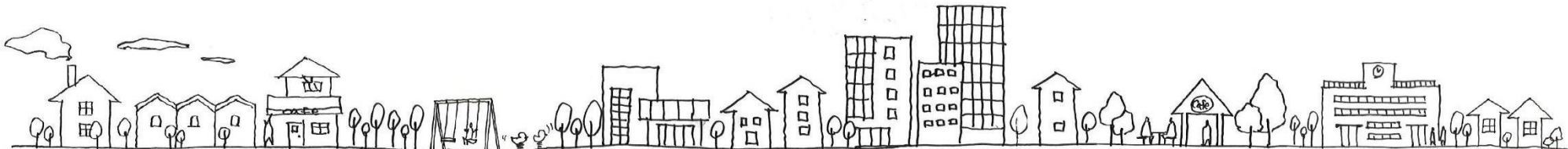


2020年度 町田市ブランド調査 報告書

2021年3月

町田市未来づくり研究所
東京都市大学 総合研究所 未来都市研究機構



はじめに

人口減少、人口構造の変化に伴い、生活関連サービス（小売・飲食・娯楽・医療機関等）の縮小、税収減による行政サービスの水準低下、地域コミュニティの機能低下等、様々な問題が懸念されています。

一方で、平成に入りテクノロジーの変化が加速し、この 10 年程度の間、スマートフォンが特に普及し、SNS を通じて世界中の様々な行動や価値観が可視化され、生活者の意識、行動に影響を与えています。

今後より一層、テクノロジーの進化が、社会、生活者に影響を与えられことから、今後起こりうる様々な問題の解決の糸口となるよう、テクノロジーを中心とした長期的な将来都市像の姿を描き、必要と考えられる都市戦略を検討することを目的としています。

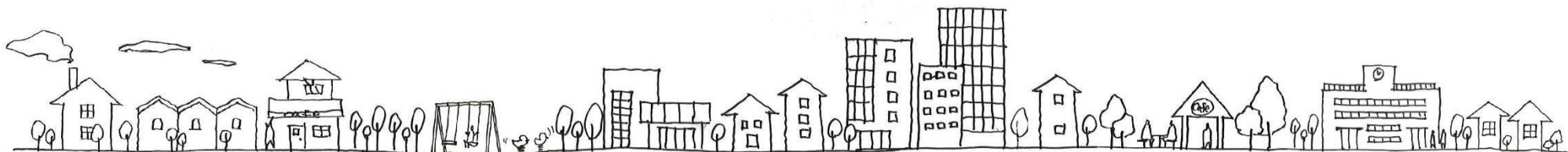
従来、自治体ではフォアキャスティング的手法（過去のデータや実績から導かれるトレンドに基づいて将来を予測し、必要な対応策を考える方法）により、将来を予測し対応してきましたが、現在のような不確実な社会・経済情勢においては、将来を確実に予測することは難しくなっています。

そこで、町田市未来づくり研究所と未来都市研究機構では新たな手法として、不確実性を前提とし、複数の未来を想定したシナリオを作成し、シナリオに応じた都市戦略を描き出すシナリオプランニングの手法により、テクノロジーの進化を見据えた、2050 年の町田市の都市像に関する研究を行っています。

上記の研究の一環として、町田市および比較都市の各市民におけるシビックプライドに着目して、町田市の特色（伸ばすべき点、伸ばしえる潜在的な点）の抽出など、未来に向けた「郊外型都市」の在り方に関する示唆を得るために、町田市および郊外型の比較3都市（八王子市、所沢市、柏市）の合計4自治体の市民に対して、インターネットを利用したアンケート調査を実施しました。

本報告書は、その調査結果をとりまとめたものです。

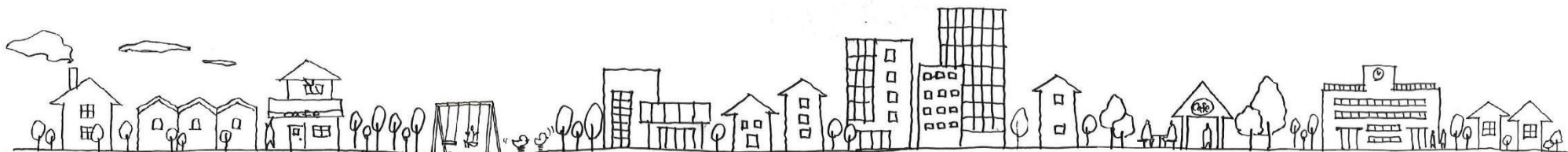
2021年3月
町田市未来づくり研究所
東京都市大学 総合研究所 未来都市研究機構



はじめに	2
I 調査概要	
1. 調査フレーム	5
2. 調査結果の要約と考察	8
3. 総括	16
II 調査結果	
1. 回答者属性	19
2. 生活価値観	25
3. 現住地との関わり	33
4. 住む街の重視点と満足度	45
5. 都市ブランド・アプローチ	70
6. 「豊かさ」実感	126
7. 新型コロナウイルス感染症による意識変化	134



I 調査概要



1. 調査フレーム (1) 調査実施フレーム

- 調査目的 : 1) 町田市民における街イメージ、住みやすさ評価、継続居住意向等からなる町田市ブランドイメージの把握。
2) 郊外生活に対する意識、住む上で重視する街の機能・要素とそれらの町田市における満足度の把握。 3)
町田市における街の資産に関する認識（自由回答）の把握。
4) 上記の3点の特徴を抽出するために、東京圏の他の都市との比較。
- 調査対象者 : 20～74 歳の男女個人（株式会社マクロミルに登録している調査協力モニター）
- 対象地域 : 町田市、および東京から30～40km圏に所在する八王子市、所沢市、柏市の各市民
- サンプル数 : 4,141 サンプル（当初設定：回収4,000サンプル以上）
- 調査手法 : インターネット調査法
- 実施時期 : 2020年6月26日～2020年7月6日



1. 調査フレーム (1) 調査実施フレーム

【各市の性年齢別人口】

2019.1.1 住民基本台帳（日本人）人口 (単位：人)

	合計	男性					女性				
		20代	30代	40代	50代	60代以上	20代	30代	40代	50代	60代以上
合計	1,196,455	90,348 101,854 141,538 115,535 156,408					84,421 95,094 131,792 108,778 170,687				
柏市	287,352	20,571	26,745	34,776	25,624	37,315	19,624	25,327	31,716	24,477	41,177
所沢市	238,474	17,416	20,588	27,837	22,984	31,637	17,267	19,304	25,800	21,439	34,202
八王子市	382,846	32,209	31,331	43,958	37,844	51,133	28,172	28,224	40,307	35,120	54,548
町田市	287,783	20,152	23,190	34,967	29,083	36,323	19,358	22,239	33,969	27,742	40,760

【4市合計に対する
各性年齢セルの比率】

	合計	男性					女性				
		20代	30代	40代	50代	60代以上	20代	30代	40代	50代	60代以上
合計	100.0%	7.6%	8.5%	11.8%	9.7%	13.1%	7.1%	7.9%	11.0%	9.1%	14.3%
柏市	24.0%	1.7%	2.2%	2.9%	2.1%	3.1%	1.6%	2.1%	2.7%	2.0%	3.4%
所沢市	19.9%	1.5%	1.7%	2.3%	1.9%	2.6%	1.4%	1.6%	2.2%	1.8%	2.9%
八王子市	32.0%	2.7%	2.6%	3.7%	3.2%	4.3%	2.4%	2.4%	3.4%	2.9%	4.6%
町田市	24.1%	1.7%	1.9%	2.9%	2.4%	3.0%	1.6%	1.9%	2.8%	2.3%	3.4%

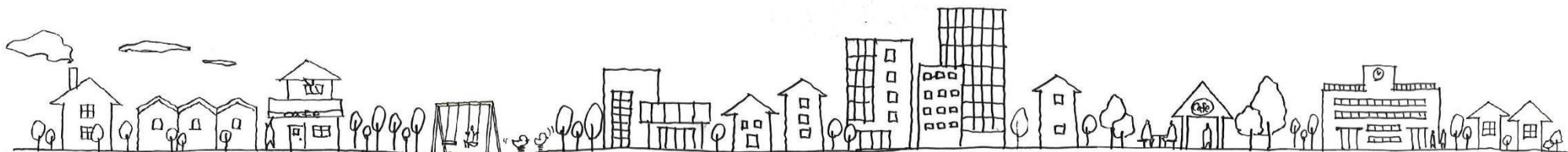
【各市・各性年齢セル
のサンプル割付と回収
状況】

		総計	男性						女性					
			合計	20代	30代	40代	50代	60-74歳	合計	20代	30代	40代	50代	60-74歳
町田市	設定	962	488	36	91	117	97	147	474	83	74	114	93	110
	有効回収	996	505	38	94	121	100	152	491	86	77	118	96	114
八王子市	設定	1,278	656	67	122	147	127	193	622	118	94	135	117	158
	有効回収	1,321	678	70	126	152	131	199	643	122	97	140	121	163
所沢市	設定	798	407	40	79	93	77	118	391	66	65	86	72	102
	有効回収	827	422	42	82	96	80	122	405	68	67	89	75	106
柏市	設定	962	503	41	107	116	86	153	459	76	85	106	82	110
	有効回収	997	521	43	111	120	89	158	476	79	88	110	85	114
4市合計	設定	4,000	2,054	184	399	473	387	611	1,946	343	318	441	364	480
	有効回収	4,141	2,126	193	413	489	400	631	2,015	355	329	457	377	497



1. 調査フレーム (2) 設問構成

現住地との関わり	都市ブランド関連	生活意識・社会意識	基本属性
Q1 居住年数	Q6 現在の街で誇れる事柄（自由回答）	Q14 豊かさ実感（0～10点の11段階）	Q17 未既婚
Q2 居住理由	Q7 街の風景の記憶（4段階尺度）	Q15 生活価値観（4段階尺度）	Q18 未子の学齢
Q3 前住地	Q8 街の心象（4段階尺度）	Q16 新型コロナウイルス感染症による社会変容に関する意見（4段階尺度）	Q19 家族構成
Q4 住む上で重視した点（4段階尺度）	Q9 住んでいる街の満足度（4段階尺度）		Q20 職業（本人、配偶者）
Q5 郊外で暮らす価値（4段階尺度）	Q10 住みやすさ（0～10点の11段階）		Q21 通勤通学先（本人、配偶者）
	Q11 居住継続意向（4段階尺度）		Q22 通勤通学時間（本人、配偶者）
	Q12 居住推奨意向（4段階尺度）		※ 性別、年齢、世帯年収については、調査協力モニターデータを使用
	Q13 居住推奨理由		



2. 調査結果の要約と考察

■現住地との関わりについて p.33-44

《前住地》

- 本調査において、現在町田市にお住いの20歳以上の人では、**町田市出身者、隣接市区からの転入、都心3区を除く東京都区部からの転入**がそれぞれ15%、横浜市や川崎市（いずれも隣接区を除く）、そしてその他神奈川県市区町村（相模原市を除く）からはそれぞれ10%前後が転入している。
- 本調査において比較対象とした八王子市民や所沢市民、柏市民と比べて、町田市民では2000年以降に生まれた、または転入した人が多くみられる。

《居住理由》

- 町田市と隣接する八王子市民と比較して、町田市民では「**地縁がなくても当地を気に入っている**」ということを居住の動機・理由とする人が多い。

《郊外で暮らす価値》

- 本調査で取り上げた4市の中で、八王子市民は「自然を感じる」をはじめ『郊外で暮らす価値』を最も多面的に感じており、他の3市民と比べて突出した傾向を有する。町田市民における『郊外で暮らす価値』の傾向は、概ね所沢市民とほぼ同じといえる。
- 町田市民に限ると、「自然を感じる」「都市と自然の溢れる空間」「ゆったり、落ち着いた暮らし」「街の豊かな表情」をはじめ、「しがらみがなく暮らせる」「住宅費用を抑えられる」「仕事よりも人間関係やプライベートを大切にできる」「楽しい暮らしができる」など、**若年層は『郊外で暮らす価値』を多面的に感じている。**

- 【考察】
- 東京都方面からは小田急線、東急線、京王線の私鉄、横浜都心方面からはJR横浜線、といった**鉄道線に沿って町田市に転入**しているようだ。
 - 町田市民に限ると、**若年層ほど現住地のいろいろな面を通じて『郊外で暮らす（郊外生活）価値』を感じており、それが町田市民における「地縁がなくても当地を気に入っている」の背景**にあるのかもしれない。



2. 調査結果の要約と考察

■ 住む街の重視点 p.45-52

- 15指標からなる『住む街の重視点』をみると、特に「買い物利便性」「通勤通学の利便性」「東京都心へのアクセス性」などの点で、町田市民と比較対象の3市民の間で顕著な差異がみられる。例えば、所沢市民や柏市民の「通勤通学の利便性」「東京都心へのアクセス性」に対する重視度合いは、町田市民や八王子市民よりも顕著に高い。
- 町田市民に限ると、**若年層（20～30代）あるいは「末子が未就学児・小学生」の人ほど、「買い物利便性」をはじめ「通勤通学の利便性」「住宅の価値子育て環境」、そして「全体的な住みやすさ」など、住む街の都市機能に対して多面的に重視**する傾向がある。

■ 住む街の満足度 p.53-61

- 上記の『住む街の重視度』と同様の15項目からなる『住む街の満足度』をみると、八王子市民は「自然環境」に、所沢市民は「東京都心へのアクセス性」に、柏市民は「買い物利便性」に対して、それぞれ他の3市民よりも際立って『とても満足している』と答えている。
- 町田市民では、上記のような他の3市民のような突出した満足度を示すような事柄がみられない。
- 町田市民に限ると、**若年層ほど「買い物利便性」「東京都心へのアクセス性」「通勤通学の利便性」「全体的な暮らしやすさ」など、町田市の都市機能に対して多面的に満足**している。
- 町田市民のライフステージ（末子の学齢）に着目すると、**末子が小学生以下では「自然環境」と「子育て環境」に、末子の学齢が上がると「買い物利便性」や「東京都心へのアクセス性」に対する満足度が高まる**傾向がみられる。

（次頁に続く）



2. 調査結果の要約と考察

■ CSポートフォリオ（重視度と満足度からみた改善点の抽出） p.62-69

- 街（都市）の機能（15項目）に対する重視度と満足度の2軸からなる評価手法（顧客満足ポートフォリオ）を用いて、市民目線の街評価を試みる。
- 2軸からなる4つの象限のうち、第一象限である『重点維持項目（＝重視度が高く、満足度も高い）』についてみると、町田市民の場合「全体的な暮らしやすさ、住みやすさ」「買い物利便性」「通勤通学の利便性」「東京都心へのアクセス性」「市内の移動しやすさ」が位置している。
- 一方、「**住宅価格**」は町田市民に限らず、比較対象の3市民においても第四象限である『**重点改善項目（＝重視度が高いのに、満足度が低い）**』内か、その周辺に位置している。
- 町田市民に限ると、**30代と60代以上では「医療環境」が、40代では「子育て環境」が、そして50代では「住宅の価格」が、それぞれ『重点改善項目』に含まれる。**

- 【考察】
- 進学、就職、結婚、出産・子育てといったライフイベントの機会が多く、それに伴い適地を求めて引っ越し・移動（転出入）する若年層は、住む街の都市機能などに強い関心をもっているのではないかと推察される。ただし、**住む街選びにおける主眼は「通勤通学の利便性」「東京都心へのアクセス性」「買い物の利便性」といった日常生活に密接にかかわる利便性要素**といえる。
 - 本調査で比較した八王子市民、所沢市民、柏市民と比べて、**町田市民の住む街の都市機能に対する重視点や満足度では、突出した特徴はみられない。**
 - 一方、CSポートフォリオという手法を用いて都市機能の改善点を探索すると、町田市民に限らず他の3市民も同様に「住宅の価格」が『重点改善項目』内、もしくはそれと『重点維持項目』との境界に位置している。おそらく、郊外の住宅価格（分譲価格もしくは賃料）は都心から距離に応じて安くなる、という先入観のようなものがあり、それ故に**町田市を含む郊外都市の住宅価格に“割高感”**を有しているものと推察される。



2. 調査結果の要約と考察

◆都市ブランドアプローチ・認知 p.71-75

- 自由記述による純粋想起による街の認知（記憶）をみると、柏市民は「柏レイソル」（17%）、所沢市民は「所沢航空記念公園」（25%）、八王子市民は「高尾山」（27%）といったように、比較対象の3市民の街の記憶では具体的なコト、場が最上位に挙げられている。
- 町田市民が、『町田市』から最も想起するのは「自然」（10%）であり、固有名詞の事象ではない。なお、この「自然」は他の3市民でも上位5位内にある。

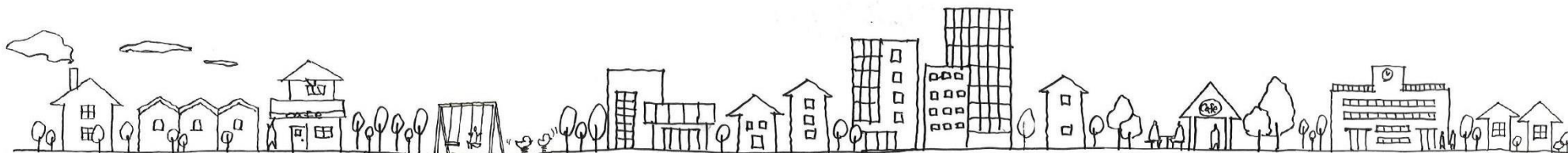
◆都市ブランドアプローチ・街の風景の記憶 p.76-83

- 次に40項目からなる「（住んでいる）街の風景」の認知（記憶）についてみると、八王子市民では「自然に恵まれている」「歴史、伝統がある」「観光名所がある」が、所沢市民では「自然災害が少ない」「都心へのアクセス性がよい」が、柏市民では「先端的な企業や研究機関、大学がある」が、それぞれ他の比較都市に対して突出している。
 - 一方、町田市民における「（住んでいる）街の風景」の認知（記憶）では、他の都市に対して突出した特色がみられない。
 - 町田市民に限ると、若年層は他の年代よりも「飲食店が充実」「食料品のお店が充実」「通勤通学へのアクセス」「よく知られている」などを記憶している。
- ⇒ 「（住んでいる）街の風景」の認知（記憶）については、町田市民を含む4市民の40項目における回答状況から、「6因子」に意味集約している。

◆都市ブランドアプローチ・街の心象（抽象的な記憶） p.84-90

- 「便利」「安心感」以外の「（住んでいる）街の心象」項目では、町田市民や他の3市民の間で顕著な差異はみられない。
 - 町田市民に限ると、若年層ほど町田市に対して「便利」「安心感」「つながり、まとまりを感じる」「ワクワクや期待感」など、様々な「心象」を抱いている。また、居住歴が短い人ほど「開放的」「穏やか」という「心象」を抱いている。
- ⇒ 「（住んでいる）街の心象」については、町田市民を含む4市民の15項目における回答状況から、「2因子」に意味集約している。

（次頁に続く）



2. 調査結果の要約と考察

◆都市ブランドアプローチ・評価 《住みやすさ》 p.91-97

- 0～10点（10点満点）で評価する「住みやすさ」をみると、町田市民と他の3市民の間でその分布や平均得点で顕著な差異はみられない。
- 町田市民に限ると、年代、ライフステージ（末子の学齢）、職業により評価点の分布が“ひと山型（ピークが1つ）”もしくは“ふた山型（同2つ）”と異なる。特に年代別に平均得点をみると、20～30代の平均得点は40代以上よりも高い。

◆都市ブランドアプローチ・街へのロイヤルティ

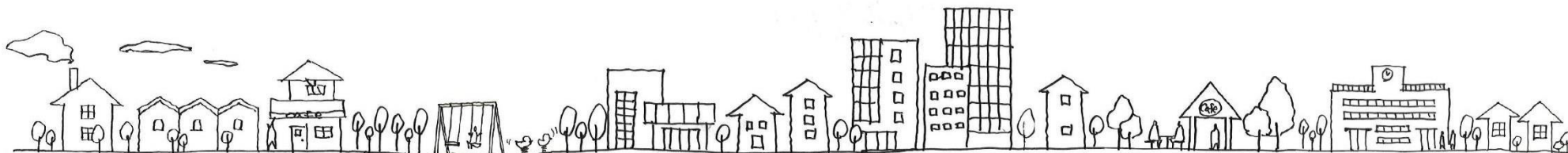
《継続居住意向》 p.98-104

- 町田市民の「住み続けたい」という（強い）意思は、少なくとも柏市民や所沢市民よりもやや弱い。
- 町田市民に限ると、末子が未就学児（主に30代）もしくは末子が社会人（主に60代以上）のライフステージにある人は、他のライフステージの人よりも継続居住の意思が強いようだ。なお、20代の「住み続けたい（強い継続居住意向）」は、少なくとも30代よりは弱い。
- 町田市民に限り「住み続けたい+どちらかといえば住み続けたい」でみると、夫婦ともにフルタイム・共稼ぎ世帯の継続居住意向は、フルタイム＆パート・アルバイト共稼ぎ世帯やフルタイム＆専業主婦世帯の継続居住意向よりも低い。

《推奨意向》 p.105-114

- 近い友人などに現在住んでいる都市への居住を「とても薦めたい」（推奨意向）という人の割合では、町田市民と他の3市民の間で差異はみられない。
- 町田市民に限り年代別にみると、40代を底として20代または60代以上に近づくほど「とても薦める」が強くなる傾向がみられる。
- 町田市民が近い友人などに町田市に住むことを薦める理由としては、「東京都心へのアクセス」「自然環境」「買い物利便性」などである。

（次頁に続く）



2. 調査結果の要約と考察

◆市民における「都市ブランド」の構造化 p.70 , p.115-125

本調査では、「都市ブランド」の価値構造として、『街の風景の記憶』⇒『街の心象（抽象化された記憶）』⇒『街の評価（住みやすさ、暮らしの満足度）』という過程を経て、最終到達点である『街への愛着・ロイヤルティ（継続居住意向、推奨意向）』に至る、という仮説を前提としている。この仮説について、以下のよう
に検証を行った。

- ・ブランド価値の最終段階である『街への愛着・ロイヤルティ』（継続居住意向、居住推奨意向）と関わりが大きいのは「住みやすさ」という『街の評価』である。
- ・この「住みやすさ」という『街の評価』は、特に「安心・穏やか・温かい」という『街の心象・因子』と関連しているようだ。
- ・さらにこの「安心・穏やか・温かい」という『街の心象・因子』は、「街と暮らしの環境要素（教育環境、治安、街並み、子育て環境、手ごろな物価、自然環境等）」という『街の風景の記憶』と関連している。
- ・上記の町田市民における「都市ブランド」の価値構造仮説は、比較対象である他の3市民においてもほぼ同様にみられる。

- 【考察】
- ・町田市民に限らず、『街の愛着・ロイヤルティ』には「暮らしの満足度」よりも「住みやすさ」が寄与している。これは、「暮らしの満足度」が個人の「暮らし向き」にもとづく評価であるのに対して、「住みやすさ」は他の都市との比較による客観的な評価も含む、という差異によるものと推察される。
 - ・町田市民の町田市に対する認知（純粹想起）や「街の風景の記憶」においては、比較対象の他の3市民のように何かに突出しているという特色はみられない。しかしながら、『街の評価』である「住みやすさ」や、『街の愛着・ロイヤルティ』では、他の3市民との間で顕著な差異はみられない。つまり、「町田ならではの」というシンボリックな特色はなくとも、一定の評価と愛着・ロイヤルティを保持している。これは、都心アクセスなどの交通の便や、駅を中心とする商業施設といった“日常づかい”が便利で、他人に誇ることなくとも自身の「郊外生活」を満喫していることの証左と推察される。
 - ・ただし、本調査の他の設問でも明らかなように、若年層は街の様々な点に関心を示している。町田市が将来にわたって活力維持するうえで若年層の確保は今後も大きな課題であり、それ故に若年層の集客機能でありシビックプライドに資する「街のシンボルづくり」は急務になると思われる。



2. 調査結果の要約と考察

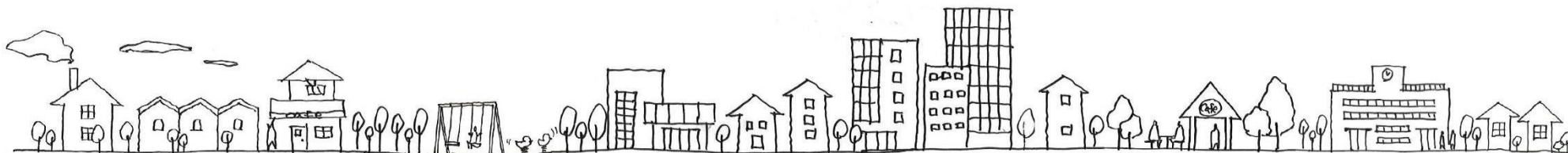
■生活価値観について p.25-32

- 町田市民と、比較対象としての他の3市民の間では、**生活価値観の傾向はほぼ同一の傾向である。**
- 町田市民に限ると、例えば年代（世代）による差異が顕著である。具体的には、若年層（若い世代）ほど「自分に対する評価を気にする」「自分の可能性を試したい」「お気に入りのものは少しでも安く」「貯金が好き」「生活の中で便利さを求める」といった価値観を有している。
- * 町田市民を含む4市民の生活価値観に関する30項目における回答傾向を多変量解析することで、「身の丈安定タイプ」「自己超越欲求タイプ」「消極的同調タイプ」「自己満足タイプ」「その日暮らしタイプ」という、5つのライフスタイルの抽出を試みている。
- **町田市民に限ると、「自己超越欲求タイプ」の半数は30代以下の若年層である。反対に「身の丈安定タイプ」や「自己満足タイプ」の半数は50代以上の中高年層である。**

■「豊かさ」実感について p.126-133

- 0～10点（10点満点）で評価する「豊かさ」実感をみると、町田市民をはじめ所沢市民、柏市民では「5点」と「7点」の2つにピーク（頂点）を有する“ふた山型”の分布をしている。なお、**町田市民の「豊かさ」実感の平均得点は、他の3つの市民と比べて顕著な差異はみられない。**
- 町田市民に限ると、20代が「7」点をピークとする“ひと山型”の分布であるが、30～50代では「5点」に最も高いピークを有しつつも「7点」に2つ目のピーク（頂点）がある“ふた山型”の分布をしている。このような分布から、「豊かさ」実感の得点の平均をみると、20代が突出して高い。
- 職業別に「豊かさ」実感の得点の平均をみると、最も高いのは「専業主婦（夫）」である。反対に最も低いのは「無職」である。
- 「豊かさ」実感の得点や平均得点をみると、生活価値観ベースのライフスタイルによる差異が大きい。具体的には、**「自分の可能性を高めたい」という動機を有する『自己超越欲求タイプ』や『自己満足タイプ』では、高得点領域に多く分布**しており、その結果「豊かさ」実感の平均得点も高い。反対に、生活意欲が低い『その日暮らしタイプ』の平均得点は最も低い。

（次頁に続く）



2. 調査結果の要約と考察

■ Covid-19（新型コロナウイルス感染症）の拡大に伴う意識変化について p.134-139

- 15項目からなる「Covid-19（新型コロナウイルス感染症）の拡大」による意識変化（回答傾向）をみると、町田市民と比較対象となった他の3市民との間で顕著な差異はない。
- なお、最上位には「マスク着用等の衛生面でのエチケットを意識するようになる」が挙げられており、次いで「この感染症はこれからも長く続く脅威となる」が続く。
- 町田市民に限ると、「マスク着用等の衛生面でのエチケットを意識するようになる」「この感染症はこれからも長く続く脅威となる」の他「通勤通学の時間を他のことに有効に使える」「インターネットを介した宅配をより多く使うようになる」など、**若年層ほど新型コロナウイルス感染症による社会生活における多面的な変化を感じている**。一方、新型コロナウイルス感染症というインパクトはあっても、**高齢になるほど「やがて元に戻る＝“喉元過ぎれば熱さ忘れる”」という認識**をもっているようだ。
- 町田市民に限って生活価値観ベースのライフスタイル別にみると、特に『自己満足タイプ』が新型コロナウイルス感染症による社会生活における多面的な変化を認識している。

- 【考察】
- 個々の生活価値観項目では、町田市民と比較対象の3市民との間で顕著な差異がみられない。また、Covid-19（新型コロナウイルス感染症）に伴う社会生活の変化についても、町田市民と比較対象の3市民との間で顕著な差異がみられない。
 - 東京都心部を含む東京圏全体の調査ではないが、仮説として**東京圏の郊外都市生活者の生活価値観は類似性があるといえる**のではないかな。
 - なお、Covid-19（新型コロナウイルス感染症）に伴う社会生活の変化に敏感な若年層が、今後住む街を選ぶ際にこれまでのように都心部を目指すのか、都市（密）と田舎（疎）の両面を有する郊外都市にとどまるのか、注目したい。
 - 「豊かさ」実感については、評価得点の分布に差異がみられるものの、平均得点だけをみれば町田市民と比較対象の他の3市民との間で顕著な差異がみられない。以上から、**東京圏の郊外都市生活者の生活価値観や「豊かさ」実感などの意識はほぼ類似である**、といえるのではないかな。



3. 総括

★ 総括における視点

- 都市ブランドの『価値』を示す指標として、人口規模、人口動態（転出入）、地価、市内産業の生産量・生産額、一人当たり実質GDPなどが考えられる。
- 本調査の目的が、現住地である都市に対して一般市民が感じている魅力（都市への吸引力）の把握であることをふまえて、人口動態（転入の誘因）の観点から総括的な考察を試みたい。とりわけ、一般的に進学、就職、結婚、出産・子育てなどのライフイベントに伴って移住（転出入）する機会が多い20～30代の若年層に着目したい。

★ 都市ブランド視点からみた若年層の特徴

- 本調査の結果と考察から、特に町田市在住の若年層（20～30代）をとりあげ、以下に整理する。
 - 若年層ほど「自分に対する評価を気にする」「自分の可能性を試したい」「貯金が好き」「生活の中で便利さを求める」といった価値観を有している。
 - 『郊外での暮らしの価値』『住む街の重視点』では若年層ほど多面的に街を捉えている。
 - 『街の風景』では、若年層ほど「飲食店が充実」「食料品のお店が充実」「通勤通学へのアクセス」「よく知られている」が記憶されている。
 - 『街の心象』では、若年層ほど「便利」「安心感」「つながり、まとまりを感じる」「ワクワクや期待感」が記憶されている。
 - 『街の評価』のうち「住みやすさ」における評価点をみると、20～30代の平均得点は40代以上よりも高い。また、『現住地に対する満足度』における「全体的な暮らしやすさ」については若年層ほど満足している。
 - 若年層ほど『居住推奨意向』が強い反面、少なくとも20代の『継続居住意向』はやや弱い（ただし、末子が末就学児（主に30代）の継続居住意向を有する）。
 - 若年層ほど「豊かさ」を実感しており、またCovid-19（新型コロナウイルス感染症）による社会・生活変化の到来を感じている。



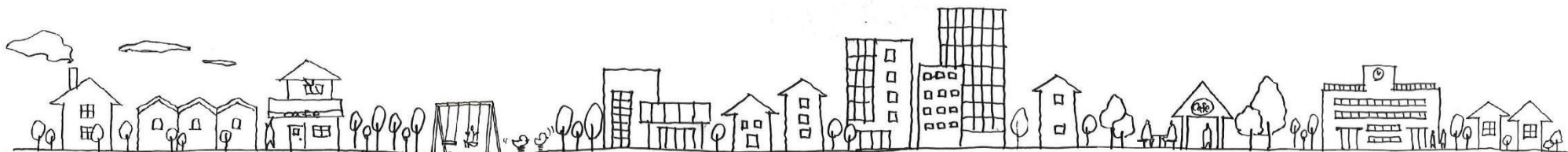
3. 総括

★ 町田市における都市ブランドの価値向上（例.若年層の流入増加）に向けた方向性

- 本調査の様々な設問を通して浮き彫りになった“町田市ならではの”特色がみられないにもかかわらず、前述の若年層の要点をふまえると、少なくとも現在町田市居住する若年層にとって、現在の町田市は魅力ある郊外都市といえるのではないかと。
 - それ故に、“大きな得点もないが、失点もない”郊外都市であることが若年層を含めて居心地の良さを提供しているのではないかと、あえて“町田市ならではの”という特色やシンボルを創設しなくてもよいのではないかと、という考え方も成立すると思われる。
 - ただし、町田市在住の20代の『継続居住意向』は他の年代よりも強いわけではなく、また若年層ほど住む街の機能・要素を多面的に評価（重視・満足）する性向があることから、若年層はより便利で、より自身の評価や可能性の探求に資する「場」を求めて、町田市以外の街に転出する可能性もあり得る。
 - 『街の評価』や『街への愛着・ロイヤルティ』に対する「街のシンボル」の貢献度に関する構造についてはさらなる研究が必要と思われるが、若年層の転入促進あるいは転出の抑制のためには、やはり集客機能でありシビックプライド（市民の拠りどころ）に資する「街のシンボルづくり」が、今後町田市にとって急務になると思われる。そこで、『街のシンボル』づくりの一方策として、新型コロナウイルス感染症による社会変化を見通して、町田市内の潜在している街のシンボリックな資源を活かしながら、『大都市的生活と田舎的生活』の二面生活（＝キリキリとホッポリ、疎と密、先端生活とスローライフ等）という新しい郊外ライフスタイルのあり方を可視化し、訴求することも考えられる
 - ところで、現状の町田市における“特色＝特定の街の色”がないことを逆手にとれば、今後独自かつ持続的な“色”をつけることで、「新しい町田」を創出することが可能と考える。その“色”を考慮するとき、「自分の可能性を試したい」「生活の中で便利さを求める」という若年層の生活価値観を念頭に、若年層が期待する「安心感」「つながり、まとまりを感じる」「ワクワクや期待感」という『街の心象』や「住みやすさ」に資する要素（事象・物象）に着目したい。
 - 生活価値観（ライフスタイル）の視点から考察すると、「自分の可能性を高めたい」という動機を刺激する様々な施策（ハード、ソフト）を展開することで、『自己超越欲求タイプ』や『自己満足タイプ』を“呼び寄せ”、このタイプの人たちが集積し、交流することで生じる新しいムーブメントを“特色”にすることも考えられる。
- 都市の活力維持のために、世代交代を含む適正な人口規模と人口構造の維持を図る必要があり、少子化が進む中で若年層の確保が各自治体の課題となる。それ故に、今後若年層をめぐる都市間競争が激化すると予想する。

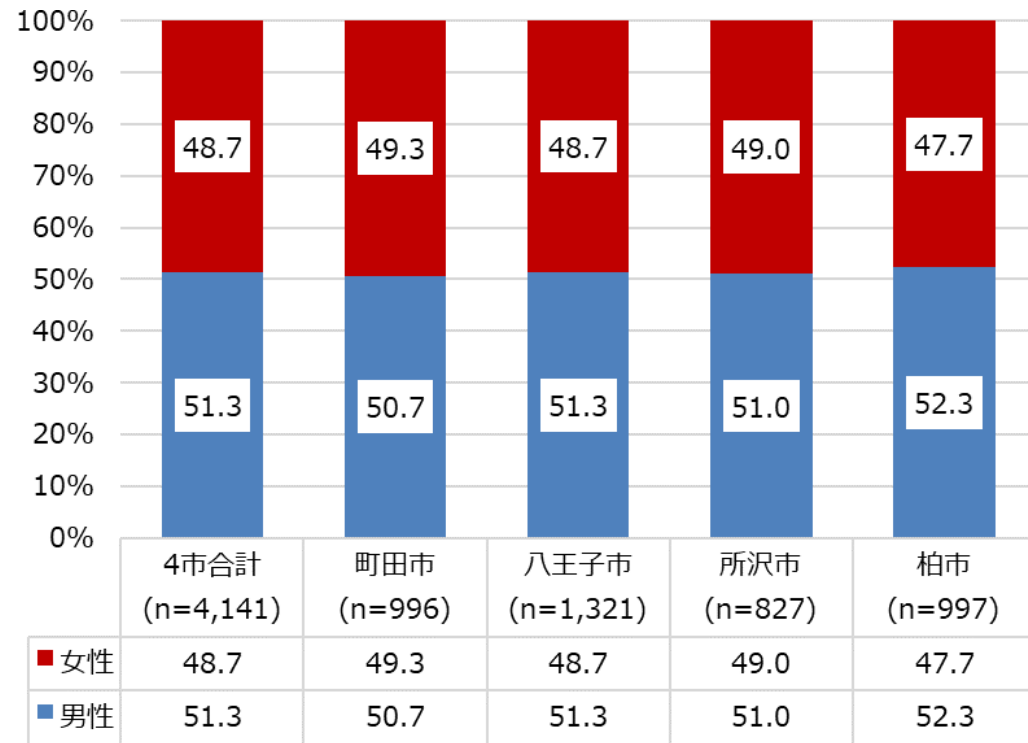
その中で、町田市が今後も発展する上での課題は、若年層の獲得に向けて都市ブランドの視点から「暮らしやすさ・住みやすさ」を探索するとともに、「街のシンボル」を介して住民をつなぎ、その街に住む誇り（プライド）を醸成することであると思料する。

Ⅱ 調査結果

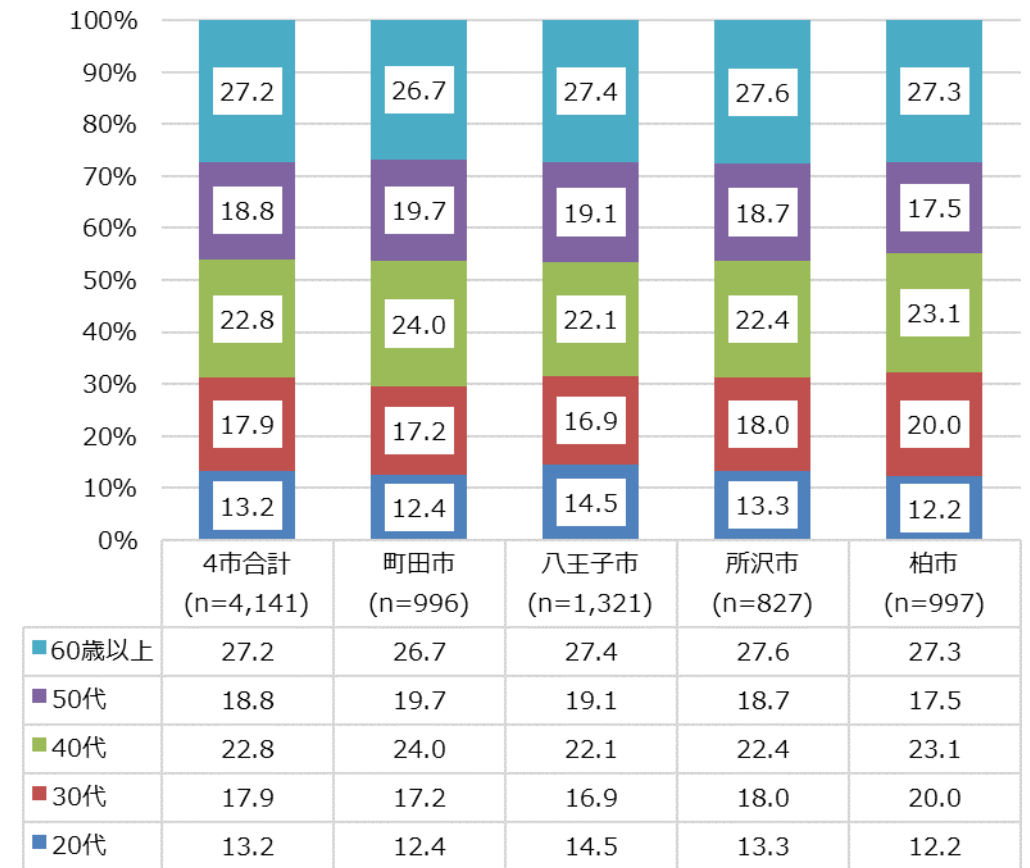


1. 回答者属性

1)性別・4 市民比較

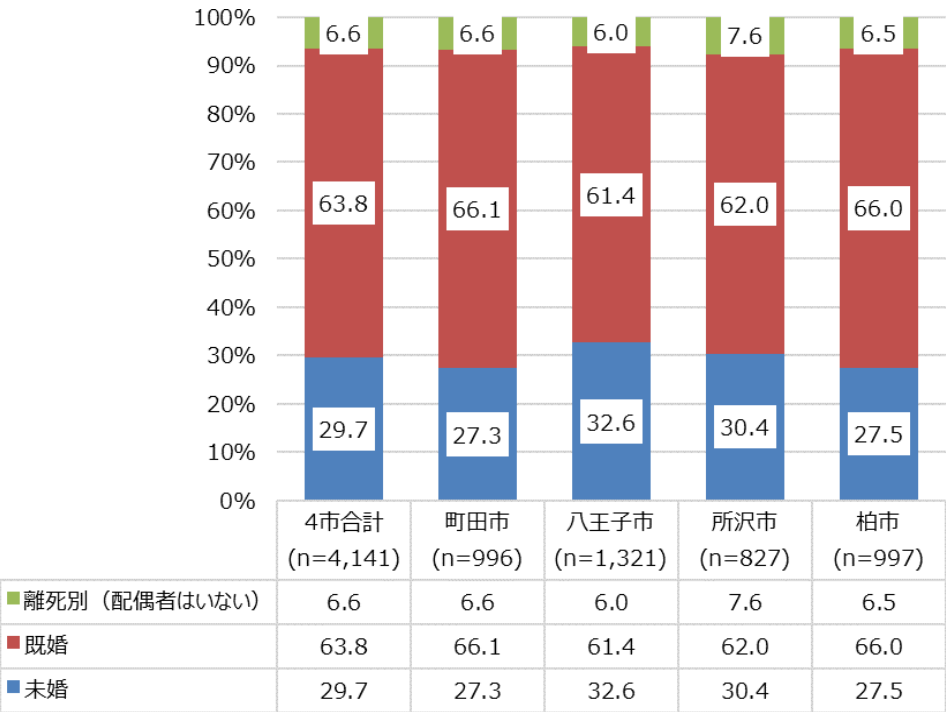


2)年齢・4 市民比較

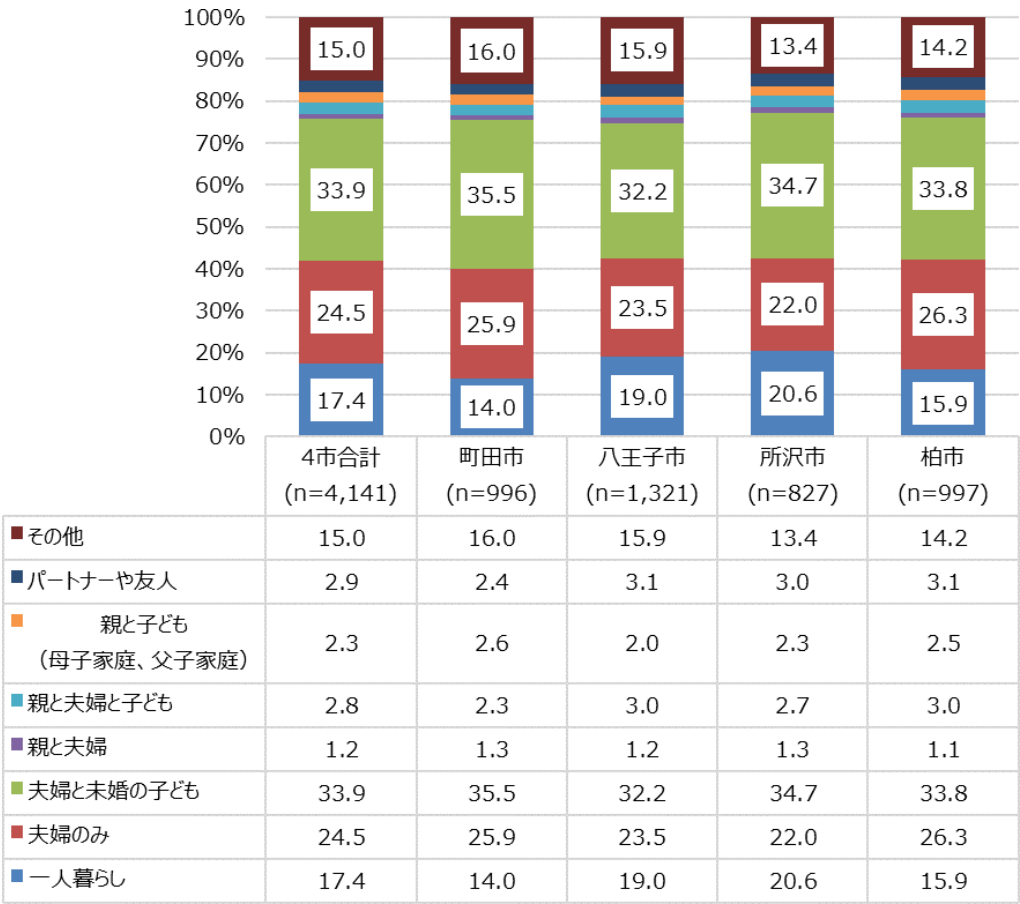


1. 回答者属性

3)未既婚・4 市民比較

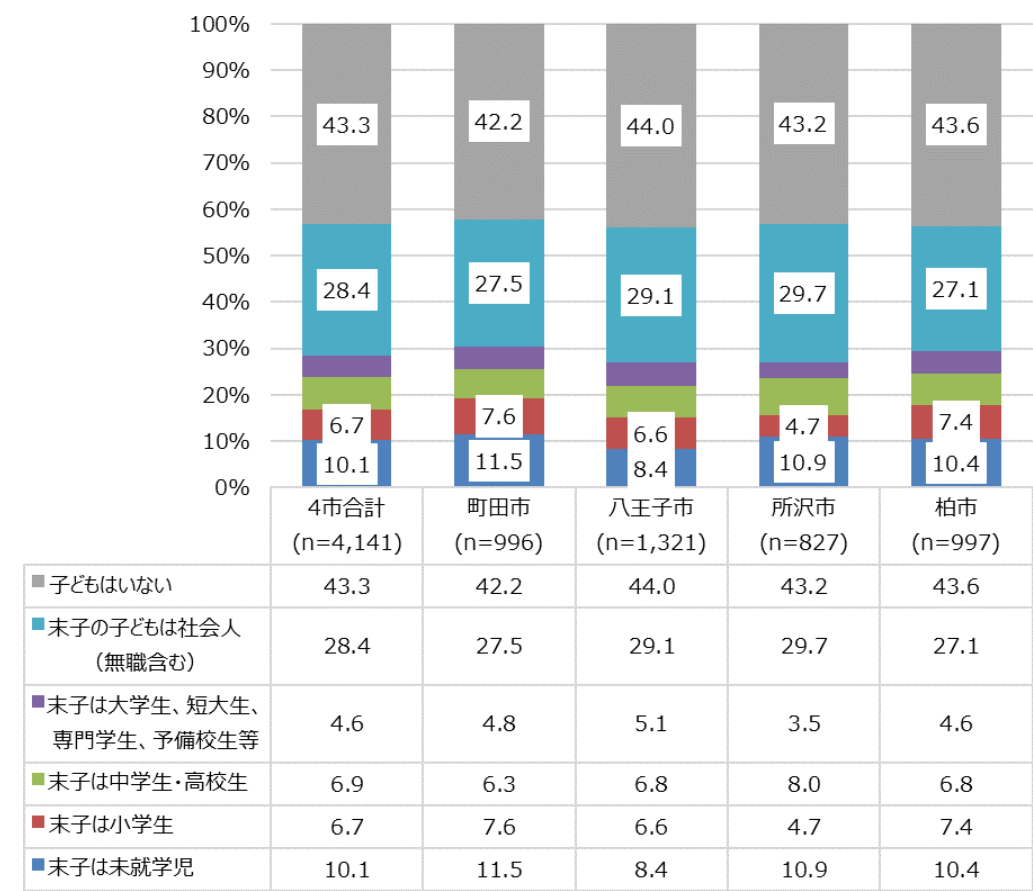


4)家族構成・4 市民比較

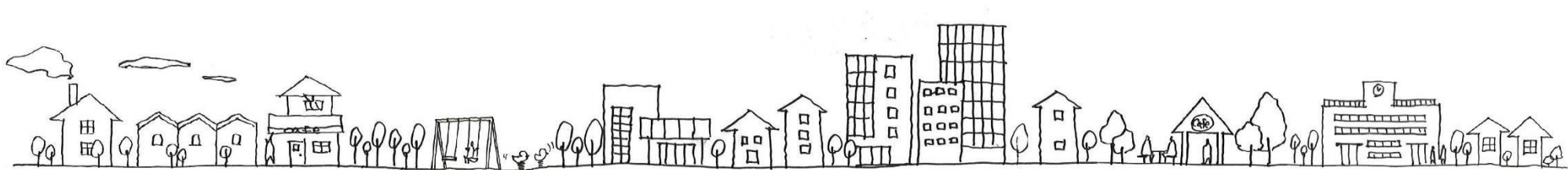
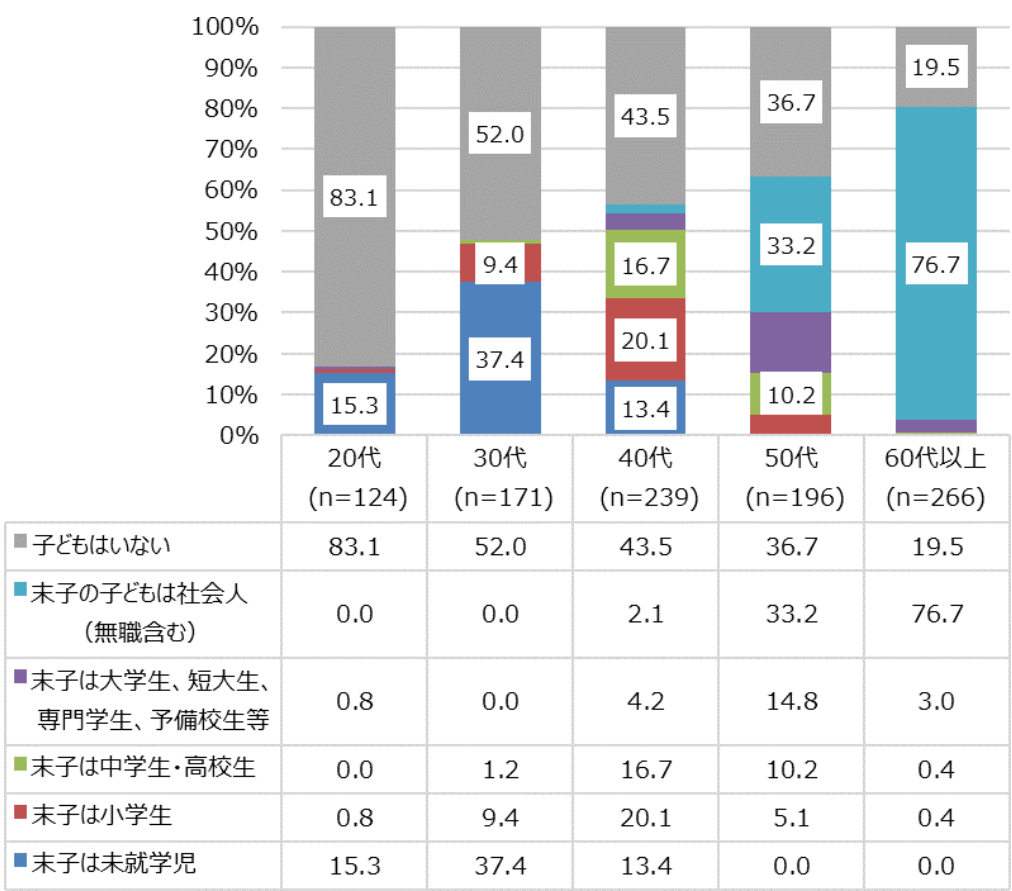


1. 回答者属性

5)末子学齢・4 市民比較

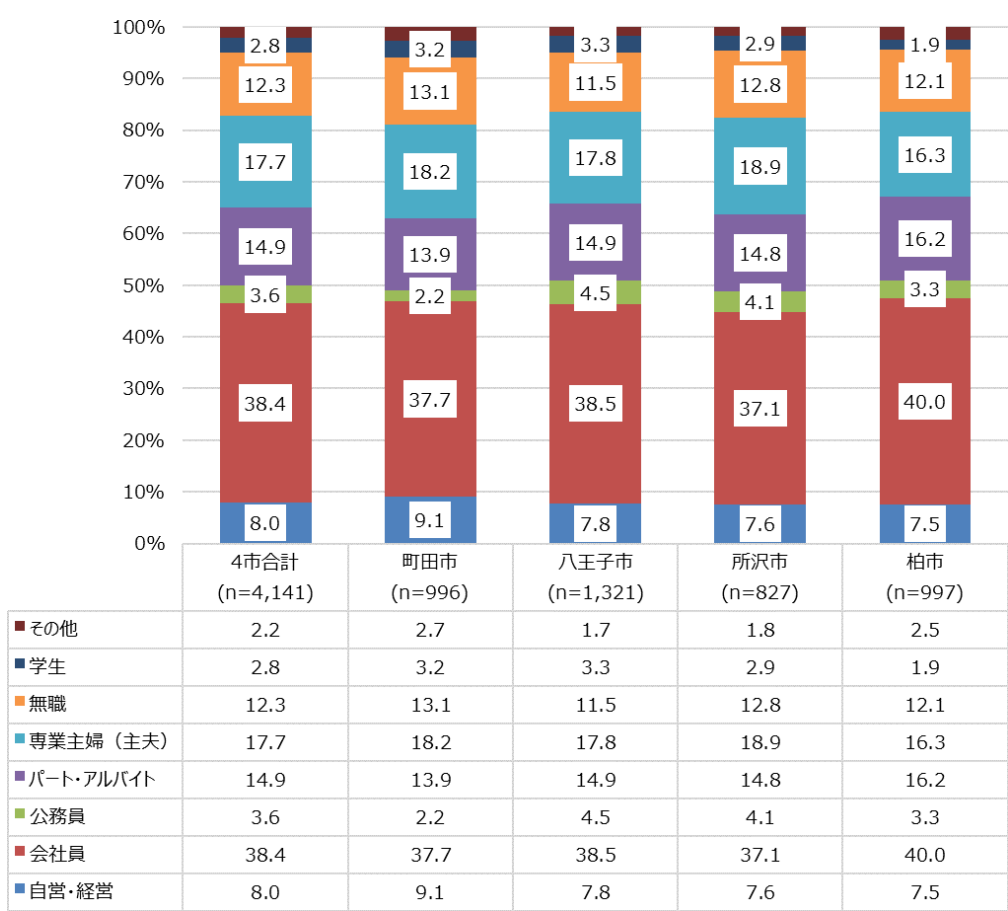


6)末子学齢・町田市のみ・年代別

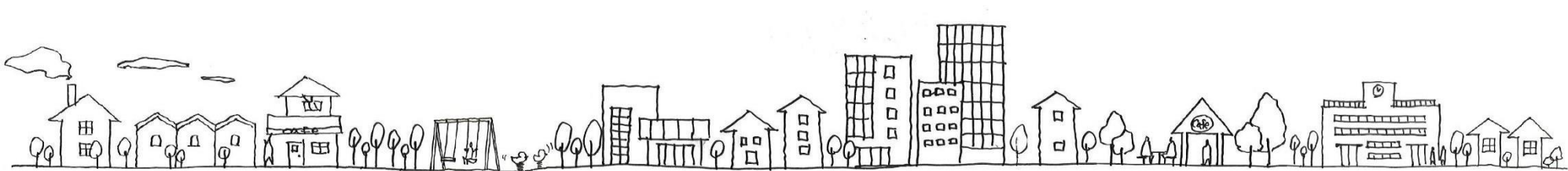
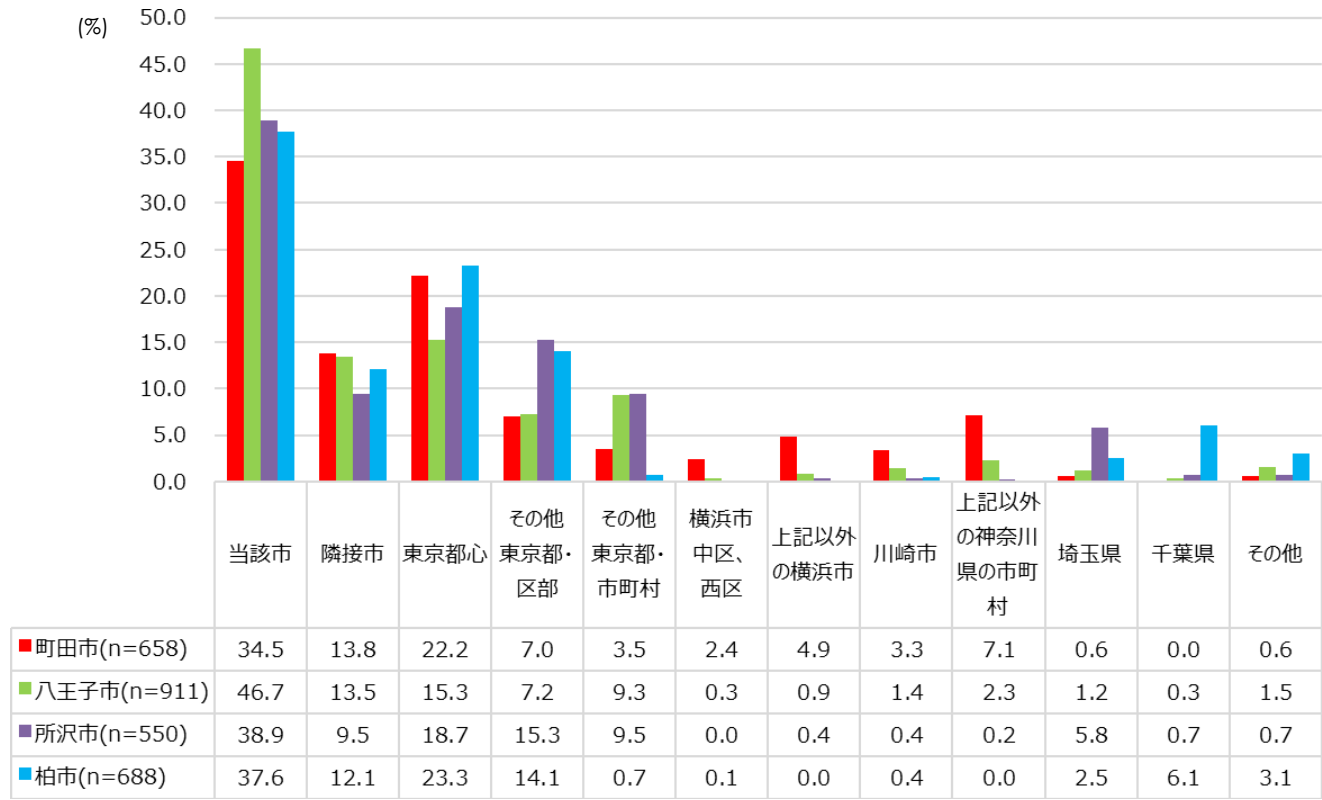


1. 回答者属性

7)回答者本人の職業・4 市民比較

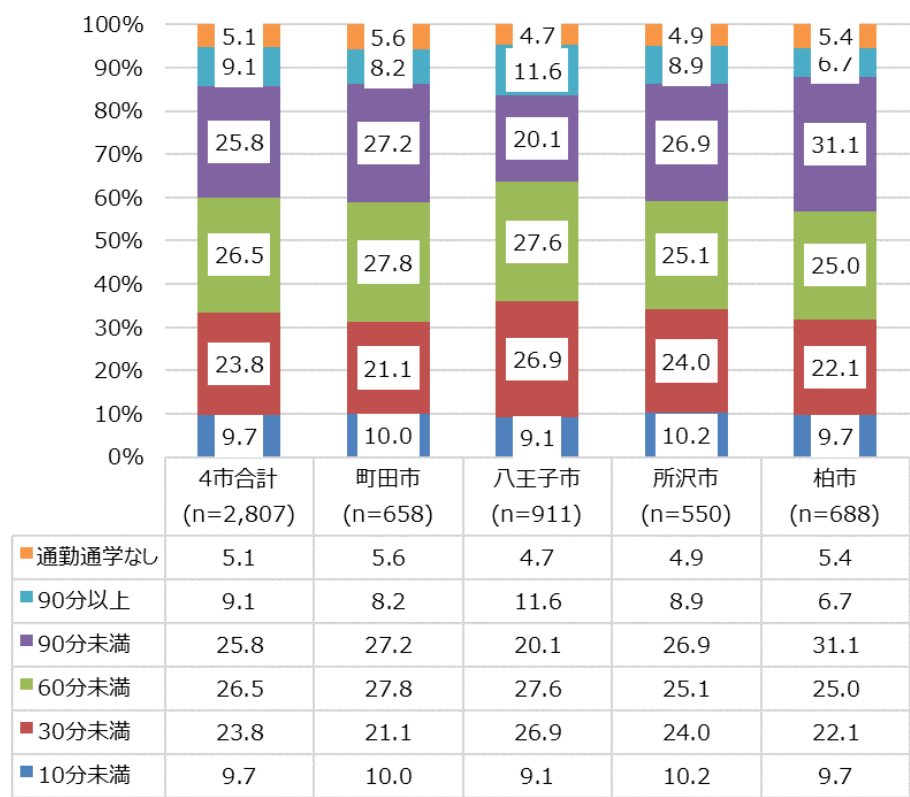


8)回答者本人の通勤通学先・4 市民比較



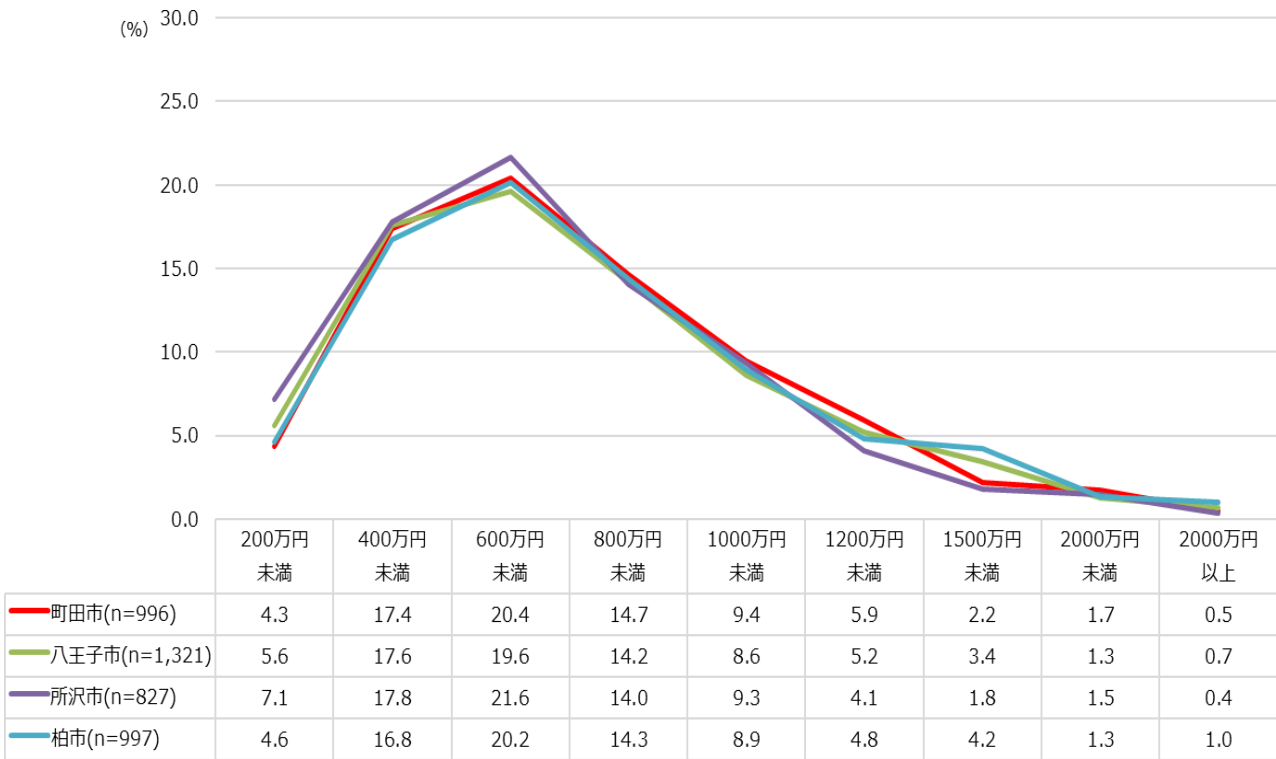
1. 回答者属性

9)回答者本人の通勤通学時間・4 市民比較



	(分)
4 市合計	46
町田市	46
八王子市	45
所沢市	46
柏市	46

10)世帯年収・4 市民比較

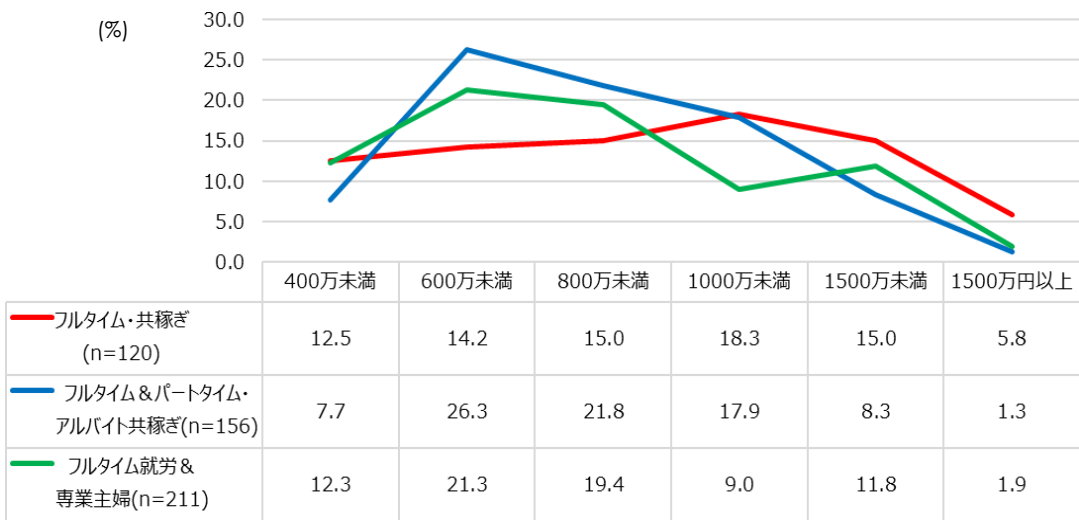


4市合計(n=4,141)	624.5
町田市(n=996)	631.7
八王子市(n=1,321)	625.1
所沢市(n=827)	585.9
柏市(n=997)	649.1



1. 回答者属性

11)世帯年収・町田市・夫婦就労状況別



(単位:万円)

	平均 世帯年収
フルタイム・共稼ぎ	658.3
フルタイム&パートタイム・アルバイト共稼ぎ	588.1
フルタイム就労&専業主婦	530.6

