

**「春日部の魅力」に関する
イメージ調査報告書（概要版）**

2009年3月

共栄大学国際経営学部

山田耕生研究室

1. アンケート調査の概要

(1) 調査場所および期間

- ・春日部市ホームページ 2008年11月28日～2009年1月5日
 - ・春日部市内公民館（17館） 2008年12月28日～2009年1月4日
 - ・関東地方の自治体 2008年12月及び1月
- *人口10万人以上の市レベル

(2) 回答数

- ・春日部市ホームページ 201件
- ・春日部市内公民館 48件
- ・関東地方の自治体 68件

* 公民館別の回答数

	件数
中央公民館	16
粕壁南公民館	2
内牧地区公民館	2
豊春地区公民館	1
武里地区公民館	5
幸松地区公民館	5
幸松第二公民館	7
豊野地区公民館	9
不明	1
合計	48

* 回答のあった自治体

埼玉県(16市)
川越市、熊谷市、川口市、さいたま市、狭山市、鴻巣市、深谷市、上尾市、草加市、越谷市、戸田市、入間市、朝霞市、新座市、富士見市、ふじみ野市
千葉県(13市)
千葉市、市川市、船橋市、野田市、成田市、佐倉市、習志野市、柏市、市原市、流山市、八千代市、我孫子市、鎌ヶ谷市
茨城県(4市)
水戸市、筑西市、ひたちなか市、取手市
栃木県(4市)
足利市、佐野市、鹿沼市、那須塩原市
群馬県(5市)
前橋市、高崎市、桐生市、伊勢崎市、太田市
東京都(16区、10市)
中央区、文京区、墨田区、江東区、品川区、大田区、世田谷区、渋谷区、中野区、杉並区、豊島区、北区、荒川区、板橋区、足立区、葛飾区、八王子市、武蔵野市、府中市、昭島市、小金井市、小平市、日野市、東村山市、西東京市、多摩市

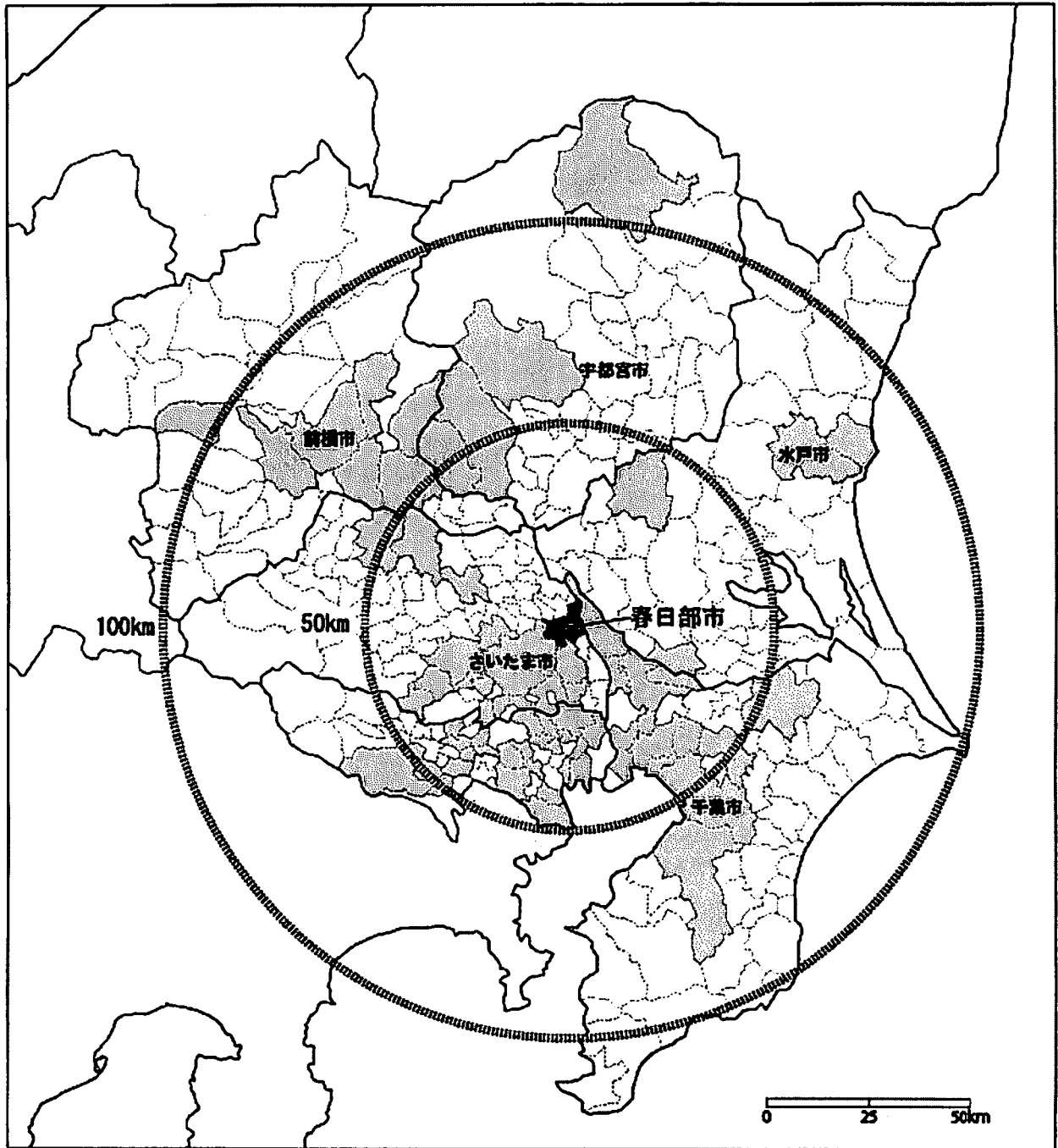


図 市町村アンケート回答市町村

2. アンケート調査結果

今回のアンケート調査では、春日部の印象について「自然」、「住環境」など12項目、春日部のイメージについて8項目を聞いた。その結果を春日部市民（以下、「市民」と表記）、春日部市外在住者（「市外」と表記）に分け、分析を行った。各項目とも、市民と市外では大きな違いは見られなかったが、市民に比べて市外の方が全体的に数ポイント良い評価をつける傾向が見られた。

印象、イメージについて、アンケート調査から明らかになった点は以下の通りである。

(1) 春日部の印象

① 好印象の「自然」、「歴史・伝統」、「住環境」、「交通の便」

- 自然や歴史伝統など、春日部が潜在的に有する“素材”は十分評価が高い。
- 東武鉄道や国道16号、4号の主要道が南北、東西に延びている点などが、交通の便が良いという印象につながっている。
- 「自然の豊かさ」や「交通の便」への好印象が住環境の高評価へつながっていると思われる。

② 印象が分かれる産業

- 「農業」と「商業・工業」について、市外からの印象はそれほどないという点では同じであるが、市民からの印象は異なっている。
- 農業が盛んであるという認識されている一方で、商業・工業は盛んではないと認識されている。桐箆筥、麦わら帽子、羽子板等の地場産業や中心商店街の低迷が市民に印象づけられていることの表れといえる。

③ 住民活動、教育・文化・スポーツ活動の弱さ

- 「芸術・文化活動」、「スポーツ」、「住民コミュニティ」といった項目の評価が低い。これらは市民生活に彩りを与え、生活を豊かにするものである。これから春日部市がより成熟した町になるためにも、これらの項目の評価をあげることが必要とされる。
- 「教育環境」については、市民からの印象はプラスマイナスゼロだが、市外からは好印象と評価されている。
- 「都市基盤」についての評価はあまり良くない。自然や交通便など「住むための環境」としては好印象だが、実際に生活してみてもインフラや市民サービスがやや不備と考えられるのではないか。

④ 乏しい「食」への印象

→「おいしい食べ物」については、市民、市外ともに大きくマイナスの印象となっている。つまり、「春日部にはおいしい食べ物がない」と印象づけられている。

→現在では、都市観光のキーワードとして“食”が挙げられており、訪問先での飲食に対するイメージが観光魅力を左右すると考えられている。その意味においても、今後、特産品や料理などの“食”の開発に取り組む必要がある。

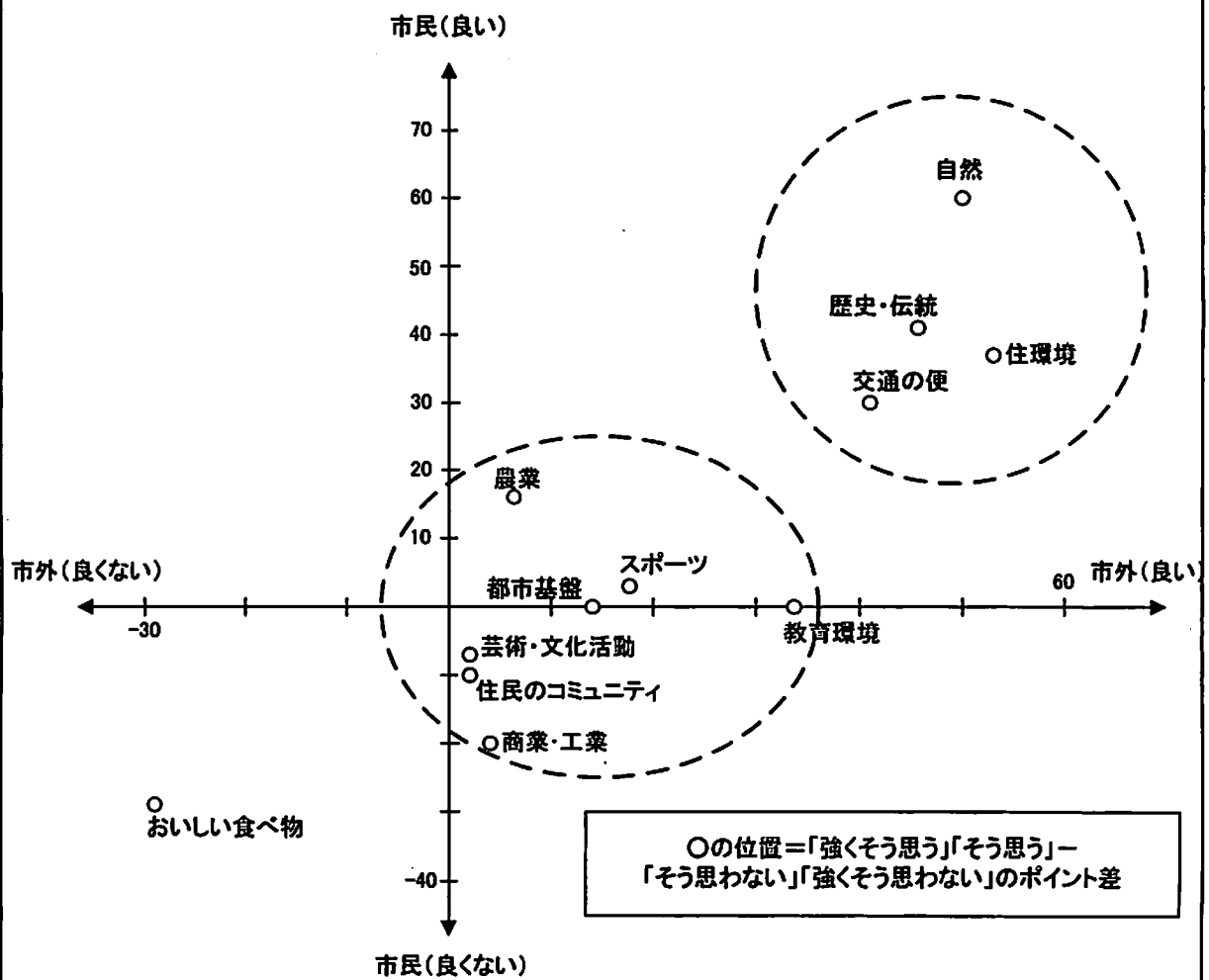
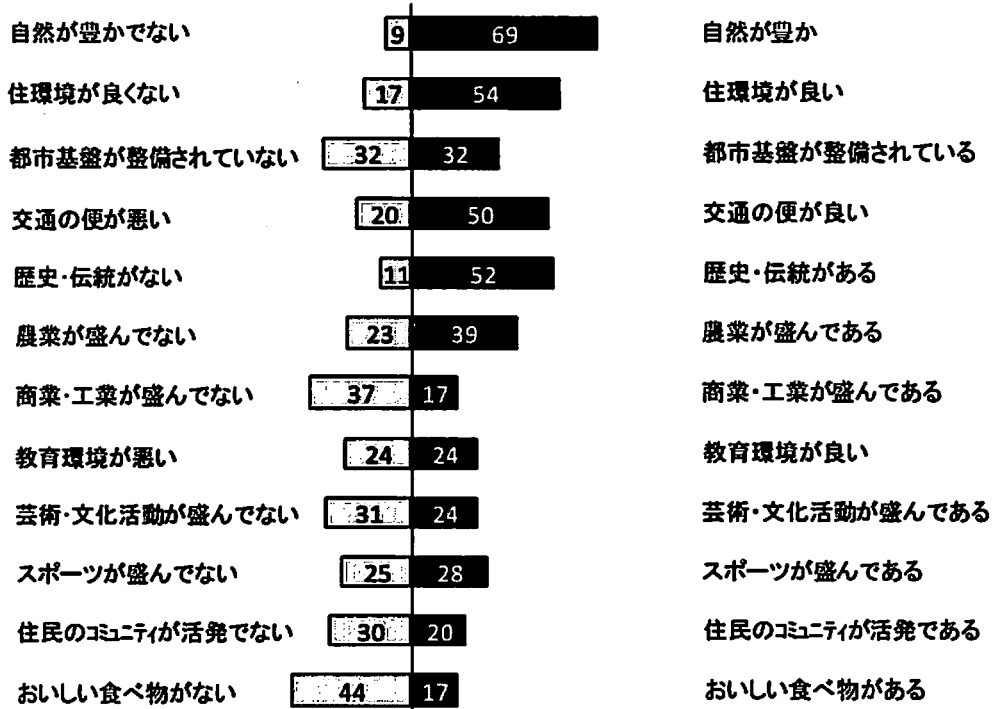


図 春日部の印象

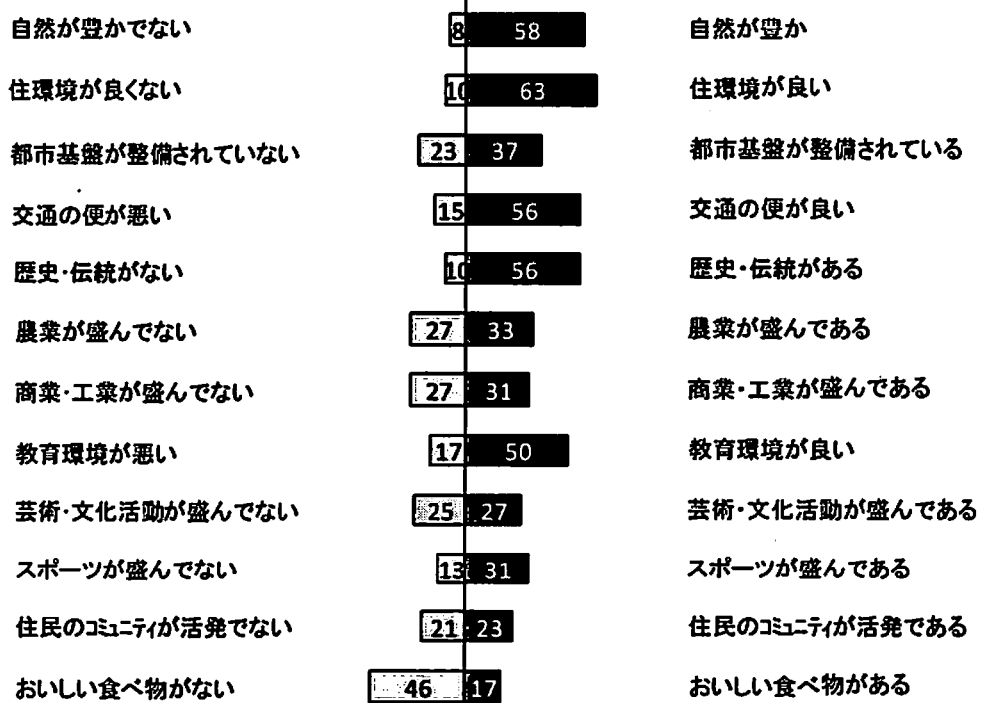
春日部の印象(市民)

(数字は%)



春日部の印象(市外)

(数字は%)



(2) 春日部のイメージ

① 田園的、庶民的イメージが定着

→市民、市外ともに、「庶民的」、「洗練されていない」、「田園的」のイメージが、それぞれ反対の意味をあらわす「高級感」、「おしゃれ」、「都会的」を大きく上回っている。
→春日部の「庶民さ」は内外に完全に定着しているといえる。アニメ「クレヨンしんちゃん」の影響も考えられる。

→「田園的」というイメージは、中心市街地からそれほど離れない距離に内牧地区の果樹栽培や庄和地域の水田などが見られることが影響していると考えられる。また、反対語の「都会的」は、高層建築物が高密度で集積している状態を連想させるが、中心市街地ではそのような状態がみられないと認識されているため、結果として「田園的」というイメージを選択している人が多いと考えられる。

② 市民にとっては「田舎」、周辺地域にとっては「都会」という認識

→賑やかさについて、市民の多くは「閑散としている」とイメージしているが、市外では「賑やか、活気がある」のポイントも大きい。また、市民では「閉鎖的」、市外では「開放的」とイメージのギャップもある。

→市民でのポイントが多い「閑散としている」、「閉鎖的」などは田舎を連想させるものであり、春日部と東京都心部を比較して回答しているものと考えられる。一方で、市外からの回答では都市を連想させる、「賑やか、活気がある」、「開放的」、「きれい」などのイメージが大きい。市外在住者にとっては、春日部は周辺の中心市という認識が強いといえる。

③ 春日部駅高架化と関連整備の遅れがイメージを決定づける

→「洗練されていない」というイメージは、春日部駅の高架化整備事業の遅れによる老朽化した駅舎や、中心市街地に立地する商店街の賑わいの少なさが関連していると考えられる。これは、「閑散としている」イメージが「賑やか」を大きく上回っている点も同じ要因と言える。

→「後進的」が「先進的」を大きく上回っている点についても、春日部駅高架化と関連整備事業が越谷駅や草加駅に比べ遅れていることが要因ではないか。

④ 市民や市外へ向けての情報発信不足

→「洗練されていない」や「後進的」というイメージに関して、反対後の「おしゃれ」や「先進的」が、時代のトレンドを先取るというニュアンスを含んでいるとすれば、春日部からの情報発信量の少なさや発信力の弱さという点が指摘できる。

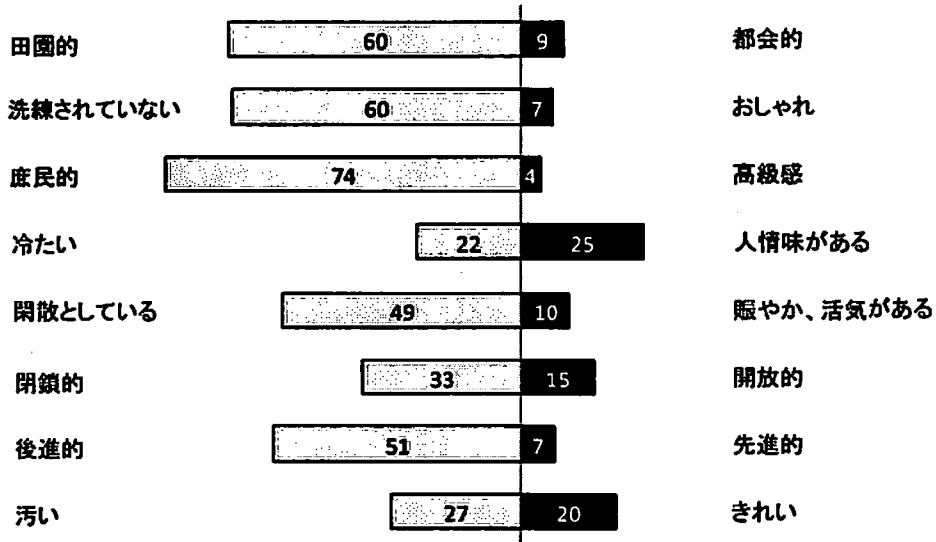
⑤ 人情があって、閉鎖的?というアンバランスさ

→「人情味がある」といった庶民的、田園的な要素に関わるイメージが強い一方で、「閉鎖的」というイメージが高い。

→市民はもとより、市外の人々との交流は都市の発展の基本であり、今後は、地域に開かれたまちづくりを進めていくことが重要であろう。

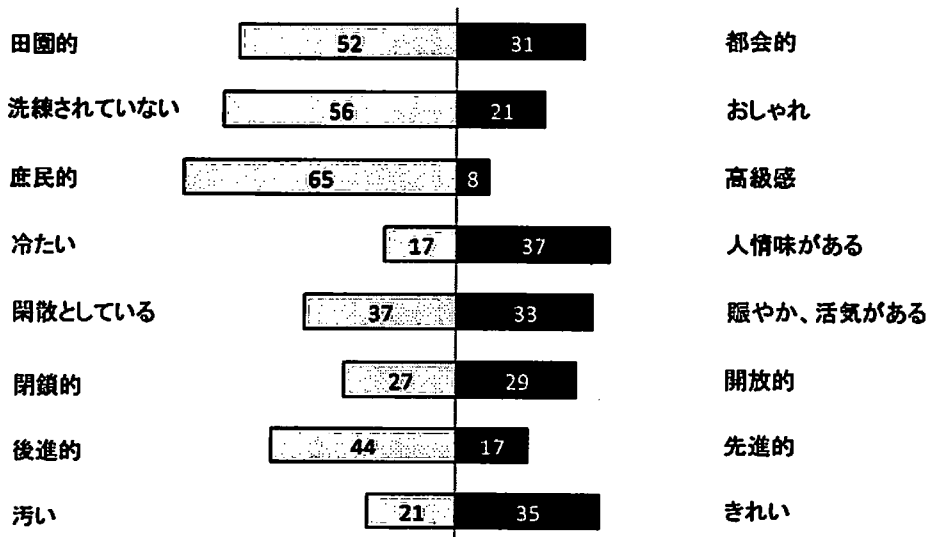
春日部のイメージ(市民)

(数字は%)



春日部のイメージ(市外)

(数字は%)



(3) 春日部のイメージ・アピールすべきもの

今回のアンケート調査では、春日部の具体的なイメージやアピールすべきものについて聞いた。その結果を春日部市民（以下、「市民」と表記）、春日部市外在住者（「市外」と表記）に分け、分析を行った。アンケート調査から明らかになった点は以下の通りである。

① 外部住民、自治体に圧倒的な知名度を持つアニメキャラクター

→アニメ「クレヨンしんちゃん」はTV等のメディアにて広く知られており、「春日部」のイメージとして最も知名度が高い。

→番組内容が市民にとっては、あまり好ましくないと言われ、「クレヨンしんちゃん」を敬遠する傾向にあるが、これだけ外部に対して知名度が高い要素は他になく、活用しない手はない。

② 知名度が高い大風、藤

→大風や藤は市民、市外、自治体と総じて高ポイントであるが、それ以外の選択率は軒並み低く、大風や藤にイメージが集中していると考えられる。

③ 知名度が低い伝統工芸品

→桐たんすや押絵羽子板、麦わら帽子などの地場産業・伝統工芸品は、市内および近隣住民には魅力として評価されているものの、以遠への認知度は低いといえる

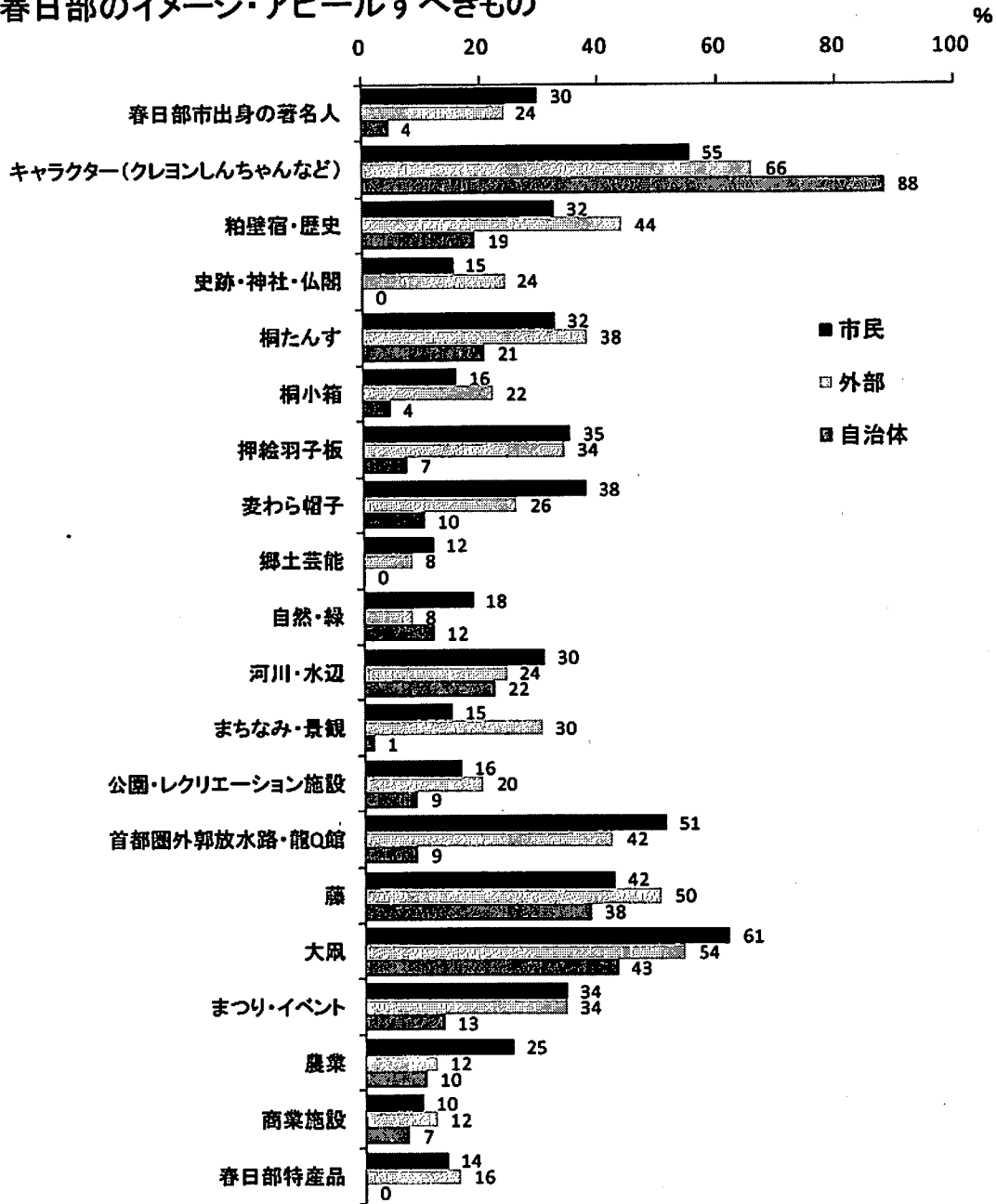
④ アピール要素としての潜在力の高い地下巨大水槽

→首都圏外郭放水路・龍Q館は市民・市外在住者に比べて自治体の選択率が30ポイント以上も低く、知名度がまだ浸透していないといえる。

*その他傾向

- ・ 市民では、春日部市の魅力としてアピールすべきものとして、大風 61%、キャラクター（クレヨンしんちゃんなど）55%、首都圏外郭放水路・龍Q館 51%、藤 42%、麦わら帽子 38%の順に多い。
- ・ 市外在住では、キャラクター（クレヨンしんちゃんなど）66%、大風 54%、藤 50%、粕壁宿・歴史 44%、首都圏外郭放水路・龍Q館 42%の順に多い。
- ・ 自治体では、キャラクター（クレヨンしんちゃんなど）が88%、大風 43%、藤 38%、河川・水辺 22%、桐たんす 21%の順に多い。
- ・ いずれもにおいて選択率が高いのは、キャラクター（クレヨンしんちゃんなど）、大風、藤であり、約4割以上に選択されている。

春日部のイメージ・アピールすべきもの



その他の回答 (春日部のイメージ・アピールすべきもの)

春日部市民

市内に点在する彫刻、交通の要所、うどん、お茶、ジャム(なし、ぶどう、いちご)、音楽(吹奏楽や合唱などが盛ん、ジャズ)、春日部市内で作られる野菜、個人経営の茶園、春日部共栄(高校野球等)、道の駅庄和、

市外在住者

市内に点在する彫刻、春日部ナンバー、教育力の高さ、

自治体

ロビンソン百貨店、春日部共栄(高校野球等)、らき☆すた、春日部ナンバー、春日部温泉、旧谷中小跡地(パレットコートたけさと)