

自動車利用から見た郊外居住環境 —インドア化される郊外—

正会員 ○三木 優樹*
同 岩佐 明彦**

郊外 居室化 ロードサイド
自動車 駐車場 公共領域

□ 研究背景・目的 本研究では、急速な開発が進む地方都市の郊外に着目した。郊外での生活に自動車は不可欠で、自動車移動を前提とした郊外大型店舗(ロードサイドショップ、等)が作られその規模は拡大の一方である。郊外居住において大きな割合を占める自動車と郊外大型店舗に注目し、その実態を明らかにすることで今後の郊外像を考察することを目的とする(fig 01)。

□ 自動車に関する調査 20代を中心とした社会人及び学生の自動車所有者62人を対象として以下の調査を行った(fig 02)。1、自動車の使用状況についてのアンケート調査(fig 03)。2、車内に持ち込まれたアイテムの撮影調査(fig 04)(平成15年10月)。

■ 自動車の使用状況調査 自動車は平日平均84.4分休日平均102分、一週間平均6.27日ではほぼ毎日高頻度で使用されている。停車時も66.1%の人が車内におり、滞在時間は平均44.6分である。またアンケートで得られた、運転者が車内で行ったことのある行為をまとめると、多くの人が種々の「運転中に不可能な行為」を行っていた。これらの行為の多くは「住居・室内で可能な行為」であり、これらが車内空間に表出していることから、居室化の進行が窺える(fig 05)。

■ 撮影調査 車内のアイテム数は最大27点、平均15.5点であった。主なアイテムとその利用内容を分析した(fig 06)。アイテムは「運転に関係するもの」を除くと「車内を快適にするもの」「車外で利用するもの」に大別され、さらに前者は「行為の幅を広げるもの」「車内空間に変化を与えるもの」に細分される(fig 07)。これらが居室化の大きな要因になっていると考えられる。

■ 車内空間の居室化 上記より、車内空間は居室空間と似通った性質を持っており、居室化の進行が伺える。つまり、所有者にとって自動車は個人領域としての認識が強く、移動時には「動く居室」として機能していると考えられる(fig 08)。

□ 郊外大型店舗に関する調査 調査対象店舗は、屋根下駐車場を所有する店舗である(fig 09)。調査範囲は新潟県新潟市とし、郊外における商業店舗を対象としたため、新潟市の中心市街地(新潟駅前、万代、古町地区等)は調査範囲外とする(fig 10)。調査内容は、調査シートに基づいて「目視調査」「写真撮影調査」の2つを実施した(平成16年10月)。

■ 駐車場の現状 調査の結果、屋根下駐車場を所有する店舗数は39件確認でき、48の駐車場事例を収集することができた(fig 11)。その事例を、駐車場と「店舗の建物」の外見上の形状により5つに分類した(fig 12)(fig 13)。また、各建物用途によって駐車場形状に偏りが見られた(fig 14)。屋根下駐車場は、何らかの利点を店舗に与える形状が選択されており、少なからずとも来店者の配慮により選択がされるわけではないと考えられる。

■ 車内空間・店舗空間のアクセス 各店舗における車内空間から店舗空間におけるアクセス経路を、空間や障壁等を記号化する

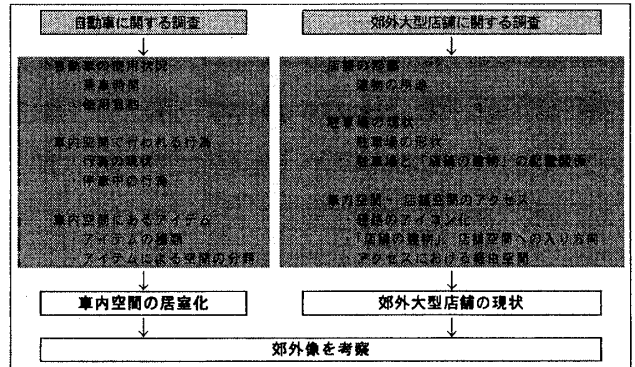


fig 01 本稿の構成

学生	社会人	合計	□自動車の利用頻度について	
男性	24	20	44	□自動車を利用する主な目的について
女性	10	8	18	□同乗者について
			□車内で行ったことのある行為について	
			□快速に過ごすために車内にはいりしものについて	

fig 02 調査対象者詳細

fig 03 アンケート内容

	住居・室内で可能	住居・室内で不可能
電話	87.1%	メール 74.2%
雑談	79.0%	タバコを吸う 62.9%
音楽を聴く	93.5%	ラジオを聞く 53.2%
飲食	90.3%	テレビを見る 21.0%
睡眠	75.8%	ゲーム 14.5%
着替え	54.8%	勉強 9.7%
読書	48.8%	読書 3.2%
性的行為	27.4%	読書 3.2%
書き物	21.0%	パソコン 1.6%
化粧	17.7%	

fig 05 車内で行ったことのある行為

fig 04 撮影方法

運転中	車載アイテム
ルームミラー交換	ハンドル交換
運転エンジンスタート	シート交換
行為の幅を広げるもの	ティッシュ 小物入れ ドリンクホルダー
車内空間に変化を与えるもの	ゴミ箱 テーブル たこ足ブラグ
その他	飲食物 灰皿
その他	おもちゃ小物 うちわ オーディオ交換
その他	テレビ 毛布 低音スピーカー
その他	芳香剤 めいぐるみ フロアマット
その他	シートカバー ステッカー イルミネーション
その他	カーテン ダッシュマット ワインドシェード
その他	掃除用具 かばん 靴 傘
その他	雑誌 カーパーツ スポーツ用品 書類
その他	地図 鞆小物 化粧品 工具
その他	レジャーシート ネット 音楽ディスク ヘルメット
その他	ハンガー ベビーカー 高脚 お守り
その他	新聞 パソコン パリカン 釣り用具
その他	衣服 写真 ガムテープ 筆
その他	花火 料理道具 デジタルカメラ

fig 06 主なアイテムと利用内容

fig 07 車載されているアイテム

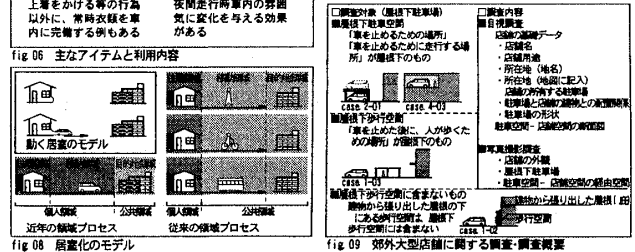


fig 08 居室化のモデル

fig 09 郊外大型店舗に関する調査・調査概要

A Study On A Residential Environment Based On Car Use in The Suburbs
-Indoor Suburbs-

MIKI Yuki, IWASA Akihiko

ることで図式により表記した(経路のアイコン化)(fig 15)。車内空間から店舗空間までの経路に3つのパターンが存在した(fig 16)。

■ 「店舗の建物」への入り方 各店舗の駐車場から「店舗の建物」への経路における入り口を「表口」と「裏口」、及び「表口と裏口の選択が可能」「表口と裏口の区別がない」に分類し、fig 17のような結果が得られた。店舗空間への入り方向は、「1層の側面から入る」「2層以上の側面から入る」「上部から入る」「下部から入る」の4パターン存在する(fig 18)。中でも、「上部から入る」「下部から入る」は屋根下駐車場を所有する郊外大型店舗の独特の入り方であると推測され、「上部から入る」は、特に屋上駐車場と建物内駐車場における経路で見られた。この場合、最も店舗のメイン空間として賑わいを見せる中央部に辿り着く。「下部から入る」は、主に建物下駐車場を所有する駐車場形状(GL駐車場、建物下駐車場)の中でも、建物内部で階層移動を伴う経路で見られる。店舗空間の広がり、上部へ上がりきらなければその全景は把握できず、同時に徐々に姿を現すという「期待感」は他の入り方向では見られないものであると考えられる。

■ 車内空間-店舗空間のアクセスにおける経由空間 車内空間から店舗空間のアクセスにおける経由空間として、「車内空間→駐車空間→庇空間→店舗前空間(風除室等)→店舗空間」が一つの基本パターンとして考えられる(fig 19)。このパターンは、屋外空間から屋内空間へと空間移動をする際に、徐々に空間の質が屋内に近い質へと変化していくものである。しかし、屋根下駐車場では、経由空間の減少や複雑化が見られた。中でも経由空間の減少は、屋根下駐車空間という半屋外空間を、「店舗の建物」と接続して配置することにより、元々の駐車空間の機能に屋根下歩行空間や風除室といった「+α」の新たな機能が付加される。これにより、車内空間と店舗空間という屋内空間同士をより室内に近い形で移動できるようになったと考えられる。

■ 屋根下駐車場による郊外大型店舗 屋根下駐車場は、経路の簡略化や複雑化、また「店舗の建物」や店舗空間への新たな入り方をもたらした。このように現在の郊外大型店舗は、様々なアクセス経路が混在する中で成立している。

□ まとめ 本研究では、「車内空間の居室化」を明らかにするとともに、自動車による店舗へのアクセスという観点から郊外大型店舗の分析を行った。郊外の居住環境において、居室化した自動車と、屋根下駐車場により自動車との接続を容易にした郊外大型店舗の組み合わせにより、住居と都市が一つの連続した屋内空間のようにつながった生活圏(インドア郊外)が形成されていることが指摘できる。依然、郊外居住願望が高く、郊外大型店舗の進出が続く地方郊外においては、今後も郊外のインドア化は顕著化してくる現象であると考えられる。インドア化された郊外は、自動車で移動し郊外店舗のみを利用する生活にとっては、一見便利で快適な生活空間のようであるが、このシステムにのらない多様な選択肢を排除した生活であり、決して豊かであるとは言えない。また、このインドア化という囲い込みが更に顕著になった際には、その外側の領域の衰退と荒廃が懸念される。今後は、インドア化によって生まれた新しい領域=「あいまいな公共領域」の使われ方を更に研究し、都市との関わり方を解明していきたい。

* 新潟大学大学院自然科学研究科 博士前期課程
** 新潟大学工学部建設学科 助教授・博士(工学)

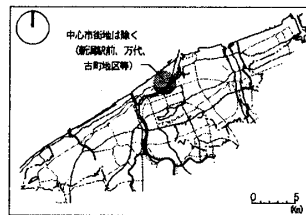


fig 10 調査対象地図

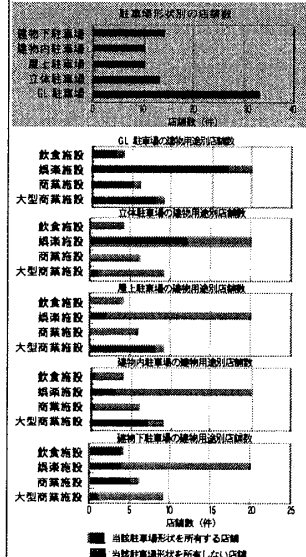


fig 11 建物用途別の店舗数

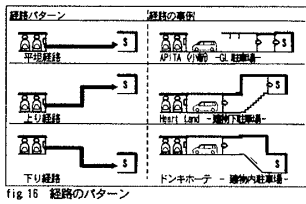


fig 12 駐車場の種類

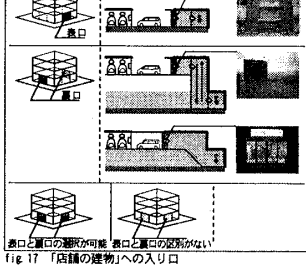


fig 14 建物用途による駐車場の種類

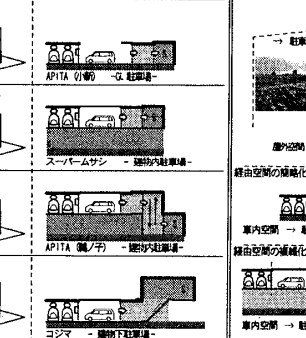


fig 15 経路のアイコン化

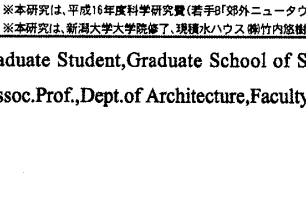


fig 16 経路のパターン



fig 17 「店舗の建物」への入り口

fig 18 店舗空間への入り方

fig 19 アクセスにおける経由空間

fig 20 経由空間の簡略化

fig 21 経由空間の複雑化

fig 22 経由空間の簡略化

fig 23 経由空間の複雑化

fig 24 経由空間の簡略化

fig 25 経由空間の複雑化

fig 26 経由空間の簡略化

fig 27 経由空間の複雑化

fig 28 経由空間の簡略化

fig 29 経由空間の複雑化

fig 30 経由空間の簡略化

fig 31 経由空間の複雑化

fig 32 経由空間の簡略化

fig 33 経由空間の複雑化

fig 34 経由空間の簡略化

fig 35 経由空間の複雑化

fig 36 経由空間の簡略化

fig 37 経由空間の複雑化

fig 38 経由空間の簡略化

fig 39 経由空間の複雑化

fig 40 経由空間の簡略化

fig 41 経由空間の複雑化

fig 42 経由空間の簡略化

fig 43 経由空間の複雑化

fig 44 経由空間の簡略化

fig 45 経由空間の複雑化

fig 46 経由空間の簡略化

fig 47 経由空間の複雑化

fig 48 経由空間の簡略化

fig 49 経由空間の複雑化

fig 50 経由空間の簡略化

fig 51 経由空間の複雑化

fig 52 経由空間の簡略化

fig 53 経由空間の複雑化

fig 54 経由空間の簡略化

fig 55 経由空間の複雑化

fig 56 経由空間の簡略化

fig 57 経由空間の複雑化

fig 58 経由空間の簡略化

fig 59 経由空間の複雑化

fig 60 経由空間の簡略化

fig 61 経由空間の複雑化

fig 62 経由空間の簡略化

fig 63 経由空間の複雑化

fig 64 経由空間の簡略化

fig 65 経由空間の複雑化

fig 66 経由空間の簡略化

fig 67 経由空間の複雑化

fig 68 経由空間の簡略化

fig 69 経由空間の複雑化

fig 70 経由空間の簡略化

fig 71 経由空間の複雑化

fig 72 経由空間の簡略化

fig 73 経由空間の複雑化

fig 74 経由空間の簡略化

fig 75 経由空間の複雑化

fig 76 経由空間の簡略化

fig 77 経由空間の複雑化

fig 78 経由空間の簡略化

fig 79 経由空間の複雑化

fig 80 経由空間の簡略化

fig 81 経由空間の複雑化

fig 82 経由空間の簡略化

fig 83 経由空間の複雑化

fig 84 経由空間の簡略化

fig 85 経由空間の複雑化

fig 86 経由空間の簡略化

fig 87 経由空間の複雑化

fig 88 経由空間の簡略化

fig 89 経由空間の複雑化

fig 90 経由空間の簡略化

fig 91 経由空間の複雑化

fig 92 経由空間の簡略化

fig 93 経由空間の複雑化

fig 94 経由空間の簡略化

fig 95 経由空間の複雑化

fig 96 経由空間の簡略化

fig 97 経由空間の複雑化

fig 98 経由空間の簡略化

fig 99 経由空間の複雑化

fig 100 経由空間の簡略化

fig 101 経由空間の複雑化

fig 102 経由空間の簡略化

fig 103 経由空間の複雑化

fig 104 経由空間の簡略化

fig 105 経由空間の複雑化

fig 106 経由空間の簡略化

fig 107 経由空間の複雑化

fig 108 経由空間の簡略化

fig 109 経由空間の複雑化

fig 110 経由空間の簡略化

fig 111 経由空間の複雑化

fig 112 経由空間の簡略化

fig 113 経由空間の複雑化

