

# 街頭アンケートによる鉄道駅における「駅らしさ」に関する一考察

北海学園大学大学院 学生会員 竹澤 晋一  
北海学園大学工学部 正会員 上浦 正樹  
北海道旅客鉄道(株) フェロー 白井 幸彦

## 1. はじめに

近年、都市化が進み近代的な様式を有した建築物が建設されている。その中で日常頻繁に利用される代表的な建築物の1つに鉄道駅が挙げられる。本来鉄道駅は、人や貨物を移動輸送する事から交通の結末点としての役割は大きく、そのことから鉄道駅を中心として都市、まちに広がりを見せていった。また、地域、都市のシンボル、ランドマーク的存在となりうる鉄道駅は公共的建築物といえよう。このように都市が広がりを見せていく中で、鉄道駅は駅の機能と街の雰囲気有した建物である。このような雰囲気を「駅らしさ」と定義する。しかし、その雰囲気も、個人によって感じ方が様々であり認識も異なる。例えば、駅の大小といった規模、通勤や通学に普段利用する者と観光客といった利用頻度。また、若者と高齢者といった年齢層では、それぞれ感じ方が異なると思われる。そこで今回、JR利用者に対して街頭アンケート調査を行い、駅の規模とJR利用頻度、利用者の年齢層に注目し、鉄道駅がどのように認識されているのか把握する事を目的とした。

表 - 1 アンケート集計内容

【設問】	
設問1：駅らしい駅名はどこですか。	
設問2：駅らしい理由は何ですか。	
設問3：駅らしい理由に結びつく場はどこですか。 以下の7項目から選んでください。	
⎧ 1, 駅を含む周辺の街並み    2, 駅前広場 ⎫ ⎨ 3, 駅の外観    4, 駅の内部    5, ホーム ⎬ ⎩ 6, 線路    7, その他 ⎭	
設問4：駅らしい理由に結びつく具体的な物は何ですか。	

## 2. 街頭アンケート調査

街頭アンケートの作成に関して本研究では既往研究から被験者のイメージを体系的に把握し、鉄道駅の認識に対する思考傾向を追及することのできるレパトリー・グリット発展手法を考慮し作成した。街頭アンケート実施の前段に妥当性を確認するための予備調査アンケートを行い<sup>1)</sup>、妥当性を確認した後に街頭アンケートによる本格調査アンケートを行なう事とした。「駅らしい駅」について設問の内容を表-1に示す。実施場所は札幌駅構内で行い、利用者の全般の意見が反映できるように年齢、性別がほぼ均等になるように行った。また、調査期間は、平日と休日による利用者の状況考慮して1998年12月3日(木)、6日(日)の2回に分けて実施した。

## 3. 研究の方法と調査の内容

街頭アンケートは多数となり、択一式の設問でなく記述式の回答を求めることから集計が困難である。そこでアンケート内容全体を体系的に分類するために分類項目を用い物理的側面に関することと、心理的側面に関すること

に分けて区分し集計を行なった。すなわち、建物の設計などを意味する「物理的要素」と物や景色を見て感じる事を意味する「心理的要素」によって鉄道駅を説明する。「物理的要素」には、駅、ホーム、待合場所、椅子、ベンチなどの物が「造形」にあたる。「心理的要素」には、それを知覚することによって作られる、「印象」がある。これらが思考を深めていくことで総合的に考えるようになる。たとえば、駅、ホーム、椅子等の「造形」は、複数の「経験」によって使いやすさを求め、機能的な要素を求める言葉である「利便性」で表す事ができる。また、「心理的要素」である「印象」が「評判」という形で人・地域に浸透する。周辺地域に広まり、人、土地の文化とし

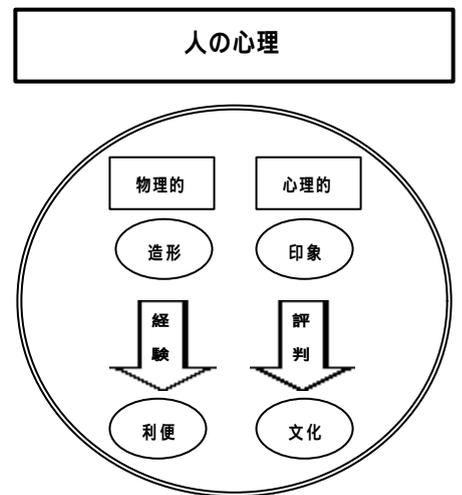


図 - 1 思考階層モデル

キーワード：駅らしさ レパトリー・グリット発展手法 主成分分析

連絡先：〒064 9026 札幌市中央区南26条西11丁目 北海学園大学 TEL011 841 1161 FAX011 551 2951

て根づくことで「文化性」という言葉で表すことができる。以上のことから、「物理的要素」の「第1段階」で「造形」、また、「第2段階」で「利便性」という言葉で表現する。また、「心理的要素」の「第1段階」で「印象」、「第2段階」で「文化性」とする(図-1)。

#### 4. 集計結果と分析の比較

被験者の属性を表-2に示す。被験者の属性として年齢と性別がほぼ全体に分布していることから、街頭アンケートには地域住民の各世代の意見が反映されていると考えられる。

本研究では、4分類項目を用い集計した。街頭アンケートの回答で設問1の駅名と、被験者の属性からJR利用頻度、さらに各年齢層で比較し、それぞれの視点から考察を行なった。

集計は「駅らしい理由」を、駅名と年齢、JR利用頻度について行った。各集計の範囲として駅

名集計では、県庁所在地の駅を大規模駅とし、それ以外の都市の駅を中規模駅、都市以外の駅を小規模駅とし集計した。JR利用頻度集計では、0~5回/月を低利用層、6~20回/月を中利用層、21回/月~を高利用層として集計した。年齢集計では、11~30代を若者層、31~50代を中年年齢層、51代~を高年齢層として集計し図-2に示した。各集計から言えることとして以下に示す。

- ・ 駅の規模から小規模駅、中規模駅では「印象」、大規模駅では「利便性」が最も高い。
- ・ JR利用頻度から低利用者は「印象」が高く中利用者、高利用者では「利便性」が最も高い。
- ・ 年齢別から若者層では「利便性」が中年年齢層、高年齢層では「印象」が最も高い。

次に、駅らしい理由についてそれぞれ主成分分析を行った。第1主成分の寄与率は駅の規模で76%、JR利用頻度、年齢別で99%となった。第1主成分の結果を図-3に示す。この結果から年齢層とJR利用頻度の形状が類似しているため、年齢と利用頻度では認識に大きな違いがないと考えられる。

#### 4. おわりに

以上の集計結果より、鉄道駅の認識は駅の規模、JR利用頻度、年齢別それぞれ影響を与えていることがわかる。また、主成分分析結果から、駅の規模では各集計間で認識の差は見られるが、JR利用頻度、年齢別の各集計間では認識の差が小さいと考えられる。

<参考文献>

1) 上浦正樹、臼井幸彦、高井真希子、竹澤晋一(1999.9)「鉄道駅における駅らしさに関する研究」、第54回年次学術講演会講演要旨集 第 部門

表-2 被験者属性表

1. 年齢		3. 職業	
年齢	回答数合計	職業	回答数合計
0~10代	0	会社員	60
11~20代	59	学生	58
21~30代	40	主婦	21
31~40代	22	公務員	23
41~50代	30	自営業	9
51~60代	20	無職	5
61~70代	18	農業	4
71~以上	1	栄養士	1
合計	190	看護師	1
		教員	1
		サービス	1
		事務員	1
		販売	1

2. JR利用頻度		4. 性別	
JR利用頻度	街頭数合計	性別	回答数合計
JR利用頻度	街頭数合計	小計	186
0~5回/月	110	無回答	4
6~10回/月	16	合計	190
11~15回/月	9		
16~20回/月	11		
21~25回/月	2	性別	
26回/月~以上	24	男	105
無回答	18	女	85
合計	190	合計	190

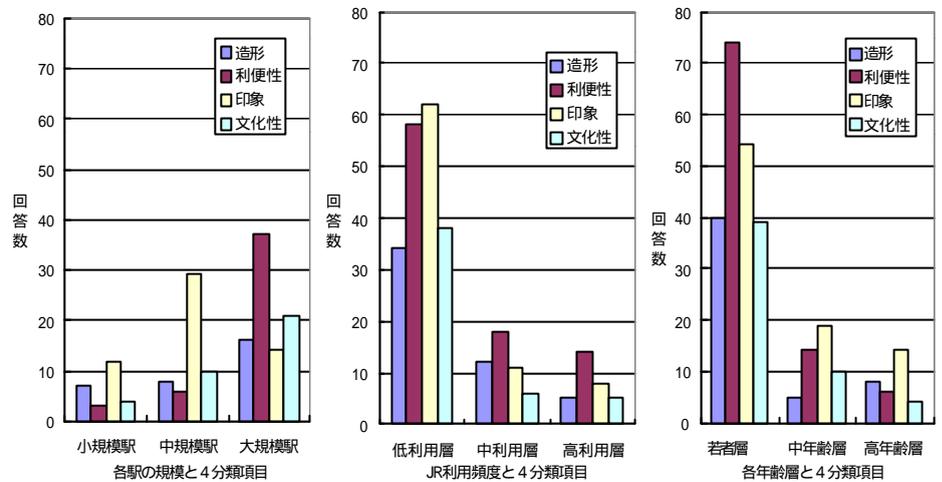


図-2 駅の規模、JR利用頻度、年齢別集計

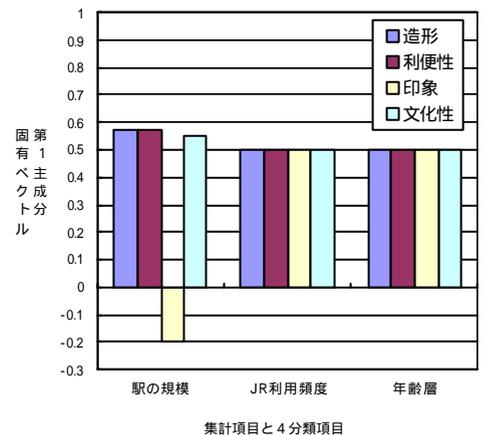


図-3 各集計、固有値の第1主成分