

目次

第 1 章	研究関心	
1-1.	研究関心	2
1-2.	本稿の構成	3
第 2 章	理論の検討	
2-1.	既存研究の検討	4
2-2.	既存研究の問題点と研究課題	5
第 3 章	調査と方法	
3-1.	調査協力者の詳細	8
3-2.	調査方法の詳細	10
3-3.	分析方法	11
第 4 章	データと分析結果	
4-1.	研究課題 1 の分析結果	12
4-2.	研究課題 2 の分析結果	17
4-3.	研究課題 3 の分析結果	18
4-4.	研究課題 4 の分析結果	22
第 5 章	考察	
5-1.	分析結果のまとめ	27
5-2.	研究課題 1 の分析結果に関する考察	28
5-3.	研究課題 2 の分析結果に関する考察	29
5-4.	研究課題 3 の分析結果に関する考察	29
5-5.	研究課題 4 の分析結果に関する考察	30
第 6 章	結論と含意	
6-1.	結論	32
6-2.	含意	32
6-2-1.	理論的含意	32
6-2-2.	実践的含意	32
6-3.	今後の課題	32
	参考文献	33

第 1 章 研究関心

1-1. 研究関心

リクルートの調査データを引用すると、関東の住みたい街ランキング(2016)において、横浜市は第 3 位にランクインしている。同調査において、横浜市は毎年上位にランクインしている。また、ブランド総合研究所の調査では、全国の市町村を対象に行われた地域ブランド調査においても、2006 年からの調査開始以来、横浜市は魅力度トップ 5 に毎年ランクインしている。このように横浜市は他の地域と比較して、肯定的なイメージで捉えられている人が多いのかもしれない。

近年日本では、地方創生・地域活性化などの取り組みが重要視され、まちづくりの推進を図る活動が全国各地で行われている。その中でも、「地域ブランド」というように、地域の特色とイメージを結び付けて付加価値をつけることで、地域というブランドを確立していく取り組みが注目を浴びている。この地域ブランド化を進めていくうえでは、人々が地域に対して持つイメージを正確に把握することが必要である。横浜市は市としての認知度が高く、「みなとみらい」などマスメディアに繰り返し登場する有名なエリアを抱えており、それゆえに横浜市に対するイメージを持っている者が、他の市町村に比べて多いだろう。このイメージを把握することで、地域ブランディングを確立させ、より最適なプロモーションやまちづくりを行っていただけるのではないだろうかと考えた。

筆者自身も、横浜市への転居前は、横浜市はいわゆる「都会」であり、住みにくい環境なのではないかというイメージを持っていた。しかし、実際に住んでみると利便性は抜群であり、確かに「都会」ではあるが、中心地から離れると地方都市と変わらない「田舎らしさ」も残っており、住みやすいというイメージへと変化した。しかし他方で、事前の想像以上に人が多く、人混みで気疲れを実感してしまう部分もある。このように横浜市に住むにあたり、イメージ通りの部分や事前の想像とのギャップの両面があった中で、最終的には総じて横浜とい

う街が好きになった。同時に、このようにプラスのギャップとマイナスのギャップが混在する中で、地方出身者の誰しものが経験するこのギャップが、横浜市へと転居してきた際にこの街への満足度にどのように影響しているのかという疑問を持った。

また、横浜市の統計調査データを引用すると、横浜市の人口は近年増加傾向にあり、市外、県外からの転入が最も多いのは20代～30代の若者である。しかし、それと同時に横浜市外への転出が最も多いのも20代～30代の若者である。横浜市の職員を目指す筆者にとって、この若者の社会移動は横浜市の課題でもあると考えた。この社会移動の多い若者が、横浜市にどのようなイメージを持って転入し、そしてどのような現実を知ることになるのか興味が湧いてきた。

本稿では、大学進学と同時に横浜市へと転入してきた大学生を対象にした調査を行い、横浜市のイメージや生活満足度の分析を通して、横浜市のよりよいまちづくりを行うにはどのようにすればよいかを考察していきたい。

1-2.本稿の構成

本稿は、全部で6章から構成されている。第2章では、地域に対して抱くイメージに関する先行研究をレビューする。第3章では、本稿の調査対象と調査方法について説明され、続く第4章では、分析結果が示される。そして、第5章で分析結果に対する考察を提示し、最後に本研究の結論と意義、今後の課題について言及する。

第 2 章 理論の検討

2-1. 既存研究の検討

地域に対して抱くイメージに関する研究では、大津(2010)、富澤(2012)などがある。

大津(2010)では、和歌山県で観光マーケティングを行うに際して、和歌山県に対する地域イメージを明らかにしている。首都圏に住む 12 歳から 94 歳までの男女 557 名（男性 3 割、女性 7 割）を対象にアンケート調査を実施している。和歌山県に対する地域イメージに加え、立地等の条件が和歌山県と同類していると考えられる他県（宮崎、三重、徳島、奈良）にも同様のイメージ調査を行っており、他県と比較した和歌山県に抱くイメージの特徴を得ている。

解答者の行動パターン（旅行頻度、グルメ志向、食の安全性、文化施設利用度、和歌山県の訪問経験）、属性（性別、年齢層）によって地域イメージに差が出るか分析し、行動や属性に合ったアプローチ方法が必要だと言及している。例えば首都圏住民全体の平均的な和歌山県に対してのイメージは食の美味しさ、自然環境のすばらしさへの肯定的なイメージが高いが、文化ないし歴史的な項目への肯定的回答の割合が少ない。しかし回答者を文化施設の利用頻度で分類すると、文化・歴史的な項目への肯定的回答割合が高くなる。

富澤(2012)では、鹿児島県日置市伊集院飯牟礼地区の住民を対象として、地元である飯牟礼地区に対するイメージのアンケート調査を行い、地域イメージの構造と形成要因について分析している。地元住民への地域イメージという点で、大津(2010)の研究とはイメージ調査の対象者が異なっている。また、アンケートの項目も「親しみのある—よそよそしい」「大きい—小さい」「安全な—危険な」のような形容詞対を使用している。地域に対するイメージは、年齢や住んでいる場所によって異なることが明らかにされており、特に子供と大人の間で地域イメージが大きく異なる。

地域に対して抱くイメージにはどのようなものがあるかを事前に

予想している部分や、回答者の行動パターンや属性の違いに焦点を当てて、地域イメージを分析することへの妥当性を証明しているという点で、筆者の期待に応えるものだと言える。

2-2. 既存研究の問題点と研究課題

前述のとおり、これらの既存研究は筆者の期待に応える部分があるものの、いくつかの問題点も見受けられる。以下、その問題点を5点指摘したいと思う。

1点目は、そもそもこれが横浜市に対するイメージを対象にした研究ではないということである。既存研究は、和歌山県と鹿児島県日置市伊集院飯牟礼地区に対するイメージに関して研究しているため、横浜市に対して抱くイメージが明らかになっていない。そのため、本研究では横浜市に焦点を当て、横浜市に対して抱くイメージを詳細に明らかにしていく。

2点目は、サンプル属性の違いである。既存研究の調査対象者は、大津(2010)が首都圏在住者、富澤(2012)が鹿児島県日置市の在住者であり、双方とも子供から大人までと年齢層も幅広い。しかし、本研究が対象としたいのは流動性の極めて高い若者層あり、彼(彼女)らが抱く横浜市に対するイメージである。この問題に取り組むためには、調査対象を社会移動の多い20代～30代の若者に絞って調査を行う必要がある。

3点目は、質問内容の細かさの問題である。既存研究ではアンケートでの調査を行っており、事前に用意された質問票に記載されているイメージを選択する方法となっている。また、富澤(2012)では、アンケート項目が形容詞対で構成されており、漠然としたイメージしか把握できない可能性があると考えられる。地域に抱くイメージは、人によって様々である。例えば「利便性が良い」と思っている人も、それは電車の本数が多いからなのか、路線が多いからなのかと、一口に利便性といっても、多様な理由が挙げられると予想する。そして人々が特定の街に住むことを決定したり、あるいは逆に、そこから出ていくことを

決定したりする理由にせまるためには、そのような多様かつ具体的な理由を明らかにしなければならないと考える。したがって、横浜に抱く詳細なイメージを明らかにするという目的から、本研究ではアンケートで事前に回答されそうなイメージを設定せず、インタビュー形式で調査を進める必要があると考える。

4点目は、地域のイメージが居住の前後で変わるといった、イメージのギャップに焦点が当てられていない点である。経営学では、会社などの組織参入前に抱くイメージと、参入後に経験する現実とのギャップによって、会社への愛着や離職が影響を受けることが指摘されている。同様に、地域に対する愛着やそこからの転出に関しても、この種のギャップの影響があるのではないかと考えられる。にもかかわらず、既存研究では、現在のイメージにのみ焦点が当てられている。本研究では横浜市に住む以前に抱いていたイメージと、その後、実際に横浜市で暮らしてみても変わったイメージとを比較し、イメージギャップを抽出したいと考えている。そのため、回答者につき、居住の前後での両方のイメージに関してインタビューを行う。

5点目が、居住地域の満足度と関連した分析が行われていないということである。地域イメージと満足度を関連付けた既存研究は少ない。地域のイメージギャップは、地域への満足度に少なからず影響する可能性があると考えられる。だからこそ、ここは、イメージギャップと満足度の関連に対して、新たな知見を加えようとする本研究の役割であると、筆者は考えている。

以上を踏まえて、本研究の研究課題を提示する。

- (1) 20代～30代の若者は、横浜への転居前に、横浜という地域に対してどのようなプラスのイメージ、またはマイナスのイメージを持っているのか。
- (2) 横浜に対するイメージはどのように形成されるのか。
- (3) 転居後に、転居前とのイメージのギャップがどのような部分に現

れるのか。

(4) イメージのギャップが地域の満足度にどのように影響しているのか。

それぞれの研究課題に対し、以下のような仮説を提示する。

仮説(1) 景観要因¹に対して1番プラスなイメージを持ち、人物要因に対して1番マイナスなイメージを持つ。

仮説(2) 撮影地として使用されるなど、街並みを目にする機会が多い。また全国ニュースで取り上げられる。

仮説(3) 景観・環境要因はプラスのギャップ、人物・食要因はマイナスのギャップとして現れる。

仮説(4) 利便性・環境要因のイメージギャップは居住地域の満足度に影響する。

¹ 仮説で記されている様々な要因については、既存研究を参考にし、筆者なりにイメージの種類を分類したものである。

第 3 章 調査と方法

3-1. 調査協力者の詳細

本研究では、筆者の個人的なつながりの中から、理論的サンプリングを活用して、18名の学生を対象としたインタビュー調査を実施した。インタビューの協力者をまとめたものが以下の表 1 である。

表 1. 調査協力者の属性

仮名	性別	年齢	出身地	現在地	居住期間	訪問回数
A	男	23	栃木県宇都宮	片倉町	3年半	3
B	男	22	茨城県土浦市	二俣川	3年半	1
C	男	24	千葉県船橋市	釜台	5年	1
D	男	20	埼玉県所沢市	和田町	2年	10
E	女	23	東京都世田谷区	釜台	3年	10回以上
F	男	25	東京都世田谷区	釜台	5年	5
G	女	22	新潟県柏崎市	三ッ沢上町	3年半	1
H	女	22	静岡県宇都宮市	和田町	3年半	1
I	女	22	静岡県静岡市	和田町	3年半	1
J	男	22	富山県高岡市	三ッ沢上町	2年半	2
K	女	23	愛知県春日井市	和田町	3年半	2
L	男	22	三重県川越市	岡沢町	3年半	数回
M	女	21	京都府	和田町	2年半	1
N	男	23	山口県	岡沢町	3年半	3
O	男	22	山口県下松市	和田町	3年半	0
P	女	21	香川県讃岐市	三ッ沢上町	2年半	2
Q	女	22	福岡県新宮町	和田町	3年半	0
R	女	22	宮崎県小林市	和田町	3年半	2

調査対象が 20 代～30 代の若者のため、筆者の便宜上、大学生を対象としインタビューを行った。一般的に大学入学時は 18 歳であるが、大学生活中に 20 代へと突入するため、20 代～30 代の若者として捉えてもよい拠標範囲内であると考え。また、横浜市への転居前と転居後のイメージを比較したイメージギャップを抽出するため、大学入学前は横浜市以外に住んでおり、かつ、大学入学を期に横浜市へと転居してきた学生を対象とする。さらに、大学入学前の居住地の違いによってイメージに偏りが生まれないようにするにあたり、横浜市の転居前の地域が異なることが必要であるため、インタビュー対象者の出

身地に違いが出るように筆者が意図的に選出した。今回は、調査対象者の条件が限定的であるにもかかわらず、ある程度のサンプル数を必要とする調査であったため、筆者の所属するコミュニティに対し、この理論的サンプリングを活用した。以下、サンプルの属性を説明する。

全 18 名のうち、男性が 9 名(50%)、女性が 9 名(50%)であった。出身地の地方区分は北海道地方が 0 名、東北地方が 0 名、関東地方が 6 名(栃木県 1 名、茨城県 1 名、千葉県 1 名、埼玉県 1 名、東京都 2 名)、中部地方 5 名(新潟県 1 名、富山県 1 名、静岡県 2 名、愛知県 1 名)、近畿地方 2 名(三重県 1 名、京都府 1 名)、中国地方 2 名(山口県 2 名)、四国地方 1 名(香川県 1 名)、九州地方 2 名(福岡県 1 名、宮崎県 1 名)となっている。また、出身地の生活環境は、都会が 4 名(22%)、田舎が 14 名(78%)である。横浜市での居住地は、18 名全員が横浜国立大学から直線距離で約 5 キロメートル以内の場所に住んでおり、居住期間も 2 年以上経過している。さらに、横浜市への転居前までの横浜市の訪問回数については、0 回が 2 名(11%)、1 回が 6 名(33%)、2~5 回が 8 名(44%)、5 回以上が 2 名(11%)と続く。以下一部の属性に関して、補足説明を加える。

まず、横浜市の居住期間に関して、18 名全員が 2 年以上経過している理由を説明する。本研究では居住地域の満足度についても分析していくため、ある程度横浜市に住み慣れた者を調査対象としたいという意図がある。経営学では、企業に参入直後の新人社員は、たいした根拠もなくその企業に対してプラスのイメージを持ちやすいという「ハネムーン効果」というのが指摘されている。いわゆるハネムーン期を経た後で、多くの人を経験するのが「ハングオーバー効果」と呼ばれるものである。新婚時代のように、全てが「ポジティブ」に評価される時期を過ぎれば、相手の悪い部分も見えてくるというのである。本研究では、街に対しても同じようなことが当てはまると考え、このように酸いも甘いも理解したうえで、現状を冷静に見極められる状態にある者を、2 年以上横浜市に住んでいる者と設定し、意図的に選出した。因みに、ハングオーバー効果とは、初期状態の満足度が高揚し

ている状態から、酔いがさめて現実を見るようになることである。

また、居住地についてだが、横浜市の転居前の地域区分に関しては、北海道と東北地方のサンプルを集めることができなかった。もともとサンプル数が膨大でないため、本研究のサンプル上の限界と言える。さらに、横浜市への転居後の居住地が横浜国立大学周辺に偏っているが、居住期間も2年以上と長く、横浜市全体についての回答を求めたため、さほど問題ないと考える。

3-2. 調査方法の詳細

本研究では、上記の調査協力者の各々に対し、45分程度のインタビュー調査を行った。実施期間は平成28年11月5日から、同年11月30日までである。インタビュー調査を採用した理由については、前述の既存研究の問題点と研究課題にもあるように、地域のイメージとその後のギャップに関してニュアンスも含め詳細に把握するためである。以下、インタビューにおける質問内容を記述する。

I 基本情報

- ① 出身地
- ② 出身地の生活環境
- ③ 現在の居住地
- ④ 現在の居住地の居住期間
- ⑤ 転居前の横浜市への訪問回数
- ⑥ 訪問の内訳

II 転居前の横浜市のイメージ

- ① 景観要因
- ② 利便性要因
- ③ レジャー要因
- ④ 人物要因
- ⑤ 環境要因
- ⑥ 金銭要因
- ⑦ 食要因
- ⑧ イベント要因
- ⑨ 文化要因
- ⑩ 安全面要因
- ⑪ 仕事要因
- ⑫ その他

III イメージがどうやって形成されたか

IV 転居後のイメージの変化

- ① 景観要因
- ② 利便性要因
- ③ レジャー要因
- ④ 人物要因
- ⑤ 環境要因
- ⑥ 金銭要因
- ⑦ 食要因
- ⑧ イベント要因
- ⑨ 文化要因
- ⑩ 安全面要因
- ⑪ 仕事要因
- ⑫ その他

V 現在の横浜市での生活にどれほど満足しているか(10段階評価)

- ① 肯定的理由
- ② 否定的理由

VI 横浜市への要望

3-3. 分析方法

本研究は、それぞれの研究課題に対して、以下の方法を用いて、分析を行った。

- (1) 横浜市のイメージ：Excelによる記述統計、インタビュー内容の抽出・整理
- (2) イメージの形成：Excelによる記述統計、インタビュー内容の抽出・整理
- (3) イメージのギャップがどこに現れるか：Excelによる記述統計、
- (4) イメージギャップと満足度：インタビュー内容の抽出・整理

なお、今回はインタビュー調査を実施したが、インタビュー内容が端的であったため、同類の回答が多く見受けられた。インタビュー内容を一つずつ書き出して、内容が似ているもの同士を整理していった結果、定量的に分類することができた。この際、第三者にも同じように内容の分類をしてもらい、ほぼ相違がなかったことで、客観性も検証した。以下、定性と定量の両方を使い分けて分析を行う。

第 4 章 データと分析結果

4-1. 研究課題 1 の分析結果

まず、転居前に抱えていた横浜市のイメージについて、初めに思いついたイメージを 2 ポイント、次に要因別で掘り下げた段階で挙げたイメージを 1 ポイントとし、要因別でポイント数を Excel にて集計した。肯定的なイメージの場合はプラスのポイントとし、否定的なイメージについてはマイナスのポイントとして換算している。その結果が以下、表 2 から表 12 である。

表 2. ① 景観要因イメージ

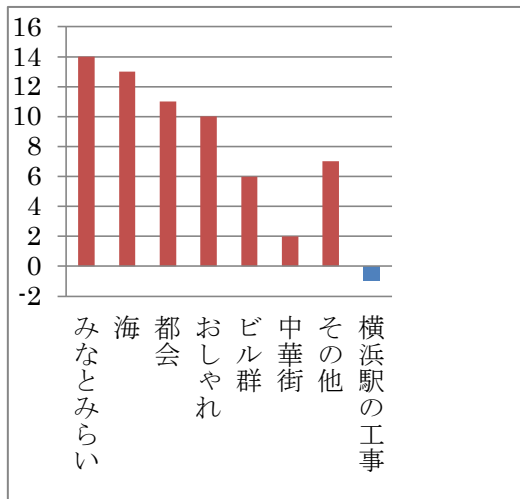


表 3. ② 利便性要因イメージ

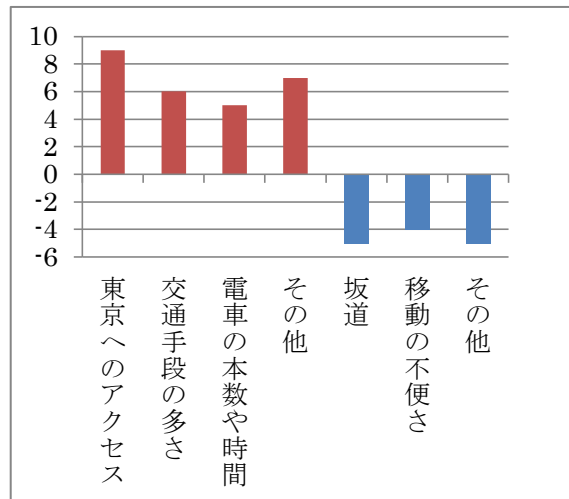


表 4. ③ レジャー要因イメージ

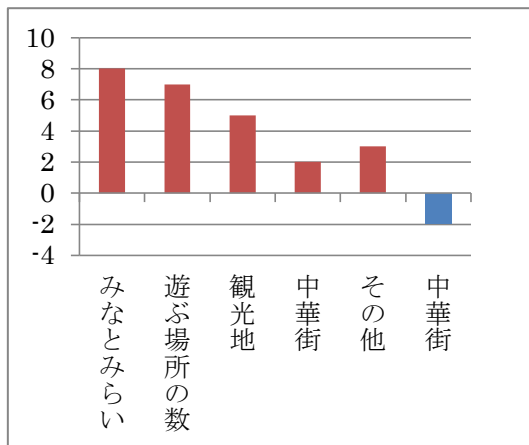


表 5. ④ 人物要因イメージ

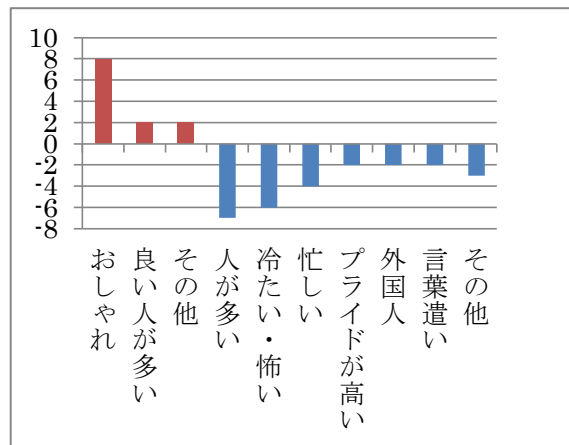


表 6. ⑤環境要因イメージ

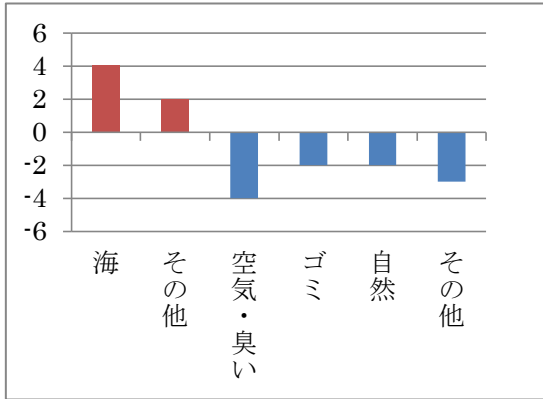


表 7. ⑥金銭要因イメージ

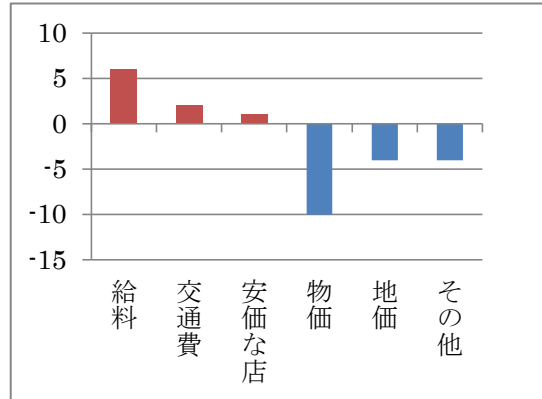


表 8. ⑦食要因イメージ

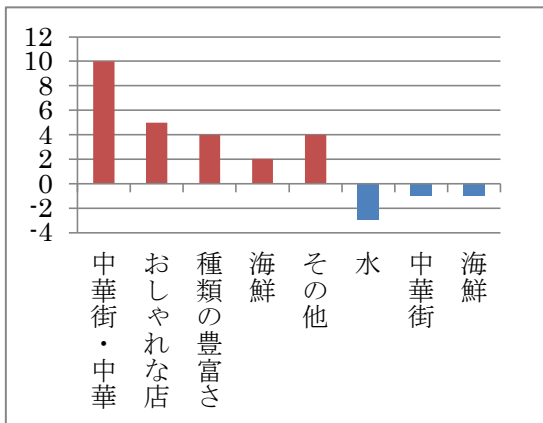


表 9. ⑧イベント要因イメージ

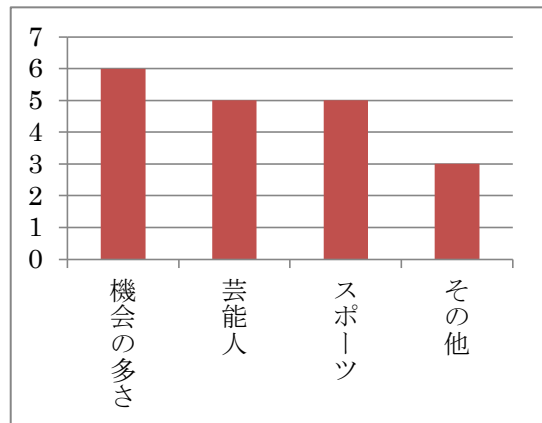


表 10. ⑨文化要因イメージ

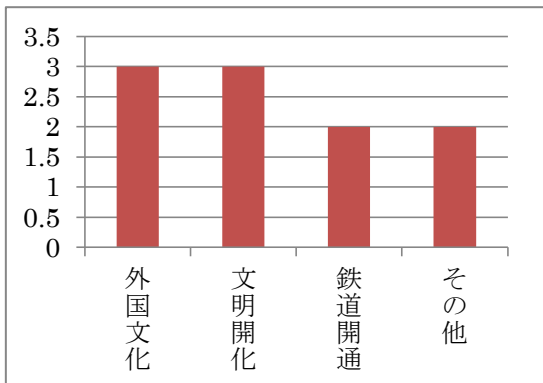


表 11. ⑩安全要因イメージ

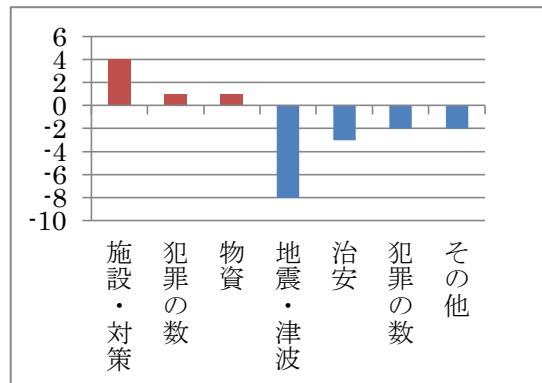
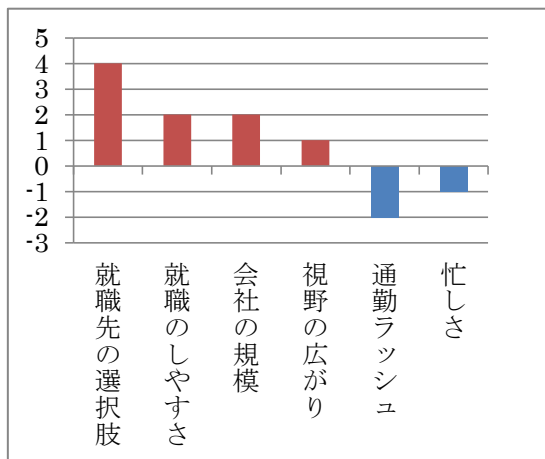


表 12. ⑪ 仕事要因イメージ



なお、それぞれの要因ごとで、何かしらのイメージを持っていたと回答した人の割合（以下「イメージ所有率」とする）は以下の通りである。

- ① 景観要因・② 利便性要因・④ 人物要因・⑦ 食要因 → 89%
- ③ レジャー要因・⑩ 安全要因 → 83%
- ⑥ 金銭要因 → 78%
- ⑤ 環境要因 → 72%
- ⑧ イベント要因 → 61%
- ⑪ 仕事要因 → 56%
- ⑨ 文化要因 → 33%

表 2 から表 12 より、プラスのイメージのポイントが一番高い要因は、63 ポイントの景観要因であることが明らかになった。次いで利便性要因（38 ポイント）、レジャー要因（25 ポイント）、食要因（25 ポイント）と続く。次に、マイナスのイメージポイントが一番高い要因は -26 ポイントで人物要因である。次いで金銭要因（-18 ポイント）、安全要因（-15 ポイント）となった。

よって仮説(1) 景観要因に対して 1 番プラスなイメージを持ち、人物要因に対して 1 番マイナスなイメージを持つ、は支持された。

また、景観要因、利便性要因・人物要因、食要因の4つが89%と高いイメージ所有率を示していることより、横浜市は、特にこれら4つのイメージが持たれやすい地域であることがわかった。

最後に、インタビュー結果をいくつか抜粋し、回答者の発言をそのまま文字化して整理する。ここでは上記でも示された、それぞれの要因のイメージについて、同類のイメージの回答が比較的多かったものや、特徴的な回答をとりあげ、イメージの内容を鮮明にしていく。①から⑩は3章の調査方法で示されたそれぞれの要因に対応している。

- ① 横浜と言えば、浜辺、おしゃれってイメージ。浜辺っていうのはみなとみらいの景色のこと。自分の地元にも浜辺はあったけどおしゃれさはない、ただの浜辺。おしゃれさありきの浜辺だからいいイメージがあった。＜O氏＞
- ② 地元比べたら利便性はいいだろうな。バスもいっぱい走ってるだろうし、電車の本数もそうだし、線路が走ってる地域っていう部分でも、利便性はいいだろうなと思ってた。あとは、コンビニ、スーパーなんかもいっぱいあるんだろうなって思ってた。＜A氏＞
- ③ レジャー系のイメージは満点だね。満点（満足している）だし、満点（得点的満点）だよ。てか、観光地のイメージしかなかったからね。観光地はいっぱい遊べる場所があるってこと。地元で遊ぶとなったらイオンしかなかったからね。＜B氏＞
- ④ 横浜の人は、なんかプライドが高いっていうか、横浜だし、って感じがありますね。若干東京に対抗してるみたい。きついのかなって思ってましたね、性格は。プラスのイメージではないです。＜P氏＞
- ⑤ 横浜は自然がなさそう。海しかない。緑のイメージがない。空気はそんなにきれいではなさそうとは思ってたよ。＜M氏＞
- ⑥ 日用品の物価が高いイメージ。あと家賃。バイト代も。お金がないと生きていけないというイメージはもちろんある。なんかどこに行

くにもお金がかかるし、車とか自転車使うのでは済まないし。〈R氏〉

⑦食のイメージは中華街。行ってみたいいいイメージですね。いろんな種類があるのかな、いろんなジャンルがいっぱいありそう。よく上陸してきてるじゃないですか、日本に。だから最先端のものが食べられそう。テレビでよく見るものが。〈P氏〉

⑧横浜アリーナがあるから、ライブとかいっぱいやってそうなイメージがある。日産スタジアムもそうかな。サッカーとかやってるし。あと浜スタも。スポーツ系のイベントのイメージ。〈E氏〉

⑨港町だから異国の文化が早くから入ってきて、赤レンガみたいな。あと中華街とかで、中国人が沢山住んでる所があったりとか、そういういろんな国の人が出て、そういう文化もいろんなところにあるイメージ。ペリーが来航したのって横浜だったよね。そういう知識はある、だから港町として発展したのかな。〈H氏〉

⑩首都直下型地震が、私が高2か高3の時にあと5年以内に来るって言われて、首都直下型地震に対する不安があった。首都が震源になったら3.11の時よりもっとひどいだろうなと思って、最悪死ぬかもって気持ちはあった。〈G氏〉

⑪横浜に本社がある会社が多そうなイメージ。自分の興味のある分野が集まっていそう。東京に近いしね。ビジネスの大きな会社がある感じのイメージだったかな。〈L氏〉

⑫街全体がきらびやかなイメージだけど、その分怖いと思ってた。人が怖いとかだけじゃなくて、全体的に。田舎出身だから都会は住みづらそうだなって。あと、ご近所付き合いとかも希薄そうだよ。〈C氏〉

上記のインタビュー結果以外にも様々なイメージが抽出されたが、似通ったイメージを持つもの同士が多々存在してした。日本全国の平均的な横浜のイメージを語らせると、上記のような発言が多く抽出される。

4-2. 研究課題 2 の分析結果

横浜市に対するイメージはなぜ、どのように形成されたと思うかをいくつでも自由に回答してもらった。類似性が認められる回答内容をまとめ、集計した結果が以下、表 13 である。

表 13. どうやってイメージが形成されたか

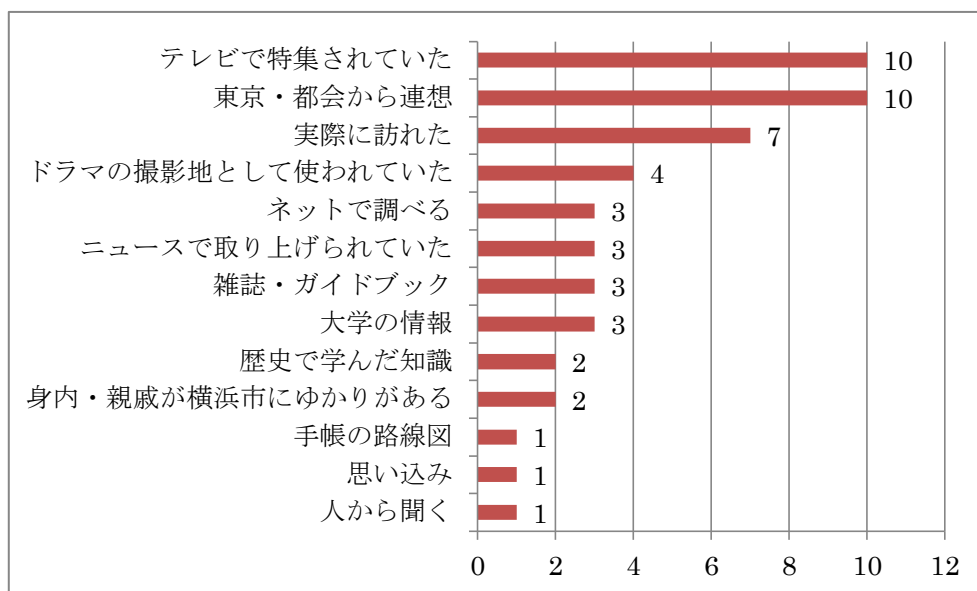


表 13 より、「テレビで特集されていた」と「東京・都会から派生して」の項目に対して回答者 18 名のうち 10 名（56%）が、イメージ形成のきっかけになったと回答している。「テレビで特集されていた」と合わせ、「ドラマの撮影地として使われている」、「ネットで調べる」、「ニュースで取り上げられていた」、「雑誌・ガイドブック」など、メディアからのイメージ形成が多くを占めていることが分かる。

よって仮説(2) 撮影地として使用されるなど、街並みを目にする機会が多い。また全国ニュースで取り上げられる、はメディアを介して横浜市へのイメージを形成する傾向が強いという結果からみて、証明された。

また、「東京・都会から連想して」と回答した人の多くは次のような発言をしている。その発言が以下である。

東京がど真ん中にばんってあって、その周りは東京みたいにご

みごみしてなくて、のんびり住んでるイメージ。東京中心にイメージは形成されたよね。東京の周りは発展している街ではあるけどそんなに……、治安も悪そうじゃないし。東京と似てるんだろうけど、東京より田舎で、東京の住みやすくなったバージョンって感じかな。

< N 氏 >

上記のインタビュー発言から、横浜市は東京と比較されてイメージが形成されることが分かる。東京よりは都会度が劣るのではないか、東京という大都会のイメージである地域を中心に考えると、その周りの地域は段々に変化するのではないか、という思考回路が露になった。

4-3. 研究課題 3 の分析結果

横浜への転居後、今現在の生活と比較してイメージと違った部分を自由に回答してもらった。初めに挙げたイメージギャップを 2 ポイント、次に要因別で掘り下げた段階で挙げたイメージギャップを 1 ポイントとし、要因ごとのポイント数を Excel で集計した。事前のイメージ以上に良かったというような、肯定的なイメージギャップの場合はプラスのポイントとして換算し、この合計を「プラスのギャップ」とする。また、事前のイメージよりも悪かったというような否定的なイメージギャップについてはマイナスのポイントとして換算し、この合計を「マイナスのギャップ」としている。その結果が以下、表 14 である。

表 14. 要因別のイメージギャップポイント

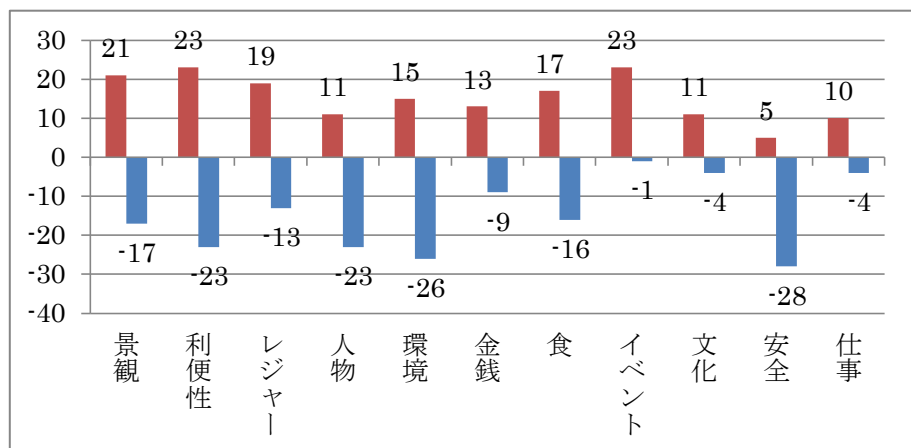


表 14 より、1 番プラスのギャップを示したのは、利便性要因（23 ポイント）とイベント要因（23 ポイント）の 2 つであった。次いで、景観要因（21 ポイント）、レジャー要因（19 ポイント）である。特に、イベント要因に関してはマイナスのギャップが -1 ポイントしかなく、ほとんどプラスのギャップとして働いていることが分かる。利便性要因に関しては、プラスのポイントと同ポイントのマイナスのギャップが働いているため、満足している部分と不満足に思っている部分の差が激しいことが読み取れる。

そして、1 番マイナスのギャップを示したのは、安全要因（-28 ポイント）であった。次いで、環境要因（-26 ポイント）、利便性要因（-23 ポイント）である。前述の研究課題 1 の分析結果と比較すると、安全要因や環境要因は、転居前の段階からマイナスのイメージを持っている者の割合が高く、そこからさらにマイナスのギャップへと働いたということになる。転居前の横浜市へのイメージの方向性は正確だったと言えるかもしれないが、想像以上にマイナスの部分が目に付いたと言えるだろう。

よって、仮説(3) 景観・環境要因はプラスのギャップ、人物・食要因はマイナスのギャップとして現れる、については景観要因がプラスのギャップとして現れたが、環境要因はマイナスのギャップとして現れたため否定される。さらに人物要因は、仮説通りマイナスギャップ

として現れたが、食要因はどちらかというところプラスのギャップに現れたため、こちらも否定される。

次に、インタビュー結果をいくつか抜粋し、回答者の発言をそのまま文字化して整理する。ここではそれぞれの要因のイメージギャップについて、同類の回答が比較的多かったものや、特徴的な回答をとりあげ、イメージギャップの内容を鮮明にしていく。①から⑫は3章の調査方法で示されたそれぞれの要因に対応している。

- ①・みなとみらいのおしゃれさは、ちょっと優越感を感じますね。夜の夜景が特に好きです。おもわず写真を撮ってしまいます。＜P氏＞
 - ・きれいなのはみなとみらい周辺だけかも。横浜駅は綺麗じゃない。意外と汚い。駅の天井は低いし、ずっと工事してる。もっときれいにしてほしい、東京駅くらいに。＜Q氏＞
- ②・局所的にお店があるから便利だね。横浜駅に出れば何でも揃う。食べ物も、服も、いろんなお店が。わざわざ東京に出なくていい。＜O氏＞
 - ・電車の間隔が短いのはいいなと思ってるよ。1本逃してもすぐに次の電車に乗れる。あと終電も遅い。でも横浜駅を経由しないとどこにも行けないのが嫌だ。いろいろなところに行くときいつも横浜駅に出る。＜C氏＞
 - ・とにかく坂が多い。ちょっと自転車で出かけたときとか、歩いて行動するのに不便。バスでしか移動できない。原付きがないと生きていけない。＜E氏＞
- ③・ちょっと郊外でも遊ぶところがある。ズーラシアとか二俣川とか。＜H氏＞
 - ・みなとみらいは楽しい。おしゃれなカフェに行くのが楽しい。でも遊ぶ場所は少ないかな。きれいな街だけどショッピングモールとか、景色を楽しむとかしかできなくて、コスモワールドくらい

しか遊ぶ場所はない。〈M氏〉

- ④・プライドが高いとか性格の違いはなかった。あと実際におしゃれな人は多いね。みなとみらいに行ってもクロックスとかジャージはいてる人いないじゃん。TPOに合った格好をしてる所は好印象。〈K氏〉

・駅の人混みはいつまでたっても好きになれないな。ヤンキーというかチンピラ多くないか。駅周辺だけかもしれないけど、冷たいし怖いし変な人が多い。ホームレスも多いね。地元のヤンキーとは違うチンピラ感。〈L氏〉

- ⑤・思ったより自然が豊かだね。緑が多い。田んぼもあるし公園も多い気がする。緑があると安心する。〈R氏〉

・ゴミが多くて汚い、特に駅は。ポイ捨てもきになる、ゴミ置き場もね。駅とか中華街に、なんだろう、清潔感がない。ゴミの分別自体も厳しいからめんどくさいな。〈L氏〉

- ⑥・物価は意外と安くてびっくり。でも家賃も土地代も高いのは嫌だ。その分バイトの時給は高いけどね。〈H氏〉

・地元と比べると交通費が安くなった。JRは安いのに地下鉄が高いのはなんでだろう。〈P氏〉

- ⑦・横浜には特産物が何も無い。友達が来た時に何を紹介すればいいかわからない。〈Q氏〉

・おしゃれな店がいくらでもあるから、自分の好きなものを選んで食べれるのが好き。食材の味は良くない。海鮮が美味しいのかと思ってたけど、魚は美味しいと思っただことがない。〈D氏〉

・水道水は飲めないかな、不味いよね。〈L氏〉

- ⑧・イベントに行きやすくなった。赤レンガでやってるイベントがいいなって思って。オクフェスとか。有名なイベントにも行けたし、イベントが身近になったな。〈M氏〉

・よく横浜駅の東口でイベントやってるよね。子どもから高齢者まで年齢問わず、イベントの対象が幅広い気がする。〈D氏〉

・自分は阪神ファンだったけど、ベイスターズが好きになった。地

元の人じゃなくてもベ이스ターズのファンになってる人がいるのは楽しめていい。サッカーでも野球でも、地元にもホームチームがあるのは盛り上がるしいいなと思う。〈D氏〉

- ⑨・関内のほうは外国人が多い。韓国人街がある。中国人も多い。俺のバイト先に来る客の半分以上が外国人。〈F氏〉
 - ・港町の雰囲気が残っているのはいいなと思う。赤レンガとか、元町付近の建物の造りが綺麗。〈H氏〉
- ⑩・治安が悪い。夜の横浜駅は特に怖い。夜中なのに暴走族のようにぶんぶん大きな音を出して運転してる人がいる。交通マナーは悪い。あとタバコのマナーも。〈M氏〉
 - ・想像以上に地震が多いかな。まだ被害は遭ってないけど津波とかも地震が起こるたびに心配になる。〈N氏〉
 - ・人との関わりが希薄で安心できない。でも意外と落とし物がみつかることがある。(警察や交番に届く) 〈L氏〉
- ⑪・就活をして分かったけど、横浜に本社がある会社って意外と少ないかも。でも関東に居る分就職先は多い。横浜で就活をしたことはなかったけど。通勤ラッシュも嫌だったからもっと東京に近い方が便利だったかも。〈R氏〉

回答者の全員が2年以上横浜市での生活をしているということもあり、現状を冷静に見極めたうえで、マイナス面が目立つ回答が多く見受けられた。

4-4. 研究課題4の分析結果

まず、現在の横浜市での生活の満足度を10段階で評価してもらった。この際、横浜市に親しい人物がいるため離れたくないというような判断を、口頭で伝えることで排除してもらい、住みやすさといった面での満足度を示してもらった。以下より、その結果を示す。

10段階評価における満足度の平均値は7.4であった。18名中、最高得点で評価した者の値は、9であり、最低得点は5であった。最低

でも中間の 5 以上の満足度評価であったため、高い満足度を獲得していることが明らかになった。もう横浜市で生活したくないと考えるものは誰もおらず、全員がある程度の満足度の中で生活をしていることが分かる。

次に、満足度の評価理由をまとめたものが以下の表 15 である。ここでは、インタビュー結果を簡潔に整理し、全てを列挙する。

表 15. 満足度の評価理由

評価を上げた理由	評価を下げた理由
<ul style="list-style-type: none"> ・生活に便利だから ・生活圏内が狭くていろいろな施設があるから ・地元の人に会いやすい ・バイク社会故移動が不便でない ・駅が分かりやすい ・すぐに自然のあるところに行ける ・予想通りだった ・ご近所付き合いが面倒くさくない ・家賃が安い ・住めないことはないから ・交通の便が良い ・都会過ぎず、田舎過ぎず、バランスが良い ・新しい出会いなど、刺激が多い ・イベントやスポーツが好き ・ネームバリューがある 	<ul style="list-style-type: none"> ・一人一人に与えられる土地が狭い ・田舎な場所もあるが、田舎らしく生活することが許されない雰囲気 ・土地、駐車場などが高価 ・横浜駅への一局集中が不便 ・街の魅力が乏しい ・地震が怖い ・都心へのアクセスがもっと便利になってほしい ・徒歩で行動できない ・環境要因のマイナス面 ・坂が多い ・もっと理想の街がある ・ヤンキーが多い ・期待が高すぎた ・人が多い ・満員電車

	<ul style="list-style-type: none"> ・名前のわりに名所がない ・横浜駅の工事
--	---

満足度については、評価を上げた理由や下げた理由にばらつきが大きかった。比較的満足度が高い人でも、満足している理由が沢山あるわけではなく、足を引っ張っている不満足の一部が減点されるという傾向が見られた。また、「ちょうどいい」と考えている人が複数いる傾向も見受けられた。

上記で示したように、満足度の評価にはばらつきがあるため、定量的にイメージギャップと満足度の影響を検証することが難しい。よって要因ごとに、1番イメージギャップを強く感じていた回答者を選出し、イメージギャップと満足度に関係性が見受けられるかを検証していく。インタビュー以下の表 16 に整理し簡潔にまとめた。

表 16. イメージギャップと満足度の内訳

	ギャップ	±	満足度
①環境要因	<ul style="list-style-type: none"> ・もっと都会的な街並みだと期待していた ・綺麗な街並みと汚い街並みとの差が極端 	-	<ul style="list-style-type: none"> ・家賃が高い ・人が多く、気疲れする ・満員電車が嫌だ
②利便性要因	<ul style="list-style-type: none"> ・多様な交通手段 ・タクシーが夜中でもつかまる ・原動付自転車があると便利 	+	<ul style="list-style-type: none"> ・ちょうどよい
③レジャー要因	<ul style="list-style-type: none"> ・友達に紹介できる場所が少ない ・少し休憩するような場所がない 	-	<ul style="list-style-type: none"> ・名前のわりにぱっとしている場所がない ・横浜駅の工事が煩わしい

	・ズーラシアや八景島は遠い		・夜中でもやっているお店が少ない
④人物要因	・外国人が多い ・ヤンキー、変な人、ホームレスが多い	－	・人込みに気疲れする ・うるさい
⑤環境要因	・ゴミ出しが簡単 ・田んぼなどの自然、公園が多い ・水は飲める		・名前のわりにぱっとしている場所がない ・横浜駅の工事が煩わしい ・夜中でもやっているお店が少ない
⑥金銭要因	・家賃、物価が高い	－	・ゆっくりできるスペースがない ・有料なところが多い ・家賃が高い ・人に対して無関心な人が多い
⑦食要因	・食材の味があまりおいしくないと思わない ・水道水が不味い ・魚が美味しくない	－	・交通の便が悪いところがある ・横浜駅周辺にチンピラが多い
⑧イベント要因	・ベ이스ターズの活躍 ・イベントの数が多い ・幅広い年齢層に向けたイベントが開催されている	＋	・地元の人に会いやすい ・横浜駅に出れば何でも揃う
⑨文化要因	・中華街がしょぼい ・中国人が多い	－	・土地が高い
⑩安全要因	・治安が悪い	－	・ちょうどよい

	<ul style="list-style-type: none"> ・交通マナーが悪い ・夜の横浜駅は危ない ・身近な所で事件が起きている 		
⑪ 仕事要因	<ul style="list-style-type: none"> ・多様な働き方 ・きれいな会社が多い 	+	<ul style="list-style-type: none"> ・新しいもの、刺激が多い ・個性が強い ・人と触れ合える機会が多い

※イメージギャップと満足度の内容に関係性が見られる要因には下線部が記されている。

一概には言えないが、イメージギャップが大きかった要因が、満足度の理由として挙げられていたものは、レジャー要因、人物要因、金銭要因の3つであった。3要因ともマイナスのギャップが満足度の低下理由として述べられている。レジャー要因については、横浜市には、楽しんだり、誰かに誇れたりできる場所があまりないことが満足度の低下に繋がっていることが分かる。人物要因では、嫌悪感を抱く人物の存在が無意識のうちに意識されることを示唆している。金銭要因については、生活するうえで必要な費用が高くなることが、地域全体の満足度を低下させており、イメージギャップがダイレクトに満足度に影響しているといえる。

したがって、仮説(4) 利便性・環境要因のイメージギャップは居住地域の満足度に影響する、は利便性要因も環境要因も満足度に直接影響していなかったことより、支持されない。

第 5 章 考察

5-1. 分析結果のまとめ

上記の分析結果を、考察に即して簡潔にまとめたものが表 17 である。以下、それぞれについて考察を行う。

表 17. 分析結果のまとめ

研究課題	分析結果
(1) 20 代～30 代の若者は、横浜への転居前に、横浜という地域に対してどのようなプラスのイメージ、またはマイナスのイメージを持っているのか。	<ul style="list-style-type: none">・ 景観要因に対して 1 番プラスのイメージ（主に、みなとみらいの景色について）を持っている。・ 人物要因に対して 1 番マイナスのイメージ（主に、人の多さについて）を持っている。・ 景観要因、利便性要因・人物要因、食要因のイメージ所有率が最も高く、文化要因のイメージ所有率は最も低い。
(2) 横浜に対するイメージはどのように形成されるのか。	<ul style="list-style-type: none">・ 「テレビで特集されていた」、「東京・都会から連想」という回答が最も多い。・ テレビ、雑誌、ネットなどあらゆるメディアを通して横浜を知る機会が多い。
(3) 転居後に、転居前とのイメージのギャップがどのような部分に現れるのか。	<ul style="list-style-type: none">・ 最もプラスのイメージギャップがあったものは利便性要因、イベント要因である。・ 最もマイナスのイメージギャップがあったものは安全要因であ

	る。
(4) イメージのギャップが地域の満足度にどのように影響しているのか。	<ul style="list-style-type: none"> ・ レジャー要因、人物要因、金銭要因のマイナスギャップは、満足度の低下に影響を与える。 ・ 横浜市での生活における満足度の平均値は 7.4 であり、多くの人が高い満足度を示した。

5-2. 研究課題 1 の分析結果の関する考察

横浜市に対してどのようなイメージを抱いているかを導出した結果、イメージに関する良い箇所と、改善が必要な箇所が明らかとなった。

多くの若者は、横浜と言われたらみなとみらい周辺の港町の景観を思い浮かべるということが分かった。また、そのみなとみらいは綺麗で、おしゃれであるとイメージされ、非常に美しいイメージとして定着しているようだ。さらに、その景観のイメージを持っている者の割合が高いことと合わせて考えると、みなとみらいという地区は横浜市のシンボルと捉えることができるのではないだろうか。横浜市としては、若者が抱くみなとみらいの美しい景観のイメージを損なわないような取り組みに注力する必要があるだろう。

このような横浜市に対するプラスのイメージを維持すると同時に、マイナスのイメージが足を引っ張らないようにするために、イメージ改善の策も必要となると考える。本研究で発覚したのは、人物に対するイメージが悪いということである。第一の理由は人の多さであるので、これを根本的に改善しようとするのは難しい。しかし、第二に多い理由は、人が冷たい・怖いというような、内面の要素であって、このようなイメージを持たれるのは地域としても、横浜市民としても不本意な結果である。一個人の場合において、怖そうな印象の原因は、無口であることや、笑顔が少ないといったことが指摘される。横浜市全体においても、例えば挨拶運動や多くの人から笑顔を引き出すよう

な取り組みを行っていくなどの必要性が高いと言える。しかし、若者が興味を持つようなことを考慮することが大切だと考える。

また、文化要因、仕事要因のイメージを持っている若者が少ないことに関しては改善の余地があると言えるだろう。より多角的なイメージを持ってもらうためにも、文化的、仕事面でのイメージを形成する手段を模索すべきだろう。特に仕事要因に関しては、就活を控えた学生に対しては有効なアピールポイントとなるはずである。

5-3. 研究課題 2 の分析結果に関する考察

横浜市のイメージ形成の内容を知ることによって、今後の有効的なアピール方法を検討できるだろう。

テレビやインターネットといった、様々なメディアを通して地域へのイメージを形成する割合が高く、これは若者特有の傾向なのではないかと考える。現在でも横浜を舞台としたドラマは非常に多く見受けられ、横浜市の美しい景観をアピールするには有効な手段といえるだろう。その他にも、SNS など、スマートフォンから手軽に情報収集できるようになった時代の流れに沿って、アピールの場を増やしていくことができるのではないだろうか。

また、東京・都会というイメージから派生して横浜市へのイメージを形成する若者も多いことが分かった。東京に抱くイメージはいいイメージばかりではない。東京と横浜市という地域の違いを明確にしていく努力が必要であると考えられる。他の地域と比較した際の、横浜市の良い面を見出し、アピールしていくといいのではないだろうか。

その他にも、実際に横浜市を訪れた際にイメージが形成されたという回答も多かった。少ない訪問の機会でも、いかに良いイメージを持ってもらうかを考える必要性がある。横浜市は観光地としても有名な地域であり、観光名所の整備などは徹底的に行うべきであろう。

5-4. 研究課題 3 の分析結果に関する考察

イメージギャップを検証することで、今後横浜市をアピールするう

えでの内容部分が明確になり、さらに改善すべき箇所が明らかになったと言える。

まず、横浜市がアピールすべきポイントとしては、利便性要因と、イベント要因の2つである。利便性要因に関しては、横浜駅で買い物や飲食、遊びなどすべてのことを済ませることができるという理由で、プラスのイメージギャップを持った回答者が多かった。研究課題1でも分かったように、漠然と便利そうな街であるというイメージがあるが、なぜ実際に便利な街なのか、を打ち出していく必要がある。同時に、横浜駅への一極集中にマイナスの印象を持っている回答者も複数見受けられたことから、横浜市の各区が繁栄していくことが改善点と言えよう。

また、イベント要因については、プラスのイメージギャップを持つ回答者が非常に多かった。もともと、イベント要因のイメージがほとんどなかったこともあり、想像以上にイベントの数が多かったことがイメージギャップを生み出した原因だと考える。若者、特に学生などはイベントや遊びといった、楽しむ機会に対して非常に敏感だと言えるだろう。横浜市では数多くのイベントを行っていることを、さらにアピールしていく必要がある。

一方、マイナスのイメージギャップを多く持たれたのは、安全要因であった。安全面に関しては、地震などの災害に対する不安と、治安の悪さが目立った。災害自体を防ぐことはできないので、災害への対策を若者へと発信していくことが必要だと考える。治安の悪さは、繁華街の治安と、交通マナーに対する印象が多く見受けられた。また神奈川県警に対する不満も多数存在し、行政の根本的な変革が必要なのかもしれない。

5-5. 研究課題4の分析結果の関する考察

レジャー要因、人物要因、金銭要因のマイナスイメージギャップが、地域の満足度に少なからず影響しているという結果となった。やはり若者の年代においては、レジャーの面に期待を寄せている者が多いの

だろう。遊んだり楽しんだりする場所が少ないことは、地域全体の満足度にも関わってくるという発見があった。人物要因、金銭要因に関しても、一人暮らしをする若者にとっては、敏感になってしまうのも仕方ないことである。この3つの要因において、特にイメージギャップが改善されれば、満足度の低下を防ぐことができるかもしれない。

第 6 章 結論と含意

6-1. 結論

地域に対して抱くイメージは、正確に把握することはできない。そこで横浜市は若者が抱いている横浜市へのイメージを抽出することで、地域の満足度を向上させ、横浜市の魅力を増幅させることができるのである。結果として、よりよいまちづくりを行うことができるだろう。

6-2. 含意

6-2-1. 理論的含意

地域のイメージに関する既存研究は多々存在するが、イメージギャップと満足度の関係性に言及している研究は存在しないため、本研究はその分野に関して、新たな知見を与える研究であると言える。また、地域のイメージに関する既存研究に、横浜市のイメージ、さらには若者が抱くイメージという特殊な対象の知見を加えることができたことで、より既存研究の知見の幅を広げることに貢献できたと考える。

6-2-2. 実践的含意

横浜市が、地域としての魅力度をさらに向上させていくための具体的な方法を示すことができた。また、若者の社会移動という、横浜市が抱える課題を改善する手助けになると願っている。また、この研究を見た若者が、横浜市をより正確に知ってもらおう手助けになればと考える。

6-3. 今後の課題

今回は、インタビュー調査を用いたことにより、サンプル数が多く集まらなかった。また、横浜市に住む以前の出身地に関して偏りがあった。理想は 47 都道府県全ての地域のサンプルを集めたかったため、今後はさらにサンプル数を増やし、かつ地域に偏りができないようにする必要がある。

さらに、本研究は横浜市に住む以前に持っていたイメージを回答者に正確に思い出してもらう必要があった。回答者全員が横浜市に住み始めてから2年以上経過したため、過去の記憶の正確さは証明できない。イメージと満足度の正確性を向上していくための方法を検討しなければならないだろう。

参考文献

- ・大津 正和(2010),「地域イメージの規定因：和歌山県の地域イメージとその規定因に関する消費者調査結果をもとに」『観光学』第3号,1-9頁。
- ・富澤 拓志(2012),「地域イメージの調査：鹿児島県日置市飯牟礼地区での調査を例として」『地域総合研究』第40巻第1号,19-34頁。
- ・渡邊 勉(2006),「地域に対する肯定観の規定因：愛着度、住みやすさ、地域イメージに関する分析」『地域ブランド研究』2巻,99-130頁。
- ・麻生 憲一(2005),「観光資源に対する住民愛着度：奈良市内の観光資源を事例として」『研究季報』第15巻第4号,21-28頁。
- ・今井 唯・谷口 綾子・原文宏(2012),「観光地における多様な主体の地域愛着に関する研究：ニセコ・倶知安地域を事例として」『土木計画学研究・論文集』第29巻,1-11頁。
- ・韓 平・伊藤 俊介(2008),「居住地選択プロセスにおける都市イメージの関与について」『MERA Journal=人間・環境学会誌』第11号第1巻,37頁。
- ・服部 俊宏・今井 敏行(2004),「地方都市における居住地選択条件」『農村計画論文集』第6集,289-294頁。
- ・鈴木 春菜・藤井 聡(2008),「地域愛着が地域への協力行動に及ぼす影響に関する研究」『土木計画学研究・論文集』第25号第2巻,357-362頁。
- ・田中 国夫・藤本 忠明(1978),「地域社会への態度の類型化について：

その尺度構成と背景要因」『The Japanese Journal of Psychology』第
49号第1巻,36-43頁。