

シティプロモーションにおける住環境資源指標の考察：埼玉県戸田市を事例として「住みやすさ」指標の得点化

中島, ゆき / NAKAJIMA, Yuki / OKAMOTO, Yoshiyuki / 岡本, 義行

(出版者 / Publisher)

法政大学地域研究センター

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

地域イノベーション：JRPS：journal for regional policy studies

(巻 / Volume)

6

(開始ページ / Start Page)

105

(終了ページ / End Page)

116

(発行年 / Year)

2014-03

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00009830>

シティプロモーションにおける住環境資源指標の考察

—埼玉県戸田市を事例として「住みやすさ」指標の得点化—

法政大学地域研究センター客員研究員 中島 ゆき

法政大学大学院政策創造研究科 岡本 義行

要旨

昨今は、各自治体で地域活性化への取り組みとしてシティプロモーションが活発である。しかしながらその成功事例は多いとは言えず、道半ばにして頓挫している事例も少なくないのが現状である。その要因の一つとして、地域ごとの地域資源や優位性がそれぞれ大きく異なっているにも拘わらず、数少ない成功事例を参考に、自自治体へそれを転用しようという試みとなっていることが考えられる。そのため、自地域の資源を生かしきれていないケースが多い。この背景には、まず自治体が地域の資源を明確に規定できていない点に起因している。

そこで、本研究ではシティプロモーションの初期段階として、地域資源の明確化を目的とした指標の作成を

行った。第一ステップとして、ターゲットと成果指標を軸としたシティプロモーションの類型化を行った。類型ごとに地域資源となる対象物が異なるためである。本研究は、この類型の中でも「居住地型」シティプロモーションの事例を検証した。「居住地型」が対象とするのは地域の「住みやすさ」であり、その指標が対象である。

また、昨今「居住地型」シティプロモーションに取り組み始めたばかりである埼玉県戸田市を検証地域として取り上げ、実際に算出しその結果を考察した。

キーワード：シティプロモーション、地域資源、住みやすさ

Research of the regional resource indexes that in the “residential model” city promotion.

— The score of the index “livability” as a case study of Saitama Prefecture —

Hosei University Center for Regional Research, Visiting Fellow

Yuki Nakajima

Hosei Graduate School of Regional Policy Design

Yoshiyuki Okamoto

Abstract

Recently, local governments are actively involved in “city promotions” as part of its regional development. However, there are few models. Local governments are attempting to simply adopt and imitate little success examples.

Despite the fact that each region has its own set of unique local resources and competitive advantage factors. In the backdrop, this tendency originates from the fact that local governments does not realize of the accurate inventory of region’s resources. In this research, we developed indexes that the regional resource would be clearly identified at the initial stages of a city promotion.

As a first step, the city promotions were categorized using target and achievement as its reference. Of the categories we identified, we validated a sample of the “residential model” city promotion. The “residential model” targets the region’s attractiveness as a location of residence, and that would serve as its index.

We pick up Toda City in Saitama Prefecture as a regional to verify and we did the actual calculations, and examined the results. The reason that picks up the city, it started the “residential model” city promotion recently.

Keyword: city promotion, unique local resources, quality of life

はじめに

近年、日本各地の自治体で地域再生や地域活性化への取り組みとして「シティプロモーション」が活発である。シティプロモーションの概念はいくつか提示されているが、「地域を持続的に発展させるために、地域の魅力を地域内外に効果的に訴求し、それにより、人材、物財、資金、情報などの資源を地域内部で活用可能としていくこと」(河井, 2009) という定義が中心的である。この定義によると、シティプロモーションの最終的な目標は、地域を持続的に発展させることにある。しかしながら昨今のシティプロモーションでは、「地域の魅力を地域内外に効果的に訴求」する点に重きがおかれ、外部への発信活動がクローズアップされる傾向にある。そのため、一過性のイベント的性格が強い点や、地域住民の賛同・参加が得られず結果的に地域に何も残らない危険性がある点などが指摘されてきている。

この背景には、地域資源が持つ魅力を自治体や地域住民が十分に認識し、その魅力を醸成するという過程が抜けていることに起因していると筆者は指摘する。すなわち、地域ブランドが醸成される前に、ブランドの発信にばかり力点を置いているということである。

現在、地域活性化の分野では、地域の資源が活用されているかといった議論が多くなされている。しかしながら、地域資源が何であるのか、他地域と比べた優位性がどこにあるのかを明確に把握できている自治体は多いとは言えない。それ故に、地域資源があいまいなまま、一見わかりやすく見えるシティプロモーション手法を取り入れ、結果的に地域資源の魅力が地域で醸成されないまま一過性に終わってしまっているケースが多く見られる。今後、シティプロモーションの「地域を持続的に発展させること」を最終目標におく本来の姿を推進していくために、自治体の地域資源の発掘という過程から方法論を確立していくことが重要である。

当研究ではこの点を課題視し、地域資源の明確化手法を試みるものである。まずは、現在のシティプロモーションの類型化を行った。その中で、特に地域資源が明確になりにくい「居住地型」に分類される地域、すなわ

ち、「住みやすさ」を指標とした住環境を資源の対象とした地域において、他地域と比べてどこに優位性があるのかを表わす指標を作成した。具体的には埼玉県、昨今シティプロモーションに取り組み始めた戸田市を事例として指標算出し、その差異を明らかにした。

I . シティプロモーションの類型

シティプロモーションを実施する際に、地域のブランド対象物として観光や産物を中心に実施されていることが多い。しかし、昨今は単に観光や特産品、グルメといったものだけに限らず、シティプロモーションの内容や手法が多様化してきている。財団法人地域活性化センターが発行している「平成 23 年度 シティプロモーションによる地域の活性化」事例集では、シティプロモーションを手法別に以下の 6 つに分類している。①観光②食・グルメ ③映像・フィルムコミッション ④ブランド化 ⑤スポーツ ⑥その他である。同事例集では日本全国 139 自治体の事例が紹介されており、その内、観光型 50 事例、産物型 36 事例で全体の約 6 割を占める。

同分類ではプロモーションすべき対象物（ブランドの対象として）、地域資源を軸としている。筆者は、さらにその対象物を誰に訴求するべきものであるのか（ターゲット市場）、その結果として地域にどのような還元を目的とするものであるのか（成果指標）を加えた分類を行ったのが<図表 1>である。

この 5 つの類型タイプの中でも、「居住地型」は他の観光型や産物型に比べてブランド化の対象が漠然としがちになるという特徴を持つ。「居住地型」の「ブランド化の対象」は住環境であり、いわゆる住みやすさと言い換えられるが、それでは、誰のどういった住みやすさをブランド化の対象とすべきなのか。例えば、若い子育て夫婦にとっては「緑・公園の多さ」や「買い物の利便性」が住みやすいと言えるかもしれないが、高齢者からすれば「歩きやすい街並み」や「高齢者支援制度の充実」などが挙がる。このように、ターゲット市場によってブランド化の対象物が異なるということと、目に見え

図表 1 シティプロモーションの類型

タイプ	ブランド化の対象	ターゲット市場	成果指標
観光型	観光地	旅行者（地域外）	交流人口
産物型	産物	消費者	売上
居住地型	住環境	地域住民	定住人口または移住人口
企業誘致型	立地条件	企業	企業誘致数
イベント型	開催条件	企業、団体など	イベント開催数

<図表 2>居住地型シティプロモーション事例

県名 都市名	大阪府箕面市	千葉県流山市
人口	129,895 人	163,984 人
面積	47.84 km ²	35.28 km ²
人口密度	2668.2 人 / km ²	4648.1 人 / km ²
人口増減率 (年少人口増減率)	2.1% (2.2%)	7.4% (10.1%)
都心からの距離	大阪梅田まで 30 分圏内。大阪国際空港までも 30 分圏内。	千葉県北西部に位置し都心から約 25km 秋葉原からつくばエクスプレス 20 ～ 25 分
ブランド対象物の明確化	「箕面に住む? Ready to move?」 「安心・支えあい最優先」「子育てしやすい日本一」「緑・住みやすさ最先端」の 3 本柱を中心に、特に「箕面市で子育て、しませんか?」を全面に打ち出す。子育てしやすい環境と制度。	地域を 4 つのエリアに分け、それぞれの地区の魅力や資源を洗い出し、5 つの分野別（イベント、施設、歴史・文化、自然・環境、生活・健康）に位置づけをしている。
ターゲットの明確化	地域外住民、特に転居を考えている子育て世代	共働き子育て世代をあらわす DEWKS（デュークス = Double employed with kids）にしぼる。
施策の概要	もともと持っている箕面市の住環境資源のよさを、外に向けて情報発信することに重点をおいている。	交流人口を増やし、ゆくゆくは定住人口増加に結び付けていくことが不可欠である。そのため流山市を人に勧めたくなるあこがれの街として育成することが重要である。PR 広告・イベントの企画開催などを通して住みたい街づくりの見える化をしている

県名 都市名	愛媛県四国中央市	福井県あわら市
人口	92,562 人	30,203 人
面積	420.57 km ²	116.99 km ²
人口密度	989.7 人 / km ²	429.2 人 / km ²
人口増減率 (年少人口増減率)	- 2.9% (- 9.7%)	- 2.6% (- 12.6%)
都心からの距離	庁舎のある伊予三島駅まで今治駅から予讃線で 50 分程度に位置する。庁舎のある伊予三島駅まで新居浜駅から予讃線で 30 分程度に位置する。	庁舎のある芦原温泉駅から北陸本線で福井駅まで 18 分に位置する。
ブランド対象物の明確化	「紙のまちの子育て応援」 子育ての経済的負担を軽減し、地元製品を見直すきっかけを作り、紙製品の地産地消を促すために、官民協働で 1 歳未満の子供がいる家庭に紙おむつを無償で提供する事業を始めた。子育て環境四国一を目指すと同時に、紙製品の地産地消を行い、「紙のまち」として PR を行っていく。	「若い世代が住み、生き、育てたくなるまち」 HEALTH（健康）、教育の EDUCATION、環境の ENVIROMENT、コミュニティの COMMUNITY、経済産業の ECONOMY の頭文字の、HEECE 事業を始める。各分野に幾つかの施策を行い、施策を体系化し、わかり易くすると同時に、報道やホームページで周知を図っている
ターゲットの明確化	特に行っていない。	市民への政策なので、特別に外部へのプロモーションはない。
施策の概要	特別に外部へ PR は行っていないが、全国的にも珍しい取り組みにより、各種メディアへの露出が増えた。	詳細の情報なし

県名 都市名	広島県呉市	福岡県みやま市
人口	239,973 人	41,577 人
面積	353.84 km ²	105.12 km ²
人口密度	1540.8 人 / km ²	487.8 人 / km ²
人口増減率 (年少人口増減率)	- 2.4% (- 8.7%)	- 6.1% (- 10.4%)
都心からの距離	JR 広島駅から JR で約 30 分に位置する。港町としても利用され、四国とを連絡船がつなぐ。	庁舎のある瀬高駅から鹿児島本線で久留米駅まで 17 分に位置する。
ブランド対象物の明確化	「つなぐ手に海・技・人が光るまち」 豊かな自然環境、海軍が築いた「モノづくり」の技術を引き継ぐまち、観光・文化資源、特産物の 4 つの分類。（※定住促進につながる資源の対象は不明）	「あいさつ日本一宣言都市みやま市」 少子・高齢化の進行に対して、住民意識が多様化、子供をとりまく環境が変化する中で、家庭教育の低下が懸念される状況に対して、「家庭教育のあり方」に焦点を当て、あいさつ運動をシティセールスとして行っている。
ターゲットの明確化	地域内外住民、幅広く多くの人	地域住民
施策の概要	キャッチフレーズの公募、シティセールスガイド本の作成、出前トークなど、情報発信に重きをおく。	特別プロモーションは行っていない。地元のテレビが放映している。

事例報告

県名 都市名	静岡県三島市	兵庫県篠山市
人口	11,1838 人	43,263 人
面積	62.13 km ²	377.61 km ²
人口密度	2914.6 / km ²	461.6 人 / km ²
人口増減率 (年少人口増減率)	- 0.4% (- 5.1%)	- 4.4% (- 14.7%)
都心からの距離	JR「三島駅」を中心地を持つ。東京駅からも新幹線で約 1 時間。車の場合、東名高速道路で約 1 時間半の地の利。	車の場合、大阪から阪神高速道路を利用して約 1 時間。または大阪駅から電車とバスを利用して約 90 分。
ブランド対象物の明確化	「街中がせせらぎ」「歩きたい街」「住みたい街」ブランドとするために「街中がせせらぎ事業」を行っている。中心市街地にある歴史、文化、水辺や緑の自然環境といった「アメニティ資源」を活用し、それをネットワークする回遊ルートを整備することによって、周辺を快適な空間に造り上げ、魅力ある地域づくりを目指す。	「ふるさと篠山へ帰ろう住もう運動」都市基盤整備による利便性・快適性に加え、豊かな自然や歴史文化・人情・コミュニティなどの恵まれた生活環境があり「都会に近い田舎」と言われている。この資源が十分に活かされているとはいえないとして、このことを行政・市民が再認識して、篠山から出た人たちに帰ってきてもらう取り組みを全市的に推し進めることを目的とする。
ターゲットの明確化	「歩きたい街」として観光客の誘致、「住みたい街」としての明確なターゲットはない。	篠山から出た人たちを中心にどんな人でも
施策の概要	主に魅力ある街づくりのための景観づくりに重きを置いている。	全国各地で活躍する篠山に縁のある方を「丹波篠山ふるさと大使」に任命し、それぞれの活動を通じて篠山の PR に努めている。

ない資源を対象とするという特性を持っている。

現在、シティプロモーション（あるいはシティセールスという呼称）の居住地型でどのような地域で取り組まれているかを前述の事例集とインターネット検索で抽出したところ、積極的な取り組みを行っている地域として以下の 8 自治体＜図表 2＞が見られた。すなわち、自治体で「シティプロモーション」活動として何らかの施策を行っており、それを自治体の HP や報告書、政策で記述している地域である。各地域のシティプロモーション概要を＜図表 2＞に整理した。

これら「居住地型」のシティプロモーション事例では、住みやすさや地域への愛着、地域への定住意向を目的としているものが多く見られるのが特徴である。すなわち、住環境が資源の対象となる。一方で、具体的なターゲットが幅広く、他の類型パターンと比べて、ターゲット市場、成果指標があいまいとなる特徴を持っている。それは、住環境資源のあいまいさに起因しており、「居住地型」シティプロモーションの持つ大きな課題である。

Ⅱ. 埼玉県戸田市の事例

(1) 戸田市シティセールス 戦略¹ の概要

戸田市では、平成 20、21 年度「戸田市のシティセールスの必要性和成功する要件について」調査研究を実施した。その研究成果をもとに平成 22 年度に策定作業を進め、平成 23 年度に「戸田市シティセールス戦略」を

策定した。この戦略では、戸田市が目指す都市イメージを「首都に隣接 オアシス都市 憩う、育む、楽しむまち」とし、実現に向けた行政としての取り組みを「アクションプラン」と設定し活動を開始している。

具体的には以下の 2 つの戦略を強化すべきとして推進してきている。

①戦略 1. 様々なメディア、機会を活用した情報発信
戸田市の持つ様々な魅力や資源の認知度を高めるため、市内外の方への戸田市の情報への接触度を増やすことが必要である。従来から行政の持っている広報メディアでの発信力強化と、パブリシティ活動（プレスリリースなど行政情報の提供）の強化を進め、また、民間等との連携を前提とした新たなメディアの活用戦略を策定し、情報発信を進めること。

②戦略 2. 発見！戸田市の魅力
市民が戸田市の魅力を再発見し、戸田市への「誇り」や「愛着心」が醸成されるよう、市民や企業、関連団体と連携しながら、既存の資源や魅力を更に磨きあげる取り組みを進める。また、戸田市の持つ様々な強みを活かした新たな資源・魅力の創出を図ること。

(2) 戸田市のシティセールスの課題

初期の調査研究から 2 年目にあたる平成 24 年度には、戸田市では以下のような課題を挙げている。

「具体的な取り組みであるアクションプランの内容は、行政の取り組みが主なものであり、行政とともにシティセールスを担うべき外部の関連団体や民間企業などとの連携は積極的に図られていない。また、メディアや機会、

¹ 戸田市では「シティセールス戦略」との呼称で施策を実施しているため、当章ではシティセールスと呼ぶが、シティプロモーションと同義である。

セールスすべき特性や資源を挙げているものの、それぞれをセールス活動においてどのように打ち出すかという具体策には触れていない。」(「戸田市シティセールスの具体策に関する研究」研究計画書(2012年)より抜粋)

同研究計画書の中では「セールスすべき特性や資源」を挙げているとあるが、実際に戸田市の地域資源は明確に規定されているとは言い難い現状がある。「居住地型」の課題である、地域資源のあいまいさが同戦略の中にも見られる。

これまで数年に渡って取り組んできたシティセールスであるが、「戸田市シティセールス戦略」が検討されはじめた2008年ごろは、一般的に地域のブランディング対象物は産物や観光がほとんどであった。また、策定当初に参考にしたのは、宮城県仙台市、神奈川県川崎市、静岡県浜松市など人口100万人規模の市であった。当時は実施先行事例が非所に少なく、大規模な自治体での事例のみであった。戸田市のような人口10万人規模で、特別な観光資源も特産物もない、いわゆる「居住地型」の先行事例がほとんど見られなかった。そのため、参考事例とした先行事例と戸田市の現状とが大きく異なっており、戸田市が「居住地型」のシティプロモーションをすべきである点の認識がされないままスタートした。前章で記述したように、まずは地域資源を明確に規定し、その資源を醸成する必要がある。外部への情報発信をしブランド化を促進していくのは、その次の過程である点を指摘する。

Ⅲ. 住環境資源指標として「住みやすさ」の得点化

(1) 指標策定の目的

本章では、これまで考察した「居住地型」のシティプロモーションにおいては、特に住環境資源を明確化することが必要であることを明らかにしてきた。自地域の資源を明確化するためには、まず他地域との優位性がどの点にあるのかを把握することが必要である。現在の「居住地型」シティプロモーションを推進しようとしている自治体においては、この住環境資源の明確化が上手く規定できていない地域も多いことから、同資源を明確化するための住環境資源指標を策定することで、これら地域の施策推進につながると考える。

前章で紹介した埼玉県戸田市を検証事例として、マクロな指標を用いて住環境比較を試みた。その結果、同市が他の地域に比べて優位性を持つ住環境が浮き彫りになるかを算出し、同手法が住環境資源指標となり得るかを考察することを目的としている。

(2) 算出方法

指標には統計局や厚生労働省、文部科学省など、政府が公表している全国の市町村統計データを用いた。具体的に用いた統計の一覧は附則に掲載した。「居住地型」のシティプロモーションでは、「住みやすさ」が重要な住環境資源である。そこで、住環境資源を「住みやすさ」の構造として39項目を選び、それぞれを「人口増加率」「ゆとり度」「利便性」「生産性」「雇用力」「医療充実」「高齢者支援」「環境」「安全」「子育て支援」「地域活発度」の11領域に設定し「住みやすさ」得点とした。各領域で設定した項目は以下である。

「人口増加率」— 人口増減率の1項目

「ゆとり度」— 非可住地面積、可住地面積での人口密度の2項目

「利便性」— 住宅地地価、小売店数、飲食店数に関連する6項目

「生産性」— 生産年齢人口、製造品出荷額、粗付加価値額、小売業年間販売額、所得に関連する6項目

「雇用力」— 労働力人口、失業率などに関連する5項目

「医療充実」— 病院・診療所数や医師数に関連する3項目

「高齢者支援」— 介護施設数に関連する2項目

「環境」— 下水道、リサイクルに関連する2項目

「安全」— 火災出火、犯罪率、交通事故発生件数に関する3項目

「子育て支援」— 年少人口増減率、保育園・幼稚園、認可保育園数、月額費用などに関連する4項目

「地域活発度」— NPO数、図書館・公民館利用数などに関する3項目

これらの各項目ごとに市町村別得点(基準値)を算出した後、各領域ごとの指標を算出した。算出手順は以下である。

①項目ごとの元データより、全国(または県)平均(X)、標準偏差(S)を算出する。

②各市町村の基準値(T)を算出する。

$$T = (X_i - X) \div S$$

③領域ごとの基準値の平均点を算出した。

上記計算の中で、人口の少ない村や町は集計の対象外とした。理由としては、いくつかの指標特性により、どうしても人口規模や人口密度による数値の変動が大きくなるからである。今回は、戸田市の住環境資源を客観的に計るため、戸田市と同じく都市型・郊外型の市のみで平均値を出して算出した。これにより、山間部に昔なが

事例報告

らに住んでいる人々、通勤圏まで距離があっても自然に囲まれた環境で住みたい人など、戸田市に住居を構えている人とは明らかに「住みやすさ」の観点が異なる人々の指標を外していることになり、より戸田市の住環境資源を客観的に測定できると考えたからだ。

今回設定した指標のフレームワークが完全であるとは現時点では言えないが、全体的な郊外型都市の持つ「住みやすさ」の違いはある程度描き出せていると考える。

(3)「住みやすさ」得点の算出結果

全 39 項目のすべてを、埼玉県 of 郊外型都市 39 市の平均点を算出し、埼玉 39 市平均で記す。選択した都市は以下である。

さいたま市 川越市 熊谷市 川口市 行田市 秩父市 所沢市 飯能市 加須市 本庄市 東松山市 狭山市 羽生市 鴻巣市 深谷市 上尾市 草加市 越谷市 蕨市 戸田市 春日部市 入間市 朝霞市 志木市 和光市 新座市 桶川市 久喜市 北本市 八潮市 富士見市 三郷市 蓮田市 坂戸市 幸手市 鶴ヶ島市 日高市 吉川市 ふじみ野市

上記 39 市の中から、戸田市と類似の条件を持つ比較都市を 4 つ選択した。選択した条件は、近年人口増加しており、戸田市の人口 12 万と同程度の規模であり、なおかつ埼京線のように首都圏への通勤圏としての鉄道が走り、東京都の拠点駅まで 30 分前後という条件である。＜図表 3＞ 選択した 4 都市について前述の手順で基準値を算出し、得点化を行った。埼玉 39 市平均を基準値「0」とし、各市がどの程度の差異があるのかをチャート化したものが＜図表 4＞である。

戸田市は、「雇用力」(+ 1.07 ポイント) と「生産性」(+ 0.83 ポイント)、「子育て支援」(+ 0.58 ポイント) の 3 領域において平均より高い数値となった。

また、比較都市 4 都市以外にも、通勤圏距離として東京都拠点駅までを 1 時間程度に広げて 11 都市で比較し

たのが＜図表 5＞である。埼玉 39 市平均を「0」とし、各市の平均点の高い順に並べ替えたものである。戸田市の平均点は、埼玉 39 市平均に近く 0.13、最も平均点が高かったのは日高市の 0.86 である。埼玉 39 市平均より高かった市は、戸田市以外はいずれも通勤圏距離として若干離れている市で、「高齢者支援」「安全」「子育て支援」のほとんどがプラスポイントであり、逆に埼玉 39 市平均より低かった市は、これらのポイントがマイナスの傾向を示している。平均点は、一つの領域のポイントの差が激しいだけで高低が生じるため、戸田市は「安全」領域のマイナスポイントがかなり大きかったことによって平均点を下げている結果である。また、各領域の順位を＜図表 6＞に示した。

(4)「住みやすさ」得点の領域

算出に使用した指標領域の意味を説明しながら、戸田市および埼玉県の傾向を記述する。併せて、同領域での今後の課題にも言及した。

①人口増加率

「人口増加率」は住民基本台帳による 2008 年から 2011 年の増加率を計算したものである。郊外型を中心に、通勤圏距離として東京都拠点駅まで 1 時間程度の市を比較対象都市としているため、近年人口増加傾向にある市が多いのは当然の結果であり、入間市を除き 10 都市は埼玉県 39 市平均より高いという結果である。戸田市はその中でも 1 位であり、2.05 ポイントとかなり増加率の高い市である。

②「ゆったり度」領域

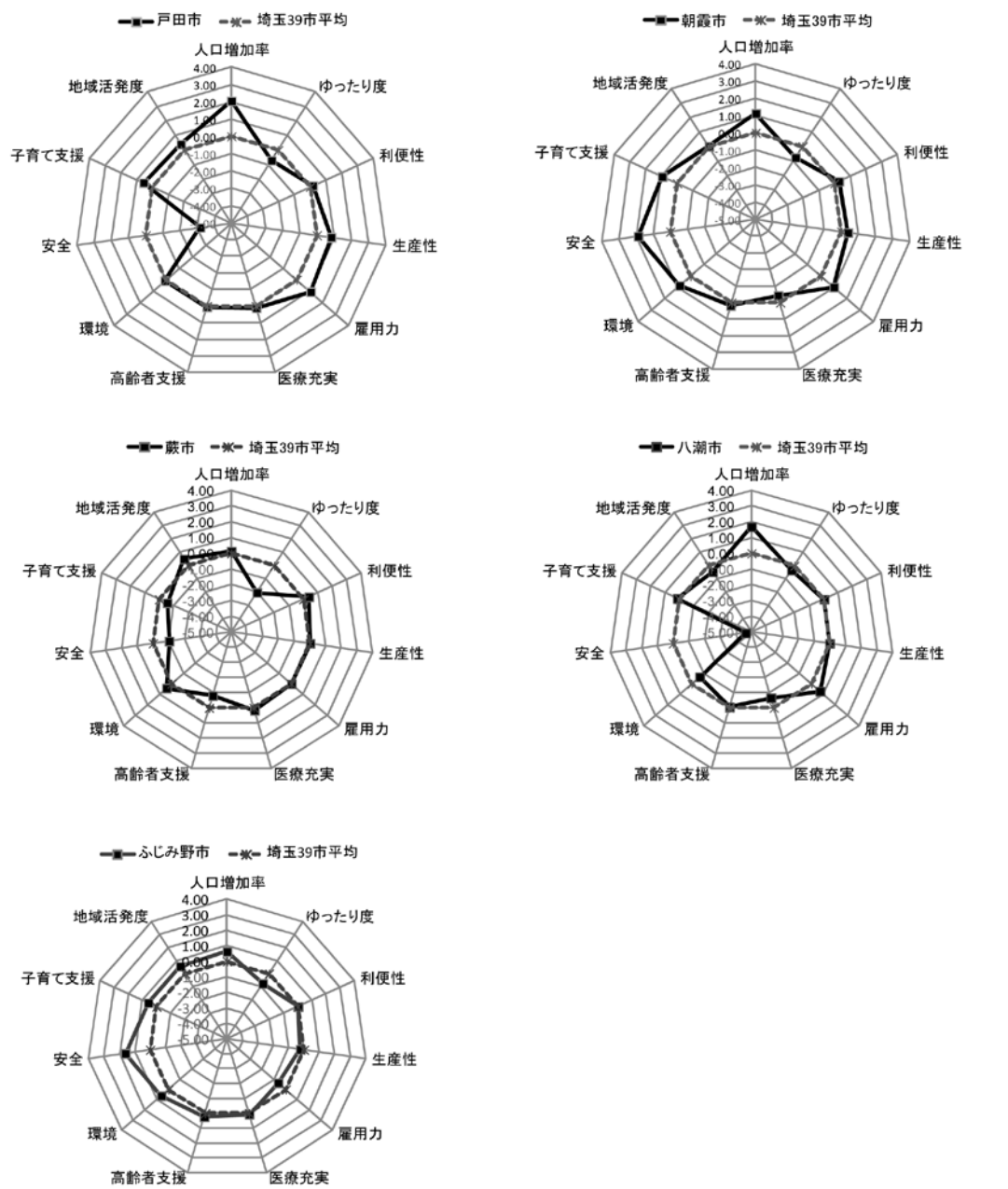
「ゆったり度」領域は、非可住地面積の割合および可住地面積の人口密度の得点化である。非可住地面積は、土地面積から林野面積および湖沼面積を差し引いた数値であるため、この値が高いほど林野や湖沼が多いという

図表 3 比較対象とした埼玉県内の都市

都市名	人口	人口増加率	東京都拠点駅までの距離
	(人)	(08から11の増加割合 ／%)	()内は鉄道所要時間
戸田市	120,053	2.1%	池袋(20分)
朝霞市	127,911	1.1%	池袋(20分)
八潮市	80,515	1.7%	上野(20分)
ふじみ野市	105,744	0.6%	池袋(30分)
蕨市	68,858	0.1%	上野(30分)

※1)人口および人口増加率は、当章で算出にしようした「住民基本台帳」(2011年)を基にしている

図表4「住みやすさ」得点比較



図表5「住みやすさ」得点の11都市比較

	人口増加率	ゆとり度	利便性	生産性	雇用力	医療充実	高齢者支援	環境	安全	子育て支援	地域活発度	平均点
日高市	0.87	0.89	-0.14	0.53	0.02	1.70	1.10	2.26	1.88	0.16	0.20	0.86
朝霞市	1.12	-0.75	0.28	0.39	0.98	-0.42	0.19	0.84	1.88	0.95	0.01	0.50
富士見市	0.50	-0.47	0.13	-0.40	0.19	-0.18	0.12	0.62	4.01	0.33	-0.37	0.41
吉川市	1.61	0.13	-0.05	-0.63	1.16	-0.74	0.50	-0.08	-0.01	0.77	0.54	0.29
ふじみ野市	0.62	-0.76	0.02	-0.24	-0.65	0.07	0.24	0.60	1.61	0.58	0.56	0.24
戸田市	2.05	-0.71	0.18	0.83	1.07	0.11	0.05	0.09	-3.18	0.58	0.40	0.13
新座市	1.24	-0.67	-0.00	-0.47	0.58	-1.15	-0.20	0.68	1.85	-0.08	-0.49	0.12
埼玉39市平均	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
入間市	-0.18	0.20	-0.14	0.11	-0.08	-0.82	-0.64	0.37	0.50	-0.07	0.26	-0.04
蕨市	0.13	-2.01	0.38	0.02	0.02	0.16	-0.81	0.42	-1.03	-0.55	0.51	-0.25
八潮市	1.67	-0.33	0.02	-0.02	0.71	-0.67	-0.06	-0.68	-4.62	0.14	-0.46	-0.39
三郷市	0.87	-0.28	-0.04	-0.03	0.10	-0.32	-1.40	-0.35	-2.13	-0.48	-0.81	-0.44

事例報告

図表6 各領域における順位（11市比較）

人口増加率		「ゆったり度」領域		「利便性」領域		「生産性」領域	
戸田市	2.05	日高市	0.89	蕨市	0.38	戸田市	0.83
八潮市	1.67	入間市	0.20	朝霞市	0.28	日高市	0.53
吉川市	1.61	吉川市	0.13	戸田市	0.18	朝霞市	0.39
新座市	1.24	埼玉39市平均	0.00	富士見市	0.13	入間市	0.11
朝霞市	1.12	三郷市	-0.28	八潮市	0.02	蕨市	0.02
日高市	0.87	八潮市	-0.33	ふじみ野市	0.02	埼玉39市平均	0.00
三郷市	0.87	富士見市	-0.47	埼玉39市平均	0.00	八潮市	-0.02
ふじみ野市	0.62	新座市	-0.67	新座市	-0.00	三郷市	-0.03
富士見市	0.50	戸田市	-0.71	三郷市	-0.04	ふじみ野市	-0.24
蕨市	0.13	朝霞市	-0.75	吉川市	-0.05	富士見市	-0.40
埼玉39市平均	0.00	ふじみ野市	-0.76	入間市	-0.14	新座市	-0.47
入間市	-0.18	蕨市	-2.01	日高市	-0.14	吉川市	-0.63
「雇用力」領域		「医療充実」領域		「高齢者支援」領域		「環境」領域	
吉川市	1.16	日高市	1.70	日高市	1.10	日高市	2.26
戸田市	1.07	蕨市	0.16	吉川市	0.50	朝霞市	0.84
朝霞市	0.98	戸田市	0.11	ふじみ野市	0.24	新座市	0.68
八潮市	0.71	ふじみ野市	0.07	朝霞市	0.19	富士見市	0.62
新座市	0.58	埼玉39市平均	0.00	富士見市	0.12	ふじみ野市	0.60
富士見市	0.19	富士見市	-0.18	戸田市	0.05	蕨市	0.42
三郷市	0.10	三郷市	-0.32	埼玉39市平均	0.00	入間市	0.37
日高市	0.02	朝霞市	-0.42	八潮市	-0.06	戸田市	0.09
蕨市	0.02	八潮市	-0.67	新座市	-0.20	埼玉39市平均	0.00
埼玉39市平均	0.00	吉川市	-0.74	入間市	-0.64	吉川市	-0.08
入間市	-0.08	入間市	-0.82	蕨市	-0.81	三郷市	-0.35
ふじみ野市	-0.65	新座市	-1.15	三郷市	-1.40	八潮市	-0.68
「安全」領域		「子育て支援」領域		「地域活発度」領域			
富士見市	4.01	朝霞市	0.95	ふじみ野市	0.56		
日高市	1.88	吉川市	0.77	吉川市	0.54		
朝霞市	1.88	ふじみ野市	0.58	蕨市	0.51		
新座市	1.85	戸田市	0.58	戸田市	0.40		
ふじみ野市	1.61	富士見市	0.33	入間市	0.26		
入間市	0.50	日高市	0.16	日高市	0.20		
埼玉39市平均	0.00	八潮市	0.14	朝霞市	0.01		
吉川市	-0.01	埼玉39市平均	0.00	埼玉39市平均	0.00		
蕨市	-1.03	入間市	-0.07	富士見市	-0.37		
三郷市	-2.13	新座市	-0.08	八潮市	-0.46		
戸田市	-3.18	三郷市	-0.48	新座市	-0.49		
八潮市	-4.62	蕨市	-0.55	三郷市	-0.81		

ことになる。また、人口密度は非可住地面積も含まれて算出されるのが一般的であるが、ここでは居住地での密集度を測ることを目的としているため、可住地面積と人口で算出したものを人口密度として計算し、住民が住んでいて「ゆったりしている」と感じるかどうかの指標として採用した。

戸田市は、比較対象 11 都市の中で「ゆったり度」は 8 位（- 0.71 ポイント）であった。埼玉 39 市平均よりも、居住地域がやや過密であるという数値である。埼玉 39 市平均には非可住地面積が 87% を占める秩父市や 76% の飯能市も入っていることと、戸田市は比較的面積の小さい市ながら、ここ数年で人口が増えてきていることが、この数値の背景にあると考えられる。

③「利便性」領域

「利便性」領域は、鉄道や道路などの移動面での便利さと、買い物環境の便利さの両面の指標となるよう算出し、住宅地地価と小売店と飲食店の数、大型店舗の世帯あたりの面積と 1 大型店舗あたりがまかなっている世帯数を得点化した。住宅地地価は利便性が最も強く影響しているということ、また買い物面での利便性には、商店街の規模を指標化できる小売店と飲食店の数を採用。また、昨今は商店街が縮小傾向にあり代わりに大型店舗が増えてきていることから、大型店舗の規模と世帯数の関係を指標化した。

結果、戸田市は 11 都市中 3 番目で 0.18 ポイントであった。1 位の蕨市や 2 位の朝霞市、そして戸田市の上位 3 都市は、いずれも住宅地地価の得点と 1 大型店店舗あたりのまかなっている世帯数が全てプラス値、一方、小売店・飲食店の数はマイナスであり、昨今の郊外地への大型店出店傾向が表れた結果となった。

④「生産性」領域

「生産性」領域は、市民生活の基盤をささえるものとして、市の財源とその地域の産業の活発度の目安となるよう算出した。市の財政力指標を採用した他、製造品および小売業の年間出荷・販売額の増減を得点化した。この項目にそれぞれの従業員一人当たりの額を算出した数値、および納税者一人当たりの所得数値も加味して算出した。

その結果、戸田市は比較 11 市中、1 位で 0.83 ポイントであった。中でも財政力指標が 3.54 ポイントと埼玉県で最も高い数値であることが「生産性」を押し上げた要因である。また、全体平均値 1 位、「生産性」領域で 2 位の日高市は、小売業年間販売額の増加率（2004 年から 2007 年）が、埼玉県で最も高く 3.63 ポイントであった。日高市は 2007 年に首都圏中央連絡自動車道（圏央

道）の開通などの利点を生かし、企業誘致を推進しているが、それらの効果が反映されていると考えられる。

⑤「雇用力」領域

「雇用力」領域では、地域の住民がどれだけ働いているか、必ずしもその地域で雇用されていなくとも、働きやすい環境であることを示す労働力人口の増減率を採用した。他に、高齢者や女性にとっては正規雇用でなくとも、近くにパートなどで働く場があることは生活向上に大きな影響を与えと考え、地域の「雇用力」を計れるよう、30～40 代女性の労働力率、高齢者の労働力率を加味した。また、若年層の失業率も加えることで、全労働力人口がどれだけ働きやすいかの目安とした。

その結果、戸田市は比較 11 市中、2 番目の 1.07 ポイントであった。但し、採用した指標のうち、30～40 代女性の労働力は、出生率や子育てしやすい環境と相反する可能性が高い。戸田市をはじめとする首都圏への通勤圏郊外都市は、のきなみ 30～40 代女性の労働力はマイナスとなっている。一方、秩父市や行田市、飯能市など観光や農業が盛んな市では 30～40 代女性の労働力が高くなる傾向にあり、自営業主・家族従業者としての労働力押し上げの可能性も考えられる。このあたりの採用指標に関しては、今後の再検討が必要である。

⑥「医療充実」領域

「医療充実」領域では、病院・診療所数および医師数をそれぞれ人口あたりで割った数値を算出した。

結果は、戸田市は比較 11 市中、3 番目で 0.11 ポイントであり、ほぼ平均規模の「医療充実」度合いである。詳細をみると、病院・診療所数はマイナスであるのに対し、医師数がプラスである。人口あたりで割った数値でみているため、人口が増加している市は病院・診療所数がマイナスになりやすい傾向がある。また、1 位の日高市は、埼玉県医科大学日高キャンパスがあるために、医師数では埼玉 39 市の中で 1 位の 5.15 ポイントとなっており、2 位の川越市 1.18 ポイントと大きな格差が出ている。

但し、昨今は各自治体が市民の健康促進などの施策にも力を入れてきているため、数値化できる医療関連数での単純な比較が難しい項目とも言える。今後は、市民の健康も含めた「医療・健康」の制度面も調査する必要がある。

⑦「高齢者支援」領域

「高齢者支援」領域では、介護老人施設定員数の他、高齢者向けグループホーム、特別養護老人ホームそれぞれの定員数を高齢者人口で割った数値を採用した。

その結果、戸田市は全体で 6 番目の 0.05 ポイントと、

事例報告

ほぼ埼玉 39 市平均と同レベルであった。特に特別養護老人ホームと介護老人施設での数値が平均よりマイナスであったものの、高齢者向けグループホームの定員数だけをみた場合には、比較 11 都市中では 1 番目であり、埼玉 39 都市の中で見ても本庄市の 2.47 ポイントに次いで 2.0 ポイントであった。

高齢者向け施設の新設は、地価価格によっても新設・増設のためのハードルが異なり、各自治体ごとに適した施設の形態を用意する必要があるため、今回は指標として施設のみを採用したが、もう少しソフト面での数値化が図れると望ましい領域と言える。

⑧「環境」領域

「環境」領域では、公共下水道普及率、ごみのリサイクル率を採用した。戸田市は、比較 11 都市中、8 番目であった。「環境」で 2 位の朝霞市は、近隣住民によるイメージが「環境にやさしいまち」として挙がっている市である。加えて、公式ホームページによるとごみ減量対策・リサイクル支援の記載が多く活発な印象を受ける。特に「電動式生ごみ処理機購入費補助金」「地域リサイクル活動推進補助金（集団回収）」「エコネットあさかの発行」など、支援制度の情報や住民への啓蒙活動情報が多い。こうした市政からの発信による数値の反映が考えられる。

政府発表の統計データで入手困難なものに、戸田市の「環境みらい都市」などに代表されるようなエコロジー、エネルギー面の施策が昨今では活発になってきていること、また戸田市の「ごみゼロ運動」のような市民のまちの清掃活動などが挙げられる。こうした点も反映させるためには、今後はソフト面での調査が必要な領域と言える。

⑨「安全」領域

「安全」領域では、建物火災出火件数、交通事故発生件数、刑法犯認知件数のそれぞれを人口で割って逆転させ指標化した。

戸田市は比較 11 都市中で 2 番目に安全性が低く、－3.18 ポイントであった。これは、戸田市の刑法犯認知件数の高さから起因しており、戸田市が犯罪発生率ワースト 10 からの脱却を目指した活動を推進しはじめて 2010 年にワースト 8 位となったが、本調査で用いたものが 2009 年のものであるため、現在はもう少し改善されていると推察される。戸田市では他に交通事故件数も高く、特に自転車に関係する事故の割合が 39% を超えていることなどから、昨今は駅前の自転車置き場の整備や、小学校で子ども自転車運転免許制度を採り入れるなど、多くの対策を行っているため、今後の推移に期待したい。

⑩「子育て支援」領域

「子育て支援」領域では、年少人口増減率、合計特殊出生率と、幼児 1 人あたりの認可保育所定員数、さらに納税者 1 人あたりの所得に対する月額保育料割合を算出した。

戸田市は合計特殊出生率の数値が高く 2.08 ポイントであった。算出項目の中で、唯一マイナス値だったのが幼児 1 人あたりの認可保育所定員数で－0.25 ポイントであった。この項目は、年少人口増減率、合計特殊出生率に相反する性質をもつが、そこに対して各自治体がさまざまな施策を取り入れているものである。戸田市も戸田公園駅前子育て広場の設置など、母親が利用しやすい施策を取り入れている中で、今後はこうした施策の拡大なども必要性が高い。

また、「子育て支援」領域のポイントが一番高かった朝霞市は、特に納税者 1 人あたりの所得に対する月額保育料割合（逆転得点化）が低く、月額保育料は 37,980 円でポイントにすると 2.24 であった。この項目ポイントがもっとも高かったのは秩父市の 3.11 ポイントで、月額保育料は 25,300 円であった。秩父市は比較 11 都市には入っていないが、埼玉県の中ではもっとも子育て支援のポイントが高い市であった。秩父市は、週刊東洋経済の「日本のいい街 2012 特集号」(2012/10/13 号) でも、月額保育料安さで 1 位の市として取り上げられている。

⑪「地域活発度」領域

「地域活発度」領域では、公民館・図書館の数、NPO 法人数、図書館利用数をそれぞれ人口 1 人あたりに換算して算出した。

戸田市は比較 11 市中 4 番目で 0.40 ポイントであり、図書館の数と利用者数と NPO の数の多さが要因となっていた。公民館に関して、本来は活用度を計る利用者数で算出したかったところだが、統計公表になかったため、数での算出となったが、今後は市民活動の把握をするために、NPO 登録以外の活動団体の状況などを把握できるような調査も加えていく必要がある。

IV. 考察

考察には戸田市が平成 23 年 11 月に実施した「戸田市人口移動実態調査」および「戸田市若年世帯意識調査」のアンケート結果を利用し、戸田市への転入・転出要因や定住意向に対する回答結果と、前章で算出した指標の結果を比較した。

まず、戸田市の指標でポイントの高かった項目である「子育て支援」と、ポイントの低かった「安全」領域に

ついて同調査のアンケート結果の概要を記す。

転入してきた人に対して戸田市を選択した理由を尋ねた設問では、「通勤・通学に便利」が最も多い理由で33.5%であった。次いで「あらかじめ住居が用意されていた」(14.5%)や「親族の居住地に近い」(13.6%)など上位6つの回答で利便性や個人の事情が高順位に挙げられているのに対し、戸田市に戻りたい(すなわち戸田市の居住経験がある)人の回答では「子育て環境が充実」が4番目に多く15%であった。また、戸田市は子育てしやすいまちかどうかを尋ねた設問では、59.8%がそう思うという回答であった。これらの回答結果から、戸田市は子育てしやすいまちであるという住民の意識が高いことがわかった。それに対して、戸田市に戻りたくない要因として「治安」を回答した人は5番目に多く8%で、戸田市に継続して住みたい理由に「治安がよい」を回答した人は11項目中の9番目で2.3%と、多くの人が戸田は「治安があまりよくない」と感じている結果であった。このことから、住民の意識と指標の算出結果が同様の傾向を示していることがわかった。

また、ポイントの高かった「生産性」「雇用力」領域に関して、同アンケートから住民の意識や体感値を計測することは難しい。同領域はむしろ地域経済の活性度につながるものであることから、今後同領域の考察方法は改めて検討することとする。

以上の結果から、同調査で使用した住環境資源指標はある程度住民の「住みやすさ」感覚と一致していることがわかった。同指標は地域の住環境資源の優位性がどこにあるのかを視覚化するための初期段階手順としては有効であると言える。

V. 指標化における今後の課題

本研究では、「住みやすさ」指標として政府公表の統計調査によるマクロデータをを用いた。市町村を他と比較する場合には、全国の市町村のデータを入手する必要がある。しかしながら、現在は全ての項目で望ましいデータを市町村レベルで入手することは困難である。そのため、今回は入手可能なデータから算出しており、今後はさらなる指標の市町村レベルのデータを入手し検証することが必要である。特に、教育面のデータが入手できていないことは大きな課題である。

また、本研究では地域資源の中でも、行政サービス、地域インフラなどのいわゆるハードなデータを基に行った。しかしながら、地域資源を考える際には、住民のコミュニティや人的資本などソフトな面が非常に重要である。今後は、こうしたソフト面での地域資源の明確化が

求められていく。その上でも、まずはハード的側面での地域資源の明確化を行ったことは、あくまで地域資源発掘の初期段階である点に留意する必要がある。今後は、ソフト面の地域資源をどのように明確化し、より磨きをかけてブランド化していくか地域活性化には必要がある。将来に向けた地域の資源形成、いわば地域戦略がシティプロモーションの重要な部分となる。

補章：住環境資源調査の使用データ

Ⅲ章（住環境資源指標として「住みやすさ」の得点化）で使用した指標のデータ一覧を記載する。

「人口増加率」領域

人口増減率 総務省「住民基本台帳人口要覧」(2008年/2011年)

「ゆったり度」領域

非可住地面積 東洋経済「都市データパック」(2012年度版)

可住地人口密度 法政大学地域研究センター算出（可住地面積／人口）

「利便性」領域

住宅地地価 国土交通省「都道府県地価調査」(2011年)

小売店数 経済産業省「商業統計」(2009年)

飲食店数 経済産業省「商業統計」(2009年)

大型店店舗数 東洋経済「全国大型小売店総覧」(2011年)

大型店店舗面積 東洋経済「全国大型小売店総覧」(2011年)

「生産性」領域

生産年齢人口増減率 総務省「国勢調査」(2005年／2010年)

製造品出荷額増減率

および従業員1人当たり 経済産業省「工業統計」(2007年／2010年)

粗付加価値額 経済産業省「工業統計」(2010年)

小売業年間販売額増減率

および従業員1人当たり 経済産業省「商業統計」(2004年／2007年)

納税者1人当たり所得 総務省「市町村別課税状況等の調」(2010年)

事例報告

「雇用力」領域

労働力人口増減率 総務省「国勢調査」(2005 年／2010 年)

労働力率 (30 ～ 40 代女性) 総務省「国勢調査」(2010 年)

労働力率 (高齢者) 総務省「国勢調査」(2010 年)

完全失業率 総務省「国勢調査」(2010 年)

完全失業率 (若年層) 総務省「国勢調査」(2010 年)

「医療充実」領域

病院・診療所数 厚生労働省「医療施設調査」(2010 年)

医師数 厚生労働省「医師・歯科医師・薬剤師調査」(2010 年)

「高齢者支援」領域

介護老人施設定員数 厚生労働省「介護サービス施設・事業所調査」(2010 年)

特別養護老人ホーム定員数 東洋経済「都市データパック」(2012 年度版)

高齢者向けグループホーム定員数 東洋経済「都市データパック」(2012 年度版)

「環境」領域

公共下水道普及率 東洋経済「都市データパック」

(2012 年度版)

ごみリサイクル率 総務省「統計でみる市区町村のすがた」(2011 年版)

「安全」領域

火災出火件数 総務省「統計でみる市区町村のすがた」(2011 年版)

刑法犯罪認知件数 総務省「統計でみる市区町村のすがた」(2011 年版)

交通事故発生件数 総務省「統計でみる市区町村のすがた」(2011 年版)

「子育て支援」領域

年少人口増減率 総務省「国勢調査」(2010 年)

保育園・幼稚園、認可保育園数 文部科学省「都道府県・市町村別の教育・社会・経済指標データ設計」(2010 年)

所得に対する月額保育料割合 東洋経済「都市データパック」(2012 年度版)

「地域活発度」領域

NPO 数 埼玉県共助社会づくり課登録数

図書館・公民館利用数 文部科学省「社会教育調査」(2008 年)

参考文献

- 牛場 智 (2010)「共分散構造分析による「新しい街」の魅力要素と来訪者満足度の関係」創造都市研究：大阪市立大学大学院創造都市研究科紀要 6(1), 1-17
- 大方 優子, 八坂 和吏, 平屋 伸洋, 増田 士朗 (2009)「地域ブランド概念と構築プロセスに関する理論的考察—コーポレートレヴィテーション概念の地域への応用—」東海大学短期大学紀要第 43 号
- 河井孝仁 (2009)「シティプロモーションの現状と今後への期待」日本広報学会第 15 回研究発表大会 2009
- 河井孝仁 (2008)「シティマーケティングに見る協働広報の現状とありかた」『東海大学紀要文学部』第 89 輯 2008
- 河井孝仁 (2009)「シティプロモーションを可能とする創発型情報流通」日本社会情報学会 JSIS & JASI 合同研究発表大会論文集 2009
- 坪井明彦 (2006)「地域ブランド構築の動向と課題」地域政策研究 (高崎経済大学地域政策学会) 第 8 巻第 3 号, P189-199
- 坪井明彦 (2004)「マーケティング概念の拡張に関する一考察」地域政策研究 (高崎経済大学地域政策学会) 第 6 巻第 3 号
- 中嶋開多 (2008)「企業と地域のブランド戦略」地域ブランド研究 4 : 25-46(2008)
- 松本懿 (2011)「書評：矢吹雄平著、『地域マーケティング論—地域経営の新地平』」生活経済学研究 34, 70-72,
- 矢吹雄平 (1999)「郵便局を“戦略変数”とした“地域マーケティング”：鳥取県智頭町「ひまわりシステム」からみた可能性と限界」岡山商大社会総合研究所報 20, 193-206
- 矢吹雄平 (2004)「地域運営における地域通貨：マーケティング・ネットワークの枠組みによる考察」生活経済学研究 20, 85-97
- 矢吹雄平 (2006)「『生活者』と地域運営：“マーケティング・ネットワーク”概念の可能性」生活経済学研究 24, 1-13
- 矢吹雄平 (2012)「マイクロ・マーケティング：序論：地域・自治体マーケティング論の出発点として」岡山大学経済学会雑誌 44(1), 1-12