都市における商業施設の公開スペースの構成

COMPOSITIONS OF OPEN SPACES IN URBAN COMMERCIAL BUILDINGS

三浦彩子*, 金子晋也**, 是永美樹***, 八木幸二****

Saiko MIURA, Shinya KANEKO, Miki KORENAGA
and Koji YAGI

The aim of this study is to clarify the spatial composition of open spaces in urban commercial buildings. As a case study 91 commercial buildings of central Tokyo are analyzed. In high-dense city such as Tokyo, open spaces of commercial buildings are widely recognized as main private open spaces. Focusing on formation and accessibility of three-categorized open spaces as outside, semi-outside, and inside-common spaces, 13 types of spatial compositions are identified. In commercial high-dense city it is possible to draw not only customers but also the general public from street into commercial buildings. Therefore, this paper examines continuity between street and their open spaces from connection between aforesaid spatial compositions and layout of shop entrances.

Keywords : open space, commercial building, city, composition, street, continuity
公開スペース, 商業施設, 都市, 構成, 街路, 連続性

1. 序

1-1. 研究の背景と目的

都市における商業施設には、複数の店舗が集合し、オフィス・劇場・ホテルなど他用途と複合するもの、地下鉄や鉄道など都市インフラと接続するものなど、複雑な業態のものが多くみられる。これらの商業施設には、店舗などの売り場や、荷撒き・仮置などを行うサービス部、オフィスなど他の用途として使用される部分以外にも、アトリウムなど特定の用途を持たず一般により広く公開される部分がある。それら広く公開された空間には広場の空間として街路に開放するとともに、施設内のアトリウムと連続させるなど、単なる共用の場ではなく、集客や滞在時間の延長も目的とするような意匠を持つ例も多い。また、入れ替わりの激しい店舗・テナントに対し、施設内でも比較的長く存在することから、広場や公園など公共空間が少ない高密度な都市の商業地において、人々に馴染みのある半公共的な場となっていると言える。本研究では、このような空間を公開スペースとし、その構成を明らかにすることを目的とする。

また、都市の商業施設には高容積を実現するため高層となる例も多くみられるが、接地階の賃料が一般的に最も高いことなどからもうかがえるように、接地階の街路からの集客を重視していると考えられる。これは、高密度な都市の商業地では常客以外にも不特定多数

を対象に集客が可能であるとも捉えられ、例えば分棟配置として街路と連続性のある外部空間を計画するような商業施設も多くみられる。このような街路と公開スペースとの連続性について、街路を介し施設深部または店舗入口へどのように至るかを併せて考察する。

1-2. 研究の調査対象と方法

本研究では、東京にある商業施設91件^{a1)}を対象事例とし、その接地階の公開スペースと、街路以外の都市インフラと接続する場合はその接続が公開スペースに影響を与えていると考えられることから、それらと接続する階の公開スペースについても分析・検討する^{a2)}。

まず、公開スペースの構成に影響を与えられると考えられる商業施設の特徴として、オフィスなど他用途との複合、商業施設の規模、地下鉄など都市インフラなどとの接続、街路との接道、店舗の配置をみる(2章)。公開スペースは、主に街路を介して一般に公開されるが、その公開の度合いの差などから、公開スペースを以下の3つの部分に分けて捉える。すなわち、街路が拡張したような空間や広場など、街路と隣接することで最もよく公開されていると考えられる外部空間と、屋根・天井の架かる屋外空間であり、主に街路から外部空間を介して存在する半外部空間と、夜間には施錠され公開されない場合もある、アトリウムなどの屋内空間である共用内部空間との

* DeAM 修士(工学)

** 東京工業大学理工学研究科博士後期課程 修士(工学)

*** 東京工業大学理工学研究科 助教・工修

**** 東京工業大学理工学研究科 教授・工博

DeAM, M. Eng.

Tokyo Institute of Technology, M. Eng.

Assistant Prof., Tokyo Institute of Technology, M. Eng.

Prof., Tokyo Institute of Technology, Dr. Eng.

3つに分け、それぞれを形状とアクセス（店舗入口・他階アクセスなど）や立体的構成から捉える（3章）。次に、3章で得られた外部・半外部・共用内部空間の複合である、各商業施設の公開スペースの構成について分析・類型化し、2章で得た商業施設の特徴も併せてみる（4章）。得られた構成類型について、街路から施設深部や店舗入口へと至る連続性という観点から比較・考察する。

1-3. 既往研究・本研究の意義

商業施設を対象として扱った研究では、施設内休憩空間と歩行者動線の関係などの実態的な調査を行うなど、快適性に関するもの¹⁾や、沿道化の背景や状況を実証したもの²⁾、立地や物理的条件から外部のアクセス部分を類型化し、居住者へのアンケート調査から生活環境との対応関係を分析したもの³⁾などがみられるが公開スペースの空間の構成について分析したものは少ない。

また、公開スペースに関するものでは、建築家の言説からパブリックオープンスペースについての設計コンセプトを分類・分析したもの⁴⁾、SD法を用いて心理的評価の要因を見出し、それをもとに空間構成要素を分類したもの⁵⁾、外部空間について配列・接続から構成を分析したもの⁶⁾があるが、本研究のように商業施設を対象に外部空間を街路から共用内部空間や店舗へ至るひとつの過程と捉え、さらに内部空間に至るまでの一連の公開スペースを分析したものはみられない。商業施設の空間の構成に関する研究は少ないが、これは商業施設が改築や改装を前提に計画される例も多く、他の建築に比べ消費的・風俗的傾向が大きい⁷⁾ことから、研究的意義を見出しにくかったことに起因すると考えられる。しかし、商業施設は20世紀に最も発展したビルディングタイプのひとつであり、複数の商業施設が集合して街や通りのイメージを形成し、都市において馴染みある公開スペースを形成していることも多く、商業施設の公開スペースについてその構成を把握することは、意義のあることと考える。

2. 商業施設の特徴

2-1. 他用途との複合

まず初めに、オフィス、住居、劇場など他用途との複合のあり方をみた（表2）。全91件のうち、51件は他用途と複合する複合商業施設である。特に、劇場やホテルなど不特定多数を対象とする用途と複合し集客力向上を図っていると捉えられるものも多くみられ（20件）、商業施設の公開スペースが劇場ホワイエやホテルロビーなど他の施設が有する公開スペースと接続または近接し、各用途を繋いだり隔てたりする例がみられた^{注3)}。

2-2. 規模

規模について、敷地面積から比較し、件数のばらつきによって対象事例の規模を特大・大・中・小の四つに分類した（表3）。小規模なものから地域開発的な大規模なものまで、多様に分布していることが分かる。

2-3. 接続都市要素の抽出とその接続

近年、駅近傍に併設された駅ビルや駅構内に出店する駅ナカのように、都市における商業施設と都市インフラとの境界はさらに曖昧なものとなっている。このような、地下鉄や鉄道など様々な都市インフラと連結する以外にも、隣地公開空地に接する場合は、商業施設の公開スペースをそれと接続させたりする例もみられる。街路以

表1 分析例

表2 他用途との複合の種類

数	0 (40)	1 (30)	2 (16)	3 (3)	4 (2)
種別	オフィス 住居 劇場	オフィス+住居 オフィス+劇場 オフィス+ホテル	6 5 5	オフィス+劇場+住居	2

表3 規模の分布 (件)

特大	30000 m ² ~	6 件
大	10000 m ² ~ 30000 m ²	21 件
中	2500 m ² ~ 10000 m ²	19 件
小	~ 2500 m ²	45 件

表4 接続都市要素

種類 (述べ件数)	地下鉄	20 件	接続なし	1種と接続	2種と接続	3種と接続
	ベデストリアンデッキ	17 件		地 (10) 鉄 (2) 隣 (2)	鉄へ (6) 地隣 (1) 地へ (4) 地鉄 (2)	地鉄へ (2) 地隣へ (1) 地隣へ (5)
	隣地公開空間	8 件	57 件	14 件	15 件	5 件

表5 接道と建築配置

建築配置	1 (24件)		2 (39件)		3 (9件)		4~ (19件)	
	単層 (22)	複層 (2)	単層 (26)	複層 (13)	単層 (6)	複層 (3)	単層 (7)	複層 (12)
一棟 (70)	18	2	20	12	6	1	4	7
分棟 (21)	1 接道 / 単層 / 分棟		2 接道 / 単層 / 分棟		4 ~ 接道 / 単複 / 分棟			
	4	0	6	1	0	2	3	5

表6 敷地に対する店舗の配置

店舗の配置	偏在 (29)			散在 (62)	
	辺		面 (62)	全面	分散
	点 (7)	縁に並列			
	集合	9	奥へ並列	10	52
他用途との複合		9	8	1	2 7
他用途との複合あり	6	9	8	1	2 7
他用途との複合なし	1	0	5	9	2 5

外からの集客を図るこれらの接続形態は、公開スペースの構成にも影響を与えるものと捉えられることから、それらを接続都市要素として抽出した（表4）。全91件中34件が接続都市要素と接続していた。

2-4. 接道と建築配置

次に、対象とする商業施設について、接道数および街路や接続都市要素と接続する層の種類（単層/複層）と建築配置との関係を見た（表5）。接道数4以上の商業施設のみ、都市要素と複層で接するもの（12件）が単層で接するもの（7件）よりも多く、分棟配置をとる割合が大きい。接道数3以下ものは一棟配置が多いものの、接道数が2以下で単層のもののように平面・立体的ともに接続都市要素と

少なく接続するものでは、分棟配置として敷地内に空隙を与え街路と連続した外部空間を持つ割合が大きくなる。

2-5. 店舗の配置

敷地に対する店舗の配置をみた(表6)。敷地に店舗を散在させるものが大半であったが、偏在させるものもみられた。また、店舗の配置と他用途との複合との関係をみた。他用途と複合する商業施設は敷地内に店舗を偏在させ商業エリアを区分する割合が大きい。また、複合しないものは店舗を奥へ並列させたり散在させたりするなど敷地全体にわたってアクセスを促すものが多い。

3. 商業施設の公開スペース

3-1. 外部空間の位置形状とアクセス

広場や街路を拡張したような屋外の公開スペースである外部空間(延べ114件、78物件)⁽⁴⁴⁾は主に街路に隣接する公開スペースであることから、街路に対する位置を併せた位置形状と、どのような分岐の仕方があるかをアクセス(店舗入口・他階アクセスの有無)として、それらの関係から外部空間の構成をみた(表7)。

街路と並行する形状の外部空間のうち、店舗入口・他階アクセスのどちらにも面しないものは**街路拡張**的な空間と捉えられ、店舗入口には面せず他階アクセスのみあるものは**他階アクセス強調**と捉えられる。これらを、同様の並行形状で店舗入口に面する**店舗前街路拡張**の外部空間と併せ**A1:街路並行**と分類した。店舗入口に面しない外部空間のうち、面的広がりをもつもの(以下表中:塊)は、半公共的な広場的な外部空間を街路に開放する**A2:開放広場**である。対して、**A3:店舗前広場**は同様の広場的な外部空間を街路に開放しながらも店舗入口前空間とするものである。これらA1:街路並行、A2:開放広場、A3:店舗前広場は街路周縁部に位置し外部空間の中でも前部にある公開スペースと捉えられる。

敷地深部に伸び、面的な広がりをもたない外部空間には、店舗入口に面さない**B1:深外部誘導**と、店舗入口に面する**B2:深店舗誘導**がある。敷地深部に面的広がりを持つ外部空間のうち、**中庭回遊**は連続した外部空間を介し中庭的空間に至るものであるのに対し、**中庭単一**は建物に囲まれ独立的に存在するものである。これらの多くは店舗入口と面し(16/19件)、面しないものも他階アクセスがあり他階店舗などに至る段階的空間であることが分かる。つまりこれらは何らかのアクセスに囲まれた中庭空間であり**B3:アクセス中庭**と捉えられる。これらB1:深外部誘導、B2:深店舗誘導、B3:アクセス中庭は敷地深部へ伸びるもので、特に37件中34件においては何らかのアクセス(店舗入口・他階アクセス)がみられる店舗入口や他の階に至る段階的空間である。

3-2. 半外部空間の位置形状とアクセス

ピロティなど、建物に付随し屋根や天井をもつ半外部空間(延べ180件、78物件)⁽⁴⁵⁾は、全天候型の内部空間に準ずる屋外空間として開放的なイベントスペースにするなど外部や共用内部空間とは異なる役割を持つ公開スペースである。半外部空間についてその層構成と種類をみると(表8)、過半数は複層に広がるものでピロティが多くみられた。

半外部空間の建物に対する位置を併せた位置形状と、どのような分岐の仕方があるかをアクセス(店舗入口・共用内部空間の入口の有無)として、それらの関係から半外部空間の構成をみた(表9)。

表7 外部空間の構成

単位: 延べ件数

位置形状	並行 47	塊(S) 18	垂直 40	塊(前)S 13	塊(前)Sアリ 10	塊(前)Sアリ 11
アクセス	W:小 W:連続	S:突出 S2:切欠	D:幅小 D:幅大	塊(前)S 塊(前)Sアリ	塊(前)S 塊(前)Sアリ	塊(前)S 塊(前)Sアリ
店舗入口	12	10	2	3	8	8
他階入口	35	20	5	1	2	11
29	8	2	0	1	1	0
32	2	4	1	4	1	2
20	1	0	0	0	0	4
33	4	9	1	0	0	5
店	店前街路拡張	A1:街路並行	A3:店舗前広場	B2:深店舗誘導	B3:アクセス中庭	
店						

表8 半外部空間の層構成と種類

		単位: 件(層構成)、延べ件数(種類)		単位: 件(層構成)、延べ件数(種類)		単位: 件(層構成)、延べ件数(種類)		単位: 件(層構成)、延べ件数(種類)		
層構成	単層	24	ピロティ	87	スラブ下(無柱)	68	ガレリア	5	庇	20
	複層	54								

表9 半外部空間の構成

単位: 延べ件数

位置形状	沿う 102	沿わない 40	沿う+沿わない 38
アクセス	並行 84	塊(S) 18	垂直 40
店舗入口	W:小 W:連続	S:突出 S2:切欠	D:幅小 D:幅大
内部入口	50	34	11
14	3	3	4
52	19	9	2
65	19	12	3
49	9	10	6
店	店前街路拡張	X1:前部強調	X2:店舗前強調
店			

位置形状が建物に沿うものには、店舗入口・共用内部空間のどちらにも面せず、建物外形を強調する**外形強調**、共用内部空間の入口のみに面するものとして、面的広がりがない**内部アクセス強調**、面的広がりのある**内部前広場**がある。これらは建物前部に広がり、店舗入口に面しないものとして**X1:前部強調**と捉えられ、中でも共用内部空間に至る段階的空間である内部アクセス強調が多くみられた(28/40件)。また、建物に沿い店舗入口に面する半外部空間には面的広がりがない**X2:店舗前強調**や、面的広がりを持つ**X3:店舗前広場**がある。これらX1:前部強調、X2:店舗前強調、X3:店舗前広場は深部には至らず建物周縁部に位置し半外部空間の中でも前部にある公開スペースと捉えられる。

建物に沿わない半外部空間には幅小の通路的空間がある。その他建物深部へ延びる半外部空間には店舗入口に面しない**Y1:深部誘導**、店舗入口に面する**Y2:深店舗誘導**、面的広がりを持ち建物深部や店舗入口へ至る途中に広場的空間が開ける**Y3:段階誘導**がある。

3-3. 共用内部空間

アトリウムなど、屋内の公開スペースである共用内部空間(延べ93件、56物件)について、その有無と規模(敷地面積)との関係について比較した(表10)。中規模以上のものは共用内部空間をもつものが多い。

次に、共用内部空間における層構成と、店舗入口・他階アクセスの有無(表11)をみた。大多数の共用内部空間は複層に広がる、店舗入口に至る段階的空間であることが分かる。

また、吹抜けなど立体的な空間の広がりを与えるものを立体要素として、ブリッジや回廊などさらにアクセスの種類を表す要素を部分立体要素として抽出した(表12)。

形状と立体要素の有無から、共用内部空間の構成をみた^{注6)}(表13)。矩形単一のものでは、並行形状の前面内部と、幅小の垂直形状で立体要素の少ないコリドールがある。これら建物前面に位置しながら立体要素の少ない共用内部空間は他の公開スペースから店舗入口へ至る、**あ1：アプローチ**と捉えられる。建物前面に位置し、面的・立体的にも広がりのある大空間は、**あ2：エントランスホール**と捉えられる。単層枝状に広がる、**あ3：単層分岐**には、面的広がりや環状通路を持たないものが多い。幅大で建物深部へ伸びるものには、立体要素のない、**い1：通過誘導**、立体要素が広範囲に及ぶ、**い2：強誘導**に分けられ、強誘導の共用内部空間は側・天井の両面をガラスとするガレリア型であった。また、矩形複合で立体要素を持つものには、ホールのような面的広がりを持ちそこから分岐した空間を構成する**ホール拡散**や、面的広がりを持たない**立体分岐**などがみられ、これらは立体要素を部分的に持ち、吹き抜けなどの立体的空間が急に広がるものが多く、**い3：立体緩急**とする。

4. 商業施設の公開スペースの構成

4-1. 敷地内貫通

敷地内貫通として、外部・半外部・共有内部空間からなる公開スペースの連なりが貫通路となり、街路から対面する街路などへ通過できるかをみた(表14)。また、敷地内貫通と建築配置との関係をみた。一棟配置では外部空間による貫通は物理的につくりにくいが多半外部・共用内部空間などの公開スペースを接続させ貫通路を有するものが多く(37/70件)、ただの公開された空間としてだけではなく、街路を延長したような通過機能を併せることによって、集客を図っているとも捉えられる。また、分棟配置では貫通路を持つものの割合がより大きく(17/21件)、分棟として外部空間による貫通をつくりやすいと捉えられ、中でも貫通路を複数有するものが大半である。

4-2. 商業施設の公開スペースの構成

3章で得られた各公開スペースの特性から、商業施設がどのように空間を誘導的に設けているかを公開スペースの空間構成とし、13の類型を得た(表15)。

類型①～⑧は共用内部空間を含み複数の公開スペースを有し、⑨～⑬は主に屋外の公開スペースのみを有する商業施設である。

アトリウムや吹き抜けなど立体的な内部空間を持つ類型①～④のうち①**外部回遊内部立体型**は、外部空間深部と半外部空間前部の両方に他階アクセスや店舗入口などに面す中庭空間を設けるなど、屋外の広場的空間を充実させるものである。②**外・半外・内部誘導型**は、街路に開放した広場の外部空間や中庭の半外部空間を配し、立体的な共用内部空間を設けもので劇場と複合する例が多く、一連の公開スペースで広がりを与え誘導するものである。③**外・半外部誘導型**は、店舗入口に面しない開放広場を街路に解放し、建物深部へ伸び店舗入口に面する誘導的な半外部空間を持つものである。④**外・内部誘導型**は、外部空間で広場を設けるものである。①～④は接続都

表10 共用内部空間の有無と規模 単位:件

	規模			
	特大	大	中	小
アリ(56)	6	18	17	15
ナシ(35)	0	3	2	30

表11 共用内部空間の層構成とアクセス 単位:件

層構成	単層	6 / 56	店舗入口アリ	51 / 56
アクセス	複層	50 / 56	他階アクセスアリ	51 / 56

表12 共用内部空間の立体要素 単位:延べ件数

部分立体要素	側面ガラス(天井面非透過)	上面ガラス(側面非透過)	両面ガラス(側面・天井面)	吹き抜け
ナシ(36)	2	11	6	17
アリ(12)	2	2	5	3

部分立体要素=回廊・ブリッジなど

表13 共用内部空間の構成 単位:延べ件数

形状	矩形単一 37				矩形複合(枝状) 56			
	並行 7	塊 13	幅小 6	幅大 11	中央/全体 13	偏在 16	環状 16	環状 17
立体要素	7	5	5	6	0	2	12	8
ナシ 45	7	5	5	6	0	2	12	8
アリ 26 (部分)	0	0	1	0	9	10	3	3
アリ 22 (広範)	0	0	5	4	4	1	0	0

表14 敷地内貫通 単位:件

敷地内貫通	ナシ 37	アリ 54	
		単一 22	複数 32
建築配置			
一棟(70)	33	19	18
分棟(21)	4	3	14

□: 外部空間 □: 半外部空間 ■: 共有内部空間

市要素と多様に接続し複数の貫通路をもつ大規模商業施設が多い。⑤～⑧は外部・半外部・共用内部空間のいずれかひとつが誘導的な公開スペースとなるもので⑤**半外部誘導内部収縮型**は、深部へ伸びる誘導的な半外部空間を持つもので接点数小・一棟配置のものが多くみられた。⑥**内部誘導型**は、外部・半外部空間ともに街路拡張的(並行)であるが、共用内部空間に至ると吹き抜けやアトリウムなどの立体的な空間が広がるものである。これらは一棟構成ながらも貫通路をヴォリュームに通すものが多く、通過の過程において急激に空間が広がるもので、店舗を分散させて誘導するものである。⑦**外部誘導型**は、外部公開スペースを街路から敷地深部に伸ばし誘導するものである。対して、⑧**外部広場型**は、貫通路を持たないものが多く外部空間を街路近傍の広場として開放するものである。

共用内部空間をほぼ持たない類型⑨～⑬のうち、⑨**中庭・半外部誘導型**は、他階アクセスや店舗入口に囲まれる外部中庭空間や、建物深部へ至る半外部空間などを配し、変化に富む屋外空間持つものである。⑩**中庭開放型**は、店舗を敷地に分散させ、外部空間深部の中庭へ誘導する小規模な商業施設である。⑪**半外部誘導型**は、半外部空間を建物深部へ伸ばすものであり、一棟からなる小規模な商業施設である。⑫**分散路面店型**は、街路に沿う外部・半外部空間を持ち、店舗を散在させた路面型商業施設である。⑬**街路引込型**は、主

表 15 商業施設の公開スペースの空間構成

No.	事例名	他用途との複合	規模	接統都市要素	接統数	接統点	店舗の配置	貫通	外部空間	半外部空間	共用内部空間	立体要素
19	泉がーデン	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
63	シーフォート17	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
16	丸の内北ビル	住	大	地	4	1	●	●	●	●	●	●
23	六本木ヒルズ	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
33	晴海リトリ	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
37	代官山7'15	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
2	秋葉原UDX	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
51	ヒロコトワ	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
54	東武東上線「有明」駅ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
52	東京駅「ラティ」商業棟	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
55	新宿7'15	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
25	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
7	東京ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
62	シー・ス・ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
41	大崎「セント」ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
15	COREDO	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
81	日比谷セント	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
20	汐留シティセンター	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
7	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
59	M2	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
58	ヒューマン・ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
69	パルコ「リソ」ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
68	東京「イン」ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
36	渋谷「リソ」ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
91	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
14	日本看護協会ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
13	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
49	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
47	小田急「リソ」ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
83	有明西武ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
42	品川「リソ」ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
3	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
17	明治安田生命ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
18	ADK松竹ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
22	玉川島新南館	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
28	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
73	東京海鮮市場	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
79	TOC ROKビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
64	渋谷ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
53	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
61	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
82	三越新南館	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
88	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
60	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
43	自由が丘MAST	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
70	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
12	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
75	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
78	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
30	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
77	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
27	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
35	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
21	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
68	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
31	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
45	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
72	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
57	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
48	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
67	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
1	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
46	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
87	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
24	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
9	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
8	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
32	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
38	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
76	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
34	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
65	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
84	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
40	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
85	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
89	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
44	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
11	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
5	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
56	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
90	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
4	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
29	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
10	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
39	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
71	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
80	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
26	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
74	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
6	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●
50	丸の内北ビル	住	大	地	2	1	●	●	●	●	●	●

注) 表中記号: 他用途との複合はオフィス(○)、住居(□)、劇場(△)、ホテル(◇)として表示。接統都市要素は地下鉄(地)、バス・有軌道(有)、鉄道(鉄)、隣地公開空間(隣)で表示。
共用内部空間の立体要素は、側面ガラス(側)、上面ガラス(上)、両面ガラス(両)、吹抜け(吹)、それらを複数持つもの(複)で表示。
また、各要素の有無について、●は単数あることを示す、◎は複数あることを示す。
13の構成類型は表中の図で表される各公開スペースの組み合わせから導き、それらの構成の傾向としてとらえられる特徴は表中の図で表した。

図中の塗り分け: 外部空間(白)、半外部空間(斜線)、共用内部空間(黒)、(ドット)は街路を示し、全アクトメ図は同縮尺で表した。
店舗入口に必ず面する空間には、網掛け部のA3、B2、X2、X3、Y2、あ1～い3、大多数が店舗に面する空間として、B3、Y3(それぞれ16/19件、18/20件が店舗入口に面する)がある。表中: 反転部として表した。

に分棟配置として深部へ伸びる誘導的な外部空間をそのまま貫通路とし、街路を積極的に引込むもので、これらは店舗を奥へと辺状に並べるなど、店舗配置によっても誘導的性格を持つものである。

既述のように、都市の商業密集地では不特定多数の集客を見込めるため、街路との連続性を保ちながら公開スペースを計画する商業施設がみられる。そこで、商業施設深部や店舗入口に至るまでの街路との連続性について考察する。まず、3章で得られた分類のうち店舗入口に面するものを整理し(表16/網掛け部)、店舗入口が現れる位置を縦軸として、先ほど導いた13類型に関し考察した(表17)。

①～④⑥⑦は街路近傍の外部空間、半外部空間、最も奥まった共用内部空間の3つの公開スペースをすべて持つものである。そのうち、①④⑦は店舗入口を外部空間に設けるもので、街路近傍で店舗入口に至るものである。対して②③⑥は街路からひとつ奥まった半外部空間で、店舗入口がはじめてあらわれるものである。また①～④は、一連の公開スペースを貫通路とし通過機能を併せることで、街路との連続性を施設深部まで浸透させるものである。

⑨～⑬は街路から最も奥まった共用内部空間を持たず、街路近傍において、外部・半外部空間からなる屋外の公開スペースが完結するものである。そのうち、⑪⑫は施設深部へひとつ奥まった半外部空間においてはじめて店舗入口へ至るものであるのに対し、⑨⑩⑬は街路近傍の外部空間においてすでに店舗入口へ至るものである。特に⑨⑬は街路と直接的に連続した屋外の公開スペースをそのまま貫通路とすることで、敷地や建物の深部、および店舗入口まで街路空間が判りやすく浸透する、街路引込み型の商業施設である。

6. まとめ

以上、都市の商業施設において、外部・半外部・共用内部空間からなる公開スペースについて、その位置形状とアクセスとの関係や、形状や立体的広がりとの関係、さらに店舗の配置や敷地内貫通の有無についてみることで、以下の結論を得た。

①：商業施設の公開スペースの空間的な構成に関し、深部へ誘導するものや、公開スペースを街路へ開放したような半公共的なものなど、13の構成類型を導いた。対象にはさまざまな規模の商業施設があるが、規模を超えた構成類型を見出すことができた(類型⑤⑥⑨)。特に、共用内部空間を有する商業施設は外部・半外部空間の公開スペースにおいても、深部への誘導的、または街路開放的な公開スペース

を持ち、屋外空間も充実させるものが多かった。

②：街路との連続性について着目し、13の構成類型について街路から店舗入口へどのように至るのかについて分析・検討した。その結果、街路から奥まった共用内部空間など一連の公開スペースを有するものと、街路近傍で完結させるものそれぞれに、街路と最も近い外部空間で店舗入口に至るものや、一旦深部へ引き込んでから店舗入口へ至るものがあり、街路との連続性を多様化に持つことがわかった。また、屋外の公開スペースのみからなる商業施設の中には、公開スペースを複数の街路と接続させ貫通路とすることで、街路空間との連続性をより直接的に敷地や建物深部、および店舗入口まで浸透させるものもみられた。

これら空間的な変化に富んだ商業施設の公開スペースが街路と連続して存在することは、広場や公園などの公共空間の少ない都市において、街路などの公共空間から連続した空間の体験を多様化する設計手法に対し、知見を与えるものと考えられる。

注)

注1) 複数の店舗を持つ商業施設は、店舗同士を繋ぐ共用空間を有するものと考えられる。そのため、分析対象としては雑誌「新建築」「商業建築」において過去20年(1986年～2006年)に掲載された、東京都内の商業施設のうち、複数の店舗を有し、十分な公開スペースを有するものと捉えられる商業施設91件とする。また、予約や課金を要する美容室のような、顧客対象を限定する商業施設のみで形成される商業施設は除いた。さらに、アイドル時間帯を持つ飲食店のみで構成される商業施設も対象から除外する。このように対象事例を絞ることで、不特定多数を対象とした集客を長時間行う商業施設に限定できるものと捉え分析を行う。また、事例番号は発表年代の新しいものから昇順に振った。

注2) 都市型の商業施設として、何層にも集積するタイプもみられるが、高層を訪れる人は具体的な購買の目的を持つ常客であると推測できる。今回は、無目的な常客以外の不特定多数が、街路からどのように商業施設に取り込まれるかを捉えるため、特に都市と直接的に接続する階に着目して分析を行う。

注3) これら複合商業施設においては1階部分の街路と面する部分には飲食店舗など、営業時間帯の長いテナントを配置し、夜間においても賑わいを創出し、劇場など興行時間帯が限定的な機能に関しては建物上部に配置されるなど、傾向がみられた。これら立体的に集積される商業施設は郊外のロードサイド型ショッピングセンターとは異なるビルディングタイプとして都市によくみられる。

注4) 対象事例の商業施設において、複合街区を敷地とし、街路によって複数の外部空間が分断して存在する例がみられた(例: COREDO)。これら連続しない外部空間については、同一物件であっても異なるものとして抽出した。

注5) 建築に付随する半外部空間は、建築が分棟配置となることにより、連続せずに互いに独立して存在する例がみられる。これら連続しない半外部空間については、同一物件であっても異なるものとして抽出した。

注6) 大多数の共用内部空間は店舗入口に面し、他階アクセスを持つので、共用内部空間においてはアクセスの有無についての検討は行わず、空間的広がりについてみる。

参考文献

- 1) 長聡子、出口敦：都心部における施設内休憩空間群の配置構成と利用に関する研究(福岡市天神地区の分析)、日本建築学会計画系論文集、No. 596、pp. 123-130、2005. 10
- 2) 角谷弘喜、安藤元夫：商業施設立地の沿道化・沿道連隔化過程に関する研究、日本建築学会計画系論文集、No. 446、pp. 119-130、1993. 04
- 3) 西川加柵：商業施設をもつ中高層集合住宅のテラス領域類型化と生活環境に及ぼす影響、日本建築学会計画系論文集、No. 458、pp. 109-116、1994. 04
- 4) 小林健治、鈴木毅、舟橋國男、木多道宏、李斌：パブリックオープンスペースの設計コンセプトにみる人間環境関係に関する研究、日本建築学会計画系論文集、No. 578、pp. 71-76、2004. 04
- 5) 積田洋：都市的オープンスペースの空間意識と物理的構成との相関に関する研究、日本建築学会計画系論文集、No. 451、pp. 145-154、1993. 09
- 6) 寺内美紀子、町田敦、坂本一成、奥山信一、小川次郎：街路型建築作品における外部ヴォイド空間の構成(領域的性格からみた外部空間の構成形式に関する研究4)、日本建築学会計画系論文集、No. 554、pp. 159-166、2002. 4
- 7) 藤森照信：近代商店の歴史と意味、建築雑誌、1988. 04
- 8) 集客(Attraction proposals for the future of urban revitalization)、六耀社、2003
- 9) meme 土地の力が作る東京空間、六耀社、Vol. 05、2006
- 10) 建築設計資料集成一業務・商業、丸善、日本建築学会、2004
- 11) 都市デザイン研究会：都市デザイン 理論と方法、学芸出版社、1981
- 12) 上田和弘：公共空間としての都市、岩波書店、2005

表16 各公開スペースと店舗入口

	店舗入口に必ず面する	店舗入口に大多数が面する	店舗入口に面しない	その他
外部空間	A3、B2	B3	A2、B1	A1
半外部空間	X2、X3、Y2	Y3	X1、Y1	
共用内部空間	い1、い3	あ1、あ2、あ3、い2		

表17 公開スペースと街路との連続性