

名古屋の文化イメージ

——愛知淑徳大学学生調査より——

谷 沢 明

1、調査研究の概要

本稿は、愛知淑徳大学現代社会学部2年生300人を対象に行った、「名古屋の文化イメージに関する調査」の結果の概要報告である。

筆者の属する地域・産業コースにおいては、平成7年度以降、共同研究「名古屋の地域と産業に関する研究」を実施しており、担当分野である「名古屋の文化」の調査研究の一環として、平成8年度、「名古屋の文化イメージに関する調査」を行うことになった。

調査は、平成8年4月15日から6月17日にかけて、8回にわたって実施した。調査対象者である現代社会学部2年生300人は、筆者が講義を担当している社会調査論受講学生であり、調査票作成から調査結果の整理に至る一連の作業は、授業の一環として学生の参加のもとに行なわれた。なお調査方法は、調査票を用いた集合調査である。

全8回の調査テーマについては、次のとおりである。

予 備 調 査：名古屋の文化イメージに関する予備調査（4月15日実施）

第1回調査：名古屋の現代文化に関する調査（4月22日実施）

第2回調査：名古屋の伝統文化に関する調査（5月13日実施）

第3回調査：名古屋の都市文化に関する調査（5月20日実施）

第4回調査：名古屋の地域文化に関する調査（5月27日実施）

第5回調査：名古屋の食文化に関する調査（6月3日実施）

第6回調査：名古屋の婚姻習俗に関する調査（6月10日実施）

第7回調査：名古屋の芸術文化に関する調査（6月17日実施）

最初実施した予備調査においては、名古屋の文化を現代文化・伝統文化・都市文化・地域文化・生活文化・儀礼文化・芸術文化の7つに区分し、それぞれ最も象徴することがらを1つ記入してもらったとともに、名古屋の文化といったら何をイメージするかについて3つのキーワードを自由に書き込んでもらった。この予備調査の結果を整理し、回答結果の傾向から、生活文化は食文化に、儀礼文化は婚姻習俗に改め、7つのテーマにおける調査項目を決定した。

以後、7回の調査は、主として5段階評価の評定尺度を用いた質問形式で行ない、あわせてその理由について自由記述意見を求めた。調査項目は、「名古屋の現代文化に関する調査」においては、名古屋の景観、名古屋の娯楽・スポーツ、名古屋の交通、名古屋人気質、東西比較、

名古屋の現代文化の印象、名古屋の産業と情報化、その他である。

「名古屋の伝統文化に関する調査」においては、名古屋城とシャチホコ、名古屋の伝統的行事、名古屋の言葉・結婚式・料理、武将と伝統文化、名古屋の伝統工芸、芸どころ名古屋、その他が調査項目である。

「名古屋の都市文化に関する調査」においては、地下街・地下鉄、名古屋の道路と車社会、都市公園、都市のデザイン、栄・駅前、三大都市としての名古屋、都市の性格、待ち合わせ場所、都市のイメージが調査項目である。

「名古屋の地域文化に関する調査」においては、名古屋弁、地域のスポーツ、地元企業と地域文化、企業の性格、地域のメディア、名古屋人の性格、地域の施設、東京・大阪・名古屋のイメージカラーが調査項目である。

「名古屋の食文化に関する調査」においては、赤味噌・みそカツ、きしめん・味噌煮込みうどん、ういろ、鳥料理、海老フライ・天むす、名古屋の食文化、名古屋人気質と食文化、その他が調査項目である。

「名古屋の婚姻習俗に関する調査」においては、名古屋の結婚式、派手な結婚式、結婚の菓子まき、嫁入り道具、結納、結婚のしきたり、名古屋嫁入り物語（TV番組）、名古屋人の性格が調査項目である。

「名古屋の芸術文化に関する調査」においては、愛知芸術文化センター、御園座、徳川美術館、熱田神宮の宝物館、名古屋の美術館、都市と芸術、都市と芸能、その他が調査項目である。

以上の調査項目にしたがって約200件の設問を作成した。そして、調査結果の整理においては、各設問ごとに、性別・地域別のクロス集計・製表・グラフ作成を行ない、あわせて自由記述意見を整理し、それぞれの調査項目の分析を行なった。なおこの作業は、300人の学生を28グループに分けて、グループ課題として実施したものである。テーマ別調査対象者の属性構成比は〈表1〉のとおりである。

〈表1〉テーマ別調査対象者の属性構成比

No	テーマ	男性	女性	市内	尾張	三河	県外	回答者数
1	現代文化の調査	22.5%	77.5%	28.7%	34.0%	16.6%	20.8%	276人
2	伝統文化の調査	21.1%	78.9%	24.4%	34.0%	17.2%	24.4%	246人
3	都市文化の調査	21.9%	78.1%	26.8%	34.7%	17.6%	20.9%	251人
4	地域文化の調査	23.1%	76.9%	27.1%	35.4%	17.5%	20.0%	247人
5	食文化の調査	21.0%	79.0%	27.0%	35.3%	15.5%	22.2%	252人
6	婚姻習俗の調査	19.1%	80.9%	24.0%	37.0%	17.5%	21.5%	246人
7	芸術文化の調査	21.0%	79.0%	24.7%	36.0%	16.5%	22.8%	267人

2、回答結果

(1) 回答結果

5段階評価を行なった設問および回答結果については、文末資料「設問と回答結果平均値一覧」を参照されたい。以下、回答結果で注目されるものを若干紹介したい。

第1回「名古屋の現代文化に関する調査」において、もっとも高い平均値を示したのは「名古屋は自動車産業に代表される工業都市」という名古屋の産業からくる現代文化のイメージであった。次いで「名古屋はつねに東京、大阪を意識している」「大都市になりきれない田舎である」という現代文化の印象が高い数値を示し、「地下街の発達」は名古屋の現代文化を象徴する「中途半端である」がこれに次ぐ。また、交通に関しては道路が広いこと・車社会が、景観に関しては名古屋ドーム・愛知県芸術文化センターが現代文化を象徴するものとして上位にあげられている。

第2回「名古屋の伝統文化に関する調査」において、もっとも高い平均値を示したのは「名古屋の結婚式は伝統文化を象徴する」という結婚式についてのイメージであった。次いで「名古屋城は伝統文化を象徴する」「名古屋祭りは名古屋の伝統文化である」という名古屋城と祭礼について、「名古屋弁は伝統文化を象徴する」「瀬戸物は名古屋の伝統工芸である」「熱田神宮は伝統文化を象徴する」という言葉・伝統工芸・宗教が高い数値を示している。なお従来言われてきた「名古屋は芸どころである」に関しては平均値が2.8と低い。また同様に従来言われていた「名古屋はお稽古ごとが盛んである」については平均値が3.0であるものの、他の設問に比べると相対的に数値が低くなっている。

第3回「名古屋の都市文化に関する調査」において、もっとも高い平均値を示したのは「名古屋は『地下街の都市』である」という名古屋の都市イメージであった。次いで「名古屋の地下鉄は便利である」という地下鉄の発達が数値を示し、「道路の広さは都市文化を象徴する」「鶴舞公園は都市の中に安らぎや緑を与えている」「栄・駅前の百貨店は名古屋の都市文化を象徴する」「ツインタワー（建設中）は都市文化に影響を与える」の道路・都市公園・繁華街のイメージが上位にあげられている。反面、運転マナーの悪さが指摘されるとともに、『『デザイン都市名古屋』はその名にふさわしい』に関しては平均値が2.4と低い。また「名古屋は三大都市としての機能をはたしている」「名古屋の街の建物は魅力的である」についても平均値は2.6にとどまっている。

第4回「名古屋の地域文化に関する調査」において、もっとも高い平均値を示したのは「言葉は地域文化を象徴する」という名古屋弁についてのイメージであった。次いで「トヨタ自動車は地域文化の振興に貢献している」という企業イメージ、また「ドラゴンズは地元」に根差したチームである」というスポーツが高い数値を示し、「中日新聞は親しみが持てる」「グランパスは地元」に根差したチームである」のメディア・スポーツがこれに次ぐ。なお名古屋弁については、地域文化を象徴するものの、「誇りに思う」「今後末長く親しまれる」という設問においては平均値が2.7、2.8と低い。なお従来指摘されてきた名古屋の企業の性格である「仲間同士

の結束が強い」「堅実な経営方針である」「中央との結び付きに欠ける」の平均値は3.1～3.2を示す。この3問の回答の選択肢においては「どちらでもない」がとりわけ目立っているのが特徴である。

第5回「名古屋の食文化に関する調査」において、もっとも高い平均値を示したのは「みそカツは名古屋の食文化を象徴する」「味噌煮込みは名古屋の食文化を象徴する」という食物イメージであった。次いで「赤味噌は名古屋の食文化を象徴する」「きしめんは名古屋の食文化を象徴する」という設問が高い数値を示し、ういろ・天むす・味の濃さが名古屋の食文化を象徴するものとして上位にあげられている。これら7項目に関しては、いずれも平均値4.0以上の高い数値で、名古屋の文化として独自の食文化が強くイメージされていることがあらわれている。なお名古屋の代表的土産物とされる「ういろ」に関しては、これを「名古屋土産として選びたい」に2.8の評価しか与えられていない。

第6回「名古屋の婚姻習俗に関する調査」において、もっとも高い平均値を示したのは「名古屋の結婚式は派手である」というイメージであった。次いで「名古屋の結婚式は儀礼文化を象徴する」「名古屋は嫁入り道具に金をかける土地柄である」ということが高い数値を示し、「結婚は家と家の結び付きという意識が強い」「名古屋の嫁入り道具の披露は派手である」「結婚の菓子まきは名古屋の名物である」も上位にあげられている。しかし本人の問題として、「自分のときも菓子まきをしたい」「自分のときも派手な嫁入り道具の披露をしたい」に関しては平均値が2.0、また、「自分の結婚式を派手にしてもらいたい」「将来子供に派手な結婚式をしてやりたい」については平均値が2.2といずれも低い。なお、自由記述意見によると、テレビドラマの「名古屋嫁入り物語」が名古屋の婚姻習俗について大げさなイメージを与えているとの指摘が目立つ。

第7回「名古屋の芸術文化に関する調査」において、もっとも高い平均値を示したのは「御園座はこれからも残してほしい」「『P.S愛してる』は好きな番組である」という伝統芸能・現代のメディアについてのイメージであった。次いで「御園座は名古屋の芸術文化を象徴する」「徳川美術館は名古屋の芸術文化を象徴する」という設問が高い数値を示す。反面、「名古屋は芸術が生まれやすい」の平均値は2.5、「名古屋には独自の芸能がある」の平均値は2.6と低い。

(2) 平均値の高低

これらの調査結果により、名古屋の文化といたらずには「食文化」がイメージされることが明かになった。みそカツ・味噌煮込み・赤味噌・きしめん・「ういろ」・天むすは、名古屋の食文化を象徴するに5段階評価で4.0以上の平均値が示されている。また、地域文化では言葉・トヨタ自動車・ドラゴンズが、婚姻習俗では派手な結婚式・嫁入り道具、現代文化では自動車産業、伝統文化では名古屋城・名古屋祭りが名古屋の文化として大きくイメージされている。5段階評価を行った158設問のうち、4.0以上の平均値を示すものは〈表2〉の18件がみられる。

一方、低い平均値を示すものに、婚姻習俗の回答がある。派手な結婚式・嫁入り道具でイメージされる名古屋ではあるものの、実際、自分のときはどうかと尋ねると、否定的な回答が多い。

〈表2〉 平均値4.0以上を示した設問

平均値	設 問	区 分
4.4	みそカツは名古屋の食文化を象徴する 味噌煮込みは名古屋の食文化を象徴する	[食 文 化] [食 文 化]
4.3	言葉は地域文化を象徴する 赤味噌は名古屋の食文化を象徴する きしめんは名古屋の食文化を象徴する 名古屋の結婚式は派手である	[地域文化] [食 文 化] [食 文 化] [婚姻習俗]
4.2	トヨタ自動車は地域文化の振興に貢献している	[地域文化]
4.1	名古屋は自動車産業に代表される工業都市 名古屋の結婚式は伝統文化を象徴する ドラゴンズは地域に根差したチームである 「ういろ」は名古屋を代表する土産である	[現代文化] [伝統文化] [地域文化] [食 文 化]
4.0	名古屋はつねに東京、大阪を意識している 名古屋城は伝統文化を象徴する 名古屋祭りは名古屋の伝統文化である 天むすは名古屋の食文化を象徴する 名古屋の味付けは濃いめである 名古屋の結婚式は儀礼文化を象徴する 名古屋は嫁入り道具に金をかける土地柄である	[現代文化] [伝統文化] [伝統文化] [食 文 化] [食 文 化] [婚姻習俗] [婚姻習俗]

結婚式の菓子まき・嫁入り道具の披露・派手な結納や結婚式はしたくないと答えるとともに、将来子供に対して派手な結婚式をしてやりたいと思っている人も少ない。また、各種婚姻習俗は風習だから仕方がないか、と尋ねてみてもやはり否定的である。

都市文化においては「デザイン都市名古屋」は名ばかりであり、街の建物は魅力が少なく、名古屋は三大都市としての機能をはたしていない、とのイメージを強く持たれていることが明らかになった。また芸術文化においては名古屋は芸術が生まれにくく、独自の芸能もないことが回答結果にあらわれている。従来、「芸どころ名古屋」といわれてきたが、この設問も平均値2.8であり、現代の学生には否定的に受け取られている。

その他、地域文化の象徴では言葉が、また伝統文化の象徴では名古屋城に高い平均値が示されているものの、名古屋弁を誇りに思う、及び名古屋城にもう一度行きたいの評価結果はいずれも平均値2.7と否定的である。ちなみに、5段階評価を行った158設問のうち、平均値2.7以下のものは〈表3〉の21件がみられた。

〈表3〉 平均値2.7以下を示した設問

平均値	設 問	区 分
2.0	自分のときも菓子まきをしたい	[婚姻習俗]
	自分のときも派手な嫁入り道具の披露をしたい	[婚姻習俗]
	自分のときも結納を派手にしたい	[婚姻習俗]
2.2	自分の結婚式を派手にしてもらいたい	[婚姻習俗]
	将来子供に派手な結婚式をしてやりたい	[婚姻習俗]
2.4	「デザイン都市名古屋」はその名にふさわしい	[都市文化]
2.5	名古屋は芸術が生まれやすい	[芸術文化]
2.6	名古屋の街の建物は魅力的である	[都市文化]
	名古屋は三大都市としての機能をはたしている	[都市文化]
	派手な結婚式は風習であるからしかたがない	[婚姻習俗]
	菓子まきは風習であるから仕方がない	[婚姻習俗]
	嫁入り道具の披露は風習であるから仕方がない	[婚姻習俗]
	派手な結納は風習であるから仕方がない	[婚姻習俗]
	名古屋には独自の芸能がある	[芸術文化]
2.7	名古屋城にもう一度行きたい	[伝統文化]
	名古屋は情報化が進んだ都市である	[都市文化]
	名古屋は障害者への配慮がいき届いた都市である	[都市文化]
	名古屋弁を誇りに思う	[地域文化]
	海老フライは金鯱をイメージする	[食文化]
	細かいしきたりは風習であるから仕方がない	[婚姻習俗]
	TVの「名古屋嫁入り物語」は事実に近い	[婚姻習俗]

3、平均値の比較検討

(1) 平均値の性別差異

ここで、5段階評価を行った158問のうち、属性別クロス集計をした154問の平均値の比較検討をしてみたい。男女別5段階評価の平均値の差異は、最大0.9まであり、その分布を示すと〈表4〉のとおりである。傾向として女性の平均値が男性に比べて総じて高いことが指摘できる。

〈表4〉 男女別5段階評価の平均値の差異

平均値の差異	0.9	0.7	0.6	0.5	0.4	0.3	0.2	0.1	0.0	合計
件 数	1	3	4	9	12	24	34	47	20	154
男性>女性	0	0	0	1	4	8	21	25	—	
女性>男性	1	3	4	8	8	16	13	22	—	

* 差異は性別による数値の差。表内の数値は設問の件数。

男女別平均値において0.5以上の差異があるものは、全体で17件あり、うち16件までが女性が男性に比べて高い数値を示している。とりわけ、芸術文化に関する設問に対して女性が男性よりも高い平均値をみせる傾向がみられ、他に都市公園や伝統工芸の評価においても差異がみとめられる。ちなみに、0.5以上の差異があるもの16件を示すと〈表5〉のとおりである。

〈表5〉女性が男性に比べ0.5以上高い平均値を示した設問

平均値差異	設 問	区 分
0.9	「P. S 愛してる」は好きな番組である	[芸術文化]
0.7	都市の中に安らぎや緑をあたえている（鶴舞公園）	[都市文化]
	芸文センターができて芸術を身近に感じられるようになった	[芸術文化]
	芸文センターは名古屋の芸術文化を象徴する	[芸術文化]
0.6	アサヒドーカメラのCMはウケる	[芸術文化]
	御園座はこれからも残してほしい	[芸術文化]
	御園座は名古屋の芸術文化を象徴する	[芸術文化]
	徳川美術館は名古屋の芸術文化を象徴する	[芸術文化]
0.5	魅力的である（鶴舞公園）	[都市文化]
	宝物館（熱田）は名古屋の芸術文化を象徴する	[芸術文化]
	有松絞りは名古屋の伝統工芸である	[伝統文化]
	徳川美術館を誇りに思っている	[芸術文化]
	愛知県芸術文化センターは現代文化を象徴する	[現代文化]
	名古屋は芸術文化に力を入れた都市である	[芸術文化]
	名古屋は芸術鑑賞のチャンスに恵まれている	[芸術文化]
	豊臣秀吉は名古屋の芸術文化に影響を与えた	[伝統文化]

一方、男性が女性よりも高い平均値を示したものは、パチンコ・グランパス・名古屋ドームの評価などである。男女別平均値において0.4以上の差異があるものは全体で29件あり、うち5件が男性が女性に比べて高い数値を示している。その5件を示すと〈表6〉のとおりである。なお、婚姻習俗の2件については、先にふれたように全体がきわめて低い数値であり、女性がより否定的な意見を述べていると解釈した方が妥当と思われる。

〈表6〉男性が女性に比べ0.4以上高い平均値を示した設問

平均値差異	設 問	区 分
0.5	パチンコは名古屋の現代文化を象徴する	[現代文化]
0.4	グランパスは地域の誇りである	[地域文化]
	自分のときも結婚式を派手にしたい	[婚姻習俗]
	名古屋ドームは名古屋の現代文化を象徴する	[現代文化]
	自分のときも派手な嫁入り道具の披露をしたい	[婚姻習俗]

(2) 地域別にみた回答パターン

次いで、5段階評価の地域別平均値の差異について比較検討したい。回答者の属性を市内・尾張・三河・県外の4つに区分し、全体の平均値に対してプラス・マイナス・同じであるかの3つの回答のありかたの組み合わせをみていくと、11設問が同じ回答パターンのもの1件、9設問が同じ回答パターン2件、8設問が同じ回答パターン2件、5設問が同じ回答パターン4件、4設問が同じ回答パターン6件、3設問が同じ回答パターン6件等となる。

これらの回答パターンのうち、3設問以上が同じ回答パターンを示したものを分類すると、〈表7〉のように区分できる。このうちもっとも多くみられるのは「市内が高い平均値のタイプ」に属す「市内>尾張=0>三河・県外」の回答パターンである。これは、市内の人が全体より高い平均値を示し、尾張の人は平均値と同じで、三河・県外の人は平均値より低い数値を示す回答パターンである。すなわち、市内の人は肯定的にみているが、尾張の人はどちらでもなく、三河・県外の人は否定的に評価していることをあらわしており、評価のありかたがいわば同心円的に異なっていることを示している。

これらの回答パターンの組み合わせから、代表的なものをいくつか取り上げ、名古屋の文化イメージの地域別評価の傾向についてみていきたい。ここで例示するものは、市内が高い平均値を示すタイプ2種、及び市内・尾張が高い平均値を示すタイプの合わせて3種である。

まずは、代表的なものとして市内が高い平均値のタイプ（市内>尾張=0>三河・県外）11件のうち、市内の平均値が全体の平均値より0.2以上のものをあげると、〈表8〉の9件となる。

〈表7〉地域別にみた回答パターンの傾向

1. 市内が高い平均値のタイプ	2. 市内・他が高い平均値のタイプ
市内>尾張=0>三河・県外 (11) 市内>尾張・三河=0>県外 (9) 市内>県外=0 (4) 市内>県外=0>尾張・三河 (3)	市内・尾張>三河・県外 (8) 市内・尾張>三河=0>県外 (4) 市内・三河>尾張=0>県外 (8) 市内・県外>尾張=0>三河 (4) 県内>県外 (5)
3. 尾張が高い平均値のタイプ	4. 尾張・他が高い平均値のタイプ
尾張>市内・三河=0>県外 (5) 尾張>三河・県外=0>市内 (4) 尾張>市内=0>三河・県外 (3) 尾張>県外=0>市内・三河 (4) 尾張>市内・三河・県外 (3)	尾張・三河>市内=0>県外 (3) 尾張・三河>県外=0>市内 (3) 尾張・県外>市内・三河 (4)
5. 三河・県外が高い平均値のタイプ	6. その他のタイプ
三河>市内・尾張=0>県外 (3) 県外>尾張・三河=0>市内 (3) 県外>県内 (3)	市内・尾張・県外=0>三河 (3) すべて平均値 (5) その他の組み合わせ

*ただし () 内は回答結果の平均値がそのタイプに属する設問の件数。

〈表8〉市内が高い平均値を示すタイプ(1)

市内>尾張=0>三河・県外	設 問	区 分
(+0.8>0>-0.6・-0.4)	名古屋はあなたにとって暮らしやすい都市である	[都市文化]
(+0.2>0>-0.2・-0.4)	有松絞りは名古屋の伝統工芸である	[伝統文化]
(+0.2>0>-0.2・-0.2)	御園座は名古屋の芸術文化を象徴する	[芸術文化]
(+0.2>0>-0.2・-0.1)	徳川美術館は名古屋の芸術文化を象徴する	[芸術文化]
(+0.2>0>-0.2・-0.1)	名古屋は東京、大阪と違う独自の文化を持っている	[現代文化]
(+0.2>0>-0.2・-0.3)	芸文センターは名古屋の芸術文化を象徴する	[芸術文化]
(+0.2>0>-0.1・-0.2)	パチンコは名古屋の現代文化を象徴する	[現代文化]
(+0.2>0>-0.1・-0.1)	徳川美術館を誇りに思っている	[芸術文化]
(+0.2>0>-0.1・-0.1)	徳川宗春は名古屋の伝統文化に影響を与えた	[伝統文化]

このうち、とりわけ市内の人が高い数値を示し、三河・県外の人が低い数値を示すものに、「名古屋はあなたにとって暮らしやすい都市である」という設問の回答がある。この回答結果から、名古屋は、街中の人は住みやすい所と意識し、周辺部の人が住みにくいイメージしていることが明かになる。またこれと関連する、「名古屋は東京、大阪と違う独自の文化を持っている」という設問に対しても同様な回答パターンがみられる。さらに、有松絞り・御園座・徳川美術館・芸文センター等の評価においても同様なことがいえる。

市内が高い平均値を示す第2のタイプ(市内>尾張・三河=0>県外) 9件のうち、市内の平均値が全体の平均値より0.2以上のものをあげると、〈表9〉の6つとなる。これは、先のタイプと似ているが、三河の人の評価が尾張と共通して全体の平均値となっている点に違いがある。これらの回答結果から、芸文センター・宝物館(熱田)・「地下街の都市」・セントラルパークの魅力・名古屋城等の評価のありかたにその回答傾向があらわれる。

〈表9〉市内が高い平均値を示すタイプ(2)

市内>尾張・三河=0>県外	設 問	区 分
(+0.3>0・0>-0.3)	芸文センターができ芸術を身近に感じられるようになった	[芸術文化]
(+0.3>0・0>-0.3)	宝物館(熱田)を誇りに思っている	[芸術文化]
(+0.2>0・0>-0.3)	名古屋は「地下街の都市」である	[都市文化]
(+0.2>0・0>-0.3)	魅力的である(セントラルパーク)	[都市文化]
(+0.2>0・0>-0.2)	名古屋は外食産業が発達している	[食文化]
(+0.2>0・0>-0.1)	名古屋城は伝統文化を象徴する	[伝統文化]

3番目に、市内・尾張が三河・県外より高い平均値のタイプは8件あり、その中で市内の平均値が全体の平均値より0.2以上のものは〈表10〉の5つとなる。このうち「名古屋の水はおいしい」という評価においては、市内の人が全体より0.6高い平均値を示す反面、県外の人

平均値は全体の平均より0.9低くなっている。また、「名古屋の伝統文化を誇りに思う」という評価においては、市内の人が全体より0.3高い平均値を示すが、同様に県外の人の平均値は全体の平均より0.4低くなっている。この2問の回答結果には、地域社会への愛着の示し方の一端があらわれているように思われる。

〈表10〉市内・尾張が高い平均値のタイプ

市内・尾張＞三河・県外	設 問	区 分
(+0.6・+0.3>-0.2・-0.9)	名古屋の水はおいしい	[食文化]
(+0.3・+0.1>-0.2・-0.4)	名古屋の伝統文化を誇りに思う	[伝統文化]
(+0.3・+0.1>-0.2・-0.2)	御園座はこれからも残してほしい	[伝統文化]
(+0.2・+0.1>-0.1・-0.7)	都市の中に安らぎや緑を与えている(鶴舞公園)	[都市文化]
(+0.2・+0.1>-0.1・-0.2)	味噌煮込みは名古屋の食文化を象徴する	[食文化]

(3) 平均値の地域別差異

5段階評価の地域別回答パターンに加え、さらに平均値の差異の傾向について比較検討したい。回答者の属性を市内・尾張・三河・県外の4つに区分し、全体の平均値に対してプラス・マイナスの度数の分布を示したものが〈表11〉である。平均値の差異の範囲は、±0.1が73.2%、±0.2(累積)が91.6%となっている。

〈表11〉地域別5段階評価の平均値差異の分布

	+0.5～	+0.4	+0.3	+0.2	+0.1	0	-0.1	-0.2	-0.3	-0.4	-0.5～	合計
市内	3	1	5	25	32	44	32	10	2	0	0	154
尾張	0	0	3	13	46	68	21	2	1	0	0	154
三河	0	0	3	12	26	52	34	18	5	1	3	154
県外	1	3	0	10	23	43	30	23	12	6	3	154

*差異は平均値からの+-の数値。表内の数値は設問の件数。

全体の平均値に比べて市内の人が高い平均値を示した設問で、0.3以上の差異があるものを抜き出すと、〈表12〉のとおりである。このうち上位2つは、すでに紹介したとおりである。特に市内の人が高い評価をする項目として、都市文化や芸術文化に関する設問が多いという傾向が指摘できる。

一方、市内の人が低い平均値を示した設問の中で、全体の平均値に対して0.2以上の差異があるものを抜き出すと、〈表13〉のとおりである。この中で名古屋の現代文化の特質をあらわす「名古屋はつねに東京・大阪を意識している」「名古屋人は我が道をゆくという感じ」「(名古屋の性格は)中途半端である」という設問に対して、市内の人が否定的であることは注目される。先に示した地域社会への愛着の示し方の一端がここにもあらわれているようにも見受けられる。また、地域文化の特質をあらわす「名古屋人は閉鎖的・排他的である」に対しても市

〈表12〉市内の人が相対的に高い平均値を示した設問

全体平均値差異	設 問	区 分
+0.8	名古屋はあなたにとって暮らしやすい都市である	[都市文化]
+0.6	名古屋の水はおいしい	[食文化]
+0.5	デザイン博の前後で、名古屋の街は変わった	[都市文化]
+0.4	名古屋の道路は走りやすい	[都市文化]
+0.3	芸文センターができて芸術を身近に感じられるようになった	[芸術文化]
	御園座はこれからも残してほしい	[芸術文化]
	名古屋の人は運転マナーがよい	[都市文化]
	名古屋の道路の広さは都市文化を象徴する	[都市文化]
	名古屋の伝統文化を誇りに思う	[伝統文化]

〈表13〉市内の人が低い平均値を示した設問

全体平均値差異	設 問	区 分
-0.3	シャチホコは名古屋の伝統文化を象徴する	[伝統文化]
	名古屋はつねに東京・大阪を意識している	[現代文化]
-0.2	名古屋人は我が道をゆくという感じ	[現代文化]
	名古屋は福祉施設が充実している	[地域文化]
	名古屋の嫁入り道具の披露は派手である	[婚姻習俗]
	織田信長は名古屋の伝統文化に影響を与えた	[伝統文化]
	中途半端である	[現代文化]
	名古屋人は閉鎖的・排他的である	[地域文化]
	名鉄は地域文化の振興に貢献している	[地域文化]
	名古屋は嫁入り道具に金をかける土地柄である	[婚姻習俗]
	名古屋人は結婚に対して家柄を重視する	[婚姻習俗]
	結婚は家と家との結び付きという意識が強い	[婚姻習俗]

内の人は否定的であり、一般に言われている派手な嫁入り道具の披露・結婚に対して家柄を重視する・結婚は家と家との結び付きという意識が強い等の婚姻習俗にも全体よりは低い平均値を示している。

4、自由記述からみた名古屋の文化イメージ

(1) 食文化

名古屋文化をイメージするものとして、とりわけ高い平均値を示したものに「食文化」があることを先に指摘したが、ここで、その理由について自由記述意見からいくつかを紹介したい。

食文化を象徴するものとして高い平均値を示した設問に、みそカツ (4.4)・味噌煮込み

(4.4)・赤味噌 (4.3)・きしめん (4.3)・「ういろ」(4.1) があげられている。

「みそカツは名古屋の食文化を象徴する」という肯定的な理由としては、独特だから、よくテレビ・雑誌で取り上げられるから等がある。ちなみに「あなたはカツに何をかけますか」の設問に対して、みそ43.6%、ソース40.7%、その他15.6%の回答結果がみられた。カツにみそをかけて食べる人の地域別内訳は、市内40.6%、尾張50.6%、三河48.6%、県外27.5%となっており、とりわけ愛知県内と県外では大きな差異がみられる。

「味噌煮込みは名古屋の食文化を象徴する」という肯定的な理由としては、味噌で煮込むところが独特、全国的に有名だから、他の県にはないから、という指摘がある。これに関連して「味噌煮込みと醤油味のどちらが好きですか」の設問に対しては、味噌煮込み54.4%、醤油味45.6%の回答結果がみられた。味噌煮込みが好きな人の地域別内訳は、市内66.7%、尾張54.3%、三河50.0%、県外44.9%となっており、市内とその他の地域では差異がみられる。

「赤味噌は名古屋の食文化を象徴する」という肯定的な理由としては、独特なものだから、全国的に有名だから等があげられている。そして「味噌は赤味噌が好き」という肯定的な理由としては、おいしいから、子供の頃から赤味噌だから等があげられている。なおこの「味噌は赤味噌が好き」という設問には、三河の人が高い平均値を示し、県外の人が低い数値を示したことが特徴である。

「きしめんは名古屋の食文化を象徴する」という肯定的な理由としては、つるつるしていておいしいから、名古屋にしかないから、全国的に有名だから等があげられている。また、「麺類は何が好きですか」の設問に対しては、きしめん22.9%、うどん27.4%、蕎麦9.0%、ラーメン40.8%の回答結果がみられた。きしめんが好きな人の地域別内訳は、市内39.7%、尾張18.5%、三河16.7%、県外14.9%となっており、市内とその他の地域では大きな差異がみられる。

「『ういろ』は名古屋を代表する土産である」という肯定的な理由としては、有名だから、土産としてよく売られているから、名古屋独特だから、kioskで売られているから、知名度が高いから、世間で言われているから、他に土産になるものがないから等があげられている。「『ういろ』は土産に喜ばれる」という肯定的な理由としては、有名だから、お年寄りが喜ぶからがあげられており、また「名古屋土産として『ういろ』を選びたい」という肯定的な理由としては、食べやすく親しまれているから、定番だから喜ばれると思う、そのほかに思いつかないから、頼まれるから等があげられている。

市内・尾張の人が高い平均値を示し、県外の人が低い平均値を示した設問に、「名古屋の水はおいしい」がある。「名古屋の水はおいしい」という肯定的な理由としては、大都市にしてはそのまま飲めるからおいしい、都市の水道にしてはおいしい、東京に行ったとき名古屋の水はおいしいと実感した、東京の水を飲んでお腹をこわしたため名古屋の水はおいしい等があげられている。否定的な意見には、豊橋の方がなんばかマシ、鈴鹿の方がうまい、岐阜の方がおいしい、三重の方がおいしいかも、一宮の方がおいしい、南知多はおいしい、といった名古屋市内以外の人からの指摘が目立つ。

(2) 婚姻習俗

「名古屋文化」としてイメージされるものの、その習慣は好ましくないと意識されているものに「婚姻習俗」があることがあげられた。ここで、その理由について、自由記述意見からいくつかを紹介したい。

まず、高い平均値を示した設問として、結婚式の派手さ (4.3)・結婚式は伝統文化を象徴 (4.1)・結婚式は儀礼文化を象徴 (4.0)・嫁入り道具に金をかける土地柄 (4.0) があげられている。

「名古屋の結婚式は派手である」という肯定的な理由としては、結婚式場でバイトをやっているが引出物などすごい、よくそう言われるから、ドラマになるくらいだし等があげられている。否定的な意見には、名古屋市ではなく名古屋の周辺が派手なのだと思う、「名古屋嫁入り物語」が下げさなイメージを与えていると思う、という指摘がある。

「名古屋の結婚式は伝統文化を象徴する」という肯定的な理由としては、「ハデ婚」は全国に知れわたっている、「名古屋嫁入り物語」のドラマになったりして有名、地元でも固い伝統に守られているから、名古屋にしかない独特なものだから等があげられている。否定的な意見には、今は伝統に振り回されず個人個人が式をあげている、という指摘もある。

「名古屋の結婚式は儀礼文化を象徴する」という肯定的な理由としては、全国的に有名だから、豪華で有名だから、盛大であるから、派手なことで有名だから、特殊だから、他の地方と違うから、お菓子配りなど独特の風習を持っているから、形式を重んじているから、すごく仰々しく行なうから、ドラマ番組ができるくらいだから、名古屋の結婚式は儀礼に対してこだわりがあると思う等があげられている。否定的な意見には、最近は名古屋が独特なものとは思えない、名古屋の結婚式は文化とは言い難い、という指摘がある。

「名古屋は嫁入り道具に金をかける土地柄である」という肯定的な理由としては、より良い新婚生活を送ってほしいという気持から、家具はどの家具屋がいいとかそういったこだわりがある、豪華に見せたいから、見栄っぱりだから、親戚や知人に自分の結婚披露を見せつけたいと思っている人が多いから、結婚するにあたって何かと派手にしたがる傾向がある等があげられている。

一方、低い平均値を示した設問に、自分のときもそれぞれ、菓子まきをしたい (2.0)・派手な嫁入り道具の披露をしたい (2.0)・結納を派手にしたい (2.0)・結婚式を派手にしてもらいたい (2.2) の回答がある。

「自分のときも菓子まきをしたい」の否定的な理由としては、自分は地味な人間なので不要、楽しいかもしれないが特にやる必要を感じない、そういった風習は私にとって何の意味もないこと、菓子まきをするくらいなら他にお金をかけたい、はずかしい、そんな古い儀式はいやという指摘がある。また「自分のときも派手な嫁入り道具の披露をしたい」の否定的な理由は、ムダなことはしたくない、贅沢は敵、自分のほしいものだけ持っていればいい、バカバカしいと思う、そんなことをしても何の意味もない、披露なんかしても見物人が喜ぶわけではない、結婚してからゆっくり選びたい、プライベートなものをなぜ他人に見せる必要があるのか、と

いう指摘がある。「自分のときも結納を派手にしたい」の否定的な理由には、冗談でもいやだ、そんなことにお金をかけず新婚旅行に使いたい、結納の必要はない、という指摘がある。さらに「自分の結婚式を派手にしてもらいたい」の否定的な理由には、世間的なことは気にせず地味婚で充分、主役になるのが恥ずかしい、結婚式ではなくその後のことにお金を使いたいから、派手なことが嫌いだから、お金をかけるのはばかばかしい、派手でも地味でもよい、という指摘がみられる。

それでは、将来子供に対してどのように考えているかをたずねても、否定的な回答が多く、たとえば「将来子供に派手な結婚式をしてやりたい」の設問に対して、子供次第・子供の意思を尊重、子供の好きにしたらいい、という理由があげられている。

さらに、名古屋の婚姻習俗は風習であるからしかたがないかをたずねると、やはり否定的で、低い平均値を示したものに、派手な結婚式 (2.6)・菓子まき (2.6)・嫁入り道具の披露 (2.6)・派手な結納 (2.6)・細かいしきたり (2.7) がある。

「派手な結婚式は風習であるから仕方がない」の否定的な理由には、お金の無駄使いだ、やめてほしい、別に風習に従わなくても自分たちにあった分相應の結婚式をすればいい、風習だからといって派手にする必要はない、結婚式は自分の考えに基づいて行なわれるもので風習に左右されるべきでない、という指摘がある。「菓子まきは風習であるから仕方がない」の否定的な意見には、風習だからしかたがないという考え方が嫌、風習だからではなく自分がしなければすばい、菓子まきは欲張りな人がくるから嫌、あぶないからやめた方がよい、菓子が割れるからやめた方がよい、という指摘がある。「嫁入り道具の披露は風習であるから仕方がない」の否定的な理由には、ただ単に周りの人への見栄である、やめようと思えばやめられる、名古屋は品物ばかり重視して本質がない気がする、風習ではなく自慢したいからやっていると思う、という指摘がある。また「派手な結納は風習であるから仕方がない」の否定的な理由には、結納って無駄な儀式だと思う、これも結局近所の人に見せるため派手にしていると思える、という指摘がある。さらに「細かいしきたりは風習であるから仕方がない」の否定的な理由には、仕方がないことはない、結婚相手によってしきたりを重視するかしないかは変わってくる、風習だからといって従う必要はない、という指摘がみられる。

名古屋の結婚式がいわゆる名古屋の伝統的文化・儀礼文化としてイメージされる背景には、テレビの「名古屋嫁入り物語」の影響が強いことが指摘されている。ちなみに、「TVの『名古屋嫁入り物語』を見たことがありますか」の設問に対して、ある人64.3%、ない人35.7%の回答結果がみられた。見たことがある人の性別内訳は、男性40.4%、女性70.1%となっており、女性が相対的に高い構成比を占める。地域別内訳は市内の人が71.2%と高い構成比を示している。

「TVの『名古屋嫁入り物語』は事実に近い」の設問は平均値が2.7で、否定的である。その理由として、誇張しすぎ、という指摘が多くある。また「TVの『名古屋嫁入り物語』をどう思いますか」に対して、次の回答があった。肯定的評価として、見ていて笑える、おもしろい・楽しい、いくつも話があっておもしろい、個性が強くてよい、オーバー（そこがおもしろい）、

大げさだけど真実を伝えている。一方、否定的評価として、名古屋のCMになるが名古屋人が嫌われる、ちょっとやりすぎで下品、名古屋弁や食べ物を強調しすぎ、オーバー（あれが名古屋全体だと思われると困る）、名古屋弁がわざとらしい、イメージを勝手に作りすぎ、イメージを決めてつけている、名古屋の人は皆あんな風だと思われそう、ある意味では間違った名古屋を広めている、名古屋に対して誤解を招く、馬鹿にしているように思う、名古屋を特別な目で見すぎ、現実離れをしている、うさんくさい、他の土地の人に派手だから結婚したくないと思われるのが嫌だ等の多様な意見がみられた。

（3）都市文化

名古屋の風土や地域特性を考えるにあたって、重要と思われる項目に都市文化があげられる。これに関連する事項で、高い平均値を示した設問に、トヨタ自動車は地域文化の振興に貢献（4.2）・名古屋は自動車産業に代表される工業都市（4.1）等がある。

「トヨタ自動車は地域文化の振興に貢献している」という肯定的な理由としては、愛知県の輸出が多いのはトヨタのおかげ、世界で通用するから、世界的視野をもっているから、全国的に知られているから、名古屋を工業都市として機能させているから、多くの人が働いているから、市の行事や施設建設に協力しているから、多額の税金を納めているから、地域社会に溶け込んでいるから、多くのスポーツや文化的イベントに関わっているから、名古屋の産業はトヨタなくして語れないから、外国人が名古屋の名を知るきっかけはトヨタからという場合が多いから等多様なもののがあげられている。

また「名古屋は自動車産業に代表される工業都市」という肯定的な理由としては、トヨタがある、名古屋はトヨタで持っているイメージがある、トヨタ自動車に経済が左右される、名古屋を知らない外国人でもトヨタは知っている、名古屋は世界的に見ても自動車産業が盛んである、工業が発展しているから名古屋の発展がある等があげられている。

なお、都市の性格として、「名古屋はつねに東京、大阪を意識している」が、平均値4.0となっており、その理由としては、すぐに比べたがる、すぐに比べられる、何でも後を追うようにやっている、東京で売れるという文句に弱い、意識しているが中途半端、意識しているがついていけない、意識しているがどう対応していいか迷っている、意識しているがあまり結果が出ていない等があげられている。

一方、低い平均値を示した設問には、デザイン都市名古屋（2.4）・街の建物は魅力的（2.6）・名古屋は三大都市（2.6）がある。

「『デザイン都市名古屋』はその名にふさわしい」の否定的な意見には、名古屋にあるのはどこか真似たものが多い、たいして有名な建物は無い、その言葉はまだ世間一般に浸透していない、町並みは平凡すぎる、モニュメントのようなものしかデザイン都市名古屋は感じられない、都市のデザインに対する関心も一時的なもののように思える、という指摘がある。なおこれに関連した「デザイン博の前後で、名古屋の街は変わった」という設問には、肯定的理由としては、夜のライトアップなど街が明るくなった、電灯や信号が魅力的になった、道路が整備

された、街がきれいになった、地下鉄の駅がきれいになった、公園が変わった、歩道がきれいになった、きれいな建物が増えた、名古屋がデザインに対する活動に積極的になった等があげられている。否定的理由に、デザイン博に行ったが新鮮に感じるものはなかった、その後名古屋の街はそれほど整備されているとは思わない、会場の周り地下鉄がきれいになった程度、名古屋駅周辺は変わったがそれは一部にすぎない、博覧会をしても今の日本において都市はあまり変わらない、という指摘がある。

また「名古屋の街の建物は魅力的である」の否定的な理由には、東京などの方がはるかに魅力的、同じ様な建物が多い、目を引くような斬新な建物がない、おもしろみがない、外部は魅力的かもしれないが内部は魅力的でない、それほど印象的な建物はない、おしゃれな建物があまりない、個性的な建物はない、栄周辺の建物はきれいだけど少し奥まると汚い道をはさんで魅力的でない建物がある、という指摘がある。

さらに「名古屋は三大都市としての機能をはたしている」の否定的な理由には、二大都市とのおまけといった感じ、三大都市というのは化石時代くらい昔の話だと思う、東京・大阪の二大都市に引っぱられているだけの気がする、東京・大阪に比べたら規模が小さく独自の文化がない、東京・大阪にあらゆる面で引き離されている、東京・大阪に比べると印象が薄い、東京・大阪に比べるとずいぶん遅れている、東京・大阪に比べかなりレベルの差がある、名古屋より横浜のほうが伸びている、三大都市のうちの一つだと思っているのは名古屋の人だけ、名古屋は東京と大阪の通過点にすぎない、名古屋は仙台や福岡より劣っている、東京・大阪に比べかなり機能が落ちる、三大都市とは名ばかりである、名古屋は存在感がない、三大都市に入っていることさえ疑問を感じる、という多くの指摘がある。

市内の人が高い平均値を示し、三河・県外の人が低い平均値を示したタイプの設問として、「名古屋は（あなたにとって）暮らしやすい都市である」という設問がある。その理由として、肯定的意見として、ほどよい住み心地、ほどよく大きくて小さすぎないので、のんびりしていていい、都会でもなく田舎でもないから、交通の便がいいから、東京ほどゴミゴミしていないのでいい、東京・大阪に比べ田舎でのんびりした感じがあるから、適度に発達しているから、東京に比べてちょうどいい大きさの都市だから、住宅が密集しすぎてなくて適度な空間があるから、これといって不便を感じないから、都市化がいきすぎていないから、地下鉄や市バスが充実しているから、緊張しないで生活できるから等があげられている。一方、否定的意見には、公共交通機関の料金が安いから、人が多過ぎて名古屋はイヤ、空気が悪い、生活に便利だと思うけど暮らしやすそうには思えない、老人には優しいが若者には年々負担がかかってきている、汚い・ゴミゴミしている、車の運転が荒く交通事故が多いから、ゆっくりできる場所が少ないから、朝のラッシュがいやだから、という指摘がある。

東京・大阪・名古屋の都市イメージを色にとえるとどのような色を連想するか、の回答結果も都市のイメージをよくあらわしていて興味深い。これら三都市のイメージとして、上位3つに次の色が選ばれている。東京は、青24.7%、黒21.0%、灰色19.2%、その他35.1%である。大阪は、赤37.3%、黄23.4%、青12.0%、その他27.3%である。また名古屋は、黄19.2%、青

15.5%、緑12.7%、その他52.6%である。

名古屋を「黄」にたとえる理由としては、明るいイメージ、暑いから、はっきりしない、中間地点、どっちつかず、よくわからないイメージ、あやふや、中途半端、印象が薄い、賑々しくも冷たくもない、人びとの暖かさが感じられる、なじみにくい、名古屋弁が黄色っぽい、地下鉄の色等さまざまなものがあげられている。また名古屋を「青」にたとえる理由としては、中日ドラゴンズのカラー、さわやか、保守的、質朴、平和、冷たい感じ等があげられている。さらに名古屋を「緑」にたとえる理由としては、緑の多い街、公園が多い街、田舎っぽい、都会の中に田舎を内包している、平野にある、ゆったりしている、ほんわりとあったか等があげられている。名古屋のその他の色のイメージとしては、赤11.7%、金9.4%が続く。赤は、名古屋グランパスのイメージカラー、赤味噌、暑そう、なんでもやるのが派手、しつこいような感じ等があげられている。また他都市に比べて名古屋において高い比率を占める金については、シャチホコ、名古屋城、結婚式がゴージャス、派手好き等があげられている。

最後に、「“名古屋”という都市のイメージを一言で言う？」という設問に対する回答を紹介したい。多様な意見があったが、代表的な意見を大別すると、田舎でもなく都会でもない・没个性的・保守的・遅れている、に分類できる。「田舎でもなく都会でもない」には、田舎すぎず都会すぎず、都会化しているようでしていない都市、都市であり都市ではない感じ、田舎くさい、都会になりきれない都市、都市らしい都市になろうとがんばっている都市、そこそこ都会、都会でもなく田舎でもない都市、混雑しすぎなくて住みやすい都市、近代的と田舎が融合した都市、プラスマイナス0の都市、田舎っぽさが残る都市等の記述がみられる。「没个性的」には、つかみどころがない都市、中途半端な都市、没个性的、たいして面白くない都市、東西のつながりの都市、よくわからないイメージの都市、少し何かが足りない都市、特徴的なものがない都市等の記述がみられる。「保守的」には、伝統に固執する都市、保守的な都市、表は新しいけど中味は古い都市、閉鎖的で中途半端な都市、地域性・地元性の強い都市、排他的な都市等の記述がみられる。また「遅れている」には、文化の谷間の都市、伸び悩んだ都市、あまり目立たない都市、一歩遅れをとった都市、東京・大阪のまねをしたがる都市、偉そうにするな都会ぶるなといった感じの都市、東京・大阪になかなか追いつけない都市等の記述がみられた。

5、ま と め

以上、名古屋の文化イメージについて、7つのテーマにより5段階評価の平均値のあり方を検討したが、ここで再度全体の傾向を整理してみたい。名古屋の文化として、とりわけ大きくイメージされているのは食文化である。また現代文化としては自動車産業が名古屋の現代文化を形づくるものとして高い評価があたえられている。伝統文化においては名古屋の結婚式があげられ、その派手さは儀礼文化の特徴としてもイメージされている。しかし一方では、その習慣は自分の場合や子供に対して否定的に受け取られている。都市文化については、デザイン都

市名古屋、三大都市名古屋は否定的にみられ、名古屋は都会になりきれなく・没个性的で・保守的で・遅れている都市とイメージされている。地域文化においては名古屋弁がそれを象徴するものとしてイメージされているが、名古屋弁を誇りに思うかについての評価は低い。また、芸術文化においては従来言われてきた芸どころ名古屋・お稽古ごとが盛んな土地は、現代の学生にとってもはや過去のものとして、その評価が低い。

属性別による評価の差異については、女性が名古屋の文化全般に高い評価を与える傾向が現われている。なかでも芸術文化については男性とのとらえ方の違いが顕著に現われている。また、地域別による評価の差異については、暮らしやすさに対するとらえ方の違いが名古屋市内の学生とそれ以外の人では大きく異なるとともに、地域社会の文化への理解や、その愛着のあり方などにも差異が認められる。

これらの調査結果をもとに、今後の課題として、共同研究「名古屋の地域と産業に関する研究」において、広い年齢層による文化イメージのあり方等を検討してみたいと考えている。

〈資料〉設問と回答結果平均値一覧

第1回調査：名古屋の現代文化に関する調査

設 問	全体	男性	女性	市内	尾張	三河	県外
名古屋ドームは現代文化を象徴する。	3.5	3.8	3.4	3.4	3.6	3.3	3.5
愛知県芸術文化センターは現代文化を象徴する。	3.4	3.0	3.5	3.4	3.5	3.4	3.1
栄の町並みは現代文化を象徴する。	3.2	3.2	3.2	3.1	2.9	3.3	3.4
パチンコは名古屋の現代文化を象徴する。	3.0	3.4	2.9	3.2	3.0	2.9	2.8
名古屋グランパスは現代文化を象徴する。	3.3	3.4	3.3	3.4	3.4	3.3	3.3
中日ドラゴンズは現代文化を象徴する。	3.2	3.4	3.2	3.3	3.3	3.1	3.2
地下鉄の発達は名古屋の現代文化を象徴する。	3.6	3.4	3.6	3.6	3.4	3.6	3.8
地下街の発達は名古屋の現代文化を象徴する。	3.8	4.1	3.7	3.7	3.9	3.8	3.8
道路が広いことは名古屋の現代文化を象徴する。	3.6	3.4	3.7	3.6	3.9	3.6	3.2
「車社会」は名古屋の現代文化を象徴する。	3.6	3.7	3.6	3.6	3.7	3.8	3.3
名古屋人は古いものに固執する。	3.3	3.3	3.4	3.4	3.4	3.5	3.2
名古屋人は流行に左右される。	3.4	3.6	3.3	3.3	3.4	3.6	3.4
名古屋人は何でもやりたがる。	3.0	3.2	3.0	3.0	3.0	3.1	3.2
名古屋人は我が道をゆくという感じ。	3.2	3.4	3.1	3.0	3.4	3.0	3.3
名古屋はつねに東京、大阪を意識している。	4.0	3.8	4.0	3.7	4.1	4.0	4.0
名古屋は東京、大阪とは違う独自の文化を持っている。	3.4	3.4	3.4	3.6	3.4	3.2	3.3
名古屋独自のものが少ない。	3.2	3.1	3.3	3.1	3.4	3.3	3.2
中途半端である。	3.7	3.6	3.7	3.5	3.6	3.8	3.8
大都市になりきれない田舎である。	3.9	3.7	3.9	3.9	3.9	4.0	3.7

名古屋の現代文化は特に感じられない。	3.5	3.4	3.5	3.4	3.7	3.2	3.5
名古屋は自動車産業に代表される工業都市。	4.1	4.1	4.1	4.1	4.3	3.8	4.1
名古屋の情報化は進んでいる。	2.8	2.7	2.8	2.8	2.7	2.9	3.0
ZIP-FMは名古屋の現代文化を象徴する。	3.2	3.0	3.3	3.2	3.3	3.4	3.2
パルコ、東急ハンズが名古屋の現代的な顔である。	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.8
大須界隈は名古屋の現代的な顔である。	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9
ナナちゃん人形も現代文化を象徴する。	3.0	2.9	3.0	3.0	3.0	2.9	3.0

第2回調査：名古屋の伝統文化に関する調査

設 問	全体	男性	女性	市内	尾張	三河	県外
名古屋城は伝統文化を象徴する（行ったことがある）。	4.0	4.1	4.0	4.2	4.0	4.0	3.9
名古屋城にもう一度行きたい（行ったことがある）。	2.7	3.1	2.7	2.8	2.9	2.8	2.4
名古屋城は伝統文化を象徴する（行ったことがない）。	4.0	—	—	—	—	—	—
名古屋城に行ってみたい（行ったことがない）。	3.2	—	—	—	—	—	—
シャチホコは名古屋の伝統文化を象徴する。	3.6	3.2	3.6	3.3	3.6	3.8	3.8
名古屋祭りは名古屋の伝統文化である（行ったことがある）。	4.0	—	—	—	—	—	—
名古屋祭りにもう一度行きたい（行ったことがある）。	3.1	—	—	—	—	—	—
名古屋祭りは名古屋の伝統文化である（行ったことがない）。	3.3	3.1	3.4	3.5	3.4	3.4	3.2
名古屋祭りに行ってみたい（行ったことがない）。2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9
名古屋弁は伝統文化を象徴する。	3.9	3.9	3.9	4.0	3.9	3.7	4.0
名古屋の結婚式は伝統文化を象徴する。	4.1	3.9	4.2	4.0	4.1	4.1	4.2
名古屋には伝統料理が残っている。	3.6	3.7	3.6	3.5	3.8	3.4	3.6
徳川家康は名古屋の伝統文化に影響を与えた。	3.4	3.2	3.5	3.5	3.4	3.6	3.2
徳川宗春は名古屋の伝統文化に影響を与えた。	3.3	3.1	3.3	3.4	3.3	3.2	3.2
豊臣秀吉は名古屋の伝統文化に影響を与えた。	3.3	2.9	3.4	3.2	3.3	3.3	3.4
織田信長は名古屋の伝統文化に影響を与えた。	3.5	3.3	3.5	3.3	3.6	3.6	3.5
有松絞りは名古屋の伝統工芸である。	3.6	3.2	3.7	3.8	3.6	3.4	3.2
瀬戸物（焼）は名古屋の伝統工芸である。	3.9	3.7	4.0	3.9	4.1	3.8	3.8
からくり人形は名古屋の伝統工芸である。	3.3	3.2	3.4	3.4	3.3	3.4	3.1
名古屋は芸どころである。	2.8	2.7	2.8	2.7	2.7	2.9	2.8
御園座は名古屋の伝統芸能を象徴する。	3.4	3.3	3.4	3.5	3.4	3.2	3.5
名古屋はお稽古事が盛んである。	3.0	3.0	3.0	3.2	3.0	3.0	3.0
大須は名古屋の伝統的な街である。	3.7	3.8	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7
熱田神宮は伝統文化を象徴する。	3.9	3.9	3.9	3.9	3.9	3.8	3.7
名古屋の伝統文化を誇りに思う。	3.1	3.1	3.1	3.4	3.2	2.9	2.7

第3回調査：名古屋の都市文化に関する調査

設 問	全体	男性	女性	市内	尾張	三河	県外
名古屋は「地下街の都市」である。	3.8	3.7	3.8	4.0	3.8	3.8	3.5
名古屋の地下街は魅力的である。	3.4	3.4	3.4	3.5	3.5	3.5	3.2
名古屋の地下鉄は便利である。	3.7	3.4	3.7	3.7	3.6	3.8	3.5
名古屋の道路の広さは都市文化を象徴する。	3.5	3.5	3.5	3.8	3.5	3.8	3.1
名古屋の道路は走りやすい。	2.8	2.5	2.8	3.2	2.9	2.4	2.4
名古屋の人は運転マナーがよい。	2.1	1.8	2.1	2.4	2.0	1.9	2.1
魅力的である（セントラルパーク）。	3.2	3.1	3.2	3.4	3.2	3.2	2.9
都市の中に安らぎや緑を与えている（セントラルパーク）。	3.4	3.1	3.4	3.4	3.4	3.4	3.3
魅力的である（鶴舞公園）。	3.3	2.9	3.4	3.4	3.6	3.2	3.0
都市の中に安らぎや緑を与えている（鶴舞公園）。	3.5	3.0	3.7	3.7	3.6	3.4	2.8
デザイン博の前後で、名古屋の街は変わった。	2.8	2.7	2.9	3.3	2.7	2.6	2.7
名古屋の街の建物は魅力的である。	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6
「デザイン都市名古屋」はその名にふさわしい。	2.4	2.3	2.4	2.3	2.3	2.6	2.5
栄・駅前百貨店は名古屋の都市文化を象徴する。	3.5	3.4	3.5	3.6	3.5	3.5	3.4
栄・駅前の高層ビルは名古屋の都市文化を象徴する。	3.4	3.5	3.4	3.5	3.4	3.4	3.4
ツインタワー（建設中）は都市文化に影響を与える。	3.5	3.7	3.4	3.6	3.5	3.4	3.3
名古屋は情報化が進んだ都市である。	2.7	2.6	2.8	2.8	2.6	2.9	2.8
名古屋は国際化が進んだ都市である。	2.8	2.7	2.8	2.8	2.7	2.7	2.8
名古屋は三大都市としての機能をはたしている。	2.6	2.4	2.7	2.8	2.5	2.6	3.0
名古屋は21世紀も中心都市として存続していける。	2.9	2.7	2.9	3.0	2.8	2.9	2.7
名古屋は高齢者にとって暮らしやすい都市である。	2.9	2.9	2.9	3.1	2.9	2.6	3.0
名古屋は障害者への配慮がいき届いた都市である。	2.7	2.6	2.8	2.8	2.7	2.6	3.0
名古屋はあなたにとって暮らしやすい都市である。	3.3	3.2	3.4	4.1	3.3	2.7	2.9

第4回調査：名古屋の地域文化に関する調査

設 問	全体	男性	女性	市内	尾張	三河	県外
言葉は地域文化を象徴する。	4.3	4.4	4.3	4.4	4.3	4.2	4.4
名古屋弁に愛着がある。	3.2	2.9	3.2	3.5	3.2	2.2	3.2
名古屋弁を誇りに思う。	2.7	2.6	2.7	2.8	2.5	2.1	3.4
名古屋弁は今後未長く親しまれる。	2.8	2.9	2.7	2.9	2.7	2.7	3.0
ドラゴンズは地元根差したチームである。	4.1	4.2	4.1	4.2	4.1	4.1	4.1
ドラゴンズは地域の誇りである。	3.5	3.6	3.4	3.4	3.5	3.5	3.5
グランパスは地元根差したチームである。	3.7	3.9	3.6	3.6	3.7	3.8	3.7

グランパスは地域の誇りである。	3.4	3.7	3.3	3.4	3.4	3.3	3.5
トヨタ自動車は地域文化の振興に貢献している。	4.2	4.2	4.1	4.1	4.2	4.2	4.0
東海銀行は地域文化の振興に貢献している。	3.3	3.4	3.3	3.3	3.3	3.4	3.2
名鉄は地域文化の振興に貢献している。	3.6	3.9	3.6	3.4	3.7	3.9	3.6
松坂屋は地域文化の振興に貢献している。	3.3	3.3	3.3	3.4	3.3	3.3	3.2
名古屋の企業は仲間同士の結束が強い。	3.1	3.2	3.1	3.2	3.1	3.1	3.1
名古屋の企業は堅実な経営方針である。	3.2	3.2	3.2	3.2	3.3	3.2	3.0
名古屋の企業は中央との結び付きに欠ける。	3.1	3.0	3.2	3.2	3.2	3.1	2.9
中日新聞は親しみが持てる。	3.8	3.9	3.7	4.0	3.8	3.9	3.4
CBC は親しみが持てる。	3.3	3.4	3.2	3.3	3.3	3.4	3.1
名古屋人はメディアの地元指向が強い。	3.2	3.3	3.2	3.3	3.1	3.1	3.2
名古屋人は地元へ愛着を持っている。	3.5	3.7	3.5	3.5	3.6	3.6	3.4
名古屋人は近所付き合いを大切にする。	3.4	3.2	3.4	3.4	3.5	3.3	3.3
名古屋人は閉鎖的・排他的である。	3.3	3.2	3.3	3.1	3.4	3.3	3.3
名古屋人は地域活動に積極的である。	3.0	3.0	3.0	2.9	3.1	3.0	2.9
名古屋は文化施設が充実している。	3.2	3.1	3.2	3.2	3.2	3.3	3.3
名古屋は教育施設が充実している。	3.0	3.0	2.9	2.9	2.9	3.0	3.2
名古屋は福祉施設が充実している。	2.9	3.0	2.8	2.7	2.8	2.8	3.3

第5回調査：名古屋の食文化に関する調査

設 問	全体	男性	女性	市内	尾張	三河	県外
赤味噌は名古屋の食文化を象徴する。	4.3	4.0	4.4	4.4	4.5	4.3	4.2
みそカツは名古屋の食文化を象徴する。	4.4	4.1	4.5	4.3	4.5	4.5	4.3
味噌は赤味噌が好き。	3.7	3.5	3.8	3.9	3.8	4.0	3.1
味噌煮込みは名古屋の食文化を象徴する。	4.4	4.1	4.5	4.6	4.5	4.3	4.2
きしめんは名古屋の食文化を象徴する。	4.3	4.0	4.4	4.3	4.4	4.5	4.1
「ういろ」は名古屋を代表する土産である。	4.1	4.0	4.1	4.0	4.3	4.0	4.0
「ういろ」は土産に喜ばれる。	3.0	2.9	3.1	2.9	3.1	2.9	2.9
名古屋土産として「ういろ」を選びたい。	2.8	2.9	2.8	2.8	2.8	2.5	2.8
コーチンは名古屋の食文化を象徴する。	3.7	3.5	3.7	3.8	3.7	3.9	3.5
名古屋には特色ある鳥料理が多い。	3.1	2.9	3.1	3.3	3.0	3.0	3.1
海老フライは名古屋の食文化を象徴する。	3.4	3.5	3.4	3.5	3.4	3.5	3.3
天むすは名古屋の食文化を象徴する。	4.0	3.9	4.0	4.1	4.1	4.0	3.9
名古屋の味付けは濃いめである。	4.0	3.8	4.0	3.9	4.1	4.1	3.8
名古屋は独自の食文化が発達している。	3.7	3.4	3.8	3.7	3.7	3.6	3.7

名古屋の水はおいしい。	3.3	3.0	3.4	3.9	3.6	3.1	2.4
安くてかさばる「ういろ」は名古屋人の見栄。	2.8	2.9	2.8	2.7	2.9	2.8	2.9
海老フライは金鯱をイメージする。	2.7	2.6	2.7	2.7	2.9	2.5	2.6
きしめんは少しの材料で大きく見せている。	2.8	2.8	2.7	2.7	2.7	2.7	2.8
名古屋人は「きしめん」を中元・歳暮に送る。	3.1	2.8	3.1	3.1	3.3	3.1	2.9
名古屋は外食産業が発達している。	3.2	3.1	3.2	3.4	3.2	3.2	3.0

第6回調査：名古屋の婚姻習俗に関する調査

設 問	全体	男性	女性	市内	尾張	三河	県外
名古屋の結婚式は儀礼文化を象徴する。	4.0	3.9	4.0	3.9	4.1	3.8	3.9
名古屋人は結婚に対して家柄を重視する。	3.6	3.7	3.6	3.4	3.7	3.5	3.7
結婚は家と家との結び付きという意識が強い。	3.8	3.8	3.8	3.6	3.9	3.7	3.8
名古屋の結婚式は派手である。	4.3	4.2	4.3	4.2	4.3	4.3	4.3
自分の結婚式を派手にしてもらいたい。	2.2	2.3	2.2	2.1	2.3	2.1	2.3
将来子供に派手な結婚式をしてやりたい。	2.2	2.3	2.1	2.2	2.2	2.1	2.1
派手な結婚式は風習であるから仕方がない。	2.6	2.8	2.6	2.6	2.7	2.6	2.6
結婚の菓子まきは名古屋の名物である。	3.7	3.5	3.7	3.7	3.8	3.5	3.8
自分のときも菓子まきをしたい。	2.0	2.3	2.0	2.0	2.1	2.0	2.1
菓子まきは風習であるから仕方がない。	2.6	2.6	2.6	2.6	2.7	2.6	2.5
名古屋は嫁入り道具に金をかける土地柄である。	4.0	4.1	4.0	3.8	4.1	3.9	4.2
名古屋の嫁入り道具の披露は派手である。	3.8	3.8	3.7	3.6	3.8	3.9	3.9
自分のときも派手な嫁入り道具の披露をしたい。	2.0	2.3	1.9	1.9	2.0	1.9	2.0
嫁入り道具の披露は風習であるから仕方がない。	2.6	2.7	2.5	2.5	2.5	2.5	2.7
名古屋の結納は派手である。	3.6	3.7	3.6	3.6	3.6	3.6	3.8
自分のときも結納を派手にしたい。	2.0	2.3	1.9	2.0	1.9	2.0	2.1
派手な結納は風習であるから仕方がない。	2.6	2.8	2.5	2.6	2.5	2.6	2.6
名古屋の結婚は細かいしきたりが多い。	3.3	3.4	3.3	3.2	3.3	3.3	3.5
細かいしきたりは風習であるから仕方がない。	2.7	2.8	2.6	2.6	2.6	2.6	2.8
TVの「名古屋嫁入り物語」はおもしろい。	3.5	3.2	3.5	3.6	3.6	3.2	3.3
TVの「名古屋嫁入り物語」は事実に近い。	2.7	2.6	2.7	2.7	2.6	2.6	2.8
名古屋人は交際に見栄を張る。	3.4	3.5	3.3	3.3	3.5	3.4	3.4
名古屋人の生活は普段は地味である。	3.2	3.3	3.2	3.1	3.3	3.2	3.1
名古屋人は金を使うときは派手に使う。	3.5	3.5	3.5	3.4	3.7	3.4	3.3

第7回調査：名古屋の芸術文化に関する調査

設 問	全体	男性	女性	市内	尾張	三河	県外
芸文センターは名古屋の芸術文化を象徴する。	3.4	2.8	3.5	3.6	3.4	3.3	3.1
芸文センターができて芸術を身近に感じられるようになった。	2.8	2.3	3.0	3.1	2.8	2.8	2.5
御園座は名古屋の芸術文化を象徴する。	3.6	3.1	3.7	3.8	3.6	3.4	3.4
御園座はこれからも残してほしい。	3.7	3.3	3.9	4.0	3.8	3.5	3.5
徳川美術館は名古屋の芸術文化を象徴する。	3.6	3.1	3.7	3.8	3.6	3.4	3.5
徳川美術館を誇りに思っている。	3.1	2.7	3.2	3.3	3.1	3.0	3.0
宝物館（熱田）は名古屋の芸術文化を象徴する。	3.0	2.6	3.1	3.2	3.0	3.2	2.7
宝物館（熱田）を誇りに思っている。	2.8	2.5	2.8	3.0	2.8	2.8	2.5
名古屋は芸術文化に力をいれた都市である。	3.0	2.6	3.1	3.0	3.0	3.0	3.0
名古屋は芸術鑑賞のチャンスに恵まれている。	3.1	2.7	3.2	3.1	3.0	3.1	3.1
名古屋は芸術が生まれやすい。	2.5	2.4	2.6	2.5	2.5	2.6	2.5
名古屋は芸能がさかんである。	2.8	2.7	2.8	2.9	2.8	2.8	2.7
名古屋には独自の芸能がある。	2.6	2.4	2.6	2.7	2.5	2.7	2.4
アサヒドーカメラのCMはウケる。	3.4	2.9	3.5	3.5	3.5	3.3	3.1
「P.S 愛してる」は好きな番組である。	3.7	3.0	3.9	3.8	3.7	3.9	3.6