

「東京イメージ」と「大阪イメージ」の規定要因

1. はじめに
2. 目的
3. 方法
4. 結果と考察
5. 全体的考察

古 沢 照 幸*
加 藤 義 明*

要 約

東京、大阪、白河、石垣、稚内の5地域に住んでいる人々を対象に東京イメージと大阪イメージについて質問を行った。なお白河、石垣、稚内についてはこれらを合わせ地方サンプルとして結果を出すこととした。被調査者は小学生、中学生、高校生とその両親であった。調査項目は56のイメージ項目、東京または大阪への居住経験を問う項目に性別、年齢などの基本的属性を問う項目が加わっている。初めに東京イメージと大阪イメージの因子構造を決定するため全サンプルを対象に両イメージについてそれぞれ因子分析を行った。その結果5つの因子が抽出され、それらは両イメージに共通のものであった。因子名は「先進性」、「砂漠性（東京砂漠、大阪砂漠）」、「Enjoy（Enjoy 東京、Enjoy 大阪）」、「きたない」、「便利」であった。以下この5つの因子を基本とし指標尺度を作成し、比較検討を行った。

諸結果は以下の通りである。東京イメージ、大阪イメージそれぞれについて各地域サンプルの指標尺度の得点を比較した。「先進性」、「砂漠性」、「きたない」は両イメージとも地方サンプルが東京サンプルや大阪サンプルの得点より高かった。各地域サンプルにおける東京サンプルと大阪サンプルの比較では、東京サンプルはすべての指標尺度が東京イメージの方が大阪イメージよりも高い得点を示していた。地方サンプルは「Enjoy」以外のすべての指標尺度で東京イメージの得点が高かった。大阪サンプルでは「Enjoy」と「便利」で大阪イメージの得点が高く、他の3指標では東京イメージの得点が高かった。「先進性」、「砂漠性」、「きたない」はこの結果から東京に特徴的なイメージであると考えられた。これらの結果と経験要因の結果を合わせた検討によって、3つのルートによるイメージ形成が考えられた。「Enjoy」、「便利」のようにその地に生活し、経験することによって形成されるイメージ（生活経験ルートイメージ）、「砂漠性」、「きたない」のように経験を通して現在住んでいる地域と対象都市を比較することによって形成されるイメージ（経験比較ルートイメージ）、「先進性」のように経験に直接関連せず、住んでいる地域との比較によって形成されるイメージ（非経験または間接経験ルートイメージ）の3ルートイメージである。これは諸結果による総合的な判断によるが、実際に3つのルートによってイメージが形成されているかどうかは、実験的な研究の裏づけも必要となろう。

1. はじめに

都市についての研究は都市社会学の領域ではタイプ分けを方法として行われている(鈴木, 1957, 1962; 倉沢, 1968)。その都市の社会的な情勢(都市度, 就業者, 産業別構成, 人口, 人口増加率, 犯罪発生件数など)を要因として分類を行っている。また社会心理学の領域では都市型住居である高層住宅における住み心地に関する研究(加藤他, 1980), 居住都市の認知地図について(Lynch, 1960, 加藤, 1988), が行われている。さらに都市に対する認知的なイメージ構造を探ることを目的とする研究が社会心理学領域の一部となるであろう。都市がどのようなイメージを持たれているかを特定することはその都市における行動やその都市に対する態度を理解するひとつの方法となろう。そして都市の構成要素としての人間の目を通した都市イメージを探ることには大きな意義がある。都市イメージの分析は都市問題(薬物依存, アルコール, スラムなど)の研究にも示唆を与えられるであろうし, イメージの形成過程などの研究にも有益な結果を示すであろう。

都市イメージの分析については「都市イメージの分析Ⅰ」(加藤, 1984), 「都市イメージの分析Ⅱ」(加藤他, 山本他, 1985), 「都市イメージの分析Ⅲ」(加藤他, 林他1986)の一連の研究で「大都市」についてのイメージ分析を行っている。また「大都市」という概念があいまいであるということから, 「都市イメージ」の分析Ⅳ」(詫摩他, 加藤他, 古澤他, 1987)によって「東京」についてのイメージ分析が行われ, 「都市イメージの分析Ⅴ」(加藤他, 古澤他, 1988)によって「大阪」についてのイメージ分析が行われた。さらに「都市イメージの分析Ⅵ」(加藤他, 古澤他, 1989)では東京と大阪のイメージについて比較分析が行われた。

本研究では, 「東京イメージ」, 「大阪イメージ」について, それぞれ因子構造を特定し, 「東京イメージ」と「大阪イメージ」を比較対照しながら, 各イメージの概観を行う。また東京, 大阪への居住経験の有無を比較の材料とし, 各イメージの形

成に関してどのような過程が関連しているかの吟味を行う。

2. 目的

1. 東京, 大阪, 白河, 石垣, 稚内の全被験者を対象として, 東京と大阪それぞれのイメージを56のイメージ項目によって測定する。そして東京, 大阪それぞれのイメージ構造を特定し, 両イメージの構造の比較検討を行う。

2. 東京, 大阪, 地方(白河, 石垣, 稚内)の3サンプルに分け, 各サンプル毎に東京イメージと大阪イメージを比較する。比較方法としては, 因子分析によって抽出された各因子を基礎とした指標得点を算出することで行う。サンプルの代表として成人の結果を用い, 以下3及び4も同様に成人の結果を用いることとする。

3. 2で算出した指標得点を用い, 東京イメージ, 大阪イメージのそれぞれについて3サンプルの結果を比較する。

4. 東京, 大阪の各イメージへの経験要因(東京, 大阪へ行った他)の影響を検討する。

3. 方法

被調査者 東京, 大阪, 白河, 石垣, 稚内の5地域に住む小学5年, 中学2年, 高校2年の男女と各児童, 生徒の両親を調査対象とした(Table 1)。質問紙 質問紙は各地区とも東京イメージ版, 大阪イメージ版があり, それらは更に成人用, 子供用の2種に別れている。しかし, 質問紙内のイメージ項目(56項目)については共通である。更に東京(または大阪)への居住経験を問う項目や他の都市への居住経験を問う項目に性別, 年齢等の基本的属性に関する項目が加えてある。

1. 東京, 大阪へのイメージ項目 「都市イメージの分析Ⅳ」(詫摩他, 加藤他, 古澤他, 1987)で使用した56項目を実施項目とした。反応の仕方は“はい”, “いいえ”, “わからない”の多肢選択式の3件法とした。

2. 経験項目 東京(または大阪)への居住経

Table 1 東京イメージ、大阪イメージの各地区、発達別構成人数と成人の平均年齢

地区(サンプル) 発達別	東京				地方(白河, 石垣, 稚内)				大阪			
	小	中	高	成人	小	中	高	成人	小	中	高	成人
東京イメージ	118	111	95	597	306	386	305	1832	127	126	94	659
			平均年齢	43.3			平均年齢	42.2			平均年齢	42.5
大阪イメージ	108	107	86	566	326	360	314	1739	134	123	97	667
			平均年齢	43.4			平均年齢	42.3			平均年齢	42.3

験に関する質問は「住んだことがある」、「行ったことがある」、「行ったことがない」の3カテゴリーから選ぶ選択式になっている。

4. 結果と考察

1. 東京イメージの因子構造の決定 全地域を比較検討するため、東京、大阪、白河、石垣、稚内の4239名のイメージ56項目の反応について因子分析を行った。反応率に偏りのある4項目（ハイと答えた割合が.95以上または.05以下）を除き、52項目で主因子解をし、バリマックス回転を行い、6因子を抽出した。「都市イメージの分析Ⅳ」（1987）、「都市イメージの分析Ⅵ」（1989）においては4～6因子が抽出されていたため6因子とした。ここで第6因子が解釈不能であるため、抽出する因子数を5と改め、同様にバリオマックス回転を行った。各因子に因子負荷量.35以上の項目群または.30以上の項目群を別々に因子分析をし、これらを参考に項目の差し替えをし、Table 2に結果を得た。

第1因子は「孤独な人が多い」、「つめたい」、「性が乱れている」、「無愛想な人が多い」など人間関係のネガティブな面を示すため「東京砂漠」と命名した。第2因子は「はなやか」、「国際的」、「近代的」など先進的なイメージかは「先進性」とした。第3因子は「よい働き口」、「楽しい」、「きげいな女」などから「Enjoy 東京」、第4因子は「空気が汚い」、「犯罪が多い」、「公害が多い」などから「きたない」とし、第5因子はこの因子に負荷の高い（.35以上）3項目から「便利」と名づけた。これら因子についてはほぼ「都

市イメージの分析Ⅳ」（1987）や「都市イメージの分析Ⅵ」（1989）の結果と共通するものである。

2. 大阪イメージの因子構造の決定 全地域の4,020人を対象にして東京イメージと同様に主因子解をし、バリマックス回転を行い6因子を初め抽出した。6因子目が解釈不能なため、5因子を抽出することにした。各因子に負荷量の低い（.35未満）10項目を除外し、その他の項目で再度因子分析を行った。その結果がTable 3である。第1因子から第5因子まで順に「先進性」、「Enjoy 大阪」、「大阪砂漠」、「きたない」、「便利」と命名した。東京イメージと因子番号の異同はあるが、構造的には同一の結果と言ってよいであろう。しかし、「Enjoy 大阪」は「Enjoy 東京」と比較したとき「親しみやすさ」（因子負荷量.64）「気楽な」（同.64）の因子負荷量の高い点に特徴があり、「下町的な」は「Enjoy 大阪」のみに因子負荷量の高い項目であり、東京よりも大阪に親しみやすいイメージや下町的なイメージが持たれやすいことが考えられふ。このことは「都市イメージの分析Ⅴ」（1988）や「都市イメージの分析Ⅵ」（1989）ではより明確な結果として出されている。

3. 指標尺度の作成と信頼性 東京イメージと大阪イメージの比較検討を可能にするため、両イメージにおいて対応する因子に負荷量の高い（.35以上）共通する項目群を拾いあげ、各指標尺度とした。例えば、東京イメージの第2因と大阪イメージの第1因子は共に「先発性」を意味し、これら因子に負荷量の高く、かつ共通な11項目を第1指標（先進性）の構成項目とした。そしてTable 4には各指標を構成する項目が示してある。

Table 2 東京イメージ因子分析 (バリマックス回転後) 因子負荷量 N=4239

	第1因子 東京砂漠	第2因子 先進性	第3因子 Enjoy 東京	第4因子 きたない	第5因子 便利
45 人が冷たい	.69	.04	-.08	.13	-.04
7 つめたい	.68	.07	-.09	.08	-.00
51 無愛想な人が多い	.57	.05	-.04	.17	.03
2 孤独な人が多い	.56	.06	-.02	-.06	.07
34 うすっぺらな	.50	.00	.01	.13	.16
37 暗い	.48	-.11	-.04	.07	.00
12 性が乱れている	.44	.11	.12	.20	-.02
25 人間関係がわずらわしい	.44	.03	-.03	.16	-.11
9 近代的	.01	.59	.04	.08	.10
6 流行の最先端	.03	.52	.16	.07	-.08
4 国際的	.03	.50	.04	.05	.04
8 いやれた	-.00	.49	.24	.03	-.10
3 はなやか	.03	.44	.11	.05	.06
52 いろいろな物がそろっている	.04	.41	.13	.11	.22
54 文化の程度が高い	.08	.41	.31	.04	-.02
15 活気がある	-.00	.39	.19	.04	.16
19 情報が豊か	.03	.36	.08	.03	.18
24 文化施設が整っている	.04	.36	.26	.00	.11
44 食べ物がおいしい	-.09	.07	.50	.02	.04
47 自分の好きなことができる	.08	.17	.49	.02	.24
27 よい働き口が多い	.06	.17	.47	.03	.06
43 気楽な	-.03	.03	.47	-.01	.28
30 楽しい	-.25	.13	.46	.01	.08
41 きれいな女性が多い	.05	.22	.46	.01	-.06
29 親しみやすい	-.27	-.04	.42	-.07	.16
48 街並がきれい	-.08	.22	.41	-.13	-.12
36 自分の可能性を試せる	.07	.23	.40	.03	.12
46 気候がよい	-.07	.03	.38	-.03	.14
5 きれい	-.05	.22	.36	-.21	-.06
33 公害が多い	.21	.10	-.03	.56	.05
23 犯罪が多い	.32	.15	.06	.40	-.09
55 危険	.38	.12	.01	.40	-.09
22 空気が汚い	.13	.12	-.08	.48	.06
28 ごみごみしている	.20	.07	-.03	.45	.07
13 交通が便利	.04	.29	.12	.04	.49
1 便利	-.03	.31	.17	.03	.44
56 買い物が便利	-.01	.31	.21	.05	.37
31 コンクリートだらけ	.25	.10	.03	.33	-.02
11 大企業が集中している	.05	.34	.02	.14	.08
53 外国人が多い	.11	.32	.17	.11	.07
10 お金持ちが多い	.07	.13	.31	.02	-.11
相対寄与率 (%)	42.8	33.8	10.2	7.0	6.2

Table 3 大阪イメージ因子分析（バリマックス回転後）因子負荷量 N=4020

	第1因子 東京砂漠	第2因子 先進性	第3因子 Enjoy 東京	第4因子 きたない	第5因子 便利
4 国際的	.58	-.06	.01	.01	.11
8 シャれた	.53	.07	.04	-.04	.00
9 近代的	.58	.03	-.05	.10	.19
11 大企業が集中	.52	-.03	.07	.15	.13
54 文化の程度が高い	.54	.18	.02	.01	.09
24 文化施設が整っている	.49	.15	.02	-.01	.15
6 流行の最先端	.47	.04	.10	.01	.01
21 高層ビルがたくさんある	.46	-.02	.06	.24	.21
3 はなやか	.46	.09	-.02	.12	.05
48 街並みがきれい	.45	.20	-.02	-.26	-.05
53 外国人が多い	.43	.03	.13	.04	.04
5 きれいな	.40	.14	-.02	-.35	-.06
19 情報が豊か	.40	.25	-.03	.21	.21
40 大きい	.40	.14	.00	.10	.06
17 有名人によく出会う	.36	.04	.06	.04	-.07
29 親しみやすい	.04	.64	-.28	-.01	.03
43 気楽な	-.03	.64	-.11	.03	.06
44 食べ物おいしい	.07	.52	-.11	.08	.13
30 楽しい	.28	.51	-.23	-.01	.03
47 自分の好きなことができる	.18	.50	.04	.05	.13
14 下町的	-.11	.43	-.01	.12	.02
46 気候がよい	.14	.40	-.02	-.11	.18
36 自分の可能性を試せる	.31	.39	.04	.07	.04
27 よい働き口が多い	.29	.36	-.01	.06	.08
45 人が冷たい	.07	-.18	.68	.07	.03
7 つめたい	.06	-.15	.63	.07	.00
51 無愛想な人が多い	.07	-.11	.61	.05	-.00
37 暗い	-.08	-.05	.52	.02	-.06
2 孤独な人が多い	.05	-.04	.51	.04	.05
25 人間関係がわずらわしい	.05	-.06	.51	.17	-.04
34 うすっぺらな	-.09	.07	.47	.14	.02
12 性が乱れている	.13	.02	.45	.15	-.05
55 危険	.13	-.02	.41	.36	-.09
28 ごみごみしている	.01	.11	.19	.63	.06
22 空気が汚い	.08	.04	.20	.61	.11
20 騒がしい	.09	.14	.11	.59	.04
33 公害が公い	.12	.04	.24	.54	.08
23 犯罪が多い	.14	.02	.34	.43	-.04
49 忙しい	.13	.27	.11	.41	.09
18 自然が美しい	.21	.21	-.04	-.39	-.04
32 にぎやか	.24	.24	-.08	.35	.12
52 いろいろな物がそろっている	.37	.31	-.01	.22	.38
13 交通が便利	.17	.30	-.06	.10	.50
56 買い物便利	.24	.39	-.04	.19	.49
1 便利	.20	.32	-.02	.11	.45
26 店やデパートが多い	.33	.17	-.02	.34	.33
相対寄与率 (%)	43.8	27.7	15.8	8.6	4.0

以下各指標得点は各構成項目の合成得点を項目数で割ったもので示すことにする。すなわち得点は、1の場合すべての項目に「ハイ」とし、0の場合「ハイ」がひとつもないというような反応生起率を示すものである。

各指標尺度の内的整合性を検討するため、Table 4 に東京イメージと大阪イメージの各指標尺度得点の α 信頼性を示す。東京イメージの第4指標、第5指標と大阪イメージの第5指標は .70 未満の値を示しており高い値とは言えない。しかし、他の尺度においては .72~.80 の値を示しており、十分ではないが満足できる値であろう。なおここで示した値は全サンプルの結果である。

4. イメージ別の指標尺度得点の比較

東京イメージ Table 5 に東京イメージについて各地区、性別毎に指標得点を示し、分散分析の F 値の結果も合わせて示してある。地区は東京、地方（白河、石垣、稚内）、大阪に別けて比較することとする。これは地元、もう一方の大都市、地方という分け方を意味するが、最も効率よく多くの情報を得る分け方であると考えたためである。以下大阪イメージについても同一の分け方を行っている。まず性差については第1指標の先進性と第2指標の砂漠性のみが有意な F 値を示し、前者は女性の得点が高く、後者は男性が高い得点である。

Table 4 各指標尺度の内的整合性 (α 信頼性係数)

尺度	東京イメージ (N=4127)	大阪イメージ (N=3969)
第1指標(先進性) a	.74	.80
第2指標(砂漠性) b	.80	.80
第3指標(Enjoy) c	.72	.78
第4指標(きたない) d	.65	.75
第5指標(便利) e	.63	.68

a 項目番号 3, 4, 6, 8, 9, 11, 19, 24, 52, 53, 54

b 項目番号 2, 7, 12, 23, 25, 34, 37, 43, 51, 53

c 項目番号 27, 29, 30, 36, 43, 44, 46, 47, 56

d 項目番号 22, 23, 28, 33, 55

e 項目番号 1, 13, 56

る。地区については全指標が有意な F 値を示している。「先進性」については差はわずかだが、地方、東京、大阪の順で得点が下がっている。「砂漠性」は地方、大阪、東京の順で、「Enjoy」は東京、地方、大阪の順で、「便利」は東京、地方、大阪の順で得点が下がり、「きたない」については地方が東京や大阪よりも高い得点となっている。

大京イメージ Table 6 には大阪イメージについての各地区、性別の指標尺度の得点、及び分散分析の F 値を示してある。地区においては Table 5 と同様の分けかたをしている。性差からみると、「先進性」、「砂漠性」において有意な F 値を示し、

Table 5 東京イメージについての各地区及び性別の指標尺度の平均値 (SD) と分散分析 F 値

尺度	東京			地方			大阪			F 値		
	男	女	全体	男	女	全体	男	女	全体	地区	性	地区×性
自1指標(先進性) a	.82 (.26)	.85 (.25)	.84 (.25)	.86 (.34)	.87 (.30)	.86 (.32)	.81 (.27)	.85 (.23)	.83 (.25)	3.72*	3.98*	1.04
第2指標(砂漠性)	.58 (.29)	.54 (.29)	.55 (.29)	.72 (.43)	.68 (.34)	.70 (.39)	.63 (.34)	.56 (.31)	.59 (.33)	45.88**	1.09**	.37
第3指標(Enjoy)	.61 (.28)	.65 (.26)	.63 (.27)	.49 (.59)	.48 (.35)	.48 (.48)	.35 (.27)	.38 (.28)	.36 (.28)	68.37**	.07	1.19
第4指標(きたない)	.83 (.25)	.85 (.21)	.85 (.23)	.92 (.33)	.92 (.27)	.92 (.30)	.82 (.27)	.85 (.33)	.84 (.30)	32.00**	.61	.46
第5指標(便利)	.99 (.19)	.99 (.17)	.99 (.18)	.86 (.45)	.84 (.48)	.85 (.47)	.78 (.35)	.86 (.34)	.82 (.35)	32.83**	.35	3.75*

自由度はいずれも地区、性、地区×性、全体の順に 2, 1, 2, 3107

a 各指標尺度の項目は Table 4 と同じ

** p < .01 * p < .05

Table 6 大阪イメージについての各地区及び性別の指標尺度の平均値 (SD) と分散分析のF値

尺度	東京			地方			大阪			F 値		
	男	女	全体	男	女	全体	男	女	全体	地区	性	地区×性
第1指標(先進性) a	.44 (.31)	.43 (.31)	.44 (.31)	.60 (.36)	.63 (.51)	.62 (.62)	.44 (.29)	.52 (.31)	.48 (.30)	58.32**	6.51*	2.11
第2指標(砂漠性)	.30 (.29)	.25 (.25)	.27 (.27)	.46 (.36)	.43 (.49)	.44 (.43)	.31 (.28)	.28 (.26)	.30 (.27)	64.14**	5.05*	.22
第3指標(Enjoy)	.57 (.30)	.59 (.30)	.58 (.30)	.54 (.35)	.56 (.52)	.55 (.45)	.75 (.25)	.76 (.23)	.76 (.24)	71.17**	2.00	.01
第4指標(きたない)	.66 (.22)	.66 (.35)	.66 (.33)	.77 (.40)	.77 (.54)	.77 (.48)	.73 (.31)	.73 (.32)	.73 (.31)	14.96**	.07	.03
第5指標(便利)	.78 (.31)	.78 (.37)	.78 (.34)	.75 (.48)	.74 (.56)	.74 (.52)	.91 (.21)	.95 (.23)	.93 (.22)	45.01**	.15	.60

自由度はいずれも地区、性、地区×性、全体の順に 2, 1, 2, 3015

a 各指標尺度の項目は Table 4 と同じ

** p < .01 * p < 0.5

「先進性」では女性が「砂漠性」では男性が高い得点を示している。これは Table 5 の東京イメージにおける結果と同様のパターンである。地区については、「先進性」が地方、大阪、東京の順で、「砂漠性」が地方、大阪、東京の順で、「Enjoy」は大阪、東京、地方の順で、「きたない」が地方、大阪、東京の順で、「便利」は大阪、東京、地方の順で得点がそれぞれ下がっている。

東京イメージと大阪イメージにおける各指標の得点の共通点のひとつは「先進性」、「砂漠性」、「きたない」の3指標が地方サンプルにおいて最も得点が高いことである。他のひとつは「Enjoy」、「便利」が東京イメージについては東京サンプルが最も高い得点を示し、大阪イメージについては大阪サンプルが最も高い得点を示している、というように地元の人々によって高い得点を示す指標があるということである。

前者の3指標について東京や大阪のサンプルにおける反応を東京や大阪の現状に近いものと考えた場合、すなわち東京や大阪のサンプルが現実認識をしていると考えた場合、地方サンプルが現実以上の得点をこれら3指標に与えていることになる。つまり地方サンプルは東京な大阪について先進的なイメージ、対人的には荒廃したイメージ、公害の多いきたないイメージを東京や大阪のサン

プルよりも持ちこれらのイメージは現実以上に強いということになる。「先進性」のようなポジティブなイメージにおいては問題は少ないであろうが、「砂漠性」、「きたない」といったネガティブなイメージが過度に高い場合には東京や大阪への偏見に直接つながり、東京や大阪（に住む人々）への行動にも影響があろう。しかし上で述べたように現実以上の認識、つまり偏見を持っているかどうかを Table 5 や Table 6 の結果から軽々しく決定することはできない。すなわち地方に住む人々が妥当なイメージを持っているのであり、東京や大阪の人々の方が低すぎるとも考えられるからである。このことは東京や大阪へ行ったことがあるか、住んだことがあるかどうかを問う経験要因の項で改めて考えることとする。

地元サンプルが最も高い得点を示していた後者の2指標について、「Enjoy」、「便利」はポジティブなイメージであり、地元に住んでいる人々によるポジティブイメージの強調化が行われていると考えられるかもしれない。ここで指摘した点については「先進性」の東京、大阪サンプルの得点の順 (Table 5, Table 6) にも現れている。つまり東京イメージでは東京サンプルが大阪サンプルよりも、大阪イメージでは大阪サンプルが東京サンプルよりもそれぞれ高い得点を示している。し

かし、経験要因を検討することでポジティブイメージの強調化が行われているかどうかが明確になろう。

5. 東京イメージと大阪イメージの指標得点の比較 つぎに各地区サンプルについて東京イメージと大阪イメージの比較を指標得点により行う。

東京サンプル Table 7に東京地区のサンプルについて東京、大阪両イメージの比較のため各指標得点が示され、両イメージの平均値の差の検定結果が示されている。この結果より、T値はすべての指標で有意であり、東京サンプルにおいて東京イメージと大阪イメージについての差異が歴然であることが分かる。全指標とも東京イメージが大阪イメージよりも得点の高いことが特徴となっている。すなわちポジティブなイメージである「先進性」、「Enjoy」、「便利」もネガティブなイメージである「砂漠性」、「きたない」もすべて東京イメージの方が高いことになる。ポジティブなイメージについては地元びいきのため、イメージの強調化が行われたか、東京と大阪との比較過程が働き大阪イメージの得点が低くなったか、大阪を現実によく知らないため判断ができなくて大阪イメージの得点が低くなったか、というように東京イメージと大阪イメージの得点差については幾つかの要因が考えられる。ところでネガティブなイメージにおけるこの結果は理解しにくい。Table 6からも読み取ることができるが、「砂漠性」では、東京イメージは東京サンプルにおいて最も低い得点であり、「きたない」では地方サン

プルよりも東京イメージの方が低くなっている。すなわち、これら2指標については抑制する方向で得点されていると推測できる。このことは低く抑えた東京イメージの得点よりも大阪イメージの得点の方がさらに低く、これら指標に関しては、大阪イメージの得点は偏りがほとんど無いように見える。すなわち、東京サンプルにおいては大阪のネガティブなイメージは正当に捕えられていると言えよう。

地方サンプル 全指標で両イメージの間に得点に有意差が見られている (Table 8)。第3指標の「Enjoy」のみ大阪イメージの得点が高く、それ以外のすべての指標は東京イメージの得点が高い結果であった。

「先進性」については上で述べた通り、東京イメージの得点の方が高いのであるが、Table 7と比較した場合、東京イメージと大阪イメージの得点差は低減している。さらにこの縮小した差異は大阪イメージの得点において東京サンプルより地方サンプルの方が高くなっていることに起因している。これは地方サンプルにおいて地方と大阪との比較過程が働いたことによると考えることができよう。「砂漠性」や「きたない」についても同じことが言えよう。ただし「Enjoy」や「便利」ではこのような過程が働いているように見えないことについても考察が必要であると考える。

大阪サンプル Table 9に大阪イメージの東京、大阪両イメージの各指標得点が示されている。ここでも全指標で有意差が見られている。東京と大

Table 7 東京地区の東京イメージと大阪イメージの指標得点 (SD) 比較とT値

尺度	東京イメージ (N=601)	大阪イメージ (N=573)	T値
第1指標(先進性)	.84(.25)	.44(.31)	24.14**
第2指標(砂漠性)	.55(.29)	.27(.27)	17.32**
第3指標(Enjoy)	.63(.27)	.58(.30)	2.85**
第4指標(きたない)	.84(.23)	.66(.33)	11.05**
第5指標(便利)	.99(.18)	.78(.34)	13.13**

各指標項目は Table 4 と同じ

** p < .01

Table 8 地方(白河,石垣,稚内)の東京イメージと大阪イメージの指標得点 (SD) の比較とT値

尺度	東京イメージ (N=1857)	大阪イメージ (N=1775)	T値
第1指標(先進性)	.86(.32)	.62(.45)	19.24**
第2指標(砂漠性)	.70(.39)	.44(.43)	18.70**
第3指標(Enjoy)	.48(.48)	.55(.45)	4.13**
第4指標(きたない)	.93(.30)	.77(.48)	11.57**
第5指標(便利)	.85(.47)	.74(.52)	6.49**

各指標項目は Table 4 と同じ

** p < .01

阪に対するイメージは、因子構造的には類似であったが、各地区で指標得点を比較してみると、各地区とも東京と大阪のイメージの明確な分化が理解される。一般的に、すなわち全国的に東京と大阪のイメージには大きな差異があることが期待される。

ところで、これらの指標のなかで「先進性」、「砂漠性」、「きたない」については Table 7～Table 9 すべて東京イメージの方が得点が高く、サンプルとしては東京、大阪、白河、稚内の5地区であり、合わせて数千人規模ではあるが、東京という都市を示す特徴的な指標と考えることもできよう。その反対に「Enjoy」や「便利」については、東京サンプルにおいて東京イメージが、大阪サンプルにおいて大阪イメージが高い得点を示し、地区によって偏りが生起する可能性のある指標である。特にこの2指標は生活に密着した、ポ

ジティブなイメージであり、生活の実感からの影響を受けやすい指標ではないかと考えられる。このことについて実際に住んだことがあるか、言ったことがあるかの経験要因の検討をすることによって明らかになろう。しかし、「便利」については東京、大阪両イメージで各テーブルに差異の見られるものの、各セルともかなり高い得点、つまり反応生起率を示し、生活実感のみではない推測からのイメージ形成も働いているように思われる。またこれら生起率の高さから東京や大阪のような大都市に共通した特徴的なイメージと「便利」を見ることができよう。

6. 東京、大阪両イメージの経験要因の検討
「住んだことがあるか」、「行ったことがあるか」といった経験要因を東京、大阪両イメージの分析のための社会的な要因のひとつとして検討していく。なお東京イメージは大阪と地方を対象に、大阪イメージは東京と地方を対象に経験要因の項目を実施している。

地方サンプルの東京イメージについて Table 10に各指標得点と分散分析の結果が示されている。「先進性」から見ていくと、F値は有意であり、経験水準毎に差異が認められる。東京に「住んだことがある」人々が最も得点が高い。そして東京に「住んだことがある」人々は元東京人であり、現東京人である東京サンプルの東京イメージの同一指標得点と (Table 7) 比較し、高い得点を示している ($t=3.17$, $p<.01$)。現東京人と元東京人との差異は後者が東京から地方に過去に移っ

Table 9 大阪地区の東京イメージと大阪イメージの指標得点 (SD) の比較とT値

尺度	東京イメージ (N=659)	大阪イメージ (N=668)	T値
第1指標(先進性)	.83(.25)	.48(.30)	23.00**
第2指標(砂漠性)	.59(.33)	.30(.27)	17.99**
第3指標(Enjoy)	.36(.28)	.76(.24)	-27.58**
第4指標(きたない)	.84(.30)	.73(.31)	6.26**
第5指標(便利)	.82(.35)	.93(.22)	-7.03**

各指標項目は Table 4 と同じ

** $p<.01$

Table 10 東京への居住・訪問経験の有無による東京イメージの各指標得点 (SD) とF値 (地方)

尺度	1 住んだことがある (N=483)	2 行ったことがある (N=1018)	3 行ったことが ない(N=347)	F値	多範囲検定 ^b
第1指標(先進性) a	.90(.35)	.86(.30)	.83(.31)	5.02**	1>2, 3
第2指標(砂漠性)	.72(.51)	.69(.32)	.66(.37)	2.70 ⁺	
第3指標(Enjoy)	.63(.75)	.45(.31)	.38(.32)	35.23**	1>2>3
第4指標(きたない)	.96(.37)	.92(.26)	.89(.29)	5.86**	1>2, 3
第5指標(便利)	.96(.145)	.86(.47)	.67(.40)	43.91**	1>2>3

** $p<.01$ + $p<.1$

a. 各指標項目は Table 4 と同じ

b. 多範囲検定は Student-Neuman-Keuls の方法による

たということである。この移動により、現在住んでいる地方と過去に住んでいた東京との比較過程が働き、「先進性」指標得点が高い結果を示したと考えられよう。

傾向程度であるが、「砂漠性」についても経験水準ごとに差異が認められている。この中でも東京に「住んだことがある」人々の得点が高い結果となっている。それも東京サンプル (Table 7) の同一指標得点の .55 と比べ、大きな差異が認められる ($t=6.53$, $p<.01$)。これも「先進性」と同じく比較過程が働いていることが考えられる。またネガティブなイメージである「砂漠性」得点を高く評価することによって、現在住んでいる地域についての肯定を促進することにもなる。

次に「Enjoy」、「便利」の両指標について結果を見てみよう。分散分析によって有意なF値が両指標ともに示されている (Table 10)。またこの両指標とも「住んだことがある」、「行ったことがある」、「行ったことがない」の順で得点が下がっている。経験による差異がこの2指標で大きいことが分かる。現実の生活経験によって「Enjoy」や「便利」イメージが形成されていくことが考えられる。このことは先の項で述べたことであるが、ここでの結果はさらに裏付けとなろう。また、「住んだことがある」のこれら2指標の結果は、それぞれ Table 7 の東京イメージの「Enjoy」とは同じ得点であり、「便利」とは有意な差異は見られない ($t=.82$, $n.s.$)。すなわち元東京人と

現東京人の2指標の得点は差異がなく、元東京人にとっては東京と地方との比較過程は、この2指標では働かず、むしろ生活による実感から形成されていると見るべきであろう。

「きたない」イメージに関してはF値に有意性が見られる。「住んだことがある」が他の2カテゴリにおける得点より高い結果を示している。元東京人である「住んだことがある」人々が現東京人よりもこの指標で高い得点であることは (Table 7 との比較, $t=6.23$, $p<.01$)、「砂漠性」について述べたネガティブなイメージの場合に、これを高めることによって、つまりイメージを悪くすることによって現在住んでいる地域を肯定する働きが考えられる。またここにおける経験の効果には「肯定」とそれに関連して比較過程の働きも含まれるであろう。

大阪サンプルの東京イメージについて Table 11 には大阪サンプルの結果が示されている。

「先進性」については傾向差ではあるが、「住んだことがある」が最も高い得点である。傾向差であるため明確には言えないが、経験を通しての大阪との比較過程が働いていると考えられる。Table 7 の東京イメージの同一指標得点と比べ有意な差異はないが ($t=1.40$, $n.s.$)、大阪との比較過程によって Table 11 の「住んだことがある」のこの指標得点は維持されていることは確実であろう。

「きたない」についてはF値は有意ではない。また、「砂漠性」については、F値は有意である

Table 11 東京への居住・訪問経験の有無による東京イメージの各指標得点 (SD) とF値 (大阪)

尺度	1 住んだことがある (N=136)	2 行ったことがある (N=453)	3 行ったことがない (N=70)	F 値	多範囲検定 ^b
第1指標(先進性) a	.87(.22)	.83(.26)	.80(.27)	2.41 ⁺	
第2指標(砂漠性)	.81(.31)	.62(.33)	.59(.31)	5.45 ^{**}	1<2
第3指標(Enjoy)	.48(.30)	.34(.27)	.31(.24)	16.60 ^{**}	1<2, 3
第4指標(きたない)	.80(.30)	.85(.31)	.83(.24)	1.64	
第5指標(便利)	.88(.25)	.81(.37)	.81(.33)	2.15	

** $p<.01$ + $p<.1$

a. 各指標項目は Table 4 と同じ

b. 多範囲検定は Student-Neuman-Keuls の方法による

が、東京に「住んだことがある」の得点が最も低い。これは Table 10 の地方サンプルの結果と異なる。すなわちネガティブなイメージの得点を東京に「住んでいた」人々が増加させる効果はここでは見られない。東京と対象な都市としての大阪に対して先で述べた「肯定」は必要がないのかもしれない。Table 9 の大阪サンプルの結果では両指標得点でも、平均値に有意差があり、東京に「住んでいたことがある」人々にとって比較効果（東京と大阪との）が働く余地があるのだが、この点も明確ではない。元東京人が現東京人より得点が上であるという比較効果が働くためには、現在住んでいる地域（ここでは大阪）と大阪とのイメージにおいてかなり大きな差異が必要なかもしれない。

「Enjoy」は F 値が有意であり、経験要因の効果があることが分かる。現実生活を通しての経験による効果がここでも示されていると言えよう。Table 7 の東京イメージの同一指標と比較すると「住んだことがある」人々の得点の方が低い結果であるが ($t = 5.52, p < .01$)、これは Table 9 の大阪サンプルの大阪イメージの同一指標が高い得点を示していることが、影響しているであろう。すなわち、ここでは大阪を高く評価することによる比較過程が働いたことによると考えられる。

地方サンプルの大阪イメージについて 指標得点の結果は Table 12 に示してある。

「先進性」について F 値には有意性はなく、経

験要因の効果は見られない。しかし、大阪に「住んだことがある」人々の得点は .65 であり、Table 9 の大阪サンプルの得点 .48 とは有意差が見られる ($t = 3.36, p < .01$)。「先進性」については、元大阪人である「住んだことがある」人に十分比較過程が働いていることが理解されるが、先にも述べたとおり経験要因の効果はない。このことから経験とは無関係な比較過程の働きがあったと考えるべきであろう。

「砂漠性」については F 値は有意であり、経験要因の効果が認められる。多範囲検定の結果では大阪に「住んだことがある」人々が他のカテゴリーより高い得点である。また、元大阪人である「住んだことがある」人々の得点 .56 は現大阪人である大阪サンプルの大阪イメージ得点 .30 (Table 9) と比べかなり高い ($t = 5.27, p < .01$) ここでも経験による比較効果が働いていることが理解できる。東京イメージの項でも述べたが、ネガティブなイメージに関しては「住んだことがある」人々の得点が特に高くなる傾向にあった。そしてこのことは元住んでいた地域をネガティブなものと考えることにより、現在住んでいる地域の肯定が行われるのだとした。この肯定といったことが実際に生起しているかどうかは断定できることではないが、比較過程が生起していることは確かであろう。「住んだことがある」人々の得点が高くなるのは「きたない」イメージでも同じであり同様の過程が働いていると考えられる。

「Enjoy」、「便利」の両指標得点とも F 値は有

Table 12 大阪への居住・訪問経験の有無による大阪イメージの各指標得点 (SD) と F 値 (地方)

尺度	1 住んだことがある (N=87)	2 行ったことがある (N=736)	3 行ったことがない (N=944)	F 値	多範囲検定 b
第 1 指標(先進性) a	.65(.46)	.61(.34)	.62(.51)	.27	
第 2 指標(砂漠性)	.56(.46)	.43(.35)	.44(.49)	3.58**	1>2, 3
第 3 指標(Enjoy)	.70(.34)	.59(.34)	.50(.53)	13.18**	1>2>3
第 4 指標(きたない)	.90(.48)	.80(.34)	.73(.56)	6.91**	1, 2>3
第 5 指標(便利)	.92(.69)	.81(.41)	.68(.57)	18.08**	1, 2>3

* $p < .05$ ** $p < .01$

a. 各指標項目は Table 4 と同じ

b. 多範囲検定は Student-Neuman-Keuls の方法による

意であり、経験の差異による効果が現れている。特に大阪に「住んだことがある」人々の得点が最も高いのが、Table 9 の大阪サンプルの大阪イメージとは両指標ともほぼ同じである（「Enjoy」の $t=1.60$, n. s.; 「便利」 $t=.13$, n. s.）。元大阪人と現大阪人との得点に差異がない結果は、元大阪人にとっては地方と大阪との比較過程が働いた結果というより経験による実感という面が強く働いていると考えられる。東京イメージの項における考察では両指標のイメージは現実の生活経験によって形成されるイメージであることが指摘されたが、このことはここでの結果でも示されることである。

東京サンプルの大阪イメージについて Table 13 には大阪イメージの指標得点の結果が示されている。

「先進性」について F 値は有意ではなく、経験効果が見られない。

「砂漠性」、「きたない」についても両指標とも F 値は有意であり、経験効果が逆に得点を低減する方向に働いている。経験による実感というよりも、経験をえたことによる比較過程が働いたためという方が妥当であろう。また大阪に「住んだことがある」人は「砂漠性」では .19 の得点であり、Table 9 の同一指標の .30 よりも低い結果を示している（ $t=3.96$, $p<.01$ ）。「きたない」に関しても同様の結果である（「住んだことがある」.58 に対し、Table 9 .73; $t=3.61$, $p<.01$ ）。これらの結果も東京と大阪の比較過程が働いたこ

との証左となろう。

「Enjoy」、「便利」両指標とも F 値は有意であり、大阪に「住んだことがある」という、経験のある場合に得点は高い。先に述べたとおり、「Enjoy」、「便利」両イメージは生活に密着したイメージであり、経験を直接反映しやすいものと考えられる。またここでも「住んだことがある」人の「便利」得点は Table 9 の大阪サンプルの大阪イメージの同一指標得点と有意差はなく（ $t=1.36$, n. s.）、ここでの考えのさらに証拠となろう。

6. 全体的考察

最初に東京イメージ及び大阪イメージについて、東京、大阪、白河、石垣、稚内の人々を対象に因子分析を行い、因子分構造を特定した。因子は東京イメージ、大阪イメージとも共通で「先進性」、「砂漠性（東京砂漠、大阪砂漠）」、「Enjoy（Enjoy 東京、Enjoy 大阪）」、「きたない」、「便利」であった。東京、大阪両イメージ構造でやや異なる点といえば、大阪イメージの方が「Enjoy」に親しみやすいイメージが強いということであった。

東京イメージ、大阪イメージ間で共通であった因子に負荷の高かった項目を指標尺度とし、上記 5 因子に相応する尺度を構成した。この指標尺度をもとにイメージの地域間の比較、東京イメージと大阪イメージの比較、イメージに対しての経験

Table 13 大阪への居住・訪問経験の有無による大阪イメージの各指標得点（SD）と F 値（東京）

尺度	1 住んだことがある (N=73)	2 行ったことがある (N=335)	3 行ったことがない (N=165)	F 値	多範囲検定 b
第 1 指標(先進性) a	.48(.32)	.44(.28)	.42(.35)	1.06	
第 2 指標(砂漠性)	.19(.22)	.27(.25)	.31(.30)	4.67**	1<2, 3
第 3 指標(Enjoy)	.69(.26)	.58(.28)	.54(.34)	6.33**	1>2, 3
第 4 指標(きたない)	.58(.34)	.69(.31)	.63(.38)	3.74*	2>1
第 5 指標(便利)	.89(.24)	.81(.34)	.67(.36)	14.64**	1, 2>3

* $p<.05$ ** $p<.01$

a. 各指標項目は Table 4 と同じ

b. 多範囲検定は Student-Neuman-Keuls の方法による

要因の検討を行った。これら結果 (Table 5 ~ Table 13) については Table 14 に概要を示しておいた。

ここでは Table 14 を見ながら考察を進めていく。Table 14 には結果に相応する Table 番号が記してあるので、その Table 番号を示しながら結果を見ていくことにする。東京、大阪両イメージそれぞれの得点について地域間での差異を求めたが (Table 5, 6), 「Enjoy」, 「便利」は地元で得点が高かった。すなわち、東京イメージでは東京サンプルが地方サンプルや大阪サンプルよりも、大阪イメージでは大阪サンプルが地方サンプルや東京サンプルよりも高い得点を示していた。さらに Table 7, 9 の東京と大阪の両イメージの比較では、東京サンプルでは東京イメージが大阪イメージより、大阪サンプルでは大阪イメージが東京イメージよりも高い得点であった。これら結果と Table 10~13 における経験要因の結果を合わせ、「Enjoy」, 「便利」については生活経験がイメージ形成に重要であることが分かった。すなわち、東京や大阪の地に現在住んでいるか、または住んでいたかということの間では「Enjoy」, 「便利」得点は、それぞれ差異は見られなかった。

そして東京や大阪の地に住んでいるひとや住んだことのあるひと、つまり、居住経験のある人々は居住経験のない人々より得点が高い傾向にあった。これらの結果から東京や大阪に実際に住む、住んだという経験が「Enjoy」, 「便利」の両指標得点を引き上げ、両イメージの形成に影響を及ぼしている。ところで Table 5, 6 では「Enjoy」, 「便利」得点の地元の方が高くなることをポジティブイメージの強調化と推測したが、この結果も生活経験によるイメージ形成の影響ということで納得が行く。

「Enjoy」, 「便利」をひとつにくるとすれば、「先進性」, 「砂漠性」, 「きたない」の3イメージも一まとめにできるであろう。Table 5 と Table 6 ではこの3イメージは地方サンプルで高い得点を示し、現実以上の認識を示していると考えられた。しかし、Table 10 と Table 12 の地方サンプルの結果では、東京と大阪それぞれに「住んだことがある」という居住経験者がこれら3イメージの得点が高く (ただし「先進性」の大阪イメージのみ有意性なし)、Table 5 と Table 6 の地方サンプルの得点を引き上げている結果となっている。ところでこれら3イメージは Table 7 ~ 9 で見

Table 14 Table 5 ~ Table 13 の概要と各テーブル間の比較

	先進性	砂漠性	Enjoy	きたない	便利
地域差 (Table 5, 6)	地方	地方	地元	地方	地元
東京イメージ対大阪イメージ					
東京サンプル (Table 7)	東>大	東>大	東>大	東>大	東>大
地方サンプル (Table 8)	東>大	東>大	東<大	東>大	東>大
大阪サンプル (Table 9)	東>大	東>大	東<大	東>大	東<大
経験要因 東京イメージ					
地方サンプル (Table 10)	住>行, ない a	住高 a	住>行>ない b	住>行, ない a	住>行>ない b
大阪サンプル (Table 11)	住高 b	住低	住>行, ない c		
大阪イメージ					
地方サンプル (Table 12)	d	住>行, なし d	住>行>なし e	住, 行>なし d	住, 行>なし e
東京サンプル (Table 13)		住<行>なし f	住>行, なし f		住, 行>なし e

注 地域差では記入してある地域が高い得点を示す。東京イメージ対大阪イメージでは、東>大は東京イメージの方が得点の高いことを示す。経験要因では、住高は「住んだことがある」が他のカテゴリーよりも傾向程度の差として得点が高いことを示す

- a 元東京人>現東京人 / b 元東京人<現東京人 / c 元東京人=現東京人
d 元大阪人>現大阪人 / e 元大阪人=現大阪人 / f 元大阪人<現大阪人

られるとおり、各サンプルで一貫して東京イメージの得点が高く、大阪よりも東京の特徴的なイメージと考えられる。ただし、「便利」では東京と大阪両イメージ間に得点差はあるが、大阪イメージにおいても生起率は高く、東京、大阪の大都市に共通なイメージと言えよう。

これら3イメージについては比較効果が見られる。例えば、東京サンプル (Table 7)、大阪サンプル (Table 9) と比べ、Table 8の地方サンプルにおける東京イメージと大阪イメージの得点差の低減が見られる。特に大阪イメージの得点がTable 7とTable 9の2サンプルに比べ増加していることが得点差を縮めることになっている。この地方サンプルにおける得点増は、地方と大阪の比較過程によって生起しているものと考えられる。この比較効果はさらにTable 10~13の経験要因の検討部分にも現れている。Table 10では、「先進性」、「砂漠性」、「きたない」に経験効果が現れているが、さらに元東京人が現東京人よりも得点の高い結果となっている。これは元東京人の東京と地方の比較過程が働いた結果、つまり比較効果があったためであると考えられる。このことはTable 12とTable 13においても見られる結果である。ただしTable 13の東京サンプルの場合には、逆に大阪に「住んだことがある」経験者が非経験者より得点が低かった。また元大阪人は現大阪人よりも低い得点を示していた。このことも東京と大阪との比較過程による効果だとすれば理解しやすい。

「先進性」、「砂漠性」、「きたない」の3イメージについて比較効果がない結果もあった。これはTable 11における大阪サンプルの東京イメージの結果であるが、経験要因の結果もはっきりせず、元東京人と現東京人との差異も明確ではなかった。これはTable 9の大阪サンプルの東京イメージと大阪イメージの得点には差異があるが、この差異が十分でないため、比較効果が結果として現れなかったとも考えられる。

しかしながらTable 11の結果を除いた諸結果、例えばTable 8とTable 7、Table 9を比べた場合の比較効果や経験要因の諸結果は「先進性」、

「砂漠性」、「きたない」の3イメージに比較過程が働き、その効果が見られることを十分に証明している。これら3イメージのうち特に「先進性」については、Table 12、Table 13のように経験要因の効果が見られなかった。このイメージはマスメディアの情報や他者からの情報のように非経験的要因による推測のみでも形成でき、住んでいる地域と住んだことのない他地域との比較を可能にするのであろう。

本研究においていくつかの知見が示された。ひとつは大阪と東京と共通であるイメージがあったが、このイメージは他の大都市にも共通なイメージである可能性があることである。また東京に一貫して(地域を越えて)高い得点を示すイメージがあることが分かった。これら共通なイメージや偏ったイメージのあることが分かったが、これ以外に重要な点はイメージの形成に関しての規定因または形成過程における知見である。本研究においてはイメージの形成過程を縦断的な方法を用いて行っていない。しかし、現在東京または大阪に住んでいるか否か、過去に住んだことがあるかまたは行ったことがあるか否か、そしてこれら結果とその他の結果を総合的に判断することによって、イメージ形成について何が重要な規定因となりうるか、またはどのような過程、これをルートと呼べば、どのようなルートを通ることによって特定イメージが形成されるかが理解できよう。

この総合的判断により、ひとつに「Enjoy」、「便利」のように生活を通し、実際に経験することによって形成されるイメージ、すなわちこの経験ルートを通りやすいイメージがあると考ええる。ここでは最後になったがこの種のイメージを「生活経験ルートイメージ」と呼んでおく。また「砂漠性」、「きたない」のように、経験により現在住んでいる地域と対象都市を比較することによって形成されると考えられるイメージ、すなわち経験によって比較過程というルートが重要となるイメージ(経験比較ルートイメージ)がある。さらに「先進性」のように経験には直接関連せず、つまり居住や訪問といった経験を通さずに住んでいる地域と対象都市との比較が行われると考えられ

るイメージ（非経験または間接経験比較ルートイメージ）がある。

イメージの種類によって異なるルートを通り、またはそのルートを重点的に通り、これによってイメージが形成される可能性のあることは興味ある知見であり、実際にこれらルートによりイメージが形成されるか否かを検討するためには認知心理学やその他の研究領域の手法に負わなければならないであろう。

文 献 一 覧

- 古澤照幸・詫摩武俊・加藤義明・山本真理子・川村久美子・菅原健介
- 1987 「都市イメージの分析Ⅳ その3 東京とその地域への心理的接近度の分析」日本教育心理学会29回大会 pp 558
- 1988 「都市イメージの分析Ⅴ その2 大阪と対象地域への心理的接近度の分析」日本社会心理学会29回大会 pp 212-213
- 1989 「都市イメージの分析Ⅵ その2 東京イメージと大阪イメージの各指標得点の分析」日本社会心理学会30回大会 pp 231-232
- 林 洋一・加藤義明・詫摩武俊・山本真理子
- 1985 「都市イメージの分析Ⅲ—その2・研究の結果と考察」日本教育心理学会27回大会 pp 558-559
- 加藤義明
- 1984 「都市イメージの分析Ⅰ」『都立大学人文学報』No. 168 pp 75-107
- 1988 「環境認知と都市イメージ」（文部省科学研究費研究）
- 加藤義明・本間道子・松井 豊
- 1981 「集合住宅住民の居住意識に関する研究—住み心地を構成している要因について—東京都立大学人文学報145号 pp 57-71
- 加藤義明・詫摩武俊・林 洋一・山本真理子
- 1985 「都市イメージの分析Ⅲ—その1・研究の目的と方法」日本教育心理学会27回大会 pp 556-557
- 加藤義明・詫摩武俊・山本真理子・川村久美子・菅原健介・古澤照幸
- 1987 「都市イメージの分析Ⅳ その2 東京イメージの構造と発達の变化」日本教育心理学会29回大会 pp 556
- 1988 「都市イメージの分析Ⅴ その1 大阪イメージの構造と発達の变化」日本社会心理学会29回大会 pp 210-211
- 1989 「都市イメージの分析Ⅵ その2 東京イメージと大阪イメージの構造」日本社会心理学会30回大会 pp 229-230
- 加藤義明・山本真理子
- 1984 「都市イメージの分析Ⅱ—地方居住者が大都市にたいしていただくイメージの構造—」日本教育心理学会26回大会 pp 506-507
- 倉沢 進
- 1968 「日本の都市社会」福村出版
- Lynch, R. A. 1960 The image of the City Cambridge, Massachusetts : MIT Press
- 鈴木栄太郎
- 1957 「都市社会学原理」有斐閣
- 詫摩武俊・加藤義明・山本真理子・川村久美子・菅原健介・古澤照幸
- 1987 「都市イメージの分析Ⅳ その1 調査の目的と方法」日本教育心理学会29回大会 p 554
- 山本真理子・加藤義明
- 1984 「都市イメージの分析Ⅱ—大都市居住希望を決定する要因の決定」日本教育心理学会26回大会 pp508-509

Key Words (キー・ワード)

Images of Tokyo (東京イメージ), Images of Osaka (大阪イメージ), Factor analytical structures (因子構造), Adulthood (成人期), Experience effect (経験の効果), Routes of image formation (イメージ形成の源)

DETERMINING FACTORS FOR THE IMAGES OF TOKYO AND OSAKA

Teruyuki Furusawa, Noriaki Kato*

*Center for Urban Studies, Tokyo Metropolitan University

Comprehensive Urban Studies, No.37, 1989, pp.55-69

We asked people in five areas, Tokyo, Osaka, Shirakawa, Ishigaki, and Wakkanai, about their images of Tokyo and Osaka. In the results, we refer to the combined responses from Shirakawa, Ishigaki and Wakkanai as the "country sample." The survey was directed at elementary school children, middle and high school students, and their parents. The survey contained 56 image items, questions on living experience in Tokyo and Osaka, distinction of sex, age and other basic attributes. To determine the factor structure of the images of Tokyo and Osaka, we conducted factor analyses on all samples, separately for both cities' images. The five factors thus extracted were the same for both cities: "progressiveness", "desert" ("Tokyo desert", "Osaka desert"), "fun city" ("fun city Tokyo", "fun city Osaka"), "filthiness", "convenience". Then, based on these five factors, we drew up an index scale and made a comparative evaluation with the following results:

We compared the indices of all five area samples for the Tokyo and Osaka images. The country sample scored higher on "progressiveness", "desert" and "filthiness" for the Osaka and Tokyo images than did Tokyo or Osaka themselves. A comparison of all samples showed that the Tokyo sample in all categories scored higher on the Tokyo image than on the Osaka image. The country sample scored higher on the Tokyo image in all categories except "fun city". In the Osaka sample "fun city" and "convenience" were high for the Osaka image, but the other three indices were higher for the Tokyo image. We learned that "progressiveness", "desert" and "filthiness" are characteristic for the image of Tokyo.

Evaluating these results combined with empirical results, we can think of three modes of image formation. The images of "fun city" and "convenience" are formed by ways of actually experiencing living in the area (living experience image); the images of "desert" and "filthiness" are formed from experience by comparing the own area of residence with the targeted city (experience comparison image); and the image of "progressiveness" is formed without direct experience through comparison with their own area of residence (no-experience or indirect experience image).

These various results are derived through synthetic judgement and experimental studies may be necessary to verify whether or not images are actually being formed in the above three ways.