

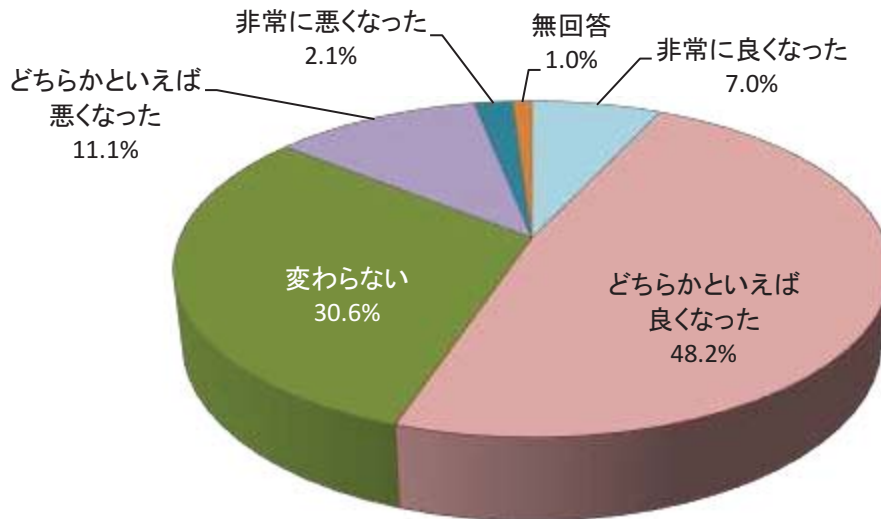
7. 宇都宮市の景観について

(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

◇ 「非常に良くなった」と「どちらかといえば良くなった」を合わせた【良くなった(計)】が5割半ば

問23	宇都宮市の景観は10年前と比べてどのように感じますか。	(○は1つ)
		n=386
1	非常に良くなった	7.0%
2	どちらかといえば良くなった	48.2%
3	変わらない	30.6%
4	どちらかといえば悪くなった	11.1%
5	非常に悪くなった	2.1%
	(無回答)	1.0%

<図IV-7-1>全体



n=386

宇都宮市の景観は10年前と比べてどのように感じるかについては、「非常に良くなった」が7.0%、「どちらかといえば良くなった」が48.2%で、これらを合わせた【良くなった(計)】は55.2%であった。一方、「どちらかといえば悪くなった」が11.1%、「非常に悪くなった」が2.1%で、これらを合わせた【悪くなった(計)】は13.2%であった。(図IV-7-1)

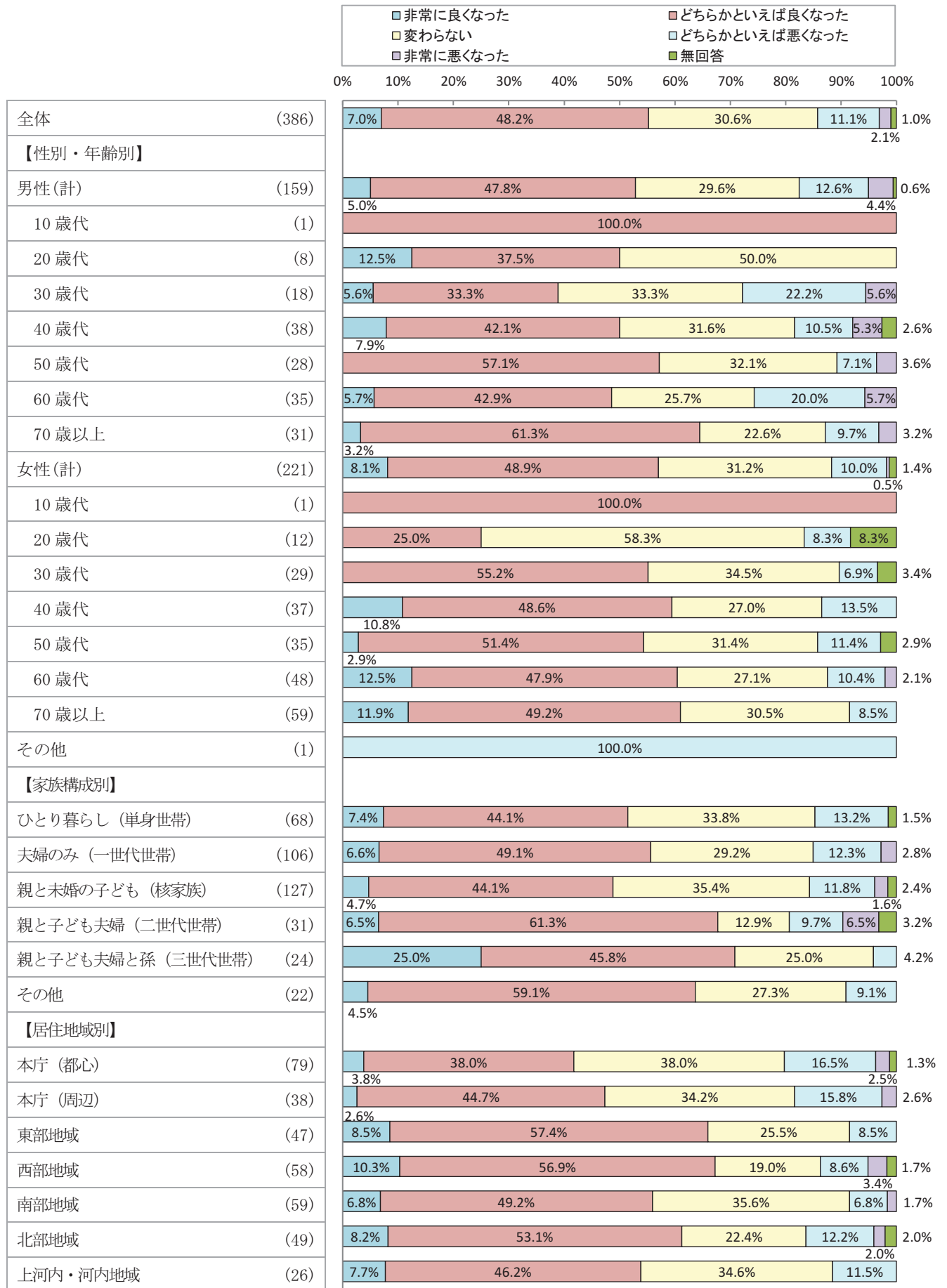
<参考>

性別・年齢別で見ると、【良くなった(計)】は<男性/10歳代>と<女性/10歳代>がいずれも100.0%で最も高く、次いで<男性/70歳以上>が64.5%であった。一方、【悪くなった(計)】は<その他>を除くと<男性/30歳代>が27.8%で最も高く、次いで<男性/60歳代>が25.7%であった。(図IV-7-2)

家族構成別で見ると、【良くなった(計)】は<親と子ども夫婦と孫(三世代世帯)>が70.8%で最も高く、次いで<親と子ども夫婦(二世帯世帯)>が67.8%であった。一方、【悪くなった(計)】は<親と子ども夫婦(二世帯世帯)>が16.2%で最も高く、次いで<夫婦のみ(一世帯世帯)>が15.1%であった。(図IV-7-2)

居住地域別で見ると、【良くなった(計)】は<西部地域>が67.2%で最も高く、次いで<東部地域>が65.9%であった。一方、【悪くなった(計)】は<本庁(都心)>が19.0%で最も高く、次いで<本庁(周辺)>が18.4%であった。(図IV-7-2)

<図IV-7-2>性別・年齢別/家族構成別/居住地域別

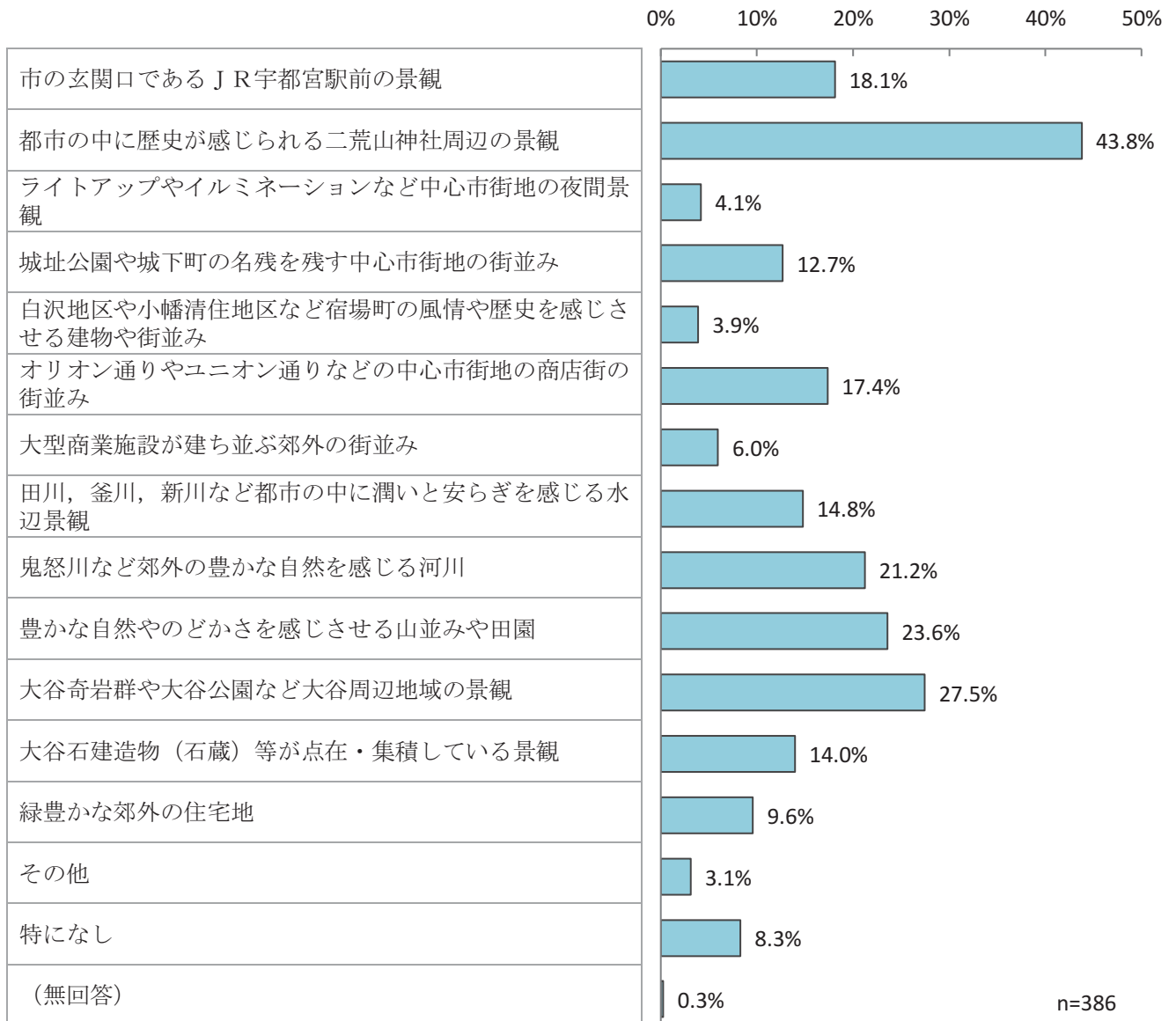


(2) 「宇都宮らしい景観」とは何か

◇ 「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

問24 宇都宮市内で愛着や誇りを感じる「宇都宮らしい景観」は何ですか。		(○は3つまで)
		n=386
1	市の玄関口であるJR宇都宮駅前の景観	18.1%
2	都市の中に歴史が感じられる二荒山神社周辺の景観	43.8%
3	ライトアップやイルミネーションなど中心市街地の夜間景観	4.1%
4	城址公園や城下町の名残を残す中心市街地の街並み	12.7%
5	白沢地区や小幡清住地区など宿場町の風情や歴史を感じさせる建物や街並み	3.9%
6	オリオン通りやユニオン通りなどの中心市街地の商店街の街並み	17.4%
7	大型商業施設が建ち並ぶ郊外の街並み	6.0%
8	田川, 釜川, 新川など都市の中に潤いと安らぎを感じる水辺景観	14.8%
9	鬼怒川など郊外の豊かな自然を感じる河川	21.2%
10	豊かな自然やのどかさを感じさせる山並みや田園	23.6%
11	大谷奇岩群や大谷公園など大谷周辺地域の景観	27.5%
12	大谷石建造物(石蔵)等が点在・集積している景観	14.0%
13	緑豊かな郊外の住宅地	9.6%
14	その他	3.1%
15	特になし	8.3%
	(無回答)	0.3%

<図IV-7-3>全体



「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43.8%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27.5%と続いている。（図IV-7-3）

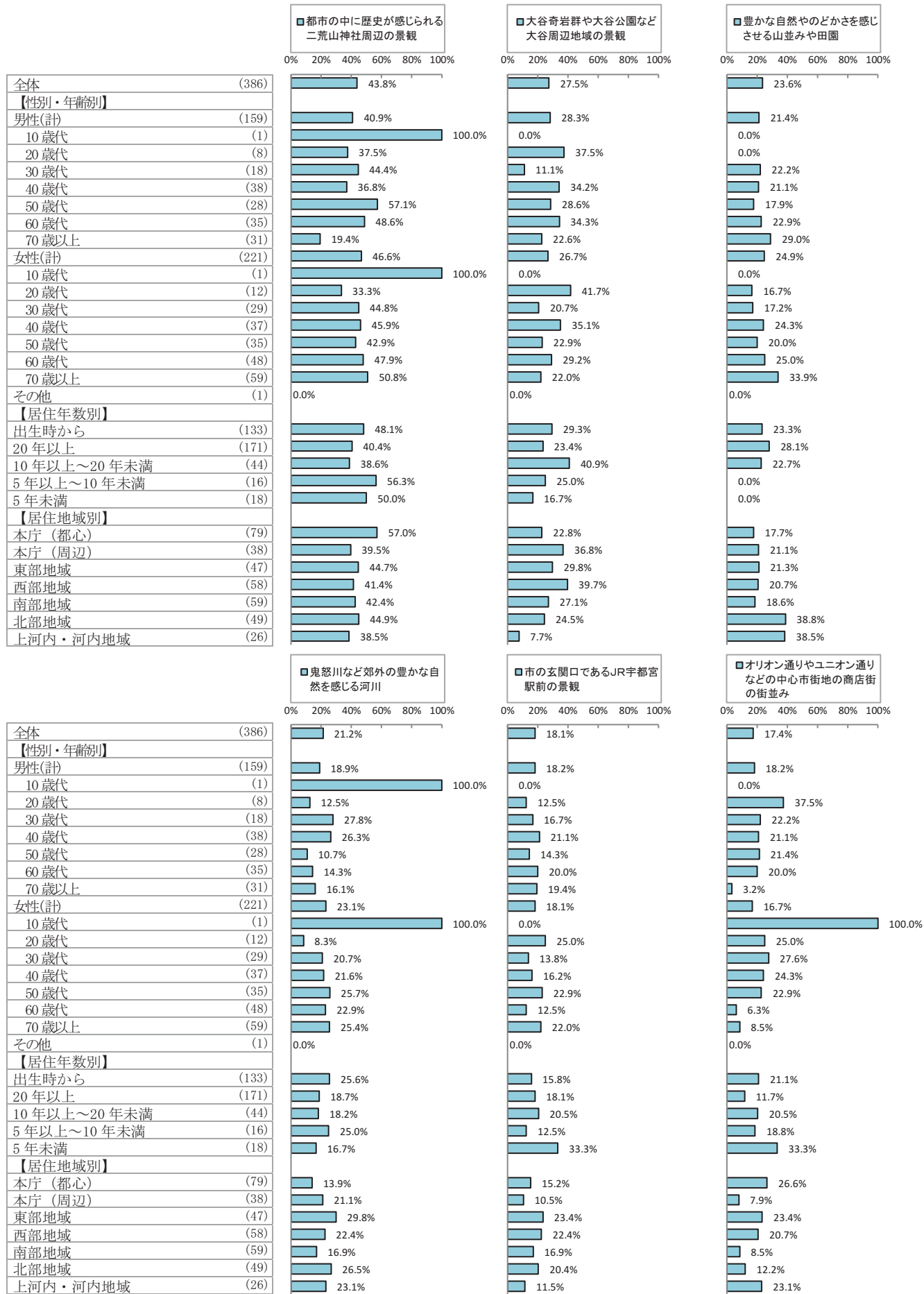
<参考>

上位6項目について、性別・年齢別で見ると、「都市の中に歴史が感じられる二荒山神社周辺の景観」は<男性/10歳代>と<女性/10歳代>がいずれも100.0%で最も高く、次いで<男性/50歳代>が57.1%であった。「大谷奇岩群や大谷公園など大谷周辺地域の景観」は<女性/20歳代>が41.7%で最も高く、次いで<男性/20歳代>が37.5%であった。（図IV-7-4）

居住年数別で見ると、「都市の中に歴史が感じられる二荒山神社周辺の景観」は<5年以上～10年未満>が56.3%で最も高かった。「大谷奇岩群や大谷公園など大谷周辺地域の景観」は<10年以上～20年未満>が40.9%で最も高かった。（図IV-7-4）

居住地域別で見ると、「都市の中に歴史が感じられる二荒山神社周辺の景観」は<本庁（都心）>が57.0%で最も高かった。「大谷奇岩群や大谷公園など大谷周辺地域の景観」は<西部地域>が39.7%で最も高かった。（図IV-7-4）

<図IV-7-4>性別・年齢別/居住年数別/居住地域別（上位6項目）

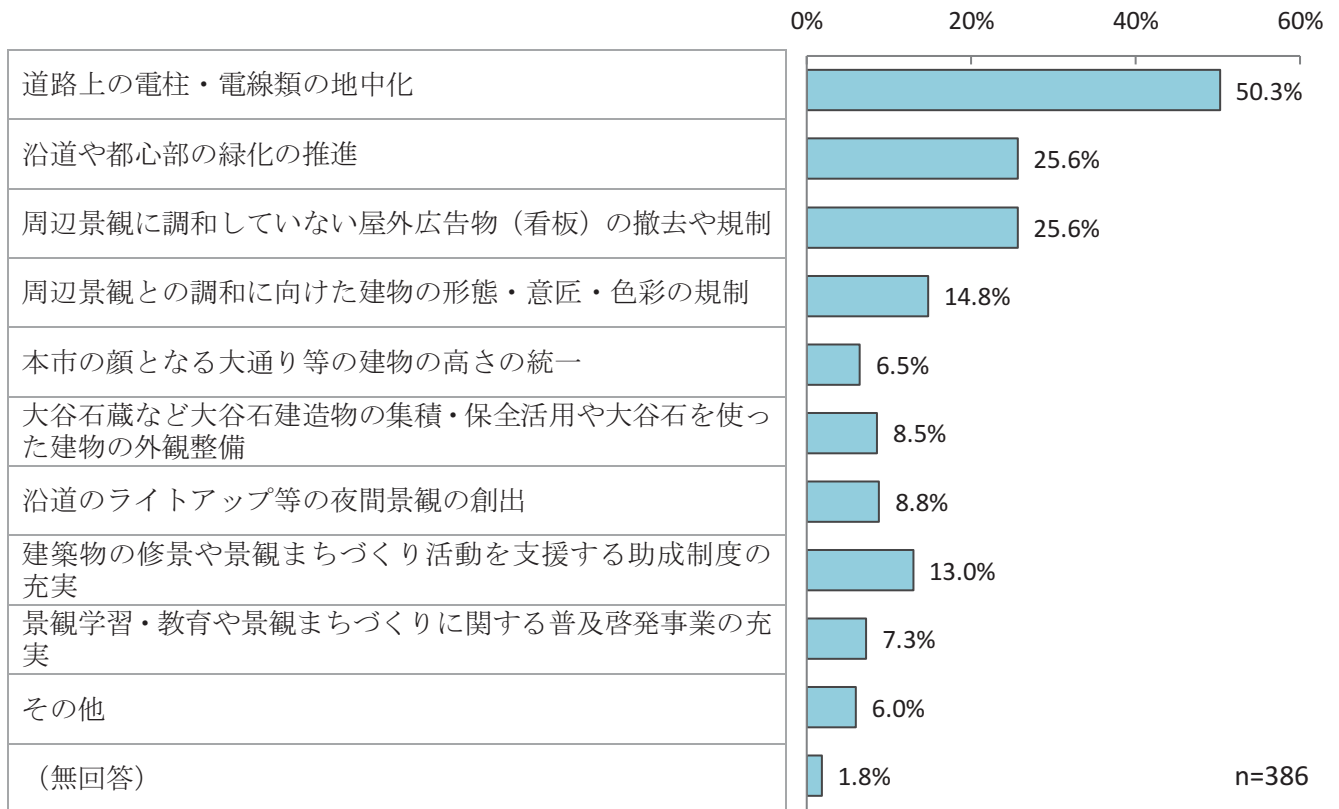


(3) 良好な都市景観の形成に必要なこと

◇ 「道路上の電柱・電線類の地中化」が約5割

問25	良好な都市景観の形成に必要なことは何だと思えますか。	(○は2つまで)
		n=386
1	道路上の電柱・電線類の地中化	50.3%
2	沿道や都心部の緑化の推進	25.6%
3	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	25.6%
4	周辺景観との調和に向けた建物の形態・意匠・色彩の規制	14.8%
5	本市の顔となる大通り等の建物の高さの統一	6.5%
6	大谷石蔵など大谷石建造物の集積・保全活用や大谷石を使った建物の外観整備	8.5%
7	沿道のライトアップ等の夜間景観の創出	8.8%
8	建築物の修景や景観まちづくり活動を支援する助成制度の充実	13.0%
9	景観学習・教育や景観まちづくりに関する普及啓発事業の充実	7.3%
10	その他	6.0%
	(無回答)	1.8%

<図IV-7-5>全体



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50.3%で最も高く、次いで「沿道や都心部の緑化の推進」, 「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」がいずれも25.6%と続いている。(図IV-7-5)

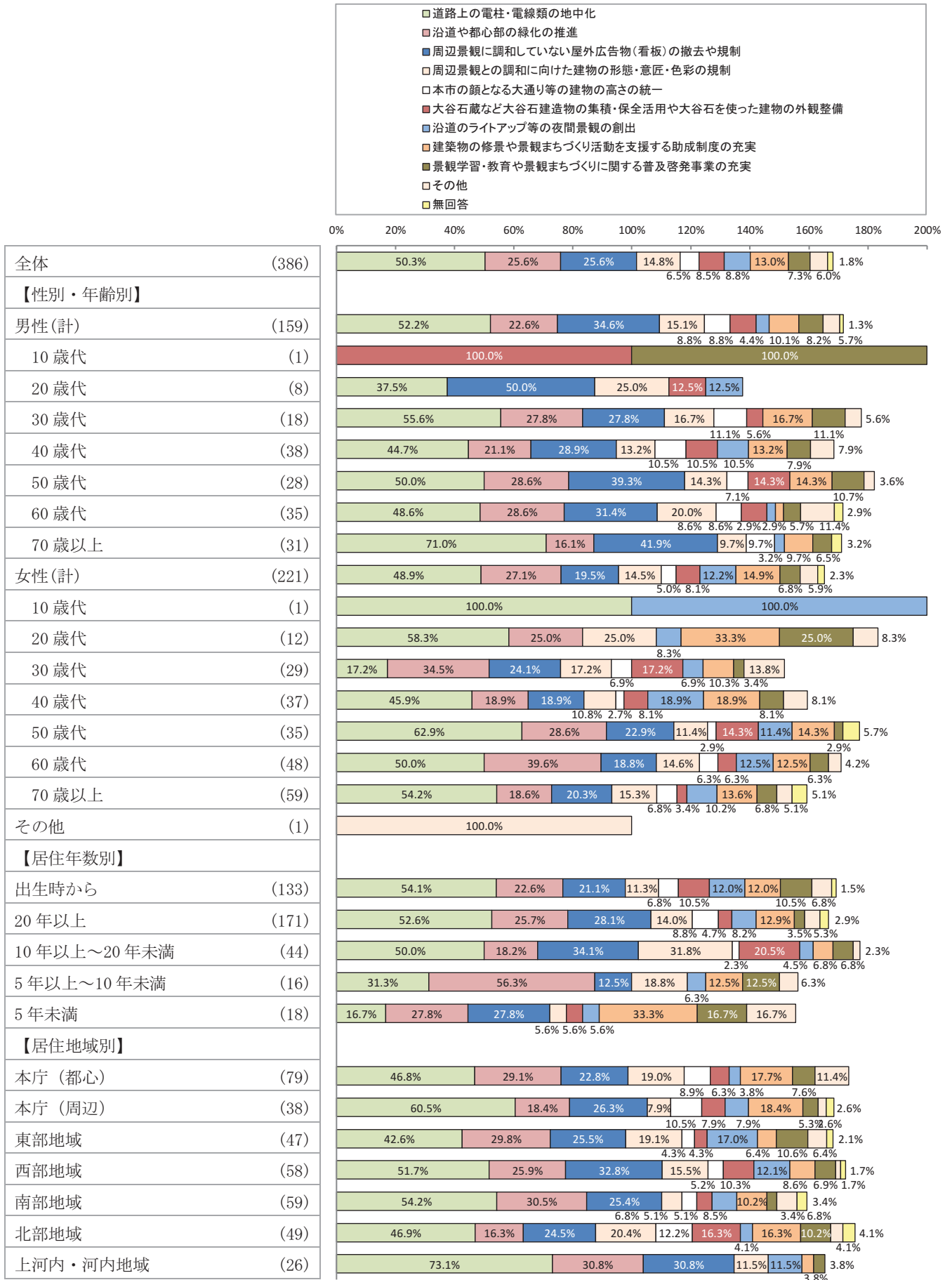
<参考>

性別・年齢別で見ると、「道路上の電柱・電線類の地中化」は<女性/10歳代>が100.0%で最も高く、次いで<男性/70歳以上>が71.0%であった。「沿道や都心部の緑化の推進」は<女性/60歳代>が39.6%で最も高かった。「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」は<男性/20歳代>が50.0%で最も高かった。(図IV-7-6)

居住年数別で見ると、「道路上の電柱・電線類の地中化」は<出生時から>が54.1%で最も高く、次いで<20年以上>が52.6%であった。「沿道や都心部の緑化の推進」は<5年以上~10年未満>が56.3%で最も高かった。「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」は<10年以上~20年未満>が34.1%で最も高かった。(図IV-7-6)

居住地域別で見ると、「道路上の電柱・電線類の地中化」は<上河内・河内地域>が73.1%で最も高く、次いで<本庁(周辺)>が60.5%であった。「沿道や都心部の緑化の推進」は<上河内・河内地域>が30.8%で最も高かった。「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」は<西部地域>が32.8%で最も高かった。(図IV-7-6)

<図IV-7-6>性別・年齢別/居住年数別/居住地域別

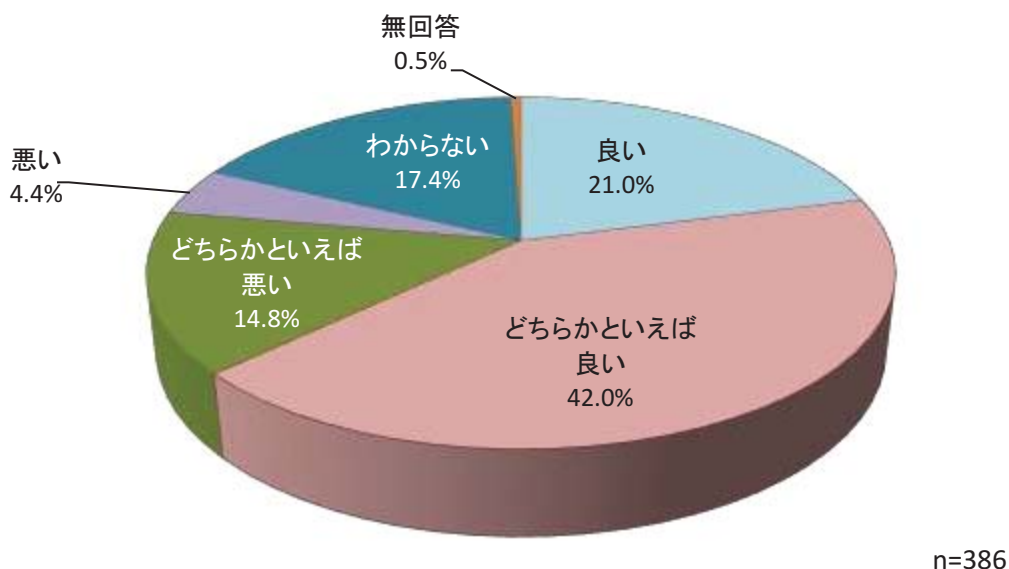


(4) ラッピング広告物（車体側面等に掲出した広告物）の印象

◇「良い」と「どちらかといえば良い」を合わせた【良い（計）】が6割強

問26	バスや鉄道などのラッピング広告物（車体側面等に掲出した広告物）について、どのような印象をお持ちですか。	(○は1つ)	
			n=386
1	良い		21.0%
2	どちらかといえば良い		42.0%
3	どちらかといえば悪い		14.8%
4	悪い		4.4%
5	わからない		17.4%
	(無回答)		0.5%

<図IV-7-7>全体



ラッピング広告物（車体側面等に掲出した広告物）の印象については、「良い」が21.0%、「どちらかといえば良い」が42.0%で、これらを合わせた【良い（計）】は63.0%であった。一方、「どちらかといえば悪い」が14.8%、「悪い」が4.4%で、これらを合わせた【悪い（計）】は19.2%であった。（図IV-7-7）

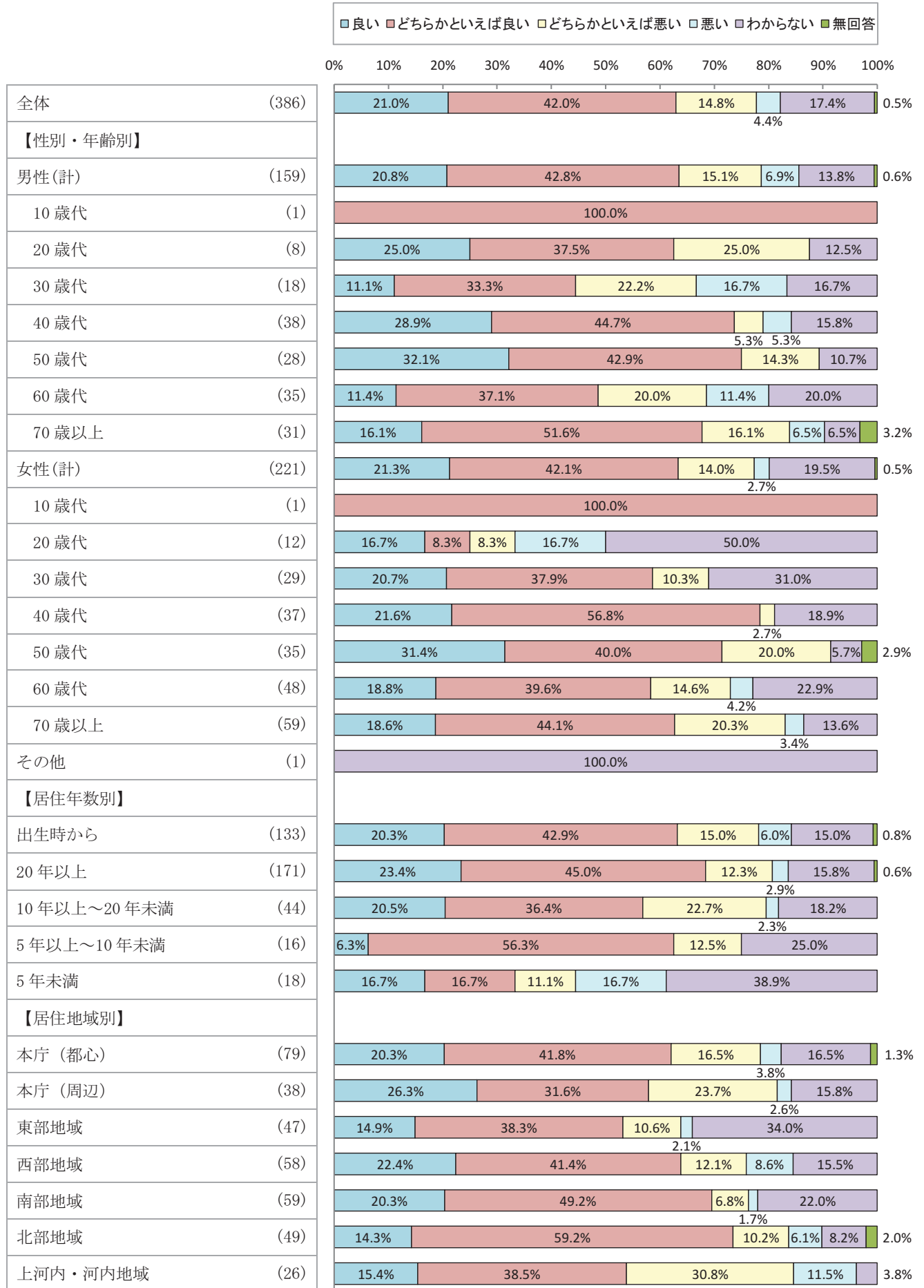
<参考>

性別・年齢別で見ると、【良い（計）】は<男性/10歳代>と<女性/10歳代>がいずれも100.0%で最も高く、次いで<女性/40歳代>が78.4%であった。一方、【悪い（計）】は<男性/30歳代>が38.9%で最も高く、次いで<男性/60歳代>が31.4%であった。（図IV-7-8）

居住年数別で見ると、【良い（計）】は<20年以上>が68.4%で最も高く、次いで<出生時から>が63.2%であった。一方、【悪い（計）】は<5年未満>が27.8%で最も高く、次いで<10年以上～20年未満>が25.0%であった。（図IV-7-8）

居住地域別で見ると、【良い（計）】は<北部地域>が73.5%で最も高く、次いで<南部地域>が69.5%であった。一方、【悪い（計）】は<上河内・河内地域>が42.3%で最も高く、次いで<本庁（周辺）>が26.3%であった。（図IV-7-8）

<図IV-7-8>性別・年齢別/居住年数別/居住地域別

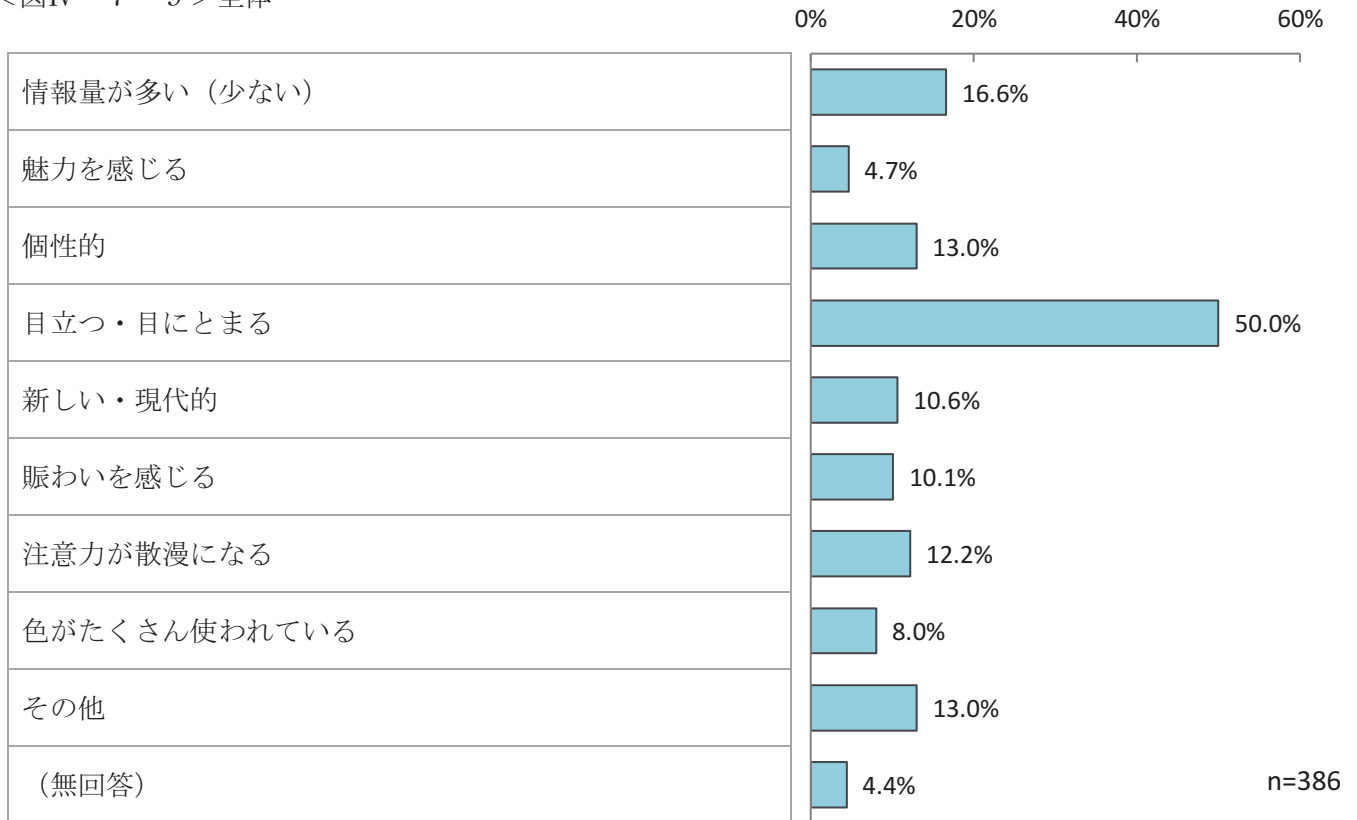


(5) ラッピング広告物（車体側面等に掲出した広告物）の印象を持った点

◇ 「目立つ・目にとまる」が約5割

問27	問26でそのような印象を持たれたのはどのような点についてですか。	(○は2つまで)
		n=386
1	情報量が多い（少ない）	16.6%
2	魅力を感じる	4.7%
3	個性的	13.0%
4	目立つ・目にとまる	50.0%
5	新しい・現代的	10.6%
6	賑わいを感じる	10.1%
7	注意力が散漫になる	12.2%
8	色がたくさん使われている	8.0%
9	その他	13.0%
	（無回答）	4.4%

<図IV-7-9>全体



ラッピング広告物（車体側面等に掲出した広告物）の印象を持った点については、「目立つ・目にとまる」が50.0%で最も高く、次いで「情報量が多い（少ない）」が16.6%と続いている。（図IV-7-9）

<参考>

性別・年齢別で見ると、「目立つ・目にとまる」は<男性/10歳代>と<女性/10歳代>がいずれも100.0%で最も高く、次いで「情報量が多い（少ない）」は<男性/20歳代>と<男性/50歳代>と<女性/20歳代>がいずれも25.0%であった。（図IV-7-10）

居住年数別で見ると、「目立つ・目にとまる」は<出生時から>が53.4%が最も高く、次いで「情報量が多い（少ない）」は<5年以上～10年未満>が31.3%であった。（図IV-7-10）

居住地域別で見ると、「目立つ・目にとまる」は<本庁（周辺）>が63.2%で最も高く、次いで「情報量が多い（少ない）」は<東部地域>が27.7%であった。（図IV-7-10）

<図IV-7-10>性別・年齢別/居住年数別/居住地域別

