

Study on Facade Structure in Shopping Streets in Front of Railway Station and its Relationship with People's Activities

周, 韜

<https://doi.org/10.15017/1398384>

出版情報：九州大学, 2013, 博士（芸術工学）, 課程博士
バージョン：
権利関係：全文ファイル公表済

| | |
|------------|--|
| 氏名・(本籍・国籍) | シュウ トウ 周 韜 (中 国) |
| 学位の種類 | 博士(芸術工学) |
| 学位記番号 | 芸博甲第161号 |
| 学位授与の日付 | 平成25年9月24日 |
| 学位授与の要件 | 学位規則第4条第1項該当 芸術工学府 デザインストラテジー専攻 |
| 学位論文題目 | Study on Facade Structure in Shopping Streets in Front of Railway Station and its Relationship with People's Activities (駅前商店街における地上階ファサードの構成及びそれと人々のアクティビティーの関連性) |
| 論文調査委員 | (主 査) 准教授 鵜 飼 哲 矢 (副 査) 教 授 土 居 義 岳 准教授 田 上 健 一 |

論 文 内 容 の 要 旨

This dissertation aims to analyze the facade structure of ground floor in shopping streets in front of railway station and its relationship with people's activities.

In Japan, although there are no direct and strict definitions of a "shopping street", indirectly, a statute published in 1962 stipulates that a place of a city where over 30 shops are concentrated can be called a shopping area (商店街振興組合法第二章第一節第六条 昭和37年5月17日法律第141号). The definition of a shopping street can also be implied from this law. In other words, it means if in a situation where the number of commercial shops in a given place is less than 30, although this place is called "shopping street" by people, it can not be recognized and counted as such by the law.

As most of people's activities take place on the level of ground floor, this part of every shop is closely linked and connected with people; for this concern, the facade of ground floor is chosen as the research subject. Some elements that are related with the ground floor facade closely are also chosen, such as business of the shop, the section of the shop, and some appendages like signboard in front of the shop, etc.

The facade, commercial type, section type, and appendage were categorized and investigated. After the investigation, the relevancy between facade and these elements was analyzed by specific data. Based on the analysis above, people's activities were investigated and recorded, the shops which are attractive to people were spotted and the common characteristics of these shops were analyzed.

Through which, the relationship between facade structure and people's activities can be clarified. Based on these analyses, some recommendations about the facade design can be proposed and considered. By this research, the design of facade could become more reasonable to reflect inherent value of the shopping streets.

論 文 審 査 の 結 果 の 要 旨

周韜氏の博士論文は、日本における駅前の商店街地上階のファサード構成及び人々のアクティビティーとの関連について分析している。商店街は都市の中で人々の生活に密着した施設であり、日常生活の都市活動を考える上で意義深い。本論では、福岡市の各駅前商店街の事例比較を通して、商店街店舗ファサード構成の特徴及び人々のアクティビティーと関連した店舗の特徴を研究して

いる。これによって、人々の日常生活を豊かにする今後の駅前商店街ファサードの設計方法を提示する可能性があると考えられる。

商店街は日本の特別な都市空間の一種である。古くから日本の市民の都市空間を支えてきた公共空間でもある。一般的には商店が連続する街並みや多数の商店が立地集積している街区のことを指している。法的な定義としては、1962年（昭和37年）に公布された「商店街振興組合法」がある。

本論文は7章により構成される。

第1章では、駅前商店街ファサードに対する研究の背景と目的を検討し、商店街の店舗ファサードについての先行研究を調査し、分析方法を説明し、本研究の意義を明らかにしている。人々のアクティビティーの多くは商店街の地上階で行われ、街路と地上階部分との関係が密接である。そのため、本論では建物の地上階ファサードを研究対象とし、地上階ファサードと密に関わっている関連要素（店舗の営業形態、店舗の断面形式、またファサードの付属物（看板、のれん等））を具体的に調査している。本論の研究対象地区としては、九州地方において最大の人口規模を有する都市である福岡市を選定して、福岡市生活地区の駅前商店街5ヶ所を抽出した。

第2章から第6章までは、抽出された各駅前商店街を具体例として、商店街の地上階店舗ファサードの構成や店舗の商業態などに関する実態調査を行って、各商店街のファサード構成の特徴及びそれと人々のアクティビティーの関連性が分析されている。実態調査の期間はいくつかの予備調査を経て、本調査が行われている。調査方法として、店舗の実際の寸法を測量し、ファサードの写真を撮影し、各店舗のファサードの図面を作成し、これらの図面を通して各店舗のファサードタイプを正確に分類可能にした。更に店舗内部の商業、入り口の断面形式とファサードの付属物（看板、のれん等）の観察を加えて、ファサードタイプと合わせて商店街の基本調査データになっている。上述の調査から得られたデータを使用して、店舗ファサードと商業や断面、付属物などの関連性を分析している。これらの分析の結果を基に、地上階の店舗ファサードとその関連要素との相互関係を論理的に明らかにできている点が意義深く、高く評価された。

次に、商店街における人々のアクティビティーに対して活動観察を行っている。例えば、店の前で買い物すること、店舗の看板を観察すること、店に入ることなど。このような活動を観察しながら、人々の活動動線を街の図面に描き、活動の内容と持続時間を文字で記録する。そして、人々の活動と関連した店舗を抽出し、各店舗の関連性のデータを分析して、共通特徴の抽出が得られている。これによって、人々を引き付ける店の備えている特徴が検証されている。

第7章では、本研究の総括を行い、今後の課題について述べている。選定した5ヶ所の商店街のファサードの特徴を比較して、ファサード構成の共通性と相違性を明らかにしている。具体的なデータと組み合わせ、各商店街のパターンを指標化できたことは独創的であると高く評価された。

データ分析から得られたファサードの特徴によって、「透明性」、「象徴性」と「多様性」の三種類に分類することが示された。商店街の指標化されたパターンによって、ファサード設計のプロセスが提案されている。これらをもとに、駅前商店街の地上階ファサードデザイン方法の応用への手法が発展するものと期待される。

日本にはこれまで市民のための公共空間として商店街が発展してきた。これは欧米のパブリックスペースとは異なる市民の経済活動の場でもあった。近年、それが衰退しつつあるのは、商店街の訴求力と人々の行動パターンが変化してきたことにある。この研究で得られた新しい知見は、商店街の街路に対するコミュニケーションツールであるファサードと実際の人々のアクティビティーとの関連である。これは、単独での店舗だけでなく群となって構成する商店街の個性化、差別化の指標にもなる点で都市デザインの研究開発に寄与し、学術的に意義深い内容となっている。

従って、本論文は博士（芸術工学）の学位論文に値すると論文調査委員全員が認めた。