

居住地域に対するイメージ比較による生活の質の評価に関する研究

秋田大学 学生会員 ○遠藤 航軌
秋田大学 正 会 員 鈴木 雄
秋田大学 正 会 員 日野 智

1. はじめに

地域のアイデンティティの確立や生活の満足度については、その地域のイメージによる影響も大きいといえる。例えば、実際の生活サービスの水準が高くなくとも、イメージさえ良ければ、住民は満足して生活することが考えられる。また、同じように居住地を選択する際や、引っ越しを考える際にも、その地域の施設や利便性だけでなく、イメージが大きく影響するといえる。本研究では、自身が居住する地域への主観的な評価と他地域からの客観的な評価を比較・分析することで、地域のイメージが生活の満足度に与える影響や、居留意識に与える影響を考察することを目的とする。

2. 意識調査及び調査対象地区の概要

本研究では、秋田市の3地域において意識調査を実施した。土崎地域は重要無形民俗文化財に指定されている土崎港曳山まつりが盛んであり、新屋地域は新旧の住宅が混在しており商業施設が比較的少なく、御所野地域は郊外の新興住宅地であり中心部に秋田県内最大規模の大型小売店舗が立地している。意識調査では、自身の地域や、他の2地域へのイメージや居留意識などについて質問した。3地域合計で900世帯に1800票の意識調査票の配布を行い、265世帯362票回収した。世帯回収率は29.4%である。

3. 地域毎にみた居留意欲の特性とイメージ構成要素

調査では自身の地域に住み続けたいか、他の2地域に住んでみたいかどうかを質問している(表1)。

表1 各地域に対する居留意識

対象地域 回答者	土崎	新屋	御所野
土崎住民	86.7%	3.7%	23.1%
新屋住民	5.7%	77.5%	28.0%
御所野住民	9.7%	5.3%	74.0%

いずれの地域においても、自身の地域に住み続けたい人の割合が高い。また、地域別に見ると、3地域の中では

御所野地域に住んでみたい被験者の割合が高い結果となった。例えば、新屋地域の被験者で御所野地域に住んでみたい被験者の割合は28.0%である。

次に、地域のイメージを比較するために、本研究では、22項目を質問した。例えば、自身の地域や他の2地域に対して「食料品・日用品の買い物の利便性が高い」などの利便性に関する質問や、「地域に品格がある」「住んでいて居心地が良い」などの雰囲気に関する質問をした。各地域が、どのようなイメージで構成されているのかを明らかにするため、これらのうち20項目を用いて因子分析を行った。表2は各地域に対するイメージで抽出された因子である。例えば、土崎地域は「祭りなどの活発性」の因子が抽出されているが、他地域からのイメージでは抽出されていない。このように構成されるイメージは地域間で異なる。

表2 因子分析による各地域の抽出因子

土崎地域	土崎住民の回答		新屋住民の回答		御所野住民の回答	
	抽出因子	寄与率	抽出因子	寄与率	抽出因子	寄与率
第1因子	地域の雰囲気	21.23%	気品のある街並み	15.65%	地域への親近感	16.80%
第2因子	住民サービスの充実	15.84%	買い物の利便性	14.78%	道路環境の充実	14.52%
第3因子	祭りなどの活気	14.38%	道路環境の充実	9.63%	商業・医療施設の充実	12.65%
第4因子	地域環境	7.19%	地域環境	8.62%	祭りなどの活気	10.04%
第5因子			地域の住みやすさ	7.98%	地域の気品	8.20%
第6因子			住民サービスの充実	7.77%		

新屋地域	新屋住民の回答		土崎住民の回答		御所野住民の回答	
	抽出因子	寄与率	抽出因子	寄与率	抽出因子	寄与率
第1因子	地域の住みやすさ	12.56%	地域環境	20.57%	地域の住みやすさ	16.79%
第2因子	地域への親近感	11.76%	地域の気品	19.10%	住民サービスの充実	15.77%
第3因子	住民サービスの充実	11.45%	商業・医療施設の充実	18.29%	買い物の利便性	11.91%
第4因子	地域の落ちつき	10.24%	子育て環境の充実	11.20%	地域への親近感	7.08%
第5因子	商業・医療施設の充実	7.60%			地域環境	7.07%
第6因子	地域環境	3.66%				

御所野地域	御所野住民の回答		土崎住民の回答		新屋住民の回答	
	抽出因子	寄与率	抽出因子	寄与率	抽出因子	寄与率
第1因子	地域の気品	18.40%	住民サービスの充実	19.48%	地域への親近感	16.57%
第2因子	買い物の利便性	11.05%	地域への親近感	19.37%	住民サービスの充実	11.33%
第3因子	緑豊かな街並み	8.46%	道路環境の充実	14.97%	買い物の利便性	11.22%
第4因子	祭りなどの活気	8.41%	地域の住みやすさ	8.29%	地域の住みやすさ	8.51%
第5因子	住民サービスの充実	6.10%			道路環境の充実	8.02%
第6因子					地域の落ちつき	6.36%

4. 地域間での満足度とイメージの比較

自身の地域の満足度と居留意識に与える影響要因について分析を行う。自身の地域への総合満足度について図1に示す。御所野地域の満足している被験者の割合(満足・やや満足)は高く、85.7%となっている。一方で新屋地域は61.9%となっている。

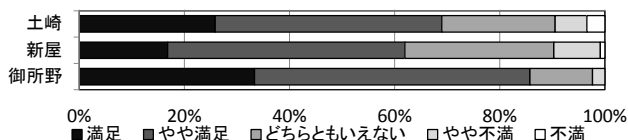


図1 居住に対する各地域の総合満足度

次に、各イメージ項目について「そう思う・ややそう思う」と回答した割合について表3に示す。例えば、「買い物の利便性がよい」について、土崎地域は自身の地域について83.1%の被験者が「そう思う・ややそう思う」と回答しているのに対し、新屋地域に対しては20.5%、御所野地域に対しては56.7%の土崎地域の被験者が「そう思う・ややそう思う」と回答している。

地域のイメージで、例えば土崎地域の「地域に活気がある」では、土崎地域の被験者は19.3%しか「そう思う・ややそう思う」と回答していないにも関わらず、新屋地域の被験者は41.9%、御所野地域の被験者は48.0%と高い割合になっている。これらの項目では、自身の地域に対するイメージと、他地域からのイメージにギャップがあるといえる。一方、新屋地域の「住宅地が静寂である」については、新屋地域の被験者自身が86.5%、土崎地域の被験者が48.7%、御所野地域の被験者が37.1%「そう思う・ややそう思う」と回答し、順序では上位となっている。これらの項目では、イメージの強さに差はあるものの、自身の地域のイメージと他の地域からのイメージが一致していると考えられる。

表3 各地域の主観的評価と他地域へのイメージ

回答地域 対象地域	土崎			新屋			御所野		
	土	新	御	土	新	御	土	新	御
買い物の利便性	83.1%	20.5%	56.7%	39.5%	75.2%	80.9%	40.4%	15.9%	95.3%
商業施設の多用性	51.3%	15.4%	58.3%	39.5%	19.5%	72.1%	21.6%	8.1%	93.7%
医療施設の利用	76.5%	10.3%	26.7%	40.5%	25.9%	29.4%	21.6%	1.6%	65.9%
歩道の歩きやすさ	48.3%	15.4%	72.1%	23.8%	43.4%	72.1%	9.6%	11.1%	92.8%
車での移動	66.7%	12.8%	70.5%	34.9%	66.1%	75.0%	23.5%	12.7%	83.5%
公共交通の利便性	69.5%	12.8%	13.6%	23.8%	46.4%	17.6%	28.8%	30.2%	44.4%
公共・文化施設が充実	32.5%	17.9%	21.7%	33.3%	30.1%	24.2%	8.0%	25.8%	53.2%
子育てのしやすさ	48.1%	10.3%	31.7%	14.0%	52.7%	28.4%	10.0%	11.1%	76.2%
娯楽のしやすさ	23.5%	12.8%	37.7%	11.6%	8.1%	38.8%	9.6%	9.7%	55.2%
住宅地の静寂性	63.6%	48.7%	61.7%	20.9%	86.5%	50.7%	15.4%	37.1%	94.4%
地域住民との交流	69.6%	17.9%	8.3%	67.4%	75.7%	13.4%	67.3%	38.7%	55.9%
公園など緑の多さ	53.9%	51.3%	62.3%	23.3%	79.8%	64.2%	25.0%	30.6%	98.4%
地域の治安の良さ	70.1%	34.2%	29.5%	9.3%	80.2%	36.8%	11.8%	12.9%	85.0%
地域の活気	19.3%	17.9%	19.7%	41.9%	20.5%	25.0%	48.0%	24.2%	44.9%
景観の良さ	21.8%	28.2%	46.7%	9.3%	57.7%	50.0%	9.6%	14.5%	93.7%
家賃や土地の値段	38.7%	41.0%	21.3%	16.3%	51.4%	11.8%	43.1%	58.1%	26.2%
災害面での安心	48.7%	20.5%	46.7%	11.9%	46.0%	55.9%	13.5%	12.9%	86.5%
住民の協調性	53.8%	12.8%	11.5%	27.9%	49.6%	7.5%	25.0%	22.6%	55.1%
地域の品格	34.8%	15.4%	31.1%	9.5%	22.3%	31.3%	9.6%	14.3%	66.9%
居心地のよさ	69.8%	12.8%	36.7%	14.0%	62.5%	39.7%	7.7%	6.6%	84.1%
地域への親しみ	65.8%	7.7%	16.4%	18.6%	55.9%	8.8%	15.4%	12.9%	70.6%
住みたい人の多さ	36.5%	5.1%	36.1%	18.6%	23.2%	27.9%	5.9%	7.9%	57.5%
上位3項目 下位3項目									

5.居住意識へのイメージの影響要因

自身の地域に住み続けたいかどうか、他の2地域に住んでみたいかどうかに影響するイメージの要因を明らかとするため、数量化理論Ⅱ類による分析を行った。外的基準を居住意識、アイテムを22項目のイメージとし、レンジ値を算出した(表4)。土崎地域の住民の「商業施設の多様性」や新屋地域の住民の「地域への親しみ」では、自身の地域の居住意識への影響度と他の地域への居住意識の影響度は一致している。しかし、全体的にみると、自身の地域への居住意識と、他の地域への居住意識に影響する要因は異なる。例えば、「商業施設の多様性」では御所野から土崎へのレンジ値が1.36、新屋へのレンジ値が1.46、御所野へのレンジ値が0.37となっている。御所野地域の住民は、土崎地域や新屋地域の「商業施設の多様性のなさ」が居住したくない意識につながっているが、自身の地域の商業施設の多様性は居住意識に影響していない。

表4 各地域の居住意識への影響要因

回答地域 対象地域	土崎			新屋			御所野		
	土	新	御	土	新	御	土	新	御
買い物の利便性	0.18	0.34	0.36	0.47	0.80	0.47	0.05	0.03	0.38
商業施設の多用性	0.68	1.30	1.49	0.68	0.69	0.66	1.36	1.46	0.37
医療施設の利用	0.25	0.54	0.57	0.09	0.02	0.08	0.20	0.33	0.33
歩道の歩きやすさ	0.21	0.90	0.80	0.47	1.06	0.51	0.49	0.43	0.19
車での移動	1.20	0.02	0.26	0.45	0.44	0.42	0.27	0.18	1.00
公共交通の利便性	0.48	0.40	0.51	0.39	0.68	0.39	0.01	0.10	0.95
公共・文化施設が充実	0.19	0.81	0.51	0.78	0.04	0.78	0.43	0.53	0.09
子育てのしやすさ	0.50	0.51	0.14	0.92	0.41	0.95	0.16	0.15	0.39
娯楽のしやすさ	0.08	0.53	0.71	0.15	0.29	0.11	0.39	0.42	0.27
住宅地の静寂性	0.29	0.25	0.31	0.72	1.28	0.72	0.30	0.26	1.03
地域住民との交流	0.32	0.81	1.06	0.31	0.46	0.30	0.07	0.11	0.68
公園など緑の多さ	0.19	0.19	0.28	0.21	0.76	0.24	0.62	0.56	2.77
地域の治安の良さ	0.79	0.23	0.33	0.42	0.33	0.43	1.33	1.38	0.89
地域の活気	0.44	0.04	0.14	0.38	0.62	0.35	0.07	0.33	0.88
景観の良さ	0.20	0.18	0.35	0.03	0.21	0.03	0.26	0.25	0.10
家賃や土地の値段	0.15	0.62	0.68	0.98	0.62	0.97	0.22	0.33	0.03
災害面での安心	0.25	0.03	0.15	0.35	0.38	0.37	0.43	0.43	0.99
住民の協調性	0.55	0.72	0.78	0.61	0.43	0.61	0.16	0.16	0.58
地域の品格	0.60	0.98	1.23	0.08	0.59	0.00	0.01	0.08	0.38
居心地のよさ	0.55	0.46	0.14	0.19	0.23	0.16	0.09	0.12	2.12
地域への親しみ	0.08	0.85	0.58	0.92	1.14	0.92	1.03	1.02	0.37
住みたい人の多さ	0.40	0.61	0.61	0.69	0.15	0.69	0.06	0.05	0.14
相関比	0.39	0.45	0.52	0.43	0.36	0.48	0.25	0.39	0.45
上位3項目 下位3項目									

6.おわりに

本研究では、居住地のイメージに着目し調査・分析を行うことで、地域によって生活の満足度や居住意識に影響するイメージが異なることが示された。今後の居住誘導や、生活満足度の向上には施設配置や誘導だけにとどまらず、このような地域におけるイメージの把握も必要であることが示唆される。