

日常生活資本が地域への愛着に与える影響

松 本 安 生

要旨

本研究では、地域への愛着の下位尺度である帰属意識と場所愛着に、日常生活資本であるウォーカビリティと社会関係資本が与える影響について分析を行った。

その結果、帰属意識に対しては、ウォーカビリティの5因子のうち「景観」と「治安」のみが有意な正の関連がみられ、とりわけ「景観」と強い関連が示された。また、社会関係資本の3因子はいずれも有意な正の関連がみられ、このうち「近所とのつきあい・信頼」は「景観」と同程度の強い関連が示された。

一方、場所愛着に対しては、ウォーカビリティの5因子のいずれも有意な関連がみられ、とりわけ「景観」は最も強い関連が示された。また、社会関係資本の3因子のいずれも有意な正の関連がみられ、「近所」と「親戚・友人」とのつきあい・信頼は同程度に強い関連が示された。このように、美しい景観といった歩きたくなるまちの創出や近所づきあいなどの日常生活資本が、地域への愛着を高めることに重要な要因であることが確認された。

キーワード：日常生活資本、ウォーカビリティ、社会関係資本、地域への愛着

1. はじめに

住民の理解や協力のもと、まちづくりや環境保全の活動を行う市民協働は、地域における多様なニーズの解決を図る取り組みとして有効とされるが、その推進は容易ではない。こうしたなかで、住民の地域活動への参加を高める重要な要因として、人や場所との感情的なつながりである「地域への愛着」への関心が高まっている。例えば、石盛（2004）は、コミュニティ意識の一つの因子である愛着が高い人は、「地域での参加交流に積極的であり、また将来に対しても良くなると考えている傾向」にあることを報告している。また、鈴木・藤井（2008）は、「慣れ親しんだものに深くひかれ、離れがたく感じる程度を意味する尺度」である地域愛着（感情）が高い人ほど、町内活動やまちづくりに熱心であることや、「個人的な嗜好の観点から当該地域を肯定的に評価する程度を意味する尺度」である地域愛着（選択）が高い人ほど、行政を信頼する傾向があることなどを明らかにしている。

さらに、地域への愛着は、河川や湖沼などの地域における環境問題への取り組みを促す要因となることも数多く報告されている。例えば、野波・加藤（2009）は、地域社会への帰属意識（コミュニティ・アイデンティ）と琵琶湖への愛着（トポフィリア）という2つの要因が、琵琶湖に対する環境配慮行動に及ぼす影響について検証した結果、琵琶湖への愛着は琵琶湖を保全するための集団行動に、地域社会への帰属意識は個人行動と集団行動の両方に影響を及ぼすことを報告している。また、小松・村上（2015）は、河川保全活動への参加及び継続意図を規定する要因について検証し、保全活動への参加には、河川及び地域への愛着が費用便益評価と同じ程度に影響を及ぼすことを明らかにしている。

こうした地域への愛着を規定する要因として、デモグラフィック属性のほか、自然環境などの物理的

要因と近所づきあいといった社会的要因が挙げられている。例えば、引地ほか（2009）は、地域の物理的環境を「工芸品等の加工物や、道路や病院等の建造物、自然環境」、社会的環境を「住民同士の交流など、地域内の社会生活を円滑にする対人関係」と定義したうえで、それらが地域への愛着に与える影響について検討を行った。その結果、物理的環境よりも社会的環境への評価が地域への愛着を高めること、これらの影響は居住年数よりも強いことなどを明らかにしている。また、渡辺（2017）も、地域愛着に対して地域の物理的環境と社会的環境が与える影響を検討した結果、公園・遊歩道といった物理的環境が地域の物理的環境への愛着を高める一方で、近所づきあいといった社会的環境は、地域の社会的環境への愛着のみならず、物理的環境への愛着も高めることを示している。さらに、人口統計学的属性のうち、女性であること、未婚であること、居住年数が長いことは、地域の社会的環境への愛着を高めることを明らかにしている。

一方、地域の物理的環境に関しては、近年、ウォーカビリティ（Walkability）の概念が注目されている。国土交通省は、2019年から「居心地が良く歩きたくなるまちなか」の形成を目指すウォーカブル推進都市の募集を開始したが、2023年10月末現在で357都市からの賛同があり、街路の広場化による歩行者滞在空間の創出など具体的な取り組みが進められている¹⁾。こうした、ウォーカビリティを有する地域、すなわち「歩きたくなるまち」は、住民の歩行に基づく日常的な身体活動量を高め、健康の増進に寄与するだけでなく（松本・平井，2021）、歩くことを通じて地域への愛着を醸成することにもつながることが期待される。例えば、姜ほか（2012）は、欧米で指摘されているように、日本でもウォーカビリティが地域への愛着を高めるかどうかを検証した結果、歩くか歩かないかは地域への愛着に関連は見られないが、歩くことが好きか嫌いかは、地域への愛着と大きな関連があることを報告している。このため、地域への愛着の醸成には人々が能動的に歩きたいと思える環境こそが重要であることを指摘としている。しかし、日本の都市や市民を対象に、ウォーカビリティが地域への愛着に与える影響を明らかにした実証的研究の蓄積はまだ十分ではない。

こうしたことから、本研究では地域の物理的要因であるウォーカビリティと近所づきあいなどの地域の社会的要因が、地域への愛着に与える影響を明らかにすることを目的とする。なお、本研究では、ポスト・コロナにおける新しい生活様式のもとで、歩きたくなるまちを形成するウォーカビリティや、近所づきあいなどの社会関係資本が、住民の日常生活を豊かにする近隣環境の重要な要素であると考え、これらを「日常生活資本」（Daily Life Capital）呼ぶこととする。

2. 研究の方法

2-1 調査項目

1) 地域への愛着

人と場所との感情的なつながりである「地域への愛着」については、数多くの概念が提唱されてきたが、そのなかでも、場所への愛着と場所のアイデンティという2つの概念が顕著である（Taima et al., 2019）。Devine-Wright（2013）によれば、場所への愛着とは、物理的・社会的な環境と人との間で時間をかけて育まれる結びつきであり、そうした場所への愛着が強いと人は場所との同一化のプロセスを通じて、帰属意識つまり場所のアイデンティを感じるようになることとされる。

日本でも、例えば、野波・加藤（2009）は、地域環境の保全行動に重要となる地域社会への愛着を、コミュニティへの帰属意識（コミュニティ・アイデンティ）と、保全対象となる場所や環境への情緒的な結びつき（トポフィリア）とに区別し、住民の環境配慮行動意図への影響を検証している。このうち、コミュニティ・アイデンティを、「この集落の一員であることを誇らしく思う」、「この集約にはいい人が多い」、「この集落と強い結びつきを感じることもある」の3項目で、対象とする琵琶湖への愛着

であるトポフィリアを、「琵琶湖には思い入れがある」、「琵琶湖には対して、愛着をもっている」の2項目で測定している。

また、小松・村上(2015)は、河川保全活動への参加と継続意図を規定する要因の一つとして愛着を取り上げ、下位尺度として特定の環境に対する個人の情動的なつながりであるトポフィリア(河川への愛着)と、地域やコミュニティに対する帰属意識や愛着(地域への愛着)を取り上げている。このうち、河川への愛着を、「地域の河川には思い入れがある」、「地域の河川には対して、愛着を持っている」、「地域の河川へ親しみがある」の3項目で、地域への愛着を、「この地域の一員であることが誇らしい」、「この地域にはいい人が多い」、「この地域と強い結びつきを感じる」の3項目で測定している。

本研究では、これら日本における既存研究をもとに、地域への愛着の下位尺度として「帰属意識」と「場所愛着」を設定し、それぞれ3項目からなる計6項目を設定した。このうち、帰属意識については、「この地域の一員であることを誇らしく思う」、「この地域にはいい人が多い」、「この地域と強い結びつきを感じる」の3項目、場所愛着については、「この地域には思い入れがある」、「この地域に対して、愛着をもっている」、「この地域は私にとって重要なところである」の3項目とした(表2)。なお、地域については「自宅から徒歩で10~15分程度の歩いていける範囲」と教示した。回答は全て、「とてもそう思う」、「そう思う」、「ややそう思う」、「あまりそう思わない」、「そう思わない」、「まったくそう思わない」までの6段階のリッカート尺度で求め、この順に6~1点の得点を配した。

2) ウォーカビリティ

日常生活資本の物理的側面であるウォーカビリティについての質問項目は、近隣歩行環境簡易質問紙日本語版(ANEWS日本語版)をもとに作成した。ANEWS日本語版は、居住地周辺の環境が歩行に適しているかどうかを評価する尺度として国際的に活用されている Abbreviated Neighborhood Environment Walkability Scale (ANEWS) を日本語に翻訳したもので、信頼性の確認も行われている(井上ほか, 2009)。

具体的には、教示文において、自宅から徒歩で10~15分程度の範囲を想定してもらったうえで、その環境についてたずねた。ANEWS日本語版は世帯密度(5項目)、土地利用の多様性(23項目)、サービスへのアクセス(6項目)、道路の連結性(3項目)、歩道・自転車道(4項目)、景観(4項目)、交通安全(4項目)、治安(5項目)の合計54項目で構成される。本研究では、回答者の負担を考慮して、このうち近隣の歩行環境を直接的にたずねる26項目(サービスへのアクセス、道路の連結性、歩道、景観、交通安全、治安)について質問した。ただし、近年の日本における高齢化の進展等を踏まえ、サービスへのアクセスに「医療施設」を追加し、最終的に27項目とした(表3)。これらについて、「全くあてはまらない」から「とてもよくあてはまる」までの4段階で回答を求め、この順に1~4点で得点を配した。なお、調査票では、回答者への分かりやすさを考慮し、「近隣」は「近所」と表現した。

3) 社会関係資本

日常生活資本の社会的側面である社会関係資本についての質問は、内閣府調査⁽²⁾をもとに作成した(表5)。内閣府調査は全国を対象に社会関係資本を定量的に把握した日本で最初の試みであり、「つきあい・交流」、「信頼」、「社会参加」の3つの要素で構成される。本研究では、このうち、「つきあい・交流」については、「近所づきあいの程度」、「近所づきあいのある人の数」、「友人・知人とのつきあいの頻度」、「親戚・親類とのつきあいの頻度」の4項目について質問した。このうち、「近所づきあいの程度」については、「お互いに相談したり日用品の貸し借りをするなど、生活面で協力しあっている人もいる」、「日常的に立ち話しをする程度のつきあいはしている」、「あいさつ程度の最小限のつきあいはしていない」、「つきあいは全くしていない」の4段階で回答を求め、この順に4~1点で得点を配し

た。また、「近所づきあいのある人の数」については、「近所のかかなり多くの人と面識・交流がある（概ね 20 人以上）」、「ある程度の人との面識・交流がある（概ね 5～19 人）」、「近所のごく少数の人とだけ面識・交流がある（概ね 4 人以下）」、「隣の人がだれかも知らない」の 4 段階で回答を求め、この順に 4～1 点で得点を配した。さらに、「友人・知人とのつきあいの頻度」及び「親戚・親類とのつきあいの頻度」については、「日常的にある（毎日～週に数回程度）」、「ある程度頻繁にある（週に 1 回～月に数回程度）」、「ときどきある（月に 1 回～年に数回程度）」、「めったにない（年に 1 回～数年に 1 回程度）」、「全くない（もしくはいない）」の 5 段階で回答を求め、この順に 5～1 点で得点を配した。

次に、「信頼」については、「一般的な信頼」、「旅先での信頼」、「近所の人々への信頼」、「友人・知人への信頼」、「親戚・親類への信頼」の 5 項目について質問した。このうち、「一般的な信頼」と「旅先での信頼」については、「ほとんどの人は信頼できる」から「注意するに越したことはない」までに、「わからない」を加えた 10 段階で回答を求め、「わからない」を除外したうえで、この順に 9～1 点で得点を配した。また、「近所の人々への信頼」、「友人・知人への信頼」、「親戚・親類への信頼」については、「大いに頼りになる」から「全く頼りにできない」までの 5 段階で回答を求め、この順に 5～1 点で得点を配した。

さらに、「社会参加」については、「地縁的な活動への参加」、「スポーツ・趣味・娯楽活動への参加」、「ボランティア・NPO・市民活動への参加」の 3 項目について質問した。このうち、「スポーツ・趣味・娯楽活動への参加」は、内閣府調査では「つきあい・交流」に含まれるが、近年のスポーツジムの普及などを踏まえ、近所づきあいや知人とのつきあいよりも「社会参加」として位置付けることが適切と考えた。これらについて、地域（自宅から徒歩で 10～15 分程度の範囲）における参加の頻度を、「週に 4 日以上」、「週に 2～3 日」、「週に 1 回程度」、「月に 2～3 日程度」、「月に 1 回程度」、「年に数回活動」、「活動していない」の 7 段階で回答を求め、この順に 7～1 点で得点を配した。

4) デモグラフィック属性

デモグラフィック属性として、「性別」、「年齢」、「婚姻状況」、「子どもの有無」、「居住年数」、「居住形態」、「世帯人数」、「職業」、「世帯年収」、「学歴」の 10 項目を用いた（表 1）。

このうち、性別については男性と女性の 2 カテゴリー、年齢と居住年数については数値回答をもとに、年齢は 20～30 代、40～50 代、60～70 代の 3 カテゴリー、居住年数は 5 年未満、5 年～10 年未満、10 年～20 年未満、20 年以上の 4 カテゴリーに分類した。また、婚姻状況は、未婚、既婚（離別・死別を含む）の 2 カテゴリーに、子どもの有無については、子どもがいる、子どもはいないの 2 カテゴリーとして分析に用いた。

さらに、居住形態は、持ち家、賃貸・その他の 2 カテゴリーに、世帯人数は、1 人暮らし、2 人、3 人以上の 3 カテゴリーに集約したうえで分析に用いた。職業は会社勤務（一般社員）、会社経営（経営者・役員）、公務員・教職員・非営利団体職員、派遣社員・契約社員、自営業、専門職、パート・アルバイト、専業主婦・主夫、学生、無職などの 14 カテゴリーで回答を求めたが、会社員・公務員等、パート・アルバイト、専業主婦・主夫・学生・無職、専門職・自営業・派遣社員・その他の 4 カテゴリーに集約したうえで分析を行った。世帯年収については、400 万円未満、400 万円以 800 万円未満、800 万円以上の 3 カテゴリーに、最終学歴は、小中・高等学校、大学・大学院、短大・専門学校・その他の 3 カテゴリーに、それぞれ集約したうえで分析に用いた。

2-2 調査の概要

調査は 2022 年 10 月 27 日から 11 月 2 日に、調査会社（株式会社クロス・マーケティング）の登録モニターを対象にインターネット調査により実施した。対象者は神奈川県に住む 20 歳～79 歳までの男女

とし、不誠実な回答者を除外したうえで、特定の年齢と性別に偏ることを防ぐため、各年代（20歳刻み）の男女それぞれ400名（合計2400名）となるように層別の割り当てを行った。

調査項目として、前述の地域への愛着、ウォーカビリティ、社会関係資本、デモグラフィック属性についてきた。調査では、このほか環境配慮行動、多元的公正感、主観的幸福感などに関する設問も行ったが、これらの分析については別稿に譲る。なお、事前のスクリーニング調査により、現住所での居住年数が1年未満の回答者は除外している。これは、日常生活資本に対する評価には一定の居住期間を要すると考えたためである。

本研究でインターネット調査を使用したのは、幅広い年代から回答漏れや不適切な回答が少ないデータを得るためである。また、回答者を継続的に調査する縦断的調査を今後、容易に行えるためでもある。対象者に対しては、本調査の趣旨、プライバシーや匿名性は厳守されることなどを説明したうえで調査を実施した。

2-3 分析の方法

地域への愛着、ウォーカビリティ、社会関係資本のそれぞれについて、上述の通り得点化を行い、単純集計として平均値と標準偏差を求めた。そのうえで、天井効果とフロア効果を確認したうえで、ウォーカビリティ及び社会関係資本について潜在因子を探るための因子分析を行った。さらに、抽出された因子の因子得点を独立変数とし、地域への愛着の下位尺度である「帰属意識」と「場所愛着」を従属変数、回答者のデモグラフィック属性を調整変数とする重回帰分析を行い、ウォーカビリティと社会関係資本が地域への愛着に与える影響を検討した。なお、統計分析は、SPSS 28 for Windows (IBM) を用いて行った。

3. 結果

3-1 回答者のデモグラフィック属性

回答者のデモグラフィック属性を表1に示す。前述の割付の通り、男性と女性がそれぞれ1200名、20～30代、40～50代、60～70代がそれぞれ800名である。

回答者の経済的属性のうち、職業では、会社員・公務員（会社経営・団体職員・派遣社員・契約社員含む）が約4割（40.8%）を占める一方、専業主婦・無職（専業主夫・学生含む）も4割近く（36.2%）を占めた。また、世帯年収では、400万円～800万円未満が約4割（41.0%）を占め、400万円未満（32.0%）と800万円以上（26.9%）がそれぞれ3割程度であった。さらに、最終学歴では、大学・大学院が約半数（50.6%）を占めた。

社会的属性のうち、婚姻状況では、既婚（離別・死別含む）が3分の2（66.0%）を占め、同居する子どもがいる人は約3割（31.1%）であった。また、世帯人数では、3人以上が半数近く（46.2%）を占める一方で、1人暮らしも約2割（18.0%）を占めた。さらに、住居形態では、持ち家が約7割（69.6%）を占め、居住年数では20年以上が約4割（41.0%）で、10年～19年（25.0%）と合わせると10年以上が3分の2を占めた。

3-2 地域への愛着

地域への愛着を示す帰属意識に関する3項目及び場所愛着に関する3項目の平均値及び標準偏差を表2に示す。帰属意識に関する3項目の平均値は3.37（標準偏差：0.97）、場所愛着に関する3項目の平均値は3.56（標準偏差：1.16）であった。なお、帰属意識及び場所愛着に関する3項目の信頼性係数（クロンバッハの α ）はそれぞれ0.867と0.935で、いずれも高い内的整合性が確認された。

表1 回答者のデモグラフィック属性

性別

	N	%
男性	1200	50.0
女性	1200	50.0
合計	2400	100.0

年代

	N	%
20～30 代	800	33.3
40～50 代	800	33.3
60～70 代	800	33.3
合計	2400	100.0

職業

	N	%
会社員・公務員* ¹	978	40.8
自営業・専門職* ²	205	8.5
パート・アルバイト	348	14.5
専業主婦・無職* ³	869	36.2
合計	2400	100.0

*¹: 会社経営・団体職員・派遣社員・契約社員含む

*²: SOHO・農林業・その他含む

*³: 専業主夫・学生含む

世帯年収

	N	%
400 万円未満	769	32.0
400 万円～800 万円未満	985	41.0
800 万円以上	646	26.9
合計	2400	100.0

最終学歴

	N	%
小中学校・高等学校	633	26.4
短大・専門学校*	552	23.0
大学・大学院	1215	50.6
合計	2400	100.0

*: 高等専門学校・その他含む

婚姻状況

	N	%
未婚	817	34.0
既婚*	1583	66.0
合計	2400	100.0

*: 離別・死別含む

子どもの有無

	N	%
子ども有（同居）	747	31.1
子ども有（非同居）	473	19.7
子ども無	1180	49.2
合計	2400	100.0

世帯人数

	N	%
1 人暮らし	432	18.0
2 人	860	35.8
3 人以上	1108	46.2
合計	2400	100.0

居住形態

	N	%
持ち家	1671	69.6
賃貸・その他*	729	30.4
合計	2400	100.0

*社宅・寮・下宿・その他含む

居住年数

	N	%
1～4 年	426	17.8
5～9 年	391	16.3
10～19 年	600	25.0
20 年以上	983	41.0
合計	2400	100.0

表2 地域への愛着についての単純集計結果 (N=2400)

	M	SD
1. この地域の一員であることを誇らしく思う	3.29	1.12
2. この地域にはいい人が多い	3.69	1.01
3. この地域と強い結びつきを感じることがある	3.13	1.13
1～3. 帰属意識 ($\alpha=0.867$)	3.37	0.97
4. この地域には思い入れがある	3.43	1.25
5. この地域に対して、愛着をもっている	3.64	1.23
6. この地域は私にとって重要なところである	3.61	1.22
4～6. 場所愛着 ($\alpha=0.935$)	3.56	1.16

表3 ウォーカビリティについての単純集計結果 (N=2400)

	M	SD
サービスへのアクセス (7項目)		
1 自宅から歩いて行ける範囲にお店がいくつかある	3.21	0.82
2 近所で買い物をすると車では車を停めることが難しい	2.16	0.94
3 近所には、商店、郵便局、公共施設などのような、歩いていける目的地が多い	3.00	0.87
4 自宅から歩いて行ける範囲に医療施設がいくつかある	3.05	0.84
5 駅、バス停などが自宅から簡単に歩いていける範囲にある	3.26	0.81
6 近所には坂が多く、歩くのが大変だ*	2.71	1.07
7 近所には高速道路、鉄道、川などがあって、歩いて移動する時の妨げとなっている*	3.22	0.84
道路の連結性 (3項目)		
8 近所の通りには、行き止まりは少ない	2.88	0.90
9 近所では、交差点から交差点までの間隔は短い (100メートル以下程度)	2.60	0.85
10 近所では、目的地に行くのにいろいろな経路がある (いつも同じ経路を使う必要はない)	2.85	0.78
歩道 (4項目)		
11 近所のほとんどの道には歩道がある	2.75	0.87
12 近所の歩道は、ガードレールや段差で車道と区別されている	2.62	0.89
13 近所の歩道と車道の間には駐車スペースがある	1.96	0.86
14 近所の歩道は、芝生、植え込み等で車道と隔てられている	2.19	0.89
景観 (4項目)		
15 近所の通り沿いに木が植えられている	2.58	0.90
16 近所を歩いていると、見ていて楽しい物がたくさんある	2.31	0.80
17 近所には魅力的な自然の景色が多い	2.50	0.84
18 近所には魅力的な家や建物が多い	2.25	0.78
交通安全 (4項目)		
19 自宅周辺の通りは交通量が多いため、歩くことが難しかったり、楽しくなかったりする*	2.77	0.75
20 自宅周辺を通る車は、ゆっくりと走っている	2.38	0.76
21 近所を走る車のほとんどは、制限速度を超えている*	2.66	0.77
22 近所の通りは、夜でも十分に明るい	2.49	0.79
治安 (5項目)		
23 近所では、歩行者や自転車は、家々の中から簡単に見ることができる (通りには多くの視線がある)	2.47	0.79
24 近所の交通量の多い通りには、歩行者のために横断歩道、信号機がある	2.93	0.80
25 近所は犯罪率が高い*	3.14	0.74
26 近所は犯罪率が高く、昼間でも安全に歩くことができない*	3.39	0.72
27 近所は犯罪率が高く、夜間は安全に歩くことができない*	3.25	0.73

*: 逆転項目, M: 平均, SD: 標準偏差

3-3 ウォーカビリティ

ウォーカビリティに関する項目の平均値及び標準偏差を表3に示す。サービスへのアクセスに関する7項目では、「近所で買い物をするとところでは車を停めることが難しい」、「近所には坂が多く、歩くのが大変だ」の2項目を除いて、いずれも平均値は3点以上と評価が高かった。また、治安に関する5項目でも、「近所では、歩行者や自転車は、家々の中から簡単に見ることができる（通りには多くの視線がある）」を除く4項目では平均値が3点以上あるいは3点近くで高い評価がみられた。一方、歩道の4項目では、「近所の歩道と車道の間には駐車スペースがある」と「近所の歩道は、芝生、植え込み等で車道と隔てられている」の2項目の平均値はそれぞれ2点前後と低く、景観の4項目でも、「近所を歩いていると、見ていて楽しい物がたくさんある」と「近所には魅力的な家や建物が多い」の2項目の平均値はそれぞれ2.5点未満と、評価が低い傾向がみられた。

次に、ウォーカビリティの27項目に対して、探索的因子分析を行い、因子的妥当性のあるものに再構成を行った。この際、平均値+標準偏差が最大値（4点）を超える天井効果がみられた4項目（項目1、項目5、項目7、項目26）をあらかじめ分析から除外した。なお、平均値-標準偏差が最小値（1点）を下回るフロア効果は認められなかった。

因子の抽出には最尤法、回転方法にはプロマックス法を用いた。因子数の決定はカイザー基準とスクリー基準から5因子を仮定した。因子抽出後の共通性が1を下回る3項目（項目2、項目6、項目21）、因子負荷量が0.35未満であった2項目（項目19、項目20）を除外し、残った18項目で再度、因子分析を行ったところ表4の結果が得られた。いずれの項目の因子負荷量も0.35を上回っているため、全ての項目を採用することとした。なお、これら5因子による累積寄与率は45.02%、因子間の相関は、-0.01~0.68であった。

第1因子に負荷量の高い項目は、「近所では、交差点から交差点までの間隔は短い（100メートル以下程度）」（0.54）、「近所では、目的地に行くのにいろいろな経路がある（いつも同じ経路を使う必要はない）」（0.53）、「近所の交通量の多い通りには、歩行者のために横断歩道、信号機がある」（0.50）、など、道路の連結性や治安に関する項目である。そこで、第1因子を「道路環境」とした。また、第2因子に負荷量の高い項目は、「近所の歩道は、ガードレールや段差で車道と区別されている」（0.68）、「近所のほとんどの道には歩道がある」（0.64）、「近所の歩道は、芝生、植え込み等で車道と隔てられている」（0.64）など、歩道に関する項目であり、第3因子に負荷量の高い項目は、「近所を歩いていると、見ていて楽しい物がたくさんある」（0.71）、「近所には魅力的な自然の景色が多い」（0.66）など景観に関する項目であり、それぞれ「歩道」と「景観」とした。さらに、第4因子は、「近所は犯罪率が高く、夜間は安全に歩くことができない」（0.91）と「近所は犯罪率が高い」（0.75）の治安に関する2項目、第4因子は「近所には、商店、郵便局、公共施設などのような、歩いていける目的地が多い」（0.92）と、「自宅から歩いて行ける範囲に医療施設がいくつかある」（0.74）のサービスへのアクセスに関する2項目で構成される。このため、それぞれを「治安」と「アクセス」とした。

以上の通り因子分析により「道路環境」、「歩道」、「景観」、「治安」、「アクセス」の5因子を抽出したが、これらの因子の信頼性係数（クロンバッハの α ）はいずれも0.65以上で、高い内的整合性が確認された。

3-4 社会関係資本

社会関係資本に関する項目の平均値と標準偏差を表5に示す。このうち、「一般的な信頼」及び「旅先での信頼」の2項目では「分からない」の回答を除外した9段階で分析を行ったが、それぞれの平均値は4.46と4.21でいずれも中間点（5点）を下回った。また、近所づきあいに関する2項目の平均値もそれぞれ2.5点未満と低く、近所のごく少数の人とだけのあいさつ程度の最小限のつきあいが多くと

表4 ウォーカビリティについての因子分析結果

項目	因子負荷量					共通性
	F1	F2	F3	F4	F5	
F1：道路環境（ $\alpha=0.66$ ）						
9 近所では、交差点から交差点までの間隔は短い（100メートル以下程度）	0.54	-0.08	0.00	-0.11	-0.01	0.24
10 近所では、目的地に行くのにいろいろな経路がある（いつも同じ経路を使う必要はない）	0.53	-0.09	0.07	-0.01	0.12	0.35
24 近所の交通量の多い通りには、歩行者のために横断歩道、信号機がある	0.50	0.10	-0.04	0.10	0.00	0.34
8 近所の通りには、行き止まりは少ない	0.50	0.01	-0.05	0.05	-0.12	0.19
22 近所の通りは、夜でも十分に明るい	0.47	0.00	0.13	-0.06	0.03	0.29
23 近所では、歩行者や自転車は、家々の中から簡単に見ることができる（通りには多くの視線がある）	0.39	0.03	0.13	-0.07	-0.05	0.18
F2：歩道（ $\alpha=0.74$ ）						
12 近所の歩道は、ガードレールや段差で車道と区別されている	0.18	0.68	-0.14	-0.01	0.02	0.56
11 近所のほとんどの道には歩道がある	0.15	0.64	-0.15	0.10	0.09	0.55
14 近所の歩道は、芝生、植え込み等で車道と隔てられている	-0.17	0.64	0.20	-0.05	-0.06	0.46
15 近所の通り沿いに木が植えられている	-0.03	0.51	0.21	0.06	0.00	0.38
13 近所の歩道と車道の間には駐車スペースがある	-0.09	0.46	0.14	-0.16	-0.04	0.29
F3：景観（ $\alpha=0.75$ ）						
16 近所を歩いていると、見ていて楽しい物がたくさんある	0.10	0.03	0.71	-0.02	0.07	0.61
17 近所には魅力的な自然の景色が多い	0.00	0.02	0.66	0.15	-0.08	0.44
18 近所には魅力的な家や建物が多い	0.02	0.06	0.66	-0.04	0.04	0.50
F4：治安（ $\alpha=0.80$ ）						
27 近所は犯罪率が高く、夜間は安全に歩くことができない	0.02	-0.04	0.04	0.91	0.01	0.82
25 近所は犯罪率が高い	-0.07	0.00	0.05	0.75	-0.01	0.54
F5：アクセス（ $\alpha=0.81$ ）						
3 近所には、商店、郵便局、公共施設などのような、歩いていける目的地が多い	-0.07	0.01	0.00	-0.02	0.92	0.77
4 自宅から歩いて行ける範囲に医療施設がいくつかある	0.07	-0.02	0.00	0.02	0.74	0.61
因子寄与	3.04	2.98	2.30	1.60	2.57	
因子間相関	1.00					
	F2	0.53	1.00			
	F3	0.26	0.46	1.00		
	F4	0.19	-0.01	-0.11	1.00	
	F5	0.68	0.35	0.16	0.22	1.00

* 因子抽出法：最尤法，回転法：プロマックス法

考えられる。さらに、「近所の人々への信頼」、「親戚・親類への信頼」、「友人・知人への信頼」の平均値はそれぞれ 2.50, 3.22, 3.31 で、友人・知人や親戚・信頼よりも近所の人々への信頼が低い傾向がみられた。一方、社会的参加に関する 3 項目（地縁的な活動への参加、スポーツ・趣味・娯楽活動への参加、ボランティア・NPO・市民活動への参加）の平均値はそれぞれ 1.52, 2.02, 1.39 と低く、「活動していない」の回答も多くみられた。

表5 社会関係資本についての単純集計結果

	N	Min	Max	M	SD
一般的な信頼*	2315	1	9	4.46	1.93
旅先での信頼*	2303	1	9	4.21	1.92
近所づきあいの程度	2400	1	4	2.13	0.79
近所づきあいのある人の数	2400	1	4	2.11	0.78
友人・知人とのつきあいの頻度	2400	1	5	2.90	1.19
親戚・親類とのつきあいの頻度	2400	1	5	2.64	1.02
近所の人々への信頼	2400	1	5	2.50	1.11
親戚・親類への信頼	2400	1	5	3.22	1.14
友人・知人への信頼	2400	1	5	3.31	1.08
地縁的な活動への参加	2400	1	7	1.52	1.05
スポーツ・趣味・娯楽活動への参加	2400	1	7	2.02	1.76
ボランティア・NPO・市民活動への参加	2400	1	7	1.39	1.04

*：「分からない」の回答を除外

N：件数，Min：最小値，Max：最大値，M：平均，SD：標準偏差

社会関係資本に関する12項目に対しても同様に探索的因子分析を行い、因子的妥当性のあるものに再構成を行った。この際、平均値－標準偏差が最小値（1点）を下回るフロア効果がみられた社会参加に関する3項目は分析から除外した。なお、平均値＋標準偏差が最大値を超える天井効果は認められなかった。

因子の抽出には最尤法，回転方法にはプロマックス法を用いた。因子数の決定はカイザー基準とスクリー基準から3因子を仮定した。

表6 社会関係資本についての因子分析結果

項目	F1	因子 F2	F3	共通性
F1：親戚・友人とのつきあい・信頼（ $\alpha=0.77$ ）				
親戚・親類への信頼	0.76	-0.09	0.03	0.53
友人・知人への信頼	0.74	0.00	0.03	0.56
親戚・親類とのつきあいの頻度	0.64	0.00	-0.08	0.38
友人・知人とのつきあいの頻度	0.56	0.11	-0.02	0.38
F2：近所とのつきあい・信頼（ $\alpha=0.77$ ）				
近所づきあいの程度	-0.05	0.93	-0.04	0.79
近所づきあいのある人の数	-0.03	0.79	0.00	0.61
近所の人々への信頼	0.24	0.47	0.09	0.45
F3：一般的信頼（ $\alpha=0.85$ ）				
旅先での信頼	-0.04	-0.01	0.87	0.73
一般的な信頼	0.01	0.00	0.86	0.75
因子寄与	2.57	2.39	1.97	
因子間相関		1		
	F2	0.49	1	
	F3	0.38	0.33	1

* 因子抽出法：最尤法 回転法：Kaiserの正規化を伴うプロマックス法

因子分析の結果を表6に示す。いずれの項目の因子負荷量も0.45を上回っているため、全ての項目を採用することとした。なお、これら3因子による累積寄与率は57.54%, 因子間の相関は、0.330~0.495であった。

第1因子は、親戚・親類と友人・知人への信頼及びつきあいの頻度に関する4項目で構成されるため、「親戚・友人とのつきあい・信頼」とした。また、第2因子は、近所づきあいに関する2項目及び「近所の人々への信頼」で構成されるため、「近所とのつきあい・信頼」とした。さらに、第3因子は、「旅行での信頼」(0.87)と「一般的な信頼」(0.86)の2項目で構成されるため、「一般的信頼」とした。

以上の通り、因子分析により「親戚・友人とのつきあい・信頼」, 「近所とのつきあい・信頼」, 「一般的信頼」の3因子を抽出した。これら3因子の信頼性係数(クロンバッハの α)はいずれも0.75以上で、高い内的整合性が確認された。

3-5 日常生活資本が地域への愛着に与える影響

日常生活資本であるウォーカビリティと社会関係資本が、地域への愛着に与える影響を探るため、地域への愛着の下位尺度である「帰属意識」と「場所愛着」を従属変数、ウォーカビリティの5因子及び社会関係資本の3因子の因子得点を独立変数、回答者のデモグラフィック属性を調整変数とする重回帰分析を行った。この結果、「帰属意識」を従属変数としたモデル、「場所愛着」を従属変数としたモデルのいずれにおいても、有意なモデルが得られた。モデルの詳細を表7及び表8に示す。

その結果、帰属意識に対しては、ウォーカビリティの5因子のうち「景観」と「治安」が、社会関係資本では3因子のすべてが、統計的に有意な関連が認められた(有意水準5%)。また、各独立変数の相対的な影響力を示す標準化係数(β)からみると、ウォーカビリティの「景観」と、社会関係資本の「近所とのつきあい・信頼」がいずれも帰属意識に同程度の強い正の影響を与えていた。これに次いで、社会関係資本の「親戚・友人とのつきあい・信頼」が正の強い影響を与えていた。

なお、デモグラフィック属性では、「女性」と「パート・アルバイト」の2項目のみが統計的に有意な関連が認められた(有意水準5%)。

場所愛着に対しては、ウォーカビリティの5因子と社会関係資本の3因子のすべてで、統計的に有意な関連が認められた(有意水準5%)。標準化係数(β)からみると、場所愛着に最も強く影響を与える要因は、ウォーカビリティの「景観」であり、次いで、社会関係資本の「近所とのつきあい・信頼」と「親戚・友人とのつきあい・信頼」が同程度の強い正の影響を与えていた。一方、ウォーカビリティの「歩道」は、場所愛着に対して負の影響を与えていた。

なお、デモグラフィック属性では、「女性」のほか、居住年数の3項目、「既婚(死別・離別含む)」, 「(世帯人数)3人以上」の6項目で統計的に有意な関連が認められた(有意水準5%)。このうち、居住年数の3項目と「(世帯人数)3人以上」はいずれも帰属意識に正の影響を与えていた一方で、「女性」と「既婚(死別・離別含む)」はいずれも帰属意識に負の影響を与えていた。

4. おわりに

本研究では、人や場所との感情的なつながりである地域への愛着に、日常生活資本であるウォーカビリティと社会関係資本が与える影響について分析を行った。

その結果、地域への愛着の下位尺度である帰属意識に対しては、ウォーカビリティの5因子のうち「景観」と「治安」のみで正の有意な関連がみられたが、とりわけ、「景観」は、帰属意識に強い関連が示された。また、社会関係資本の3因子はいずれも帰属意識と正の有意な関連がみられた。このうち、「近所とのつきあい・信頼」は「景観」と同程度に帰属意識と強い関連がみられ、次いで、「親戚・友人

表7 帰属意識を従属変数とした重回帰分析結果

	B	β	t 値	p	95% CI		VIF
切片	3.251		48.914	0.000**	3.120	-3.381	
女性 (ref. 男性)	-0.073	-0.038	-1.972	0.049*	-0.145	-0.000	1.327
年代 (ref. 20～30 代)							
40～50 代	0.029	0.014	0.615	0.538	-0.063	-0.121	1.875
60～70 代	-0.046	-0.023	-0.739	0.460	-0.168	-0.076	3.364
持ち家 (ref. 賃貸・その他)	0.070	0.033	1.569	0.117	-0.017	-0.157	1.627
居住年数 (ref. 5 年未満)							
5 年～10 年未満	0.090	0.035	1.601	0.110	-0.020	-0.201	1.695
10 年～20 年未満	0.110	0.049	1.958	0.050	0.000	-0.221	2.286
10 年以上	0.034	0.017	0.580	0.562	-0.081	-0.149	3.217
既婚 (死別・離別含む) (ref. 未婚)	-0.106	-0.052	-1.744	0.081	-0.225	-0.013	3.207
子どもの有無 (ref. 子ども無)							
子ども有 (同居)	0.115	0.055	1.668	0.095	-0.020	-0.249	3.931
子ども有 (非同居)	0.086	0.036	1.418	0.156	-0.033	-0.206	2.327
世帯人数 (ref. 1 人暮らし)							
2 人	0.109	0.054	1.889	0.059	-0.004	-0.223	3.006
3 人以上	0.085	0.044	1.317	0.188	-0.042	-0.212	4.030
職業 (ref. 会社員・公務員)							
自営業・専門職	0.017	0.005	0.268	0.789	-0.107	-0.141	1.178
パート・アルバイト	-0.109	-0.039	-1.972	0.049*	-0.217	-0.001	1.446
専業主婦・無職	-0.027	-0.013	-0.591	0.555	-0.116	-0.062	1.839
世帯年収 (ref. 400 万円未満)							
400 万～800 万円未満	0.000	0.000	0.005	0.996	-0.081	-0.081	1.596
800 万円以上	-0.032	-0.015	-0.642	0.521	-0.130	-0.066	1.924
最終学歴 (ref. 小中学校・高等学校)							
短大・専門学校	0.053	0.023	1.124	0.261	-0.039	-0.145	1.502
大学・大学院	0.057	0.029	1.389	0.165	-0.023	-0.136	1.610
ウォーカビリティ (因子得点)							
道路環境	-0.004	-0.004	-0.112	0.911	-0.077	-0.069	4.084
歩道	-0.006	-0.005	-0.209	0.834	-0.060	-0.048	2.387
景観	0.271	0.247	11.734	0.000**	0.226	-0.316	1.611
治安	0.099	0.095	5.283	0.000**	0.062	-0.135	1.166
アクセス	0.032	0.031	1.101	0.271	-0.025	-0.089	2.822
社会関係資本 (因子得点)							
親戚・友人とのつきあい・信頼	0.214	0.198	8.755	0.000**	0.166	-0.261	1.857
近所とのつきあい・信頼	0.304	0.293	12.528	0.000**	0.257	-0.352	1.985
一般的信頼	0.085	0.081	4.203	0.000**	0.045	-0.124	1.351

B：非標準化係数, β ：標準化係数, 95% CI：95% 信頼区間

従属変数は帰属意識, 強制投入法, F (2273) = 51.045, $p < 0.001$, 調整済み決定係数 0.373

とのつきあい・信頼」が帰属意識と強い関連がみられた。

帰属意識は、「この地域の一員であることを誇りに思う」や「この地域にはいい人が多い」などの項目で構成される因子であり、地域の社会的環境への愛着に近いと考えられる。渡辺 (2017) は、地域の社会的環境への愛着には地域の社会的要因のみが影響することを報告しているが、本研究では、帰属意識に対して、地域の社会的要因である「近所とのつきあい・信頼」だけでなく、地域の「景観」が同程

表 8 場所愛着を従属変数とした重回帰分析の結果

	B	β	t 値	p	95% CI		VIF
切片	3.366		38.834	0.000**	3.196	-3.536	
女性 (ref. 男性)	-0.145	-0.063	-3.011	0.003**	-0.240	-0.051	1.327
年代 (ref. 20～30 代)							
40～50 代	-0.026	-0.011	-0.434	0.665	-0.146	-0.093	1.875
60～70 代	-0.114	-0.047	-1.410	0.159	-0.273	-0.045	3.364
持ち家 (ref. 賃貸・その他)	0.095	0.038	1.646	0.100	-0.018	-0.209	1.627
居住年数 (ref. 5 年未満)							
5 年～10 年未満	0.216	0.069	2.929	0.003**	0.071	-0.360	1.695
10 年～20 年未満	0.272	0.101	3.703	0.000**	0.128	-0.416	2.286
10 年以上	0.268	0.114	3.513	0.000**	0.118	-0.418	3.217
既婚 (死別・離別含む) (ref. 未婚)	-0.161	-0.065	-2.024	0.043*	-0.316	-0.005	3.207
子どもの有無 (ref. 子ども無)							
子ども有 (同居)	0.009	0.003	0.096	0.924	-0.167	-0.184	3.931
子ども有 (非同居)	0.047	0.016	0.598	0.550	-0.108	-0.203	2.327
世帯人数 (ref. 1 人暮らし)							
2 人	0.116	0.048	1.534	0.125	-0.032	-0.264	3.006
3 人以上	0.203	0.087	2.412	0.016*	0.038	-0.369	4.030
職業 (ref. 会社員・公務員)							
自営業・専門職	0.145	0.034	1.763	0.078	-0.016	-0.306	1.178
パート・アルバイト	-0.041	-0.012	-0.573	0.567	-0.182	-0.100	1.446
専業主婦・無職	0.012	0.005	0.204	0.838	-0.104	-0.128	1.839
世帯年収 (ref. 400 万円未満)							
400 万～800 万円未満	-0.037	-0.016	-0.697	0.486	-0.143	-0.068	1.596
800 万円以上	-0.067	-0.026	-1.024	0.306	-0.195	-0.061	1.924
最終学歴 (ref. 小中学校・高等学校)							
短大・専門学校	-0.002	-0.001	-0.029	0.977	-0.122	-0.119	1.502
大学・大学院	0.058	0.025	1.087	0.277	-0.046	-0.162	1.610
ウォーカビリティ (因子得点)							
道路環境	0.109	0.082	2.253	0.024*	0.014	-0.204	4.084
歩道	-0.088	-0.068	-2.441	0.015*	-0.158	-0.017	2.387
景観	0.344	0.261	11.421	0.000**	0.285	-0.403	1.611
治安	0.106	0.084	4.338	0.000**	0.058	-0.153	1.166
アクセス	0.080	0.064	2.105	0.035*	0.005	-0.155	2.822
社会関係資本 (因子得点)							
親戚・友人とのつきあい・信頼	0.197	0.152	6.189	0.000**	0.135	-0.259	1.857
近所とのつきあい・信頼	0.238	0.191	7.518	0.000**	0.176	-0.300	1.985
一般的信頼	0.061	0.048	2.315	0.021**	0.009	-0.112	1.351

B：非標準化係数, β ：標準化係数, 95% CI：95% 信頼区間

従属変数は帰属意識, 強制投入法, F (2273) = 30.923 p<0.001, 調整済み決定係数 0.262

度に強く影響していることが示された。つまり、地域への帰属意識を高めているのは、近所や友人とのつきあいなどの人間関係だけでなく、美しい景観や治安の良さといった歩きたくなるまちの環境も重要だと考えられる。また、帰属意識に対して、親戚や友人とのつきあい・信頼よりも近所とのつきあい・信頼が強く関連している一方で、近所の人々への信頼は友人・知人や親戚・親類への信頼よりも低くなっていることには留意すべきである。つまり、近年、課題となっている近所とのつきあいや信頼の低下

が、地域への帰属意識の希薄化を招いていることが懸念される。

地域への愛着のもう一つの下位尺度である場所愛着に対しては、ウォーカビリティの5因子のいずれも有意な関連がみられ、とりわけ、「景観」は場所愛着と最も強い関連がみられた。また、社会関係資本の3因子もいずれも有意な正の関連がみられ、このうち、「近所とのつきあい・信頼」と「親戚・友人とのつきあい・信頼」は同程度に場所愛着と強い関連がみられた。

場所愛着は、「この地域に思い入れがある」や「この地域は私にとって重要なところである」などの項目で構成される因子であり、地域の物理的環境への愛着に近いと考えられる。渡辺（2017）は、地域の物理的環境への愛着には地域の物理的環境と社会的要因の両方が影響することを報告しているが、本研究も同様に、場所愛着に対しては、地域の物理的環境であるウォーカビリティと、地域の社会的要因である社会関係資本がいずれも影響していることが示された。

以上のことから、ウォーカビリティの因子である「景観」や、近所や友人とのつきあい・信頼などの社会関係資本は、帰属意識と場所愛着の両面で地域への愛着に強い影響を与えており、美しい景観といった歩きたくなるまちの創出や近所づきあいなどの日常生活資本が、地域への愛着を高めることに重要な要因であることが確認された。

ただし、「道路環境」、「景観」、「治安」、「アクセス」の4因子が場所愛着に正の関連を示す一方で、「歩道」のみは負の関連が示された。歩道は、「近所の歩道は、ガードレールや段差で車道と区別されている」や「近所のほとんどの通りには歩道がある」などの項目で構成される因子だが、日本ではこうした車道と区別された歩道には、「狭い」や「危険」といったイメージが強く（奥平・北原，2008）、歩道が多いことがむしろ「歩きにくい」という印象につながっていたのではないかと考えられる。

なお、デモグラフィック属性のうち、居住年数は場所愛着のみと正の有意な関連がみられ、居住年数が5年未満のグループに比べ、居住年数が5年以上のグループでは場所愛着が強く、居住年数が長いグループほど、場所愛着への影響も強くなることが示された。ただし、その関連の強さを示す標準化係数はウォーカビリティや社会関係資本の各因子と同程度かそれよりも小さく、デモグラフィック属性の影響力は日常生活資本よりも少ないと考えられる。この結果は、引地ほか（2009）と同様であった。また、性別は帰属意識と場所愛着のいずれに対しても負の有意な関連がみられ、女性は男性よりも帰属意識と場所愛着のいずれにおいても地域への愛着が統計的に有意に低いことが示された。さらに、場所愛着においては、既婚（死別・離別含む）でも有意な負の関連がみられたことから、結婚による転居が性別や婚姻の影響と関係しているのではないかと考えられる。ただし、世帯人数では3人以上で場所愛着と有意な正の関連があり、1人暮らしに比べて家族と同居していることは場所愛着を高めていると考えられる。

本研究では地域への愛着に、日常生活資本であるウォーカビリティと社会関係資本が与える影響について分析を行い、ウォーカビリティでは景観が、社会関係資本では、近所とのつきあい・信頼や親戚・友人とのつきあい・信頼が、地域への愛着を高めていることを明らかにした。ただし、本研究におけるウォーカビリティは、対象者の主観的評価であるため、地域の物理的環境に関する情報（道路・歩道の地図、公共施設・医療機関の位置、公園や緑道の配置など）をもとに地理情報システム（GIS）を用いた客観的な評価と地域への愛着との関連についても検証を進めることが今後の課題である。

謝辞

本研究は、神奈川大学分野横断型研究推進事業（テーマ公募型）（課題名：『ポストコロナにおける持続可能なまちづくりに関する研究～「日常生活資本」の新しい概念を中心にして』）による助成を受けて行いました。

注

- (1) 国土交通省, ウォーカブルポータルサイト, <https://www.mlit.go.jp/toshi/walkable/> (2023 年 11 月 9 日参照)
- (2) 内閣府, 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, <https://www.npo-homepage.go.jp/toukei/2009izen-chousa/2009izen-sonota/2002social-capital>, (参照: 2023 年 10 月 27 日)

参考文献

- 1) Devine-Wright, P. (2013) Think global, act local? The relevance of place attachments and place identities in a climate changed world, *Global Environmental Change*, 23 (1), 61-69
- 2) 姜気賢・末吉祐樹・藤本慧悟・有馬隆文 (2012) アンケート調査からみた「Walkable Neighborhood」に関する歩行者意識, *都市・建築学研究*, 22, 21-27
- 3) 小松郁也・村上一真 (2015) 住民の河川保全活動への参加と継続の要因に関する構造分析——アダプト・プログラムに着目して——, *土木学会論文集 G (環境)*, 71 (5), I_337-I_345
- 4) 引地博之・青木俊明・大淵憲一 (2009) 地域に対する愛着の形成機構——物理的環境と社会的環境の影響——, *土木学会論文集 D*, 65 (2), 101-110
- 5) 井上茂・大谷由美子・小田切優子・高宮朋子・石井香織・李廷秀・下光輝一 (2009) 近隣歩行環境簡易質問紙日本語版 (ANEWS 日本語版) の信頼性, *体力科学*, 58, 453-462
- 6) 石盛真徳 (2004) コミュニティ意識とまちづくりへの市民参加: コミュニティ意識尺度の開発を通じて, *コミュニティ心理学研究*, 7 (2), 87-98
- 7) 松本安生・平井誠 (2021) コロナ禍における中高齢者の身体活動量に周辺環境が与える影響, *人文学研究所報*, 66, 21-36
- 8) 野波寛・加藤潤三 (2009) コミュニティ・アイデンティティとトポフィリアが環境配慮行動に及ぼす効果, *心理学研究*, 80 (1), 25-32
- 9) 奥平純子・北原理雄 (2008) 歩行者からみた狭隘歩道の環境——千葉県船橋市立法典小学校区の木下街道沿道——, *日本建築学会技術報告集*, 14 (28), 567-572
- 10) 鈴木春菜・藤井聡 (2008) 地域愛着が地域への協力行動に及ぼす影響に関する研究, *土木計画学研究・論文*, 25, 357-362
- 11) Taima, M., Asami, Y. and Ishikawa, T. (2019) Relationships among psychological scales of various concepts related to place attachment, *MERA Journal*, 22 (1), 49-58
- 12) 渡辺由希 (2017) 地域への愛着によって促される地域活動の参加傾向, *淑徳大学大学院総合福祉研究科研究紀要*, 24, 111-129

Effects of Daily Life Capital on Community Attachment

Matsumoto, Yasuo

This study analyzed the effects of walkability and social capital, which are daily life capital, on place identity and place attachment, which are sub-scales of community attachment.

The results showed that only “landscape” and “public safety” among the five factors of walkability were significantly positively related to place identity, with “landscape” showing a strong association with place identity. All three factors of social capital showed significant positive associations with place identity, with “neighborhood friendliness and trust” and “landscape” being associated with place identity with equal strength.

On the other hand, all five walkability factors were significantly associated with place attachment, with “landscape” having the strongest association. In addition, all three factors of social capital showed significant positive associations, with “neighborhood friendliness and trust” and “relatives/ acquaintances friendliness and trust” having equally strong associations. Thus, it was confirmed that the creation of a town with beautiful scenery that makes people want to walk around and neighborhood relationship are important factors in increasing attachment to the community.

Keywords: daily life capital, walkability, social capital, community attachment