

第3章 質問紙調査の基本属性

中村星太 小谷翔 西山瑞樹 村嶋歩

第1節 はじめに

この章と4章・5章では、横浜市青葉区で行った質問紙調査について詳細な結果と考察を述べていく。この章では対象者の基本属性(どのような人々が答えてくれたか)をまとめている。

回答者の基本属性を知ることによって、各章の報告をより深く理解するため、基礎データとしてまず分析をおこない、その後に住民意識、メディアに対する意識を分析する。

第2節 質問紙調査全体での問題意識

- ・ 青葉区における情報メディアの利用度
- ・ 地域メディアとはどのような役割を果たしているのか
- ・ 都市近郊の生活とメディア利用の現状

上記のテーマを設定し、青葉区における住民とメディアとの関わり方を明らかにするため、二つの問題意識を提示した。

青葉区住民の地域意識

首都であり都会である東京に近く、ベッドタウンである青葉区では、昨年、一昨年行った調査地である水戸、安曇野のような地方都市と比較してどのような地域意識をもっているのだろうか。また、近所付き合いの程度は都市型の生活環境ではどう変わるのか。

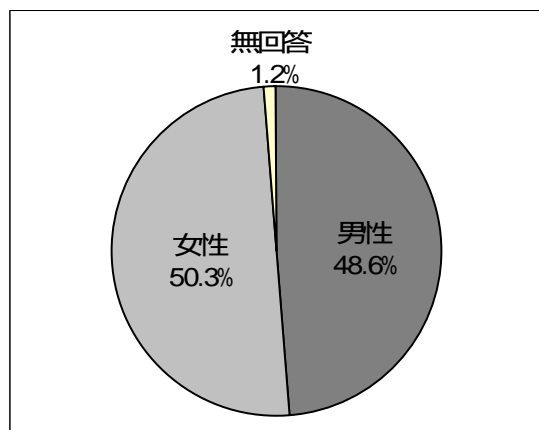
ラジオ、コミュニティFMの利用に関する意識

ラジオは衰退しつつあるメディアとされるが、なくてはならない・必要とされている理由はどこにあるのだろうか。また、その中でも、地域密着を標榜している FM サルースは対象としている地域住民にはどのように認識されているのだろうか。

そして、この問題意識を念頭に置きながら“地域情報を取り入れる方法”“近所付き合い”“青葉区に対する意識”“ラジオに関する意識”“コミュニティFMの認識”などの質問項目の集計を行った。以下では、まず基本属性について述べることにする。

第3節 調査対象者の基本属性

図3-1 性別 (N=345 単位:%)



男女比は「男性」49%、「女性」50%と、ほぼ等しい結果となった。

図 3-2 調査対象者の年代分布
(N = 345 単位: %)

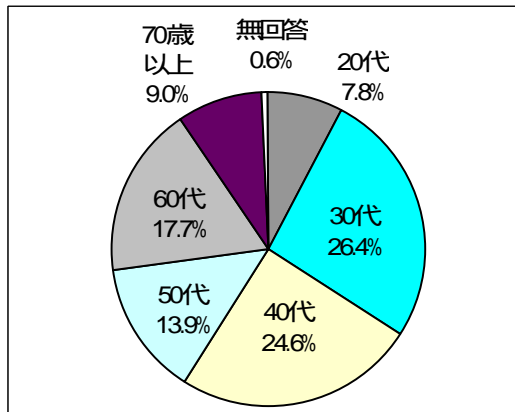
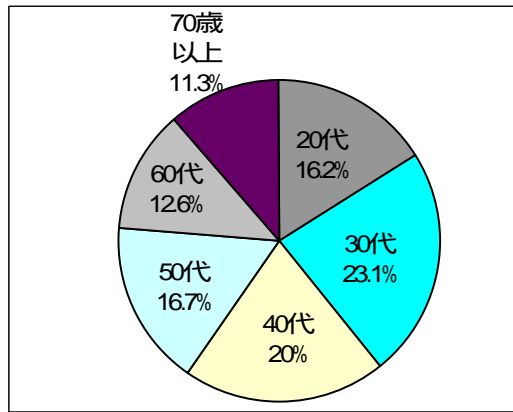


図 3-3 実際の統計による年代分布

(N = 231,690、未成年・大正生まれを除く、単位: %)



調査対象者には、30、40代が多い。青葉区の人口統計の年代分布を参照すると、ある程度同じ割合になっていると言える。高年代より若い世代が多い都市部の住宅地であることがわかる。しかし、20代の調査対象者の割合は8%であり、実際の20代分布率16%という数字からは少ない。50代も14%と、30代～60代が実際より高い中で低い結果となった。

図 3-4 家族構成 (N = 345 単位: %)

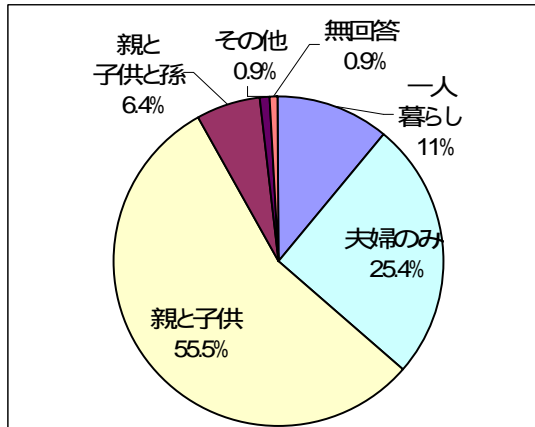
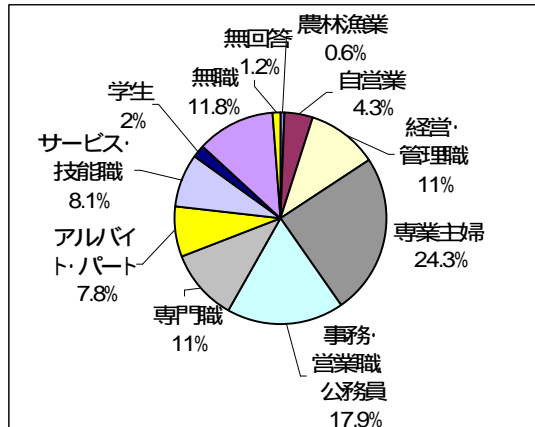


図 3-5 職業 (N = 345 単位: %)



「親と子供」で構成された「核家族」が56%と、多数を占めている。三世帯家族は6%と少なく、都会の住宅地という印象がある。一人暮らしは11%で、この地域にも単身住まいがいるが、全国の平均30%¹と比べると少ない。職業では、「専業主婦」が全体の24%を占めており、「事務・営業職、公務員」、「無職」の順に多い。会社での管理職の割合は全国で30%程度である²。しかし、青葉区に住む人のうち「会社の経営・管理職」が11%であり、「事務・営業職、公務員」が18%と、2つを比べた場合、管理職の割合が高いといえる。

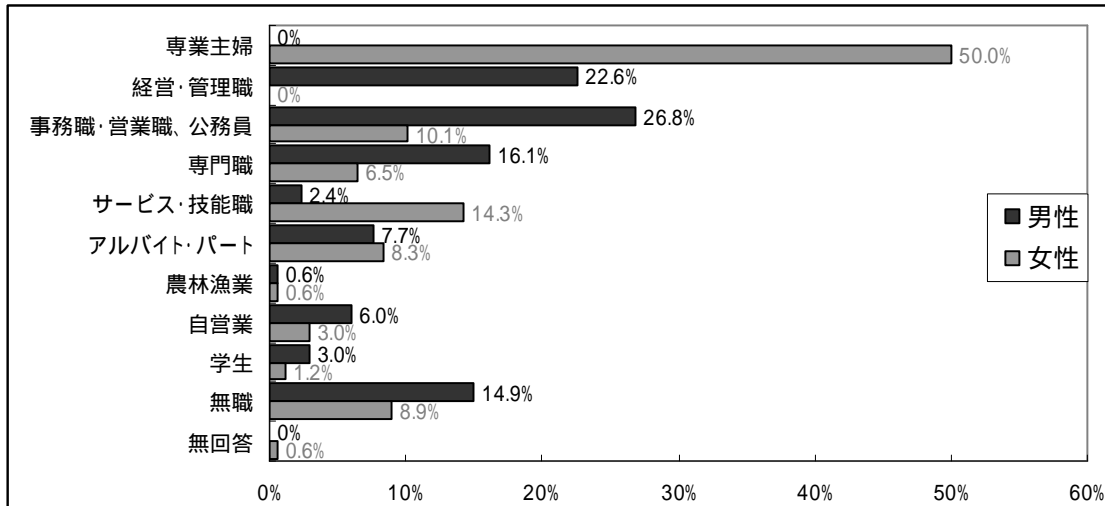
¹ 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」

<http://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/Mainmenu.asp>

² 東京都労働局「いわゆる管理職に関する実態調査」

<http://www.roudoukyoku.go.jp/wnew/kanrisyoku.htm#5>

図 3-6 性別での職種の割合 (N = 345 単位: %)



男女別で見ると、女性の半数が「専業主婦」だとわかる。「経営・管理職」は逆に男性のみである。「事務職・営業職、公務員」の 26.8%と合わせて、約半数がホワイトカラーの職種で占められていることがわかる。「サービス・技能職」は女性のほうが多く、介護職や販売など、女性の多い職種をこのカテゴリーに入れているためだと思われる。

図 3-7 通勤・通学先
(N = 345 単位: %)

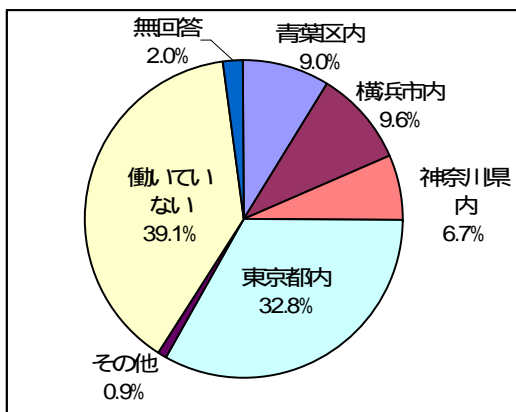
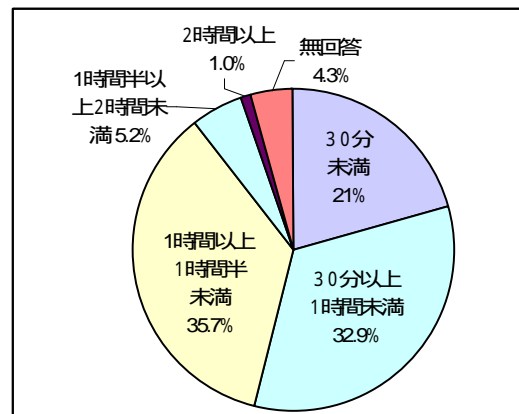


図 3-8 通勤・通学時間
(N = 210 「通勤・通学している」と答えた人のみ 単位: %)



回答者の 33%が通勤・通学先を「東京都内」と答えており、青葉区を含む横浜市内で働いている人の 19%と比べると高い。神奈川県内で働いている人をすべて合わせても 25%となり、半数以上が東京都内通勤者であることがわかった。通勤時間は合計で 56%の人が通勤・通学時間を 1 時間未満と答えている。1時間 30 分以上という長距離の通勤・通学をしているのは 6%と、少なかった。

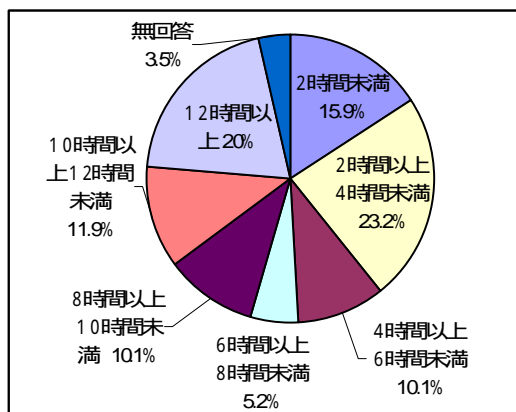
表 3-1 通勤・通学先と通勤時間のクロス（その他の県を除く）

		N	30分未満	30分以上 1時間未満	1時間以上1時間 30分未満	1時間30分以上	無回答
通勤地区	総計	210	21.7%	34.0%	36.9%	6.4%	1.0%
	青葉区内	31	93.5%	0%	3.2%	0%	3.2%
	横浜市内	33	33.3%	45.5%	18.2%	3.0%	0%
	神奈川県内	23	8.7%	60.9%	13.0%	13.0%	4.3%
	東京都内	113	1.8%	35.4%	56.6%	6.2%	0%

χ^2 値 = 153.54301 d = 12 P 値 = 6.31E-24 < 0.05

青葉区内に通勤している人は30分未満が93%と圧倒的であった。全体的に遠いほど、時間が遅くなるといえる。しかし注意したいのは、この質問では通勤手段を限定していないため、電車・徒歩を問わずに時間のみで答えている。そのため、青葉区内でも1時間以上の人がいるのであろう。通勤地と通勤時間に関連性があるのは当然として、「東京都内」と答えた人から“1時間以上”の割合が増えている。交通の便が良いとはいっても、過半数の人は通勤に一時間以上かけていることがわかった。

図 3-9 平日の平均外出時間(N = 345 単位: %)



平日の外出時間の質問では、6時間未満が半数を占めた。ここには示さないが、その半数以上は専業主婦と無職の人である。30%ほどを占める、10時間以上外出している人は、ホワイトカラー、専門職の働いている人が中心であった。

図 3-10 居住年数 (N = 345 単位: %)

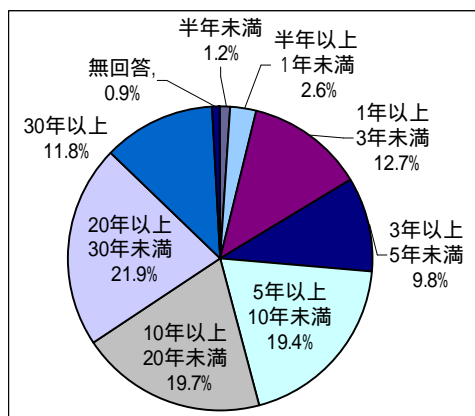
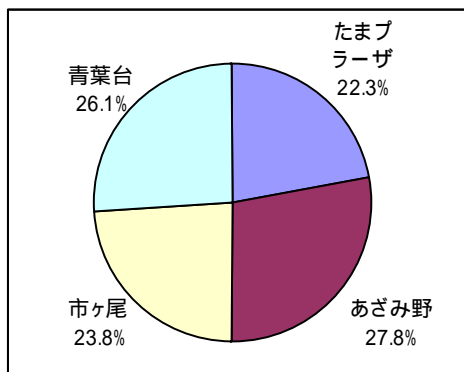


図 3-11 居住地区 (N = 345 単位: %)



26%が居住年数を5年未満と答えている。30年以上住んでいる人は12%と、全体的に居住年数が短いと言えるだろう。居住地区は、サンプリングによって1地区に250サンプルとしたため、均等に配分された結果となった。あざみ野地区が28%と、回収数が多かったため1番高くなった。たまプラーザ地区は22%と低くなったが、全体的におおむね良好なバランスの回収数であった。

表 3-2 年代と居住年数のクロス

		N	3年未満	3年以上 5年未満	5年以上 10年未満	10年以上 20年未満	20年以上 30年未満	30年以上	無回答
年代	総計	345	16.5%	9.9%	19.4%	19.4%	21.7%	11.9%	0.6%
	20代	27	11.1%	14.8%	18.5%	25.9%	29.6%	0%	0%
	30代	91	29.7%	15.4%	26.4%	7.7%	11.0%	7.7%	2.2%
	40代	85	18.8%	10.6%	23.5%	30.6%	11.8%	4.7%	0%
	50代	48	8.3%	8.3%	22.9%	20.8%	35.4%	4.2%	0%
	60代	61	11.5%	1.6%	9.8%	19.7%	31.1%	26.2%	0%
	70歳以上	31	0%	6.5%	3.2%	16.1%	35.5%	38.7%	0%

χ^2 値 = 113.2760814 df = 30 P 値 = 1.33563E-11 < 0.05

年を重ねるにつれて居住年数も長くなる傾向はあるが、20代の約30%は幼少の頃から住んでいる、もしくは青葉区で生まれた住人であることがうかがえる。30代で3年未満の割合が高くなるのは、青葉区でマイホームを近年新しく購入した世帯が多いのだと推測される。40代は10年以上20年未満が最も多いが、3年未満も多い。50代は5年未満が16%と、最近の入居者が少なかった。30年以上住んでいるのは60代以上が65%となった。年代が上がるほど居住年数のウェイトが右にずれていき、中高年は30、40代で青葉区に移動してきた人が多い傾向がうかがえる。

表 3-3 居住地区と年代のクロス

		N	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
居住地区	総計	345	8.0%	26.5%	24.4%	14.0%	17.9%	9.2%
	たまプラーザ	75	5.3%	53.3%	26.7%	5.3%	6.7%	2.7%
	あざみ野	91	6.6%	17.6%	24.2%	17.6%	28.6%	5.5%
	市ヶ尾	81	16.0%	14.8%	23.5%	16.0%	14.8%	14.8%
	青葉台	60	5.0%	20.0%	18.3%	16.7%	25.0%	15.0%

χ^2 値 = 65.859741609953 df = 15 P 値 = 3.51983E-06 < 0.05

居住地区別に年代分布を見てみると、たまプラーザ地区は30代が53%となり、そのほかの世代が少なく、あざみ野地区は50代18%、60代が29%と若干多くなった。市ヶ尾地区はどの世代もある程度均一になっており、青葉台地区は20代と40代以外が総じて高い結果となった。

ひとつの区でこれほど地区による偏りが出るとは想定していなかった。これは地区ごとの特色といえるのだろうか。検定結果からも、居住地と年代には有意な相関関係があると示された。

表 3-4 居住地区と居住年数のクロス

		N	3年未満	3年以上 5年未満	5年以上 10年未満	10年以上 20年未満	20年以上 30年未満	30年以上	無回答
居住地区	総計	345	16.3%	9.8%	19.6%	20.2%	21.7%	12.2%	0.3%
	たまプラーザ	75	33.3%	13.3%	25.3%	10.7%	12.0%	5.3%	0%
	あざみ野	91	14.7%	4.0%	22.7%	34.7%	28.0%	16.0%	1.3%
	市ヶ尾	82	13.3%	5.3%	22.7%	25.3%	30.7%	12.0%	0%
	青葉台	89	12.0%	21.3%	17.3%	20.0%	26.7%	21.3%	0%

χ^2 値 = 53.23811146 df = 18 P 値 = 2.41013E-05 < 0.05

たまプラーザ地区は「3年未満」が33%と最も多く、近年入ってきた新しい住民が最も多い地区といえる。あざみ野地区は「10年以上20年未満」が最も多く、市ヶ尾地区は「20年以上30年未満」が最も多い。青葉台地区は総じて平均的だが、「30年以上」が最も多かった。この中では古くから住む住人が多い地区であるといえる。

表 3-3 の「年代」とのクロスと併せて、はっきりと地区ごとの個性が出た形となった。

第 4 節 まとめ

本調査の回答者の基本属性は、冒頭に挙げた問題意識の中の(都市近郊の生活)を反映したような形となっているように思える。家族構成では“核家族”が56%を占め、職業では自営業・農林業・漁業従事者の割合が少なく、通勤先には「東京都内」が33%と多数を占めた。専業主婦は50%という結果で、現在の日本の統計での全国平均とさほど違いがないという結果になった。³

また、通勤先の質問で「働いていない」を除いた割合を求めた場合には「東京都内」は53%という高い結果となる。「青葉区内」も15%となるが、国勢調査の結果では、「東京都内」は43%、「青葉区内」が30%となっており、この結果から青葉区内で働く人からの返送が少なかったのだと言えるだろう⁴。他にも国勢調査の結果では区民一人あたりの個人住民税額が横浜市内一位であること、市内の地価のランキング上位に位置していることなど、給料が相対的に高いと思われるホワイトカラー・専門職が多いことから、富裕層の割合が高くなっていると予想される。

居住年数では「10年未満」が46%と、他の数多くある郊外都市とあえて比べるならば、新興の住宅が多い地域であると言えるだろう。

地区ごとの特徴を見ていくと、まずたまプラーザ地区は若い世代、居住年数も短い人の多い地区と言える。いうなれば今回調査した中では最も新しい地区といえるかもしれない。あざみ野地区は40代を中心にした中高年の多い人口形態の地区である。市ヶ尾地区はあざみ野地区と同じく中高年も多いが、若い世代も少なくはなく、均等に存在している地区と言える。青葉台地区は、若い人が少なく、長期の居住者が多いということが言えるだろう。

³ 内閣府「国民生活白書」<http://www5.cao.go.jp/seikatsu/index.html>

⁴ 「なるほどあおば 2007 ~青葉区政白書~」
http://www.city.yokohama.jp/me/aoba/houdou/index2007_31.html

第4章 青葉区の暮らしと住民意識

小谷翔 西山瑞樹 村嶋歩 町田夏子

第1節 はじめに

本章では青葉区民の地域への愛着、まちづくりへの関心、イベント参加状況、近所付き合いの程度等を通して住民意識の現状をみていく。

第2節 青葉区民の地域への愛着

図4-1 青葉区への愛着 (N=345 単位:%)

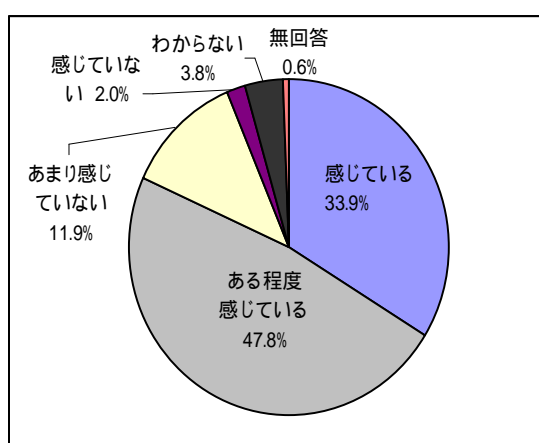
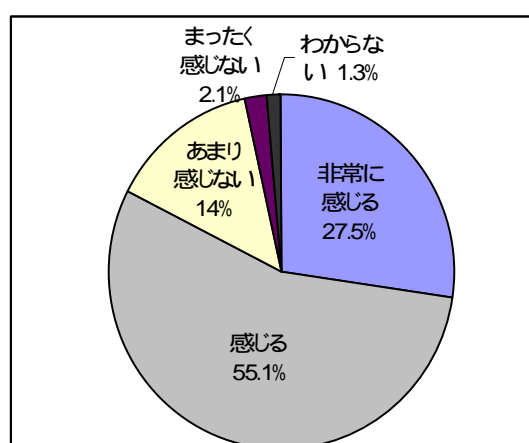


図4-2 水戸市民の水戸市への愛着

(N=437 単位:%)



愛着を“感じている”人⁵は 82%になる。2005 年の水戸の調査結果と比べると、愛着を“感じる”“感じない”人はほぼ同じくらいの割合になった。

表4-1 年代と青葉区への愛着のクロス⁶

		N	感じている	ある程度感じている	あまり感じていない	感じていない	わからない	無回答
年代	総計	345	34.1%	47.5%	12.0%	2.0%	3.8%	0.6%
	20代・30代	118	30.5%	44.1%	18.6%	3.4%	3.4%	0%
	40代・50代	133	32.3%	49.6%	12.0%	1.5%	3.8%	0.8%
	60歳以上	92	41.3%	48.6%	3.3%	1.1%	4.3%	1.1%

χ^2 値 = 15.59046 df = 10 P 値 = 0.111971524 > 0.05

検定結果によると年代と愛着には有意な関係が認められなかったものの、60 歳以上で愛着を「感じている」人は41%であり、ほかの年代と比べると10ポイント近くの差がみられる。60 歳以上においては“感じている”人が90%に達している。一方で、20代・30代の愛着を“感じていない”人が22%と他の年代より多くなっている。

⁵ 以下、愛着を「感じている」「ある程度感じている」人を、“愛着を感じている”とし、「ある程度感じている」「感じていない」人を、“愛着を感じていない”とする。

⁶ 個々のセルのサンプル数が統計的に信頼の足る数値に達していないために、「20代」と「30代」、「40代」と「50代」、「60代」と「70歳以上」を統合した。以下、年代で検定を行うクロス集計は同様。

表 4-2 居住年数と愛着のクロス

		N	感じている	ある程度 感じている	あまり感じて いない	感じていない	わからない	無回答
居住年数	総計	345	33.9%	48.0%	12.0%	1.8%	3.8%	0.6%
	3年未満	57	15.8%	43.9%	26.3%	1.8%	12.3%	0%
	3年以上5年未満	34	11.8%	58.8%	24.0%	0%	2.9%	2.9%
	5年以上10年未満	67	35.8%	53.7%	9.0%	1.5%	0.0%	0%
	10年以上20年未満	68	35.3%	50.0%	7.4%	5.9%	1.5%	0%
	20年以上30年未満	75	46.7%	42.7%	5.0%	0%	5.3%	0%
	30年以上	41	48.8%	41.5%	7.3%	0%	0%	2.4%

χ^2 値 = 62.84974972 df = 25 P 値 4.18579E - 05 < 0.05

検定結果より居住年数と青葉区への愛着には関係があるといえる。居住年数 3 年未満の愛着を感じている人の 16%という数値は、30 年以上の居住年数で愛着を感じている人の 49%と 33 ポイントも差がある。「あまり感じていない」と答えた人が 5 年未満では 20%台と、明らかに高くなっている。他の居住年数もみていくと青葉区に長く住んでいる人ほど愛着を持つようになるといえる。3 年未満で「わからない」と答えた人が 12%とほかに比べて多いのはまだ青葉区の様子がつかみきれていないのであろう。

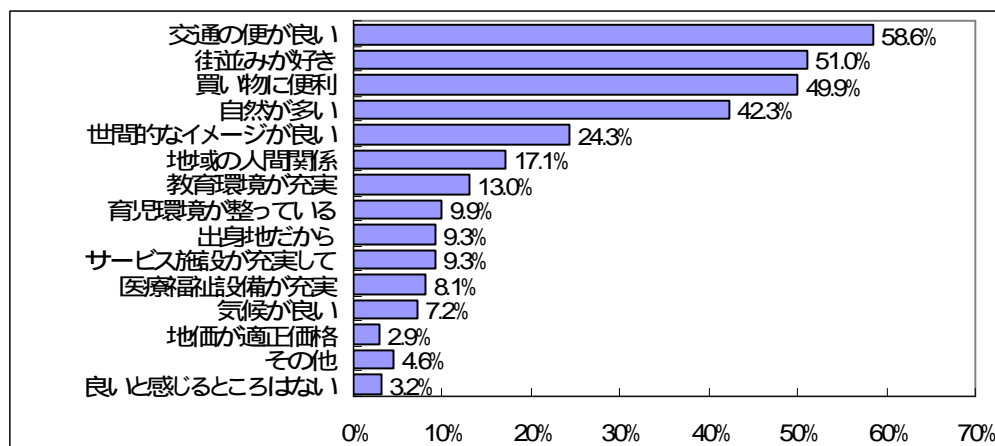
表 4-3 居住地区と愛着のクロス

		N	感じている	ある程度 感じている	あまり感じて いない	感じていない	わからない	無回答
居住地区	総計	345	33.9%	47.8%	11.9%	2.0%	3.8%	0.6%
	たまプラーザ	77	29.9%	51.9%	13.0%	0%	5.2%	0%
	あざみ野	96	41.7%	36.5%	13.5%	3.1%	4.2%	1.0%
	市ヶ尾	82	39.0%	46.3%	7.3%	2.4%	3.7%	1.2%
	青葉台	90	24.4%	57.8%	13.3%	2.2%	2.2%	0%

χ^2 値 = 14.3669748 df = 15 P 値 = 0.49789867 > 0.05

居住地域別に愛着度をみていくと、どの地区においても愛着を“感じている”人が約 8 割以上になり、居住地区に対して愛着を持っている。また、地区の中で市ヶ尾は、“感じていない”人が 1 割以下であり、住民により特に強く愛着を感じられている地区であるといえる。

図 4-3 青葉区をよいと感じる理由 (MA N = 345 単位: % 高い順にソーティング)



青葉区をよいと感じる理由としては、「交通の便が良い」「街並みが好き」「買い物に便利」という回答を5割近くの人がしている。都心へのアクセスが容易であること、街並みが好まれること、買い物に便利であること、都心よりも自然があることなどベッドタウンの特長ともいえることが重なっているのではないだろうか。また、「世間的なイメージが良い」と回答している人も24%いることから、「横浜市青葉区」というブランド的価値が感じられているといえるのではないか。

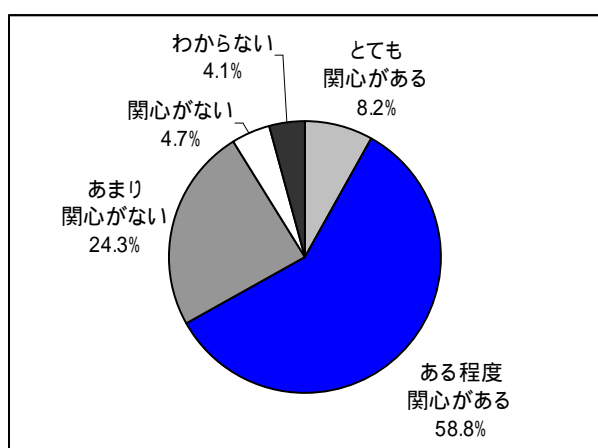
表 4-4 年代と青葉区をよいと感じる理由のクロス(全体回答で上位5位・MA)

		N	交通の便が良い	街並みが好き	買い物に便利	自然が多い	世間的なイメージが良い
年代	総計	345	58.0%	50.7%	49.6%	42.0%	24.3%
	20代	27	51.9%	63.0%	33.3%	48.1%	22.2%
	30代	91	48.4%	56.0%	41.8%	35.2%	24.2%
	40代	85	49.4%	50.6%	49.4%	36.5%	24.7%
	50代	48	75.0%	50.0%	72.9%	50.0%	25.0%
	60代	61	72.1%	50.8%	47.5%	50.8%	19.7%
	70歳以上	31	64.5%	29.0%	58.1%	45.2%	32.3%

上位5つを年代別にみたところ、「交通の便が良い」と回答している人は中高年に多かった。「街並みが好き」と回答している人は20代が63%と一番多く、70歳以上では29%と低かった。「買い物に便利」と回答している人は50代が73%と突出している。「自然が多い」と回答している人は30代、40代で全体平均より低くなっている点が特徴的である。30代、40代は他地区からの移動が多いと考えられるが、あまり自然が多いなどといった条件があまり考慮されていなかったことがうかがえる。世間的なイメージが良いと回答した人で70歳以上の人は30%を超え、他の年代より割合が高くなっている。

第3節 青葉区民のまちづくりへの関心

図 4-4 まちづくりへの関心(N=345 単位:%)



まちづくりや地域活性化施策への関心への質問であるが、この回答に“関心がある”⁷と答えた人は青葉区が活性化することに関心を持っている人であるとして考察を進める。まちづくりに“関心がある”人は、全体の67%になった。

⁷ まちづくりへの関心度が「とても関心がある」「ある程度関心がある」人を“関心がある”とし、「あまり関心がない」「関心がない」人を“関心がない”とする。(以下同様)

表 4-5 年代とまちづくりへの関心

		N	とても関心がある	ある程度関心がある	あまり関心がない	関心がない	わからない	無回答
年代	総計	345	8.2%	58.0%	24.2%	4.7%	4.1%	0.9%
	20代・30代	118	4.2%	53.4%	24.6%	11.0%	6.8%	0%
	40代・50代	133	9.0%	58.6%	28.6%	1.5%	2.3%	0%
	60歳以上	92	12.0%	63.0%	17.4%	1.1%	3.3%	3.3%

χ^2 値 = 34.743 df = 10 P 値 = 0.0001 < 0.05

年代で“関心がある”人を見ると、20代・30代は58%、40代・50代は68%、60歳以上は75%であった。“関心がない”人も年代が上がるにつれて低くなっていく。特に、20代・30代では「関心がない」とはっきり回答した人が11%と他の年代より高くなった。以上のことから年代が上がるにつれてまちづくりへの関心度が高くなっていくことが推察される。検定結果からも年代とまちづくりへの関心には関連性がみられた。

表 4-6 家族構成とまちづくりへの関心のクロス

		N	とても関心がある	ある程度関心がある	あまり関心がない	関心がない	わからない	無回答
家族構成	総計	345	8.2%	58.0%	24.2%	4.7%	4.1%	0.9%
	一人暮らし	38	5.3%	47.4%	34.2%	5.8%	7.9%	0%
	夫婦のみ	88	11.4%	56.8%	22.7%	2.3%	5.7%	1.1%
	親と子(孫含む)	214	7.0%	60.3%	23.4%	5.6%	2.8%	0.9%

χ^2 値 = 12.582 df = 15 P 値 = 0.6345 > 0.05

まちづくりに“関心がある”人を家族形態で見ると、1人暮らしの人は53%、夫婦のみは68%、親と子(孫含む)は67%であった。また、1人暮らしでは“関心がない”と回答した人が40%、「わからない」と回答した人が8%と他の家族構成に比べて高くなっている。検定結果から家族構成と地域活性化への関心には関連性は見られなかったものの、1人暮らしの人とそれ以外では関心度が異なることがうかがえる。

表 4-7 居住年数と地域活性化への関心のクロス

		N	とても関心がある	ある程度関心がある	あまり関心がない	関心がない	わからない	無回答
居住年数	総計	345	8.1%	58.3%	24.1%	4.6%	4.1%	0.9%
	3年未満	57	5.3%	49.1%	33.3%	3.5%	8.8%	0%
	3年以上5年未満	34	2.9%	64.7%	23.5%	5.9%	2.9%	0%
	5年以上10年未満	67	4.5%	62.7%	23.9%	4.0%	3.0%	0%
	10年以上20年未満	68	10.3%	54.4%	29.4%	5.9%	0%	0%
	20年以上30年未満	75	13.3%	56.0%	18.7%	4.0%	6.7%	1.3%
	30年以上	41	7.3%	70.7%	14.6%	2.4%	0%	4.9%

χ^2 値 = 34.226 df = 25 P 値 = 0.1031677 > 0.05

活性化に“関心がある”人を居住年数で見ると、年数が長くなるほど“関心がある”人の割合が高くなるのが読み取れる。また、3年未満の人と30年以上の人を比べると24ポイントの差がある。検定結果から関連性は確認できなかったものの、居住年数が長くなるにつれて徐々に関心度が高くなる傾向がみられる。その理由として居住年数が短いと、青葉区のことをまだよくわからないためと考えられる。なお30年以上の人に“関心がある”人が多いことは、表4-5の年代が高いほど地域活性化に関心があるというデータと重なっていると考えられる。

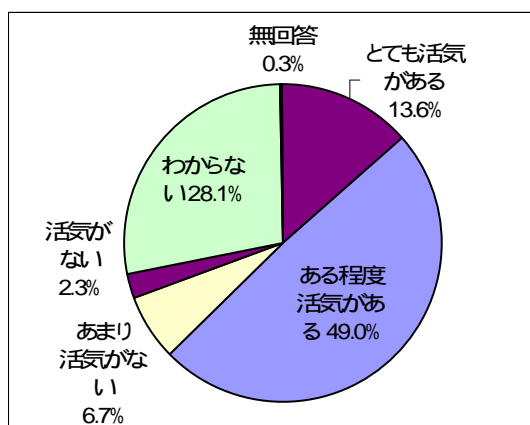
表 4-8 愛着と地域活性化への関心のクロス⁸

		N	とても関 心がある	ある程度関 心がある	あまり関 心がない	関心がない	わからない	無回答
愛着	総計	345	8.2%	58.6%	23.9%	4.7%	4.1%	0.6%
	感じている	117	17.9%	65.8%	12.0%	3.4%	0.9%	0%
	ある程度感じている	165	3.6%	66.7%	24.8%	1.8%	1.8%	1.2%
	感じていない	48	0%	25.0%	52.1%	16.7%	6.3%	0%

χ^2 値 = 81.35395018 df = 10 P 値 2.5086E-12 < 0.05

愛着を「感じている」人で地域活性化に「関心がある」人が 83%に達し、愛着を「ある程度感じている」人で地域活性化に「関心がある」人は 70%であった。一方で愛着を「感じていない」人で地域活性化に「関心がある」人は 25%であり、特に「とても関心がある」人は 0%であった。地域活性化に関心があり、愛着を「感じている」人と「感じていない」人では 58%の差が生じた。検定結果からも愛着と地域活性化への関心度の関連性が確認された。その理由として、地域への愛着を持っていると、地域に関心を持ちやすくなり、より良い地域となることを求めていくためと推測される。

図 4-5 以前と比べての活気の有無(N = 345 単位 : %)



ここ 2、3 年とそれ以前と比べて青葉区に「とても活気がある」、「ある程度活気がある」「活気がある」⁹と感じている人は合計で 63%と全体の半数を超えている。青葉区住民の実感としては、青葉区は以前と比べて活気が出てきたと感じている。

表 4-9 地域活性化への関心度と以前と比べての活気の有無のクロス¹⁰

		N	とても活 気がある	ある程度 活気がある	あまり活 気がない	活気がない	わからない	無回答
地域活性化 への関心	総計	345	13.6%	47.5%	6.4%	2.3%	24.9%	0.3%
	関心がある	229	16.2%	55.0%	7.4%	1.7%	19.2%	0.4%
	関心がない	99	10.1%	38.4%	5.1%	4.0%	42.4%	0%

χ^2 値 = 32.4936778 df = 10 P 値 = 0.000331203 < 0.05

⁸ サンプル数が統計的に信頼の足る数値に達していないために、愛着を「あまり感じていない」「感じていない」を統合。

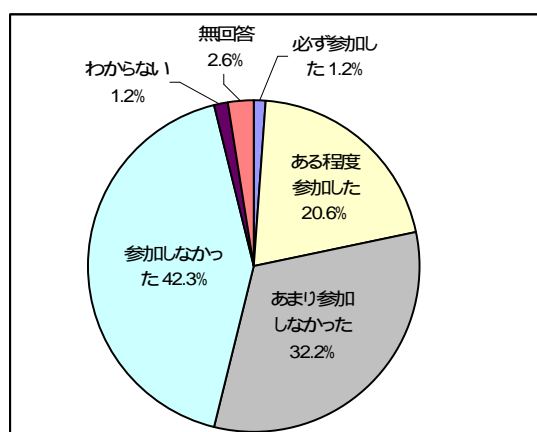
⁹ 「活気がある」「ある程度活気がある」と回答した人を「活気がある」とし、「あまり活気がない」「活気がない」と回答した人を「活気がない」とする。(以下同様)

¹⁰ サンプル数が統計的に信頼の足る数値に達していないために、「関心がある」「ある程度関心がある」を「関心がある」、「あまり関心がない」「関心がない」を「関心がない」に統合。

地域活性化に関心がある人で、3年前と比べると青葉区に“活気がある”と回答した人は71%、関心がない人は49%と22ポイントの差が生じた。検定結果から地域活性化への関心と活気があると感じているかどうかには関連性が認められた。活性化に「関心がない」人は「関心がある」人より「わからない」と回答している人が約23ポイント多かった。これは関心がない分、変化に気づきにくいと考えられる。以上のことから地域活性化に関心があると、地域の変化に敏感であるため、活気の有無に気づきやすくなると言えるのではないだろうか。また、地域活性化に関心があると、「活気がある」とプラスに考える人が多くなるようである。

第4節 青葉区住民の地域行事の参加状況と情報の取り入れ方

図4-6 地域行事の参加状況(N=345 単位:%)



ここ2、3年での青葉区の地域行事への参加度である。「必ず参加した人」は1%で、「ある程度参加した」人と合わせても22%にとどまる。参加しなかった人が多数を占め、青葉区の地域行事には住民はあまり参加していないと推測される。

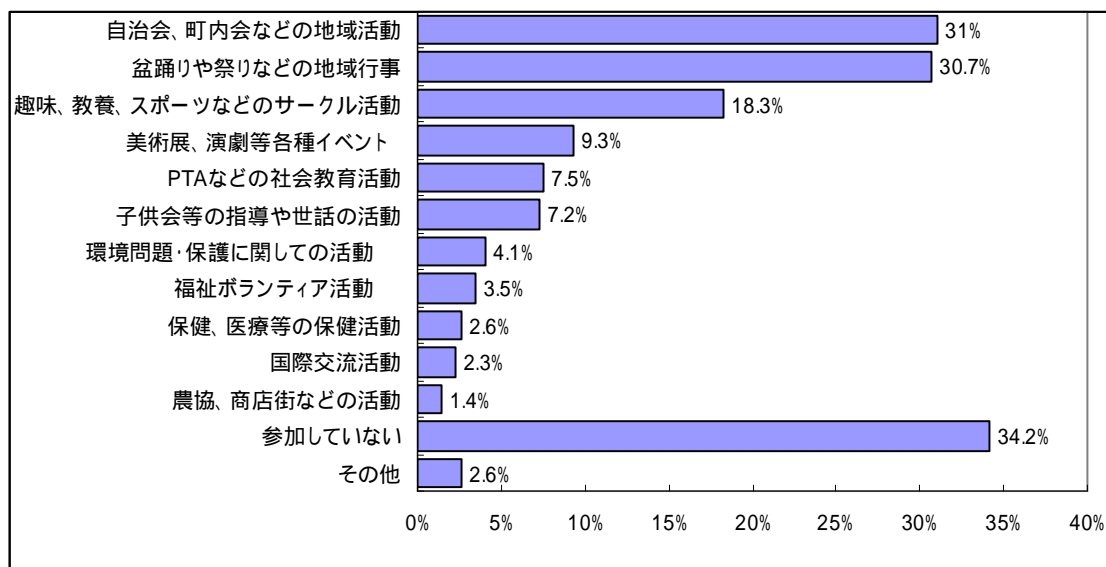
表4-10 年代と地域行事への参加のクロス

		N	必ず参加した	ある程度参加した	あまり参加しなかった	参加しなかった	わからない	無回答
年代	総計	345	1.0%	20.7%	32.4%	42.0%	1.2%	2.6%
	20代・30代	118	0%	19.5%	29.7%	47.5%	1.7%	1.7%
	40代・50代	133	0.8%	24.1%	30.1%	39.8%	2.0%	3.8%
	60歳以上	92	3.3%	17.4%	39.1%	38.0%	0%	2.2%

χ^2 値 = 9.5879776 df = 10 P値 = 0.4773536 > 0.05

「必ず参加した」「ある程度参加した」人の割合がどの年代でも2割前後であった。「あまり参加しなかった」人を含める「参加しなかった」人の割合も約7割であり、年代によって地域行事への参加度に変化は見られず、検定結果からも関連性は確認できなかった。ただ、20代・30代の「参加しなかった」とはっきり答える人が他の年代より8ポイント高く、特に参加度が低いようである。また、40代・50代で「ある程度参加した」との回答が24%と、他の年代より5ポイント程度高く、40代・50代の中年層は積極的に参加していると考えられる。

図 4-7 積極的に参加した活動(MA N = 345 単位: % 高い順にソーティング)



自治会、町内会などの地域活動や盆踊りや祭りなどの地域行事への参加は 30%を超え、他の活動と比べると積極的に参加している人は多いと言える。しかし、それらの参加度も「参加していない」人の 34%を下回った。マルチアンサーの質問のため、行事や活動に二重に参加している人は複数答えるが、「参加していない」を答えた人はそれだけを答えたため、そこから具体的な参加度としては半々で二極化しているのではないかとと言える。

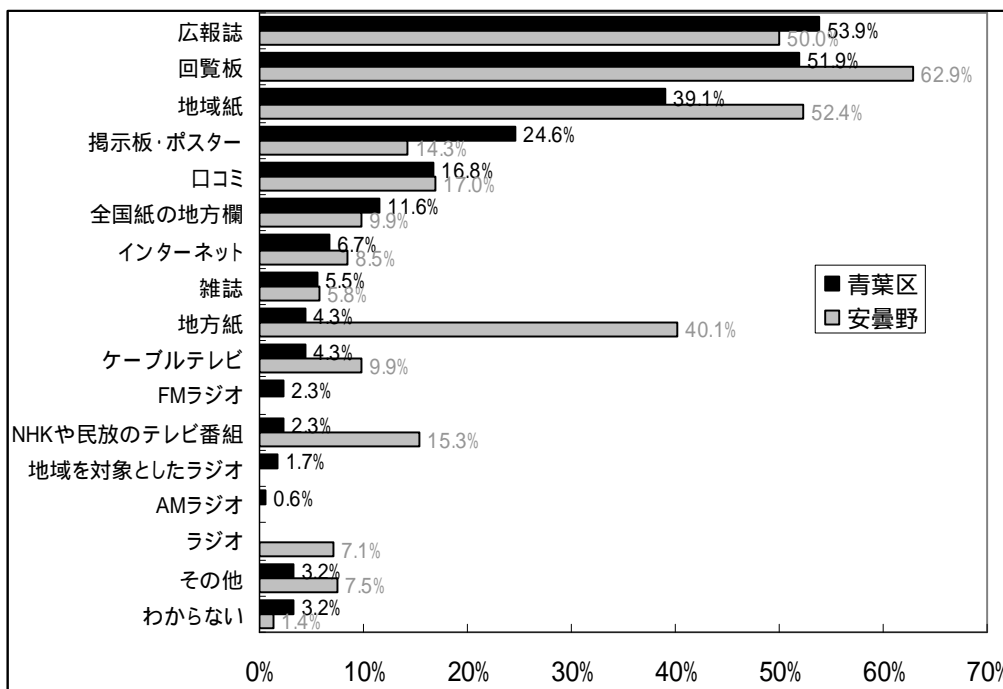
表 4-11 年代と積極的に参加した活動(MA)

		N	自治会、町内会などの地域活動	盆踊りや祭りなどの地域行事	趣味、教養、スポーツなどのサークル活動	美術展、演劇等各種イベント	参加していない
年代	総計	345	31.0%	30.7%	18.0%	9.3%	33.9%
	20代	27	0%	18.5%	14.8%	7.4%	59.3%
	30代	91	25.3%	44.0%	8.8%	3.3%	41.8%
	40代	85	28.2%	36.5%	16.5%	12.9%	32.9%
	50代	48	43.8%	29.2%	18.8%	8.3%	25.0%
	60代	61	42.6%	18.0%	26.2%	13.1%	27.9%
	70歳以上	31	41.9%	16.1%	35.5%	12.9%	19.4%

20代は、地域行事に「参加していない」人が 59%となり、70歳以上の人と比べると約 40ポイントも差がでる。また「自治会、町内会などの地域活動」では 20代は 0%で 30代と 25ポイントほど差があり、前述で述べたように、若い世代の地域行事の参加度の低さがうかがえる。

また、参加している活動は、50代以上になると「自治会、町内会などの地域活動」・「趣味、教養、スポーツなどのサークル活動」に積極的に参加しているのに対し、30代、40代では、「盆踊りや祭りなどの地域行事」といった行事・イベントに比較的好く参加していると言える。

図 4-8 行事・イベントに関する地域情報の取り入れ方 青葉区と安曇野の比較 (安曇野 N = 294
 単位: % 青葉区データの高い順にソーティング)



青葉区民の行事・イベントに関する情報の入手先を 2006 年調査の安曇野データと並べて表示したグラフである。青葉区は近郊地域であるのに対し、安曇野市は長野県中部に位置する地方都市である。

青葉区では「広報あおば」と「回覧板」が主であり、どちらも回答率は半数以上であった。また、「地域紙」によって行事・イベントの情報を入手する人も多く、4割の人が利用していると回答した。これらは全て、長年親しまれてきた、定期的に家庭に届く紙媒体のメディアである。

ラジオ、ケーブルテレビ、インターネットなどの電子・電波メディアは、紙媒体のメディアに比べて使われることは少なかった。「区民を対象にした FM 放送」は 2%と、非常に少ない結果となった。

青葉区と安曇野の大きな違いとして、まずほとんどの項目で青葉区を安曇野が上回った。掲示板・ポスターが青葉区のほうが多くなっているが、安曇野は回覧板が利用する人が多いため、それに頼っていないのではないかと。「地方紙」が 40%と高くなっているのは安曇野では地方新聞が普及しているためと思われる。

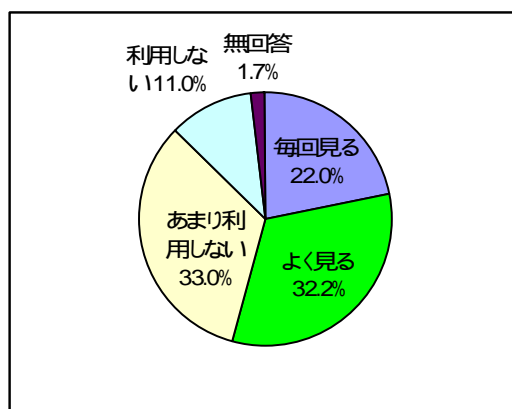
安曇野のような地方都市では、地域向けの情報を発信するのが容易であるということが推察できる。「掲示板・ポスター」や「地域紙」などは地域性が認識しやすければ、それだけ利用しやすいのではないかと。地域行事やイベントについてのお知らせがたくさん掲載されていれば、そこから意欲的に情報収集しているという行動が想定されるが、青葉区では特定の地域メディアから収集している様子はあまりみられない。

表 4-12 年代と地域情報の取り入れ方のクロス(図 4-8 の回答の上位 6 位・MA)

		N	広報あおば	回覧板	地域紙(あおば タイムスなど)	掲示板・ポス ター	口コミ	無料情報誌 (サルスなど)
年代	総計	345	53.6%	51.9%	38.8%	24.3%	16.8%	15.1%
	20代	27	29.6%	29.6%	14.8%	18.5%	22.2%	14.8%
	30代	91	44.0%	37.4%	39.6%	28.6%	19.8%	17.6%
	40代	85	45.9%	56.5%	45.9%	21.2%	15.3%	21.2%
	50代	48	62.5%	64.6%	33.3%	27.1%	14.6%	10.4%
	60代	61	68.9%	60.7%	42.6%	19.7%	14.8%	4.9%
	70歳以上	31	83.9%	67.7%	41.9%	32.3%	16.1%	19.4%

青葉区民の行事・イベントに関する情報の入手先の上位 6 つと年代のクロスである。広報あおばと回覧板は年代が上がるごとに利用率もあがる。地域紙は 20 代の利用率が 15%であり、他の年代と比べると低い。掲示板・ポスターは年代によってほとんど変化はなかった。口コミを利用している人は 20 代、30 代にやや多いといえる。無料情報誌は 60 代で 5%と特に低くなった。各年代でみていくと、20 代と 30 代を比べたときに大きな差が見られた。特に広報あおばでは 13 ポイント、地域紙(あおばタイムスなど)で 25 ポイントの差があった。このことから、20 代が地域情報を取り入れる手段が他の年代と異なっている可能性があると言える。

図 4-9 広報あおば利用度(N = 345 単位: %)



最も利用されている広報誌「あおば」の利用度は、「毎回見る」「よく見る」の合計が 54%と、「あまり利用しない」「利用しない」の合計 44%を上回った¹¹⁾。

この調査結果から、青葉区住民の過半数に利用されていることがわかった。

表 4-13 年代と広報あおば利用度のクロス

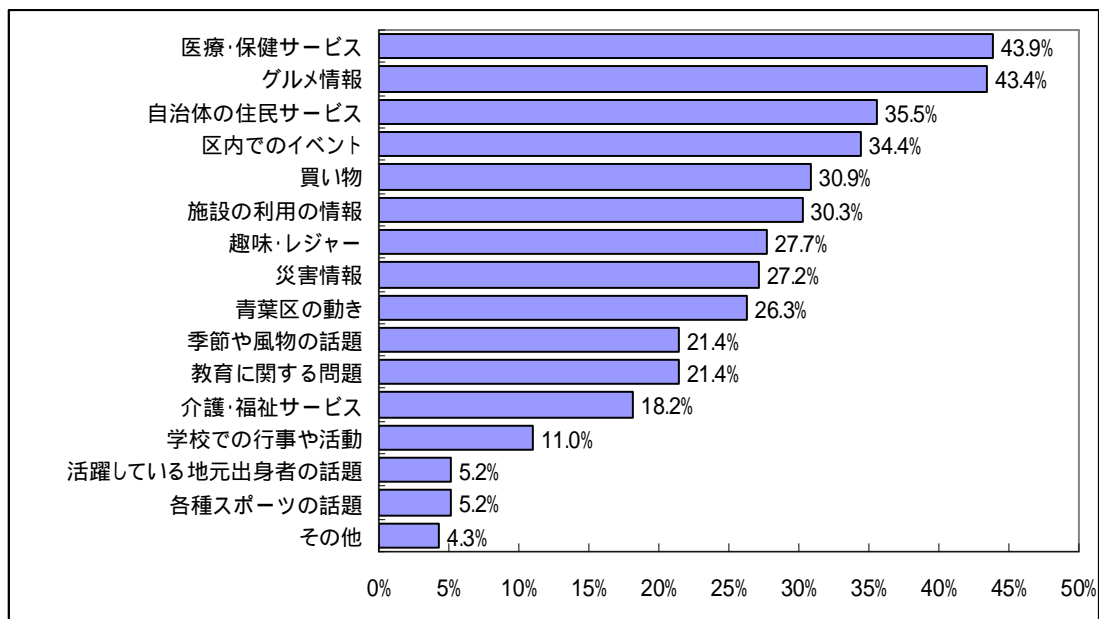
		N	毎回見る	よく見る	あまり見ない	利用しない	無回答
年代	総計	343	22.0%	32.2%	33.0%	11.0%	1.7%
	20代・30代	118	16.9%	22.0%	38.1%	22.9%	0%
	40代・50代	133	20.3%	35.3%	34.6%	6.8%	3.0%
	60歳以上	92	30.4%	41.3%	23.9%	2.2%	2.2%

χ^2 値 = 41.43835959 df = 8 P 値 = 1.7258E-06 < 0.05

各年代で見ると、20 代・30 代が 39%、40 代・50 代が 56%、60 歳以上が 72%と、年齢が高くなるにつれて広報あおばを“見る”人が多くなる。検定結果からも関連性が確認できた。

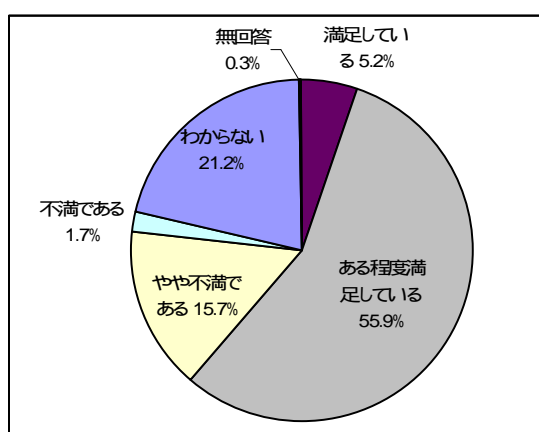
¹¹⁾ 以下、「毎回見る」「よく見る」人を“見る”層、「あまり利用しない」「利用しない」人を“利用しない”層とする。

図 4-10 普段の関心事 (MA N = 345 単位:% 高い順にソーティング)



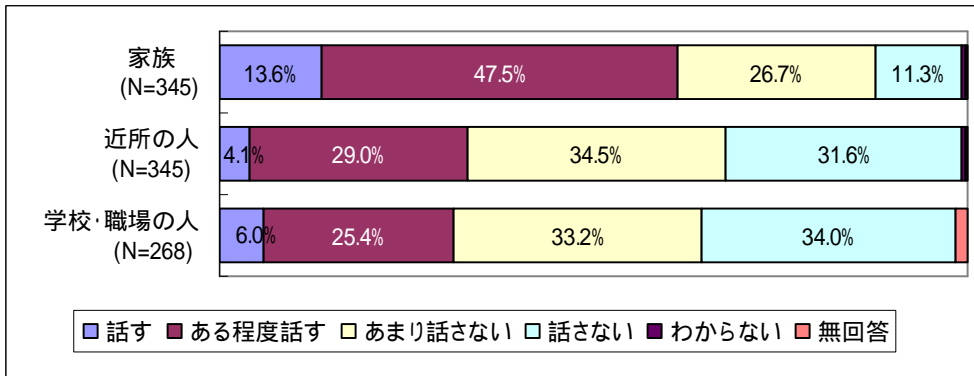
青葉区住民の関心事を見ると、「医療・保健サービス」が 44%と、最も多くの人に関心を持たれている。一方で「介護・福祉サービス」は 18.2%であり、26ポイントの差が生じていることは、青葉区に若い人が比較的多いためと考えられる。また、図 4-3 の青葉区をよいと感じる理由で「買い物に便利」と回答している人が 5 割近くいるのにも関わらず、「グルメ情報」の方が関心を持たれているのは想定外であった。また、住民にとって、自らの生活に直接関係してくると考えられる青葉区の情報として「自治体の住民サービス」「区内でのイベント」「青葉区の動き」「施設利用の情報」にも関心が寄せられている傾向がみられた。

図 4-11 地域情報には満足しているか(N = 345 単位:%)



地域情報に「満足している」人は 5%であり、「ある程度満足している」と合わせて 6割と、満足している人が多数派である。「やや不満である」は 16%、「不満である」は 2%となり、「わからない」の 21%のほうが多かった。

図 4-12 地域情報を誰にどの程度話すか(単位:%)

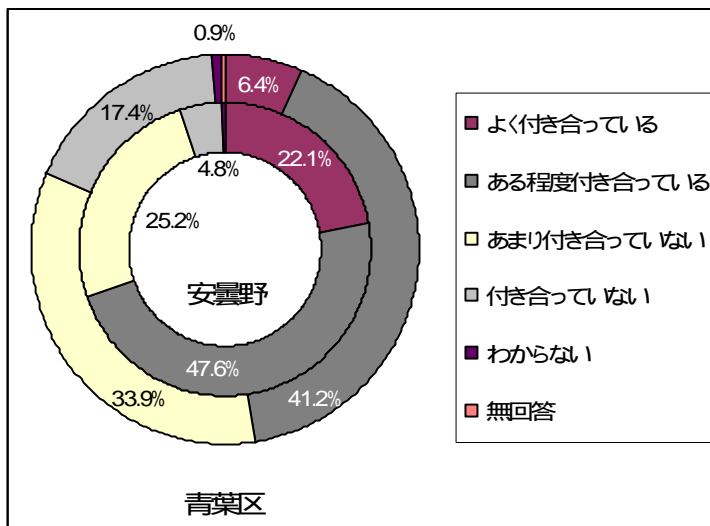


3

つを比較すると、地域情報を「家族に話す」と答えた人は、地域情報を「近所、学校・職場で話す」と答えている人よりも多い。その差は「話す」「ある程度話す」人を結合してみると更に顕著になる。「家族に話す」人は61%であるのに対し「近所、学校・職場の人に話す」人はそれぞれ33%、31%となり、30ポイントの差が開いている。地域情報は家族間での共通の話題となりうるといえるのではないか。

第5節 青葉区住民の近所付き合い

図 4-13 近所付き合いの度合い(青葉区 N = 345 安曇野 N = 294 単位:%)



青葉区では“付き合っている”人¹²が48%、“付き合っていない”人が51%と、おおむね半分ずつに分かれた結果となった。“付き合っている”人が安曇野では70%に達するのに対し、青葉区では48%となり、約22ポイントの差が生じた。これは近郊都市と地方都市の違いと考えられ、青葉区では安曇野ほど近所付き合いがされていないことがわかる。

¹² 以下、近所付き合いについて「よく付き合っている」「ある程度付き合っている」人を“付き合っている”、「あまり付き合っていない」「付き合っていない」人を“付き合っていない”とまとめる。

表 4-14 居住年数と近所付き合いのクロス

		N	よく付き合っている	ある程度付き合っている	あまり付き合っていない	付き合いがない	わからない	無回答
居住年数	総計	345	6.1%	41.2%	33.9%	16.8%	0.9%	0.3%
	3年未満	57	0%	24.6%	42.1%	31.6%	1.8%	0%
	3年以上5年未満	34	2.9%	29.4%	35.3%	29.4%	2.9%	0%
	5年以上10年未満	67	7.5%	38.8%	41.8%	11.9%	0%	0%
	10年以上20年未満	68	4.4%	54.4%	29.4%	11.8%	0%	0%
	20年以上30年未満	75	9.3%	44.0%	32.0%	13.3%	1.3%	0%
	30年以上	41	12.2%	53.7%	22.0%	9.8%	0%	2.4%

χ^2 値 = 41.87446367 df = 25 P 値 = 0.018539082 < 0.05

「5年以上10年未満」までは「付き合いがない」人の方が50%を超える。しかし、「10年以上20年未満」から「付き合っている」人の方が50%を超えるようになる。また、その変化も年数を重ねるごとに徐々に変わっていく。検定結果においても、居住年数と近所づきあいの程度に関連性は認められ、長く住むほど近所付き合いがされるようになるといえる。

表 4-15 居住地区と近所付き合いのクロス

		N	よく付き合っている	ある程度付き合っている	あまり付き合っていない	付き合いがない	わからない	無回答
居住地区	総計	345	6.4%	41.2%	33.9%	17.4%	0.9%	0.6%
	たまプラーザ	77	1.3%	41.6%	29.9%	24.7%	2.6%	0%
	あざみ野	96	9.3%	43.3%	33.0%	12.4%	0%	2.1%
	市ヶ尾	82	11.0%	39.0%	35.4%	13.4%	1.2%	0%
	青葉台	90	3.3%	40.0%	36.7%	20.0%	0%	0%

χ^2 値 = 23.65705 df = 15 P 値 = 0.071150961 > 0.05

どの地区においても「ある程度付き合っている」人が40%前後いる。「付き合っている」層の人を詳しくみていくと、たまプラーザ43%、あざみ野53%、市ヶ尾50%、青葉台43%となる。あざみ野と市ヶ尾については、たまプラーザと青葉台に比べて近所付き合いがされている傾向だといえるのではないだろうか。検定では地区による近所付き合いの違いには関連性は認められなかった。

表 4-16 近所付き合いと愛着のクロス

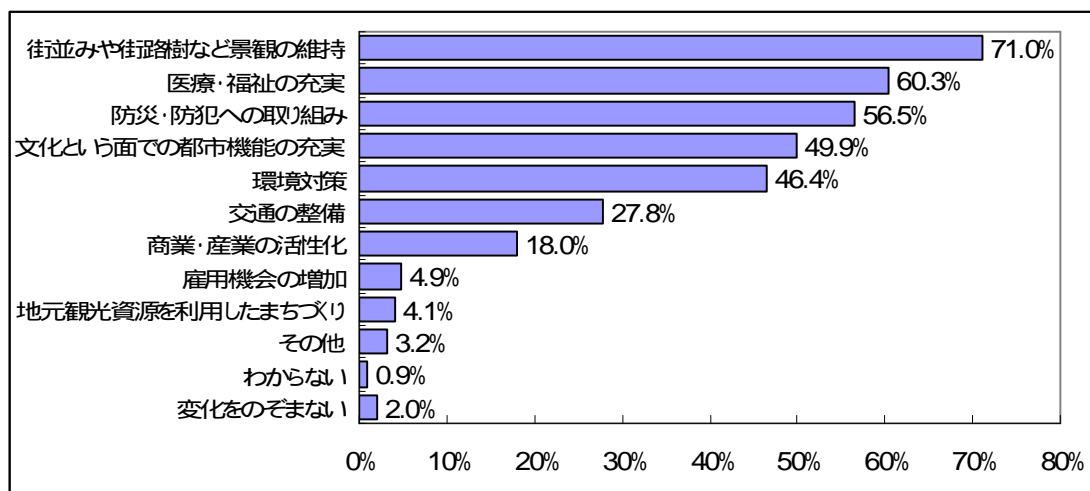
		N	感じている	ある程度感じている	あまり感じていない	感じていない	わからない	無回答
近所付き合い	総計	345	33.9%	47.8%	11.9%	2.0%	3.8%	0.3%
	付き合っている	164	42.7%	50.0%	3.7%	0.6%	3.0%	0%
	あまり付き合っていない	117	28.2%	47.0%	15.4%	2.6%	6.0%	0.9%
	付き合いがない	60	21.7%	46.7%	26.7%	5.0%	0%	0%

χ^2 値 = 39.61798151 df = 10 P 値 = 6.3571E-05 > 0.05

近所の人と「付き合っている」¹³人は愛着を「感じている」「ある程度感じている」人を合わせると93%の割合になる。近所付き合いをしているほとんどの人が愛着を感じていると言えるのではないだろうか。近所の人と「付き合いがない」人で愛着を「感じている」人は21%と比較的少なく、「あまり感じていない」人の割合は他と比べて高く、27%であった。検定結果からも、近所付き合いと青葉区に愛着を感じているかどうかに関連性が出ている。

¹³ サンプル数が統計的に信頼の足る数値に達していないために、「付き合っている」「よく付き合っている」を統合。

図 4-14 区がどのように変化することを望むか(MA N = 345 単位:% 高い順にソーティング)



一番多く 7 割の人が選択した回答は「街並みや街路樹・田園風景などの景観の維持」であった。先の図 4-3 の青葉区の良いと思うところでも「街並みが好き」という人が 51%いたことも合わせて、街並みが気に入られ維持されることを願っている人が多いといえるのではないだろうか。また、「医療・福祉の充実」を 60%、「防犯・防災への取り組み」を 57%の人が回答していることから、普段の暮らしの中で健康・安全が求められている傾向があると推測される。

表 4-17 年代と青葉区がどのように変化することを望むかのクロス

(図 4-14 の回答の上位 5 位・MA)

		N	街並みや街路樹など 景観の維持	医療・福祉の 充実	防災・防犯への 取り組み	文化という面での 都市機能の充実	環境対策
年代	総計	345	71.0%	60.3%	56.5%	49.9%	46.4%
	20代	27	63.0%	29.6%	40.7%	66.7%	48.1%
	30代	91	69.2%	57.1%	47.3%	52.7%	34.1%
	40代	85	64.7%	58.8%	57.6%	48.2%	41.2%
	50代	48	79.2%	66.7%	70.8%	47.9%	52.1%
	60代	61	78.7%	65.6%	65.6%	44.3%	68.9%
	70歳以上	31	74.2%	80.6%	54.8%	41.9%	41.9%

青葉区がどのように変化することを望むかの質問上位 5 つのクロス表である。「街並みや街路樹・田園風景などの維持」は各年代とも 60%以上であり、特に 50 代、60 代で約 80%と高くなっている。「医療・福祉の充実」では全体的に 6 割前後の中、20 代の 30%と 60 代の 81%の差が目立つ。「防犯への取り組み」は 20 代の 41%から上がり始め、50 代の 71%を頂点とし、60 代でくだり始める割合となった。「教育・文化・娯楽という面での都市機能の充実」は特に 20 代が 67%となり、年代が若いほど高くなっている。「樹林地の保護や河川の水質改善、ゴミ問題への取り組みなどの環境対策」は 30 代の 34%と 60 代の 69%といった差が特に目立つ。しかしながら年代により一貫した傾向は見いだせなかった。

第6節 まとめ

(1)住民意識

住民意識として青葉区民の地域への愛着を見ていくと、表4-2より、愛着は居住年数によって左右され、青葉区に長く住むほど地域に対し愛着が湧くようになるといえる。また、長く住むほど近所づきあいの程度が高くなり、近所づきあいをしている人ほど愛着を感じるようになる。つまり、青葉区でのより長い暮らしにより、地域や地域住民同士のつながりが深まり、帰属意識も高まるようである。

青葉区の良いところとして図4-3より、「交通の便が良い」「街並みが好き」「買い物に便利」など日常生活に密接に関係する要素が多く挙げられた。これらが「良い」と考えられているということは、青葉区は日常生活において利便性が高い地域だといえる。その日常生活が積み重なることによって青葉区の良さを実感していくのである。

また、青葉区民はまちづくりに関心を持っている人が多く、更にいえば地域への愛着を持っている人ほど関心を持つ人が多くなった。しかし、若年層や一人暮らしの人のまちづくりへの関心は比較的薄い傾向がみられた。それゆえ、この層を巻き込みながらのまちづくりが期待される。それによって、街の活気の変化や愛着などについて、「わからない」、または「感じない」と答えた人にも変化を感じることができるようになるのではないだろうか。

(2)地域行事の参加状況と情報の取り入れ方

地域社会に関心が薄い層、特に若年層が地域に関心を持つために地域の行事・イベントへの参加を促していくことが必要なのではないか。現状としては20代、30代はあまり関心を持っていないため参加度が低かった。地域行事は40代、50代が積極的に参加し、中心になり進めていると考えられる。積極的に参加した活動に関しても、実際に地域を運営するような活動で、参加者同士のコミュニケーションがより必要になってくると考えられる「自治会、町内会などの地域活動」、さらに「趣味、教養、スポーツなどのサークル活動」への参加は中年層以上が担っているようである。

若年層と中年層では、行事・イベントに関する情報の取り入れ方の違いがある。情報の取り入れ先としては全体では広報誌、回覧板、地域紙の利用度が高かったが、特に20代に他の年代とは異なる特徴が見られた。広報、回覧板、地域紙を利用している人の割合が低く、口コミを利用している人の割合がやや高いことである。つまり、紙メディアで積極的に詳しく情報を取り入れる行動がなされていないようである。区の広報誌である「広報あおば」を利用しない人が若年層に多いことから確認できる。

広報あおばの利用度は5割である。半数の人にしか利用されていない理由として、広報あおば以外のメディアの数が多く、地域情報に満足している人が6割いるためと考えられる。図4-8から安曇野と比較した結果からも確認できるが、青葉区住民は多数のメディアから情報を取り入れる必要性をあまり感じておらずに実際の閲読行動も低調である。現状として地域情報に特化したメディアに依存しなくても何かしらの手段によって、地域に関する情報は充足でき、それで満足しているのではないかと。若年層にとっては紙媒体以外での情報提供が鍵になってこよう。また、内容としても、各世代の普段の関心ごとの需要を読み取り、地域情報の満足度を満たしていく必要があるだろう。

第5章 青葉区住民とラジオ

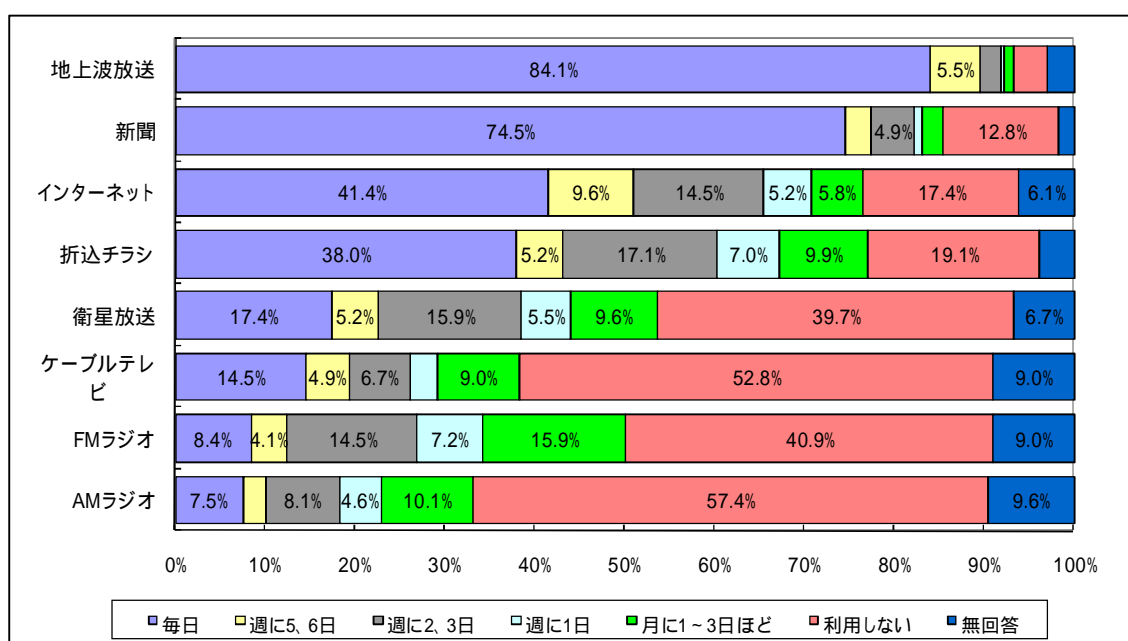
有馬大祐 白井沙幸 鈴木彩花 中村星太

第1節 はじめに

この章では、青葉区住民のラジオに対する意識を分析したうえで、FM サルースが受け手側である青葉区住民にどのように受け止められているのかを考察する。

第2節 青葉区住民のメディア利用とラジオ認識

図5-1 青葉区住民のメディア利用度(N=345 単位:% 利用度の高い順にソーティング)



青葉区の情報メディアの利用度を見たとき、「毎日」利用すると回答した人の割合が高いのは地上波放送で、次に新聞、インターネットと続く。衛星放送を「週に2、3日」以上利用する人は39%、ケーブルテレビを「週に2、3日」以上利用する人は26%であり、地上波放送と比べると利用頻度が低い。両メディアともに「利用しない」との回答が多くなっており、利用できる環境が整っている家庭が少ないと推察される。

ラジオを、「週に2、3日」以上利用すると回答した人の割合は、FMラジオでは27%、AMラジオでは19%という少数であった。また、ラジオを「利用しない」と解答した人は、FMラジオは41%、AMラジオは57%という結果となった。

これらの調査結果から、青葉区におけるラジオ利用度は他メディアに比べて低いことがうかがえる。

図 5-2 AM ラジオ聴取度 (N = 345 単位: %)

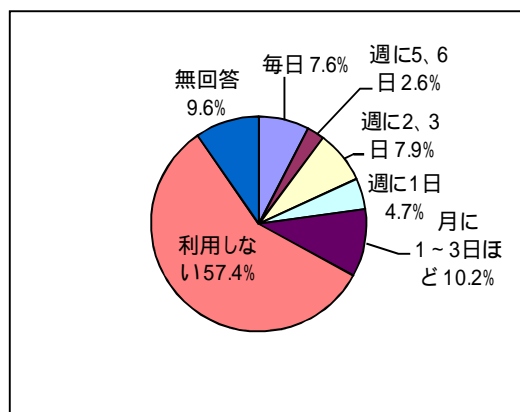
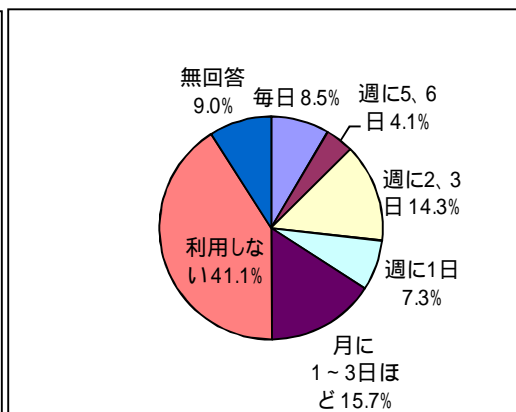


図 5-3 FM ラジオ聴取度 (N = 345 単位: %)



AM ラジオを「週に 2、3 日」以上聴取する率は 18%、「利用しない」割合は 57%である。

一方で、FM ラジオは AM ラジオに比べ利用する人が多く、「週に 2、3 日」以上の頻度で聴取する割合は 27%、「利用しない」割合が 41%である。

青葉区では AM ラジオよりも、FM ラジオの聴取度が高いことがうかがえる。

表 5-1 年代と AM ラジオ聴取度

		N	毎日	週に5, 6日	週に2, 3日	週に1日	月に1~3日ほど	利用しない	無回答
年代	総計	345	7.6%	2.6%	7.9%	4.7%	10.2%	57.4%	9.6%
	20代・30代	118	0%	2.5%	3.4%	5.9%	5.9%	77.1%	5.1%
	40代・50代	133	6.8%	1.5%	4.5%	4.5%	13.5%	61.7%	7.5%
	60歳以上	92	18.5%	4.3%	18.5%	3.3%	10.9%	26.1%	18.5%

χ^2 値 = 82.37101 df = 12 P 値 = 1.45E-12 < 0.05

年代別に見ていくと、20代・30代で、AM ラジオの聴取を「毎日」と解答した人はおらず、「週に 2、3 日」以上聴取するとの回答も 6%である。「利用しない」との回答も 77%と、どの年代よりも高い。よって、20代・30代は AM ラジオをほとんど聴取しないことがうかがえる。

それに対して、60代以上で、AM ラジオを「週に 2、3 日」以上聴取するとの回答は 41%、「利用しない」との回答は 26%と、対照的な結果になった。

この結果から、年齢が上がるにつれて AM ラジオ聴取率が上昇することが推察される。検定を行った結果、両者の関連性が証明された。

表 5-2 年代と FM ラジオ聴取度

		N	毎日	週に5, 6日	週に2, 3日	週に1日	月に1~3日ほど	利用しない	無回答
年代	総計	345	8.5%	4.1%	14.3%	7.3%	15.7%	41.1%	9.0%
	20代・30代	118	2.5%	5.1%	13.6%	10.2%	19.5%	47.5%	1.7%
	40代・50代	133	13.5%	4.5%	14.3%	5.3%	16.5%	40.6%	5.3%
	60歳以上	92	8.7%	2.2%	15.2%	6.5%	9.8%	33.7%	23.9%

χ^2 値 = 49.61917 df = 12 P 値 = 1.63E-06 < 0.05

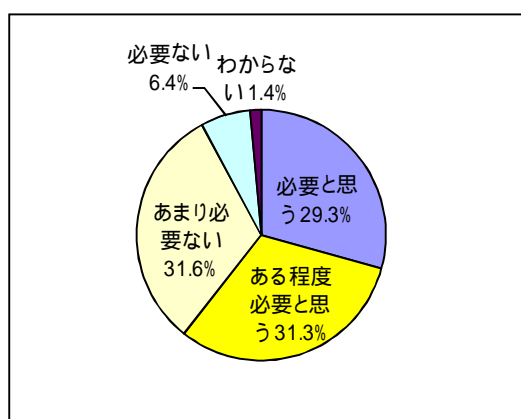
年代別に見ていくと、20代・30代は、「週に 2、3 日」以上聴取するとの回答は 21%であり、「利用しない」との回答は 48%である。FM ラジオの利用率は低利用に留まり、聴取度そのものも低い結果となった。

それに対して、40代・50代は「週に2、3日」以上聴取するとの回答は32%であり、「利用しない」との回答は41%である。FMラジオを最も積極的に聴取する年代であることがうかがえる。

また、60歳以上は、「週に2、3日」以上聴取する割合こそ26%と40代・50代に劣るが、「利用しない」との回答は34%と最も低い。

調査結果によると、AM聴取率とは異なり、40代・50代が最も積極的に聴取している。60歳以上は「利用しない」率が34%と最も低いが、「無回答」の割合が高く24%を占めていた。それを考慮すれば、年代とFMラジオ聴取率に関連性があると推察することが出来る。検定を行った結果、両者の関連性が証明された。

図 5-4 日常生活におけるラジオの必要性(N = 345 単位: %)



ラジオは日常において利用頻度の低いメディアである。しかし、その必要性を問うと、「必要と思う」29%、「ある程度必要と思う」31%と、合計して6割に届く割合であった。

表 5-3 年代と日常生活におけるラジオの必要性について

		N	必要と思う	ある程度必要と思う	あまり必要ない	必要ない	わからない
年代	総計	345	29.2%	31.5%	31.5%	6.4%	1.5%
	20代・30代	118	14.4%	37.3%	33.1%	11.9%	3.4%
	40代・50代	133	32.3%	27.8%	35.3%	3.8%	0.8%
	60歳以上	92	43.5%	29.3%	23.9%	3.3%	0%

χ^2 値 = 33.2649 df = 8 P 値 = 5.52E-05 < 0.05

項目別に見てみると、20代・30代が12%と、他の年代に比べて多いものの、ラジオを「必要ない」と感じている人はどの年代においても少ない。

日常生活におけるラジオの必要性は、年代が高くなるにつれて高くなっている。検定を行った結果、両者の関連性が証明された。

表 5-4 AM聴取度と日常生活におけるラジオの必要性

		N	必要と思う	ある程度必要と思う	あまり必要ない	必要ない	わからない
AMラジオ聴取率	総計	345	30.1%	29.8%	31.4%	7.1%	1.6%
	週に5日以上	35	82.9%	14.3%	2.9%	0%	0%
	週に1~4日	44	50.0%	45.5%	2.3%	2.3%	0%
	月に1~3日ほど	35	22.9%	48.6%	28.6%	0%	0%
	利用しない	198	17.7%	25.8%	43.4%	10.6%	2.5%

χ^2 値 = 103.5049624 df = 12 P 値 = 1.14245E-16 < 0.05

項目別に見ていくと、AMラジオを「週に5日以上」聴取すると回答した人は、ラジオを「必要と思う」83%、「ある程度必要と思う」14%と、ほぼ全ての人が日常生活においてラジオを必要と感じている。また、「週に1~4日」「月に1~3日ほど」も「必要と思う」の率こそ低下するものの、「ある程度必要と思う」は上昇し、合計すると高い率を占めている。

それに対し、ラジオを「利用しない」人は「必要と思う」18%、「ある程度必要と思う」26%と、大幅に低下し、「あまり必要ない」「必要ない」が大幅に増加している。このように、月に1日以上AMラジオを聴取する人とそうではない人との間に大きな差が見受けられる。

検定結果から、AMラジオ聴取度と日常生活におけるラジオの必要性には関連性があり、AMラジオを積極的に聴取する人ほど、日常生活においてラジオを必要と感じていることが証明された。

表 5-5 FM 聴取度と日常生活におけるラジオの必要性

		N	必要と思う	ある程度必要と思う	あまり必要ない	必要ない	わからない
FMラジオ 聴取率	総計	345	28.7%	30.3%	32.5%	7.0%	1.6%
	週に5日以上	43	72.1%	23.3%	4.7%	0%	0%
	週に1~4日	75	42.7%	42.7%	12.0%	1.3%	1.3%
	月に1~3日ほど	55	23.6%	43.6%	32.7%	0%	0%
	利用しない	141	9.9%	20.6%	51.8%	14.9%	2.8%

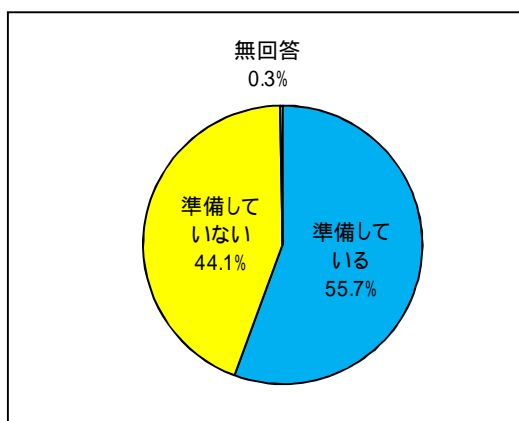
χ^2 値 = 125.2089688 df = 12 P 値 = 5.63096E-21 < 0.05

項目別に見ていくと、FMラジオを「週に5日以上」聴取すると回答した人は、ラジオを「必要と思う」72%、「ある程度必要と思う」23%と、ほぼ全ての人が日常生活においてラジオを必要と感じている。また、「週に1~4日」「月に1~3日ほど」も「必要と思う」の率こそ低下するものの、「ある程度必要と思う」は上昇し、合計すると高い率を占めている。

それに対し、ラジオを「利用しない」人は「必要と思う」10%、「ある程度必要と思う」21%と、大幅に低下し、「あまり必要ない」「必要ない」が大幅に増加している。表 5-4 と同様に、月に1日以上FMラジオを聴取する人とそうではない人との間に大きな差が見受けられる。

検定により、FMラジオ聴取度と日常生活におけるラジオの必要性には関連性があることが示された。AMラジオを積極的に聴取する人ほど、日常生活においてラジオを必要と感じている。

図 5-5 災害時用のラジオの準備度(N = 345 単位: %)



災害時に備えて携帯ラジオを「準備している」と回答した人の割合は 56%であり、約半数であった。回答者の半数は災害対策としてラジオの有効性を認識していることがうかがえる。

表 5-6 日常生活におけるラジオの必要性と災害時用ラジオ準備度

		N	準備している	準備していない	無回答
ラジオの 必要性	総計	345	55.6%	44.1%	0.3%
	必要と思う	101	71.6%	27.5%	1%
	ある程度必要と思う	108	47.7%	52.3%	0%
	必要ない	131	49.6%	50.4%	0%

χ^2 値 = 17.73171248 df = 4 P 値 = 0.001392 < 0.05

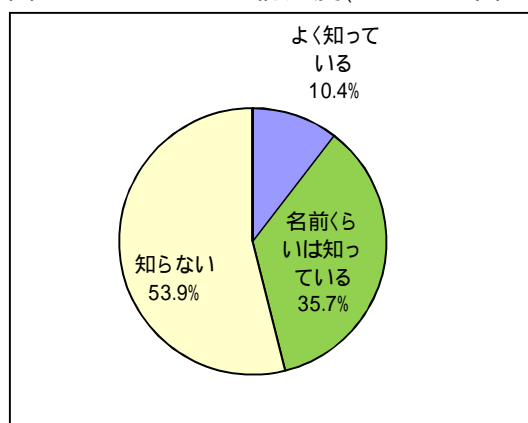
項目別に見ると、日常生活においてラジオを「必要と思う」と回答した人の 72% が災害時用ラジオを準備している一方、「必要ない」と回答した人の災害時用ラジオの準備率は 50% である。

その一方、日常生活においてラジオを「ある程度必要と思う」と回答した人の準備率は、「必要ない」と回答した人とほぼ同程度であったことは注目に値する。

しかし、「必要と思う」と「必要ない」との間に 22 ポイントの差があることから、ラジオの必要性と災害時用ラジオの準備率には関連性があり、ラジオを必要と感じている人ほど災害時用ラジオを準備していることが推察される。検定を行った結果、両者の関連性が証明された。

第 3 節 青葉区住民にとっての FM サルース

図 5-6 FM サルース認知度 (N = 345 単位: %)



よく知っているは 1 割に留まり、「名前くらいは知っている」(54%) 合わせても、認知者は半数に満たない結果となった。

表 5-7 青葉区における FM サルースの認知度

		N	よく知っている	名前くらいは知っている	知らない
年代	総計	345	10.4%	35.7%	53.9%
	20代・30代	118	9.3%	40.7%	50.0%
	40代・50代	133	15.0%	36.1%	48.9%
	60歳以上	92	5.4%	27.2%	67.4%

χ^2 値 = 11.75928293 df = 4 P 値 = 0.019234015 < 0.05

年代ごとに見ていくと、20代・30代といった若年層では「名前くらいは知っている」が 41% と、他年代との比較で最も高かった。逆に 40代・50代では「よく知っている」が 15% という高い割合を示し、「名前くらいは知っている」と合わせて、この年代では過半数が認知しているという結果を得た。60代以上を見ていくと、「よく知っている」、「名前くらいは知っている」と回答した割合は低下し、「知らない」と回答した割合が最も高くなる。

検定結果より年代とFM サルース認知度には関連性があることが示された。

表 5-8 職業別の FM サルース認知度

		N	よく知っている	名前くらいは知っている	知らない
職業	総計	345	10.5%	36.0%	54.4%
	農林業・漁業	2	50.0%	0%	50.0%
	自営業	15	6.7%	26.7%	66.7%
	会社の経営・企業の管理職	38	15.8%	31.6%	52.6%
	専業主婦	84	8.3%	39.3%	52.4%
	事務職・営業職の会社員・公務員	62	14.5%	32.3%	53.2%
	専門職	38	5.3%	47.4%	47.4%
	サービス業・技能職	27	3.7%	33.3%	63.0%
	パート・アルバイト	28	21.4%	32.1%	46.4%
	学生	7	0%	42.9%	57.1%
	無職	41	7.3%	29.3%	63.4%

職業別に FM サルースの認知者を見ると、サービス・パート、専門職に多い。

FM サルースに簡易ヒアリングで主なリスナーとして想定している“ターゲット”を聞いたところ、「昼の時間帯に家にいる専業主婦」という答えが返ってきた。

しかし、専業主婦の認知度は他の職業に比べ、抜きんでて高いというわけではなかった。

表 5-9 広報あおば利用度と、FM サルース認知度

		N	よく知っている	名前くらいは知っている	知らない
広報あおば 利用度	総計	345	10.6%	35.7%	53.7%
	毎回見る	76	15.8%	48.7%	35.5%
	よく見る	111	10.8%	37.8%	51.4%
	あまり利用しない	114	10.5%	28.9%	60.5%
	利用しない	38	0%	23.7%	76.3%

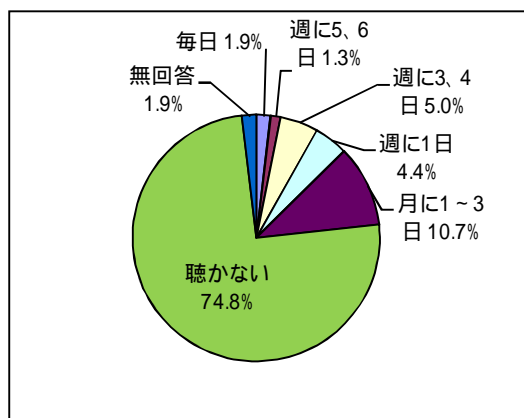
χ^2 値 = 18.04218 df = 6 P 値 = 0.006128 < 0.05

すでに述べた通り、FM サルースは広報あおばと提携している。両者は、広報あおばで FM サルースの記事を掲載したり、広報あおばの編集者や取材対象者を FM サルースに出演させたりしている。従って広報あおばをよく利用する人ほど、FM サルースを知っていると推察される。

広報あおばの利用度別に FM サルースの認知度を見ていくと、利用度が上昇するにしたがい「よく知っている」「名前くらいは知っている」の占める割合が上昇し、「知らない」の割合が低下している。

検定結果から、広報あおばの利用度と FM サルースの認知率には関連性があり、広報あおばを利用する人ほど FM サルースを認知していることが証明された。

図 5-7 FM サルース認知者における聴取度(N = 159 単位: %)



FM サルース認知者(「よく知っている」+「名前くらいは知っている」計)の聴取度を見てみると、「毎日」との回答が2%、「週に5、6日」との回答が1%と、頻繁に聴取するFMサルース認知者は少ないことがうかがえる。

それに対し、「聴かない」との回答は75%を占めており、聴取していない認知者が大勢いることがうかがえる。FM サルースの存在を知らない人も合わせると、FM サルースは低接触に留まっている実態が明らかになった。

表 5-10 認知者の年代別 FM サルース聴取度

		N	毎日	週に5、6日	週に2、3日	週に1日	月に1～3日ほど	聞かない	無回答
年代	総計	159	1.9%	1.3%	5.0%	4.4%	10.7%	74.8%	1.9%
	20代・30代	59	0%	0%	5.1%	0%	13.6%	81.4%	0%
	40代・50代	68	2.9%	2.9%	1.5%	5.9%	8.8%	75.0%	2.9%
	60歳以上	30	3.3%	0%	13.3%	10.0%	10.0%	60.0%	3.3%

χ^2 値 = 19.14556 df = 12 P 値 = 0.090556 > 0.05

年代別に FM サルースの聴取度を見ると、20代・30代では「毎日」聴取している認知者はいないが、40代・50代、60歳以上ではそれぞれ3%いる。それに対し、20代・30代では81%が「聞かない」と回答しているのに対し、40代・50代が75%、60歳以上は60%と低下し、年代が上がるに従って聴取行為率も上がっていることは見て取れる。

検定結果から、年代とFMサルースの聴取率には明確な関連性が見られなかった。

表 5-11 認知者の職業別 FM サルース聴取度

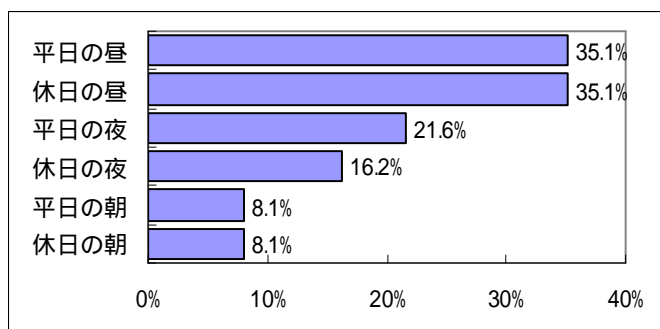
		N	毎日	週に5、6日	週に2、3日	週に1日	月に1～3日ほど	聞かない	無回答
職業	総計	159	1.9%	1.3%	5.1%	4.5%	10.9%	74.4%	1.9%
	専業主婦	39	5.1%	0%	2.6%	0%	5.1%	87.2%	0%
	その他の職業	117	0.9%	1.7%	6.0%	6.0%	12.8%	70.1%	2.6%

χ^2 値 = 10.18210503 df = 6 P 値 = 0.117189705 > 0.05

FM サルースのメインターゲットは専業主婦である。他の職業と比べると、専業主婦は「毎日」との回答が、その他の職業より3ポイント多く、ヘビーユーザーが「その他の職業」に比べて多いことがうかがえる。しかし、「聞かない」との回答も、その他の職業より17ポイントも上回る結果となった。また、「週に2、3日」「週に1日」「月に1～3日ほど」の3項目も、FMサルースを聴取する青葉区住民の割合は、専業主婦よりもその他の職業の方が高い。

検定結果から、専業主婦であることとFMサルースの聴取度には関連性がなく、専業主婦であるかないかは、FMサルースを聴取する条件にはならないのではないかと推察される。

図 5-8 FM サルース聴取時間帯(MA N=37 単位:% 高い順にソーティング)



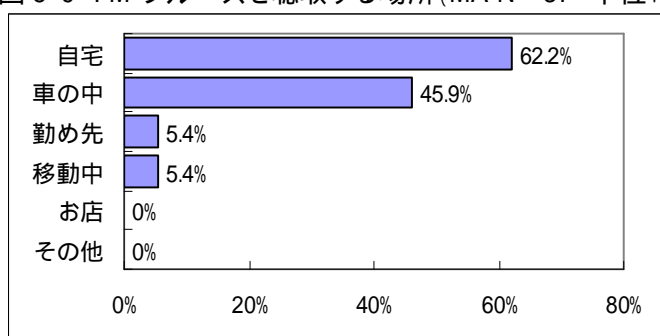
「平日の昼」「休日の昼」と、「平日の朝」「休日の朝」が、それぞれ35%と8%で同数であった。

「平日の夜」と「休日の夜」では6ポイント差があり、「平日の夜」の方が聴取されている事がわかった。

この調査結果から、FM サルースが聴取されている時間帯は、昼、夜、朝の順であり、夜間時間帯に関しては休日よりも平日のほうが聴取されていることがうかがえる。

朝の順であり、夜間時間帯に関しては休日よりも平日のほうが聴取されていることがうかがえる。

図 5-9 FM サルースを聴取する場所(MA N=37 単位:% 高い順にソーティング)



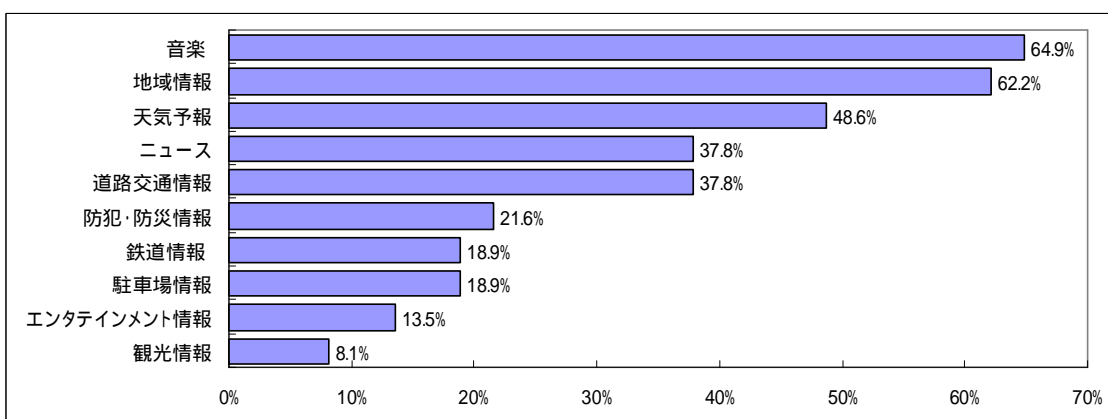
FM サルースを聴取する場所は、「自宅」の62%が最も高く、次いで「車の中」の46%となっている。

その一方で、「勤め先」「移動中」は共に5%と、上記の2つに比べて著しく低い結果となった。

この調査結果から、FM サルースは聴取者のプライベートな空間で聴取

されていることがうかがえる。また、「勤め先」「移動中」の回答が低く、「お店」の回答がなかった。

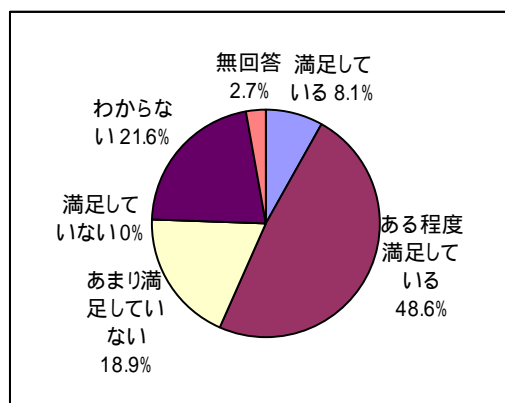
図 5-10 聴取者が認知している放送している情報(MA N=37 単位:% 高い順にソーティング)



FM サルースが主に力を入れている「音楽」が最も認知されており、65%を占めている。「地域情報」も62%と高い認知率を誇り、地域密着型のコミュニティ FM の責務を十分に果たしているといえるだろう。

しかし、FM サルースの特色の1つである「駐車場情報」の認知率は19%と、「音楽」や「地域情報」に比べて低い。聴取者にさえ認知されていないことが、FM サルースの低聴取率の要因の1つではないだろうか。

図 5-11 聴取者の FM サルース満足度 (N = 37 単位: %)

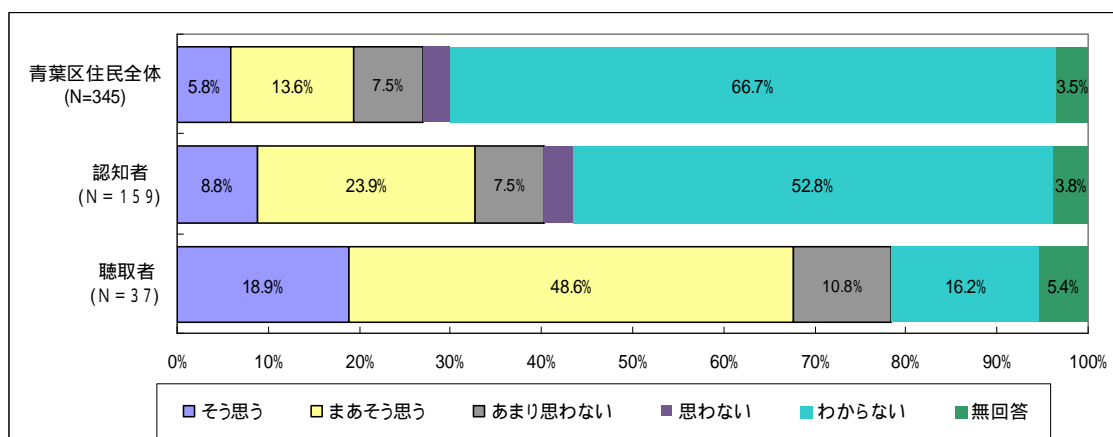


「満足している」と「ある程度満足している」の割合が 57%と、「あまり満足していない」の 19%を 38ポイントも上回っている。

この調査結果により、FM サルースは聴取者の過半数に満足感を与えているといえる。

しかし、聴取者の中にはサルースの満足度を「わからない」と 22%が回答している。「わからない」と回答した人は、FM サルースを聞く頻度が低いと推測される。

図 5-12 FM サルースの地域貢献 (単位: %)

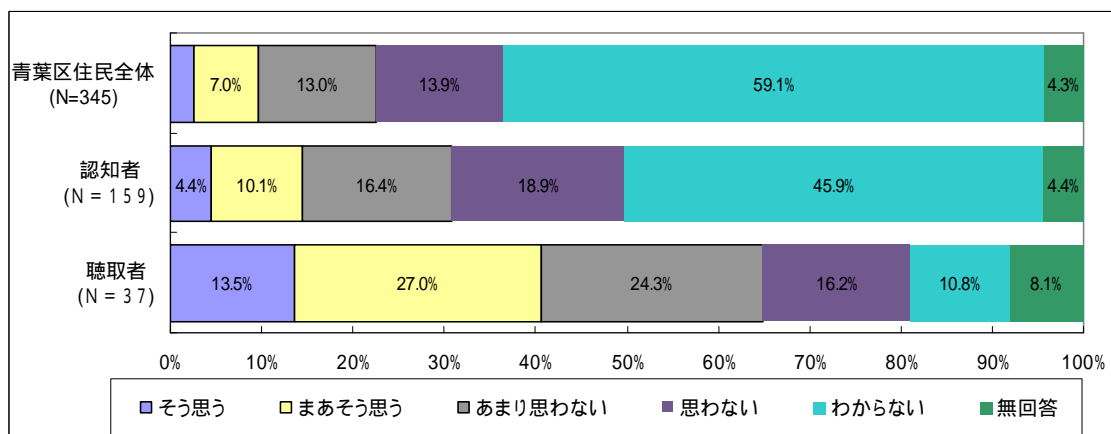


青葉区住民全体は、FM サルースが地域貢献をしているかという問いに対し「そう思う」「まあそう思う」の合計が 19%、「あまり思わない」「そう思わない」の合計 10%を倍近く上回った。しかし、67%が「わからない」と回答しているのが現状であり、現在のところ、FM サルースの地域貢献は現青葉区住民全体に認められているとは言い難い。この結果は、現時点での FM サルースの認知率は青葉区民の約半数であり、FM サルースが地域に貢献しているのか判断できなかった人が多かったからだと推察される。

認知者に限定すると、青葉区住民全体よりも、「そう思う」9%、「まあそう思う」24%と上昇し、「あまり思わない」「思わない」と回答した人の約 3 倍となった。しかし、「わからない」との回答も 53%と、依然として過半数を占めており、認知者間でも地域貢献が認められているとは言い難い。

聴取者のみの回答に絞ってみると、他の 2 項目との違いが出る。「わからない」との回答が 16%と大幅に減り、「そう思う」、「まあそう思う」が、それぞれ 19%、49%と大きく上昇している。しかしながら、「あまり思わない」との回答も 11%と上昇している。これは、「思わない」との回答が無くなったためであると推察される。「思わない」の率が向上したことを考慮しても、聴取者において、FM サルースの地域貢献が認められていることがうかがえる。

図 5-13 FM サルースの必要性(単位:%)

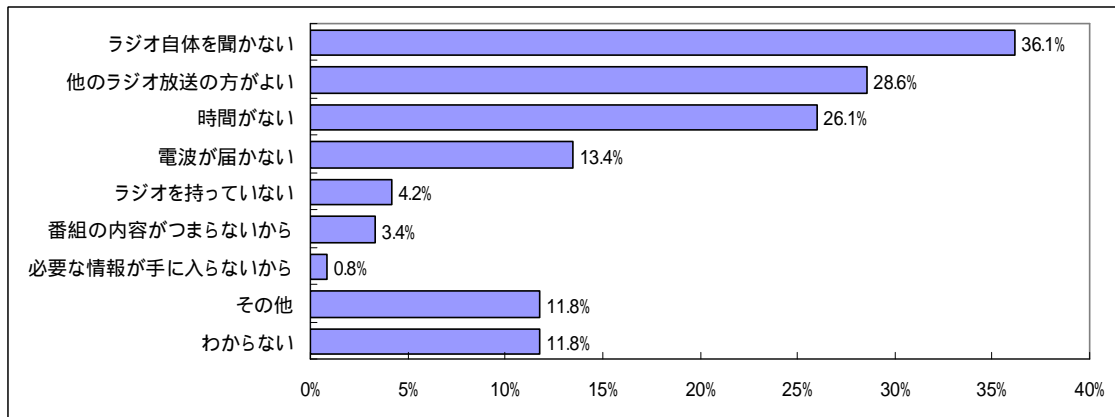


青葉区住民全体は、FM サルースの必要性を問うと、「そう思う」「まあそう思う」との回答の合計が10%、「あまり思わない」「そう思わない」の合計 27%の半数以下となった。「わからない」との回答が 60%を占めていることから、現時点では、FM サルースは青葉区住民全体に必要とされているとは言い難い。この結果は、図 5-12 同様、現時点での FM サルースの認知率は青葉区民の約半分であり、FM サルースの必要性が判断できなかった人が多かったからだと推察される。

認知者に限定すると、青葉区住民全体よりも、「そう思う」4%、「まあそう思う」10%と、必要としている人の割合は上昇した。しかし、「あまり思わない」「思わない」と回答も、それぞれ 16%、19%と上昇したため、FM サルースを必要と感じている認知者の割合は低い。また、「わからない」との回答も 46%と、依然として半数近くを占めており、認知者間でも FM サルースは必要とされているとは言い難い。

聴取者のみの回答に絞ってみると、「そう思う」14%、「まあそう思う」27%と、必要としている人の率は上昇した。しかしながら、「あまり思わない」24%、「思わない」16%と、図 5-12 とは異なり上昇している。「あまり思わない」「思わない」との回答者(N = 37人)のFMサルースの聴取頻度は、「週1回」以下が22人と大半を占める。このような低聴取状態では、必要度の評価そのものを行うことが困難であり、必要性が低いとの回答が上昇したと考えられる。また、「わからない」との回答は大幅に減ったものの11%を占めている。これらのことから、地域貢献とは異なり、聴取者間でもFMサルースの必要度はあまり高くないことが示唆される。

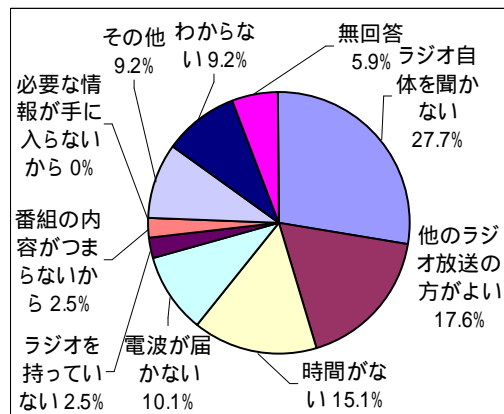
図 5-14 FM サルースを聴取しない理由 (MA N = 119 単位: % 高い順にソーティング)



FM サルースを聴取しない理由としては、「ラジオ自体聞かない」と回答する人が最も多く 36% を占めた。これは、ラジオを聞かなくても欲しい情報が手に入る手段が複数あるからではないだろうか。そのために、他のメディアにおされてしまっている事が要因として考えられる。また、「電波が届かない」13% というコミュニティ FM 自体の問題と言えるものもある。

12% を占めた「その他」の内容の多くは、FM サルースの周波数を知らないというものであった。

図 5-15 FM サルースを聴取していない認知者が FM サルースを聴取しない最も大きな理由



(N = 119 高い順にソーティング 単位: %)

このグラフは、図 5-18 のなかで、最も大きな理由を問うた結果である。

FM サルースを聴取しない最も大きな理由として、「ラジオ自体を聴かない」と回答する割合が最も高く、28% に達した。これは、青葉区住民全体におけるラジオ放送の聴取率の低さからも当然の結果といえる。

また、「他のラジオ放送の方がよい」18%、「電波が届かない」10%と、コミュニティ FM 自体の問題は、

全体の 28% であり、「ラジオ自体を聴かない」という回答と同じ割合となった。

しかし、このグラフで最も注目すべき点は「必要な情報が手に入らないから」との回答が 1 つもないことである。FM サルースの低聴取率は、提供する情報の不足が原因でないことがうかがえる。

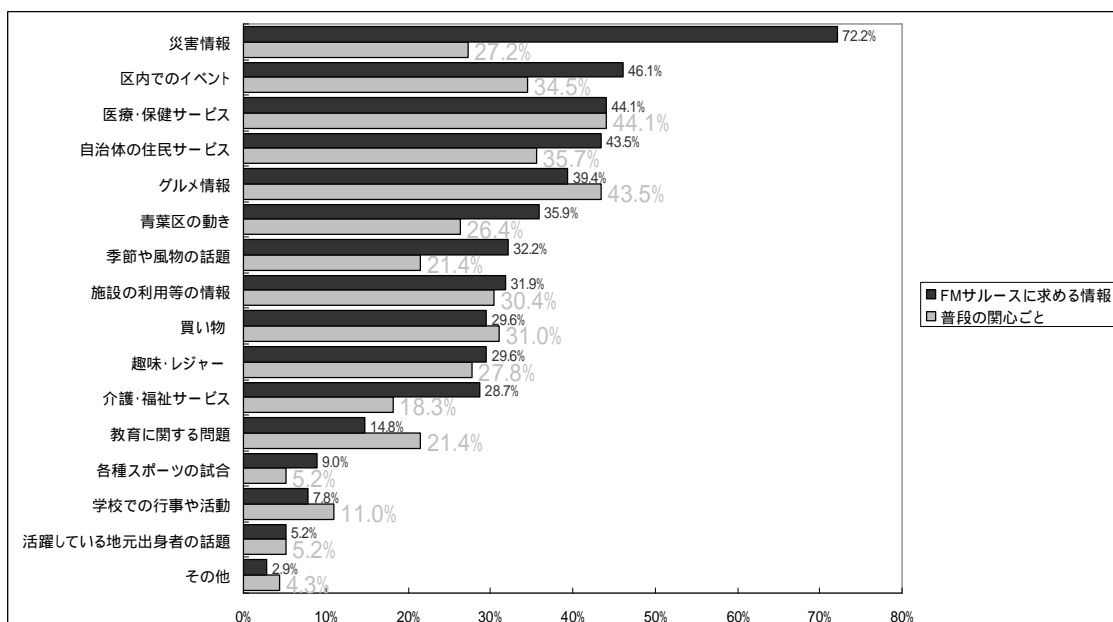
表 5-12 年代とFM サルースを聴取しない最も大きな理由

		N	ラジオ自体を聞かない	他のラジオ放送の方がよい	時間がない	電波が届かない	ラジオを持っていない	番組の内容がつまらないから	その他	わからない	無回答
年代	総計	119	27.4%	17.9%	15.4%	10.3%	2.6%	2.6%	9.4%	9.4%	5.1%
	20代・30代	48	35.4%	12.5%	16.7%	10.4%	4.2%	2.1%	10.4%	6.3%	2.1%
	40代・50代	51	23.5%	23.5%	13.7%	7.8%	2.0%	3.9%	7.8%	11.8%	5.9%
	60歳以上	18	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	0%	11.1%	11.1%	11.1%

年代別に見ていくと、20代・30代は「ラジオ自体を聞かない」との回答が他の年代と比べて高い。また、60歳以上は「他のラジオ放送のほうが良い」との回答が最も多く23%であった。これは、60歳以上の方は普段からラジオを聴いており、自分の好きなラジオ局ないしは番組があるからではないだろうか。

その他には、「電波が届かない」との回答が、各年代において、8%～17%と差があるものの、軽視できない数字を占めている。

図 5-16 FM サルースに求める情報と、普段の関心ごと(MA N=345 単位:% FM サルースに求める情報が高い順にソーティング)



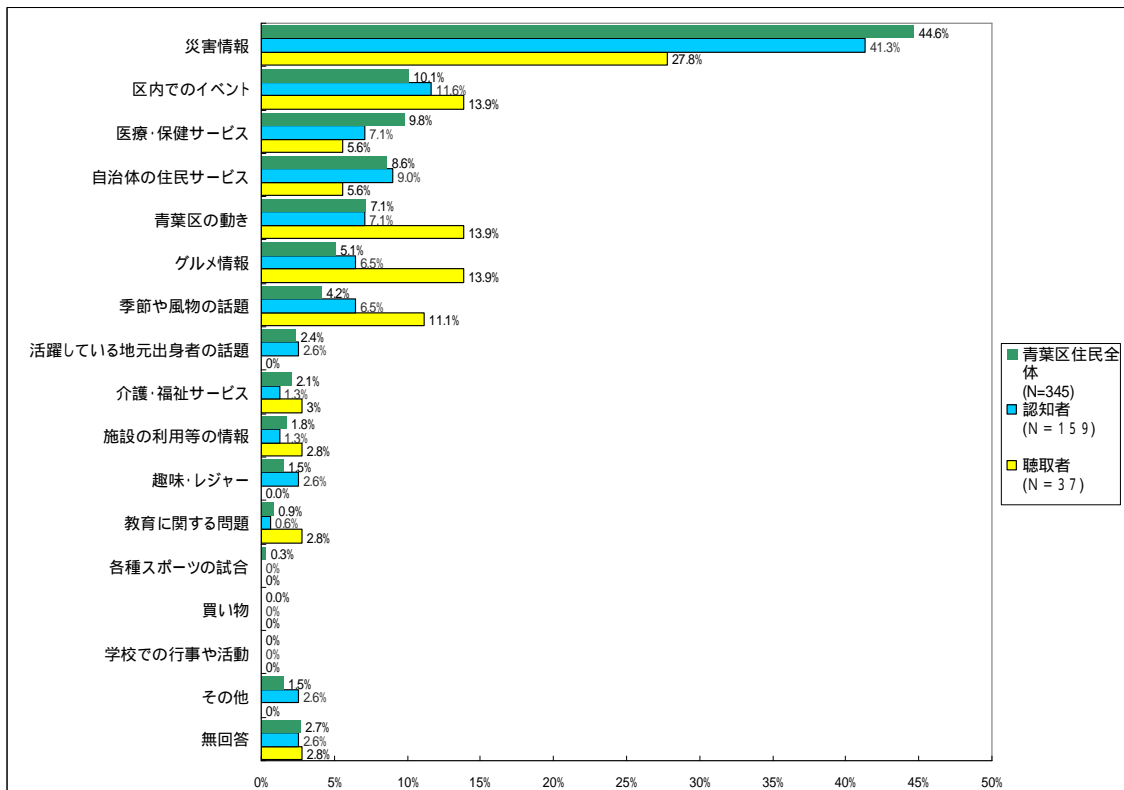
全体傾向として、青葉区民がFMサルースに求める情報は、地域に根ざした情報が主であるが、このような情報を普段から求めていると必ずしも言えない事がうかがえる。

このような傾向が顕著に現れたものが、「災害情報」についてである。FM サルースに求める情報への回答率は72%と最も高い数値であるが、普段の関心ごとでの回答率は27%であり、45ポイントもの差がついた。また、FM サルースに求める情報において「災害情報」の次に高い数値となった「区内でのイベント情報」も13ポイントの差がついている。

一方、「医療サービス」や「施設の利用等の情報」など、FM サルースに求める情報と普段の関心ごとの回答率の差が小さいものもある。

この結果から、青葉区住民はFM サルースには“地域に密着した情報”を、他メディアには“自分に直接関わりがある情報”を求めているという事が推察される。

図 5-17 FM サルースに最も求める情報(単位: % 青葉区住民全体の高い順にソーティング)



このグラフは、図 5-16 で FM サルースに求める情報の中で最大のものを問うたものである。

青葉区住民全体の各項目の割合は、基本的に上記のグラフで FM サルースに求める情報と致している。最も多く FM サルースに求められているのは「災害情報」であり、45%を占めており、「活躍している地元出身者の話題」「学校での行事や活動」の回答は無かった。

認知者に絞ってみても、おおよそ青葉区住民全体と一致している。

しかし、聴取者に絞ると変化が見られる。聴取者も「災害情報」を最も求めていることには変わらないが、その割合は 28%と、青葉区住民全体の 45%、認知者の 41%を下回り、「青葉区の動き」「グルメ情報」「季節や風物の話題」「教育に関する問題」は逆に倍近く上回った。

これらの調査結果から、実際に FM サルースを聴取していない人と、実際の聴取者とは求めている情報が異なることがうかがえる。

表 5-13 年代と FM サルースに最も求める情報¹⁴

		N	災害情報	青葉区の動き 自治体の 住民サービス	医療・保健 介護・福祉 サービス	区内での イベント 各種スポーツの試合	買い物 グルメ情報	季節や 風物の話題	施設の 利用等の情報	趣味・レジャー	教育に 関する問題	その他 無回答
年代	総計	345	43.7%	15.5%	11.4%	10.2%	7.0%	4.1%	1.7%	1.5%	0.9%	4.1%
	20代・30代	118	33.9%	14.4%	8.5%	17.8%	12.7%	2.5%	1.7%	2.5%	1.7%	4.2%
	40代・50代	133	56.4%	13.5%	3.8%	8.3%	6.0%	4.5%	3.0%	0.8%	0.8%	3.0%
	60歳以上	92	38.0%	19.6%	26.1%	3.3%	1.1%	5.4%	0%	1.1%	0%	5.4%

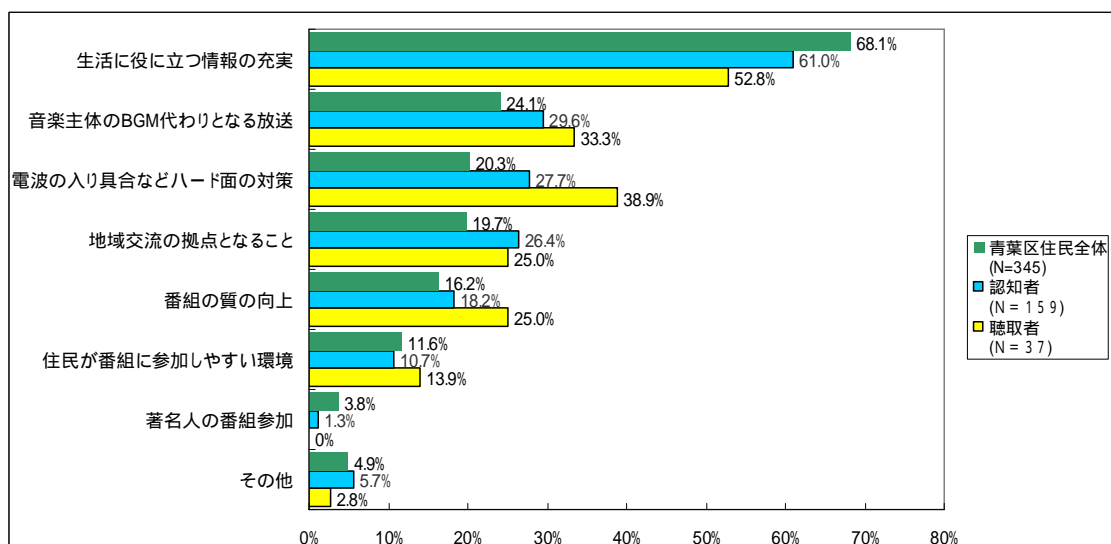
¹⁴ 「青葉区の動き」と「自治体の住民サービス」を、「区内でのイベント」と「各種スポーツの試合」を、「医療・保健サービス」と「介護・福祉サービス」を、それぞれ類似のものは足し合わせて表示した。

どの年代も共通に求めている情報と、年代によって差が出るものに分かれた。

どの年代も共通に求めている情報としては、「青葉区の動き・自治体のサービス」「災害情報」などが挙げられる。特に「災害情報」を求める声は、どの年代においても最も高かった。

それに対し、年代によって差が出たのは、「医療・保険・介護・福祉サービス情報」「区内のイベント・各種スポーツの試合」「買い物・グルメ情報」などが挙げられる。「医療・保険・介護・福祉サービス情報」を求めるのは60歳以上の高齢者に多く、「区内のイベント・各種スポーツの試合」「買い物・グルメ情報」を求めるのは20代・30代を中心とした若年層と、年代による差がはっきりと出た。

図 5-18 FM サルースに望むこと(MA 単位: % 青葉区住民全体の高い順にソーティング)



FM サルースに最も多く望まれていることが「生活に役立つ情報の充実」である。青葉区住民全体、認知者、聴取者共に最も高く、全て過半数を占めている。普段から自身に関連する事柄に関心を持っている青葉区住民が、地域密着型を謳うコミュニティFMに求めるのは当然といえる。

図 5-17 とは異なり、聴取者とそうでない人との間に、倍以上の差がつくことは無かったが、差が出た項目もある。中でも聴取者が「電波の入り具合などハード面の対策」を望む声は、青葉区住民全体とくらべて19ポイント上回っている。

表 5-14 年代とFM サルースに望むこと(MA)

	N	著名人の番組参加	電波の入り具合などハード面の対策	住民が番組に参加しやすい環境	番組の質の向上	生活に役立つ情報の充実	地域交流の拠点となること	音楽主体のBGM代わりとなる放送	その他
総計	345	3.8%	20.4%	11.7%	16.3%	68.5%	19.8%	24.2%	5.0%
年代									
20代・30代	118	5.1%	21.2%	9.3%	16.1%	65.3%	18.6%	27.1%	5.1%
40代・50代	133	3.0%	18.8%	8.3%	17.3%	73.7%	18.8%	25.6%	4.5%
60代以上	92	3.3%	21.7%	19.6%	15.2%	65.2%	22.8%	18.5%	5.4%

多くの項目で、年代による大差は見受けられない。図 5-18 で最も多かった「生活に役立つ情報」を求める声がどの年代でも最も高く、「著名人の番組参加」が最も低く、どの年代もおおよそ図 5-18 の比率を反映した結果となった。

第4節 まとめ

(1)青葉区住民にとってのラジオの位置づけ

図5-1からうかがえるように、AM、FM双方ともに、ラジオの利用度は地上波放送、新聞などのメディアに比べて低い。また図5-2からうかがえるように青葉区住民には地域情報を入手する手段としては有力視されていない。

しかし、青葉区においてラジオがまったく必要とされていないわけではない。図5-4を参照すればわかるように、日常生活においてラジオを「必要と思う」、「ある程度必要と思う」の合計が6割に届き、青葉区住民の過半数がラジオを必要としていることがうかがえる。

では、日常における聴取度が低いにもかかわらず、なぜ、青葉区住民の過半数がラジオを必要としているのだろうか。その理由は、「災害時」にあると推察される。図5-5からうかがえるように、青葉区住民の過半数が災害時用ラジオを準備している。また、表5-6からうかがえるように、日常生活におけるラジオの必要性と災害時用ラジオの準備率には関連性があり、ラジオを必要と感じる人ほど災害時用ラジオを準備している。青葉区住民にとっては、ラジオは地上波放送や新聞とは異なり、日常用メディアとしてよりも、災害時用メディアとしての色が強いのではないかと推察される。

日常においての必要性が高いのは、調査日前後にはテレビニュース等で緊急地震速報が取り上げられるなど、災害が身近なものとして認識されていたことが、要因として考えられる。

(2)青葉区住民のFM サルース認識

FM サルースの考察においては、FM サルースの認知度が重要になってくる。冒頭部分でも記載した通り、FM サルースは青葉区を対象にしたコミュニティFMである。青葉区住民のFM サルース認知度は図5-6で示した通り、青葉区住民の約半数であった。ラジオの利用度が他メディアに比べて低く、日常生活においても必要とされていない地域にもかかわらず、このような結果が出たのは、単純な広告宣伝のみならず、多くの青葉区住民を番組に出演させることによる口コミも視野に入れたFM サルースの宣伝の効果が出たためと推察される。

しかし、実際の聴取度は低く、図5-7の通り、認知者の約4分の1という結果となった。そして、FM サルースのメインターゲットとして想定している専業主婦層の認知率や聴取率も、その他の職業と比較して特別高くはなかった。表5-11で示したとおり、「毎日」聴取している割合が他の職業と比べて4ポイント高く、ヘビーユーザーが存在するものの、検定により、職業や年代により聴取率が左右されないとの結果となった。

この低認知率、低聴取率を反映するように、FM サルースの地域貢献、必要性共に、青葉区住民全体では、過半数が「わからない」と回答している。放送を聴取していない以上、判断できないのも当然だろう。地域貢献を問うた図5-12でグラフのサンプル数を、青葉区住民全体、FM サルース認知者、FM サルース聴取者と下げていくにつれて、「わからない」の割合が低下し、「そう思う」「まあそう思う」の割合が上昇している。このことから、FM サルースの地域貢献が認められるためには、認知率を上昇、ひいては聴取率を上昇させることが必要であると推察される。

それに対し、FM サルースの必要性を問うた図5-13のグラフでは、サンプル数を下げるにしたがい「そう思う」「まあそう思う」の率が上昇したものの、「あまり思わない」「思わない」の率も上昇してしまっている。FM サルースが日常生活において必要とされるためには、単純に聴取率を上昇させるだけでは足りないと推察される。

繰り返すが、FM サルース認知者は青葉区住民の約半数に昇る。しかし、その中の4分の1しか実際に聴取してはいない。このことから、FM サルースを認知しているだけにとどまっている青葉区住民が大勢いると推察される。

では、なぜ、彼らはFM サルースを聴取しないのだろうか。

その理由として、第1に、ラジオ利用度の低さが挙げられる。図5-15に示した通り、認知者がFM サルースを聴取しない最も大きな理由として最も多かったのは28%に及んだ「ラジオ自体聞かない」との回答であった。繰り返すが、青葉区住民にとってラジオは日常生活用メディアとしてよりも災害時用メディアとしての色が強いことから当然であろう。

第2に、「電波が届かない」という、20W以下に出力数が制限されているコミュニティFMの制度からの理由が挙げられる。FM サルースは20WというコミュニティFM最大の出力を持っているが、青葉区全域に放送を届けることが出来ない。また、AM波とは異なり、電波が直線にしか進まないFM波の問題もある。図5-18からうかがえるように、聴取者の「電波の入り具合などハード面の対策」を望む声が青葉区住民全体のその割合を上回っていることから、この問題は重大である。

上記の2つは、FM サルースの努力だけでは解決できない問題であるが、「他のラジオ放送の方がよい」、「番組の内容がつまらない」、グラフでは「その他」に分類されていたが「周波数を知らない」といったFM サルース自身の問題もある。この問題を早期に解決することが、FM サルースの発展には不可欠だろう。

以上のように、現状ではFM サルースは受け手である青葉区住民全体には、日常生活上の必要度、そして地域貢献度は、さほど認められている段階ではないといえる。

(3)FM サルースの需要

しかし、青葉区においてFM サルースの需要がないわけではない。図5-13からうかがえるように、現状でも既に青葉区住民の1割が必要としている。また、FM サルースに「災害情報」を初めとして情報を求める声が、多く存在する。

図5-16をみればわかるように、FM サルースに求める情報と、普段の関心ごとは、「災害情報」を除いてほぼ一致している。青葉区住民の普段の関心ごとは、「グルメ情報」「介護・保健サービス」など、その多くが自分の日常生活に直接影響する事柄である。ゆえに、図5-18で、FM サルースに「生活に役立つ情報の充実」を求める声が最も多かったのだろう。

また、図5-17で、他の情報を求める声に比べ、「災害情報」が多く求められるのは、単にラジオが災害用メディアとしての色が強いだけでなく、個別具体的な給水地点の情報のような、地域密着型のコミュニティFMにしか放送できない「災害情報」を求めているからではないだろうか。だとすれば、実際の災害時に、人員の少ないコミュニティFMがどこまで災害情報を提供できるのか、FM サルースの真価が問われることになるだろう。

ただ、FM サルースは災害情報のみを求められているわけではない。現在の聴取者は「青葉区の動き」「グルメ情報」「季節や風物の話題」「教育に関する問題」に関しては、青葉区住民全体に占める比率以上に求めている。よって、聴取者の新規獲得のためには災害情報の充実も重要ではあるが、こうした既存の聴取者を満足させる放送を実現できることが重要であろう。