

都市部の若者の「地元志向」「都心志向」を規定する要因とは何か

——東京都練馬区の若年層を対象としたアンケート調査を事例として——

東京大学大学院 小川豊武

1 目的

本報告の目的は、現代日本の若者の特徴的な性格としてしばしば指摘される「地元志向」に影響を与えている要因について、特に若年層の友人関係や文化消費の在り方に注目しながら、検討を加えることにある。若者の「地元志向」に関する既存研究の見解はさまざまではあるが、それらにおいては多くの場合「地方」や「郊外」等の「地元」に留まる「内向き」な若者が問題化されていたといえる。しかし、都市社会学の領域等で「再都市化」や「都市の郊外化」といった現象が指摘される昨今においては、「地方」や「郊外」に居住する若者よりもむしろ、今一度、都市部に居住する若年層の地元意識にこそ注目する必要があるのではないかと。そして、既に都市部に居住している若者の意識においては、「地元志向」=「内向き」／「都心志向」=「外向き」という二項図式には回収できない、独自のロジックが存在するものと思われる。

2 方法

以上の目的から、本報告では2010年に東京都練馬区に居住する19～22歳の若年層を対象に実施された「若者文化とコミュニケーションについてのアンケート」（調査主体：東京大学大学院・北田暁大研究室／N=647、回収率32.6%）を用いて分析を行う。分析の際は基礎的な分析を行った上で、「地元志向」と、それとの比較のための「都心志向」を測定する変数をターゲットにした多変量解析を行う。まず目的変数として、「今住んでいる地域」としての練馬区を「地元」、新宿・渋谷・池袋等のターミナル駅を「都心」として区別する。そして両者に対する志向性をそれぞれ「地元志向」「都心志向」として定式化し目的変数とする。次に、説明変数として特に若者文化論の領域でしばしばトピックとして取り上げられる友人関係と文化消費に注目する。本報告では友人関係に対する態度を尋ねた項目と、音楽・ファッション・マンガ・小説等の文化消費の在り方について尋ねた項目を説明変数として投入する。

3 結果

現時点の結果として、第一に、基礎的な分析として、本調査が対象にした都市部の若年層においても、「地元（いま住んでいる地域）が好きか」を尋ねた質問に対して87.6%が「あてはまる」「ややあてはまる」と回答し、非常に強い「地元志向」の存在がうかがえた。その一方で、「都心（池袋・新宿・渋谷など）が好きか」を尋ねた質問に対しても、「地元志向」ほどではないが、39.1%が「あてはまる」「ややあてはまる」と回答し、「都心志向」を持つ者も一定数存在することが確認された。第二に、多変量解析の結果において、「地元志向」「都心志向」に影響を与えている要因として、友人関係に対する態度類型と、文化消費の在り方の一部の項目において、統計的に有意な結果を得ることができた。

4 結論

現時点の結論として、都市部の若年層の地元意識には「少し手間をかければすぐに都心に出られるのに、それでも地元が好き」「自分が住んでいる地域である程度欲しいものは手に入るのに、それでも都心が好き」という独特の感覚が存在すると考えられる。若年層の居住地域に結びついた地元意識や文化実践の解明は、若者文化のみならず現代の都市の在り方の解明にもつながっていくはずである。

文献

辻泉, 2010, 「地方の若者・都市の若者——愛媛県松山市・東京都杉並区2地点比較調査の結果から」『松山大学論集』22(1)443-465. など.