

JR 函館駅周辺における住民のイメージに関する研究

中沢 萌

I はじめに

これまで、都市のイメージに関する研究は数多くなされている。内田（1987）は地名と場所に関するイメージの研究の中で、人々の地理的空間に対するイメージを「場所イメージ」とし、場所イメージの形成に関与する要素とその形成過程を明らかにした。現代ではマスメディアからの情報によって、場所イメージを社会的に魅力あるものにすることが経済的価値を生み出す有効な方法であると述べている。

また、伊藤（1994）は「都市のイメージに関する研究は多くなされているが、現段階では個々のイメージ把握に比重があり、その背景に対する探究が不足である」とし、社会・経済的側面に焦点を当て、北陸地方のイメージをその地域的背景とともに明らかにした。

これらの研究を受け坂野（2002）は、その都市を象徴する「顔」のイメージは、文化的背景や社会的機能、人々の抱く印象やイメージが折り重なって形成されるとし、函館において行政の掲げる「JR 函館駅前顔づくり計画」と函館市の住民・観光客のイメージ構造を比較、分析した。この研究から、人々の抱く函館のイメージは行政の掲げた顔づくり計画のテーマに影響を受けてはいるが、多くの場合、旧函館公会堂やハリストス正教会をはじめとする西部地区の歴史的建造物から想起されることが明らかとなった。

そこで、本研究では行政の掲げたまちづくりのテーマが住民のイメージにどう影響しているのかに着目した。人々が抱く都市イメージの背景には、その地域のもつ文化的背景や社会的機能が大きく関わっている。特に社会的機能や制度などはこれまで行政によって決定される部分が多い。平成 10 年に函館市はまちづくりの

基本計画として「函館市都市計画マスタープラン」を策定し、各種事業を開始した。坂野（2002）が調査を行った当時は事業が途中段階であり、行政のまちづくり事業が人々の函館のイメージに反映される段階にまで達していなかったと言えよう。

平成 10 年度に函館市が打ち出した「函館市都市計画マスタープラン」が平成 23 年に改訂される予定であり（平成 23 年度改定「新函館市都市計画マスタープラン」）、この節目に JR 函館駅前における住民の駅前に対して抱くイメージを明らかにするとともに、これまでの函館市の政策やまちづくり事業がどのように影響しているのかを分析する。

II 対象地域の概要

II-1 函館市と西部地区の概要

函館市は三方を海に囲まれ、函館山（334m）を要として北東方向へ扇状形に広がった平野部と段丘地形、山岳地で構成されている（図 1）。

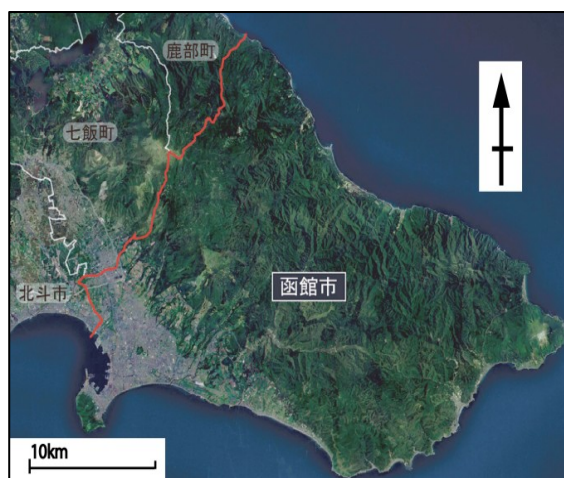


図 1 函館市の地形

1992 年の市制施行時から 6 度にわたる合併により、平成 16 年には市域の面積は約 678km²となった。それに伴い、各地区がそれぞれ持つ

特性を生かし、各地区にふさわしいまちづくりを進めていくために、函館市では市域を西部地区、中央部地区、東中央部地区、北東部地区、北部地区、東部地区の6地区に区分している（平成24年現在）（図2）。



図2 函館市の地区区分

その中でも、本研究では西部地区の函館駅前と大門地区（主に若松町、大手町、松風町、新川町、東雲町）を対象地域とする（図3）。前述の通り、西部地区には旧函館公会堂やハリストス正教会など歴史的な街並みが建ち並ぶほか、函館駅前の主要街路沿いは函館の経済の中心であったと同時に鉄筋コンクリート造りを中心とする近代的なデザインの建物が見られ、現在に至るまで特徴的な都市景観を有する。このため、住民の想起する函館のイメージはこの西部地区の景観に影響を受けていると考えられるためである。しかし、近年は合併による市域拡大の影響もあって商業の中心が五稜郭周辺の中央部地区へと移り、商業地区としての活気が失われつつある。

II-2 西部地区のまちづくり計画と取り組み

平成10年度、函館市はまちづくりの基本計画として「函館市都市計画マスタープラン」を策定した。ここでは地区ごとにまちづくりの目標を設定しており、西部地区のまちづくりの目標は「函館の顔にふさわしい職・住・遊の形成」である。さらに函館駅前周辺地区の目標として「各種高次都市機能の集積、都心としてふさわしい魅力や個性・テーマ性を持った商業ゾーン

の形成誘導、土地の高度利用の促進、バリアフリー化」を掲げている。これらの目標の背景には、中心市街地の空洞化や木造老朽家屋の密集といった課題があるとされる。

このマスタープランをもとに、函館市は「函館市中心市街地活性化計画」を作成した。そして、基本コンセプトを『潮風と歴史のロマンがかおる賑わいのまちづくり』とし、街のシンボルとなる拠点づくりや、古さと新しさが混在する美しい街並みの形成、交流拠点としての商店街づくりなどといった基本方針を示した。これを機に函館市は平成10年度以降、函館駅前土地画整備事業に着手し、平成16年には函館駅の改修工事、駅前広場の整備等が完成した。また、平成13年には、都心の緑の軸となり、商業的利用にも対応できる広場空間としてグリーンプラザ整備事業を行った（表2）。これにより、グリーンプラザは新たなイベント広場としてリニューアルされた。図4は上記の事業を含む各種事業（表1）が行われた場所を地図上に示したものである。

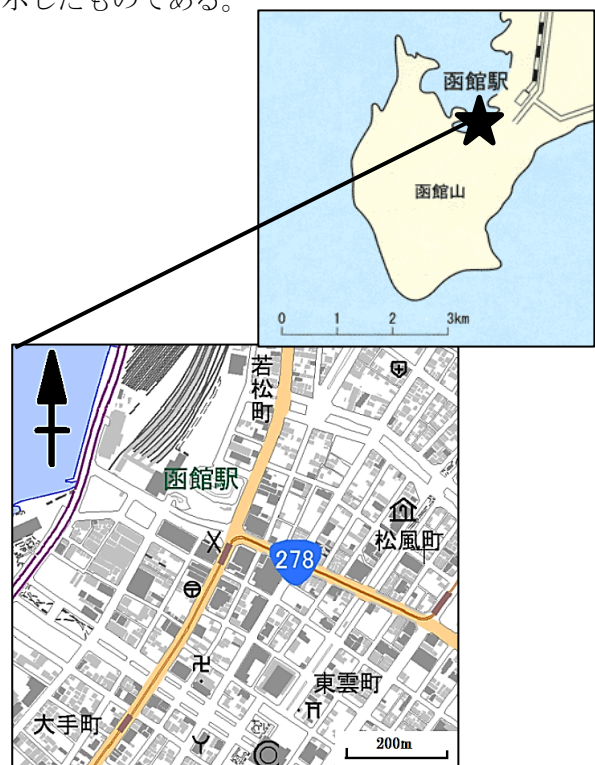


図3 調査地域の地図

ウォッチーズ 「函館」 25000分の1の地図を加工

表1 中心市街地の動向

公共施設整備	官民協働の取り組み
A 函館駅前土地区画整理事業	1 TMOビル
B グリーンプラザ整備事業	2 大門横丁
C 港湾環境整備事業	3 借上市営住宅
D 市電停留所の改善	4 高齢者向け賃貸住宅
E 市道中臨港線歩道/バリアフリー化	5 大門キッズスタジアム

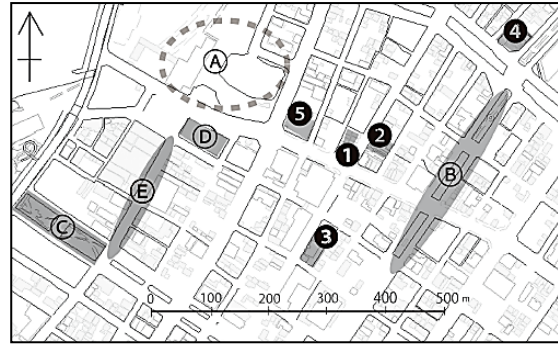


図4 中心市街地の動向

表2 (株) TMO を軸とした中心市街地活性化への取り組み

事業	はこだてグリーンプラザ管理委託事業	大門横丁事業
		
内容	イベント広場の運営・管理	商店街づくりの推進
成果	7~9月にはイベントで賑わう	集客力もあり、売上高も上昇
課題	さらなる広場の活用	駐車場の場所を利用者に認識してもらう
事業	チャレンジショップ事業	中心市街地エリアカルテ委託事業
	空き店舗を開業希望者に貸出し、独立開業までのサポートを行う	
内容		空き地や駐車場の実態調査
成果	10名が空き店舗で開業	空き地・空き店舗情報の提供
課題	人通りのある場所の空き店舗を使用する	空き地・空き店舗は年々増加している

これは年に一度、空き地、空き店舗、駐車場等の実態調査を実施し、エリア内におけるカルテを作成するものである。平成15年からは函館市のホームページ上に「中心市街地空き地・空き店舗情報」として、所有者が売買・賃貸を希望する物件についての情報を公開している。(表2)

III 研究方法

以上に挙げた JR 函館駅前・大門地区における市や TMO の活動が、住民の函館に対するイメージにどう影響を与えているのかを明らかにするため、下記の通りアンケート調査を実施した。主な設問は、「回答者の職業・年代別属性」「函館駅周辺の実態」「JR 函館駅前に対するイ

メージ「函館駅前に求めるもの」である。

「函館駅周辺の実態」に関しては、平成10年度策定のマスタープランにおける函館駅前・大門地区の目標の内容を大きく4つに分け、その4項目について「非常にあてはまる」から「全くあてはまらない」の5段階で評価するものである。

「JR 函館駅前に対するイメージ」に関しては、意味尺度法（SD法）を用いてアンケートを行った。意味尺度法とはあるもののイメージを捉えるのに、「明るいー暗い」「暖かいー冷たい」などのように相反する形容詞を両極に置き、そのものの実際のイメージが両極間のどの辺に位置づけられるかを心理的に評定しようというものである。

「函館駅前に求めるもの」の質問に対しては、自由記述、もしくは口頭での回答を求めた。

アンケート調査および聞き取りは、平成23年9月27日～29日の3日間に函館駅前・大門地区において、調査依頼を引き受けてくださった函館市民を対象に行った。その結果、男性18名、女性32名の計50名の協力が得られ、それらのアンケート結果を分析対象とした。

表3 回答者の職業・年代別属性

	学生	自営業	主婦	会社員	タクシー	洋服店	アルバイト	無職	合計	(%)
10代	7								7	14
20代				1					1	2
30代			4			2	1		7	14
40代		1	2		1				4	8
50代		2	2	1	2			1	8	15
60代			2		1			9	12	24
70代～		1						10	11	22
合計	7	4	10	2	4	2	2	19	50	100

IV 調査結果

IV-1 函館駅前・大門地区の実態の分析

(1) 「生活に必要なものが全て函館駅前であまかなえるので便利だ」という項目に対して、図4-aの通り、函館駅前の商業機能としての便利

さを感じていない人が全体の半数以上を占めた。また、年代別の内訳を見てみると、函館駅前に便利さを感じているのは高齢層が多く（図4-b）、逆に便利でないと感じているのは若者・中年層に多いことが分かった（図4-c）。また、自由回答からは「生活に身近なものを買う場所がない」「駅前では必要なものが買えないから、初めから五稜郭の方へ行ってしまおう」などといった住民の声もあり、函館駅前の商業施設は若者・中年層のニーズにできていないと言える。

(2) 「函館市の中心としての個性や魅力のある商店街が多い」という項目に対して、図5からは、商店街に魅力を感じている住民は少なく、一方で魅力を感じていないという回答が全体の6割を超えたことが分かる。自由回答からその理由を見てみると、「あてはまらない」と回答した人の意見として「空き店舗の多さ」がある。そのためか、「商店街に行かなくなった」との声も聞かれた。しかし、その一方で、商店街で洋服店を営む30代の女性は「商店街のお店は少ないながらも、出しているお店は魅力あるものが多い」と回答している。

(3) 「高層マンションや、お店や観光施設と複合した住宅が多く空き店舗や空き地が少ない」という項目に対する回答を示した図6に特徴的なのは、「全くあてはまらない」と回答した人だけで6割を超えている点である。このことから、多くの住民が「空き店舗や空き地が多い」と感じていることが分かる。また一方で、全体の約2割が「あてはまる」と回答している。あてはまるとの回答者は全て70歳以上の高齢者であった。

(4) 「函館駅前はバリアフリーが充実している」という項目に対しては図7より、バリアフリーが充実していないと回答した人が、充実していると回答した人を上回る結果となった。また、回答に多かったバリアフリーの内容として、

トイレ設備の充実や、デパートや駅構内のバリアフリーが挙げられる。後者は平成6年に施行されたハートビル法（※）の影響に因るところが大きいと考えられる。

※ハートビル法：公共性の高い建築物に対して、高齢者や身体障害者らに利用しやすい施設設備を求めた法律。平成12年（2000年）に施行。

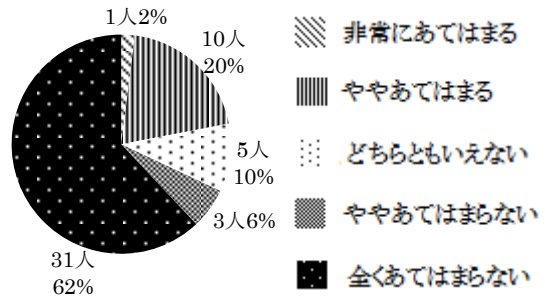


図5 問1(2) 函館市の中心としての個性や魅力ある商店街が多い

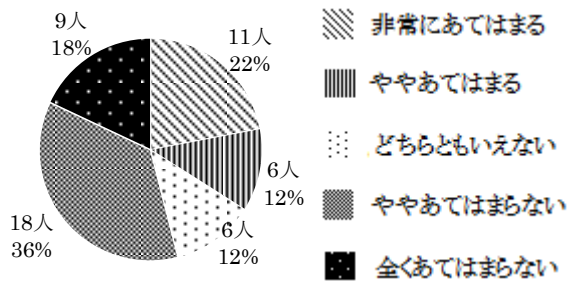


図4-a 問1(1) 生活に必要なものが函館駅周辺で全てまかなえるので便利だ

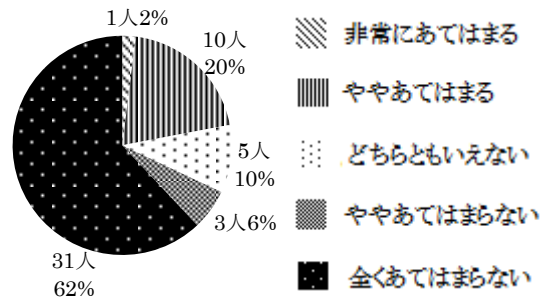


図6 問1(3) 高層マンションや、お店や観光施設と複合した住宅が多く空き地や空き店舗が少ない

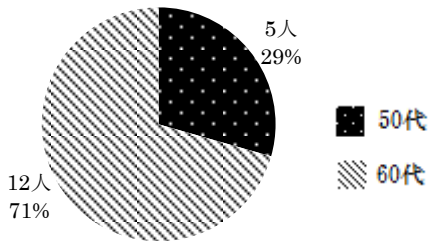


図4-b 問1(1) 「あてはまる」回答者

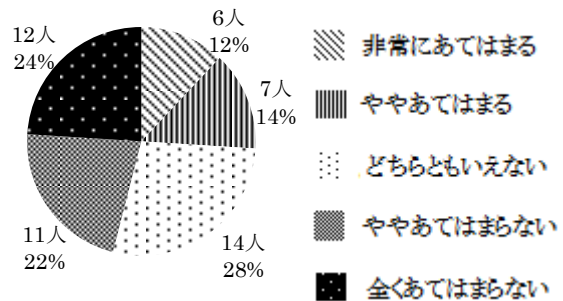


図7 問1(4) 函館駅前にはバリアフリーが充実している

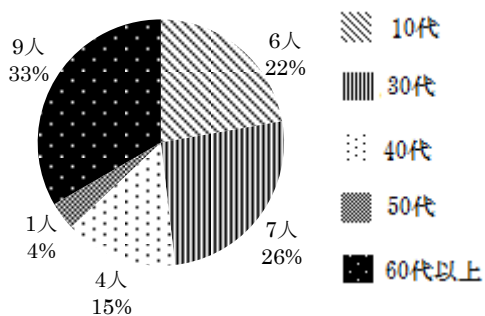


図4-c 問1(1) 「あてはまらない」回答者

表 4 自由記述と聞き取りによる回答

肯定	否定
<ul style="list-style-type: none"> ・函館駅は新しく、きれいだ。 ・函館駅前に遊ぶところがあれば行くだろう。 ・市が賃貸料を補助するなどして、新しくお店を出しやすい工夫をしてほしい。 ・高齢者に優しい歩道の整備が必要。 ・函館に訪れるリピーターを増やすべき。 	<ul style="list-style-type: none"> ・函館駅が奥に入ってしまい、見えづらい。 ・大門地区は寂れた。 ・松風町はとても寂れている。 ・海産物をもっと売り出すべきだ。 ・五稜郭の方が活発だ。 ・交通の便が悪い。 ・人通りが少ない。

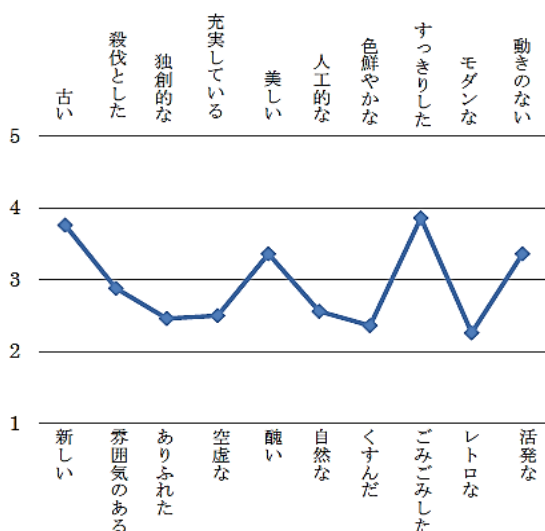


図 8 SD 法による駅前イメージ構造

IV-2 函館駅前周辺のイメージ構造

図 8 は函館駅前周辺のイメージ構造を SD 法によってグラフ化したものである。SD 法では言葉でイメージを測定するので、「明るいー暗い」「上品なー下品な」などに分けて測定する。今回は、坂野(2002)で用いたものを参考に、相対する言葉の組み合わせを 10 個抽出し、それらを 5 段階に分けて測定した。折れ線はイメージの平均値を示している。グラフは値が言葉に近づけば近づくほど、その言葉のイメージが強くなることを示している。ただし、言葉の組み合

わせによっては住民のイメージが両極に偏り、その結果、平均値としてみると特化状況が相殺されてしまったものもある。

その中でも、「古い」「くすんだ」「すっきりした」「レトロな」「動きのない」のイメージが突出していることが分かる。この結果をもとに、異なる言葉の組み合わせによる相関関係を図 9 に示した。図 9 は 2 つの言葉の組み合わせ（グラフ内では「形容詞対」と表記）を比較したものであり、それぞれ実線と破線で示している。横軸は図 8 と同様に言葉に近づくほどそのイメージが強くなることを表し、縦軸はそのイメージをもった人数を表している。

「古い」というイメージに関しては、「非常に古い」のイメージを持った人が 50 名中 28 名と多い。この「古い」という意味の解釈として、住民が昔ながらのレトロなイメージと捉えているのか、老朽化し寂れたイメージと捉えているかを判断する必要がある。図 9-a からは、レトロなイメージという良い意味での「古さ」を住民が感じていることが分かる。レトロだと感じる要素としては、大門横丁や昔からある朝市の商店が挙げられる。また、図 10 より 30~40 代で「レトロな」イメージを持った割合が 8~10 割と非常に高い。一方、図 9-b からは老朽化した建物や空き店舗から「くすんだ」イメージとして古いイメージを抱く住民もいることがうかがえる。

次に「すっきりした」イメージに関して、「非常にすっきりした」というイメージを持った人が 27 名と多い(図 9-c)。この「すっきりした」の解釈としては、「動きがない」イメージとほぼ等しいことが分かる。ここで言う「動きのない」とは人の往来が活発でないことを表す。また、図 9-d から「空虚な」イメージとも近いと言える。10 代はショッピングモールやゲームセンターのない函館駅前を閑散としていると感じ、50 代は昭和 30~40 年頃に賑わっていた大門地区の飲み屋街の衰退をこの結果に示しているということが、アンケートの自由記述や聞き取り

から明らかになった。

50代男性は「30~40年前は遠洋漁業で港が賑わい、同時に飲み屋街も多くの漁師で賑わった。だが今は、もっぱら観光客目当てだから空洞化は進むし、夜には人がいなくなる」と話した。30代女性は「子どもの頃よりだいぶ閑散としてしまった。昔はお店が何でもあったが、今は買い物をするために五稜郭へ行く人が多くなった」。

10代女性は「遊ぶところがない。私にとって函館は電車で素通りするところだ」と回答した。

また、「雰囲気のある一殺伐とした」という形容詞対のイメージは、イメージが二極化した項目である(図8)。「雰囲気がある」と回答した12人中11人が函館駅構内でアンケートに回答しており、一方「殺伐とした」と回答した全員が駅から離れた松風町や東雲町(図3)で回答していたことが、結果に大きく関わると考えられる。

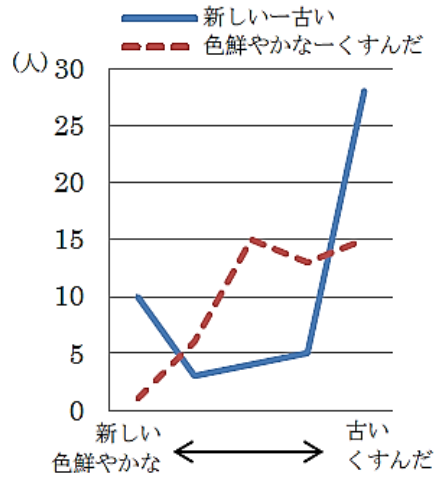


図9-b 異なる形容詞対の相関関係

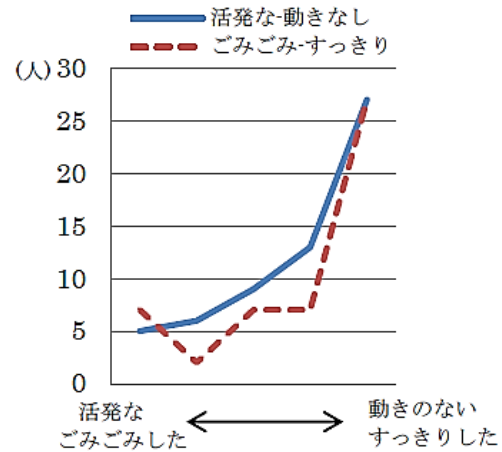


図9-c 異なる形容詞対の相関関係

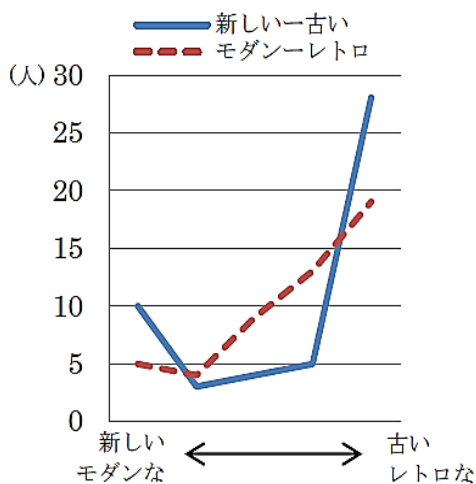


図9-a 異なる形容詞対の相関関係

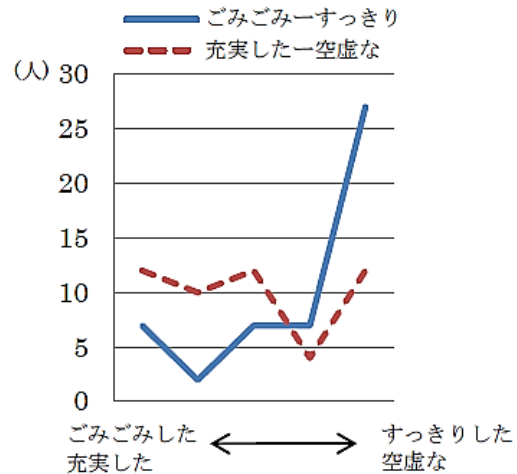


図9-d 異なる形容詞対の相関関係

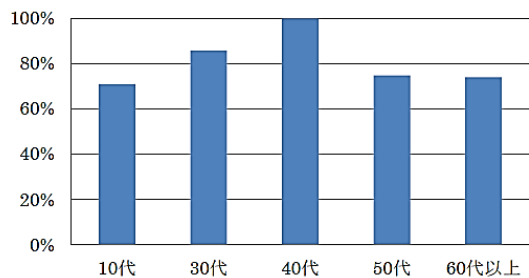


図 10 「レトロな」と回答した人の年代

V 考察

以上の結果より、函館市の取り組みとその反応としての住民のイメージや住民の感じている函館駅周辺の実態を対応させて考察する。

V-1 函館駅前土地区画整理事業 / グリーンプラザ整備事業

SD 法によるイメージ調査の結果、「すっきりした」と回答した人は全体の 6 割以上、「美しい」もおおよそ 4 割と、これらの事業によって近代的・開放的な空間が設置されたといえる。しかし一方で、整備によって道幅が広くなりすぎたがゆえに「動きがない」「空虚な」といったイメージにつながっているともいえる。

V-2 大門横丁事業

全体の 6 割以上の方が函館駅前周辺に対して「レトロな」イメージを持ち、その回答者の多くが大門横丁のことを想起していた。先にも述べたように、30～40 代で「レトロな」と回答する割合が高かったことから、レトロな雰囲気を売りにした大門横丁が中年層に認知されていると考えられる。

V-3 チャレンジショップ事業 /

中心市街地エリアカルテ作成事業

チャレンジショップ事業は、空き店舗を開業希望者に安く貸し出し、実践を通して経営ノウハウを学んでもらうことで、将来的に独立開業できる人材を育成するものであり、空き店舗対策の効果も期待されている。しかし、現状はエ

リアカルテから空き店舗が増加の一途をたどっていることが明らかになっており、その結果、回答者の 7 割近くが「空き店舗や空き地が多い」と感じていると言える。また、表 4 から分かるように、新しくお店を出しやすい工夫をしてほしいと願う人がいる一方で、実際に市の行ったチャレンジショップ事業が認知されていない現状がある。また、そういった需要があるにもかかわらず、この事業を打ち切ってしまったことについて、再検討する必要があるといえる。

V-4 バリアフリー化

「バリアフリーが充実している」に対して「あてはまらない」と回答した人は全体の約 45%であった(図 7)。函館駅前での聞き取りにおいて、30 代女性は「子どもを乳母車に乗せて駅を歩くと段差が多くて非常に歩きづらい」と話した。また、意識したこともなかったという住民も多く、その結果「どちらともいえない」の回答が多くなっていると考えられる。実際に、駅やグリーンプラザにある公衆トイレは障害者用の設備が整っていた(写真 1)。それにもかかわらず、「バリアフリーが充実していない」と感じる住民が多いことから、住民の意識改革ができるほどにバリアフリーは波及していないと言える。



写真 1 函館駅構内の公衆トイレ

以上を踏まえて、平成10年度におけるマスタープランの函館駅前周辺地区の目標「各種高次都市機能の集積、都心としてふさわしい魅力や個性・テーマ性を持った商業ゾーンの形成誘導、土地の高度利用の促進、バリアフリー化」に沿って、1) 商業的役割 2) 景観環境の整備 3) 土地の有効利用の3点に重点を置いてまとめる。

1) 商業的役割について

函館駅前周辺にはいくつかの百貨店があるものの、住民のニーズに応えるような商業施設がない。函館駅前周辺に便利さを感じているのは年配層に限られて、若者の足が遠のいている現実がある。住民は郊外（五稜郭方面）の大型スーパーを利用することが多く、坂野（2002）の研究結果と同じ傾向がみられる。つまり、住民にとって駅前には商業的機能を果たしておらず、意識的に避けがちだと言える。しかし、近年はデパートの地下に日用品売り場ができたり、国道沿いにドラッグストアができたりと（写真2）、住民のニーズに応えた日用品店も登場し、変化してきている。

また「大門横丁事業」が実施され、中年層を中心にその認知度は高く、今後大門横丁を拠点とした商店街の活性化が期待される。



写真2 国道沿いのドラッグストア

2) 景観環境の整備について

函館駅前周辺に「古い」「寂れた」というイメージを抱く住民が多く、周辺の建物の老朽化や空洞化が進んでいるという状況は、マスタープラン策定当時から変化がないことが明らかになった。しかし、住民の間に函館朝市や大門横丁

のイメージがしっかり定着しており、古さをレトロと感じている住民もいる。

一方、「すっきりしている」「美しい」と感じる人も多く、函館市の行ったグリーンプラザ整備事業や函館駅前土地区画整備事業によって近代的な開けた空間が設置されたことが住民の景観的なイメージに影響している。これら整備事業に対する住民の意見は賛否両論あり、すっきりしすぎて「閑散とした」イメージを持つ住民も多かった。

以上の2点から、行政の目指した「古さと新しさが混在する美しい街並みの形成」は大門横丁事業や各種整備事業によって達成されつつあると言える。

3) 土地の有効利用について

マスタープラン策定当時の函館駅前周辺の課題は、空き地・空き店舗の利活用であり、坂野（2002）の中でも駐車スペースの確保が課題となっていたが、函館駅前土地区画整理事業によって函館駅前の駐車スペースが十分に確保できるようになった。整然とした函館駅構内に「雰囲気のある」「美しい」イメージを抱く住民も多い。しかし、少し駅から離れると依然として空き地が多く、住民はそのような空き地を有効活用し、商店用の駐車スペースを作ってほしいと感じている。また、空き店舗も年々増加しており、住民のイメージに示されている。これに伴い、函館市は空き店舗対策として「チャレンジショップ事業」を行ったが、平成16年には打ち切られており、十分な効果はなかったと言える。平成23年には新しいマスタープランが策定され、今後の空き地・空き店舗対策に期待がかかる。

V 結論と今後の課題

本稿では、住民の函館駅前に対して抱くイメージを明らかにするとともに、函館市の政策や

まちづくり事業がどう住民のイメージに影響しているのかを分析した。この視点により明らかになったことは以下の通りである。

- ・函館駅前に対し、「古い」「寂れた」というイメージを持つ住民が多い。これには空き地や空き店舗が多いことが影響している。
- ・「レトロ」というイメージを持つ住民も多い。これには、函館朝市や大門横丁事業が影響している。
- ・「すっきりしている」「美しい」というイメージを持つ住民が多い。これには、グリーンプラザ整備事業や函館駅前土地区画整備事業が影響している。

今回は **JR** 函館駅周辺地区として、若松町、大手町、松風町、新川町、東雲町でアンケート調査を行った。しかし、人によってそれぞれ「函館駅前」の捉え方が異なり、新築されたばかりの **JR** 函館駅を想起する人もいれば、空き地・空き店舗の多く存在する場所や開放的なグリーンプラザを想起する人もおり、それらはアンケートをどこで行ったかに大きく起因した。今回、場所を区切ったアンケート調査は行わなかったのは、できる限り多くのサンプルを集めるためである。しかし、せめてどの範囲を函館駅前としているのかを提示することで、より回答に一般性を持たせるべきだと感じた。

また、行政や企業の行った事業内容の事前調査が不十分であったため、**SD** 法で分析する際の相対する言葉の組み合わせを厳選できなかった。その結果、市の取り組みとその反応としての住民のイメージが十分に対応させられなかったことも反省点として挙げられる。

VII 謝辞

本稿を作成するにあたり、お忙しい中お時間を割いて下さった函館市役所都市建設部の久保田様、(株)TMOの佐藤様には、心より御礼申し上げます。また、函館市住民の方々には突

然の依頼にも関わらずアンケートに快くお答え頂き、多大なるご協力を頂きました。有難うございました。

引用文献

伊藤悟 (1994) 北陸地方における都市のイメージとその地域的背景. 人文地理, 46-4, p. 353-371.

内田順文 (1987) 地名・場所・場所イメージ- 場所イメージの記号化に関する試論-. 人文地理, 39-5, p. 391-405.

坂野廣一郎 (2002) JR 函館駅前顔づくり計画と函館市のイメージに関する計画. 名古屋大学文学部地理学教室紀要『函館』, p. 91-103.

谷津憲司 (1998) 地方商店街における景観の構成に関する研究. 日本建築学会大会学術講演梗概集.

函館市都市計画マスタープラン (1998) 函館市, p. 23-60.

函館市中心市街地活性化基本計画 (1999) 函館市.

新函館市都市計画マスタープラン (2011) 函館市, p. 86-91

函館市ホームページ (2012. 2. 17 現在)
<http://www.city.hakodate.hokkaido.jp>.