッピングモールの使いこなしに関する研究」、『人間・環境学会誌』、第25回人間・環境学会大会、21巻、1号、p.25
- 3) 山貫 崇之・澤木 昌典・鳴海 邦碩(2000)、「民間企業が提供するパブリックスペースの分布状況と利用実態に関する研究」、『都市計画論文集』、35巻、pp.1069-1074