

住宅と商業は相反する関係から共生する関係へと変わりつつあります。互いに表裏(光と影)の関係を相互に持ち合うことにより、住宅と商業の共生システムが可能となります。

#### (1) 住宅と商業の棲み分け

住宅と商業は本来は相反する関係でしたが、住宅と商業の共生システムの確立により、住宅もあって欲しい、商業もあって欲しいとの住宅と商業の両方ともあって欲しいとの棲み分けが出来るようになりました。

住宅と商業を共生させるためには、「住宅空間と商業空間を独立化すると同時に、住宅空間と商業空間を融合」させることが必要です。

コミュニティ(コンパクトな街づくり)の中の居住者だけでは商業は成立しません。住民だけで商業を成立させようとするとなかなか商業(中途半端な住民に満足を与えない商業)しか成立しないか、住民の共益費で商業の賃料負担するとかでないとなりにません。

一方、とかくコミュニティ(コンパクトな街づくり)は閉鎖的で、外からの客を呼ぶには、外からの客にとって抵抗感があります。そのため、コミュニティ(コンパクトな街づくり)の住民にとっての閉鎖性の場(自分だけのものと感じる場)と商業を成立させるための開放性の場(自分だけのものではなく、みんなのものと感じる場)の両立が必要となります。すなわち、商業を成立させるためには、コミュニティ(コンパクトな街づくり)の外から客を呼びこむことが成立の条件であり、そのためには、コミュニティの中に、異次元化した商業街区(開放性の場)が必要となります。それにより、開放性の商業街区と閉鎖性の住宅街区の融合が、住宅と商業の棲み分け=共存共栄体制が可能となります。

#### (2) 住宅の付加価値環境

住宅に付加価値(販促価値、利用価値、交換価値)をつけるのは、1つは「居心地環境」であり、もう1つは、「商業環境」です。

居心地環境とは、自然環境とデザイン・人工環境といやし環境が一体化した快適環境です。

もう1つは商業環境であり、利便性のある商業街区と異質性のある商業街区があります。利便性のある商業街区とは、コミュニティ(コンパクトな街づくり)の住民が、暮らしが便利と感じる商業施設であり、異質性のある商業街区は、1つは「街並環境」(ストリート及び店舗ファサードが一体化した景観)であり、もう1つは、「こだわり感のあるテナントミックス」です。商業の導入により住む人と働く人(ここでは商売をする人)の一体化した街となり、住む人にとって魅力のある街でもあります。

住宅の付加価値を高めるためには、まず住宅の居心地環境を整えることと、次いで異質性のある商業街区の形成です。問題は住民にとっての居心地環境と、商業としての異質性のある商業街区の両立です。

#### (3) コミュニティの開放性と閉鎖性の両立システム

住民のための閉鎖性の確保と、商業の開放性の確保のためには、「回遊面での隔離と視覚面で表裏相互一体化」が必要となります。すなわち、住宅街区と商業街区はハード的に隔離し、それぞれが独自空間を形成し、両者を分離します。しかし、視覚的には、商業のストリート型街並空間にいる人から見れば、「住宅は景色」となり、逆に、住宅空間にいる人から見れば、「商業は景色」となる「借景の概念」(自のものでない分野を景色として利用することであり、他人の景観を借りて、あたかも自分の景色として利用すること)の考え方を導入することです。

商業街区のストリート型街並みを歩いている人(コミュニティ以外に住んでいる人)から見ると、景色としての住宅を見て「いいところに住んでいると感じ」、そして、住宅に住んでいる人が、景色としてのストリート型街並のにぎわいを見て同じく「いいところに住んでいると感じる」ことは、正に、住民が自慢し、誇りに想う街づくりとなります。