

# 5. 都市ブランド・アプローチ 3) 街の風景の記憶 ①町田市民全体

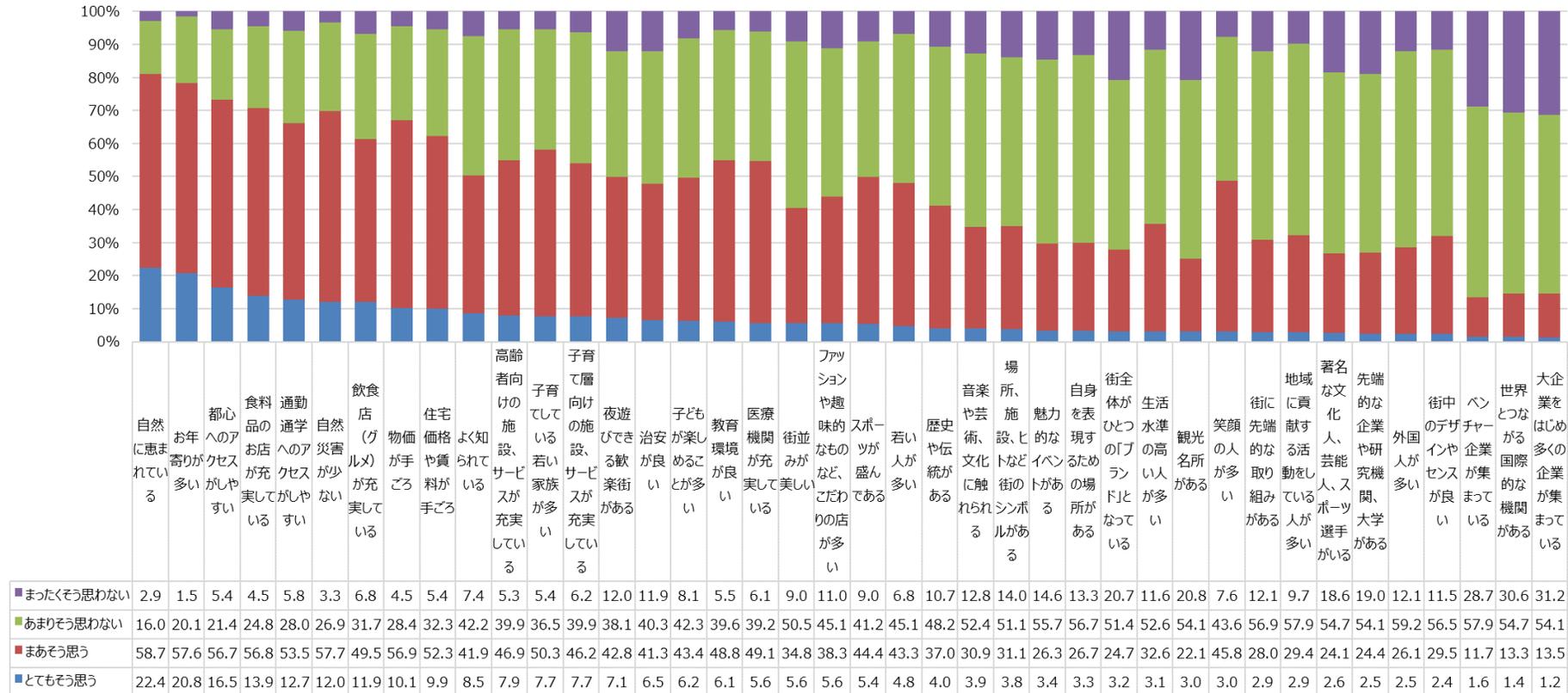
町田市民からみた「(町田市の) 風景の記憶」として、「自然に恵まれている」「お年寄りが多い」が上位に挙げられる。

- 町田市民の「街の風景の記憶」(『とてもそう思う』のみ) をみると、およそ2割の町田市民が「自然に恵まれている」「お年寄りが多い」を挙げている。
- 他に、「都心へのアクセスがしやすい」「食料品のお店が充実している」「通勤通学へのアクセスがしやすい」「自然災害が少ない」が上位に列挙される。
- 『とてもそう思う』に『まあそう思う』を加えると、町田市民のおよそ8割が「自然に恵まれている」「お年寄りが多い」を上位に挙げている。
- また、町田市民のおよそ7割が「都心へのアクセスがしやすい」「食料品のお店が充実している」「自然災害が少ない」「物価が手ごろ」「通勤通学へのアクセスがしやすい」などを挙げている。

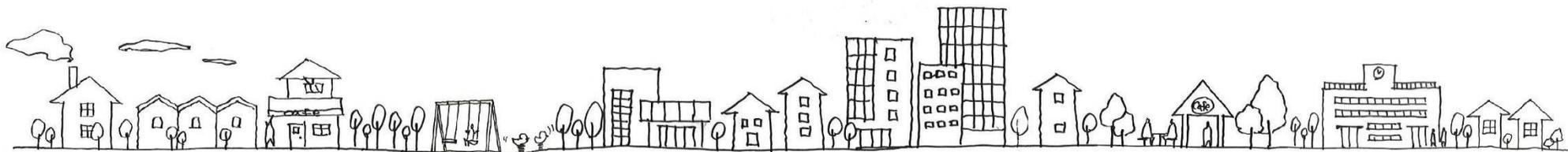
Q7 次にあげる町田市の事柄について、あなたの印象をそれぞれお答えください。(ひとつずつ)



【町田市民のみ(n=996)】



※ 上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順(数値の大きい順)で表記している。



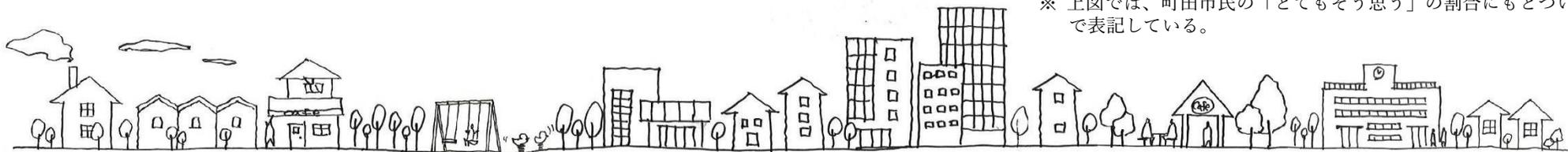
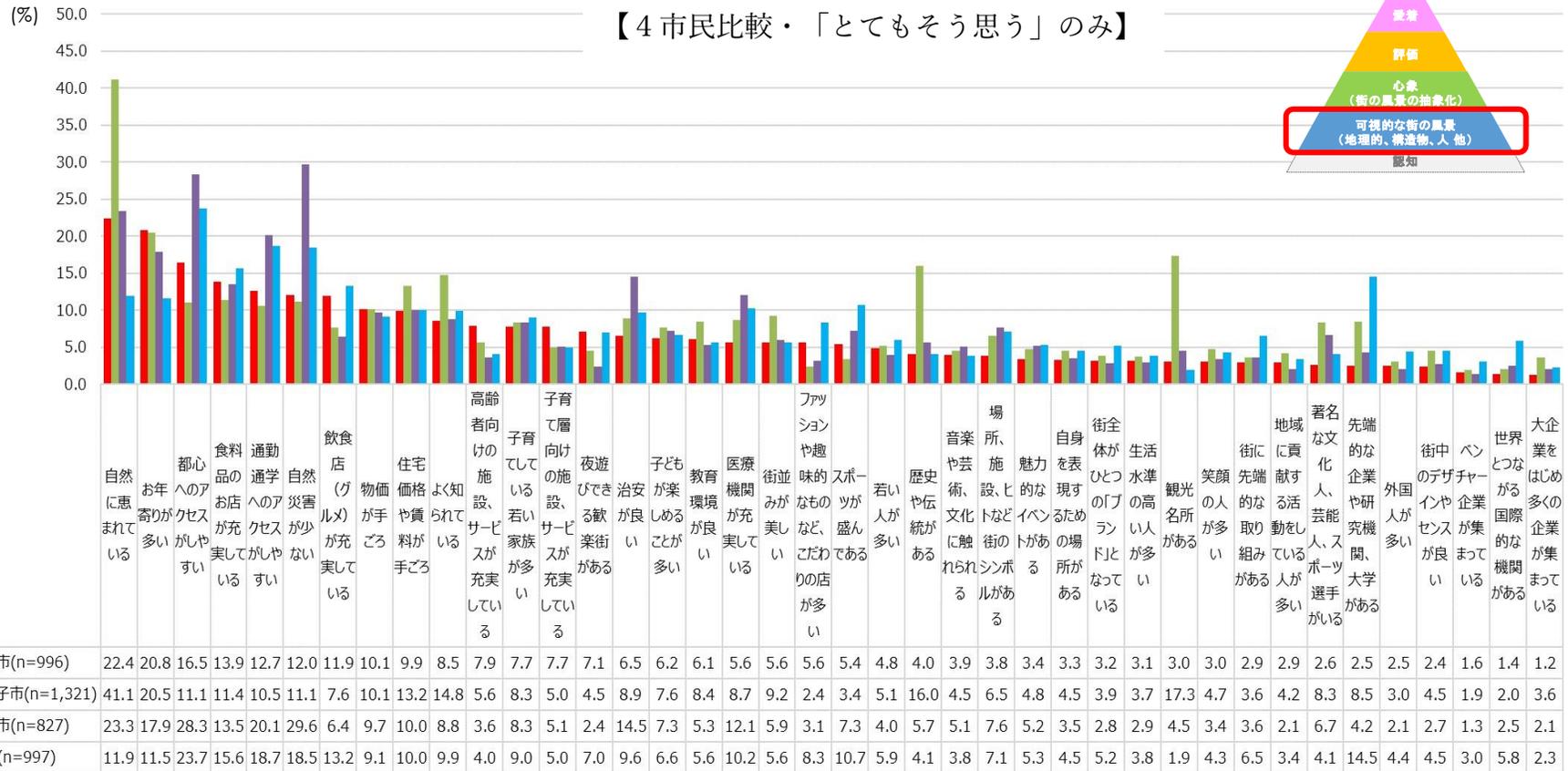
# 5. 都市ブランド・アプローチ 3) 街の風景の記憶 ② 4市民比較

町田市民の「(現住地の)街の風景の記憶」では、他の3市民にあるような特色はみられない。

- 八王子市民のおよそ4割が、「自然に恵まれている」に対して『とてもそう思う』としている。その比率は町田市民のほぼ2倍である。また、「観光名所がある」「歴史や伝統がある」についても、八王子市民の認識が、町田市民を含む他の3市民よりも浸透している。
- 「自然災害が少ない」「都心へのアクセスがしやすい」については、所沢市民の認識が町田市民を含む他の3市民よりも浸透している。
- 「先端的な企業や研究機関、大学がある」については、柏市民の認識が町田市民を含む他の3市民よりも浸透している。
- 上記のように比較対象とした他の3市民においては、“特色ある”(現住地の)街の風景の記憶があるが、町田市民にはそのような他の市民にはない“特色ある”記憶となる事象がみられない。

Q7 次にあげる〇〇市の事柄について、あなたの印象をそれぞれお答えください。(ひとつずつ)  
 ※〇〇市：町田市、八王子市、所沢市、柏市

【4市民比較・「とてもそう思う」のみ】



※ 上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順(数値の大きい順)で表記している。

## 5. 都市ブランド・アプローチ 3) 街の風景の記憶 ② 4 市民比較

「(現住地の)街の風景の記憶」の基準を緩めた上で※、町田市民と町田市民を含む4市民合計を比較すると、町田市における飲食・商業環境と高齢者・子育て福祉環境の充実が浸透していると評価できる。

※各設問における選択肢の『とてもそう思う』と『まあそう思う』の合計

- 「(現住地の)街の風景の記憶」について『とてもそう思う』だけではなく、『まあそう思う』を加えた(評価基準を緩める)上で町田市民と町田市民を含む4市民合計を比較をすると、特に「夜遊びできる歓楽街がある」「ファッションや趣味的なものなど、こだわりの店が多い」「飲食店(グルメ)が充実している」といった『飲食・商業に関する事柄』、また「高齢者向けの施設、サービスが充実している」、「子育て層向けの施設、サービスが充実している」などの『高齢者・子育てに関わる福祉環境に関する事柄』では、町田市民の認識の方が4市民合計よりも認識している(=町田市の「強み」の可能性を含む)。
- 反対に、「先端的な企業や研究機関、大学がある」「治安が良い」「観光名所がある」「よく知られている」「著名な文化人、芸能人、スポーツ選手がいる」については、町田市民の認識(記憶)は4市民合計よりも認識が低い(=町田市の今後における集客上の課題)。

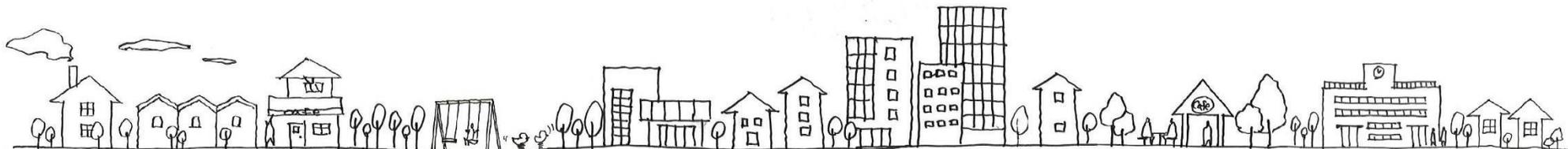
Q7 次にあげる〇〇市の事柄について、あなたの印象をそれぞれお答えください。  
(ひとつずつ) ※〇〇市：町田市、八王子市、所沢市、柏市

【「とてもそう思う」+「そう思う」合計】

	調査項目	4市合計 n=4141	町田市 n=996	差分
1	夜遊びできる歓楽街がある	38.2%	49.9%	11.7
2	高齢者向けの施設、サービスが充実している	44.4%	54.8%	10.4
3	ファッションや趣味的なものなど、こだわりの店が多い	35.2%	43.9%	8.7
4	飲食店(グルメ)が充実している	54.9%	61.4%	6.5
5	子育て層向けの施設、サービスが充実している	47.6%	53.9%	6.3

【「とてもそう思う」+「そう思う」合計】

	調査項目	4市合計 n=4141	町田市 n=996	差分
1	先端的な企業や研究機関、大学がある	42.3%	26.9%	-15.4
2	治安が良い	59.2%	47.8%	-11.4
3	観光名所がある	35.8%	25.1%	-10.7
4	よく知られている	60.8%	50.4%	-10.4
5	著名な文化人、芸能人、スポーツ選手がいる	34.8%	26.7%	-8.1

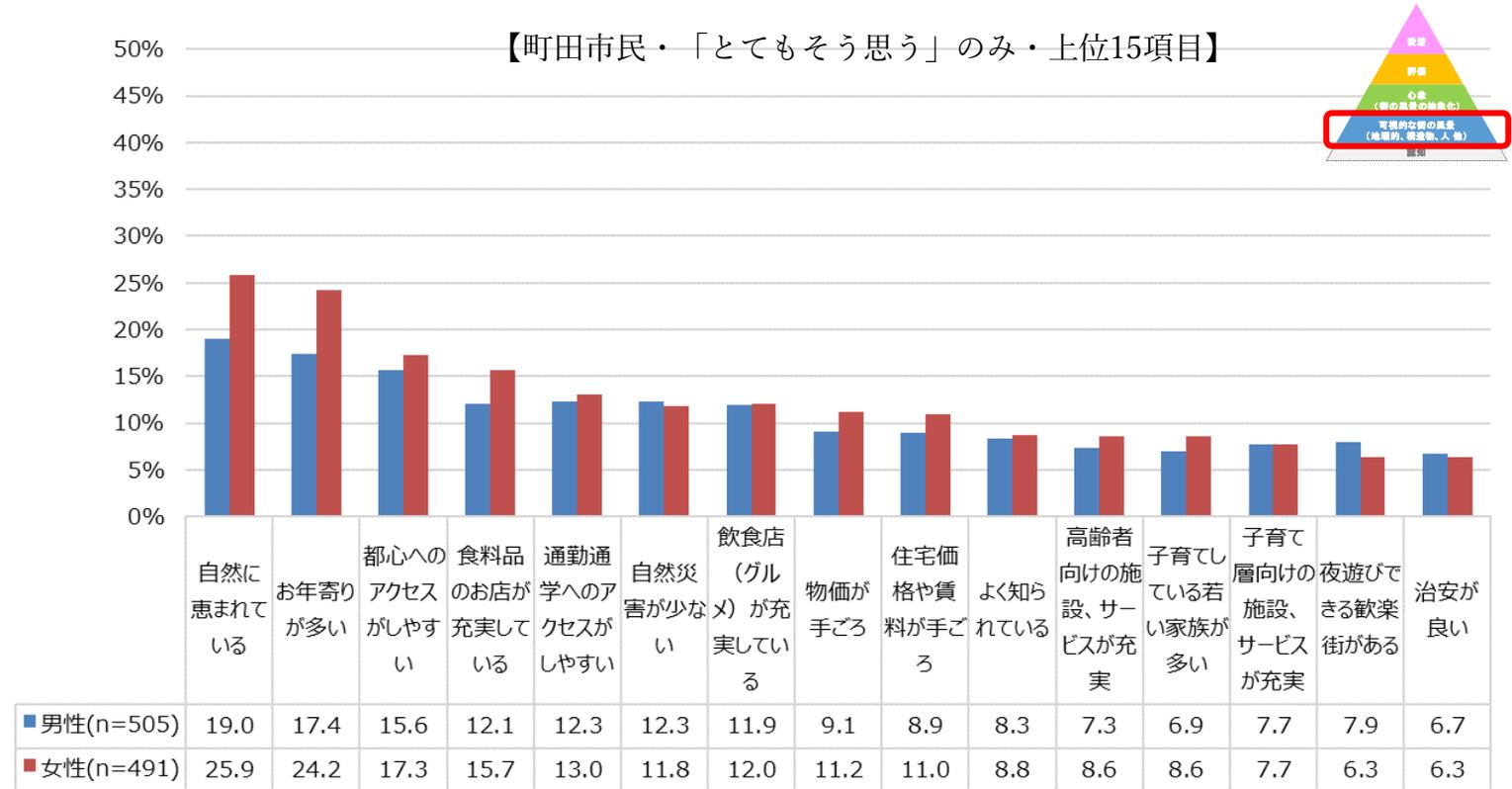


## 5. 都市ブランド・アプローチ 3) 街の風景の記憶 ③町田市民のみ・属性分析 (性別)

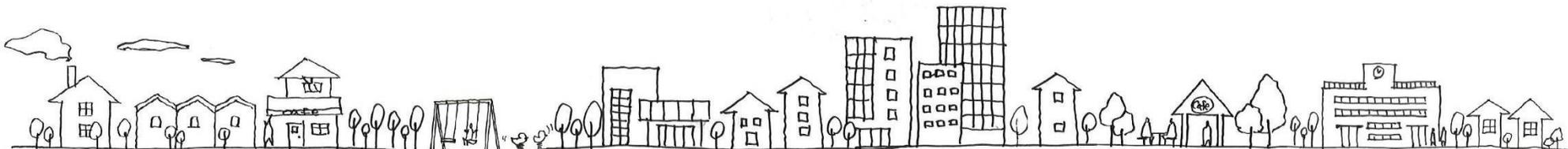
町田市民の「(町田市の)風景の記憶」では、「自然に恵まれている」「お年寄りが多い」では女性の認識が高いものの、概ね性差はみられない。

- 町田市民の「(町田市の)風景の記憶」(『とてもそう思う』のみ)のうち上位15項目について性別でみると、「自然に恵まれている」「お年寄りが多い」を除いた全てで性差はみられない。
- 「自然に恵まれている」「お年寄りが多い」については、女性が男性よりも記憶している。

Q7 次にあげる町田市の事柄について、あなたの印象をそれぞれお答えください。(ひとつずつ)



※ 上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順(数値の大きい順)で表記している。



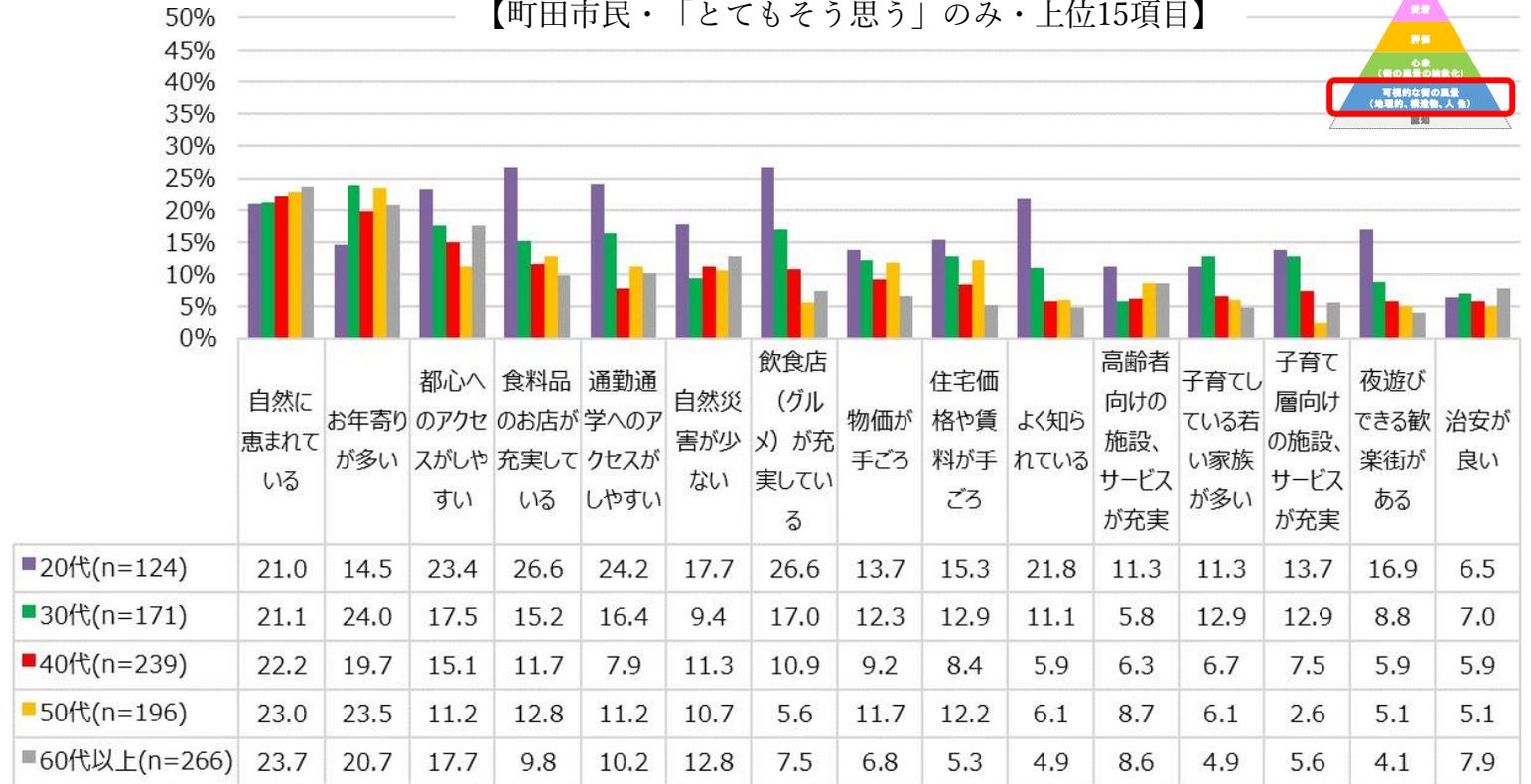
## 5. 都市ブランド・アプローチ 3) 街の風景の記憶 ③町田市民のみ・属性分析 (年代別)

若い町田市民ほど、「飲食店が充実している」「食料品のお店が充実している」「夜遊びできる歓楽街がある」「よく知られている」が、「(町田市の)風景の記憶」となっている。

- 町田市民の「(町田市の)風景の記憶」(『とてもそう思う』のみ)のうち上位15項目について年代別にみると、「食料品のお店が充実している」「飲食店が充実している」「夜遊びできる歓楽街がある」「お年寄りが多い」「よく知られている」「都心へのアクセスがしやすい」「子育て向けの施設、サービスが充実している」「通勤通学へのアクセスがしやすい」では、年代による差異が顕著である。
- このうち、特に「食料品のお店が充実している」「飲食店が充実している」「夜遊びできる歓楽街がある」「よく知られている」については、20代の若年層ほど記憶している。
- また、「子育て向けの施設、サービスが充実している」「通勤通学へのアクセスがしやすい」については、特に20~30代が他の年代よりも記憶している。

Q7 次にあげる町田市の事柄について、あなたの印象をそれぞれお答えください。(ひとつずつ)

【町田市民・「とてもそう思う」のみ・上位15項目】



※ 上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順(数値の大きい順)で表記している。

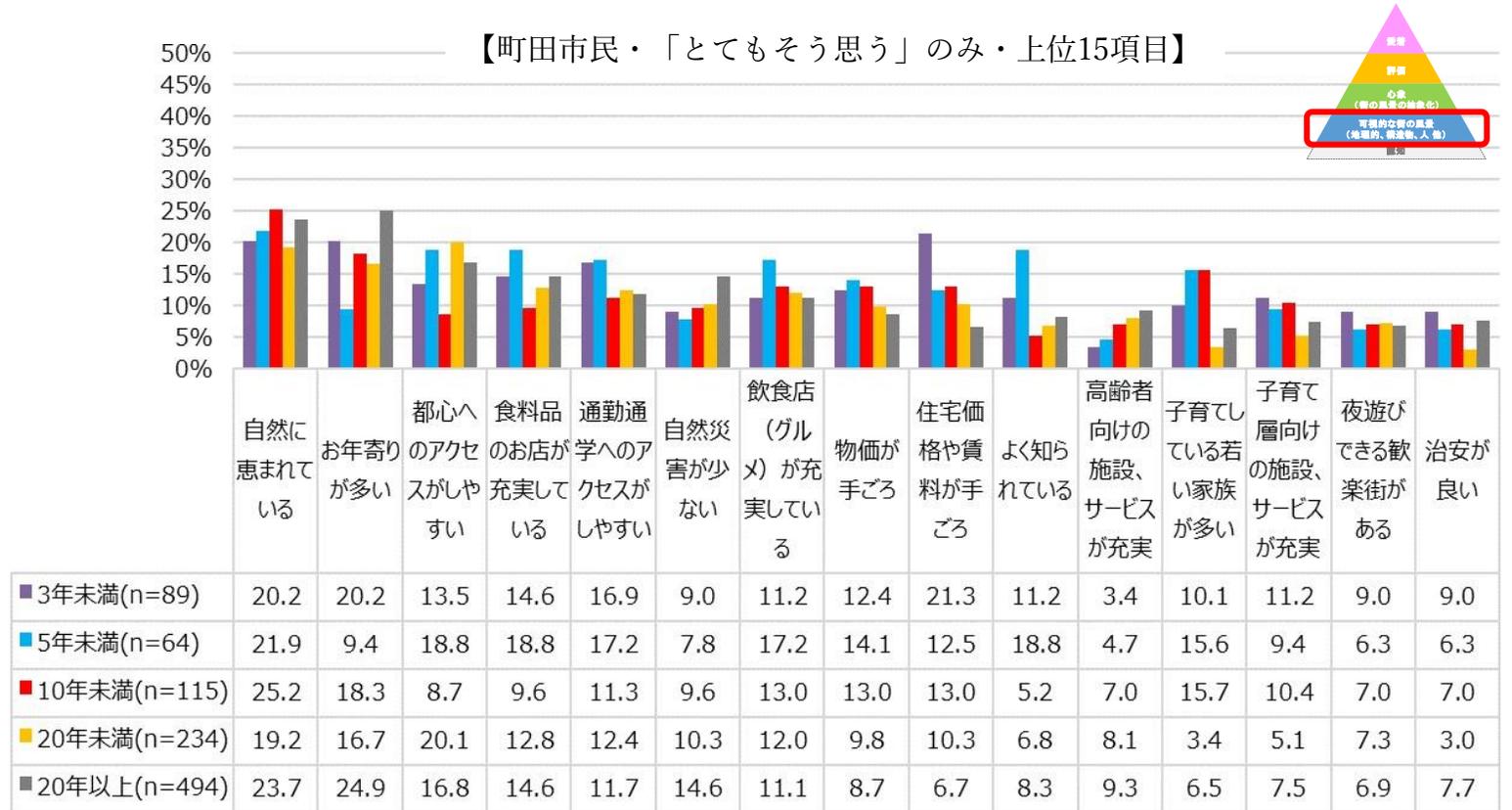


## 5. 都市ブランド・アプローチ 3) 街の風景の記憶 ③町田市民のみ・属性分析（居住年数別）

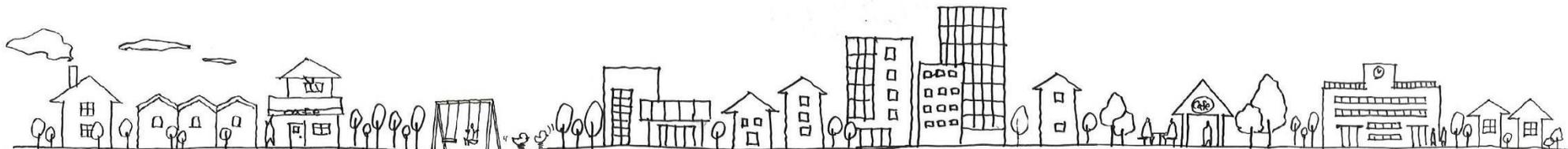
町田市民のうち、居住歴が短い人ほど「住宅価格や賃料が手ごろ」「よく知られている」が、「（町田市の）風景の記憶」となっている。

- 町田市民の「（町田市の）風景の記憶」（『とてもそう思う』のみ）のうち上位15項目について居住年数別にみると、特に「お年寄りが多い」「都心へのアクセスがしやすい」「通勤通学へのアクセスがしやすい」「住宅価格や賃料が手ごろ」「よく知られている」「子育てしている若い家族が多い」では、居住年数による差異が顕著である。
- このうち、居住歴が短い人ほど「住宅価格や賃料が手ごろ」「よく知られている」「通勤通学へのアクセスがしやすい」「飲食店が充実している」を記憶している。
- 反対に、居住歴が長い人ほど「自然災害が少ない」「高齢者向け施設、サービスが充実している」を記憶している。
- 「お年寄りが多い」については、居住年数が3年以上5年未満をボトム（底）として、3年未満の人と10年以上の人のそれぞれおよそ2割が記憶している。

Q7 次にあげる町田市の事柄について、あなたの印象をそれぞれお答えください。（ひとつずつ）



※ 上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順（数値の大きい順）で表記している。

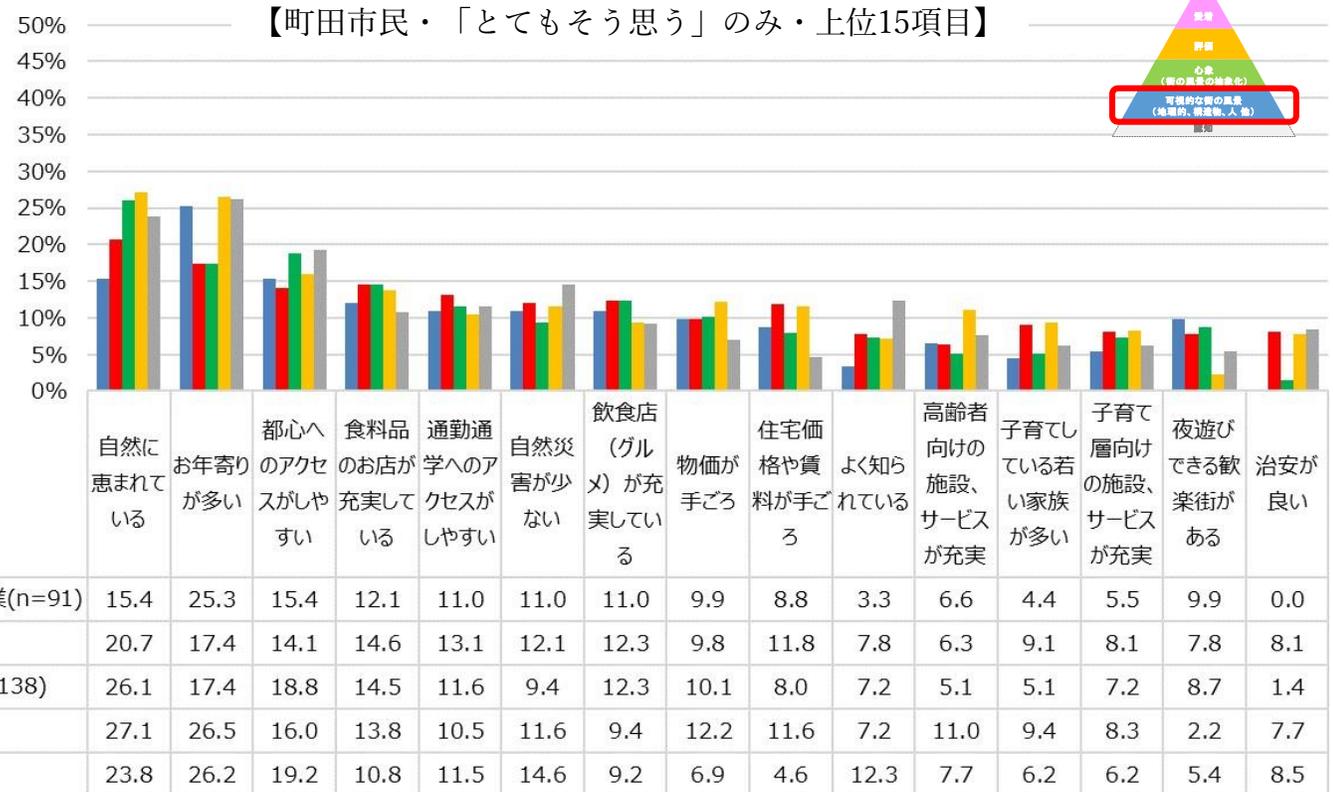


## 5. 都市ブランド・アプローチ 3) 街の風景の記憶 ③町田市民のみ・属性分析（職業別）

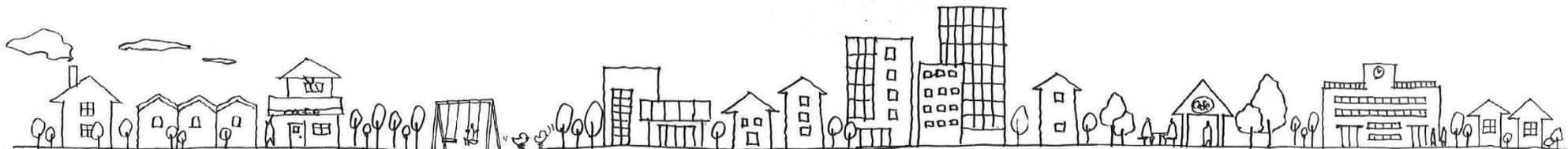
### 町田市民の「（町田市の）風景の記憶」では、一部の事柄において職業による差異がみられる。

- 町田市民の「（町田市の）風景の記憶」（『とてもそう思う』のみ）のうち上位15項目について職業別（サンプルサイズが小さい「学生」を除く）にみると、「自然に恵まれている」「において職業による顕著な差異がみられる。
- また、「お年寄りが多い」「よく知られている」「治安が良い」「夜遊びできる歓楽街がある」「住宅価格や賃料が手ごろ」においても、職業による差異がみられる。
- このうち、「自然に恵まれている」については専業主婦およびパート・アルバイトの人が特に記憶している。反対に、自営・経営者・自由業の「自然に恵まれている」に対する記憶は相対的に弱い。
- 「お年寄りが多い」については、無職や専業主婦、自営・経営者・自由業の25%前後が記憶しているが、勤め人やパート・アルバイトの人では20%未満である。
- 「よく知られている」についても、無職の人ではおよそ1割が記憶しているが、自営・経営者・自由業では5%に満たない。

Q7 次にあげる町田市の事柄について、あなたの印象をそれぞれお答えください。（ひとつずつ）



※ 上図では、サンプルサイズが小さいことから「学生（n=32）」を省略している。  
上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順（数値の大きい順）で表記している。



# 5. 都市ブランド・アプローチ 3) 街の風景の記憶 ④記憶の整理構造化 (4市民合計)

町田市民を含む4市民のそれぞれ現住地に対する『街の風景 (具体的な物象の記憶)』では、6つの因子を抽出。

- 都市ブランドの構造仮説を検証するために、『街の風景 (具体的な物象の記憶)』について、町田市民を含む4市民合計の回答状況をふまえて40の設問項目の意味集約を図るべく因子分析を行った。
- なお、抽出される因子を使用して、『街の心象 (抽象化された記憶)』を目的変数とする重回帰分析を行うことから、因子間で相互に独立性をもたせるために、バリマックス直交回転を用いている。
- 以上の過程から、町田市民を含む4市民合計ベースで、「企業集積等街のシンボリック要素」「街と暮らしの環境要素」「スポーツ・文化的要素」「歴史・伝統・観光名所要素」「グルメ・買い物要素」「交通アクセス要素」という6つの『街の風景』の因子を抽出している。



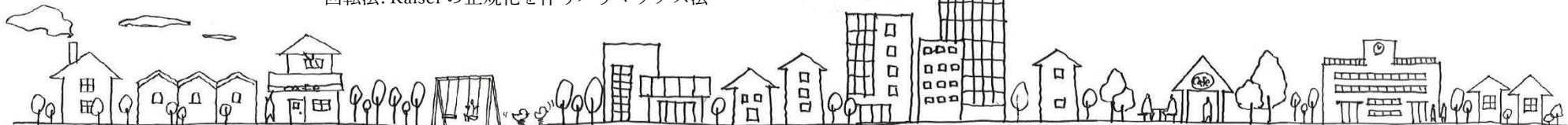
【4市民合計 (n=4,141)】

	因子					
	1 企業集積等街の シンボリック要素	2 街と暮らしの環境 要素	3 スポーツ・文化的 要素	4 歴史・伝統・観光 名所要素	5 グルメ・買い物 要素	6 交通アクセス要素
世界とつながる国際的な機関がある	0.760	0.140	0.179	0.077	0.081	0.080
ベンチャー企業が集まっている	0.754	0.126	0.166	0.072	0.126	0.063
大企業をはじめ多くの企業が集まっている	0.709	0.128	0.135	0.199	0.097	0.127
街全体がひとつの「ブランド」となっている	0.646	0.225	0.174	0.173	0.214	0.151
街に先進的な取り組みがある	0.590	0.379	0.187	-0.017	0.305	0.088
街中のデザインやセンスが良い	0.557	0.450	0.129	0.027	0.281	0.077
先進的な企業や研究機関、大学がある	0.553	0.208	0.173	0.227	0.089	0.190
自身を表現するための場所がある	0.523	0.280	0.403	0.191	0.182	0.061
場所、施設、ヒトなど街のシンボルがある	0.506	0.254	0.250	0.314	0.185	0.197
魅力的なイベントがある	0.492	0.212	0.474	0.249	0.248	0.111
地域に貢献する活動をしている人が多い	0.469	0.339	0.465	0.185	0.082	0.063
生活水準の高い人が多い	0.443	0.378	0.364	0.042	0.057	0.129
外国人が多い	0.365	0.043	0.339	0.153	0.130	0.131
教育環境が良い	0.292	0.599	0.227	0.160	0.141	0.097
治安が良い	0.202	0.584	0.034	0.095	-0.060	0.150
街並みが美しい	0.435	0.566	0.106	0.199	0.108	0.019
子育て層向けの施設、サービスが充実している	0.301	0.541	0.330	0.154	0.198	0.074
物価が手ごろ	0.101	0.528	0.106	0.215	0.200	0.151
自然に恵まれている	0.047	0.527	0.107	0.474	0.040	0.055
笑顔の人が多く	0.339	0.485	0.439	0.160	0.113	0.151
住宅価格や賃料が手ごろ	0.089	0.476	0.106	0.256	0.151	0.101
医療機関が充実している	0.259	0.469	0.142	0.203	0.254	0.237
高齢者向けの施設、サービスが充実している	0.287	0.441	0.250	0.231	0.192	0.012
自然災害が少ない	0.056	0.440	0.100	0.019	0.057	0.272
スポーツが盛んである	0.367	0.223	0.515	0.153	0.248	0.182
子どもが楽しめることが多い	0.304	0.436	0.475	0.220	0.159	0.097
音楽や芸術、文化に触れられる	0.436	0.246	0.464	0.283	0.212	0.113
子育てしている若い家族が多い	0.196	0.432	0.434	0.129	0.123	0.204
若い人が多い	0.301	0.262	0.386	0.083	0.247	0.233
歴史や伝統がある	0.376	0.278	0.150	0.590	0.067	0.091
観光名所がある	0.394	0.224	0.071	0.578	0.065	-0.057
著名な文化人、芸能人、スポーツ選手がいる	0.396	0.136	0.340	0.397	0.107	0.115
よく知られている	0.321	0.203	0.173	0.396	0.193	0.294
お年寄りが多い	-0.061	0.179	0.157	0.282	0.024	0.107
飲食店 (グルメ) が充実している	0.281	0.231	0.208	0.127	0.623	0.245
ファッションや趣味的なものなど、こだわりの店が多い	0.486	0.235	0.179	-0.020	0.536	0.137
食料品のお店が充実している	0.136	0.398	0.154	0.141	0.478	0.304
夜遊びできる歓楽街がある	0.301	-0.014	0.397	0.164	0.464	0.176
都心へのアクセスがしやすい	0.154	0.223	0.134	0.077	0.166	0.743
通勤通学へのアクセスがしやすい	0.180	0.251	0.145	0.102	0.183	0.715

【4市民合計 (n=4,141)】

因子番号	因子解釈	初期の固有値	分散の %	累積 %
第1因子	企業集積等街のシンボリック要素	16.4	41.0	41.0
第2因子	街と暮らしの環境要素	2.3	5.7	46.7
第3因子	スポーツ・文化的要素	1.7	4.3	51.0
第4因子	歴史・伝統・観光名所	1.4	3.4	54.4
第5因子	グルメ・買い物	1.2	2.9	57.3
第6因子	交通アクセス要素	1.0	2.6	59.9

因子抽出法: 最尤法  
回転法: Kaiser の正規化を伴うバリマックス法



# 5. 都市ブランド・アプローチ 4) 街に対する心象 (抽象化された記憶) ①町田市民全体

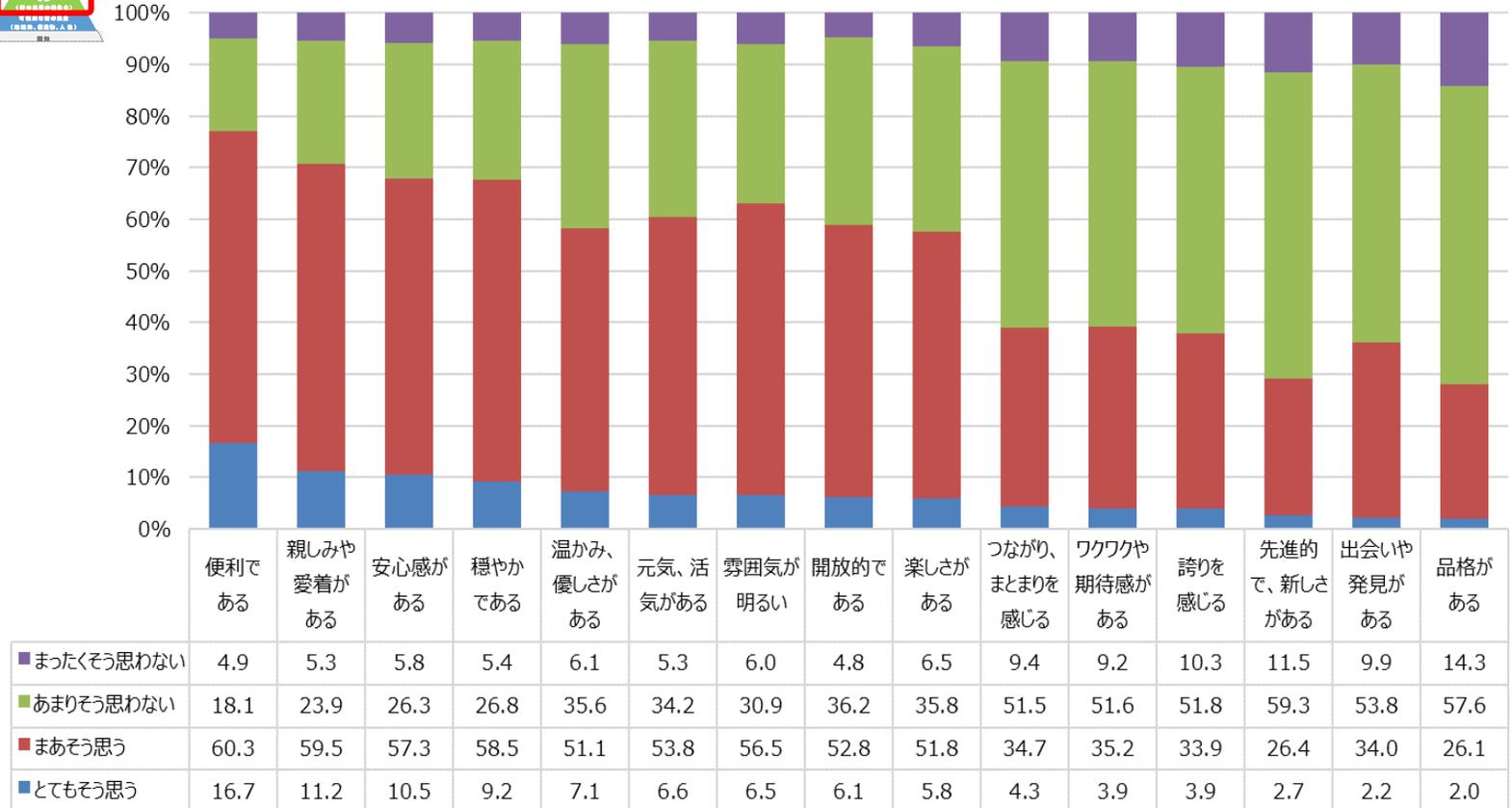
町田市民からみた「(町田市の)心象」としては、特に「便利である」「親しみや愛着がある」「安心感がある」「穏やかである」が列挙される。

- 町田市民の「(町田市に対する)心象」(『とてもそう思う』のみ)をみると、町田市民のおよそ2割が「便利である」を、またおよそ1割が「親しみや愛着がある」「安心感がある」「穏やかである」「温かみ、優しさがある」などの「心象」(『とてもそう思う』のみ)を有している。
- 「(町田市に対する)心象」について『とてもそう思う』に『まあそう思う』を加えると、町田市民のおよそ8割が「便利である」を挙げている。また、「親しみや愛着がある」「安心感がある」「穏やかである」については、町田市民のおよそ7割が「(町田市に対しての)心象」を有している。

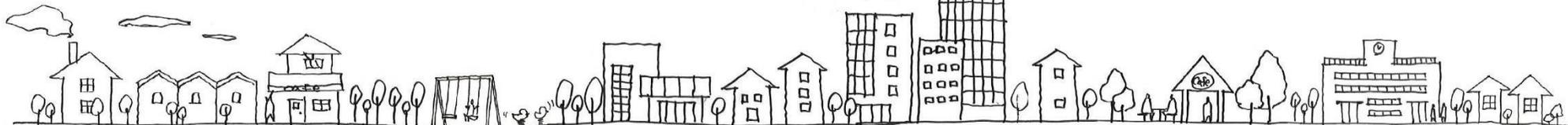
Q8 あなたからみた町田市のイメージをそれぞれお答えください。(ひとつずつ)



【町田市民のみ(n=996)】



※ 上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順(数値の大きい順)で表記している。

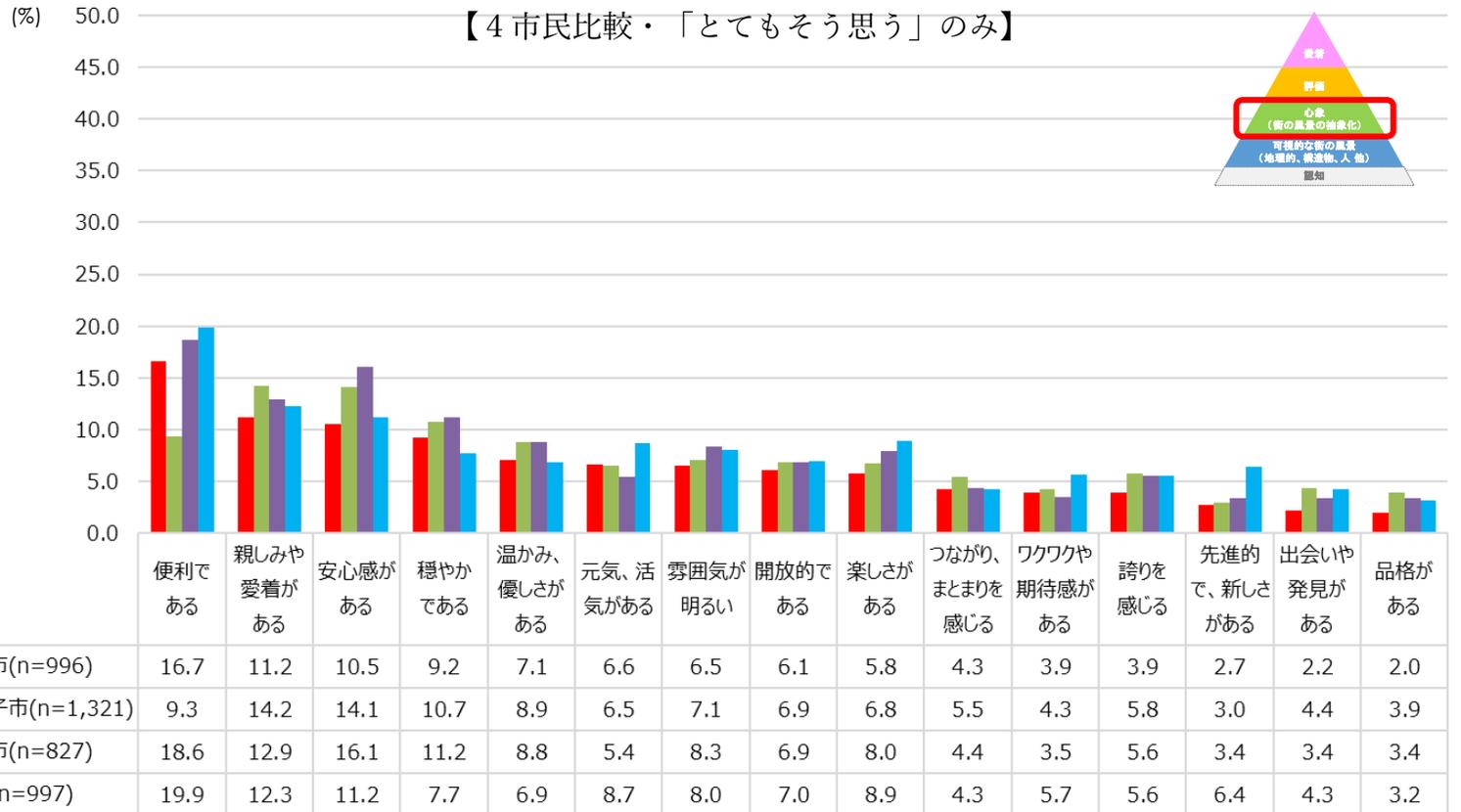


## 5. 都市ブランド・アプローチ 4) 街に対する心象 (抽象化された記憶) ② 4 市民比較

現住地の『街の心象』では、町田市民を含む4市民の間で、一部の心象項目を除き顕著な差異はみられない。

- 町田市民と他の3市民の間では、「便利である」「安心感」を除いた他の「街の心象（街の風景に対する記憶が抽象化されたもの）」項目では顕著な差異はみられない。
- 「便利である」についてみると、町田市民、柏市民、所沢市民のそれぞれおおよそ2割が『とてもそう思う』と答えているが、八王子市民ではおおよそ1割程度である。
- 「安心感」については、所沢市民の15%に浸透しているのに対して、町田市民では10%と少なくとも所沢市民よりも心象がやや希薄といえる。

Q8 あなたからみた〇〇市のイメージをそれぞれお答えください。（ひとつずつ）  
※〇〇市：町田市、八王子市、所沢市、柏市



※ 上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順（数値の大きい順）で表記している。



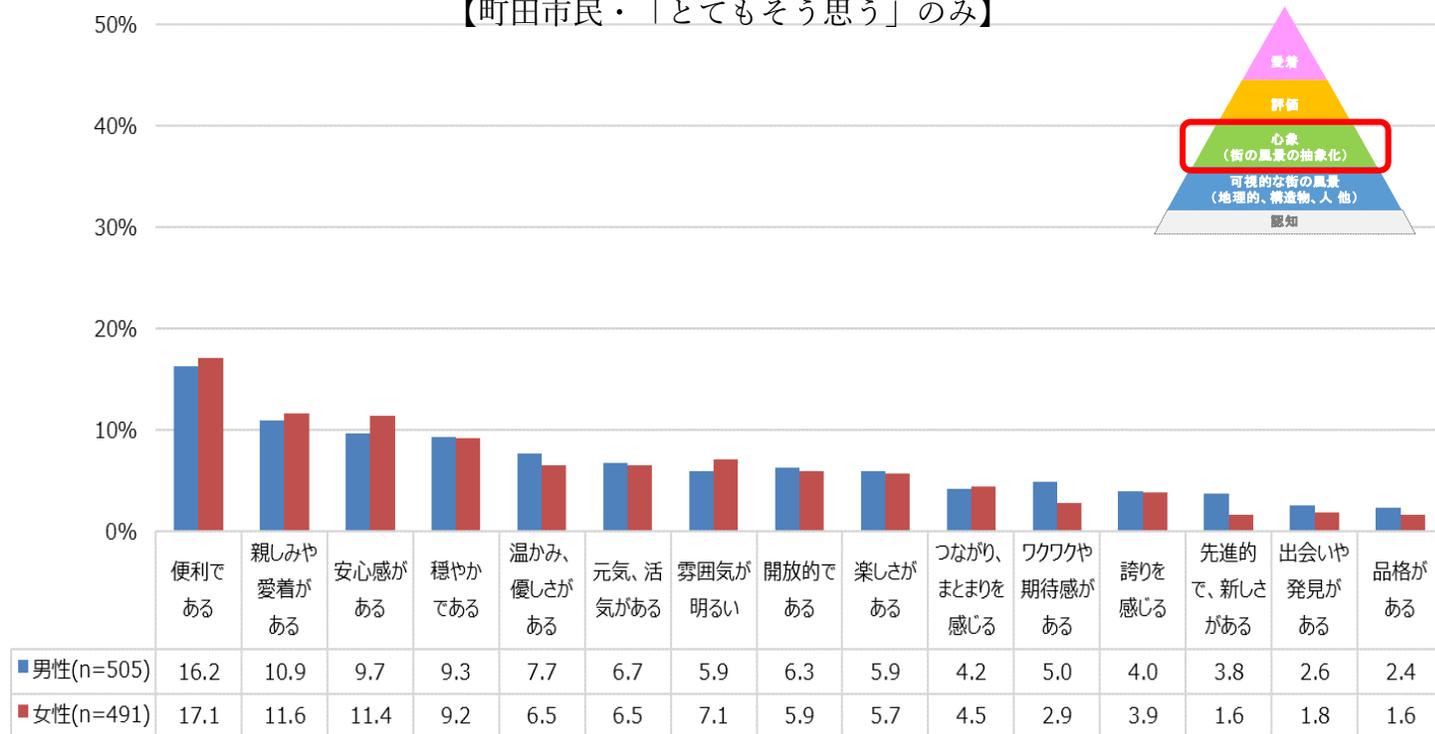
## 5. 都市ブランド・アプローチ 4) 街に対する心象 (抽象化された記憶) ③町田市民のみ・属性分析 (性別)

町田市民における「(町田市の)心象」においては、性差はみられない。

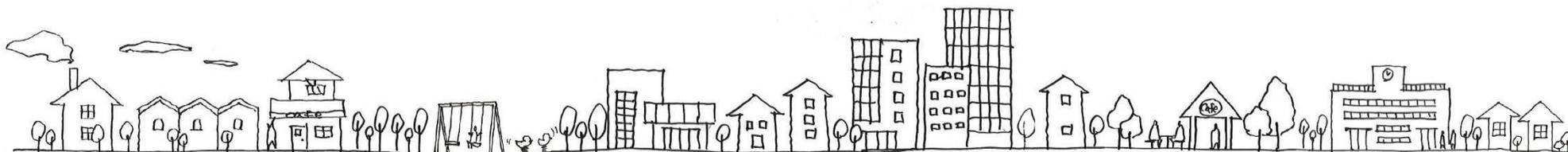
- 町田市民の「(町田市に対する)心象」(『とてもそう思う』のみ)においては、性差はみられない。

Q8 あなたからみた町田市のイメージをそれぞれお答えください。(ひとつずつ)

【町田市民・「とてもそう思う」のみ】



※ 上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順(数値の大きい順)で表記している。



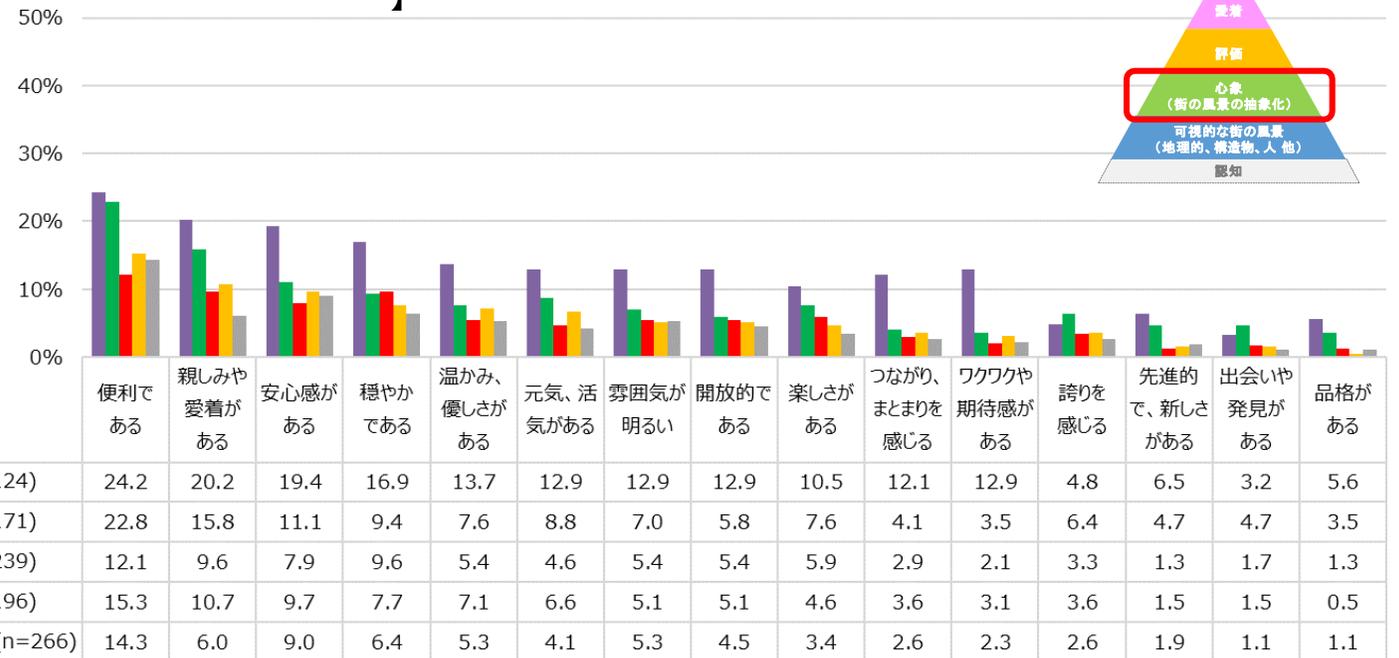
## 5. 都市ブランド・アプローチ 4) 街に対する心象 (抽象化された記憶) ③町田市民のみ・属性分析 (年代別)

若い町田市民ほど、町田市に対して“肯定的・前向き”な「心象」を抱いている。

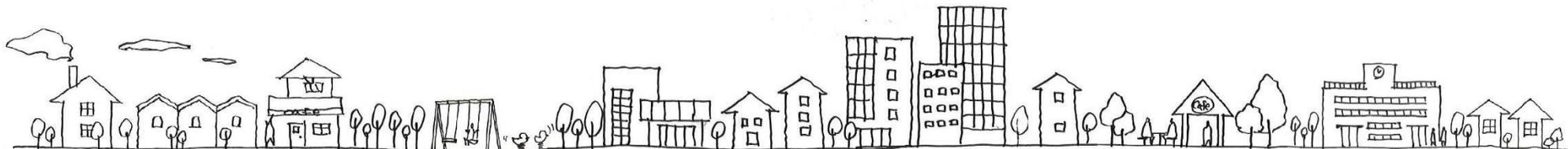
- 町田市民の「(町田市に対する)心象」(『とてもそう思う』のみ)について年代別にみると、20代の若年層ほど「便利である」「親しみや愛着がある」「安心感がある」「穏やかである」「温かみ、優しさがある」「元気、活気がある」「雰囲気明るい」「開放的である」「ワクワクや期待感がある」という心象を町田市に対して有しており、いずれも年代差は顕著である。
- 以上から、町田市在住の若年層は、少なくとも40代以上よりも現住地である町田市に対して“肯定的・前向き”な「心象」を抱いている。

Q8 あなたからみた町田市のイメージをそれぞれお答えください。(ひとつずつ)

【町田市民・「とてもそう思う」のみ】



※ 上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順(数値の大きい順)で表記している。



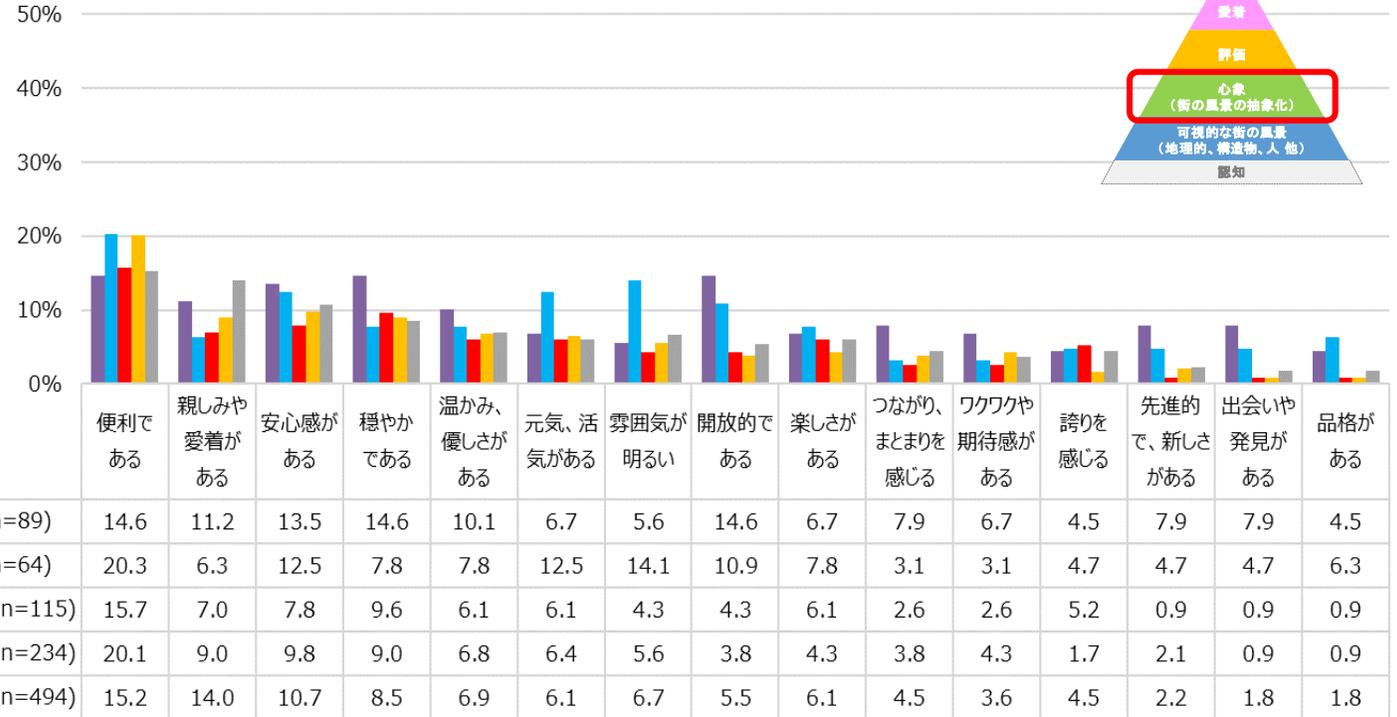
# 5. 都市ブランド・アプローチ 4) 街に対する心象 (抽象化された記憶) ③町田市民のみ・属性分析 (居住年数別)

町田市民のうち、居住歴が短い人ほど町田市に対して「開放的」「穏やか」という「心象」を抱いている。

- 町田市民の「(町田市に対する)心象」(『とてもそう思う』のみ)について居住年数別にみると、「開放的である」については、居住年数が短い人ほどその「心象」を有しており、居住年数による差異が顕著である。同様に、「穏やかである」についても、居住年数が短い人ほどその「心象」を有している。
- 「便利である」については、居住年数にかかわらず15%前後の人がそのような「心象」を有している。同様に、「安心感」についても居住年数にかかわらず1割前後の人がそのような「心象」を有している。
- 一方、「親しみや愛着がある」においては、居住歴が3年以上5年未満をボトム(底)として、居住歴が3年未満と短い人、あるいは20年以上と長い人ほどそのような「心象」を有している。

Q8 あなたからみた町田市のイメージをそれぞれお答えください。(ひとつずつ)

【町田市民・「とてもそう思う」のみ】



※ 上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順(数値の大きい順)で表記している。

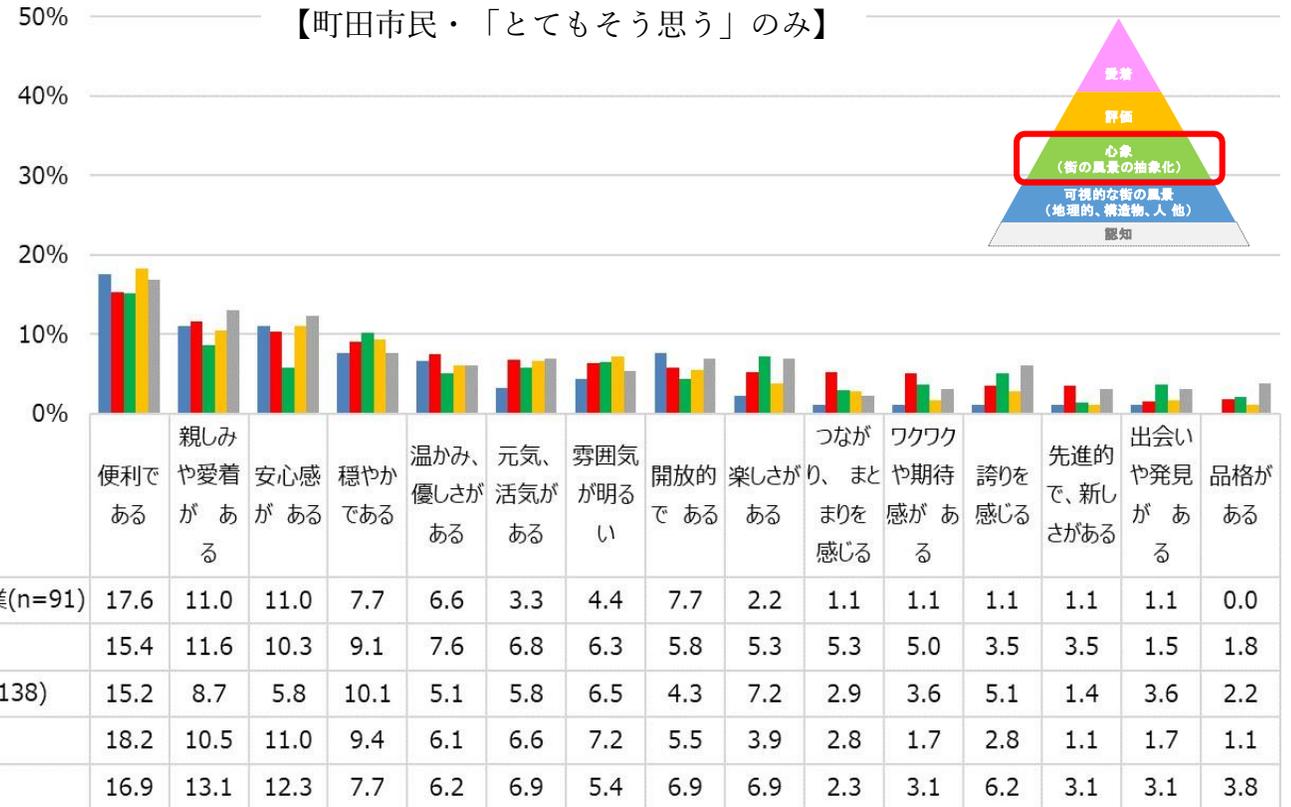


## 5. 都市ブランド・アプローチ 4) 街に対する心象 (抽象化された記憶) ③町田市民のみ・属性分析 (職業別)

町田市民からみた「(町田市の)心象」では、職業による顕著な差異はみられない。

- 町田市民の「(町田市に対する)心象」(『とてもそう思う』のみ)について、「安心感がある」「楽しさがある」「誇りを感じる」を除いて、職業(サンプルサイズが小さい「学生」を除く)による顕著な差異はみられない。
- 「安心感がある」については、パート・アルバイトの「心象」が特に他の職業よりも希薄といえる。
- 「楽しさがある」「誇りを感じる」については、自営・経営者・自由業が他の職業の人よりも「心象」がやや希薄といえる。

Q8 あなたからみた町田市のイメージをそれぞれお答えください。(ひとつずつ)



※上図では、サンプルサイズが小さいことから「学生(n=32)」を省略している。

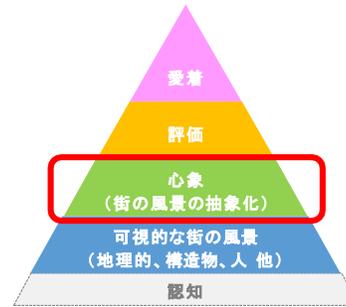
※上図では、町田市民の「とてもそう思う」の割合にもとづいて降順(数値の大きい順)で表記している。



## 5. 都市ブランド・アプローチ 4) 街に対する心象 (抽象化された記憶) ④記憶の整理構造化 (4市民合計)

町田市民を含む4市民のそれぞれ現住地に対する『街の心象 (抽象化された記憶)』では、2つの因子を抽出。

- 都市ブランドの構造仮説を検証するために、先述の『街の風景 (具体的な物象の記憶)』と同様に、『街の心象 (抽象化された記憶)』についても、町田市民を含む4市民合計の回答状況をふまえて15の設問項目の意味集約を図るべく因子分析を行った。
- なお、抽出される因子を使用して、『街の評価』である「住みやすさ」や「(現住地での)暮らしの満足度」を目的変数とする重回帰分析を行うことから、因子間で相互に独立性をもたせるために、バリマックス直交回転を用いている。
- 以上の過程から、町田市民を含む4市民合計ベースで、「ワクワク・新しい・元気要素」と「安心・穏やか・温かい要素」という2つの『街の心象 (抽象化された記憶)』の因子を抽出している。



【4市民合計 (n=4,141)】

因子	因子解釈	初期の固有値	分散の%	累積%
第1因子	ワクワク・新しい・元気要素	9.2	61.2	61.2
第2因子	安心・穏やか・温かい要素	1.1	7.1	68.4

因子抽出法: 最尤法

回転法: Kaiserの正規化を伴うバリマックス法

【4市民合計 (n=4,141)】

	因子	
	1 ワクワク・新しい・ 元気要素	2 安心・穏やか・ 温かい要素
ワクワクや期待感がある	<b>0.789</b>	0.316
先進的で、新しさがある	<b>0.762</b>	0.247
出会いや発見がある	<b>0.749</b>	<b>0.328</b>
元気、活気がある	<b>0.644</b>	0.507
誇りを感じる	<b>0.644</b>	0.493
楽しさがある	<b>0.640</b>	0.547
品格がある	<b>0.633</b>	<b>0.380</b>
つながり、まとまりを感じる	<b>0.610</b>	0.493
安心感がある	0.278	<b>0.770</b>
穏やかである	0.252	<b>0.747</b>
温かみ、優しさがある	0.438	<b>0.716</b>
親しみや愛着がある	<b>0.397</b>	<b>0.697</b>
雰囲気が明るい	0.546	<b>0.641</b>
開放的である	0.531	0.558
便利である	0.409	0.468

