

11

章 都市のスキマ空間

／都市市民の古くて新しい居場所 ” The Great Good Place”

序

1 1 - 1 都市の隙間空間の演出手法

1 1 - 2 日本における事例

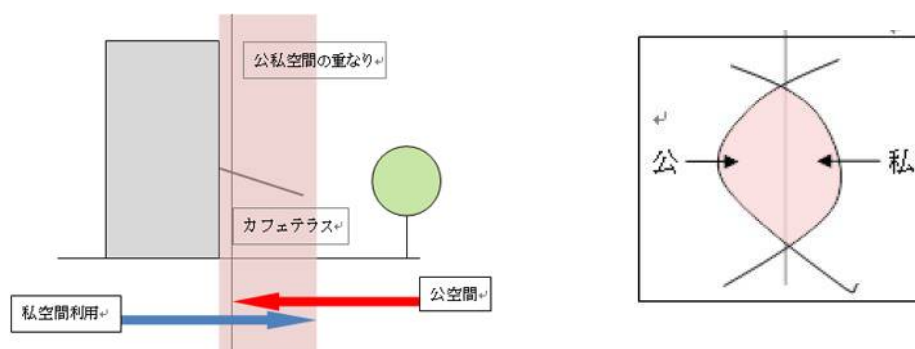


序

都市の空間はモーターゼーションが起きる近代まではヒューマンな空間であったが、近代都市計画における「機能優先の合理主義」によって車に占領されてしまった。

20 世紀後半の都市計画思想を一変させたといわれるジェイン・ジェイコブスは、1961 年に近代都市計画を批判する啓蒙書「アメリカ大都市の死と生」(The Death and Life of Great American Cities) を著し、アメリカの大都市が自動車中心になり人間不在の状況になっていることを指摘した。また、アメリカの社会学者レイ・オルデンバーグは、その著書「ザ・グレート・グッド・プレイス」(The Great Good Place) で、都市生活の拠り所となる大切な居場所が失われていると警告し、都市の魅力を高める概念・哲学として、「サードプレイス」という憩いの場所が必要だと言った。ヨーロッパでは、広場・カフェがオルデンバーグのいうサードプレイスの役割を担い、良好な街のイメージを構築し、都市生活の質向上に一役かっている。かつて日本も路地など「道」がその役割を担っていた。まちでは玄関前の道にバッタリ椅子を倒して夕涼みや将棋を指す人々がいた。それはあたかも家の内部空間が外部に染み出しているような空間（内部空間の外部化）であったが、近代の均質な都市更新により姿を消しつつある。

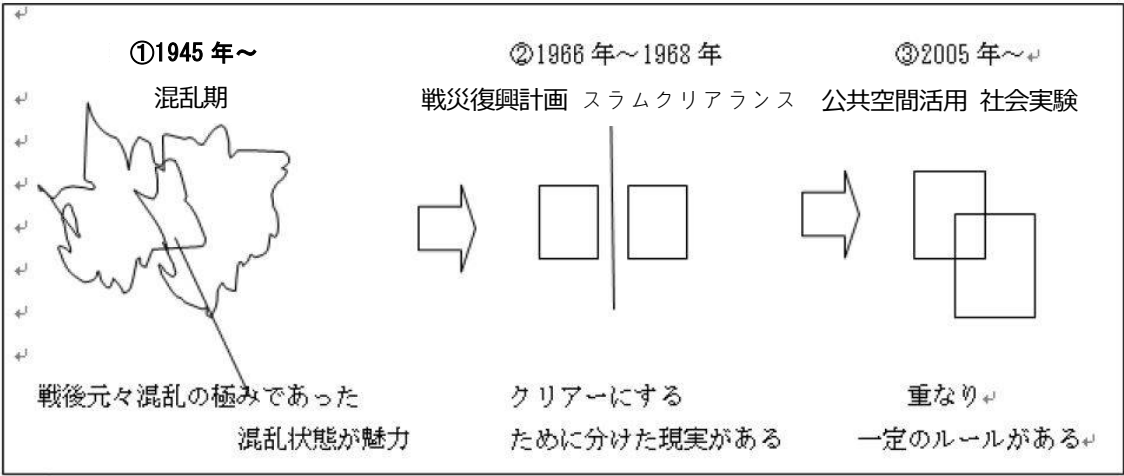
こうした車に占領されてしまった都市の空間を、人々が愉しめる魅力的な空間に取り戻す必要がある。特に、超高齢社会を迎えた我が国において、都市に老後の自由な生活を愉しめる魅力的な空間が今必要とされている。しかし都市を変えていく場合、道路や広場整備には予算も時間もかかる。現在あるインフラを変えずに地域住民が利用できる空間を工夫するには公共空間に対するこれまでの考え方を少し変える必要がある。



公私空間が重なった曖昧な領域

つまり公共空間がこのサードプレイスとなる可能性は、都市の外部空間という公的な空間に私的な内部空間が染み出し、公空間と私空間が重なった曖昧な関係になった領域に見ることができる（前掲図）。これまで使われていなかった都市の隙間空間を利用することで、まちがもっと魅力的な空間に変貌する可能性を秘めている。筆者が見聞した都市の魅力的な隙間空間の演出の手法と事例を、以下に示す。

都市の公私空間の変化



広島市河岸の昔と今ー復活されたにぎわい



（広島市生活研究会 1985「広島被爆 40 年史 都市の復興より」）

1 1 - 1 都市の隙間空間の演出手法

(1) <天井>の演出

都市の歩道上部に、アーケードではなく、風船のようなものを付けるだけで<天井>が生まれ、外部空間が内部化する。



(2) 家具による演出

まちの路地にテーブルとイスを置くだけで、路地がインテリア化し、社交の場へと変貌する。



ストリートファニチャーはその名のとおり「街の中の家具」、置くだけで居間や寝室のベッドのようになる。



(3) 音による演出

街角での演奏は、都市をたちまちコンサート会場へと変身させる。



（４）照明による演出

非日常的な照明効果により、あたかも集り灯のように人々が集まる。



（５）床の演出

外部空間が内部化するには、そこが人の集まる空間であることが人々に認識されなくはない。真っ暗な空間では人は集まらない。演出が必要である。



道に描いたチェス盤は大人の遊び場。何もない空間は通り過ぎるだけであるが、よく工夫された大人の遊び場は、人々の社交場へと変身する。



(6) 乗り物による演出

道がクルマに占領されてしまって久しいが、逆転の発想で乗り物は人が道を愉しむ道具に変わる。ビールバーを公共空間に固定設置するには色々と法的障害があるの、乗り物にして法を逃れ、ついでに街を回遊して販促しようーとの発想である。街を回ると酔いもまわる！



(7) 街のインテリア化

乗り物の広告は普通、車内（インテリア）に設けられるが、この広告はエクステリアに設けられている。街のインテリア化である。



(8) 境界の演出

狭い路地に店（のインテリア）がはみ出している。公私空間が重なった曖昧な空間であると同時に、街のインテリア化の始まりである。



1 1 - 2 日本におけるスキマ空間の事例

公空間と私空間が曖昧な、公私重なり関係にある「都市の隙間空間」の事例では、下表のように公空間を活用しているケースが多いが、いずれも様々な文献で数多く紹介されているので、本文では近年話題となっている私有地活用の隙間空間の事例を中心に示す。

	利用空間	活用事例
公私 重なり 空間	公園 河川 歩道 道路	呉・蔵前通り公園屋台 広島・江波山公園シェ・ヤマライ 広島・京橋川オープンカフェ 大阪・北浜テラス ヨーロッパのオープンカフェ 転用（事例 2-4）
	私有地	神戸・イートンテラス（事例 2-1） 灘・高架下（事例 2-2） ゲストハウス・地域交流空間（事例 2-3） 住み開き・オープンガーデン（事例 2-4）

（1）神戸・イートンテラス

クロドニーの裏庭

神戸市灘区の水道筋商店街にある店舗と店舗の間のスキマを通り抜けると、その狭さゆえにこれまで物置でしか利用していなかった袋小路の裏庭がある。ここをポケットパークのようなテラ



スに変貌させることによって、手前の店でビールをテイクアウトして仲間通しで語り合う交流の空間が生まれている。こうした活用は商店街の奥行きを広げ、賑わいと活性化を生み出す手法となる可能性を秘めている。

ポケットパークに生まれ変わった裏庭



（２）灘・高架下空間

鉄道の高架下は一般的に駐車場や倉庫の利用が多い。また、未利用のケースも多く、寂しい空間となっている。しかし、高架下ならではの高さやアーチなどの空間が特徴である。こうした隙間空間は利用されていないが潜在的な魅力のある空間でもある。

阪急電鉄 春日野道駅から王子公園駅にかけて続くコンクリート剥き出しの高架下空間では、ここ数年で工房やアトリエなどが集まり始めた。灘高架下と呼ばれるこのエリアには現在、額縁工房、鞆工房、靴工房、家具工房、フローリングショールームやランドスケープデザインのオフィス、DIY 設計集団の工房、ダンススタジオ、ギャラリー、玩具店、フィットネスジムなどが入っている。数多くのショールームや工房、空きスペースを利用した空きバルなどがあり、中に入ると素晴らしい空間を体験することができる。



灘・高架下空間

（３）まちの魅力をゲストハウスからつくる

昔の日本は縁側空間で地域の人とのコミュニケーションが行われていたが、こうした地域コミュニケーションの衰退により、これまであったような地域のつながりがなくなっている。これに対して、近年、ホテルよりも廉価でお洒落なゲストハウスは、外国人観光客に人気で、都市部はもとより、地方観光地にも増えている。その人気は、1泊 2500~3500 円で泊まれるリーズナブルな料金設定という理由以外に、カフェやレストラン、バーといった交流空間が併設されている点にある。もともとは宿泊者のための情報共有や交流、観光案内所のような空間であったが、こうした交流スペースが外部にも開放し、いまや都市や地域の交流空間のひとつとして認知されつつある。

国内のゲストハウスは約 800~1000 とはいわれ、空前のゲストハウスブームとなっている。ブームの先駆けは東京の「toco.」「Nui.」などであるが、広島県では尾道市に「あなごのねどこ」、廿日市宮島に「バックパッカーズ 宮島」があり、広島市中心部には「広島ゲストハウス碌 roku」がある（次写真）。また、ゲストハウスではないが、演奏会や



バックパッカーズ宮島

ゲストハウス碌（ホームページより）

展覧会を行い地域の交流拠点となっている「コミュニティサロン可笑屋」や、住民自ら発案し住宅の一部を改装した地域カフェ「みちくさ」、長屋の再生を通じてその内部に建物・敷地レベルで共用空間を創出している「からほり倶楽部」など地域の交流空間を自分たちで創る動きも出てきている。

広島ゲストハウス碌 roku は、広島市中心街から近い白島エリアに 2014 年 6 月 9 日に一軒家を改装して OPEN した宿である。こうした、ゲストハウスが地域の交流空間となっているかどうかについて、「広島ゲストハウス碌 roku」の周囲半径 150m の地域住民へのアンケート調査結果（藤本研究室）でわかったことは、宿泊者以外も交流空間が利用できることを知っている地域住民が 70% もおり、年代別に見ても、特に 40~50 代の

人は全員が知っていた。実際に利用したことがある地域住民は 35%とまだまだ少ないが、男性の方が利用したことがある割合が高く 56%の人が利用をしていた。利用していない人の理由では「入りにくい」が最も多いが、利用している人で、2 回以上の利用者は 88%もあり、中でも 5 回以上の利用者が 43%いた。こうしたゲストハウスが今後、地域交流の空間として認知されていく可能性がある。

(4) 住みびらき・オープンガーデン

住みびらきとは、自宅や個人事務所などの私空間をセミパブリックなスペースとして開放（公空間）している活動のことである。その行為や活動を行っている意図は、各人様々であるが、青森県八戸市では中心市街地活性化のためにこの住み開き実験を行おうとしている例もある。同様の趣旨のものとして近年、地域の生活や文化を体験する、まち歩きをする—といった新しい観光スタイルが登場し、一般の住宅や店舗において、こうした観光客に自分の庭園などを公開する「オープンガーデン」や、ひな人形・屏風・蔵などを公開する私的空間開放の取り組みの例なども見られる。このように、最近では公空間に私空間を展開する取り組みだけでなく、私空間に公空間を展開する取り組みもよく見られるようになってきた。



「住みびらき」読売新聞 2010. 4. 6

(5) 転用

日本では道路空間を使用するには厳しい制約があったが、都市再生特別措置法の「道路占用許可の特例」などの近年の規制緩和で道路空間を弾力的に利用促進する方向には向かっている。しかし、の一方でもうひとつの制約である、交通管理者である警察の



Daily MIV “The rise of the parklet in Vancouver” Modacity

「道路使用許可」がネックとなっている。そこでパークレット（Parklet）のように、一時的利用のコインパーキングを車から取り戻しパブリックスペースに転用したり、駐車場から車を締め出してカフェに転用したりというような、近年話題となっている「タクティカル・アーバニズム」（TACTICAL URBANISM）のエリア・マネージメントにより、車から道を取り戻す可能性が生まれる。

「パタン・ランゲージ」から

112 ENTRANCE TRANSITION／入ると別世界

住宅の内部は外とは別世界でなくてはならないーとの意を述べた一文であるが、別世界であることが唯一の存在意義である＜都市のスキマ空間＞にも使えるデザインコンセプトである。