

郊外居住環境のインドア化に関する研究

A Study on Indoor Enclosure of Residential Environment in Suburb

○岩佐明彦 *1・竹内敦志 *2・中山剛 *3・長谷川崇 *4・加賀谷直洋 *3・赤井文 *3・小島裕貴 *3
IWASA Akihiko, TAKEUCHI Atsushi, NAKAYAMA Tsuyoshi, HASEGAWA Takashi, AKAI Aya, KOJIMA Yuki

This study focuses on the residential area transformed by car use in suburb. Connecting house and roadside retails by cars, the area enables residents to behave as if they are staying in one indoor space. This study calls the area “Indoor suburb” and reveals its actual condition in three aspects as below;

- 1) the car customized like private room,
- 2) the house whose façade along street is fully emerged,
- 3) the roadside retail enclosing space between shop and parking,

These of them are caused by car dependence in suburb, and are composed into one large indoor residential area.

キーワード：郊外，ロードサイドショップ，インドア化，自動車，インドア郊外

Keywords: Suburb, Roadside retail, indoor enclosure, Car, Indoor suburb

1. 研究の背景・概要

本研究で対象とするのは、新潟市郊外の住宅地と郊外店舗を自動車で結びつけることで形成されている圏域である。新潟市の郊外地域は公共交通の整備が不十分であり、生活における車の依存度が極めて高く、幹線道路沿いには郊外型店舗（ロードサイドショップ）が並び、典型的な地方都市郊外の様相を呈している（図1）。また、新潟は寒冷地で天候が不順な時期も多いことから、車を利用する際も出来るだけ外気に触れずに建物と車を行き来できるように工夫されている。本研究では、郊外居住環境において住居と商業店舗が自動車の利用によって強く結びついた圏域を「インドア郊外」（図2）と名付け、次のように定義している。

- ・ 主な移動交通手段は自動車であり、自動車が個人で



図1. 新潟市郊外

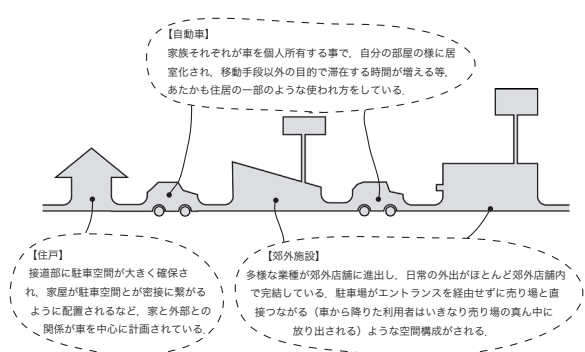


図2. インドア郊外模式図

*1 新潟大学工学部建設学科准教授 博士（工学）

*2 鹿島建設株式会社

*3 新潟大学大学院自然科学研究科

*4 新潟大学大学院自然科学研究科 修士（工学）

Assoc.prof.,Dept.of Architecture, Faculty of Eng.,Niigata Univ.,Dr.of eng

Kajima Corporation

Graduate School of Science and Technology,Niigata univ.

Graduate School of Science and Technology,Niigata Univ.,M.of eng

所有されることで、車内空間に様々な私物が持ち込まれ、単なる移動手段としてだけでなく居室的な使われ方がされる。

- ・ 日常利用する商業施設などは自動車で利用し、これらの施設が自動車への乗り入れの際に出来るだけ障壁がないようにデザインされている。
- ・ 住宅地は自動車利用を前提としており、住居も自動車の駐車と乗り入れを優先してデザインされる。
- ・ 住宅と商業施設が「居室化」した自動車で結びつけられることで、住居と商業空間が明確な境目がなくシームレスに結びついた圏域が形成される。

インドア郊外は、幹線道路沿いに点在する建物が自動車によって結びつけられ、郊外の自動車利用者のみで囲い込まれた圏域である。購買行動を前提とした商業空間が中心となっているものの、郊外居住者の生活にとって大きな比率を占める空間となっている。郊外での住宅地の建設と幹線道路沿いへの大型商業店舗の出店が続く地方都市では、こうした圏域は今後も増加が予想されるものであり、インドア郊外圏域の実態を明らかにしていくことは、今後の郊外居住環境を考えていく上でも重要であると考えられる。

インドア郊外圏域の郊外型店舗では、サンダル履きや室内着のような服装で買い物する人や、まるで住居内のように振る舞う子供などが散見されるなど、従来の公共空間とは異なった公私の領域が混在した空間が形成されている。これは大型商業店舗の利用者属性や空間の作り方による影響も考えられるが、それ以外にも、住居と結びついた私領域的な車内空間が、直接商業施設とつながるという空間の連続性が起因していると考えられる。

このように、インドア郊外圏域の特徴を明らかにしていくためには、郊外型店舗や郊外住宅を単体で論じるだけでは不十分であり、両者を結びつける自動車も含めた包括的な圏域として対象化する必要がある。郊外住宅地や郊外型店舗の形態を自動車利用の側面から研究したものとしては筆者ら¹⁾²⁾³⁾の研究の他に、土岐ら⁴⁾⁵⁾や吉村ら⁶⁾⁷⁾の研究があるが、いずれも郊外住宅地や郊外型大型店舗やその駐車空間との関係を論じたものであり、本研究のような郊外の住居と店舗を自動車利用と結びつけた一体的な圏域として対象化した研究はない。

本研究は、インドア郊外に関して、その圏域の形成の仕組みを明らかにすることを目的とするものである。住居と商業空間が自動車と結びつくという圏域の形成には、媒介空間としての自動車、住居及び商業空間と自動

車との接続形態が重要であると考えられることから、本研究では、以下の3点から考察をすすめる。

- ・ 自動車の車内空間の居室的な使われ方（車空間の居室化）
- ・ 自動車との接続を重視した住宅形態（むき出し住宅）
- ・ 自動車と店舗空間の接続を重視した郊外店舗（車直結店舗）

2. 車空間の居室化

2-1. 調査概要

本章では、郊外において主な移動手段として利用されている自動車のうち、個人による占有や私物の持ち込みによってその車内空間が、居室のように使われている自動車に着目し、その実態を調査した。なお、本研究では車内空間の「居室化」を以下のように定義している。

- ・ 移動以外の行為が車内で行われること。
- ・ 運転動作に直接関わりのないものが車内に持ち込まれ車内空間がしつらえられること。

調査では新潟市近郊に居住し、車を所有する若者62人を対象とした(図3,表1)。若者を調査対象としたのは、自動車を積極的に利用していることが予想されたためである^{註1)}。対象者の属性は学生が28人、社会人が34人、平均年齢が22.8歳である。調査は、アンケート調査と車内の撮影調査の2点であり、平成15年の10月に実施した。アンケート調査では、基本属性の他、自動車の使用頻度、運転以外に行うこと(選択肢より複数回答)、運転時の同伴者の有無等について尋ねた。また、車内の撮影調査では、自動車の車内におかれているアイテムや、その位置が分かるように撮影した。撮影は主として調査者が行ったが、調査者が撮影できない場合は、撮影箇所を指示し、調査対象者自らが行った。

表1. 調査概要(車内空間の居室化)

調査日時	平成15年10月
調査対象	新潟市郊外に居住し車を所有する若者 学 生 28人(男20人,女8人)(平均年齢21.3歳) 社会人34人(男24人,女10人)(平均年齢24.0歳) 合計62人(男44人,女18人)(平均年齢22.8歳)
調査項目	・アンケート(基本属性・車の使用頻度・使用目的・同乗者・車内で行う行為・停車時の滞在時間) ・写真撮影(車内及び外観・車載アイテム)



図3. 居室化した自動車車内

2-2. 調査結果・考察

(使用頻度・目的)

まず、自動車の使用頻度をみると、平均使用頻度は一週間あたり、6.27日で、65.4%が毎日利用している(図4)。また、一日あたりの乗車時間をみると、平日では84.4分、休日では102分であり、平日では30分以上60分未満、休日では90分以上120分未満の利用が多く、自動車が日常的に利用されており、かつ多くの時間を車内で過ごしていることが分かる。日常生活における自動車の依存度が極めて高いといえる。使用目的をしてみると、平日は通勤・通学、休日は遊びや買い物といったレジャーに主に用いられており、生活の様々な場面で自動車が用いられていることが分かる(図5)。

(同乗者)

乗車時の同乗者に関しては、平日は「なし(一人)」、休日は「友人」が多かった。通勤や通学時は一人で利用し、休日は友人と出かけるのに利用していることが推察される(図6)。

(車内で行う行為)

車内で行った事がある行為に関しては図7のような割合になった。「音楽を聴く」、「飲食をする」、「電話を

する」^{註2)}は9割以上が「行っている」と答えた、また、男女で差が出たのは、「着替えをする」(男68.2%、女22.2%)、「寝る」(男88.6%、女44.4%)、「化粧」(男2.3%、女55.6%)であった。「行っている」と答えた行為の中には、運転中に不可能な事も多く、自動車の車内が単なる移動手段としてだけでなく、それ以外の用途を行う空間として利用されている実態が窺える

(停車状態での車の利用)

停車状態で車に滞在したことの有無については、6割以上が停車した状態で車の中で過ごした体験が「ある」と回答した、特に女性や学生では8割近くが「ある」と答えた(図8)。停車した車内での滞在時間に関しては、回答にばらつきがあるものの「1時間以上」と応えた人が3分の1近くいた(図9)、また、停車状態で車内に滞在しているときの行為について尋ねると、「人待ち」、「寝る」、「勉強」など、運転しながら行うことが不可能な行為が挙げられており、駐車の前後にしばらく滞在するといった使い方以上に、移動を目的とせず車内で過ごす事が目的化した使い方の存在が窺える(図10)。自由回答では、「自動車の中は確実に一人になれる空間なので落ち着く」という意見もあった。

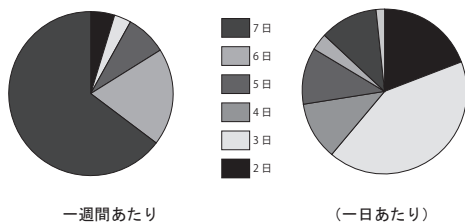


図4. 車の使用頻度

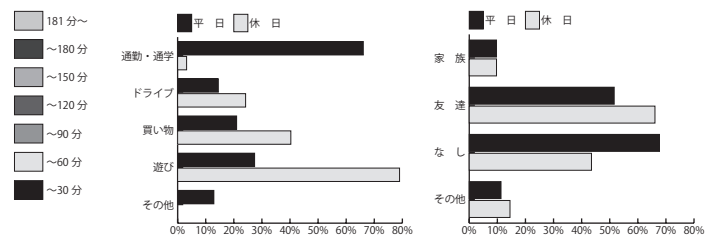


図5. 車の使用目的

図6. 車の同乗者

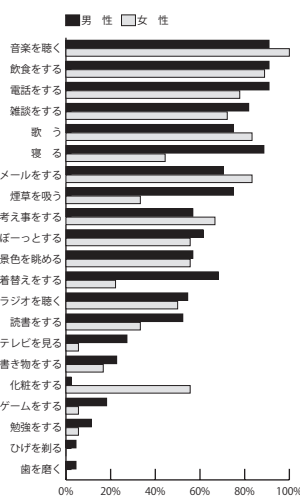


図7. 車内で行う行為

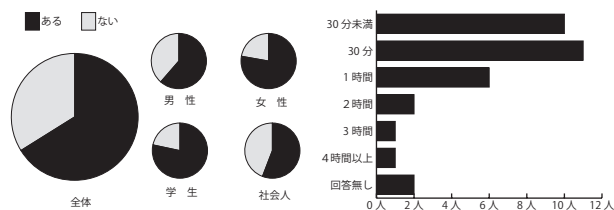


図8. 停車状態の車での滞在の有無

図9. 停車状態の車での滞在時間

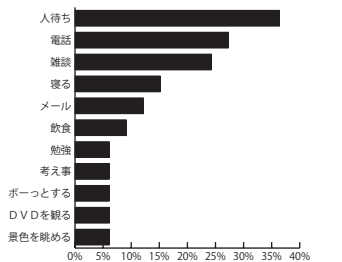


図10. 停車状態の車で行う行為

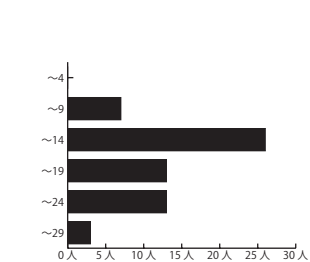


図11. 車載されているアイテム数

(車載アイテム)

本研究では、直接運転には関係ないものが持ち込まれるように車内空間がしつらえられているかを明らかにするために、自動車の車内にあり所有者が持ち込んだものを「車載アイテム」と定義し、写真撮影調査によりその実態を調査した。まず、持ち込まれている車載アイテムの数を見ると、平均で15.5点、最大で27点ものアイテムが持ち込まれていることが分かった(図11)。

車載アイテムを分類し、持ち込まれる頻度(所有率)を示したのが図12である。車載アイテムは、固定的に使用され、車内を機能的に快適にしたり飾り付けたりする「インテリアアイテム」と、一時的に使用するもので、携行されたり、使用后車内に置いたままになったり、使用に備えて常備されている「荷物アイテム」の2つに分けられる。

まず、インテリアアイテムについてみると、ドリンクホルダーやゴミ箱など、車内空間をより機能的な面から快適にするアイテムと、ぬいぐるみ、イルミネーション、

インテリアアイテム	
快適化・高機能化	趣味化・個性化
ドリンクホルダー	おもちゃ小物
ゴミ箱	ぬいぐるみ
ティッシュ	お守り
小物入れ	フロアマット
灰皿	クッション
テーブル	シートカバー
電源プラグ	肘当て
	毛布
	ウインドシェード
	テレビ
	ウーハー
	ダッシュボードマット
	カーテン
	イルミネーション
	ステッカー
	写真

荷物アイテム			
CD及びケース	雑誌	地図	新聞
飲食物	カバン	傘	書類
衣類	服飾小物	化粧品	薬
クリーナー	カーパーツ	デジカメ	パソコン
工具	荷物ネット	ガムテープ	ダンボール
スポーツ用品	レジャーマット	花火	ハンガー
料理道具	楽器	うちわ	ヘルメット
釣り用具	バリカン	ベビーカー	

凡例(下記のフォントによりアイテムの所有率を示す)

75%以上	50%以上75%未満	25%以上50%未満	25%未満
-------	------------	------------	-------

図12. 車載アイテムの所有率と分類

ステッカーなど、車内空間を個性的に飾り付けるためのアイテムの2傾向が指摘できる。これらは車内の滞在時間をより快適に過ごすために持ち込まれるアイテムであり、車内空間の居室化を助長していると考えられる。特に後者の飾り付けのためのアイテムは所有者の趣味嗜好が反映されやすく、車内空間をより個性的な居室にカスタマイズされていく要因となっていると考えられる。所有率をみても、「おもちゃ小物」が半数以上、「ぬいぐるみ」が25%以上の車内に存在しており、車内空間が、趣味嗜好によって飾り付けられている傾向が見て取れる。

次に車載アイテムのうち、荷物アイテムをみると、カバン・傘・雑誌類など、携行品として、日常の利用で出たり入ったりすると推測されるものや、工具・クリーナーなど車のメンテナンスのために常備されていると推測されるものの他に、様々なものが積まれており、釣り道具・スポーツ用品・レジャー用品など、日常的に使用するものではなく、使用に備えて準備されているか、使用后放置されていると推測されるものも多く積まれており、居室に付随するクローゼットのような使われ方をしていることも推察される。

(カスタマイズされた車内空間)

車の個人所有が進み、その使い方に応じて、車内空間がカスタマイズされている事例においては、所有者個人の使い方や嗜好によって車内空間の使い方にいくつかの傾向が指摘できた。車内空間の傾向は、同乗者を迎え入れることが出来るようにカスタマイズされる「開放型」と、不特定の同乗者を想定せず、特定の利用に特化する「閉鎖型」の2つに大きく分けられる。単独乗車もしくは助手席に特定の同乗者が乗るだけの閉鎖型では、後部座席など空いた空間がアイテムで埋まる例が見られた。これらの2傾向を趣味や嗜好に応じて、さらに細かく見ていくことで、6つのタイプが指摘できた(表2)。

表2. カスタマイズされた車内空間

	車内空間の特徴	形態の主な特徴
開放型車内空間	ラウンジ型	多人数滞在を前提に車内空間が整備されている
	音響空間型	アンプやスピーカー等のオーディオ機器を充実させ、音楽鑑賞空間として整備されている
	ファンシー型	ぬいぐるみ等のファンシーグッズの充実が特徴で、特に女性に多く見られる
閉鎖型車内空間	二人部屋型	主に車内前列のみが使用されることを前提とした空間で、後部座席は前列のバックヤードになっている。
	趣味の倉庫型	趣味活動で必要なものを常に車載している
	ゴミ箱型	単独乗車を前提とし、使用されていない空間に次第にゴミが溜まっていく

(まとめ)

居室化した車内空間を見ていくと、住居で行うべき私的な行為が車内空間で行われているという側面と、都市空間で確保されるべき空間が車内空間で代替されている側面が見て取れる。車内空間が住居機能を補完するもの、もしくは都市機能を補完するものとして居室化していると言える。また、居室化した車内空間が、以降で述べる住居や郊外型店舗とより密接に結びつくことで、インドア郊外形成の媒介空間として機能している。今回の調査では、車を積極的に利用していると予想される若者を調査対象とし、車内居室化を指摘することが出来たが、今後は、家族世帯や高齢者など広い属性において検証する必要がある。

3. むき出し住宅

3-1. 調査概要

本研究では、郊外住宅地において、家屋と車が密接につながっている住宅を対象として調査を行った(図13)。対象とした住宅は以下のような特徴を持つ(図14)。

- ・ 接道している道路と敷地の境界の間の植栽や塀といった駐車時に障害となる要素が排除され、側溝フタなどにより道路と連続的につながる領域が大きく確保される。
- ・ 車へ乗り込み易いように家屋の入口と駐車スペースが出来るだけ近づくように配置される。



図 13. 郊外に建つ「むき出し住宅」

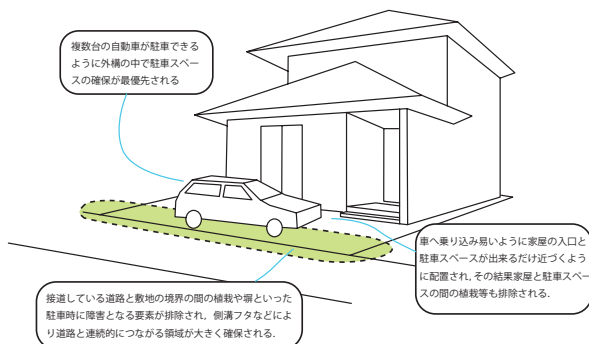


図 14. 「むき出し住宅」図解

- ・ 複数台の自動車が駐車できるように外構の中で駐車スペースの確保が最優先される

郊外の狭小な敷地でこれらの特徴を備えた場合、接道側の外構が駐車スペースに独占され、街路に対して建物家屋が完全に露出する外見的特徴を持つ場合が多い。本研究ではこれを「むき出し住宅」と定義し、新潟市郊外でのその実態を分析した。調査は新潟市近郊の7つの住宅地を選定し、むき出し住宅の実態を調査した。調査対象地はいわゆる「ミニ開発」による宅地分譲地であり、平成以降に建造されたものを分譲時期がばらつくように選定した(表3, 4)。調査は目視によって行い、駐車台数、接道形状、家屋と街路との位置関係、接道幅などを調査した。

表 3. 調査概要 (むき出し住宅)

調査日時	平成17年10月
調査対象	新潟市郊外の住宅地7カ所(2134戸)
調査項目	・ むき出し住宅の判定及び撮影 ・ 住宅形状(位置・出入り方向) ・ 駐車空間(位置・駐車台数) ・ 接道長さ(歩測)

表 4. 調査地概要 (むき出し住宅)

調査地名	分譲年	住戸数	むき出し住宅数	頻度(%)
石山もえぎ野	平成元年	189	18	9.5
白根大通	平成元年	606	30	5.0
豊栄アイリス	平成6年	395	101	25.6
新崎すみれ野	平成7年	322	62	19.3
亀田ゆめタウン	平成8年	168	78	46.4
新通	平成12年	119	56	47.1
希望ヶ丘	平成14年	335	179	53.4
全体		2134	524	24.6

3-2. 調査結果・考察

調査の結果、調査対象の2134戸のうち524戸がむき出し住宅であり、むき出し住宅が全体の24.6%を占めることが分かった。

(頻出年代)

対象地した住宅地の開発時期によってA(平成1~5年)、B(平成6~10年)、C(平成11~15年)の3つに分けてむき出し住宅の頻出傾向をみたところ、頻出率は年代を追う毎に高くなっており、むき出し住宅が特に近年増加の傾向にあることが分かる(図15)。日本の乗用車の保有台数は、AからCの年代に約35万台から約55万台に増加しており^{註3)}、自動車所有の一般化、複数化がむき出し住宅増加の背景にあることが推測される。

(駐車台数)

住戸あたりの駐車台数をみると、2台が最も多い(図16)。住宅一戸あたりの駐車台数によってむき出し住宅

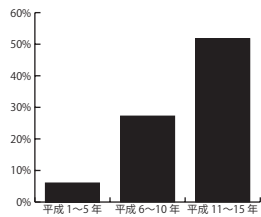


図 15. 建造年代とむき出し住宅の頻度

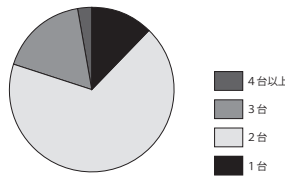


図 16. 駐車台数（一戸あたり）

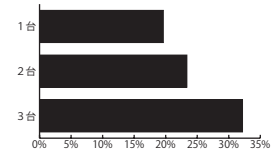


図 17. 駐車台数とむき出し住宅の頻度

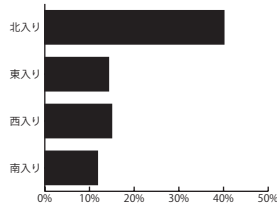


図 18. 接道方位とむき出し住宅の頻度

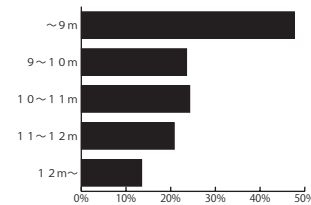


図 19. 接道幅とむき出し住宅の頻度

の頻出度を見たところ、駐車台数が多い住宅ほど、むき出し住宅の頻度が高い（図 17）。接道側の外構により多くの駐車スペースに取られることで建物家屋の街路への露出が顕著になると考えられる。

（接道方位）

接道方位（街路に面している方向）毎で、むき出し住宅の頻度を比較した。北入り（道路が敷地の北側に接道している）住宅でむき出し住宅の頻度が高い（図 18）。住宅においては庭を南側に確保するために建物が北側に偏って配置される傾向があり、外構の余裕がない北側にさらに駐車スペースが取られるために北側街路への建物家屋の露出が顕著になると考えられる。また、北入り住宅が並ぶ街路でむき出し住宅の頻度が高くなっており、街路に建物家屋が露出する形状の建物が並ぶことが、独特の街路景観を形成している。

（接道幅）

接道幅（宅地の街路に面している幅）でむき出し住宅の頻度を比較した。むき出し住宅は接道幅が狭い（9m以下）宅地で頻度が高い（図 19）。狭い接道幅で車の乗り入れスペースを確保することが原因と考えられる。

（まとめ）

以上のように、新潟市郊外の住宅地では、車の利用を優先した形状の住宅（むき出し住宅）が多く見られる。頻出率の高い北側接道の宅地が並ぶ街路では、むき出し住宅が並んだ独特の街路景観が形成されており、自動車との親和性の高いインドア郊外圏が形成されていく中で、郊外の景観が変質していく可能性が指摘できる。

4. 車と店舗の直結化

4-1. 調査概要

本章では、車での利用を前提とした郊外型店舗のうち、駐車場から店舗入口までのアプローチ空間を屋内化や半屋内化したものに着目する（図 20）。これは、冬期や雨天時の利便を考慮したものであると考えられるが、具体的には以下のような形状が挙げられる。

- ・ 屋外駐車場の通路に屋根付きの通路を設置
- ・ 建物に隣接した立体駐車場との間に屋根付きの通路を設置
- ・ 建物内に駐車場が組み込まれている
- ・ 建物屋上に駐車場が設置されている
- ・ 建物の1階部分がピロティ状の駐車場になっている。

本章では、この店舗を「車直結店舗」と定義し、その実態を明らかにする。

まず予備調査で、新潟市郊外地域の幹線道路沿いの店舗のうち 39 店舗で車直結店舗を確認した。店舗には複数の形状の駐車場があるものもあり、店舗と直結する駐車場計 55 事例を得ることが出来た。これらを対象とし、



図 20. 郊外型店舗駐車場の天蓋付き通路

業態や駐車車両から店舗入店までのアプローチ空間の構成について調べた(表5)。

4-2. 調査結果・考察

(業種・駐車形態)

業種による内訳を見ると、遊技施設(パチンコ・ゲームセンターなど)が半数を近くを占める(図21)。業種内で競合し、顧客を囲い込むためのサービス向上の一環として駐車場と売り場の直結をはかっている可能性がある。また、駐車形状毎で見ると、遊技施設の多くは立体駐車場と建物がつながった形状をしていることが分かる(図22)。遊技施設は他の施設に比べて売り場(遊技場)面積は小さく(集約的)、その売り場の隣や上部に立体型の駐車場を設けている例が多い。商業施設には建物下駐車場が多く見られたが、これは電器量販店に多い形態で、商品の搬入頻度が低いことが要因であると考えると考えられる。また、飲食店にでも同様に建物下駐車場の形態が多いことも同様に搬入頻度が低いことが考えられる。

(店舗の入り方)

駐車車両から店舗入店までのアプローチ空間の構成についてみていくと、駐車場から建物までの外部通路など、通路の外気に触れる場所に関しては、天蓋が設けられたり、建物底を大きく張り出すことで、出来るだけ傘

表5. 調査概要(車と店舗の直結化)

調査日時	平成16年10月
調査対象	新潟市郊外のロードサイドショップ
調査項目	・車直結店舗の探索 (位置・建物配置・駐車場形状・駐車場から店舗へのアプローチ)

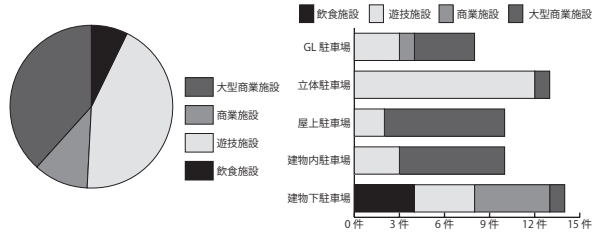


図21. 車直結店舗の内訳(業種別)

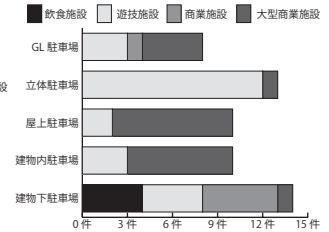


図22. 車直結店舗の内訳(形態別)

を差さずに建物内に入ることが出来るように配慮されている。扉に関しては、自動ドアが多用され、ガラスで内部が見えるように配慮されている。車直結店舗では、駐車場から店舗空間までを如何に障壁なくつなぐかに留意されているかが分かる。車内空間から店舗空間までのアプローチ空間を構成しているものを要素化し、対象とした55事例でアプローチ空間を要素の組み合わせで表現した(図23)。要素は通路上の天蓋や扉や段差、スロープ、エレベータ、エスカレータといったもので、この要素の

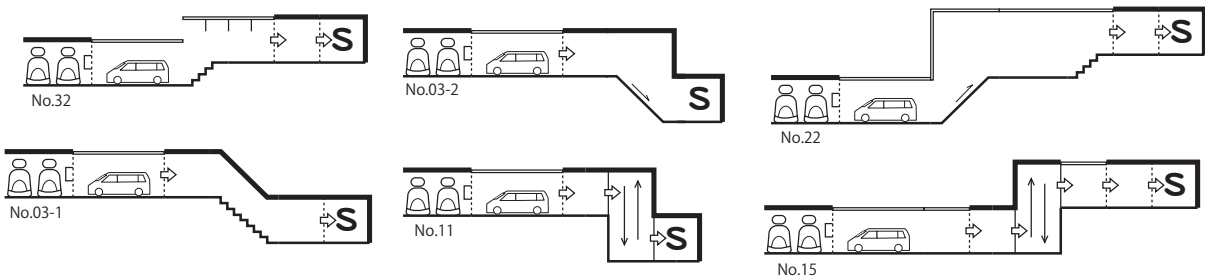
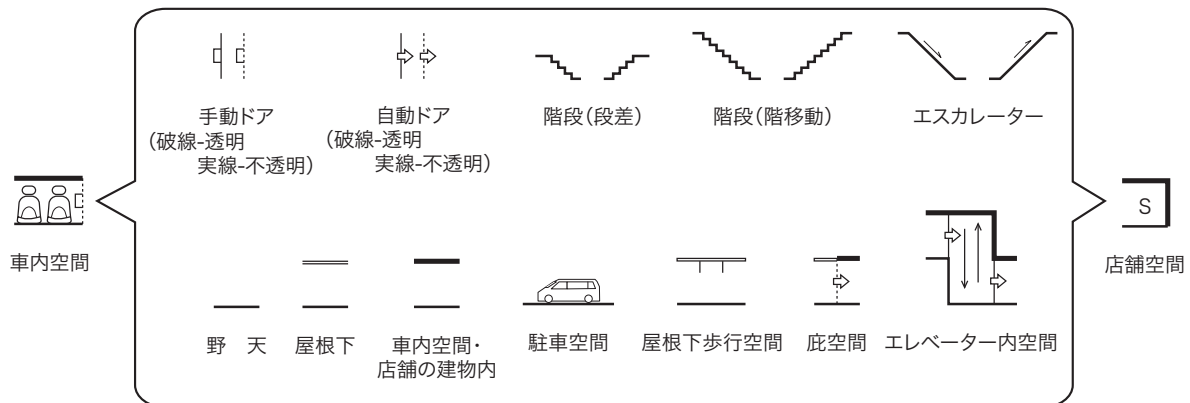


図23. アプローチ空間の要素による分類と分類例

組み合わせでアプローチを表現することで、アプローチ上にどのような障壁があるか、または障壁をなくす（小さくする）ためにどのような配慮がされているかが明らかになった。

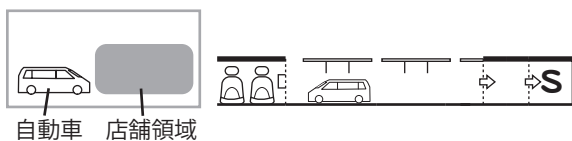
事例の分類を通して、空間の連続性に着目した場合、車と店舗空間が直結される形態は大きく3つあることが分かった（図24）。

【近接型】 建物外部の駐車スペースと建物入口が天蓋付きの通路などでつながっているもの。機能的には直結状態を実現しているが、建物は独立しており、空間体験的には車から降りて外構を歩き、建物入口から店舗に入る（「車から降りてから入店する」）という一般的な構成は守られており、車内空間と店舗空間の境界感は依然としてある。

【重合型】 建物の1階ピロティが駐車スペースになっているもの。入口は建物周辺の駐車場から入店する利用者と兼用になっている。駐車スペースと店舗が同一建物内であり、「入店してから車から降りる」に近い強い直結状態を実現している。ただし、入口はピロティ部分以外の駐車場（屋外駐車場）や、徒歩での来店者も利用するため、入口然とした境界が存在する。

【融合型】 駐車スペースが建物内に組み込まれているもの。駐車スペースから階段やエレベータを利用して店舗空間に入る。階段やエレベータは直接売り場につながっており、駐車場と階段や昇降機の間には明確な入口然とした境界はなく、結果、車内空間から入口を経由せずいきなり店舗売り場の真ん中に入るような空間体験となる。

【近接型】 事例数：21 /55



【重合型】 事例数：14 /55



【融合型】 事例数：20 /55



図 24. 直結形態の三分類

る。車内空間と店舗が特につながった感覚を与える。

車直結型店舗では、駐車空間と店舗を屋内化または半屋内化した空間でつなごうとしており、その間の障壁を小さくすることが、車内空間と店舗空間が連続的につながる空間を生んでいる。その連続性は「近接型」<「重合型」<「融合型」の順で顕著であり、「重合型」、「融合型」では駐車空間が建物に組み込まれる形で、「入店して車から降りる」構成になっており、更に「融合型」では、住居の隣室同士のように車内空間と店舗売り場がつながったような構成に近づいている。この様に、郊外型店舗において自動車利用の利便を優先していくことが、来店者の車内空間と店舗空間の境界を曖昧にし、インドア郊外圏を強く助長する要因になると考えられる。

分析の対象とした55事例を3つの形態で分類すると、近接型が21事例、重合型が14事例、融合型が20事例となった。

5. まとめ

本研究では、郊外において住宅地と郊外店舗を自動車結びつけている「インドア郊外」に関して、その圏域の形成の仕組みを、自動車、住宅、郊外店舗の3側面から調査し、以下のことが明らかになった。

自動車（車内空間の居室化）

- ・ 自動車の使用頻度は高く、平日は通勤・通学、週末はレジャーと生活の各場面で車が使用されており、車内空間に滞在する時間も長い。
- ・ 停車状態で車に滞在したことも約6割が「ある」と回答し、3分の1以上が停車した状態で1時間以上滞在したと答えており、移動を目的とせず車内で過ごす事が目的化した使い方の存在が窺える。
- ・ 車内に持ち込まれるアイテム（車載アイテム）も平均で15.5点にもものぼり、車内空間を機能的に快適にするアイテム以外にも、趣味嗜好で車内空間を飾り付けるアイテムや、押し入れのように積み置かれるアイテムなども多くあり、車内空間が使い方や嗜好に応じてカスタマイズされていることが分かり、6つのタイプが指摘できた。

住宅（むき出し住宅）

- ・ 住宅において街路側に駐車スペースの確保と住宅との接続性を優先したために建物家屋が街路に対して露出した外見的形状をもつ「むき出し住宅」は、郊外住宅地において増加の傾向にある。
- ・ むき出し住宅は駐車台数が多く、接道幅が多いほど頻度が高い。

- ・北入り（宅地の街路に面している側が北）の街路においてむき出し住宅の頻度が高く、これらが並ぶことで特有の街路景観を形成する可能性がある。

郊外店舗（車直結店舗）

- ・郊外型店舗のうち、駐車場から店舗入口までを屋内化や半屋内化した「車直結店舗」は、近隣競争により顧客の囲い込みが進む遊技施設や商品の搬入頻度が低い電気量販店などで多く見られる。
- ・車内空間から店舗空間までのアプローチ空間を構成しているものを要素化し、構成を分類することで、車直結型店舗は「近接型」、「重合型」、「融合型」の3種に分類することが出来た。
- ・車内空間と店舗空間の連続性は「近接型」＜「重合型」＜「融合型」の順で顕著であり、「融合型」では、車内空間から入口を経由せずにいきなり店舗売り場の真ん中に入るような空間体験となっている。

郊外居住環境においては、自動車が居室化し、住宅、商業施設が自動車との親和性を高めることで、一体的な圏域であるインドア郊外を形成していることが明らかになった。インドア郊外は従来の公共交通網から切り離された独特の圏域であり、更に車依存化、郊外化が進む地方都市においてはこの圏域が主たる公共圏となりうる可能性もある。

しかし、インドア郊外の実態やその存在が及ぼす影響に関しては、以下のようにまだ不明な点も多い

- ・住居、自動車、店舗が緩やかにつながることが及ぼす、インドア郊外圏の公私の領域の形成や、そこで振る舞いやマナーへの影響。
- ・自動車におけるアクセスが前提であるインドア郊外圏内において、車を運転することが出来ず、自発的に圏内を移動できない子供や高齢者などの行動領域や人のつながり。
- ・自動車で広域から集まることが、圏域にどのようなコミュニティを形成するのか、また、このことで、従来の近隣のコミュニティは変質するのか。
- ・インドア郊外がより顕著になった郊外地域の街路景観。
- ・インドア郊外圏として囲い込まれることで、その圏域の外側にあるもの（自動車アクセスが難しい場所や施設、中心市街地）は、どうなるのか。

今後はより広範な地域、幅広い属性での調査を通して、その実態について明らかにしたい。

<註釈>

- 註1) 若者に調査対象を絞っていることや、厳密なランダムサンプリング調査ではない（人づてに調査協力者を募集した）ことから、調査対象者の車への嗜好性や学歴などの属性に偏りがある可能性があるが、今回の調査は、車内空間の居室化という現象の存在を指摘する事が目的であり、それらの偏りは、問題がないと判断した。
- 註2) 平成16年11月の道路交通法の改正により「運転中の携帯電話使用」は法的に禁止されている。しかし、調査は改正前に行われたもので、当時は危険行為とされていたものの現状としては行われていた。
- 註3) (財)自動車検査登録情報協会HPより (<http://www.airia.or.jp/number/index.html>)

<参考文献>

- 1) 田口航平・岩佐明彦, 郊外住宅地における駐車空間と街路環境の関係: 付加された駐車空間による街路環境への影響, 日本建築学会学術講演梗概集 E-1, 1035-1036, 2003
- 2) 三木優樹・岩佐明彦, 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 -, 日本建築学会学術講演梗概集 E-2, 489-490, 2005
- 3) 竹内敦志・岩佐明彦, 車社会化による郊外住宅の変質に関する研究: 「むき出し住宅」をケーススタディとして, 日本建築学会学術講演梗概集 E-2, 263-264, 2006
- 4) 土岐文乃・津賀洋輔・貝島桃代・志村真紀・一之瀬彩, 郊外型ショッピングセンターにおける駐車場の構成と周辺環境: 公共空間の実践からみた空間構成手法に関する研究 (6), 日本建築学会学術講演梗概集 F-2, 689-690, 2007
- 5) 土岐文乃・津賀洋輔・貝島桃代・志村真紀・一之瀬彩, 駐車場の構成類型と利用実態の関係: 公共空間の実践からみた空間構成手法に関する研究 (7), 日本建築学会学術講演梗概集 F-2, 691-692, 2007
- 6) 吉村英孝・服部暁文・塚本由晴・藤村龍至・能作文徳, ロードサイド店舗のアプローチにおけるシークエンス: シークエンスから捉えたロードサイド店舗のアプローチ空間の構成 (1), 日本建築学会学術講演梗概集 F-2, 773-774, 2007
- 7) 服部暁文・塚本由晴・吉村英孝・藤村龍至・能作文徳, 建築のシークエンスにおける内部と外部: シークエンスから捉えたロードサイド店舗のアプローチ空間の構成 (2), 日本建築学会学術講演梗概集 F-2, 775-776, 2007
- 8) 三木優樹, 車内空間の居室化に関する研究, 新潟大学卒業論文, 2004.3
- 9) 竹内悠樹, インドア郊外論, 新潟大学修士論文, 2005.3
- 10) 三木優樹, 自動車利用から見た郊外居住に関する研究, 新潟大学修士論文, 2006.3
- 11) 竹内敦志, 車社会化による郊外住宅の変質に関する研究, 新潟大学卒業論文, 2006.3
- 12) 竹内敦志, 新潟市郊外ロードサイドの研究, 新潟大学修士論文, 2008.3

本研究は文部科学省科学研究（若手B）「郊外居住環境のインドア化に関する研究」および「郊外ニュータウンの醸成に関する研究」の一環として行われた。

研究協力者の竹内悠樹氏（大学院修士課程（現. 積水ハウス））、三木優樹氏（大学院修士課程（現. 甲府市役所））に謝意を表します。