

V 調査結果の考察

宇都宮大学の中村祐司教授に御協力をいただき、専門的、客観的な立場から、各テーマについて、調査結果を考察していただきました。

●中村祐司教授のプロフィール●

1991年3月、早稲田大学大学院政治学研究科博士後期課程を満期退学し、早稲田大学人間科学部助手(1991年4月～1993年3月)を経て、1993年4月に宇都宮大学に赴任。博士(政治学)。2003年4月から宇都宮大学国際学部・大学院国際学研究科教授。

専門は行政学・地方自治。現在、うつのみや市政研究センター企画運営アドバイザーや宇都宮市行政改革推進懇談会委員など、主として栃木県内の地方自治体における審議会等の活動に積極的に従事している。単著として、『スポーツの行政学』(成文堂、2006年)、『“とちぎ発”地域社会を見るポイント100』(下野新聞新書、2007年)。共著として、『新しい公共と自治の現場』(コモンズ、2011年)など。

1. 宇都宮市に対する感じ方について

「好き」(44.4%)と「どちらかといえば好き」(46.3%)を合わせて9割を超えた。前回調査では9割に届かなかっただけに、これからもこの9割を維持していれば御の字ではないか。「嫌い」(1.2%)は僅かであり、宇都宮市民のほとんどは自分たちが住んでいるところを嫌っていないのは明白だ。市はこのことを日頃から堂々とPRしてほしい。

好きな理由のトップは「自然災害の少なさ」(56.0%)で、前回調査(53.7%)よりも若干ではあるが高くなった。こうした傾向は今後も続いていくと思われる。2位は、「買い物など日常生活の便利さ」(36.9%)である。宇都宮は住みやすいと評価されているのである。大都市のような過密性から解放されているし、自然環境も豊かであるので、そのことが市に対する好意的な見方につながっているのだと思う。

一方で、嫌いな理由では、「街に活気がない」(37.0%)と「交通マナーの悪さ」(36.5%)が目立つ。とくに後者について、市や警察による啓蒙活動にもかかわらず、肝心のドライバーには届いていないようである。交通マナーの悪さは事故と無関係ではなく、猛省しなければならない。

2. 広報媒体の活用状況について

市民の多くは広報うつのみやを新聞折込を通じて手にしている(74.1%)。実物として届く紙媒体の有用性を感じる。一方で、ネット時代といわれる今日でさえ、市ホームページでの閲覧(0.7%)は極端に少ない。希望者には広報をスマートフォンなど市民の端末にネット配信してもいいのではないだろうか。また、「手に入れていない」(15.3%)が一定の割合で存在するのも気になる点である。

広報は市政情報の宝庫ともいえ、今後は「くわしく読む」(12.3%)の割合を上げたい。広報の読まれ具合は市政への関心に直結する。「ざっと読む」(42.5%)と「関心のあるところだけ読む」(29.9%)を合わせれば7割を超えるが、実際にはおそらくざっと読んだ上で、関心のあるところをじっくり読んで情報を入手しているのだろう。

読まれている記事は、「健康・福祉・保険・年金」(51.9%)が唯一5割を超えた。いずれも市民の暮らしに直結する情報である。一方で「各施設の催し物」(31.8%)も3割を超えている。後者の情報は市民の文化生活に貢献している。

広報を入手していない市民にとって、「入手方法などを知らないため」(61.3%)が理由となっているが、あまりにももったいない思いがする。やはり新聞折込以外の配達のしくみを市民に知ってもらう必要がある。また、「特に必要でないため」(25.8%)と考える市民もいる。広報情報は市民生活を豊かにする一つの地域資源であるのは間違いなく、市は情報入手によるメリットをもっと市民に向けて発信してほしい。充実してほしい記事のトップは「身近な暮らしに関すること」(35.7%)で、その意味ではきめ細かな情報が求められていることになるが、人口50万都市でそれがどこまでできるかが今後の課題である。

発行のペースについては、ほとんどが「現在のままでよい」(95.8%)としている。毎月1日は区切りがよいので、このペースを維持してほしい。テレビ番組、ラジオ番組、その他インターネットなど他の広報媒体についての視聴割合を上げる方策を検討すべきであろう。とくに広報うつのみや以外に利用したい手段の上位は「新聞」(38.9%)、「テレビ」(30.8%)、「ホームページ」(23.4%)であり、こうした媒体に絞って利用率向上をめぐる検討を進めるやり方もある。

3. 男女共同参画について

「どちらかといえば」を含めれば、「男性の方が優遇されている」とする回答が7割台半ばとなり、その逆の捉え方(「女性が優遇されている」は僅か7%程度)を大きく引き離す結果となった。男女共同参画を言うは易いものの、実際の意識の浸透はそうは簡単にはいかないのだろう。結局は現実の社会における実践の積み重ねを意識の変化につなげていくしかない。

同様のことはワーク・ライフ・バランスについてもいえる。「言葉は聞いたことはあるが、内容までは知らない」(39.7%)がほぼ4割もいる。ネーミングの普及と内容理解とが乖離しているのである。行政は、「仕事と生活の調和」といった表面的な説明からもっと踏み込んで、事例を提示するなど市民への周知にもっと工夫を凝らしてほしい。

「仕事」「家庭生活」「個人・地域の生活」の3項目を7つのパターンに組み合わせて、「理想」と「現実」を問いかけた設問に対して、最もギャップが大きかったのが、「仕事を優先する」(理想1.9%、現実29.8%)であった。3項目の「すべてを優先」するについても、理想(21.1%)と現実(2.7%)との乖離が目立った。

ただし、家庭生活を優先するは理想が19.4%、現実が21.1%、そして、仕事と家庭生活を優先するは理想が17.4%、現実が20.6%となり、理想と現実の割合が比較的近くなっている。とくに家庭生活を優先したいと考えている市民は、現実においてもそれを実現しているといえそうである。

夫や妻、恋人から「精神的な嫌がらせや恐怖を感じるような脅迫を受けた」(大声で怒鳴る、待ち伏せをするなど)について、「何度もあった」(2.7%)、「1,2度あった」(3.6%)となり、合計でも7%には至らなかった。「まったくない」(87.2%)が9割近くなので、報道等で暴力に関する事件の情報に接する機会が多いと感じる市民は、意外な結果だと思いかも。しかし、この選択肢における表現は微妙である。実際には「大声で怒鳴る」機会の割合はもっと高いのではないだろうか。そうはいても「恐怖を感じるような脅迫」とはまではいえないとした回答者が相当いたのではないかと推測する。

4. COPD（慢性閉塞性肺疾患）・CKD（慢性腎臓病）について

COPDを「知らない」(48.9%)が約5割で、「名前を聞いたことがある」(33.2%)が3割を超えたが、後者についてはカッコ書きの漢字標記が割合を押し上げた可能性がある。「良く知っている」(16.9%)が意外と高かったのは、喫煙者には知っている人の割合が高いということだろうか。

CKDについて同様に設問のカッコ書きが、「言葉は知っている」(23.7%)の割合に影響を与えた可能性がある。しかし、「言葉も意味も知っている」(22.0%)が2割以上に達したのは、こうした病気に対する市民の認識が高まっていることの反映かもしれない。

5. ロコモティブシンドローム（運動器症候群）について

ロコモティブシンドロームの言葉と意味について、「良く」(6.1%)と「大体」(13.3%)を合わせて「知っている」が2割近くとなった。意味について、「あまり知らない」(10.2%)、「知らない」(69.7%)となり、ほぼ8割は意味について知らないと回答している。やはり大切なのは言葉も意味も知っている割合を上げることだ。設問には「要介護につながる可能性の高い症状をいいます」という説明がある。

この病気の認知度が上がり、介護予防への意識が高まっていけば、介護への進行を抑制することにつながっていくのではないだろうか。

6. 自転車の利用促進について

「自転車を利用しない」(44.6%)は4割台半ばである。前回調査では「ほとんど利用しない」(53.4%)が5割以上だったので、自転車利用率は上昇傾向にあるといえる。通勤・通学風景は日常生活でよく目にする機会が多いせいか、自転車の利用目的をめぐり「通勤・通学」(10.7%)と「買い物など日常生活での移動」(32.7%)との間の差が予想外にあると思った人もいるだろう。自転車は非常に幅広い世代に利用可能な身近な移動手段である。既に日常生活に自転車は浸透している。

宇都宮市は自転車を使用しやすい街かをめぐり、「そうは思わない」(58%)が6割近くに達し、残念ながら前回調査(54.6%)よりも上昇した。また、「そう思う」(6.8%)については、前回調査(8.0%)よりも下がった。

しかし、地道な行政の施策は徐々に自転車利用者の中に認知されつつあるのではないだろうか。というのは、「車道内に整備した自転車レーン」(60.2%)と「JR線や東武宇都宮線の駅付近にある市営駐輪場」(60.0%)の認知率は6割に達しているし、ほぼ同じ割合で「ジャパンカップサイクルロードレース」(58.8%)が続き、「宇都宮ブリッツェン」(51.5%)の認知も5割を超えている。宇都宮市は、自転車をめぐる日常・生活空間と非日常イベント空間とのバランスが取れた希有な都市であるといえ、今後はこの両方のバランスを維持しつつ、認知率を着実に上げていきたい。

7. もったいない運動について

もったいない運動を「知らない」(62.2%)が6割以上というのは、市のこれまでのPR・周知活動や関連のイベントなどを考えると、想像以上に高い割合である。ただし、「内容を知っており、実践している」(18.3%)が2割近くに達しているのは心強いし、今後の展開に希望を抱かせてくれる。「内容を知っているが、実践はしていない」(18.3%)を実践派に変えることにできれば、市全体の気運も上がっていくはずである。

実際、「日常生活の中で、節電・節水に心がけるなど、環境負荷に配慮した生活に努めること」(71.1%)を実践したり実践したいと思っている市民が7割を超えている。「使えるものは最後まで使い切るなど、ものを大切にする生活に努めること」(67.1)の割合も高い。もったいない運動をめぐる市民の意識は高いともいえる。世代を問わず取り組める施策であるだけに、辛抱強く運動を継続してほしい。

8. 家庭の日について

「家庭の日」はシンプルでわかりやすい語感を持つものの、実のところ何の日かどうもはっきりしないというのが、「知らない」(56.3%)、「知っている」(42.9%)の結果に反映された。この日の由来や内容について、もう少し強い市民向けメッセージを発する必要がある。今後、「家族の絆」を大切に考える市民が減少するとは思えないからである。

家族での「食事」(35.2%)、「外出」(17.6%)、「おしゃべり」(16.5%)は、一見たわいないことのようにも、こうした行為がない家族のイメージにはどこか寒々としたものを感じるのも事実である。大切なのはこうした何気ない行為の存在する日常生活なのであろう。

9. 中央卸売市場の一般開放について

中央卸売市場の一般開放を「知らなかったが行ってみたい」(44.7%)と回答した市民は、一般開放を知れば中央卸売市場に行くようになるのだろうか。「知っているが行ったことがない」(32.8%)と回答した市民は、なぜ知っているのに行かないのだろうか。

いったん市場に来場すれば、「価格が安い」(44.0%)、「品質・鮮度がよい」(32.0%)が、「特になし」(16.0%)を大きく引き離している。さらに、「今後必要となるもの」について、「開催日時の変更(回数や時間の増加含む)」(32.0%)がトップで、「休憩所」(24.0%)がそれに続く。これだけ見ると、やはり月1回の午前中だけでは少ないのではないかと推測してしまう。

ところが、来場しなかった理由を見ると、「知らなかった」(46.6%)が4割台後半で、「何が販売されているか分からない」(16.8%)、「交通手段がない」(14.2%)の後に、ようやく「開催日時が不便」(13.7%)が続く。どうやら一度行けば、魅力や良さを体感する市民が多いということが浮かび上がってくる。一般開放に望む「価格が安い」(55.8%)や「品質・鮮度がよい」(53.7%)についてはほぼ満たされていると見なせる。

結局のところ、まだまだ周知が足りないということに行き着くように思われる。

10. 宇都宮市産の農畜産物について

宇都宮市産の農畜産物を「積極的に選択している」(13.2%)と「どちらかと言うと選択している」(44.0%)を合わせると5割台後半に達した。仮に積極的選択だけで5割近くになれば、市は地産地消を全国にPRできる。その可能性は十分にある。というのは、「農業王国うつのみや」を「強く大切にしたいと思う」(35.2%)と「どちらかと言うと大切にしたい」(58.4%)を合わせると、9割台半ば近くに達するからである。農業従事者だけでなく、広く市民は「農業王国うつのみや」を支持している。市の具体的取り組みをもっと市民に周知するのに良い方策はないものだろうか。

11. がん検診の受診状況について

がん検診を「受診していない」(44.0%)が4割台半ば近くではあるが、「市の検診以外(職場検診など)で受診」(24.0%)したケースもあり、受診率が高いか低いかは一概にはいえない。ただ、受診していない理由のトップ「仕事や家事で忙しいから」(30.0%)であり、このあたりを改善すると、行政だけの手には負えない面もある。

しかし、「予約や申請などが難しそうだから」(14.4%)とあり、これについては行政による情報提供の工夫次第で、割合を低下させる余地はまだまだあるはずだ。また、「料金が高いと思うから」(13.9%)についても、きちんと金額を伝えることができれば、市民の受け止め方も違ってくるはずである。

1 2. 「オープンデータ」の公開について

オープンデータを「知らない」(84.5%)割合が圧倒的に高い。しかし、公共データの活用は時代の趨勢である。公共データを行政と市民が共有することは、情報発信の担い手としての市民が次々に登場することを意味する。

オープンデータ推進の効果に対する期待について、「防災、減災のための情報伝達の効率化」(58.4%)の割合が最も高い。防災・減災情報をどれだけ迅速に受けることができるのかが、時には命を左右するほど重要だと見なす回答者の意識が反映されている。一方で、「行政の信頼性、透明性の向上」(43.9%)も高い割合となった。オープンデータの適切・有効な活用は、市民の行政に対する信頼のバロメーターとなる。

望ましいオープンデータ化情報についても、トップは「防災安全情報」(64.7%)であった。「公共施設情報」(41.3%)がそれに次ぐが、活用の仕方によっては、老朽化施設の対策をめぐり、市民側から有益な知恵が提供されるようになるかもしれない。

1 3. 健康づくりについて

毎日健康で充実した生活を「まあまあしている」(45.3%)が4割台に達したのは、世の中の健康志向の一つの現れであろう。「していると思う」(12.4%)と合わせると優に5割以上が健康生活を送っていることになる。

ただし、「あまりしていないと思う」(26.8%)と「していないと思う」(10.8%)を合わせた、必ずしも健康とはいえない生活を送っている割合も3割台後半に達した。

健康づくりに対する受けとめ方は人によってまちまちであろう。しかし意識づくりは大切である。心身ともに健康づくりを「している」と胸を張っていえる市民が増えれば、それがそのまま街の活気にもつながっていく。

1 4. 生物多様性について

生物多様性とは読んで字のごとしのようでもあるが、確かにその意味を問われてみると自信を持って知っているとはいえなくなる用語である。その反映なのだろう。「聞いたことはあるが意味は知らない」(47.1%)が5割近くとなった。

「まったく知らない」(33.4%)が3割を超えた。とくにここ数年、いろいろなメディアから発信されるようになったと受け止めていたので、意外に高いなという印象を持った。確かに「言葉も意味も知っている」(17.9%)の割合が高くなればなるほど、市民が生物界に向けるまなざしも変わり、いずれ顕在化するであろう諸問題への対応の仕方にもプラスの影響を与えるかもしれない。

1 5. 生涯学習について

生涯学習において取り組む必要性が高いと考える「社会的課題」について、「超高齢化社会に関すること」(58.4%)が6割近くとなった。次いで「少子化問題・子育て環境に関すること」(38.4%)となった。超高齢化社会と少子化問題はまさにコインの表と裏の関係にあり、市内だけでなく全国的な重要課題となっている。

超高齢化社会の到来で、年金をめぐる負担のあり方や介護問題など若者世代にとっても他人事として済まされることができなくなっている。また、少子化問題は過疎地域においては当該社会そのものの存続を危ぶむ事態を引き起こしている。生涯学習においてもこうしたテーマを取り上げ、何とか打開の道を見出してほしいという要請となって現れたのであろう。

1 6. 市政情報コールセンターと「よくある質問」について

コールセンターの認知度について、「知らない」(86.1%)は若干ではあるが前回調査(87.2%)より減って、「知っている」(13.6%)が前回調査(12.5%)よりも増えた。「利用したことがない」は前回調査(98.8%)よりも僅か減った(97.8%)。改善傾向にないとはいえないものの、認知度をめぐり壁に突き当たっている感じだ。

コールセンターほどではないにしても、市のホームページに「よくある質問」の検索システムについても知られているとはいえない。「知らない」(85.6%)が前回調査(84.6%)より僅かだが増え、「知っている」(13.1%)が前回調査(14.5%)よりも減ってしまった。「利用したことがある」(4.1%)は前回調査(4.7%)より減り、「利用したことはない」(94.4%)は前回調査(94.4%)と同率であった。検索システムを知らなければ使われることはない。しかし、検索システムが知られれば利用率が飛躍的に向上するかといえば、その保障があるともいえない。

コールセンターにしても検索システムにしても、たとえ僅かな利用者であっても、利用することの切実度が強ければ存続の意義はあるかもしれない。利用者に的を絞った調査を行う時期に来ているのではないだろうか。

1 7. 特別支援教育について

発達障害の認知度(46.7%)は一定程度はあるということだろう。「言葉は聞いたことがあるが、内容はよくわからない」(44.0%)がほぼ同率であり、認知度を上げるにはもう一押し工夫が必要なのだろう。

特別支援教育については発達障害よりも認知度(27.3%)は低かった。「言葉は聞いたことがあるが、内容はよくわからない」(56.4%)が5割台後半に達した。「言葉は聞いたことがある」というのは、もう一息で内容の理解に至ると捉えれば、認知の一手手前といえるかもしれない。

発達障害にしても特別支援教育にしても、認知度が上昇すれば社会的受容もより広まっていくように思われる。

1 8. 住宅用火災警報器について

全ての住宅等に火災報知器の設置が義務付けられたことについて、「知っている」(91.0%)は前回調査(86.5%)から上昇した。市民の防災意識の高まりの現れと思いきや、実際の設置状況については、「住宅用火災警報器が設置されている」(63.5%)と「自動火災報知器設備が設置されている」(7.1%)を合わせても7割で、前回調査とほぼ変わっていない。認知が実際の設置につながっていない状況が読み取れる。

住宅用火災警報器を設置していない理由について、「どのくらい効果があるのかわからない」(44.1%)が、前回調査(31.5%)より10%も増加した。効果を疑問視する声が増えていることへの対応が早急に求められる。「住宅用火災警報器の購入場所がわからない」(20.7%)は前回調査(21.3%)とほぼ同じで、改善には至っていない。説明やPRにはもはや一定の限界があるということだろうか。

住宅用火災警報器の点検等実施状況について、定期的な作動点検(20.0%)も掃除(22.4%)も前回調査(各々22.4%、26.7%)から下がってしまった。両者を合わせても「していない」(53.4%)の割合に届いていない。警報器への信頼の現れと取れないこともないが、「作動点検(ひもを引くまたはボタンなどを押す)」も「掃除(布で拭くなど)」も決して厄介な行為ではない。それでもなかなか踏み切れないのは、一度設置すれば何もしなくて大丈夫だという私たちの思い込みの根強さのせいかもしれない。