

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運営協議会委員など、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)、『2020年東京オリンピックとは何だったのか—欺瞞の祭典が残したもの—』。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

「どちらかといえば好き」を含め、9割台半ば(94.7%、前年93.3%、前々年91.9%)が宇都宮市を「好き」と回答した。年々着実に増加している。

内訳は、「好き」が50.5%と遂に5割を超えた(前年47.7%)。「どちらかといえば好き」は44.2%と前年の45.6%から微減した分、「好き」の上乗せにつながった。

「どちらかといえば嫌い」(3.1%)は僅かだが前年(3.5%)よりも減り、「嫌い」(0.6%)も減った(前年1.1%)。果たして「好き」はこれで高止まるのだろうか。次回の結果に注目したい。

好きな理由としては、「自然災害の少なさ」が47.8%(前年45.8%、前々年44.2%)と若干の増加傾向を見て取れる。「買い物など日常生活の便利さ」の場合40.5%となり、前年40.7%、前々年40.1%とほとんど変化がなかった。この二項目は、他の項目と比べて市民から非常に重要視されているのがわかる。

これに同率で続いたのが、「慣れ親しんだところ」(26.8%、前年27.2%)と「自然環境の豊かさ」(26.8%、前年26.4%)であった。それ以外では「治安の良さ」(16.3%)、「病院などの医療機関が充実しているところ」(15.3%)、「都心に行くのに便利なところ」(13.7%)が目立つ。自然環境の良さと都心に行きやすいというのが、宇都宮市の強みだ。

嫌いな理由となると、「交通マナーの悪さ」(27.4%、前年29.5%、前々年31.1%)が1位ではあるものの、着実に減少している。横断歩道を渡る人優先の交通マナーが向上していることも要因として挙げられよう。

ただ、「交通渋滞の多さ」(25.9%, 前年 26.6%, 前々年 27.5%)の経年変化を見ると、減少傾向にあるとはいえない。LRT効果は確実にあるのだろうが、渋滞エリアからすれば部分的なものであり、市全体として見た場合の影響力は限定的なのだろう。

「街に活気がないところ」(20.4%, 前年 21.6%, 前々年 24.2%)について、スポーツイベントや多彩な催し、新店舗や飲食店の賑わいなどが、もっと市の活気感の上昇につながってほしい。「電車やバスなどの交通機関の整備が遅れているところ」(19.0%, 前年 20.2%, 前々年 18.5%)が嫌いな理由の上位であり続けているのも気掛かりだ。

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、広報紙を「よく利用する」(23.5%),「ときどき利用する」(40.2%)を合わせれば、「利用したことがない」(31.6%)の2倍となり、広報紙が多くの市民に使われているのは明らかである。ただ経年で見ると、前年は「よく利用する」が39.9%,「ときどき利用する」が41.2%,前々年は前者が39.9%,後者が41.5%なので、とくに「よく利用する」率が大きく下がったことになる。ただし、前回調査までは「よく見る(聞く)」「ときどき見る(聞く)」との文言であり、「聞く」が入っていた。この点を割り引く必要があろう。

「よく利用する」に注目すると、広報紙以外では「宇都宮市公式ホームページ」が続くが、僅か6.1%である。そして、「ときどき利用する」(44.5%)と「利用したことがない」(44.2%)が拮抗している。かなりの市民がホームページにもアクセスしていないとすると、電子媒体を通じた市と市民との情報共有にはまだまだ課題があると言わざるを得ない。

SNSによる市の情報発信は、「LINE(教えてミヤリー)(宇都宮市公式アカウント)」「YouTube(宇都宮市公式アカウント)」「X(宇都宮市公式アカウント)」「Instagram(宇都宮市公式アカウント)」とフルスペックで揃っている。それにもかかわらず、「利用したことがない」(81.7%)が8割を超え、他項目と比べても最も高い割合だ。裏を返せば、上記SNSは行政以外の領域で既に広く深く浸透しており、エンターテインメント性も強く、現状では行政が入り込む余地がない狭き門となっているのだろう。市は既に知恵を絞っているのだろうが、なかなか難しい課題だ。

「広報うつのみや」の入手方法では、「新聞折込」(49.2%, 前年 54.8%, 前々年 57.0%)の割合が最も高いものの、下降傾向にある。広報の伝達手段として、紙媒体そのものが曲がり角に来ている。

ただ、「郵送」(前回調査までは「送付で自宅に届いている」)の場合、10.2%, 前年 10.1%, 前々年 11.1%と定着傾向が見て取れる。「SNS疲れ」との言葉もある。一覧性など紙は紙の良さがあるので、周知をさらに強化するなど「郵送」を拡充する手立てをぜひ考えてほしい。

「広報うつのみや」で読んでいる主な記事について、「うつのみやのイベント」(57.4%, 前年 53.8%)と「市政情報」(55.1%, 前年 55.0%, 前々年 53.5%)とがトップに並び、「特集」(42.3%, 前年 45.6%, 前々年 36.2%)がこれに続いた。日常性が強い市政情報と非日常のイベントといった具合に市民の読まれ方のバランスは取れている。「特集」も市民の関心を喚起したり引き付けたりする機会となっている。

「県や国からのお知らせ」が得られる「情報ひろば」(41.6%)も市民にとっては貴重な情報源だ。また、「相談窓口」(25.6%, 前年 25.2%)の内容は「法律・行政・健康・福祉・子ども・女性に関する相談窓口などの案内」と幅広く、市民にとっては切実な相談の入り口となる大切な情報である。

3. デジタル化について

デジタル機器の所有状況について、「スマートフォン」(85.3%, 前年 83.1%)が圧倒的に多く、「パソコン」(49.9%, 前年 50.9%)と「固定電話」(48.8%, 前年 48.1%)が続いた。「ウェアラブル端末(メガネ型・腕時計型情報端末 等)」(4.1%)がスマホに取って代わるとの声もある中で、まだまだスマホ利用全盛の状況が続きそうだ。

インターネットについて、「利用している」(73.8%, 前年 72.5%)が多く、「利用していない」(25.1%, 前年 26.8%)市民もほぼ4人に1人いるものの、若干の利用率上昇が見て取れる。利用したい気持ちがあるのに、ネット環境、費用、操作などの点で利用をあきらめている市民が相当いるのではないかと。

利用しない理由について、「操作方法等がわからない」(50.5%, 前年 59.7%)と前回調査よりもかなり下がった。一方で、「必要性を感じない」(56.8%, 前年 41.9%)や「興味がない」(29.7%, 前年 19.4%)が大きく上昇した。いわゆる「ネット疲れ」が影響しているのかもしれない。さらに、「犯罪に巻き込まれないか心配」(22.5%, 前年 18.5%)が市民の間で加速しているのかもしれない。

4. 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時間未満」(35.0%, 前年 22.7%, 前々年 21.3%)がトップとなった。「7時間以上21時間未満」(32.1%, 前年 45.5%, 前々年 47.3%)が二番手となったが、とくに前年比で大幅に減少した。家事の時間は着実に減少している。

育児の場合も、「7時間未満」(5.6%, 前年 5.0%, 前々年 5.7%)が最上位となり、「7時間以上21時間未満」(4.5%, 前年 5.8%, 前々年 6.7%)が続いた。

さらに介護の場合でも、「7時間未満」(9.5%, 前年 6.1%, 前々年 5.2%)がトップとなり、他項目を大きく引き離れた。「7時間以上21時間未満」(3.8%, 前年 2.6%, 前々年 5.4%)を見ると、前年比で減少した分が今回調査で「7時間未満」を押し上げた形となった。

家事や育児や介護に割く時間の減少傾向がはっきりした。個別事情を考えれば手放して喜べる結果ではないのだろう。しかし、全体として自助、共助、公助における後者2者への緩やかな移行を見て取ることができる。

社会的活動の実施状況について、「特になし」(62.3%, 前年 64.9%, 前々年 57.7%)を除けば、「地域活動(自治会やまちづくりなど)」(19.4%, 前年 20.8%, 前々年 21.8%)が最上位であった。

「グループ活動(芸術やスポーツなど)」(8.4%, 前年 9.7%, 前々年 9.4%)は前年比で若干下がっているが、前年までの項目は「文化、スポーツなどのグループ活動」となっていたので、回答の微妙なずれがあったと思われる、その意味では横這い状況が続いているといえそうだ。

「子どもや青少年の育成(PTAや子ども会などの)」(6.5%, 前年 6.3%, 前々年 6.7%)の場合も、活動率は底止まり傾向にある。

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、今回調査でも「精神的な暴力」「1, 2度あった」と「何度もあった」の合計(8.1%, 前年 5.2%, 前々年 7.7%)が、他の項目よりも比較的高い割合となり、前年よりも増加したのが気になる。

一方で、「身体的な暴力」(1.0%, 前年 2.1%, 前々年 3.7%)となると低下傾向にあり、改善状況が見て取れる。

「経済的な暴力」(1.6%, 前年 1.5%, 前々年 2.2%)はともかく、「性的な暴力」(1.8%, 前年 0.6%, 前々年 0.9%)となると前年よりも増加した。

いずれの項目においても「まったくない」が9割に達しておらず、このことは重く受け止めざるを得ない。行政は「まったくない」の9割台後半を目標にしてほしい。

5. 保健と福祉のまると相談窓口エールUについて

「エールU」の認知度は極めて低い(91.6%, 前年95.0%) ままだが、前回よりも改善している。行政にはPRを粘り強く継続してほしい。保健と福祉に関わる総合相談窓口は市民にとって心強い存在なのは間違いない。「適切な支援機関等につなぐ」迅速性も問われる。エールUが、市民からすれば「誰でも知っている」、つまりそれだけ市民の間に名前が浸透している存在になってほしい。

6. まちづくり活動への参加意識について

まちづくり活動への参加率は、「参加している」(14.6%), 「参加していない」(84.5%) と決して高いとはいえない。

「参加中または興味があるまちづくり活動」となると、「健康や医療サービスに関する活動」(29.5%, 前年21.0%), 「高齢者・障がい者などを対象とした社会福祉に関する活動」(29.1%, 前年22.3%), 「スポーツ・文化・芸術の普及啓発等に関する活動」(26.8%, 前年23.7%) が上位に並んだ。

いずれも前年よりも上昇し、とくに健康、医療、社会福祉の活動に参加中か興味を持つ市民の存在が浮かび上がってくる。

まちづくり活動に参加していないと回答した理由について、「参加するチャンス・きっかけがない」(45.9%, 前年43.9%) が最上位であった。若干ではあるものの、前年よりも率が上がってしまったことは、少し気掛かりだ。

「どのように参加すれば良いかわからない」(32.0%, 前年20.9%) 市民が大幅に増加した。市民がスムーズに情報把握できる環境があつてこそ参加が促進される。参加希望者が諦めてしまうような状況はもったいない。一方で、参加意欲を持つ市民がこれだけいるというのは、今後のまちづくりへの参加者を増やす原動力になり得る。

「参加する事に興味や関心がない」(11.7%, 前年18.8%) はかなり下がった。興味・関心を喚起させる方策が効果を発揮しつつあるのかもしれない。

7. 防犯・交通安全に関する意識・状況について

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」(22.5%, 前年24.9%, 前々年29.7%) が低下傾向にある。ただし、「どちらかといえばそう思う」(64.6%, 前年63.9%, 前々年59.4%) は微増している。「どちらかといえば」を含めれば、全体としては9割近くの市民が「そう思う」と回答していることになるので、この率を安定的に維持してほしい。

自転車乗車用ヘルメットの所持及び着用状況について、着用派が伸び悩んでいる(6.8%, 前年8.0%, 前々年6.9%)。「ヘルメットを保有しているが着用していない」(4.3%, 前年5.4%, 前々年4.5%) 挫折派も存在する。

「普段自転車に乗るが保有していない」(17.1%, 前年15.4%, 前々年20.5%) を着用派に転じさせるにはどうしたらいいのだろうか。安全を考えると決して「たかがヘルメット」とは言えないものの、他方で着脱の煩

わしさと外出時の保管の面倒は、市民からヘルメットを遠ざける主要因となっており、ヘルメット保有・着用問題は予想外の難題なのである。

自転車保険の加入状況について、普段において自転車利用がなければ、「相手方への賠償を補償する保険に加入していない」(60.8%)というのはうなずける。問題は、自転車利用者において「相手方への賠償を補償する保険に加入している」(24.1%)率と「相手方への賠償を補償する保険には加入していない」(8.8%)率をどう見るかだ。

保険加入者であっても相手方への賠償額の限度など考えると、それで誰もが安心とはいえないだろうし、一部ではあろうが加入していることで乱暴な運転につながってしまうおそれもないとはいえない。そうはいつでもやはり、保険未加入の自転車利用は、未加入率の高低どころより、他の自転車利用者のみならず歩行者を含めたすべての移動者に不安を投げかける類のものである。

やはり自転車利用者の「皆保険」こそが望ましく、この達成を現実的な目標に設定した方がいいのではないだろうか。

8. 多様な性について

何をもって認知しているかによるが、言葉だけでなく内容もということになると、LGBTQの認知度(48.4%)は決して高いとはいえないと思う。ただし、たとえばLGBTまではわかるが、Qがわからないという市民の場合、そのうちの一定割合が「言葉だけは聞いたことがある」(39.4%)と回答した可能性はある。今後の認知の変化に注目したい。

9. 空き家に関する意識について

所有する等の住宅の今後について、「話し合っていて決まっている」(19.1%)と「話し合っていないが決まっていない」(19.8%)がほぼ同率となった。決まっているか決まっていないかはともかく、「話し合っている」は38.9%に達し、「話し合っていない」(33.8%)を上回った。

話し合いは合意や解決に向けた大前提であり、多くの市民は真摯に空き家問題に向き合っている。

近所の空き家をどう活用すれば良いかについて、「住宅のままの利用」(41.0%)がトップで、「管理されていれば空き家のままで良い」(27.9%)、「地域住民が集まる場所(地域集会所など)」(27.3%)、「子どもが集まる場所(子ども食堂など)」(25.0%)が続いた。

他の項目と比べて「管理されていれば空き家のままで良い」が唯一の消極的活用といえそうだが、否定的に捉える必要はないだろう。防犯、周辺への迷惑、破損などの面で、管理されている状態こそがまずは優先されるべきであり、それが達成されていれば「空き家のまま」というのもある種の活用策の一つといえよう。

宇都宮空き家会議にして欲しい取組について、「空き家の活用方法の提案」(45.9%)と「相談窓口の設置」(44.6%)が上位に並んだ。市民からの強い要望として受け止めてほしい。個々のケースは千差万別なのだろうが、市民は、解決の糸口となるプラットホーム的な空き家対策を行政に強く求めているのである。

10. 成年後見制度について

成年後見制度の認知度について、「名前を聞いたことはあるが、制度の内容までは知らない」(41.7%)、前年

42.6%) が「制度の内容を知っている」(35.8%, 前年 30.5%) を数ポイント上回った。しかし、前年よりは両者の差が縮まっている。メディアでも取り上げられる機会が増えているようだ。この制度を利用するかどうかはともかく、まずは市民の間で内容の理解が進むことが大切だと思う。

1 1. 結婚・出産・子育てに関する意識について

「結婚している」(59.0%, 前年 63.1%, 前々年 66.9%) が減少傾向にある。その裏返しで現段階において「結婚していない」(結婚経験者と合わせて 40.6%, 前年 36.0%, 前々年 32.1%) が増加傾向にある。

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」(17.5%, 前年 22.6%, 前々年 30.0%) と減少傾向は明白で、一方で、これと連動するかのよう「結婚するつもりはない」(77.2%, 前年 71.3%, 前々年 60.0%) の増加傾向がはっきりした。

結婚をするかしないかはあくまでも本人の自由意思であり、行政も含めた他者が強制する類のものではないだろう。しかし、若い世代の流出や少子化に危機感を抱える自治体は多い。結婚率が減り、するつもり率が減り、つもりなしが増えるというのは、都市や農村にかかわらず当該自治体にとって深刻な課題だ。

結婚後の出産とその人数に注目する行政からすれば、結婚している場合に持ちたい子どもの数について、「2人」(48.1%, 前年 51.6%, 前々年 54.6%) が低下傾向にあり、「1人」(17.5%, 前年 16.0%, 前々年 12.2%) が増加傾向にある状況に危機感を抱かざるを得ない。

ただし、「3人」(20.1%, 前年 16.4%, 前々年 22.9%) が前年よりも5ポイント近く増加し、心強いと思われる要素もある。しかも「3人」が「1人」を上回っている。前回の指摘と同様、出産減に歯止めが掛からなくなると、人口減少対策の面からは深刻な課題が突き付けられたことになる。結婚対策も少子化対策もなかなか一筋縄ではいかない。

1 2. 「宮っこを守り・育てる都市宣言」について

「宮っこを守り・育てる都市宣言」について、「宣言は知らないが、子どもを大切にしている行動を実践している」(52.8%) が最も多く、「宣言を知っており、子どもを大切にしている行動を実践している」(13.7%) を大きく引き離れた。市民が宣言を認知する意義はあると思うが、それ以上に市民の6割台後半が実践していることに注目したい。

「子どもを大切にしている」行動の中身をどう捉えるかで選択にばらつきがあった。ただ、例示に「子どもを見守る」とあるように、実践の敷居はかなり低いともいえる。「宣言は知っているが、子どもを大切にしている行動は実践していない」(7.7%) の率はできるだけ下がってほしいものだ。

1 3. 雇用形態について

現在の雇用形態について、「働いていない」(40.1%) を除くと、「正社員(フルタイム)」(24.5%)、「パート、アルバイト」(15.5%)、「会社役員、自営業、その他」(10.1%) の順となった。「派遣社員、契約社員」(5.6%) や「求職中」(1.7%) の割合が意外と少ないという印象を持った。自営業などもフルタイムと捉えれば、5割が正規の働き手となる。

希望する雇用形態について、やはりと言おうか、「正社員(フルタイム)」(30.3%) が最上位であった。「パ

ート、アルバイト」(19.3%)の希望も2割近くいる。「正社員(短時間)」(9.0%)の希望者もいるので、時短的なあるいは柔軟な働き方を求める市民が4人に1人はいることになる。

希望する雇用形態を選んだ理由について、「生計を立てるため、安定して働きたいから」(33.7%)が最上位となった。3人に1人が「安定した」雇用を望んでいる。その声の重みをどう受け止めたらいいのであろうか。

一方で、「自分の都合のよい時間に働きたいから」(18.2%)が2割近くに達した。パート、アルバイト、短時間勤務の正社員などその形態はいろいろあるし、個々の事情も様々であろう。しかし、「生計を立てるため」という理由よりも切実度に差があるし、本人の裁量や選択の余地が広いようにも思われる。

また、「専門的な技能等をいかせるから」(16.7%)と回答した市民からすれば、その受け皿があることが重要だ。行政は多様な雇用の場や機会を生み出す支援策をさらに打ち出してほしい。

14. 宇都宮産の農産物について

「宇都宮産」の農産物の購入意欲について、「非常にそう思う」(25.1%, 前年24.9%, 前々年27.5%)と「そう思う」(54.7%, 前年57.5%, 前々年56.2%)の割合が、ここ数年安定的に推移している。地元産の食の価値を考えると「非常に」の割合がもう少し上がってもいいとの思いはあるものの、市民の8割が購入意欲を持っていること自体、誇るべき事実だ。

そのことは宇都宮の農業を大切にしたいと思う市民についてもいえる。「非常にそう思う」(36.7%, 前年31.5%, 前々年35.9%)と前年比で数ポイント上昇し、「そう思う」(53.0%, 前年58.8%, 前々年54.7%)と合わせて9割の市民が大切と考えている。大切とは「思わない」とは言いづらい面もあるだろうが、ほとんどの市民が地元農業に対する愛着を持っていることは喜ばしい。

さらに、環境に配慮して生産された農産物を積極的に選択して購入したいかについて、「非常にそう思う」(29.2%, 前年24.3%, 前々年28.0%)と「そう思う」(57.1%, 前年61.9%, 前々年58.9%)を合わせれば、前回調査と同様、8割台後半となった。先述したように、もちろん後者よりも前者の割合が増えてほしいものの、環境配慮と宇都宮産農産物は強く結びついており、こうした市民の受け止め方が長期にわたって続いてほしい。

15. カーボンニュートラル(脱炭素)について

省エネルギーや創エネルギーなどの取組について、「取り組んでいる」は、「断熱性の高い壁・屋根・窓への改修」(18.4%),「太陽光発電システムの設置」(16.7%),「住宅のZEH化またはLCCM住宅化」(12.0%)が上位に並んだ。「取り組んでみたい」について、「断熱性の高い壁・屋根・窓への改修」が42.0%,「住宅のZEH化またはLCCM住宅化」が40.3%と高いが、「太陽光発電システムの設置」となると27.8%と他項目の中で最も低い割合となった。大規模ソーラーシステムの設置が山林などの自然環境に負の影響を及ぼすイメージを持つ市民もいて、そのことが取組希望を抑制しているのかもしれない。ちなみに太陽光については、「メンテナンス・廃棄等に不安がある」(33.3%)の割合がトップである。

「定置型蓄電池の設置」については、「取り組んでいる」が4.9%と低いのに、「取り組んでみたい」は40.0%に達していて、両者の乖離が大きい。「HEMSの設置」についても各々、3.9%, 41.8%である。日常のエネルギー使用を節約しながらも快適にして、さらに豊かにしたい市民の気持ちだが、こうした新しい省エネ・創エネへの関心につながっているのだろう。

現在取り組んでいない理由・要因について、最下位の「HEMSの設置」でも44.8%、最上位の「住宅のZEH化またはLCCM住宅化」は54.6%となり、いずれの項目においても「初期投資費用が高い」ことがネックになっている。

このネックを軽減する方策を強化するにあたって、行政からすれば項目すべてを対象にすれば、どうしても薄く広くとならざるを得ないだろう。行政は、たとえば省エネ・創エネというテーマで市民に対して掘り下げた意向調査を実施し、専門家による提言を踏まえつつ、対象とする項目を絞り込んだ新たな重点支援策を打ち出してもいいタイミングだ。

16. SDGsの認知度について

SDGsについての認知度の場合、「まったく知らない」(14.6%、前年11.0%、前々年13.8%)が10%超ある。しかし、ここでは認知派に注目したい。

「内容を詳しく知っている」(12.2%、前年9.7%、前々年11.3%)は増加傾向にある。そのうちの実践派(3.6%、前年4.0%、前々年4.9%)は微減傾向にある。

「内容をある程度知っている」実践派(27.0%、前年29.2%、前々年25.9%)の場合、その割合は定着傾向にある。

懸念されるのは「詳しく」と「ある程度」を合わせた実践派の合計(30.6%、前年33.2%、前々年30.8%)が実践していないの割合(38.6%)を下回っている点である。時代的趨勢としてSDGsについては、認知から実践の段階に入っている。

認知派・実践派は30.6%であり、まずは両者の割合が逆転することが大切だ。

17. 「もったいない運動」について

「もったいない運動」の認知度について、実践の有無にかかわらず認知している市民が68.1%(前年44.2%)と大幅に増加した。しかし、「内容を知っており、実践している」が36.4%(前年27.7%)と伸びてはいるものの、それを大きく上回り「内容を知っているが、実践はしていない」が31.7%(前年16.5%)と大幅増となった。

傾向として認知が増加しているのに、なかなかすんなりと実践に移行していない状況が浮かび上がった。これまで長期にわたって行政が事例も含めて市民に粘り強く訴え続けてきただけに、今回の調査結果は残念である。認知派であってもその具体的な行為については思い浮かばない、といった漠然とした捉え方をする市民が多くなってきたのかもしれない。行政によるPRをテコ入れするか、これまでに一定の役割を果たしてきたことを勘案して、別のキーワードを検討する時期に来ているのかもしれない。

18. 良好な生活環境の確保に係る市民満足度について

「環境負荷の低減が図られた良好な生活環境の確保に向けた施策に満足しているか」との質問に対して、「満足」(5.8%、前年17.1%、前々年11.3%)が前年比で急減し、「やや満足」(30.0%、前年37.0%、前々年40.2%)も減少した。

ただ、「わからない」(47.8%、前年34.6%、前々年34.3%)が前年比で大幅増加しており、どう回答すればいいのか戸惑う市民が多かったはずだ。市民からすれば「大気、水質、騒音に係る環境調査や、工場・事業場に対する立入検査・指導、事業者との相互協力による環境保全活動」の重要性は否定しないが、満足かどうかを判断する具体的なイメージが持ちにくかったのではないだろうか。市が行っている「環境調査」や「環境保全活動」の事例を設問に盛り込んでおいた方が回答しやすかったのかもしれない。

19. 生物多様性について

生物多様性という言葉について、今回調査では「聞いたことはあるが、意味は知らなかった」(34.5%, 前年36.6%, 前々年38.6%)と減少傾向が鮮明となり、それと相俟って「言葉も意味も知っていた」(42.4%, 前年37.6%, 前々年34.7%)が上昇したことで、認知派がトップとなった。

外来種が及ぼす影響については、「知っていた」(84.4%, 前年87.1%, 前々年88.4%)が横這い状況で定着したようだ。言い換えれば認知度が定着した。「外来種という言葉は知っているが、その影響までは知らなかった」(14.1%, 前年10.6%, 前々年9.2%)が増加傾向にあるものの、外来種の認知度も浸透したといえるだろう。この結果を受けて行政はどう対応するのか。一方では重い課題が突き付けられたともいえそうだ。

20. 自転車のまちづくりについて

「自転車のまち」の実現を目指していることの認知度について、拮抗しているとまでは言えないものの、「知っている」(55.7%), 「知らない」(43.7%)という結果になった。普段から自転車を利用している市民からすれば、認知度が思いのほか低いと受け止めたかもしれない。

ただ、自転車を使いやすいまちだと思ふかについて、「そう思う」(6.4%, 前年7.3%)と「ややそう思う」(17.3%, 前年18.5%)を合わせても2割台後半に届かず、若干ではあるものの、両項目とも減少傾向にある。行政の目指している方策と市民の実際の受け止め方とにずれが生じている。

そのことは、「どちらとも言えない」(31.3%, 前年29.6%)と「あまりそう思わない」(29.6%, 前年25.3%)の結果にも反映したようだ。

必要な取組について、「自転車走行空間(矢羽根、自転車レーンなど)の整備」(49.7%, 前年51.5%)が最上位であった。前回は指摘したが、矢羽根は工夫が凝らされており、ガードレールの設置などと比べると、比較的安いコストでハード面の効果をあげているのは間違いない。さらに拡充してほしいというのが市民の思いなのであろう。

「自転車に関する交通ルールやマナーの定着」(41.8%, 前年30.1%)は市民側に求められる重要なソフト面の取組である。この両項目を徹底することで、「自転車のまち」推進のまさに両輪として、名を実に近づける決定打となるはずだ。

21. スポーツに関することについて

市の魅力向上にスポーツが活用されていると感じているかについて、「どちらかといえば感じている」(57.7%)が他項目を大きく引き離れた。「どちらかといえば」は微妙な標記で「かなり」とまではいかななくても「ある程度」との記載があれば、回答結果は変わったかもしれない。「非常に感じている」(16.9%)を合わせれば、7割台半ばが市のスポーツ活用を認知していることになり、これは相当に高い割合だ。地元のプロスポーツの活躍が押し上げ効果となっているのは間違いない。

ところが、プロスポーツの会場観戦となると、「観戦しなかった」(83.1%)の割合が圧倒的で、観戦経験でも最上位が「年に1~3回」の12.1%で、「月に1回以上(年12回~)」(1.7%)や「3ヶ月に1~2回(年4~11回)」(1.9%)は非常に低い率となった。市の積極的なスポーツ活用に水を差された格好である。

スポーツに関する指導を行ってみたいかについて、「行いたくない」(59.6%, 前年 62.2%, 前々年 50.7%) が前年比で若干下降したものの、指導経験の有無にかかわらず、「行ってみたい」となると 8.8% (前年 5.5%, 前々年 9.7%) と大きな上昇とはいえない。

部活動の地域展開を考えても、「どちらともいえない」(29.0%, 前年 23.2%) を是が非でも指導希望派に引き入れたいところだ。もちろん、「行いたくない」層から「どちらともいえない」層への移行も将来の指導者の底上げにとって大切だ。

2.2. 日本遺産について

「大谷石文化」が日本遺産に認定されたことの認知度について、「知らない」(52.3%, 前年 49.9%, 前々年 50.2%) が「知っている」(46.5%, 前年 49.7%, 前々年 48.6%) を上回った。こうした類の認知度は高ければ高いほど市への愛着の濃さにつながると思う。

その証拠に「大谷石文化」を誇りに思うかについて、「思う」(41.7%, 前年 39.1%) が最上位で、「やや思う」(35.0%, 前年 31.4%) を上回った。合わせて 7 割台後半が誇りに思っていることになる。誇るべき高い割合である。

また、「あまり思わない」(12.9%, 前年 16.9%) の市民でも情報入手など何かのきっかけで「やや思う」に移行しやすいはずである。

2.3. 文化的景観について

「大谷の奇岩群と採石産業の文化的景観」が重要文化的景観に選定されたことの認知度について、「知っている」(35.6%) は「知らない」(63.8%) に大きく引き離されたが、今後、大谷石文化の認知度の向上と連動する可能性もあるし、現状で慌てる必要はないであろう。

また、重要文化的景観に選定されたことを誇りに思うかについて、「非常に誇りに思う」(28.8%) と「どちらかといえば誇りに思う」(55.8%) が合わせて 8 割台半ばに達していて、この結果にも力付けられる。

2.4. 選挙の投票率向上に向けた取組について

どのような方法で選挙の有無を認知しているのかについて、「テレビやニュース」(63.8%) が最上位で、大きく離れて「新聞やチラシ」(17.7%) が続いた。

その他で目立つのが「演説や選挙カー」(6.5%) の割合の低さである。選挙の有無の認知をめぐっては、もはや「選挙カー」の有用度合いは弱くなった。

低投票率の理由について、「皆が選挙に行っても何も変わらないと感じているから」(56.7%, 前年 56.1%, 前々年 53.7%) が今回調査でも高い割合となったが、横這い状況にある。議員、議会、政治に対する期待感が持てないと意識が定着してしまっている。良くも悪くも「何も変わらない」はずはないと思うのだが。

25. 生涯学習について

生涯学習としての学習、文化・スポーツ活動等について、「している」(41.9%, 前年 41.1%, 前々年 38.5%)が微増傾向にある。「していない」(57.1%, 前年 57.1%, 前々年 60.5%)はほぼ変化なしだ。4割の市民が学ぶ意欲を持ちそれを実践している状況は決して悪くない。また、「していない」と回答した市民の中にも一定割合は「やってみたい」という意識を持っているはずだ。

26. 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、前回調査では「月1～2回程度」(前年 35.8%, 前々年 28.2%)が「年に数回程度」(前年 29.6%, 前々年 32.7%)を上回ったが、今回は残念なことに「年に数回程度」(31.9%)が「月1～2回程度」(29.0%)を僅かとはいえ逆転した。

中心市街地へ出かける目的では、「買い物」(48.7%, 前年 66.5%, 前々年 52.0%)がとくに前年比で大きく減少し、「飲食」(21.2%, 前年 36.0%, 前々年 29.0%)も前年比で大きく下がった。背景には客層の限定傾向があるのかもしれない。

「公共施設(市役所・図書館など)」(10.0%, 前年 15.0%, 前々年 10.9%)は下降し、「まち歩き(散歩・散策)」(7.0%, 前年 7.4%, 前々年 10.1%)や「イベントへの参加」(5.9%, 前年 5.6%, 前々年 8.4%)は横這いだ。

「文化活動(映画鑑賞・芸術鑑賞など)」(5.2%, 前年 6.6%, 前々年 5.9%)についても率の変化はない。

このように中心市街地へ出かける目的は多様化しているとはいっても、明確な特徴を見出しにくくなっている。どこをどう改善すればいいのかが不透明なのだが、中心市街地の魅力はこうした点にあることも事実だ。

「街なかはどう変化すれば更に中心市街地へ出かけたいか」に対して、上位の「もっと楽しめる場所がほしい」(35.4%)と「もっとアクセスしやすくなってほしい」(32.5%)が並んだ。「楽しめる」と「アクセス」の良さを具体的にどう改善していけばいいのか、たとえばLRTの駅西側延伸なども関連してくるようと思われるが、行政側からの思い切った仕掛けがほしいところだ。

27. 宇都宮市のみどりについて

みどりの量についての感じ方をめぐり、やはりというのか都市部では「少ない」(48.7%)と「ちょうどよい」(48.0%)が拮抗する形となった。「少ない」は郊外部(14.8%)で1割台半ば、自宅周辺(22.5%)で2割超であり、少なくとも大都市との比較でいえば宇都宮の都市部のみどりの量は多いといえそうだ。また、「ちょうどよい」では、自宅周辺(62.2%)が郊外部(70.1%)に迫っている。この点からも市の居住環境はみどりに恵まれていることがわかる。

「みどり」に関することで取り組みたいことについて、「自分の家の庭やベランダ、壁や屋上などで草花や樹木などを育てる」(50.7%)が5割となり、居住空間周辺のみどりの環境に強い関心を持っていることがわかる。これに続いたのが、「身近な公園や道路、河川などにおいて、花だんの花植えや草刈り、ごみ拾いなどの清掃活動に参加する」(19.4%)と「自然環境の大切さを学ぶ・教える」(19.2%)となった。みどりに対する学びと社会貢献に関心を持つ市民の存在が浮かび上がってくる。

「みどり」を増やすために必要な取組について、「人が歩くところや溜まるところに木陰をつくるなど、街路樹の適正な配置や樹種の選定、適切な維持管理」(76.6%)が高い割合となった。外出時のみどりの環境にも

多くの市民が関心の目を向けている。

その他にも「民間の事務所や店舗、共同住宅などの道路に面した部分やオープンスペースを利用した、樹木や草花による緑の配置」(24.0%)や「道路や広場など公共空間でのプランターなどによる緑の配置」(23.8%),さらには「緑への関心や意識を高めるための、緑に関する情報の発信やイベントの開催」(23.4%)など、市民、企業、行政がみどりを軸に工夫を凝らす余地はたくさんあることがわかった。

28. 宇都宮市の景観について

宇都宮市の景観は10年前と比べてどう感じるかについて、「非常に良くなった」(6.8%)は7ポイント弱だが、「どちらかというとなった」(46.1%)が、5割近くに達した。景観の向上を半数近くの市民が認識したことは大きいし、今後10年間の推移に期待が持てる結果だ。確かに「変わらない」(33.2%)が3割超ではあるが、判断の基準は個人で異なる。むしろ、「どちらかというとなった」と回答した市民のうち、「非常に良くなった」と回答する市民を増やす後押しも大切だ。

イベントや求人の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、「どちらかといえば良い」(24.2%)と「どちらかといえば悪い」(23.8%)が拮抗する結果となった。後者には広告の中身に関心を持てなかったり、騒音あるいは交通の妨げと考えたりする市民がいるからだろう。「わからない」(34.5%)が最も多く、このあたりに市民の戸惑いが現れている。行政にはデリケートな対応が求められそうだ。

広告宣伝車の印象について、「賑わいを感じる」(14.8%)、「新しい・現代的」(10.7%)、「明るい」(10.0%)といった肯定的受け止め一方で、「広告の内容が悪い」(16.2%)、「都市の風景に合っていない」(15.3%)、「注意力が散漫になる」(9.4%)といった否定的評価があり、賛否両論が明白になった。どちらが良いとか悪いとかではなく、両者の接点に至るには、まずは少しずつでも互いの尊重や歩み寄りが必要ではないか。行政には多段階での試行が求められる。

29. 水災害（洪水など）への備えについて

水災害への備えとして取り組んでいることについて、「ハザードマップの確認（洪水浸水想定区域内外の確認など）」(49.8%)、「災害時の避難場所の確認」(45.2%)、「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）」(35.8%)が上位に並んだ。

「災害時の避難場所の確認」では前年53.3%、前々年55.4%だったので減少傾向にあり、「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）」(前年50.1%、前々年41.3%)の場合も前年比で割合が大きく下がった。

「特に取り組んでいない」(30.3%、前年27.1%、前々年32.7%)が横這い状況で定着しそうで、この点が気掛かりだ。割合の低かった他項目も含めて、これからの時代は市民による何らかの取組が必須であると思われるからだ。その出発点となるのが上位三項目である。たとえば居住地域についてのハザードマップの位置づけなど、事前に頭に入っているかどうかで豪雨災害時の判断や咄嗟の行動を左右する。