

## 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月から現職。

専門は行政学・地方自治。現在、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。単著として、『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)。共著として、『新しい公共と自治の現場』(コモンズ、2011年)など。

### 1. 宇都宮市に対する感じ方について

「好き」(46.0%)が「どちらかといえば好き」(43.4%)を上回った点に注目したい。これらを合わせて9割には僅かに届かなかった(89.4%)ものの、宇都宮市は市民から好かれるまちであると堂々と胸を張れる一歩手前まで来た。1%に届かない「嫌い」(0.9%)の割合を1%未満で維持し、「どちらかといえば嫌い」(6.5%)をもう少し下げたい。

好きな理由のトップで唯一5割を超えたのが「自然災害の少なさ」(56.7%)であった。一方で「自然環境の豊かさ」(35.2%)も上位に位置した。自然災害への備えがあってこそ、初めて豊かな自然を満喫できると思われる。宇都宮市に限らず、とくに東日本大震災後は、人々の意識はこれまで以上に当該地方自治体の自然災害への対応に敏感になっており、その意味でも「自然災害の少なさ」と災害への備えは表裏一体の関係にある。

「買い物など日常生活の便利さ」(37.2%)や「慣れ親しんだところ」(33.2%)の割合も高かった。生活のしやすさは、人々はそのまちを好きになれるかどうかの重要なバロメーターである。また、慣れ親しんだから好きといえるのも、慣れ親しむことを可能とさせた「日常生活の便利さ」があるからこそであろう。

残念なのは、人口50万の中核都市でありながら、好きな理由に「都会的な雰囲気」(1.9%)や「街並みの美しさ」(1.3%)、さらには「芸術・文化的な催しやイベントの多いところ」(2.8%)が極端に低かった点である。いずれも、市民の評価の高さが好きな理由に直結する項目であり、要は魅力的なまちづくりをめぐり、宇都宮市にはまだまだ課題が多いということであろう。

嫌いな理由として挙げられた「街に活気がないところ」(43.7%)、「交通マナーの悪さ」(39.5%)、「交通渋滞の多さ」(25.4%)、「電車やバスなどの交通機関の整備が遅れているところ」(24.8%)は、いずれも積年の課題である。「街の活気」を除けば、嫌いな理由の上位は交通関係が占めた。たとえば交通マナーについては、ドライバー一人一人の心掛けや自覚が問われる類のものであり、毎年のアンケート調査で上位に来てしまう汚名を何とか返上したい。また、自転車利用を伸ばすためのまちづくりを今後さらに充実させるなど、交通問題の解消に向けた側面支援的な施策の展開が望まれる。

## 2. 広報媒体の活用状況について

「新聞折込で自宅に届いている」(81.4%)が8割を超えた。携帯端末からのインターネット情報へのアクセスなど、電子媒体の飛躍的増大が紙媒体を押しやる傾向にある中で、新聞折込を通じて広報紙を確実に届けるやり方が、人々に受け入れられているのが分かる。

新聞をとっていない世帯は、希望すれば自宅へ「広報うつのみや」(以下、広報紙)を届けてくれるが、実際にこうした入手方法を利用して、「送付で自宅に届いている」とした回答は僅か(4.5%)であった。広報紙の場合、掲載の情報内容は多岐にわたり、情報量も多い。たとえ掲載内容のすべてには関心がないにしても、催し物や事業開催の知らせ、重要な市政の話題など、読み手にとって有益と思われる情報に出会える意外性があり、そのことが広報紙の魅力にもなっている。

したがって、受動的であっても新聞折込等で手元に届くしくみというのは、市民にとって実にありがたいものなのである。「市ホームページに掲載されている『広報うつのみや』を閲覧している」(0.9%)など、能動的な情報取得の割合が極端に低いのは、よほど必要がないかぎり積極的にはなかなか情報を取りにいかない実情の反映であろう。ただし、「手に入れていない」(9.7%)となれば話は別で、こうした市民の場合、市が提供する情報との接点を少なくとも広報紙を通じては持っていないことになるので、この項目の割合はできるだけ下げたい。

読み方は「ざっと読む」(48.3%)が多く、「関心のあるところだけを読む」(25.9%)が続く。前者のような「流し読み」あるいは後者のような「拾い読み」であっても、広報紙の入手者うち7割以上が、自分なりのスタンスで広報紙に向き合う頼もしい姿が浮かんでくる。欲をいえば「詳しく読む」(13.3%)の割合がもっと上がり、「ざっと読む」の割合がもっと減ってほしい。後者の市民が「関心のあるところ」も読むようになれば、いずれは「詳しく読む」に変わっていく可能性がある。

読んでいる記事については、「市政情報(健康、文化、教養、税、雇用情報など)」(69.3%)の割合がほぼ7割に達し、突出して高い。市民にとってもあくまでもこうした情報を求めていることが窺われる。

市政情報には及ばないものの、「市の施設の催し物情報」(37.4%)、「特集(市の重点事業)」(31.2%)、「情報カレンダー(市イベントのカレンダー)」(29.9%)、「相談窓口(法律・行政・健康など各種相談のお知らせ)」(25.9%)についても市民の関心はある。広報紙の掲載内容は決して奇をてらったものである必要はなく、催し物やそのスケジュール、事業紹介、窓口情報などについての確実な情報提供が求められている。

広報紙は市の情報についての総合誌の性格を有しており、読んでいる記事の割合の高低に一喜一憂する必要はないのかもしれない。そうだとすると、「宇都宮CSR活動レポート(地域貢献活動に積極的に取り組んでいる企業の紹介)」(3.4%)や「有料広告(裏表紙)」(0.5%)がほとんど読まれていないのが気になる。とくに後者では今回のアンケート結果を見て、広告主の積極的な掲載が後退してしまう危惧を持つ。市の収入の一助でもある広告であるからこそ、市民に読ませる記事に向けて、企業も行政ももっと知恵を絞る必要があるように思われる。

広報紙を入手していない理由として「入手方法などを知らないため」(49.5%)がほぼ5割に達した。別の見方をすれば、入手方法が分かれば入手すると取れる。市は入手方法の周知にもっと力を入れるべきであろう。たとえば、新聞を取っていない世帯が希望すれば送付してもらえなくみの周知を徹底してはどうか。そのためのコストはかかるが、広報紙が一人でも多くの市民の手元に届き、その存在が市民の間に浸透していけば、いずれは市の行政活動に関する市民-行政の相互の理解を深め関心を高める相互還元効果を生み出すに違いない。

一方で、「特に必要でないため」(28.0%)入手しないが3割近くもいた。わざわざ読む必要はないという回答者本人の意思表示であり、行政としての対応はなかなか難しい。しかし、必要でないという判断が、広報紙の掲載内容を以前に把握した上でのことなのか、あるいは掲載内容について分からないものの、その内容を推測した上でのことなのかの違いは大きい。後者であれば、たとえば広報紙を読むことで「宇都宮市を丸ごと理解できる」といったPRを行い、不必要との考えを変えさせる可能性がある。

充実してほしい情報のトップは「身近な暮らしに関すること」(37.7%)であった。「保健・医療など健康に関すること」(31.3%)と並び、暮らしや医療に関する情報は市民の日常生活の基盤となる大切な情報である。そして、「市の行事や催しのお知らせ」(31.1%)は市民の精神的豊かさや生活の充実、さらには生きがいにつながる情報である。最も低かった「法律相談など各種相談案内」(7.9%)にしても、広報紙を通じた情報の充実が軽視されてはならない。

市政情報をめぐる各広報媒体の視聴状況について、「よく見る(聞く)」「ときどき見る(聞く)」を合計して2割超となったのは、「ようこそ宇都宮市のデータ放送へ」(24.9%)、「宇都宮市ホームページ」(33.7%)、「電光掲示板」(22.4%)といった3つの広報媒体のみであった。どのような広報媒体であっても、行政が手間暇かけて工夫して作成した番組やメッセージに接する市民は多い方がいい。「見た(聞いた)ことがない」広報媒体が、「宇都宮市ホームページ」(50.6%)を除き、いずれも6割台か7割台に達し、この中にはおそらく各々の広報媒体の存在そのものを知らない市民も多いはずだ。市民のロコミをうまく利用するPRはできないものだろうか。

市政情報を得るために利用したい手段では、「広報うつのみや」(74.1%)が最も高かった。次いで「新聞」(43.1%)も頼りにされていることが分かる。その他の情報手段も決して軽視されるべきではないだろう。たとえば、「広報うつのみや」において、設問に掲載された11に及ぶ情報手段の存在と、各々の情報発信事例をコンパクトに掲載するなどのPRを積極的に行ってはどうか。

### 3. 発達障がいについて

「言葉は聞いたことがあるが、内容まで分からない」(63.5%)が「内容まで知っている」(28.9%)の2倍以上となった。前者の回答者についていえば、「聞いたこともなく、内容も分からない」(6.1%)人々よりも発達障がいについてのスムーズな理解を促しやすい面もあろう。「内容まで知っている」の割合を5割以上にする目標を打ち立てて、行政は理解促進に力を入れてほしい。

障がい名について知っているかどうかについて、「自閉症」(95.6%)については9割台半ばに達しているのとは対照的に「広汎性発達障害」については8%にも満たなかった。心のユニバーサルデザインや心のバリアフリーを真に展開していくには、設問にある5つの障がい名と各々の内容の理解が、市民の間で広範に共有されていなければならない。そうすることで発達障がいをめぐる社会的受容のあり方を変えていかなければならない。

「広報紙」を通じて発達障がいの情報を得たいという回答(59.8%)が最も多かった。「テレビ」(32.5%)、市のホームページ(27.5%)、「パンフレット等啓発資料」(23.1%)を通じた情報取得を希望する声も一定割合に達した。しかし、たとえば「市役所等でのパネル展示」(4.5%)を軽視していいということではない。行政としてはあらゆる機会を利用して、情報の発信に努めるべきである。

### 4. 中心市街地活性化について

有効・必要だと感じる取組の最上位は「商業活性化に向けた取組」(47.5%)であった。商業あつての中心市街地であると見なす回答が多かったといえよう。その他にも「再開発事業」(31.2%)や「歩道などの道路整備」(29.9%)など、活性化の推進基盤を重視する回答が多い結果となった。

しかし一方で、「まちなかの緑化」(19.4%)、「イベントの開催」(19.0%)、「広場(オリオンスクエアやバンバひろば)や公園の整備」(19.0%)など、中心市街地にくつろぎ空間を求める声も複数項目にわたって挙がった。「駐輪場の整備」(18.4%)2割近くに達したのは、自転車利用者の実際の経験にもとづく認識のあらわれであろう。「居住施設(マンションなど)の整備」(3.8%)が極端に低くなったのは、中心市街地における居住機能は重視されなかったということであろうか。

行ってみたい、観てみたいイベントについては多岐にわたった。世代の違いや性別によっても関心の対象は異なるのであろう。観光、音楽、グルメ、農産物、スポーツといったように、中心市街地活性化に向けてイベントの果たす可能性の大きさを感じさせてくれる結果となった。

魅力ある中心市街地とするために必要な取組については、「魅力ある店舗の集積」(52.1%)、「駐車場の整備」(49.0%)、「空き店舗の解消」(47.1%)が上位に並んだ。いずれも達成にはハード面・ソフト面の知恵と工夫、さらには関係者間の調整や行政の支援が求められる課題である。それ以外にも、たとえば「休憩施設の整備」(26.6%)がなされれば、店めぐりやイベントの合間などにリラックスしてくつろげる場の出現が、中心市街地の魅力アップに直結するであろう。

## 5. 救急医療について

「救急受診の手引き」については、「知らない」(52.2%)が5割強で、「保管していない」(60.3%)が6割強と何とも心許ない結果となった。しかし、「よく読んでいる」(6.4%)と「時々読んでいる」(29.6%)を合わせて3割台半ばに達しており、手引きの保管者は救急時の備えをしっかりと意識していることになる。「殆ど読まないが、何かあった時に読む」(63.5%)の回答者を「時々読んでいる」に徐々にでもシフトさせていくことができれば、手引きを事前に読む「救急模範者」とでもいうべき人々の割合を増加させることは可能であろう。

そのための意識づけを促す方策が救急医療に関するイベントへの参加である。ところが、イベント自体を「知らない」(79.2%)が「知っている」(17.8%)よりも圧倒的に多い。さらにそもそもイベントに「参加したいと思わない」(59.2%)が「思う」(35.5%)よりも多い。普及啓発に向けて克服すべき課題が重なっているのである。

救急イベントに参加したくない主な理由は「時間がない」(50.1%)と「内容に興味がわからない」(31.2%)である。前者については当該個人の時間管理術の問題でもあり、この際、後者への対応に焦点を絞ったらどうだろうか。すなわち、イベントそのものを知ってもらうと同時に、それが魅力的な内容に溢れているというメッセージを発するのである。もちろん命を救うという救急医療の本筋はずさないものの、来場者の興味関心を引き出すような参加型の体験事業を行うとか、子どもたちが喜ぶ催し(たとえばキャラクターを用いた講習会など)を開催し家族連れの参加を促すとか、あるいは景品で一部の参加者には救急医療に役立つグッズを持ち帰ってもらうような仕掛けが必要ではないだろうか。

## 6. 障がい者施策について

「障がい者の働く場の確保など就労支援の充実」(55.8%)が、「ホームヘルプや自立訓練など福祉サービスの充実」(53.0%)を僅かではあるものの上回った。障がい者にとって、福祉サービスによる自立訓練の成果を生かした延長上に働く場があるのではないだろうか。就労は福祉サービスの受け手という範囲を超えて、能動的・積極的に社会と関わる貴重かつ重要な場であり、社会や雇用主の理解促進も含め行政は支援の労を惜しむべきではない。

「交通費助成や医療費助成など助成制度の充実」(25.5%)が6項目の中では最も低くなった。こうした助成制度の充実を求める割合が、どの程度まで下がればよいのかについては慎重に判断しなければならない。しかし、障がい者の「自立」や「就労」の後押しに福祉政策がより力点を置くのが時代的趨勢であるように思われる。そのことは「車椅子や杖など補装具や日常生活用具の給付内容の充実」(31.6%)を求める声が、項目間では比較的下位に位置したという結果からも窺えよう。

## 7. 「小中一貫教育と地域学校園」について

名前について8割近くの市民が知っている。また、内容について「よく知っている」(5.1%)と「だいたい知っている」(15.8%)を合わせると2割を超えた。とくに小中学生を持つ親に関心集中するであろうものの、「内容についてはよく知らない」(31.8%)と「実施することを知らない」(24.9%)を合わせて5割を優に超えた結果をどう受け止めればよいのか。小中一貫教育についても、まだまだ市民の間に認知されつつある過程とみなせるのではないだろうか。

「小中一貫教育」への期待では、「基礎学力が身に付くこと」(51.5%)が唯一5割を超え、学力面での期待の高さが分かる。一方で「豊かな心が育まれること」(39.5%)もほぼ4割に達し、生徒の情緒面に及ぼす期待も明らかになった。小学校と中学校との関係は別個ではなく連結しているという捉え方が、市民に肯定的に受け止められていることがわかる。

しかし、気になる点もある。「中学校進学時の不登校の急増が解消される」(21.7%)とあるが、「小中一貫教育」の導入で、複雑な諸要因が交錯する不登校問題が単純に解決するとは思われないが一助にはなるだろう。また、「幅広い教育方法を取り入れることにより、教員の指導力が向上すること」(28.2%)とあるものの、教員にとっては教える対象年齢の拡大によってかかる負荷は相当なものになるであろう。「小中一貫教育」をめぐる市民の肯定的な評価・期待と現場の教員の受け止め方との間にあるギャップが気になる。

「地域学校園」への期待では、「地域の人づくりが進むこと」(45.5%)や「地域での体験を生かした学習活動が充実すること」(39.6%)が高かった。地域力の発揮に対する期待の高さが明らかになったといえる。

## 8. 宇都宮市議会の広報について

広報紙もホームページも見たことがある」(9.3%)と「広報紙だけ見たことがある」(59.1%)を合せて7割弱であるが、「ホームページだけ見たことがある」(2.0%)が極端に低かったのは、積極的に宇都宮市議会の情報にアクセスしようとする市民が極めて少ないということである。

「広報紙もホームページも見たことがない」(28.0%)が3割弱であり、およそ10人に3人は市議会情報との接点を持っていない。

議会広報紙に求める内容の最上位は「一般質問の質問・答弁の内容」(53.5%)であり、市民は議会の本来果たすべき中心的な役割を的確に捉えていることが分かる。2割台半ばではあるものの、「予算や決算の審査状況」(25.8%)や「議会のニュース(陳情結果など)」(25.1%)などについても上位に挙げられた。地方自治において、選挙を通じて地域の代表者によって構成される議会は、首長と並んで市民から市政を受託される重要な機関である。多くの回答者が議会の役割を正面から見据えているのである。

ところが、議会ホームページに求める内容となると、「市議会の仕組み」(20.4%)、「議員の紹介(各種名簿)」(16.3%)、「政務調査費や議長交際費の情報」(16.6%)といったように、議会に関する基本情報が挙げられた。こうした情報については議会側が分かりやすい形での情報発信に努め、それを市民に積極的にPRしていくべきである。

一方で、「市議会への意見投稿」(16.9%)や「子ども向けの市議会紹介」(15.3%)といった、市民と議会とのつながりに関心を示す声も挙げられた。市民と議会との双方向のキャッチボールは健全かつ信頼のある議会活動の必須要件であり、こうした市民側からの求めに議会は積極的に応えていくべきである。

無回答(26.6%)が目立ったのは、議会の発する情報にはそもそも関心が持てない市民が多いということであろうか。市民の要求に対する誠実な応答機関でもある議会の変化を促すためには、市民側からの具体的項目の選択が出発点になるので、無回答の割合はできるだけ低いのが望ましく、より市民に関心を持ってもらうことが今後の課題である。

## 9. 宇都宮市を拠点とするプロスポーツチームについて

「知っているチームと知らないチームがある」(40.5%)が4割強となったのは、スポーツファンからすれば意外な結果だったかもしれない。「3チームとも知っている」(47.0%)が最低でも5割を超えた時点で、地域密着型のプロスポーツが宇都宮市で市民権を得たといえるのではないだろうか。

3チームが連携してファンの発掘に取り組む機会も多い。地域密着型プロスポーツチームであるがゆえに、市民にはちょっと前までは知らなかったチームを良く知るようになる機会はあるだろうし、これまでは関心のなかったチームに関心を持つようになる可能性もそれだけ高くなる。市民にはチームを知り、ファンに転化する機会が比較的多く与えられているのである。

そうはいうものの、「3チームとも観戦したことがない」(78.7%)が8割近くに達した。試合会場に実際に足を運んでもらえるかどうかは、ファン獲得の分水嶺ともいえるので、まずは「1チームの試合を観戦したことがある」(14.2%)の割合の底上げに向け、各プロスポーツチームの取組に対して行政はさらに側面支援すべきであろう。そうすれば、「2チームの試合を観戦したことがある」(4.4%)の割合が増加し、結果として「3チームとも観戦したことがある」(0.4%)の割合が格段に上昇する可能性がある。サッカー、バスケットボール、自転車ロードレースといった各々別個のプロスポーツ競技の魅力を、プロスポーツさらにはスポーツ全体の魅力の発信につなげる支援の施策が行政には求められる。

3つのプロスポーツチームへの期待では、「チームの強化」(45.7%)が最も高かった。勝負に勝つチームへの期待は、プロスポーツならではの世界であろう。しかし、それに続いたのは「有名選手の獲得」(15.1%)ではなく、「地域に密着した活動(地域イベントへの参加など)」(38.0%)などであり、このあたりにチームと市民との距離の近さや直接的な交流の場といった、地域スポーツ独自の強みに対する期待の高さが明確に出ている。

## 10. 青少年の薬物乱用問題について

意識啓発の方法について圧倒的に高い割合となったのは、「高等学校までの学校教育で薬物乱用防止教育を強化する」(48.3%)であった。薬物乱用防止に果たす学校教育の責任と役割の重さが浮き彫りになった。「家族で薬物の恐ろしさを取りあげて話し合う」(19.3%)がほぼ2割に達した。薬物乱用防止には学校と家庭が協力・連携していくことの必要性が認識されていることが分かる。

「新聞、雑誌、テレビやラジオ、インターネットなど各種メディアを活用する」(9.1%)は1割に届かなかったが、学校と家庭だけでなくメディアを通じた防止の啓発も重要である。さらに、地域での取組や講演会・研修会、広報紙やポスター・チラシなど多面的な啓発のルートを組み合わせ、社会が薬物乱用防止の大切さを毅然とした態度で共有していくようにしなければならない。

啓発事業に参加する適切な場所として、「学校」(48.3%)と「地域の身近な施設」(49.0%)が上位に並んだ。市民が目的意識を持って参加する当該地域の学校施設や公共施設を啓発事業の拠点としつつ、同時に「大型ショッピングセンターなど郊外の商業施設」(23.5%)のように、市民が別の目的で出掛けて行った施設先でも、啓発事業が積極的に展開されていれば関心の目が向きやすくなる。多くの市民が集まる施設での情報提供をさらに拡充してほしい。