

III 調査結果のあらまし

第 52 回市政に関する世論調査の結果

1. 宇都宮市に対する感じ方について

(1) 宇都宮市の好き・嫌い

「好き」と「どちらかといえば好き」を合わせた【好き（計）】は9割強であった。

(2) 好きな理由

宇都宮市の好きだと思うところについては、「自然災害の少なさ」が約5割で最も高く、次いで「買い物など日常生活の便利さ」「自然環境の豊かさ」「慣れ親しんだところ」と続いている。

(3) 嫌いな理由

宇都宮市の嫌いだと思うところについては、「交通マナーの悪さ」が4割弱で最も高く、次いで「街に活気がないところ」「交通渋滞の多さ」「電車やバスなどの交通機関の整備が遅れているところ」と続いている。

2. 広報媒体の活用状況について

(1) 市政情報の各広報媒体の視聴状況

市政情報の各広報媒体の視聴状況については、「よく見る（聞く）」と「ときどき見る（聞く）」を合わせた【見る（聞く）ことがある（計）】は、「広報うつのみや」が8割半ばで最も高く、次いで「暮らしの便利帳」「インターネット（宇都宮市ホームページ）」と続いている。

(2) 「広報うつのみや」の入手方法

「広報うつのみや」の入手方法については、「新聞折込で自宅に届いている」が6割半ばで最も高く、「手に入れていない」は約2割であった。

(3) 「広報うつのみや」を入手していない理由

「広報うつのみや」を入手していない理由は、「入手方法を知らないため」と「特に必要でないため」が4割弱であった。

(4) 「広報うつのみや」で読んでいる記事

「広報うつのみや」で主に読んでいる記事については、「市政情報」が約6割で最も高く、次いで「情報カレンダー」「特集」「各施設の催し物」「政策特集（広報うつのみやプラス）」「LRT」と続いている。

(5) 別冊形式の冊子「政策特集（広報うつのみやプラス）」の利用状況

別冊形式の冊子「政策特集（広報うつのみやプラス）」の利用状況は、「政策特集を読んでいない」が4割半ばであった。

(6) 市ホームページや関連ページで詳細な情報を入手するためのQRコードや7桁のページIDの利用状況

市ホームページや関連ページで詳細な情報を入手するためのQRコードや7桁のページIDの利用状況は、「どちらも利用したことはない」が9割強であった。

(7) 広報うつのみやに関する感想, 取り上げてほしい話題・情報

- 情報（生活, 子育て, 観光, イベント, LRT 等）の充実
- 読みやすさ（文字の大きさ, 地区ごとの区分け等）

(8) 市のホームページを見るための主な手段

市のホームページを見るための主な手段は, 「スマートフォン」が3割強であった。

(9) ホームページで知りたい情報はどこから探すか

ホームページで知りたい情報をトップ画面のどこから探すかについては, 「キーワード検索」が6割弱であった。

(10) ホームページで知りたい情報は探しやすいか

ホームページで知りたい情報は探しやすいかについては, 「探しやすい」と「どちらかといえば探しやすい」を合わせた【探しやすい(計)】が6割半ばであった。

(11) ホームページに関する感想, 充実してほしい機能や情報

- 公共施設や子育て, 生活, 税制, 観光, 各種イベント等の詳細情報
- 情報検索のしやすさ

3. 日常生活における防犯に関する意識について

(1) 宇都宮市で生活する中で, 安心して暮らすことができているか

宇都宮市で生活する中で, 安心して暮らすことができているかについては, 「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」を合わせた【そう思う(計)】が8割半ばであった。

4. 宇都宮市の景観について

(1) 宇都宮市の景観は10年前と比べてどうなったと感じるか

宇都宮市の景観は10年前と比べてどうなったと感じるかについては, 「非常に良くなった」と「どちらかかというと良くなった」を合わせた【良くなった(計)】が5割半ばであった。一方, 「変わらない」は3割半ばであった。

(2) 「宇都宮らしい景観」とは何か

「宇都宮らしい景観」とは何かについては, 「都市の中に歴史が感じられる二荒山神社周辺の景観」が4割半ばで最も高く, 次いで「大谷奇岩群や大谷公園など大谷周辺地域の景観」が2割半ばと続いている。

(3) 良好な都市景観の形成に必要なこと

良好な都市景観の形成に必要なことについては, 「道路上の電柱・電線類の地中化」が4割半ばで最も高く, 次いで「沿道や都心部の緑化の推進」が2割半ば, 「周辺景観に調和していない屋外広告物(看板)の撤去や規制」が2割強と続いている。

(4) 景観資源である大谷石建築物に対する必要な取組は何か

景観資源である大谷石建築物に対する必要な取組は何かについては, 「景観上重要な建築物として指定や認定をするなどの取組」が4割強で最も高く, 次いで「大谷石建築物のガイドブックや紹介マップの作成」「大谷石建築物を巡るまち歩きやバスツアーなどの企画」が約3割であった。

5. ごみ減量化と資源化について

(1) 資源物の排出方法

資源物の排出状況については、「市が収集する曜日に出している」が約9割であった。

(2) 使い捨てプラスチックの削減のために実施していること

使い捨てプラスチックの削減のために実施していることについては、「洗剤やシャンプーなどは、詰め替え商品を使用している」が約8割で最も高く、次いで「買い物の際、マイバッグを持参している」が6割強と続いている。

(3) 食品ロスの削減のために実施していること

食品ロスの削減のために実施していることについては、「賞味期限と消費期限の違いを理解している」が7割強であった。

6. 健康づくりについて

(1) 健康の面から見て、自分の生活習慣をどう思うか

健康の面から見て、自分の生活習慣をどう思うかについては、「よいと思う」と「まあよいと思う」を合わせた【よいと思う(計)】が6割弱であった。

(2) かかりつけの歯科医院の有無

かかりつけの歯科医院の有無については、「ある」が7割半ばであった。

(3) 主食・主菜・副菜をそろえて食べることが1日2回以上あるのは週に何日か

主食・主菜・副菜をそろえて食べることが1日2回以上あるのは週に何日かについては、「ほぼ毎日」が5割であった。

7. うつのみや産の農畜産物について

(1) 「うつのみや産」の農畜産物の購入意向

「うつのみや産」の農畜産物の購入意向については、「非常にそう思う」と「そう思う」合わせた【そう思う(計)】が7割半ばであった。

(2) 宇都宮の農業を大切にしたいか

宇都宮の農業を大切にしたいかについては、「非常にそう思う」と「そう思う」を合わせた【そう思う(計)】が9割弱であった。

8. 道路の無電柱化の推進に対する市民意識について

(1) 「無電柱化」の認知度

「無電柱化」の認知度については、「知っている」が約7割であった。

(2) 「無電柱化」の必要性

「無電柱化」の必要性については、「積極的に進めるべき」と「どちらかといえば進めるべき」を合わせた【進めるべき(計)】が8割強であった。

(3) どういった道路の「無電柱化」を優先的に進めるのか

どういった道路の「無電柱化」を優先的に進めるのかについては、「防災上重要な道路」が5割であった。

(4) 道路上に電柱があることで、通行時に支障・危険を感じたことはあるか

道路上に電柱があることで、通行時に支障・危険を感じたことはあるかについては、「よく感じる」と「ときどき感じる」を合わせた【感じる（計）】が約8割であった。

9. 国際スポーツイベントの認知状況について

(1) 宇都宮市で開催している国際スポーツイベントの認知度

宇都宮市で開催している国際スポーツイベントの認知度については、「ジャパンカップサイクルロードレース」が8割半ばであった。

(2) 宇都宮市で開催している国際スポーツイベントの会場観戦の有無

宇都宮市で開催している国際スポーツイベントの会場観戦の有無については、「ある」が3割弱であった。

(3) どのような要素があればスポーツイベントに行くか

どのような要素があればスポーツイベントに行くかについては、「バスや駐車場など充実した交通環境」が約6割であった。

10. いちご一会とちぎ国体・いちご一会とちぎ大会について

(1) 栃木県で国体が開催されることの認知度

栃木県で国体が開催されることを知っているかについては、「知っている」が約7割であった。

(2) ボランティア活動で、とちぎ国体に参加したいか

ボランティア活動で、とちぎ国体に参加したいかについては、「非常にそう思う」と「そう思う」を合わせた【そう思う（計）】が3割弱であった。

(3) ボランティア情報の入手方法

ボランティア情報の入手方法については、「広報紙」が6割半ばで最も多く、次いで「新聞・広告」が4割強、「市役所、地区市民センター・出張所でのパンフレット配布」が3割弱と続いている。

(4) 国体を盛り上げるために重要だと思うこと

国体を盛り上げるために重要だと思うことについては、「観光情報を発信する市の魅力紹介」が約5割で最も多く、次いで「来訪者に対する心のこもったおもてなしの提供」が4割半ば、「会場周辺をきれいにする環境美化活動」が約4割と続いている。

11. 市議会の広報・広聴に対する市民意識について

(1) 市議会の情報をどのような方法で得るか

市議会の情報をどのような方法で得るかについては、「議会広報紙『あなたと市議会』」が4割半ばで最も多く、次いで「新聞」が3割半ば、「とちぎテレビ（ニュース、議会日程などのデータ放送）」が2割強と続いている。

(2) 市議会についてどのようなことが知りたいか

市議会についてどのようなことが知りたいかについては、「一般質問（定例会での議員の質問）の内容と市の答弁（回答）」が4割半ばで最も多く、次いで「市民からの意見」が約4割、「予算や決算の審査状況」が2割半ばと続いている。

(3) 宇都宮市議会に取り組んでほしいこと

宇都宮市議会に取り組んでほしいことについては、「市民と議員の意見交換会」が3割強で最も多く、次いで「市民による政策提案の募集」が約3割、「SNSによる情報発信（facebook, twitter等）」が3割弱と続いている。

12. 「大谷石文化」の日本遺産認定について

(1) 「大谷石文化」が日本遺産に認定されたことに関する認知度

「大谷石文化」が日本遺産に認定されたことに関する認知度については、「知っている」が6割弱であった。

(2) 「大谷石文化」を誇りに感じるか

「大谷石文化」を誇りに感じるかについては、「感じる」と「やや感じる」を合わせた【感じる（計）】が7割半ばであった。

13. 電子決済を利用した納税に対する意識について

(1) 市税納付について、クレジットカードやスマートフォンを利用したいか

市税納付について、クレジットカードやスマートフォンを利用したいかについては、「クレジットカードを利用した納付を利用したい」「スマートフォンを利用した納付を利用したい」及び「どちらも利用したい（税目によって使い分けたいなど）」を合わせた【利用したい（計）】が約5割であった。

(2) 現在の主な納付方法

現在、主にどのような方法で納付をしているかについては、「コンビニエンスストア」が4割半ばで最も高く、次いで「口座振替（継続払い）」が2割半ば、「金融機関窓口」が2割強と続いている。

(3) クレジットカードやスマートフォンを利用した納付をしたいと思う理由

クレジットカードやスマートフォンを利用した納付をしたいと思う理由については、「金融機関等に出向くことなく、いつでもどこでも納付できるから」が6割半ばであった。

14. 「もったいない運動」について

(1) 「もったいない運動」の認知度

「もったいない運動」の認知度については、「知らない」が約5割であった。

(2) 「もったいない運動」で実践していること

「もったいない運動」で実践していることについては、「詰め替え製品の利用」が約5割で最も高く、次いで「節電行動（電気をこまめに消す、エレベーターを使わず階段を使うなどの行動）」が4割半ば、「マイMy運動（マイバッグ・マイ箸・マイボトル等の利用）」が4割強と続いている。

(3) 「もったいない残しま10！」運動の認知度

「もったいない残しま10！」運動の認知度については、「知らない」が5割半ばであった。

15. 住宅用火災警報器について

(1) 「住宅用火災警報器または自動火災報知設備」の設置状況

現在、自宅に「住宅用火災警報器または自動火災報知設備」が設置されているかについては、「住宅用火災警報器」または「自動火災報知設備」が設置されているが合わせて約6割であった。一方、「どちらも設置されていない」は4割弱であった。

(2) 「住宅用火災警報器等」の点検実施状況

「住宅用火災警報器等」の点検等を実施しているかについては、「未実施」が5割強であった。

(3) 「住宅用火災警報器等」を設置していない理由

「住宅用火災警報器等」を設置していない理由については、「購入場所がわからない」が3割強であった。

16. 男女共同参画について

(1) 家事・育児・介護それぞれに費やした時間

家事・育児・介護それぞれに費やした時間については、家事は、「7時間以上21時間未満」が4割半ばであった。育児は、「対象者なし」を除く「7時間以上21時間未満」が約1割であった。介護は、「対象者なし」を除く「0時間以上7時間未満」が1割弱に満たなかった。

(2) 社会的な活動の実施状況

社会的な活動の実施状況については、「特になし」が5割半ばで最も高く、次いで「自治会やまちづくりなどの地域活動」が約2割、「PTA、子ども会などの子どもや青少年の育成」が1割強と続いている。

(3) 配偶者からの暴力を受けた経験

過去1年間に、配偶者から暴力を受けたことがあるかについては、「心理的攻撃」「経済的圧迫」「身体的暴行」「性的強要」いずれも「まったくない」は8割以上であった。「何度もあった」と「1、2度あった」を合わせた【経験あり(計)】は、「心理的攻撃」が1割弱で最も高かった。

(4) LGBT(エルジービーティー)の認知度

LGBT(エルジービーティー)の認知度については、「言葉も内容も知っている」が約5割で最も高く、次いで「言葉だけは聞いたことがある」が3割強、「全く知らない」が1割半ばであった。

17. 大谷地域の振興について

(1) 大谷地域への来訪頻度

大谷地域への来訪頻度については、「数年に1回以上」が5割強で最も高く、次いで「1年に1回以上」が2割弱、「行ったことがない」が1割半ばと続いている。

(2) 大谷地域へは誰と来訪したか

大谷地域への来訪は、「家族」が7割半ばで最も高く、次いで「友人・恋人」が約3割であった。

(3) 本市運営による大谷地域専用の情報サイト「Oya, Stone City 大谷地域ポータルサイト」の認知度

大谷地域専用の情報サイト「Oya, Stone City 大谷地域ポータルサイト」の認知度については、「知らない」が7割半ばで最も高く、次いで「知っているが、見たことはない」が2割弱であった。

(4) どのような方法でサイトを知ったか

どのような方法でサイトを知ったかは、「広報紙」が5割半ばで最も高く、次いで「新聞」が4割弱、「観光施設等」が1割半ばと続いている。