

III 調査結果のあらまし

第54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）】は約9割であった。

(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」「電車やバスなどの交通機関の整備が遅れているところ」「交通渋滞の多さ」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」が約8割で最も高く、次いで「インターネット（宇都宮市ホームページ）」「暮らしの便利帳」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割弱で最も高く、「手に入れていない」は2割半ばであった。

(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、「特に必要でないため」が約5割であった。

(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6割半ばで最も高く、次いで「各施設の催し物」「特集」「情報カレンダー」「政策特集（広報うつのみやプラス）」「相談窓口」と続いている。

(5) 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

生活、子育て、観光、災害対策等の話題に関する意見のほか、新型コロナウイルス感染症関連情報の充実を求める声が多かった。

(6) 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」が約4割であった。

(7) 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はどこから探すかは、「キーワード検索」が約6割であった。

(8) 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割強であった。

(9) ホームページに関する感想、充実してほしい機能や情報

LRT、観光、スポーツ、医療、ハザードマップの充実や情報検索のしやすさを求める声が多かった。

(10) 市政情報をどんな手段で知りたいか

市政情報をどんな手段で知りたいかについては、「広報うつのみや」が5割半ばであった。

3. 健康づくりについて

(1) 健康面からの生活習慣

健康面からの生活習慣については、「良いと思う」と「まあ良いと思う」を合わせた【良いと思う(計)】が4割半ばであった。

(2) 相談できるかかりつけの歯科医院

相談できるかかりつけの歯科医院については、「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日数

主食・主菜・副菜をそろえて食べる日数については、「ほぼ毎日」が5割強であった。

4. 中心市街地の活性化について

(1) 中心市街地に出かける頻度

中心市街地に出かける頻度については、「年に数回程度」が3割半ばであった。

(2) 中心市街地へ出かける目的

中心市街地へ出かける目的については、「買い物」が6割半ばで最も高く、次いで「飲食」が2割半ばと続いている。

(3) より訪れたいようになるための機能や施設

より訪れたいようになるための機能や施設については、「商業(大規模商業施設、スーパー、ドラッグストアなど)」が5割弱で最も高く、次いで「文化・芸術(図書館、博物館、美術館、劇場、ホール、映画館など)」が4割半ばと続いている。

5. 宇都宮市を拠点とするプロスポーツチームについて

(1) 本市を拠点に活動するプロスポーツチームの認知度

本市を拠点に活動するプロスポーツチームの認知度については、「宇都宮ブレックス」が約9割であった。

(2) プロスポーツチームに期待することは何か

プロスポーツチームに期待することは何かについては、「チームの強化」が5割強で最も高く、次いで「スポーツ全般の普及」が3割半ばと続いている。

(3) プロスポーツの活躍や活動に対してどう感じているか

プロスポーツの活躍や活動に対してどう感じているかについては、「子どもたちに夢を与えてくれている」が約6割で最も高く、次いで「市民として誇りに感じる」が約4割と続いている。

6. 生物多様性について

(1) 自然環境について関心があるか

自然環境について関心があるかについては、「非常に関心がある」と「どちらかといえば関心がある」を合わせた【関心がある（計）】が8割強であった。

(2) 「生物多様性」の認知度

「生物多様性」の認知度については、「言葉も意味も知っている」が約4割であった。

(3) 外来種が及ぼす影響の認知度

外来種が及ぼす影響の認知度については、「知っている」が8割半ばであった。

7. 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「どちらかということ良くなった」を合わせた【良くなった（計）】が約5割であった。一方、「変わらない」は4割弱であった。

(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割強で最も高く、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3割弱と続いている。

(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」が約5割で最も高く、次いで「沿道や都心部の緑化の推進」が約3割、「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」が約2割と続いている。

(4) 動画や静止画を表示する看板（デジタルサイネージ）の印象

動画や静止画を表示する看板（デジタルサイネージ）の印象については、「良い」と「どちらかといえば良い」を合わせた【良い（計）】が約6割であった。

(5) 看板（デジタルサイネージ）に感じる点

看板（デジタルサイネージ）に感じる点については、「表示が切り替わることで情報量が多い」が3割弱で最も高く、次いで「次から次へと情報が流れてくる」、「夜間でも明るい」が2割強と続いている。

8. うつのみや産の農産物について

(1) 「うつのみや産」の農産物の購入意欲

「うつのみや産」の農産物の購入意欲については、「非常にそう思う」と「そう思う」を合わせた【そう思う（計）】が8割半ばであった。

(2) 宇都宮の農業を大切にしたいと思うか

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

9. 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」が約5割であった。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」が約6割で最も高く、次いで「自治会やまちづくりなどの地域活動」が2割弱、「PTA、子ども会などの子どもや青少年の育成」が約1割と続いている。

(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、「身体的暴行」「心理的攻撃」「経済的圧迫」「性的強要」いずれも「まったくない」は8割弱であった。「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」が最も高かったが1割弱に満たなかった。

(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7割弱で最も高く、次いで「言葉だけは聞いたことがある」が2割半ば、「まったく知らない」が1割弱に満たなかった。

10. 空き家及び防犯・交通安全に関する意識について

(1) 管理が不十分な空き家が増えていると感じるか

管理が不十分な空き家が増えていると感じるかについては、「変わらない」が約6割で、「増えている」が4割弱であった。

(2) 近所の空き家の活用方法

近所の空き家の活用方法については、「カフェなどの飲食店」が3割強、「住宅のままの利用」が約3割、「管理されていれば空き家のままで良い」、「子ども食堂などの子どもが集まる場所」が2割半ばであった。

(3) 「宇都宮空き家会議」の認知度

宇都宮空き家会議の認知度については、「知らない」が9割強であった。

(4) 安心して暮らすことができていると思うか

安心して暮らすことができていると思うかについては、「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）】が約9割であった。

(5) 自転車保険の加入状況

自転車保険の加入状況については、「普段自転車を利用しておらず保険には加入していない」が約5割であった。

1 1. アーバンスポーツへの関心について

(1) どのようなアーバンスポーツイベントがあれば観戦したいか

アーバンスポーツへの関心については、「プロ選手などによる競技大会」が4割強であった。

(2) アーバン（都市型）スポーツの種目の認知度

アーバン（都市型）スポーツの種目の認知度については、「スケートボード（ストリート、パーク）」が約8割で最も高く、次いで「スポーツクライミング」が約7割で続いている。

(3) 興味や関心または既にやっているアーバン（都市型）スポーツの種目

興味や関心または既にやっているアーバン（都市型）スポーツの種目については、「あまり関心がない」が5割強で最も高く、次いで「スケートボード（ストリート、パーク）」が約2割で続いている。

(4) アーバン（都市型）スポーツに関心がない理由

アーバン（都市型）スポーツに関心がない理由については、「アーバンスポーツをよく知らない」が5割強で最も高く、次いで「身近で活動や観戦できる場所がない」が2割半ばと続いている。

1 2. まちづくり活動への意識について

(1) まちづくり活動の参加状況

「まちづくり活動」の参加状況については、「現在、参加している」が約3割、「今は参加していないが、今後ぜひ参加したい」と「今は参加していないが、今後機会があれば参加したい」を合わせた【参加したい（計）】が3割強であった。

(2) 参加中または興味があるまちづくり活動の種類

参加中または興味があるまちづくり活動については、「地域の環境や自然等を守るための活動」が3割弱で最も高く、次いで「地域の安全・安心を守るための活動」が2割半ばで続いている。

(3) まちづくり活動に参加したいと思わない、または参加できない理由

まちづくり活動に参加したいと思わない、または参加できない理由については、「参加するチャンス・きっかけがない」が2割半ばであった。

1 3. 選挙の環境向上に向けた取組について

(1) どの時間帯で投票所へ行くことが多いか

どの時間帯で投票所へ行くことが多いかについては、「午前7時から正午」が4割半ばで最も高く、次いで「正午から午後7時」が約3割と続いている。

(2) 期日前投票所に行って投票をしたことがあるか

期日前投票所に行って投票をしたことがあるかについては、「行ったことがある」が5割強であった。

(3) 投票所の終了時刻を早めること

投票所の終了時刻を早めることについては、「賛成（終了時刻を早めた方がよい）」が5割半ばであった。

(4) 終了時刻を早めることに賛成する理由

終了時刻を早めることに賛成する理由については、「期日前投票制度があるので、投票機会への影響は少ない」が5割半ばで最も高く、次いで「投票立会人などの拘束時間が軽減できる」が5割強と続いている。

(5) 終了時刻を早めることに反対する理由

終了時刻を早めることに反対する理由については、「現行のままで特に問題がない」、「投票の機会を制限することになる」が4割強、次いで「投票率の低下が懸念される」が3割強と続いている。

(6) 選挙の環境向上に役に立つと思う取組

選挙の環境向上に役に立つと思う取組については、「期日前投票の機会の拡充（期日前投票所の増設や期間・時間の延長など）」が5割半ばで最も高く、次いで「若年層への選挙啓発や教育等の取組の強化（小中学校での出前講座を定期的実施・学校での教育の充実など）」が4割弱と続いている。

14. 路線バスの利用状況等について

(1) 路線バスをどの程度利用するか

路線バスをどの程度利用するかについては、「月1日未満」が約2割であった。一方「まったく利用していない」が7割弱であった。

(2) 路線バスを利用する際の主な外出目的

路線バスを利用する際の主な外出目的については、「趣味・娯楽・交際」が3割強で最も高く、次いで「買い物」が約2割、「通勤・通学」が1割半ばと続いている。

(3) どの程度の間隔で運行されていれば利用しやすいか

どの程度の間隔で運行されていれば利用しやすいかについて、「15分間隔で運行」が3割強で最も高く、次いで「30分間隔で運行」が約3割、「わからない」が1割半ばと続いている。

(4) 利用料金の1か月あたりの程度

利用料金の1か月あたりの程度については、「わからない」が約4割で最も高く、次いで「1か月3,000円程度」が3割強、「1か月5,000円程度」が1割強であった。

(5) 路線バスを利用するために重要なこと

路線バスを利用するために重要なことについては、「外出したい時間（目的地に着きたい時間）に合うちょうど良いバスがあること」が4割弱で最も高く、次いで「バスの便数を増やすこと」が3割弱と続いている。

15. 住宅用火災警報器の設置及び維持管理状況について

(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

「住宅用火災警報器または自動火災報知設備」の設置状況については、「住宅用火災警報器を設置している」が6割半ばで最も高く、次いで「どちらも設置していない」が3割弱、「自動火災報知設備を設置している」が1割弱であった。

(2) 住宅用火災警報器等の「点検」の有無

住宅用火災警報器等の「点検」の有無については、「今まで点検を行ったことがない」が4割半ばで最も高く、次いで「点検方法を知らない」が2割半ば、「定期的（半年に一度程度）に点検を行っている」が約2割であった。

(3) 設置している住宅用火災警報器の経過年数

設置している住宅用火災警報器の経過年数については、「不明」が約3割で最も高く、次いで「10年経過した」が2割半ば、「10年経過していない（設置から未経過）」が2割強と続いている。

16. 「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ていることの認知度

「大谷石文化」が日本遺産に認定されていることの認知度については、「知らない」が5割半ばであった。一方「知っている」が4割半ばであった。

(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6割半ばであった。

17. 食品ロスの削減について

(1) 未使用、未開封の食品を、焼却ごみとして捨てたことの有無

未使用、未開封の食品を、焼却ごみとして捨てたことの有無については、「ほとんど捨てない」が4割弱で最も高く、次いで「6か月～1年に1回程度」が2割半ば、「月1回程度」が約2割と続いている。

(2) 捨てた理由

捨てた理由については、「消費期限が切れてしまった」が7割弱で最も高く、次いで「食品が傷んでしまった」、「賞味期限が切れてしまった」が4割強と続いている。

(3) 「食品ロス」を減らすために効果があると思うこと

「食品ロス」を減らすために効果があると思うことについては、「冷凍保存を活用する」が5割半ばで最も高く、次いで「日頃から冷蔵庫等の食材の種類・量・期限表示を確認する」が4割強と続いている。

18. 治水・雨水対策について

(1) 総合治水・雨水対策の認知度

総合治水・雨水対策の認知度については、「初めて聞いた」が5割強であった。

(2) 総合治水・雨水対策をどこから知ったり聞いたりしたか

総合治水・雨水対策をどこから知ったり聞いたりしたかについては、「市のホームページや広報紙」が約7割で最も高く、次いで「新聞」が2割弱、「テレビ」、「その他」が1割弱であった。

(3) 総合治水・雨水対策の効果的な啓発方法

総合治水・雨水対策の効果的な啓発方法について、「TV・ラジオ・新聞によるPR」が約3割で最も高く、次いで「市のホームページや広報紙によるPR」が2割強、「自治会や自主防災会等を通じたPR」が約2割と続いている。

(4) 今後取り組んでいきたいと思っているもの

今後取り組んでいきたいと思っているものについては、「ハザードマップを活用し避難場所などの確認」が5割半ばで最も高く、次いで「非常持ち出し品の準備」が約5割、「近所の側溝の清掃」が2割弱であった。

19. 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の認知度については、「知っている」が8割強であった。

(2) とちぎ国体へボランティアとしての参加意向

とちぎ国体へボランティアとしての参加意向については、「非常にそう思う」と「そう思う」を合わせた【そう思う(計)】が2割強であった。

(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、「広報紙」が3割半ばで最も高く、次いで「インターネット・SNS」が約3割、「新聞,広告」が約2割と続いている。

(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割で最も高く、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割強、「会場周辺をきれいにする環境美化活動」が3割半ばであった。

20. 水災害（洪水など）への備えについて

(1) 「ハザードマップ」の存在の認知度

「ハザードマップ」の存在の認知度については、「知っているが、内容を確認したことはない」が約5割で最も高く、次いで「知っており、内容を確認している」が約4割、「ハザードマップの存在を知らない」が約1割であった。

(2) 住んでいる建物（住宅）は、洪水浸水想定区域内、または洪水浸水想定区域外か

住んでいる建物（住宅）は、洪水浸水想定区域内、または洪水浸水想定区域外かについては、「洪水浸水想定区域外に立地している」が5割半ばで最も高く、次いで「わからない」が4割弱、「洪水浸水想定区域内に立地している」が1割弱に満たなかった。

(3) 水災害への備えに取り組んでいるか

水災害への備えに取り組んでいるかについて、「災害時の避難場所の確認」が5割弱で最も高く、次いで「特に取り組んでいない」が4割強、「備蓄品・非常用持出品の準備（飲料水・食料品、生活用品、衣類など）」が4割弱と続いている。

21. 結婚・出産・子育てに関する意識について

(1) 結婚しているか

結婚しているかについては、「結婚している」が6割半ば、「結婚していない」が約2割、「結婚したことがあるが現在はしていない（離死別含む）」が1割半ばであった。

(2) 結婚するつもりがあるか

結婚するつもりがあるかについては、「いずれ結婚するつもり」が約3割であったのに対し、「結婚するつもりはない」が6割強であった。

(3) 結婚している場合、全部で何人のお子さんを持ちたいか

結婚している場合、全部で何人のお子さんを持ちたいかについては、「2人」が5割半ばであった。

(4) 結婚を予定している場合、子どもは何人ほしいか

結婚を予定している場合、子どもは何人ほしいかについては、「2人」が約5割であった。

2.2. 宇都宮市のみどりについて

(1) みどりの量についての満足度

みどりの量についての満足度については、「満足している」と「やや満足している」を合わせた【満足している（計）】が「市内全体」では、約6割であった。「自宅、職場、学校などの身近なみどり」では、7割弱であった。

(2) 10年後のみどりの量の在り方

10年後のみどりの量の在り方については、「市内全体」は、「現状より多いほうがよい」が5割強であった。「自宅、職場、学校などの身近なみどり」は、「現状維持でよい」が6割弱であった。

(3) みどりの保全・普及啓発に関する取組の満足度

みどりの保全・普及啓発に関する取組の満足度について、「満足している」と「やや満足している」を合わせた【満足している（計）】が4割弱であった。

(4) みどりと憩いの拠点づくりの推進の満足度

みどりと憩いの拠点づくりの推進の満足度については、「満足している」と「やや満足している」を合わせた【満足している（計）】が5割弱であった。

2.3. SDGs（エス・ディー・ジーズ）について

(1) SDGsについての認知度

SDGsについての認知度については、「SDGsについてまったく知らない(今回の調査で初めて認識)」が3割強で最も高く、次いで「SDGsについて内容をある程度知っているが、達成に向けた取組は実践していない」が2割半ば、「SDGsという言葉を見た(聞いた)ことがあるが、内容は知らない」が2割弱と続いている。

(2) SDGsについて知った手段

SDGsについて知った手段については、「テレビ」が約4割で最も高く、次いで「今回の調査で初めて知った」が3割弱と続いている。

(3) SDGsのゴールの中で、興味・関心のある分野

SDGsのゴールの中で、興味・関心のある分野について、「すべての人に健康と福祉を」が4割強で最も高く、次いで「住み続けられるまちづくりを」が約4割と続いている。

2.4. 自転車のまちづくりについて

(1) 自転車の利用頻度

自転車の利用頻度については、「ほとんど利用しない」が約7割であった。

(2) 宇都宮市は自転車を使いやすいまちだと思うか

宇都宮市は自転車を使いやすいまちだと思うかについては、「あまりそう思わない」と「そうは思わない」を合わせた【そう思わない（計）】が6割強であった。

(3) 自転車走行空間（自転車レーンなど）の整備状況

自転車走行空間（自転車レーンなど）の整備状況については、「あまりそう思わない」と「そうは思わない」を合わせた【そう思わない（計）】が7割弱であった。

25. 「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5割半ばであった。

(2) 「もったいない運動」を知った経緯

「もったいない運動」を知った経緯については、「今回の調査で初めて知った」が約5割で最も高く、次いで「広報紙」が約2割と続いている。

(3) 日常生活の中で取り組んでいる「もったいない運動」

日常生活の中で取り組んでいる「もったいない運動」については、「ごみの減量に向けた行動（マイバッグ、マイボトル、マイ箸の使用等）」が7割弱で最も高く、次いで「節電・省エネルギー行動（電気をこまめに消す、冷暖房の温度設定、省エネ家電の使用等）」が6割弱と続いている。

26. 敬老事業について

(1) 「長寿」にふさわしい年齢は何歳から

「長寿」にふさわしい年齢は何歳からについては、「80歳以上」が3割半ばで最も高く、次いで「90歳以上」が2割半ばと続いている。

(2) 市からの敬老祝として望むもの

市からの敬老祝として望むものについては、「金券（商店で使用できる商品券など）」が3割半ばで最も高く、次いで「現金」が3割弱と続いている。

(3) 敬老祝金の贈呈制度のかわりに福祉サービスを充実する考え

敬老祝金の贈呈制度のかわりに福祉サービスを充実する考えについては、「賛同できる」と「どちらかといえば、賛同できる」を合わせた【賛同できる（計）】が7割半ばであった。

27. GAP（農業生産工程管理）の認知度等について

(1) 農産物について、その生産過程のどのような取組が重要か

農産物について、その生産過程のどのような取組が重要かについては、「残留農薬や異物混入等の食品安全の確保に関する取組」が約8割で最も高く、次いで「減農薬や適切な廃棄物処理等の環境保全に関する取組」が5割強と続いている。

(2) GAPについての認知度及び情報入手機会

GAPについての認知度については、「ウ GAPを知らない」が約6割で最も高く、次いで「イ 名前は知っているが、内容までは知らない」が約2割と続いている。

GAPについての情報入手機会については、「新聞やテレビ、インターネット等のマスメディア」が2割半ばで最も高く、次いで「店頭表示や農産物の包装」が1割弱と続いている。

(3) GAPの取組みを行って生産された農産物の購買意欲

GAPの取組みを行って生産された農産物の購買意欲については、「同程度の価格なら購入したい」が約7割半ばで最も高く、次いで「割高になっても購入したい」が1割半ばと続いている。

28. 雨水貯留・浸透施設の補助金制度について

(1) 「貯留タンク（雨どいから雨水を貯めるタンク）」や「浸透ます（雨水を地下にしみ込ませるもの）」の認知度

「貯留タンク（雨どいから雨水を貯めるタンク）」や「浸透ます（雨水を地下にしみ込ませるもの）」の認知度については、「知っている」が約4割で最も高く、次いで「まったく知らない」、「名前は聞いたことがある」が約3割であった。

(2) 雨水貯留・浸透施設の設置に対する補助金制度の認知度

雨水貯留・浸透施設の設置に対する補助金制度の認知度については、「知らない」が6割半ばであった。

(3) 雨水貯留・浸透施設の設置効果についての認知度

雨水貯留・浸透施設の設置効果についての認知度については、「知らない」が約6割であった。

(4) 雨水貯留・浸透施設を設置したいと思うか

雨水貯留・浸透施設を設置したいと思うかについては、「わからない」が5割強で最も高く、次いで「設置したい」が2割強、「設置したくない」が2割弱であった。

(5) 設置希望・既設置の理由

設置希望・既設置の理由については、「水の節約になるため」が約6割で最も高く、次いで「雨水を庭木の水やりに利用するため」が5割強と続いている。

(6) 設置したくない理由

設置したくない理由については、「敷地に設置できる場所がないため」が5割半ばで最も高く、次いで「設置後の維持管理に手間がかかりそうであるため」が約4割と続いている。