

〈2〉宇都宮の市民性に関する 調査研究

市政研究センター 副所長 白井 義雄

1 はじめに

本稿は、平成21年度の調査研究事業の1つとして、市政研究センターが取り組んだ「宇都宮の市民性に関する調査研究」の概要を報告するものである。

国や地方の厳しい財政状況、少子・超高齢社会の到来、経済活動のグローバル化・ボーダーレス化による経済環境の変動など、地域を取り巻く環境が大きく変化しているなか、各地域は個性豊かで活力に満ちた地域づくりを、自らの創意工夫で実現することが求められている。そのためには、地域に埋もれている資源の発掘や、今ある資源の活用方法の見直し、資源を活かす人材の育成、さまざまなネットワークの活用などに協働して取り組むことによって、観光や地域産業の振興はもちろん、教育・文化・福祉・環境・都市機能の充実など、地域全体の魅力化・活性化につなげていくことが重要である。

こうしたことから、近年、まちおこし、むらおこし論が盛んになっている。各都道府県を紹介するテレビ番組等が多く見受けられ、各地の先駆的な取組も広く伝えられている。その内容は多岐にわたり、特産品や名所旧跡といった観光資源だけでなく、地域活性化を目的とした特色あるまちづくりの事例、そして県民性までクローズアップされることが多くなっている。

県民性をみてみると、栃木県民は、一般的に「正直」、「堅実」、「真面目」といった面や「保守的」で「控えめ」、「世渡り下手」で「積極性に乏しい」など、比較的地道で目立たないといわれることが多いようである。

日経リサーチが行っている地域ブランド力調査

(全国の都道府県や都市、名産品がどのくらい多くの人に認識され、ブランドとして力を持っているかを独自性、愛着度、購入意向、訪問意向、居住意向から算出)で、栃木県のランキングは、2006年調査では47位で全国最下位、2008年調査では46位であった。同じ北関東の茨城県、群馬県も同様の低位置にあることから、「大都市に近く特徴が出づらいことが共通している」との分析もなされているが、「控えめ」で「世渡り下手」な県民性によって、ふるさと自慢などにも消極的であること、PRがうまくないことなど、情報発信力の弱さも一因として考えられるのではないだろうか。

最近では、多くの都市が、自らをイメージアップすることによって都市の魅力や地域ブランドの価値を高め、交流・定住人口の増加を図ろうと、都市ブランド戦略あるいはシティセールスを推進している。

本市においても、平成21年度から総合政策部政策審議室内に、「都市ブランド戦略室」を設置し、ブランド戦略を本格的に進めている。その一環として、「宇都宮プライド」というプロジェクト名、「住めば愉快だ 宇都宮」のブランドメッセージのもとで、市民が自分のまちに誇りを持ち、市外の人々からは憧れを持って注目されるまちとして認知度や魅力度を高め、宇都宮を訪れ、宇都宮に住み、企業が立地したくなるような都市としてのブランド力アップを図るための取組を進めている。

そこで、こうした状況をふまえ、今後のまちづくりにおいて、地域の自然や歴史がはぐくんだ、その地ならではの独特の気質・気風・生活習慣等を考慮することも有効ではないかと考え、宇都宮の市民性(栃木県の県民性)を探り、その良い面・悪い面がまちの活性化等にどのような影響を与えるのか、まちづくりの関係性や活用方策について考察しようとするものである。

2 研究の進め方

宇都宮（栃木）の市（県）民性の概要や、それらを裏付けるデータ等について、県民性に関連する出版物や研究書、各種統計資料をはじめとした文献調査及び意識調査などによって整理し、宇都宮の市民性に関する分析を行い、まちづくりへの影響や活用方策について考察する。

《主な調査項目》

- ▽宇都宮（栃木）の市（県）民性の概要についての整理
- ▽県民性関連書籍等からみえてくる宇都宮（栃木）の市（県）民性の整理
- ▽宇都宮（栃木）の市（県）民性を裏付ける各種データの整理
- ▽市（県）民性とまちづくりとの関係性・影響、活用方策についての考察

3 県民性（市民性）の概要

(1) 県民性（市民性）って何！？

県民性という言葉を辞書で調べると、「県民に共通の性格」とある。県民性とは、都道府県ごとの住民あるいは出身者の固有の性格や行動についての何らかの傾向を指す言葉である。それは、各都道府県の風土や歴史、文化等の違いによって生じるもので、各人の個性の背後にある、その地域の住民・出身者に共通した最大公約数的な性格（キャラクター）、その人が生まれ育った地域に共通する気質・性格のパロメーターといえよう。

性格心理学によると、人の性格は、生まれつきの部分（先天的遺伝によるもの）と、その後の環境によってつくられる部分（後天的外的要因）があるといわれ、その中の1つの要因が「県民性」である。体を考えても同じで、生まれつきの体質があり、その上に、長年の生活の結果できた体がある。性格の中の生まれつきの部分を「気質」と

いい、その上に環境によって「狭い意味での性格」ができあがる。さらにその社会によってつくられた「社会的性格」があり、もっと上に、現在の役割に応じた「役割性格」がある。狭義になるほど変わりにくく、上位になるほど変わりやすいとされている。県民性が語られる際には、こうした気質と性格の違いを意識して使い分けているものは少ないようだ。

このように、性格は生まれ育った土地の風土のみならず、性別、両親や友人の影響、その後の生活環境など後天的なものからも形成されていく。したがって、生まれ育った土地が同じだからといって、地域に暮らす人たちが、みな同じ性格ということはありません。だが、その土地ならではの独特の生活慣習などお国柄や土地柄、人柄に、ある種の共通性があることは確かであり、「地域性」や「県民性」といわれるものが今に残っている。

そこで、県民性を「地域の自然や歴史がはぐくんだ、その地ならではの固有・独特の性格・気風」と解釈し、論を進めることにする。

(2) 県民性とお国柄（藩民性）

「県民性」というのは、比較的新しい言葉である。もともとは「お国柄」などの言葉で呼ばれていた。お国柄については、古くから、さまざまな言葉で表現されてきた。近県では、上州（群馬）の「かかあ天下に空っ風」がよく知られている。「かかあ天下」は、働き者の細君が家の中心となり、家を守り維持しているという意味であり、「空っ風」は、上州の自然条件の厳しさを示している。また、「茨城の三ぼい（怒りっぼい、飽きっぼい、忘れっぼい）」、「水戸の三ぼい（理屈っぼい、骨っぼい、怒りっぼい）」などもある。

明治以前は、藩などに細かく分かれていて、同じ県内でも地域によってお国柄が異なる例がみられる。このような場合には、県民性を1つの形で示すことは困難である。

明治時代になって廃藩置県が行われるまでは、現在の県に相当する単位は、「下野のくに」や「上野のくに」、「常陸のくに」などと呼ばれていた。

「くに」の意味は、現在の県とは大きく異なり、現在よりもはるかに分断された状態で存在しており、それぞれの「くに」は、現在の政府にも相当する「藩」によって支配されていた。「くに」の境は「くにざかい」と呼ばれ、関所もあり、それを越えるためには現在のパスポートに相当する通行手形なども必要とされており、現在の日本人と比べると、行き来ははるかに制限されていた。言葉も現在のように標準語などというものがあつたわけではなく、方言を話しており、「くにざかい」をいくつか越えれば言葉が通じないということも多かった。当時の人にとっては、同じ日本の中でも国境を越えれば、すっかり異国だったのであり、「お国柄」や「土地柄」、「人柄」もかなり異なつたものであつた。

■戦国時代に書かれた下野のお国柄

昔から人間の性格には風土の影響があると考えられてきたようであり、時代を遡ると戦国時代に成立したとされる「人国記」には、律令制に基づく国ごとの気質について記載されている。その後、江戸時代初期には、この「人国記」の改訂版「新入国記」も書かれ、それには「武田信玄公の曰く、最明寺殿の人国記を見るに…」の記述があるように、武田信玄は、その内容を参考にして戦いを有利に進めていたともいわれている。

下野国については、「下野の国の風俗、多くは気質に清の内に濁を得たる人多くして、その清濁流通することなくして邪気甚だしく、傍若無人にして、…(中略)。然れどもその勇気の強き事は、上方の国五か国七か国合せたるよりは猶も上なるべけれども…」の記述(「人国記」)があり、「勇気の面では上方以上」と評価されているものの、人柄についてはあまり芳しいものではない。

こうした評価の背景には、中世から近世にかけ

ての下野武士団の活躍ぶりが、中央の政権や他国にとって、味方になれば頼もしいが、敵になれば脅威にも感じたからではなからうか。

この時代において歴史に残る下野の武将としては、扇の的を射抜いた那須与一(「平家物語」)をはじめ、足利幕府を開いた足利尊氏(「太平記」)や平将門を討ち取つた藤原秀郷(「御伽草紙」で大ムカデを退治したという伝承のある俵藤太)などが有名だ。

宇都宮城主であつた宇都宮氏も鎌倉幕府の有力な御家人であり、南北朝時代には、宇都宮第9代城主の公綱きんつなは、鎌倉幕府第14代執権である北条高時の命を受けて出陣し、坂東武者の勇名をとどろかせた。鎌倉幕府が滅亡してからは新田義貞に従い足利尊氏を破り、後醍醐天皇が吉野に下ると兵500騎を率いてはせ参じるなど、武将として活躍した。特に、楠木正成との戦いは書物「太平記」にも描かれ、宇都宮氏は、武将としてその名を知られたという。10代氏綱は上野国(群馬県)・越後国(新潟県)の守護職にもなっている。

ところで、宇都宮氏は武門だけでなく、文化の面でも活躍している。400年以上に及んだ中世の時代に、都から遠く離れた下野の地にも全国に誇りうる文化が生まれた。鎌倉時代、京都歌壇・鎌倉歌壇とならび、宇都宮氏を中心に形成された和歌活動の集団が宇都宮歌壇であり、宇都宮氏一族13人の126首が勅撰集に選ばれている。代表的なのは、3代城主の頼綱(蓮生)で、歌人藤原定家と親交を結び、娘を定家の子為家に嫁がせた。その子為氏は、祖父定家の寵愛を受け、歌道の家二条家の祖となつた。定家の撰による「小倉百人一首」は著名だが、定家の日記「明月記」につづられているように、成立のきっかけは頼綱の依頼にあつたという。

ちなみに頼綱は、鎌倉幕府初代執権である北条時政の娘婿でもあり、時政が鎌倉幕府の3代将軍源実朝にかわつて自身の娘婿平賀朝雅の将軍擁立

を囚った陰謀に連座して出家、実信房蓮生と号し、京都嵯峨の山荘に暮らした。

藤原定家との親交のほか、浄土宗にも深く帰依し、法然やその弟子に師事して、寺の再興などにも尽力している。法然の弟子には、浄土真宗の開祖親鸞もいるが、親鸞が朝廷の念仏弾圧によって越後に配流されたのち、20年にわたる東国布教の拠点としたのは下野国に隣接する常陸国稲田であった。稲田は、宇都宮氏の一族である笠間氏の支配下にあったとみられることで、地理的にも、また人脈的にも、親鸞・浄土真宗と下野との関わりも深いものがあったといわれる¹。

■食文化や消費性向にもお国柄が

“食”は、子どもからお年寄りまで、だれにとっても魅力的なものであり、共通の話題になるものである。近年、地産地消をキーワードに、地場農産物を活かした地域づくりが進められている。地産地消とは、地域で生産されたものをその地域で消費することだが、地域で生産されたものを地域で消費するだけでなく、その活動を通じて農業者と消費者を結び付ける取組でもある。

地産地消の取組は、地域で自発的に盛り上がりを見せしてきた活動でもあり、教育や文化の面も含んだ多様な側面を有している。生産者や加工業者、物流・販売・消費者と地域の幅広いネットワークが必要であり、相互の協力により創意工夫を活かすことで地域の個性を発揮することができ、地域の魅力を伝える重要な取組といえよう。

さて、昔から「三里四方のもの食べば病知らず」ということわざがあるように、土地柄と季節に合った食べ物を食べるのが健康によいといわれる。また、嗜好、特に食生活には、お国柄・地域性が顕著である。米、魚、野菜、果物……。ふるさとの味は、その土地の気候風土や特産品が大きな影響を及ぼしている。海辺のまちの郷土食と、海から

遠く離れた内陸のまちの郷土食とは、大きな違いが出てくる。長い歴史の中で、地域の風土によって嗜好に差も生まれている。

たとえば、大まかに分けると、関東より東はそば、西はうどんが好まれるといわれる。これを裏付けるデータとして、総務省統計局が毎年実施している家計調査などが活用されることがある。

しかし、家計調査では、そばとうどんとを分けて調査をしていないので、両者の地域性について一応の傾向はわかるものの、明確には把握できない。公表されている家計調査年報をみると、生うどん・そば（自宅消費）の消費額が常にトップにあるのが讃岐うどんでは名高い高松市（外食による日本そば・うどんの消費額も1位）で、2位以下は、水沢うどんが有名な前橋市や信州そばの長野市が常に上位に位置している。一方、乾うどん・日本そばの消費額は、稲庭うどんが名物の秋田市が1位を占めることが多く、高松市は、乾めんでも1位、2位を争っている。また、中華めんは、わんこそばや冷めん、じゃじゃめんが名物の盛岡市が1位を占めることが多い。そして、中華めんについては、青森市や秋田市、山形市（外食の中華そばでは福島市、仙台市とトップ争いをしている）など東北地方の都市が上位を占めている。

宇都宮市はというと、日本そば、うどん、中華めん、カップめんなど、いずれの消費額（自宅消費、外食とも）が上位10都市に入っており、宇都宮市民は“めんくい”なのである。

こうした食文化の違いをはじめとした地域特性は、人々にとって身近で話題性も高く、観光資源としても有効に活用できるものであろう。

最近では、テレビ番組や雑誌などにも取り上げられることが多く、タレントを使って、まちおこしや観光振興を進める自治体等が増えている。栃木県では、地元出身のU字工事を「とちぎ未来大使」として任命しているが、栃木弁を使った独特な語り口と純朴なキャラクターで評判を呼び、数々

¹ 詳細は、橋本澄朗・千田孝明『知られざる下野の中世』随想社、2005年等の郷土史関連書籍を参照されたい。

の番組に出演するほか、栃木をテーマとした出版物やCD付カルタを発行するなど、ふるさと栃木を盛り上げており、県民にとっても、郷土について再認識する良いきっかけとなっている。

(3) 書籍に書かれた栃木の県民性

県民性の研究は、古くから行われてきており、さまざまな論者によって自由に語られ、数多くの出版物がある。単なる話題としてだけでなく、マーケティングへの活用など、ビジネスの観点からの著作などもあって、地域振興への活用、地域経営の推進にあたって興味深いものがある。

そのなかで、栃木の県民性については、どのように表現されているのだろうか。手に入れた書籍のうち、ここ10数年の間に出版された5冊の本から、栃木の県民性を表現した語句の頻出数をカウントしてみた。最も数多く使用されている語句は「消極的、積極性に乏しい」の5回であった。続いて「保守的傾向が強い」、「正直」、「堅実」（各4回）、「着実」、「真面目」、「控え目」、「正義感」（各3回）、その他、「律儀」、「質素」、「努力家」、「穏やか」、「素朴」、「慎重」などといった語句が使われている。このうち「消極的、積極性に乏しい」や「控え目」、「世渡り下手」、「地味」、「中途半端」、「人見知りをする」、「恥ずかしがりや」といった語句は、北関東として一括りにされることの多い群馬・茨城を含めた3県にあっても、栃木特有の人柄を表現した言葉である。北関東3県共通の語句としては「保守的傾向が強い」、「正直」、「伝統的傾向が強い」、「努力家」、「素朴」などがある。また、群馬・茨城両県に共通する「積極的」、「荒っぽい」、「気が強い」、「短気」、「見栄っ張り」、「飽きっぽい」、「おおらか」、「陽気」といった性格は、栃木の県民性にはない表現であった。

では、栃木の県民性について、具体的にどのように表現されているか、記述された文章を参考ま

でに抜き出してみた。

- 生き生きとした若人の県というよりは、保守的で、積極性に乏しい県だといってよいだろう。東京などに出て、新しい空気に触れ、革新的なものをいろいろ学んでも、自分の県にもどると、そうしたものをうまく活かし切れず、やがて同化してしまう傾向が強い。冒険に類するようなことは好まれず、着実で無難な道を選ぶ傾向が強い²。
- 男性：一言でいうと「いぶし銀」タイプ。恥ずかしがり屋が多く話し下手だから、最初の印象はよくないが、つきあっていくと味わいのある人が多い。正直で真面目、律儀で堅実だが、慎重すぎて積極性に欠けるきらいがある³。

4 各種データからみる県民性(市民性)

(1) 宇都宮の市民性に関する意識調査の実施

栃木の県民性について、県民性に関する文献調査により整理をしてきたが、どうしても昔からのイメージや有名出身者の性格等に縛られることが多く、また、論者の主観によるところもあって、根拠も明瞭ではない。まったく見当はずれということもなさそうだが、適切だといえ切れないところもある。

そこで、客観性をもたそうという試みがなされている。たとえば、その1つに、NHK放送文化研究所による「現代の県民気質—全国県民意識調査—」がある。この調査は、「世論調査という手法を用いて、全国47都道府県で同じ質問をし、その結果を比較することによって、各都道府県や地域の人びとの意識の特徴を実証的に明らかにしよう」というもので、第1回の調査が1978年、第2回が1996年に実施されている。同研究所に問い合

² 祖父江孝男『県民性の人間学』新潮社、2000年、77頁

³ 矢野新一『県民性は7392通り』エイチアンドアイ、2006年、55頁

わせたところ、今後調査を行う予定がないとのことであり、「全国県民意識調査」の質問項目にならって、「宇都宮の市民性に関する意識調査」を次のように実施し、その現状や経年変化等について把握することとした。

《調査の概要》

▽調査期間：平成22（2010）年2月2～22日

▽調査対象：20歳以上80歳未満の市民963人（住民基本台帳から400分の1を無作為抽出）

▽調査方法：郵便調査法

▽回収状況：401人(回収率41.6%)

▽調査項目

- * 郷土意識（住みよさ、居住環境、市民意識の有無、行事等への参加意識、土地の言葉への意識）
- * 生活意識（流行・お金・しきたりなど生活に関する意識）
- * 人間関係意識（初対面時の意識、家族や親戚・隣近所等のつきあい・信頼感など）
- * 社会意識（教育・福祉・環境に関する意識）
- * 政治意識（政治への満足感、参加感など）
- * 人生観（労働・誠実性・倫理観・宗教観など）
- * 回答者属性（性、年齢、職業、家族構成、居住年数、出生地、これまでの居住地）

(2) 調査結果からみる宇都宮（栃木）の地域性

表1は、「宇都宮の市民性に関する意識調査」と「全国県民意識調査」の結果から、栃木および宇都宮の特徴ある地域性を示す項目、変化の著しかった項目について抜き出したものである。今回の宇都宮市の結果と前回までの栃木県全体の結果を比較することになるため、厳密な比較とはいえないが、地域性や経年変化などの観点から、宇都宮の市民性について整理した。

◇郷土意識は全国平均並み

●「あなたは、宇都宮市（住んでいる地域）が好

きですか」について、「好き」という人は、1978年、1996年の調査結果では、全国平均が81.3%から81.4%と大きな変化はない。平均をかなり上回るのは北海道（90.9%）や宮崎（90.7%）で、福島、群馬、神奈川、新潟、石川、長野、静岡、福岡、長崎、大分、宮崎、沖縄も高い。平均より少ない埼玉や千葉でも、「好き」という人は60%を超えており、決して低い数値ではない。

⇒※栃木では83.5%から78.4%と減少していた。

今回の調査では、宇都宮は84.5%で、全国平均よりも高く、1978年を超える高い数値となっている。

●同様に郷土意識に関する質問で、「この土地の人々の人情が好きだと思いますか」については、都道府県間の差が大きく、最大の沖縄の85.4%と下位の埼玉44.4%、千葉44.7%と比べて、その差は40ポイント以上あった。

⇒※今回の結果で、宇都宮は52.9%と数値が低くなった（1996年調査では全国平均が60.6%、栃木が61.0%）。

●「あなたは、宇都宮市民だという気持ち（県人意識）をお持ちですか」について、1996年の調査結果をみると、全国平均で68.7%、栃木でも67.6%と、多くの人が県人意識をもっている。秋田や宮崎、沖縄では80%を超えたが、千葉や埼玉では55%とほぼ半数であった。「土地の人情が好き」という人が多い県では県人意識も高く、少ない県は低い結果になる傾向にあった。

⇒※今回の結果では、宇都宮73.1%と、栃木の1996年調査結果67.6%(平均並み)より高くなり、1978年調査結果の74.5%に近い（全国平均は67.4%）となった。

※こうした帰属意識の変化の第1の要因として考えられるのは、人の移動である。人の移動が沈静化し定住度が高まれば、その地域への帰属意識をもつ人が増加することを、調査結

果が表しているようだ。

◇暮らしやすい環境・・・「災害の心配がない」

●人々が暮らしている生活環境の評価についてみると、住んでいる地方の「自然や気候がきびしくつらいと思うことがある」という人は、全国平均では15.1%とかなり少ない。最も多いのは青森で42.1%、少ないのは神奈川県で6.0%だった。その差は30ポイントを超えているが、平均よりも多いのは、北海道や東北、日本海沿岸、内陸の長野や山梨、九州南部や沖縄など、雪が多い地方、暑さ寒さが特に厳しい地方に多い。

⇒※栃木は13.7%（1978年調査では16.1%、全国平均15.4%）、今回の宇都宮は22.5%であったが、内陸型の栃木の気候は寒暖の差もあり、出身地によっては「きびしくつらい」と思う人もいるのだろう。今回の調査期間が2月であり、寒さが続いたせいもあるだろうか。

●自然災害に関する「台風、洪水など災害の心配はないですか」については、全国平均では68.0

%であり、北関東3県や大阪、香川では、多くの人が「心配はない」と答えている。「災害の心配がある」という人がかなり多いのは、青森や石川、福井、三重、滋賀、奈良、和歌山、島根、高知と、沖縄を除く九州の各県であったが、雪が多かったり、集中豪雨や台風の被害を受けたりしているところに多い。

⇒※1996年調査では栃木は86.2%、今回の調査では宇都宮79.1%となったが、全国平均に比べると、「災害の心配はない」という人がかなり多い。

●「騒音や空気、河川の汚れなどをふだん感じますか」については、「感じている人」の割合は全国平均40.3%で、平均よりも多いのは東京、神奈川、大阪、福岡だけで、大都市を抱える都府県に集中している。

⇒※栃木は34.9%で平均を下回っていたが、今回の調査では、宇都宮は49.6%と高い数値になった。

表1 「宇都宮の市民性に関する意識調査」および「全国県民意識調査」の集計結果一覧
～栃木、宇都宮の特徴ある地域性を示す質問項目のみ抜粋～

単位:%(そう思う、どちらかといえばそう思うの合計)

質問項目	2010年(本市調査)		1996年(NHK調査)		1978年(NHK調査)	
	宇都宮市	変動	栃木県	全国平均	栃木県	全国平均
あなたは宇都宮市が好きですか。	84.5	↑	78.4	81.4	83.5	81.3
台風、洪水など災害の心配はないですか。	79.1	↓	86.2	68.0	-	-
騒音や空気、河川の汚れなどをふだん感じますか。	49.6	↑	34.9	40.3	-	-
ふだんの生活は、できるだけ切りつめて、お金や財産を残したいと思いますか。	57.1	↑	43.9	42.1	48.4	44.8
自分の父母を手本に生きていきたいと思いますか。	63.9	↑	51.4	50.1	51.6	48.3
昔からあるしきたりは尊重すべきだと思いますか。	75.0	↑	53.2	57.2	57.6	62.4
はじめての人に会うのは、気が重いほうですか。	49.9	↑	38.1	41.0	50.9	46.6
日ごろつきあっている親せきは多いと思いますか。	39.6	↓	59.5	54.3	65.9	63.1
隣近所の人とのつきあいは多いと思いますか。	39.6	↓	54.1	51.5	64.5	58.9
仕事などでつきあう人がいる場合、仕事以外のことでもつきあいたいと思いますか。	44.9	↑	38.4	38.1	41.4	38.8
仕事などでつきあう人には、信頼できる人が多いと思いますか。	52.6	↑	40.1	41.9	39.0	40.2
子どもの教育には、お金を切りつめても、お金をかけるべきだと思いますか。	50.9	↑	32.5	33.6	46.0	39.8
お受験などといった受験戦争は子どもの能力を伸ばすために必要だと思いますか。	31.4	↑	20.2	19.5	34.1	28.0
今の生活に満足していますか。	53.2	↓	80.9	82.2	-	-
生活の心配がないとしても、働きたいと思いますか。	67.1	↓	78.4	74.3	81.8	79.9

「宇都宮の市民性に関する意識調査」および「現代の県民気質-全国県民意識調査」(NHK出版,1997年)より筆者作成

●「人々の生活が便利になるためには、自然環境がある程度犠牲になっても、やむを得ないと思えますか」については、「やむを得ない」と考える人は全国平均30.1%と少なく、環境保護を優先すべきだという人が多数を占めた。「やむを得ない」と考えているのは、宮城を除く東北、北関東3県、福井、山梨、滋賀、島根と香川を除く四国、そして宮崎であった。平均より少ないのは、埼玉、千葉、大阪、鹿児島、沖縄であるが、鹿児島、沖縄 以外は都市的な県である。

⇒※栃木は35.3%で平均を上回っていたが、今回の調査では、宇都宮は27.5%と低い数値になっている。これは、地球規模での環境問題への高まりなど社会変化によるものであろう。

◇都市化の違いによって分かれる人間関係

●「はじめての人に会うのは、気が重いほうですか」については、そう思う人の数値は、1978年と平成8年の調査を比較すると、全国平均が46.6%から41.0%に、栃木は50.9%から38.1%に減少していた。

⇒※今回の調査では宇都宮は49.9%と増加し、1978年の栃木の調査結果に近い数値となったが、これも、「人見知り」や「恥ずかしがりや」といった人柄があらわれているものといえよう。

●「日ごろつきあっている親せきは多いと思えますか」については、全国平均が63.1%から54.3%、栃木は65.9%から59.5%と大幅に減少していた。

⇒※今回の調査では、宇都宮は39.6%とさらに低い数値となっている。

●「隣近所の人とのつきあいは多いと思えますか」については同様に、全国平均が58.9%から51.5%に、栃木は64.5%から54.1%に減少していた。

⇒※今回の調査では、宇都宮は39.6%とかなり低い数値となっている。

※親せきや隣近所とのつきあいについては、基本的には、都市-非都市で分かれるようであ

る。1878年と1996年の調査結果を比較してみると、親せき、隣近所とも、つきあいが多いという人が増えた県はなく、しかも都市部非都市部を問わず減っていた。

※今回の宇都宮の結果はさらに減少しており、より一層、人とのつきあいの希薄化が進んでいるものといえよう。

●「仕事などでつきあう人がいる場合、仕事以外のことでもつきあいたいと思えますか」については、全国平均が38.8%から38.1%に、栃木は41.4%から38.4%にわずかながら減少していた。

⇒※今回の調査では、宇都宮は、44.9%と増えており、親せきや隣近所のつきあいが減った分、仕事でのつきあいで知りあった人との交流を重視する傾向になっているのだろうか。

◇お国言葉・方言に誇りをもっているか

●日本は国土も狭く、そのうえ通信、情報、交通が高度に発達してきているが、今も地方色豊かな「お国言葉」、「方言」が根強く生きている。そこで、「この土地のことばが好きだと思いますか」、「この土地のことばを残していきたいと思えますか」、「地方なまりが出るのは、恥ずかしいことだと思いますか」の3つの質問を行っている。

●全国平均では、土地の言葉が「好き」という人が61.2%であり、「残していきたい」は56.9%と半数を超えているが、「地方なまりは恥ずかしい」については13.0%とかなり少数であった。

●しかし、茨城、栃木、岐阜、和歌山は、「好き」と「残していきたい」がかなり少ないうえに、「なまりが出るのは恥ずかしい」という人がかなり多い。

⇒※今回の調査の宇都宮は、「好き」という人が50.1%で、1996年調査の栃木の51.5%、全国平均61.2%を下回っている。また、「残していきたい」は58.8%で、栃木49.3%を大きく上回り、全国平均56.9%を超えた。「なまり

が出るのは恥ずかしい」は24.7%で、栃木23.9%、全国平均13.0%よりも多い結果となっている。

※これは、とちぎ未来大使であるU字工事がテレビ番組に出演する機会が増え、お国言葉を使って栃木のPRに努めていることなどが大きく影響しているのではなかろうか。それでもなお、「なまりが出るのは恥ずかしい」と思う人が多いのは、「人見知り」や「恥ずかしがりや」、「口下手・話し下手」、「自意識が強い」、「控え目」、「消極的、積極性に乏しい」といった栃木の人柄と関連するものといえようか。

なお、今回の調査の自由記載欄では、宇都宮・栃木の地域性として「保守的」、「地味」などの人柄のほかに、「災害の少なさ」と「自然の豊かさ」、そして「運転マナーの悪さ」が指摘されている。

(3) 消費性向からみる市民性

消費性向（可処分所得に占める消費支出の割合）は、その地域の消費生活の基本的な態度を示している。家計調査年報によれば、平成12～20年の勤労者世帯の消費性向の全国平均は、73.3%である（筆者算出）。調査対象である都道府県の県庁所在市及び政令指定都市と比較すると、最も消費性向が高いのは前橋市の84.0%で、以下、福岡市の83.9%、仙台市の82.7%と続く。宇都宮市は74.3%で20位である。だが、消費性向が最も高かった前橋市は可処分所得が月額37.7万円、消費支出金額は31.5万円、全国平均44.9万円、32.9万円よりかなり下回っている。一方、宇都宮は可処分所得47.8万円（13位）、消費支出金額35.4万円（8位）で、平均よりかなり多い。この数値からみて、前橋は、「所得に対して消費好きの市」であり、宇都宮は、「所得に応じた消費をしている市」といえよう。

同様に平均貯蓄率をみると、最も高いのは福井市の28.7%であり、全国平均の17.8%に比べて10ポイントも上回り、「かなり貯蓄好きな市」といえる。以下、富山市の25.8%、川崎市の23.8%と続く。宇都宮市は18.6%と全国をやや上回っている。前橋市は9.9%とかなり低い数値であり、「ギャンブル好き」、「見栄っ張り」とも形容される群馬の県民性のあらわれであろうか。

このように「家計調査年報」では、データに裏付けされた消費性向による市民性、地域性が把握できる。食料、住居、被服・履物、交通・通信、教育など衣食住に関する消費支出の細かな内訳も公表されており、食に対する嗜好などを裏付けるデータとしても活用できる。

たとえば、宇都宮市の餃子の消費額は、昭和62年に調査対象となって以来、平成7年（静岡市が1位）を除いて常に1位となっている。こうしたデータをもとに、宇都宮市職員の研修事業において、餃子を活用したまちづくりが提言されたことがきっかけとなり、官民協働で取組が進められ宇都宮餃子会が発足、いまでは、宇都宮といえば“餃子のまち”といわれるようになった。

その他、宇都宮市民の食の嗜好でいえば、まぐろ、ヨーグルトなどの乳製品、納豆をはじめとした大豆製品、みかんやグレープフルーツ、いちごなどの果実、ようかん、せんべい、カツレツ、サラダなどの消費額が常に上位に入っている⁴。

5 まとめ～活用方策についての考察

まちづくりに「県民性」を活用している事例として、秋田県の取組「秋田県人“変身”プロジェクト」がある。秋田といえば、なまはげや竿燈、きりたんぼなどの郷土料理、おいしい米や酒、秋

⁴ 家計調査については、過去9年分のデータを表にまとめた。また、市民性に関するアンケート調査結果についても別途作成の研究報告書で整理したので、参照いただきたい。

田美人など思い浮かぶ言葉がいくつも出てくる。

では、なぜ秋田人は“変身”しなければならないのか？秋田の人は「商売下手で損をしている」、「横並び意識が強く新しいことにチャレンジしないため時代に取り残されてしまう」との指摘がある。これらの指摘を真摯に受け止め、変えるところは変えていかなければいけないとの認識のもと、このプロジェクトが立ち上がった。

これは、秋田人がダメだから変えるといった県民性を否定するものではなく、「秋田のものさしで日常を過ごしたままでいいのか？」ということを検証しながら、県民と一緒に考えていこうというプロジェクトなのだ。県民性を変えることありきではなく、「県民性という切り口から秋田の強みや弱みを見つめ直し、ステップアップする契機とするための具体策」として、①子どもからの変身、②家庭の変身、③男の変身、④リーダーの変身のためのプロジェクトを提案し、行政、商工会議所、民間団体等が連携して「秋田人変身力会議」を組織し、元気な秋田づくりに取り組んでいる。

秋田県のランキングとして、「全国学力テスト」の正答率が1位など小・中学校の教育力の強さがあるが、秋田県調査統計課では、人口・世帯や経済、健康医療など7分野38項目にわたる不名誉な数字を並べた「秋田県が乗り越えるべき指標」をまとめて公表した。「秋田の社会問題を県民性のせいとしてふたをしかねない」との指摘もあるが、「『秋田に元気がない。頑張ろう』というエールの意味を込め、県民と県職員とが情報を共有、連携しようということが発表の目的」として、あえて問題提起をしたという。

明治維新、そして戦後改革に次ぐ「第3の改革」といわれる地方分権（主権）の時代にあって、まちづくりは大きな転換期にある。これまでの改革とは違い、成熟社会にあって人々の価値観は多様化し、明確な共通目標をもつことが難しい「モデルのない時代」ともいわれる。このような状況の

もとで、今、本市が推進している「宇都宮のブランド力アップー100年先も誇れるまちづくりー」を実現していくには、“温故知新”といわれるように、100年前のことを知ることも大切である。地域のブランド化はまちづくりそのものであり、地域を深く知ることに始まって、掘り起こした地域資源の価値を客観的に判断して活用するプロセスでもある。地域ブランドは魅力的で明確なコンセプト、強いメッセージ性をもち、情報発信において重要な役割を果たす。

また、県民性（市民性）とは、「地域の自然や歴史がはぐくんだ、その地ならではの固有・独特の性格・気風」であり、市民性を探ることは、地域を考える重要な要素といえ、日常生活の中で共有可能な話題性に富んだテーマでもある。まずは生活者として実感できる身近なものから地域のオリジナリティを共有し、地域内外へ情報発信していく。このサイクルを不断に見直し実践していくことで、地域の活力を生み出し、持続可能なまちづくりを推進していくことが重要であろう。

本稿の作成にあたっては、視察調査及び多くの文献等から貴重な示唆を受け、その概要を引用させていただいた。ここで、すべてを明記することは困難であり、末筆ながら記して感謝を申し上げます。