

東急線・副都心線沿線の主要都市の来街頻度に関する分析

A Study on the Visitation Frequency of Major Cities
Located Along the Tokyu-Line and the Fukutoshin-Line

寺嶋 正尚

Masanao Terashima

都留 信行

Nobuyuki Tsuru

武内 千草

Chigusa Takeuchi

Abstract

In this study, we analyzed the changes in the visitation frequency of major cities located along the Tokyu-Line and the Fukutoshine-Line. We carried out a questionnaire survey on the Internet. First, we analyzed demographic factors such as sex and age group differences. We also analyzed factors related to interests and lifestyles. In the latter half of the study, we conducted a factor analysis and a test of the mean difference. Taking Jiyugaoka City as an example, we found that women, older people, and people longing for fulfilling lives tend to decrease their visitation frequencies.

1. はじめに

近年、JRや私鉄沿線の都市に関する書籍等が人気を博している。「住みたい街ランキング」の類である。ここ数年に発売されたものを見ても、『沿線格差 首都圏鉄道路線の知られざる通信簿（首都圏鉄道路線研究会（2016））』、『駅格差 首都圏鉄道駅の知られざる通信簿（同（2017））』、『東京どこに住む？住所格差と人生格差（速水健朗（2016））』、『首都圏「街」格差（首都圏「街」格差研究会（2017））』など、枚挙に暇がない。

その中でも毎年大きな注目を集めているのが、株式会社リクルートが運営する、不動産に

東急線・副都心線沿線の主要都市の来街頻度に関する分析

関する大手ポータルサイト・SUUMOの「住みたい街ランキング」であろう。その最新版を見ると表1のようになった。そこでは横浜、目黒、武蔵小杉といった東急線沿線の街がランクインしていることが分かる。さらに20位まで広げると、12位に中目黒、13位に渋谷、17位に二子玉川、19位に自由が丘が入っている。東急線は人気路線であると言って良いだろう。

これを5年前と比較すると、その顔触れは幾分異なってくる。2014年の1位は吉祥寺であったがそれが3位に、3位の池袋は11位に、6位の自由が丘は19位にランクを下げている。一方、5位の横浜は首位に、23位だった大宮は4位に、7位の新宿は5位に順位をあげている。近年の傾向としては、横浜、恵比寿、大宮、品川、浦和のように、JR線沿線の大都市が好まれる傾向があると言えるかも知れない。日経新聞(2018)は、「交通の便が良い郊外のターミナル駅で、都市へのアクセスと生活の便の良さを兼ね備えた街の人气が高まっているようだ」とし、日経MJ(2017)は、最近吉祥寺が住みたい街ランキング1位の座から陥落したことを取上げ、「(横浜などが)人々をひき付けるのは通勤のしやすさやコスパの良さ」と分析している。

表1 住みたい街ランキング(2014及び2019年の比較)

	2014	2019
1	吉祥寺	横浜
2	恵比寿	恵比寿
3	池袋	吉祥寺
4	中目黒	大宮
5	横浜	新宿
6	自由が丘	品川
7	新宿	目黒
8	品川	浦和
9	武蔵小杉	武蔵小杉
10	表参道	鎌倉
19		自由が丘

出所) SUUMO (2014)、SUUMO (2019)

本論文はこうした状況を踏まえ、人気路線である東急線および東急東横線と相互乗入れをする東京メトロ副都心線(以下、副都心線)に焦点をあて、その沿線都市に関する分析を行うものである。後述するようにネット調査を実施し、来街頻度に関する考察を行う。来街頻度が増加した人、減った人はどのような属性の人だろうか。

なお本稿の筆者は、いずれも自由が丘に立地する総合大学に勤務する教員であり、大学附

設の地域創生・産学連携研究所の研究員を兼任している。これまで10年以上にわたって、地域活性化に関する研究活動プロジェクトの一環として、自由が丘等に関する研究を行ってきた。本論文も同研究所が2018年に実施した「自由が丘イメージ調査」をもとにしたものである。自由が丘商店街振興組合、ユニアダックス株式会社、株式会社オズマピーアール、産業能率大学が4社協定を締結し、その枠組みの中で行った共同研究である。

以下、章を改め、先行研究を考察した後、実際に行ったネット調査の概要、分析結果、分析からの知見を記す。

2. 先行研究

住みたい街や好きな街に関する先行研究は、ウェブ上に掲載されているものや新聞記事等が多く、学術論文として記されているものは多くない。以下、①需要サイドに立った研究、②供給サイドに立った研究、に分け考察する。

(1) 需要サイドに立った研究

需要サイドすなわち消費者や来街者の視点に立った先行研究は下記の通りである。なお本論文も、需要サイドに立った研究に位置づけられる。

青柳・桜井(1987)は、バブル経済時代に行われたものであるが、当時の女性が抱く沿線イメージについて、アンケート調査を実施したものである。20代の女性を中心に、調査している。その結果を見ると、好きな沿線のトップは東急東横線であり、その理由としては「きれい」「スマート」「おしゃれ」があげられている。既に当時から、東急線が人気であったことがうかがえる。

同様に、消費者を対象にアンケート調査を行ったものとしては、産業能率大学(2007)、同(2008)、同(2010)、同(2011)、同(2012)、同(2015)、同(2016)、同(2017)、同(2018)がある。毎年自由が丘等に関するアンケートを行うことで、定点観測し、その変化を見ることを目的にした調査報告書である。2007、2012、2016、2017はいずれも自由が丘への来街者に対してアンケートを実施している。「自由が丘への来街頻度」「自由が丘への来街頻度の変化(過去2~3年)」「来街頻度の変化の理由」「自由が丘と聞いて思い浮かぶ商品や店」「自由が丘以外でよく行く街及びその理由」「自由が丘の街に対する要望、改善すべきところなど」等について分析している。

産業能率大学(2008)は、上記の自由が丘への来街者アンケートを、代官山への来街者に対して行ったもの、同(2018)は、中目黒への来街者に対して行ったものである。また同(2010)は、ネット調査を実施し、自由が丘、代官山、二子玉川、吉祥寺、下北沢の5つの街のイメージについて比較考察を行っている。結果としては、「おしゃれな街」は自由が丘(回答者の

83%があてはまるとした)、代官山(同80%)、「高級な街」は代官山(同67%)、「若者の街」は下北沢(同34%)となった。また「それぞれの街に人生のどの時期に住みたいか」に関しては、「独身時代」は下北沢(同34%)、吉祥寺(同31%)、「子育て期」は二子玉川(同36%)、「新婚時代」は自由が丘(同34%)となった。産業能率大学(2011)は、同(2010)を受けて、自由が丘と吉祥寺を取り上げ、その都市間比較を、ネット・グループ・インタビューにより行ったものである。本論文は、自由が丘を初めとする東急線及び副都心線沿線の街に関する考察をするものであるから、前述の産業能率大学(2008)、同(2010)、同(2011)の内容を、さらに発展させたものとして位置づけることが出来る。

また産業能率大学(2015)は、同大学のセザンジュという地域活動(自由が丘の街案内等の活動)において、その取組みをした学生の業務日誌データを分析したものである。来街者からどのような質問・要望が寄せられたかといったテキスト情報の分析を行っている。

(2) 供給サイドに立った研究

次に供給サイドに立った研究を列挙する。本論文は前述したように需要サイドに立った研究であるため、これらと立ち位置を異にするが、しかし先行研究を見ると、供給サイドからの研究は少なからず存在する。いわゆる鉄道事業者等の視点に立った論文である。

齋藤他(2016)は、主要駅を対象にその満足度について分析したものである。利用者がどのような項目を評価しているか、アンケート調査を行い、因子分析を行っている。満足度にかかわる因子としては、「トイレ満足」「駅員満足」「清潔感満足」などをあげている。住みたい街や好きな街の1つの重要な要素として通勤・通学の駅を考えると、こうした鉄道事業者による駅の整備も重要な視点といえる。田中・高見沢(2010)は、大手民間鉄道事業者が、自社の沿線価値向上のためにどのような施策を講じているか分析したものである。大手民間鉄道事業者15社に対してアンケート調査を行い(回答は6社)、子育て支援や高齢者向けサービスの実施、住み替えやリフォームに関する支援、情報誌や情報サイトによる沿線情報の提供などの項目について、沿線別の比較考察を行っている。

鉄道会社に勤務する著者が、実際に取組んだ街開発について論じたものとしては、太田(2017)がある。東急田園都市線のたまプラーザを例に、まちづくりの事例を記している。WISE CITY(賢者の街)プロジェクトを紹介し、そのキーワードとして、W(Wellness & Walkable)、I(Intelligence & ICT)、S(Smart, Sustainable & Safety)、E(Ecology, Energy & Economy)をあげている。住みたい街、好きな街のコンセプトとして参考になる。また三木(2017)も、東急電鉄に勤務する筆者が特別講演を行い、その概要を記したもののだが、東急電鉄全体における街づくりの方針を確認したうえで、渋谷に焦点をあて、開発事業を考察している。

吉田肇（2017）は、住みたい街ランキングなど、ランキングそのものについて考察したものである。全部で6つの調査を取り上げ、その概要を記している。また事例としては、吉祥寺と米国・ポートランド市を取り上げ、魅力の要因を考察している。

(3) 本論文の目的及び学術的意義

前述したように、本論文は東急線及び副都心線沿線の街に訪れる頻度を分析するものである。ネットによるアンケート調査を基に考察するものであり、需要サイドに立った研究の流れに位置づけられる。本論文では、研究対象の街を東急線及び副都心線沿線に広げたが、こうした広範囲の街を対象とした先行研究は存在しない。本論文の新規性、独自性を担保するものといえる。

なお本論文は、来街頻度の変化に対し、どのような人が良く訪れるようになり、逆に訪れなくなったか考察することを主目的とする。アンケート調査で尋ねたフェイス情報等を元にその分析を行う。こうした定量的アプローチに基づく先行研究もない。

3. 分析結果

3.1 アンケート調査の概要

東横線・副都心線沿線の主要都市に関する関心度を把握すべく、ネットアンケート調査を実施した。その概要は表2に示すとおりである。

表2 アンケート調査の概要

アンケート名	東急東横線・副都心線利用者に関するネットリサーチ
実施日	2019年1月
対象者	株式会社ドウハウスのモニター（名称：my アンケート） ・自由が丘に行ったことがない人を除去（スクリーニング基準として設定） ・男女同数になるように無作為抽出を実施
調査方法	ネット調査
回答者数	400人（上記「my アンケート」のモニターから事前調査に応じた1635名のうち、スクリーニング基準を満たした人を抽出）
実施主体	株式会社ドウハウス

3.2 回答者の概要及び分析対象都市

次に同アンケートの回答者400人のプロフィールを示す。

性別は元々スクリーニングの段階で、男女半々になるように調整しているため、「男性」50.0%、「女性」50.0%となった。世代は「15～19歳」2.0%、「20～29歳」32.0%、「30～39歳」10.5%、「40～49歳」23.0%、「50～59歳」14.0%、「60～69歳」12.0%、「70歳以上」6.5%となり、20代と40代が多くなった。未既婚は、「未婚」46.0%、「既婚」52.8%、「その他」1.3%であり、職業は、多い順に示すと「会社員」41.0%、「専業主婦・主夫」16.5%、「パート・アルバイト」11.3%、「無職」10.0%、「学生」6.8%、「自営業」3.5%、「会社役員」「専門職」「その他」が同数で1.8%、「教職」が0.5%となった。

以上、本アンケートの回答者の平均的なプロフィールとしては、「20代もしくは40代の既婚の会社員」と言うことになろう。

なお東急線・副都心線沿線の主要都市としては、池袋、新宿三丁目（新宿）、明治神宮前（原宿）、渋谷、恵比寿、代官山、中目黒、自由が丘、武蔵小杉、横浜、みなとみらい、二子玉川、三軒茶屋、吉祥寺とした。恵比寿、吉祥寺、三軒茶屋は東急線及び副都心線沿線の都市ではないが、恵比寿は中目黒及び代官山と近隣でありそれらと合わせて街の評価を行う目的から、吉祥寺及び三軒茶屋は住みたい街ランキングの常連であることから分析対象とした。

3.3 主要都市に対する来街頻度

各街への訪れる頻度は、表3のようになった。

これを見ると、「週に1回以上訪れる」で10%以上となった街は、多い順で池袋、新宿三丁目、渋谷、横浜となった。また「月に1回以上訪れる」で20%以上となった街も、順位こそ違うが、渋谷、池袋、新宿三丁目、横浜となった。いずれもターミナル駅や乗り換えが出来る駅等に訪れる頻度が高いことが分かる。

一方、来街頻度が少ないものとしては、「週に1回以上」で見ても、「月に1度以上」で見ても、最も少ないのは自由が丘となり、次いで三軒茶屋となった。前述したように、近年自由が丘は住みたい街ランキング等でその順位を下げている。そうした傾向は、この来街頻度によっても確認出来るものとなった。

表3 各街への来街頻度 (N=400、%)

	ほとんど 毎日	週に4～5回 程度	週に2～3回 程度	週に1回 程度	月に2～3回 程度	月に1回 程度	2～3か月に 1回程度	年に2～3回 程度	それ以下 (行ったこ とはある)	行ったこと がない	週に1回 以上	月に1回 以上
池袋	3.0	2.3	3.8	6.8	5.3	7.0	8.5	17.5	44.0	2.0	15.9	28.2
新宿三丁目(新宿)	1.8	1.8	2.8	6.3	4.8	7.5	9.0	14.5	47.8	4.0	12.7	25.0
明治神宮前(原宿)	0.5	1.3	1.3	4.8	2.8	7.3	8.5	14.0	56.8	3.0	7.9	18.0
渋谷	1.5	1.5	3.8	5.3	9.3	8.8	16.8	13.8	38.0	1.5	12.1	30.2
恵比寿	0.8	1.8	1.5	4.0	2.5	4.3	9.3	11.8	57.5	6.8	8.1	14.9
代官山	1.0	1.0	1.3	3.5	2.3	5.3	4.0	7.0	64.8	10.0	6.8	14.4
中目黒	1.0	1.0	1.8	2.8	1.5	5.8	4.3	8.5	64.5	9.0	6.6	13.9
自由が丘	0.5	1.0	1.0	3.5	2.0	4.0	5.5	7.3	75.3	0.0	6.0	12.0
武蔵小杉	1.3	1.0	2.5	2.3	2.5	3.3	4.3	9.5	52.3	21.3	7.1	12.9
横浜	2.0	1.8	2.0	4.8	4.8	5.8	8.5	15.8	53.3	1.5	10.6	21.2
みなとみらい	1.3	2.0	1.3	4.0	2.8	5.5	8.3	11.5	57.0	6.5	8.6	16.9
二子玉川	1.3	1.3	1.3	3.0	1.5	4.0	5.0	6.8	61.3	14.8	6.9	12.4
三軒茶屋	0.8	0.8	1.5	3.0	2.3	2.0	4.3	6.3	62.5	16.8	6.1	10.4
吉祥寺	1.8	1.0	1.0	4.0	2.8	3.8	5.8	10.0	58.8	11.3	7.8	14.4

(注1) いずれの街も、表3において、行の合計が100%になるようになっている。

(注2) 「週に1回以上」「月に1回以上」は、該当する箇所を合計したもの。

3. 4 来街者の関心度

次に来街者に対し、日ごろ関心のある事柄について尋ねた。先行研究などをもとに、以下の25の項目を設けた。「外食・飲食」「料理・調理」「ファッション」「美容」「健康・医療・介護」「仕事」「教育(習い事・塾・自己啓発等)」「家族・恋人」「ペット」「人付き合い」「コンサート・観劇・映画鑑賞」「パソコン・スマホ」「インターネット・SNS」「ゲーム・カラオケ」「スポーツ・アウトドア」「自動車」「国内旅行」「海外旅行」「住宅」「日曜大工・園芸」「ボランティア・地域活動」「お金・投資・保険」「ギャンブル」「政治・経済」「環境問題」の25項目である。

それぞれについて、「大変関心がある」「関心がある」「どちらとも言えない」「関心がない」「全く関心がない」のリッカート型尺度による5段階評定を行った。「大変関心がある」を5、「関心がある」を4、「どちらとも言えない」を3、「あまり関心がない」を2、「全く関心がない」を1とし、因子分析を行った結果が表4である。その結果4つの因子軸が抽出された。「上質な暮らしに対する関心」「社会に対する関心」「娯楽に対する関心」「情報感度」と名付けることとした。

なお因子分析における固有値の数値等は表5に整理した。

東急線・副都心線沿線の主要都市の来街頻度に関する分析

表4 来街者の関心事に関する因子分析の結果（その1）（回転後の成分行列）

	上質な暮らし	社会	娯楽	情報感度
Q3-4.美容の関心度	0.828	0.103	0.17	0.066
Q3-3.ファッションの関心度	0.794	0.085	0.237	0.07
Q3-2.料理、調理の関心度	0.742	0.145	0.153	0.052
Q3-1.外食、飲酒の関心度	0.608	0.022	0.196	0.213
Q3-5.健康、医療、介護の関心度	0.558	0.413	0.028	0.268
Q3-17.国内旅行の関心度	0.558	0.289	0.027	0.331
Q3-18.海外旅行の関心度	0.522	0.395	0.162	0.215
Q3-7.教育（習い事、塾、自己啓発）の関心度	0.51	0.379	0.342	0.159
Q3-24.政治、経済の関心度	0.083	0.832	0.135	0.163
Q3-25.環境問題の関心度	0.285	0.752	0.18	0.163
Q3-22.お金、投資、保険の関心度	0.151	0.612	0.174	0.369
Q3-21.ボランティア・地域活動の関心度	0.305	0.562	0.535	-0.088
Q3-19.住宅の関心度	0.442	0.546	0.282	0.169
Q3-23.ギャンブル（パチンコ、競馬など）の関心度	-0.002	0.219	0.707	0.116
Q3-14.ゲーム、カラオケの関心度	0.188	-0.182	0.666	0.435
Q3-16.自動車の関心度	0.175	0.358	0.636	0.065
Q3-9.ペットの関心度	0.285	0	0.634	0.144
Q3-15.スポーツ、アウトドアの関心度	0.211	0.25	0.608	0.241
Q3-20.日曜大工（DIY）、園芸の関心度	0.155	0.524	0.591	-0.032
Q3-13.インターネット、SNSの関心度	0.197	0.121	0.244	0.816
Q3-12.パソコン、スマホの関心度	0.207	0.253	0.203	0.797
Q3-8.家族、恋人の関心度	0.482	0.281	0.047	0.456
Q3-11.コンサート、観劇、映画鑑賞の関心度	0.474	0.229	0.117	0.405
Q3-10.人付き合いの関心度	0.466	0.315	0.287	0.367
Q3-6.仕事の関心度	0.388	0.3	0.384	0.193

(注1) 因子抽出法：主成分分析

(注2) 回転法：Kaiserの正規化を伴うバリマックス法。10回の反復で回転が収束

表5 来街者の関心事に関する因子分析の結果（その2）（説明された分散の合計）

成分	初期の固有値			抽出後の負荷量平方和			回転後の負荷量平方和		
	合計	分散の %	累積 %	合計	分散の %	累積 %	合計	分散の %	累積 %
1	10.14	40.561	40.561	10.14	40.561	40.561	4.914	19.657	19.657
2	1.895	7.582	48.143	1.895	7.582	48.143	3.785	15.139	34.796
3	1.535	6.138	54.281	1.535	6.138	54.281	3.553	14.213	49.009
4	1.349	5.396	59.678	1.349	5.396	59.678	2.667	10.669	59.678
5	0.994	3.978	63.655						
6	0.916	3.664	67.319						
7	0.763	3.051	70.37						
8	0.735	2.938	73.309						
9	0.684	2.735	76.044						
10	0.646	2.583	78.626						
11	0.568	2.271	80.897						
12	0.524	2.096	82.994						
13	0.492	1.969	84.962						
14	0.475	1.9	86.863						
15	0.425	1.701	88.563						
16	0.417	1.669	90.232						
17	0.379	1.518	91.75						
18	0.352	1.406	93.157						
19	0.348	1.391	94.547						
20	0.317	1.267	95.814						
21	0.272	1.088	96.902						
22	0.263	1.051	97.953						
23	0.187	0.749	98.702						
24	0.172	0.689	99.391						
25	0.152	0.609	100						

（注1）因子抽出法：主成分分析

3. 5 来街頻度の変化に関する考察

（1）デモグラフィックな要因で見た考察

以上の準備を踏まえ、本節では来街頻度の変化に関する分析を行う。

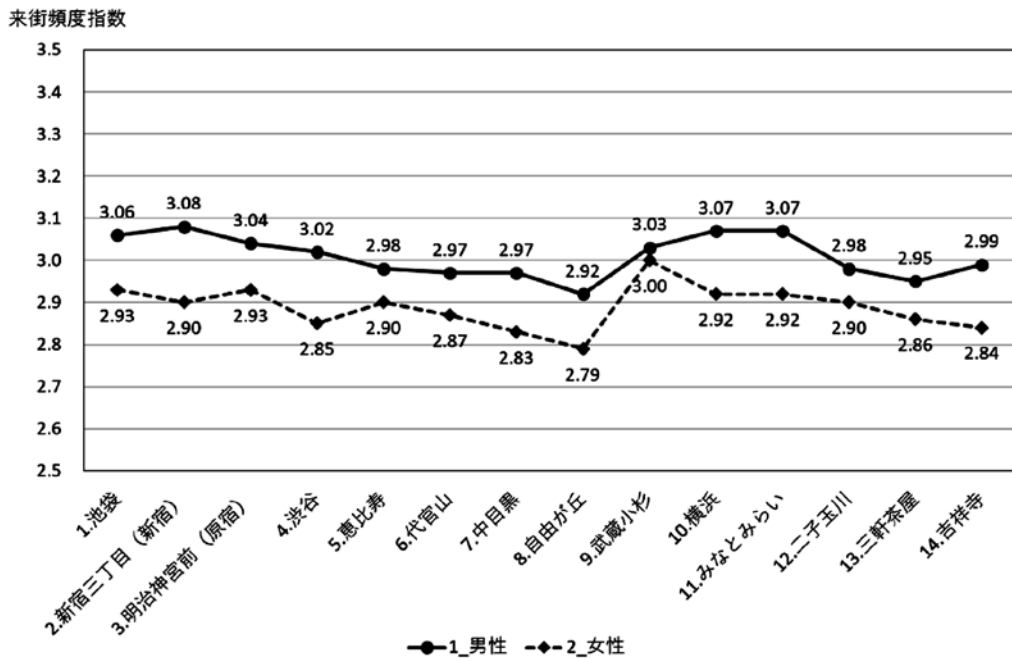
住みたい街ランキング等に見るように、街に対する評価は年々変化している。そしてそれに伴って、来街頻度も変化している。どのような人が来街頻度をあげ、また逆に下げているのだろうか。

そこでまず、基本的な属性として、デモグラフィックな要因を取り上げる。来街者の性別

及び世代である。これらにより、来街頻度の変化にはどのような違いが見られるだろうか。

なお分析では、各街を訪れる頻度として、過去5～6年において「非常に増えた」を5点、「やや増えた」を4点、「どちらとも言えない」を3点、「やや減った」を2点、「非常に減った」を1点としてその平均値を算出した。今便宜上、この数値を「来街頻度指数」と呼ぶことにする。先ずは性別で分析する。分析結果は、図1に示すとおりである。

図1 過去5～6年における来街頻度の変化（性別）



来街頻度指数が大きいものほど、来街頻度が高いことを意味している。「どちらとも言えない」が3点であるため、3点より大きければ、現在の来街頻度は5～6年前に比べて高くなっていることを、3点より小さければ低くなっていることを意味する。

その結果、男性では新宿三丁目、横浜、みなとみらい、池袋、明治神宮前、武蔵小杉、渋谷の順に高くなり、かつこれらの街が3.0以上となった。逆に、自由が丘、三軒茶屋等が低くなった。

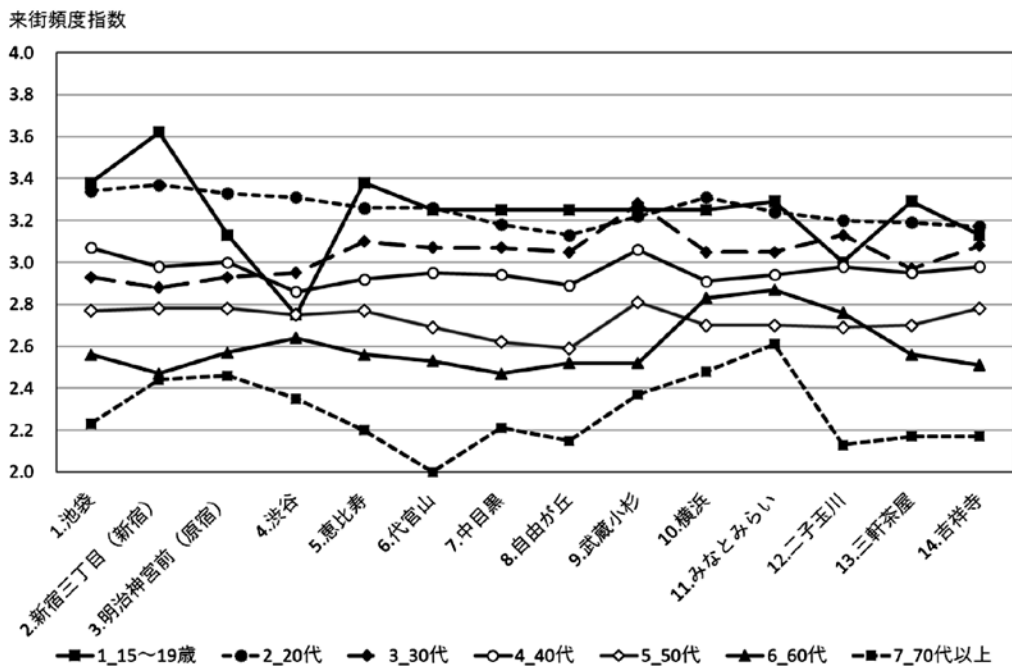
一方、女性を見ると、武蔵小杉のみが3.0となり、それ以外の街はいずれも3.0未満となった。全体的にみて、過去に比べて外出等の機会が減っていることが分かる。なお、なかでも減っている街は、自由が丘、中目黒、吉祥寺となった。こうした結果も、前述したように、近年、自由が丘や吉祥寺に住みたいという声が、相対的にみて少なくなりつつある現状を裏付ける

ものと言える。

次に世代別に見た考察を行う（図2参照）。「15～19歳」「20代」「30代」「40代」「50代」「60代」「70代以上」に分けた。評点に関しては、図1同様である。

これを見ると、各街によって若干の変動はあるものの、軒並み世代があがるに連れて、来街頻度が減少していることが分かる。来街頻度が増えているのは、10代、20代、30代である。逆に60代や70代以上は、大幅に来街頻度を下げている。

図2 過去5～6年における来街頻度の変化（世代）



60代、70代以上の人たちは、全体的に見て来街頻度を下げているなかで、横浜やみなとみらいに関しては、その減少の幅が小さくなった。こうした都市は、比較的シニア層の獲得に成功していると言って良いだろう。

(2) 消費者の関心度やライフスタイル別の考察

次に、3章4節で行った因子分析を行った結果をもとに考察する。そこで抽出された因子は、「上質な暮らしに対する関心」「社会に対する関心」「娯楽に対する関心」「情報感度」の4つであった。

これら因子に対し、各個人がプラスの評価をしているもの（変数の値が1.0以上）、マイナス

の評価をしているもの（同1.0未満）に分けた。例えば「上質な暮らしに対する関心がある人」と「上質な暮らしに対する関心がない人」では、来街頻度がどのように変化したかといったものである。4つの軸、すべてについて分析する。平均の差の検定を行った（表6）。

以下、その結果に対し、自由が丘を例に解釈を加える。来街頻度の数値に関しては前節同様である。3. 5. (1) で定義づけた来街頻度係数である。

まず上質な暮らしに対する関心であるが、関心がある人の来街頻度指数は2.76、関心がない人のそれは2.92となった。つまり上質な暮らしに関心がある人は、そうでない人に比べて、より自由が丘への来街頻度を減らしていることになる。こうした人たちは、むしろ他の街への来街頻度を増やしている可能性が高く、相対的に見ると、横浜、みなとみらい、武蔵小杉に流れている可能性を示唆するものとなった。

次に「社会経済に関心がある人」の来街頻度指数は、自由が丘に関しては2.82、「社会経済に関心がない人」は同2.88となった。これも僅かではあるが、関心がある人の方が、より来街頻度を下げている実態が分かった。

またギャンブル等の娯楽に関心がある人の来街頻度指数は2.63、関心がない人のそれは3.08となった。これは自由が丘以外の街でも、関心がない人の数値はいずれも3.0以上となった。これらの街では、ギャンブル等に関心がある人達ではなく、むしろこうしたことに関心がない人を集めている可能性が高いと言える。おしゃれな街、上品な街を目指す都市においては、その街づくりやイメージ戦略に功を奏していると言えるだろう。なお同数値は、いずれの都市においても5%水準で有意となった。

最後に情報感度の高い人の来街頻度指数は2.80、情報感度の低い人のそれは2.91となった。情報感度の高い人はそうでない人に比べ、より来街頻度を下げていることになる。流行に敏感で、新しいものに関心がある人たちは、むしろ自由が丘から足を遠ざけている可能性があるというわけで、今後同街に関していえば、情報発信のあり方等を改善する余地があると言って良いのかも知れない。なお情報感度に関しては、武蔵小杉のみが3.0を超える結果となった。武蔵小杉の情報戦略は、情報感度の高い人に合致したものである可能性が高い。

4. 本研究からの知見

以上の整理を今一度しておきたい。

本論文は、人気路線とされる東急線及び東急東横線と相互乗入れをしている副都心線沿線の都市を対象に、人々の来街頻度の変化について分析したものである。来街頻度が増えた人、減った人は、どのような属性の人であるか、その詳細を考察した。

本論文では、その属性情報として、デモグラフィックなもの（性別及び世代）、そして人々の関心やライフスタイルを採用した。それらと来街頻度の変化の関係性を分析するという流れである。

結論としては、性別で見ると、男性より女性の方が、世代別で見ると年代が高くなればなるほど、各街を訪れる頻度が低下していることが分かった。また街ごとのバラツキも見てとれ、横浜、みなとみらいといった街が、比較的来街頻度の減少を抑えているのに対し、自由が丘、吉祥寺等はやや減少幅が大きいことが分かった。

次に人々の関心やライフスタイルについて因子分析を行い、抽出された「上質な暮らしに対する関心」「社会に対する関心」「娯楽に対する関心」「情報感度」の因子について、それぞれプラスの評価をする人、マイナスの評価をする人に分けて来街頻度を考察した。全体的な傾向としては、いずれの指標もプラスの評価をした人の方が、マイナスの評価をした人に比べて来街頻度の減少幅が大きくなった。

街には様々なイメージがある。高級なイメージ、おしゃれなイメージ、庶民的なイメージのある街、インテリジェンスなイメージ、教育に強い、娯楽に強い、流行の最先端のイメージなどである。そしてそういうイメージが好きな人たちが街に集まり、街を評価するようになる。以下自由が丘を例に考察してみよう。

自由が丘は昔から、30代～40代の女性に支持される、ファッションや美容に強い街というイメージがあった。フランスをイメージした街づくりを行い、これまでずっと流行の最先端をいく街であった。しかし分析結果を見ると、こうしたこれまで同街を支持してきた女性層、シニア層、さらに上質な暮らしを求める人たちなどは、同街への来街頻度を下げていることが分かった。この傾向が続くと、いずれ街のイメージは変わっていくことになろう。もちろんその場合には、新しい魅力が生まれ、新しいターゲットが集まる街になる。しかし古くからの自由が丘のファンは、こうした傾向を感じ取るや否や、加速度的に足を運ばなくなってしまいかも知れない。

このように本研究の成果は、街づくりに関する施策を決定したり、イベントを実施したりする際などに、その知見を活用することが出来る。そして想定するターゲット層がきちんと街を訪れているか、またどのような新規の来街者が訪れつつあるかなどを考察する際、有用となる。本研究では自由が丘を例に、その分析結果の解釈を行ったが、他の街に関しても

同様の意義があると考える。

5. 今後の課題

本論文では、東急線及び副都心線沿線の都市に対する来街頻度について、どのような人が、各街への来街頻度を高め、また下げているか考察した。

しかし本来は、こうした現状分析に止まることなく、その理由や原因について考察することも重要である。今回のアンケート調査では、その理由や原因について自由回答で尋ねているが、こうした分析についても今後合わせて行って参りたい。

また本論文では、属性を示すものとして、性別、世代別、人々の関心等の指標を採用したが、より厳密な分析を行うためには、それら以外の指標も考慮する必要がある。こうした変数選択の問題も、今後の課題として掲げておきたい。

さらに分析としては、各街の細かい事情まで考慮したものとは言い難い点も付記しなければならない。みなとみらいと横浜で微妙な差がある場合、その理由は何であるかなど、各街の視点に立った、より詳細なケーススタディが不可欠というわけである。こうした点についても、今後分析を深めて参りたい。

6. 参考文献

- ・青柳秀和・桜井真夕美「街頭100人調査 ファッションタウンと郊外住宅地をリードする現代女性の沿線新イメージ」ACROSS, パルコ, 1987年5月号。
- ・太田雅文「次なる世代に向けた鉄道沿線まちづくりの取り組み－東急田園都市における事例－」都市住宅学97, pp55-60, 都市住宅学会, 2017年9月。
- ・齋藤宣弘・寺部慎太郎・武藤雅威・葛西誠「都市鉄道顧客満足度調査からみた満足度と愛着の関係」土木学会論文集72-5 (土木計画学研究・論文集33), pp231-239, 土木学会, 2016年。
- ・首都圏鉄道路線研究会『沿線格差 首都圏鉄道路線の知られざる通信簿』SB新書, 2016年。
- ・首都圏鉄道路線研究会『駅格差 首都圏鉄道駅の知られざる通信簿』SB新書, 2017年。
- ・首都圏「街」格差研究会『首都圏「街」格差』KADOKAWA, 2017年。
- ・産業能率大学『第2回自由が丘調査 自由が丘エリアの来街者アンケート調査報告書』産業能率大学, 2007年3月。
- ・産業能率大学『第2回代官山調査 代官山エリアの来街アンケート調査報告書』産業能率大学, 2008年3月。
- ・産業能率大学『第4回自由が丘調査 自由が丘の街のイメージ調査－自由が丘と代官山・二子玉川・吉祥寺・下北沢との比較を中心に－』産業能率大学, 2010年3月。
- ・産業能率大学『第5回自由が丘エリア調査 自由が丘と吉祥寺の都市間比較調査』産業能率

東急線・副都心線沿線の主要都市の来街頻度に関する分析

大学，2011年3月。

- ・産業能率大学『第6回自由が丘調査 自由が丘エリアの来街者アンケート調査報告書』産業能率大学，2012年3月。
- ・産業能率大学（武内千草・寺嶋正尚・都留信行著）「2014地域活性化に関する調査研究報告」Content Business Research Center Annual Report Vol1, pp4-7, 産業能率大学・コンテンツビジネス研究所，2015年3月。
- ・産業能率大学（武内千草・寺嶋正尚・都留信行著）「2015地域活性化に関する調査研究報告」Content Business Research Center Annual Report Vol2, pp4-9, 産業能率大学・コンテンツビジネス研究所，2016年3月。
- ・産業能率大学（武内千草・寺嶋正尚・都留信行著）「2016地域活性化に関する調査研究報告」Content Business Research Center Annual Report Vol3, pp4-7, 産業能率大学・コンテンツビジネス研究所，2017年3月。
- ・産業能率大学（武内千草・寺嶋正尚・都留信行著）「2017地域活性化に関する調査研究報告」Content Business Research Center Annual Report Vol4, pp2-6, 産業能率大学・コンテンツビジネス研究所，2018年3月。
- ・SUUMO（2019），関東住みたい街ランキング2019年。
https://suumo.jp/edit/sumi_machi/2019/kanto/
- ・SUUMO（2014），関東編 総合 住みたい街ランキング2014年。
https://suumo.jp/edit/sumi_machi/2014/kanto/
- ・田中絢人・高見沢実「大手民間鉄道事業者による沿線価値向上に向けた取り組みに関する研究」都市計画報告集8, 日本都市計画学会, pp213-216, 2010年2月。
- ・日経 MJ（2017），「住めば都 穴場は北千住・蔵前 近くて便利 西<東」2017年5月3日。
- ・日経新聞（2018），「「住みたい街」横浜が首位 吉祥寺陥落」日経新聞2018年2月28日。
- ・速水健朗『東京どこに住む？住所格差と人生格差』朝日新書，2016年。
- ・三木尚「特別講演 渋谷における東急の開発事業」工学教育65（6），pp41-43, 日本工学教育協会，2017年。
- ・吉田肇「都市の評価・ランキングにみるまちの魅力に関する考察」都市経済研究年報17, pp97-112, 宇都宮共和大学，2017年。