

## 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月に宇都宮大学国際学部・大学院国際学研究科教授。2016年4月から宇都宮大学地域デザイン科学部教授。2019年4月から同大学院地域創生科学研究科教授(現在に至る)。

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。単著に、『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)、『スポーツと震災復興』(成文堂、2016年)、『政策を見抜く10のポイント』(同、2016年)、『危機と地方自治』(同、2016年)、『2020年東京オリンピックの研究—メガ・スポーツイベントの虚と実—』(同、2018年)。

『2020年東京オリンピックを問う—自治の終焉、統治の歪み—』(同、2020年)。『2020年東京オリンピックの変質—コロナ禍で露呈した誤謬—』(同、2021年)。共著に、『日本の公共経営』(北樹出版、2014年)、『地方自治の基礎』(一藝社、2017年)など多数。

### 1. 宇都宮市に対する感じ方について

9割以上(91.3%, 前年 92.4%)が宇都宮市を「好き」とした。ただし、その内訳は「好き」(42.0%, 前年 47.9%)が5ポイント下降し、その分「どちらかといえば好き」(49.3%, 前年 44.5%)が上昇した。「純粹好き派」が減ったのは残念な結果である。

また、若干ではあるものの、「どちらかといえば嫌い」(5.6%, 前年 4.9%)も「嫌い」(1.5%, 前年 0.8%)も増えた。両者を合わせても7.1%ではあるが、総じて宇都宮市の好感度は弱まりつつある。宇都宮は他都市と比べて嫌い派の割合がとても低い市だと思うが、「純粹好き派」が90%台の後半に達しなければ、胸を張れない。たとえば、愛着を持って仕事に従事している職員像を市民に浸透させる工夫をもっと行ってほしい。

「自然災害の少なさ」(50.1%, 前年 47.9%)、「買い物など日常生活の便利さ」(45.6%, 前年 44.4%)、「自然環境の豊かさ」(35.3%, 前年 33.8%)、「慣れ親しんだところ」(28.8%, 前年 28.1%)が、好きな理由の定番になっていて、いずれも前年調査から率(割合)が上がった。

---

「自然災害の少なさ」や「自然環境の豊かさ」はともかく、「買い物など日常生活の便利さ」は市の施策との関連が深い類のものである。その意味では、たとえば「病院などの医療機関が充実しているところ」(14.8%)や「福祉サービスが充実しているところ」(2.8%)については、新型コロナ対策などで行政の真価が問われたといえる。その意味で好きな理由をめぐる各項目間の格差の広がりには気になる。

「電車やバスなどの交通機関が整備されているところ」(5.1%, 前年 6.5%)や「子どもを育てる環境が整っているところ」(7.5%, 前年 8.7%)は前年調査よりも下がった。これらは本来、好きな理由の上位に並んでもいい。

一方で、嫌いな理由として「交通マナーの悪さ」(37.0%, 前年 38.0%)が相変わらず定番であり続けている。このことは、「交通渋滞の多さ」(24.8%)や「電車やバスなどの交通機関の整備が遅れているところ」(26.0%)とも無関係ではないだろう。市の交通問題は今や積年の課題として定着してしまった。

「街に活気がないところ」(32.1%)も嫌いな理由の上位となった。街の活気は行政、企業、市民などの活動の相乗効果の現れである。コロナ禍後を見据えて、行政には関連のイベント開催のより一層の工夫など、一点突破的な仕掛けを打ち出してほしい。

## 2. 広報媒体の活用状況について

広報媒体の活用について、「よく見る(聞く)」でも「ときどき見る(聞く)」でも「広報うつのみや」の存在感が圧倒的である(前者が 35.8%, 後者が 44.7%, 前年は前者が 41.9%, 後者が 42.6%)。しかし、前年調査と比べて「よく見る(聞く)」が 6 ポイント下がったのが気になる。市民の間での広報離れが少しずつ進んでしまっているのかもしれない。

「よく見る(聞く)」では、2 番目に高い割合となったのが「暮らしの便利帳」(8.7%, 前年 12.2%)であるが、前年調査よりも率が下がった。それでも「広報うつのみや」は市民に強く親しまれている媒体であるのは間違いない。

一方で「ときどき見る(聞く)」に注目すると「暮らしの便利帳」(45.3%, 前年 39.3%)や「宇都宮市ホームページ」(46.3%, 前年 39.1%)などが活用されていることがわかるし、前年調査よりも率を上げた。こうした広報媒体をめぐる「よく見る(聞く)」と「ときどき見る(聞く)」の率の格差は気になる。積極的に行政に関する情報を取りに行く市民が減っているのであろうか。

たとえば、ユニークな広報媒体といえる「広報塔」(よく見るが 0.8%, 前年 4.1%, ときどき見るが 10.5%, 前年 12.9%)についても、アクセス率は減少傾向にある。まちづくりのシンボル候補にもなり得るだけに惜しい結果である。

「広報うつのみや」の入手方法について、紙媒体の新聞と広報紙との相性の良さもあるのか、紙媒体離れがいわれる中で「新聞折込」の奮闘ぶりが窺える。しかし、紙媒体の「新聞折込で自宅に届いている」(57.4%, 前年 63.2%)率は前回調査と比べて下がっており、新聞離れの影響をもろに受けているといえる。

「送付で自宅に届いている」(6.8%, 前年 9.6%)や「市の公共施設などで手に入れている」(3.4%, 前年 4.8%)も前年比で率が下がった。コロナ禍の影響があったとしても、「市ホームページに掲載されている PDF や電子書籍を閲覧している」(前 1.8%, 前年 2.0%)も低空飛行のままであるのは解せない。

深刻なのは「手に入っていない」(25.5%, 前年 17.3%)の率が上がり、4 人に一人はまったく「広報うつのみや」に接しなくなってしまう点である。市政情報満載の広報から、有用な情報を得る機会は意外と多い。市民が自ら取りに行ったりアクセスしたりする機会はなくても、折込や送付によって紙媒体という物理的な形で届くことで、思いがけない貴重な情報に接することがある。紙媒体は手元に置き続けられるという点で、電子媒体よりも優位にあるはずである。広報離れは長い目で見ると市民に不利益を与えるのではないだろうか。

---

「広報うつのみや」を「入手方法を知らないため」(35.1%, 前年 33.8%) 見ていない市民の割合が前年よりも若干ではあるが増加した。この傾向と「特に必要でないため」(49.5%) の割合の高さを合わせて考えると、「広報うつのみや」の有用価値が下がっているのがわかる。かといって「市政情報は、市ホームページなどほかの方法で手に入れるため」(11.3%) が高い割合となっていない。

ネット利用者は「広報うつのみや」のトップページに最初にアクセスする手間を省き、いきなり検索用語を入れて、情報を取りに行く傾向があるのではないだろうか。それで事が足りれば、ネット上の「広報うつのみや」を意識しないまま、検索行為を終えることになる。

「広報うつのみや」において読んでいる記事について、「市政情報」(64.5%, 前年 64.7%), 「各施設の催し物」(46.6%, 前年 41.8%), 「特集」(45.5%, 前年 46.7%) などの割合が高かった。「各施設の催し物」が率を上げた背景には、コロナ禍に置かれた市民が催し物を切実に求めたことがあったのではないか。「情報カレンダー」(40.5%, 前年 38.1%) や「政策特集」(31.2%, 前年 35.0%) についてもいえるが、行政が提供する生きた情報や魅力的な情報を求める市民は決して少なくない。市民からすれば、行政による情報提供には信頼を置けるし、身近なところで行われる催し物などの情報提供はありがたいものである。

「LRT」についての記事を読んでる割合は 21.9%と前年の 18.6%から上がったものの、わずか 3 ポイント強であった。LRT の整備が目に見えるようになり、開通のイメージが浮かぶようになったことが率を押し上げたともいえそうだが、開通延期が関心を顕著に高めていない要因かもしれない。これと連動して整備後のまちづくりへの活用方法などについて市民の関心が高まっていないとすれば、行政はこうした課題に早急に対応しなければならない。

「広報うつのみや」に関する感想、取り上げてほしい話題・情報について、市民の自由記載を読むと、今回調査でも広報には実に多様な情報提供機能が期待されていることがわかる。市民の声は多種多様であり、その中には、行政に対する厳しい声もある。しかし、市民の声を丁寧に受け止め、良い提案は各種施策に反映させていこうとする姿勢こそが、回り回って行政ひいては市全体の活力につながっていくはずである。

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」(39.5%, 前年 35.5%) が「パソコン」(23.7%, 前年 23.1%) を 15 ポイント以上、上回った。スマホ利用者の増加傾向も見て取れる。今やスマホに対応した行政情報提供が不可欠となっている。

ただ、スマホより大きい画面のパソコン利用の率は下がらなかった。スマホとパソコンの両方をうまく使い分ける利用者も多く、行政には両睨みの対応が求められるのであろう。

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、「キーワード検索」(60.1%, 前年 48.6%) が最上位で、前年から率を上げた。次に、暮らし、産業・ビジネス、市政情報、よくある質問、宇都宮ブランドといった「大分類」(36.8%, 前年 42.7%) が続いたが、前年から 5 ポイント以上率を下げた。市民からすれば、すぐに目当ての情報を得たいので、「大分類」にアクセスすることを手間と感じてしまうのであろう。

「ホームページで知りたい情報は探しやすいか」について、「探しやすい」(13.4%, 前年 11.9%) と若干上昇したものの、「どちらかといえば探しやすい」(49.4%, 前年 57.3%) は下がってしまった。合わせると探しやすいが 62.8%と前年 69.2%からかなり後退した。探しやすいさをめぐる市民の判断基準のハードルは高い。行政には技術的な工夫の継続が必要なのだろう。今後はデジタル行政の中身がさらに厳しく問われる。

ホームページに関する感想、充実してほしい機能や情報について、辛口な内容が多かった。それはそれで市民からの貴重な指摘であり、行政の対応に活かせるものばかりである。一方で、例外的に「課の連絡先も書いてありますし、見やすいです」という褒め言葉もあった。こうした指摘は、ホームページ作成の志気を高める。今後は市民によるポジティブな見方が増えることを期待したい。

市政情報をどんな手段で知りたいかについて、「広報うつのみや」(56.1%, 前年 60.7%) の割合が最も高いものの、率は減少傾向にある。前年よりも 7 ポイント増えた「ホームページ」(38.4%, 前年 31.5%) が続き、「新聞」(25.0%, 前年 32.5%) は順位を下げる結果となった。「SNS」(14.5, 前年 10.7%) は率が増加した。ホームページと SNS は相乗効果を発揮しやすい電子媒体であり、こうした複合的な市政情報の提供にさらに力を入れてほしい。

---

### 3. 健康づくりについて

健康面での自分の生活習慣について、「良いと思う」(9.5%)は1割に達しなかったものの、「まあ良いと思う」(36.1%)と合わせると45.6%であったため、及第点といったところか。ただ、「あまり良くないと思う」(20.0%)市民が5人に一人の割合で存在する。また、「どちらともいえない」(29.7%)がほぼ3割に達しており、可もなく不可もない結果となった。

歯と口の治療や相談ができるかかりつけの歯科医院について、「ある」(74.7%)が相当に高い割合となった。かかりつけ歯科医院は市民の間に浸透しているといえよう。

主食・主菜・副菜をそろえて食べる日数について、「ほぼ毎日」(52.1%)と「週に4~5日」(22.9%)を合わせると75.0%となり、4人に三人は食べ物の中身のバランスに気を使うだけでなく、実践していることになる。宇都宮市民は健康志向が高くその実行力もあるといえよう。

### 4. 中心市街地の活性化について

中心市街地に出かける頻度について、「年に数回程度」(36.3%)の割合が最も高い結果となり、それに続くのが「月1~2回程度」(29.5%)で、「まったく利用しない」(10.8%)と合わせると、76.6%が中心市街地とは疎遠な関係にある。「ほぼ毎日」(8.2%)とまではいかななくても、「週に1~2回程度」(14.7%)を何とか2割台にもっていけないだろうか。

そのためには中心市街地へ出かける目的の多様化が必要だと思う。「買い物」(63.9%)以外の目的の割合を高めたい。「飲食」(24.5%)や公共施設(市役所・図書館など)(20.3%)に加えて、たとえば非日常の空間を楽しむことのできる「イベントへの参加」(3.9%)などの割合をもっと上げたい。

より訪れたいような機能や施設について、市民はとくに「文化・芸術(図書館、博物館、美術館、劇場、ホール、映画館など)」(44.7%)と「商業(大規模商業施設、スーパー、ドラッグストアなど)」(48.4%)を強く求めていることが明白である。

たとえば、中心市街地に充実した「公共(行政施設、公園など)」(18.4%)があれば、それと連動して「休憩スペース(広場、ベンチなど)」(15.0%)の整備を求める声が多くなるなど、項目同士は相互に関連するし、相乗効果が発揮される類のものである。文化・芸術や商業以外のこうした施策が疎かにされてはいけない。

行政は中心市街地における文化・芸術や商業の充実を最優先課題に位置づけ、思い切った仕掛けを打ち出してはどうか。

### 5. 宇都宮市を拠点とするプロスポーツチームについて

市を拠点に活動するプロスポーツチームの認知度はかなり高い(栃木SC82.1%、宇都宮ブレックス90.8%、宇都宮ブリッツェン73.7%)。今や市はプロスポーツのまちとして全国的にも胸を張れる存在となった。

3つのプロスポーツへの期待について、「チームの強化」(52.2%)に続いたのが、「スポーツ全般の普及」(35.2%)と「小中学校訪問などの地域貢献活動」(29.3%)であった点に注目したい。プロスポーツである限り勝敗は不可欠な要素である。しかし一方で、地域密着型プロスポーツのもう一つの真骨頂は、社会貢献でもある。その意味で、宇都宮市のプロスポーツは地域への浸透を達成しているし、チームを支える多くの市民が存在する。

プロスポーツの活躍や活動についての市民の受け止め方について、「子どもたちに夢を与えている」(60.3%)が最も高かった。次代を担う子どもたちに夢を与える一翼をプロスポーツが担っている。頼もしい限りである。

---

## 6. 生物多様性について

自然環境について関心がある（「非常に関心がある」23.7%と「どちらかといえば関心がある」59.2%を合わせて82.9%）が8割を超えた。

その反映であろうか。生物多様性という言葉について、前年調査とは異なり、「言葉も意味も知っている」（40.8%、前年33.6%）が「聞いたことはあるが、意味は知らない」（38.5%、前年45.7%）を上回った。

外来種が及ぼす影響についても、「知っている」（84.9%、前年64.8%）が8割台半ばに達し、前年調査を大幅に上回る結果となった。その裏返しで「言葉は知っているが、その影響までは知らない」（14.0%、前年30.8%）は大幅に減った。外来種の脅威はスピーディーに市民に浸透しつつある。

## 7. 宇都宮市の景観について

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、「どちらかというとなってきた」（45.0%、前年44.4%）と「変わらない」（37.2%、前年35.3%）は、前年の調査結果と比べてほぼ横ばいであった。ただ、「非常に良くなった」（4.7%、前年6.7%）は低く、「変わらない」と「どちらかというとなってきた」（10.1%）を足した割合と、「良くなった」の割合の差はほとんどなかった。市民の意向はとらえどころが無いともいえ、何とも中途半端な結果となった。

そこで「宇都宮らしい景観」とは何かが問われてくる。「都市の中に歴史が感じられる二荒山神社周辺の景観」（42.7%、前年42.3%）がトップで、市の中心部における歴史的な景観が安定的に評価されている。しかしそれに続いたのが、「鬼怒川など郊外の豊かな自然を感じる河川」（24.9%、前年25.1%）、「大谷奇岩群や大谷公園など大谷周辺地域の景観」（27.7%、前年23.7%）、「豊かな自然やのどかさを感じさせる山並みや田園」（24.9%、前年23.5%）となり、混戦状況を生み出している。

このことは、「二荒山神社周辺の景観」を除けば、市民の間でもなかなか決め手が見つからないということである。

たとえば、「市の玄関口であるJR宇都宮駅前の景観」（15.9%、前年16.0%）などはLRTの整備と相俟って、シンボリックな景観としてもっと期待されてもいいのだが、市民の受け止め方はそうはなっていない。

良好な都市景観の形成に必要なことについて、「道路上の電柱・電線類の地中化」（50.8%、前年50.7%）の割合が最も高く、それに続いたのが「沿道や都心部の緑化の推進」（28.5%、前年27.4%）や「周辺景観に調和していない野外広告物（看板）の撤去や規制」（21.2%、前年22.1%）であった。いずれも都市の景観と切っても切れない関係にある。前年の分析で、コストが課題となるが、まずはモデルエリアを設定して市民に景観の向上を実感してもらえれば、丁寧な検討と情報の提示を行いつつ、これを重点施策に位置づけることは可能ではないだろうか、と指摘した。行政にはその実行を期待したい。

屋外において動画や静止画を表示する看板（デジタルサイネージ）について、市民は好意的に受け止めている（「良い」19.8%、「どちらかといえば良い」39.1%）。看板（デジタルサイネージ）の印象について、「表示が切り替わることで情報量が多い」（26.8%）、「次から次へと情報が流れてくる」（21.5%）、「夜間でも明るい」（21.5%）といった具合に、多くの市民がデジタルサイネージの優れた機能を認識し評価しているのがわかる。ただし、行政はコスト面での丁寧な説明と「注意力が散漫になる」（17.6%）との指摘への対応が必要であろう。

## 8. うつのみや産の農産物について

「うつのみや産」の農産物の積極的購入について、「非常にそう思う」(27.4%)と「そう思う」(57.3%)を合わせて8割半ばに達したことは、市民が地産地消を重視している現れであろう。また、圧倒的に多くの市民は、宇都宮の農業を大切にしたいと思っている(「非常にそう思う」34.9%、「そう思う」57.5%)。こうした市民認識は、行政にとって非常に心強い結果である。

ただ、問われるのはその中身である。行政は関係者との協働のもと、「うつのみや産」農産物にさらに磨きをかける施策を進めてほしい。

## 9. 男女共同参画について

家事・育児・介護それぞれに費やした時間について、家事の場合、「7時間以上21時間未満」(50.0%、前年40.2%)の割合が高く、しかも増加傾向にある。育児の場合、「対象者なし」(72.4%)を差し引く必要はあるものの、その他の項目では、「7時間以上21時間未満」(10.9%)が最も高かった。介護の場合も「対象者なし」(84.1%)が高いものの、「7時間以上21時間未満」(2.8%)よりも「0時間以上7時間未満」(5.9%)の方が高い結果となった。

一方、社会的活動の実施状況について、「特になし」(60.9%)の高い割合は確かに心細いものの、「自治会やまちづくりなどの地域活動」(17.9%)や「PTA、子ども会などの子どもや青少年の育成」(9.8%)、さらには「文化、スポーツなどのグループ活動」(9.2%)などに取って注目したい。いずれも地道な活動の積み重ねがあれば、各々の活動を起点とした社会的連鎖が生じるからである。

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、「心理的攻撃」(「1,2度あった」と「何度もあった」の合計4.2%、前年6.2%)が、他の項目よりも比較的高い割合となった。ただ、「身体的暴行」(1.4%、前年3.7%)、「経済的圧迫」(2.8%、前年2.5%)、「性的強要」(0.9%、前年0.9%)と比べて、「心理的攻撃」の経験範囲は広いと推察できる。

気になるのが、いずれの項目でも「無回答」が、2割弱となっている点である(「身体的暴行」19.0%、前年29.5%、「心理的攻撃」19.3%、前年30.0%、「経済的圧迫」19.3%、前年30.3%など)。しかし、前年調査と比べて無回答の率は大幅に削減している点に改善傾向を読み取れる。

LGBT(エルジービーティー)の認知度について、「言葉も内容も知っている」(66.5%、前年52.9%)が前年より大幅に高まった。社会的関心の高まりと相俟って市民の間の認知が浸透しつつある。設問の説明記載を見て、LGBTという頭文字の意味を改めて確認できた回答者が多くいたこともあろう。また、昨今では「LGBTQ」が主要なキーワードとして定番となっているようにも思われる。

## 10. 空き家及び防犯・交通安全に関する意識について

「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、「変わらない」が59.3%(前年58.8%)だったものの、「増えている」(36.5%、前年35.0%)は横ばいで改善の兆しがなかなか見えて来ない。

近所の空き家の活用の仕方の希望について、「カフェなどの飲食店」(33.3%、前年28.7%)が「住宅のままの利用」(30.5%、前年34.3%)を上回った。背景には「古民家カフェ」などの用語が一般にも知られるようになったこともあるのだろう。「管理されていれば空き家のままで良い」(26.3%、前年32.1%)や「子ども食堂などの子どもが集まる場所」(26.0%、前年21.6%)の前年比からの傾向を見ると、何らかの形で空き家をめぐり市民の活用志向の高まりが窺える。

---

そうであるならば、「宇都宮空き家会議」（「知っている」7.3%、前年 11.5%、「知らない」92.3%、前年 87.5%）の認知度はもっと高くてもいいはずなのに、前年と比べて下がってしまった。この会議の認知度を空き屋問題に取り組む行政の本気度の指標としてはどうだろうか。

「安心して暮らすことができているか」との問いに対して、「そう思う」（21.3%、前年 23.5%）と「どちらかといえばそう思う」（67.5%、前年 67.6%）を合わせると 9 割弱と心強い結果となった。空き家活用の実が上げれば、とくに「そう思う」市民は増えていくのではないだろうか。

自転車保険の加入状況について、自転車利用者で未保険者は 9.0%であった。保険自体の内容をめぐる議論の余地はあるだろうが、課題解決の方向性は保険の種類を限定せずに未保険者の割合の低下を目指すことにあると思われる。

## 1 1. アーバンスポーツへの関心について

アーバン（都市型）スポーツの観戦希望の最上位は「プロ選手などによる競技大会」（43.4%）であった。「アーバンスポーツと音楽などを融合したイベント」（21.6%）や「プロ選手が参加する体験会やトークショー」（13.7%）を望む声も決して少なくない。とくに融合型イベントについて、たとえば会場に足を運んだ音楽ファンがこのスポーツのファンになったり、その逆のケースも生じたりすると考えられる。行政支援のスタイルとしても、多面的・多面的なルートを用いた情報の発信と把握が今後は不可欠となっていくであろう。

ただアーバン（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）」（78.8%）と「スポーツクライミング」（70.5%）が卓越しており、その次の「3 x 3」（57.5%）との差はあり、さらにはその他の種目との認知度をめぐる格差は大きい。

興味や関心がある種目、または、既にやっている種目について、「あまり関心がない」（53.3%）が 5 割を超えているのも気掛かりである。

東京オリンピックの影響なのか、「スケートボード（ストリート、パーク）」（21.0%）、「スポーツクライミング」（20.0%）、「3 x 3」（17.8%）といったように、偏りが顕著である。まずはこうした種目を人気向上の突破口と位置づけ、焦点を当ててさらに支援する手もあるだろう。それと同時に「アーバンスポーツをよく知らない」（51.6%）層への PR 活動が不可欠となる。

## 1 2. まちづくり活動への意識について

まちづくり活動への参加者（29.5%、前年 24.6%）は、前年比で市民の 4 人に一人から 3 人に一人に増えた。

加えて、「参加したい」の合計は 33.1%（前年 31.7%）である（「今は参加していないが、今後ぜひ参加したい」2.8%、前年 4.6%、「今は参加していないが、今後機会があれば参加したい」30.3%、前年 27.1%）。「機会があれば」参加したいと答えた市民を行政の後押しで参加実践派に転化させたいところだ。

「参加したいとは思わない」（25.0%、前年 26.3%）や「参加できない」（10.8%、前年 16.9%）市民について、後者の減少に注目したい。行政としては参加が可能な環境づくりにもさらに力を注いでほしい。

現に参加しているあるいは興味があるまちづくり活動の種類について、「地域の安全・安心を守るための活動」（24.0%、前年 21.5%）は若干上昇した。「地域の環境や自然等を守るための活動」（27.0%、前年 19.7%）は数ポイント上昇した。「スポーツ・文化・芸術の普及啓発等に関する活動」（22.3%、前年 19.2%）などについても同様である。「高齢者・障がい者等を対象とした社会福祉に関する活動」（22.8%）も、地域を支えるために今後ますます求められるようになるであろう。

---

まちづくり活動の内容は多彩であっていい。それに応じて市民の参加や関心も多様であるはずで、当該活動の割合の高低をあまり気にする必要はないかもしれない。

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、「参加する事に興味や関心がない」(21.0%, 前年 27.8%) が前年比で数ポイント下がった。「楽しさを感じられない」(12.6%, 前年 17.2%) についても同様である。

一方で「参加するチャンス・きっかけがない」(25.2%, 前年 16.0%) は 10 ポイント弱も上昇した。市民に参加意欲はあるのに、その機会やきっかけがないとすれば、行政には参加の環境を作る責務があると思われる。市民の自発的な参加を前提とした上で、魅力的な活動の紹介や、参加を促す機会の場や情報の提供などにさらに力を入れてほしい。

### 1 3. 選挙の環境向上に向けた取組について

投票所へ行く時間帯について、意外にも「午前7時から正午」(44.3%)と「正午から午後7時」(29.3%)の間にかなりの差が付いた。午前中投票派が多いのは、休日の午後の時間帯を有効に使いたいとの思いがあるのかもしれない。

期日前投票について、投票所に「行ったことがある」(52.3%)が「行ったことがない」(46.8%)を上回り、有権者の間に浸透していることがわかる。「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)」(56.3%)を望む声が多いことも考えると、期日前投票の割合は今後さらに増えていくと思われる。

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良い)」(55.0%)が「反対(現行の午後8時のままで良い)」(42.0%)を上回り、有権者は投票の運営に柔軟な姿勢を示しているかのようだが、本当だろうか。終了時刻を早めることに反対する理由について、「投票率の低下が懸念される」(32.7%)と「投票の機会を制限することになる」(42.3%)との回答を重く受け止めなければならないからである。前者はやや大局的な見方だとしても、後者は投票権そのものをめぐる懸念の声となっている。

### 1 4. 路線バスの利用状況等について

路線バスの利用頻度について、「まったく利用していない」(67.2%)が最上位で、それに続くのが「月1日未満」(20.3%)、その次が「月1日程度」(4.4%)という結果から、車社会である点を差し引いても、危機的状況にあるといえるのではないか。

「週4日以上」(1.2%)、「週2～3日」(1.5%)、「週1日程度」(2.2%)という結果にも驚いた。仮にアンケート回答者には通学者が少ないとしても、路線バスの存在意義が問われる結果となった。路線バスを利用する際の主な外出目的の最上位が「趣味・娯楽・交際」(31.8%)であるのも、路線バスの利用が低迷している一因なのだろう。

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」(32.8%)と「30分間隔で運行」(30.3%)が上位となった。運営側からすれば状況が厳しい中でも、路線バスに求める市民の声は容赦ないと映るのではないだろうか。

1か月あたりに支払ってもよいと考える利用料金の程度について、「わからない」(38.6%)以外では、「1か月3,000円程度」(31.8%)が最も高く、その次が「1か月5,000円程度」(13.0%)となった。安いか高いかは一概にはいえないものの、路線バスは市民にとって行きたいところに連れて行ってくれる、気軽かつ便利な足であることが窺われる。



---

路線バス利用に市民は何を求めるのか。「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」（38.1%）、「バスの便数を増やすこと」（27.6%）、「路線バスが運行していないエリアの施設や店舗に向かうルートを新設すること」（25.4%）といったように多種多様である。本来、路線バスはこうした市民の様々な要求を満たす、当該地域固有の、その意味でオンリーワンの価値ある移動手段なのである。

### 1 5. 住宅用火災警報器の設置及び維持管理状況について

住宅用火災警報器を設置率（65.3%）はともかく、課題となるのは「今まで点検を行ったことがない」（45.7%）が、「定期的（半年に一度程度）に点検を行っている」（20.3%）の倍以上となった点と、「点検方法を知らない」（24.2%）の割合も決して低くない点である。

点検方法を知らないのか、点検を行わないのか。それとも点検方法は知ってはいるが、点検を行うまでには至っていないのか。その理由も含めた把握が必要であろう。

さらに、設置している住宅用火災警報器について、「10年経過した」（24.4%）が「10年経過していない（交換済みのため）」（12.2%）の2倍となった。メンテナンスをめぐる課題が明確になっている。

### 1 6. 「大谷石文化」の日本遺産認定について

「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、「知っている」（45.0%、前年 52.2%）が前年比で下がり、「知らない」（55.0%、前年 47.6%）が増えてしまった。この種の認知度が上がるのが大谷石の魅力さをさらに発信していくためには不可欠なはずであり、残念な結果となった。

また、「大谷石文化」を誇りに感じるかについて、たとえコロナ禍の影響を差し引いたとしても、前年調査と比べて「やや感じる」（36.2%、前年 34.9%）は若干上がったものの、「感じる」（29.3%、前年 33.6%）は下がった。年々関心の度合いが低い傾向が続いてしまうのは憂慮すべき状況である。大谷石が市域全体を代表する文化遺産となるよう、その活用をめぐり、切り札となるような盛り返し策はないのだろうか。

### 1 7. 食品ロスの削減について

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、「ほとんど捨てない」（37.7%）が最も高く、「6か月～1年に1回程度」（24.0%）が続いた。6割以上の市民が食品を安易に捨てない傾向が窺われる。

捨てた理由について、「消費期限が切れてしまった」（67.5%）が、「賞味期限が切れてしまった」（42.0%）を上回った。多くの市民は両者の違いを理解している。賞味期限が切れた食品の対応について、食品業界や行政の見解をもっと積極的提示してもいいのではないか。そうすれば家庭の中で話し合いが展開されたり、子ども世代を含めた市民の間でもっと関心が高まったりするはずである。

「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」（55.0%）、「日頃から冷蔵庫等の食材の種類・量・期限表示を確認する」（42.3%）、「料理を作り過ぎない」（39.4%）、「残さずに食べる」（37.7%）の順であった。「料理を作り過ぎない」と、「残さずに食べる」とはコインの表と裏の関係だが、実践はなかなか難しく、試行錯誤しつつ各自が経験から身に付けていくしかないであろう。

---

興味深いのは、『賞味期限』を過ぎてもすぐに捨てるのではなく、自分で食べられるか判断する」(24.2%)や「小分け商品、少量パック商品、バラ売り等食べ切れる量を購入する」(22.0%)が一定の割合に達した点である。市民の間で工夫できる余地はまだまだあるし、食品に対する向き合い方は消費ばかりでなく、創造的な思考にもつながる。

## 18. 治水・雨水対策について

総合治水・雨水対策の認知度について、「初めて聞いた」(52.6%)が最も高かったのは、市民の率直な反応だと思う。設問において仮に「総合」を取った形での「治水・雨水対策」であれば、認知度はもっと高かったはずである。回答を迷った多くの市民がいたに違いない。その意味で「言葉は聞いたことがある」(33.0%)の割合にも影響を及ぼしたと推測される。

総合治水・雨水対策の情報源は、圧倒的に「市のホームページや広報紙」(69.1%)からである。「新聞」(16.6%)も情報入手において有用なのであろう。

一方で、市民が求める総合治水・雨水対策の啓発方法については、「市のホームページや広報紙によるPR」(21.5%)よりも、「TV・ラジオ・新聞によるPR」(30.6%)の方が10ポイント近く上回った。行政による啓発活動は後者にも重点を置くべきである。

また、「自治会や自主防災会等を通じたPR」(19.3%)が2割弱に達した。地域・コミュニティ・近隣の置かれた状況は千差万別であり、現場発の防災情報こそ生きた知恵であるので、自治会活動や自主防災会などの活動は極めて重要である。

市民が今後取り組んでいきたいものについて、「ハザードマップを活用し避難場所などの確認」(53.5%)と「非常持ち出し品の準備」(48.9%)が上位となった。いずれも市民自身の実践活動そのものである。防災環境の醸成など、行政はこうした実践市民への後押しを続けてほしい。

## 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

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、「知っている」(82.8%, 前年 76.7%)が前年比で6ポイント上昇した。その裏返しで「知らない」(16.7%, 前年 22.5%)は6ポイント下がった。国体に向けて認知度は確実に上がりつつあるものの、地元にとっては数十年に一回のスポーツイベントであり、もう少し上げたいところだ。

ところが、ボランティア活動で、とちぎ国体に参加したいかとなると、「非常にそう思う」(2.4%, 前年 4.4%), 「そう思う」(20.4%, 前年 21.3%)と明らかに下降傾向にある。追い打ちをかけるかのように「あまりそう思わない」(55.8%), 「全く思わない」(20.6%)を合わせると、7割後半もの市民がボランティアには後ろ向きという結果となった。

もちろん、国体に対する関心とボランティア参加意向とは別物である。しかし、いまだにとちぎ国体に向けたボランティア参加の機運は盛り上がっているとは言い難い事実が突きつけられた。無観客で開催された東京五輪の影響もあるのかもしれない。

打開策はどこにあるのだろうか。動員や義務でやるものではないボランティアの特性を考えると、地道に「そう思う」の割合を維持しつつ、少しでも参加者増につなげていきたいところだ。

---

ボランティア参加に前向きな回答者の中でのボランティア情報の入手方法については、「広報紙」(34.9%)、「インターネット・SNS」(29.1%)、「新聞、広告」(20.9%)の順となった。このように、とくにボランティア情報の入手方法は特定の媒体に偏らずに、バランスの取れた形になっているのはいいと思う。

国体を盛り上げるために重要だと思うことについて、「観光情報を発信する市の魅力紹介」(48.7%, 前年44.9%)、「来訪者に対する心のこもったおもてなしの提供」(42.1%, 前年48.5%)、「会場周辺をきれいにする環境美化運動」(36.2%, 前年44.6%)などが高い割合となった。

いずれも大切な項目である。しかし本来であれば、「大会の運営をサポートするボランティア活動」(28.8%, 前年38.5%)の率をもっと高くてもいいはずである。前年比から10ポイントも下がったのも気掛かりである。コロナ禍で自分や家族など身近な生活を守ることで精一杯となり、結果的に市民のボランティア意欲は減退しているのであろうか。

## 20. 水災害（洪水など）への備えについて

「ハザードマップ」について、「知っているが、内容を確認したことはない」(50.8%)が「知っており、内容を確認している」(39.9%)を大幅に上回った。とくにハザードマップはその内容を確認しておくのが、いざという時に命を守る上で極めて重要である。ハザードマップは使われて初めて実践的な価値が生じる類のものである。

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、「洪水浸水想定区域外に立地している」(54.5%)のを知る市民はまだしも、「わからない」(38.4%)市民は不安感を抱くはずである。区域外であるから安心しきってはいけないものの、まずは一人でも多くの市民にハザードマップにアクセスしてもらう必要があり、それを促す行政の仕掛けや知恵が求められる。

水災害への備えに取り組んでいるかについて、上位には「災害時の避難場所の確認」(47.1%)と「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）」(38.1%)が並んだ。いずれも重要項目である。たとえば「建築物の基礎（住宅の土台部分）のかさ上げ」(5.6%)や「土のうの準備」(2.1%)などその他の項目の率が低いのは、市民からすれば実現のハードルが高いからであろう。

「特に取り組んでいない」(42.6%)の割合も高い。多くの市民は必要性はわかるが、取り組みようがないという実感を持っているのかもしれない。まずはできることを無理せずに、随所に楽しみを取り入れながら取り組んではどうだろうか。

## 21. 結婚・出産・子育てに関する意識について

「結婚している」(64.6%, 前年60.5%)以外で、現段階において「結婚していない」（結婚経験者と合わせて35.4%, 前年36.8%）とした回答者に対して、結婚するつもりがあるか聞いたところ、「いずれ結婚するつもり」(29.1%, 前年34.0%)、「結婚するつもりはない」(61.9%, 前年58.0%)となった。

行政によるサポート支援の対象となるのは、あくまでも「結婚するつもり」の層なのでであろうか。「結婚するつもりはない」層に結構支援を行うのは、行政の役割としてはみ出していると取られるのだろうか。

結婚している場合に持ちたい子どもの数は、「2人」(54.1%, 前年55.5%)が最も高く、大きく差が開く形で「1人」(19.7%, 前年17.0%)と「3人」(17.2%, 前年20.2%)が続いた。

僅かな差だが、前年比で「3人」よりも「1人」が多くなったのは、子育て環境の問題であろうか。少子化対策の点からは残念な結果である。

---

「いずれ結婚するつもり」の回答者が子どもを何人望んでいるかについては、「2人」(51.3%, 前年 45.1%)が最も高い割合となり、既婚者の場合とほぼ同様であった。また、「1人」(17.9%, 前年 17.6%)が「3人」(7.7%, 前年 15.7%)を大幅に上回った。「3人」を望む市民は前年比で大きく減っている。「子どもはほしくない」(15.4%)が一定の割合に達しており、結婚後はともかく、結婚前の段階では相対的に子どもを望む率が低いといえる。

行政にできることは何であろうか。たとえば、「いずれ結婚するつもり」の市民に対して、「持ちたい」子どもの数を「持つことができる」子どもの数と思わせるような子育て環境の整備など、行政の支援を拡充してはどうか。

## 2.2. 宇都宮市のみどりについて

市全体のみどりの量についての満足度は、「満足している」(22.0%)と「やや満足している」(38.9%)を合わせて「満足している」が60.9%に達した。市民の3人に二人は満足していることになる。50万都市における高い「みどり満足度」は誇っていい。ただ、ほぼ4人に一人は「不満」(23.3%)を持っている(「やや不満である」17.2%、「不満である」6.1%)。

自宅、職場、学校などの身近なみどりについては、「満足している」(31.0%)が高い割合で、「やや満足している」(37.0%)を合わせて7割近くに達した。何らかのみどりは生活に欠かすことができない。とくに身近なみどりは日々の生活の質を左右するといっても過言ではない。その意味でも宇都宮市は住みやすい都市なのである。

10年後の宇都宮市全体のみどりの量について、「現状より多いほうがよい」(52.1%)が、「現状維持でよい」(47.4%)を上回った。みどりの大切さを身を持って感じている市民だからこそ、みどりの環境の向上を重視しているのがわかる。そのことは10年後の身近なみどりについても同様である(「現状より多いほうがよい」39.7%、「現状維持でよい」57.7%)。

市が取り組んでいるみどりの保全・普及啓発についての満足度は、一定の割合に達している(「満足している」10.3%、「やや満足している」26.2%)ものの、「わからない」が51.9%と、認知度が不十分な結果となった。

市民の間では、(公財)グリーントラストうつのみやと連携した樹林地などの保全活動、中心市街地におけるプランター・ハンギングバスケットの設置などの都市緑化活動、各種緑化講習会といった行政による具体的な取り組みがまだまだ知られていないので、満足度を問われてもわからないのであろう。

みどりと憩いの拠点づくり(公園や緑地など)の推進についても、「満足している」(14.3%)、「やや満足している」(32.5%)を合わせると5割弱である。しかし、ここでも「わからない」(37.3%)が一定の割合に達している。

## 2.3. 「SDGs」について

SDGsについての認知度は、「まったく知らない」(32.8%, 前年 70.6%)が大幅に減った。ただ、「内容を詳しく知っている」は13.0%で、そのうちの実践派は6.9%であった。「内容をある程度知っている」実践派は11.4%であったので、実践派は20%に届いていない。

SDGsを知った手段は、「テレビ」(41.0%)が最も高く、「今回の調査で初めて知った」(28.3%)、「インターネット」(24.1%)、「新聞」(19.0%)、「職場・学校」(14.0%)と続いた。

---

「今回の調査で初めて知った」が2位というのは残念な結果である。アンケート本来の目的とは違うところで、これがインターネットや新聞を上回ってしまったからである。一方で職場や学校での口込みなどでSDGsの認知度が浸透していくのは大歓迎である。よく知られるための、また、実践につなげるための今後の一つの方向性であろう。

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」(43.1%)が最上位で、「住み続けられるまちづくりを」(38.9%)、「貧困をなくそう」(38.1%)と続いた。他の項目も含めてSDGsの諸価値をどう実践に映していくのかが、行政にも企業にも市民にも問われている。

## 2.4. 自転車のまちづくりについて

自転車の利用頻度について、「ほとんど利用しない」(69.5%)がほぼ7割に達した。多くの学生の自転車利用を日々目にしているのに、やや意外な結果であった。

宇都宮市は自転車を使いやすいまちだと思いかについて、「そう思う」(3.8%, 前年 6.4%)と「ややそう思う」(12.4%, 前年 24.4%)のうち、後者が前年比で大幅に下がってしまった。ただ、その割には、「あまりそう思わない」(31.2%, 前年 35.2%)は下がらなかった。

対自動車や歩行者との関係で自転車が通るあるいは通れる道や道路の整備は、市民からすればまだまだといったところだろうか。あるいは自転車利用者や自動車運転手のマナーの悪さも影響を受けているのだろうか。プロの自転車チームの人気はあっても、このままでは自転車のまちづくりを掲げる宇都宮市は看板に偽りあり、といわれかねない。

自転車走行空間(自転車レーンなど)の整備状況についても市民の受け止め方は厳しい(「あまりそう思わない」36.8%, 「そうは思わない」30.7%)。自動車道との共存は難題なのであろう。果たしてLRTの開通は、こうした積年の課題の解決に向けた後押しになるのであろうか。

## 2.5. 「もったいない運動」について

「もったいない運動」について、「内容を知っており、実践している」(24.9%)と「内容を知っているが、実践はしていない」(18.5%)を合わせても5割には優に達せず、「知らない」(55.8%)が上回った。市の金看板の施策であるだけに残念である。ただ、実践派が4人に一人というのは、土台がしっかりしてきたというのか、心強い気もする。

そうだとしても「もったいない運動」を知った経緯について、「今回の調査で初めて知った」(49.5%)が最上位となってしまった。それに続いたのが「広報紙」(19.3%)であり、大きな差が付いた。皮肉にもアンケートが広報機能を果たしているのである。

この際、行政は攻めに出て、「もったいない運動の配布物(チラシ、シール、日めくりカレンダー、マイ箸、マイバッグ等)」(認知度12.7%)以外の周知グッズを新たに生み出すために、子ども世代を含む多世代の市民からもっと案を募ったらどうだろうか。

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)」(68.0%)がトップで、「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)」(57.6%)、さらには「食品ロスの削減に向けた行動(食材の10割食べきり、使い切り、賞味・消費期限をこまめにチェックする等)」(45.4%)が続いた。身近に目を凝らせば、できることはたくさんある。今後は、たとえば環境問題に敏感な若者の間で、「ものを大切に作る行動(古本、古着などの再活用等)」(28.9%)などが増えていく可能性もある。

---

## 26. 敬老事業について

「長寿」にふさわしい年齢は何歳からかについて、「80歳以上」(34.3%)が最上位で、続いたのが「90歳以上」(23.9%)であった。一昔前では考えられないような年齢に至らないと長寿と認定されない時代となった。そのことはくしくも「70歳以上」(4.6%)と「100歳以上」(4.6%)が同率となった結果からもわかる。70歳を超えても長寿とは見なされず、100歳以上生きなければ長寿ではないと考える市民も若干ではあるが存在する。

市からの敬老祝として望むものは、「金券(商店で使用できる商品券など)」(33.5%)と「現金」(26.9%)が上位であった。使い道は自分で選択できるように考えた回答者が多く、ここに市民の高齢者に対する思いやりの気持ちが見て取れる。

一方で、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、「賛同できる」(40.9%)と「どちらかといえば、賛同できる」(33.2%)が合わせて74.1%に達した。金銭的価値を長寿祝いのバロメーターとするのではなく、福祉の中身の充実で敬老サービスに対応してほしいというのが、多くの市民の考え方なのであろう。ただどのような形であれ、財源の確保は重要課題である。

## 27. GAP(農業生産工程管理)の認知度等について

農産物生産過程において重要と考える取組について、「残留農薬や異物混入等の食品安全の確保に関する取組」(79.7%)、「減農薬や適切な廃棄物処理等の環境保全に関する取組」(51.5%)、「食品安全や環境保全、労働安全等のルール作りやその取組状況の自己点検を行う等の農業経営管理の取組」(40.6%)が上位となった。とくに3番目の選択肢は「農業経営管理」の要諦なのであろうが、キーワードを盛り込み過ぎて回答者にはわかりづらかったのではないかと。それはともかく、多くの市民は農業における食品安全や環境保全を重要視している。

GAPについてはまだまだ認知不足である(「知らない」は59.1%に対して「内容を含め、知っている」は15.2%のみ)。ただ、今後GAPの認知度が高まったとしても、それがそのまま購買意欲に反映されるかという点、「割高になっても購入したい」(14.5%)は、「同程度の価格なら購入したい」(73.9%)に大きく水をあけられた。GAPが浸透するほど、その程度はともかく、どうしても価格を上げざるを得ないのではないかと。GAPには価格の壁が立ちだかっている。

## 28. 雨水貯留・浸透施設の補助金制度について

雨水貯留・浸透施設の補助金制度の認知度は「知っている」(36.0%, 前年28.8%)が確実に上昇している。3割台後半はかなり高いといえる。行政による情報提供の効果が現れたのではないかと。

雨水貯留・浸透施設の設置効果についても「知っている」(40.1%, 前年34.0%)が上がった。線状降水帯による長時間に及ぶ豪雨などの情報に接した市民は多く、「浸水被害の軽減や適正な水循環の形成」の大切さを強く認識するようになってきている。ただ、依然として6割近く(59.4%)はその設置効果の認識には至っていないことも事実であり、行政は引き続き周知に力を入れてほしい。

一方で、「貯留タンク」や「浸透ます」の設置意向について、「設置したい」(22.8%, 前年18.4%)は前年比で4ポイントほど増加したものの、「設置したくない」(18.0%, 前年13.6%)も同程度増えてしまった。「わからない」(53.3%, 前年60.3%)が減ったので、設置したいかどうかについて回答者の意思がかなり明確に出た結果となった。

---

仮に「設置したい」となっても、実際の設置につながるかは不透明であろう。「わからない」とした回答者を「設置したい」と思わせるには、地道なPR活動の継続が必要なのであろう。

上記設問で「設置したい」、「既に設置してある」とした回答者にその理由を聞いたところ、「水の節約になるため」(59.6%, 前年 43.7%) が最上位で、前年比でほぼ 16 ポイントも増えた。市民の節約意識の高まりが見て取れる。続いたのが「雨水を庭木の水やりに利用するため」(53.2%, 前年 46.6%) で、これも増加した。

一方で「浸水被害の軽減や適正な水循環の形成につながるため」(35.8%, 前年 43.7%) は下がった。傾向として市民は設置による目に見える身近な効果を重視するようになっている。

雨水貯留・浸透施設を設置したくない理由として挙げられた最上位が、「敷地に設置できる場所がないため」(53.5%, 前年 56.4%) と物理的な理由であった。ただ、設置場所の確保については工夫の余地がある可能性もある。

行政には設置スペースとの関係でぜひ妙案を提示してほしい。「設置後の維持管理に手間がかかりそうであるため」(40.8%, 前年 47.3%) についても、実際にやってみれば意外と手間はかからないという点や、維持管理の作業上の秘訣など、行政から簡潔明瞭な説明を発信してほしい。