

[5]

氏名(本籍)	鶴田 佳子 (愛知県)		
学位	博士 (学術)		
学位記番号	博乙第 35 号		
学位授与年月日	平成 14 年 11 月 8 日		
学位授与の要件	学位規則第 5 条第 2 項該当		
論文題目	都市における商業空間の配列に関する研究		
論文審査委員	(主査)	教授	芦川 智
		教授	安宅 信行
		教授	井内 昇
		教授	光藤 俊夫
	東京大学大学院	助教授	及川 清昭

論文要旨

ヨーロッパでは都市の中心に広場があり、多くの人で賑わい、活気溢れる公共空間を形成している。このヨーロッパというキリスト教文化圏に対して、イスラーム文化圏において都市の中心を辿れば、バザールと呼ばれる商業エリアに行き当たる。このバザールに限らず、商業は都市において欠かせないものであり、都市の成立に大きく寄与する要素となってきた。多くの人々が利用する公共空間の中で都市の活性化と大きく関わる商業エリアに着目し、その空間形態を把握したいというのが本論文の出発点である。本論文で対象とする商業エリアとは、都市のセンターに位置し、商業機能を主とする領域をさすが、商業以外の都市機能をも同時に有する地区である。調査で得られた情報から各商業エリアの対象領域を判断し、その構成要素および配列を建築計画の立場から分析してゆく。対象とする事例は、ヨーロッパ及び地中海周辺において現在までにフィールド調査を実施してきた 208 都市の商業エリアであり、この広域に渡る地域を大きく 3 地域に分け、全体と同時に各地域毎に分析を進める。アルプス以北のドイツ周辺諸国、アルプス以南のキリスト教文化圏、地中海周辺のイスラーム文化圏という 3 つの地域区分、及びその 3 地域における空間形態の特徴を調査で得られたデータをもとに仮説として挙げる。分析にあたり、平面形態、構成要素、空間の質という 3 つの視点から特徴を探り、分析手法として多変量解析を用い、商業エリアの空間構成の特徴を抽出する。膨大なデータを圧縮し質的データを変数として扱うことができるため多変量解析を採用し、そのうちの数量化 3 類とクラスター分析を用いる。数量化 3 類によって、商業エリアの構成要素や事例の類似性及びポジショニングを明らかにする。またクラスター分析では数量化 3 類で位置づけた 208 事例を類型化し、各グループの特徴づけを行う。これらの結果を踏まえて、各事例の要素間の関連や平面構成から商業空間の配列を総合的に考察する。これらの手順を踏み、仮説を検証する。最終的には、商業エリアの形態的特徴とはどのようなものであるか、商業エリアにとって必要あるいは重要な要素は何であるのかを見いだすこと

を目的とする。

以下、5章にわたる内容を各章毎に要点を記述する。

第1章では、研究の背景と目的、既往研究に対する本論の位置づけ、分析の視点、分析対象とする地域及び各都市において対象とする領域“商業エリア”について概要を述べる。

第2章では、対象地域の自然地理的概念、対象とする商業空間の定義、分析を進める上での視点について述べる。1つの視点として商業エリアの平面形態があるが、これを3区分した地域の1つマルクトの場合において考察を試み、マルクトの特徴をみる。2つめの視点、商業エリアの構成要素は地域2バザールの場合に対応させて、構成要素の抽出を行い、バザールの構成をみる。3つめの視点、空間の質は、晴れと曇りの概念を空間と対応させてみるものであり、まず晴れと曇りの概念について定義づけ、次にこれらが対象とする商業エリアの空間にどのように対応するかを考察するものである。文中では“商業エリア”を分析の対象領域を指し示す言葉として使用し、その対象領域の形態や性質を空間的にみる場合に“商業空間”と称している。次に、これら3つの視点に基づき、対象とする地域を共通して分析するための指標を決定する。視点2で挙げた構成要素をまず第1のフィルターとして208事例全体のデータを整える。バザールで挙げた構成要素に基づいて、他地域にも対応するように修正を加え、最終的に15の商業空間構成要素を抽出した。

第3章では、第2章で抽出した15の構成要素による空間分析について述べる。まず、データを整理するため、都市毎にデータカードを作成する。データカードには、対象エリアの都市における位置図、対象エリアの平面図、平面構成をモデル化した商業エリア構成図、前章で抽出した商業空間構成要素15項目の一覧表、代表写真、対象空間及び都市の概要を盛り込んでいる。分析では、まず208事例全データを対象とし、次に設定した3地域別にそれぞれ、多変量解析の数量化3類及びクラスター分析により、各対象を6グループに分類した。15構成要素の有無を208事例について数値化したものを解析の原データとする。構成要素の位置づけと208事例の位置づけが解析結果として算出され、構成要素の位置関係から空間特性の指標をうち出し、算出された208事例の位置づけに対応させ、さらに各事例の商業エリア図から平面的な構成に関する情報もあわせ、類型化したグループ毎の特長を読みとり、地域ごとの特質を考察する。

第4章では、構成要素の配列から商業空間の特徴を探るものである。地域ごとに配列を考察し、第3章の分析結果を踏まえて3地域の特徴をみる。また、第3章で分析指標とした15の構成要素のうち、結果的に広場と通りの2つの空間要素が3地域の特徴の鍵となっていることが明らかになったため、この2つの要素と商業エリアの特徴を考察する。

第5章は、第3章の多変量解析を用いた15構成要素による分析結果、及び、要素の配列について特徴を捉えた第4章とを総括的に考察した本論文の結論である。設定した3地域であるが、分析結果から、地域1のマルクトは調査時に得た特徴と同様にマルクトという中心の広場に都市機能が集中し、全体の構成は単純な配列であると特徴づけられた。次に地域2バザールであるが、マルクトとは対照的に、商業施設群が中心にくるものが多く、空間は施設をつなぐ役目を果たしている。歴史的な商業施設による在来の商業空間が継続されていることが確認できた。全体の構成としては要素の種類が多く、複雑な配列である。1要素として広場があり、広場では市が立つ

など空間自身に商業機能をもつものが多い。地域3メルカートでは広場や通りの要素が広がりを見せる空間配列をとり、屋外空間の活用度が高い。空間要素に装置としての要素が付属し、1エリアに含まれる要素の種類が多い。このように3地域について広場及び通りの空間要素によって特徴が現れた。この空間要素は商業エリアにおいて、商業活動を担うものであり、同時に人の活動を活発にさせる要素でもある。そして屋外空間は、人のための空間になっていることが重要な点である。この15構成要素及び3地域によって表現した商業空間の特徴が本論文の結論である。

審査報告要旨

この論文は都市における商業エリアを対象に空間の形態に主眼を据え、その空間構成及び構成要素を建築の立場から分析するものである。対象とする都市は、ヨーロッパ及び地中海周辺において現在までにフィールド調査を実施してきた208都市である。この208都市は大きく3地域に区分される。つまり、ヨーロッパ本土のアルプス以北のドイツを中心とした地域とアルプス以南の地中海に面するキリスト教文化圏の地域とアルプス以南の地中海に面するイスラム教文化圏の地域である。

第1の地域の都市は、都市のセンターにマルクトと呼ばれる市場広場が存在し、商業以外の都市機能も併せ持つ都市核を形成しており、商業エリアと都市センターの領域がおおむね重なっている場合が多いとされている。第2の地域の都市は、複数の広場が連携することによって都市センター領域を構成し、その一部に商業機能を主とする広場、商業エリアがあるとされている。第3のイスラム文化圏の都市では、かなり広がりを持った商業エリアに広場や重要な商業施設あるいは他の都市機能が内包されているとされるタイプである。この論文は上記3地域の商業エリアの構成が一般的に見られている内容であるか否かを、商業エリアの構成要素の配置状況によって確認し、3地域のそれぞれの特徴を整理する内容を骨子とするものである。また、商業エリアの構成要素の配列状況を都市毎に整理し、3地域の内容の詳細な都市の商業エリア空間の状況を把握することに役立てているものとなっている。

論文の構成は5章からなっている。

第1章はじめには、商業エリアについて規定し、対象とする都市事例の地域区分を示し、都市形成や商業エリアに関連する既往研究の内容を示しながら、この研究の目的を明確化し、その意義づけについて示す内容となっている。

第2章では、ヨーロッパにおける都市形成の歴史と商業エリアの果たす役割について記述し、対象とされる3地域において一般的に示されている特徴と商業エリアの役割について地域ごとの特徴を整理している。その上で、商業エリアを構成している各種要素を抽出し、それを施設、装置、空間の3つの概念を導入することによって位置づけを明確にしている。そして、3地域に共通する構成要素として15要素を取り上げ、その要素の配置状況によって分析をしていく基礎づくりを行っている。

第3章では、2章で導入された3地域に共通する15の構成要素により、208都市事例の数量化3類による多変量解析とクラスター分析を試みている。208事例の内容は第1の地域つまりアル

プス以北のマルクトの地域の事例は 103 事例であり、アルプス以南のイスラム教文化圏の都市は 37 事例で、地中海周辺のキリスト教文化圏の都市事例は 68 事例となっている。この 3 グループと全体について数量化 3 類の多変量解析を適用し、その主要な概念としての 3 つの軸構成の位置づけを示すことによって、3 地域のそれぞれの特徴を示す内容となっている。

第 4 章においては、3 章の結果を踏まえて、さらに詳細な商業エリアの配列を事例毎に当たり、2 章で導入した 15 要素の 3 地域についての意味づけを整理し、15 要素自体の商業エリアを規定するための重要な要素として広場と道の空間要素を位置付けている。

第 5 章の結びにおいては、最初に述べられている 3 地域の特徴について分析の結果その特徴づけが有効であるとする結論で結んでいる。

以上、この研究はヨーロッパの 3 地域 208 都市事例を対象として、その商業エリアの空間構成をその構成要素として 15 要素を抽出して、その多変量解析によって類型化を試み、その結果によって当初に示された 3 地域の特徴を確認することとしたものであり、商業エリアの構成を把握するにあたって 15 要素が重要な意味を有することを最終的に結論付けている。長期間にわたる現地調査を行い、丹念な分析を行って商業エリアの構成を示していく努力は評価に値すると思われるし、ヨーロッパの地域性を示す意義ある内容を導入することが出来たことは、都市の商業空間の分析に対して価値ある結果を導入できたものと考え、都市の文化論に対する意義ある貢献が出来たものと考えられる。よって審査員一同は、本論文を博士（学術）の学位論文として十分な価値があるものと認めた。