

# 戸建て住宅地の庭の活用に関する研究 ーオープンガーデンの社会実験からの考察ー

Study on the Effective Use of Yards in Detached Housing Estates  
Analysis Considering the Demonstration Test of an Open Garden Event

学籍番号 47-116734  
氏名 河野 すみれ (Kono, Sumire)  
指導教員 清水亮 准教授

## ■ 1章 背景と目的

高度経済成長・それ以降に建てられた郊外戸建て住宅地において、日用品の購入や地域内交流のために計画された中心商店街の衰退、体力の低下による維持管理の困難、利用されない空間の増加などの要因によって住環境の質や魅力が低下してきている。これにより、長年暮らしてきた住宅地に住み続けることに対し生活の困難や、将来への不安が生じており、これらの課題への対策が求められている。

さて、戸建て住宅のほとんどには庭があるが、私的な空間と見なされ、現状では主な利用者はその住民のみで、利用のされ方も限られている。そのような中で、近年個人の庭を公開するオープンガーデンという取り組みが全国各地で行われており、地域住民間の関係の構築や、庭管理の意欲向上などの役割を果たしている。このことから、戸建て住宅地の庭のこのような利用は、上述の住宅地の課題に対し、新しい設備投資の必要も少なく、一助になる部分があるのではないかと考えた。

ただし、庭やオープンガーデン自体が持つ課題もあるので、まずはそれらを整理する。そして、同等の課題を抱える住宅地で実施したオープンガーデンの社会実験について、その効果を評価し、分析を行う。

## ■ 2章 戸建て住宅の庭に関する考察

### 庭付き戸建て住宅の誕生

第二次世界大戦後、職住分離がすすみ、多くのサラリーマンが核家族が住むことに特化した住宅を手に入れた。これには、持家政策によって庭付きの戸建て住宅を持つことが一種のステータスとされていたことが影響している。このような需要に応え、戸建ての住宅団地も多く建設された。当初はプライバシーを守る高い囲いのあるものが多かった。

70年代以降、車庫が庭に追加されて開口ができたことや、囲いが低くなってきたことから、庭は空間的に地域と干渉しあう性格を持ち始め、景観に対する意識も芽生えた。また、現在販売されている住宅は、囲いがない場合も多く、オープンな外構で計画されている。このように、古いものほど私空間的な性格をもち、オープンになってきたのは近年になってからである。

また、植物の栽培に関心をおく園芸は70年代、洋風の空間づくりに関心をおくガーデニングは90年代にブームを迎えた。近年、高齢者の趣味・娯楽として園芸・庭いじり・ガーデニングが上位に挙げられる。しかし、体力が低下した高齢者や、庭に手をかける時間が少ない共働きの若い世代にとっては、庭の手入れはストレスとなり、敬遠される傾向がある。

### ■ 3章 オープンガーデンに関する考察

オープンガーデンは庭主が手をかけてつくり上げた庭を公開することであり、来訪者が美しい緑をみて楽しむことができ、庭主もそれによって喜びを得るといように、双方にとって利益があることが注目され、住民による同好会や行政・観光協会等が主体となって開催されている。

日本においては緑の景観づくりや、手をかけて育てられた花や空間を見ることや見せることに参加者の関心がおかれている。一方、このようなことに庭公開者の関心が向き、技術の向上などに特化するあまり、外から見ると、ある程度の庭のレベルがないと入ることが難しいと思われる傾向があるため、それによって生まれる交流は限定的であると考えられる。その他にも、近隣への迷惑や常に見られることへの不安などがあり、登録される庭の数が思うように伸びないという課題がある。社会実験の対象地が位置する千葉県柏市も、カシニワ制度というオープンガーデン登録制度があるが、あてはまる。

### ■ 4章 社会実験

#### 対象地

東急柏ビレジは東急不動産が1980年から分譲を始め、建築家宮脇檀のまちづくりの思想をとりいれ、整った街並みをもつ戸建て住宅団地である。現在約1600世帯に約5000人が住んでおり、最多年齢層は50代から60代である。鉄道駅から距離があり、自動車移動をベースに計画されている。

かつてスーパーマーケットもあった中心商店街は、現在衰退傾向にあり、とくに車が運転できない住民にとっては不便な状況となっている。このためか、高齢居住者の転居等、居住者の入れ替わりも起きている。また、住民の意識調査を研究グループで行ったところ、運転が出来なくなったときの行動として、約90%の人が通院、

買物、社交が不便になると感じている。1章の冒頭で述べたのと同様の課題を抱えているといえる。

また、庭面積は広い訳ではないが、赤煉瓦塀、シンボルツリーの並木、住民が手入れするアイビーの「外花壇」などがあり、庭や景観に対する愛着が強い地域である。「庭をよりよくしたい」住民が40%以上、「現状を維持したい」が50%以上と、手入れへの高い意識が伺えた。

#### 社会実験

今回の社会実験では、地域の住民同士が庭を共に利用することの効果を明らかにするために、オープンガーデンが持つ課題に対して一つずつ対策していき、一般的なオープンガーデンを地域に合わせて、再構成する作業を行った。

社会実験は<表2>のような日程で行った。

日付	実証実験内容	全戸周知
6/10	ワークショップ「庭から始まるまちづくりを考えよう」	○
6/24	見学会「オープンガーデンを見に行こう」	○
6/30	プレイベント企画ワークショップ	-
7/29	オープンガーデン・プレイベント	-
9/9	オープンガーデンイベント企画ワークショップ	○
9/23	イベント「ぶらっとガーデン+リンクカフェ」	○

#### ・プレイベント企画ワークショップ

実際にオープンガーデンを柏ビレジで行うことを目的に、企画ワークショップを住民と行った。近隣への迷惑等の心配や、「自分の庭は見せるほどではない」といった声が聞かれ、まず身内で実験的に行うことになった。滞在ができるような工夫も取り入れ、3軒で実施が決まった。

#### ・オープンガーデン・プレイベント

ツアー形式で、1軒目でかき氷の提供、2軒目で写真展示、3軒目でアフタヌーン・ティーを行った。快晴、猛暑日であったこともあり、2・3軒目の庭では庭提供者が自主的に家の中まで開き、参加者を招き入れ、交流を楽しんでいた。移動は徒歩であったため、80歳以上の参加は難しかった。

## ・企画ワークショップ

前回のオープンガーデンを実施した庭主や参加者から、「オープンガーデンはイギリスのものを連想させ、大袈裟なイメージ」であるので、別の名称を求める意見がでた。また、イベントの提案を用意してくる等、積極的にやりたいという姿勢を見せた。4軒の庭で実施すること、負担が庭主1人に集中しないように、参加者で支えながら実施する形に決定した。

## ・ぶらっとガーデン+リンクカフェ

イベントの名前を気軽に訪れられる庭という意味で「ぶらっとガーデン」とし、スタンプラリー一台紙付きチラシ・地図配布により周知した。

プレイベントでは準備に主婦一人で取り組んでいたが、前日準備の段階では共同で準備する様子が見受けられた。また、この為庭の手入れや花の株を増やす等の工夫も行われていた。

当日は雨天となったが、2軒では決行し、家の中まで参加者を招き入れて、「ギャラリー」「紙芝居」等のプログラムを行った。悪天候だったが、30名以上の参加があり人が途切れることはなかった。家の中からみても庭が楽しめるように工夫されていた。

## ■5章 分析

4章の社会実験の参加者へのヒアリングから、実験の効果（庭活用の効果）を分析した。社会実験参加者から、街に対する思いや実験に対する反応について、ヒアリングをおこなった。

つながり	きっかけ	支えあい	アメニティ
不便でも孤独でさえなければ暮らしていける	子供の親のつながり、犬の飼い主つながりがなくなった今、同世代で、趣味の仲間のつながりが増えて、楽しかった	商店街に何もなくなっちゃったら寂しいから、できるだけここで買うようにしている	車に乗れなくなったら食品ですら手に入るのが難しくなってしまう
利便性よりも、今まで築き上げた人間関係の方が重要	いろんな活動があって、いろんな活動を始めるとききっかけがあるといい、情報提供はしていくべき	プライバシーを理由にして、無関心であってはいけない。ホスピタリティが大事	自分が住む街に求めるもの
結局人間関係が大事	個々の能力をそれぞれの人が発揮できるといい		

街に対する思いについては「孤独でさえなければ不便でも生きていける気がする」「いろんな活動を始めるきっかけがあるといい」「車を運転

できなくなると買物も困る」等という発言があり、街に求めるものを4項目、「つながり」、「きっかけ」「支えあい」、「アメニティ」に分けられた。これらについてはオープンガーデンによって実現できる部分やその実現のための課題が見えた。実験で行ったオープンガーデンは「家をきれいにするきっかけになる」「楽しかった」などと肯定的に捉えられたが、行うまでは不安等、オープンガーデンに対する「ストレス」もあった。以上より、5点の指摘を行う。

### ①<つながり> 共通点としての「庭」

同じ地域の人であれば同質な庭を持つので共感できる部分が多い。「庭」は「犬」の飼い主同士のつながり、「子供」の母親同士のつながりと同じように、住宅地において庭を持つ人同士を結びつける共通点である。

### ②<きっかけ> 踏み込みやすい中間領域

庭は家と道の間、つまり私有空間と公共空間の中間に位置する中間領域であるので、住民側から意思表示を行いやすい空間である。社会実験では庭への訪問をきっかけに、参加者同士が親しくなっていた。また、近隣住民に見られることは庭などの住空間の管理への意欲向上や都市空間の美化にもつながる。

### ③<支えあい> 支えあう気持ちの拡大

社会実験では住民同士が共に運営準備に取り組み、共同意識の萌芽は見られた。住民側に組織がつくられれば、きめ細やかに地域のニーズを拾い、よりすばやい対応ができる可能性もある。しかし、住民組織による運営はまだ難しい。

### ④<アメニティ> まちの機能と私有地

社会実験では「ギャラリー」や「紙芝居」などといった機能が住宅地のなかに生まれた。ここから、庭や個人の私有地の一部が、都市のアメニティとして機能し得ると言える。また、庭は私空間であるので人を迎え入れる・共に楽しむための設えは個人の自由で用意でき、公共空

間より公共的利用において融通が利く部分があるといえる。

### ⑤<ストレス>不安要素への対策

個人情報載せることに対する不安、近隣や来場者からどう思われるかということに対する不安、常に誰かが入ってくることに對して気を張ってはいけないう不安の声もあった。このような不安に對して、最初は出来るだけ低いハードルで実験したことによって、ストレス要素を軽減できた。また、地域内の公開であれば問題ない人もおり、制度だけでは拾いきれないニーズも見つけることができた。

## ■6章 提案

6章では、5章の分析から、どのように庭を利用することが効果的か、5つの提案をする。

### ①「庭」以外のキーワードを掛け合わせる

社会実験では「写真」「紙芝居」などといった別のキーワードと組み合わせることによって子供の参加もあり、新しい交流が生まれた。このように、庭の利用によって、庭好き以外の人とつながりを作る場となり得る。

### ②共通課題解決への糸口・参加理由の提供

地域コミュニティは、初めての人にとっては入りにくい場所である。そのような人の為、共有の問題意識などをテーマに設定することによって、関心や参加するきっかけが生まれ、地域の課題解決への一歩となる。

### ③外部主体によるサポート

社会実験では実験チームによるサポートがあり、住民の意欲が持続するためには、また住民組織が立ち上げられるまでは、外部主体によるサポートも重要であることが見えた。

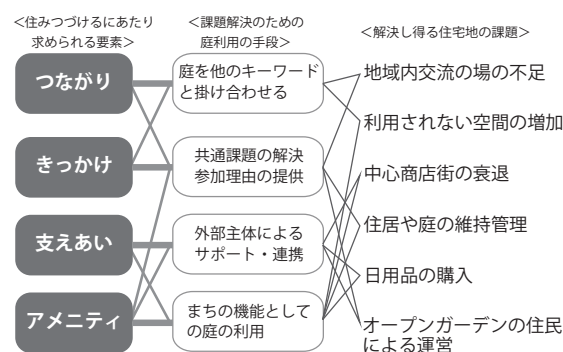
### ④機能を置く場としての私有地

このような場に商店街が果たしていた買物の場としての機能や、交流の場としての機能といった、不足しているアメニティとしての利用価値が、近隣住民の徒歩圏内に

生まれる。また、住民の健康状態等の変化を細かく見守ることの出来る場ともなり得る。

### ⑤公開の規模・公開の段階性

公開に積極的な人、限定的に可能な人、と様々な価値観がある。公開範囲や時間を限定的にするなど、さまざまな公開のメニューを増やすことによって、層を拡げられる可能性がある。



## ■7章 結論

### 現代の住宅地における庭の価値

庭は、緑地や室内の延長としてのみでなく、庭を持つ人同士のコミュニケーションツールとしての価値があることが分かった。

### 「住み続ける」ための庭の活用について

オープンガーデンの工夫により、戸建て住宅地に住み続けるための一助となる「つながり」「きっかけ」「支えあい」「アメニティ」を、既存の庭を用いて住宅地に提供することができる可能性が見えた。

### 課題

まちの機能を庭に入れられる可能性や、住民の支えあいの意識の萌芽が確認できたが、実際に生活に必要なサービスを入れることや、住民組織を作ることは今後の課題である。

### 参考文献

- ・東京大学 2012 「柏ビレジの住みよい街づくりに関するアンケート」 (955 世帯回答 /1575 世帯配布)
- ・ミサワホーム総合研究所 2006 「創園 庭を考える」
- ・総務省統計局 「平成 18 年度社会生活基本調査」
- ・野中 勝利 2002 「長野県小布施町におけるオープンガーデンの特徴と課題」 J.JILA65(5)
- ・木口彩 2012 「住宅地の成熟化からみた官協協の「景観計画」の再評価 ―柏ビレジを対象として―」 東京大学修士論文