

都市圏居住の価値を探る

研究報告

1.研究の目的、方法、体制

研究体制

本研究は以下の体制により行う。

研究総括

大野 隆造 東京工業大学教授 工学博士

調査設計・分析担当

若林 直子 有限会社生活環境工房あくと代表取締役 博士(工学)

添田 昌志 LLP 人間環境デザイン研究所ランドプランナー 博士(工学)

調査分析担当

辰巳 渚 文筆家、マーケティングプランナー

菅原 康司 有限会社生活環境工房あくと

プレスタディ担当

榎本 元 株式会社読売広告社 都市生活局局长

柿沼 裕之 株式会社読売広告社 都市生活局

鶴田 明希子 株式会社読売広告社 都市生活局

加藤 有美 有限会社ピスタチオ社

古賀 繭子 株式会社環境計画研究所

研究企画・コーディネート

中村 仁 有限責任事業組合 人間環境デザイン研究所

添田 昌志 有限責任事業組合 人間環境デザイン研究所

宮崎 一郎 株式会社 環境計画研究所

研究幹事

仙洞田 伸一 財団法人ハイライフ研究所 主任研究員

①.研究の目的

本研究の目的は、都市居住者が感じている価値を明らかにすることにある。都市居住者が、自分の住んでいるまちの「何に」または「どこに」どのような価値を見出しているのかを探ろうとするものである。

従来、住みたい街を測る指標として挙げられているのは、通勤や買物の利便性、公共施設の充実度といった、いわゆる「用」の部分に重きを置いたものである。このような「用」の部分はある程度指標化され、不動産価値などへも反映されている。しかしながら、住民が都市に住んでいて感じる価値は「用」の部分だけではない。むしろ、近くの広場でのびのびできる、知り合いと集える店が近くにある、安全安心に子どもを遊ばせることができる、などといった必ずしも不動産価値だけでは測ることのできない、生活の潤いや質に当たる部分が多いのではないだろうか。そしてそのような価値は、そこに住むことがなくても定量的に捉えることのできる利便性とは異なり、街に住み続けることによって見出される潜在的な価値であると考え。そのような潜在的な価値の高い街こそ、居住者が愛着を持ち、住み続けたいと思う街になり得るのではないかと考える。

このような価値は指標化することが困難なため、住民から引き出すことは容易ではない。そこで、本研究では、都内の複数のエリアの居住者を対象にアンケートを行い、自分の住んでいる街の「何に」または「どこに」どのような価値を見出しているのかについて、自由な回答(キーワード)を収集することから着手する。つまりどのような街でどのような価値キーワードが収集されるのかを広く把握することを目指す。同時に、まちへの愛着の程度や永住意向(住み続けたいか)、関心度、ライフスタイルに関する価値観などについても把握し、どのような人々とどのようなキーワードが結びついているかについても分析する。

以上の結果から、「まち」と「人」と「居住環境評価・価値観」との関係性を把握し、街への愛着を深めるきっかけとは何なのか、もしくは、古くから住んでいる人が街への愛着を喪失するきっかけとは何なのか、などといった要因を明らかにすることにより、よりよい居住環境を形成するための一指針を示すことを目的とする。

②.研究の方法

本研究は、以下の2つの部分から構成されている。

1)都市生活者が感じている価値に関するプレスタディ

住民の居住環境に関する評価や、居住地選択意向に関する調査研究は、既になされているものがある。そこで、本研究を進めるにあたり、それらの調査研究から得られた知見を、調査者のレクチャーを通してスタディすることにより、本調査の視点および仮説を明確にすることを旨とする。

また、これに合わせて、居住者が具体的な街のどのような部分に魅力を感じているのかについて、一定の視点を持った識者によるレポートから生の実態を把握し、以降のアンケートを行う際の調査項目に反映することを試みる。居住価値を探る手がかりを得ることを試みる。

2) 都市居住者 Web 調査

上記のプレスタディから、調査の視点を明確にした上で、都市居住者が街に感じている価値キーワードの収集、および、まちへの愛着の程度や永住意向(住み続けたいか)、関心度、ライフスタイルに関する意識を把握するための調査を行う。調査は Web 上で回答するインターネット調査である。

対象者は、地域による違いを検証するため、東京都内の3エリア(「下町エリア」「山の手エリア」「湾岸エリア」)に居住する30～60歳代の調査モニター登録者で、計2,000人とする。

収集された、価値キーワードを地域別、居住者意識別に分析することにより、「まち」と「人」と「居住環境評価・価値観」との関係性を把握することを目的とする。

2.研究総括

本章では、今回の調査に関わった4名の研究者が、それぞれの視点から今年度の結果の意義と今後の考えられる方向性について意見を述べた。

いずれの研究者もまず触れているのが、多くの人が自分のまちの「いい」「好きな」場所として「公園」が挙げていたという調査結果についてである。その詳細な理由の分析は来年度以降の課題となるが、現段階で、今後の研究を進める上で参考にすべき様々な視点の提案がなされている。

大野氏は進化心理学的な視点からの緑環境への欲求を、辰巳氏は日本人独特の自然環境とのかかわり方を指摘している。また、若林氏はサードプレイスとしての視点で、添田氏はそこに求められるニーズという切り口で公園を捉える必要性を述べている。前者の2名は人間の根源的な欲求としての公園の意味を、後者の2名は実際にそこで行われている行為に着目して公園を捉えようとしていると言えるだろう。表面的な結果は多くの人が公園をいい場所だと思っている、という単純明快なものであったにせよ、その原因や背景には非常に多様なものが含まれていることが、各氏の記述から予想される。来年度は、フィールドサーベイやインタビューなどを通して、まずは、この公園が持つ多様な意味をより深く探っていくことになるだろう。

次に、考えなければならないのは、居住者にとっての真の街の価値とは何か、ということである。辰巳氏は、今回の調査結果から見てきた街の評価指標は、「駅近、便利」「公園(川、海)まで徒歩3分!」という「不動産広告のうたい文句」そのものであると指摘している。つまりこれは、居住者の「街」というエリア感覚そのものが希薄なため、非常に表面的な部分でしか街を捉えていないということを危惧しての記述である。したがって、住民の街へのまなざしを育てることが大切で、自分の街で愛着のある要素を見つけ出す作業をし、街に対する価値の軸を共有していくことが必要であると記述している。

街に対する愛着の重要性は、この研究を通して大野氏と若林氏も指摘し続けているところである。愛着がない住民は、身の周りの環境に対して関心を持たず、環境のメンテナンスがおろそかになり、コミュニティ力が低下して、防犯面や防災面で脆弱な地域社会を作ることになるからである。

それでは、どのようにして住民の街に対するまなざしを育て、街への愛着をはぐくんでいけばよいのか、これは本研究の大きな目的である。そのために我々がまず取り組めることは、街への愛着を含めた居住者視点の街の価値評価構造のモデルを調査を通して示すことと考える。そうすることで、住者に街へのまなざしの気づきを与え、不動産的価値とは違う街の深い価値を認めさせる一歩とすることを目指していきたい。