

⇒ 論 説 ‹

小千谷市民による地域・コミュニティ評価に関する分析

— 地域ブランドの「資産－価値評価モデル」から —

山崎 義 広^a, 鷺見 英 司^b, 長尾 雅 信^c

要約

本研究は、地域ブランド研究における「資産－価値評価モデル」を用い、新潟県小千谷市民が持つ地域ブランド資産評価の規定要因を定量的に明らかにすることを目的とする。そこで先行した調査を基に、地域ブランド資産指標を被説明変数とした市民の個人属性、人間関係や地域差が与える影響について分析を行った。その結果、「歴史文化資産」、「経済インフラ資産」、「食文化資産」、「コミュニティ資産」、「自然資産」の5つの地域ブランド資産の回帰モデルの妥当性が統計的に示された。さらに地域住民の地域ブランド資産の評価には、個人の属性と個人を取り巻く人間関係や社会参加の程度が影響することが明らかになった。人間関係については、地域内の人間関係や地縁活動やボランティア活動、娯楽活動などの社会参加が地域ブランド資産の形成に影響する可能性が示唆された。また、個人属性や人間関係等の影響を除いてもなお、地域ブランド資産の評価に地区による差が残ることが明らかになった。特に地域差については地域外との交流の重要性が示唆されるものであった。

キーワード

地域ブランド, 地域ブランド資産, 地域属性, 人間関係, 社会参加, 地域外交流

^a 新潟大学大学院現代社会文化研究科博士後期課程

^b 新潟大学経済学部准教授

^c 新潟大学大学院技術経営研究科准教授

1. はじめに

新潟県小千谷市は越後平野と山間地域の接点に位置する人口約37,000人(2015年6月末現在)の小都市である。地方小都市の多くが、今後の日本社会に先んじて人口構造の変化¹を経験したのと同様に、小千谷市では1980年代から人口減少に転じ、2010年までの30年間で総人口が6,400人程度減少した一方で、65歳以上人口が5,100人程度増加した。さらに、2010年からの30年間では総人口が10,000人程度減少し、人口減少にさらに拍車がかかると予測されている²。また、2004年に発生した新潟県中越地震で破壊・分断された地域コミュニティの再構築といった課題にも直面している。

近年の地方創生を挙げるまでもなく、地域経済の衰退や過疎などの諸問題の解決は喫緊の課題である。長期的な人口構造の変化が予測される地域社会においては、長期的な視点に立った地域の在り方や価値を考えることが重要である。そのような地域の価値を考える一つの手段として「地域ブランド」が存在する。従来、地域活性化の手段として「地域ブランド」は注目されてきた。例えば2005年に施行された地域団体商標制度は、その地域の産品をブランド化する試みが促進される契機となった。一般に地域ブランドといえばそうした各地域の産品が想起されやすい。それに対して小林(2014)は日本の地域ブランド研究では「地域産品のブランディング」を対象としたものと、「地域自体のブランディング」を目的とした研究に分かれると指摘している。後者の立場をとる和田ほか(2009)は、地域ブランドを「その地域が独自に持つ歴史や文化、自然、産業、生活、人のコミュニティといった地域資産を、体験の「場」を通じて、精神的な価値へと結びつけることで、「買いたい」「訪れたい」「交流したい」「住みたい」を誘発すること」として定義している。この観点に立って地域ブランド構築に取り組むにあたっては、当該地域の居住者が自身をとりまく様々な地域資産をどのように評価しているかを把握することが起点となる。

本稿は地域ブランドの観点から、地方小都市の住民にとっての「地域ブランド資産」の評価に着目する。小千谷市においても、課題解決の糸口として地域資産をブランドとして捉えその内容を把握することは、長期的な地域の価値づくりの手がかりとなることが期待される。

本稿の構成は次のようになっている。

第2節では「小千谷市社会関係資本調査」の概要と小千谷市民による地域ブランド資産評価に関する結果を示す。第3節では地域ブランド資産評価の規定要因を明らかにする。第4節では分析結果の考察と今後の課題を示す。

¹ 国立社会保障・人口問題研究所の推計(2012年1月)によれば、日本の総人口は2040年には2010年比で2,000万人程度減少する一方で、65歳以上人口が900万人強増加すると予測されている。

² 国立社会保障・人口問題研究所の推計(2013年3月)では、65歳以上人口は2010年と2040年とではほぼ変わらないと予測されているが、高齢化率は28.3%から39.3%へと上昇する。新潟県の人口移動報告によれば、2013年の小千谷市の総人口は470人減少し、うち自然減少が202人、社会減少が268人である。年による変動がみられるものの、近年では自然減少と社会減少が共に200人超で推移している。

2. 小千谷市民のコミュニティに関する評価

2.1 質問紙調査の概要

本研究において使用されたデータは、2014年1月に小千谷市から新潟大学長尾研究室へ委託され実施された「小千谷市社会関係資本調査」に基づくものである。小千谷市民に対しては「小千谷市民の人と人とのつながりと地域の魅力についての市民アンケート」として配布されたものであり、主に小千谷市民のソーシャル・キャピタルと地域・コミュニティ評価に関する調査項目で構成されている。ソーシャル・キャピタルに関する質問項目は主に内閣府(2003, 2005)を参考にし、地域・コミュニティ評価については菅野・若林(2008)の「資産-価値評価モデル」の質問項目³を参考にして作成された。

「小千谷市社会関係資本調査」は小千谷市在住の1,000名(小千谷市12地区の20歳代~80歳代の男女, 各世代・男女均等に住民基本台帳より抽出)を対象として郵送により実施された。実施期間は2014年1月の2週間で、有効回答数は540(回収率は54.0%)であった。調査では、「あなたはお住まいの地域の人々は信頼できると思いますか。それとも信頼できないと思いますか」、「日常生活を送るにあたって、老後の自分の世話に問題や心配がありますか」、「小千谷市について、人の温かさを感じられると思う」といった約140(自由記述等含む)の質問項目について、リッカート・スケールによる評価がなされている。

2.2 小千谷市民の地域ブランド資産に関する評価

菅野・若林(2008)は地域ブランド研究において「資産-価値評価モデル」を提案している。これは地域ブランド資産が、精神的な価値としての地域ブランド価値に結びつくとともに、当該地域に対する態度(訪問魅力, 居住魅力)へと結びつくことを提示している。地域ブランド資産とは「人々が評価する地域が持つ有形・無形の資産」であり、地域ブランド価値とは「地域ブランド資産を連想もしくは体験することによって、人の心の中に生まれる情動, 感情, 感覚」として定義される。地域ブランド資産の構成要素は「経済インフラ資産」、「生活資産」、「歴史文化資産」、「自然資産」、「食文化資産」、「コミュニティ資産」の6つであり、地域ブランド価値の構成要素は「関係絆価値」、「自己実現価値」、「ゆとり価値」、「感覚情緒価値」の4つである。

本稿では「小千谷市社会関係資本調査」の調査項目のうち、地域・コミュニティ評価に関するデータを用いて、小千谷市民による「地域ブランド資産」に関する評価の実態を定量的に明

³ 「小千谷市社会関係資本調査」では菅野・若林(2008)の質問項目を一部修正, 追加している。地域ブランド資産の質問項目では、地域ブランド資産に対する市民の認識をより細かく見るため、「伝統芸能を身近に接する機会があると思う」、「生涯学習活動が盛んであると思う」の2つの質問項目が追加され、「子育てしやすい環境であると思う」も同様の理由から、「乳幼児のための育児環境が整っていると思う」、「幼稚園や保育園が利用しやすいと思う」、「子どもの遊び場や広場が充実していると思う」に分けられた。

らかにすることを目的とする⁴。

まず、市民による「地域ブランド資産」に関する評価を定量的に表すために、40項目ある地域ブランド資産に関するアンケート調査項目から（付表1参照）、菅野・若林（2008）と同様に因子分析を用いて共通する因子を抽出した。具体的には、地域ブランド資産に関する質問項目を用いて因子分析（主因子法、バリマックス回転）を行った。先行研究と同様に、共通性が0.4以下の項目、回転後の因子負荷量がどの因子に対しても0.4に満たなかった項目、及び回転後の因子負荷量が2つ以上の因子に対して0.4以上の負荷量を示していた項目を削除したうえで、再度因子分析を行い、固有値が1以上となった因子を採用した。また、因子名については先行研究との整合性が高いものは同様の因子名とした。分析の結果、「歴史文化資産」（ $\alpha=0.913$ ）、「経済インフラ資産」（ $\alpha=0.863$ ）、「食文化資産」（ $\alpha=0.849$ ）、「コミュニティ資産」（ $\alpha=0.884$ ）、「自然資産」（ $\alpha=0.834$ ）、「育児環境資産」（ $\alpha=0.771$ ）の6つの因子（地域ブランド資産指標）が抽出された⁵（付表2参照）。

「歴史文化資産」は「芸術や伝統芸能などの文化に対する住民の興味が高いと思う」、「地域で受け継がれている生活文化があると思う」といった、市民の地域に対する歴史や文化に関する12の変数から成る因子であり、市民の地域に対する歴史・文化・伝統に関する評価である。「経済インフラ資産」は「経済・商業の中心となる産業があり、地域の活性化に貢献していると思う」、「地域内での交通機関が発達していて移動に便利だと思う」といった、生活上のインフラに関する6の変数から成る因子であり、主に生活基盤となるインフラに対する市民の評価である。「食文化資産」は「地域固有の特産品（農産物、畜産物、酒など）があると思う」、「伝統的な郷土料理があると思う」といった、地域の食に関する5つの変数から成る因子であり、市民の地元の食べ物の美味しさや食文化に対する評価である。「コミュニティ資産」は「人と人との交流が活発な地域であると思う」、「住民同士が交流できる場があると思う」といった、地域住民の交流に関する5つの変数から成る因子であり、市民の多様な人々との交流に対する評価である。「自然資産」は「美しい公園や自然施設があると思う」、「美しいまち並みがあると思う」といった地域の自然や環境に関する3つの変数から成る因子であり、居住地域の街並みや公園などの生活環境の快適さに関する評価である。「育児環境資産」は「乳幼児のための育児環境が整っていると思う」、「幼稚園や保育園が利用しやすいと思う」といった育児環境に関する2つの変数から成る因子であり、地域社会における育児環境に関する評価である。

6つの地域ブランド資産指標を小千谷市内12地区（片貝、五辺・高梨、城川、千田、西小千谷、東小千谷、東山、吉谷、山辺、真人、川井、岩沢）別に集計した結果は表1のとおりであ

⁴ ただし、菅野・若林（2008）では大都市・県庁所在地からなる10都市（札幌、仙台、横浜、名古屋、金沢、大阪、神戸、松山、広島、福岡）の居住者と非居住者を対象とした各都市のブランドイメージ調査が行われたのに対して、「小千谷市社会関係資本調査」では中山間地域を含む地方小都市である小千谷市と、居住者のみを対象としているという点で両者には違いがある。

⁵ 括弧内の α は指標の信頼性を示す係数である。心理尺度に使われた項目の回答にどの程度内的整合性があるかを示唆している。一般的に α 係数が1に近づくほど、尺度の内的整合性が高いとみなされる。

る。各地区を地域特性で区別すると、都市的地域は片貝地区と市の中心地であり市役所所在地を含む城川、千田、西小千谷、東小千谷の地区があげられる。2013年での市内人口約38,000人のうち約84%がこれらの地区に集中している。一方、山間地域としては東山、真人、川井、岩沢があげられる⁶。また主な産業で区分すると、東山、吉谷、山辺、真人、川井、岩沢の6地区では農業が中心であり、城川と西小千谷の2地区では商業、千田と片貝の2地区では製造業が中心である⁷。

表1 地域ブランド資産指標の地区別状況

地区	地域	地理条件	歴史文化資産	経済インフラ資産	食文化資産	コミュニティ資産	自然資産	育児環境資産
片貝	片貝	都市的	0.413	-0.122	-0.391	0.170	-0.279	0.172
五辺・高梨		中間	0.057	0.535	0.399	0.094	0.012	-0.187
城川	西部	都市的	0.016	-0.065	0.084	-0.016	0.118	0.013
千田			-0.169	0.097	0.010	0.119	-0.017	-0.102
西小千谷		中間	0.128	0.002	-0.005	-0.141	0.032	-0.018
吉谷			-0.295	0.251	0.117	0.204	0.059	0.140
山辺			-0.126	-0.157	0.081	0.012	0.088	0.111
東小千谷	東部	都市的	-0.147	0.093	0.127	-0.027	0.122	-0.012
東山		山間		0.537	0.067	-0.258	0.220	0.083
真人			-0.266	0.066	-0.292	0.154	-0.110	-0.102
川井			-0.025	-0.419	0.027	-0.321	-0.593	-0.706
岩沢			-0.382	0.000	-0.143	0.085	-0.404	-0.169

表1から各地区住民の地域ブランド資産に対する評価の全般的な傾向について考察する。「歴史文化資産」は東山地区と片貝地区が高い正の結果となった。当該地域の住民が歴史文化資産を高く評価するのは、両地区とも知名度の高い伝統行事・文化が現在も存在するためと思われる。片貝は越後三大花火の一つが開催される地区であり、東山は国の重要無形民俗文化財である牛の角突きや錦鯉の養殖池を有す。「経済インフラ資産」は五辺・高梨地区が高い評価、川井地区が低い評価となった。但し、働く場や交通機関の利便性、教育機関の存在を含む本項目の評価について、都市的地域と山間地域が必ずしも対称的な結果とはならなかった。「食文化資産」についても五辺・高梨地区が高い評価となった一方、「歴史文化資産」の結果とは対照的に、片貝と東山が低い評価となった。「コミュニティ資産」については、同じ山間地でも川井は低い評価であり、東山や真人は高い評価となった。都市的地域である片貝と西小千谷でも正と負の結

⁶ 「小千谷都市計画マスタープラン」では、市内を4地域に分け、片貝と五辺高梨は片貝地域、西小千谷、城川、千田、吉谷、山辺は西部地域、東小千谷と東山は東部地域、川井、岩沢、真人は南部地域としている。

⁷ 農業的地域は100世帯あたり農家戸数、商業と製造業は市内人口100人当たりの従業員数が上位にある地区とした。これらのデータは「小千谷市統計書（平成25年版）」による。なお、片貝地区については隣接する五辺・高梨地区が含まれている。

果となるなど、対称的な結果となった。「自然資産」については、限界集落が存在する南部地域の三地区（真人，川井，岩沢）は低い評価となり，これに片貝地区が続いた。「自然資産」の質問項目は身近な自然以外に「公園」や「美しいまち並み」に対する評価も含むため，都市的地域と山間地域でも結果が一様とはならなかった。育児の環境への評価である「育児環境資産」については，川井地区，東山地区といった山間地域で特に低い評価となった。

和田ほか（2009）や菅野・若林（2008）などの地域ブランド研究によれば，地域に対する訪問魅力や居住魅力は，地域ブランド資産が地域ブランド価値に結びつくことで実現されるとしている。そのためにも精神的な価値である地域ブランド価値形成の源泉となる「地域ブランド資産」に関する市民評価の実態を把握することは重要である。したがって，地域ブランド価値形成の源泉となる「地域ブランド資産」に関する市民評価の実態を把握することは，効果的な地域ブランド・マネジメントの実践に寄与すると期待される⁸。

「小千谷市社会関係資本調査」では「地域ブランド資産」についての調査がなされたものの，その規定要因には言及されていなかったため，本稿では「地域ブランド資産」の規定要因を定量的に明らかにする。

3. 地域ブランド資産における市民の個人属性，人間関係，地域差が与える影響に関する分析

3.1 分析モデル

小千谷市民による「地域ブランド資産」評価の規定要因を明らかにするために，(1)式の通り，地域ブランド資産指標を被説明変数とした重回帰分析を行う。説明変数には，回答者の個人属性，近所づき合いや地縁活動などへの参加から派生する個人の人間関係及び地域区分を用いる。

$$y = \alpha + \sum \beta_i x_{1,i} + \sum \gamma_j x_{2,j} + \sum \delta_n z_n + \varepsilon \quad (1)$$

ここで， y は地域ブランド資産指標， x_1 は個人属性， x_2 は人間関係， z は地区を表す変数であり， α ， β ， γ ， δ は推定すべきパラメータ， ε は誤差項である。

まず，個人属性が地域ブランド資産評価に与える影響を把握するために，性別，年齢，婚姻関係，職業，居住形態，居住年数，家族構成，学歴，世帯所得を説明変数として考慮する。年齢は20歳代から80歳代までを10歳ごとに分類した。婚姻関係については既婚・未婚に分類した。職業については，フルタイム（自営業，またはその手伝い，民間企業・団体の経営者，役員，民間企業・団体の勤め人，公務員・教員）と，パート（臨時・パート勤め人），無職（学生，

⁸ 地域ブランド・マネジメントにおけるSPBMモデル（Strategic Place Brand-Management model）を提唱したHanna & Rowley（2011）においても，住民にとっての地域ブランド評価の重要性が指摘されている。

無職，専業主夫・主婦）の3つに分類した。居住形態については持家（一戸建て・集合住宅）か借家（民間の借家，給与住宅，公営の借家，借間，下宿，住み込み，寄宿舍，独身寮など）の2つに分類した。居住年数については2004年に発生した中越大震災の影響を考慮し，10年未満と10年以上の2つに分類した。同居人数は1人世帯か2人以上の2つに分類した。学歴については，小中学校卒，高等学校卒，専門・短大等卒（専修学校，各種学校，高専，短期大学），大学卒以上（大学，大学院）の4つに分類した。所得については200万円未満，200～600万円，600万円～1,000万円，1,000万円以上，不明の5つに分類した。

つぎに，個人の人間関係が地域ブランド資産評価に与える影響を把握するため，小千谷市民の市内外の人々との人間関係と地縁活動等への参加状況を考慮する。和田ら（2009）によれば，地域ブランディングは複数の個人や組織等のアクターによって取り組まれるが，これに地域外協力者（ヨソモノ）との協働などにより地域資産が活用されることが期待されるという。ここに重視されるのは人と人の交わりであることから，地域内外の人間関係は地域ブランド資産評価に積極的に寄与することが予想される。また活動参加においても，積極的な参加は人間関係を促進することが予想されるため，同様に地域ブランド資産形成に貢献すると考えられる。そこで，市民の市内外の人々とのつき合いの状況から，多くの人とつきあいがある住民，ごく少数の人とつきあいがある住民，つきあいが無い住民の3つに分類した。同様に，「地縁的な活動」，「スポーツ・趣味・娯楽活動」，「ボランティア・NPO・市民活動」，「その他の団体活動」についても参加状況に応じて，月2回以上，月1回以下，活動無しとの3つに分類した。

地域区分については，個人属性等を考慮してもなお地区による差が生じるか，つまり地域固有の要因が存在するかを検証するために，市の中心地である西小千谷地区をレファレンスとした11地区のダミー変数を用いる。

これらのデータの記述統計量は表2の通りである。

表 2

変数		平均値	標準偏差	最小値	最大値
個人属性					
年齢	20歳代	0.071	0.257	0	1
	30歳代	0.132	0.339	0	1
	40歳代	0.165	0.371	0	1
	50歳代	0.197	0.398	0	1
	60歳代	0.221	0.415	0	1
	70歳代	0.159	0.366	0	1
	80歳代	0.056	0.230	0	1
性別	女性	0.535	0.499	0	1
婚姻関係	既婚	0.753	0.432	0	1
職業	フルタイム	0.482	0.500	0	1
	パートタイム	0.147	0.355	0	1
	無職	0.371	0.484	0	1

住居	持家	0.912	0.284	0	1
居住年数	10年未満	0.159	0.366	0	1
同居人数	1人世帯	0.035	0.185	0	1
学歴	小中学校卒	0.224	0.417	0	1
	高等学校卒	0.424	0.495	0	1
	短大・専門学校卒	0.253	0.435	0	1
	大学・大学院卒	0.100	0.300	0	1
所得	200万円未満	0.074	0.261	0	1
	200-600万円	0.471	0.500	0	1
	600-1000万円	0.250	0.434	0	1
	1000万円-	0.091	0.288	0	1
	不明	0.115	0.319	0	1
個人人間関係					
近所のつきあい	多くの人	0.715	0.452	0	1
	ごく少数の人	0.279	0.449	0	1
	活動無し	0.006	0.077	0	1
市外の人とのつきあい	多くの人	0.697	0.460	0	1
	ごく少数の人	0.235	0.425	0	1
	活動無し	0.068	0.252	0	1
地縁活動	月2回以上	0.056	0.230	0	1
	月1回以下	0.288	0.454	0	1
	活動無し	0.656	0.476	0	1
娯楽活動	月2回以上	0.124	0.330	0	1
	月1回以下	0.094	0.292	0	1
	活動無し	0.782	0.413	0	1
ボランティア活動	月2回以上	0.041	0.199	0	1
	月1回以下	0.091	0.288	0	1
	活動無し	0.868	0.339	0	1
団体活動	月2回以上	0.018	0.132	0	1
	月1回以下	0.065	0.246	0	1
	活動無し	0.918	0.275	0	1
地区					
	西小千谷	0.200	0.401	0	1
	片貝	0.115	0.319	0	1
	五辺・高梨	0.029	0.169	0	1
	城川	0.212	0.409	0	1
	千田	0.094	0.292	0	1
	東小千谷	0.168	0.374	0	1
	東山	0.009	0.094	0	1
	吉谷	0.041	0.199	0	1
	山辺	0.062	0.241	0	1
	真人	0.021	0.142	0	1
	川井	0.024	0.152	0	1
	岩沢	0.026	0.161	0	1

注：サンプル数は340

3.2 推定結果

小千谷市民の個人属性や人間関係などが、地域ブランド資産評価に与える影響を検討するために重回帰分析を行った。分析結果は表3の通りである。

F検定の結果、「育児環境資産」以外の地域ブランド資産で有意に帰無仮説が棄却され、回帰モデルの妥当性が統計的に示された。育児環境は育児に関わる住民以外とっては一般的にイメージにしにくいものであるため、個人属性や人間関係では十分な説明力をもつモデルを構築できなかったと考えられる。したがって、以下では「歴史文化資産」、「経済インフラ資産」、「食文化資産」、「コミュニティ資産」、「自然資産」の5つの地域ブランド資産の規定要因に関する推定結果を示す。

「歴史文化資産」は、女性と世帯所得200～600万円の住民の評価が高く、また人間関係の影響については、(近所づきあいのある住民と比較して)近所のつきあいが全くない住民と(ボランティア活動に参加している住民と比較して)ボランティア活動にまったく参加していない住民の評価が低いという結果が得られた。地域差についてみると、住民の属性や人間関係を考慮してもなお歴史文化資産には地域差があり、城川、千田、吉谷、山辺、東小千谷、川井、岩沢は他地区よりも歴史文化資産を低く評価していること、特に岩沢地区の評価が低いことが明らかになった。

「経済インフラ資産」は、他の世代に比べて70歳代、80歳代の住民が高い評価をした一方で、無職と大学・大学院卒以上という属性が異なりうる住民の評価が共に低いという結果が得られた。経済インフラ資産には地区による差が確認され、五辺・高梨地区は評価が高く、川井地区は評価が他地域より低いことが確認された。

「食文化資産」は、80歳代と無職の住民の評価が低く、また人間関係の影響については、(ボランティア活動に月2回以上参加している住民と比較して)ボランティア活動への参加が少ない住民と全く参加が無い住民の評価が低いことが確認された。食文化資産には地区による差が確認され、片貝地区の評価が他地域より低いことが明らかとなった。

「コミュニティ資産」は、無職の住民が低い評価をする一方で、世帯所得200万円以上(不明含む)の住民が高い評価をしており、コミュニティ資産形成には仕事の有無と世帯所得の多寡が重要な要因であることが示された。また、人間関係の影響については、近所づきあいが全く無く、地縁的な活動にもボランティア活動にも参加していない住民の評価が低いことから、人間関係や社会参加の重要性が示された。地区による差については、他の資産とは異なり有意な差が確認されなかった。

「自然資産」は、40歳代と50歳代の住民と、世帯所得が1,000万円以上の住民の評価が低いことが示された。人間関係の影響をみると、地縁的活動が全く無い住民の評価が低いという結果が得られた一方で、少数の人としか近所づきあいが無い住民やスポーツ・趣味・娯楽活動の頻度が低く、人間関係や社会参加の程度がそれほど高くない住民ほど評価が高い、という他の資産とは異なる結果が得られた。自然資産には地区による差が確認され、片貝、川井、岩沢地区

の評価が他地区より低いことが明らかとなった。

表 3

変 数		歴史文化資産	経済インフラ資産	食文化資産	コミュニティ資産	自然資産
個人属性						
年齢 [レファレンス] (20歳代)	30歳代	0.362	0.172	0.222	0.105	-0.295
		[1.465]	[0.710]	[0.914]	[0.437]	[-1.242]
	40歳代	0.250	0.077	-0.021	-0.085	-0.500
		[1.027]	[0.324]	[-0.087]	[-0.358]	[-2.141]**
	50歳代	0.036	-0.113	-0.144	-0.293	-0.415
		[0.145]	[-0.466]	[-0.594]	[-1.216]	[-1.744]*
	60歳代	0.140	0.164	-0.345	-0.062	-0.294
		[0.557]	[0.662]	[-1.395]	[-0.255]	[-1.217]
70歳代	0.148	0.701	-0.262	-0.077	-0.276	
	[0.515]	[2.494]**	[-0.930]	[-0.277]	[-1.005]	
80歳代	0.400	0.860	-0.594	-0.289	0.104	
	[1.231]	[2.694]***	[-1.859]*	[-0.912]	[0.332]	
性別	女性	0.191	-0.053	0.092	0.128	0.041
		[1.684]*	[-0.471]	[0.825]	[1.155]	[0.376]
婚姻関係	既婚	0.115	-0.071	-0.126	-0.116	0.059
		[0.830]	[-0.525]	[-0.929]	[-0.861]	[0.444]
職業	パートタイム	0.058	-0.090	-0.175	0.162	0.142
		[0.362]	[-0.571]	[-1.113]	[1.039]	[0.923]
[レファレンス] (フルタイム)	無職	-0.022	-0.234	-0.281	-0.285	-0.081
		[-0.164]	[-1.738]*	[-2.086]**	[-2.133]**	[-0.612]
居住	持家	0.088	0.192	-0.260	-0.048	-0.003
		[0.403]	[0.893]	[-1.213]	[-0.223]	[-0.016]
居住年数	10年以上	-0.177	0.127	-0.100	0.090	-0.172
		[-1.042]	[0.758]	[-0.598]	[0.546]	[-1.051]
同居人数	1人世帯	-0.189	-0.262	-0.018	0.296	0.266
		[-0.659]	[-0.929]	[-0.064]	[1.057]	[0.964]
学歴	高等学校卒	-0.156	-0.002	-0.076	-0.098	0.118
		[-0.988]	[-0.014]	[-0.489]	[-0.638]	[0.782]
[レファレンス] (小中学校卒)	短大・専門学校卒	-0.175	-0.123	-0.217	-0.253	0.056
		[-0.979]	[-0.704]	[-1.237]	[-1.449]	[0.326]
	大学・大学院卒	-0.173	-0.442	0.150	0.042	0.282
		[-0.735]	[-1.914]*	[0.650]	[0.185]	[1.250]
所得	200-600万円	0.448	-0.226	0.144	0.474	-0.061
		[2.090]**	[-1.074]	[0.687]	[2.271]**	[-0.296]
[レファレンス] (200万円未満)	600-1000万円	0.345	-0.304	0.295	0.453	-0.049
		[1.460]	[-1.310]	[1.272]	[1.965]*	[-0.216]
	1000万円-	0.131	-0.164	0.353	0.613	-0.550
		[0.486]	[-0.621]	[1.332]	[2.332]**	[-2.124]**
	不明	-0.020	-0.160	0.306	0.477	-0.017
		[-0.079]	[-0.637]	[1.220]	[1.920]*	[-0.070]

変数		歴史文化資産	経済インフラ資産	食文化資産	コミュニティ資産	自然資産
個人人間関係						
近所のつきあい [レファレンス] (多数の人)	ごく少数の人	0.097 [0.746]	0.047 [0.364]	-0.064 [-0.503]	-0.032 [-0.249]	0.358 [2.857]***
	活動無し	-1.457 [-2.170]**	-0.119 [-0.180]	-0.862 [-1.307]	-1.407 [-2.149]**	0.610 [0.945]
市外の人とのつきあい [レファレンス] (多数の人)	ごく少数の人	-0.168 [-1.276]	-0.038 [-0.293]	-0.138 [-1.070]	0.070 [0.546]	-0.146 [-1.154]
	活動無し	-0.298 [-1.372]	-0.113 [-0.528]	0.045 [0.212]	0.019 [0.092]	0.267 [1.281]
地縁活動 [レファレンス] (月2回以上)	月1回以下	0.158 [0.632]	0.111 [0.449]	-0.361 [-1.465]	-0.210 [-0.858]	-0.283 [-1.176]
	活動無し	0.162 [0.631]	0.226 [0.899]	-0.383 [-1.523]	-0.457 [-1.828]*	-0.530 [-2.155]**
娯楽活動 [レファレンス] (月2回以上)	月1回以下	-0.037 [-0.163]	-0.195 [-0.879]	0.189 [0.853]	0.255 [1.159]	0.516 [2.384]**
	活動無し	-0.003 [-0.015]	-0.273 [-1.643]	-0.066 [-0.398]	0.161 [0.977]	0.246 [1.510]
ボランティア活動 [レファレンス] (月2回以上)	月1回以下	0.047 [0.155]	0.018 [0.062]	-0.530 [-1.798]*	-0.267 [-0.914]	0.226 [0.785]
	活動無し	-0.514 [-1.830]*	0.023 [0.082]	-0.628 [-2.276]**	-0.470 [-1.718]*	0.223 [0.828]
団体活動 [レファレンス] (月2回以上)	月1回以下	-0.164 [-0.380]	0.191 [0.450]	-0.299 [-0.706]	0.159 [0.377]	0.236 [0.571]
	活動無し	-0.075 [-0.185]	-0.189 [-0.471]	-0.270 [-0.673]	0.182 [0.457]	0.258 [0.660]
地区						
[レファレンス] (西小千谷)	片貝	0.103 [0.555]	-0.204 [-1.119]	-0.448 [-2.458]**	0.109 [0.601]	-0.627 [-3.518]***
	五辺・高梨	-0.260 [-0.844]	0.595 [1.967]*	0.291 [0.961]	0.045 [0.151]	-0.199 [-0.673]
	城川	-0.324 [-2.035]**	0.028 [0.181]	-0.083 [-0.531]	0.007 [0.045]	-0.098 [-0.641]
	千田	-0.348 [-1.727]*	0.152 [0.768]	-0.166 [-0.838]	0.054 [0.274]	-0.300 [-1.550]
	吉谷	-0.538 [-1.997]**	0.119 [0.451]	0.083 [0.312]	0.213 [0.810]	-0.084 [-0.325]
	山辺	-0.527 [-2.212]**	-0.160 [-0.682]	-0.146 [-0.623]	0.075 [0.322]	-0.142 [-0.618]
	東小千谷	-0.536 [-3.173]***	0.035 [0.213]	0.077 [0.465]	0.072 [0.437]	-0.257 [-1.583]
	東山	0.241 [0.449]	-0.172 [-0.327]	0.223 [0.423]	0.314 [0.601]	-0.281 [-0.545]
	真人	-0.502 [-1.356]	0.214 [0.588]	-0.369 [-1.015]	-0.294 [-0.814]	-0.394 [-1.108]
	川井	-0.571 [-1.666]*	-0.562 [-1.670]*	0.050 [0.147]	-0.314 [-0.941]	-0.708 [-2.150]**
	岩沢	-0.924 [-2.757]***	-0.426 [-1.294]	-0.362 [-1.098]	-0.020 [-0.061]	-0.904 [-2.808]***
	定数項	0.109 [0.184]	0.225 [0.386]	1.831 [3.142]***	0.354 [0.612]	0.149 [0.261]
	サンプル数	340	340	340	340	340
	F値	1.835 ***	1.524 **	1.885 ***	1.329 *	1.583 **
	有意確率	0.002	0.024 **	0.001	0.092	0.015

注: * p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.01. []内はt値.

4. まとめ

本稿では地域ブランド研究における「資産－価値評価モデル」を援用して、地域ブランド資産の規定要因に着目した分析を行った。分析の結果、以下の点が明らかになった。

第1に、地域住民の地域ブランド資産の評価には、個人の属性と個人を取り巻く人間関係や社会参加の程度が影響することが明らかになった。

個人属性は、特に年齢、就業状況と地域ブランド資産評価との関係性が確認された。年齢については、70歳代と80歳代の高齢者が「経済インフラ資産」を高く評価する一方、80歳代が「食文化資産」、40歳代、50歳代が「自然資産」を低く評価するなど、世代により資産の評価の違いが明らかになった。その土地に長く住んできた高齢世代が「食文化資産」を低く評価していることや、40歳代と50歳代が地域のまち並みなどの環境を低く評価していることは各資産に対する政策的取り組みへの示唆となるのではないかと考えられる。就業状況については、無業住民の「経済インフラ資産」、「食文化資産」、「コミュニティ資産」に対する評価が低く、地域資産評価と就業状況との関連性が示唆された。また、世帯所得200万円以上の住民ほど「歴史文化資産」や「コミュニティ資産」を高く評価する傾向と重ねても、就業状況や世帯所得と地域資産評価との関連性が確認できる。

人間関係については、特に、地域内の人間関係や地縁活動やボランティア活動、娯楽活動などの社会参加が地域ブランド資産の形成に影響する可能性が示唆された。他方、「自然資産」に見られた人間関係や社会参加の程度がそれほど高くない住民ほど評価が高い傾向は、まち並みや自然環境に対する評価はそうした紐帯の程度とは単純に関連しない可能性が予想される。一方で、市外の人々との個人的な交流が資産評価に与える影響は確認されなかった。地域ブランド資産の形成における地域外交流の重要性は長尾・小浦方(2013)においても指摘されているが、本調査では市外の人々との付き合いの質的な面が調査されていないため、今後検討が必要であろう。

第2に、個人属性や人間関係等の影響を除いてもなお、地域ブランド資産の評価に地区による差が残ることが明らかになった。しかし、本稿では地区による差をもたらず要因については分析されていないため、以下ではこの要因について推論する。

「歴史文化資産」は5地区(西小千谷、片貝、五辺・高梨、東山、真人)で高く評価された。「歴史文化資産」の地区による差は市内外の人々を受け入れる環境・土壌が地区内に存在するかどうかによって説明されるかもしれない。これらは主に知名度の高い伝統文化が存在し、特に片貝まつりの花火や、東山地区では牛の角突きが開催され、市内外から多くの人々が訪れる地区である⁹。地区内の伝統文化や行事に対する市内外の人々による高い評価が、それらを地

⁹ ただし、市中心部にある西小千谷地区では市内外の人々の交流する機会が多いため、伝統的文化や行事がある他の地区と同様の理由から「歴史文化資産」を高く評価する可能性が考えられる。

域住民が再評価するきっかけとなり、「歴史文化資産」への評価に影響を与えたと考えられる。また、山間地域南部の川井地区、岩沢地区と東部の東山地区、真人地区における「歴史文化資産」、「経済インフラ資産」、「自然資産」に対する評価の差についても、市内外の人々を地域内に受け入れる環境の有無が影響している可能性がある。長尾・小浦方(2013)では、地域の住民にとって気づきにくい魅力については、地域外の「ヨソモノの視点」を借りるものの有用性が指摘されている¹⁰。

「経済インフラ資産」については、五辺・高梨での高い評価と川井地区での低い評価が確認された。これは長岡市に隣接する五辺・高梨地区と、南部の山間地域である川井地区との経済インフラ整備水準の地域差が影響したものと考えられる。「自然資産」は、南部の山間地域(川井地区や岩沢地区)で低い評価となった。これも経済インフラ資産と同様に、南部の山間地域では生活環境の快適さをもたらすまち並みや公園などの整備水準が低いことが影響したものと考えられる。「食文化資産」については片貝地区のみで低い評価となり、その他の地区間には差が確認されなかった。これは、へぎ蕎麦など知名度の高い食文化が小千谷市内のほとんどの地域で地域資産として共通に認識されるのに対して、片貝地区ではその認識が低いということを意味していると推察される。

本稿に残された課題として、「ヨソモノの視点」によって、地域ブランド資産がどのように評価されているかを分析することがあげられる。また、地区による差の要因を検証するためにマルチレベル分析による推定を行う必要がある。さらに、今回は地域ブランド価値については分析対象としなかったが、地域ブランド価値は将来的な定住につながる地域資産の精神的な価値への結びつけの要となる評価である。このため地域ブランド資産から地域ブランド価値へという観点からさらなる分析も今後の課題である。

¹⁰ 政策的な課題対処という観点からは、そうした「ヨソモノの視点」を借りた地域の魅力の再発見というミクロ的アプローチと「戦略的ゾーンニング」といったマクロ的アプローチが求められるであろう。「戦略的ゾーンニング」については、和田ほか(2009)、長尾・小浦方(2013)及び徳山・長尾(2013)に詳しい。

参考文献

小千谷市『小千谷都市計画マスタープラン』(平成25年3月改訂).

<http://www.city.ojiya.niigata.jp/soshiki/kensetsu/toshikeikaku.html> (2015年7月10日)

小千谷市『小千谷市統計書』

<http://www.city.ojiya.niigata.jp/soshiki/somu/tokeisho2013.html> (2015年7月10日)

菅野佐織・若林宏保 (2008)「ブランデッド・シティ構築戦略と資産—価値評価モデルの開発」『日本マーケティングジャーナル』107号, pp.82-96.

国立社会保障・人口問題研究所編『日本の将来推計人口(平成24年1月推計)』

<http://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/newest04/sh2401.asp> (2015年7月10日)

国立社会保障・人口問題研究所編『日本の地域別将来推計人口(平成25年3月推計)』

<http://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson13/t-page.asp> (2015年7月10日)

小林哲 (2014)「2つの地域ブランド論—その固有性と有機的結合」『ブランド戦略全書』田中洋編, 有斐閣, pp.137-161.

徳山美津恵・長尾雅信 (2013)「地域ブランド連携構築に向けた地域間連携の可能性と課題—観光圏の検討を通して—」『商学論究』第60巻, 第4号, pp.261-282.

内閣府 (2003)「ソーシャル・キャピタル:豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて」.

内閣府 (2005)「コミュニティ機能再生とソーシャル・キャピタルに関する研究調査報告書」.

長尾雅信・小浦方格 (2013)『地域ブランド・イノベーション—新潟から人と文化と空間の在り方を考える』新潟日報事業者.

長尾雅信研究室 (2014)「小千谷市社会関係資本調査」.

新潟県「新潟県の人口移動—平成26年新潟県人口移動調査結果報告—」

<http://www.pref.niigata.lg.jp/tokei/1356802988452.html> (2015年7月10日)

和田充夫・菅野佐織・徳山美津恵・長尾雅信・若林宏保・電通abc project編 (2009)『地域ブランド・マネジメント』有斐閣.

Hanna, S & Rowley, J (2011). Towards a strategic place brand-management model: Journal of Marketing Management, Vol.27, pp.458-476.

付録

1. 「地域ブランド資産」に関する調査項目

本稿で採用した「地域ブランド資産」に関する調査項目は付表1の通りである。

付表1 「地域ブランド資産」に関する調査項目

No	調 査 項 目
1	古や歴史を感じさせる場所があると思う
2	伝統文化の保存に積極的であると思う
3	芸術, 伝統芸能などの文化的な活動が盛んであると思う
4	伝統芸能を身近に接する機会があると思う
5	生涯学習活動が盛んであると思う
6	地域に受け継がれている独自の芸術, 伝統芸能があると思う
7	歴史的なまち並みが残っていると思う
8	芸術や伝統芸能などの文化を身近に体験できる場があると思う
9	歴史上有名なストーリーがあると思う
10	芸術や伝統芸能などの文化に対する住民の興味が高いと思う
11	歴史上有名な人物を輩出していると思う
12	地域で受け継がれている生活文化があると思う
13	芸術家や文化人に好まれる場所であると思う
14	家(一戸建て)を取得しやすい環境であると思う
15	物価が高くなく, 生活費の負担が少ないと思う
16	居住費や家賃が高いと思う
17	交通渋滞が少ないと思う
18	良質の温泉があると思う
19	乳幼児のための育児環境が整っていると思う
20	幼稚園や保育園が利用しやすいと思う
21	子どもの遊び場や広場が充実していると思う
22	教育機関が充実していると思う
23	医療・福祉機関が充実していると思う
24	働く場が充実していると思う
25	地域内での交通機関が発達していて移動に便利だと思う
26	経済・商業の中心となる産業があり, 地域の活性化に貢献していると思う
27	研究所が充実していると思う
28	その地域を代表する食べ物があると思う
29	食べ物がおいしいと思う
30	おいしい料理屋があると思う
31	地域固有の特産品(農産物, 畜産物, 酒など)があると思う
32	伝統的な郷土料理があると思う
33	人と人との交流が活発な地域であると思う
34	世代を超えた交流があると思う
35	住民と訪問者が触れ合うことができる雰囲気があると思う
36	住民同士が交流できる場があると思う
37	多様な価値観や趣味を持った人たちの交流の場があると思う
38	美しい公園や自然施設があると思う
39	美しいまち並みがあると思う
40	身近に公園や緑があると思う

2. 因子分析の結果

因子分析の結果は付表2の通りである。

付表2 回転後の因子負荷量 因子分析結果（地域ブランド資産）

	歴史文化 資産	経済イン フラ資産	食文化 資産	コミュニ ティ資産	自然資産	育児環境 資産	共通性	
1	芸術や伝統芸能などの文化に対する住民の興味が 高いと思う	0.693	0.192	0.015	0.237	0.109	0.097	0.595
2	歴史上有名なストーリーがあると思う	0.677	0.159	0.125	0.122	0.022	0.016	0.515
3	芸術や伝統芸能などの文化を身近に体験できる場 があると思う	0.648	0.131	0.076	0.212	0.216	0.062	0.538
4	古や歴史を感じさせる場所があると思う	0.641	0.042	0.275	0.092	-0.001	0.016	0.497
5	伝統芸能を身近に接する機会があると思う	0.641	0.119	0.126	0.147	0.136	0.167	0.508
6	歴史上有名な人物を輩出していると思う	0.616	0.207	0.065	0.006	0.082	0.057	0.436
7	芸術家や文化人に好まれる場所であると思う	0.593	0.112	0.207	0.113	0.289	0.019	0.505
8	歴史的なまち並みが残っていると思う	0.584	0.234	0.068	0.222	0.275	-0.042	0.528
9	地域に受け継がれている独自の芸術、伝統芸能があ ると思う	0.583	0.072	0.232	0.191	0.099	0.146	0.467
10	生涯学習活動が盛んであると思う	0.554	0.241	0.122	0.232	0.060	0.236	0.493
11	伝統文化の保存に積極的であると思う	0.552	0.169	0.233	0.173	0.053	0.080	0.427
12	地域で受け継がれている生活文化があると思う	0.513	0.070	0.270	0.226	0.139	0.145	0.432
13	働く場が充実していると思う	0.191	0.698	0.119	0.176	0.108	0.101	0.591
14	経済・商業の中心となる産業があり、地域の活性化 に貢献していると思う	0.191	0.687	0.164	0.195	0.059	0.111	0.589
15	地域内での交通機関が発達していて移動に便利だと 思う	0.111	0.683	0.060	0.142	0.225	0.089	0.561
16	医療・福祉機関が充実していると思う	0.131	0.634	0.164	0.108	0.073	0.216	0.510
17	研究所が充実していると思う	0.285	0.558	-0.064	0.209	0.228	-0.013	0.492
18	教育機関が充実していると思う	0.224	0.552	0.087	0.191	0.122	0.280	0.492
19	地域固有の特産品（農産物、畜産物、酒など）があ ると思う	0.137	0.081	0.763	0.127	0.104	0.101	0.644
20	食べ物がおいしいと思う	0.147	0.061	0.713	0.060	0.042	0.102	0.550
21	その地域を代表する食べ物があると思う	0.205	0.051	0.659	0.100	0.108	0.151	0.523
22	伝統的な郷土料理があると思う	0.292	0.084	0.607	0.230	0.138	0.004	0.532
23	おいしい料理屋があると思う	0.145	0.215	0.605	0.178	0.169	0.013	0.493
24	世代を超えた交流があると思う	0.247	0.172	0.247	0.739	0.097	0.020	0.708
25	住民と訪問者が触れ合うことができる雰囲気がある と思う	0.238	0.255	0.124	0.686	0.164	0.065	0.639
26	人と人との交流が活発な地域であると思う	0.278	0.176	0.318	0.666	0.094	0.061	0.665
27	住民同士が交流できる場があると思う	0.214	0.216	0.139	0.642	0.122	0.145	0.560
28	多様な価値観や趣味を持った人たちの交流の場があ ると思う	0.308	0.307	0.051	0.567	0.239	0.071	0.576
29	美しい公園や自然施設があると思う	0.243	0.271	0.211	0.157	0.733	0.102	0.750
30	美しいまち並みがあると思う	0.322	0.265	0.173	0.239	0.661	-0.045	0.700
31	身近に公園や緑があると思う	0.158	0.173	0.201	0.155	0.614	0.156	0.520
32	乳幼児のための育児環境が整っていると思う	0.200	0.290	0.168	0.111	0.146	0.684	0.654
33	幼稚園や保育園が利用しやすいと思う	0.162	0.278	0.167	0.084	0.030	0.637	0.545
固有値		11.917	2.475	2.247	1.662	1.406	1.077	
回転後の負荷量平方和（分散%）		16.610	10.345	9.308	9.074	5.997	3.923	
回転後の負荷量平方和（累積%）		16.610	26.955	36.263	45.338	51.334	55.257	