

【第2回 洋光台まちづくりアンケート】

（単純集計結果）

洋光台
まちづくり
アンケート

調査のねらい

『ルネッサンス in 洋光台』の事業効果を検証

- － 前回との比較（居住継続意向・まちの評価など）
- － 「ルネッサンス in 洋光台」「CCラボ」など取り組みの認知度・参加状況の把握

「まちに必要なもの」を具体的に把握

- － 防災・図書館・健康など

『ルネッサンス in 洋光台』事業の周知・PR

- － プロジェクトの成果が伝わる宣材を同封

(アンケート票)

Q1 居住歴

Q2 住まい・永住意識

Q3 日々の暮らし・交通・コミュニティ意識

Q4 地域への評価

Q5 防災に関して

Q6 コミュニティ意識

Q7 健康に関して

Q8 健康に関して

Q9 健康に関して

Q10 健康に関して

Q11 健康に関して

Q12 健康に関して

Q13 健康に関して

Q14 健康に関して

Q15 健康に関して

Q16 健康に関して

Q17 健康に関して

Q18 健康に関して

Q19 健康に関して

Q20 健康に関して

Q21 健康に関して

新たに追加した設問

⑥コミュニティ

⑦総合的評価

環境への意識

地域サービスの要望

図書館に関して

健康に関して

ルネッサンス認知度に関して

自由記載・次世代

自由記載

フェイスシート

■調査対象:

洋光台1-6丁目＋県営日野団地770戸 約11,489世帯

■配布方法:ポスティングによる全戸配布

－ 無記名・郵送回収

－ 配布期間:7/11～8/24 (締め切り:9月15日)

■その他:

－ 若年層の回収率アップのため、小中学校へのお願いとチラシ配布、抽選によるプレゼント等を実施した

回収状況

H25

回収率: 15.9%

配布数 10,800票

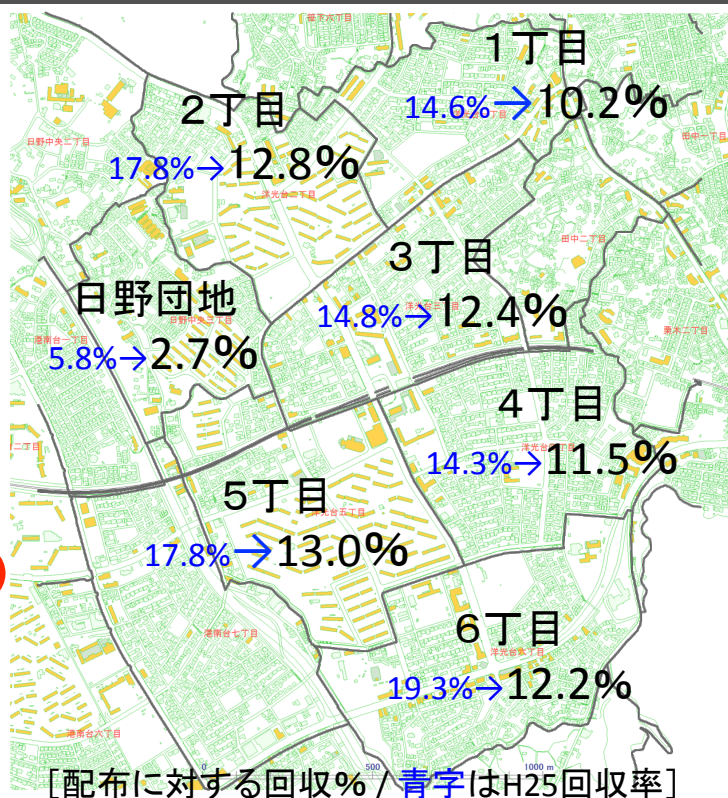
回収数 1,721票

H28

回収率: 11.7% ↓

配布数 11,489票

回収数 1,346票

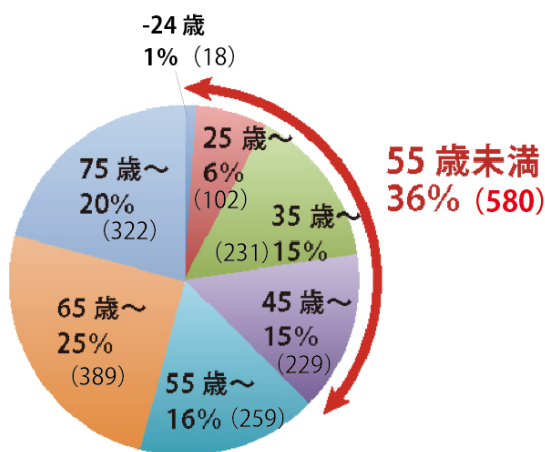


5

回答者のプロフィール: 回答者の年代

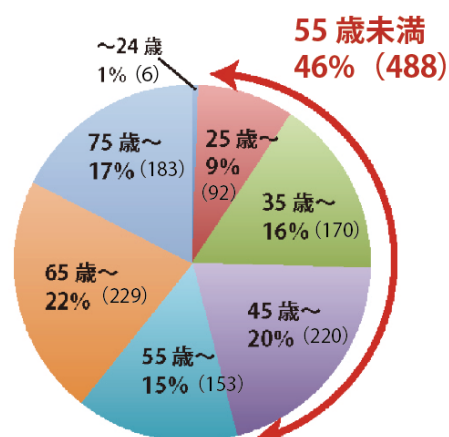
若い世代の割合が増加 55歳未満% = 36% → 46%

H25



n=1703

H28



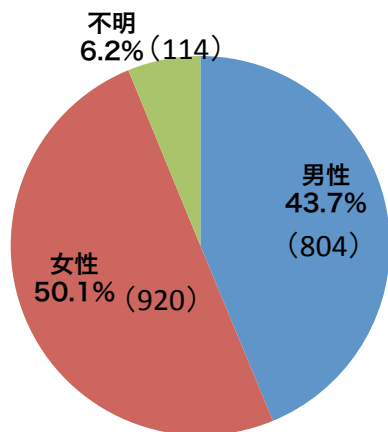
n=1308

6

回答者のプロフィール：回答者男女比

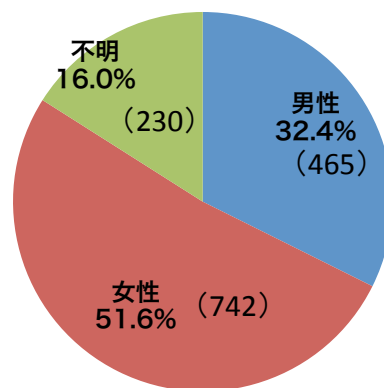
男性の回答者が減少、不明が増加 男性% = 44% → 32%

H25



n=1838

H28



n=1437

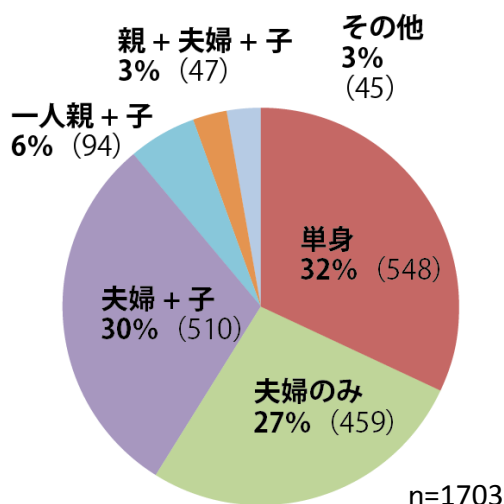
※複数の回答者も有効とし、延べ人数

7

回答者のプロフィール：世帯構成

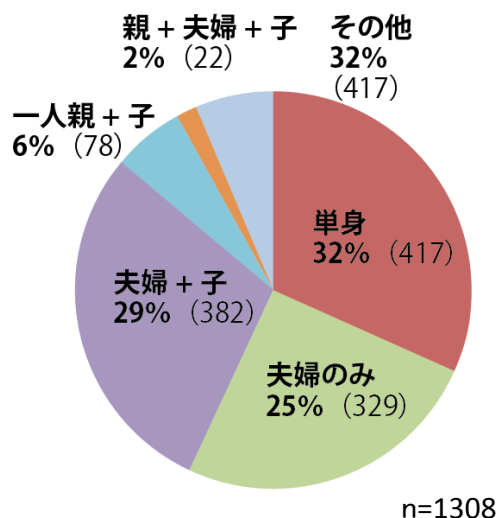
単身・夫婦・夫婦+子が3割ずつで変化なし 単身% = 32% → 32%

H25



n=1703

H28



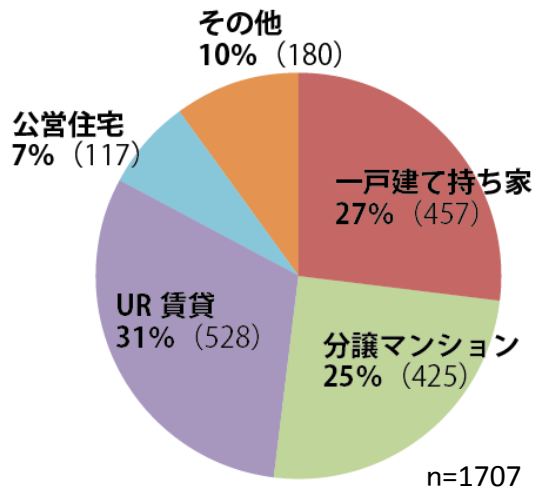
n=1308

8

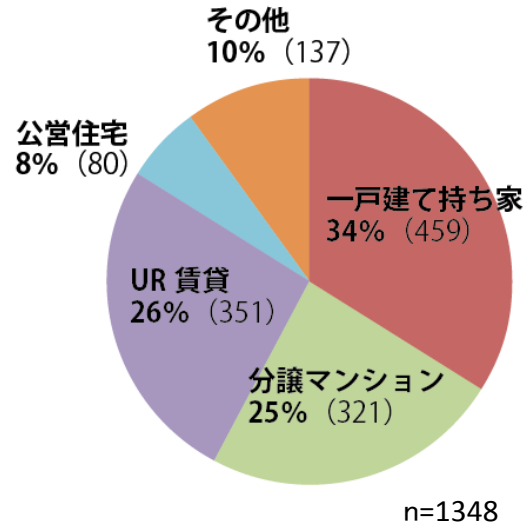
回答者のプロフィール：住宅種別

UR賃貸が減少、一戸建持ち家がやや増加 UR賃貸% = 31% → 26%

H25



H28

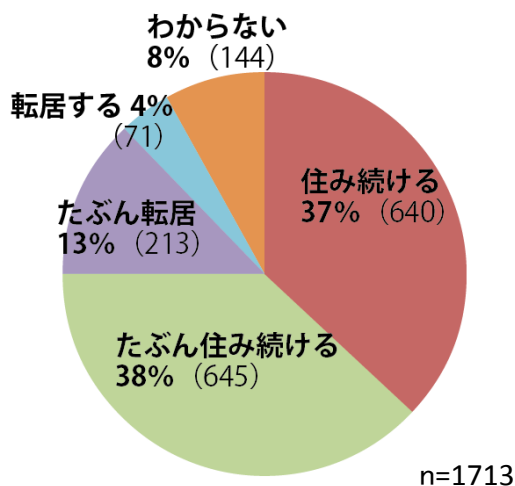


9

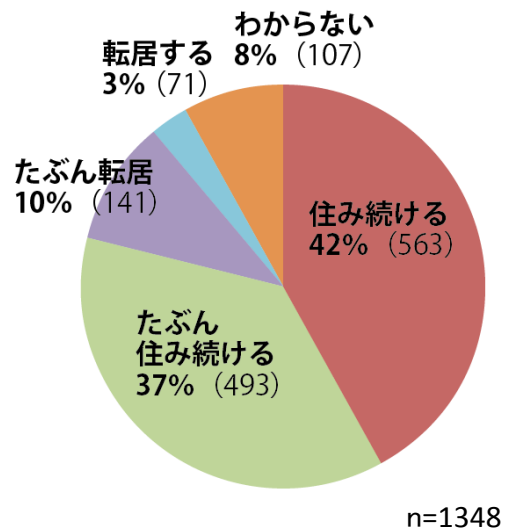
回答者のプロフィール：永住意識

「住み続ける」が5ポイントアップ 37% → 42%

H25



H28



10

まちの評価：7つの指標と総合評価

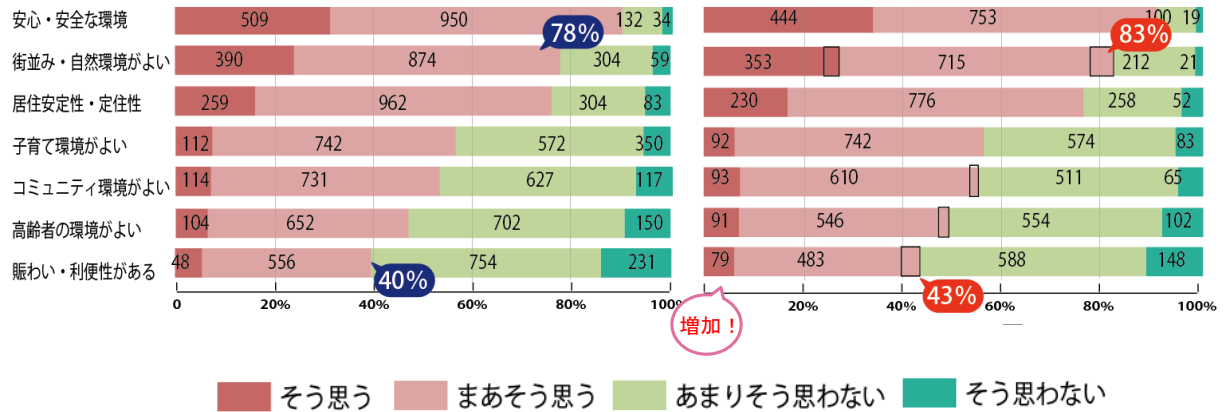
「街並み・自然環境」 78%→83%
「まちの賑わい・利便性」 40%→43%

わずかに評価アップ

Q7 現在の洋光台のまちに関して、あなたはどのように感じていますか。(SA)

H25

H28



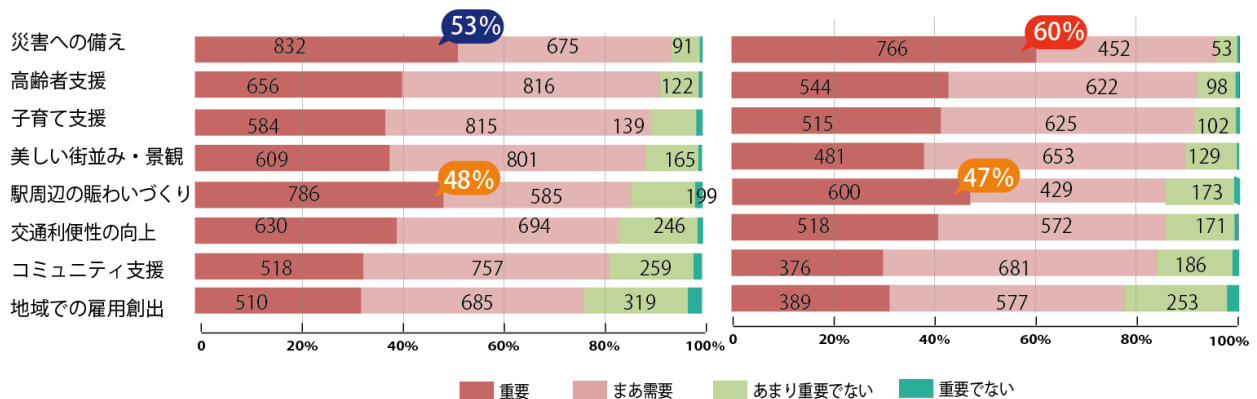
洋光台で重要な地域サービス

「災害への備え」がトップ、「重要」の割合が増える 53%→60%

Q8 これからの将来、洋光台で重要となる地域サービスの重要性について(SA)

H25

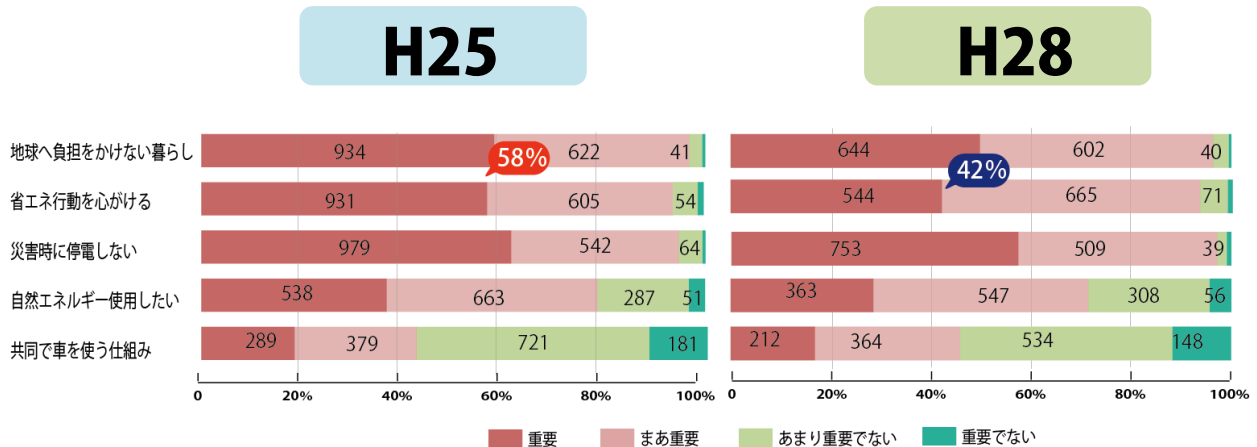
H28



環境・エネルギー問題への取り組みについて

5問中3問が減少、「省エネ行動を心がけたい」は 58%→42%

Q8 これからの将来、環境・エネルギー問題の取り組みについて(SA)

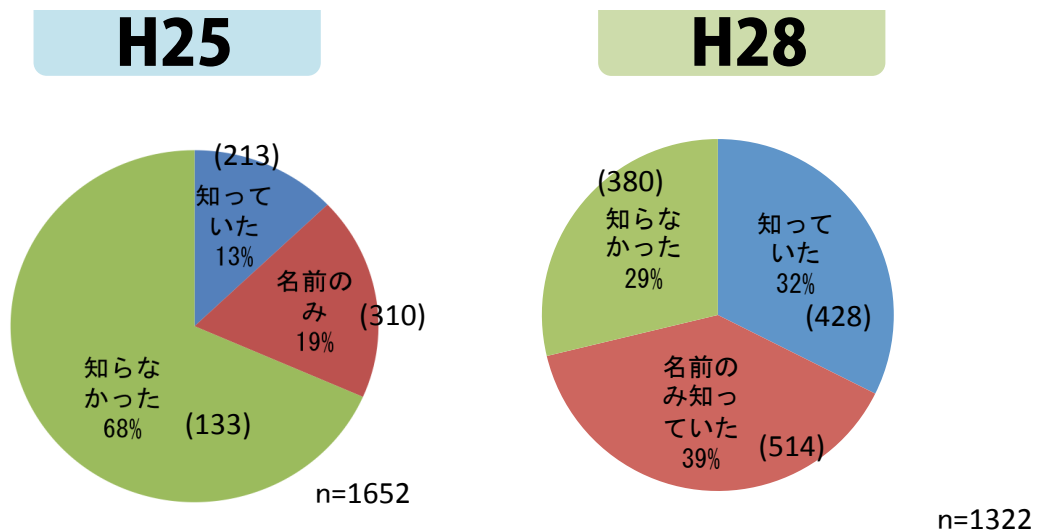


13

ルネッサンス認知度

「知っていた」+「名前のみ知っていた」が約7割、前回と逆転

Q17 「ルネッサンスin洋光台」(洋光台エリア会議)をご存知でしたか。(SA)



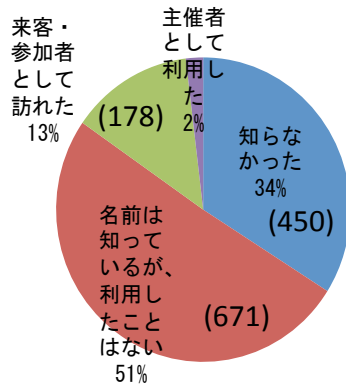
14

CCラボは約65%が認知、利用は15%

Q18 サンモール広場内のコミュニティスペース「CCラボ」をご存知でしたか。(SA)

■ CCラボ認知度

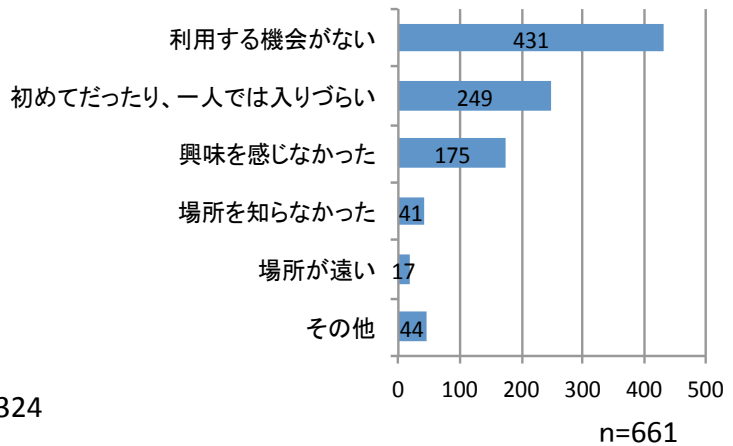
(n=1324・不明除く)



n=1324

■ CCラボを利用しなかった理由

(n=661・不明除く)

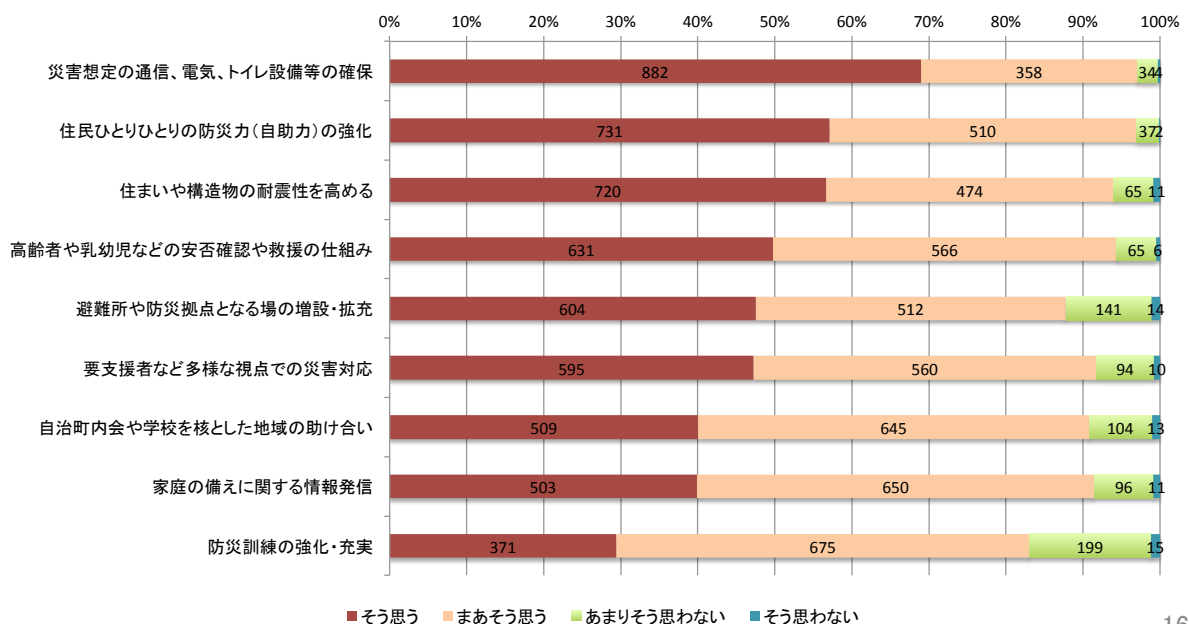


n=661

15

災害を想定した設備や耐震性などハード系が上位に、自助意識も

Q10 近年の自然災害の頻発を踏まえ、どのような取り組みが必要と思われますか。(SA)



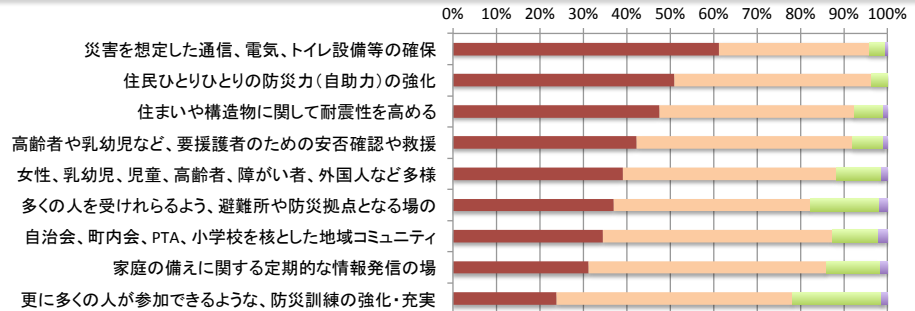
■ そう思う ■ まあそう思う ■ あまりそう思わない ■ そう思わない

16

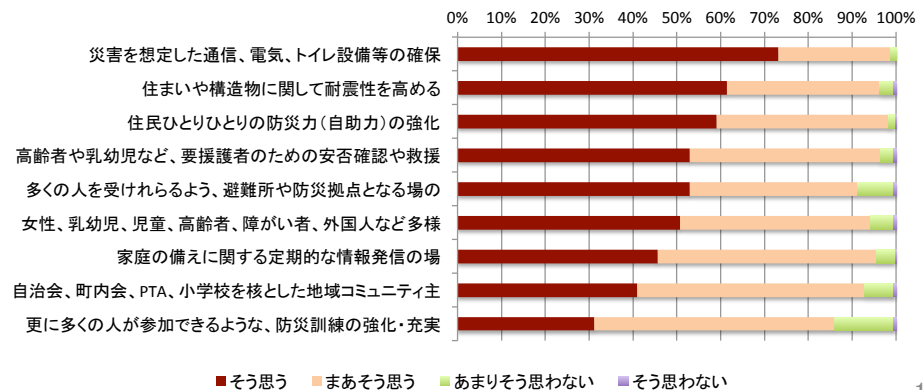
必要と思う防災の取り組み(男女別クロス集計)

取り組みの必要性を感じている人は、女性の方が多い

■ 男性 (n=401)



■ 女性 (n=666)

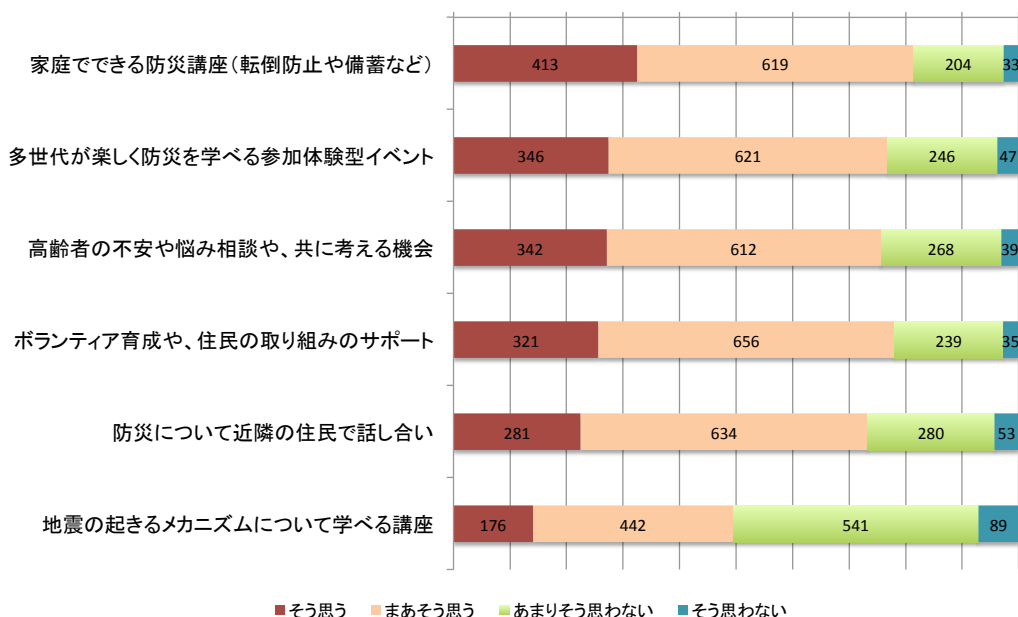


■ そう思う ■ まあそう思う ■ あまりそう思わない ■ そう思わない

(新設問) 防災について 参加したい防災イベント

家庭での防災や皆で参加できるものが上位に

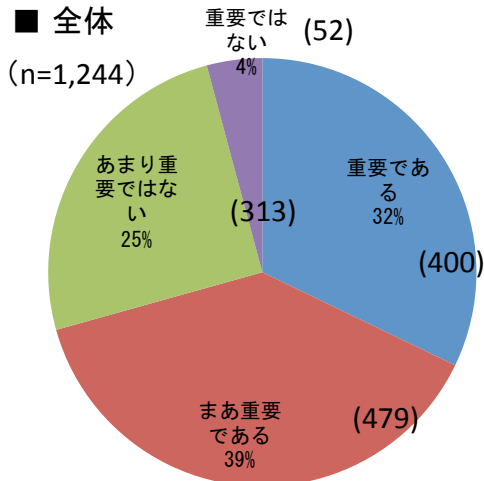
Q11 下記のような防災に関する催しやイベントがあった場合、「関心がある」「参加したい」と思われますか。(SA)



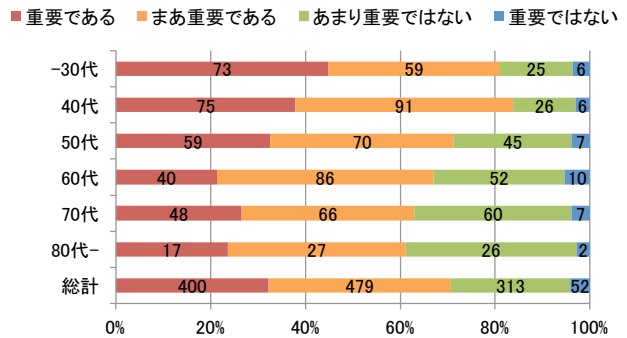
■ そう思う ■ まあそう思う ■ あまりそう思わない ■ そう思わない

「重要」+「まあ重要」=7割 / 若年層・女性のニーズが高い

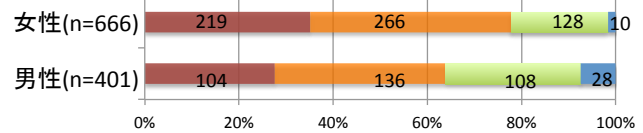
Q13 ブックカフェなど本のある場所は、
多世代交流やコミュニティ拠点として
重要と思われますか。



■ 年齢別クロス集計

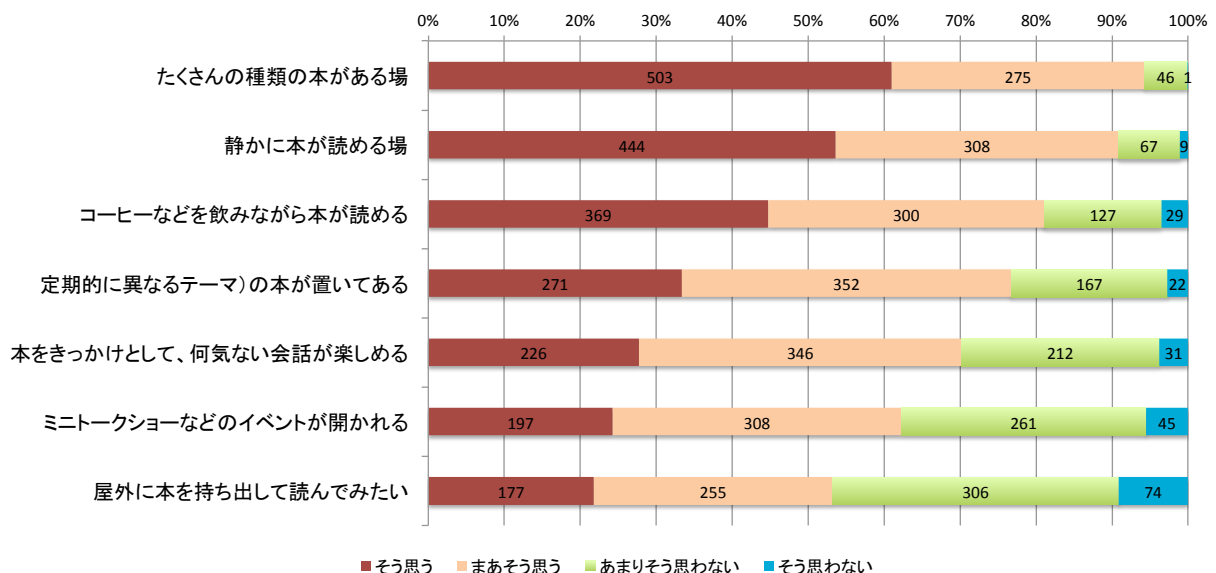


■ 男女別クロス集計



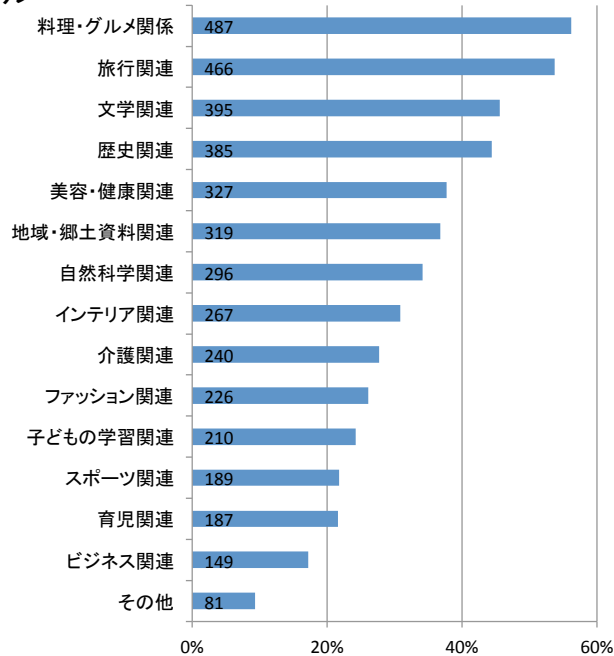
「たくさんの本」「静かに読める」が上位に

Q13-1「本のある場所」は、どのような場だと良いと思われますか。



実用・趣味の本が上位に

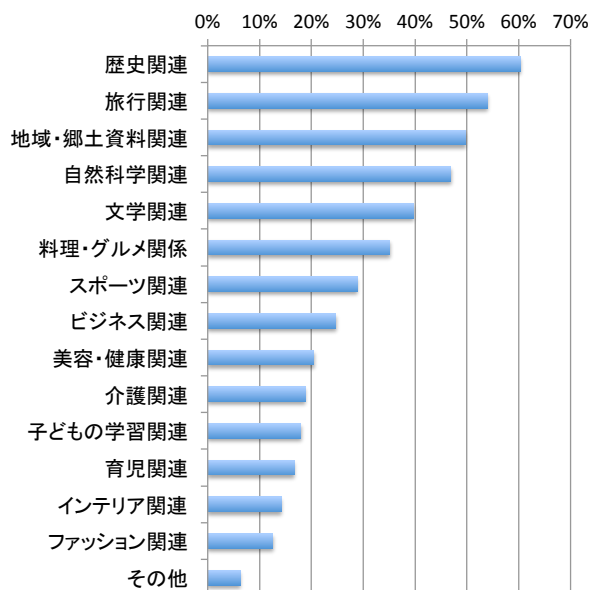
Q13-2 興味のある本のジャンル



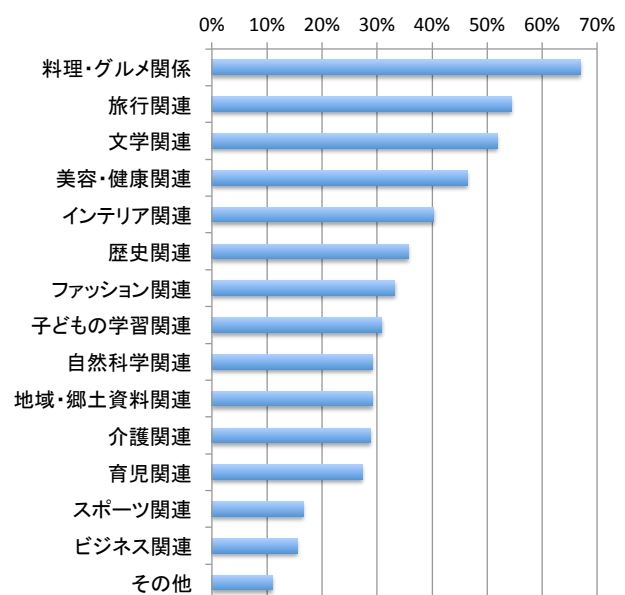
男性・女性で違いが明らか

Q13-2 興味のある本のジャンル (n=867)

男性 (n=239)



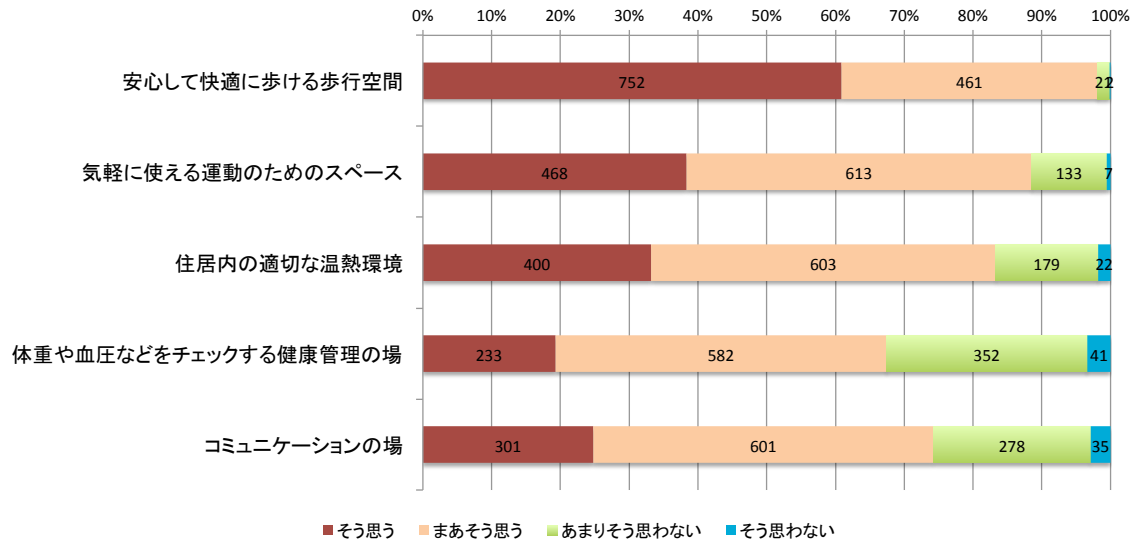
女性 (n=476)



健康の維持・増進のために

歩行空間や身近な運動スペースのニーズが高い

Q14 健康維持・増進のために、どのような住環境が備わっていることが重要か(SA)



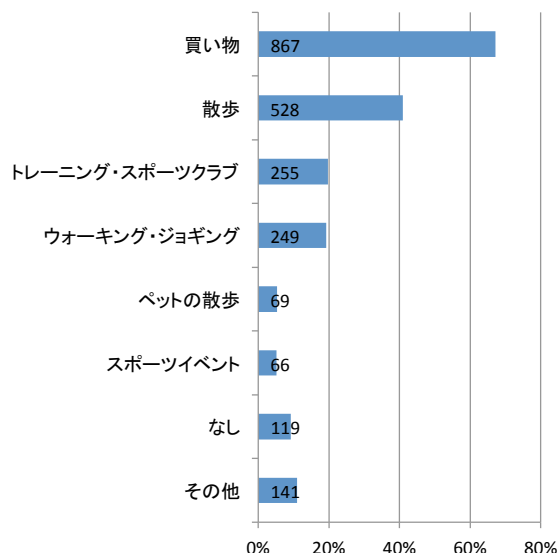
23

直近1カ月の歩行・運動の経験

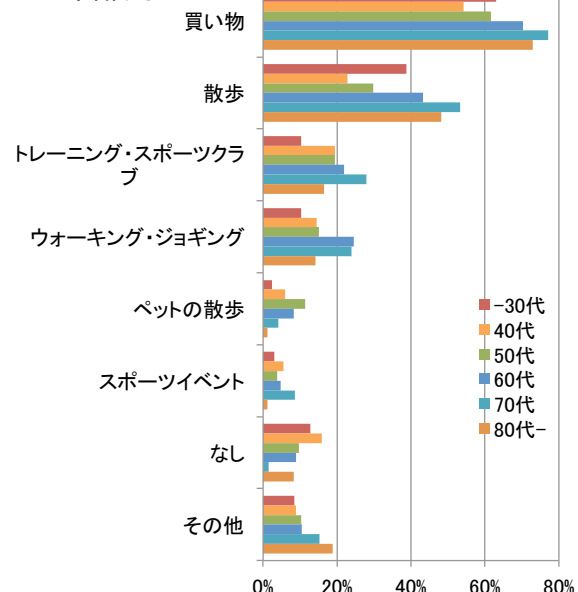
買い物が最も多く、ついで散歩。若年層も散歩が多い

Q14 このヶ月で、15分以上継続して歩行・運動した経験(通勤・通学以外・MA)

■ 全体(n=1292)



■ 年齢別



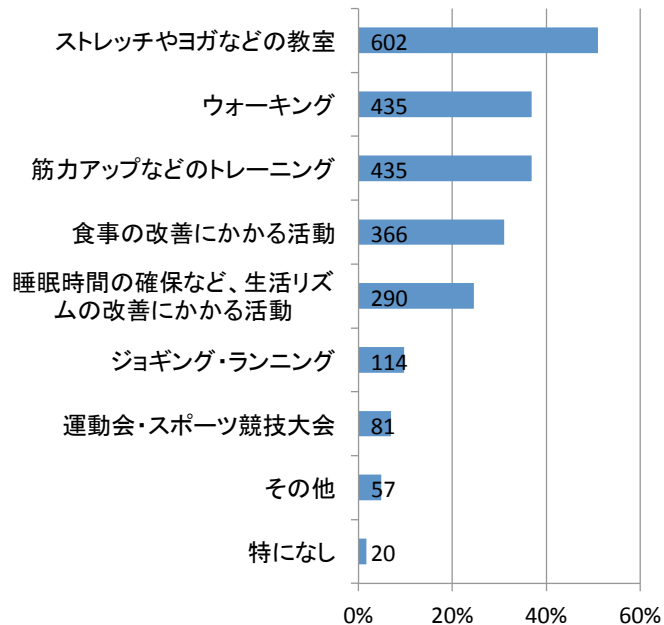
24

軽い運動系の活動に関するニーズが高い

Q16

健康づくりに関わるどのような活動があれば、参加してみたいと思いますか。(MA)

(n=1,180)

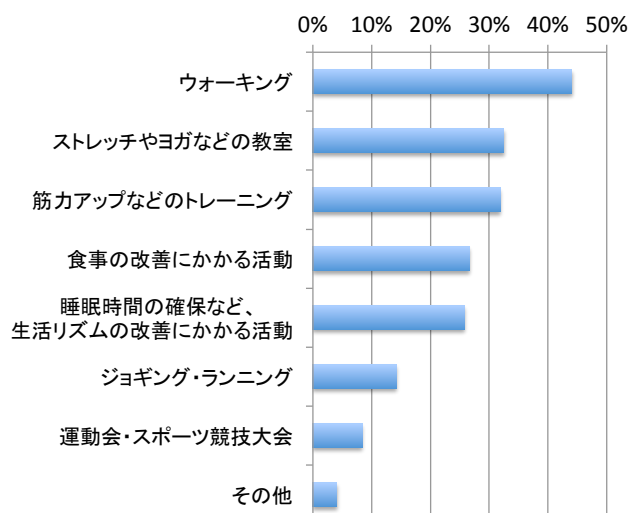


25

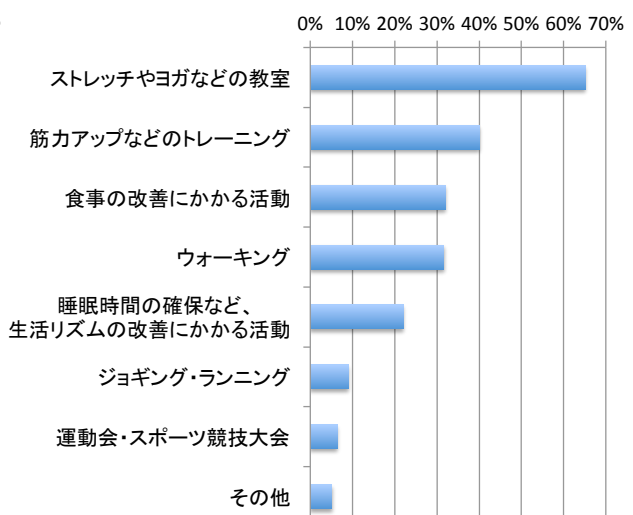
男女によってニーズが異なる

Q16 健康づくりに関わるどのような活動があれば、参加してみたいと思いますか (MA)

男性 (n=345)



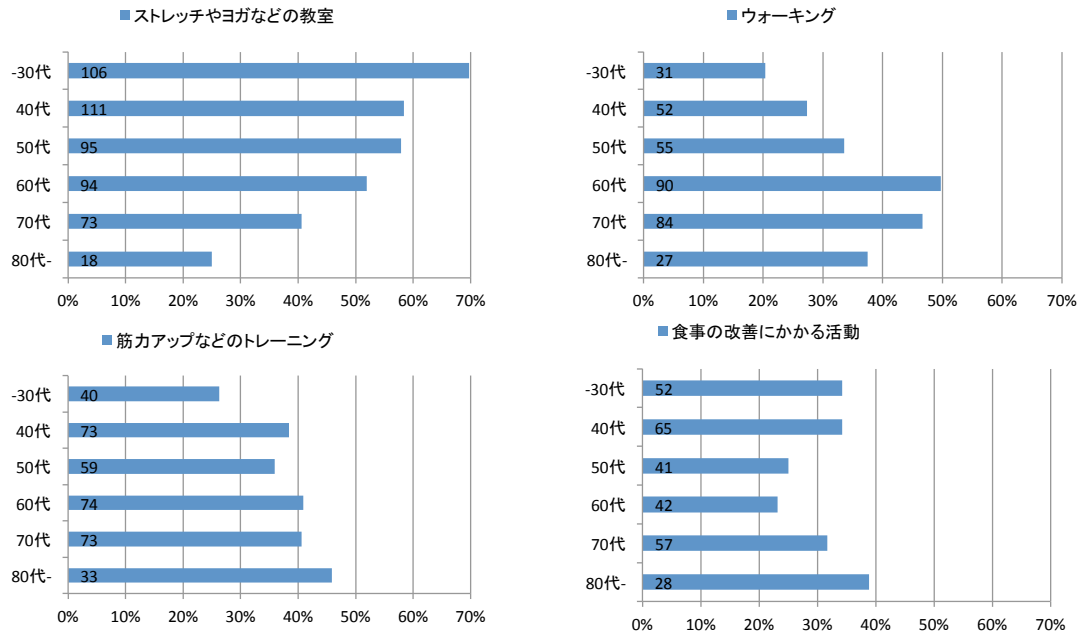
女性 (n=604)



26

年代によってニーズが異なる

Q16 健康づくりに関わるとどのような活動があれば、参加してみたいと思いますか(MA)



27

分析について

1 重回帰分析

2 テキストマイニング分析 (自由記載)

28

1. 分析の目的

まちづくりアンケート調査（回答票数：約1,360）

洋光台のまちと暮らしに関する35の項目
（「そう思う～そう思わない」の4段階評価）

どのような項目の評価が高い（低い）ほど、
「まちと暮らしへの満足度」が高い（低い）のか？

要因の寄与を定量的にはかる

重回帰分析

ある変数 Y の値を、別の変数 X_k の和で表す。

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + \varepsilon$$

例）（身長）= $b_0 + b_1$ （靴のサイズ）+ b_2 （手の大きさ）

右辺が左辺に最も近づくように、 b_k の値を決める手法。

A：安心・安全環境

1	防災意識
2	避難場所
3	防犯活動
4	歩道整備
5	安心・安全

D：高齢者の環境

1	医療充実
2	福祉充実
3	相互扶助
4	バリアフリー
5	高齢者が住みやすい

B：街並み・自然環境

1	街並み
2	緑豊かな
3	のどか
4	自然
5	街並み自然がよい

E：子育て環境

1	子育て施設
2	子育て配慮
3	子育て仲間
4	子育て住居
5	子育てがしやすい

C：街の賑わい・利便性

1	賑わい
2	商業充実
3	バス利便
4	自転車利便
5	賑わい活気がある

F：コミュニティ環境

1	地域活動
2	コミュニティ拠点
3	人付き合い
4	人材多様
5	コミュニティ良好

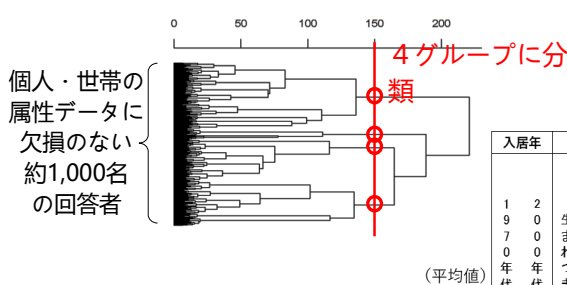
G：居住安定性・定住環境

1	多世代共生
2	居住推薦
3	永住意識
4	愛着
5	まちと暮らしに満足

2. 下準備その1：回答者の類型化(2/2)

クラスター分析

：個人や世帯の特性が似ている回答者を少数個のグループにまとめあげる。



グループ毎の特性値に基づき
各グループに名前をつける

新参・賃貸・
少人数世帯

古参・持ち家・
高齢者世帯

新参・戸建て・
子育て世帯

地元・持ち家・
勤労ファミリー世帯

		入居年	居住歴	世帯形態	住居種別	定住意向	近所付き合い	主要活動	主要交通手段																	
		1 9 7 0 年代	2 0 0 0 年代	生まれ つき	転入	出身	夫婦 のみ	親 子	一 戸 建	分 譲 マ ン シ ョ ン	UR 賃 貸	公 営 住 宅	住 み 続 け る	た ぶ ん 住 み 続 け る	た ぶ ん 転 居 す る	転 居 す る	顔も 知 ら な い	あい さ つ 程 度	立 ち 話	仕 事	家 事	自由 行 動	徒 歩 ・ 自 転 車	自 家 用 車	バ ス	
(平均値)		14.5%	25.7%	0.0%	98.2%	0.7%	46.0%	25.4%	26.8%	6.2%	9.8%	40.9%	17.0%	17.4%	35.1%	26.1%	11.2%	24.6%	48.6%	22.1%	55.1%	30.1%	10.9%	83.7%	5.1%	6.2%
グループ 1	世帯人数 1.8 回答者年齢 50.4 居住年数 12.4	14.5%	25.7%	0.0%	98.2%	0.7%	46.0%	25.4%	26.8%	6.2%	9.8%	40.9%	17.0%	17.4%	35.1%	26.1%	11.2%	24.6%	48.6%	22.1%	55.1%	30.1%	10.9%	83.7%	5.1%	6.2%
グループ 2	世帯人数 2.1 回答者年齢 67.9 居住年数 32.1	44.1%	9.8%	0.0%	97.8%	0.5%	35.5%	31.9%	26.2%	39.7%	36.8%	21.1%	0.2%	33.4%	36.8%	4.7%	0.0%	0.5%	38.5%	41.7%	26.2%	30.4%	34.3%	70.3%	6.9%	21.1%
グループ 3	世帯人数 3.3 回答者年齢 49.3 居住年数 13.3	7.5%	39.7%	0.0%	98.4%	0.4%	11.1%	6.7%	67.1%	60.3%	17.1%	12.7%	0.0%	40.9%	40.9%	8.3%	0.0%	0.8%	57.5%	37.7%	57.9%	36.9%	4.4%	66.3%	31.3%	0.8%
グループ 4	世帯人数 2.7 回答者年齢 45.0 居住年数 14.7	10.6%	27.3%	34.8%	3.0%	50.6%	24.2%	12.1%	51.5%	40.9%	30.3%	7.6%	3.0%	42.4%	36.4%	9.1%	0.0%	7.6%	65.2%	24.2%	61.1%	22.7%	7.6%	80.3%	10.6%	4.5%

※ 縦棒の数値は各項目に該当するグループ毎の回答者数の比率

3. 下準備その2: 評価項目の背後にある共通因子の抽出(2/2)

因子分析(発見的因子分析)

複数の評価項目の背後に存在する
共通の要因(=共通因子)を見つけ出す。

回答者の反応(評点の付け方)の
類似度を手掛かりに因子を探す

6つの共通因子を抽出した。

- ① 地域コミュニティへの評価
- ② 利便性への評価
- ③ まちの雰囲気への評価
- ④ まちへの愛着
- ⑤ 子育て環境への評価
- ⑥ 防災防犯への評価

因子分析の結果(因子負荷量)

	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5	因子6	
	地域コミュニティへの評価	利便性への評価	まちの雰囲気への評価	まちへの愛着	子育て環境への評価	防災防犯への評価	共通性
変数							
防災意識	0.08	-0.09	-0.12	0.01	0.03	0.91	74.2%
防災拠点	-0.02	0.13	0.13	0.00	-0.03	0.50	40.4%
防災活動	0.16	-0.06	0.04	0.03	0.02	0.54	42.9%
歩行者優先	-0.06	0.13	0.47	-0.07	-0.04	0.19	34.6%
街並整然	-0.13	0.10	0.70	0.10	-0.10	0.07	55.1%
緑豊かな	-0.12	-0.02	0.99	-0.05	0.00	-0.05	74.0%
のどかさ	0.03	-0.12	0.84	0.02	0.02	-0.15	55.0%
自然	0.25	-0.11	0.38	-0.01	0.12	0.01	33.7%
駅前賑わい	-0.08	0.64	-0.13	0.07	0.15	0.01	44.1%
買物利便性	-0.21	0.69	-0.06	0.06	0.23	0.02	51.0%
バス利便性	-0.08	0.72	0.00	-0.01	-0.02	-0.02	41.7%
自転車利便性	0.01	0.47	-0.03	0.06	-0.09	0.06	24.5%
医療充実	0.22	0.65	0.10	-0.06	-0.12	-0.15	47.1%
福祉充実	0.47	0.49	0.02	-0.12	-0.08	-0.12	48.5%
共助	0.61	0.10	-0.04	0.01	-0.01	0.10	52.4%
バリアフリー	0.31	0.43	-0.02	-0.01	0.00	0.02	43.7%
子育て施設	0.18	0.11	0.26	-0.05	0.35	-0.06	45.6%
子育て配慮	-0.16	0.34	0.00	-0.11	0.68	0.04	59.7%
子育て交流	0.18	-0.01	-0.06	-0.01	0.72	0.04	65.8%
家族向け住居	0.16	-0.03	0.02	0.09	0.53	-0.05	46.2%
地域活動	0.69	0.01	-0.02	-0.07	0.00	0.11	50.2%
交流拠点	0.76	0.06	-0.09	-0.07	0.08	0.01	58.1%
人付き合い	0.74	-0.17	-0.01	0.08	0.00	0.03	51.1%
人材多様性	0.85	-0.01	-0.10	0.03	0.01	0.01	65.3%
多世代居住	0.19	0.07	0.04	0.27	0.13	-0.06	30.0%
親族近居	-0.05	0.08	0.01	0.75	-0.01	0.05	62.0%
Uターン居住	0.01	-0.03	-0.03	0.94	-0.04	0.02	79.0%
なじみの場所	0.17	0.07	0.07	0.55	-0.03	-0.09	50.3%

注1. 因子間の相関を仮定した promax 回転を適用。

注2. 絶対値が 0.50 以上の因子負荷量を太字で示した。

4. 【本題】まちと暮らしの満足度に関する重回帰分析

重回帰分析

: 「まちと暮らしの満足度」と最も関連が強い項目を調べる。項目間で強さを比較する。

- いずれのグループも、「まちへの愛着」が「まちと暮らしの満足度」に最も強く影響。
- グループ1と2は全体の傾向が類似。「地域コミュニティへの評価」が満足度に最も強く影響。
- グループ3は「まちの雰囲気への評価」の影響が特に強い。
- グループ4は「利便性」よりも「子育て環境」への評価が高いほど、満足度が高まる。

「まちと暮らしの満足度」に関する重回帰分析の結果(標準化偏回帰係数)

	グループ 1	グループ 2	グループ 3	グループ 4
変数	新参・賃貸・少人数世帯	古参・持ち家・高齢者世帯	新参・戸建て・子育て世帯	地元・持ち家・勤労ファミリー世帯
地域コミュニティへの評価	0.834 ***	0.860 ***	0.855 ***	0.670 ***
利便性への評価	0.687 ***	0.684 ***	0.738 ***	0.381 **
まちの雰囲気への評価	0.744 ***	0.700 ***	0.938 ***	0.706 ***
まちへの愛着	1.000 ***	1.000 ***	1.000 ***	1.000 ***
子育て環境への評価	0.643 ***	0.410 ***	0.638 ***	0.759 ***
防災防犯への評価	0.452 ***	0.272 ***	0.471 ***	0.527 **
自由度(全体)	226	333	235	59
F値	51.41 ***	55.24 ***	40.45 ***	8.13 ***
自由度調整済R ²	0.572	0.494	0.502	0.420

*** 有意水準1%

** 有意水準5%

注. 表上段の数値は、「まちへの愛着」の係数値で基準化された標準化偏回帰係数。

(各変数の寄与の程度をグループ間で比較可能にするため)

本報告におけるアプローチ

- 性・年代 × 頻出単語



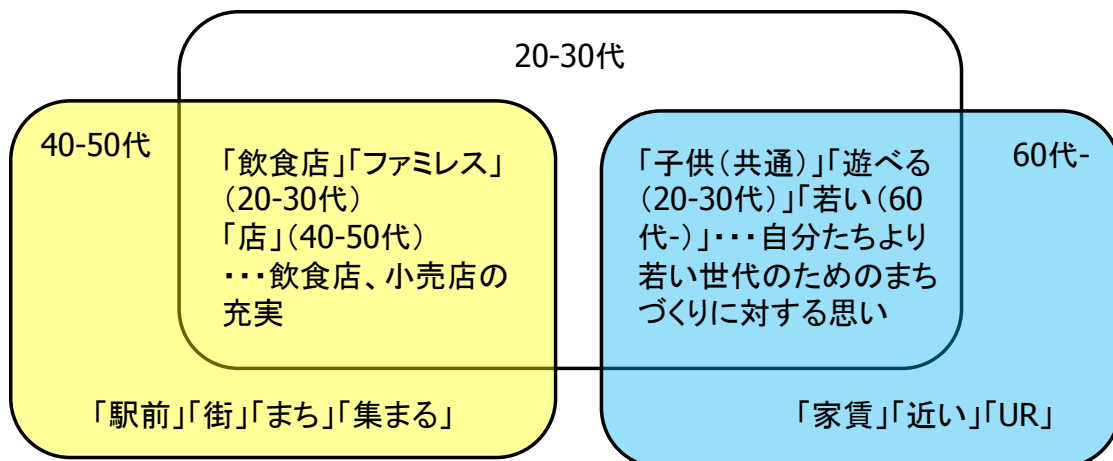
- 定住意向・年代 × 特徴語
- 定住意向・年代 × 評判分析*

*係り受けに基づく好評語・不評語の判定

33

②世代別の特徴語 まとめ

- 主軸となる要望・・・「次世代のためのまちづくり」「店舗の充実」



21
34

③ 評判分析 年代別好評語 (定住意向あり全員)

