

北九州の魅力向上に向けた都市イメージに関する考察 —全国主要都市との比較調査結果より—

片岡寛之

- I 研究の目的と背景
- II 都市間比較調査における都市イメージの評価方法と結果
- III 都市イメージ調査における北九州の評価結果について
- IV 北九州の魅力向上に向けて

<要旨>

近年、中心市街地の衰退が全国の地方都市で深刻な社会問題となっている。そのような状況を改善し、活性化を図るべく、これまで多くの議論がなされ、それとともに法改正も行われてきた。

以上のような背景を踏まえ、本研究では、北九州の活性化に向けた都市政策のあり方を検討するために、都市イメージという側面からのアプローチを試みた。具体的には、まず、全国の主要都市間での都市イメージの比較調査結果をもとに、その全国的な傾向を示し、次に、北九州を対象を限定した考察により、都市イメージの構成要素ごとに取り組みの方向性を示し、最後に、北九州の魅力向上のために、重点的に取り組むべき内容をまとめた。

<キーワード>

都市イメージ (City Image)、都市景観 (Urban Landscape)、地方都市 (Regional Cities)

I 研究の背景と目的

戦後の高度成長期以来、わが国の都市は、人口の増加とともに発展と成長を繰り返し、その規模を拡大してきた。しかし、産業構造の転換をはじめ、社会情勢及びライフスタイルの変化等によって、都市構造にも変化が生じ、近年では多くの地方都市において、中心市街地の衰退が深刻な社会問題となっている。

これまで、都市計画の現場では、そのような時代背景や社会及び経済状況を踏まえつつ、都市をより良い方向へと導くべく、法改正を繰り返してきた。それは、経済至上主義により失われつつある都市のアイデンティティを模索する過程であるとも捉えることができる。

2006年8月に改正された中心市街地活性化法^(注1) (以降、新中活法)では、「選択と集中」というスタンスによって、国による支援スキームが抜本的に見直された。新中活法では、市町村が策定する基本計画の認定が内閣総理大臣に格上げされ、当該区域内での事業の実現性や有効性などについてかなり高い精度が求められるようになった。それと同時に、今まで以上に地方自治体の自主性や自立性が強く求められる内容となった。過去の反省を踏まえると、この自主性や自立性こそが、特に地方都市の活性化を図る上で、その成否を分ける大きな要因の一つになると考えられる。今後は、その拠り所となり得る都市のアイデンティティについて再認識する作業が必要となる。その際の手がかりの一つとして、本研究では都市イメージ^(注2)について考えてみたい。

都市イメージは、一朝一夕では得られず、長い年月の積み重ねによって、世間に浸透していくものである。また、都市イメージは、人の行動を喚起し、生活様式を左右するほどの力を持っており、都市の魅力

が何であるかを表すものと捉えることもできる。しかし、これらは漠然としたスローガンのような形で表現されることが多いため、それを具体的な都市施策に反映させることは困難である。とはいえ、その個性をうまく政策に結びつけていく作業こそが、地方都市の自主性や自立性を生み出す第一歩となる。

また、観光をはじめとするビクターズインダストリーの振興が全国的にも注目^(注3)されている現在、都市の魅力について、様々な視点から見つめ直すことは、産業振興という観点からも必要性が高い。その視点の一つが都市イメージであり、構成要素を明確に示した上で評価を行い、結果を比較することによって、都市の個性や魅力をうまく政策立案に反映させるための判断材料を得ることができる。

筆者は、これまでに住みよい都市を考える上での都市イメージについて、全国の主要54都市^(注4)を対象とした比較調査を行った。しかし、そこでは調査結果に対する十分な考察を行っていない。

以上を踏まえ、本研究では、上述の比較調査における都市イメージの検討過程及び評価結果をもとに、北九州を対象を限定した考察を加え、都市イメージの構成要素ごとに取り込みの方向性を示すこと、それをもとに、北九州の魅力向上を図る上で重点的に取り組むべき事項を抽出することを目的としている。

(注1) 中心市街地活性化法は、1998年、いわゆるまちづくり3法の1つとして制定された。その後、全国の約640地区で中心市街地活性化基本計画が策定され、国からの認定を受けた。しかし、当初期待された効果が十分に得られないまま、2006年8月に法律が改正され、それらの計画は全て白紙化された。北九州市においても、小倉都心地区、黒崎副都心地区、門司港地区、若松地区、八幡地区、戸畑地区の6地区の計画が白紙化され、新しい中心市街地活性化法に基づく基本計画の策定に向けた検討が進められているところである。

(注2) ここで取り扱うのは、ケヴィン・リンチによる都市イメージ論を踏襲したものではなく、「イメージアップ」という言葉で表現される際の「イメージ」である。

(注3) 2003年、政府は観光立国懇談会の開催を決め、そこで2010年までに外国人観光客数の1000万人達成を目標として掲げた。それを受け、全国的にも観光を中心としたビクターズインダストリーの振興について関心が高まっている。北九州市においても、専門部署「にぎわいづくり企画課」(2006年4月)や、推進組織「にぎわいづくり推進本部」(2006年6月)を設置したほか、総合計画「まちづくり推進計画2010」で重要施策に位置づけるなど、ビクターズインダストリーの振興に向けた本格的な取り組みをはじめている。

(注4) 東京23区を除いた全国の政令指定都市及び都道府県庁所在都市に、三大都市圏(東京圏：埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県、名古屋圏：岐阜県・愛知県・三重県、大阪圏：滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県)以外に位置する人口30万以上(平成12年10月時点)の都市を加えたもの。

Ⅱ 都市間比較調査における都市イメージの評価方法と評価結果

ここでは、「住みよい都市—全国主要都市の比較調査—」の内容をもとに、都市イメージの構成要素や評価方法についての考え方をまとめ、評価結果に関する考察を行う。調査の概要は以下の通りである。

都市間比較調査の目的は、都市の住みよさに関する多数の要素について多くの都市間で比較し、各都市の長所や短所を把握することによって、都市政策立案のための有用な情報を提供すること、また、市民が自分の暮らしている都市を見直す契機を得るための素材を提供することである。

都市の評価を行うために、まず、都市の住みよさを表す要素を、「自然」、「居住」、「経済」、「公共基盤」、「文化・教育」、「健康・安全」、「都市イメージ」の7項目に大別し、次に、各項目を中項目、小項目へと階層的に分類し、さらに、小項目ごとに評価指標及び評価方法を定めた。それをもとに、各種統計データの収集や現地調査等を行い、各都市の評価を行った。その評価値を偏差値化して、中項目で平均化、大項目で平均化したものを最終的な都市の評価結果とした。

1 都市イメージの考え方について

都市イメージとは、都市社会の様々な側面を感覚的に捉えたものである。そして、感覚的であるが故に、その視点（都市のどんな部分を指しているのか）や、捉え方（特定のイメージについて、良いと考えるか悪いと考えるか）、結果として連想される内容は様々である。また、人は都市イメージによって直接的に住みよいと感じることよりも、都市イメージによって得られる何らかの感覚を通じて住みよい、もしくは住んでみたいと感じることの方が多いと考えられる。

2 都市イメージの構成要素

まず、人々が都市社会を介して共有すると思われる代表的な感覚として、「楽しさ」、「美しさ」、「誇らしさ」という3つの代表的な感覚を取り上げた。次に、それらの感覚が人々と都市との間のどのような関係性から生まれるものなのかを考え、その関係性を端的に表せる要素を都市イメージの中項目とした。

「楽しさ」は、主に都市内での活動や体験を通して得られる感覚であることから、1つ目の項目を「余暇・娯楽」、「美しさ」は、都市の姿かたちを視覚的に捉えることで得られる感覚であることから、2つ目の項目を「都市景観」、「誇らしさ」は、都市の有する歴史や文化に触れることで伝わってくる感覚であることから、3つ目の項目を「誇り・知名度」とした。

さらに、以上の3項目を次のような視点でそれぞれ細分化（表1）した。まず、余暇・娯楽については、生活に潤いや楽しさをもたらす要素として、「買い物・食事」、「スポーツ観戦」、「娯楽」という3項目、次に、都市景観については、そのものの姿から美しさを感じさせる要素であるため、不特定多数の人の目に触れやすく、より強い印象や影響を与えやすい「駅前の景観」、「商業地区の景観」、「業務地区の景観」という3項目、最後に、誇り・知名度については、都市固有の歴史や文化等を人々に伝える媒体、もしくは、それに起因して得られる要素として、「名所・旧跡」、「祭り・イベント」、「知名度」という3項目に分類した。

3. 都市イメージの評価方法と評価結果

（1）評価方法

主に定性的な評価基準を独自に設定し、それをもとに5段階評価を行った。また、「1-1買い物・食事」、「2-1駅前の景観」、「2-2商業地区の景観」、「2-3業務地区の景観」については、全対象都市において現地調査を行った。

なお、統計数値を用いない定性的な判断基準による評価では、主観的な判断に偏りやすいので、全ての項目について、根拠となる情報や写真等を示しながら、調査スタッフ間での検討を重ね、最終的な評価を下した。表2に9つの小項目の評価基準を示す。各項目の評価対象及び評価の基本的考え方は以下の通りである。

表1 都市イメージの評価項目一覧

1. 余暇・娯楽	2. 都市景観	3. 誇り・知名度
1-1 買い物・食事	2-1 駅前の景観	3-1 名所・旧跡
1-2 スポーツ観戦	2-2 商業地区の景観	3-2 祭り・イベント
1-3 娯楽	2-3 業務地区の景観	3-3 知名度

表2 各項目の評価基準

1 余暇・娯楽	「1-1 買い物・食事」	
	評価	評価基準
	5	繁華街に広がり・回遊性があり、非常に多くの店が集積していて、選択の幅が十分にあり、活気ある雰囲気である
	4	「繁華街にある程度の広がりがあり、多くの店が集積している」または、「特徴的な繁華街があり、多くの店が集積している」
	3	ある程度、店が集積していて、選択の幅がある
	2	繁華街にあまり広がりなく、あまり活気ある雰囲気ではない
	1	店の種類や数が少なく、活気ある雰囲気ではない
	「1-2 スポーツ観戦」	
	評価	評価基準
	5	次の2つ以上に該当する（プロ野球のホームチームがある、プロサッカーのホームチームがある、大相撲が開催される） 例：福岡→全て、横浜→野球とサッカー
	4	「上記の1つに該当する」または、「歴史のある国際的なスポーツ大会が毎年開催される」 例：大分→サッカー
	3	次のいずれか1つに該当（「国内で有名なスポーツ大会が毎年開催される」、「プロ野球またはプロサッカーの試合が年間数試合行われる」、「プロ野球のキャンプ地になっている」） 例：前橋→ニューイヤー駅伝、松山→プロ野球数試合、宮崎→プロ野球のキャンプ地
	2	地域で有名なスポーツ大会が開催される
	1	その他
	「1-3 娯楽」	
	評価	評価基準
	5	次に示す娯楽の多くが揃っており（アミューズメント施設等、スキー場、マリナレジャー、動物園、植物園、水族館、公営ギャンブル）かつ、有名な施設がある
	4	上記娯楽の多くが揃っている
	3	「ある程度、選択の幅がある」または、「選択の幅は広くないが、特徴的な面がある」
	2	選択の幅があまり広くない
	1	その他
2 都市景観	「2-1 駅前の景観」	
	評価	評価基準
	5	景観阻害要素が目立たず、駅前広場に十分な歩行者空間があり、樹木や植栽が配され、きれいに整備されている
	4	駅前広場にある程度の歩行者空間があり、樹木や植栽が配されていて、全体的にすっきりとした印象である
	3	次のいずれかに当てはまる（「駅前広場にゆとりはあるが、比較的景観阻害要素が目立つ」、「駅前広場にそれ程ゆとりはないが、比較的すっきりとした印象である」）
	2	以下のいずれかに当てはまる（「景観阻害要素はあまりないが、全体的に殺風景である」、「全体的に雑然とした印象である」）
	1	駅前広場に歩行者空間が少なく、景観阻害要素が目立ち、雑然とした印象である
	「2-2 商業地区の景観」	
	評価	評価基準
	5	景観阻害要素がほとんどなく、全体的にゆとりがあり、統一感のある美しいまちなみを形成している
	4	繁華街が、多くの樹木や植栽により美しく彩られている
	3	比較的すっきりとした印象である
	2	景観阻害要素が多く、ゆとりはあるものの、雑然とした印象である
	1	あまりゆとりがない上に、広告看板や放置自転車がかかり目立ち、雑然としている
	「2-3 業務地区の景観」	
	評価	評価基準
	5	特徴的な目抜き通りが豊かな並木や植栽で彩られ、雰囲気が良い
	4	「地区内の目抜き通りに美しい並木が連なり、開放感がある」または、「緑豊かで落ち着いた雰囲気の地区を形成している」
	3	「全体的に比較的落ち着いた雰囲気である」もしくは、「清潔感があり、すっきりとした印象である」
	2	ある程度のゆとりはあるが、やや閑散とした雰囲気である
	1	全体的にゆとりがなく、雑然とした雰囲気である
3 誇り・知名度	「3-1 名所・旧跡」	
	評価	評価基準
	5	極めて多数の歴史的シンボルを有する代表的な都市 例：京都、奈良
	4	多くの観光名所を有する都市、または国内有数の観光名所を有する都市 例：金沢→兼六園や金沢城ほか、鹿児島→桜島
	3	比較的有名な観光名所を有する都市
	2	地方で有名な観光名所を有する都市
	1	その他
	「3-2 祭り・イベント」	
	評価	評価基準
	5	国内有数の祭り・イベントがある 例：札幌→さっぽろ雪まつり、仙台→七夕まつり
	4	知名度の高い伝統的な祭り・イベントがある 例：青森→ねぶたまつり、高知→よさこい祭
	3	地方有数の伝統的な祭り・イベントがある 例：岡山→おかやま桃太郎まつり
	2	周辺都市で有名な祭り・イベントがある
	1	その他
	「3-3 知名度」	
	評価	評価基準
	5	国際的に知名度の高い都市
	4	「メディアへの露出度が多い都市」または、「都市名から様々なことが連想される全国的に知名度の高い都市」
	3	比較的知名度の高い都市
	2	名前だけは知られているものの、どんな都市であるか比較的確信しにくい都市
	1	その他

①「1-1 買い物・食事」

ここでは、主に休日の余暇活動としての買い物や食事を行う場所である繁華街の環境について評価を行った。具体的には、その都市の繁華街において、買い物をしたり食事をしたりしながら、楽しい時間を過ごせるかどうかを重視しており、選択肢の多さ、店舗の集積状況、雰囲気、回遊性などを評価のポイントとした。

②「1-2 スポーツ観戦」

情報技術の進歩やテレビ性能の向上等により、自宅におけるスポーツ観戦環境は、昔と比べると随分良くなったといえる。しかし、実際に競技場に足を運んで観戦すれば、テレビでは味わえない良さがある。また、そのような場所が都市内にあれば、多くの人が定期的集まることになり、街の賑わいづくりに一役買うことができる。

以上のような考え方を踏まえ、評価対象は、より多くの人が楽しめる、あるいは興味を持てるスポーツとし、観戦機会の多さ、観戦対象の継続性や歴史、知名度などを評価のポイントとした。

③「1-3 娯楽」

娯楽には、観覧型と体験型の2種類がある。前者は映画や舞台など、後者は遊園地や遊戯施設などで、その種類は様々である。バラエティに富んだ娯楽の場を提供することができれば、そこで暮らす人だけでなく、その都市の楽しさを広くアピールすることができる。

以上のような考え方をもとに、都市内における娯楽の選択肢の多さを評価のポイントとした。ただし、映画館やボーリング場などのように、どの対象都市内にもその都市規模に見合った数の施設があるようなものについては評価対象から除外した。

④「2-1 駅前の景観」

都市の玄関口となる駅は、最も重要な交通結節点であり、日頃から不特定多数の人々が行き交う場所である。そこからの景観は、来街者が最初に目にする都市の姿であり、それが第一印象となる。

ここでは、都市の玄関口となるJR駅の駅前広場のうち、その都市の中心商業地側に面している駅前広場を対象とし、周辺建物の美観、駅前広場の開放感や雰囲気などの面から評価を行った。

⑤「2-2 商業地区の景観」

デパートや商店街などが集積している、都市内の代表的な商業地区、いわゆる中心商業地を評価の対象とした。日本をはじめ、アジア諸国にある中規模以上の都市の中心商業地は、統一感のない雑然とした佇まいをしていることが多く、商業地としての性格上、街の中には派手な広告や看板が溢れている。その様子から賑やかな印象を受けることはあっても、美しいと感じることは少ないだろう。したがって、商業地区の景観を美しさの面から肯定的に評価することは難しい。

以上を踏まえ、景観阻害要素が目立たないかどうかを評価のポイントとした。

⑥「2-3 業務地区の景観」

オフィスビルや官公庁が建ち並んでいる都市内有数の目抜き通り一帯を評価の対象とした。業務地区の目抜き通りは、ビルに囲まれた空間にゆとりを与え、街路を彩る並木や植栽等の緑は無機質な空間に潤いを与えてくれる。

以上を踏まえ、ここでは、業務地区にある目抜き通りの植栽、目抜き通り一帯のゆとりや落ち着きといった点をポイントとして評価を行った。

⑦「3-1 名所・旧跡」

ここでは、歴史的なイメージが強いかどうか、または、観光対象となるような名所や旧跡などの歴

史的シンボルを多数抱えているイメージがあるかどうかを評価のポイントとした。

⑧「3-2祭り・イベント」

ここでは、その都市に文化として根付いているような祭りやイベントを対象とし、その知名度の高さを評価のポイントとした。

⑨「3-3知名度」

都市の知名度を高める要因は、歴史教育、小説や文学作品、映画やテレビ、雑誌等様々である。多くの場合、それらの情報を介して都市の様子を連想するため、都市の知名度に差が出ることになる。

ここでは、都市を形容する多くの魅力的なイメージがあるかどうか、また、どれだけ広く知られているかを評価のポイントとした。

(2) 評価結果

評価結果の一覧を表3に示す。小項目の数値は、評価値を偏差値化したもので、中項目及び大項目の数値は、それぞれ小項目及び中項目の数値を平均化したものである。

余暇・娯楽の評価結果は次の通りである。最も評価が高かったのは、全ての小項目において最高評価（偏差値平均：68.2）を受けた札幌市、横浜市、名古屋市、大阪市、神戸市、福岡市で、京都市（64.5）や広島市（64.3）がそれに次ぐ結果となった。このような結果になった背景として、「1-1買い物・食事」や「1-3余暇・娯楽」については、選択肢の多さが大きなポイントとなっていること、「1-2スポーツ観戦」については、かなりの集客力を必要とするプロ野球のホームチームの立地を高評価の条件としていることなどが考えられる。今回上位を占めた都市はいずれも100万人以上の人口を有し、各地方を代表する中枢的な都市であるため、ポテンシャルの高さがそのまま結果に表れたといえる。

都市景観の評価結果は次の通りである。札幌市（偏差値平均：72.0）の評価が最も高く、仙台市（64.4）、横浜市（64.4）、甲府市（62.9）、高松市（60.6）、宮崎市（60.6）などがそれに次ぐ結果となった。都市景観については、余暇・娯楽とは異なり、あまり都市規模には左右されなかった。なお、ここでの評価は、美しさのようなプラス要因を積極的に評価すると言うよりも、マイナス要因が少ない場合に評価が高くなるような基準であった。そのため、比較的高評価であった上記以外の都市の中には、その評価結果自体を肯定的に捉えにくい部分もあり、評価基準及び評価方法については改善の余地が残されている。

誇り・知名度の評価結果は次の通りである。最も評価が高かったのは、全ての小項目で最高評価を得た京都市（偏差値平均：70.6）で、長崎市（66.9）、神戸市（63.6）、奈良市（63.6）、札幌市（63.1）、仙台市（63.1）、大阪市（63.1）、福岡市（63.1）などがそれに次ぐ結果となった。ここでは、名所・旧跡もしくは祭り・イベントで特に高い評価を得た都市が上位を占めている。

以上を総合した都市イメージの総合評価結果を見ると、札幌市の評価（偏差値平均：67.8）が最も高く、神戸市（63.7）、横浜市（63.2）、福岡市（62.7）、京都市（62.2）などが上位となった。特に、札幌市がほとんどの項目で最も高い相対評価を得ている点、上位5都市がいずれも「1-1買い物・食事」、「1-3娯楽」の項目で最も高い評価を得ている点などが特徴的であった。一方、福井市の評価（偏差値平均：39.8）が最も低く、津市（41.9）、さいたま市（42.1）、鳥取市（43.1）などが下位を占める結果となった。

全体的には、地方を代表する集客型の都市が上位を占め、それに次いで、金沢、鹿児島、長崎、宮崎、高知など、観光地として知られている都市の評価が高かった。

表3 各項目の評価結果

都市名	総合結果	1 余暇・娯楽					2 都市景観				3 誇り・知名度			
		1-1 買い物・食事	1-2 スポーツ観戦	1-3 娯楽	2-1 駅前の景観	2-2 繁華街の景観	2-3 業務地区の景観	3-1 名所・旧跡	3-2 祭り・イベント	3-3 知名度				
札幌	67.8 (1)	68.2 (1)	65.7 (1)	69.0 (1)	70.0 (1)	72.0 (1)	73.4 (1)	69.7 (1)	72.8 (1)	63.1 (6)	60.2 (4)	69.1 (1)	60.1 (4)	
神戸	63.7 (2)	68.2 (1)	65.7 (1)	69.0 (1)	70.0 (1)	59.2 (7)	50.8 (14)	69.7 (1)	57.0 (5)	63.6 (4)	71.2 (1)	59.7 (8)	60.1 (4)	
横浜	63.2 (3)	68.2 (1)	65.7 (1)	69.0 (1)	70.0 (1)	64.4 (2)	50.8 (14)	69.7 (1)	72.8 (1)	56.8 (11)	60.2 (4)	50.2 (16)	60.1 (4)	
福岡	62.7 (4)	68.2 (1)	65.7 (1)	69.0 (1)	70.0 (1)	56.8 (9)	62.1 (4)	51.4 (7)	57.0 (5)	63.1 (6)	60.2 (4)	69.1 (1)	60.1 (4)	
京都	62.2 (5)	64.5 (7)	65.7 (1)	57.7 (8)	70.0 (1)	51.6 (17)	62.1 (4)	51.4 (7)	41.2 (27)	70.6 (1)	71.2 (1)	69.1 (1)	71.4 (1)	
広島	61.4 (6)	64.3 (8)	65.7 (1)	69.0 (1)	58.1 (8)	53.1 (12)	50.8 (14)	51.4 (7)	57.0 (5)	66.9 (2)	60.2 (4)	69.1 (1)	71.4 (1)	
仙台	61.4 (7)	56.6 (11)	65.7 (1)	57.7 (8)	46.3 (17)	64.4 (2)	50.8 (14)	69.7 (1)	72.8 (1)	63.1 (6)	60.2 (4)	69.1 (1)	60.1 (4)	
大阪	61.2 (8)	68.2 (1)	65.7 (1)	69.0 (1)	70.0 (1)	52.2 (16)	50.8 (14)	33.0 (45)	72.8 (1)	63.1 (6)	60.2 (4)	69.1 (1)	60.1 (4)	
名古屋	59.4 (9)	68.2 (1)	65.7 (1)	69.0 (1)	70.0 (1)	53.1 (12)	50.8 (14)	51.4 (7)	57.0 (5)	56.8 (11)	60.2 (4)	50.2 (16)	60.1 (4)	
金沢	58.6 (10)	56.8 (10)	65.7 (1)	46.4 (19)	58.1 (8)	59.2 (7)	50.8 (14)	69.7 (1)	57.0 (5)	60.0 (10)	60.2 (4)	59.7 (8)	60.1 (4)	
鹿児島	54.4 (11)	49.5 (21)	55.7 (11)	46.4 (19)	46.3 (17)	56.8 (9)	62.1 (4)	51.4 (7)	57.0 (5)	56.8 (11)	60.2 (4)	50.2 (16)	60.1 (4)	
長崎	53.5 (12)	49.5 (21)	55.7 (11)	46.4 (19)	46.3 (17)	44.1 (39)	39.6 (35)	51.4 (7)	41.2 (27)	66.9 (2)	60.2 (4)	69.1 (1)	71.4 (1)	
高松	52.1 (13)	49.5 (21)	55.7 (11)	46.4 (19)	46.3 (17)	60.6 (5)	73.4 (1)	51.4 (7)	57.0 (5)	46.2 (32)	49.2 (19)	40.7 (32)	48.7 (19)	
宮崎	52.0 (14)	46.2 (31)	45.7 (24)	46.4 (19)	46.3 (17)	60.6 (5)	73.4 (1)	51.4 (7)	57.0 (5)	49.4 (24)	49.2 (19)	50.2 (16)	48.7 (19)	
高知	51.3 (15)	53.4 (12)	55.7 (11)	46.4 (19)	58.1 (8)	44.1 (39)	39.6 (35)	51.4 (7)	41.2 (27)	56.3 (15)	49.2 (19)	59.7 (8)	60.1 (4)	
盛岡	50.6 (16)	49.5 (21)	55.7 (11)	46.4 (19)	46.3 (17)	53.1 (12)	50.8 (14)	51.4 (7)	57.0 (5)	49.4 (24)	49.2 (19)	50.2 (16)	48.7 (19)	
甲府	50.6 (17)	42.6 (45)	35.8 (45)	57.7 (8)	34.4 (49)	62.9 (4)	62.1 (4)	69.7 (1)	57.0 (5)	46.2 (32)	49.2 (19)	40.7 (32)	48.7 (19)	
長野	50.3 (18)	46.2 (31)	45.7 (24)	46.4 (19)	46.3 (17)	51.6 (17)	62.1 (4)	51.4 (7)	41.2 (27)	53.1 (17)	49.2 (19)	50.2 (16)	60.1 (4)	
北九州	50.2 (19)	53.4 (12)	55.7 (11)	46.4 (19)	58.1 (8)	47.8 (27)	50.8 (14)	51.4 (7)	41.2 (27)	49.4 (24)	49.2 (19)	50.2 (16)	48.7 (19)	
熊本	50.1 (20)	49.5 (21)	55.7 (11)	46.4 (19)	46.3 (17)	44.1 (39)	39.6 (35)	51.4 (7)	41.2 (27)	56.8 (11)	60.2 (4)	50.2 (16)	60.1 (4)	
静岡	50.1 (21)	57.2 (9)	55.7 (11)	57.7 (8)	58.1 (8)	46.9 (36)	50.8 (14)	33.0 (45)	57.0 (5)	46.2 (32)	49.2 (19)	40.7 (32)	48.7 (19)	
岡山	50.1 (22)	49.5 (21)	55.7 (11)	46.4 (19)	46.3 (17)	47.8 (27)	50.8 (14)	51.4 (7)	41.2 (27)	53.0 (18)	60.2 (4)	50.2 (16)	48.7 (19)	
山形	50.1 (23)	49.9 (17)	45.7 (24)	57.7 (8)	46.3 (17)	47.8 (27)	50.8 (14)	51.4 (7)	41.2 (27)	52.5 (21)	49.2 (19)	59.7 (8)	48.7 (19)	
奈良	50.0 (24)	42.4 (46)	45.7 (24)	35.2 (47)	46.3 (17)	44.1 (39)	39.6 (35)	51.4 (7)	41.2 (27)	63.6 (4)	71.2 (1)	59.7 (8)	60.1 (4)	
新潟	49.5 (25)	49.9 (17)	45.7 (24)	57.7 (8)	46.3 (17)	49.3 (21)	39.6 (35)	51.4 (7)	57.0 (5)	49.4 (24)	49.2 (19)	50.2 (16)	48.7 (19)	
松山	49.1 (26)	49.5 (21)	55.7 (11)	46.4 (19)	46.3 (17)	44.1 (39)	39.6 (35)	51.4 (7)	41.2 (27)	53.7 (16)	60.2 (4)	40.7 (32)	60.1 (4)	
松江	49.0 (27)	46.2 (31)	45.7 (24)	46.4 (19)	46.3 (17)	47.8 (27)	50.8 (14)	51.4 (7)	41.2 (27)	53.0 (18)	60.2 (4)	50.2 (16)	48.7 (19)	
倉敷	49.0 (27)	46.2 (31)	45.7 (24)	46.4 (19)	46.3 (17)	47.8 (27)	50.8 (14)	51.4 (7)	41.2 (27)	53.0 (18)	60.2 (4)	50.2 (16)	48.7 (19)	
秋田	48.8 (29)	46.2 (31)	45.7 (24)	46.4 (19)	46.3 (17)	47.8 (27)	50.8 (14)	51.4 (7)	41.2 (27)	52.5 (21)	49.2 (19)	59.7 (8)	48.7 (19)	
富山	48.3 (30)	46.2 (31)	45.7 (24)	46.4 (19)	46.3 (17)	49.3 (21)	39.6 (35)	51.4 (7)	57.0 (5)	49.4 (24)	49.2 (19)	50.2 (16)	48.7 (19)	
和歌山	47.2 (31)	42.4 (46)	45.7 (24)	35.2 (47)	46.3 (17)	53.1 (12)	50.8 (14)	51.4 (7)	57.0 (5)	46.2 (32)	49.2 (19)	40.7 (32)	48.7 (19)	
旭川	46.9 (32)	49.5 (21)	55.7 (11)	46.4 (19)	46.3 (17)	49.3 (21)	39.6 (35)	51.4 (7)	57.0 (5)	41.9 (42)	38.2 (38)	50.2 (16)	37.4 (40)	
浜松	46.8 (33)	46.2 (31)	45.7 (24)	46.4 (19)	46.3 (17)	51.6 (17)	62.1 (4)	51.4 (7)	41.2 (27)	42.5 (38)	38.2 (38)	40.7 (32)	48.7 (19)	
那覇	46.7 (34)	42.4 (46)	45.7 (24)	35.2 (47)	46.3 (17)	47.8 (27)	50.8 (14)	51.4 (7)	41.2 (27)	50.0 (23)	49.2 (19)	40.7 (32)	60.1 (4)	
水戸	46.7 (35)	49.9 (17)	45.7 (24)	57.7 (8)	46.3 (17)	44.1 (39)	39.6 (35)	51.4 (7)	41.2 (27)	46.2 (32)	49.2 (19)	40.7 (32)	48.7 (19)	
徳島	46.4 (36)	42.4 (46)	45.7 (24)	35.2 (47)	46.3 (17)	47.8 (27)	50.8 (14)	51.4 (7)	41.2 (27)	48.9 (30)	38.2 (38)	59.7 (8)	48.7 (19)	
岐阜	46.2 (37)	46.2 (31)	45.7 (24)	46.4 (19)	46.3 (17)	43.2 (49)	39.6 (35)	33.0 (45)	57.0 (5)	49.4 (24)	49.2 (19)	50.2 (16)	48.7 (19)	
前橋	45.9 (38)	42.2 (50)	45.7 (24)	46.4 (19)	34.4 (49)	56.8 (9)	62.1 (4)	51.4 (7)	57.0 (5)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	
大分	45.5 (39)	49.9 (17)	45.7 (24)	57.7 (8)	46.3 (17)	47.8 (27)	50.8 (14)	51.4 (7)	41.2 (27)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	
青森	45.3 (40)	43.0 (41)	35.8 (45)	35.2 (47)	58.1 (8)	44.1 (39)	39.6 (35)	51.4 (7)	41.2 (27)	48.9 (30)	38.2 (38)	59.7 (8)	48.7 (19)	
千葉	45.1 (41)	53.2 (14)	55.7 (11)	57.7 (8)	46.3 (17)	43.2 (49)	39.6 (35)	33.0 (45)	57.0 (5)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	
川崎	45.1 (41)	53.2 (14)	55.7 (11)	57.7 (8)	46.3 (17)	43.2 (49)	39.6 (35)	33.0 (45)	57.0 (5)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	
福山	44.7 (43)	46.2 (31)	45.7 (24)	46.4 (19)	46.3 (17)	49.3 (21)	39.6 (35)	51.4 (7)	57.0 (5)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	
佐賀	44.7 (44)	42.8 (42)	35.8 (45)	46.4 (19)	46.3 (17)	49.3 (21)	39.6 (35)	51.4 (7)	57.0 (5)	41.9 (42)	38.2 (38)	50.2 (16)	37.4 (40)	
福島	43.6 (45)	42.8 (42)	35.8 (45)	46.4 (19)	46.3 (17)	45.4 (37)	62.1 (4)	33.0 (45)	41.2 (27)	42.5 (38)	38.2 (38)	40.7 (32)	48.7 (19)	
山口	43.5 (46)	35.1 (54)	35.8 (45)	35.2 (47)	34.4 (49)	49.3 (21)	39.6 (35)	51.4 (7)	57.0 (5)	46.2 (32)	49.2 (19)	40.7 (32)	48.7 (19)	
宇都宮	43.5 (47)	50.1 (16)	45.7 (24)	46.4 (19)	58.1 (8)	41.7 (52)	50.8 (14)	33.0 (45)	41.2 (27)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	
郡山	43.5 (48)	46.3 (30)	45.7 (24)	35.2 (47)	58.1 (8)	45.4 (37)	62.1 (4)	33.0 (45)	41.2 (27)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	
いわき	43.2 (49)	46.8 (29)	35.8 (45)	46.4 (19)	58.1 (8)	44.1 (39)	39.6 (35)	51.4 (7)	41.2 (27)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	
鳥取	43.1 (50)	38.9 (52)	35.8 (45)	46.4 (19)	34.4 (49)	51.6 (17)	62.1 (4)	51.4 (7)	41.2 (27)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	
さいたま	42.1 (51)	46.0 (40)	45.7 (24)	57.7 (8)	34.4 (49)	41.7 (52)	50.8 (14)	33.0 (45)	41.2 (27)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	
津	41.9 (52)	39.1 (51)	35.8 (45)	35.2 (47)	46.3 (17)	44.1 (39)	39.6 (35)	51.4 (7)	41.2 (27)	42.4 (40)	49.2 (19)	40.7 (32)	37.4 (40)	
大津	41.8 (53)	38.9 (52)	35.8 (45)	46.4 (19)	34.4 (49)	44.1 (39)	39.6 (35)	51.4 (7)	41.2 (27)	42.4 (40)	49.2 (19)	40.7 (32)	37.4 (40)	
福井	39.8 (54)	42.8 (42)	35.8 (45)	46.4 (19)	46.3 (17)	37.9 (54)	39.6 (35)	33.0 (45)	41.2 (27)	38.8 (44)	38.2 (38)	40.7 (32)	37.4 (40)	

() 内の数字は順位

1. 余暇・娯楽について

図1：小倉都心部の概略図

ここでは、小倉駅周辺から魚町商店街、リバーウォーク周辺までの一帯を調査対象地区とした。

一方、今回対象とした都市の中心部には見られなかった小倉の特長として、川に向かって商業地が開いているという点が挙げられる。2006年3月には勝山公園の拡幅工事が終わり、紫川沿いに緑豊かで開放的な空間が生まれた。そのため、紫川周辺エリアは、とても快適な空間になっている。しかし、小倉駅からそこに至るまでのアーケードや目抜き通りの質との間にはかなりのギャップがある。

(2) スポーツ観戦

—108—

九州)が将来のJリーグ昇格に向けて努力を重ねているところである。また、チームを運営するクラブは2005年にNPO法人格を取得し、チームの支援の輪を更に広げ、北九州市の「青少年の健全育成」及び「地域の活性化」を目指して積極的な活動を展開している。近年では、Jリーグをはじめとして、企業主導型ではない地域密着型のスポーツチームづくりへの関心が高まっているため、このような形でスポーツ全般に対する支援体制の充実と連携を図り、その裾野を広げることで、定期的なスポーツイベントの開催にも繋がっていくものと考えられる。

(3) 娯楽

北九州にはアミューズメント施設(スペースワールド)、マリノレジャー、動物園・植物園(到津の森、グリーンパーク等)、公営ギャンブル(競馬場、競輪場、競艇)といった多くの娯楽要素が揃っているため、比較的评价が高かった。評価基準の中で足りない要素はスキー場と水族館だけであったが、いずれも必要性が高いとはいえない。水族館は対岸の下関市にあり、比較的容易にアクセスできるため、市内に新たなものを作るよりも、周辺との連携を高めた方が、北九州都市圏全体の活性化という意味では効果的である。つまり娯楽要素については若干広域的な視点も必要だといえる。

他都市と比較して北九州が最も特徴的な点は、競馬、競輪、競艇という公営ギャンブルのほとんどが揃っている点である。公営ギャンブルは昔に比べるとクリーンなイメージになってきたものの、未だにネガティブなイメージが残っており、自治体としては、それらを積極的にアピールするようなスタンスを取りづらい分野だと考えられる。しかし、実際にそれを目当てに全国から多くの人々が北九州を訪れていることも事実である。したがって、ギャンブル促進を行うわけではなく、それを呼び水として北九州に足を運んでもらい、いかにして他の良い部分をアピールし、余った時間を消費してもらうかということについて工夫すべきである。そこで魅力的な印象を与えることができれば、違う目的で街を訪れてもらえるようになる可能性もある。そのような視点で具体的な戦略を立てた上で、積極的に売り出すと効果的だと考えられる。

2. 都市景観について

北九州に対する「駅前の景観」の評価結果は偏差値で50.8(評価値:3)、「商業地区の景観」の評価結果は偏差値51.4(評価値:3)、「業務地区の景観」の評価結果は偏差値41.2(評価値:3)となり、それらを総合化した都市景観に関する評価結果は、偏差値平均が47.8(54都市中27位)であった。

(1) 駅前の景観

評価対象は、JR小倉駅南口の駅前広場及びその周辺建物による景観である。JR小倉駅は、1995年に北口駅前広場、1997年に駅ビル、南北公共連絡通路、南口ペデストリアンデッキ、1998年に都市モノレール小倉線延伸による駅ビル内乗り入れ、北口ペデストリアンデッキなど、数々の整備によってその機能が高度化された。その結果、駅前広場はゆとりのある空間となり、街から見た雰囲気は様変わりした。しかし、駅周辺地区では建物の更新が進んでおらず、特に駅前広場の西側一帯は雑然とした状況で、広場を取り囲むビルは消費者金融などの広告看板で埋め尽くされているため、著しく駅前景観の質を低下させている。また、周辺建物の高さやデザインがバラバラであるため、全体的に統一感の感じられない空間となっている。

駅前空間は公共性の高い場所であり、その景観は都市の共有財産だといえる。長期的には、周辺建物の更新によって統一感のある街区形成を図ることが望ましいが、まず短期的な対策として、広告看

板をはじめとする景観阻害要素を排除して、少しでも現状の雰囲気改善していくべきである。それと同時に、法的な規制力を持つようになった景観条例^(注5)の制定によるルールづくり等、都市の玄関口にふさわしい景観形成に向けた取り組みを進める必要がある。

(2) 商業地区の景観

日本の都市の場合、ヨーロッパの諸都市のように、建物のデザインや統一感によって、良好な都市景観が形成されている例はほとんど見られない。特に商業地区の場合、沿道建物に連続性や統一感はなく、地区一帯が広告看板や路上駐輪をはじめとする景観阻害要素によって埋め尽くされていることが多いため、雑然とした印象を受けやすい。決して前向きな発想ではないが、そこに規則正しく並んだ街路樹が加われば、歩いている人にとって、それらのマイナス要素は目立たなくなる。今回の調査では、そのような都市の評価が比較的高くなっている。

多くの建物が数十年単位で更新されるのに対し、樹木はじっくりと時間をかけて生長し続けるものであるため、それを利用して統一感を演出するというのも有効な手段の一つである。つまり、街路樹とともに景観を育てていくという発想である。例えば、パリの街の美しい街路樹は長い年月を経て現在の姿になり、国内においては、仙台市の並木道なども長い時間をかけて育まれ、市民の財産、都市のシンボルとなっている。また、横浜市や神戸市の繁華街の場合、よく見ると広告看板が溢れているが、豊かな緑で街路空間が覆われているため、歩いても雑然とした印象を受けることは少なかった。それを踏まえると、小倉の商業地には緑が不足しているように感じた。本来ならば、様々な要素をうまく調和させて良好な景観形成を図るべきだが、そのような視点も選択肢の一つとして持つおくべきである。

評価対象とした、デパートやアーケードが立地している勝山通りの一部（平和通りから紫川）は、幅員もあまり広くなく、その雰囲気は百万都市の目抜き通りとは思えないほど貧相に感じられた。今後は、何とかしてこの部分の雰囲気を変えていかなければならない。最も理想的な方法は、沿道建物が更新される際、建物をセットバックさせて開放感を生み出し、沿道建物のデザインや高さ等を統一的なものにしていくことである。しかし、そのためには多くの時間が必要となる。したがって、長期的にはそのようなビジョンを持ち、その一方で、停車線化している車道を減らして歩道を広げ、並木道にするなど、今からでも実行可能で効果の高い方法によって、場所を限定した集中的な改善を図ることも一つの方法である。（写真1、2）それにより、景観整備の重要性が人々の間で認知されれば、長期的ビジョンの実現性も高まる。



写真1：現在の勝山通り



写真2：歩道拡幅による街路樹整備イメージ

(3) 業務地区の景観

評価の対象とした場所は、オフィスビルや金融機関が建ち並ぶ勝山通りの一部(平和通りから東側)である。ここでは、主に業務地区にある目抜き通りの質の面から評価を行っているため、北九州の評価はあまり高くならなかった。高評価を得た札幌市(写真3)や大阪市(写真4)などは、代表的な業務地区が広幅員で緑豊かな目抜き通りを軸として構成されており、その雰囲気には風格が漂っていた。北九州の業務地区は、そのような風格のある目抜き通りを持っていない。また、現在の小倉都心部には古いビルが多く、それらの更新が進まない状況にある。そのため、東田地区等に整備されたような高度な機能を持つオフィスビルへの潜在的ニーズは高いと考えられる。小倉駅南口東地区では、2000年に準備組合が設立され、現在、都市計画道路とオフィスビルとの一体的な再開発が計画されている。この計画が実現して、都心の玄関口に最新のオフィスビルが立地することになれば、都心内部でのオフィスビルの更新が一気に動き出す可能性があり、それを契機に業務地区の環境が改善されることが期待される。



写真3：大通公園（札幌市）



写真4：御堂筋（大阪市）

3. 誇り・知名度について

この分野の各項目は、都市の歴史や文化に深く関わりを持っており、評価結果は、その知名度によって大きく左右されている。そして、歴史的文化的イメージの構築には、かなり長い年月を要する。以上を踏まえると、旧五市の対等合併によって誕生した本市における、この分野でのインパクトは、他都市と比べて低くならざるを得ない。そこで、対等合併という特殊な背景を生かし、それぞれが持つ歴史や文化をうまく繋ぎ合わせるような視点でストーリーを組み立てて、それを広くアピールするのも一つの手段である。

また、ポイントを一点に絞って、それを徹底的かつ継続的にアピールし続けることでイメージを確立させ、戦略的に知名度の向上を図っていくことも考えられる。例えば、門司港レトロは、その企画内容に海峡という特殊な立地条件が相俟って、多くの観光客を集める市内有数の観光スポットになっているため、その候補の一つとして考えることができる。また、MM事業などによって整備を続けてきた紫川周辺エリアを、北九州のシンボルの空間としてアピールすることも考えられる。

いずれにせよ、この分野に関しては、地道な取り組みを積み重ね、イメージを定着させていくことが求められる。

(注5) 2004年に制定された景観法により、法律的な規制力を持つ景観条例の制定が可能となった。これにより、「景観計画」の指定区域における新築や変更の届出が義務づけられ、計画に対する変更勧告が行えるようになった。また、重点エリアとして「景観地区」を指定した場合、当該地区内では、建築物の色やデザイン、高さ等に対し、市長の認定を受けるまでは工事に着工できないというような強い規制力を持つ「認定制度」が導入された。それに他関連して、屋外広告物や都市の緑に関する制度の見直しも行われた。

Ⅳ 北九州の魅力向上に向けて

以上、都市イメージの調査結果の概要を示し、それをもとに各要素における北九州の取り組みのあり方について検討を行った。その内容を踏まえ、北九州の魅力向上と活性化に向けて、特に力を入れていくべき点を以下にまとめた。

①特徴を活かしたシンボル空間づくり

小倉都心部は、商業地が川に向かって開けているという点で非常に特徴的である。その紫川は、長年にわたる河川浄化の取り組みによって生まれ変わり、マイナスイメージからの脱却に成功した。そして、河川拡幅に伴う橋梁の架け替えや隣接する勝山公園の拡幅等によって、その一帯の雰囲気は大きく様変わりし、シンボル性の高い空間になった。

今後も紫川を中心としたシンボル性の高い空間づくりを継続的に進め、多くの人々に利用してもらうことで、小倉都心部の魅力が高まっていくことが期待される。

②ゆとりのある都市空間づくりと良好な景観の形成

多くの人々が行き来する小倉駅周辺及び勝山通りに重点的においた景観整備を行い、アーケードや商店街が連続する魚町地区の雰囲気改善に取り組んでいくべきである。

特に景観については、長期的視点と短期的視点の両方から整備方法の検討を行い、たとえ膨大な時間を要するとしても、その成果が都市の財産となり、市民の誇りとなることを念頭に置き、着実に取り組みを進めていくことが求められる。

③地道な都市セールスによる知名度向上

都市イメージに関する他都市との比較評価結果を見る限り、北九州に突出して良い部分はなく、そのほとんどが平均的な結果であった。つまり、北九州は都市イメージという側面では、良くも悪くも目立った特徴がないということである。そのことは、他都市の人が北九州を訪れる主な動機がないという風にも解釈することができる。住む人にとって魅力的な街であることが絶対条件ではあるが、都市の活性化のためには来街者も必要である。したがって、まずはセールスポイントを発掘し、それを徹底的かつ継続的にアピールすることで、知名度の向上を図るような取り組みが必要である。

(都市政策研究所 講師)

〔参考文献〕

(財)北九州都市協会『住みよい都市 ―全国主要都市の比較調査―』共同通信社、2004年
『紫川マイタウン・マイリバー整備事業の事業効果に関する調査』北九州市、2005年
「北九州都市協会研究報告集 第15号」(財)北九州都市協会、2006年