

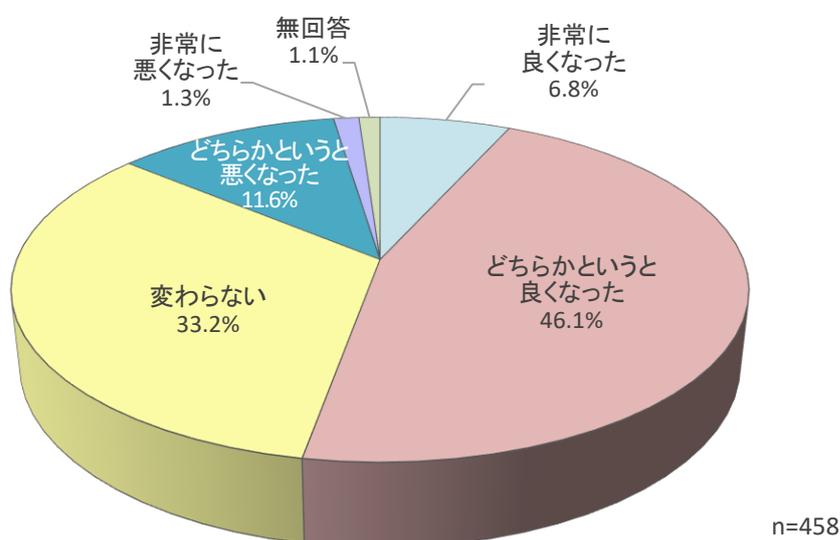
## 28. 宇都宮市の景観について

### (1) 宇都宮市の景観は10年前と比べてどう感じるか

◇ 「非常に良くなった」と「どちらかというと良くなった」を合わせた【良くなった(計)】が5割強

問61 宇都宮市の景観は10年前と比べてどう感じますか。	(○は1つ)
	n=458
1 非常に良くなった	6.8%
2 どちらかというと良くなった	46.1%
3 変わらない	33.2%
4 どちらかというと悪くなった	11.6%
5 非常に悪くなった	1.3%
(無回答)	1.1%

<図IV-28-1>全体



宇都宮市の景観は10年前と比べてどう感じるかについては、「非常に良くなった」が6.8%、「どちらかというと良くなった」が46.1%で、これらを合わせた【良くなった(計)】は52.9%であった。一方、「非常に悪くなった」が1.3%、「どちらかというと悪くなった」が11.6%で、これらを合わせた【悪くなった(計)】は12.9%であった。(図IV-28-1)

#### <参考>

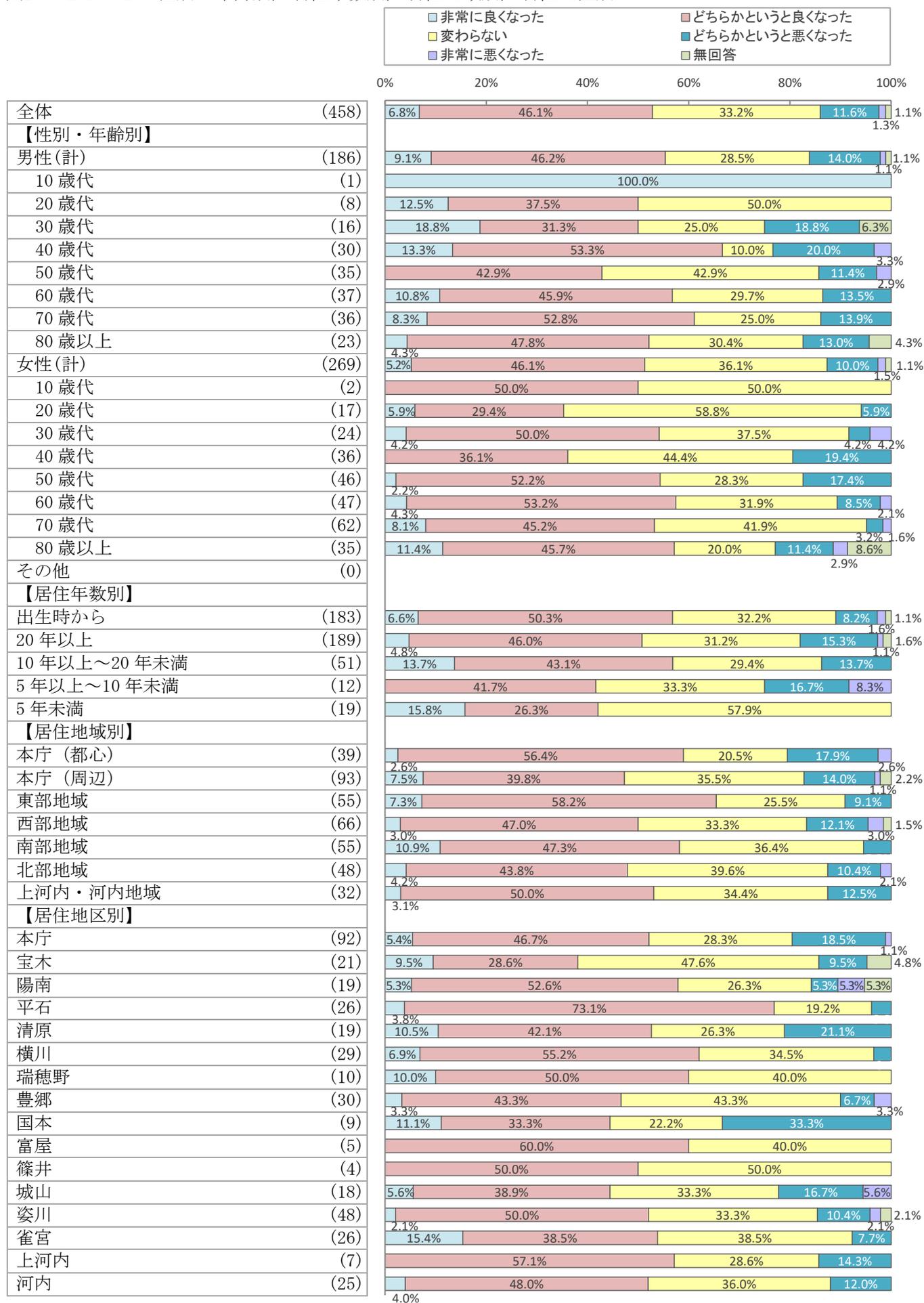
性別・年齢別でみると、【良くなった(計)】は<男性10歳代>が100.0%、次いで<男性40歳代>が66.6%であった。一方、【悪くなった(計)】は<男性40歳代>が23.3%で最も高かった。(図IV-28-2)

居住年数別でみると、【良くなった(計)】は<出生時から>が56.9%で最も高く、一方、【悪くなった(計)】は<5年以上~10年未満>が25.0%で最も高かった。(図IV-28-2)

居住地域別でみると、【良くなった(計)】は<東部地域>が65.5%で最も高く、一方、【悪くなった(計)】は<本庁(都心)>が20.5%で最も高かった。(図IV-28-2)

居住地区別でみると、【良くなった(計)】は<平石>が76.9%で最も高く、一方、【悪くなった(計)】は<国本>が33.3%で最も高かった。(図IV-28-2)

<図Ⅳ-28-2>性別・年齢別／居住年数別／居住地域別／居住地区別

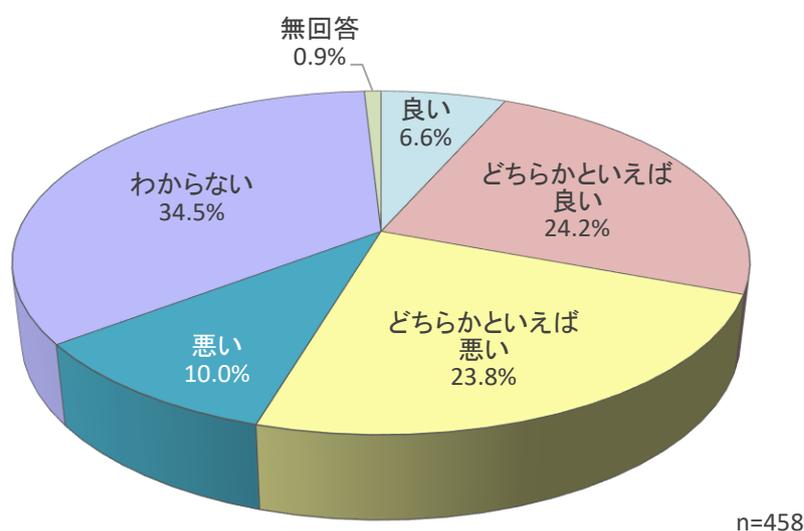


## (2) イベントや求人告知などで街なかを走行する広告宣伝車の印象

◇ 「悪い」と「どちらかといえば悪い」を合わせた【悪い(計)】が3割半ば

問62 イベントや求人告知などで街なかを走行する広告宣伝車について、どのような印象をお持ちですか。(○は1つ)		n=458
1	良い	6.6%
2	どちらかといえば良い	24.2%
3	どちらかといえば悪い	23.8%
4	悪い	10.0%
5	わからない	34.5%
	(無回答)	0.9%

<図IV-28-3>全体



イベントや求人告知などで街なかを走行する広告宣伝車の印象については、「良い」が6.6%、「どちらかといえば良い」が24.2%で、これらを合わせた【良い(計)】は30.8%であった。一方、「悪い」が10.0%、「どちらかといえば悪い」が23.8%で、これらを合わせた【悪い(計)】は33.8%であった。(図IV-28-3)

<参考>

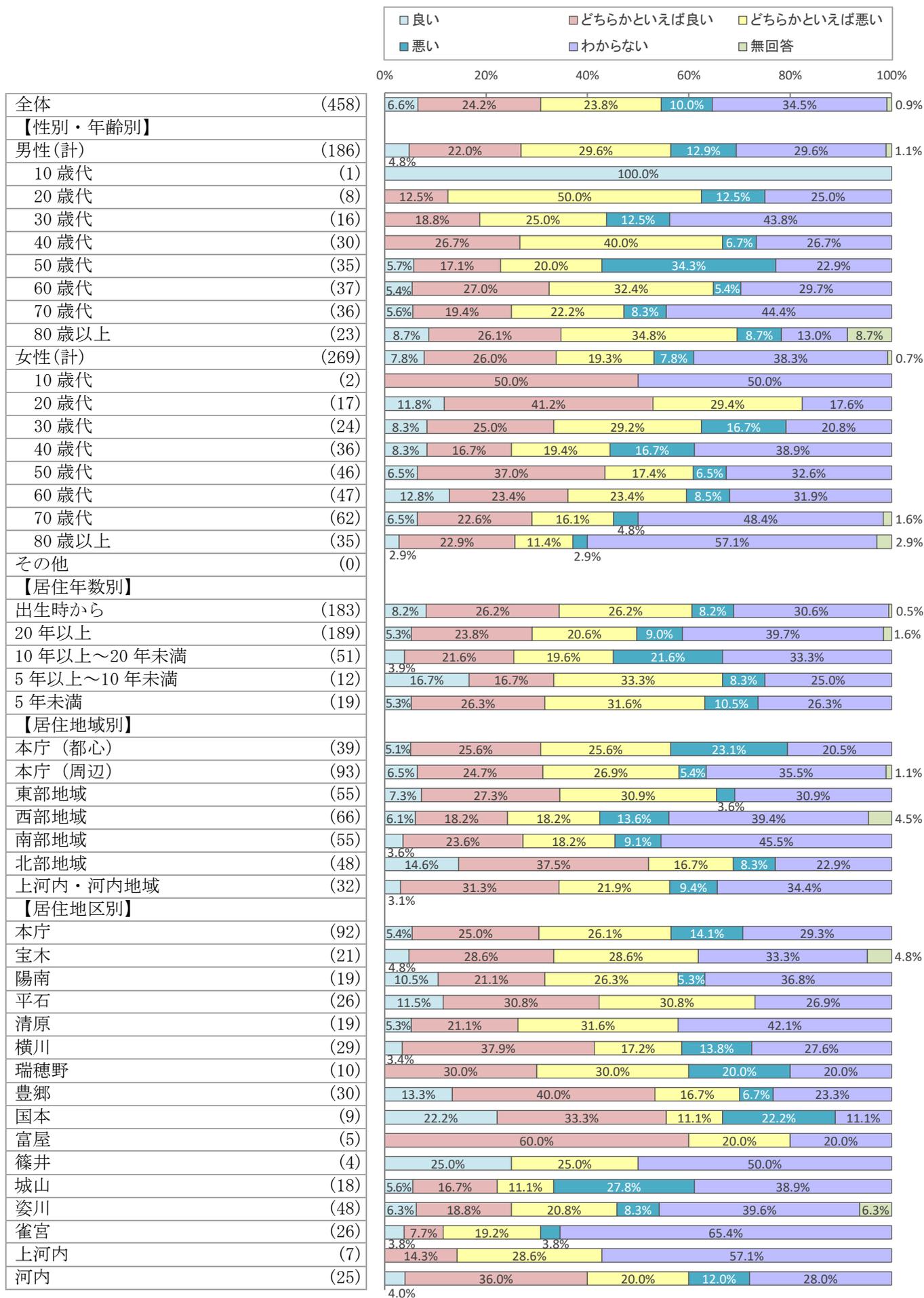
性別・年齢別で見ると、【良い(計)】は<男性10歳代>が100.0%、次いで<女性20歳代>が53.0%であった。一方、「どちらかといえば悪い」と「悪い」を合わせた【悪い(計)】は<男性20歳代>が62.5%で最も高かった。(図IV-28-4)

居住年数別で見ると、【良い(計)】は<出生時から>が34.4%で最も高かった。一方、【悪い(計)】は<5年未満>が42.1%で最も高かった。(図IV-28-4)

居住地域別で見ると、【良い(計)】は<北部地域>が52.1%で最も高かった。一方、【悪い(計)】は<本庁(都心)>が48.7%で最も高かった。(図IV-28-4)

居住地区別で見ると、【良い(計)】は<富屋>が60.0%で最も高かった。一方、【悪い(計)】は<瑞穂野>が50.0%で最も高かった。(図IV-28-4)

<図Ⅳ-28-4>性別・年齢別／居住年数別／居住地域別／居住地区別

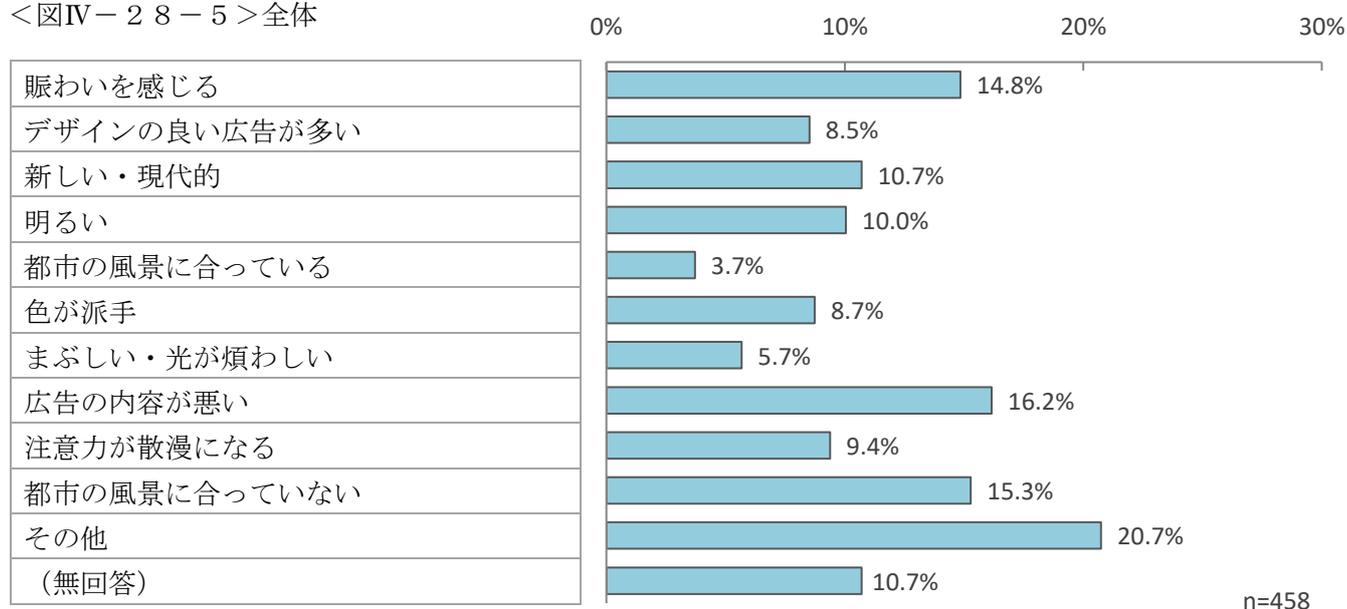


### (3) 街なかを走行する広告宣伝車について、そのような印象を持たれた点

#### ◇ 「広告の内容が悪い」と「都市の風景に合っていない」が1割半ば

問63	問62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=458
1	賑わいを感じる		14.8%
2	デザインの良い広告が多い		8.5%
3	新しい・現代的		10.7%
4	明るい		10.0%
5	都市の風景に合っている		3.7%
6	色が派手		8.7%
7	まぶしい・光が煩わしい		5.7%
8	広告の内容が悪い		16.2%
9	注意力が散漫になる		9.4%
10	都市の風景に合っていない		15.3%
11	その他 (無回答)		20.7% 10.7%

<図IV-28-5>全体



街なかを走行する広告宣伝車について、そのような印象を持たれた点については、「その他」を除くと、「広告の内容が悪い」が16.2%で最も高く、次いで「都市の風景に合っていない」が15.3%であった。(図IV-28-5)

#### <参考>

性別・年齢別でみると、「広告の内容が悪い」は<女性30歳代>が29.2%で最も高く、次いで<女性40歳代>が27.8%であった。「都市の風景に合っていない」は<男性20歳代>が37.5%で最も高く、次いで<男性50歳代>が31.4%であった。(図IV-28-6)

居住年数別でみると、「広告の内容が悪い」は<10年以上~20年未満>が25.5%で最も高く、次いで<5年未満>が21.1%であった。「都市の風景に合っていない」は<5年未満>が31.6%で最も高く、次いで<5年以上~10年未満>が25.0%であった。(図IV-28-6)

居住地域別でみると、「広告の内容が悪い」は<本庁(都心)>が23.1%で最も高く、次いで<東部地域>が21.8%であった。「都市の風景に合っていない」は<本庁(都心)>が25.6%で最も高く、次いで<上河内・河内地域>が18.8%であった。(図IV-28-6)

居住地区別でみると、「広告の内容が悪い」は<瑞穂野>が30.0%で最も高く、次いで<篠井>が25.0%であった。「都市の風景に合っていない」は<上河内>が28.6%で最も高く、次いで<横川>が24.1%であった。(図IV-28-6)

<図IV-28-6>性別・年齢別／居住年数別／居住地域別／居住地区別

- 賑わいを感じる
- 都市の風景に合っている
- 注意力が散漫になる
- デザインの良い広告が多い
- 色が派手
- 都市の風景に合っていない
- 新しい・現代的
- まぶしい・光が煩わしい
- その他
- 明るい
- 広告の内容が悪い
- 無回答

