

地域色に関するイメージ調査

- 「浄土ヶ浜エターナルグリーン」を中心とした学生アンケートより -

Research on the Image of Local Colors

-Through a Questionnaire for University Students about “Jodogahama Eternal Green”-

大志田 憲† 河野 暁子† 松田 淳† 中居裕美‡

OHSHIDA Ken KONO Akiko MATSUDA Jun NAKAI Yumi

Abstract

In Miyako City, Iwate Prefecture, where the population has been decreasing, various efforts to promote sustainable city development have been conducted; as one of examples, the city government has set "Jodogahama Eternal Green" as the local color that represents Miyako City. They have been considering promoting an attractive city that will create new industries and services in there by utilizing this local color, and that young people will feel attached to the city. In this research, as a collaborative study with Miyako City, we conducted a questionnaire for university students about multiple local colors including Miyako City's "Jodogahama Eternal Green". We conducted factor analysis mainly using the SD method, and as a result, we clarified the evaluation of impression and characteristics of local colors.

【キーワード】 宮古市, 地域色, 沿岸, ブランド化, SD法

<目次>

- 1 はじめに
- 2 宮古市の現状と地域色の活用、学生参加による協働研究について
- 3 地域色のアンケート調査
- 4 まとめ

† 岩手県立大学宮古短期大学部

‡ 宮古市企画部企画課

1. はじめに

人口減少社会において持続可能なまちづくりを進めるためには、性別年代を問わず多様な人材が集まり、活躍する「まち」であることが求められる。岩手県宮古市では、高校卒業からの進学、就職のタイミングで転出し、その多くが宮古市に戻らずに社会減が続いていることが課題となっている。高校在学時における地元愛着度は低くはないものの、希望する仕事がないなどの理由でUターンに繋がっていない。一方、宮古市にて令和3年9月から実施している転入者アンケート結果によると、転職を伴わない移住者が存在しており、テレワークなど職場と居住地が近接しなくとも働けるケースの増加も見てとれることがわかっている。宮古市としては、コロナ禍の影響等、今後このようなケースの増加も含めた宮古市への居住、さらには当市出身の若年層（20～30代）に向けてシティプロモーションを行い、地元の魅力と快適な居住環境を再確認してもらうきっかけをつくることで、Uターン者の増加に繋がる可能性があると考えている。

また、宮古市では、シティプロモーションの取り組みのひとつとして、一般社団法人日本地域色協会と連携し「海」の地域資源である「浄土ヶ浜」の地域色（カラー）を「浄土ヶ浜エターナルグリーン」として決定した。地域色の決定にあたっては、市民を巻き込んだプロモーションの取り組みとして、市民投票など市民参画の形で行われた¹。この「地域色」は、2022年7月に就航再開された新遊覧船にも使用されているが、市民や地元企業を巻き込んだ活用については今後の検討課題となっている。加えて、実際のUターン者増加に向けてターゲットとする20～30代に対して効果的なプロモーション、活用方法についても同様の検討課題となっている。

上記を踏まえ、宮古市とともに筆者らは令和4年度において岩手県立大学地域政策研究センター地域協働研究課題にて「宮古市の地域色を活用したシティプロモーションの手法に係る研究」として協働研究を行っている。主な研究目的として、地域色に対する意識調査、そしてそれらを踏まえた学生参加による新しい地域色を活用した活動や、婚姻届け等市民向け書類への「浄土ヶ浜エターナルグリーン」の活用検討、商品開発の検討の実施を行っている。本論文では、協働研究を進めて行く中での第一段階として、主となるターゲットが若い世代でもあることから、地域色に関するアンケートを実施し、色に対する印象等の調査分析結果について報告する。

2章では、宮古市の現状と宮古市における地域色の役割および活用事例、協働研究の状況を紹介し、3章において今回実施した地域色のアンケートおよび集計結果を報告し、4章をまとめする。

2. 宮古市の現状と地域色の活用、学生参加による共同研究について

2.1 宮古市の現状

宮古市の人口は、昭和35年の8万1千人から、東日本大震災による被害でさらに減少が加速し、令和4年1月末現在では約4万9千人まで減少している。国立社会保障・人口問題研究所の平成30年推計準拠²においては、2040年の推計人口は37,441人と予測されており、人口減少は今後も続くものと見込まれる。これはどの地方も同じように抱える問題でもあるが、特に若い世代の流出が顕著である。市による高校生に対するアンケート結果では、高校在学時点では、地元愛着度がある程度見られるものの、希望する仕事がないなどの理由で、地元就職やUターンに繋がっていないこともあげられる。

このような状況を踏まえ、宮古市出身の若年層（20～30代）に向けて、より地元愛着度を高めるとともに、地元で新しい産業や若者にとって魅力ある仕事や環境が必要となる。

2. 2 地域色および宮古市での活用について

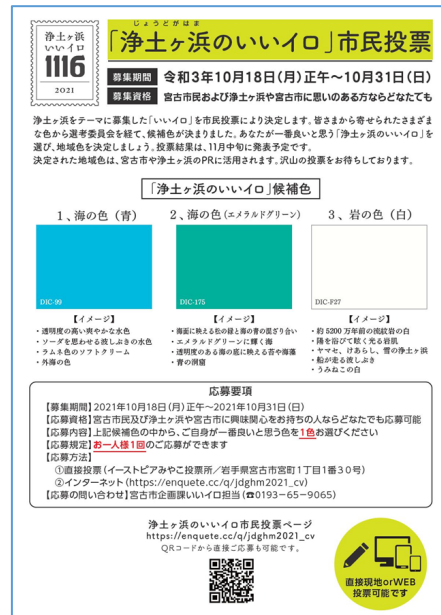
現状に対する取り組み、シティプロモーションの一環として、宮古市では地域資源である「浄土ヶ浜」の地域色を、一般社団法人日本地域色協会³と連携し、市民投票など市民を巻き込んだ形で決定した。この地域色である「浄土ヶ浜エターナルグリーン」は、2022年7月に就航再開された新遊覧船に使用されていることや、ふるさと納税の返礼品としてこの色を活用した万年筆インクが開発されているが、市民や地元企業を巻き込んだ継続した今後の活用が課題となっている。また、この地域色を活用して若者世代が宮古地域に目を向けるきっかけとなるような商品開発、地元企業との連携やプロモーションの検討が必要となっている。

地域の色、色彩に関する研究としては、景観色彩における色の設定、地域色把握の方法論などがあげられている⁴⁻⁹。杉山⁴によると“景観の色彩は「風土（地理・地形・気候）」「歴史（まちの成り立ち）」「住民や来訪者の心理」「継承する仕組みや活動」の積み重ね”として述べ、その地域の空や山、田畑や耕作地、季節の変化として自然環境色、建造物全般、商店・住宅街などの社会環境色、農産物、伝統工芸、祭礼・行事などの文化環境色の現地調査より特色を見出すことが多いと述べている。また、地域色そのものの活用や商品開発とは離れるが、景観法¹⁰により景観計画においてガイドラインなど設けられ、色彩、色の使い方の重要度は増しており、景観色彩ガイドラインの活用や、その活用をよる地域のブランディング活用の報告事例も少なくない⁸。

宮古市の地域色の決定にあたっては、一般公募の中から選考委員会による候補色の選定、市民投票を経て住民参画を経て決定されている。イメージとして、海面に映える松の緑と海の青さの混ざり合い、エメラルドグリーンに輝く海、透明度のある海の底に映える苔や海藻、透明度の高い水の色、青の洞窟といったイメージをもとに選定されている。



(a) 浄土ヶ浜エターナルグリーン



(b) 市民投票用チラシ

図 2-1 宮古市「浄土ヶ浜エターナルグリーン」

※宮古市ホームページより <https://www.city.miyako.iwate.jp/>

決定された「浄土ヶ浜エターナルグリーン」を用いた活用として、宮古市のオフィシャルネクタイ、スカーフや、宮古市オフィシャルLINE や市の広報での利用、令和4年7月に就航する新しい遊覧船「宮古うみねこ丸」への利用や、ふるさと納税の返礼品としての万年筆ご当地インク、地元酒造企業による商品での利用などがある。これらの地域色を活用し、少子化、若い世代、特に若い女性が都市部へ流出していく課題を抱える中で、地域色を活用した新規サービスや商品開発、地域の魅力の再確認につなげていくことを市として課題認識している。



(a)新遊覧船「うみねこ丸」



(b)宮古市公式LINEメニュー画面

図2-2 浄土ヶ浜エターナルグリーン活用例

※(a)宮古市ホームページより <https://www.city.miyako.iwate.jp/>

2. 3 学生参加による協働研究について

このような課題を抱えるなか、宮古市とともに筆者らは令和4年度において岩手県立大学地域政策研究センター地域協働研究課題にて「宮古市の地域色を活用したシティプロモーションの手法に係る研究」として協働研究をすすめることになり、地域色に対する意識調査、そしてそれらを踏まえた学生参加による新しい地域色を活用した活動や、市役所からの市民向け書類等への「浄土ヶ浜エターナルグリーン」の活用、商品開発の検討の実施を行うこととなった。協働研究を進めて行く中での第一段階として、日本地域色協会の協力のもと、一番となるターゲットが若い世代であることから、地域色に関する学生を中心としたアンケートを実施した。


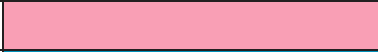



3 地域色のアンケート調査

3.1 調査方法について

選定された地域色は様々な幅広い年代により決定されたものではあるが、若い世代（学生）にどのようなイメージを及ぼすか、若い世代が地域色を見る（あるいは選ぶ）際に、その色がイメージに及ぼす影響、地域色が与える印象の可視化（数値化）を目的として、学生に対するアンケートを実施しSD法を中心とした印象分析を行った。SD法(Semantic Defferential Method)とは、1957年にC.Osgoodらによって提案された、評価尺度と因子分析を組み合わせる統計的手法によって「どのように感じるか」といった印象評価を明らかにする手法である。心理学、社会学、マーケティング等幅広い分野で利用されており、ある調査対象に対して、人々が感じるイメージの測定方法として有用である¹¹⁻¹⁶。

調査における変数として「浄土ヶ浜エターナルグリーン」を含む地域色5色を利用し、日本地域色協会協力のもと実験を行った。浄土ヶ浜エターナルグリーン以外の他の4色については、比較検討を行いやすいように日本地域色協会が岩手県内他地域との連携で進めた、「陸前高田ゆめブロッサム」、「龍泉洞ドラゴンブルー」、「久慈アンバーイエロー」、「南部紫」とした。また、アンケート対象の学生に、色の種類が地域色であることへの先入観を与えないために、何の色かについての事前説明は行わず、後日集計結果等の説明時に、何を対象とした色か伝えることで実施している。

表 3-1 アンケート対象色

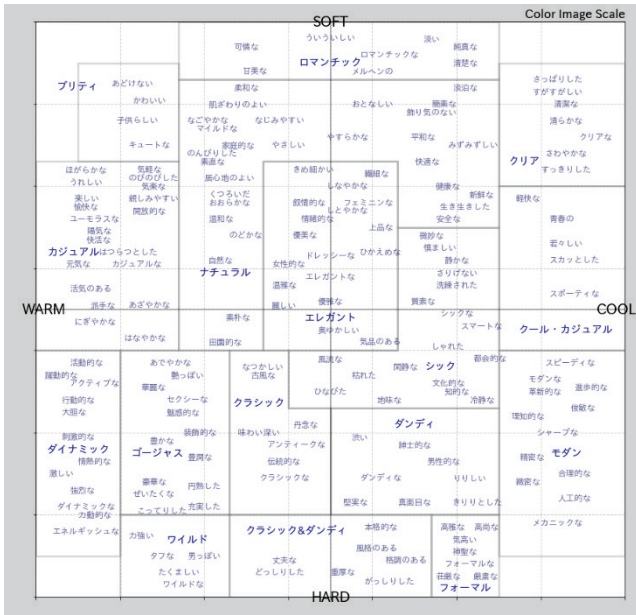
	カラー名 (RGB 値/CMYK 値)	カラー
1	浄土ヶ浜エターナルグリーン(R0G167B148/C88M0Y52K0)	
2	陸前高田ゆめブロッサム(R249G159B181/C0M46Y12K0)	
3	龍泉洞ドラゴンブルー(R0G145B186/C100M3Y2K0)	
4	久慈アンバーイエロー(R197G148B17/C18M40Y100K0)	
5	南部紫(R95G38B91/C62M95Y26K31)	

評価尺度については、色から感じる刺激、イメージを想定しやすい形容詞対を関連文献や書籍等を中心に収集し、40程度の形容詞対の中から半数程度に絞り、以下の形容詞対を作成した。

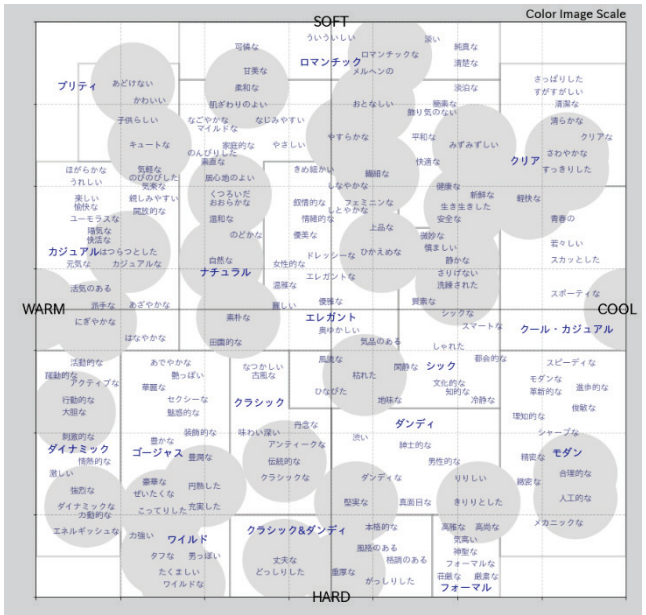
表 3-2 形容詞対

「1 暖かい-冷たい」「2 重い-軽い」「3 硬い-柔らかい」「4 乾いた-湿った」「5 伝統的な-現代的な」 「6 素朴な-洗練された」「7 控えめな-積極的な」「8 頑丈な-華奢な」「9 自然な-人工的な」 「10 静かな-賑やかな」「11 ワイルドな-穏やかな」「12 さわやかな-しっとりした」 「13 ダイナミックな-こじんまりとした」「14 あどけない-成熟した」「15 大胆な-慎重な」 「16 こってりした-さっぱりした」「17 つるんとした-もふっとした」 「18 くつろいだ-張りつめた」「19 ロマンティックな-リアリスティックな」
--

また図 3-1(a)は株式会社日本カラーデザイン研究所¹⁷によるカラーイメージスケールシステムにおける言語イメージスケールである。このイメージスケールに、本アンケートの形容詞対をプロットしたものが図 3-1 (b)となる。すべての形容詞がイメージスケールの形容詞にマッチするわけではなく、類似したものをプロットした箇所もあるが、言語イメージスケール空間をある程度網羅することができる。また、このスケール空間と形容詞プロットについては、Pythonによりプログラム化し、個々の地域色のアンケート結果のデータを直接プロットすることができるようにしている。



(a)言語イメージスケール



(b)言語イメージスケールに形容詞項目をマッピングしたもの

図 3-1 言語イメージスケールとアンケートに利用した形容詞

※言語イメージスケールは株式会社日本カラーデザイン研究所によるものであり、筆者らがプログラム化し可視化したものである。

アンケート調査については、学生が簡単にアンケートに回答できることと、回収率の向上も考え、Webアンケート形式にし、スマートフォンやPCから回答できるようにした。尺度においては、7段階評価、5段階評価など調査方法にはいくつか種類があるが、スマートフォンなどからの回答を可能とするため、尺度については5段階、例えば「暖かい⇔冷たい」間に5つの選択肢を設けることとした。また、アンケート回答をする際には、同一の環境、外光の影響を考慮する必要もあるが、今回アンケート回答者が周囲の光環境、閲覧媒体がそれぞれ異なる幅広い環境から回答を行い、その調査およびデータ収集を行うということで統一した環境をつくらない状態での実施とした。

色彩の印象に関するアンケート

このアンケートは、5種類の色彩それぞれについてどのように印象が異なるのかを把握するためのものです。したがって、5つの色について同じ項目をお聞きしています。

どの色についてお聞きしているかがわかるように、設問の間には色の画像を配置していますので画像の色を見ながらお答えください。

※アンケートへの回答はおよそ4分程度で終わります。
※アンケートでは個人情報をお聞きしていません。

それではアンケートへのご協力をお願いします。

回答する

Q3. 引き続き上記画像の色から受ける印象についてお聞きます。同様にそれぞれの項目についてお答えください。

A	1	2	3	4	5	B
11ワイルドな	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	11穏やかな
12さわやかな	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	12しっとりした
13ダイナミックな	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	13こじんまりとした
14あどけない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	14成熟した
15大胆な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	15慎重な

図 3-2 アンケート調査図

3. 2 アンケート調査の実施について

以下の日程および対象者にて Web アンケートを実施した。

調査対象者：本学部学生 1 年生および 2 年生

日時：2022 年 6 月 16～23 日

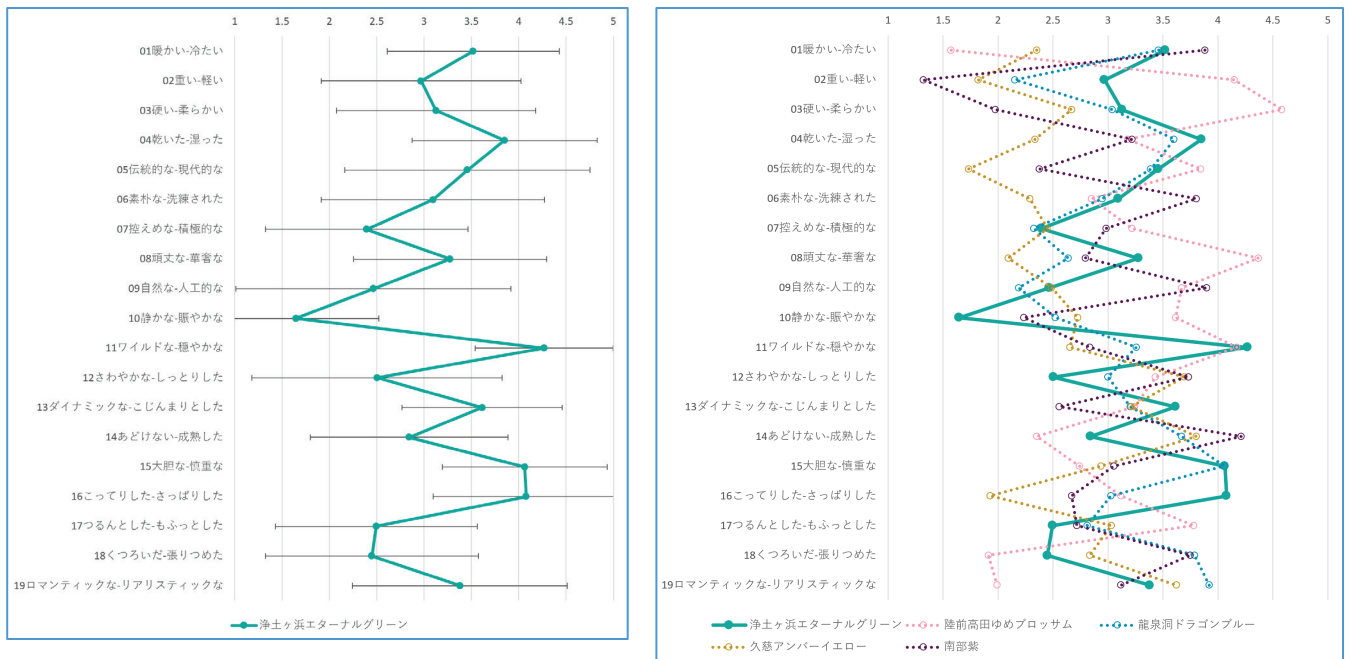
回答方法：Web アンケート方式（スマートフォン、PC 等からの回答）

回答内容：各地域色について、形容詞対 19 項目の 5 尺度評価入力

回答者数：127 名

3. 3 アンケート調査結果

127 名の回答者からの回答結果をもとに、はじめに各地域色のプロフィール分析を行った。これは各地域色における形容詞対尺度の平均値をグラフ化したものである。図 3-3(a)は「浄土ヶ浜エターナルグリーン」をグラフ化したものである。エラーバーは標準偏差を表す。(b)は他の地域色も同様に表示したものである。「浄土ヶ浜エターナルグリーン」の特徴として、「静かな」「穏やかな」といった数値が高く出ていることがわかる。一方で陸前高田ゆめブロッサムは「暖かい」「柔らかい」、久慈アンバーイエローは「伝統的な」「こってりした」、南部紫は「重い」「成熟した」という数値が高く出ている。

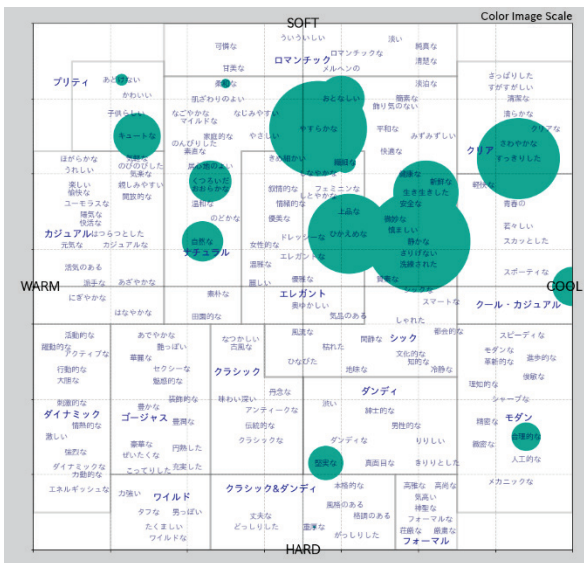


(a) 浄土ヶ浜エターナルグリーン
プロフィール

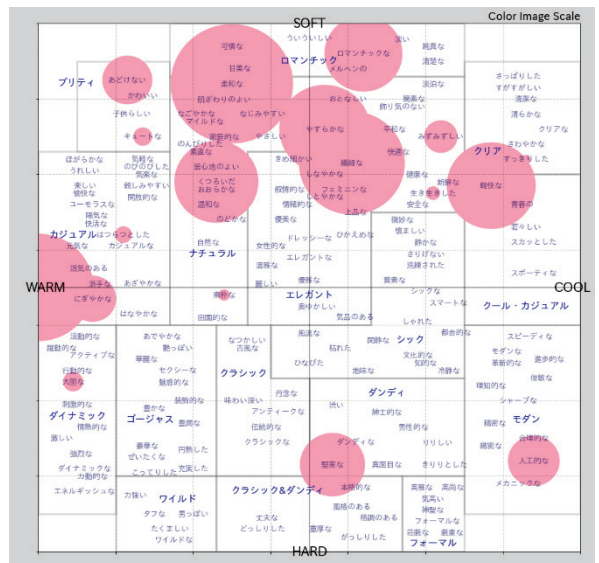
(b) 地域色プロフィール

図 3-3 尺度プロフィール

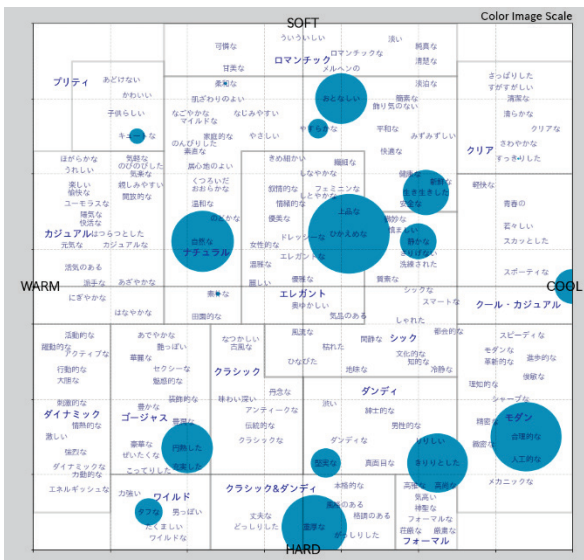
また、上記数値を図 3-1 で示した言語イメージスケールにプロットし可視化したものが図 3-4 となる。円の大きさは尺度の数値を表している。図 3-4 からわかるように、地域色によってかなり特徴、分布が異なることがわかる。浄土ヶ浜エターナルグリーンは、ナチュラル、クリア区間の評価が高い。



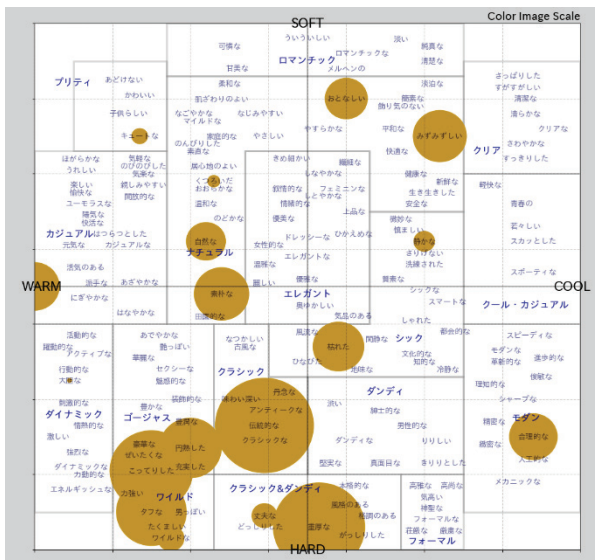
(a) 浄土ヶ浜エターナルグリーン



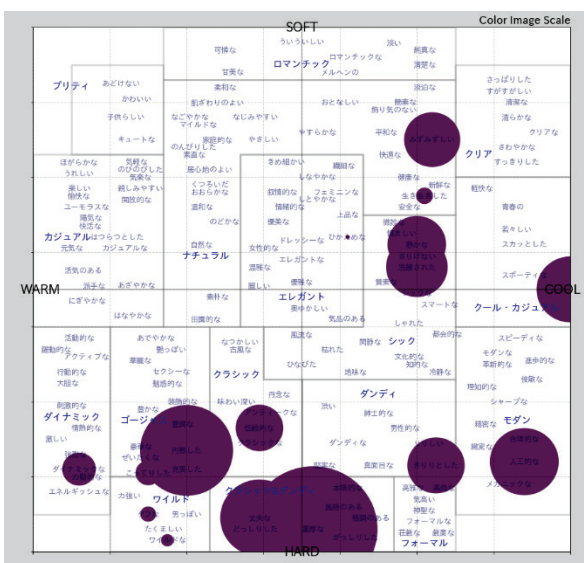
(b) 陸前高田ゆめブロッサム



(c) 龍泉洞ドラゴンブルー



(d) 久慈アンバーイエロー



(e) 南部紫

図 3-4 言語イメージスケールにおける各地域色のアンケート結果プロット

次に、アンケートの形容詞対 19 項目について因子分析（最尤法、プロマックス回転）を行った。因子数については固有値が 1.0 以上のもの 4 因子とし（図 3-5 参照）、パターン行列（因子負荷量）での絶対値が 0.4 以上の因子で分類を行った。図 3-5 は固有値のスクリープロット図であり、表 3-3 はプロマックス回転後の因子負荷量 0.4 以上の評価項目を因子ごとに分類した因子パターン行列である。

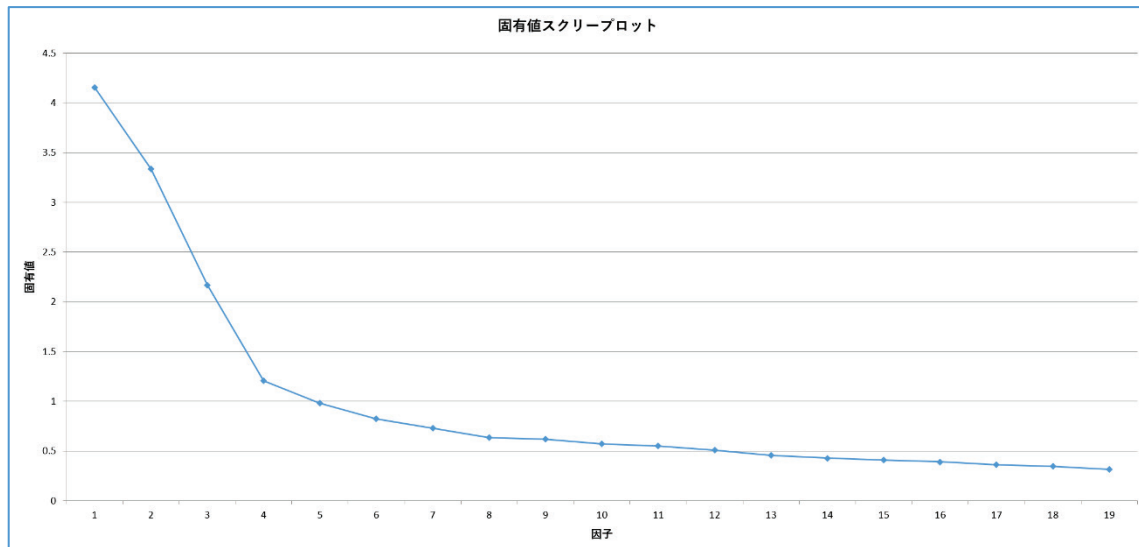


図 3-5 固有値スクリープロット

表 3-3 パターン行列

形容詞対		因子1	因子2	因子3	因子4
硬い	柔らかい	0.8100	-0.0252	-0.0089	0.1112
くつろいだ	張りつめた	-0.7097	0.2349	0.1387	0.0218
頑丈な	華奢な	0.6477	0.0977	0.0997	0.2158
暖かい	冷たい	-0.6259	-0.0150	0.1050	0.3344
重い	軽い	0.5778	0.0240	0.4295	0.0065
ロマンティックな	リアリスティックな	-0.5337	-0.1679	0.0697	-0.0593
つるんとした	もふっとした	0.5227	0.0566	-0.2954	-0.1519
ワイルドな	穏やかな	0.4608	-0.3821	0.1430	0.2701
控えめな	積極的な	0.0855	0.6673	0.0421	0.0438
ダイナミックな	こじんまりとした	0.1641	-0.5825	0.0920	-0.1280
大胆な	慎重な	-0.1280	-0.5643	0.1192	0.1931
静かな	賑やかな	0.2997	0.5418	0.1317	-0.3380
自然な	人工的な	-0.0069	0.4864	0.1271	0.1398
さわやかな	しっとりした	0.2718	-0.0047	-0.5934	0.1282
あどけない	成熟した	-0.2065	0.0991	-0.5764	0.2761
伝統的な	現代的な	0.1370	0.2617	0.5741	0.1445
こってりした	さっぱりした	-0.0543	-0.1248	0.5491	0.2980
素朴な	洗練された	-0.0358	0.4204	-0.0753	0.6615
乾いた	湿った	0.1585	-0.0574	-0.0688	0.5421

表 3-3 から第 1 因子は、「硬い—柔らかい」「くつろいだ—張りつめた」「頑丈な—華奢な」「暖かい—冷たい」など、第 2 因子は「積極的な—控えめな」「ダイナミックな—こじんまりとした」「大胆な—慎重な」、第 3 因子は「さわやかな—しっとりした」「あどけない—成熟した」、第 4 因子は「素朴な—洗練された」などで表すことができる。また、「重い—軽い」「素朴な—洗練された」については、ふたつの因子と関連する因子となることも表からわかる。表 3-4 は回転後の因子相関行列であり、この表からは因子 3 と因子 4 は他と比較すると相関が強いことがわかる。

表 3-4 回転後の因子相関行列

	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4
因子 1	1.0000	0.0504	0.2297	-0.2846
因子 2	0.0504	1.0000	-0.2637	-0.2430
因子 3	0.2297	-0.2637	1.0000	0.4339
因子 4	-0.2846	-0.2430	0.4339	1.0000

これらの結果から、第 1~4 因子を以下の表の様に意味づけ（解釈）を行った。

表 3-5 形容詞と因子の意味付け（解釈）

	形容詞	因子の解釈
因子 1	柔らかい、くつろいだ、華奢な、暖かい、軽い、ロマンティックな、もふっとした、穏やかな	癒し性 安心、可愛らしさ
因子 2	積極的な、ダイナミックな、大胆な、賑やかな、人工的な	活動性 行動、派手さ
因子 3	さわやかな、あどけない、さっぱりした、現代的な	清爽性 透明感、幼さ、今風さ
因子 4	洗練された、湿った	洗練性

因子 1 は「柔らかく、暖かい」といった色により印象を強くもつものと解釈し、因子 1 は<癒し性>とし、因子 2 は動的な形容詞が集まることから<活動性>、因子 3 は<清爽性>とし、因子 4 を<洗練性>とした。

次に各地域色ごとに検討を行うために因子得点についてまとめたものが表 3-6 となる。この表は各地域色ごとの因子得点について平均値を算出したものである。外観すると、宮古エターナルグリーンについては、因子 3 のさわやかなといった因子得点が高く、積極的な、ダイナミックなといった因子 2 の得点が低いことがわかる。これは必ずしもプラスだから良い評価、マイナスだから悪い評価を意味するものではなく、マイナスの場合は形容詞や意味的に相対する反対側を意味するものと考えられるであろう。活動的なイメージから離れ、さわやかさ、洗練されたといった印象を持っていることが反映されていることが推測される。「宮古エターナルグリーン」に近い傾向として、「龍泉洞ドラゴンブルー」が因子傾向的に近いともいえる。この因子分析については、宮古市の色についての調査を中心とし比較を行うためには、今後の課題として宮古市在住と、宮古市以外在住者との比較も行うことで、違う観点からの結果が見える可能性も考えられる。

表 3-6 因子得点の平均値一覧

地域色	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4
■ 浄土ヶ浜エターナルグリーン	0.121558	-0.63825	0.655168	0.506537
■ 陸前高田ゆめプロッサム	1.442027	0.451336	0.46308	-0.47097
■ 龍泉洞ドラゴンブルー	-0.77353	-0.39723	0.417534	0.817164
■ 久慈アンバーイエロー	-0.13463	0.075628	-0.9075	-1.00736
■ 南部紫	-0.65543	0.508517	-0.62829	0.154625

最後に、各地域色のグルーピング、似た印象度合いの可視化を目的として、因子得点を用いて、各因子を軸とした空間分布表示と、クラスタ分析を行った。空間分布表示は因子 4 を除いた因子 1~3 を軸とした 3 次元空間にプロットしたものである。これは Python のプログラムにより可視化している。因子クラスタ分析にあたっては WARD 法を用いて行い、クラスタ数 3 で比較をすると、宮古エターナルグリーンと龍泉洞ドラゴンブルーのグループ、久慈アンバーイエロー、南部紫のグループのクラスタが形成されていることがわかる。浄土ヶ浜と龍泉洞のグループはもともとの色選定の題材が水であること、久慈アンバーイエローと南部紫については、琥珀と染物がベースである。因子 3 の相対評価で共通した得点が影響しているものとも思われる。

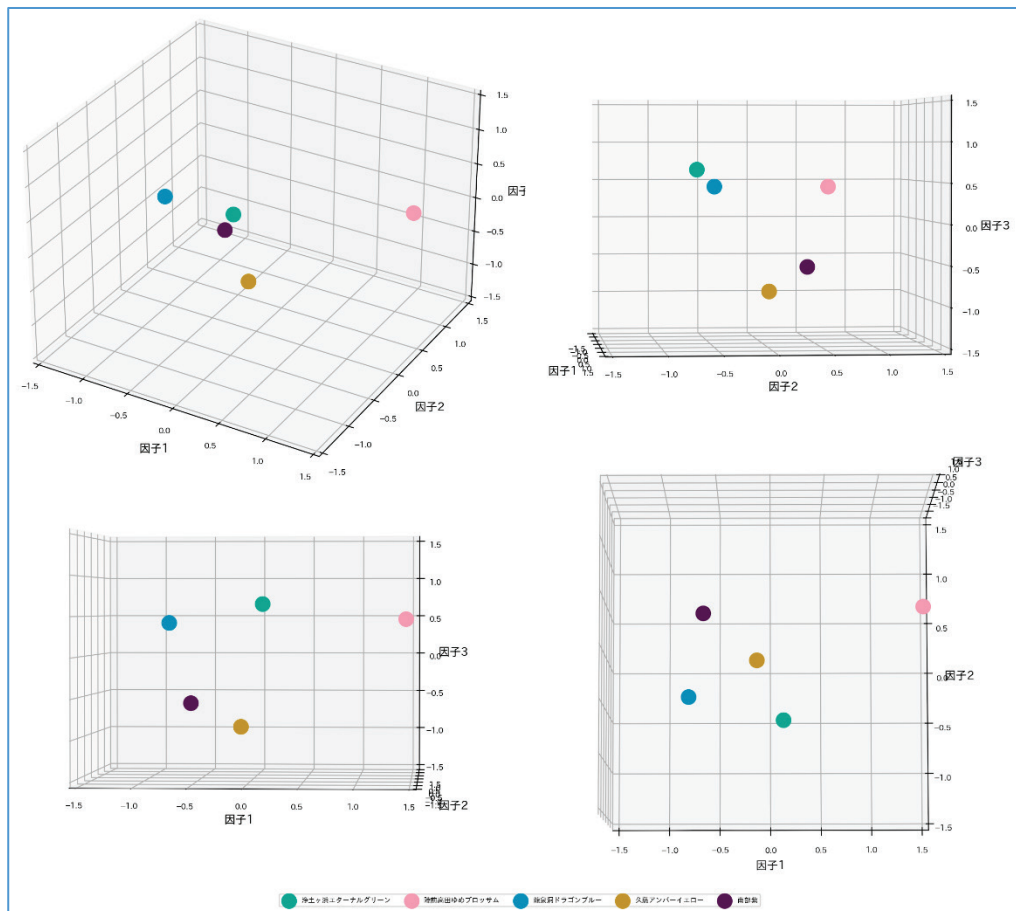


図 3-6 因子空間での分布

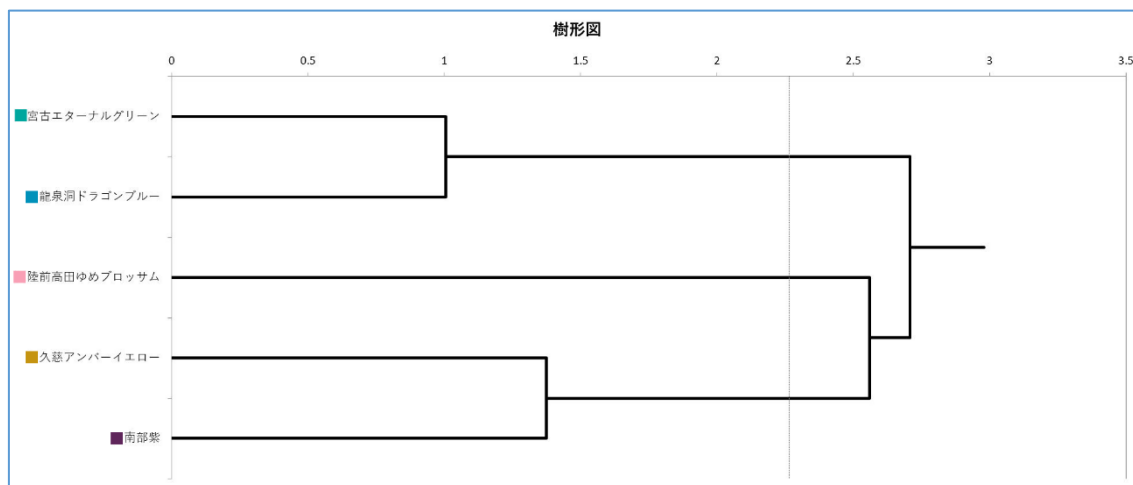


図 3-7 クラスタ分析

3. 4 調査結果からの考察

アンケート調査分析において、SD 法の手法に基づき、プロファイル表示から因子分析、クラスタ分析まで行った。加えて、形容詞尺度に基づき、日本カラーデザイン研究所による言語イメージスケールに形容詞分布の重みづけプロットを行った。「浄土ヶ浜エターナルグリーン」とその他の地域色である 4 色を加えた 5 色の範囲内でのアンケート収集結果であることや、もともとの色が持っている印象というものは広く共通認識されてはいることもあるが、実際にその印象を数値化、可視化することで、個々のプロフィールからは「浄土ヶ浜エターナルグリーン」は他色と比較し、静かで穏やかという傾向が際立って見て取れることが分かった。5 色の因子分析において、アンケート学生の回答からは、5 色の地域色についての印象を感じる際に 4 つの因子が重要な因子として結果から見て取ることができた。柔らかさに代表される<癒し性>因子、積極さの<活動性>因子、さわやかさの<清爽性>因子、洗練された因子と解釈し、その重要度が高いことが数値として明確化することができた。その中で「浄土ヶ浜エターナルグリーン」は<清爽性>の因子への関連が高い。クラスタ分析において、言語イメージスケールへのプロット、因子を軸とした 3D 空間での分布からもわかるように、より色相環、トーンでの位置が比較的近い「龍泉洞ドラゴンブルー」とクラスタが構築されている。今後は、<清爽性>因子はもともと強く持っていることから、柔らかさなどを組み込んだ展開、商品開発等がより興味を引く可能性も考えられる。また、クラスタ分析においてグループ化された「龍泉洞ドラゴンブルー」においては、同じような印象を持たれる可能性の高い色であり、公益財団法人さんりく基金三陸DMOセンター¹⁹、筆者の研究報告²⁰からも、浄土ヶ浜と龍泉洞は観光客の周遊コースとして多くの観光客が行き来するエリアでもあるため、相互の地域色を連携活用したサービスや商品開発などもひとつの手ではないかと考えられる。今回は単色のアンケートではあったが、「浄土ヶ浜エターナルグリーン」を含めた 2 色配色、3 色配色での調査も興味深いと思われる。今回は学生に対してのアンケートであったが、同じ世代であっても筆者の過去の報告²¹において「観光」に対するアンケートを実施した際には、内陸部高校生と沿岸部高校生とでは、観光に対する要望、意識が異なる結果が出ており、色については共通的な認識が強いと可能性が強いが、ターゲットとする層、地域なども考慮し、イメージするものの差異の有無の確認をす

ることも考えられる。

4. まとめ

本研究では、宮古市とともに令和4年度岩手県立大学地域政策研究センター地域協働研究課題にて「宮古市の地域色を活用したシティプロモーションの手法に係る研究」として協働研究を行っている中で、第一段階として、学生に対し地域色の意識調査および分析を行った。選定された地域色は住民参加による幅広い世代により決定されたものではあるが、若い世代（学生）にどのようなイメージを及ぼすかを知ることを、宮古市との協働研究の第一段階としてアンケート調査を実施し分析を行った。3章の調査結果からの考察でも述べたように、「浄土ヶ浜エターナルグリーン」を含めた地域色5色についての調査ではあるが、それぞれ印象が大きく異なり、どのような因子が色の印象に影響を及ぼすかを数値化、可視化することができた。今後はこれらのアンケート結果を参考にしつつ学生参加によるの市との連携研究を進めていきたい。今年度は、このアンケート調査以外にも連携研究の一環として本学部学生も参加した、新遊覧船就航式と併せて開催された宮古市のイベント「しおかぜフェスタ」での浄土ヶ浜エターナルグリーンの認知度調査や、市内企業へのヒアリングなども行っており、これらをまとめた研究全体の結果報告も今後の課題としたい。

本研究の一部は岩手県立大学地域政策研究センター令和4年度地域協働研究の課題として採択され助成を受けたものである。

【謝辞】

本研究を進めるにあたり、多大なるご協力を頂きました一般社団法人日本地域色協会代表理事竹村育貴氏、理事杉立修氏に感謝申し上げます。

参考文献

- 1 岩手日報：景勝発信この色で（2021年12月1日）。
- 2 国立社会保障・人口問題研究所：日本の地域別将来推計人口平成30年推計，
<https://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson18/6houkoku/houkoku.asp>, (令和4年10月30日最終閲覧)。
- 3 一般社団法人日本地域色協会，<https://www.1116nippon.net/>, (令和4年10月30日最終閲覧)
- 4 杉山朗子：地域色を把握するための方法論に関する一考察，日本色彩学会誌，第43巻第3号，pp. 59-62（2019）。
- 5 日本カラーデザイン研究所：地域イメージを活かす景観色彩計画，学芸出版社（2008）。
- 6 小林重順：景観のイメージと色，ダヴィッド社（1994）。
- 7 尾崎真理，佐久間彰三：風土色による色彩学のすすめ 建築・まち・美しい景観の創造，彰国社，（2006）。
- 8 平田徳恵，岡村祐，川原晋：景観色彩ガイドラインの活用による地域ブランディングの可能性-特定色を指定する「意味付与型」の表現方法に着目して-，日本建築学会計画系論文集，第78巻第685

- 号, pp. 663-671 (2013) .
- 9 加藤幸枝：色彩の手帳 建築・都市の色を考える 100 のヒント, 学芸出版 (2019) .
 - 10 国土交通省：景観法の概要,
<https://www.mlit.go.jp/crd/townscape/keikan/pdf/keikanhou-gaiyou050901.pdf>
(令和 4 年 9 月 30 日最終閲覧)
 - 11 杉浦秀夫, 加藤近之：SD法による都市公園のイメージ分析, 総合都市研究, 第 46 号, pp. 53-79 (1992) .
 - 12 長澤由喜子：盛岡市の景観イメージ分析, 岩手大学教育学部研究年報, 第 51 巻第 2 号, pp. 85-95 (1992) .
 - 13 松田隆夫, 高橋晋也, 宮田久美子, 松田博子：色と色彩の心理学, 培風館 (2014) .
 - 14 海保博之, 日比野治雄, 小山慎一：デザインと色彩の心理学, 朝倉書店 (2013) .
 - 15 慶應義塾大学福田忠彦研究室：人間工学ガイド 増補版 -感性を科学する方法-, サイエンティスト社 (2009) .
 - 16 大山正, 宮田久美子, 単色の感情効果の重回帰分析, 基礎心理学研究, 第 35 巻第 2 号, pp. 119-124 (2017) .
 - 17 株式会社日本カラーデザイン研究所, <http://www.ncd-ri.co.jp/>, (令和 4 年 10 月 30 日最終閲覧)
 - 18 中山裕子, 仲尾玲子：色彩があらわす食品のおいしさへの影響-天然色素を転嫁した食品の色調による嗜好性評価-, 山梨学院短期大学研究紀要, 第 30 号, pp. 1-6 (2010) .
 - 19 公益財団法人さんりく基金三陸DMOセンター：平成 28 年度三陸地域における観光マーケティング調査結果 (2016) .
 - 20 大志田憲：Twitter から見る観光客の情報発信について-ゴールデンウィーク期間における岩手県内観光地の投稿を例として-, 日本観光学会第 112 会全国大会, 南山大学 (2018) .
 - 21 大志田憲, 平田哲兵, 高岩将洋, 宮井久男：震災後の多様なニーズに向けた観光意識調査-若者世代を中心としたアンケート結果より-, 岩手県立大学宮古短期大学部研究紀要, 第 32 巻, pp. 1-22 (2022) .