

# 郊外居住に着目した公共領域での娯楽活動に関する考察<sup>\*1</sup>

A study for the amusement activities in the public realm by the suburbs residence. <sup>\*1</sup>

前田敬<sup>\*2</sup>, 福井賢一郎<sup>\*2</sup>, 北村隆一<sup>\*3</sup>

By Kei MAEDA <sup>\*2</sup>, Kenichiro FUKUI<sup>\*2</sup>, Ryuichi KITAMURA <sup>\*3</sup>

## 1. はじめに

社会的に豊かな生活を送るためには、豊かな公共領域<sup>1)</sup>が必要である。この言葉の背後には、人間は社会的動物であり、孤立したまま自我を充足させることは不可能であるという考えがある。そして、人々の社会的交流の場となりうるのが公共領域である。都心部と郊外を比較した場合、郊外は公共領域に乏しく、私的領域が卓越した地域ということができよう。とすれば、郊外の人々は生活をより豊かにすべく、どのように対応しているのであろうか。さらに、郊外を公共領域に富む場所とすることは可能なか。これらの問いを念頭に、本研究では都市住民の娯楽活動を、通勤と都心部へのアクセス、可処分時間というリソース、そして娯楽活動への性向（個人属性で代用）という3つの側面から考察する。娯楽活動への参画が社会的により豊かな生活を意味するとすれば、本研究の結果は居住地、勤務地、通勤時間などの要素が生活の質とどう結びついているかについての示唆を与えるものと考えることができよう。さらに本研究では、第2節で述べる公共領域の特殊形としての「第3の場所」が郊外に存在しているのか、という問いを検証し、郊外での公共領域の展開の可能性を探るものとする。

## 2. 理論的背景

### (1) Oldenburgの「第3の場所」

社会学者 Oldenburg<sup>2)</sup> は公共領域の1つの概念として、人々の生活に不可欠なものとしての“第3の場所”の概念を提案している。“第3”とは自宅、職場に次ぐ場所を指し、人々が日常的に交流しあえる場所である。例として、近隣の喫茶店、居酒屋、囲碁クラブ等が挙げられる。第3の場所は商業的に

高い収入を生むことのない、昔からある場所であり、収益性を重視したチェーン店ではないとされる。

### (2) 自動車化と郊外

郊外化と自動車化は不可分の関係にある。Jacobs<sup>3)</sup>は自動車化の中で魅力ある偉大な都市が死滅してしまったと述べている。Jacobsが考える偉大な都市とは、人口が稠密で様々な土地利用、活動が混在し、歩くことが楽しい地域である。低密で純化された土地利用を持つ郊外はこれらの要件を満たさない。また、郊外は主として私有される住宅から構成され、都市にふんだんとある公共空間に乏しいことが一般である。さらに、幹線道路沿いに展開するロードサイドビジネスの多くはチェーン店で、第3の場所的交流空間を提供するものではない。これらの要因が郊外を公共領域の乏しい地域としている。

### (3) 公共領域と娯楽活動

Howard<sup>4)</sup>やPerry<sup>5)</sup>は社会的豊かさを得られるコミュニティを重要視している。そして、コミュニティを培う社会的ネットワーク構成員の交流は公共領域における娯楽活動として実在化し、それによって潤いある社会生活が生み出されるのである。すなわち、人々は昔から公共領域の中での娯楽活動を通じてコミュニティを形成し、アイデアを交換し、豊かな社会生活を送ってきたのである。

(1)~(3)の論的背景の下、本研究では公共領域の一種である第3の場所内での娯楽活動について調査、分析することによって、郊外と都心部の魅力について検討を加える。

## 3. 仮説

郊外生活についての考えうる仮説として

仮説1. 郊外住民は公共領域の欠落を私的領域の拡充により補う。

仮説2. 郊外住民は公共領域を都心に求める。

\*1 キーワード：郊外、公共領域、第3の場所、娯楽活動

\*2 学生員、京都大学工学研究科土木システム工学専攻

\*3 正員、Ph.D、京都大学工学研究科土木システム工学専攻  
(京都市左京区吉田本町, TEL075-753-5136, FAX075-753-5916)

を考えよう。仮説1によれば、郊外居住者はその欲求を私的領域である自宅で充足させる傾向にあることとなり、娯楽目的のトリップ発生率が低いことが予想される。また、仮説2は、人々が娯楽活動の場を都心に求める傾向にあることを示す。

本研究では、この2つの仮説の検証に向けて、就業者及び主婦の娯楽活動に関する以下の仮説を提案する。

(1) 就業者に関する仮説

郊外生活が公共領域の欠落を私的領域の拡充で補っているならば、郊外に住む就業者では仕事が終わるとすぐに帰宅の途につく割合が多いと考えられる。また、郊外の就業者は通勤時間が長く娯楽活動に充てることが可能な可処分時間が少ないと考えられる。これらの理由により、郊外に住む就業者は娯楽活動に費す時間が少ないと考えられる。(仮説 , )

都心部は郊外に比べ公共領域がより豊かでより魅力的な場所と考えることができる。したがって、自宅と通勤先を往復する際に都心部と何らかの接触を持つ就業者は、都心部で娯楽活動を行う可能性が高いと考えられる。逆に、郊外に住み郊外で働く就業者は、都心部へのアクセスを持たず、郊外で娯楽活動を行うと考えられる。(仮説 , )

もし公共領域に乏しい郊外が魅力的な場所ではないとすれば、郊外に存在する公共領域が魅力的ではないという可能性が考えられる。(仮説 )

表1 就業者に関する仮説

仮説	: 郊外に住むことが娯楽活動を行う頻度を少なくする原因となる。
仮説	: 郊外に住むことが娯楽活動時間を短くする原因となる。
仮説	: 郊外に住んで都心部で働く人、都心部に住んで郊外で働く人、都心部に住んで都心部で働く人は、都心部で娯楽活動を行う。
仮説	: 郊外に住んで、郊外で働く人は、郊外で娯楽活動を行う。
仮説	: 郊外の娯楽施設では、都心部のそれよりも得られる満足度が低い。

(2) 主婦についての仮説

私的領域を拡充させている郊外生活においては、公共領域での娯楽活動よりも私的領域の拠点である自宅で娯楽活動を行う頻度が高いと考えられる。そのため、自宅外での娯楽活動頻度が少なく、娯楽活動時間も短いと考えられる。(仮説 A, B)

就業者が都心部での公共領域へのアクセスを通勤で果たしているのに対して、郊外の主婦は買い物行動が都心部へのアクセスになると考えられる。これより、郊外に住み郊外で買い物をする主婦は郊外で

娯楽活動を行うが、都心部へのアクセスを持つ郊外の主婦は公共領域の豊かな都心部に娯楽活動の場を求めると考えられる。(仮説 C)

先述のとおり、都市の郊外化と自動車化は不可分である。そのため、郊外をアクション・スペースとする区外居住の主婦は自動車に依存して生活を行っているものと考えられる。(仮説 D)

表2 主婦に関する仮説

仮説A	: 郊外に住むことが娯楽活動を行う頻度を少なくする原因となる。
仮説B	: 郊外に住むことが娯楽活動時間を短くする原因となる。
仮説C	: 郊外の主婦は都心部に娯楽活動の場を求める。
仮説D	: 郊外の主婦は都心部の主婦に比べて、車で移動するケースが多い。

4. PT データと調査の概要

本研究では、3.の仮説を検定するにあたり、1990年パーソントリップ調査データ(以下 PT データ)と実地調査で得られたデータを用いて分析することとした。

PT データは大規模なデータ量で、移動を伴う娯楽活動についてはより一般的なデータを得る事ができ非常に有用である。しかし PT データだけでは、娯楽活動のトリップベースで分析することはできても、活動内容を窺い知ることはできない。本研究では、娯楽活動の内容に踏み込んだ解析を行うため、PT データとは別に、就業者の第 3 の場所における娯楽活動について実地調査を行うこととした。その際、本研究では第 3 の場所として居酒屋を対象としたが、これは就業者にとって仕事を終えたあとの社会的交流の場として典型的なものが居酒屋と考えられるからである。

本研究では、Oldenburg の第 3 の場所の条件に留意し、チェーン店ではなく、開業年数が 10 年を超えた、カウンターがある居酒屋を、郊外(京都市西京区桂駅周辺)、都心部(京都市中京区四条河原町周辺)においてそれぞれ 2 軒、計 4 軒を選定した。調査方法は調査日の来訪者に調査票を配布、回収するというものであった。質問内容は自宅や通勤地の住所といった人々の移動に関するものだけでなく、来訪者の飲酒量や満足度といった娯楽活動の内容も含んでいる。また、調査票以外にも、回答者のコミュニケーションの形態や同伴者の性質についても調査を行った。なお、調査票回収数は全部で 84 票であった。

5. 結果

(1) 就業者に関する分析結果

PTデータを用いて、就業者が娯楽活動を行うか否かについてオーダードプロビットモデルによる推定を行った結果が表3である。その結果、通勤時間が長い就業者は娯楽活動を行わないことが示された。また、自宅周辺の単位面積あたりの飲食店密度が高い就業者に娯楽活動頻度が多くなる傾向が見られた。次に実地調査により得られたデータを用いて、娯楽活動時間についての線形回帰モデルを推定した。その結果を表4に示す。この結果より、自宅が郊外の就業者は自宅が都心部の就業者よりも居酒屋での滞在時間も短いことが分かった。よって、仮説は支持された。この結果は、自宅周辺の飲食店数が少ない郊外の就業者は娯楽活動を行わない傾向にあることを示すとともに、郊外に住む就業者は通勤時間が長いことため娯楽活動時間が短くなることを示すものである。また、郊外生活では公共領域より私的領域が重視される傾向にあることも示唆していると言える。

表3 就業者が17時以降に娯楽活動を行うか否かに関するオーダードプロビットモデル

	B	t値	有意確率
しきい値	1.600	2704.4	0.000
男性D	0.184	94.2	0.000
年齢	-0.011	304.4	0.000
自宅飲食店密度	0.0003	3.30	0.069
自宅都心度	0.006	1.97	0.160
通勤飲食店密度	0.0003	15.5	0.000
通勤都心度	0.001	5.90	0.015
一人暮らしD	0.132	53.9	0.000
公共交通D	0.344	246.2	0.000
通勤時間	-0.003	47.0	0.000
McFaddenのR <sup>2</sup>			0.037
N			80531

表4 居酒屋滞在時間のモデル推定

	パラメータ	標準化係数	t値
(定数)	2.77		2.62
男性D	0.23	0.058	0.44
自宅都心部D	0.94	0.26	1.96*
通勤都心部D	0.80	0.26	1.75*
居酒屋都心部D	-0.79	-0.26	-1.71*
通勤公共交通D	-0.15	-0.049	-0.30
飲酒ペース	-0.87	-0.40	-3.06***
満足度	0.16	0.11	0.81
R <sup>2</sup>			0.30
N			53

従属変数 居酒屋滞在時間(時間) \*p < .1, \*\*p < .05, \*\*\*p < .01

次に同じく実地調査データをもとに、居住地、就業地、娯楽活動地の関係を示したものが図1である。これより、自宅、通勤地共に郊外の人

は郊外の居酒屋に行く割合が75%と高く、それ以外の人

は都心部の居酒屋に行く割合が60%以上であることが分かった。よって、仮説は支持された。この結果は都心部と関わりのある就業者が娯楽活動の場を都心部に求めていることを示すとともに、都心部の居酒屋では、郊外の居酒屋よりもより多様な居住地の人々が娯楽活動を行うことを示しており、都心部の公共領域がより多様性に富んでいることを示唆している。

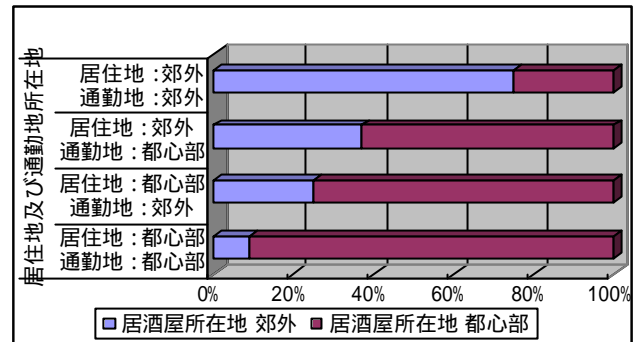


図1 郊外・都心部の居酒屋にいる就業者の割合

最後に、郊外と都心部の居酒屋での飲酒量や満足度についての分散分析結果を表5に示す。郊外と都心部の居酒屋の間に飲酒量や満足度の違いは見られない。よって仮説は支持されなかった。すなわち、娯楽活動を遂行するものにとっては、郊外の居酒屋も都心部の居酒屋も同じように飲み、同じように満足のいく公共領域である、という可能性が伺える。

表5 郊外・都心部の居酒屋における飲酒量及び満足度

	飲酒量(合)	満足度(5段階評価)
郊外	3.06(N=41)	4.35(N=39)
都心部	3.16(N=42)	4.39(N=41)
分散分析	F(1,81)=0.075	F(1,78)=0.036

(2) 主婦に関する分析結果

PTデータを用いて、主婦が17時までに娯楽活動を行うか否かのオーダードプロビットモデル及び、娯楽活動時間についての線形回帰モデルを推定した。その結果を表6、表7に示す。この結果より、主婦の場合では自宅所在地が娯楽活動頻度に影響を及ぼさないことが示された。また、居住地、娯楽活動地の所在地も、娯楽活動時間に影響を与えないことも示された。よって、仮説A, Bは棄却された。主婦の娯楽活動が地理的要因に影響されないという結果は、それらの活動が就業者に比べより多様な状況下で営まれていることを示唆しているが、これについては更なる検討が必要である。

表6 主婦が17時までに娯楽活動を行うか否かについてのオーダードプロビットモデル

	B	値	有意確率
しきい値	1.133	955.3	0.000
年齢	-0.004	45.4	0.000
子供がいるD	0.037	5.58	0.018
自宅都心度	-0.007	1.30	0.254
車免許D	0.264	278.4	0.000
車を保有しているD	-0.056	11.5	0.001
19時までに買物しているD	-0.034	6.47	0.011
McFaddenのR <sup>2</sup>			0.013
N			66704

表7 主婦における娯楽活動時間の線形回帰モデル

	パラメータ(分)	標準化係数	t値
(定数)	133.397		23.1***
年齢	0.173	0.020	1.562
子供のいる世帯D	14.924	0.061	4.86***
自宅都心	-1.009	-0.012	-0.996
娯楽都心	-0.103	-0.008	-0.631
19時までに買物をしているD	-41.383	-0.182	-15.0***
娯楽活動地に行くときに公共交通を使うD	55.463	0.184	14.5***
R2 乗			0.079
N			6653

従属変数 娯楽活動時間(分) \*p < 0.1 \*\*p < 0.05 \*\*\*p < 0.01

次に、同じく PT データを用いて、主婦の居住地、買物地、娯楽活動地の関係を示したものが図2である。郊外に住み都心部で買い物を行う主婦及び都心部に住み郊外で買い物を行う主婦ともに都心部で娯楽活動を行う割合が5割程度であった。これは、娯楽活動地を都心部・郊外のどちらで行うかについては居住地及び買物地両方の所在地が影響を及ぼしていることを示唆している。

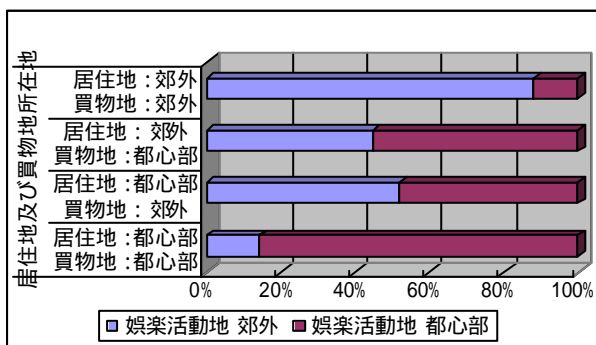


図2 主婦における居住地・買物地・娯楽活動地の関係

最後に PT データをもとに、主婦が買物をするとき及び娯楽活動をするときの移動手段を表したものが表8、表9である。これより、郊外的主婦は商業地や娯楽活動地に赴く際、都心部の主婦に比べて活動地までは自動車を使い、徒歩では行かないことが分かった。よって仮説Dは支持された。

表8 買物に行くときの移動手段

	徒歩	自動車	人数
郊外	40.0%	14.9%	26268
都心部	44.7%	8.7%	7179
分散分析	F(1,33445) = 51.3***	F(1,33445) = 185.7***	合計33447

\*p < 0.1 \*\*p < 0.05 \*\*\*p < 0.01

表9 娯楽活動地に行くときの移動手段

	徒歩	自動車	人数
郊外	36.8%	25.3%	5788
都心部	41.6%	18.2%	1443
分散分析	F(1,7229) = 11.7***	F(1,7229) = 32.5***	合計7231

\*p < 0.1 \*\*p < 0.05 \*\*\*p < 0.01

## 6. 結論

PTデータ及び実地調査データの分析結果から、就業者にとって郊外生活は長い通勤時間などの理由から可処分時間が少なく、そのため公共領域での活動に乏しい生活であることが分かった。そして、郊外の就業者は、多様な人が集う都心部の公共領域で娯楽活動を行う傾向にあることも分かった。すなわち、公共領域に乏しい郊外に住む就業者は、より豊かな都心部の公共領域で娯楽活動を行っていることが伺われる。

次に、PTデータを用いた主婦の分析結果から、郊外の主婦は都心部の主婦に比べて、移動手段が車であることが多いことが明らかとなった。そして、郊外の主婦は郊外の就業者に比べて都心部で娯楽活動を行うことが少ないことも示された。これは都心に通勤する就業者のように都心への日常的なアクセスを持たないことによっても考えられるが、この点については更なる検討が必要である。

最後に、郊外が魅力ある地域となりうるかという問いであるが、飲酒量や満足度については郊外、都心部の居酒屋に違いが見受けられなかったことから、郊外にも魅力的な地域となりうる可能性が十分に残っていると見えよう。

## 参考文献：

- 1) Lofland, L. : The Public Realm : Exploring the City's Quintessential Social Territory (Communication and Social Order), 1998 .
- 2) Oldenburg, R. : The Great Good Place—Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and Other Hangouts at the Heart of a Community, Marlowe & Company, New York, 1989 .
- 3) Jacobs, J. : The Death and Life of Great American Cities , Vintage Books USA , 1961 .
- 4) Howard, E. : Garden Cities of Tomorrow, The MIT Press, 1902 .
- 5) Perry, C.A. , 倉田和四生 訳 : 近隣住区論, 鹿島出版会, p122, 1975 .