

アーバンデザインを実施するポイントとその手法

実施するポイント、パーツ、部分（エリア、装置）

< = 機能・必要性にもとづく

= 都市の形態に関するボキャブラリ

アーバンスペース（建物の外面と都市の平面によって形成される空間 = 形のある空間）

→ 取り囲むものの性質、その中で起こる活動に意味付けが行われる

オープンスペース（都市の内部および周囲に持ち込まれている「あき」空間 = 自然の空間が望ましい）

= 木、岩、自然など存在に意味がある

1. アーバンデザインでポイントとなる都市の部分（キーワード、デザイン手法は多様）

= 規制・誘導・つくり込みの仕方が個別の事業・制度による / よらないなどの多様な可能性

1) 道路空間（都市の骨格形成）

「町」の原義は田のあぜ道

市街地の道の意に転じた

「街」の原義は「行（みち）」 + 「圭」

道が縦横に通じている → 「まち」

町並み、町づくり
街並み、街づくり
まちづくり

空間的な広がり（「田」）が先

道路（「行」）が先行

いずれにしても道路があってこそ都市が成立（不可分）

○ 道路の機能 交通（通過）機能

アクセス機能

空間利用機能

防災機能

供給処理機能

→ 幹線と進入路

道路の性質により重要となるものが異なる

○ 道路の格

大通り（シンボルロード）、（繁華街）表通り、裏通り（筋、小路）

横丁・路地、特殊な街路（水辺の道など）

→ 格式高い秩序だったデザインが必要

露地・路地

○ 道路の持ち主（管理主体）

cf. 河川の管理主体 / 海・海岸??

国 / 都道府県 / 市（区）町村 / 私

↓

最も重要な公共施設（オープンスペース）→ 利用制限（使用許可 / 占有許可）

○ 建築基準法上の道路（2項道路とは、道路幅員によって容積率が制限）

○ 道路構造令による

主要幹線道路（6～4車線） 幹線道路（4～2車線） 補助幹線道路、生活道路

→ 主として「土木工事」

特殊な
道路
街路

2) 歩行者空間

人が歩行を介して立ち入り活動する公共的な空間 → 歩行者道的空間 / 広場の空間

物的工夫 - アーケード、路面の工夫

見え方 - シークエンス（連続性） / シーン（場面）

ニコレットモール、スカイウェイ（米国ミネアポリス）

旭川買物公園（1969年 歩行者天国の実験）

アーケード、ガレリア、パサージュ

Cf. ショッピングモール

1

フルモール / トランジットモール

オープン / セミクローズド / エンクローズドモール

- 3) 広場 ← 立地場所 / 周辺環境 / 形態・形状 / 道路との関係 / 機能 / ファニチュア (照明、ベンチ、時計、彫刻、噴水...) / 建物デザイン / シンボル性 / 地形

アトリウム (建物内の吹き抜けの大空間)

広場を設けることで建物にインセンティブ (容積のボーナスなど) が与えられることもある

「公開空地」: 総合設計制度 (建築基準法第 59 条の 2) において公開空地を確保し、市街地環境の改善を行うと容積率が緩和される

「有効空地」: 特定街区 (都市計画法第 8 条、第 9 条、建築基準法第 60 条) において、市街地内の街区の整備・造成が行われている地区で容積率、建物高さ、壁面線の位置を定める。

有効空地を取ることが必要

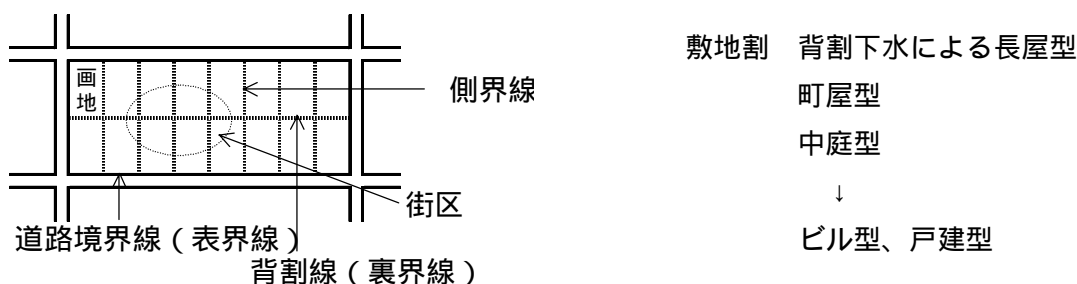
駅前広場 (交通計画)

ポケットパーク ← ベスト・ポケット・パーク

4) 街区と敷地

街区: 敷地の集まりによって構成される。一般的に道路によって区域が限定される敷地群

敷地: 建物や施設を設けるための区域・土地、必ず道路に面する (接道義務)



5) 緑と公園 (公園緑地) → 日本の「環境アセスメント」の不備とは

植生と植栽

都市公園 (街区公園 / 近隣公園 / 地区公園 / 総合公園 / 運動公園...)

6) 水辺

水辺への接近性、アクセス = > 親水公園

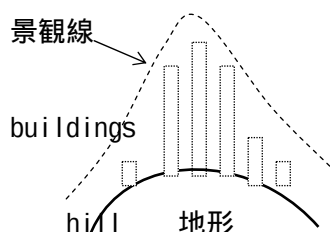
7) 町並み

近景・中景・遠景

建物の高さのコントロール / 形態規制

↓ 1970 年以前 日本の 31m (100 尺) の絶対高さ → 丸の内一丁倫敦

サンフランシスコのアーバン・デザイン・プラン



丘の上は高層化を図るが、中腹や海岸線では超高層ビルを建てさせない。自然の地形を生かし海 (サンフランシスコ湾) を見下ろす景観の享受機会の拡充。公共的建築が目立つよう高層ビルのデザインは節度を持って建設。都市のわかりやすさの確保

8) 商業施設

ものを売る場、購買意欲を高める
地下街、テーマパーク }
ショッピングモール、複合商業空間、郊外型ＳＣ、沿道型（ロードサイドショップ）

9) 歴史的環境の保存・保全

わが国では法にもとづく制度・事業、および
地方自治体の要綱などにより開発・再開発が実施

2. デザインコントロールの手法

← その方法を大まかに手法（テクニック）としてきり分けると

1) ゾーニング

計画単位開発 (Planning Unit Development, PUD)

例：クラスターゾーニング、初めて集中的に開発される田園地域や郊外に適用 → 地区計画

都市再開発規制 (Urban Renewal Controls)

例：土地収用、強制収用により民有地の取得（公共の福祉を目的とする）

インセンティブ・ゾーニング (Zoning Incentives) = 「開発特典 (ボーナス)」制度

誘導措置付き地域性の創出、広場や歩道など魅力ある公共空間の提供による床面積の割増、

望ましい空間的特長・アメニティの創出（特別なデザイン規制）による見返り

2) 予防的手法（利己主義的開発（「建築自由」）から都市の公共空間を守る）

開発特典 床面積の割り増し→公共空間の開発

特別用途地区 特別なデザイン規制の適用

地区計画 「地区」独自の規制/新しい建築物の様式と形態を規制

3) 地区計画等（の種類） → 詳細は都市計画法とのからみで

地区計画 用途別容積 / 誘導容積制度 / 容積の適正配分 / 街並み誘導型

再開発地区計画

住宅地高度利用地区計画

集落地区計画

沿道整備計画

複合しての利用
= 千代田区型
街並み誘導型 +
用途別容積

3. 「景観」のつかまえ方（アーバンデザインのキーワードとして）

1) 景観をとらえるうえで重要なポイントは、それが誰にとっての景観であるか

鑑賞者（来街者として）の立場で景観を見ているのか 見る 景観 → 観光地

生活者（暮らしの中で）の立場で景観を見ているのか 生活する 景観 → 生活景

→「どの町が美しいかアンケート」によれば、名所旧跡的な京都が高いのが 見る 景観、生活環境
を絵に描きたい、写真に撮りたくするような町となるのが 生活する 景観につながる

2) どこから眺められる景観であるか

視点場 → 視対象

ウチからの景観（在宅で外（庭）などを眺める）

ソトからの景観（自宅を含んだ、たたずまいを外から眺める）

塀や屋根に関して周囲との調和に気を配ったりする → 景色をつくる

4. 建築物の形態規制が景観に影響を与える

日本の都市計画は平面に対する規制

= すべて都市計画図 (2次元の表現) に示すことができる

↓

立面・3次元的にとらえての評価・計画がない

↓

“立体的”都市計画 = 景観

- ・ 形態 (色・形・ボリューム規制)
- ・ 用途 (ある階層の限定利用) 規制
- ・ 見通しの確保 (建築規制線・建築規制帯)
- ・ 障害要素 (電柱・電線・広告物) の排除
- ・ 嗜好要素 (緑・統一感アイテム) の導入

海外事例

1) ドイツのBプラン (Bebauungsplan、地区詳細計画)

→ 1980 (昭和 55) 年に日本で地区計画として導入

(開発の初期段階から住民意見をとらえる代替案の提示なども含む)

Fプラン (Flachennutzungsplan、土地利用計画) Lプラン (Landscapeplan)

2) フランスのSCOT (Schéma de Cohérence Territoriale、地域統合計画)

PLU (Plan Local d'Urbanisme、地方都市計画)

3) アメリカ合衆国ハワイ州

- ・ 自然環境と快適な人工環境の調和を重視 (観光資源の保全)
- ・ サイン (広告物) の総量規制 (大きさ、個数)
 - + 材料、色彩は市ごとに異なる
- ・ view cone (ビューコーン規制) ...円錐状の建築規制帯

4) アメリカ合衆国ニューヨーク州

- ・ Housing quality (ハウジング・クオリティ制度)

街路空間の活性化を目的 (町並みの維持、賑わいのあるファサード、レクリエーションスペースの確保、防犯・安全) に、これに寄与する建築形態には従来のゾーニング、形態規制をはずすことが可能

5. 都市環境のとらえ方

美意識
原風景
経験
愛着

嗜好 - アンケート

パーソナル
↕
パブリック
↓

環境

人間が五官でとらえる

心地よさ（アメニティ）

視覚

- 景
townscape
landscape

評価

活力
賑わい
統一性
変化
雑然さ
違和感
etc.

景観

↑ 形成要因

- 1) 時間（歴史、季節）
- 2) 自然（風土、水、緑、動物）
- 3) デザイン（空間構成、色彩、材料）
- 4) 文化（伝統、慣習、美学）

風景（自然美）

聴覚

- 音
soundscape
noisescape

静寂
音楽（心地よい音）
声
騒音

自動車
工場
etc.

阻害要因

触覚

- 感
sensescape

暖かさ（豊かさ、落ち着き、潤い）
感触（手ざわり、足ざわり、肌ざわり）
快適さ（使い勝手、経済的效果、住み心地）
生活観（暮らしよさ、便利さ、安全性）
個性

テクスチャー
による対応

嗅覚

- 臭
smellscape

香り（緑・花）
ごみ
水質汚濁
大気汚染
etc.

阻害要因

味覚

形成手法

環境的配慮にもとづく
規制（コントロール）、誘導
継承（守る）、保存
協定（つくる）
自然発生（できていく）

現状

土地所有の細分化
建築の自由

構成要素

形態
色彩
光
質感
自然（緑、水、etc.）
人間
道路

個と群

Ex. ハレとケの場の設定

私的な庭 - 庭、社寺境内
共有の緑 - 自然（山村、森林）
制度化された緑 - 都市公園、街路樹

付属工作物（看板、広告）

美観の維持と危害防止（屋外広告物法）

行為者

為政者

- 見る景観 - 行政
（風景・観光名所の考え方）

賞罰
届出・許認可
誘導

生活者（市民参加・市民支持）
- 生活景
（生活に密接な関わり）

時 間

朝・昼

通勤、通学、快適、安全

夕・夜

「繁華」との関連、24時間都市化による快適性、安全

視 点

レベル

- 地形の高低

年齢

- 大人、子供（視野の高低・広さ）

場 所

- 居住地、業務地、商業地、工業地、オープンスペース・・・

結 果

調和

- 統一、整合

↑
（深み）

→ 地域イメージ 景観

↓
混沌

- 迷路性、生活感、賑わい

6. 「都市景観」の流れ



景観は人間と視対象の関係によって成立するわけであるから、同じ視対象であっても人間が異なればその見え方は異なってくる。また、それは嗜好度などの評価行為と密接な関わり合いがある。評価と関わった景観はかなり「主観的」である。

《視覚と主観》＝哲学、美学、価値観 etc.