

# 現代における 都市の個室化現象の意味に関する試論 —仕切られたい私たちの居場所論—

荻原 知子<sup>1</sup>・中井 祐<sup>2</sup>

<sup>1</sup> 非会員 東京大学大学院工学系研究科社会基盤学専攻 (〒113-8656 東京都文京区本郷7-3-1,  
E-mail:ogiwara@keikan.t.u-tokyo.ac.jp)

<sup>2</sup> 正会員 工博 東京大学大学院工学系研究科社会基盤学専攻 (〒160-0004 東京都文京区本郷7-3-1,  
E-mail:yu@keikan.t.u-toyko.ac.jp)

現代都市の中で、都市の「個室化」現象が進んでいる。本来開かれた、交渉の起こるはずの都市になぜ人はわざわざ引きこもりに行くのか。本論文は、複合カフェの空間分析及び空間提供者へのヒアリング調査を通して、複合カフェという個室空間が、現代人の居場所として機能的に最大で規模的に最小のユニットであること、進化論的にも居場所論的にも個室化の強化が必然の要請であったことを論じる。

**Key Words :** private room, internet-comic café, the place of humans,  
都市の個室化, 複合カフェ, 居場所

## 1. 研究の背景, 目的及び方法

### (1) 背景

#### a) 二極化する社会と都市空間

現代の都市空間は、「巨大化」と「個室化」の対極の方向へと突き進んでいる。そして、それは多文化主義と一元化を辿るグローバリズム、現実の「超現実化」と「虚構化」といった、現代における社会全体の大きな二極化に対応していると言える。都市の「個室」という「形」は、現代社会のが規定する二極化が、都市空間において実現した一つの姿である。

#### b) 「個室化」する社会

個室の本来の意味は「一人もしくは少人数用に、物理的に仕切られた空間」だが、現在ではその意味は社会において「他人の干渉を受けない行動空間」にまで拡大して解釈出来る。筆者は、個室が語られる文脈に関して、いくつかの切り口を用いて図-1のように分類した。

歴史的には、高度経済成長期以降に住宅内の個室化が一般化し、90年代に入ると医療施設や介護施設の全面個室化が進み、さらに90年代後半以降は、住宅個室を越えた都市の個室が出現してきている。そして現代社会において、その範囲は携帯個室、意識の個室にまで拡大し、あらゆる場で「個室化」が進行している。

#### c) 「個室化」する都市

いわゆる「くうねるあそぶ」が出来る場としての、都

市の中の居場所は、現代において二つの嗜好に分化している。六本木ヒルズや東京ミッドタウン、汐留や豊洲など、近年の再開発事業などに見られるような沢山の人が集い、対物・対人に視線が行き交うことが想定された大規模な空間と、カラオケボックスやカプセルホテル、漫画喫茶やインターネットカフェ、個室ダイニングや個室居酒屋、個室温泉や個室の癒し系サロンといった、狭く仕切られ、周囲と遮断された「個室」形態の空間である。本論が目を向けるのは後者である。

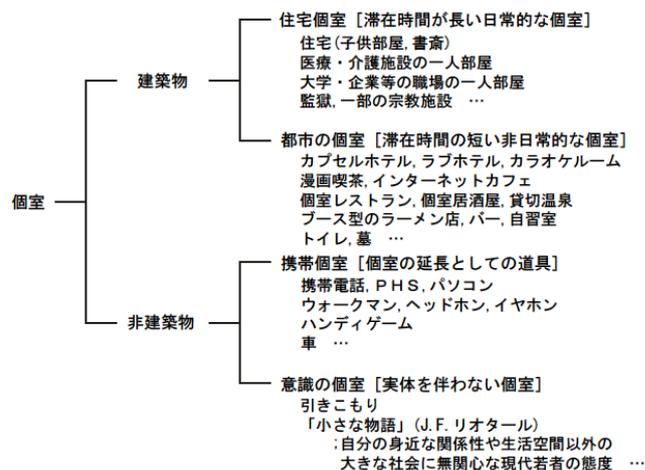


図-1 個室の分類

たとえば、漫画喫茶やインターネットカフェの個室化は2000年以降急速に進み、その市場規模も2000年以降急激に拡大している。この他、個室ダイニング・個室居酒屋、全ての席を仕切り板で仕切るブース型飲食店などの種々の外食産業においても、近年の個室化の傾向は極めて顕著である。

本論文はこのような都市の「個室化」現象を考察することで、多くの都市計画が提供しているオープンスペースのあり方だけでは足りないものを発見し、さらには都市の中での現代人の居場所の豊富さ、もしくは乏しさを指摘し、今後の都市デザインにおいて、人々の居場所のあり方を考える上での示唆を与えることを目指す。

## (2) 研究対象、目的、方法

### a) 複合カフェ

都市の「個室化」の事例として、本論文では漫画喫茶やインターネットカフェなどの複合カフェを分析の対象とする。

複合カフェの業態の二大特徴は、「空間提供ビジネス」であること、「時間課金型ビジネス」であることである。前者は、物品販売業や飲食産業とは異なり、空間のつくりや質、その空間で提供されるサービスに価値が発生することを意味し、利用者には、空間そのもののサービス（個室の並び方・個室内部のつくり・店全体の環境や雰囲気）が提供され、付属的に、漫画、インターネット、フリードリンクなどの無料サービスや、既製飲食物、パソコン周辺機器の販売などの有料のサービスが提供される。後者は、利用する時間に対して価格が設定されていることを意味し、主に「最初の30～60分の料金+15～30分単位の延長料金」（基本料金）、及び、長時間滞在者用に基本料金より割引いて設定してある料金（パック料金）によって課金が行われる。

先に挙げた様々な都市の「個室」の中でも、複合カフェは、第一に、個室空間の提供がサービスの基本であり、「個室」という「形」による影響が大きいこと、第二に、個室内において様々なサービスが享受出来る行動の自由度、インターネット等を通して外部空間にも繋がり得る接続の自由度が極めて高いという独自の特徴を有している。

### b) 既往研究

複合カフェに関する文献は96年以降現れ始め、蓄積は非常に少ない。テーマも、複合カフェの業界動向や新規参入の方法などといったビジネスの分野で上げられる他、2年ほど前からメディアの影響で「ネットカフェ難民」に関する話題が増えたのみである。学術的な研究論文やまとまった論考が少ない中で、以下の二論文に言及する。

①小林淳一「都市における時間課金型空間ビジネスの立地分析 複合カフェを中心として」東京工業大学社会学、2007（卒業論文）

②永岡達郎「大学生のマンガ喫茶利用行動」東京経済大学大学院コミュニケーション学、2007

①は、東京都内の複合カフェを中心に、その立地を分析することで、時間課金型ビジネスの性質と立地する地域の特性との関係を考察したものである。最終的に、住宅地後背型の駅周辺商業地の複合カフェの立地モデルを示し、駅近隣部や商店街奥部に立地する傾向を示した。これにより、複合カフェが、個人的空間である住宅地から程近い場所にある、高機能設備の揃った共有空間としてのニーズに応えていることを推察した。

②は、都内私立大学2校の大学生に質問紙調査を実施し、大学生のマンガ喫茶利用状況の実態調査を行ったものである。大学生にとって、マンガ喫茶は主に「友達と、暇つぶしに、マンガを読んで、リラックスできる」場所である傾向を示した。男女間でのマンガ喫茶に期待する点の違いも発見した。

このように、複合カフェ研究の既存アプローチとして、立地分析や利用実態調査が在る。いずれも、対象や年代を拡げた調査を蓄積することで、社会分析やマーケティングなど多方面に応用可能な成果が得られるだろう。本論文では、複合カフェ内部の空間構造や質に注目する新たな切り口から「個室」を考える。

### c) 研究の目的及び方法

「都市の個室」を研究することで、個室が都市に出ていくことはどのような社会現象や社会の要請を表しているのかを仮説・検証・解釈すること、及び個室が都市に出ていくことは都市や社会にどのような意味・影響をもたらすのかを考察・予測することを上位の目的とする。そのうえで、複合カフェを対象として、複合カフェが有する空間の特徴を明らかにすること、及び複合カフェにどのような要請や意図が働き、この「形」が成立したかを明らかにすることを下位の目的とし、「都市の個室」研究の基礎を蓄積することを目指す。

以上の目的を達するための方法として、実測調査による平面図作成とそれを用いた空間分析（素材・照明・設備・利用状態などの分析的記述・記録）、ヒアリング調査（空間提供側が如何なる意図を持って、どのような空間価値や質を生み出しているのかの調査）を行う。

新宿歌舞伎町周辺の複合カフェ数店舗を対象とする。

## 2 調査

### (1) 対象地、対象店舗の選定

新宿歌舞伎町周辺を対象地とする。この選定理由は以下の三点である。第一に、新宿駅周辺は東京 23 区内で複合カフェの店舗の累積数が最大であるためである。23 区内の三大副都心である、新宿（歌舞伎、新宿、西新宿）、池袋（東池袋、西池袋、南池袋）、渋谷（道玄坂、宇田川、渋谷）の各駅周辺について、2008 年の「全国ネットカフェ・まんが喫茶一覧 ナビマップ」に掲載の複合カフェと、1994～2007 年までのタウンページの「マンガ喫茶」「インターネットカフェ」欄に掲載の複合カフェ、1999 年以前は「喫茶店」欄の中から漫画喫茶と判断できる店舗を探索的に調査した結果、新宿駅周辺は、店舗の累積数が最大規模であり（新宿 41 店舗、池袋 35 店舗、渋谷 31 軒）、また、3 駅周辺の中では 94 年に最も早く漫画喫茶が現れていることから、複合カフェの変遷調査をする場合に有効であると判断した。第二に、新宿駅周辺は、地区によって場所のキャラクター性が大きく異なるためである。歌舞伎町＝歓楽街、新宿＝繁華街、西新宿＝オフィス街と、3 箇所の地域がそれぞれ 3 種の異なるキャラクターを有するため、各地域に立地する複合カフェの比較調査をする場合に有効である。第三に、歌舞伎町周辺は、新宿駅周辺の中でも同じ地域内に同業他社の店舗が複数競合していることが挙げられる。2008 年時点で新宿駅周辺に立地する複合カフェ全 24 店舗の内、14 店舗が歌舞伎町に立地する。よって、同地域内に立地する同業他社の複合カフェの比較調査をする場合に有効である。

次に、歌舞伎町周辺の複合カフェから、ヒアリング調査対象として 4 社（A・B・C・D）、内、空間分析調査対象として 3 社 3 店舗（A・B・C）を抽出した。抽出に当たっては、同社他店舗の比較調査をする場合にも有効なように、チェーン展開をしている大手企業で、かつ調査に協力的な店舗を選択した。加えて、4 社の企業体制や立地状況、調査前のイメージが分散するように選択した。選択因子の詳細は表-1 に示した。

表-1 選択因子に関する企業・店舗の特徴

		A店	B店	C店	D店
企業体制	株式会社の有無	○	×	○	×
	複合カフェ協会加入の有無	○	○	○	×
	会員制の採用	○	△	×	×
立地	三大都市圏以外の全国展開	○	○	×	×
	新宿に複数店舗	×	×	○	○
	歌舞伎町周辺に複数店舗	×	×	×	○
	新宿駅からの距離	遠	近	中	中
イメージ	ブランド力（売上げランキング）	10位	9位	—	4位
	フロアの規模	特大	大	中	中
	第一印象（外見やフロントのイメージ）	明	明	暗	暗
	高級感⇔ディスカウント	超高	高	安	安
調査の可否	ヒアリング	○	○	○	○
	簡易測量	○	○	○	×
	アンケート	△	×	×	△△

### (2) 調査の内容及び方法

#### a) ヒアリング調査

本社または対象店舗に赴き直接面談するほか、必要に応じてメールで追加質問する。A、C、D店は本社の社員が、B店は店長がヒアリングの回答者となった。

調査項目は、①企業の特徴について（空間を提供する際にどのようなイメージ作りを行なっているかなど）、②空間やデザインについて（デザイン・設計の決定主体や、デザインの特徴及びそのようなデザインを採用した理由など）、③利用者について（対象店舗や他店舗の利用者の特徴、利用者の動態、利用目的、利用者同士の交流など）、④複合カフェビジネスについて（どのようなサービスを重要視しているか、複合カフェビジネスをどのように捉えているか、今後どのように展開するかなど）の 4 点である。

#### b) 実測調査

A店 1 フロア、B店 3 フロア、C店 2 フロアを実測対象とし、各店舗に赴き、メジャーで簡易的な実測を行うほか、材質や備品を調査する。実測結果から平面図を作成する。各フロアの平面的空間構造（個室・本棚・その他設備の配置、床の色）、各個室内の備品（机・シート・椅子・クッション・電気等の配置や色）を平面図に表現し、立面・高さ方向の情報、建物や個室の素材、照明・照度を文字情報として記載する。

### (3) 調査結果

本文では、次章の考察に直接的につながる情報を抽出して示す<sup>1)</sup>。

#### a) ヒアリング結果

表-2に主なヒアリング結果を抽出して示す。

#### b) 平面図

図-2に各店舗の平面図の一部を示す。

表-2 主なヒアリング結果

差別化	A店	B店	C店	D店
デザインテーマ	上質・高級なテイスト→明るく暖色系	デザイナーズ→歌舞伎町らしさ	他店が使っていない色→黒ベース	キャラクター（魚）のイメージ→青ベース
収益性	広大なスペースに複合サービスを充実		小さな空間にしっかりと席を詰め込む	近隣複数店舗に客を誘導 女性用アメニティの充実
場所と空間の関係	立地によって利用者が異なる→全国一律で多様な空間・サービスを提供		立地によって利用者が異なる→利用者に合わせて空間デザインも異なる	物件の造りに影響される
個室	ベア席扉なし・仕切り高さ150→ガイドライン		フラットシート採用→業界内初	鍵付き扉 多数の個室化→業界内初

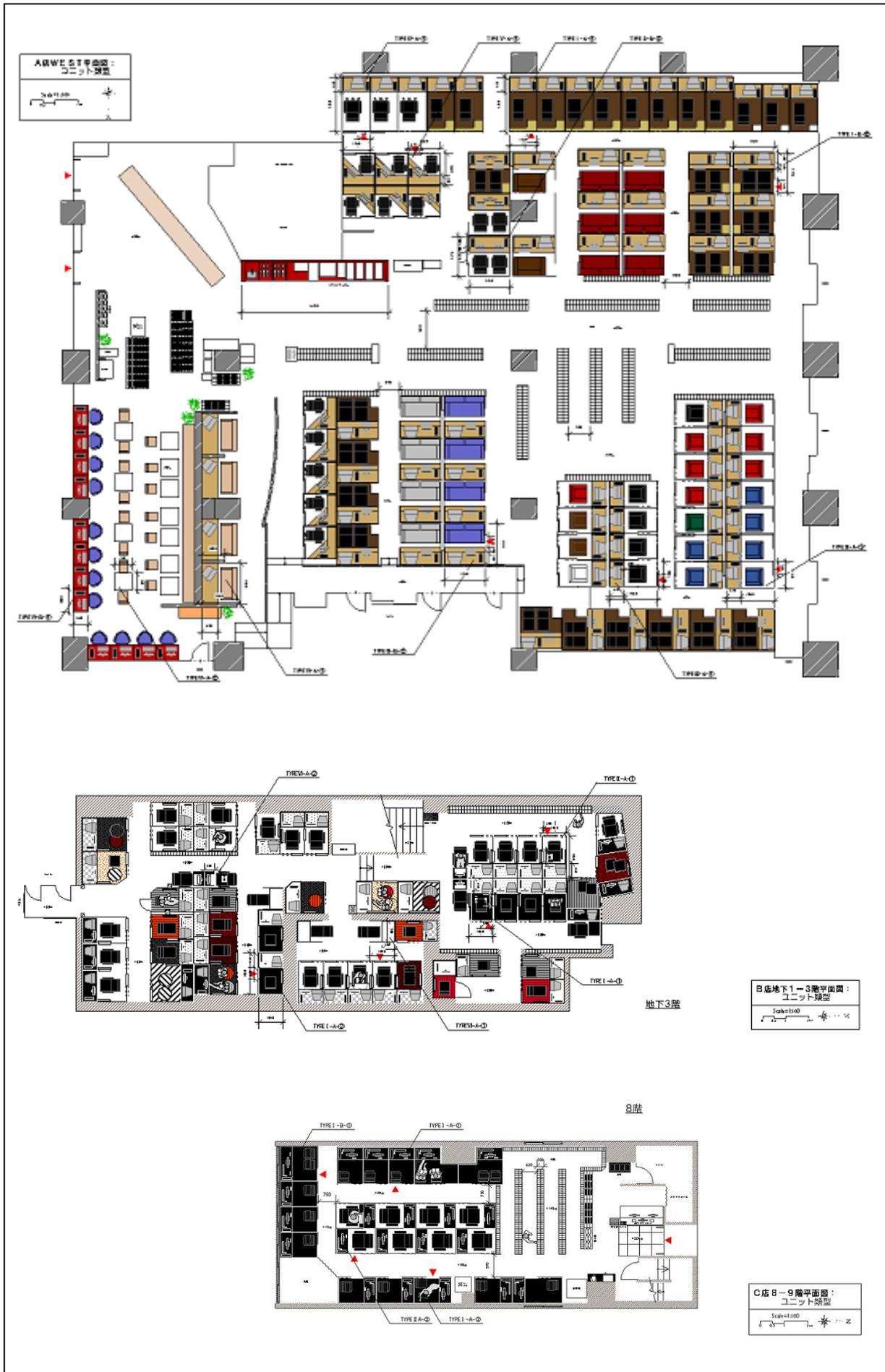


図-2 平面図 (抜粋)

### 3. 分析及び考察

#### (1)分析手法

前述の調査結果をもとに、個室ユニットに対して空間類型を用いて分析を試みる。複合カフェの個室は、いくつかのユニットのパターンが、連続して並んだりブロック状に固まったりして構成されている。ユニットのパターンを、席のタイプ→収容人数→扉位置という分類項目に従い類型化する。

席のタイプはI～VIの全6種類で、各タイプにつき基本的には1人用(A)と2人用(B)があり、更にそれぞれ出入り口の扉を後方に持つか(①)横に持つか(②)に分類される。例外タイプとして、3人用(C)や、VIのオープン席に関しては、席が一つ一つ独立しているか(A)一個の連続した長テーブルか(B)、更にそれらが隣席と仕切りで仕切られているか(①)仕切りが無い(②)という分類項目を用いた。加えて、対象店舗において各タイプの席数及び占有率(全席数に対する割合)を出し、これらを「ユニット類型表」として表-3に示す。

そのうえで、表-4に示されるような、内部空間の詳細とそこで行われる活動類型を示すマトリクスを、全ユニット類型について作成する。

表-3 ユニット類型表

席のタイプ	人数	ドアや仕切り	A店(111席)	B店(95席)	C店(55席)	
I:フラットシート	A:1人	①後ドリア	11.7%(13)	17.9%(17)	27.3%(15)	
		②横ドリア	0	8.4%(8)	21.8%(12)	
	B:ペア	①後ドリア	15.3%(17)	11.6%(11)	12.7%(7)	
		②横ドリア	0	8.4%(8)	0	
	C:3人	①後ドリア	0	0	1.8%(1)	
		②横ドリア	0	0	0	
II:リクライニング	A:1人	①後ドリア	0	25.3%(24)	0	
		②横ドリア	0	12.6%(12)	36.4%(20)	
	B:ペア	①後ドリア	0	0	0	
		②横ドリア	1.8%(2)	0	0	
	III:ソファ	A:1人	①後ドリア	19.8%(22)	0	0
			②横ドリア	0	5.3%(5)	0
B:ペア		①後ドリア	0	0	0	
		②横ドリア	14.4%(16)	0	0	
IV:マッサージチェア	A:1人	①後ドリア	2.7%(3)	0	0	
		②横ドリア	0	0	0	
	B:ペア	①後ドリア	0	0	0	
		②横ドリア	0	0	0	
V:OAチェア	A:1人	①後ドリア	9.9%(11)	0	0	
		②横ドリア	0	0	0	
	B:ペア	①後ドリア	0	0	0	
		②横ドリア	0	0	0	
VI:オープン	A:独立	①仕切りあり	3.6%(4)	3.2%(3)	0	
		②仕切りなし	9.9%(11)	7.4%(7)	0	
	B:連続	①仕切りあり	10.8%(12)	0	0	
		②仕切りなし	0	0	0	

表-4 ユニット類型マトリクス

	A店	B店	C店
I A ①	<p>ユニットタイプ I A ①</p> <p>620 (PC TV)</p> <p>2350</p> <p>515</p> <p>1150</p> <p>ウレタンマット 厚い 全室茶色</p> <p>座椅子: 厚い</p> <p>仕切り・内壁: 全室木目 仕切り厚: 25, 仕切り高: 1520</p>	<p>650 (PC TV)</p> <p>1850</p> <p>500</p> <p>1050</p> <p>ウレタンマット 中くらい 全室異色</p> <p>座椅子: 普通</p> <p>仕切り・内壁: 全室異色 仕切り厚: 30, 仕切り高: 1600</p>	<p>500 (PC)</p> <p>1550</p> <p>530</p> <p>1050</p> <p>ウレタンマット 薄い 全室黒色</p> <p>座椅子: 小クッション</p> <p>仕切り・内壁: 全室白 仕切り厚: 20, 仕切り高: 1800</p>
	<p>活動類型</p> <p>く...フリードリンク(サーバー)・ソフトクリーム・フードメニュー・菓子ねる...座椅子寝・ごろ寝あそぶ...まんが・PC・TV</p> <p>く...フリードリンク(サーバー)・ソフトクリーム・フードメニュー・菓子ねる...座椅子寝・ごろ寝あそぶ...まんが・PC・TV</p> <p>く...フリードリンク(サーバー)・ソフトクリーム・フードメニュー・菓子ねる...座椅子寝・ごろ寝あそぶ...まんが・PC</p>		

#### (2)分析結果

以上の分析を通して、次のような分析結果が得られた。

##### a)空間の共通点

空間の特徴として抽出できる共通点は、‘超’均質的であることと、多様性・豊かさを演出していることの二点である。

複合カフェの個室空間としてユニットは既に完成された形に到達しており、どの店舗でも均質な個室空間が形成されている。ユニットの二次元的スケールは、1人当たり畳1畳分プラス横方向に20~30cm広いサイズを基準に、店舗によって多少増減する程度で、身体サイズと合致している大きさで均衡に達したと考えられる。個室内のコンテンツも、この空間サイズに対応して完成しており、結果、利用者の可能な活動も均質的である。機能的な活動としてはマンガ、インターネット、テレビ・DVDの三つに集約できる。身体的な活動も、飲食と休憩・仮眠・宿泊といった「くうねる」活動に限定される。

そして、このような均質性を補う形で、どの店舗でも多様性・豊かさを演出が施されている。調査を行ったいずれの店舗も、蔵書やフリードリンクなどの共有コンテンツの充実・拡充を常に図っていること、店舗規模が大きい場合はサービスの複合化を行なうこと、店舗によっては複数種類の椅子や素材・色のデザインを豊富に用意することで、利用者の活動の選択肢が多様に見えるような演出が為されていることが観察できる。

##### b)空間の相違点

多様性・豊かさを演出は、空間の特徴の相違点につながる。各店舗が仕上げ・明るさ・雰囲気といった視覚的要素や、閉鎖的か開放的か、日常的(家の延長)か異空間的かといった体感される特徴などにおいて、均質な複合カフェ同士の差別化を図っている。こうした差別化は、ヒアリング調査からわかるように、各店舗のデザインテーマやターゲットの違から規定され、また場所のキャラクター性(繁華街かオフィス街かなど)、利用者のキャラクター性(会社員か学生かなど)などにも規定されている。空間を提供する企業の方針と、立地や場所のキャラクター性などの空間の在り方との相関関係が、こうした相違点を作り出しているといえる。

#### (2)考察

##### a)複合カフェの個室空間の意味

以上に見てきた複合カフェの均質空間は、店舗内の何処の位置においても、同様のスペックと同様のサービスが享受でき、室内の蛍光灯が照らし出す同様の光環境、一定の温度環境が得られる故に、場所の意味性が悉く奪われた空間である。それゆえ、利用者の所属や社会層の相違をも無化し、時間的な課金のみに応じて誰もが同等のサービスを享受できる公平的・平等的な性格を帯びて

いる。また、そうした空間は場所性、社会性から切り離されているがゆえに、直接的な対人関係を必要としない、マンガを読む、パソコンを使うといったサービスを、利用者が思い思いの形で、時間に応じた料金さえ払えばほとんど無制限に享受できる、極めて自由な空間であるともいえる。

#### b) 個室化の理由の進化論的解釈

まんが喫茶が、マンガを読むだけの目的を果たしている間は、一般図書館と同様に大きなテーブルに利用者が向かい合って座り、特に個室を必要としなかった。複合カフェの個室化は、まんが喫茶にネットカフェの要素が複合化された時に始まったと筆者は考える。とりわけ大きな役割を果たしたのがパソコンの導入、あるいはブロードバンド時代の到来である。パソコンの箱が存在するだけで、個室空間は突如正当性を持って現れる。即ち、パソコンというコンテンツが個室という「形」を呼ぶ大きな要因であると考えられる。

それは第一に、パソコンというデバイスの使用、あるいはウェブ世界への接続は、囲われていたい空間、見られたくない空間を必要とするからであり、第二に、個室にパソコンが在ることで、その個室空間は完全に外界と遮断された空間ではなく、常に外界に脱出できる装置を有していることになるからである。パソコンが、閉じている安心と、接続している安心を、個室において同時に享受することを可能にしたと言える。

#### c) 個室化の理由の居場所論的解釈

複合カフェは、現代の都市における、現代人の居場所であると考えられる。第一に、「居場所難民」である現代人にとって、1時間400～500円で、読み放題、飲み放題、繋ぎ放題、寝放題の空間は、「これだけあれば時間が潰せる」というエッセンスが盛り込まれた、機能的に最大で規模的に最小の、居場所のユニットなのである。

第二に、複合カフェは「仕切られたい私たち」の居場所でもある。90年代以降、オウム事件や9.11等の大きな歴史の切断点を迎え、マスコミが特異的に報道する事件等が後押しをして、過剰なまでの監視社会、規制社会に急速に向かっている。監視や規制は都市空間に強烈に及び、今や「自由」な公共空間は無い。従来は、都市が地縁的結合から解き放たれた場所、埋没できる場所と語られて来たが、現在では監視と規制の視線に常に晒された場所へと変質している。そこから個室空間を見ると、そこには一人になりたい、更に、仕切られていないと一人になれない現代人の特徴が見出せる。都市に増殖する複合カフェの個室空間は、監視社会、規制社会からの生理的欲求が欲する逃避空間なのである。

#### (3) 成果と今後の課題

研究テーマとして急速な増加傾向にある都市の個室化現象に迫る言論が少ない中、個室化現象を考察する意義を主張し、学術的な研究対象としての研究事例を蓄積した。具体的には、東京都心部の複合カフェを対象とし、同一地域内の複数店舗を空間分析を用いて比較調査する複合カフェ研究の事例を蓄積した。調査及び分析によって、機能的・身体的に均質空間であり、また均質であるが故に自由な空間であると同時に、現代人の都市における居場所として機能的に最大で規模的に最小の居場所のユニットであるという複合カフェが持つ空間の特徴を明らかにし、そうした個室空間が進化論的にはパソコンの導入によって強化され、居場所論的には都市の公共空間における居場所の少なさ、規制や監視を逃れる生理的欲求から要請された空間であることを考察した。

今後は、複合カフェの事例研究の更なる蓄積、複合カフェ以外の都市の個室の事例研究、学際・横断的な社会の個室化の研究への接続が求められる。

#### 参考文献

- 1) 荻原知子『現代における都市の個室化現象の意味における試論—仕切られたい私たちの居場所論』