タイトル：「道」としての表参道と裏原宿～街のあるべき姿、「道」とはなにか～

English title：Omotesando and Ura-Harajuku as “Paths”: The Ideal Form of a City, and What a “Path” Really Means

プロジェクト概要

本報告書は「道」としての表参道および裏原宿を対象とし、「計画された道」と「実際の道」の乖離から街のあるべき姿を考察した研究要約である。

まず表参道、竹下通り、キャットストリートの３通りの特徴をそれぞれ、高級、流行、サブカルチャーと分類し、各地域の都市計画を比較することで、表参道の混雑、竹下通りの過密や文化の形骸化、キャットストリートの夜間の賑わい欠如等の課題を抽出した。これに基づき、道を単なる移動空間ではなく「歩くこと自体が豊かさをもたらす舞台」と再定義した。

地域改善の提案として、各通りの個性を維持しつつ連携する「文化のグラデーションによる回遊システムの構築」を掲げている。具体策には、ブランドの越境的ポップアップ展開、アートを用いた点と線の誘導、境界となる余白空間の整備を提示した。

結論として、同質化を避けた役割分担、異文化を繋ぐハブ機能の構築、常に新しい風を取り入れる姿勢が、街の継続的な価値向上に不可欠であると考える。

１． 研究の背景と目的

1－１a. 三つの通りの分析

街歩きを通して、それぞれの地域を分析することを行なった。まずは、ファッションイメージに注目したところ、表参道、竹下通り、キャットストリートは、それぞれハイブランドの道、カワイイの道、サブカルチャーの道と定義し、それ以外のイメージでは、それぞれ鑑賞の道、食べ歩きの道、滞在の道とした。その結果三つの道には共通して「ファッションストリート」というテーマがあるとした。しかし、それぞれに異なる「ファッションイメージ・過ごし方」があった。

加えて、都市計画との比較も行った。それぞれ、施策が効果的に働いといると言える点もあったが、ギャップが生まれていると考えられる点も存在した。表参道、竹下通り、キャットストリートでそれぞれ、人が多すぎて混雑しており閉塞感を感じる、ファッション文化の曖昧さ、穴場感が強すぎて集客率が悪いといった施策とのギャップが存在した。それぞれの行政の方針と、それに対する課題について次章でより詳しく述べる。

２．３つの通りの現状分析と課題の抽出

２－１a.　竹下通り

竹下通りのまちづくりについて、「神宮前地区　まちづくり指針」（渋谷区、2012 年 7 月）を参照に比較を行った。土地利用指針では「個性的な若者文化の発信拠点として、歩いて楽しい、活気あふれるまちなみを維持する。」として、道路ネットワークの指針では「歩行者交通ネットワークを担う路線」としての役割が期待されている。（注１）また、上位計画である「渋谷区都市計画マスタープラン」における位置づけとして、原宿駅前付近は「特色ある商業拠点」であり「ファッションを中心とした情報発信地としての特性を活かしつつ、表参道や明治神宮の景観や緑と調和した魅力ある拠点形成を目指す」と記述されている。（注２）これらの指針の要点を、以下の二点にまとめ、現状との比較材料とした。

①歩行体験や利便性を重視した空間設計

②固有の原宿文化を保持しつつ、他エリアとの調和による健全な拠点形成

２－１ｂ．　竹下通り―都市計画と現状の比較

次に、前項で整理した竹下通りを含む神宮前地区の都市計画に沿って、区が目指す街の姿と現状との比較検討を行い、課題点を抽出していった。

①　歩行体験や利便性を重視した空間設計

現状として、竹下通りは元々道路の幅が狭く、店舗も所狭しに並んでいることに加え、若者や家族連れ、インバウンドなどオーバーツーリズムによって混雑していることが多い。(図１)そのうえ、竹下通り商店会が公式ホームページで注意喚起している左側通行は達成されておらず、快適な歩行が困難な状況である。この通り自体が観光スポット化した滞留空間であり、過密で高齢者やベビーカーなどが通行しづらい点からアクセシビリティの低下が認められたり、商業性が前景化し周辺の地域住民の生活用道路として機能していなかったりと、本来の「道」が持っている公共性が損なわれている。また、竹下通りは一本道で完結する構造をとっており、複数ある枝道が活かされていない結果、隣接する道とのつながりが意識されず、エリア全体の回遊性の低下を招いている。加えて、表参道やキャットストリートでは見られるベンチなどの休憩スペース、街路樹や植木などの緑がなく、物理的にも心理的にも安らぐことができる要素がほとんどない。

総じて、歩行体験や利便性を重視しているとは言い難いのが現状である。

②固有の原宿文化を保持しつつ、他エリアとの調和による健全な拠点形成

竹下通りには、若者の最先端ファッションのイメージや「マリオンクレープ」の拠点地といった固有の文化築かれてきた歴史がある。しかし、現在はかつての原宿文化の名残は「竹の子ブティック」が現存している程度で、賃料の高騰により若手クリエイターのファッションブランド店は撤退せざるを得ず、代わりにファストファッションの全国チェーン店が軒を連ねていたり、SNS 映えによるブームを狙った食べ歩きスイーツ店に行列ができていたりと、(図２）竹下通りに根付いた文化が形骸化して表面的なイメージが浮遊している状態である。また、免税店や多言語表記、動物カフェや日本土産屋などのインバウンド向けの店舗も多い。以上に挙げた現状は竹下通り特有のものではなく、池袋や新大久保など都内各所でも見られるものばかりであろう。現在の竹下通りは、もはや文化を生み出す場所ではなく、一過性のブームを消費する観光特化型の場所となっている。



（図 1）竹下通り―北側ゲート付近



（図 2）TOTTI CANDY FACTORY 原宿店

２－２a.　表参道

渋谷区が発表した、『表参道地区　地区計画』（注 3）によると、土地利用の方針、地区施設の整備の方針、建築物等の整備の方針が定められ、具体的な内容は道路の種類によって幅員の大きさを設定し、建築物の用途を風俗営業、倉庫業に供する建物は建築してはならないと厳しく定めた。それだけでなく、建築物の高さや壁面の意匠に関しても制限を設けている。建築物のお高さの上限は 30mで、回数も 8 階までと定められている。また壁面や広告の意匠に関しては、都市景観や美観に配慮するようにとしか書かれておらず、曖昧な指定となっている。加えて、表参道のまちづくりには民間の団体と渋谷区との協力が多く影響している。表参道には二つの大きな民間団体があり、原宿表参道欅会と原宿神宮前まちづくり協議会というものだ。原宿表参道欅会は表参道地区の環境美化を目的とした団体で、原宿表参道憲章を制定した。憲章では、「友情と愛と元氣のある街、自然と環境を大切にする街、芸術と文化を発信する街、歴史と科学をみつめる街、平和と未来と幸福（しあわせ）を創る街」（注 4）を掲げており、それに従って活動内容を定めている。具体的な活動内容は、ゴミ箱の設置や清掃活動などの環境美化活動、防犯防災活動、街路灯フラッグ広告事業活動を行っており、広告事業活動で得た収益は清掃費用や景観保護に使用されていた。



（図 3）神宮前第 2 歩道橋から見た表参道



（図 4）表参道沿いの BOSS の建物

２－２b.　表参道

以上の方針は、用途・形態に関する一定の規制を通じて街並みの統一感を担保し、結果として「表参道らしさ」として認知される景観的アイデンティティを形成する点で効果的に働いていると評価できる。特に、建築物の用途制限や高さ制限は、沿道環境の質を一定水準に保つ基盤となり、広い歩道と相まって、大人数による歩行や滞留が可能な空間条件をつくり出している。また、原宿表参道欅会をはじめとする民間団体による清掃活動、ゴミ箱設置、防犯防災活動、街路灯フラッグ広告事業等は、行政計画を補完する実装面の仕組みとして機能しており、ゴミの少なさや店舗外観の整えられ方といった日常的な景観美化の水準を高く維持する要因となっていた。一方で、こうした高品質な景観と歩行環境は、ハイブランド店舗の集積と来街者の増加を誘発し、結果として美しい景観が人を呼び、その人流がさらにブランド価値を高めるという正の循環を成立させていると考えられる。さらに、この循環は表参道を目的地化し、観光、買物、鑑賞といった多様な来街目的を集約することで、都市としての吸引力を強化している。 しかしその反面、来街者が過度に集中する時間帯や区間では、歩行者密度の上昇によって混雑や閉塞感が生じ、歩きづらさや滞在のしにくさが顕在化していた。すなわち、歩道の物理的な幅員が確保されていても、人流が許容量を上回る場面では歩行の快適性が低下し、道としての公共性が相対的に損なわれる可能性がある。また、意匠規制が「美観への配慮」といった抽象的表現に留まる点は、運用段階での解釈に幅を残し、景観形成の主体間での合意形成が難しくなるリスクも含んでいる。以上を踏まえると、表参道の地区計画は「美しい景観をつくり、人を呼ぶ」という目的に対して概ね効果的に作用している一方で、過密化に伴う歩行体験の質の低下という副作用も併せ持つ。したがって今後は、表参道単体での受け皿強化に加え、竹下通りとキャットストリートを含む周辺街路へ人流を段階的に分散させる回遊設計や、結節点での滞留を受け止める空間の整備等を通じて、エリア全体としての歩行環境の最適化を図る必要がある。

２－３a.　キャットストリート

「神宮前地区まちづくり指針」（注 5）によると、「緑と水の空間」、「回遊性・にぎわい」「商業と住宅の調和」という 3 つの軸で計画が存在した。具体的にはゾーンを設定して、それぞれに整備方針を定め景観形成の促進を図るというものだ。緑と水の空間については、明治神宮や代々木公園等の緑を保全すること、敷地内緑化や、壁面緑化を進めることが明記されていた。ただ、どの軸も具体的に何を制限し、何を許可するのかは明記されておらず、あくまで上位計画としての性格が感じられた。

２－３ｂ．　キャットストリート

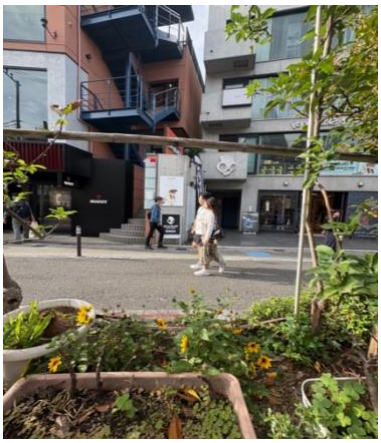
①　みどりと水の空間

緑の配置や花壇などの整備のばらつきが存在するが、図 5 や図 6 に見られるように全体的に緑が多く穏やかな歩行空間

が存在した。また図７のようなテラス席があるカフェが多く、緑と調和した店舗が多数あった。無理やり街の中に緑地空間するのではなく、街の「余白」の部分に融合している印象を受けた。しかし、「神宮前地区まちづくり指針」に記載されている、沿道緑化イメージと敷地内緑化イメージには緑化が進んでいなかった。加えて、「旧渋谷川の蛇行を生かした」空間を形成するという方針も実際になされているとは評価できない。



（図 5）キャットストリートの街路樹



（図 6）同街路樹



（図 7）THE ROASTERY by NOZY COFFEE

②回遊性・にぎわい

歩道は一定程度整備されており、路面の段差や車両交通の影響が相対的に小さい区間が多いことから、歩行そのものの快適性は高いと分析した。一方で、キャットストリート周辺は細街路や路地が多く、分岐が連続するため空間構造が迷路状になりやすい。初めて来訪する歩行者にとっては、目的地の方向性や通りの連続性が視覚的に把握しにくく、回遊の起点・終点を見失いやすいという課題があると考えられる。また、土曜日であっても表参道や竹下通りと比較して歩行者密度が低く、混雑が抑えられている点は、落ち着いた滞在環境や「穴場感」を形成する要因となっていた。これは、騒がしさを避けてゆっくり過ごしたい層にとっては魅力である一方、通り全体としての賑わいが視認されにくく、通りの入口で回遊の動機づけが弱くなり得ると考えた。したがって、キャットストリートの特性は「静けさ」や「滞在」を価値として保持しつつも、迷路性による分断を軽減し、次の目的地へ自然に繋がる情報を適切に提示することが、回遊性の向上に向けて重要である。

キャットストリートは「神宮前地区まちづくり指針」において、主要生活道路に準ずる路線に位置づけられている。道路整備の方針としては、地区内の自動車および歩行者の通行サービスを支えるため、壁面後退等により幅員 6m～9mの整備を目指すことが述べられている。しかし現地観察では、道路上の植栽、ガードレール、看板、出入口周辺の滞留等が連続的に発生しており、実測上の幅員よりも狭く感じられる区間が多かった。とりわけ、歩行者の進行方向に対する見通しが断続的に遮られることで、歩行のリズムが途切れ、直進的な移動よりも局所的な滞在へ行動が偏りやすい構造になっていると考えられる。回遊性・にぎわいという観点では、分岐の多さと視認性の低さが、通りの入口から奥へと人流を引き込む力を弱め、表参道や竹下通りとの間で人の流れが連続しにくい要因となっている。したがって、計画が想定する生活道路としての通行機能を担保しつつ、結節点や分岐点における案内・誘導、歩行者の滞在を受け止めるベンチ、緑陰、サイン等といった小さな余白の配置、時間帯に応じたプログラム導入等を通じて、人流を“点”から“線”へ接続する設計が求められる。

② 商業と住宅の調和

キャットストリートでは、万人受けするチェーン店舗が連続するというよりも、図８のライスバーガー専門店「おこめどき」や図９のセレクトショップ「葛屋東京」のように、かつ外観・内装に特徴のある店舗が点在していた。これらはたまたま通りかかって入るよりも、その店を目的に訪れる行動を促しやすく、来街者の滞在は、食事や購買に加えて、空間体験を含む傾向が強いと考えられる。その結果、歩行者は高密度に集まるのではなく、店舗単位で分散的に滞留し、通り全体としては過度な混雑が抑制されやすい。 また、店舗のスケール感やファサードの多様性は、表参道のような連続し

た大規模店舗による圧迫感とは異なる景観を生み、住宅地に隣接する街路としての落ち着きを維持する要因になっていた。すなわち、商業機能が前面に出る場面がありつつも、騒音・照度・滞留の集中が局所化しやすく、住宅の静けさを一方的に侵食しにくい構造である。加えて、若者向けの店舗に加えて高価格帯の店舗も同一エリアに混在している点は、消費レンジの幅を確保しつつ、華やかさや派手さを前景化させない「大人びた滞在」の雰囲気を形成していた。 以上より、キャットストリートは、住宅地の環境と両立し得る適度な商業的賑わいを成立させると同時に、表参道と竹下通りの中間に位置する緩衝帯として、来街者が気分や行動様式を切り替えながら回遊するための受け皿となっていると評価できる。今後の回遊設計においては、この落ち着きという強みを損なわない範囲で、分岐点での案内や小規模な滞留空間を補い、周辺街路との接続性を高めることが重要である。



(図 8) おこめどき



(図 9) 葛屋東京

３.『道』の再定義と回遊システムの提案

道の再定義

我々は、道には公共性を保ちつつ、周りの環境との情報の交換が円滑に行われ、目的地に到達するための手段としてではなく、そこに向かう時間そのものに意味を付与することができる機能が必要だと考えた。つまり単なる移動の効率化のための場所ではなく、そこに居ること、歩くこと自体が豊かさをもたらす舞台様々な人や建物への出会いの場で選択肢を与えてくれる場であることが「良い道」として重要な条件であると定義する。そのために、表参道、竹下通り、キャットストリートの 3 つの通りを円滑に繋げることが必要であると考え、それを実現するための回遊システムを提案する。

回遊システムの提案

竹下通り、表参道、キャットストリートの三街路は、空間的には原宿・神宮前地区の徒歩圏内に凝集し、明治神宮や表参道の形成史、戦後の商業集積の変遷、サブカルチャーの展開等を通じて、歴史的にも相互に連関してきた都市空間である。しかし現状においては、各通りが担ってきた象徴的価値（高級消費文化／若者流行文化／サブカルチャーおよび滞在型文化）が明確に分化し、来街者の属性・行動様式・消費目的も異なることから、通り相互を横断する動線が十分に形成されていない。結果として、エリア全体としての回遊性は部分的に断絶し、特定の通りに人流が集中・滞留する一方で、境界部や接続経路では歩行者流動が途切れる区間が生じていると考えられる。以上の課題認識に基づき、我々は、差異を前提としつつも、それを固定的な「分断」として再生産するのではなく、異なる文化圏が緩やかに接続し、相互送客と滞在価値の増幅をもたらす統合的なエリア・マネジメントが必要であると考えた。そのための概念枠組みとして、各通りに内在する文化的特徴を連続体として捉え直し、段階的な移行を可能とする構造を設計することで、来街者が異なる体験へ

自然に移動・越境できる回遊システムを構築するという方針を示す。すなわち、新たな回遊システムのコンセプトとして「文化のグラデーションによる回遊システムの構築」を提案する。

①　「越境」を促すブランド・ポップアップの交換

それぞれの通りに出店している店舗やブランドが、あえて別の通りで期間限定のポップアップストアを展開し、相互のターゲット層を送り合うことを提案する。表参道 × 竹下通りでは、表参道のハイブランドが、竹下通りで若年層向けの遊び心ある限定アイテムやスイーツのポップアップを展開し、未来の顧客層とのタッチポイントを作ることを目的とする。竹下通り × キャットストリートでは、竹下通りで人気の気鋭のクリエイターやアニメコンテンツが、キャットストリートのギャラリーで少し大人向けのアート展やアパレル展示を行う。表参道と竹下通りの間に位置するキャットストリートを「実験場」とし、異なる文化が交ざり合うコラボレーションイベントを開催することを提案する。

②　　イベントによる「エリア間の誘導」

街角に連続性のあるイベントを面的に配置し、通り間の「境界部」を通過点ではなく体験の連鎖として再構成することで、来街者を自然に隣接エリアへ誘導することを目的とする。具体的には、竹下通り、キャットストリート、表参道の接続経路上に複数の小広場、路地の分岐といった結節点を設定し、回遊ルートに沿ってパフォーマンス、ミニ展示、ワークショップ、期間限定の屋外屋台等を時差的に展開する。例えば、各通りの特徴に合わせて出演者や演目のトーンを段階的に変化させ（竹下通り側は参加型・ポップ、キャットストリートは滞在型・編集性、表参道側は鑑賞性・洗練）、同一のテーマやストーリーを保ちながら移動する「回遊型パフォーマンス」を実施することで、観客が演目を追う行動そのものが越境動機となるよう設計する。また、謎解きイベントやスタンプラリーについては、単なる地点回収に留めず、各通りに固有の店舗・ギャラリー・公共空間を「手掛かりの場」として組み込み、参加者が小さな購買・休憩・鑑賞を繰り返しながら次のエリアへ遷移する仕組みとする。さらに、効果検証として、ルート別の通過人数、回遊率、滞在時間、参加率、店舗売上の変化等を指標化し、人流データやアンケートを用いて改善サイクルを回すことで、イベントが一過性の賑わいに終わらず、文化のグラデーションを媒介とした継続的な回遊行動へ接続することが期待される。

③　境界線となる「余白」の整備

通りと通りの結節点に、共通のデザインを持たせた休憩スペースや案内板を設置し、観光者が足を止め、次のエリアへ向かうための心理的な負担を減らすことを目的とする。1つ目の方法は空間のシェアリングである。高級ブランドの廃材を使った竹下通りの学生によるファッションショーや、表参道のレストランが監修するキャットストリートでのストリートフードトラックなどのイベントを定期開催し、普段交わらない層に出会いを生み出すことができる。次に、越境フリーマーケット・マルシェを開催する。例えば竹下通りとキャットストリートの間の裏道で、各通りの店員やクリエイター、アパレル関係者が合同で小さなマルシェや屋台を開く。直接会話が生まれることで、お互いの顧客層や文化の自然な出会いを促すことが可能になる。

４．結論

このエリアをより良い街にしていくためには、「表参道に若者向けの安い店を増やす」「竹下通りを高級化する」といった、互いの性格へ一方的に寄せていく同質化のアプローチは悪手であると考える。同質化は短期的には分かりやすさを生む一方、各通りが蓄積してきた固有の文化資本や店舗構成の多様性を希薄化させ、結果としてどこにでもある街へ変化してしまう危険がある。したがって、三つの街の差異を前提として、各通りが担うべき役割を明確化し、それぞれが補完関係を形成するような役割分担を設計することが重要である。例えば、表参道は高品質な景観と鑑賞性を核とした滞在・回遊の終着点として、竹下通りは若者文化や食べ歩き等の高密度な体験の入口として、キャットストリートは両者の中間領域として編集的・実験的なコンテンツを受け止める緩衝帯として位置づけることで、エリア全体を一つの連続した体験体系として構成できる。同様に、文化の壁を越えるハブの存在も不可欠である。三つの通りは、商店会の組合構造、地権者・テナントの資本規模、来街者の価値観や滞在行動が大きく異なるため、自然発生的な連携だけでは越境が生じにくい。そこで、結節点となる余白空間や路地の分岐部に、案内・休憩・小規模イベントを複合した拠点を設け、加えて商店会・地権者・行政・民間団体が共同で運営する組織を立ち上げることで、越境的なポップアップ、回遊型イベントなどを継続的

に実施できる体制を整える必要がある。 さらに、街のブランド価値が上がり家賃が高騰すると、資本力のある大手チェーンやハイブランドしか出店できなくなり、街から面白みや更新性が失われていくという構造的リスクがある。これに対しては、短期出店枠や小規模区画の確保、若手クリエイターや地域事業者に対する支援、用途・業態の偏りを抑えるためのテナントの誘導等を通じて、創造的な担い手が参入し続ける入口を制度的に担保することが求められる。地域や行政の協力のもと、常に新しい風が入り続ける仕組みを回遊施策と連動させ、回遊率、滞在時間、歩行快適性、住民満足度等を指標として検証・改善を重ねることが、街の鮮度を保ちつつ継続的な価値向上を実現する鍵であると考える。

（注 1）渋谷区「神宮前地区まちづくり指針」2012 年 7 月、 4 頁―6 頁
（注 2）同上、17 頁
（注 3）「表参道地区　地区計画」渋谷区
https://files.city.shibuya.tokyo.jp/assets/12995aba8b194961be709ba879857f70/081ca26f5f47423f93141ffe0e0478a9/assets_detail_files_kurashi_machi_pdf_tikukeikaku_omotesando_2016.pdf（最終閲覧日：2026 年 3 月 22 日）
（注 4）原宿表参道欅会ホームページ「原宿表参道憲章」https://omotesando.or.jp/ecoavenue/　（最終閲覧日：2026 年 3 月 22 日）
（注 5）神宮前地区まちづくり指針（平成 24 年 7 月） https://00m.in/fQtHC　（最終閲覧日：2026 年 3 月 22 日）

【参考文献】
・「竹下通り公式マップ～原宿最新情報報」原宿竹下通り商店会
竹下通り公式マップ～原宿最新情報～（最終閲覧日：2026 年 3 月 25 日）

【図表の出典】
（図 1 ～ 8 ）執筆者撮影

【執筆者】
1. 菅原　歌恋　Karen Sugawara（文化構想 3 年）
2. 横山　碧　Aoi Yokoyama（文化構想 3 年）
3. 工藤　千雅　Chika Kudo （文化構想 4 年）
4. 尹　偉尽　Wijin Yun（文化構想 4 年）

表参道・原宿エリアのシッティングプレイスの調査と提案
Proposals for new sitting places in Omotesando and Harajuku

プロジェクト概要

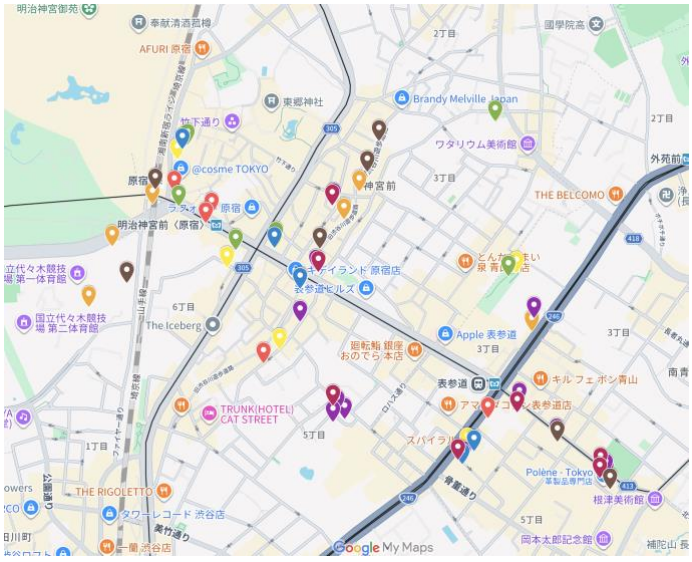
本研究は、表参道・原宿エリアにおけるシッティングプレイスの現状の調査をもとに、該当エリアに必要と考えられる新たなシッティングプレイスの提案を目的とする。本研究では、座ることを想定して設置されたベンチだけでなく、車止めや階段、地面など、結果的に人が座っている場所も含めて「シッティングプレイス」と定義する。

ラグジュアリーブランドが立ち並ぶ表参道、個性的なファッションやポップカルチャーが集積する原宿は、国内外から多くの人が訪れる日本有数のトレンド発信地であり、平日休日を問わず来街者が集中する。そのため、休憩や飲食、待ち合わせなど多様な用途においてシッティングプレイスの需要は高い。本研究では複数回の街歩き調査を通して表参道・原宿エリアのシッティングプレイスを集計し、設置主体や特性による分類を行うとともに、素材、座席数、景観、座り心地、滞在時間、利用者属性や用途、問題点といった観点から分析を実施した。さらに分布と特徴を可視化するマップを作成し、物理的にシッティングプレイスが不足する場所への提案に加え、広場型、一人利用型、都市景観を感じる型の三つの型から、エリアに求められる新たなシッティングプレイスを提示する。

１．表参道・原宿エリアのシッティングプレイスの現状

本研究では、表参道・原宿エリアにおけるシッティングプレイスの現状を把握するため、複数回のまちあるき調査を実施した。調査では、座ることを想定して設置されたベンチだけでなく、車止めや段差、階段、地面など結果的に人が座っている場所も含めてシッティングプレイスとして記録した。確認したシッティングプレイスは Google マイマップを用いて整理し、位置情報とともに写真や簡単な解説を付して分布を可視化した。作成したマップの詳細は以下のリンクより閲覧可能である。

https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1XMJF54EK5N6tjAVe_rgQHvXoT8CRnLo&ll=35.667666079407994%2C139.71304774680485&z=14



赤：公共空間のシッティングプレイス
黄：大規模商業施設のシッティングプレイス
紫：小規模商店のシッティングプレイス
オレンジ：意図せずシッティングプレイスとなった場所

緑：自然を感じられるシッティングプレイス
青：1 人利用が想定されたシッティングプレイス
エンジ：心理的に座りにくさを感じるシッティングプレイス

（図１）表参道・原宿エリアにおけるシッティングプレイスの分布図

各シッティングプレイスについては、素材、座れる人数、見える景色、座り心地、滞在時間、利用者の属性や行動、考えられる問題点といった観点から観察・記録を行い、利用実態の把握を試み、その上で以下の二つの観点から分析を行った。

観点１：シッティングプレイスの設置主体

エリアには、行政や商業施設によって意図的に設置されたものと、車止めや段差など本来は座ることを目的としていないが結果的に利用されている場所が存在していた。そこで本研究では、エリアに点在するシッティングプレイスを以下の四つに分類した。

①行政によって意図的に設置された公共空間のシッティングプレイス…赤色のピン

②大規模商業施設に設けられたシッティングプレイス…黄色のピン

③小規模店舗の前や店内に設置されたシッティングプレイス…紫色のピン

④車止めや段差など意図的せずシッティングプレイスとなっている場所…オレンジ色のピン

この分類に基づいて分布を整理したところ、来街者が多いにもかかわらず物理的にシッティングプレイスが不足している場所が存在することが分かった。特にキャットストリート国立競技場側、代々木体育館周辺、神宮橋周辺では、段差や車止め、地面など本来座ることを想定していない場所がシッティングプレイスとして利用されていることが確認された。これらのエリアは物理的にシッティングプレイスが不足しており休憩する場所の需要が高い場所といえる。

観点２：シッティングプレイスの性質

観点１の①～③にあたる「意図的に設置されたシッティングプレイス」を観察すると、それぞれが異なるコンセプトを持ち、様々な利用のされ方を想定して設置されていることが分かった。そこで、シッティングプレイスを以下の三つの特徴で分類し、どのような雰囲気や特徴を持ったシッティングプレイスが現在エリアに存在するのかを可視化した。

①自然を感じられるシッティングプレイス…緑色のピン
②一人での利用を想定したシッティングプレイス…青色のピン
③店舗や周囲の雰囲気によって心理的に座りにくさを感じるシッティングプレイス…エンジ色のピン

観点２の分析からは、エリアの既存のシッティングプレイスの性質に偏りが見られる点がわかった。ののあおやまやハラカド、WITH HARAJUKU など近年開業した大規模商業施設では、植栽や広場空間と一体となったシッティングプレイスが多く設けられており、自然を感じながら滞在できる空間は比較的充実していることが確認された。一方で、表参道・原宿エリアに多く存在する個性的な建築や渋谷方面のビル群などの都市景観や、エリアを訪れる人々のファッションを楽しみながら滞在できるような、都市的な魅力を活かしたシッティングプレイスはあまり見られなかった。また、一人利用を想定したシッティングプレイスは存在するものの座席数は多くなく、エリア内を一人で訪れる来街者の多さを考えると、十分とは言えない状況であると考えられる。さらに、複数存在する高級ブランド店舗前のシッティングプレイスでは、店舗の雰囲気や周囲の視線によって心理的な圧力を感じ、座りにくい場所が多く見られるという特徴も確認された。

以上のことから、本エリアでは①物理的に不足している場所への設置、②広場的なシッティングプレイス、③一人利用に適したシッティングプレイス、④都市景観を楽しめるシッティングプレイスといった新たな空間が求められていると考えられる。２章ではこれらの視点をもとに、具体的なシッティングプレイスの提案を行う。

２．求められるシッティングプレイス

提案①　国立競技場側キャットストリートのシッティングプレイス

明治通りから表参道を横断し、原宿神宮前方面に約１km 続くキャットストリートは、小規模なセレクトショップやカフェなどが密集し、高級ブランドが立ち並ぶ表参道の通りとは異なった個性を放つ商業エリアである。流行に敏感な若者やファッション関係者、観光客などが多く訪れる歩行者中心の賑わいのある空間で、歩いて楽しむ表参道・原宿エリアの

象徴的な空間の一つである。

本研究では、存在するシッティングプレイスの特徴から、キャットストリートを表参道を境に渋谷側と国立競技場側に分けて分析・提案を行う。渋谷側には、木々や花が植えられた花壇や街灯といった用途と一体化した公共型のシッティングプレイス（図２）が約 10m 間隔で 25 箇所余り設置されている。実施した調査においても多くの観光客や買い物客が休憩や飲食を行っている様子が確認された。一方で、国立競技場側では渋谷側に存在する公共型シッティングプレイスはなく、商業店舗前の段差や地面など座り込む人が確認され、意図せずシッティングプレイスとなった場所が多く存在し、座りやすいシッティングプレイスの需要はあるものの数として不足している状況にあるといえる。そこで国立競技場側キャットストリートのシッティングプレイスの不足を解消すべく、新たなシッティングプレイスを二つ提案する。一つ目は、渋谷側と同様の公共型のシッティングプレイスを設置する案である。既存事例では利用率が高く、休息場所として機能する可能性が高い。一方で渋谷側と比較すると狭い通りの幅や、定期的に開催されるフリーマーケットといったイベントでの通り利用を考慮すると、シッティングプレイスの設置によって通行人や観光客にとって圧迫感が生じる可能性もある。そこで、二つ目の案として、コンパクトな小型のシッティングプレイスを提案する。バンクーバーの Granville Street では、車止めとしての機能と座る機能を兼ね備えたボラード型のシッティングプレイス（図３）が設置されている。このようなシッティングプレイスは、必要以上に場所を占有することなく、歩行者の多いキャットストリートにおける短時間の休憩の場所として機能すると考えられる。前述した通り国立競技場側のキャットストリートでは、通行者の流れを確保しつつ、気軽に座ることのできる場所を点在させる必要がある。バンクーバーに存在するような小型のシッティングプレイスを通りに配置することで、歩行の妨げにならない形でそれらを実現できる。また、シンプルでスタイリッシュなデザインとすることで、ファッションやカルチャーの発信地であるキャットストリートの景観とも調和する都市空間を実現できると考えられる。



（図２）渋谷側キャットストリートのシッティングプレイス



（図３）バンクーバーの Granville Street のシッティングプレイス

提案②　神宮橋付近のシッティングプレイス

明治神宮と JR 原宿駅を結ぶ橋である神宮橋は、駅の近くということもあり、常に多くの歩行者が利用している。先述のシッティングプレイスの分布図（図１）を確認すると、交通量が多いにもかかわらず、神宮橋、JR 原宿駅付近にはシッティングプレイスがほとんど設置されていないことがわかる。さらに、複数回まちあるき調査を行う中で、神宮橋の欄干にもたれかかる人や座り込む人が多く見られ（図４）、神宮橋付近で休憩・滞留をする需要が高いとわかった。

そこで、神宮橋付近のシッティングプレイスの不足を解消すべく、以下の提案を行う。神宮橋付近のシッティングプレイスに求められる条件は、（１）橋を通行する人の支障にならないこと、（２）可能な限り多くの人が座ることができること、（３）橋に馴染むデザインであること、（４）ホームレスや立て看板で禁止されている物品販売者、演奏者などが長期

滞在しないような工夫があること、の４点である。この条件を踏まえ、（１）橋に沿うような細長いデザイン、（２）石造りの橋に合わせた、石を使用したクラシックなデザイン、（３）図５の参考例のように、１人分の着席スペース毎に仕切りを設けるなど、排除型の要素を取り入れたデザイン、の３つの要素を満たすシッティングプレイスの設置を提案する。



（図４）休日夜の神宮橋の様子



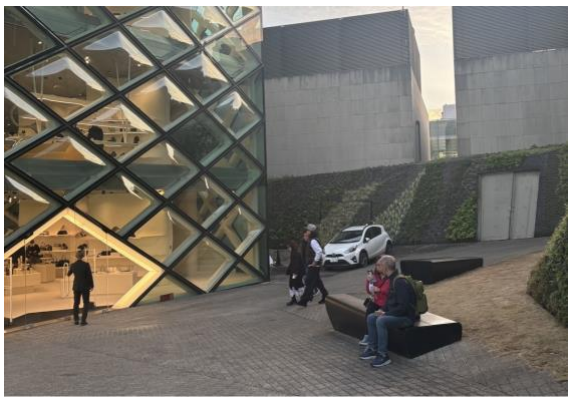
（図５）排除型シッティングプレイスの参考例

このことにより、神宮橋の伝統的な雰囲気を壊さず、多くの人が短時間快適に休憩することができる空間を目指す。

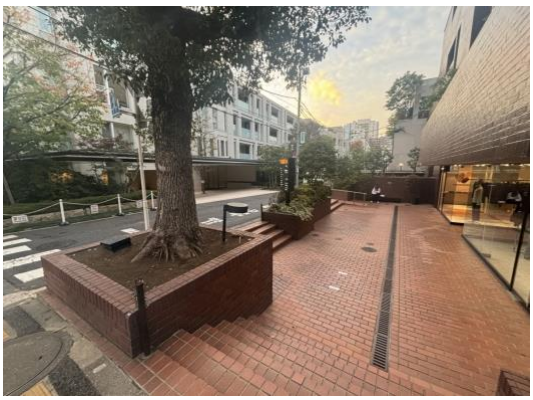
提案③　青山の広場的なシッティングプレイス

キャットストリート国立競技場側、神宮橋付近と、シッティングプレイスが分布図上不足している場所への提案を記述してきたが、提案③～⑤では、現状設置されているシッティングプレイスのほかに、調査の中で需要上必要とされると判断した新たな形のシッティングプレイスの提案を行う。

高級店や住宅街が広がる青山エリアでは、洋服店や美容院などが設置している小型のシッティングプレイスが多く見られる。しかし、それらの使用状況を実際に観察してみると、その店舗の利用者以外は店員の目などが気になって利用しづらく、ほとんど人が座っていない場所も非常に多い。一方で、PRADA 前に設置されたシッティングプレイス（図６）は広場的な空間の中にあって周囲の目が気にならないため、多くの買い物客が入れ替わりながら利用していた。つまり、青山エリアでは、買い物後の休憩などでシッティングプレイスの需要も高いにもかかわらず、実際には利用しにくいと感じるシッティングプレイスが多いため、結果的にシッティングプレイスが不足しているのである。そして、青山エリアで現状求められるシッティングプレイスは、店舗との距離が近すぎない、広場的な空間の中にあるシッティングプレイスなのである。



（図６）PRADA 横のシッティングプレイス



（図７）FROM-１st ビルの裏側の空間

そこで、青山エリアでシッティングプレイスを設置できる広場的な空間を調査したところ、商業施設 FROM-1st ビルの裏側の空間（図７）が適切ではないかと考えた。この空間は住宅街に面しているため人通りや店の目も少なく、木などの自然もあるため、喧騒を逃れて落ち着くことができる場所となっている。さらに図７の奥に既に設置されているシッティングプレイスにも人が見られ、商業施設利用者の需要もあることが確認できる。

青山エリアは高級店の利用者が多いことを鑑みると、富裕層の人々も利用したいと感じるような快適なデザインであることも重要である。具体的には、背もたれやひじ置きがあるもの、大理石風の柄など高級感があって洗練されたデザインのものなど、座り心地の良さと高いデザイン性を両立させたものが望ましいと考える。

提案④　一人利用に適したシッティングプレイス

前述したシッティングプレイスの分布図（図１）を確認すると、一人で利用することを想定したシッティングプレイスの設置数は少ないことが読み取れる。いずれのシッティングプレイスも、多くの一人での来訪者が利用していることを観察できた。しかし、その設置場所のほとんどは商業施設内になり、無料で誰もが利用できるような公共空間への設置が不足していると考えられる。観察できた座席の設置場所は、主に二つに分類することができる。まず一つ目に、SPIRAL や WITH HARAJUKU にみられる型である。施設内の２階以上の場所に設置されることで、目線が高く保たれ、通りを俯瞰することができるシッティングプレイスである。SPIRAL からは青山通り、WITH HARAJUKU からは竹下通りやそのエリアの地形の変化を望むことができる。二つ目に、COLE HAAN GRADSHØP キャットストリート前にみられる型である。多くの人々が行き交う通りから一本入った道に設置されているシッティングプレイスである。表参道に面したキャットストリートの入口にあり、周囲の木々と馴染むかたちの切り株デザインが施されている。

このように、一人で来訪した者が街とのつながりや人の流れを感じつつ、少しだけ喧噪から離れて心を落ち着いて過ごせる空間というものへの需要を見出すことができる。槇文彦は、SPIRAL について「最も印象的なのは、１階から３階のホワイエへ行く窓沿いの『エスプラナード』です。ここは、いつ行っても誰かが椅子に座って外を眺めたり、ゆっくり本を読んだりして。この 35 年間変わっていない唯一の場所ではないかと思います。」（注１）と述べている。またこの空間について、パブリックスペースにある「孤独を楽しめるところ」（注２）である点に魅力があるとしている。求められている一人用のシッティングプレイスは、人目を気にすることなく滞在でき、しかし、人々の往来も含めた街の様子を感じ取って楽しむことができる位置にあるものなのである。

提案④では、表参道エリアの調査を通じて、設置場所及びデザインを提案する。設置場所として、リンツ　ショコラ　ブティック＆カフェ　表参道　フラッグシップ前の通り（図８）が適切なのではないかと考えた。この通りは、表参道を通る表参道駅側から原宿駅方面へと向かう人々と反対方向へと向かう人々へ異なる印象を与えていると考える。まず前者にとっては、遠近感のある通りのつくりになっているからこそ、表参道から抜けて回遊しようという意欲を掻き立てられる通りである。一方で後者にとっては、通りの蛇行具合からも意識して目を向けなければ気づかないとさえいえる通りである。多くの人々が往来しながらも、そのすべての視線を受けるわけではない脇道といえる。そして、表参道を通る人々の様子を一方的に視ることができる。

デザインとしては、表参道ヒルズをはじめとした周囲の建物と馴染むかたちが理想的である。現在通りには、等間隔に車止めが配置されている。そのため、車止めを活かしながら、座ることも想定した大きさに転換する。例えば、Comme des Garcons 青山店前の車止め（図９）や Apple 表参道横にあるポールは、本来の用途と異なりながらも、座る場所として利用されている姿を観察できた。車止めという機能を満たしながら、安全性を担保して座面は十分に確保することで「座る」という機能を付与し、さらに快適性を求めて腰かけることのできる高さであることが望ましい。



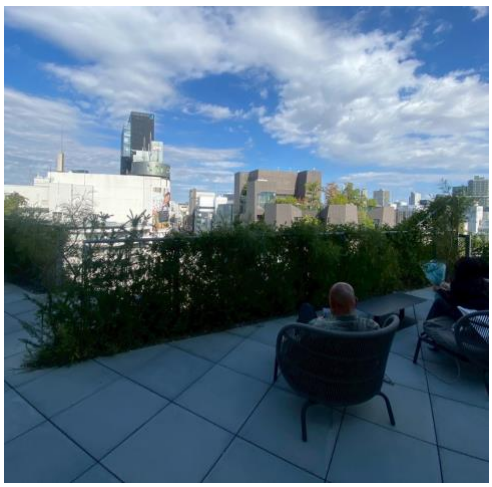
（図８）リンツ ショコラ ブティック＆カフェ 表参道
フラッグシップ前の通り



（図９）Comme des Garcons 青山店前車止め

提案⑤　都市的な魅力を感じられるシッティングプレイス（一人用）

表参道・原宿エリアは、日本を代表する都市空間であり、洗練された建築や多様な人々の活動が交差する魅力的な場所である。しかし、現地調査の結果、Google マイマップにて緑で示した「自然を感じられるシッティングプレイス」は多く存在し、ハラカドでは、草木が塀のように配置されることで、意図的に都市の景観を遮る空間が見られた。（図 10）そのため、都市の魅力を体感できる場所はほとんど見られなかった。また、これまでの分析からは「広場的なシッティングプレイス」と「一人で座ることを想定したシッティングプレイス」の需要が明らかになっている。そこで本提案では、これらの視点を踏まえ、「都市を感じる」という観点から新たなシッティングプレイスを２つ提案する。



（図 10）ハラカドのシッティングプレイス

まず一つ目の提案は、代々木体育館横の塀沿いを活用した「展望デッキ型シッティングプレイス」である。現状、この場所は意図せず人が長時間滞在する場所として利用されている。また、実際に座って観察すると、開放的な雰囲気があり、目の前にはいちょう並木や線路、ビル群といった都市景観（図 11）が広がっていたことから、都市を感じられるポテンシャルを持つ空間であると考えた。本提案では、いちょう並木や線路、ビル群を一望できるガラス張りのデッキを設置し、都市の景観を静かに味わうことができる場へと再構成する。さらに、現在の立地が持つ高さや視点を活かすことで、視界を遮らずに都市の広がりを感じられる空間とし、展望性を高める。こうした景観を俯瞰的に捉えることのできる空間の事例として、日本平夢テラス（図 12）が挙げられ、周囲の景観を一体的に捉える空間構成が参考になる。



（図 11）代々木体育館横からの都市景観



（図 12）日本平夢テラス

この空間は、メインストリートから離れ、一般の道路よりも高い位置にあるという特性を持つため、道路や人の動きよりも視線が上に向かう構造となる。その結果、都市の喧騒から一定の距離を保ちながら景観を楽しむことができ、静かに滞在できる環境が生まれる。そのため、不特定多数が集まる場というよりも、「一人で座ることを想定したシッティングプレイス」としての性質が強い。温かみのある木材や布素材を用いることで長時間滞在できる快適性を確保し、落ち着いたデザインとすることで、都市の中で一人の時間を過ごしながら建築や都市構造の美しさを感じられる場となることを目指す。

提案⑥　都市的な魅力を感じられるシッティングプレイス（広場的）

二つ目の提案は、表参道の道路空間を再編し、一車線分を活用した「街路型カフェ空間」である。現在の表参道は通過のための空間としての側面が強いが、現地観察からは、一部の車線が実質的に駐車スペースとして利用されている状況が見られた。これは本来の道路機能に対して空間が十分に活用されていない状態であり、人のための滞在空間へと再編できる余地があると考えられる。そこで、自動車中心の空間の一部を人のための空間へと転換し、パリの街路のようにオープンカフェを連続的に配置する。（図 13）本提案の特徴は、メインストリートを行き交う人々の動きや賑わいを間近に感じられる点にある。視線は自然と人の流れへと向き、都市の活動そのものが体験となるため、先の提案とは対照的に、都市の内部に身を置くような感覚を生み出す。



（図 13）パリに見られるオープンカフェ

このような特性から、本空間は個人で静かに過ごす場ではなく、人々が関わり合いながら滞在する「広場的なシッティングプレイス」として機能する。カフェ利用者と歩行者が緩やかに交差することで、偶発的なコミュニケーションや賑わいが生まれ、通り全体が滞在の場へと変化する。また、これまで通過されがちであった表参道において、都市の魅力を身体的に体験する機会を創出することができると考えられる。

以上のように、「都市を俯瞰し静かに味わう場」と「都市の中に入り込み賑わいを体感する場」という対照的な二つのアプローチから、都市の魅力を感じるシッティングプレイスを提案したものである。前者は「一人用」、後者は「広場的」という既存の分析で示された需要と接続しており、視線や体験の違いに基づいて都市との関わり方を多様化させるものである。これにより、表参道における滞在体験の質と幅を高め、都市空間の新たな価値創出につながることが期待される。

３．まとめ

本調査では表参道・原宿エリアのシッティングプレイスの現状を調査し、分布図にまとめた後、分布図やまちあるき調査でわかったシッティングプレイスの需要を分析することを通じて、５つの新たなシッティングプレイスの提案を行った。これらの提案によって、人通りが多くシッティングプレイスが不足している表参道・原宿エリアの現状を改善するだけではなく、「人の目が気にならない場所で快適に休憩する」「都市の街並みをじっくり楽しむ」など、シッティングプレイスを利用することでより充実した体験ができたり、表参道・原宿エリアの良さを五感で感じたりすることを目指した。さらに、調査をする中で、大型商業施設内のシッティングプレイスの存在が街の人々に認識されておらず、それらに空席がある一方で、付近のガードレールに座る人々が多く見られるなどといった現状も知った。今後は、新たなシッティングプレイスの提案だけでなく、今ある魅力的なシッティングプレイスをどのように周知していくか、といった広報的な観点からも調査を行っていきたい。

【注】
（注 1）「槇文彦（建築家）× 前田エマ 2020 年 8 月 27 日　インタビュー」スパイラル web マガジン『SPINNER』
https://www.spiral.tokyo/spinner/article/dialogue/2188/index.html（最終閲覧日：2026 年 3 月 17 日）
（注 2）「槇文彦（建築家）× 前田エマ 2020 年 8 月 27 日　インタビュー」スパイラル web マガジン『SPINNER』
https://www.spiral.tokyo/spinner/article/dialogue/2188/index.html（最終閲覧日：2026 年 3 月 17 日）

【参考文献】
・「槇文彦（建築家）× 前田エマ 2020 年 8 月 27 日　インタビュー」スパイラル web マガジン『SPINNER』
https://www.spiral.tokyo/spinner/article/dialogue/2188/index.html（最終閲覧日：2026 年 3 月 17 日）

【図表の出典】
（図１）執筆者（樋口咲子）作成
（図２）執筆者（樋口咲子）撮影
（図３）「Granville Street Bollard Seats」PECHETStudio
https://pechetstudio.com/portfolio/granville-street-bollard-seats/（最終閲覧日：2026 年 3 月 9 日）
（図４）執筆者（田崎里奈）撮影
（図５）「排除アートと過防備都市の誕生。不寛容をめぐるアートとデザイン」美術手帖　図 12
https://bijutsutecho.com/magazine/insight/23127/pictures/12　（最終閲覧日：2026 年 3 月 4 日）
（図６～７）執筆者（田崎里奈）撮影
（図８～９）執筆者（奥田にこ）撮影
（図 10～11）執筆者（林菜々子）撮影
（図 12）「日本平夢テラス公式サイト」日本平夢テラス
https://nihondaira-yume-terrace.jp/（最終閲覧日：2026 年 3 月 9 日）
（図 13）「おしゃれの代名詞!?テラスカフェはパリジェンヌの日常」PARIS mag
https://parismag.jp/paris/3489（最終閲覧日：2026 年 3 月 21 日）

【執筆者】
1. 奥田にこ　Niko Okuda（文化構想 3 年）（提案④）
2. 林菜々子　Nanako Hayashi（文化構想 3 年）（提案⑤～⑥）
3. 田崎里奈　Rina Tasaki （文化構想 4 年）（提案②～③、結論）
4.　樋口咲子　Shoko Higuchi　（文化構想 4 年）（概要～提案①）

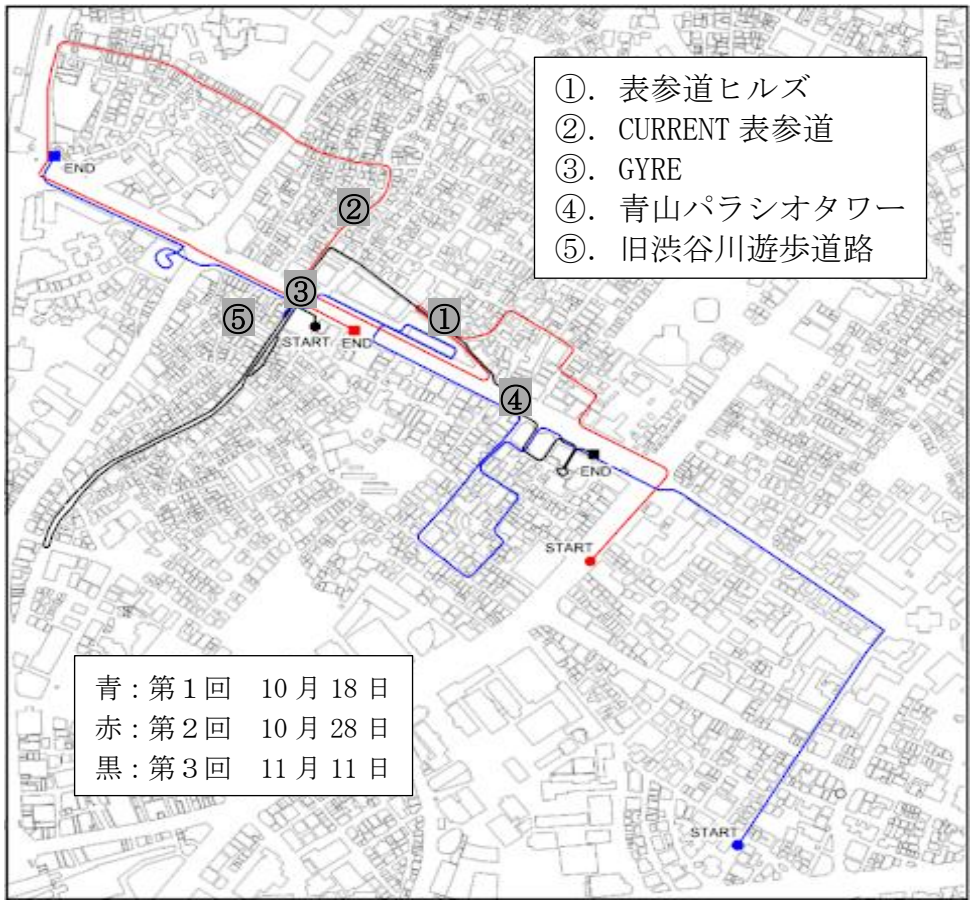
建築と都市の共奏　―そのシナジーを読解する―

Architecture and the City in Harmony: Decoding Their Synergy

プロジェクト概要

表参道は明治神宮につながる参道である。坂が多く、人々の往来が激しいそこには、世界的にも類を見ないほど個性的で多様な建築が連なっている。そこには、建築と街路が織りなす豊かで唯一無二の関係性が息づいている。本プロジェクトでは、建築が単体で完結するのではなく、歩道や街路樹といった街路空間と呼応し、良好な協奏関係を築くことで生まれる「シナジー（相乗効果）」に着目する。考察にあたり、建築の構えやオープンスペースがどのように都市に開かれ、それらが人々の連鎖的なアクティビティや魅力的な景観をいかに誘発しているかを探求の軸に据えた。フィールドワークやスケッチを通した要素分析の結果、表参道エリアにおける建築とシナジーを生む要素として、「アクセシビリティ」「まとまり・一体感」「空間の広がり」の 3 点が大きな影響を及ぼしていると見出した。本分析を通じ、建築の視覚的・領域的な境界部の使われ方が、都市の公共性と賑わいを創出する根幹であることが明らかとなった。今後は、今回抽出したシナジーのメカニズムを基に、現時点で街路との接点が希薄な建築に光を当て、既存ストックのリノベーション等を介した新たな建築・都市の関係性を提案する実践へとつなげていきたい。

１．調査方法



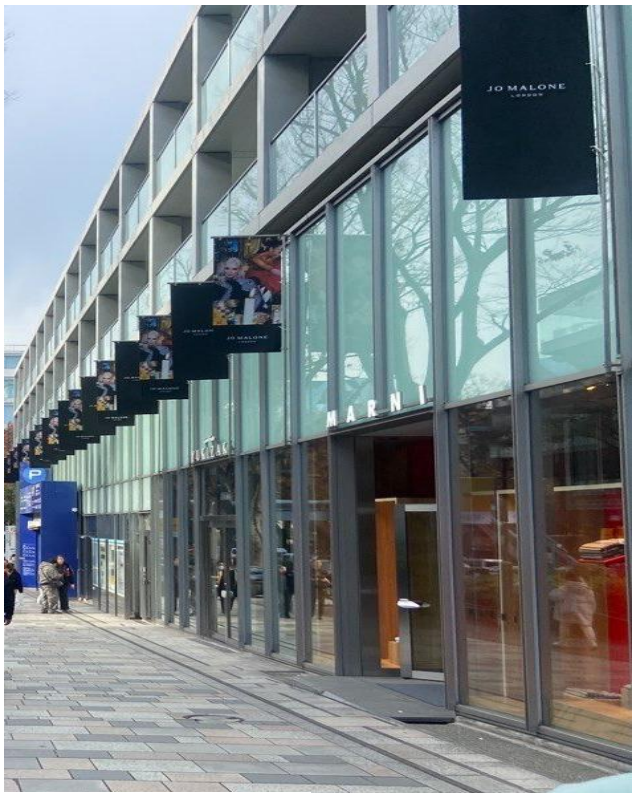
（図１）まちあるきルート

２班は計３回のまちあるきを実施した。表参道、旧渋谷川遊歩道や竹下通りなどを散策し、建築と周辺街路を調査した。建築と都市の間に明確なシナジーが見られる状況に着目して観察を行った結果、表参道の土地柄を活かしている５地点、計６つのシナジーを発見した。これらの事例は、建築と都市がどのようなメカニズムを通じて相互に影響を及ぼし合い、空間の知覚、アクティビティのパターン、そして都市体験そのものを形づくっているかを示す考察材料になりえると考えた。建築と街路が織りなす一体的で魅力的な都市空間は、どのようなメカニズムで生成されるのか。本分析はその一端を明らかにするものであり、２～４章にて各事例における考察を展開する。

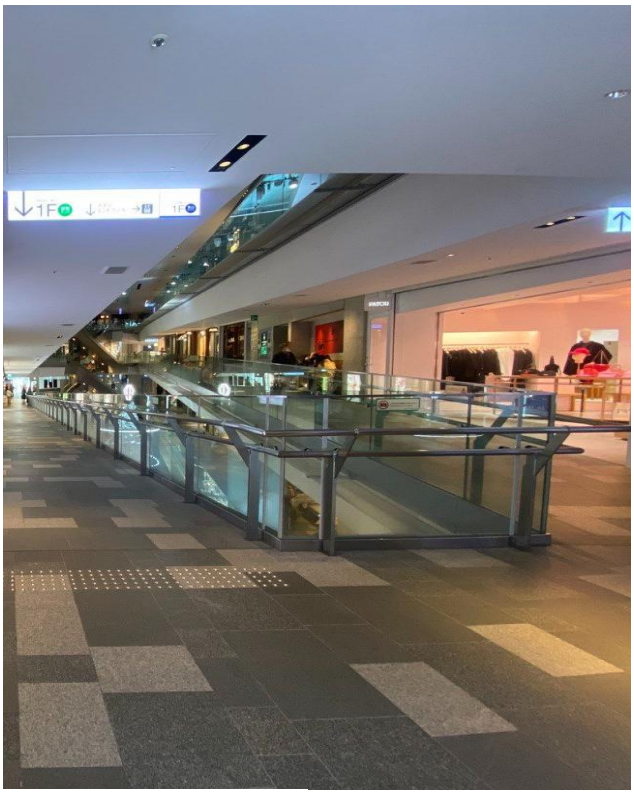
２．アクセシビリティ

２－１　表参道ヒルズ

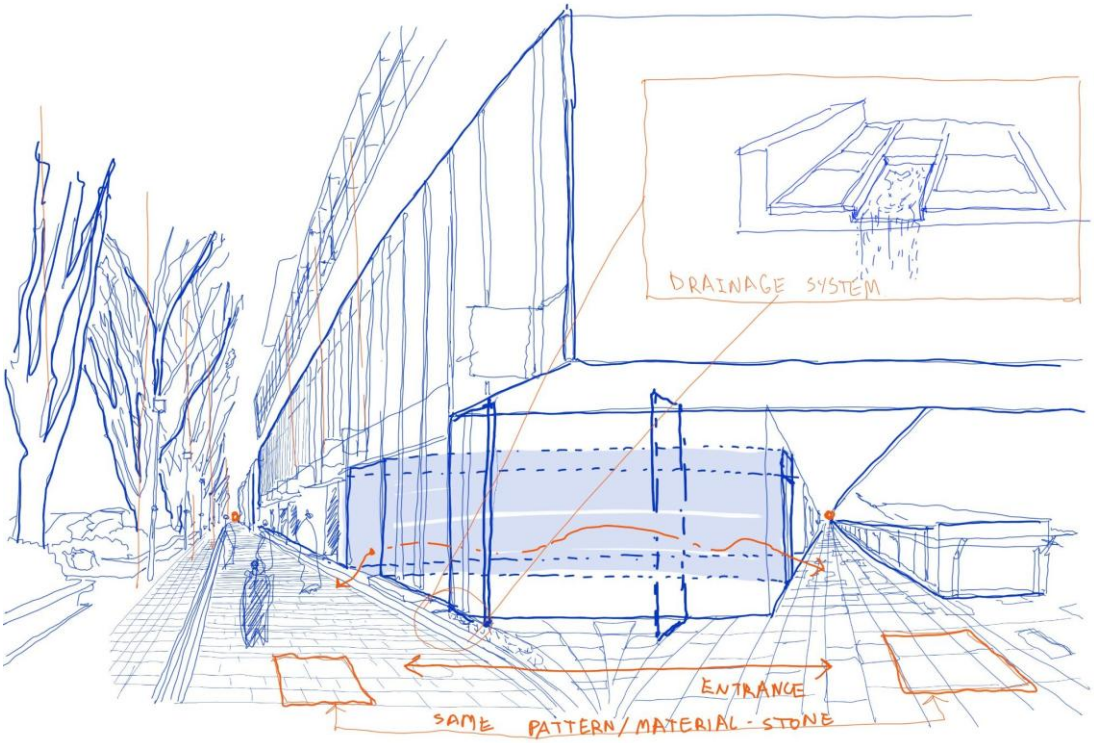
まちあるきを通して見出した１つ目のシナジーは「アクセシビリティ」である。我々が考える「アクセシビリティ」とは、その建築への街路からの入りやすさや誘導性である。坂の多い表参道エリアの土地柄を活かした人流の制御を行っている建築にこのシナジーは生じる。本シナジーを有する建築に、表参道ヒルズ（2006 年１月竣工）が挙げられる。



（図２）表参道ヒルズ外観



（図３）表参道ヒルズ内観



（図４）表参道ヒルズのスケッチ

現地での環境観察を踏まえたスケッチにより、「アクセシビリティ」向上に貢献している４つの要素を発見した。

１．内部と外部のスムーズな接続

建築内部のスロープは街路と同じ高さの勾配で繋がっており、建築と街路の境界が薄い滑らかな接続が生じている。

２．床面模様の連続性

街路と床のパターンを石材で連続させることで、境界を感じさせないシームレスな歩行空間を生み出している。

３．排水システムの統合

街路において、排水システムは石材の床内部に組み込まれており、歩行者からほぼ見えない状態で処理されている。

４．樹木・ファサード・内部空間のシナジー

入口の樹木が建築のスケールを予見させるが、内部は傾斜地を活かした想像以上の大空間が広がる。

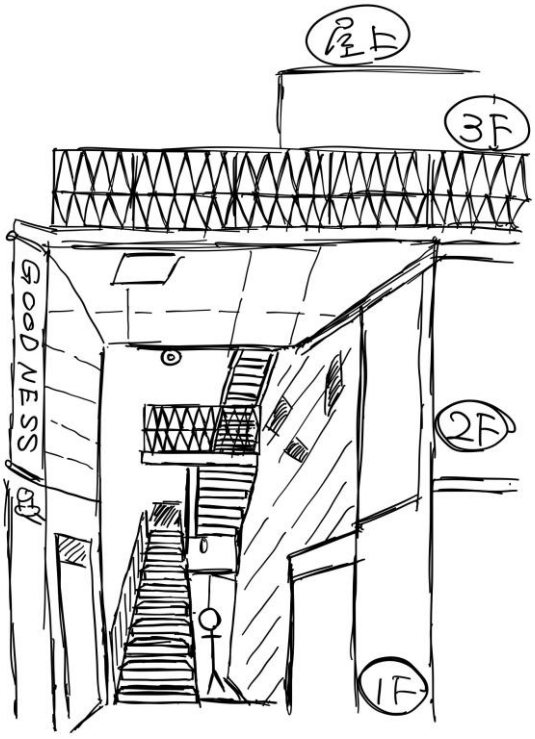
これらの要素は、内部と外部を連結させたスケッチにより見出せたシナジーを生み出すファクターである。

２－２　CURRENT 表参道

「アクセシビリティ」のシナジーが生じていた２つ目の建築は、CURRENT 表参道（2026 年９月竣工）である。



（図５）CURRENT 表参道外観



（図６）CURRENT 表参道のスケッチ

現地での観察及びのテナントと設備の利用を通して、シナジーを生む要素を３つ発見した。

１．建物を挟んだ左右の街路でのレベル差

高さを建築の両側で変化させることで、表参道という坂が多い土地に溶け込む自然な建築となっている。１F の店舗は半地下の構造となっており、建築内でもレベル差がある。左右の街路を繋ぐファクターとして機能している建築だ。

２．建物を通貫する視野

建築を挟む両道路は、突き抜け可能な本建築を通してお互いを覗くことができる。これにより利用者のアクセシビリティを高めて内部を行き交う歩行者に開放感を与えて自然と引き込みつつ、建築が道路としての役割も担っている。

３．高さを感じさせる階段

表参道は地区計画によって、建築の最高限度が 30m と定められている（注１）。そのため周囲の建築と本建築も高さが同じであるものの、階段の踊り場により利用者に高さを感じさせている。土地柄に溶け込みつつも誘導性を高めている。

本建築は、そのものを街路と一体化させることで、感覚的にも物理的にも「アクセシビリティ」を高めた建築である。

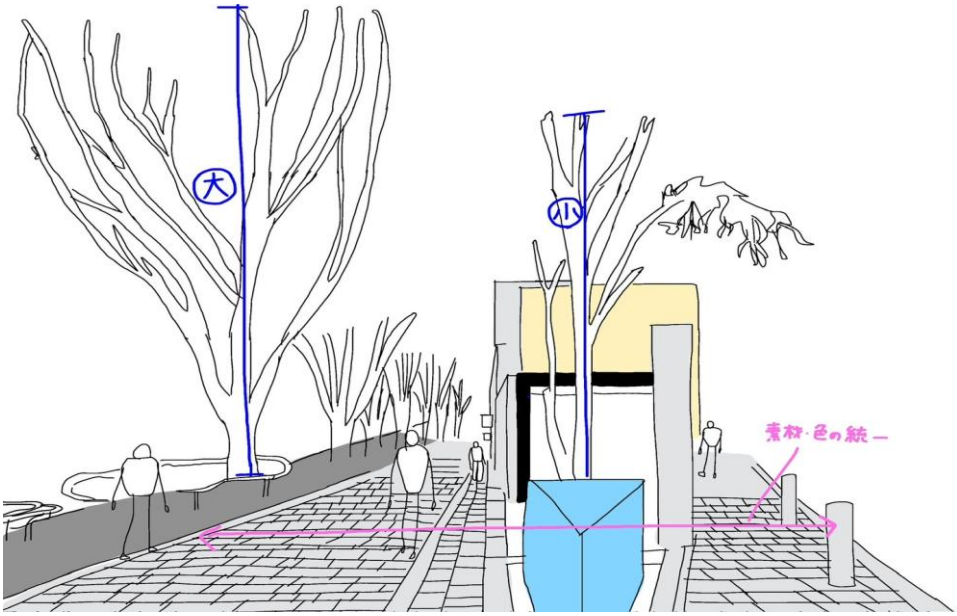
３． まとまり・一体感

３－１　表参道ヒルズ

表参道エリアならではのシナジー２つ目として、建築との「まとまり・一体感」を見出した。２章で取り上げたように、表参道でシナジーを生む建築とは建築そのもので完結するのではなく、街路を始めとする周辺環境との「まとまり」によって構成される建築である。３章では建築とまとまって一体感を生み出す環境要因を有する建築について取り上げる。



（図７）表参道ヒルズを挟む道路



（図 8）表参道ヒルズを挟む道路のスケッチ

表参道ヒルズは２つの要素によって「まとまり・一体感」のシナジーを生み出している。

１．色の調和

表参道ヒルズのコンクリートの色と、それを挟む両側の道路のタイルは共にグレーである。同色の素材で道路と建築を構成することで、表参道ヒルズそのものと表と裏の街路に「一体感」が生まれ、境界の認識が希薄になっている。

２．樹木

表参道に植えられた街路樹と比べ、敷地内の樹木はサイズが小さい。樹木の大きさが左右で異なっていることで歩行者に大きい樹木で覆われる感覚を与え、自然と小さい樹木のある表参道ヒルズ側に寄りたくなるかのように錯覚させる。

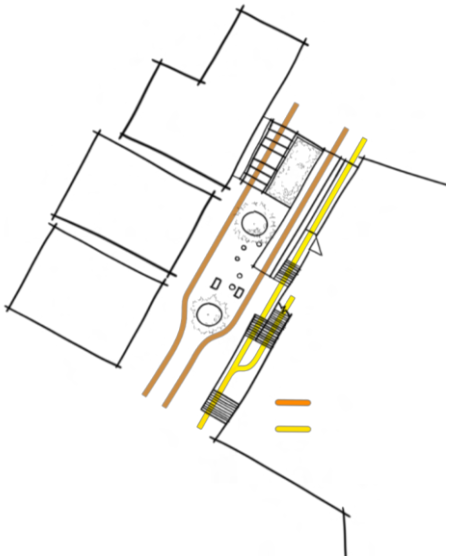
建築と街路を舗装や樹木で共有することで、同じ空間としての「まとまり・一体感」のシナジーが生じていると考える。

３－２　GYRE

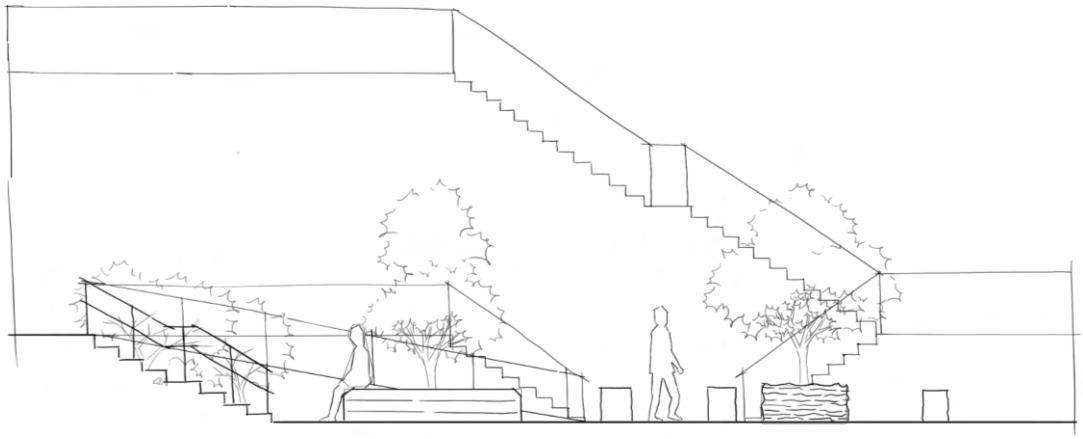
「まとまり・一体感」のシナジーは、GYRE（2007 年 11 月竣工）にも見受けられた。



（図９）GYRE 周辺の景観



（図 10）図９の俯瞰視点でのスケッチ



（図 11）GYRE のスケッチ

GYRE は以下の２つの要素によって、周辺環境との「まとまり・一体感」というシナジーを生み出している。

１．街路と建物とのスロープや階段の共有・提供

表参道から旧渋谷川遊歩道へ入った地点は、図９のようにスロープと階段が自治体によって設けられた街路となっている。この地点と隣接する GYRE は、自治体によって整備された街路のスロープと階段に隣接するように、階段が設けられている。街路という自治体によって作られた環境と、GYRE という民間の建築との間に、官民が繋がる空間を生む階段とスロープというファクターを設置することにより、その境界をシームレスにしている。

２．周辺環境とのデザインの連続性

表参道エリアの街全体の特徴であるレベル差に、CURRENT 表参道や GYRE をはじめとした多くの建築は連動するように設計されている。GYRE は建物１階部分を街路の斜面と連動させるだけではなく、周囲の環境から階段を連続させるようにデザインされている。表参道の坂道と連続するかのようにデザインされているこの階段を、建物の裏道にあたる旧渋谷川遊歩道の歩行者から見ると仮定する。本来は周囲の低層建築と GYRE には高低差が存在するはずだが、階段の存在によりそのギャップを視覚的に緩和し、街全体をより多層的・立体的に見せる効果を生んでいる。

公的な空間である街路と民間の所有する個々の建築との間には、この階段のようにそれ本来が持つ機能的な面のみならず、視覚的・体感的な効果を巧に利用した工夫が施されている。このように、官民それぞれの空間の境界となる部分に、共有できる中間領域を配置することが、「まとまり・一体感」のシナジーを生む要因だと考える。

４． 空間の広がり

４－１　青山パラシオタワー

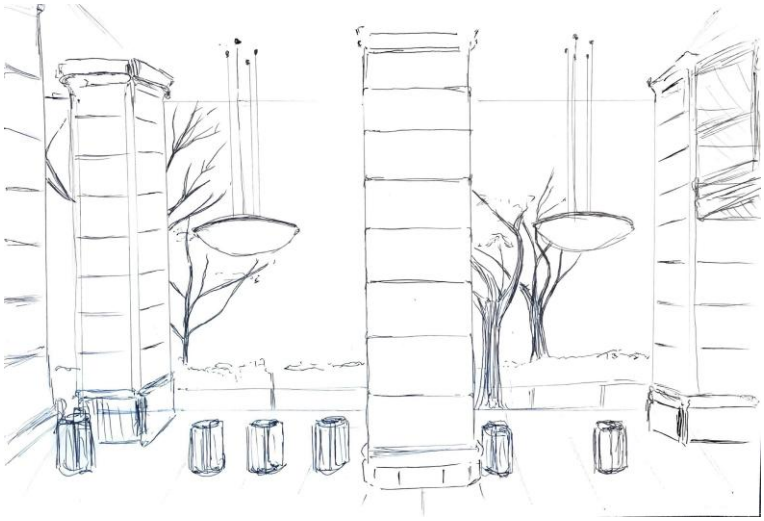
表参道という街そのものを生み出すシナジーの３つ目として、「空間の広がり」を見出した。３章で取り上げた街の一体感を踏まえ、街と建築のシナジーが物理的に大きなスケールで生じている例に着目する。表通りと裏通りの多様な街路空間で構成される表参道において、青山パラシオタワー（1999 年２月竣工）は通りと通りを繋いで往来を可能にし、建築内部から街に要素が広がっていた。



（図 12）青山パラシオタワーの中庭からの景観



（図 13）中庭のオブジェ



（図 14）青山パラシオタワーのスケッチ

青山パラシオタワーにおける「空間の広がり」のシナジーは、吹き抜けと街路樹のスケールの同調という要素で生じている。本建築は、ヨーロッパの神殿を想起させる図 12 の柱が特徴的である。表参道に立ち並ぶ欅並木と比べ、これらの支柱は約 2/3 程度の高さである。しかし、建築内の中庭からこれらの支柱と欅並木を見ると、遠近法によりそれらは１：１の比率と感じられる。遠近法による柱と欅のスケールの同調は、建築を通貫して表通りと裏通りとを行き来する歩行者に、移動時に体感するスケールのギャップをシームレスにする効果をもたらしている。

また、中庭には図 13 のような柱型のオブジェがある。このオブジェは建築の支柱と同じ高さであることから、ケヤキ：柱：オブジェの実際の高さは３：２：２の比である。この比率により、表参道の歩行者は奥にあるオブジェを含め吹き抜けにある魅力的な空間を覗くことができ、表通りから裏へと空間が続くことを確認できる。

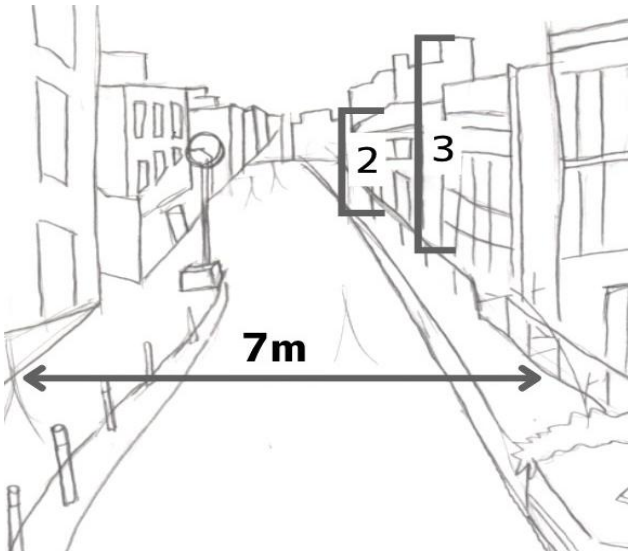
建築と周辺環境とのスケール感を１：１になるように同調させる設計が空間に連続性もたらし、閉じることなく「空間の広がり」を持つシナジーを生み出している。

４－２　旧渋谷川遊歩道路

1964 年に暗渠化された渋谷川の上に作られた通りである旧渋谷川遊歩道における「空間の広がり」のシナジーは、シームレスな道路と低層建築の連続性により生み出されている。



（図 15）旧渋谷遊歩道の景観



（図 16）旧渋谷遊歩道のスケッチ

旧渋谷川遊歩道は車道と歩道に段差がなく、左右に立ち並ぶショップ間を自由に往来できる横の広がりが存在している。幅の狭い街路で車道と歩道のギャップをシームレスにすることにより、全幅約７ｍの道全てを歩道として活用している。幅の広い歩道で歩行者に快適な歩行体験をもたらし、空間を窮屈に感じさせない工夫が施されている。

遊歩道を囲む低層建築と、遊歩道の歩行者にとって奥に見える表通りの高層建築が段階的に連続していることは、空間的な縦の広がりをもたらしている。旧渋谷川遊歩道の歩行者から見て手前に位置する建築と、表通りに位置する高層建築との高さの比率は、旧渋谷川遊歩道から見て約２：３である。高低差による視覚的なギャップが段階的な連続性を帯びており、歩行者は多方向に空間が続いていることを体感できる。

旧渋谷川遊歩道では、シームレスな道路による横の広がりと低層建築の連続性による縦の広がりにより、街路と街全体における「空間の広がり」のシナジーを生み出している。「空間の広がり」において重要な要素は、地表の境界をシームレスにして歩行者のその意識を弱めることだと考えられる。

５．まとめ

ここまで取り上げたシナジーとそのメカニズムをまとめると、以下の図 17 のようになる。

	シナジー	要因	メカニズム	法則
①	アクセシビリティ	建物と周辺環境の連続	・内外の接続 ・床面の連続性 ・排水溝	・心理的ハードルの低下 ・連続する“道”の構築 ・高さの錯覚
			・入口の高さ ・踊り場の形成	
②	まとまり 一体感	舗装や樹木との要素共有	・道と建築の色相調和 ・樹木の高低差	境界に“共有中間領域”を生み出す
		官民連携	隣接する官民領域の活用	
③	空間の広がり	吹き抜けと街路樹の同調	遠近法で１：１の構造	地表における境界の意識を弱める
		シームレスな道路と低層建築の連続性	・手前：奥＝２：３の建築 ・車道と歩道の一体化	

（図 17）シナジーとメカニズムのまとめ

「アクセシビリティ」のシナジーは表参道ヒルズと CURRENT 表参道の分析を踏まえると、建築がその周辺環境と連続する要素を持ち合わせていることで生じていると見出した。建築内外を感覚的にも視覚的にも接続させることや、周囲に溶け込みつつも利用者には建築の高さを体感させるようなメカニズムによって、このシナジーは構成されていると考えられる。「アクセシビリティ」を生むメカニズムを他の建築に当てはめるためには、心理的ハードルの低下、連続する“道”の構築、高さの錯覚という３つの法則が求められると考える。

「まとまり・一体感」のシナジーは表参道ヒルズと GYRE の分析を通して、舗装や樹木との要素共有、官民連携によって生じていると見出した。街路と建築の色相・素材を調和させることや、街路と建築敷地内に植えられた樹木の高さを工夫するメカニズムにより要素が共有されることとなり、それらに「まとまり」が生じていた。また、隣接する官民それぞれの領域において、階段スロープ、色相の調整によって共通する要素を設置することで、境界が希薄となり「一体感」が生じていた。これらのメカニズムを踏まえると、このシナジーは境界に”共有中間領域“を生み出す法則によって成立すると考えられる。

「空間の広がり」のシナジーは青山パラシオタワーや旧渋谷川遊道の分析から、吹き抜けと街路樹の同調、シームレスな道路と低層建築の連続性によって生じていると見出した。街路樹や建築内のオブジェクト、複数の建築の大きさを用いた遠近法により低層建築ながらも高さを感じさせる錯覚、車道と歩道のレベル差を喪失させ、境界そのものを無くすことで縦横に広がっていくこのシナジーは構成されていた。「空間の広がり」を他の建築にも当てはめるためには、地表における境界の意識を弱める法則が求められると考える。

今回のプロジェクトでは、フィールドワークやスケッチを通して建築と都市のシナジーとその法則を考察した。シナジーのある建築を選定する過程において、今回取り上げた事例とは逆にシナジーが見受けられない建築も存在していた。今後の建築と都市のシナジー研究の発展にあたって、シナジーが少ない建築に対して今回の分析で見出したシナジー・法則が、演繹的に利用することができるかを考察すべきである。「アクセシビリティ」、「まとまり・一体感」、「空間の広がり」のシナジーは、都市のポテンシャルを最大限に引き出すための普遍的な指標となり得る。今後の都市研究において、多様な都市空間の公共性と賑わいの創出に寄与するシナジーの発見が必要だと考える。これらの事例を比較モデルとし、分析対象となる既存ストックのリノベーション案の提案等を介してにぎわいや空間に生じる新たなシナジーをより効率的に読解、想像することに繋げたい。

【注】
（注１）「表参道地区 地区計画」渋谷区公式サイト
https://files.city.shibuya.tokyo.jp/assets/12995aba8b194961be709ba879857f70/3b303aa431d44ca9999db65e8f23d2db/assets_detail_files_kurashi_machi_pdf_keikankeikaku04.pdf （最終閲覧日：2026 年 3 月 18 日）

【参考文献】
・田中智之『階段空間の解体新書』彰国社、2018 年
・田中智之『超建築パース 遠近法を自在に操る 26 の手描き術』学芸出版社、2021 年
・大森　義雲雅「進化していく表参道の景観、その成り立ちとこれからの展望」京都芸術大学通信教育課程
https://g.kyoto-art.ac.jp/reports/792/ （最終閲覧日：2026 年 3 月 18 日）
・「表参道地区 地区計画」渋谷区公式サイト
https://files.city.shibuya.tokyo.jp/assets/12995aba8b194961be709ba879857f70/081ca26f5f47423f93141ffe0e0478a9/assets_detail_files_kurashi_machi_pdf_tikukeikaku_omotesando_2016.pdf（最終閲覧日：2026 年 3 月 18 日）

【図表の出典】
（図１， ５， ６， 17）執筆者（佐藤舞空）作成、撮影
（図２， ３， ４）執筆者（マルガリャンザルヒ）作成、撮影
（図７， ８）執筆者（佐藤梨乃）作成、撮影
（図９，10，11）執筆者（コケイハイ）作成、撮影
（図 12，13，14）執筆者（若木凜）作成、撮影
（図 15，16）執筆者（小杉山詞葉）作成、撮影

【執筆者】
1. 小杉山詞葉 Kotoha Kosugiyama （文化構想 3 年）（p.7）
2. 佐藤梨乃 Rino Sato （文化構想 3 年）（p.4）
3. 佐藤舞空 Maiku Sato （文化構想 4 年）（p.1,3,7,8）
4. 若木凜 Rin Wakaki （文化構想 4 年）（p.6）
5. コケイハイ Hu Xinpei （創造理工修士課程科目等履修生）（p.5）
6. マルガリャンザルヒ Margaryan Zaruhi （創造理工博士 2 年）（p.2,3）

実験的な地図を作成して表参道を再発見する

Rediscover Omotesando by creating an experimental map.

プロジェクト概要

本プロジェクトは、表参道の魅力を再発見するために、従来の地図では表現し得ない感覚的な要素を可視化した「実験的な地図」を創出することを目的としている。既存の地図が建物の位置関係という物理的な情報を示すのに対し、本プロジェクトでは**地図を「場所をどのように経験し、どのような意味を見出すかを表現する装置」と再定義した。**

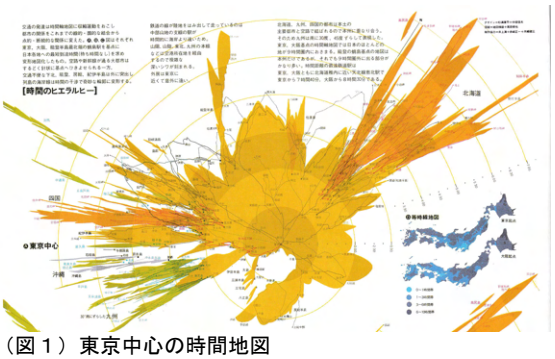
はじめに表参道の脇道の１つであるキャットストリートを地図の対象エリアに設定し、被験者を用いて「魅力がある」と感じた場所を撮影させる現地調査を行った。加えて収集した写真を「建物」「街並み」等の被写体におけるカテゴリーと、「奇抜」「親近感」といった被写体に対する５つの印象項目によって分析した。

以上の手法を通じて、**これらの分析結果を色彩や記号で地図上に表記することで、都市の多層的な魅力を可視化するとともに、キャットストリート独自の空間的魅力を浮き彫りにした。**

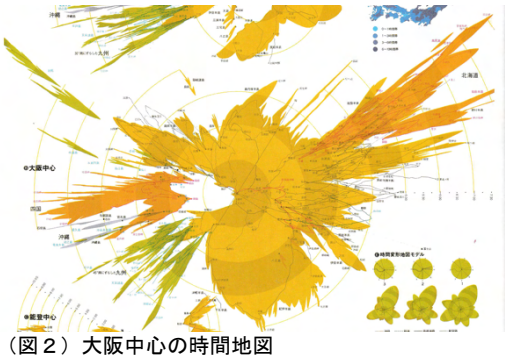
1.　実験的な地図の例（時間地図）

本グループの目的は従来の地図では表現し得ない**表参道の魅力や個性を可視化し、新たな「地図」を創出する**ことにある。最終的には「記譜」という発見的な行為を通じて街の特性を浮き彫りにし、他の都市にも応用可能な都市の記譜法や新しい地図表現の文法を創作することを目指した。

本章では先行研究として杉浦康平の「時間地図（図１、２）」を挙げ、時間を軸に従来の空間地図を変形する試みを参照する。[i]「時間地図」は 1960 年代末に杉浦が考案した経過時間を距離に置換して表現する手法であり、出発点や交通手段の差異によって列島全体の姿が変化することを示唆している。こうした時間軸変形地図は、各都市や個人、それぞれの瞬間ごとに異なる変容を遂げる柔軟な地図であることがわかる。この地図は人々の移動の体感時間を直感的に表すことを可能にしただけでなく、飛び出している地域は交通発達度の低い地域であり、従来の地図では可視化されなかった交通手段の格差という新たな気づきや問題提起を促すことができる。



（図１）東京中心の時間地図



（図２）大阪中心の時間地図

この他にも犬の嗅覚をモデルに興奮度の大きい匂いや嫌いな匂いの場所を可視化した「犬地図」[ii]やインドの「ラーマーヤナ物語」のエピソードの時間軸を整理し地図化したもの[iii]などがある。これらの先行事例に共通するのは、地図を単なる位置情報の記録としてではなく、時間感覚、感覚経験、物語構造といった従来の地図では捉えにくい都市や場所の質を可視化する媒体として捉えている点である。つまり、**地図はその場所をどのように経験し、どのような印象や意味を見出すのかを表現する装置**となりうる。とりわけ表参道は、ハイブランドの集積による洗練された印象、裏路地に点在する小規模な店舗やカフェがもたらす親密さ、さらに通りを行き交う人々の多様な振る舞いが重層的に共存する街である。そこで、今回は**表参道の魅力に焦点を当て、感覚的な理解を促す地図の作成を目指す。**

2.　調査

前章で言及した地図の先行事例を参考に、今回は表参道で感覚的な地図の作成を目指した。建物の位置関係を表す一般的な地図とは異なる表参道の魅力を切り取った地図を作るため、2 回に分けて現地調査を行った。

2-1. 初回調査 -区画選定と魅力の定義-

初回調査では、地図の作成を実験的に行う区画選定を行うため、表参道の街の特性を現地調査した。

表参道の大通りと大通りに繋がっているいくつかの脇道を歩いた。歩いた印象として表参道の大通りと脇道の二重性が浮かび上がった。大通りにははっきりとした商業的なビル群があるが、脇道に入ると高層ビルはあまり多くないがファサードデザインに富んだ店舗が並んでいる様子が見られた。そこで今回は**表参道の脇道に焦点を当てて、脇道の魅力を落とし込んだ実験的な地図を作成する**こととした。

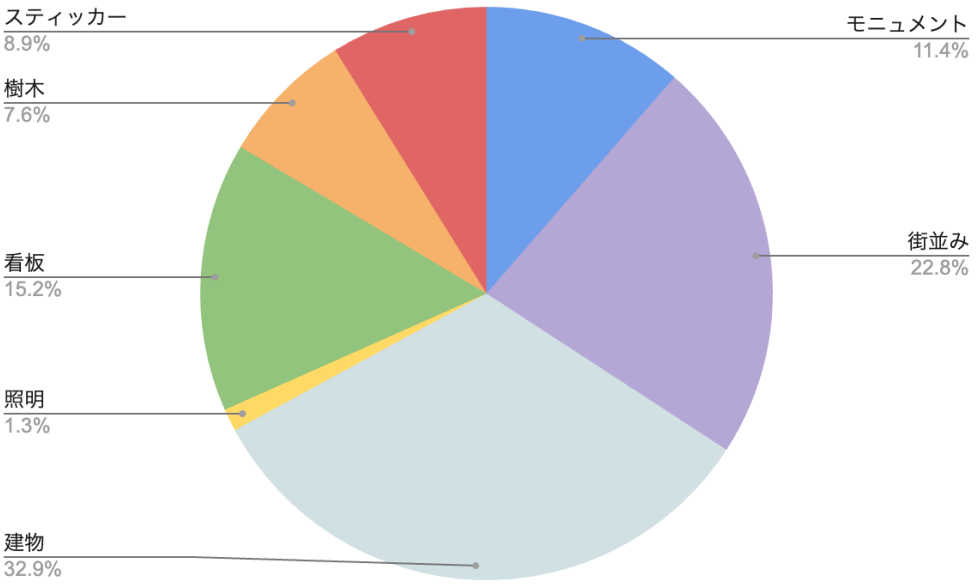
加えて、魅力という言葉の定義付けと脇道の選定も行った。今回の調査で感じた表参道の印象では視覚的な印象が多く挙げられたため、**魅力があるところの定義を「視覚が集まるところ」**とした。また、脇道の中でも**特に人で賑わっているキャットストリート**を今回の地図の範囲に設定した。賑わっているということは人々が魅力を感じるものも多く、より効果的に実験的な地図を作成できると判断した。

2-2. 2 回目調査

続いてはキャットストリートで視覚が集まるところを調査した。具体的な調査方法としては、午前（10:30）と午後（17:00）の時間帯で、のべ 13 名の被験者を用いてキャットストリート全域を歩き、**各被験者に印象に残る場所の写真を撮るように指示をした。**撮影枚数の上限下限は指定せず、人や動いているもの（犬）などの撮影はキャットストリート自体の魅力ではないため禁止とした。

3.　分析

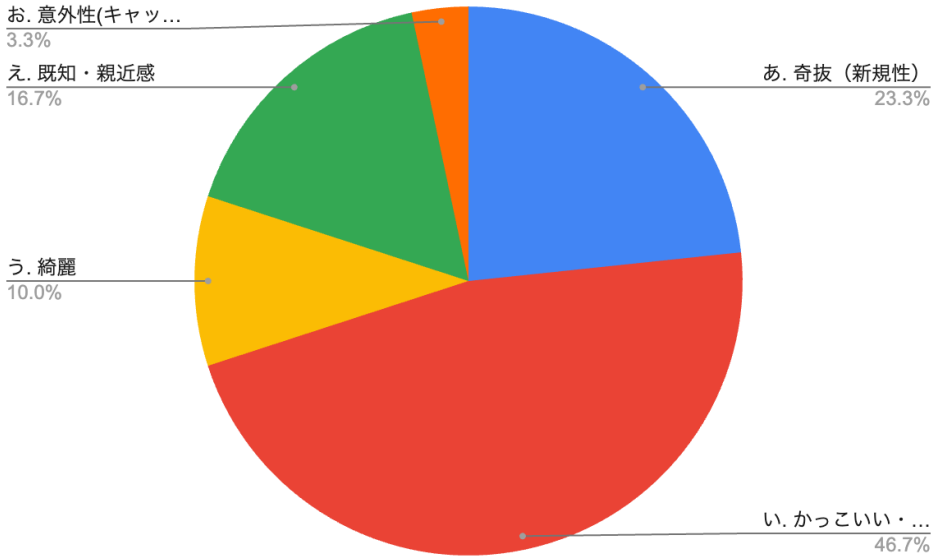
まず、被験者が撮影した被写体分類の分析を行った。被写体の分類を行った結果、建物/街並み/看板/モニュメント/スティッカー/樹木/照明となった。その割合は多いものから順に、建物（32.9%）街並み（22.8%）看板（15.2%）モニュメント（11.4%）スティッカー（8.9%）樹木（7.6%）照明（1.3%）であった（図 3）。よく撮られていた建物は「神宮前 K.H.P ビル」「GALLERY FELES OMOTESANDOU」「LUCK TOKYO 表参道」「COACH PLAY@CAT STREET」である。**表参道の都会的・ハイソなイメージに反した古い建物やチープなキャラクターという意外性に惹かれる傾向がみられた。**



（図３）被写体の分類

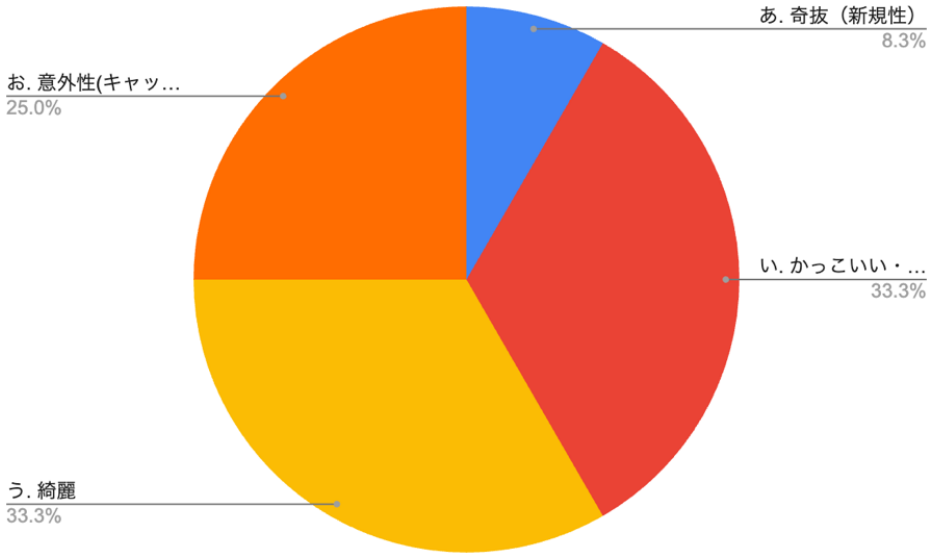
次に、前述の被験者に撮られた枚数が多い被写体分類上位 4 項目である、建物、街並み、看板、モニュメントについて、**各写真の印象の分析を行った。**各写真の印象の分析に用いた印象の項目は奇抜（新規性）/かっこいい・おしゃれ/綺麗/既知・親近感/意外性とした。

建物については「かっこいい・おしゃれ」が 5 割弱、「奇抜（新規性）」が 2 割、**「既知・親近感」が 2 割弱**となり、表参道エリアの洗練されたユニークな建物自体に惹かれているほか、**ブランドを知っているという理由で建物を撮っている可能性が高いと考えられる。**



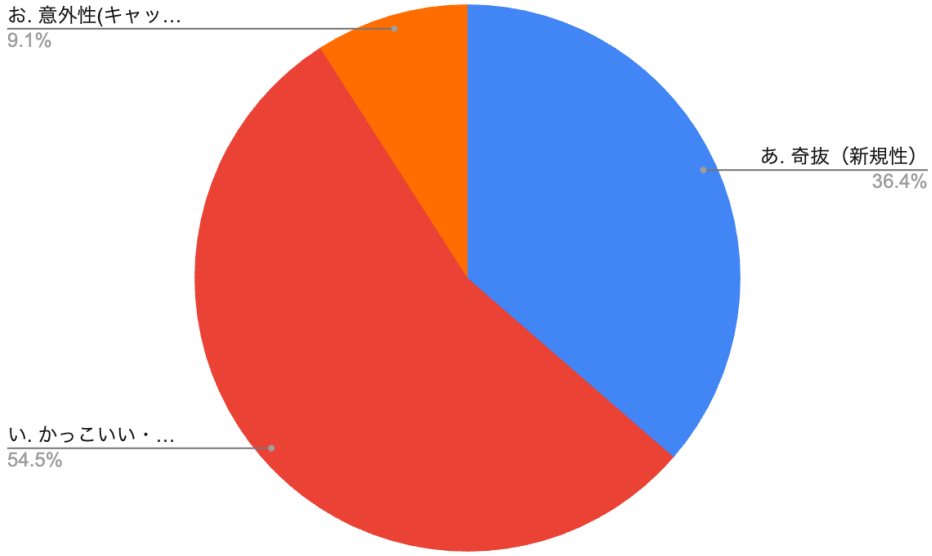
（図４）建物の印象

街並みについては、「かっこいい・おしゃれ」が 3 割強、「綺麗」が 3 割強、**意外性が 2.5 割**となった。若者を中心に賑わうキャットストリートの雰囲気を反映している理由の要素が強い一方、昔ながらの青果店である「松本青果」のように通りの雰囲気から外れたもの、つまり**キャットストリートらしくないものを写した写真も撮られている。**



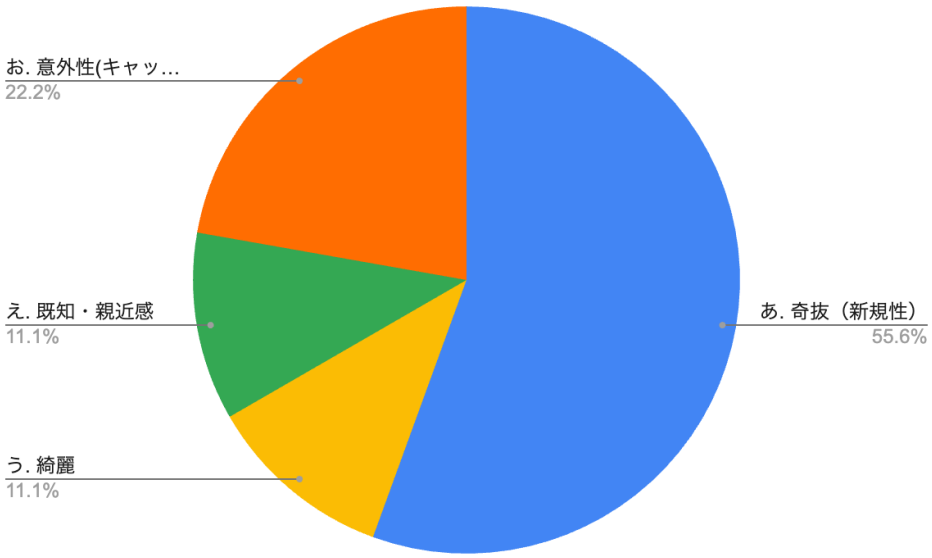
（図５）街並みの印象

看板については、**「かっこいい・おしゃれ」が 5 割強、「奇抜（新規性）」が 3 割強**、「綺麗」、「既知」だと評価した人はいないという結果になった。看板の一般的な役割は視覚的な情報伝達であるが、キャットストリートという文脈の中で看板は、**情報伝達という目的よりもデザイン性の高さが際立っている**のではないだろうか。



（図６）看板の印象

モニュメントは**「奇抜（新規性）」が 5.5 割**、「意外性」が 2 割強、「既知・親近感」、「綺麗」が 1 割という結果になった。「奇抜（新規性）」の項目の割合が他よりも多く、かっこいいというよりも奇抜に感じるものが多く、**看板同様にデザイン性の高さやユニーク性を出すことで商業競争が激しい地域における集客を狙っていることがうかがえる。**



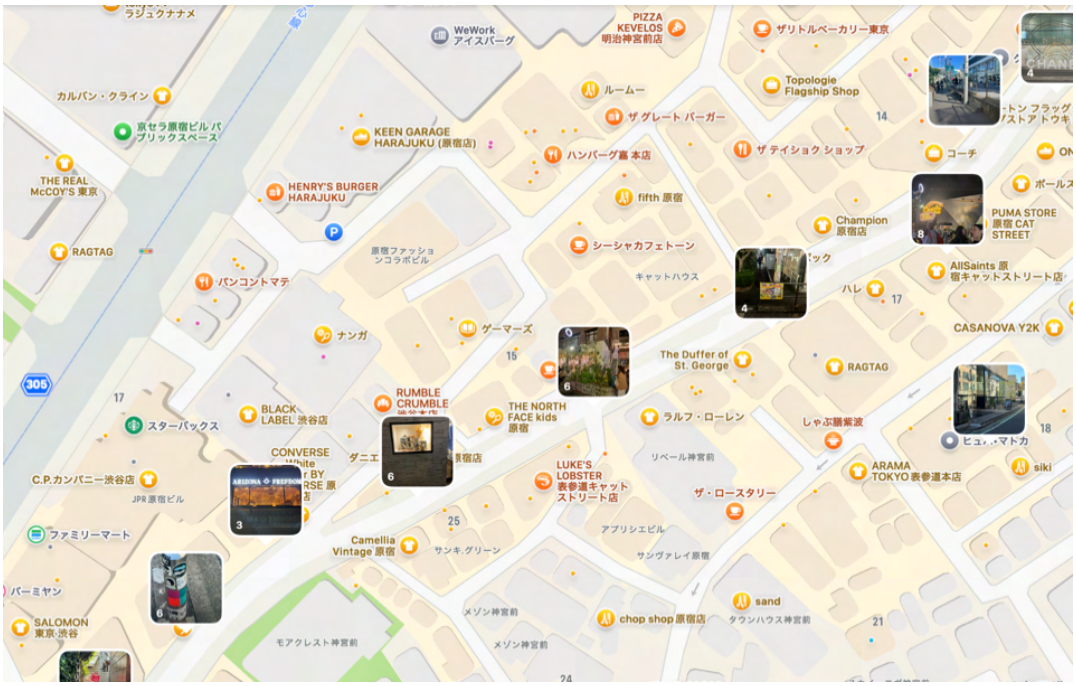
（図７）モニュメントの印象

4.　地図の作成と分析

4-1. iPhone 写真アプリ（デフォルト搭載）の活用

前章の調査を踏まえ、実際に実験的な地図を作成した。まずは iPhone にデフォルトで搭載されている写真アプリの位置情報機能を使って写真を一般的な地図の上に表示させたものを作成した。（図 8）

この地図は人々が魅力を感じた要素の位置は簡潔に表すことができる一方、各要素が近くにある場合重なって表示されることや、その要素の特徴や量を地図に示すことができない欠点があった。このように写真の位置情報を抽出して一般的な地図の上に載せる表記方法では直感的にその道の魅力を感じられる地図にはならないということがわかった。



（図８）写真アプリを使った地図

4-2. 航空写真上に要素を配置する

iPhone 写真アプリを活用した地図では各要素の特徴を地図に示すことができないという問題を解決するため、次に**航空写真上の上に要素を切り取って配置する地図を作成した**（図 9）。要素の大きさは撮られた枚数に応じて設定し、被写体の分類（建物/街並み/看板/モニュメント/スティッカー/樹木/照明）ごとに色分け（水色/紫/緑/青/赤/橙/黄色）を行い、航空写真上に表記した。この表記方法によってキャットストリートにおいて**魅力的に感じた要素が大きさと色で把握できる**ようになり、鑑賞者にキャットストリートの魅力の直感的な理解を促すことができる。



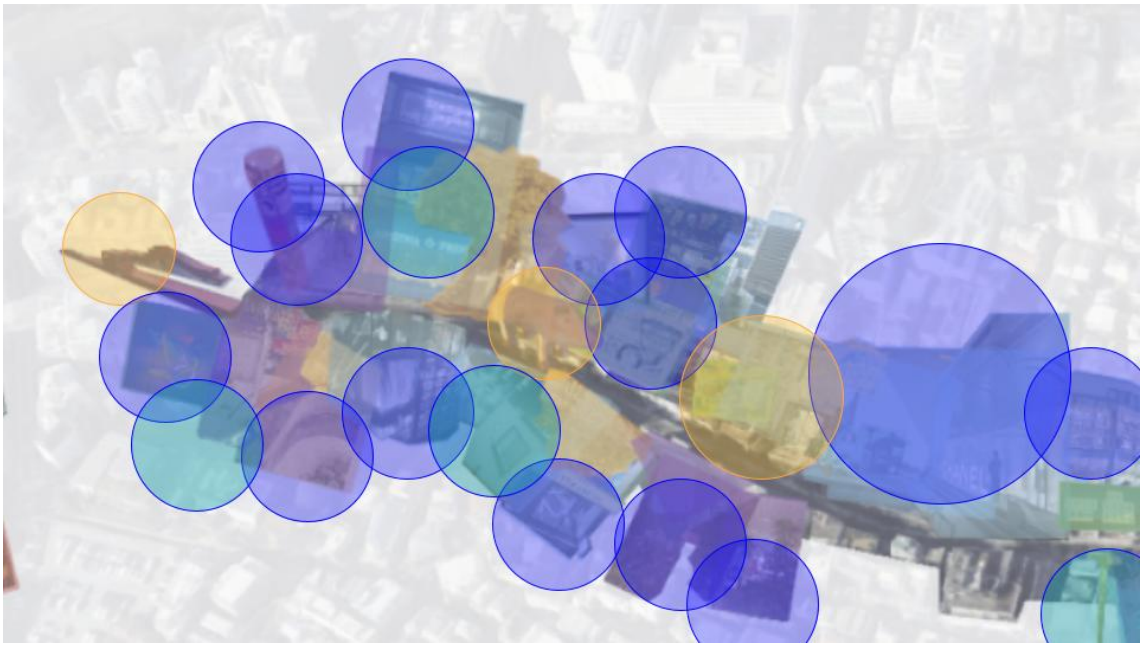
（図９）航空写真上に要素を配置した地図

また、この地図を分析すると２つの点が指摘できる。**１つ目はキャットストリートの南北の違い**という点だ。キャットストリートの北側（図の右側）は要素が凸凹しているが、南（図の左側）は要素が平坦に並んでいることがわかる。この要因として**北側は住宅が比較的多く並んでおり視線が特定のものに集中するため、被写体となった要素の１つ１つが大きくなっている**ことが考えられる。**南側はハイブランドの店舗が並んで位置しているため要素が多く地図に存在するものの、視線が特定のものに集まることはない**ため平坦になっているのではないだろうか。

２つ目はキャットストリートの多層性である。前章の２回目調査後の分析にて被写体の分類を行ったが、作成した地図で見ると建物（水色）や街並み（紫）といった基盤となる要素の間に、看板（緑）、モニュメント（青）、スティッカー（赤）といった微細なカテゴリーが混在して配置されていることがわかる。ここからキャットストリートは、**ストリートアートや個人の発信が通りの景色に溶け込んでいる「雑多な魅力」を持っている**と考えることができるだろう。

4-3. 印象を地図に落とし込む

次に各写真から受ける印象の分析結果を、空間的に把握可能な形で可視化できるように地図上に落とし込んだ。当初は、各被写体から印象が波状に広がる構造を想定し、印象の種類を色、印象の強度をグラデーションとして表現することで、各被写体間の相互関係や印象の拡張過程を示す設計を試みた。しかし実際に配置を行うと、波形が過度に複雑化し、直感的理解を促すという当初の目的から乖離する結果となった。



（図 10）印象を円形にして表した地図

そこで、**各被写体に向けられた印象を記号によって示す**方式へと変更した。各印象の記号は以下の通りである。

＊　奇抜（新規性）
★　かっこいい・おしゃれ
◇　綺麗
○　既知・親近感
！　意外性

この方法により、**特定の印象の種類を明確に区別すると同時に、記号の数によって写真撮影回数（すなわち注目度）と印象の強度を併せて表現することが可能となった。**従来は、撮影回数をオブジェクトの大きさの変化によって示していたが、元のサイズとの比較が困難であるとの指摘があった。本手法では具体的な数として提示できるため、視認性および情報の明確さが向上したと考えられる。



（図 11）印象を記号で表した地図

作成した地図を分析すると、新たにキャットストリートにおけるいくつかの傾向が指摘できる。

第一に、**「＊　奇抜（新規性）」および「★　かっこいい・おしゃれ」**といった印象は、**キャットストリート全体に広く分布**している。これらに該当する被写体としては、ファッションブランドのモニュメント、ネオンを用いた看板、グラフィティなどが挙げられる。このような**視覚的に強い記号性を持つ要素に向けられたこの２種類の印象は、表参道エリアに対して一般に共有される都市イメージと整合性がある**のではないだろうか。

第二に、**キャットストリートが表参道の大通りと接続する地点**において、**「◇　綺麗」**という印象がまとまって現れた。整然と配置された街路樹やガラス張りの大型店舗が連なるメインストリートである大通りとの接点において、参加者はより「表参道らしさ」を強く認識していたと解釈できる。

第三に、**大通りを挟んだ南側のハイブランド店舗が集中するエリア**では、**「〇　既知・親近感」**という印象が比較的多く観察された。これは建築物自体よりも、大きく掲げられた COACH や CHANEL といったファッションブランド名が、既存の記憶や経験と結びついた結果だろう。

さらに、地図全体を俯瞰すると、**「！　意外性」という印象が点在**していることが確認できる。植え込みやヨンデル像、あるいは「テナント募集中」といった表示など、必ずしも象徴的ではない要素がこの印象を喚起していた。これらの存在は、「＊　奇抜（新規性）」および「★　かっこいい・おしゃれ」といった支配的イメージに微細な揺らぎを与えるスパイスとして機能していると考えられる。



（図 12）大通りに面した「◇　綺麗」



（図 13）ブランドの「〇　親和性」



（図 14）点在する「！　意外性」

以上のことから、**キャットストリートは、表参道的イメージを共有しつつも、それを部分的に逸脱する要素を内包することで、独自の空間的魅力を形成している**と考えられる。主流的なイメージと周縁的な要素とが共存する二重構造こそが、いわゆる「脇道らしさ」を生み出している要因かもしれない。

5. 今後の展望

本グループは、**表参道の脇道であるキャットストリートにおける視覚的魅力について、写真撮影を行った上で被写体の分類と印象の記号化を通じて可視化し、実験的な地図として提示した。**従来の建物の位置情報中心の地図表現では捉えきれなかった**「視線の集まり」や「印象の分布」を空間構造として描き出し、感覚的な地図を作成した**点に、本研究の意義がある。一方で、インフォグラフィックスの側面では依然として改善の余地が残されている。撮影枚数を要素の大きさで示す方法から、記号数によって印象の強度を示す方法へと改善を試みたが、依然として情報の重なりや視認性の問題は完全には解消されていない。より直感的かつ分析的な可視化手法を検討することが、今後の課題である。

また、表参道周辺には多数の脇道が存在しているため、本グループの方法を他の脇道にも適用し比較検討を行うことで、個別事例を超えた一般化の可能性を高めることが期待される。また「脇道らしさ」に共通する構造と、場所固有の特性とを区別することが可能となるだろう。複数地点での調査を通じた方法論とデータ両面の精度の向上により、「脇道の魅力とは何か」というより包括的な問いに接近できると考えられる。

さらに、本グループの最終的な目的である「都市の記譜法」の創出という観点から見ると、印象を空間に記述する試みは、都市を固定的な形態としてではなく、経験の集合体として捉える枠組みを提示しているといえる。杉浦の「時間地図」が距離を時間へと変換したように、本研究は空間を印象へと変換する操作を行った。この変換の文法を洗練させることができれば、都市を経験の集合体として記述する新たな地図表現の体系へと発展できる可能性がある。今後は、記号化の精度向上、複数地点での比較研究、さらには時間軸や季節変化の導入などを通じて、都市の魅力を多次元的に記述する、より直感的な地図表現の確立を目指したい。

---

[i] 本章は以下の書籍を参考とする。
杉浦康平『時間のヒダ、空間のシワ…[時間地図]の試み: 杉浦康平のダイアグラム・コレクション』鹿島出版社、2014 年
[ii] 同、p.29
[iii] 同、p.42

【参考文献】
・杉浦康平『時間のヒダ、空間のシワ…[時間地図]の試み: 杉浦康平のダイアグラム・コレクション』鹿島出版社、2014 年

【図表の出典】
（図１、２）文献 1、68 ページから転載
（図３～７、９～14）執筆者（金井陽奈子、川俣悠）作成
（図８）執筆者（井門理博）による iPhone カメラアプリのスクリーンショット

【執筆者】
1. 井門理博　Masahiro Ido（文化構想 3 年）（第 4 章（部分）、今後の展望）
2. 大道拓実　Takumi Daiso（文化構想 4 年）（概要）
3. 服部葵 Aoi Hattori （文化構想 4 年）（第１～3 章、第 4 章（部分））
4. 金井陽奈子 Hinako Kanai （創造理工修士 1 年）
5. 川俣悠 Yu Kawamata （創造理工博士 1 年）

記憶の痕跡 / A Trace of Memory

プロジェクト概要

本プロジェクトは、渋谷川周辺および表参道エリアの街並みに残る「痕跡」を探ることで、都市形成の過程を明らかにすることを目的とする。対象とするのは、キャットストリート、ブラームスの小径、フォンテーヌ通り、表参道を中心とした地域である。これらの空間には、かつてこの地域を流れていた渋谷川およびその支流や、戦前から戦後にかけて行われた道路整備の歴史が、さまざまな形で残されている。

研究プロセスとしては、文献調査および現地調査を通して街の中に残る痕跡を収集し、「痕跡地図」を作成することで分析・考察を行った。特に、戦前から 1964 年の東京オリンピックにかけて行われた都市整備によって街がどのように変化し、その過程でどのような痕跡が残されたのかに注目した。その結果、同エリアに見られる痕跡は、自然地形と人間活動の関係によって以下の三つのカテゴリーに分類できることが分かった。

・従属（自然地形や川の流れに従って残された痕跡）

・共存（自然や歴史と共に残されている痕跡）

・継承（人間が地形や歴史を利用して作り出した痕跡）

そして、それぞれの痕跡を地図上で整理し分析した結果、現在の街並みは、①渋谷川の暗渠化と道路化、②明治神宮参道としての表参道の建設、③戦後の都市再編と高度経済成長期の道路整備、という都市の大きな変化の中で形成されたことが明らかになった。さらに三つの痕跡マップを合わせて分析すると、表参道やキャットストリート、周辺の小径は、単なる商業空間ではなく、川・道路・都市計画という複数の歴史が重なり合って形成された都市空間であることが読み取れる。

1. 歴史的背景（道路再編）

本地域では、戦前から高度経済成長期にかけて大きな都市の変化が起こった。

1910～1920 年代には、明治神宮の造営に伴い表参道が正面参道として整備された。この道路は都市計画によって設計された大通りであり、現在の表参道の都市構造の基盤となっている。第二次世界大戦後には、戦災からの復興の過程で都市整備が進められ、街路や建築物の再建が行われた。さらに高度経済成長期には、1964 年の東京オリンピックに向けた都市整備の中で、渋谷川の暗渠化、道路の拡幅と舗装、街路灯の整備、首都高速道路や国道 246 号線の整備などが進められ、現在の都市構造が形成された（図１）。

時代	出来事	関連地点
明治初期	渋谷川流域に水車多数設置、灌漑用水として利用	隠田村・渋谷村一帯
大正 9 年（1920）	明治神宮造営・表参道開通、「参道橋」命名	神宮前交差点
昭和 4～6 年（1929～31）	渋谷川改修（三面コンクリート護岸化）	渋谷駅付近
昭和 35～37 年（1960～62）	渋谷駅再開発・国道 246 号線整備・暗渠化	宮下橋～渋谷駅東口
昭和 30 年代後半	支流（南の池川～ブラームスの小径～フォンテーヌ通り）暗渠化	原宿～神宮前
昭和 45 年（1970）	宮下公園脇暗渠完成	渋谷駅周辺
平成 7 年（1995）	清流復活事業開始、天現寺橋下で再導水	広尾～港区境

【図１】渋谷川年表

2.　収集した痕跡

2-1. 渋谷川暗渠の痕跡

キャットストリート

キャットストリートは、戦後の都市整備によって暗渠化された渋谷川本流の上に整備された遊歩道である。調査では以下のような痕跡が確認された（図２）。

① 川（流れに沿う）：かつての川の流路を示す痕跡

・道幅

・道の蛇行

・勾配

② 河岸（自然との境界）：かつての河岸の位置を示す痕跡

・店舗と通りの階層差

③ 橋（先人の足跡）：過去に橋が存在していたことを示す痕跡

・道路の盛り上がり

・橋の親柱（原宿橋・参道橋・隠田橋・~~宮下橋~~）❓

④ 変形スペース（現代の知恵）：暗渠化によって生まれた空間が、現代の都市活動の中で活用されていることが分かる痕跡

・細長い公園

・スペースを利用した施設



【図２】キャットストリート（旧渋谷川遊歩道）痕跡地図

2-2. ブラームスの小径・フォンテーヌ通り

ブラームスの小径およびフォンテーヌ通りは、明治神宮南池の湧水が渋谷川と合流する支流の暗渠の上に形成された通りである。調査では以下の特徴が確認された（図３・４）。

① 川　（流れに沿う）：かつての川の流路を示す痕跡

・道幅

・道の蛇行

・勾配

② 河岸（自然との境界）：かつての河岸の位置を示す痕跡

・店舗と通りの階層差

・旧護岸材の利用（壁面の石積み、レンガなど）

③ 橋（先人の足跡）：過去に橋が存在していたことを示す痕跡

・階段、スロープ、勾配など



【図３】ブラームスの小径 痕跡地図



【図４】フォンテーヌ通り（モーツァルト通り）痕跡地図

2-3. 表参道の痕跡

表参道は、明治神宮の正面参道として整備された大通りである。調査では、以下のような特徴が確認された（図５）。

① 道（地形の名残）：もとの地形の痕跡

・石垣

エルメス表参道店の外壁に見られた。参道の造営時、予定地であった原宿村穏田に旧広島藩の別邸があり、その別邸庭園の小山を切り崩した際の土留めと考えられる。現在は石垣を覆う形で柵を新たに設置することで建築に活かされた形で残っている。

・細長い地形

表参道ヒルズの表参道駅側の端に見られた。原宿駅の方向から表参道駅の方向に向かうにつれて、先が細くなっていくような地形が確認できた。これは参道造営時に元々の土地を横断するように道路を建設した際に生まれた土地の切れ目であると考えられる。

② 昔の建築物（歴史の遺産）：戦前に形成された景観や建築物が、形を変えながら現在も利用されていることがわかる痕跡

・ケヤキ並木

終戦後、地元の造園会社が再度植樹したことで現在も表参道のシンボルの一つとして残る。表参道交差点から原宿駅付近の神宮橋交差点まで続いており、土木遺産として認定されている。戦時中の空襲を逃れたケヤキが今も表参道ヒルズ前に現存している。

・山陽堂書店

表参道と青山通りの交差地点にある書店で、1931 年に現在の場所へ移転した。鉄筋コンクリート造であるため戦火を逃れた、表参道では数少ない建造物の一つである。1964 年東京オリンピックのための青山通りの道路拡幅により、建物の３分の２が削られた。

・同潤会アパート

1926 年、関東大震災の復興事業として建てられた集合住宅である。鉄筋コンクリート造であるため、山陽堂書店と同様に戦火を逃れた。2003 年に取り壊されたが、その一部が「表参道ヒルズ 同潤館」として再生され、現存している。

③ 石碑（戦禍の証言）：戦争の記憶を現在に伝えるものとして残された痕跡

・石碑「和をのぞむ」

山手大空襲の犠牲者の慰霊のため、区政 60 周年となる 2007 年に港区により設置された。表参道駅 B4 出口、表参道交差点付近に位置し、戦禍の記憶を伝えている。

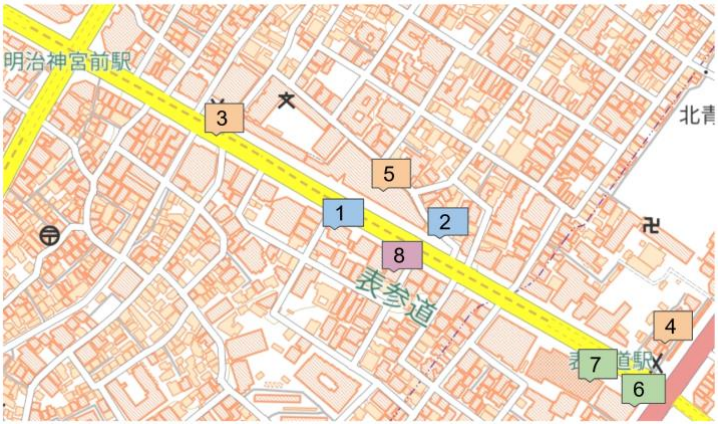
・石灯籠

表参道造営時に作られたもので、赤坂警察署表参道交番横とみずほ銀行青山支店前に 1 基ずつ設置されている。灯籠の台座部分には空襲により犠牲となった人の血と油の跡と思われる黒ずみや、焼夷弾によって欠けた部分も見られ、空襲の爪痕を生々しく残している。

④ 教会（文化の原点）：キリスト教文化の影響と、現在の表参道の文化の源流を示す痕跡

・東京ユニオンチャーチ

米国人の生活の場として機能し、ワシントンハイツの住人も礼拝に参加した教会である。1945 年に山手大空襲により焼失したが、1951 年に再建された。



【図５】表参道 痕跡地図

3. 痕跡の分類

以上の痕跡は、人間活動と自然地形の関係によって、以下の三つに分類することができる。

従属：自然地形や川の流れに従って残された痕跡

例：

・川の流れに沿う道

・地形の名残

共存：自然や歴史と共に残されている痕跡

例：

・河岸による階層差

・石碑

・教会

継承：人間が地形や歴史を利用して新しい都市空間を作り出した痕跡

例：

・橋の親柱

・変形スペースの利用

・歴史的建築物の活用

4. 考察

作成した三つの痕跡マップを分析すると、痕跡の分布には明確な傾向が見られることが分かった。

まず、川の痕跡は主にキャットストリートおよびその周辺の小径に集中している。これは、このエリアがかつて渋谷川の支流である穏田川の流路であったことと関係している。通りの蛇行や勾配、建物との階層差、橋の親柱などの要素は、現在の都市空間の中に残る川の形状の名残であると考えられる。特にキャットストリートでは、道路の形状が河川の流れに沿っているため、周辺の街路とは異なる緩やかな曲線を持つ空間が形成されている。

一方、道路整備の痕跡は、主に表参道に集中している。表参道は明治神宮の参道として計画的に整備された道路であり、他の通りと比較しても、直線的かつ広い幅員を持つ。このような特徴からは、この街路が、自然発生的に生じたものではなく、都市計画によって形成されたものであることを示している。また、戦後から高度経済成長期にかけての都市整備の中で、道路の舗装や歩道の整備、街路灯の設置などが進められ、現在の都市景観が形成された。

これらの痕跡の分布を比較すると、表参道からキャットストリートへと向かうにつれて痕跡の性質が変化していることが読み取れる。表参道は都市計画によって意図的に整備された大通りであるのに対し、キャットストリートや周辺の小径は、かつての川の流路や地形の影響を受けながら形成された空間である。そのため、この地域では計画された都市空間と、自然地形に由来する都市空間が隣接して存在しているといえる。

また、道路のスケールに着目すると、

・大通り（表参道）

・通り（キャットストリート）

・小径（ブラームスの小径・フォンテーヌ通り）

という三つの階層が確認できる。これらは単なる道路の大小ではなく、都市形成の異なる歴史を反映している。表参道は参道として整備された計画道路であり、キャットストリートは暗渠化された川の上に形成された道路、小径はその周辺の細かな都市空間として形成されたものである。

以上のことから、このエリアの街並みは『川の流れ→川の暗渠化→道路の形成→都市文化の形成』という過程の中で段階的に形成されたものであり、現在の街並みは、これらの歴史が重なり合った結果であると考えられる。

5. おわりに

キャットストリート、ブラームスの小径、フォンテーヌ通り周辺は、暗渠化された渋谷川の上に整備された道路空間である。調査の結果、勾配や道の蛇行、道の側面の資材などに、かつての川の流路の痕跡が残っていることが確認された。また、原宿橋・参道橋などの橋の親柱など、過去の橋の存在を示す痕跡も確認された。

一方、表参道は明治神宮の参道として整備された大通りであり、戦後にはワシントンハイツの建設など、さまざまな歴史を経ながら現在の都市空間が形成されてきた。表参道では、地形としての痕跡が残るほか、建築物や街路景観の一

部が保存され、過去の都市構造を現在に伝えている。

本研究では、都市空間に残る痕跡は、表参道の親柱、建築物、ケヤキ並木などの「意図的に残された痕跡」と、道路幅、段差、勾配などの「偶然残った痕跡」の大きく二つに分類することができた。これらの痕跡は、都市の歴史の中で自然地形と人工的な都市改修が重なり合うことで生まれたものであり、現在の街並みを読み解く重要な手がかりとなると考えられる。

原宿～表参道におけるアート空間―美術館、ギャラリー(6 班)

概要

本プロジェクトでは、ショッピング街、ビジネス街、住宅街といった多様な側面を持つ原宿～表参道エリアを対象に、都市における美術のあり方と、地域社会との関係を考察する。

このエリアには、ワタリウム美術館に代表される現代美術を扱う美術館やギャラリーに加え、根津美術館や太田記念美術館など、日本・東洋美術を中心とするコレクションを所蔵する美術館が立地している。また、エスパス ルイ・ヴィトン東京やスパイラルなど、企業メセナを象徴する文化施設も集積している。同様に、岡本太郎や杉本博司によるパブリック・アートなど、公共空間における芸術表現の試みも散見される。

調査では、こうした多様なアート空間を持つ地域の特性に着目し、美術が都市のなかでどのように提示され、人々の日常生活と結びついているのかを検討するため、まずは文献調査を通じて、戦後から現在に至るまでのアートシーンの変遷を整理した。その上で、現地調査を通じて、個々の文化施設における展示活動や教育普及活動、さらには都市空間に開かれた芸術表現の現状や課題を明らかにし、今後を展望した。

1. 戦後から現在に至るまでのアートシーン

本章では、戦後から現代に至るまでの原宿～表参道エリアのアートシーンの変化を、主に文献調査をもとに、都市との関係に注目しながら考察する。また、各年代におけるギャラリーや美術館の場所をプロットした地図を作成し、その変化を可視化することを試みた。

1-1. 戦後～1970 年代前半

戦後から 1960 年代にかけては、美術は限られた人のためのものという側面が強く、街の中で気軽に触れられる存在ではなかった。しかし調べていくと、この時期からすでに都市と美術をつなぐ動きがあったことが分かる。その一つが 1941 年に開館した根津美術館である。表参道という立地にありながら、庭園と一体になった空間は街の雰囲気とは大きく異なり、訪れた人に落ち着いた時間を与える場となっている。実際に訪れると、周囲のにぎやかな街並みとの対比が強く印象に残り、都市の中に別の空間が入り込んでいるように感じられる。このような体験は、その後の都市における美術のあり方にもつながっていったと考えられる。また同時期には、同地にアトリエを構えた岡本太郎のように、芸術を

外に向けて広げていこうとする動きも見られた。彼の活動は、美術が特定の場所に閉じる





図 1 (左)：1960 年代のアートマップ
図 2 (右)：1970 年代のアートマップ

のではなく、社会や日常の中に出ていく可能性を示したものといえる。ただし、ここでは特定の作家の評価ではなく、あくまで流れの一部として捉えておきたい。

1-2. 1970 年代後半

1970 年代後半になると、都市の中での美術のあり方はさらに変わっていく。従来の画廊に加えて、ギルバート&ジョージやカール・アンドレなど、当時の芸術動向の最先端にいたアーティストたちをいち早く取り上げたアート・エージェンシー・トウキョウや、日本で初のビデオ・アート専門のギャラリーであるビデオギャラリーSCAN のように、新しい表現を扱うスペースが登場した。これらの場所では、映像やインスタレーションといった当時としては新しい作品が紹介され、単に作品を見るだけでなく、その場の空気や体験を含めて楽しむ場へと変わっていった。

1-3. 1980～1990 年代前半

1980 年代から 1990 年代前半にかけては、企業や文化施設の関わりが強まり、アートの場が一気に増えていく。スパイラルやワタリウム美術館などが生まれ、青山・表参道は文化的なエリアとして知られるようになった。浮世絵を専門とする太田記念美術館も、この時期に設立された。また 1970 年に設立された画廊は廃業や移転する傾向が見られた一方で、南青山エリアを中心に、現代美術を扱うギャラリーが乱立されるようになる。

1-4. 1990 年代後半

1990 年代後半になると、展示の仕方にも変化が見られるようになる。1995 年設立の「ときの忘れもの」や、1996 年に設立されたレントゲン・クンストラウムといったスペースでは、作品展示だけでなく、アーカイブにも重きを置いた活動がされることが多くなった。調査をしてみると、この時期は新しいものを見せるだけでなく、これまでの流れを振り返りながら見せる意識が強まっていたことが分かる。都市の中で、美術が時間の広がり

を持って捉えられるようになっていったといえる。



図３：1980 年代のアートマップ



図４：1990 年代のアートマップ



図５：2000 年代のアートマップ

1-5. 2000 年代

2000 年代に入ると、青山や神宮前を中心にコマーシャルギャラリーが増え、美術とビジネスの関係がより強くなる。一方で、古くからあった画廊の中には移転や閉廊をするところも出てきた。調査の結果、アートの場所は文化的な理由だけでなく、地価や都市開発の影響も大きく受けていることが分かる。実際に地図上で確認すると、同じエリア内でも場所が変わっているケースが多く、都市の変化とともにアートの拠点も動いていることが実感できた。

1-6. 2010 年代以降

そして 2010 年代以降の傾向については、実際に街を歩くことで印象が大きく変わった。表参道や神宮前を歩くと、従来のギャラリーに加えて、ショップやカフェと一体になった空間が多く見られる。外から中の様子が見えるようになっていたり、入りやすい雰囲気がつくられていたりと、以前よりも明らかに開かれた印象を受けた。また海外のギャラリーも増えており、街全体が一つの展示空間のように感じられる場面もあった。さらに 2020 年代に入ると、その傾向はより強まっている。ヨックモックミュージアムの開館や、ストリート系のギャラリーの増加など、従来の形式にとらわれない動きが目立つ。実際に神宮前周辺を歩くと、建物の中だけでなく、外観や通りに向けて作品が見える形で展示されていることも多く、美術と街の境界がはっきりしなくなってきていると感じた。



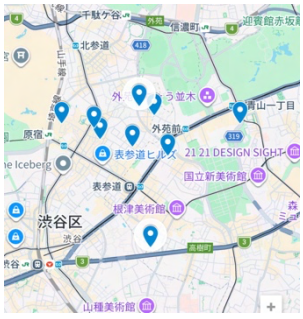


図６（左）：2010 年代のアートマップ

図７（左）：2020 年代のアートマップ

2. 都市空間に開かれた美術

本章では、原宿〜表参道エリアに立地する主な美術館やギャラリーの活動、パブリック・アートを、都市との接続という観点から捉えていく。また、各文化施設の活動を個別に分析するだけでなく、広く社会と接点を持つ活動の例として、教育普及活動についてより詳細に調査を行い、その現状や課題を明らかにする。

2-1. ワタリウム美術館

ワタリウム美術館は 1990 年に開館した、現代美術を専門とする私設美術館である。前身のギャルリー・ワタリ時代から、ナムジュン・パイクをはじめ、キース・ヘリングやドナルド・ジャッドなど、同時代の前衛芸術家を積極的に紹介し続け、それらは現在のワタリウム美術館の豊富な現代美術コレクションに受け継がれている。その建築は、スイスの建築家であるマリオ・ボッタによるものであり、彼の手がけた大規模な美術館建築としては最初期にあたる作品である。外苑西通りに面した、御影石とコンクリートによって造られた巨大なファサードは、過度な装飾を控えつつも地域のシンボルとしてワタリウム美術館の存在を際立たせている。

ここでは、個々の展覧会について詳細に見ていくことは控え、美術館の活動の中でも都市空間との繋がりが見てとれる試みについて焦点を当てる。

今でこそ、外苑前エリアにおいては周遊型のアートイベントが定期的に開催されているが、その先駆けと言っても過言ではないのが、ワタリウム美術館を中心に 1995 年秋に開催された「水の波紋 ‘95」である。本展には、ヨーゼフ・ボイスなどの著名アーティストから、蔡國強や宮島達男といった当時の若手アーティストまで、40 名を超えるアーティストが参加した。その国際性やジャンル横断的な構成もさることながら、特筆すべきは、展示の枠組みを従来の美術館展示から開放し、表参道〜外苑前エリアの都市空間に作品を設置したという点である。展示場所には、エリア内の商業施設や企業のオフィスのみならず、空き地などの公共空間も含まれている。例えば、川俣正《プレファブリケーション・東京／神戸》では、歩道橋の階段下が展示場所に選ばれた。川俣は本作品において、神戸と東京にそれぞれ複数のプレハブ小屋を設置し、神戸では実際に物置として使用してもらう一方で、東京では実用的な使用法を避けて、公共空間に“置く”ことのみを試みた。ここで川俣が追求したのは、日常的な素材が作品化される都市環境を明らかにすることであった。神戸では日常風景のうちに取り込まれるプレハブ小屋が、表参道においては、その洗練された都市のイメージの中で異質性を放ち、オブジェとして存在することが可能になるのである。

アート・プロジェクトを論じる際には、従来のホワイトキューブにおける独立した展示

の枠組みを批判し、関係性の中で構築される鑑賞体験を重視したニコラ・ブリオーの『関係性の美学』についてしばしば言及される。しかしながら、本展の芸術監督を務めたヤン・フートは、ブリオーに先駆けてサイト・スペシフィシティに着目し、都市空間に開かれた芸術実践を試みていた一人であり、本展はその先見性が遺憾無く発揮された例と言えよう。

そして 2021 年には再びワタリウム美術館が主導し、「水の波紋展 2021」が開催された。「水の波紋 '95」のテーマを受け継ぎつつも、再開発の波が押し寄せる都市空間を舞台に展開された本展においては、移りゆく都市の風景や記憶に焦点を当てた実践が大半を占めた。前身のギャルリー・ワタリ時代を含めて 50 年以上に渡り同地での活動を続けてきたワタリウム美術館は、展示を行う"箱"としての機能を超え、都市を美術の視点から再考し、時に両者を接続させる役割を果たしてきたのである。

2-2. 根津美術館

根津美術館は「鉄道王」とも称される実業家・初代根津嘉一郎の古美術コレクションを中心とした美術館であり、二代根津嘉一郎により 1941 年に青山の邸宅に開かれた。

そのコレクションには、国宝 7 件、重要文化財 93 件と歴史的にも高く評価される作品が揃っており、なかでも代表的な作品が尾形光琳による《燕子花図》である。《燕子花図》は毎年 4 月下旬から 5 月中旬にかけて展示され、多くの来館者がこの作品を目的に訪れる。この時期には、同作品に関連した作品も同時に展示され、庭園でも見頃を迎えた燕子花を楽しむことができる。訪問時には、外国人観光客の姿も多く見受けられ、日本人だけでなく、東洋の美術に関心の高い海外の方からも注目される施設であることがわかった。

根津美術館では、年に 7 回ほど企画展や特別展、コレクション展が開催されるが、開催期間は 1〜2 カ月程と比較的短い期間での開催となっている。その理由として、紙や絹、漆など素材的に弱く、また技法的にも劣化しやすい作品が多いということが挙げられる。

根津美術館は、3 年にわたる改築を経て、2009 年にリニューアルオープンした。建築には隈研吾が携わり、「閉鎖空間を作らない」という隈の建築の特徴を活かし、都市の喧騒から、美術館の静けさへの越境が容易になるような工夫が各所に施されている。ここでは、表参道という街の賑やかさに美術館を調和させるのではなく、開館当時から続く根津美術館特有の荘厳な空気へと、どのように来場者を移行させるか、ということが重視されたような印象を受けた。また、改築時には「庭園をより多くの人に知ってもらう」ことが目標とされた一方で、現状では庭園への入場には美術館のチケットが必要である。そのため、買い物に疲れた人々が偶発的に庭園へ立ち寄りリフレッシュする、というような人々の開かれた居場所としては機能しない印象を受けた。

2-3. ヨックモックミュージアム

2020 年に開館したヨックモックミュージアムは、創業者・藤縄則一が収集したピカソの

セラミック作品を中心とした美術館である。設計は、隈研吾の設計事務所出身の栗田祥弘が手掛け、「友人を招くようにみなさまをお迎えしたい」という思いに根ざし、青山の閑静な住宅街に調和するような外観が特徴である。その一方で、アート空間への没入感を高めるために美術館の入り口は暗くなっており、日常生活から非日常（アート空間）への越境を容易にする工夫が根津美術館と共通して見られた。

ヨックモックミュージアムにはカフェとショップも併設されており、美術館に入館せずとも、カフェやショップの利用が可能である。ランチの時間帯には、近隣の住民の方や、会社員の方でカフェはにぎわっており、この点から、ヨックモックミュージアムは芸術鑑賞を目的に来館した人だけでなく、地域の方の憩いの場としても開かれた空間であるといえる。

2-4. 太田記念美術館

太田記念美術館は、東邦生命保険相互会社の社長を務めた 5 代目太田清藏（1893〜1977）が蒐集した浮世絵コレクションを、広く一般に公開するために設立された美術館である。

1977 年に太田清藏が亡くなったあと、遺族によって 1977 年 11 月、銀座の東邦生命旧本社ビルの 7 階で約 2 年間、仮設された会場で展覧会が行なわれ、1980 年 1 月 13 日、東京都渋谷区神宮前 1 丁目において、美術館が正式に開館した。コレクションは、同氏が蒐集した約 12,000 点を含めた約 15,000 点で構成されており、多様な時代と幅広いジャンルの浮世絵を網羅している。また、浮世絵の両輪となる肉筆画と版画の双方を数多く所有している点も大きな特徴である。浮世絵は光や湿度の影響を非常に受けやすく、長期に渡る展示に適していない。そのため、毎月展示替えが行われており、常設展は設けられていない。代わりに企画展形式を採り、さまざまな切り口やテーマから、浮世絵の魅力を多角的に紹介している。

実際に同館を訪問した際には、海外からの観光客の姿も多く見られ、インバウンドの観点からも非常に人気が高い。同館は、明治神宮からのアクセスも良く、原宿・表参道間の明治神宮、太田記念美術館、そして根津美術館を結ぶ一帯は、日本文化や美術を巡るルートを形成していると考えられる。

表参道は、先端的な文化の発信地である一方、明治神宮を中心とした歴史的空間、根津美術館や太田記念美術館を擁し、古くから日本の伝統的な美術や文化を紹介・発信する場としても機能している。一方で、このエリアには、六本木アート・トライアングルのように美術館同士を結ぶ明確な動線計画は見られない。太田記念美術館は、日本文化や日本美術を扱う他館との入館料割引などの相互連携を行っている一方、同じく日本美術を扱う根津美術館との間では特別なタイアップ企画を実施していない。これは、根津美術館が日本美術にとどまらず東洋美術全般を幅広く扱うとともに、庭園を含めた独自の空間を構築していることが一因であると推測される。

このように、美術館同士を結ぶ計画的な回遊動線が必ずしも形成されていないものの、古くから表参道に息づく文化的土壌の中で、根津美術館や太田記念美術館はいずれも多くの来館者を集め、それぞれの立場から日本文化の魅力を広く発信している。

2-5. パブリックアート

表参道におけるパブリックアートの例として、ここでは 2 点を取り上げる。1 つ目は、岡本太郎による《子どもの樹》である。これは 1985 年に開館したこどもの城(正式名称:国立総合児童センター)のシンボルとして「子供一人一人がユニークな個性を発揮、のびのびと生きて欲しい」との願いのもと設置され、2015 年に施設が閉館した後も、その遊び心に満ちた造形は都市に彩りをもたらし続けている。また、岡本太郎記念館とともに彼の世界観を体験できる作品となっており、かつて子どもの城が存在していた記憶を呼び起こす装置としても機能している。

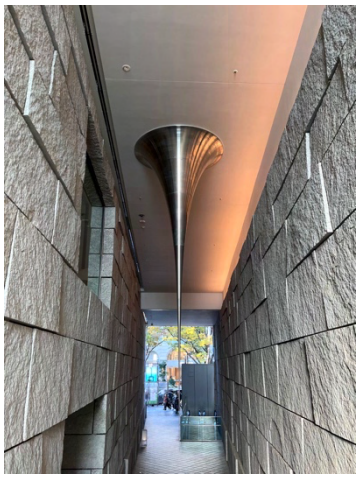


図 8 ：杉本博司《究意頂》2013 年

2 つ目は、杉本博司による《究竟頂》である。本作品は、オーク表参道のエントランス部分の設計に際し、「空間そのもののアート化」を志向して 2013 年に設置された。本作品は、三次関数の数式を立体化した数理模型をモティーフとしており、双曲線が地球の中心を通ってブラジルに達し、宇宙の果てで交差する「無限点」を表している。その無限点に思いを馳せることができる装置として、この空間が完成し「究竟頂」と命名されたという。オーク表参道のエントランスには、本作品によって都市の喧騒から一歩隔てられた異空間が広がっている。

2-6. 教育普及

表参道エリアには太田記念美術館や根津美術館など、様々な文化施設が存在するが、なかでも年代を問わず幅広い世代を対象としたプログラムを提供しているのが、ワタリウム美術館とヨックモックミュージアムである。ワタリウム美術館では「アート一日幼稚園・小学校」といったプログラムを通じ、現代アートと伝統芸能を体験できる機会を提供している。また、ヨックモックミュージアムでは、粘土で自由に作品を作る「ピカソ de アー

ト」や、都立青山公園と共催でTシャツにペイントをする「アート in 青山パーク」を開催している。

こうした体験型イベントは、地域の連携を強めるとともに、人々のつながりや温かみを感じさせる充実した内容となっている。これらの取り組みは来街者の多様化や文化交流の促進、また美術館や公園をはじめとした各施設の相互利用の促進に寄与している。このようにアウトリーチ型のプログラムが充実する一方、ドロップイン型ワークショップなど、来街者と文化芸術の偶発的な出会いを創出する場が不足しているという課題もあり、今後は予約不要で参加できるようなプログラムが実施されることが期待されている。

3. 原宿〜表参道のアートシーン—2030年に向けて

近年では、相次ぐ都市型芸術祭の開催に代表されるように、美術を通じた都市の活性化が注目を集めている。このような状況下において、原宿〜表参道のアートシーンはどのような変貌を遂げていくことが望ましいのだろうか。

都市と美術研究所においては、2022〜2023年度にかけて天王洲エリアを対象に、まちあるきワークショップを実施した。その報告書を参照すると、天王洲と表参道は表層的には異なる都市景観を呈しているものの、両者ともにビジネス街、住宅街、ショッピング街といった複数の要素が絡み合った都市構造を持つという共通点が見出せる。そこで、ここからは天王洲の取り組みを参考に、原宿〜表参道のアートシーンを展望する。

「アートになる島、ハートのある街」をスローガンに据えた天王洲の街づくりで重視されているのは、「周遊性の強化」、「アートによる景観」、「芸術文化との出会いを創出する場」の3点である。

まず周遊性の強化についてであるが、前章で言及したように、根津美術館は、五島美術館や三井記念美術館など、同じく東洋美術を扱う美術館との割引キャンペーンを実施しているが、近隣の美術館とのタイアップ企画などは実施していない。都内の他のエリアを見てみると、森美術館・国立新美術館・サントリー美術館による「六本木アート・トライアングル」、アーティゾン美術館・三菱一号館美術館・東京ステーションギャラリーといった東京駅近隣に位置する美術館による「EDO TOKYO NIPPON アートフェス」など、地域における周遊性を重視したイベントやネットワークが構築されている。

近隣では、外苑西通り沿いのギャラリーを繋いだ期間限定イベントが行われた実績はあるものの、先に挙げたような大規模文化施設を日常的に周遊できる仕組みが欠けている点は改善の余地があるだろう。

続いて、アートによる景観という点では、すでに理想的な環境が実現されており、まさに「アートになる街」が体現されていると言えよう。岡本太郎や杉本博司らによるパブリック・アートはもちろん、表参道を歩けば、数々のハイブランドのウィンドウ・ディスプ

レイが、通りを彩っている。また、本プロジェクトの調査期間には、コム・デ・ギャルソン青山店が、壁面装飾にアメリカのモダニズムを代表する女性画家であるジョージア・オキーフのペインティングを採用するなど、アーティストとのコラボレーションも積極的に行われている。同時に、槇文彦によるスパイラル、ヘルツォーク&ド・ムーロンによるプラダ青山店、SANAA によるディオール表参道など、建築そのものがアートとなる都市空間が実現されている。



図９：コム・デ・ギャルソン青山店 外観

一方で、先述の通り、芸術文化との出会いを創出する場は依然として少ない。根津美術館は、庭園を含む独自の空間を作り出す一方で、庭園に入場するにはチケットが必要になるため、東洋美術に関心の薄い層にとって庭園利用のためにチケット代を払うのは抵抗感があるという現状が指摘できる。また、ワタリウム美術館やヨックモックミュージアムでは教育普及プログラムが多数企画されている一方で、それらのプログラムには事前予約が必要となるため、来街者と文化芸術の偶発的な出会いを創出する場が不足しているという課題も見られる。近年では、予約不要なドロップイン型ワークショップを実施する施設が増えているが、原宿〜表参道エリアでも、人々とアートの予期せぬ出会い・参加が生まれることが期待される。

4. 結論

周辺では渋谷の大規模再開発が注目を集めるなか、実際に街を歩くと、その波は原宿〜表参道エリアにも押し寄せていることが分かる。そこに住む人々や文化・商業施設は、これまで以上に急速に入れ替わり、それに応じて美術が果たす役割も変化していくだろう。

今回の調査を通じて明らかになったのは、このエリアには異なる時代やジャンルの美術を扱う施設が集積し、都市空間に開かれた芸術実践の先進的な取り組みもなされてきた一方で、それらを相互に結びつける仕組みは必ずしも十分に整っていないということである。美術館やギャラリーはそれぞれ独自の活動を展開し、教育普及プログラムも実施しているが、美術と日常生活との偶発的な出会いを創出する場が実現されているとは言い難

い。

原宿〜表参道の文化的な蓄積を生かしながら、個々の施設の活動を地域全体の魅力へとつなげていくことが、今後の課題となる。美術を目的に訪れる人だけでなく、日常的に街を行き交う人々も芸術に触れられる環境を整えることが、都市と美術の新たな関係を築くうえで求められているのではないだろうか。

【参考文献】

・書籍、雑誌、展覧会カタログ

隈研吾「都市と美術館」『根津美術館紀要 此君』第二号、2009 年、17－24 頁

米田明『表参道を歩いてわかる現代建築』、大和書房、2014 年、16 頁

『根津美術館：プライベートミュージアムの最高峰 家庭画報スペシャル感動の美』 世界文化社、2010 年、22－35 頁

『2022〜2024 年度 天王洲・新宿西口地区まちあるきワークショップ報告書』早稲田大学総合研究機構プロジェクト研究所 都市と美術研究所、2026 年

『水の波紋 ‘95』(展覧会カタログ)、オン・サンテーズ、1995 年

・ウェブサイト

アートプラットフォームジャパン
https://artplatform.go.jp/ja/collections/W33149（最終閲覧日：2025 年 9 月 16 日）

杉本博司 HP
http://sugimotohiroshi.com（最終閲覧日：2026 年 3 月 23 日）

根津美術館 HP
https://www.nezu-muse.or.jp/（最終閲覧日：2026 年 3 月 23 日）

ワタリウム美術館 HP アート一日幼稚園・アート一日小学校
http://www.watarium.co.jp/lec_kinder02/（最終閲覧日：2026 年 3 月 23 日）

ヨックモックミュージアム HP
https://yokumokumuseum.com/（最終閲覧日：2026 年 3 月 23 日）

【図表の出典】

図 1〜7：小山将治 作成

図 8〜9：土田祥ノ介 撮影

【調査・執筆】（　）内は担当箇所

小山将治 Masaharu Oyama（文化構想 4 年）（1 章）

土田祥ノ介 Shonosuke Tsuchida（文化構想 4 年）（概要、2 章、3 章、結論）

瀧澤結 Yui Takizawa（文化構想 3 年）（2 章、3 章）

渡辺真奈 Mana Watanabe（文化構想 3 年）（2 章）

原宿・表参道のファッション変遷と映像表象の関係に関する分析

The Fashion in Harajuku Omotesando Area: How The Fashion in Harajuku Omotesando Area Was Depicted in Dramas and Movies throughout 60s-20s

本プロジェクトは、原宿・表参道におけるファッション文化の変遷と映像作品との関係を、まちあるきでの現地調査と文献・映像作品調査を通して分析したものである。

まず現地においてまちあるきを実施した結果、原宿・表参道という地域の内部において、エリアごとに異なるファッションの傾向が認められることが明らかとなった。具体的には、表参道エリアではハイブランドを基調とした洗練された装いが多く観察された一方、裏原宿エリアでは個性的で自己表現性の高いファッションが顕著であり、同一地域内においてもエリアごとに明確な差異が確認された。これらの観察結果を踏まえ、原宿・表参道という地域における多様なファッションの変遷を明らかにすることを目的として、各年代におけるエリアごとのファッション文化と、それに関連する映像作品との関係について整理を行った。

1960 年代には「原宿族」が登場し、映画『君が青春のとき』にはその文化が描かれた。70 年代には「マンションメーカー」が活動拠点を広げ、原宿は若者ファッションの発信地として注目される。80 年代にはラフォーレ原宿を中心に DC ブランドが流行し、竹の子族やロカビリー族などのストリートカルチャーも形成された。2000 年前後には外資系ハイブランドが林立し、表参道は高級ブランド街としての性格を強める。一方で裏原宿では、90 年代以降に広がったデコラや青文字系などの「KAWAII」文化が発展し、2010 年代にはきゃりーぱみゅぱみゅを旗手に世界的人気に、近年では時勢の流行を取り入れた「NEW KAWAII」が登場している。

これらの調査・分析から、原宿・表参道は、60 年代以降ファッションの流行発信地であり、その堆積によって現在では多様な装いの若者が行き交うまちが形成されていることが明らかとなった。特に 2000 年代以降の映像メディアが躍進した時代には、一部のファッションに焦点を当て映像を介して全国区に広げた例や、影響力をもつ発信者による流行の再生産などが見受けられ、ファッションと映像作品の関係性は今後より強固になるのではないかと考えられる。

１． 1960 年代――原宿族の隆盛とマンションメーカーの出現

原宿族

「原宿族」とは、1965 年から 1967 年頃にかけて、原宿・表参道周辺に集まった、主に上流階級出身の流行に敏感な若者たちの総称で、マスコミが名付けた呼び名である。高級車で集まり、ファッションや深夜レストラン、スナック、ナンパなどを楽しんでいた。原宿族のファッションは、男性は当時流行していたアメリカ風のアイビールックやヨーロッパ風のコンチネンタル、女性は当時流行の最先端であったモッズのファッションを取り入れたものや、ミニスカート姿も多かったようだ。

この原宿族を表象した作品として、1967 年の映画『君が青春のとき』がある。女性ディレクターとしてテレビ局に勤める主人公が、当時話題になっていた原宿族の生態を探るため、原宿族の集う店「ルート 5」に潜入取材を敢行するというあらすじである。撮影地は原宿駅周辺で、作中にも何度か原宿駅の旧駅舎が登場する。原宿族として描写される人物たちは、ビビッド、パステル問わず色彩豊かなファッションを楽しんでいるほか、代名詞である深夜レストランやナンパの様子が多数描かれている。職場で働く女性が身にまと



うクラシカルな OL スタイルと、原宿族のカジュアルでラフなスタイルの対比も注目に値する。

（図１）『君が青春のとき』日活、1967 年

マンションメーカー

1960 年～1970 年代にかけて、原宿、表参道や青山のマンションの一室を借り、デザインから制作、販売までを少人数のスタッフで運営する「マンションメーカー」が次々と出現する。多品種少量生産を特徴とし、個性的な服作りを目指していた。原宿に多くのマンションメーカーが誕生した背景として考えられるのは、渋谷や新宿に比較的行きやすいという交通の便の良さや、当時は周辺地域よりも家賃が安かったということである。これらマンションメーカーの具体例としては、「マドモアゼルノンノン」「MILK」「BIGI」「コムデギャルソン」などが挙げられる。

２．1970 年代――マンションメーカーの台頭とラフォーレ原宿の誕生

「アンノン族」とマンションメーカーの台頭

若年の女性向けファッション誌として、1970 年に「an・an」、「non-no」が創刊され、人気を博した。「an・an」、「non-no」ともに、誌上でしばしば原宿特集を組み、マンションメーカーの服を紹介していた。「an・an」、「non-no」を購読し、そのファッションに影響を受けたおしゃれな若い女性を「アンノン族」と呼んだのだった。「アンノン族」の特徴としてはロングスカート、レイヤード（重ね着）、パステルカラーといった特徴が挙げられる。こうしてマンションメーカーの服は 1970 年代の流行を先導した。



この頃の原宿周辺を表象した作品としては、1975 年に TBS 系列で放映された、原宿・表参道を舞台としたテレビドラマ『あこがれ共同体』が挙げられる。主人公は高級紳士服店の社長の息子だが、父と衝突して独立。生活費を節約し、ファッション雑誌を読んで一流デザイナーを目指しているというあらすじである。当時最もファッショナブルなまちとして注目を集め始めていた原宿の知名度アップに貢献したメディアのひとつがこのドラマだったという。このようなメディアの影響により、原宿は若者ファッションのまちとしてその名が知られるようになる。

（図２）『あこがれ共同体』TBS、1975 年

「ラフォーレ原宿」の誕生

1978 年、森ビル最初の商業施設として、「ラフォーレ原宿」がオープンした。当初は高級婦人服ブランドのテナントが中心であった。しかし既存の高級婦人服のテナントは、原宿に集まる若者のニーズを捉えた品揃えを行わなかったため売り上げは伸びなかった。一方で明治通りを挟んで向かいにあった、マンションメーカーが入居していたセントラルアパートの方が、若者でにぎわっていたようだ。

３．1980 年代——DC ブランド、竹の子族、ロカビリー族

ラフォーレ原宿の方針転換と DC ブランドの確立

1980 年、ラフォーレ原宿は大胆な経営方針の転換を図った。「MILK」、「BIGI」、「コムサ・デ・モード」、「バツ」、「アトリエ・サブ」など、地元原宿のマンションメーカーをテナントとして迎え入れたのだ。このように再起をかけた結果、ラフォーレ原宿の売り上げは右肩上がりとなる。その人気は、ファッション誌で「バッグより、ラフォーレ原宿の黄色い袋を持ちたい」という文言が見られるほどである。

ラフォーレ原宿に出店した地元原宿のマンションメーカーも、成長して「DC ブランド（デザイナーズ＆キャラクター・ブランド）」と呼ばれるようになり、1980 年代には、ラフォーレ原宿は DC ブランドの本拠地としてファッションの流行発信地となった。

竹の子族の誕生

1980 年代、原宿の竹下通りが発展すると、それに伴って日曜日の歩行者天国や代々木公園で踊る中高生のグループ「竹の子族」が出現した。彼らはショッキングピンクや黄色のハーレムパンツ、法被を長くした薄手のガウンといった奇抜な服を身につけており、これらの衣装を竹下通りのお店「ブティック竹の子」で購入していたことから「竹の子族」と称されるようになった。同族はチームで円陣を作り、中央に置いたラジカセで曲を流しながら、かけ声やサンバホイッスルに合わせて同じ振りつけで踊った。

ロカビリー族の誕生

同じく 1980 年代、エルヴィス・プレスリーやカール・パーキンスといった 1950 年代のロックスターにインスパイアされた若者の集団「ロカビリー族」も代々木公園エリアに出現した。彼らは 1950 年代アメリカのロックンロール音楽とファッションを愛し、「竹の子族」と同様に仲間で円陣を組み、ラジカセでロックミュージックを流しながらツイストと称される踊りを踊った。同族のファッションの特徴として、男性はリーゼントヘアに黒の革ジャンパー、革靴、女性はポニーテールにジーンズジャケットとサーキュラースカートといった、1950 年代ロックンロールスタイルを着こなしていたことが見られる。

80 年代の映画『東京画』にはこのような「ロカビリー族」の姿が見られる。同作品は 1985 年に制作され、日本の映画監督である小津安二郎を敬愛するドイツ人映画監督ヴィム・ヴェンダースが、自らの視点からただひたすらに東京を映すドキュメンタリー映画である。作品中には、小雨の降る代々木公園に集まって円陣を組みながら踊る「ロカビリー族」が表象されており、同族の特徴的なロックンロールスタイルのファッションが見受けられる。映像に出てくる代々木公園の若者集団のほとんどが「ロカビリー族」であるが、集団の端には、赤や黄色、紫のややオーバーサイズのハーレムパンツやガウンを纏った「竹の子族」も少数ではあるが見受けられる。彼らは「ロカビリー族」に比べて年齢も一回り幼く、規模も少数であることから、1983 年当時の代々木公園エリアにおいて「竹の子族」はあくまでも「ロカビリー族」というメインカルチャーに対する、新興のサブカルチャーのような位置付けであったと分析できる。

（図３）『東京画』フランス映画社、1985 年



（図４）『東京画』フランス映画社、1985 年



４．1990 年代――裏原ブランド、デコラファッション

裏原ブランドの台頭

1990 年代には音楽やスケートボードといったストリートカルチャーと結び付いたファッションブランドが多く設立された。彼らは原宿表参道エリアの中でも当時比較的マイナーであった裏原宿と称される、明治通り東側の裏通りエリアに店舗を構えたことから「裏原ブランド」と呼ばれるようになった。

90 年に藤原ヒロシらによって日本で初めて DJ やスケートボードといったストリートカルチャーの文脈を受け継いだブランドである「Good Enough」が設立されると、その後 93 年には「Undercover」のデザイナーであった高橋盾と NIGO®によって「NOWHERE」が立ち上げられた。NIGO®は同じく 93 年、後に世界的ブランドとなる「A Bathing APE」をオープンし、その後も裏原地域には「NEIGHBORHOOD」や「HECTIC」、「AFFA」など、多くの裏原ブランドが誕生した。こうした裏原ブランドの特徴としては、パンクやヒップホップといった音楽やスケーターカルチャーが融合した、ストリートスタイルのファッションであり、ゆったりしており動きやすいストリートウェアスタイルであったことが挙げられる。また、圧倒的な商品の需要に応えない小ロット生産を続けることで、常に販売アイテムの「レア感」を出し続けていたのも彼らのスタイルであった。さらに、彼らは「Boon」や「smart」といったストリートファッション雑誌を通じてブランドの宣伝を進め、こうした雑誌で人気俳優やアーティストが彼らの商品を着用すると、ブランドは爆発的人気が起こった。95 年の日本国内空前のナイキエアマックスブームとともに裏原ブランドの注目は最高潮となったが、その後 2000 年代初めに裏原ブランドのブームは終焉を迎えることとなった。

デコラファッション

1982 年、明治通りと竹下通りを跨いだ先の位置に、日本初のクラブハウスとしてピテカントロプス・エレクトスがオープンした。「ピテカン」と称されたこのクラブは、いわゆるディスコとは異なり、音楽・ファッション・アートが融合した最先端カルチャーの発信拠点として、ライブやイベントが多く開催された。このクラブという存在がベースとなり、90 年代にはクラブカルチャーが成熟したイギリスロンドンのクラブシーンを参考に、パンクファッションを踏襲し「人と違う服を着て、目立ちたい」という若者の間で手作りアイテムをミックスするようなスタイリングが始まった。このスタイルは「装飾過剰（デコラティブ）」という特徴から派生して「デコラファッション」と呼ばれ、2010 年代以降に台頭する「Kawaii カルチャー」の前身でもあった。過剰なほどのカラフルさと装飾性を内包したポップなファッションスタイルがその最大の特徴であり、90 年代のファッション誌「CUTiE」がコンセプト“for INDEPENDENT GIRLS”を打ち出したことで、「デコラファッション」の人気はさらに高まりを見せた。

５.2000 年代――外資系ハイブランドの林立と KAWAII の萌芽、青文字系ファッション、ロリータファッション

外資系ハイブランド

1990 年代末から 2000 年代にかけて、表参道では外資系ハイブランドの路面店出店ラッシュが起こる。1999 年に米国 SPA の「GAP」がセントラルアパート跡地に旗艦店を出店し、同年「グッチ」が表参道沿いに続き、2002 年に「ルイ・ヴィトン」も路面に旗艦店を出店した。2000 年代には、続々と外資系ハイブランドが表参道沿いに林立、特に 2006 年には青山同潤会アパートの再開発に伴い、ドルチェ＆ガッバーナなど多くのハイブランドが集合した表参道ヒルズが開業し、表参道はハイブランドのまちとなった。背景としては、文化的土壌や土地の特色が関係していると考えられる。表参道は「ワシントンハイツ」の影響で、米軍関係者のアパートが多く存在し、グローバルな雰囲気があった。その後、「原宿セントラルアパート」による感度の高い「業界人」が集まるまちに変容し、高級志向のグローバルカルチャーを受容しやすい地域になっていたのである。また、アートと土地の関係も指摘される。独立系ギャラリーや私設美術館、文化複合施設の集積する表参道エリアに旗艦店を置き、また、ブランドのギャラリーを併設することにより、ブランドの芸術的価値をアピールする意図が「ルイ・ヴィトン」をはじめとしたブランドにみられる。加えて、表参道地区は 2002 年より美的景観を向上するための都市計画に取り組んでおり、実際にベネトン社のルチアーノ・ベネトン会長は「これほどよい土地は世界でも限られる。機会があれば手に入れるのは当然。」と述べており、ルイ・ヴィトン・ジャパンの秦郷次郎社長は、表参道とパリ・モンテーニュ通りの近似性を出店の動機に挙げていることから、表参道の景

観が多くの外資ブランドに評価されたことがわかる(注 1)。更に、バブル崩壊によって渋谷区の地価が大きく下落したことも外資資本の土地取得を促したと考えられる。国土交通省による地価公示によると、1989 年次の渋谷区商業地平均価格は 15933300 円であったが、1998 年次には 3325200 円まで約 79%下落している（注 2)。ひいては、地価の下落も外資系ハイブランドの林立を促進した一要因と考えられる。

６%DOKIDOKI と KAWAII の萌芽



1995 年には、原宿における KAWAII 文化の萌芽がみられた。同年、アートディレクターの増田セバスチャンは裏原宿にショップ「6%DOKIDOKI」を設立した。同店は「度を越したカワイイ」を意味する「センセーショナル・カワイイ」をコンセプトに掲げ、独自のファッション倫理を提示した（注 3)。同店の近未来的なサイバー系ファッション、前述の装飾的で派手なデコラファッションの文脈を汲んだ自由な装いは、ストリートスナップを介して拡散され、2000 年代には若者の支持を集めた。こうした原宿独自のファッション実践は、その後の海外展開を通じた、グローバルな文脈における「KAWAII」概念の原点と考えられる。

青文字系ファッション

前述のデコラを含む、90～00 年代にかけて流行したガーリー系ファッションの総称が「青文字系ファッション」である。後述のきゃりーぱみゅぱみゅが所属する事務所であるアソビシステムの代表によって、保守的なコンサバ系ファッションである赤文字系に対比して命名された。特徴として、コンサバ系ファッションのような大衆的ファッションとは異なり、自由で独創的、個性に溢れ、ガーリー系、ストリート系、ロリータ系と多岐にわたる。ストリートスナップを含んだ、「KERA！」や「Zipper」、「CUTiE」といったファッション誌を媒介し若者の人気を獲得する。

ロリータファッション

青文字系ファッションに数えられるロリータファッションについて、坂田・山本は「ロリィタファッションとは過度とも言えるほどフリルやレース、リボンなどで装飾を施し、パニエを用いて大きく膨らませたスカートが特徴的な日本のストリートファッションである。」と定義している（注 4)。その起源は、1980 年代後半の「PINK HOUSE」や「MILK」などの DC ブランドの発表したドールファッションに遡る。その後、「MILK」から派生した新興ブランドがより具体的なファッションイメージを形成、先述の「KERA！」や「FRUiTS」などのファッション誌を通じて紹介され、原宿を中心にロリータ的な装飾性がみられるファッションが増加する。90 年代後半には、上昇する知名度に反して人気は一時低迷するものの、2004 年公開の映画『下妻物語』の大ヒットに伴い、若者に流行する。『下妻物語』に登場する主人公、竜ヶ崎桃子はロリータファッション愛好家であり、様々なロリータ衣装を作中でみせている。当作品とファッションの関係における特徴として、現実のロリータファッションが改変少なく表象されるシーンが多くあることが挙げられる。作中に登場する「BABY,THE STARS SHINE BRIGHT」は実際に存在する人気ロリータブランドであり、登場するスタッフはみなロリータの装いをしておりフィクションのようだが、実際にデザイナーを含むスタッフは全員ロリータ愛好家であり現実と合致している。また他にも、実在する別ロリータブランドのデザイン変遷に主人公が触れていたり、ロリータ的な装飾に徹底的にこだわるデザイン姿勢が主人公によって体現されていたりするなど、改変されていそうで現実のものである表象が多くみられる。

（図６）『下妻物語』東宝、2004 年





（図７）『下妻物語』東宝、2004 年

６.2010 年代――KAWAII カルチャーの隆盛

2010 年代には、マンガ・アニメ・ファッション・音楽などを包摂する「KAWAII」カルチャーが世界的に流行した。2000 年代までの「KAWAII」コンテンツの海外での高まりをうけて、外務省は 2009 年に、「ポップカルチャー外交」を掲げ、2011 年には海外での文化的・経済的効果を期待した「クール・ジャパン戦略」を発表した。KAWAII カルチャーの更なる火付け役として重要なアイコンとなったのがアーティストのきゃりーぱみゅぱみゅである。2011 年に発表したデビュー曲「PONPONPON」はソーシャルメディアで世界に拡散され、今日まで日本のポップカルチャーを体現するアイコンとして世界的に支持を受けている。「PONPONPON」には、少女の夢の中のように幻想的でありながらも骨や目玉といったゴシックロリータにおけるゴシック的モティーフの登場する世界観が広がり、少女趣味なアイテムやカラフルで独創的な装飾が至るところにみられ、「Kawaii」カルチャーにおけるファッションの内実が具体的に表象されている。



（図８）きゃりーぱみゅぱみゅ『PONPONPON』、2011 年

7.2020 年代――KAWAII から NEW KAWAII へ

2020 年代における原宿のファッションは、「KAWAII」をベースとしながらも、時代に即して変化している。これらを象徴し、映像として発信している例として、原宿系インフルエンサーのしなこと、KAWAII LAB.が挙げられる。

しなこは、原宿カルチャーを発信するインフルエンサーであり、主に SNS での動画・画像の投稿や、楽曲の配信を通じて若年層から支持を集めている。鮮やかな色使いや、多くのアクセサリーや小物を取り入れたポップなファッションが特徴であり、従来の原宿的な「KAWAII」の要素を継承している。



（図 10）しなこ『グミキュンプリンセス』2024 年



（図９）しなこ『しなこワールド』（2024）

また、KAWAII LAB.は、「NEW KAWAII」をコンセプトに掲げるアイドルプロジェクトであり、ファッション・音楽・SNS を横断した発信を行っている。所属アイドルの衣装は、メンバーカラーを前面に押し出したカラフルな色使いや、フリルやリボンを多用したボリューム感のあるデザインが特徴である。

これらのファッションには、1990 年代の原宿に見られたデコラやサイバーファッションの系譜が確認でき、装飾性や色彩の豊かさといった点で共通している。しかし一方で、2020 年代の特徴として、こうしたスタイルは SNS を通じて広く共有されることを前提としており、従来よりも「共感されやすさ」や「真似しやすさ」が意識されている点に違いがある。例えば、しなこのファッションは子供を中心に人気を集めており、多くの人がそのスタイルの一部を取り入れて楽しんでいる。このことから、2000 年代のような個性的で尖ったファッションから、SNS 時代に適応した、より多くの人に受け入れられやすいスタイルへと変化していることが分かる。さらに、KAWAII LAB.が打ち出す「NEW KAWAII」は、従来の原宿的な要素に加え、現代のトレンドやアイドル文化と融合したものであり、KAWAII を現代的に再解釈したものといえる。

このように、2020 年代の原宿ファッションは、過去の系譜を引き継ぎながらも、SNS 時代における共感や共有を前提とした「NEW KAWAII」へと進化している。



（図 11）FRUITS ZIPPER 『NEW KAWAII』2024 年



（図 12） CUTIE STREET『ぷりきゅきゅ』2026 年

８.まとめ

原宿・表参道周辺は、1960 年代以降いつの時代も若者ファッションにおける流行の発祥地である。時代とともに個性的な独自のファッションスタイルを生み続けてきたことで、現在ではそれらの堆積の結果、多種多様なスタイルの若者が行き交うまちが形成されている。

中でも、『東京族』や『下妻物語』、「KAWAII」、「NEWKAWAII」を参照すると、一見して特徴的で派手なファッションはドラマ・映画でテーマ的に取り扱われることもあるが、『君が青春のとき』や『あこがれ共同体』をみると、控えめで大衆の日常に溶け込むようなファッションは、作品鑑賞のノイズにならない程度に適度に反映され表出する。これは、派手で個性的なファッションはそれ自体がキャラクター性を帯びており、映像内の視覚的コンテクストとして、鑑賞者の作品への没入を促すのに効果的であることから、作品の一要素として取り上げられることがひとつの理由として

考えられる。

そして、とりわけ 2000 年代以降の、映像メディアが大きく発展し生活の中心となった現代までの時代においては、『下妻物語』のように一部のファッションにスコープを当てて映像作品を介して全国区に広げた例や、『KAWAII』や『NEWKAWAII』の拡散にみられるように影響力をもつ発信者による流行の再生産などが見受けられた。このことから、中でも原宿エリアのファッション動向は、全国的なトレンドの影響を受けながらも、ファッション文化の旗手となる人物の映像メディアの影響を多分に受けており、ファッションと映像作品の関係性は、今後より強固なものになっていくのではないかと分析した。一方で、表参道のハイブランドファッションを表象する作品は近年あまりみられず、今後の表参道のファッション動向に目を向け続けると同時に、どのような表象が期待されうるかに注目していきたいと考える。

【注】

（注 1）許伸江「都市型クラスターの地域ブランド力 － 原宿地域にみる複合サブクラスターのダイナミズム － 」『三田商学研究会』第 48 冊、2005 年、271 頁

（注 2）「［地価公示］（昭和 64 年）『都道府県市区町村別・用途別』平均価格・対前年平均変動率表」財団法人土地情報センター、17 頁： 「［地価公示］（平成 10 年）『都道府県市区町村別・用途別』平均価格・対前年平均変動率表」財団法人土地情報センター、22 頁

（注 3）https://6dokidoki.com/free/concept（最終閲覧日：2026 年 3 月 24 日）

（注 4）坂田彩美、山本泉「ロリィタファッションに関する研究の基礎的考察」『デザイン理論』第 67 冊、2016 年、92 頁

【参考文献】

・古賀令子『「かわいいの帝国」：モードとメディアと女の子たち』青土社、2009 年

・嶽本野ばら『ロリータ・ファッション』国書刊行会、2024 年

・小野原教子『闘う衣服』水声社、2011 年

・許伸江「都市型クラスターの地域ブランド力 － 原宿地域にみる複合サブクラスターのダイナミズム － 」『三田商学研究会』第 48 冊、2005 年、265–277 頁

・坂田彩美、山本泉「ロリィタファッションに関する研究の基礎的考察」『デザイン理論』第 67 冊、2016 年、92–93 頁

・矢部直人「「裏原宿」におけるアパレル小売店集積の形成とその生産体制の特徴」『日本地理学会』第 85 冊、2012 年、301–323 頁

・「探求ラグジュアリーブランド」不動産証券化協会

・「［地価公示］（昭和 64 年）『都道府県市区町村別・用途別』平均価格・対前年平均変動率表」財団法人土地情報センター

・「［地価公示］（平成 10 年）『都道府県市区町村別・用途別』平均価格・対前年平均変動率表」財団法人土地情報センター

・https://6dokidoki.com/free/concept（最終閲覧日：2026 年 3 月 24 日）

【図表の出典】

（図１）『君が青春のとき』日活、1967 年

（図２）『あこがれ共同体』（ドラマポスター）TBS、1975 年
https://ameblo.jp/shunkun2019/entry-12708170682.html（最終閲覧日：2026 年 3 月 24 日）

（図３）『東京画』フランス映画社、1985 年

（図４）『東京画』フランス映画社、1985 年

（図５） ６％DOKIDOKI https://tokyofashion.com/6dokidoki-mook/（最終閲覧日：2026 年 3 月 25 日）

（図６）『下妻物語』東宝、2004 年

（図７）『下妻物語』東宝、2004 年

（図８）きゃりーぱみゅぱみゅ、YouTube、2011 年
https://www.youtube.com/watch?v=yzC4hFK5P3g&list=RDyzC4hFK5P3g&start_radio=1（最終閲覧日：2026 年 3 月 25 日）

（図９）しなこ Shinako / ASMR 「【MV】しなこワールド🌷💜 / あぃり DX・しなこ」、You Tube、2024 年
https://youtu.be/t9aH2sZJpP8?si=G1SC4-6aLcaSN1Xh （最終閲覧日：2026 年 3 月 24 日）

（図１０）しなこ Shinako / ASMR 「【MV】グミキュンプリンセス🧸👸🍭 / あぃり DX ・しなこ」、You Tube、2024 年
https://youtu.be/Y744hKsXi4c?si=Fj1aCEJroPUgvMtn （最終閲覧日：2026 年 3 月 24 日）

（図１１） KAWAII LAB. 、FRUITS ZIPPER 【MV】FRUITS ZIPPER 『NEW KAWAII』」、You Tube、2024 年
https://youtu.be/7Am9TCA3WrA?si=tg2byNx0DBhj_scz （最終閲覧日：2026 年 3 月 24 日）

（図１２）KAWAII LAB.、CUTIE STREET「【MV】CUTIE STREET『かわいいだけじゃだめですか？』」、You Tube、2024 年
https://youtu.be/jZqTz1G8G04?si=zCTeH7HaKyFjN2KE （最終閲覧日：2026 年 3 月 24 日）

【執筆者】

1. 新居哲朗 Tetsuro Arai（文化構想 3 年）（第 2 章、第 3 章、第 4 章）
2. 長沼文佳 Fumika Naganuma（文化構想 3 年）（第 7 章）
3. 石井理央 Rio Ishii（文化構想 4 年）（第 5 章、第 6 章、第 8 章）
4. 江崎薫乃 Yukino Ezaki（文化構想 4 年）（第 1 章、第 2 章、第 8 章）