

(5)まちづくりアンケートに関して

調査概要と単純集計

【H25年度】第一回まちづくりアンケート調査・実施概要

■調査票配布対象

洋光台1～6丁目、県営日野団地 10,810戸

■配布時期 平成25年7月

■回収数 1,721票(回収率15.9%)

■主な調査項目

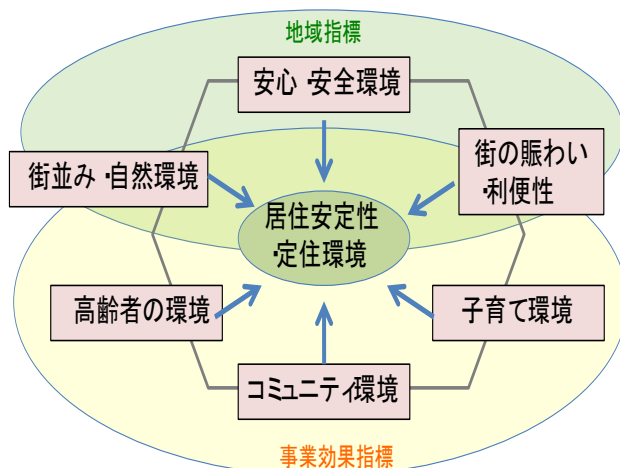
・世帯構成等基礎情報＋まちの評価の把握

地域指標

- ①安心安全環境、
- ②街並み・自然環境
- ③街の賑わい・施設)

事業効果指標

- ④高齢期環境
- ⑤子育て環境
- ⑥コミュニティ環境
- ⑦居住安定性



3

アンケート設問構成

- ・ アンケート票はA3二つ折り、全12問

[オモテ面]

[中・見開き面]

[ウラ面]

調査結果より

○居住歴が長く、居住継続意向も高い

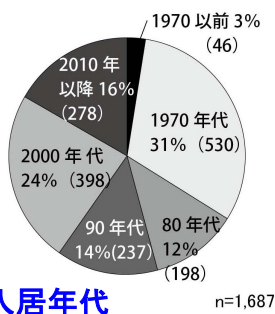


図1 入居年代

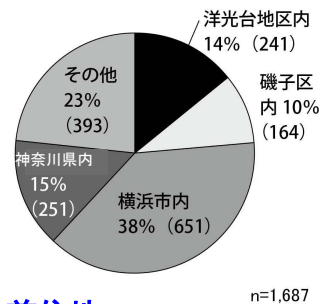


図2 前住地

- ・開発当初の**1970年代から暮らす世帯が3割**
- ・2000年代以降の世帯も4割 (図1)

- ・前住地は、**横浜市内からが6割超**
- ・洋光台地区内の住み替えは14% (図2)

- ・現在の住まいに「**住み続けたい**」75%
 ・磯子区内の居住継続意向(67%)と同程度だがやや高い

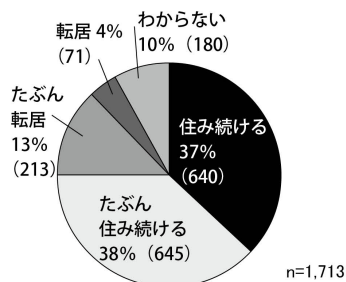
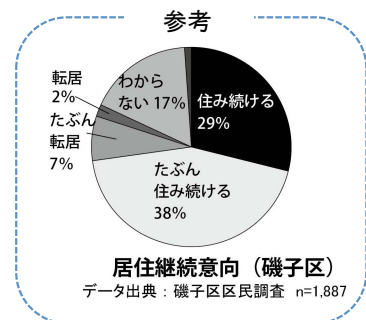


図3 居住継続意向



調査結果より

「安心・安全」「街並み・自然環境」「居住安定性・定住性」に高評価
 「まちの賑わい・利便性」の評価が相対的に低い

図4 まちの評価

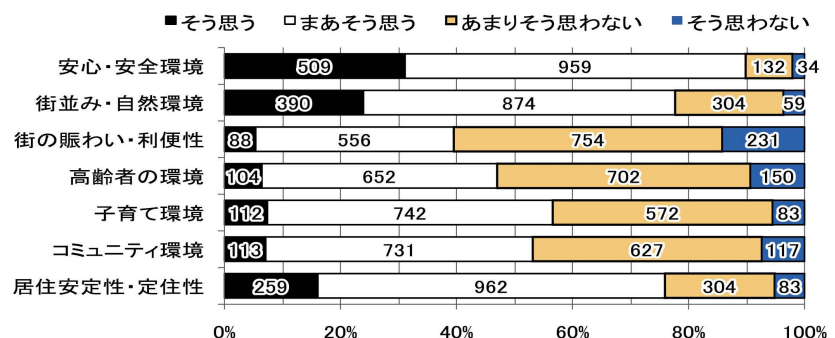
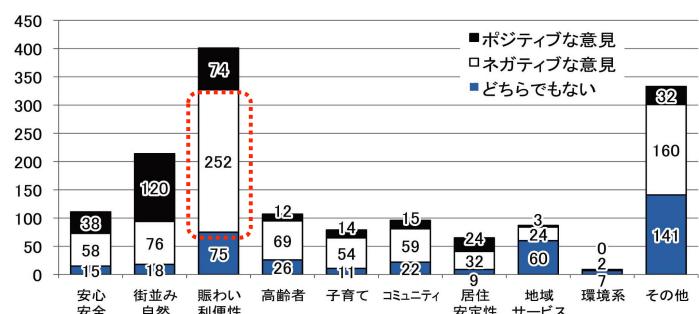


図5 自由記載の内容

- ・自由記載欄にも、「まちの賑わい」への否定的意見が多い



- ②まちと暮らしの満足度に関する重回帰分析
③まちと暮らしに対する自由意見のテキストマイニング

有吉 亮（横浜国立大学 産学連携研究員）

②. まちと暮らしの満足度に関する重回帰分析

(1) 目的

洋光台のまちと暮らしに関する
35の評価項目（約1,300名分の有効回答）

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？

定量的にはかるための(古典的)手法

重回帰分析

ある変数 Y の値を、別の変数 $X \downarrow k$ の和で表す。
$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

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、 $b \downarrow k$ 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
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. まちと暮らしの満足度に関する重回帰分析

(2) 下準備・その1

「G: 居住安定性・定住環境」
以外の30の評価項目

どれが「まちと暮らしの満足度」
に関係あるのか？

- いっぺんに考慮するには
項目の数が多すぎる。
- 似たような項目もけっこうある。

回答が似ている項目をまとめて
数を少なくできないか？

主成分分析

情報の縮約のための手法

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
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

②. まちと暮らしの満足度に関する重回帰分析

(3) 主成分分析(下準備・その1として)

元の項目の情報をなるべく多く引き継いだ、
少数個の新しい項目(=主成分)をつくる。

回答者の反応が似ている項目をうまく
まとめて、新しい評価項目をつくる。

5つの新たな評価項目がつけられた。

- ① 地域コミュニティへの満足度
- ② 景観や生活空間への満足度
- ③ 子育て環境への満足度
- ④ 防災・防犯への満足度
- ⑤ 商業施設と交通環境への満足度

項目数: 25 → 5(80%縮約)

縮約により失われた情報量: 約40%

主成分分析の結果

評価項目	1 地域コミュ ニティへの 満足度	2 景観や生活 空間への 満足度	3 子育て環境 への満足度	4 防災・防犯 への満足度	5 商業施設と 交通環境への 満足度
A1_防災意識	0.4	0.1	0.1	0.7	0.1
A2_避難場所	0.2	0.3	0.1	0.6	0.1
A3_防犯活動	0.3	0.2	0.1	0.6	0.1
A4_歩道整備	0.1	0.5	0.1	0.4	0.3
B1_街並み	0.2	0.7	0.1	0.3	0.2
B2_緑豊か	0.1	0.8	0.2	0.2	0.1
B3_のどか	0.1	0.8	0.1	0.1	0.1
B4_自然	0.2	0.6	0.2	0.1	0.0
C1_賑わい	0.2	0.1	0.1	0.0	0.8
C2_商業充実	0.2	0.1	0.1	0.0	0.8
C3_バス利便	0.1	0.1	0.2	0.3	0.6
C4_自転車利便	0.1	0.1	0.1	0.2	0.5
D1_医療充実	0.0	0.1	0.5	0.4	0.3
D2_福祉充実	0.2	0.1	0.7	0.4	0.1
D3_相互扶助	0.5	0.1	0.4	0.4	0.1
D4_バリアフリー	0.2	0.1	0.6	0.3	0.2
E1_子育て施設	0.3	0.4	0.5	0.1	0.1
E2_子育て配慮	0.3	0.2	0.6	-0.1	0.3
E3_子育て仲間	0.4	0.3	0.6	-0.2	0.2
E4_子育て住居	0.4	0.3	0.6	-0.2	0.1
F1_地域活動	0.7	0.1	0.2	0.3	0.2
F2_コミュニティ拠点	0.7	0.1	0.3	0.2	0.1
F3_人付き合い	0.7	0.2	0.1	0.1	0.1
F4_人材多様	0.7	0.2	0.2	0.2	0.2
F5_コミュニティ良好	0.8	0.2	0.2	0.2	0.1

②. まちと暮らしの満足度に関する重回帰分析

(4) 下準備・その2

有効回答者は1400名
年齢、居住年数、住居種類・・・etc.
皆それぞれに異なる。

十把一絡げでは扱えない。

かといって1人1人見ていては
全体の様子がつかめない。

個人属性が似ている回答者同士
でグループをつくれればよい。

クラスター分析

個体の類型化のための手法

年齢

住居の種類

世帯人数

転入元

子どもの有無

定住意向

高齢者の数

ふだんの主な活動

入居年

よく使う交通手段

居住年数

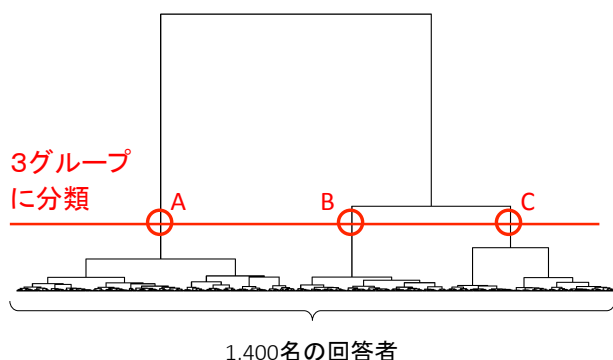
近所付き合い

個人や世帯の属性に関する設問項目

②. まちと暮らしの満足度に関する重回帰分析

(5) クラスター分析分析(下準備・その2として)

個人や世帯の特性が似ている回答者を
少数のグループにまとめあげる。



Group	特徴
A	居住歴長、高齢、持家、定住、近所付き合い
B	居住歴短、少人数世帯、賃貸、仕事
C	居住歴短、多人数世帯、子育て世代

クラスターによる回答者のグループ化

特性	グループ		
	A	B	C
年齢 (平均値)	70	60	43
世帯人数 (平均値)	2	1	4
居住年数 (平均値)	39	8	7
子育て世帯	0.8%	0.6%	14.9%
高齢世帯	22.7%	9.7%	0.0%
住居_戸建	14.4%	1.9%	9.9%
住居_集合分譲	16.1%	4.6%	6.5%
住居_UR賃貸	11.8%	14.4%	3.6%
定住意向	22.7%	6.9%	6.7%
活動_仕事	10.6%	14.9%	13.2%
活動_自由	16.2%	4.6%	0.4%
交通手段_徒歩	27.8%	18.9%	14.9%
交通手段_バス	8.9%	4.1%	0.4%
近所付き合い_なし	1.0%	5.1%	1.6%
近所付き合い_立ち話	20.1%	5.1%	8.4%
該当する回答者数	652	396	352

②. まちと暮らしの満足度に関する重回帰分析

(6) 重回帰分析(本題)

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

■ **グループA**(長期定住・高齢)
地域コミュニティや生活空間の満足度が高いほど、まちと暮らしの満足度も高い。

■ **グループB**(居住歴短・勤労)
生活利便性(施設と移動)の満足度が高いほど、まちと暮らしの満足度も高い。

■ **グループC**(居住歴短・子育て)
生活空間の満足度が高いほど、まちと暮らしの満足度も高い。

「まちと暮らしの満足度」に関する重回帰分析の結果

グループ	説明変数	標準化係数	有意確率	調整済決定係数
A	(定数)		0.000	0.378
	① 地域コミュニティへの満足度	0.318	0.000	
	② 景観や生活空間への満足度	0.318	0.000	
	③ 子育て環境への満足度	0.267	0.000	
	④ 防災・防犯への満足度	0.173	0.000	
	⑤ 商業施設と交通環境への満足度	0.272	0.000	
B	(定数)		0.000	0.408
	① 地域コミュニティへの満足度	0.335	0.000	
	② 景観や生活空間への満足度	0.311	0.000	
	③ 子育て環境への満足度	0.163	0.000	
	④ 防災・防犯への満足度	0.138	0.003	
	⑤ 商業施設と交通環境への満足度	0.370	0.000	
C	(定数)		0.000	0.411
	① 地域コミュニティへの満足度	0.298	0.000	
	② 景観や生活空間への満足度	0.407	0.000	
	③ 子育て環境への満足度	0.280	0.000	
	④ 防災・防犯への満足度	0.163	0.000	
	⑤ 商業施設と交通環境への満足度	0.296	0.000	

③. まちと暮らしに対する自由意見のテキストマイニング

(1) 目的

H25年度のアンケートで
洋光台地域の方々に訊ねたまちや暮らし
に関する自由意見(約900名が回答)

- どのようなキーワードが多いのか？
- あるキーワードセットで出てくる別のキーワードは？
- ネガティブ、ポジティブな意見と関連の深いキーワードは？
- 個人属性と出やすい意見の関連性はあるのか？

それを定量的にはかるための手法

テキストマイニング

定量的な言語解析のための手法

Q10 あなたは「ルネサンスの洋光台」(開発エリア全体)をどう感じましたか。(3は好き、1は嫌い、2はどちらでもない)

Q11 現在、問題されているまちや暮らしに関する自由意見(約900名が回答)

Q12 「洋光台のまち」として、まちの魅力を高めるための施策を、自由に記入してください。

③. まちと暮らしに対する自由意見のテキストマイニング

(2) キーワードの頻度分析

自由記述の回答からキーワードを拾い上げ、回答者の属性ごとの出現頻度をみる。

出現頻度の多い「名詞」と「形容詞」トップ10

頻度 ランク	グループA		グループB		グループC	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
1	まち	多い	まち	まち	まち	多い
2	駅	良い	良い	人	ほしい	無い
3	無い	ほしい	駅	多い	無い	店
4	多い	まち	よう	ほしい	良い	ほしい
5	ほしい	駅	無い	店	者	駅前
6	者	高齢	多い	良い	多い	まち
7	駅前	人	人	高齢	駅	良い
8	よう	者	ほしい	無い	駅前	子供
9	高齢	よう	者	駅前	店	人
10	周辺	無い	店	者	高齢	よう

■ グループA(長期定住・高齢)

地域コミュニティや生活空間の満足度が高いほど、まちと暮らしの満足度も高い。

■ グループB(居住歴短・勤労)

生活利便性(施設と移動)の満足度が高いほど、まちと暮らしの満足度も高い。

■ グループC(居住歴短・子育て)

生活空間の満足度が高いほど、まちと暮らしの満足度も高い。

③. まちと暮らしに対する自由意見のテキストマイニング

(2) 個人属性と頻出語の対応分析

回答者の属性と頻出語の関係性を定量的に把握する。

■ グループA(長期定住・高齢)

【aM: 男性、aF: 女性】

地域、場所、周辺、商店など地域コミュニティ関連のワードと関連が深い。女性は緑も重視する可能性。

■ グループB(居住歴短・勤労)

【bM: 男性、bF: 女性】

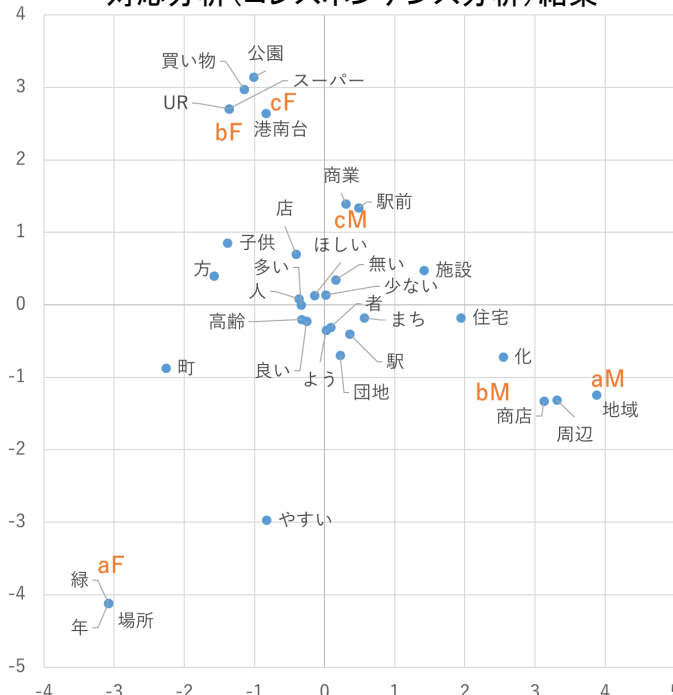
男性は地域コミュニティ、女性は買い物や子育て環境についてのワードと関連が深い。

■ グループC(居住歴短・子育て)

【cM: 男性、cF: 女性】

男性は駅前の商業施設に関するワード、女性はグループBと同様に買い物や子育てに関するワードが出やすい傾向。

対応分析(コレスポネンシ分析)結果



【H2y度】第2回まちづくりアンケート 調査企画

調査のねらい・視点

- 『ルネッサンス in 洋光台』の事業効果を検証、今後の事業に反映
 - 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」「ハロウィン」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
- 『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

