

市史通信

【目次】

- 昭和四三年横浜のイメージ
- 資料が伝える戦争
- 井上武士と香川一郎
- 閲覧資料紹介
三分一地形図(昭和三〇年代)
- 市史資料室たより



山手外国人墓地とマリントワー 1968 (昭和43) 年 広報課写真資料

第24号

【発行日】2015年11月30日
 【編集・発行】横浜市史資料室
 〒220-0032
 横浜市西区老松町1番地
 横浜市中央図書館・地下1階
 【電話】045-251-3260
 【FAX】045-251-7321
 【E-mail】
 so-sisiryou@city.yokohama.jp
 【ホームページ】
<http://www.city.yokohama.lg.jp/somu/org/gyosei/sisi/>

昭和四三年横浜のイメージ

— 県外青少年の調査から —

「横浜は、暴力の町？」

一九六八(昭和四三)年九月一〇日の『読売新聞』に、このような見出しの記事が掲載された。この記事は、翌年三月卒業予定の全国三、〇〇〇名の中高校生を対象として、横浜市が行った「横浜市に対する意識調査」の結果を報じたものであった。記事では、「だれでも住みたくなる町づくり」を目標とし、はなやかな国際都市を自負していた横浜市にとってまさにショックな結果」と書かれ、「市側はガックリ」の見出しも付けられていた。この結果を受けて、市では「こわい町・横浜」のイメージ追放に乗り出すことになったと報じられている。翌一日の『神奈川新聞』の「照明灯」でも、この調査について言及している。

横浜市は、市政の参考にするために様々な意識調査を行っているが、これは主に横浜市民を対象としたものであり、この調査のように市外・県外を対象とした調査は多くない。

この調査は、横浜市民局相談部勤務市民室「横浜に対する意識調査報告書」(一九六八年九月)として刊行された。この報告書から、昭和四〇年代前半に、県外の青少年が横浜市に対してどのようなイメージを持っていたか、それは何によって作られたかを中心に紹介していこう。

調査の方法と回収率

この調査は、高度経済成長期における労働力不足のなかで、京浜地域へ集団就職などで来る人々を、横浜市内に就労するようになるための「雇用対策研究の前提」としてのものであった。横浜市が労働力を引き寄せる魅力があるか、魅力があるとしても正しく伝わっているかなどが目的であった。

調査期間は六八年六月一日～一〇日、対象は、北海道から鹿児島県まで、中学校六〇校・高校六〇校の計一二〇校、三、〇〇〇名であった。調査内容は、調査項目が一四項目あり、具体的な選択肢がある調査であった。調査の回収率は、中五七校・高五四校、計一一一校、二、七〇三名で、回収率は九〇%であった。これらとは別枠に郡部の中学校二校も調査を行ったが、この二校は、回収前に「調査が比較的市中にたよるのではないか」との推定により追加されたが大きな差はなく、比較対照は行われていない。また、男女比は指定していなかったが、調査回収の結果「偶然」同一であり、居住地は市中が多く、家庭は会社員が四分の一で一位、以下、農業・その他・商業・公務員であった。

認識調査

最初に横浜を知っているかどうか尋ねている。その結果、約九八%が知っていると答え、知らないと答えた一・

表1 見聞きしたことがある場所

順位	場所	順位	場所
1	外人墓地	14	戸塚
2	マリン・タワー	15	桜木町
3	港町13番地	16	保土ヶ谷
4	金沢文庫	17	元町
5	港の見える丘	18	根岸
6	伊勢佐木町	19	三溪園
7	山下公園	20	港北
8	鶴見	21	無回答
9	こども国	22	三ツ沢
10	中華街	23	野毛山
11	生麦	24	本牧
12	山手	25	関内
13	氷川丸		

九%も、後ろの設問に答えていることから、九九%が何らかの形で知っている」と解釈できるとして、認知度は非常に高いとする。次に、横浜へ行ったことがあるかとの設問では、約半数が来浜しており、中学校の修学旅行で来ているものが多いことが理由であった。このように対象者は、ほぼ総てが横浜を知っており、半数は訪れたことがある人であった。次に横浜を知った媒体について尋ねており、約六割が教科書、次いでテレビが四五%を占めていた。この結果に「文化、知識の供給源としてのテレビが大きな影響力を持っていることがわかる」としている。



中区港町3丁目13番地、左から2軒目の横浜酒販会館ビル
1968（昭和43）年 広報課写真資料

次に見聞きしたことがある横浜の具体的な場所について、二四の選択肢を挙げて尋ねている（複数選択、表1）。全体では、一位「外人墓地」、二位「マリン・タワー」、四位「金沢文庫」、五位「港の見える丘」で、中学校では、「金沢文庫」が三位、「山下公園」が五位、高校では「港の見える丘」が四位、「伊勢佐木町」が五位と違いがあった。これらは「修学旅行などで横浜へ来れば、まず観光ルートとして」見るところがほとんどなので「理解できる」と述べている。一方で「関内」は最下位、「本牧」は二四位と認知度は低かった。また、昭和三〇年代以降、繁華街として急成長した横浜駅西口地域は選択肢に入っていない。調査側においても、地域としてのイメージが、未だ無かったようである。

この選択肢の中で、中学校の四位、高校の三位で、全体では約五割が知っており三位となった「港町13番地」は異色であり、「関内駅北口前のピヤホールの所在地」で「とくに全国的に有名な理由はない」場所であった（港町3丁目一三番地）。これは、「横浜出身の流行歌手によって歌われる同名の歌で知ったもの」と述べている。美空ひばりの「港町十三番地」には、具体的な横浜の地名は出てこないが、美空ひばりと「みなとまち」が、横浜と結びつけられていたのである。この他にも「山手」、「外人墓地」、「チャイナ・タウン」、「伊勢佐木町」も、流行歌で知ったものと思われる。このように、先のテレビと共に「流行歌」による影響も大きく、「歌の中の横浜は、総体にロマンチックであり、恋のムードがいっぱい」と述べている。

横浜は、どんなところか

最初に見た「暴力の町」は、この設問の一七選択肢のひとつであった（複数選択）。しかし、「暴力の町」が一位ではなく、一位「港の町」、二位「外国人のたくさんいる町」、三位「にぎやかな町」、四位「大都会」、五位「工業の町」と、現在でも比較的イメージしやすい答えが並んでいた。そして六位に「暴力の町」、一二位に「暗い町」があり、選択肢以外では、「スモッグの町」や「こわい町」などもあった。全体の一四・一%の回答があった「暴力の町」については、「10年ほど前の横浜には、暴力がはびこり、麻薬の恐怖があった」が、現在では「取締当局の努力と、市と市民が一体となって行っている「誰でも住みたくなるまちづくり」がすすみ、昔の語り草」になったと述べている。昭和三七年度の『麻薬犯罪の概況』（県警察本部保安部、一九六二年）によると、「横浜市が、西の神戸市と並び、日本の代表的麻薬都市となっていることは、ここ数年来の顕著な傾向であり、県内の検挙数は、五七年二三五名、六〇年七〇三名など、全国の検挙数の二割を超えていた。市の刊行物には、「通称麻薬銀座」と呼ばれていた通称も記されていた（『健康なハマ』一〇、横浜市衛生局）。

表2 どんなところだと思いますか

順位	項目	%	順位	項目	%
1	港の町	87.3	10	住宅地	8.3
2	外国人のたくさんいる町	67.2	11	楽しそうな町	7.7
3	にぎやかな町	39.1	12	暗い町	4.4
4	大都会	28.8	13	漁業の町	4.0
5	工業の町	25.9	14	学校の多い町	2.7
6	暴力の町	14.1	15	その他	2.1
7	生き生きとした町	13.7	16	静かな町	2.0
8	明るい町	13.5	17	無回答	0.9
9	商業の町	8.7	18	農業の町	0.9

ひとたびこのようなイメージが付くと、「全国のひとつとの意識には、まだ横浜と暴力を結びつけて考えている者がかなりあること」を示すと述べている。

このような「暗い」イメージの回答者については、他の設問の回答などから更に分析を進めている。「暴力の町」「暗い町」と答えた者は、両方答えた者もいるため、四四七名（一六・五％）であった。このうち来浜したことがない者が五五％と全体の割合より多く、また、五四％は横浜に魅力を感じないと答えており、「横浜の正しい姿を見ることによって、正しい認識が得られる」としている。横浜を知った媒体についても、一位「教科書や本」、二位「テレビ」は同様であったが、全体では四五・二％であった「テレビ」は五一・五％と上回っており、テレビなどの影響は大きかった。

横浜の魅力

先に触れたように、横浜に魅力を感じるかどうか尋ねている。全体では、感じるが約五二％、感じないが約四九％と相半ばしている。このうち、中学生は五一・六％が感じないと回答し、逆に高校生では五六・五％が感じる回答している。魅力を感じると答えた者のうち、男女では女子の方が多く、来浜の有無では五四・三％が横浜を訪れていた。また、後ろの設問「横浜に知り合いがいるかどうか」の分析の中で、知り合いがいる八七二名のうち、

六三％が来浜しており、魅力を感じるも五八％と全体の割合より高い。

次に魅力を感じる点を、一二選択肢により尋ねている（複数選択）。圧倒的に一位は、七一・五％の「港」、次いで「外国人」が三七・五％となり、表2の「どんなところだと思えますか」の上位と対応している。また、報告書では、五位「遊ぶ」（一四・九％）が中学生では七位、六位「繁華街」は中学生八位、高校生四位の結果から、「どうも高校生は、中学生よりも「横浜の繁華街で遊ぶ」ことに魅力を感じている者が多い」と述べ、一方、中学生は「港、外国人、工業都市、大都会、文化、東京に近い」との順位から、「学校教育から受けたそのままの意識が強い」としている。



港のイメージ 山下公園から見た大棧橋
1971（昭和46）年3月 広報課写真資料

最近の横浜

最近のニュース、人口、市長についても、選択肢を挙げて質問している。

ニュースの一位は、「大きな造船所からつぎつぎと世界最大の船が進水している」で三八％、また三位には港の拡張、四位には公害防止協定が入っている。これらの選択肢は、約一年間の報道から選んだものであった。しかし、二位「麻薬密売と暴力団のいっせい手入れにより悪人が大量検挙された」（三三・六％）は、この「ような内容のニュースが報道された事実はなく、まったくのフィクション」であった。

先に触れたように、過去のイメージが最近のニュースと錯覚されており、「10年前につくられた、横浜のイメージがそのまま現在まで持たれているともいえるし」、「映画やドラマで横浜を舞台に派手な拳銃の撃ち合いや、麻薬をとりまく物語りを展開して一層悪いイメージ」を作り出しているからとも述べている。過去のイメージが、映画等によって再生産されていた。

市長は誰かの設問では、五二％が正解の「飛鳥田一雄」と答え、認知度は高い。これも、テレビ・新聞などのメディアへの登場の多さの反映であろう。

良いイメージづくりへ

横浜市は、最初に書いたように悪いイメージに衝撃を受けていた。報告書の「あとがき」には、「少なくとも今

の段階で考えられることは、なんといっても横浜のイメージを良くすることである」として、「①「明るい勤労者の町・横浜」をPRするパンフレットの作成、②各都市間関係機関に対する横浜PR資料の配布、③地方出身の市民を通じて故郷に横浜を紹介してもらう行事の開催、④横浜のイメージアップに貢献した人や機関の表彰」などが考えられると述べている。

前出の『神奈川新聞』の「照明灯」においても、テレビ・新聞などで知れるものと「修学旅行で、かい間見る組が半々」なので、「正しい横浜の姿を理解しないのは、むしろ当然である」とし、時間に追われて観光バスで廻る「風のごとくきたり、風のごとく去る」かき根越し。見学者では、何十万、何百万を送迎しても、横浜にはなんのプラスにもなるまい」として、やはりPR冊子の配布などを提案している。このように映画・ドラマ・流行歌などが作り出すイメージは影響力が大きく、これに負けない「横浜イメージ」が求められていた。

【参考文献】

『歌・映画・小説の中の横浜港』（横浜みなと博物館）二〇一〇年、勤労市民室「県外中高生のみた横浜のイメージ」（勤労市民室「労働経済」一六）一九六八年一〇月、「横浜市建築助成公社20年誌」（横浜市建築助成公社）一九七三年。

※『麻薬犯罪の概況』・『健康なハマ』一〇は、当資料室所蔵乳児保護協会資料。

（百瀬 敏夫）