

III 調査結果のあらまし

第56回市政に関する世論調査の結果

1. 宇都宮市に対する感じ方について

(1) 宇都宮市の好き・嫌い

「好き」と「どちらかといえば好き」を合わせた【好き(計)】は9割強であった。一方、「どちらかといえば嫌い」と「嫌い」を合わせた【嫌い(計)】は1割に満たなかった。

(2) 好きな理由

宇都宮市で好きだと思うところについては、「自然災害の少なさ」が4割半ばで最も高く、次いで「買い物など日常生活の便利さ」、「自然環境の豊かさ」、「慣れ親しんだところ」と続いている。

(3) 嫌いな理由

宇都宮市の嫌いだと思うところについては、「交通マナーの悪さ」が約3割で最も高く、次いで「交通渋滞の多さ」、「街に活気がないところ」、「電車やバスなどの交通機関の整備が遅れているところ」と続いている。

2. 広報媒体の活用状況について

(1) 市政情報の各広報媒体の視聴状況

市政情報の各広報媒体の視聴状況については、「よく見る(聞く)」と「ときどき見る(聞く)」を合わせた【見る(聞く)ことがある(計)】は「広報うつのみや」が約8割で最も高く、次いで「インターネット(宇都宮市ホームページ)」、「暮らしの便利帳」と続いている。

(2) 「広報うつのみや」の入手方法

「広報うつのみや」の入手方法については、「新聞折込で自宅に届いている」が6割弱で最も高かった。一方、「手に入れていない」が約2割であった。

(3) 「広報うつのみや」を入手していない理由

「広報うつのみや」を入手していない理由は、「特に必要でないため」が約5割で最も高く、次いで、「入手方法を知らないため」が約4割であった。

(4) 「広報うつのみや」で読んでいる主な記事

「広報うつのみや」で主に読んでいる記事については、「市政情報」が5割半ばで最も高く、次いで「各施設の催し」、「政策特集(広報うつのみやプラス)」、「情報カレンダー」、「特集」、「教室・講座・催し」と続いている。

(5) 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

地域活動の情報、イベント情報の更なる充実を求める声が多かった。

(6) 市のホームページを見るための主な手段

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」が約4割で最も高かった。

(7) ホームページで知りたい情報はどこから探すか

ホームページで知りたい情報はどこから探すかについては、「大分類(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)」が5割強で最も高かった。

(8) ホームページを利用して知りたい情報は探しやすいか

ホームページで知りたい情報は探しやすいかについては、「探しやすい」と「どちらかといえば探しやすい」を合わせた【探しやすい(計)】が6割強であった。一方、「どちらかといえば探しにくい」と「探しにくい」を合わせた【探しにくい(計)】は3割強であった。

(9) ホームページに関する感想、充実してほしい機能や情報

市政に関する情報、地域のイベント情報、災害時や緊急時等の情報の充実やカテゴリー分けなどによる情報検索のしやすさを求める声が多かった。

(10) 市政情報をどんな手段で知りたいか

市政情報をどんな手段で知りたいかについては、「広報うつのみや」が5割半ばであった。

3. 良好な生活環境の確保に係る市民満足度について

(1) 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

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については、「満足」と「やや満足」を合わせた【満足(計)】が5割強であった。一方、「不満」と「やや不満」を合わせた【不満(計)】は約1割であった。

4. 生物多様性について

(1) 「生物多様性」の認知度

「生物多様性」の認知度については、「聞いたことはあるが、意味は知らなかった」が約4割で最も高く、次いで「言葉も意味も知っていた」が3割半ばであった。

(2) 外来種が及ぼす影響の認知度

外来種が及ぼす影響の認知度については、「知っていた」が9割弱で最も高く、次いで「外来種という言葉知っていたが、その影響までは知らなかった」が約1割であった。

5. 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

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は、「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6割強であった。一方、「変わらない」は2割半ばであった。

(2) 「宇都宮らしい景観」とは何か

「宇都宮らしい景観」とは何かについては、「歴史が感じられる二荒山神社周辺の景観や城下町の名残ある中心市街地の街並み」が3割半ばで最も高く、次いで「新たな都市拠点としてまちびらきしたJR宇都宮駅東口」が3割強と続いている。

(3) 良好な都市景観の形成に必要なこと

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5割弱で最も高く、次いで「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2割強、「沿道や都心部の緑化の推進」が約2割と続いている。

(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

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」と「どちらかといえば良い」を合わせた【良い（計）】が6割強であった。一方、「悪い」と「どちらかといえば悪い」を合わせた【悪い（計）】は約2割であった。

(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

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4割半ばで最も高く、次いで「賑わいを感じる」が2割半であった。

6. 宇都宮産の農産物について

(1) 宇都宮産の農産物の購入意欲

宇都宮産の農産物の購入意欲については、「非常にそう思う」と「そう思う」を合わせた【そう思う（計）】が8割半ばであった。一方、「まったく思わない」と「あまりそう思わない」を合わせた【そう思わない（計）】は1割強であった。

(2) 宇都宮の農業を大切にしたいと思うか

宇都宮の農業を大切にしたいと思うかについては、「非常にそう思う」と「そう思う」を合わせた【そう思う（計）】が約9割であった。一方、「まったく思わない」と「あまりそう思わない」を合わせた【そう思わない（計）】は1割に満たなかった。

(3) 環境に配慮して生産された農産物の購入意欲

環境に配慮して生産された農産物の購入意欲については、「非常にそう思う」と「そう思う」を合わせた【そう思う（計）】が9割弱であった。一方、「まったく思わない」と「あまりそう思わない」を合わせた【そう思わない（計）】は約1割であった。

7. カーボンニュートラル（脱炭素）について

(1) カーボンニュートラルの認知度

カーボンニュートラルの認知度については、「言葉の意味も含めて知っている」が5割半ばで最も高く、次いで「言葉は知っているが、意味はよく分からない」が4割弱であった。

(2) カーボンニュートラルの実現に向けた取組は必要だと思うか

カーボンニュートラルの実現に向けた取組は必要だと思うかについては、「必要だと思う」と「どちらかといえば必要だと思う」を合わせた【必要だと思う（計）】が約9割であった。一方、「必要だと思わない」と「どちらかといえば必要だと思わない」を合わせた【必要だと思わない（計）】は1割に満たなかった。

(3) カーボンニュートラルにつながる行動について

カーボンニュートラルにつながる行動については、「実践している」は『ごみの減量と分別』が8割半ばで最も高く、次いで『レジ袋や使い捨てプラスチックの使用量削減』が7割半ば、『LED照明の使用』が約7割と続いている。「検討もしていない」は『小売り電気事業者の再エネメニューに切り替え』と『自動車をEV（電気自動車）に乗り換え』が約6割で最も高く、次いで『太陽光発電などの再生可能エネルギー設備を設置』が6割弱であった。

(4) ライトラインが再生可能エネルギー100%で走行していることの認知度

ライトラインが再生可能エネルギー100%で走行していることの認知度については、「知らない（今回の調査で初めて認識）」が6割半ばであった。一方、「知っている」は3割強であった。

8. 水災害（洪水など）への備えについて

(1) ハザードマップの存在の認知度

ハザードマップの存在の認知度については、「知っており、内容を確認している」が5割弱、次いで「知っているが、内容を確認したことはない」が4割半ばであった。

(2) 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

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は、「洪水浸水想定区域外に立地している」が7割弱であった。

(3) 水災害への備えに取り組んでいるか

水災害（洪水など）に対し、あらかじめ備えに取り組んでいるかについては、「災害時の避難場所の確認」が5割半ばで最も高く、次いで「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）」が約4割であった。

9. まちづくり活動への意識について

(1) 参加中または興味があるまちづくり活動

参加中または興味があるまちづくり活動については、「スポーツ・文化・芸術の普及啓発などに関する活動」、「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」、「地域の安全・安心を守るための活動」が2割強であった。また、「地域の環境や自然などを守るための活動」は約2割であった。

(2) まちづくり活動に参加していない理由

まちづくり活動に参加していない理由については、「参加するチャンス・きっかけがない」が4割半ばで最も高く、次いで「どのように参加すればいいかわからない」が2割半ばであった。

10. スポーツに関することについて

(1) スポーツに関する指導を行ってみたいか

スポーツに関する指導を行ってみたいかについては、「行いたくない」が約5割で最も高く、次いで「どちらともいえない」が約3割であった。

(2) スポーツ競技会場でスポーツ観戦をしたことがあるか

スポーツ競技会場でスポーツ観戦をしたことがあるかについては、「観戦したことはあるが、今後の予定はない」が約4割であった。

(3) アーバンスポーツに関心があるか

アーバンスポーツに関心があるかについては、「観戦することに関心がある」が4割半ばで最も高く、次いで「まったく関心がない」が4割強、「自ら行うこと、観戦することどちらも関心がある」が1割弱と続いている。

1 1. 治水・雨水対策について

(1) 総合治水・雨水対策の認知度

総合治水・雨水対策の認知度については、「知らない」が5割半ばであった。また、「ある程度知っている」は約4割であった。

(2) 総合治水・雨水対策をどこで知ったり聞いたりしたか

総合治水・雨水対策をどこで知ったり聞いたりしたかについては、「市のホームページや広報紙」5割強であった。

(3) 総合治水・雨水対策の効果的な周知・啓発手法

総合治水・雨水対策の効果的な周知・啓発手法については、「新聞・テレビ・ラジオ」が約3割、次いで「市のホームページや広報紙」が約2割であった。

(4) 今後取り組んでいきたいと思っているもの

実際に取り組んでいるもの、または、今後取り組んでいきたいと思っているものについては、「ハザードマップを活用し避難場所などの確認」が4割半ば、次いで「非常用持出品の準備」が4割強であった。

1 2. 中心市街地の活性化について

(1) 中心市街地に出かける頻度

中心市街地に出かける頻度については、「年に数回程度」が3割強、次いで「月1～2回程度」が3割弱であった。

(2) 中心市街地へ出かける目的

中心市街地へ出かける目的については、「買い物」が5割強、次いで「飲食」が約3割であった。

(3) 中心市街地により訪れたいくなるための機能や施設

より訪れたいくなるための機能や施設については、「大規模商業（百貨店、デパートなど）」が4割半ばで最も高く、次いで「文化・芸術（図書館、博物館、美術館、劇場、ホール、映画館など）」が約4割であった。

1 3. プラスチック製品の資源化について

(1) プラスチックごみを減らすための取組

プラスチックごみを減らすための取組については、「マイバックを使用する（レジ袋を購入しない、もらわない）」が8割強で最も高かった。

(2) 「プラスチック製容器包装」と「プラスチック製品」の排出方法の違いの認知度

「プラスチック製容器包装」と「プラスチック製品」の排出方法の違いの認知度については、「知っている」が5割強であった。一方、「知らない」は4割半ばであった。

(3) プラスチック製品も資源物として収集する場合、分別に協力しやすい手法

プラスチック製品も資源物として収集する場合、分別に協力しやすい手法については、「どのプラスチック製品が分別対象なのか分かりやすく明確であること（排出物のわかりやすさ）」が約4割で最も高く、次いで「プラスチック製容器包装と一緒にゴミ袋に入れられるなど排出方法が簡単であること（排出方法のわかりやすさ）」が3割半ばであった。

14. 宇都宮市のみどりについて

(1) みどりの量についての感じ方

みどりの量についての感じ方については、「a 郊外部のみどりの量」は『ちょうどよい』が6割半ば、「b 都市部のみどりの量」は『ちょうどよい』が5割強、「c 自宅周辺のみどりの量」は『ちょうどよい』が約6割でいずれも『ちょうどよい』が最も高かった。また、みどりの量が少ないと感じたのは都市部で4割半ばであった。

(2) 「みどり」に関することで取り組みたいこと

今後、「みどり」に関することで取り組みたいことについては、「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」が5割半ばで最も高かった。

(3) 「みどり」を増やすために必要な取組

「みどり」を増やすために必要な取組については、「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」が約7割で最も高く、次いで「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」が約3割であった。

15. 住宅用火災警報器の設置及び維持管理状況について

(1) 「住宅用火災警報器または自動火災報知設備」の設置状況

現在、自宅に「住宅用火災警報器または自動火災報知設備」が設置されているかについては、「住宅用火災警報器を設置している（戸建て住宅など）」が6割強であった。

(2) 設置している住宅用火災警報器の経過年数

設置している住宅用火災警報器の経過年数については、「10年経過した」が4割強であった。

(3) 住宅用火災警報器などの「点検」の有無

住宅用火災警報器などの「点検」の有無については、「今まで点検を行ったことがない」が5割弱で最も高く、次いで「定期的（半年に一度程度、業者による点検も含む）」が3割強であった。

16. 「大谷石文化」の日本遺産認定について

(1) 「大谷石文化」が日本遺産に認定されていることの認知度

「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は、「知らない」が約5割であった。一方、「知っている」も約5割であった。

(2) 「大谷石文化」を誇りに感じるか

「大谷石文化」を誇りに感じるかについては、「感じる」と「やや感じる」を合わせた【感じる（計）】が7割弱であった。一方、「思わない」と「あまり感じない」を合わせた【思わない・感じない（計）】は2割半ばであった。

17. 雨水貯留・浸透施設の補助金制度について

(1) 「貯留タンク（雨どいから雨水を貯めるタンク）」や「浸透ます（雨水を地下にしみ込ませるもの）」の認知度

「貯留タンク（雨どいから雨水を貯めるタンク）」や「浸透ます（雨水を地下にしみ込ませるもの）」の認知度については、「知っている」が約4割で最も高く、次いで「名前は聞いたことがある」が3割半ばであった。

(2) 貯留タンクや浸透ますなどの設置に対する補助金制度の認知度

貯留タンクや浸透ますなどの設置に対する補助金制度の認知度については、「知らない」が7割弱であった。一方、「知っている」は3割強であった。

(3) 貯留タンクや浸透ますなどの設置効果についての認知度

貯留タンクや浸透ますなどの設置効果についての認知度については、「知らない」が5割強であった。一方、「知っている」は5割弱であった。

(4) 貯留タンクや浸透ますなどを設置したいと思うか

貯留タンクや浸透ますなどを設置したいと思うかについては、「わからない」が約6割で最も高く、次いで「設置したい」が2割弱、「設置したくない」が1割強であった。

(5) 設置希望・既設置の理由

設置希望・既設置の理由については、「雨水を庭木の水やりに利用するため」と「水の節約になるため」が約5割で高く、次いで「浸水被害の軽減や適正な水循環の形成につながるため」が約4割と続いている。

(6) 設置したくない理由

設置したくない理由については、「設置後の維持管理に手間がかかりそうであるため」が5割強で最も高く、次いで「敷地に設置できる場所がないため」が5割弱であった。

18. 焼却ごみ削減の取組について

(1) ごみ削減のため実施した取組

ごみ削減のため実施した取組については、「プラスチック製容器包装（お弁当の容器など）の分別を徹底した」が7割強で最も高く、次いで「資源化できる紙（お菓子の箱など）の分別を徹底した」が約6割、「食品ロスが発生しないよう、食品の使い切り・食べ切りに務めた」が5割半ばと続いている。

(2) 焼却ごみ削減の取組のために参考にしたもの

焼却ごみ削減の取組のために参考にしたものについては、「資源とごみの分け方・出し方（ごみ分別冊子）」が約7割で最も高く、次いで「広報紙」が3割半ばであった。

19. シェアリングモビリティの認知度等について

(1) 市役所や宇都宮駅周辺でシェアリングサービスを実施していることの認知度

市役所や宇都宮駅周辺でシェアリングサービスを実施していることの認知度については、「知っているが利用したことはない」が6割弱で最も高く、次いで「知らない」が約4割であった。

(2) シェアリングサービスを利用してみたいか

シェアリングサービスを利用してみたいかについては、「思わない」が7割強であった。一方、「思う」は2割強であった。

(3) シェアリングサービスを利用してみたい理由

シェアリングサービスを利用してみたい理由については、「街なかの移動手段として利用したい」が5割弱で最も高く、次いで「面白そうなので乗ってみたい」が約3割であった。

(4) シェアリングサービスを利用したくない理由

シェアリングサービスを利用したくない理由については、「車での移動が多く利用の機会がない」が4割半ばで最も高かった。

(5) 普段の公共交通（電車やバス）の利用頻度

普段の公共交通（電車やバス）の利用頻度については、「ほとんど利用しない」が約7割であった。

20. 結婚・出産・子育てに関する意識について

(1) 結婚しているか

結婚しているかについては、「結婚している」が7割弱で最も高く、次いで「結婚したことがあるが現在はしていない（離死別含む）」が約2割であった。

(2) 結婚するつもりがあるか

結婚するつもりがあるかについては、「結婚するつもりはない」が約6割であった。一方、「いずれ結婚するつもり」は約3割であった。

(3) 結婚している場合、全部で何人のお子さんを持ちたいか

結婚している場合、全部で何人のお子さんを持ちたいかについては、「2人」が5割半ばで最も高く、次いで「3人」が2割強であった。

(4) 結婚を予定している場合、子どもは何人ほしいか

結婚を予定している場合、子どもは何人ほしいかについては、「2人」が約5割で最も高く、次いで「子どもはほしくない」が2割強であった。

21. 「SDGs（エス・ディー・ジーズ）」について

(1) SDGsについての認知度

SDGsについての認知度については、「SDGsについて内容をある程度知っているが、達成に向けた取組は実践していない」が3割弱で最も高く、次いで「SDGsについて内容をある程度知っており、達成に向けた取組を実践している」が2割半ばであった。

(2) SDGsにつながる行動の中で、日頃から取り組んでいるもの

SDGsにつながる行動の中で、日頃から取り組んでいるものについては、「水をだしっぱなしにしないようにしている」が7割半ばで最も高く、次いで「買い物をするときはマイバッグを使っている」が7割強であった。

(3) SDGsのゴールの中で、積極的に取り組みたい分野

SDGsのゴールの中で、積極的に取り組みたい分野については、「すべての人に健康と福祉を」が4割半ばで最も高く、次いで「住み続けられるまちづくりを」が約4割であった。

2.2. 生涯学習について

(1) 現在、生涯学習として学習、文化・スポーツ活動等をしているか

現在、生涯学習として学習、文化・スポーツ活動等をしているかについては、「していない」が約6割であった。一方、「している」は約4割であった。

2.3. 健康づくりについて

(1) 「(保存版(冊子))健康づくりのしおり」をどのように利用しているか

「(保存版(冊子))健康づくりのしおり」をどのように利用しているかについては、「健診に関する情報を得たいとき」が3割強で最も高く、次いで「高齢者サービスに関する情報を得たいとき」が2割半ばであった。

(2) がん検診を受診する間隔

がん検診を受診する間隔については、「毎年受診している」、「受診していない」がともに3割半ばであった。

(3) 直近のがん検診の受診先

直近のがん検診の受診先については、「市の受診券を利用して受ける個別検診(医療機関で実施している検診)」が3割半ばで最も多く、次いで「職場の検診」、「市の受診券を利用して受ける集団検診(保健センターや地区市民センターで実施している検診)」がともに約2割であった。

2.4. 議会の広報・広聴に対する市民の認知度について

(1) 市議会の情報をどのような方法で得ているか

市議会の情報をどのような方法で得ているかについては、「議会広報紙「あなたと市議会」」が4割弱で最も高く、次いで「新聞」が3割強であった。

(2) 市議会について知りたいこと

市議会について知りたいことについては、「一般質問(定例会での議員の質問)の内容と市の答弁(回答)」が4割弱で最も高く、次いで「市民からの意見」が3割強であった。

(3) 「サクサク! うつのみや市議会」や「なるほど! うつのみや市議会」の認知度・視聴経験

「サクサク! うつのみや市議会」や「なるほど! うつのみや市議会」の認知度・視聴経験については、「知らない」が7割強で最も高く、次いで「知っているが、視聴したことはない」が2割弱であった。

(4) 市議会に取り組んでほしいこと

市議会に取り組んでほしいことについては、「市民と議員の意見交換」が約4割で最も多く、次いで「学校での特別授業(小学校~高等学校)」が約2割、「市民発案の政策提案募集」が2割弱と続いている。

25. 選挙の投票率向上に向けた取組について

(1) 最近の選挙について、投票に行っているか

最近の選挙について、投票に行っているかについては、「毎回行っている」が4割半ばで最も高く、次いで「ほとんど行っている」が2割強であった。

(2) 投票に行ったことがない方の4月23日宇都宮市議会議員選挙の認知度

投票に行ったことがない方の4月23日宇都宮市議会議員選挙の認知度については、「知っていた」が約5割であった。一方、「知らなかった」は5割弱であった。

(3) 宇都宮市議会議員選挙の低投票率の理由

宇都宮市議会議員選挙の低投票率の理由については、「皆が選挙に行っても何も変わらないと感じているから」が5割半ばであった。

(4) 投票環境の充実を図るために必要な取組

投票環境の充実を図るために必要な取組については、「候補者や政党の情報を増やす」が3割半ばであった。

26. 「もったいない運動」について

(1) 「もったいない運動」を知った経緯

「もったいない運動」の認知度については、「今回の調査で初めて知った」が約5割で最も高く、次いで「広報紙」が2割強であった。

(2) 日常生活の中で取り組んでいる「もったいない運動」

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、「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、省エネ家電等の使用など）」が約7割で最も高く、次いで「ごみの減量に向けた行動（マイバッグ、マイボトル、マイ箸の使用など）」が6割半ば、「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など）」が5割半ばと続いている。

27. 男女共同参画について

(1) 家事・育児・介護それぞれに費やした時間

家事・育児・介護それぞれに費やした時間については、家事は、「21時間以上35時間未満」が5割弱で最も高く、次いで「0時間以上7時間未満」が2割強であった。育児は、「対象者なし」を除く「7時間以上21時間未満」が約2割で、介護は「対象者なし」を除く「7時間以上21時間未満」が2割半ばであった。

(2) 社会的な活動の実施状況

社会的な活動の実施状況については、「特になし」が6割弱で最も高く、次いで「自治会やまちづくりなどの地域活動」が2割強であった。

(3) 配偶者からの暴力を受けた経験

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、「身体的な暴力」、「経済的な暴力」、「精神的な暴力」、「性的な暴力」、「社会的暴力」、「子どもを巻き込んだ暴力」それぞれの「まったくない」は7割弱から7割強であった。「何度もあった」と「1、2度あった」を合わせた【経験あり（計）】は「精神的な暴力」が1割弱であった。

(4) LGBTQ (エルジービーティーキュー) の認知度

LGBTQ (エルジービーティーキュー) の認知度については、「言葉も内容も知っている」が5割半ばで最も高く、次いで「言葉だけは聞いたことがある」が3割半ば、「全く知らない」は1割に満たなかった。

28. 防犯・交通安全に関する意識・状況について

(1) 安心して暮らすことができているか

安心して暮らすことができているかについては、「どちらかといえばそう思う」が約6割で最も高く、次いで「そう思う」が約3割であった。

(2) 自転車乗車用のヘルメットの所持および着用状況

自転車乗車用のヘルメットの所持および着用状況については、「普段自転車を利用しておらず保有もしていない」が7割弱で最も高く、次いで「普段自転車に乗るが保有していない」が約2割であった。

(3) 自転車保険の加入状況

自転車保険の加入状況については、「普段自転車を利用しておらず保険には加入していない」が5割半ばで最も高く、次いで「自動車保険や火災保険の特約（個人賠償保険）など複合型の保険に加入している」が2割半ばであった。