

「馴染みの領域」の研究

青木 佳子

## 目次

■ 1.序論 .....	1
1-1 背景と目的 .....	1
■ 2.理論編 .....	2
2-1 イメージの理論 .....	2
2-2-1 都市のイメージ .....	2
2-2-2 意味の捨象 .....	3
2-2 領域論 .....	4
2-3 領域の種類 .....	6
■ 3.調査編 .....	7
3-1 馴染みの領域とイメージ（本調査） .....	7
3-1-1 対象地の選定 .....	7
3-1-2 調査方法 .....	7
3-1-3 被験者 .....	7
3-2 調査結果 .....	8
3-2-1 回答者属性 .....	8
3-2-2 馴染みの領域 .....	10
3-2-3 描画面積 .....	10
3-2-4 訪問頻度と領域の関係 .....	12
3-2-5 集約領域 .....	14
3-3 世代・男女別馴染みの領域 .....	17
3-3-1 渋谷の世代別領域と男女別領域 .....	18
3-3-2 新宿の世代別領域と男女別領域 .....	22
3-3-3 下北沢の世代別領域と男女別領域 .....	26
3-4 まとめと考察 .....	30

## ■ 1.序論

### 1-1 背景と目的

各地域でまちづくりが注目される近年,様々な角度からまちづくりに関連した研究がなされているが,その分析対象となる空間の単位の設定については,行政の線引きによって定められた空間単位で行われている.

しかし,いずれの地域においても,人のもつ意識の中には,行政上の市町村単位とは異なる空間の境界が存在する. まちが人々の生活の場である以上,場所の意味とも言える,人の心理に内在するまちの領域を明らかにすることは,まちの構造を理解する上で重要であるといえる.

そこで,本研究では,日常的に人の中に内在するまちの境界線を都市構造と重ねて研究することで,今後の都市計画における新たな知見を見出すことを目的としている.

## ■ 2.理論編

### 2-1 イメージの理論

#### 2-2-1 都市のイメージ

本研究は、リンチのモニター法の手法を援用している。手法において、心理学の立場ではその結果の、個人解に眼を向けられることが示唆されるが、リンチのイメージ研究はあくまで都市計画家としての、都市のイメージであり、たくさんの人々の一致が空間的に如何なるものか、という立場から考察を行っている。このことについて、リンチは以下のように述べている。<sup>1</sup>

イメージは各個人が作り出して胸にいだいているものではあるが、同じグループのメンバーの間では本質的な一致が存在するようである。たくさんの人々に使われるための環境を形づくろうという大望を抱いている都市計画家たちの興味を引くのは、たくさんの人々の間に一致が見られるこのグループ・イメージなのである。

リンチはこのように、前提を置いた上で、この共通のイメージを「パブリックイメージ」と呼んだ。

リンチの最も有名な書は「都市のイメージ」であり、膨大な量の調査のなかから、分析対象を結果的にパブリックイメージにしぼり、この普遍的な5つのエレメントを<sup>2</sup>、すなわち、パス(path)、ランドマーク(landmark)、エッジ(edge)、ノード(node)、ディストリクト(district)を抽出した。(図1)

---

<sup>1</sup> 前出書 p.9

<sup>2</sup> 前出書 p.55-57

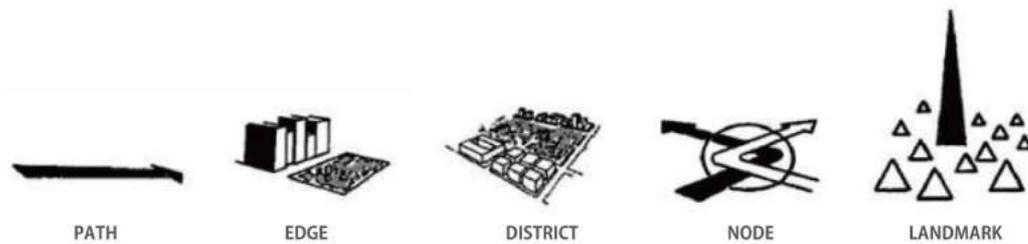


図1 リンチの都市の5つのエレメント

出典：『都市のイメージ』

### 2-2-2 意味の捨象

リンチのこの功績は、我が国の都市計画や建築分野にも多大な影響を与えた。西村は、これが我が国に与えた影響として、景観法のもとで、景観計画が各地で立案されるようになってきた、我が国において、これらのエレメントの工夫によって、イメージアビリティの高い都市へと変えていく動きが起こりつつある、とっており、これはアレクサンダーのパタン・ランゲージ<sup>3</sup>の規範とならんで、普遍的な課題としてとらえられるようになってきている、としている。

一方で、リンチの一連の研究は、最終的に都市の意味については捨象している。ここでいう、意味とは、前述で述べた、都市におけるゲニウス・ロキである。

西村は、リンチの一連の研究について、我が国の都市計画の今後の課題として以下<sup>4</sup>のように述べている。

—次なる課題は、おそらくは、リンチが『都市のイメージ』ではあえて触れなかった都市空間の「意味」の世界を正面に見据えることではないだろうか。

リンチが都市空間の「意味」の世界を避けざるを得なかったのは1950年代のアメリカの現実に起因しているともいえる。都市の社会的な意味づけが段階によって異なっており、公約数的な集約はほとんど不可能だったに違いない。

しかし、歴史や文化に支えられた意味世界を抜きに都市空間を統合することは本来的には

<sup>3</sup> Alexander Christopher 『パタン・ランゲージ』(訳)平田 翰那, 鹿島出版会, 1984

<sup>4</sup> Lynch Kevin, 『都市のイメージ』(訳)丹下 健三, 富田 玲子, 岩波書店, 2007 p.280

あり得ない。

上述の通り、西村はリンチの研究において、その場所の意味を捨象されていることを指摘している。時代もさることながら、アメリカという多種多様な民族、そして階級に幅をもつ国における都市の研究において、個人の視点を記憶や生活行動から読み取り都市と照らし合わせることは困難であった。

また、もう一点、リンチの研究において、議論の展開余地をあげる。リンチの都市のイメージ研究は、都市において、如何にイメージアビリティ、つまり「わかりやすさ」が快適な都市生活にあたって重要であるか、という前提からはじまっている。

しかし、文化や習慣、そしてそもそも都市のなりたちの異なる今日の日本において、イメージアビリティ(わかりやすさ)が生活の快適さとどれほど関連しているか、疑念の余地がある。

我が国における都市の意味の重要性においては、槇ら<sup>5</sup>は、「見えがくれする都市」のなかで既に述べている。槇らは、都市における本来意図されたものにそぐわない不完全さがつくり出すものに着目し、形態的あるいは空間的に考察を行い都市のもつ意味をみいだすことで構造が見える、としている。また、槇は、「何故そのような形態がもたらされたのかを知ることである。」と都心における歴史の層を知ることの重要性を述べている。

## 2-2 領域論

「領域」という用語には様々な意味がある。

伊藤(2015)<sup>6</sup>は、都市史における「領域」をイタリア語の「テリトリオ」(territorio)の語の翻訳とした。また、この似た語である、英語の「テリトリー」(territory)とフランス語の「テリトワール」(territoire)は、それぞれ大きく意味が異なる、とした。伊藤によれば、テリトリーは原義的には、動物の縄張りを意味しており、都市や町の周囲に広がる地区と定義されたもので、次に、修道院など宗教施設を取り巻く範囲を指す。英語では、都市の存在を前提にテリトリーを捉えている。フランスのテリトワールは、人々が居住している場所をある政治的な権力や当事者が管轄している、その領域を指す。一方で、イタリア語のテリトリオには、まず人や組織、機関、国、連合国などさまざまな単位によって所有されている地域を指し、それは土地や

---

<sup>5</sup> 槇 文彦他『見えがくれする都市 江戸から東京へ』鹿島出版会、1980

<sup>6</sup> 「都市史研究の現場 特集 都市史から領域史へ」、『建築雑誌』、第 130 巻、第 1671 号、2015. 05. P.5-6

水・空気であることもあり,領土だけでなく領空,領海,色々な地理条件を含めてひろがっていく認識である(伊藤,2015)としている。

一方で,ボルノウによると,生物学におけるテリトリーに関して,『鳥類は,一般的に考えられがちのように,森の中を自由に移動しながら住んでいるのでは全然なく,むしろ特定の生活領域にむすびつけられていて,そこを自らこえるようなことをしない(中略)生物学者は,動物の生活空間を示すのになわばり(Territorium)という概念を導入した。』<sup>7</sup>

ヘルツベルハー(2011)<sup>8</sup>は,建築計画学の視点から,「ある場所や建物のある部分について,パブリック・アクセシビリティに段階を設定することで,異なった性格をもつ領域を示す地図のようなものが手に入る。(中略)平面計画を更に繰り広げていくと,それらは強調されたり,希釈されたりする。」としており,ここでいう領域とはゾーニングの際の「ゾーン」のことであると考えられる。

これらの領域論をふまえると,人間の生活に伴う領域に関する概念は,大きく

1. 物理的領域
2. 制度的領域
3. 心理的領域

に分けることが出来る。

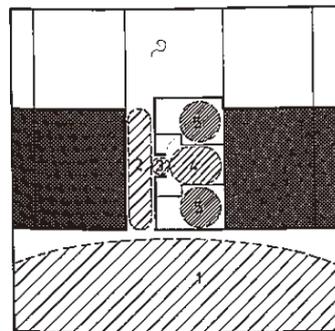


図2 パブリック・アクセシビリティを設定(ソルヴェイ邸)

都市と建築のパブリックスペース

<sup>7</sup> Bollnow Otto Friedrich, 『人間と空間』(訳)大塚 恵一, 池川 健司, 中村 浩平, せりか書房, 1978. P.279

<sup>8</sup> Hertzberger Herman, 『都市と建築のパブリックスペース: ヘルツベルハーの建築講義録』(訳)森島 清太, 鹿島出版会, 2011

## 2-3 領域の種類

領域論においては、これまでも様々な学問分野からのアプローチが存在した。その概念を大きく分けることができるにしても、まち自体はこれらの領域すべてから構成されているといえる。

1. 「**物理的領域**」とは、塀や垣根、道路や島など実際に目に見える明らかな領域である。
2. 「**制度的領域**」とは、国境や、県境、大字小字など一見目には見えにくい、行政上あるいは法律上存在する領域である。
3. 「**心理的領域**」とは、人が心理内にもつ領域のことで、リンチが解明した5つのエレメントのうちの一つである「ディストリクト」の概念も、これに属す。住所で領域化されたわけでもなく、ポストンに住む人のみが共通にもっているパブリック・イメージの中の領域である。

これらを踏まえた上で、本研究では馴染みの領域を以下のように定義する。

### 馴染みの領域

「馴染む」は「なれて親しくなる。なつく。」の意である。<sup>9</sup> 個人があるまちに対して、その訪問頻度を問わず親しく感じる特定の場所を、馴染み領域とする。

---

<sup>9</sup>広辞苑第6版 p.2085

## ■ 3.調査編

### 3-1 馴染みの領域とイメージ（本調査）

まず,山手線 29 駅に対して 30 名の予備調査を行った。この調査結果を踏まえて,馴染みの領域とイメージについて,回答数を拡大し,世代と男女を区別し「馴染みの領域」本調査を行った。

#### 3-1-1 対象地の選定

予備調査の結果として以下のことがあげられる。

- ・山手線 29 駅のうち,「渋谷」「新宿」が,最も領域の描画数が多かった。
- ・アンケート調査による,「訪問頻度が高いエリア」においても,「渋谷」「新宿」の回答が最も多かった。

「渋谷」「新宿」はいずれも商業エリアであり,街区が比較的大きいといえる。そこで,本調査では,この 2 箇所に加えて,住宅エリアと商業エリアが含まれ,比較的認知度が高いと思われる「下北沢」を調査対象地に加え,3つのエリアについて本調査を行った。

#### 3-1-2 調査方法

##### 事前準備

予備調査同様に,渋谷,新宿,下北沢の 1:4000 の地図を使用した。地図は,「ゼンリン電子地図 図蝶 Zi18」を使用した。

駅を中心に,半径 500m の 1km×1km の地図を A3 用紙に印刷した。なお,順番は「A\_渋谷」「B\_新宿」「C\_下北沢」とした。

#### 3-1-3 被験者

被験者は「関東圏の在住歴が 1 年以上」の 10 代(18 歳以上)から 80 代の男女とした。

5 段階評価のまちなイメージに関する形容詞対の選定を行った。形容詞対は,各エリアのイメージの評価項目として,11 の形容詞対を選定した。選定にあたっては,篠原ら(1945)の

景観用語辞典<sup>10</sup>や既往のまちに対しての印象評価研究<sup>11</sup>2 に頻出した語を参考にした。

#### 実験手順

- 1) 調査用紙1セット(エリアごとに形容詞対の5段階評価アンケートと地図がA3におさまったもの)とペンを配布する
- 2) 被験者に「あなたにとって馴染みの領域」を図示してください。」と説明し、馴染みの領域を地図上に図示してもらう。
- 3) 次に、「領域があってもなくても、そのまちのイメージに関して、アンケートに答えてください」と説明し、イメージに関する形容詞対の5段階評価に回答してもらう。
- 3) 最後に、以下の項目について解答を指示する

- ・性別
- ・年齢(世代)
- ・現在の居住内
- ・関東圏の合計在住歴

本調査においては、特に時間を定めず、時間配分は個人に任せた。

調査用紙作成にあたって、一人あたりの解答時間は、おおよそ10分以内で解答できるアンケートとした。

### 3-2 調査結果

#### 3-2-1 回答者属性

表1に回答者の属性を示した。得られた有効解答は、男性30、女性31の合計61であった。

この解答について、「10代<sup>13</sup>-20代」、「30代-40代」、「50代以上」に分類し、分析を行った。

10代-20代の関東居住歴平均は、男性が11.5年、女性が14.5年であった。

30代-40代の関東居住歴平均は、男性が20.6年、女性が21.9年であった。

50代以上の関東居住歴平均は、男性が42.9年、女性が52.7年であった。

回答者の居住地の多くは、東京であったが、他に埼玉、千葉、神奈川の解答もあった。また、本調査における結果としては、10代は神奈川、60代以上は東京都世田谷区に偏りがあった。

---

<sup>10</sup> 篠原 修、景観デザイン研究会『景観用語事典』彰国社、1998.p75-77

<sup>11</sup> 森田 哲夫、塚田 伸也「まちの魅力とまちづくり活動への熱意との関連についての分析 群馬県のまちうち再生総合支援事業を事例として」都市計画論文集、第43巻、第3号、2008.10.15、p.277-282

<sup>12</sup> 百里 美和「街路景観における印象評価指標の体系化 夜間街路景観からの考察」、2006.p.17-18

<sup>13</sup> 10代については、18歳以上の者とした。

世代	性別	ID	現在の住所		関東在住歴 (年)
			県・都	市区町村	
10代	男性	M1-1-C	神奈川県	横浜	7
	男性	M1-2-C	神奈川県	横浜	12
	男性	M1-3-C	神奈川県	横浜	18
	男性	M1-4-C	埼玉県	川口	18
	男性	M1-5-C	東京都	練馬	18
	男性	M1-6-C	東京都	大田	10
	女性	W1-1-C	東京都	港	6
	女性	W1-2-C	神奈川県	藤沢	18
	女性	W1-3-C	東京都	台東	18
	女性	W1-4-C	埼玉県	飯能	15
20代	女性	W1-5-C	神奈川県	横浜	19
	男性	M2-1-C	東京都	-	3.5
	男性	M2-2-C	東京都	葛飾	2
	男性	M2-3-C	東京都	杉並	29
	男性	M2-4-C	東京都	文京	3
	男性	M2-5-C	東京都	文京	6
	女性	W2-1-C	東京都	練馬	22
	女性	W2-2-C	東京都	町田	20
	女性	W2-3-C	東京都	世田谷	1.5
	女性	W2-4-C	東京都	立川	3
30代	男性	M3-1-C	東京都	港	39
	男性	M3-2-C	東京都	-	20
	男性	M3-3-C	東京都	新宿	5
	男性	M3-4-C	東京都	杉並	13
	男性	M3-5-C	東京都	世田谷	10
	男性	M3-6-C	東京都	目黒	3.5
	女性	W3-1-C	埼玉県	さいたま	32
	女性	W3-2-C	東京都	目黒	12
	女性	W3-4-C	東京都	世田谷	35
	女性	W3-3-C	東京都	目黒	3.5
40代	男性	M4-1-C	東京都	板橋	48
	男性	M4-2-C	東京都	目黒	20
	男性	M4-3-C	東京都	品川	27
	女性	W4-1-C	東京都	品川	35
	女性	W4-2-C	東京都	文京	20
	女性	W4-3-C	東京都	世田谷	13
	女性	W4-4-C	東京都	世田谷	5
	女性	W4-5-C	東京都	目黒	42
	平均(年)			男性	20.6
				女性	21.9
50代	男性	M5-1-C	東京都	-	35
	男性	M5-2-C	東京都	-	54
	男性	M5-3-C	東京都	三鷹	2
	男性	M5-4-C	東京都	世田谷	20
	女性	W5-1-C	東京都	-	40
	女性	W5-2-C	埼玉県	さいたま	51
	女性	W5-3-C	千葉県	松戸	50
	女性	W5-4-C	東京都	青梅	50
	女性	W5-5-C	東京都	中野	32
	女性	W5-6-C	東京都	練馬	54
60代	男性	M6-1-C	東京都	世田谷	30
	男性	M6-2-C	東京都	北	66
	女性	W6-1-C	東京都	北	60
	女性	W6-2-C	東京都	世田谷	60
	男性	M7-1-C	東京都	世田谷	45
	男性	M7-2-C	東京都	調布	22
70代	女性	W7-1-C	東京都	世田谷	70
	男性	M8-1-C	東京都	世田谷	75
	男性	M8-2-C	東京都	世田谷	80
80代	女性	W8-1-C	東京都	杉並	60
	平均(年)			男性	42.9
			女性	52.7	

表 1 回答者属性

### 3-2-2 馴染みの領域

図示された馴染みの領域の描画面積と、描画割合、実際の面積、訪問頻度を個別に表 2 に示した。

得られた解答のうち、馴染みの領域の描画がなかった(=馴染みの領域が存在しない)のは、渋谷は 5 人、新宿は 5 人、下北沢は 20 人であった(表 2)。

### 3-2-3 描画面積

馴染みの領域の描画面積について、各エリアごとに平均を男女別にみると、「渋谷」については、「10 代-20 代」「30 代-40 代」「50 代以上」のいずれの世代も、女性の方が大きかった。

「新宿」については、「10 代-20 代」のみ、男性の方が大きく、他の世代では女性の方が大きかった。

「下北沢」については、「50 代以上」のみ、男性の方が大きく、他の世代では女性の方が大きかった。

世代別の面積は、対象範囲に対する描画面積をパーセンテージで表すと、「渋谷」では、「30 代-40 代女性平均」が、22.2%と最も大きく、「50 代以上女性平均」が 14.7%と次に大きかった。もっとも面積が小さかったのは、「10-20 代男性」で、8.8%であった。(表 2)

「新宿」では、「30 代-40 代女性」がもっとも大きく(22.1%)、「50 代以上女性」(18.3%)、「50 代以上男性」(16.4%)と続いた。

「下北沢」では、「10 代-20 代女性」(6.2%)が最も多く、「50 代以上男性」(4.9%)、「30 代-40 代女性」(4.8%)と続いた。

表2 馴染みの領域の描画面積,割合,頻度

馴染みの領域面積表		A 渋谷				B 新宿				C 下北沢				
	a.週に数回以上 b.月に数回以上 c.年に数回以上 d.殆ど行かない e.行った事がない*	描画面積 (mm <sup>2</sup> )	描画面積/用 紙枠面積 ×100	実際の面積 (m <sup>2</sup> )	頻度	描画面積 (mm <sup>2</sup> )	描画面積/用 紙枠面積 ×100	実際の面積 (m <sup>2</sup> )	頻度	描画面積 (mm <sup>2</sup> )	描画面積/用 紙枠面積 ×100	実際の面積 (m <sup>2</sup> )	頻度	
10代 - 20	M	M1-1	459	0.5%	7,344	b	-	-	-	d	-	-	-	e
		M1-2	11,017	12.5%	176,272	a	-	-	-	d	5,270	6.0%	84,320	c
		M1-3	8,103	9.2%	129,648	b	2,800	3.2%	44,800	c	-	-	-	e
		M1-4	20,820	23.7%	333,120	a	47,616	54.1%	761,856	a	2,736	3.1%	43,776	b
		M1-5	4,362	5.0%	69,792	b	-	0.0%	0	c	-	-	-	d
		M1-6	5,138	5.8%	82,208	b	1,990	2.3%	31,840	d	-	-	-	e
	W	W1-1	9,956	11.3%	159,296	a	1,313	1.5%	21,008	c	-	-	-	e
		W1-2	6,239	7.1%	99,824	b	2,338	2.7%	37,408	c	-	-	-	d
		W1-3	7,394	8.4%	118,304	b	11,816	13.4%	189,056	c	-	-	-	d
		W1-4	6,092	6.9%	97,472	c	4,712	5.4%	75,392	c	5,644	6.4%	90,304	d
		W1-5	2,087	2.4%	33,392	b	2,279	2.6%	36,464	c	-	-	-	e
	M	M2-1	3,723	4.2%	59,568	b	2,656	3.0%	42,496	b	-	-	-	d
		M2-2	3,194	3.6%	51,104	c	23,978	27.2%	383,648	b	-	-	-	e
		M2-3	2,914	3.3%	46,624	b	4,856	5.5%	77,696	b	221	0.3%	3,536	c
		M2-4	17,057	19.4%	272,912	c	15,050	17.1%	240,800	b	8,015	9.1%	128,240	d
		M2-5	8,029	9.1%	128,464	b	5,220	5.9%	83,520	c	2,526	2.9%	40,416	d
	W	W2-1	3,031	3.4%	48,496	c	6,410	7.3%	102,560	b	1,816	2.1%	29,056	c
		W2-2	25,082	28.5%	401,312	b	31,280	35.5%	500,480	c	9,564	10.9%	153,024	c
		W2-3	8,938	10.2%	143,008	a	11,967	13.6%	191,472	b	7,078	8.0%	113,248	a
		W2-4	7,180	8.2%	114,880	a	5,498	6.2%	87,968	a	5,620	6.4%	89,920	c
W2-5		10,689	12.1%	171,024	b	16,968	19.3%	271,488	b	2,044	2.3%	32,704	c	
W2-6		13,676	15.5%	218,816	a	18,363	20.9%	293,808	b	9,150	10.4%	146,400	c	
W2-7		1,244	1.4%	19,904	c	4,787	5.4%	76,592	b	2,951	3.4%	47,216	c	
10代-20代平均		8,105	9.2%	129,686		11,095	12.6%	177,518		4,818	5.5%	77,089	c	
10代-20代男平均	7,711	8.8%	123,369		13,021	14.8%	208,332		3,754	4.3%	60,058			
10代-20代女平均	8,467	9.6%	135,477		9,811	11.1%	156,975		5,483	6.2%	87,734			
30代 - 40	M	M3-1	11,507	13.1%	184,112	b	29,970	34.1%	479,520	b	641	0.7%	10,256	c
		M3-2	9,447	10.7%	151,152	a	14,720	16.7%	235,520	c	3,585	4.1%	57,360	c
		M3-3	4,752	5.4%	76,032	b	7,754	8.8%	124,064	a	2,207	2.5%	35,312	c
		M3-4	4,446	5.1%	71,136	a	4,253	4.8%	68,048	b	688	0.8%	11,008	c
		M3-5	23,772	27.0%	380,352	a	17,839	20.3%	285,424	b	7,177	8.2%	114,832	c
		M3-6	31,311	35.6%	500,976	a	10,734	12.2%	171,744	b	4,494	5.1%	71,904	b
	W	W3-1	7,109	8.1%	113,744	a	11,108	12.6%	177,728	b	531	0.6%	8,496	c
		W3-2	78,206	88.9%	1,251,296	b	63,832	72.5%	1,021,312	c	19,407	22.1%	310,512	b
		W3-3	19,264	21.9%	308,224	a	15,363	17.5%	245,808	b	3,320	3.8%	53,120	b
		W3-4	-	-	-	b	-	-	-	c	-	-	-	b
	M	M4-1	256	0.3%	4,096	c	389	0.4%	6,224	c	-	-	-	d
		M4-2	1,714	1.9%	27,424	a	20,740	23.6%	331,840	c	946	1.1%	15,136	c
		M4-3	1,379	1.6%	22,064	b	9,809	11.1%	156,944	b	838	1.0%	13,408	d
	W	W4-1	26,868	30.5%	429,888	a	44,971	51.1%	719,536	a	357	0.4%	5,712	c
		W4-2	11,440	13.0%	183,040	e	8,237	9.4%	131,792	c	1,976	2.2%	31,616	d
		W4-3	1,421	1.6%	22,736	d	1,876	2.1%	30,016	c	1,024	1.2%	16,384	c
		W4-4	520	0.6%	8,320	d	1,124	1.3%	17,984	b	170	0.2%	2,720	c
W4-5		11,596	13.2%	185,536	a	8,858	10.1%	141,728	b	7,258	8.2%	116,128	c	
30代-40代平均	14,412	16.4%	230,596		15,975	18.2%	255,602		3,414	3.9%	54,619			
30代-40代男平均	9,843	11.2%	157,483		12,912	14.7%	206,592		2,572	2.9%	41,152			
30代-40代女平均	19,553	22.2%	312,848		19,421	22.1%	310,738		4,255	4.8%	68,086			
50代以上	M	M5-1	21,805	24.8%	348,880	a	9,648	11.0%	154,368	c	7,216	8.2%	115,456	c
		M5-2	7,777	8.8%	124,432	c	40,075	45.5%	641,200	a	5,271	6.0%	84,336	c
		M5-3	19,099	21.7%	305,584	b	34,545	39.3%	552,720	c	-	-	-	e
		M5-4	15,443	17.5%	247,088	b	5,774	6.6%	92,384	b	8,952	10.2%	143,232	a
		W5-1	18,471	21.0%	295,536	a	7,486	8.5%	119,776	c	752	0.9%	12,032	c
	W	W5-2	24,148	27.4%	386,368	c	57,801	65.7%	924,816	c	1,270	1.4%	20,320	d
		W5-3	2,605	3.0%	41,680	c	10,667	12.1%	170,672	c	-	-	-	d
		W5-4	1,972	2.2%	31,552	b	1,400	1.6%	22,400	c	3,504	4.0%	56,064	d
		W5-5	30,294	34.4%	484,704	b	17,679	20.1%	282,864	a	-	-	-	b
		W5-6	18,881	21.5%	302,096	a	15,436	17.5%	246,976	c	5,437	6.2%	86,992	c
		M6-1	3,588	4.1%	57,408	d	25,004	28.4%	400,064	b	3,485	4.0%	55,760	c
	W	M6-2	-	-	-	d	13,663	15.5%	218,608	b	-	-	-	d
		W6-1	2,962	3.4%	47,392	d	9,959	11.3%	159,344	d	-	-	-	e
	M	W6-2	-	-	-	c	-	-	-	c	-	-	-	c
		M7-1	159	0.2%	2,544	d	1,775	2.0%	28,400	c	-	-	-	c
		M7-2	2,101	2.4%	33,616	d	8,232	9.4%	131,712	b	572	0.7%	9,152	c
		M8-1	1,572	1.8%	25,152	c	5,343	6.1%	85,488	b	321	0.4%	5,136	b
		M8-2	-	-	-	d	67	0.1%	1,072	c	-	-	-	d
	W8-1	4,115	4.7%	65,840	d	8,303	9.4%	132,848	c	1,208	1.4%	19,328	d	
50代以上平均	10,937	12.4%	174,992		15,159	17.2%	242,540		3,453	3.9%	55,255			
50代以上男平均	8,943	10.2%	143,088		14,413	16.4%	230,602		4,303	4.9%	68,845			
50代以上女平均	12,931	14.7%	206,896		16,091	18.3%	257,462		2,434	2.8%	38,947			

### 3-2-4 訪問頻度と領域の関係

馴染みの領域について、各エリアの訪問頻度別に描画面積を示したものが表 3,表 4-8,表 4-9 である。

訪問頻度について、  
「a.週に数回以上」、「b.月に数回以上」と、  
「c.年に数回以上」、「d.ほとんど行かない」  
の2つに分類して、それぞれの描画面積(m<sup>2</sup>),描画面積割合(描画面積/用紙枠面積×100),  
実際の面積(m<sup>2</sup>)を出した。

この2パターンの頻度とその描画面積割合について、グラフ化したものが図3である。

いずれのエリアも、その訪問頻度別に馴染みの領域の面積をみると、「c.年に数回以上,d.ほとんど行かない」よりも「a.週に数回以上,b.月に数回以上」の方が馴染みの領域面積が大きかった。

したがって、訪問頻度が高くなると、馴染みの領域の面積は大きくなることが明らかとなった。

エリア別に比較すると、その拡大の倍率は、「渋谷」が2.61倍、「新宿」が1.18倍、「下北沢」が2.47倍であった。

この調査においては、渋谷,下北沢,新宿の順に、訪問頻度と馴染みの領域の相関が明らかとなった。

表3(渋谷),4-8(新宿),4-9(下北沢)における訪問頻度と馴染みの領域面積

頻度と平均面積	渋谷			
	描画面積 (mm <sup>2</sup> )	描画面積/用紙枠面積 ×100	実際の面積 (m <sup>2</sup> )	個数(n)
週に数回以上 月に数回以上	13,504	15.3%	216,060	39
年に数回以上 ほとんど行かない	5,182	5.9%	82,917	21
倍率	2.61			

新宿			
描画面積 (mm <sup>2</sup> )	描画面積/用紙枠面積 ×100	実際の面積 (m <sup>2</sup> )	個数(n)
15,024	17.1%	240,387	29
12,717	14.5%	203,464	31
1.18			

新宿			
描画面積 (mm <sup>2</sup> )	描画面積/用紙枠面積 ×100	実際の面積 (m <sup>2</sup> )	個数(n)
6,615	7.5%	105,847	9
2,676	3.0%	42,808	33
2.47			

訪問頻度と馴染みの領域割合面積(%)

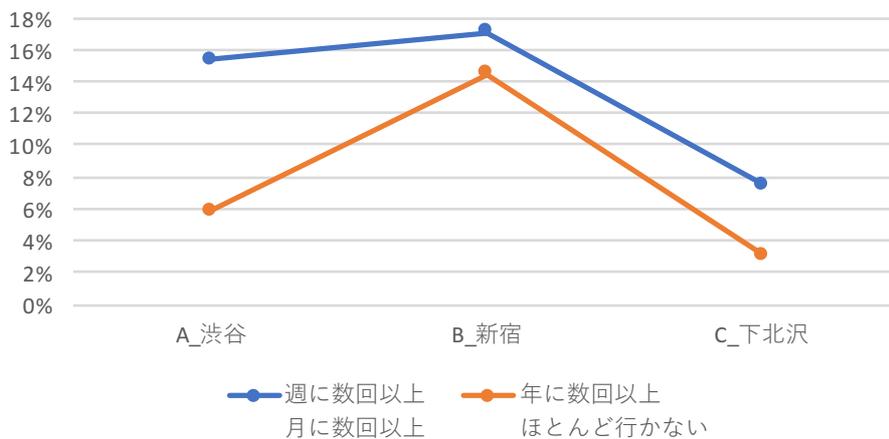


図3

### 3-2-5 集約領域

図 4 は、渋谷における被験者の馴染みの領域の、全集約領域である。同様に、図 6 は新宿、図 8 は下北沢である。

本調査においては、被験者の 50%以上が「馴染みの領域」として描画したエリアを、ヒートマップの赤い部分で表した。

「渋谷」と「新宿」に関して、「馴染みの領域」について、半数以上の領域化部分を示す赤着色部分は、前項の予備調査の結果と概ね同様の形態であった。

このことより、パブリック・イメージとしての、馴染みの領域は被験者や母数が変化しても変わらないと言える。

「渋谷」「新宿」「下北沢」の 3 エリアを比較すると、その濃淡に限らず面積の広がりとなることが確認できた。被験者の 50%以上の馴染みの領域を示す赤い部分に着目すると、「渋谷」は、西側に偏心した形をとっていた。「新宿」は駅を中心に東側に広がっていた。パブリック・イメージとしての馴染みの領域は、この 2 エリアについては、大型の商店や道に沿った形となった。一方で「下北沢」は、駅を中心に比較的曖昧なパブリック・イメージとしての馴染みの領域が抽出された結果となった。また、駅の繁華街周辺の住宅街に対して個人的な「馴染みの領域」はほぼ描かれなかった。一部、線路沿いの東側に領域のまとまりが見られるのは、隣駅である池ノ上駅周辺である。



図4 馴染みの領域 (渋谷)

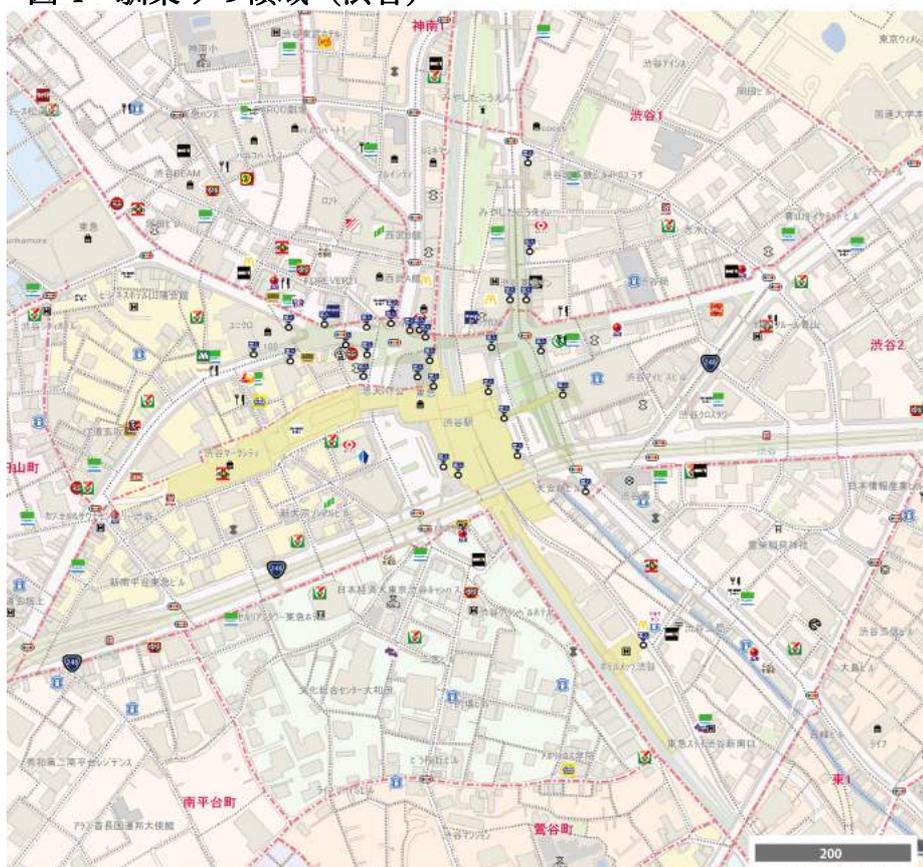


図5 渋谷周辺地図



図6 馴染みの領域 (新宿)

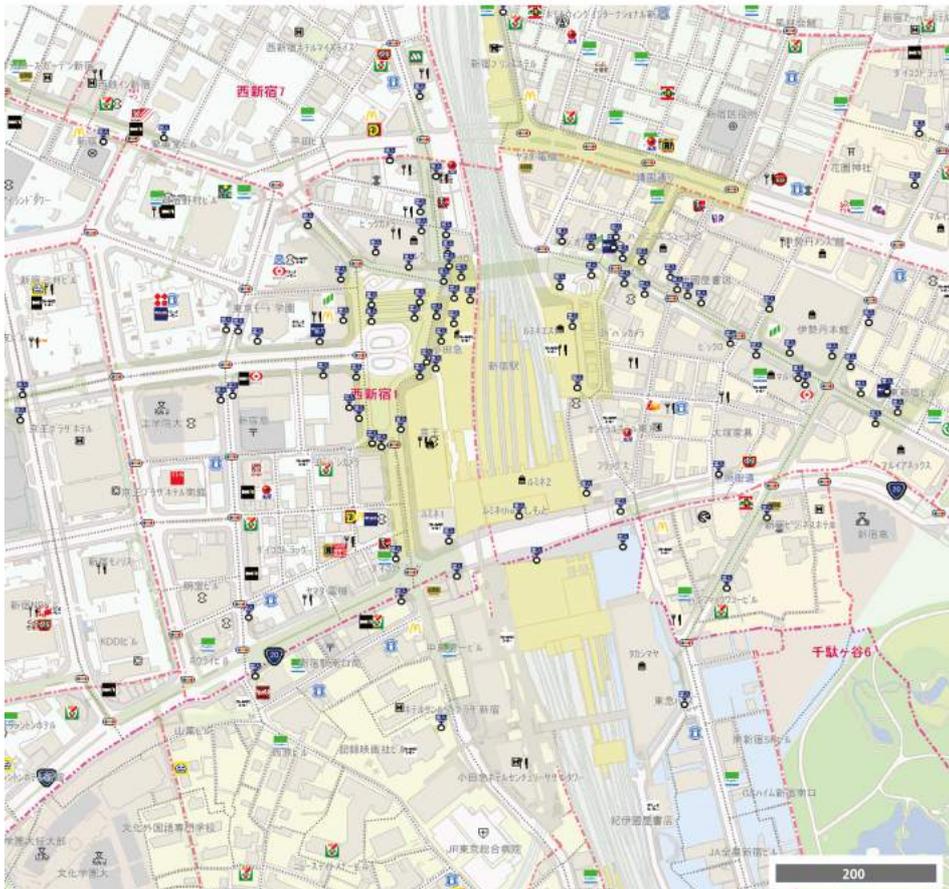


図7 新宿周辺地図

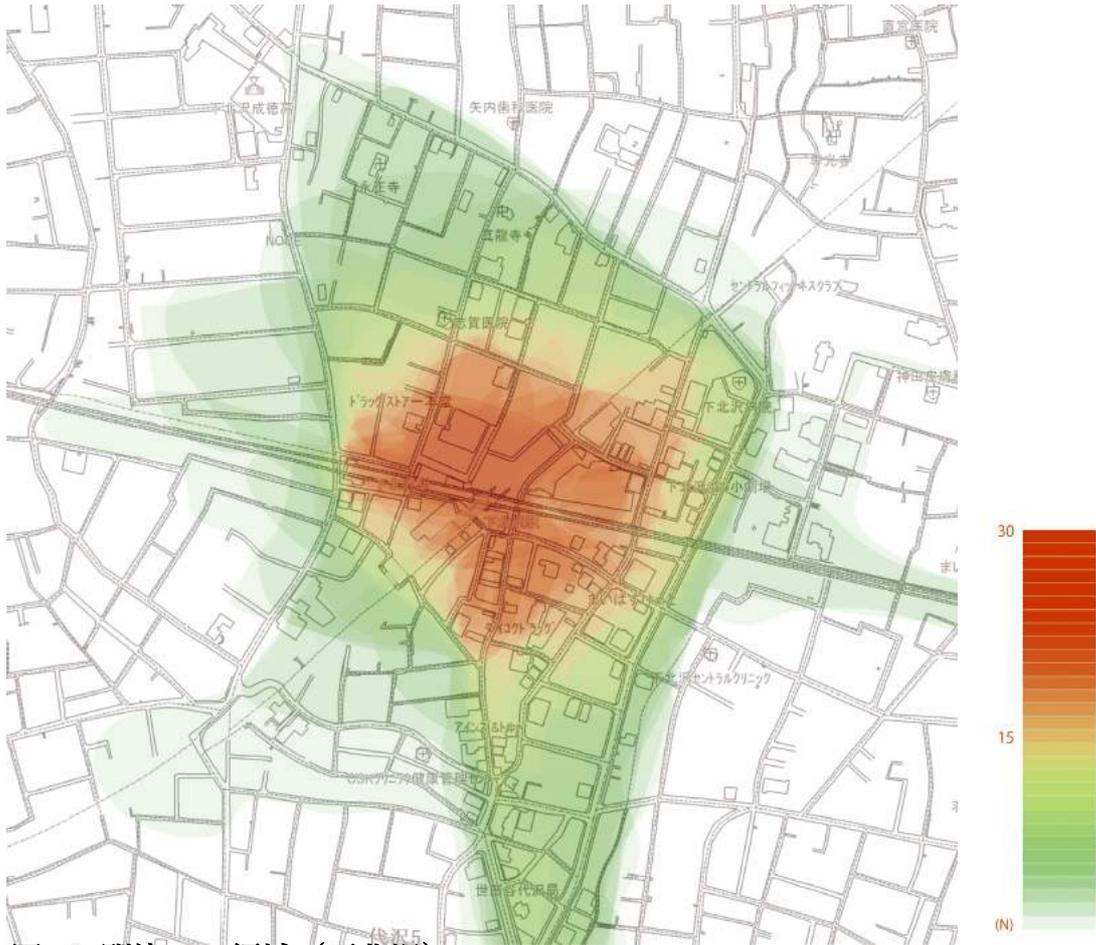


図8 馴染みの領域 (下北沢)

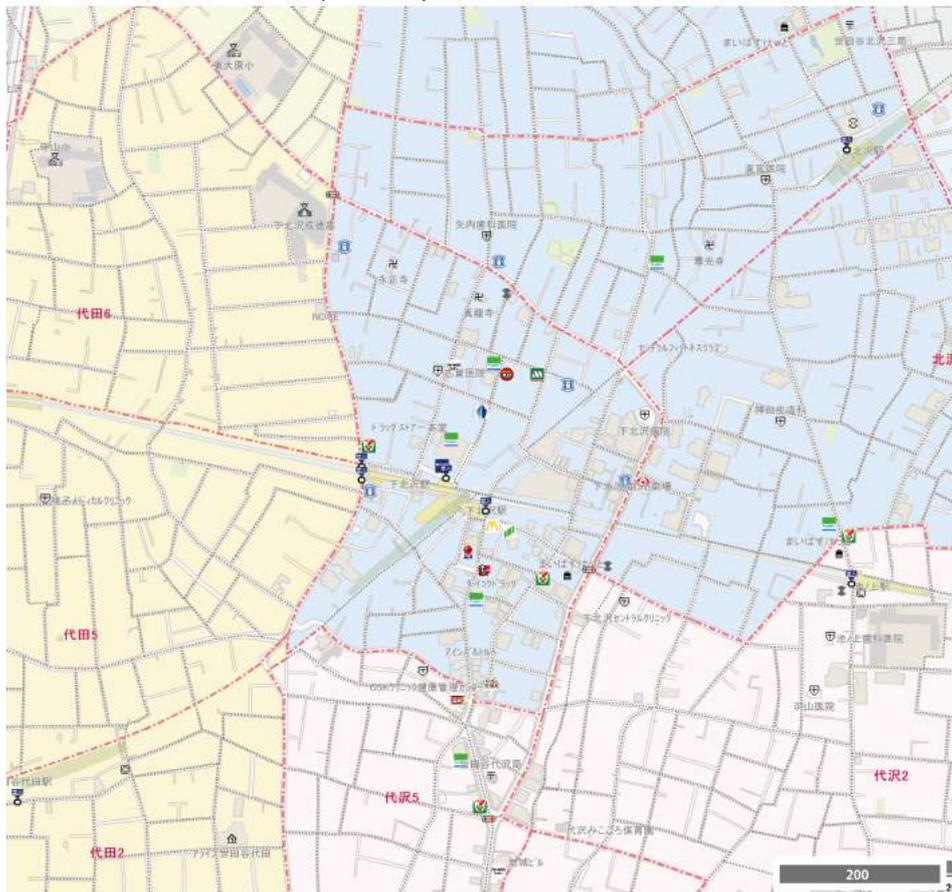


図9 下北沢周辺地図

### 3-3 世代・男女別馴染みの領域

#### 3-3-1 渋谷の世代別領域と男女別領域

図 10,図 11,図 12 は渋谷において馴染みの領域を世代別に集約させたものである。また,図 13 と図 14 は全世代を男女別に集約させたものである。

世代別にみると,「10-20代」(図 10)では,センター街や公園通りを中心に線路の西側がもっともヒートマップが濃い部分になっている。パブリック・イメージとしての馴染みの領域(赤い部分)は,「10-20代」が最も広い面積をとっているが,全体的な広がり,3世代のうちでは,もっとも小さいと言える。

「30-40代」では,パブリック・イメージとしての馴染みの領域は抽出されなかった。ただし,前項で前述の通り,馴染みの領域の個人の平均面積は男女それぞれ「30-40代」が最も大きい(表 2)ことから,個人の「馴染みの領域」はそれぞれに存在するが,世代の共通認識のパブリック・イメージとしての馴染みの領域は存在しないことになる。「10-20代」の,パブリック・イメージとしての馴染みの領域が,商業施設の集約箇所に偏っていることをふまえると,「30-40代」はあまり渋谷の商業エリアには積極的でないことが分かる。

「50代以上」では,東急百貨店がもっとも色濃く表示される結果となった(図 12)。また,駅から東急百貨店までの最短経路が「30-40代」と比較して高い濃度を示した。

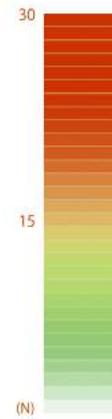
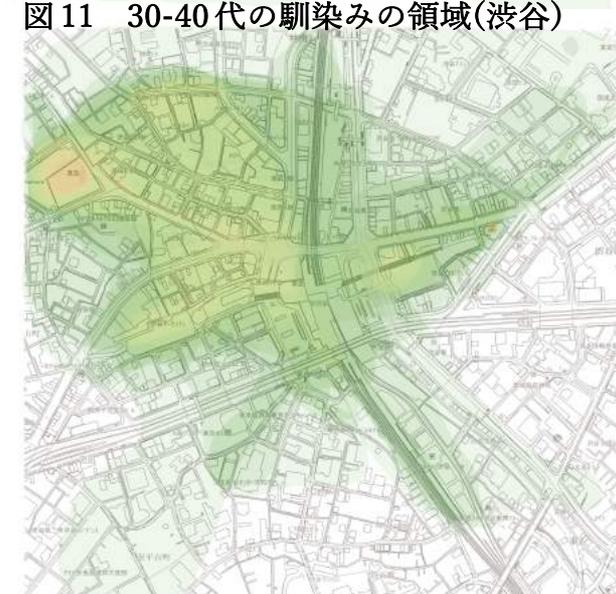
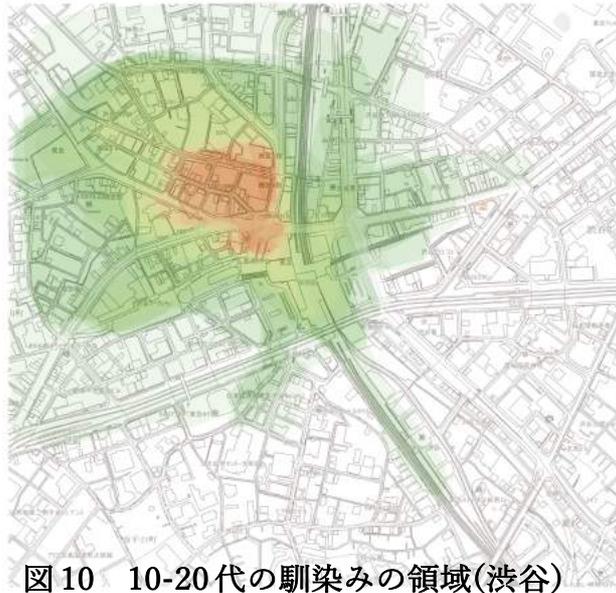


図12 50代以上の馴染みの領域(渋谷)

「渋谷」の馴染みの領域を男女別に比較すると、女性(図 14)の馴染みの領域の方が男性(図 13)の馴染みの領域よりも、パブリック・イメージ領域(赤い部分)が明瞭に表れた。その形態は、駅から北西に広がっていた。また、濃淡としては薄いですが、男性と比較して、宮益坂に沿った形で青山方面である北側にも馴染みの領域が広がっていることがわかる。



図13 馴染みの領域 (渋谷-男性)

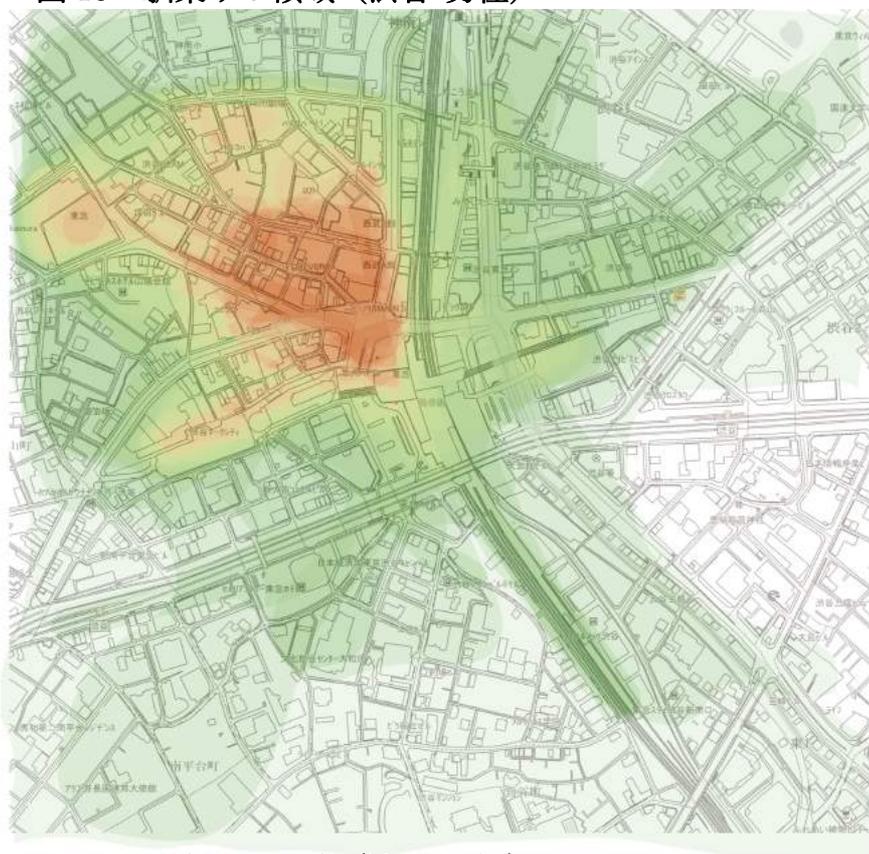


図14 馴染みの領域 (渋谷-女性)

### 3-3-2 新宿の世代別領域と男女別領域

図 15,図 16,図 17 は新宿における馴染みの領域を世代別に集約したものである。

パブリック・イメージとしての馴染みの領域(赤い部分)は,「50 代以上」においてのみ,小さい領域で明瞭に色が出現したが,他 2 世代においてははっきりとは見られなかった。

新宿はいずれの世代においても,伊勢丹の交差点がひとつの段階における領域の境界線となっている。

全体的な馴染みの領域の面積は,世代が上がるごとに徐々に広がり高め,濃度も濃くなっていた。

また,「10-20 代」では,馴染みの領域は,駅を中心とした繁華街のみが描画されているが,「30-40 代」と「50 代以上」の世代においては,新宿御苑も領域として現れている。すなわち,有料公園は,比較的上の世代に親しまれていると考えられる。



図 15 10-20代の馴染みの領域(新宿)



図 16 30-40代の馴染みの領域(新宿)

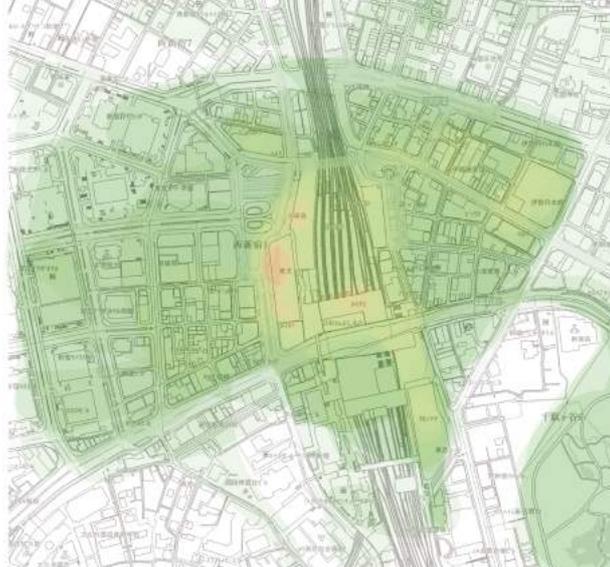


図 17 50代以上の馴染みの領域(新宿)

「新宿」の馴染みの領域を男女別に集約したものが図 18 と図 19 である。

「新宿」は世代別には、濃淡が明瞭に現れなかったが、男女別に比較すると、それぞれにパブリック・イメージとしての馴染みの領域(赤い部分)が表示された。

すなわち、新宿においては、馴染みの領域は男女の差のほうが、世代の差よりも顕著であるといえる。

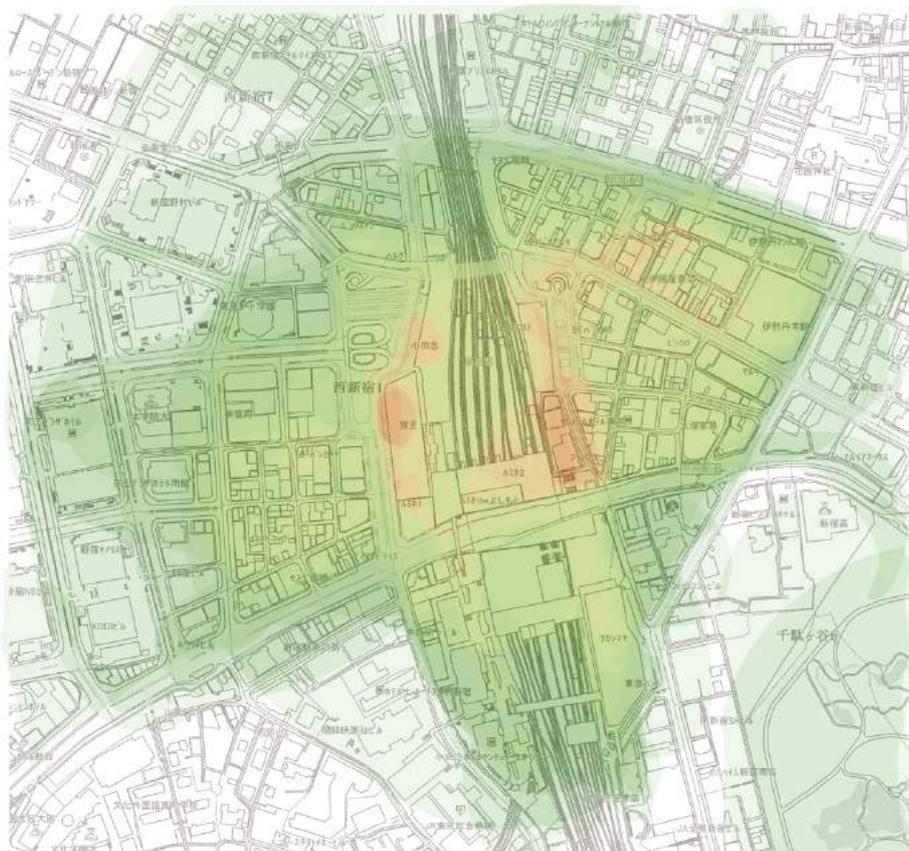


図 18 馴染みの領域 (新宿-男性)



図 19 馴染みの領域 (新宿-女性)

### 3-3-3 下北沢の世代別領域と男女別領域

「下北沢」において,世代別にしたものが図 20,図 21,図 22 で,男女別に集約したものが図 23,図 24 である.

その馴染みの領域は,いずれの世代も,駅を中心に広がった形になっていた. ただし,新宿・渋谷と比較すると,馴染みの領域の境界線は曖昧である.

また,いずれの世代においても,住宅エリアには馴染みの領域描画はみられなかった.

本調査方法の性質上,土地勘が曖昧な場合は曖昧な領域描画となってしまうことから,現在の下北沢の工事中の状況をふまえると,新宿や渋谷と比較して,馴染みの領域の集約も境界が曖昧となったと考えられる.

本調査で,世田谷区民が比較的多かった「50 代以上」については,領域が明瞭であった. しかし,今回の調査手法では,近くに住んでいるなどの,自宅からの近接距離と馴染みの領域の相関関係を明らかにすることは,困難である.

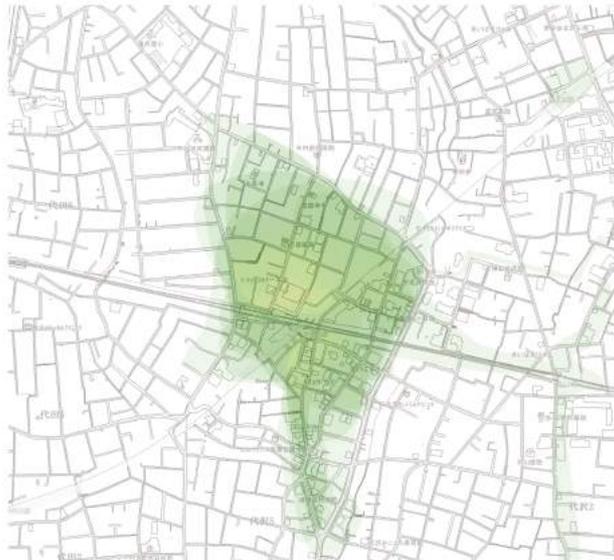


図 20 10-20 代の馴染みの領域(下北沢)

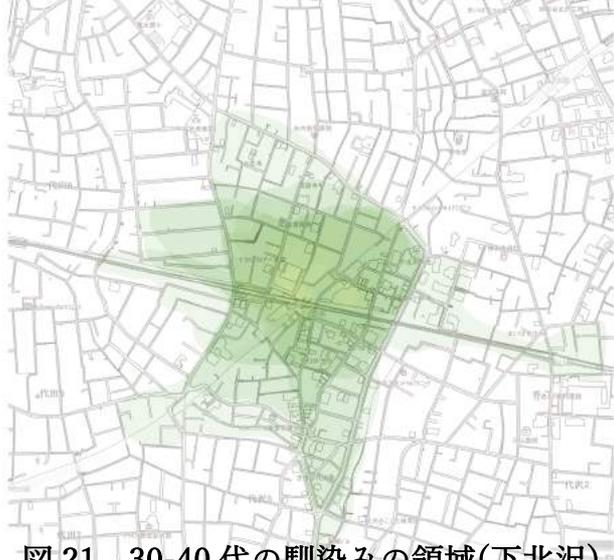
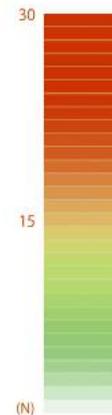


図 21 30-40 代の馴染みの領域(下北沢)



図 22 50 代以上の馴染みの領域(下北沢)



「下北沢」の馴染みの領域の集約を男女別に見ると、駅を中心としたまとまり方には男女の差はなかった。しかし、パブリック・イメージとしての馴染みの領域(赤い部分)は、一つの街区にのみはっきりと現れた。

この街区には、書店・日用品・銀行・スーパーなど日常生活に密接した施設の複合ビルがある。男性と比較して、女性は日常生活要素の高いものを馴染みの領域に含みやすいことが考えられる。



図 23 馴染みの領域（下北沢-男性）

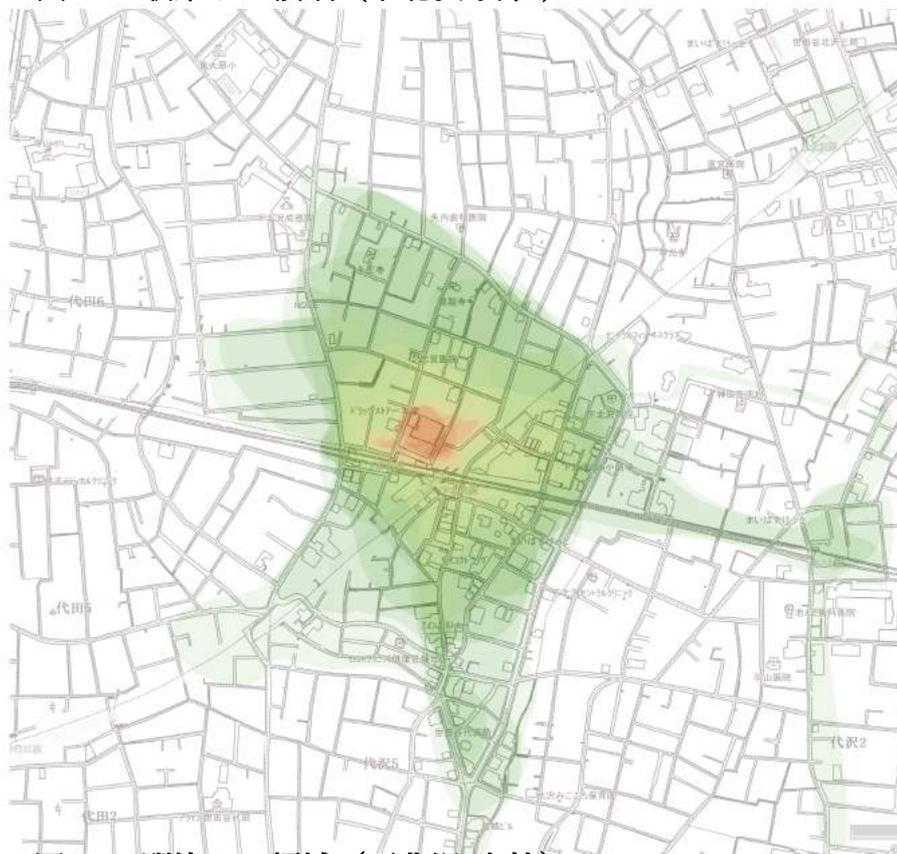


図 24 馴染みの領域（下北沢-女性）

### 3-4 まとめと考察

・渋谷は訪問頻度が高い人ほど馴染みの領域が大きくなるのが他の2エリアと比較しても顕著にあらわれた。一般的にまちをよく知る姿勢のことを、「開拓する」などと表現するが、訪問頻度が高いほど馴染みの領域が広がるのが本調査では明らかとなった。このことより、渋谷は他の2エリアと比較して「開拓しがいがあるまちである」といえる。

・この点に関しては、その次に、下北沢、新宿と並んだ。新宿は訪問頻度が高い人が多いが、頻度が高くなっても馴染みの領域の面積は頻度が低い人と比較してあまり大きく広がらない。つまり、他の2エリアほどは頻度と領域が相関がない。

・馴染みの領域において、「新宿」「渋谷」はパブリック・イメージとしての馴染みの領域(赤く示される部分)が、予備調査と概ね同じ形態であったことから、本研究における馴染みの領域の調査手法は、一定の被験者を確保することによって再現可能であることが検証された。

・渋谷においては、明瞭に世代別の馴染みの領域の形状の違いが認められたが、新宿においては、男女別にその違いが認められた。

・このように、パブリック・イメージとしての馴染みの領域には、世代で違いが見られる場所と、男女差で違いが見られる場所、その両要素で違いが見られる場所があることがわかった。

・戦後は渋谷と新宿が常に賑わいの比較対象として扱われてきたことを踏まえると、それぞれの都市の役割として、新宿は大型店舗に30-40代の女性を中心に馴染みを見出されているまち、渋谷は10-20代を中心に商業店舗の集積エリアが馴染みを見出されているまちであると推察できる。

## 参考資料・引用

- ・鈴木 博之『東京の地霊 (ゲニウス・ロキ)』筑摩書房, 2009
- ・Lynch Kevin, 『都市のイメージ』(訳)丹下 健三, 富田 玲子, 岩波書店, 2007
- ・槇 文彦 他『見えがくれする都市 江戸から東京へ』鹿島出版会, 1980
- ・国立社会保障,人口問題研究所編「人口移動調査報告書 第7回 2011年」国立社会保障,人口問題研究所,2013
- ・Giedion Siegfried『空間時間建築』(訳)太田 実, 丸善, 2009
- ・Norberg-Schulz Christian『ゲニウス・ロキ 建築の現象学をめざして』加藤 邦男, 田崎 祐生, 星雲社, 1994
- ・Piaget Jean『知能の心理学』(訳)滝沢 武久, 波多野 完治, みすず書房 1998
- ・Bollnow Otto Friedrich『人間と空間』(訳)大塚恵一, 池川健司, 中村浩平, せりか書房, 1978
- ・田中 純(1960-) : 都市の詩学: 場所の記憶と徴候, 東京大学出版会 2007
- ・Relph Edward C『場所の現象学』(訳)高野 岳彦, 阿部 隆, 石山 美也子, 筑摩書房 1999
- ・吉永 明弘「人間の経験を媒介とした環境論」千葉大学社会文化科学研究, 第7巻, 2003.
- ・Alexander Christopher『バタン・ランゲージ』(訳)平田 翰那, 鹿島出版会, 1984
- ・「都市史研究の現場 特集 都市史から領域史へ」, 『建築雑誌』, 第130巻, 第1671号, 2015.05. P.5-6
- ・Hertzberger Herman, 『都市と建築のパブリックスペース: ヘルツベルハーの建築講義録』(訳)森島 清太, 鹿島出版会, 2011
- ・向井 伸哉「フランス学界における空間分析について: 中世史家の視角から, 第1部|都市史から領域史へ, 都市史から領域史へ」『建築雑誌』第130巻, 第1671号, 2015.05, P.27
- ・鈴木 成文『建築計画学5 集合住宅』丸善, 1974., p.201-203
- ・張 玲「屋外空間における中国都市居住高齢者の居場所に関する研究: 長春市の既成市街地及び新たな計画地における高齢者の滞留行動を事例として」2015.
- ・木下 勇, 中村 攻, 阿久津 信芳, 長谷川 廉「地下鉄開通に伴う駅周辺の地域構造の変化に関する研究: 南北線王子神谷駅におけるケーススタディー」千葉大学園芸学部学術報告, 第52巻, 1998.03.31, p.115-121
- ・曲山 健治, 赤木 徹也, 安原 治機「地上と地下経路における距離感,及び空間イメージの差異とその要因に関する基礎的研究」人間・環境学会誌, 第9巻, 第2号 2006.02.06, p.21-29
- ・篠原 修, 景観デザイン研究会『景観用語事典』彰国社, 1998,p75-77
- ・森田 哲夫, 塚田 伸也「まちの魅力とまちづくり活動への熱意との関連についての分析 群馬県のまちなち再生総合支援事業を事例として」都市計画論文集, 第43巻, 第3号, 2008.10.15, p.277-282