

名古屋人気質に関する調査研究

脇田弘久・松本義宏・小見山隆行・
伊藤万知子・山川雅哲・岡本純

目 次

はじめに

1. 名古屋人気質について 既存文献のレビューと考察
2. 生活環境について
3. 名古屋人気質について
4. 自己診断結果から読み取れること
5. 名古屋人の「田舎者」意識について

おわりに

付 調査票（単純集計結果付）

はじめに

われわれは、20年前に「名古屋人気質と購買行動」について調査し、その結果をまとめた。名古屋地域もこの20年の間に、万博（愛・地球博）開催、中部国際空港開港、名古屋駅再開発による高層ビル群の建設、レゴランドの開園といったさまざまな開発やイベントが開催され、また、リニア新幹線の建設も着工されている。さらに、名古屋に限らず、インターネットの出現はわれわれの生活に大きな変貌をもたらしている。このような20年間における環境変化の中で、名古屋人の意識はどのようになっているのだろうか。

本研究は、20年前に行った質問項目に基づき、現代の名古屋人気質について調査分析した。

今回の調査設計の概要は、以下のとおりである。

1. 調査対象

愛知県在住の満20才以上～80才の男女個人とし

た。

2. 調査方法

インターネットによって調査を実施した。

3. 標本数と標本割り当て構成

標本数は420名。標本割り当てに関しては、男女はそれぞれ210名の均等割りとし、年齢構成については以下のものである。

年齢構成¹⁾

20才～24才	27名	6.4%
25才～29才	57名	13.6%
30才～34才	37名	8.8%
35才～39才	47名	11.2%
40才～44才	32名	7.6%
45才～49才	52名	12.4%

1) 本稿においては年齢構成を「20才～29才、30才～39才、40才～49才、50才～59才、60才～」の5段階構成にまとめて分析を行った。

50才～54才	41名	9.8%
55才～59才	43名	10.2%
60才～	84名	20.0%
計	420名	100.0%

男女構成

男性	210名	50.0%
女性	210名	50.0%
計	420名	100.0%

職業構成

公務員	12名	2.9%
経営者・役員	4名	1.0%
会社員（事務系）	51名	12.1%
会社員（技術系）	57名	13.6%
会社員（その他）	40名	9.5%
自営業	20名	4.8%
自由業	8名	1.9%
専業主婦（主夫）	91名	21.7%
パート・アルバイト	60名	14.3%
学生	17名	4.0%
その他	12名	2.9%
無職	48名	11.4%
計	420名	100.0%

居住地域

愛知県を名古屋市とそれ以外の2つのエリアに分け、さらにそのエリアで、男女別に20才代、30才代、40才代、50才代、60才以上をそれぞれ均等割（21名）で20区分に割り当てた。

4. 回収数

回収数は、男女それぞれ210名に標本数が達し次第打ち切り、合計420名を回収した。

5. 調査時期

平成29年2月に実施した。

6. 調査票と全体集計結果

本報告書の末尾に掲載した。

7. 今回の調査は、20年前の調査とは標本抽出方法および調査手法が異なるため、経年変化の分析は

行っていない。

1. 名古屋人気質について 既存文献のレビューと考察²⁾

1) 名古屋人の範囲

名古屋人気質を論じる場合、名古屋人の範囲をどう捉えていくかという課題がある。全国47都道府県のそれぞれの県民性を分析した先行研究がある。各県・都市には、歴史的事情も絡めてその地に培われてきた文化・習慣・風俗等の影響、地理的特徴、気候条件などの差によって、そこに住む人々の生業、暮らし方等に独特の特性や気質が醸し出されていくことは誰もが認めるところである。ただし、このことは、ある県に住んでいる人が全員、同じような性格や気質を持っているという意味ではない。個人差もあるし、その人がどれだけ長くそこに住んでいるのか、一代だけなのか、それとも先祖代々なのか、職業や年齢や性別などによっても変わってくるといえる。

愛知県は、古くから、尾張・三河地区から成っているが、上記の県民性分析では、一括りに愛知県民を論じている。愛知県は、天下人といわれる織田信長・豊臣秀吉・徳川家康（以下家康と略す）の三英傑を輩出し、日本をリードしてきた特色ある地域でもある。三河出身の家康は江戸幕府を開き、全国各地に愛知県出身の家臣団を多数送り込み、治世に当たさせた。260余年続いた江戸時代、全国の6割近い藩が愛知県との関わりをもつ。県民性分析では、都道府県で似たり寄ったりの結果も出ているが、これは共通した日本人気質とでもいえるもので、多分に江戸時代の藩制の影響が大きいのではないかと考える。

今日の名古屋・名古屋人は、三河出身の家康を離れて語ることはできない。司馬遼太郎は、三河人の性格は江戸幕府の政治体質そのものであると述べている。ただ、時代とともに、日本全体として、都市差、地方差は薄まりつつあり、愛知県も名古屋もそのような流れのなかにあるといえる。しか

2) 本節は、本稿の末尾に掲載した文献を参考にして記述した。

し、それでも、名古屋は、日本三大都市圏の中心都市でありながら、全国から「偉大なる田舎」とか「わが国最大の地方都市」などと揶揄されている。

日本における三大都市圏は、東京圏（首都圏）、名古屋圏（中京圏）、大阪圏（近畿圏）と呼称されている。名古屋圏は、名古屋市を中心とする経済圏で形成され、愛知県・岐阜県・三重県の3県に跨る圏域として捉えられている。都市圏の範囲は、本来、曖昧で、一元的な定義は存在しない。名古屋人気質を論じる場合、愛知県の尾張・三河地区の人々の気質を細部にわたって分析すれば、いくつかの相違点はみられるが、むしろ両者に共通する点も多く存在する。

本稿で名古屋人気質を論じる立場は、愛知県の尾張・三河地区の人々に共通する気質に着目し、中心都市である名古屋を中心におくも、三河地区の人々を含めた名古屋人気質として分析することとする。このスタンスは前回の研究分析と同様であり、一貫性を持たせている。

2) 名古屋人気質の特性

名古屋あるいは名古屋人の特性、気風を論じているそれなりの参考文献の中から、これが名古屋人気質独特の特性若しくは行動様式であると表現している語彙を随意拾い出してみた。これらの述語を一定の区分整理するに当たっては、前回の研究成果の15項目の区分法をそのまま利用している。また、参考文献として利用した文献もかなり重複したものとなっている。また、名古屋人気質の特性を15項目に分類し、これを特性集合と名付け、その現象面や行動様式等をこの項目の中へ集合・分類させて、これを現象集合と名付けて整理する方法も前回の研究成果を踏襲している。

項目間には互いに重なりあう内容が含まれていることから、厳密に15項目に限定することは容易なことではない。あくまで学問的便法と捉えて整理していきたい。名古屋人気質の具体的な現象も列挙してみたが、複数の項目にまたがるものや因果関係にたつものも少なくない。見方によっては、

長所になり、短所になる場合がある。名古屋人気質の特性についての全体像を把握する資料として捉えるのがよいのではないかと考える。

以下、名古屋人気質の特性①～⑮項目（特性集合）と名古屋・名古屋人の特徴、意識や行動（現象集合）を整理してみた。

①質素（地味で質素で儉約が大好きである。身のまわりものを大切に、無駄遣いはしない「お値打ち」が好きである。物を大切にするという習慣がある。偉大なる田舎、都会的要素と田舎の要素の混在したところが特徴である。）

②ケチ（ギフトセット解体バーゲンが人気である。パチンコの発祥地で、遊んだ上にうまくいけば金や品物がとれる。堅実を旨として根気よく働く、その延長線上の遊びとしてパチンコがある。「お値打ち」を重視する。物の値段に敏感である。他からケチといわれても動じない。おいしいより安い。新聞夕刊購読率が愛知は低い、夕刊にチラシがない、新聞代がもったいない、読む暇もない。）

③堅実（銀行に頼らない無借金の伝統がある。借金をしない「無借金経営」が多く、借金は嫌い、全国平均より低い名古屋金利、いざというときに備えてコツコツと貯金をする貯蓄好き、名古屋人は堅実、質素、安定といったイメージがある。クレジットカードの利用も少ない。名古屋では圧倒的に家康型を理想とする経営者が多い。家康型とは、精力的な実家、堅い律儀な人間、堅実な儉約家、忍耐強く、落ち着いた努力家、現実的に行動、具体的に物を考える、商人的、金銀に対する執着が強いなどが挙げられる。愛知県はバブル崩壊後、日本で一番倒産件数が少なかった。勤勉でコツコツ仕事をして金を貯めることが美徳としている。不況や難局にきわめて強いし、どんな事態になっても浮ついたり、慌てたりすることがない。すでにきっちり評価の定まったものを選ぶとする、だからブランド品である。）

④慎重（冒険を好まない、石橋をたたいても渡らない生き方が当たり前という風土になっていった。石橋を叩かないで渡る東京人・石橋を叩いて渡る大阪人・誰かが渡って大丈夫なのかを確認し

てからゆっくり渡るのが名古屋人。大儲けするより、元手さえ確保できればよい。確実な線を狙うのが名古屋人のやり方、投機というものは名古屋人気質に合わない。ハイリスクハイリターンという手法ではない。リスク少なくリターン少なくても不満はない。無借金主義で危機知らず、公私問わずリスク嫌い。基本的に好奇心を軽蔑し、リスクを避ける。「変わらない」ところが名古屋人の強み。簡単に世間の流行に乗らない。人間関係を構築するのに慎重な態度をとってしまう。新しいものをとり入れるのにきわめて慎重である。名古屋人はモラルが低いとかマナーを知らないとか、他県の人たちからバカにされることがある。流行に対しては保守的で消極的である。)

⑤勤勉（基本はあくまでコツコツまじめに働くことである。目先の楽しみより、まずは仕事、勤勉は最高の道德という考えが強い。日本人は勤勉な民族といわれるが、名古屋人の勤勉ぶりには驚く。自分の価値観に忠実で、周囲の動きに惑わされることなく、着実に仕事をこなしていく。)

⑥見栄（結婚式も車も派手が好き、豪華な家具を購入するのが昔からの名古屋人。結婚式、祭事・慶事・仏事には出し惜しみしない。日頃は儉約して貯蓄に励み、冠婚葬祭ではパツと派手に金を使う。母娘揃ってブランド好き、高級ブティックは母娘ワンセットが常識である。)

⑦優柔不断（自分に不利になるときは黙っているというような現実的な保身の姿勢をとる人が多い。まわりのほかの人と違うのをイヤガル、突出することを嫌う、「人並み」、「横並び」を強く意識する。)

⑧ひかえめ（おとなしい、内気でひっこみ思案、目立たない、地味、自分の意見をはっきりいわない。恥ずかしがり屋、照れ屋が多い。名古屋出身者の人気歌手や俳優・タレントは少ない。「隠れ名古屋」とい言葉がある。出身地を明かさそうとしない。大リーグのイチローも派手さを感じさせない。他人より目立ってはいけないという気風がある。)

⑨人間関係の重視（地縁・血縁、家族のつながり

を大事にする。ムラ社会の特徴が残っている。困ったときにはお互いに助け合うという気持ちが高い。親切で、人情味にあふれ、暮らしやすい社会を作り上げている。生まれ育ったところからなかなか離れたがらない。先祖を大切にする、墓参りは欠かさない。親との同居率が高く、年寄りが家族や周りから大切にされる。住宅街に喫茶店が多い。喫茶店で地域の人と交流できる。一度受け入れてもらえると長く付き合える関係になれる。人と人のつながりを大事にする。)

⑩権威に弱い（体制順応の気風の強いところである。名古屋は、他と比べて豊かな地域であったため尾張の人は考え方が保守的になり、現状を変えて何か新しいことに挑戦するという気風が育たなかった。お上にあまり反抗しない。お上の権威にひれ伏すという気質がみられる。お上にタテついたら大変なことになる。何ごとにつけ目立たないのがいちばんという意識が強い。尾張藩では、農民たちが藩に対して弓を引いたことはほとんどなかった。官尊民卑、権威に弱い。尾張一帯は江戸時代を通じて百姓一揆、打ちこわしが起こらなかった。名古屋商人も比較的素直に藩のことを聞いた。「長いものには巻かれろ」的な気質をもっている。自分に不利になるときは黙っている。経済的に恵まれた環境が、他人と争うことを好まず、あえて「出る杭」になろうとしない。)

⑪恵まれた自然（偉大な田舎といわれる。濃尾平野の肥沃な土壌、木曾三川の豊かな水に恵まれていたから、古くから農業が盛んに行われ、自給自足で充分自活していける規模を誇っていた。穏やかな気候、江戸時代には年貢も四公六民（普通は五公五民）と恵まれ、百姓一揆も起きていない。)

⑫閉鎖的（よそ者にソッポをむく閉鎖的で排他的な風土がある。他からの人材や資本を受け付けず排他的で閉鎖的である。名古屋人は地元から外に出ていこうとしない。地元にいるのがいちばんお値打ち。高卒者に占める県外就職者の割合は全国最低である。江戸時代から、尾張には、「自国者」「他国者」を区別する意識が強く、名古屋に無縁の「他国者」は辛酸をなめた。越後屋（現在の三越百貨店）

や大丸屋（現在の丸松坂屋百貨店）も排斥運動を受けている。警戒心が強くて打ち解けるのに時間がかかる。革新的なものをなかなか受け入れようとしない。飲み会の席でも自分から話し出すことはあまりない。開店祝い、お葬式時の花を持ち帰る、大相撲名古屋場所終了後、土俵の俵をみやげに持ち帰る。冗談が通じないなどと、批判されることがある。土着性が強い。新聞といえば中日新聞、野球といえば中日ドラゴンズである。）

⑭実利的（実利と実益を重んじる精神、合理主義的な考え方もつ。無駄なものにはお金を払いたくないという気持ちが強い。「こと」よりも「もの」の実利を重視する。形のない物には金を払わない。飲食店を選ぶ場合、ボリュームとサービスの質を重視する。喫茶店は単にお茶を飲むだけでなく下町の気さくな図書館としても機能している。家電や家など、デザインよりも実用的かどうかで決める。学校は公立が当たり前。専門課程を置く高校が多いのは「手に職」へのこだわりがある。習い事に高いカネを払う。手堅い人生設計＝資格好き、いざ結婚となると、外見より生活力を重視して男を選ぶ。お値打ち追求は、出した分のリターンが確実に得られるか、元が取れるかどうかである。）

⑮遊びどころがない（洗練とかおしゃれとはあまり縁がない。若者や女性層を引きつける魅力に欠ける。生産都市で、遊び、華、つまり面白味に通じるイメージが乏しい。早寝早起きで働き者、夜の店閉めは早い。ご当地ソングがうまれにくい。都会にしてはどこかあか抜けしていない。）

⑯ゆとり（あきらめの思想、万事にのんびりしている。経済も中部経済圏、自給自足、充分自活していける規模を誇っている。明治維新で格別の働きもしなかったから有能な人材が中央へ流出することがなかった。第2次産業の発展につながった。）

3) 名古屋人気質形成の歴史的・地理的要因の若干の考察

(1) 名古屋の誕生

名古屋を中心にした名古屋圏は、信長、秀吉、

家康が生まれ育ったところである。それ以前の源頼朝も、母親の実家である名古屋の熱田大宮司館で産声をあげた。この四英傑が、武家社会を樹立し、発展させている。彼らの存在は、おのずと名古屋圏の風土、気風に影響を与えている。一口でいえば「質素」・「実直」な気風であり、この地方の特徴をいい得ている。

家康は、名古屋圏中心の名古屋は京都や大阪ににらみをきかせる重要な位置ととらえ、この地に名古屋城を築き、それまで尾張の中心地だった清洲（2005年より清須に改名）から、武家屋敷、寺社、町屋のほとんどすべてを名古屋に移し、城下町を形成した。いわゆる「清洲越し」による名古屋の誕生である。

名古屋は、古くは那古野と書き、また名護屋・浪越などとも記し、蓬左の別名もある。家康による名古屋城下が開かれた頃から那古野は、名古屋または名護屋と併用して書かれ、次第に前者に定まっていた。1871年（明治4年）、廃藩置県が実施、3府302県体制から3府72県、愛知県も名古屋県と額田県の2県を經由して成り、その後、合併統合、分県運動が起こり、1890年（明治23年）に現在の47都道府県（当時は北海道庁、東京府）が確定した。その後は、合併・編入を繰り返し、市域は拡張し続けた。

明治に入ってから、名古屋圏は近代工業都市として発展し、戦後都市計画の稀にみる成功を導いてきた。現在、名古屋圏の中核となる愛知は、1977年（昭和52年）以来連続で「製造品出荷額等」日本一という、モノづくりNo.1の地盤を形成している。その企業人の精神的支柱は、名古屋人気質を代表する質素、堅実、勤勉、実利などの合理的精神ではないかと考える。

(2) 名古屋人気質形成の歴史的要因

家康の直系の子を藩主としておけば西方への備えは万全と考え、9男の徳川義直を初代尾張藩主に任じた。義直は、家康本人と性格、考え方もっともよく似ていたといわれている。義直は、謹厳実直、潔癖な性格の人物、遊廓も禁止した。学問を好み、朱子学を学んだ。中国の文化に傾倒し、

名古屋城内に孔子廟を設けている。徳川家はもともと浄土宗だが、義直は仏教にはあまり関心がなく、儒学（朱子学）や神学を重んじ、墓は儒教式にするよう遺言を残した。2代藩主光友は、尾張徳川家の菩提寺の建中寺とは別に、定光寺に儒教式の墓をつくった。義直の死後も、飲酒を慎むお触れ、賭け事禁止、質素、儉約、堅実、秩序第一という気風を重視した。反対政策をとったのが7代藩主宗春である。将軍吉宗の儉約政策、法治主義に対立して、名古屋城下に遊郭を設置、常設の芝居小屋などを設けるなど、江戸・京都・大坂顔負けの一大娯楽都市となった。名古屋は「芸どころ」といわれるほどに文化の華も開いた。こうしたことが宗春を商業都市名古屋発展の恩人であるという評価もある。しかし、名古屋の華やかな時期はこの9年間で終わった。後に深刻な財政困難となり、藩を困窮に陥れたという理由で、44才で隠居謹慎、以後、69才で死ぬまでの25年間幽閉、以後没して75年間、建中寺にある墓石に金網がかけられた。解かれたのは、生前の謹慎期間を含めると100年後の事であった。名古屋人には、目立ちすぎれば、容赦なくたたき落とされるのを目のあたりにし、堪えたにちがいない。何ごとにつけ目立たないのがいちばんという意識が骨の髄までしみついたといえる。宗春の後、藩政立て直しに必死の9代宗睦は、藩校明倫堂を創設し、上杉鷹山の師でも知られる東海市出身の儒学者（折衷学派）細井平洲を督学（学長）に任命し、庶民にも儒教思想をたたきこみ、儉約の精神、実学の大切さを説いて回った。現在の名古屋人のDNA（遺伝子）を形成したといえなくもない。

(3) 名古屋人気質形成の地理的要因

地理的特徴や気候条件、それらと不可分の自然環境は何より、そこに生きる人たちの生業、暮らし方を規定づける。

尾張は木曾三川が運んだ肥沃な土壌と水に恵まれ、気候も温暖なことから農耕に適していた。また尾張藩の管理下にあった木曾川上流域には良質な木材を産する木曾山地もあり、他に比べて豊かな地域であった。尾張藩の石高も公称62万石、実

質的には100万石、木曾の山林は尾張藩直轄とされ、経済基盤は万全であった。このため尾張の人は考え方が保守的になり、現状を変えて何か新しいことに挑戦するという気風が育たなかった。さらに尾張では豊かさ故に農民・町人も相応の生活を営むことができ、支配層である武士と衝突することがほとんどなかった。名古屋商人も、名古屋開府とともに集まってきて、名古屋で育ち、名古屋で発展した。他国へ進出する必要もなく、馬の目をぬく激しい商売もする必要がなかった。このことは、見栄をはる必要もなく、無駄遣いすることもなかった。こうした経済的に恵まれた環境が、他人と争うことを好まず、あえて「出る杭」になろうとしない名古屋人気質を形成していった要因となるのではないかと考える。

2. 生活環境について

1) 購入している新聞について

名古屋人に、現在購読している新聞について尋ねたところ、中日新聞を購読している人が年齢全体では最も多く、半数以上（51.7%）の名古屋人が購読している。そして、日本経済新聞（7.1%）、朝日新聞（6.7%）、読売新聞（1.9%）と続く。また、35%以上の名古屋人が新聞を購読していない（36.2%）と答えている。

購読している新聞と年齢間では「中日新聞を購読している」40才以上と、「購読していない」20～30才台で有意差が認められた³⁾。また、「購読していない」20才台と40才以上、30才台とそれ以上の年代などと有意差が認められる。

「中日新聞の購読者」

40才～49才	52.4%	←*→	20才～29才	34.5%
50才～59才	66.7%	←***→	同上	34.5%
同上	66.7%	←***→	30才～39才	36.9%
60才以上	67.9%	←***→	20才～29才	34.5%
同上	67.9%	←***→	30才～39才	36.9%

「購読していない」

3) 矢印と矢印の間に表示した***印は1%有意水準で有意差が認められた場合を、*印は5%有意水準が認められた場合を示す。

20才～29才	57.1%←**→	40才～49才	32.1%
同上	57.1%←**→	50才～59才	23.8%
同上	57.1%←**→	60才以上	15.5%
30才～39才	←**→	40才～49才	32.1%
同上	52.4%←**→	50才～59才	23.8%
同上	52.4%←**→	60才以上	15.5%
40才～49才	32.1%←**→	60才以上	15.5%

次に「県外に住んだことがあると答えた」人に現在購読している新聞と県外に住んだ年数を尋ねたところ「中日新聞を購読している」と「購読していない」人で有意差が認められた。

「中日新聞の購読者」

10年～ 47.3%←**→～9年 9.3%

30年～ 56.6%←**→ 同上 9.3%

「購読していない」

～9年 77.8%←**→10年～ 36.4%

同上 77.8%←**→30年～ 22.9%

2) 居住環境

居住歴や環境「生まれてから今日まで愛知県に住んでいる」と「愛知県に住んでいるが、愛知県以外にも住んだことがある」や居住の満足度「今住んでいる市町村に、このまま住み続けたいですか。」について尋ねたところ、有意差が認められたのは以下のようにになっている。

(1) 居住歴について

「生まれてから今日まで愛知県に住んでいる」

20才～29才 65.5%←**→ 60才以上 46.4%

「愛知県に住んでいるが、愛知県以外にも住んだことがある」

60才以上 53.6%←**→20才～29才 34.5%

(2) 家の所有形態について

家の所有形態に関する意見を尋ねたところ「持ち家が良い」、「どちらでもよい」で有意差が認められた。

「持ち家が良い」

50才～59才 50.9%←**→20才～29才 33.3%

「どちらでもよい」

40才～49才 31.0%←**→50才～59才 14.3%

(3) 居住の満足度について

今住んでいる市町村にこのまま住み続けたいですかという質問に対して、「この市町村にそのまま住み続けたい」、「転居したい」、「成り行き次第でわからない」では年齢によって有意差が認められた。

「この市町村にそのまま住み続けたい」

50才～59才 61.9%←**→20才～29才 39.3%

60才以上 71.4%←**→ 同上 39.3%

同上 71.4%←**→30才～39才 54.8%

同上 71.4%←**→40才～49才 51.2%

「転居したい」

20才～29才 13.1%←**→60才以上 2.4%

「成り行き次第でわからない」

20才～29才 47.6%←**→60才以上 26.2%

このような結果から、高齢者層では引っ越しなど居住地の移動は望んでいないことが理解できる。また「県外に住んだことがある」と答えた人に同様の質問をしたところ「この市町村にそのまま住み続けたい」、「成り行き次第でわからない」と居住年数によって有意差が認められた。

「この市町村にそのまま住み続けたい」

30年～ 62.7%←**→～9年 25.9%

同上 62.7%←**→10年～ 43.6%

「成り行き次第でわからない」

～9年 59.3%←**→30年～ 30.1%

3. 名古屋人気質について

1) 名古屋人気質についての意見に対する評価

名古屋人気質についての意見を20項目挙げて4段階評価で尋ねた。

(1) 肯定的評価

名古屋人気質についての意見に対して肯定的な意見を値の高い順に並び替えると以下ようになった。これらの結果から、肯定的評価1位、2位は従来からの評価である、名古屋人の見栄っ張りな一面が推測され、それはこの地のブランド好きを物語るものでもある。また持ち家志向の高い結果からは、東阪に比し住環境が良好なことが推測される。

(2) 否定的評価

図表3-1 名古屋人気質に関する肯定的評価

(%)

名古屋人は何か特別な日に出費を惜しまない	59.3
名古屋人はおくりものをすると、松坂屋や三越をよく利用する	58.8
名古屋人は持ち家志向が強い方だ	53.8
名古屋人は古いしきたりにこだわる	45.2
名古屋人の企業は保守的である	42.1
名古屋人はよそ者よりも名古屋人同志の方が心が許せる	39.0
名古屋人は値段が高くても品質が良ければ購入する	38.8
名古屋人はよそ者（名古屋人以外の人）と親しくなるのに時間がかかる	34.0
名古屋人は東京人に劣等感を持っている	32.9
名古屋人は同志の結束は固いと思う	30.5
名古屋人は大金を投じるような賭け事はしない	29.3
名古屋人は人前で自分の本心を表面に出さない	29.0
名古屋人は相手の出身地をすぐに尋ねることが多い	26.7
名古屋人は目立ちたがり屋が多い	25.5
名古屋人はお茶やお花を習ったり、芸術を鑑賞したりする人が多い	25.2
名古屋人は生活に十分なゆとりが無くても芸術・スポーツ・趣味などに関心が高い	19.0
名古屋人は東京に対して不満を持っている	17.6
名古屋人は国や県の決めたことには反対しない	16.0
名古屋人の企業は寄付行為に熱心でない	15.5
名古屋人は「安物買いの銭失い」である	10.7

名古屋人気質についての意見に対して否定的な評価を値の高い順に並び替えると以下ようになった。

(3) 20項目の全体結果の概要

- ① 「名古屋人は「安物買いの銭失い」である」
「そう思わない」の否定的評価が約半数（48.8%）を占めた。
全体としては、「そう思わない」の比率（48.8%）と「そう思う」の比率（10.7%）の約4.5倍となっている。
- ② 「名古屋人は大金を投じるような賭け事はしない」
回答の割合がバラバラに分かれて、傾向が不明瞭。
- ③ 「名古屋人は何か特別な日に出費を惜しまない」

「そう思う」の肯定的評価が6割（59.3%）を占める。

- ④ 「名古屋人は持ち家志向が強い方だ」
「そう思う」の肯定的評価が6割（53.8%）を占める。
- ⑤ 「名古屋人は目立ちたがり屋が多い」
回答の割合がバラバラに分かれて、傾向が不明瞭。
- ⑥ 「名古屋人は東京人に劣等感を持っている」
回答の割合がバラバラに分かれて、傾向が不明瞭。
- ⑦ 「名古屋人は東京に対して不満を持っている」
回答の割合がバラバラに分かれて、傾向が不明瞭。
- ⑧ 「名古屋人は国や県の決めた事には反対しない」
回答比率もバラツキが大きい、「そう思わな

- い」の比率が「そう思う」の比率の倍程度となっている。
- ⑨ 「名古屋人はよそ者（名古屋人以外の人）と親しくなるのに時間がかかる」
回答比率はバラツキが大きい。
- ⑩ 「名古屋人はよそ者よりも名古屋人同志の方が心が許せる」
回答比率はバラツキが大きい。
- ⑪ 「名古屋人は人前で自分の本心を表面に出さない」
回答比率はバラツキが大きい。
- ⑫ 「名古屋人は同志の結束は固いと思う」
「どちらでもない」の比率が最も高い（40.7%）。
- ⑬ 名古屋人は古いしきたりにこだわる
「そう思う」の肯定的評価の割合が高い（45.2%）。
- ⑭ 「名古屋人は相手の出身地をすぐに尋ねることが多い」
回答比率はバラツキが大きい。
- ⑮ 「名古屋人は値段が高くても品質が良ければ購入する」
「そう思う」の肯定的評価の割合が高い（38.8%）。
- ⑯ 「名古屋人はお茶やお花を習ったり、芸術を鑑賞したりする人が多い」
回答比率はバラツキが大きい。
- ⑰ 「名古屋人は生活に十分なゆとりがなくても芸術・スポーツ・趣味などに関心が高い」
回答もばらつきが大きく、「どちらでもない」の比率が最も大きい。
- ⑱ 「名古屋人は贈り物をするときに、松坂屋や三越をよく利用する」
「そう思う」の肯定的評価の割合が相当高い（58.8%）。
- ⑲ 「名古屋人の企業は保守的である」
「そう思う」の肯定的評価の割合が高い（42.1%）。

図表3-2 名古屋人気質に関する否定的評価

（%）

名古屋人は「安物買いの銭失い」である	48.8
名古屋人は東京に対して不満を持っている	39.0
名古屋人は国や県の決めた事には反対しない	34.5
名古屋人は目立ちたがり屋が多い	33.8
名古屋人は東京人に劣等感を持っている	33.1
名古屋人はよそ者（名古屋人以外の人）と親しくなるのに時間がかかる	29.0
名古屋人は相手の出身地をすぐに尋ねることが多い	28.6
名古屋人はお茶やお花を習ったり、芸術を鑑賞したりする人が多い	26.2
名古屋人は大金を投じるような賭け事はしない	26.0
名古屋人は人前で自分の本心を表面に出さない	25.5
名古屋人はよそ者よりも名古屋人同志の方が心が許せる	23.8
名古屋人は生活に十分なゆとりがなくても芸術・スポーツ・趣味などに関心が高い	23.1
名古屋人の企業は寄付行為に熱心でない	22.1
名古屋人は同志の結束は固いと思う	18.8
名古屋人は古いしきたりにこだわる	17.9
名古屋人は値段が高くても品質が良ければ購入する	15.7
名古屋人の企業は保守的である	15.5
名古屋人は持ち家志向が強い方だ	12.9
名古屋人は何か特別な日に出費を惜しまない	11.4
名古屋人は贈り物をするときに、松坂屋や三越をよく利用する	11.2

⑳ 「名古屋人の企業は寄付行為に熱心でない」
回答比率はバラツキが大きく、「どちらでもない」の比率が最も大きい。

2) 名古屋人気質に関する階層間分析

以下では、名古屋人についてのいろいろな意見について、階層間の有意差の有無の観点から考察する。階層間の有意差検定は、男女間、年齢階層間、居住地間（県内、県外）で行った。

一般的には、有意差の認められる項目が最も多かったのは年齢階層間で36項目、男女間は10項目、居住地間（県内、県外）は9項目という結果となった。

以下では、有意差の認められた階層間についてのみ記載した。

(1) 男女間

① 「名古屋人は「安物買いの銭失い」である」
この項目では有意差の認められる階層はなかった。

男女とも「そう思わない」が約半数を占めた。

② 「名古屋人は大金を投じるような賭け事はしない」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

男女とも回答の割合がバラバラに分かれた。

③ 「名古屋人は何か特別な日に出費を惜しまない」

「そう思う」

女性 69.5% ← ** → 男性 49.0%

「どちらでもない」

男性 26.2% ← * → 女性 16.2%

「そう思わない」

男性 15.7% ← ** → 女性 7.1%

「そう思う」の割合が男性は約50%、女性は約70%と更に高い比率となっている。

④ 「名古屋人は持ち家志向が強い方だ」

「そう思う」

女性 61.0% ← ** → 男性 46.7%

持ち家志向は男女ともに高いが特に女性は61.0%と高く男性の比率との間に有意差が認められる。

⑤ 「名古屋人は目立ちたがり屋が多い」

この項目では有意差の認められる階層はなく、回答もバラバラに分かれた。

⑥ 「名古屋人は東京人に劣等感を持っている」

この項目では有意差の認められる階層はなく、回答もバラバラに分かれた。

⑦ 「名古屋人は東京に対して不満を持っている」
「どちらでもない」

男性 38.6% ← * → 女性 26.7%

男女とも「そう思わない」の回答割合が「そう思う」の割合の倍となっているが、「どちらでもない」の比率も高い。

⑧ 「名古屋人は国や県の決めた事には反対しない」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑨ 「名古屋人はよそ者（名古屋人以外の人）と親しくなるのに時間がかかる」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑩ 「名古屋人はよそ者よりも名古屋人同志の方が心が許せる」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑪ 「名古屋人は人前で自分の本心を表面に出さない」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑫ 「名古屋人は同志の結束は固いと思う」

この項目では有意差の認められる階層はなく、男女とも「どちらでもない」の比率が最も高い。

⑬ 「名古屋人は古いしきたりにこだわる」

「そう思う」

女性 52.9% ← ** → 男性 37.6%

男女とも「そう思う」の割合が高く、更に女性は男性に対して有意差が認められた。

⑭ 「名古屋人は相手の出身地をすぐに尋ねることが多い」

この項目では有意差の認められる階層はなく、回答比率もバラツキが大きい。

⑮ 「名古屋人は値段が高くても品質が良ければ購入する」

「そう思う」

女性 45.7%←***→男性 31.9%

男女ともに「そう思う」の割合が高いが、女性は約半数(45.7%)と「そう思わない」の4倍近くとなっている。さらに男性と有意差が認められた。

⑯ 「名古屋人はお茶やお花を習ったり、芸術を鑑賞したりする人が多い」

「そう思う」

女性 34.3%←***→男性 16.2%

「そう思わない」

男性 34.8%←***→女性 17.6%

回答比率は男女間で大きな差がみられ、男性は「そう思わない」の比率が高く、女性は「そう思う」の比率が高い。それぞれで有意差が認められた。

⑰ 「名古屋人は生活に十分なゆとりがなくても芸術・スポーツ・趣味などに関心が高い」

この項目では有意差の認められる階層は無かった。

⑱ 「名古屋人は贈り物をするときに、松坂屋や三越をよく利用する」

「そう思う」

女性 65.7%←***→男性 51.9%

「そう思わない」

男性 14.8% ←*→ 女性 7.8%

男女ともに「そう思う」の比率が高く、特に女性の比率は65.7%と高く、男性で有意差が認められた。

⑲ 「名古屋人の企業は保守的である」

この項目では有意差の認められる階層はなく、回答比率もバラツキが大きい。

⑳ 「名古屋人の企業は寄付行為に熱心でない」

「そう思う」

男性 20.0%←*→女性 11.0%

(2) 年齢階層間

① 「名古屋人は「安物買いの銭失い」である」

この項目では有意差の認められる階層は無かった。

② 「名古屋人は大金を投じるような賭け事はしない」

「そう思う」

60才以上 42.9%←***→20才～29才 19.0%

同上 42.9%←*→40才～49才 25.0%

「そう思わない」

20才～29才 36.9%←*→50才～59才 29.8%

同上 6.9%←***→60才以上 15.5%

40才～49才 29.8%←*→ 同上 15.5%

「名古屋人は大金を投じるような賭け事はしない」については、「そう思う」の割合は60才以上が42.9%、20才～29才が19.0%で1%有意水準、40才～49才が25.0%と5%有意水準で有意差が認められた。

③ 「名古屋人は何か特別な日に出費を惜しまない」

この項目では有意差の認められる階層は無かった。

④ 「名古屋人は持ち家志向が強い方だ」

「そう思う」

40才～49才 60.7%←*→20才～29才 40.5%

60才以上 64.3%←***→ 同上 40.5%

同上 64.3%←*→50才～59才 47.6%

「そう思わない」

20才～29才 21.4%←*→40才～49才 8.3%

60才以上とその他の年齢層との間に「そう思う」とする肯定的評価で有意差が認められた。

⑤ 「名古屋人は目立ちたがり屋が多い」

「そう思う」

20才～29才 38.1% ←*→ 40才～49才 21.4%

同上 38.1% ←*→ 60才以上 20.2%

同上 38.1%←***→50才～59才 9.5%

「どちらでもない」

40才～49才 39.3% ←*→ 30才～39才 22.6%

「そう思わない」

50才～59才 41.7% ←*→ 20才～29才 23.8%

20才台とそれ以上の年代層との「そう思う」とする比率に有意差が認められる。

⑥ 「名古屋人は東京人に劣等感を持っている」

この項目では有意差の認められる階層は無かった。

- た。
- ⑦ 「名古屋人は東京に対して不満を持っている」
「どちらでもない」
40才～49才 44.0% ←*→ 20才～29才 26.2%
同上 44.0%←***→30才～39才 21.4%
- ⑧ 「名古屋人は国や県の決めた事には反対しない」
「そう思う」
50才～59才 20.2% ←*→ 20才～29才 8.3%
60才以上 23.8% ←*→ 同上 8.3%
「どちらでもない」
40才～49才 54.8%←***→20才～29才 32.1%
同上 54.8%←***→30才～39才 31.0%
同上 54.8% ←*→ 60才以上 36.9%
「そう思わない」
20才～29才 47.6%←***→40才～49才 25.0%
同上 47.6%←***→50才～59才 26.2%
同上 47.6% ←*→ 60才以上 28.6%
30才～39才 45.2% ←*→ 40才～49才 25.0%
同上 45.2% ←*→ 50才～59才 26.2%
同上 45.2% ←*→ 60才以上 28.6%
- 50才以上の中高年層と20才台とでは、肯定的評価の差に有意差が認められる。40才台は年代としては中間的な考え方になっている。20～30才台の否定的評価の比率と40才以上の高年齢層の同意見の比率の差には有意差が認められる。
- ⑨ 「名古屋人はよそ者（名古屋人以外の人）と親しくなるのに時間がかかる」
「そう思う」
60才以上 41.7% ←*→ 20才～29才 25.0%
「そう思わない」
20才～29才 42.9% ←*→ 30才～39才 25.0%
同上 42.9%←***→40才～49才 22.8%
同上 42.9% ←*→ 60才以上 26.2%
- 20才台とそれ以上の年代では否定的評価の比率の差に有意差が認められる。
- ⑩ 「名古屋人はよそ者よりも名古屋人同志の方が心が許せる」
「そう思う」
30才～39才 50.0%←*→40才～49才 29.8%

- 同上 50.0%←*→50才～59才 22.8%
「どちらでもない」
40才～49才 42.9%←*→20才～29才 23.8%
同上 42.9%←*→30才～39才 25.0%
- 30才以上の年代では肯定的評価で有意差が認められる。40才台は「どちらでもない」の比率が高く、年代としては中間的な考え方になっている。
- ⑪ 「名古屋人は人前で自分の本心を表面に出さない」
「そう思わない」
20才～29才 34.5%←*→30才～39才 19.0%
- ⑫ 「名古屋人は同志の結束は固いと思う」
「そう思う」
60才以上 39.3%←*→30才～39才 23.8%
「どちらでもない」
30才～39才 48.8%←*→20才～29才 29.8%
40才～49才 50.0%←*→ 同上 29.8%
「そう思わない」
20才～29才 29.8%←*→40才～49才 14.3%
- 年代によって60才台は肯定的評価、20才台は否定的評価、30～40才台は中間的评价とそれぞれの年代で評価が逆転している。
- ⑬ 「名古屋人は古いしきたりにこだわる」
「そう思う」
60才以上 63.1%←***→20才～29才 35.7%
同上 63.1%←***→30才～39才 41.7%
同上 63.1%←***→40才～49才 39.3%
同上 63.1%←*→50才～59才 46.4%
「そう思わない」
20才～29才 34.5%←*→40才～49才 19.0%
同上 34.5%←***→60才以上 4.8%
30才～39才 19.0%←*→60才以上 4.8%
40才～49才 19.0%←*→ 同上 4.8%
- 60才以上は肯定的評価が多いが他の年代は総じて否定的評価が多くそれぞれの差には有意差が認められる。
- ⑭ 「名古屋人は相手の出身地をすぐに尋ねることが多い」
「そう思う」
60才以上 36.9%←***→40才～49才 16.7%

「どちらでもない」

40才～49才 46.4% ←*→ 30才～39才 28.6%

「そう思わない」

30才～39才 35.7% ←*→ 60才以上 17.9%

60才以上の高年齢層と40才台の中年層には肯定的評価の比率差に有意差が認められる。

- ⑮ 「名古屋人は値段が高くても品質が良ければ購入する」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

- ⑯ 「名古屋人はお茶やお花を習ったり、芸術を鑑賞したりする人が多い」

「そう思う」

60才以上 44.0%←***→20才～29才 17.9%

同上 44.0%←***→30才～39才 15.5%

同上 44.0%←***→40才～49才 21.4%

同上 44.0% ←*→ 50才～59才 27.4%

「そう思わない」

20才～29才 33.3%←***→60才以上 13.1%

30才～39才 19.0%←***→ 同上 13.1%

60才以上の高年齢層では肯定的評価が高くその他の年代との間に有意差が認められた。

- ⑰ 「名古屋人は生活に十分なゆとりがなくとも芸術・スポーツ・趣味などに関心が高い」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

- ⑱ 「名古屋人は贈り物をするときに、松坂屋や三越をよく利用する」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

- ⑲ 「名古屋人の企業は保守的である」

「そう思う」

60才以上 54.8%←***→20才～29才 29.8%

「そう思わない」

20才～29才 22.6% ←*→ 50才～59才 9.5%

同上 22.6% ←*→ 60才以上 7.1%

30才～39才 20.2% ←*→ 同上 7.1%

60才以上の高年齢層は肯定的評価であり20才台との比率差に有意差が認められ、20～30才台と50才以上の年齢層では否定的評価の比率の差に

有意差が認められる。

- ⑳ 「名古屋人の企業は寄付行為に熱心でない」
「わからない」

30才～39才 3.8%←*→60才以上 10.7%

- (3) 居住地間

- ① 「名古屋人は「安物買いの銭失い」である」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

- ② 「名古屋人は大金を投じるような賭け事はしない」

「そう思う」

10年～ 38.2%←*→～9年 16.7%

0年以上の居住地間とそれ以下の短い居住期間では肯定的評価で有意差が認められる。

- ③ 「名古屋人は何か特別な日に出費を惜しまない」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

- ④ 「名古屋人は持ち家志向が強い方だ」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

- ⑤ 「名古屋人は目立ちたがり屋が多い」

「そう思う」

～9年 40.7%←***→30年～ 16.9%

「そう思わない」

30年～ 38.6% ←*→ ～9年 16.7%

30年以上の長期居住者は否定的評価、10年未満の居住者では肯定的評価で有意差が認められた。

- ⑥ 「名古屋人は東京人に劣等感を持っている」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

- ⑦ 「名古屋人は東京に対して不満を持っている」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

- ⑧ 「名古屋人は国や県の決めた事には反対しない」

「そう思わない」

～9年 40.7% ←*→ 30年～ 19.3%

10年～ 41.8%←***→ 同上 19.3%

否定的評価は30年以上の長期居住者は低く、それ以下の居住歴者で高くなっていて、有意差が認められる。

⑨ 「名古屋人はよそ者（名古屋人以外の人）と親しくなるのに時間がかかる」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑩ 「名古屋人はよそ者よりも名古屋人同志の方が心が許せる」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑪ 「名古屋人は人前で自分の本心を表面に出さない」

「そう思わない」

30年～ 28.9% ←*→ 10年～ 12.7%

⑫ 「名古屋人は同志の結束は固いと思う」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑬ 「名古屋人は古いしきたりにこだわる」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑭ 「名古屋人は相手の出身地をすぐに尋ねることが多い」

「どちらでもない」

30年～ 42.2% ←*→ 10年～ 21.8%

⑮ 「名古屋人は値段が高くても品質が良ければ購入する」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑯ 「名古屋人はお茶やお花を習ったり、芸術を鑑賞したりする人が多い」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑰ 「名古屋人は生活に十分なゆとりがなくても芸術・スポーツ・趣味などに関心が高い」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑱ 「名古屋人は贈り物をするときに、松坂屋や三越をよく利用する」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

た。

⑲ 「名古屋人の企業は保守的である」

この項目では有意差の認められる階層はなかった。

⑳ 「名古屋人の企業は寄付行為に熱心でない」

「そう思う」

10年～ 29.1% ←*→ 9年 7.4%

30年～ 24.1% ←*→ 同上 7.4%

肯定的評価は10年以上の居住者で高くそれ以下の居住者では低い。

3) 名古屋人氣質に関する因子分析

さらに、名古屋人氣質に関する20問から因子分析を行うと以下の5つの因子が抽出された。第1因子は「名古屋人はよそ者よりも名古屋人同志の方が心が許せる」、「名古屋人はよそ者（名古屋人以外の人）と親しくなるのに時間がかかる」、「名古屋人は人前で自分の本心を表面に出さない」など他との関係を積極的に持たない閉鎖的な意見であった。第2因子は「名古屋人は何か特別な日に出費を惜しまない」、「名古屋人は値段が高くても品質が良ければ購入する」など冠婚葬祭などには出費を惜しまない保守的な意見であった。第3因子は「名古屋人はお茶やお花を習ったり、芸術を鑑賞したりする人が多い」、「名古屋人は生活に十分なゆとりがなくても芸術・スポーツ・趣味などに関心が高い」などの芸術や文化に対して積極的に活動する態度がみられた。第4因子は「名古屋人は大金を投じるような賭け事はしない」、「名古屋人の企業は寄付行為に熱心でない」の項目から封建的な意見であった。第5因子は「名古屋人は東京人に劣等感を持っている」、「名古屋人は東京に対して不満を持っている」の項目から東京に対

図表3-3 名古屋人氣質の因子分類

第1因子：閉鎖性因子
第2因子：保守性因子
第3因子：芸どころ因子
第4因子：封建制因子
第5因子：対東京感情因子

図表3-4 名古屋人気質の因子分析結果

	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5
名古屋人はよそ者よりも名古屋人同志の方が心が許せる	0.713	0.175	0.077	0.161	0.256
名古屋人はよそ者（名古屋人以外の人）と親しくなるのに時間がかかる	0.662	0.204	0.058	0.283	0.201
名古屋人は人前で自分の本心を表面に出さない	0.660	0.074	0.187	0.309	0.167
名古屋人は古いしきたりにこだわる	0.630	0.266	0.307	0.018	0.169
名古屋人は同志の結束は固いと思う	0.573	0.232	0.252	0.263	0.128
名古屋人の企業は保守的である	0.515	0.103	0.197	0.448	0.133
名古屋人は相手の出身地をすぐに尋ねることが多い	0.434	0.263	0.242	0.230	0.325
名古屋人は贈り物をするときに、松坂屋や三越をよく利用する	0.379	0.239	0.344	0.071	0.252
名古屋人は何か特別な日に出費を惜しまない	0.205	0.759	0.189	0.198	0.073
名古屋人は値段が高くても品質が良ければ購入する	0.353	0.501	0.468	0.072	0.079
名古屋人は持ち家志向が強い方だ	0.341	0.484	0.313	0.166	0.126
名古屋人は目立ちたがり屋が多い	0.110	0.427	0.228	0.098	0.361
名古屋人はお茶やお花を習ったり、芸術を鑑賞したりする人が多い	0.221	0.260	0.717	0.276	0.154
名古屋人は生活に十分なゆとりがなくても芸術・スポーツ・趣味などに関心が高い	0.192	0.278	0.650	0.350	0.176
名古屋人は大金を投じるような賭け事はしない	0.261	0.352	0.174	0.553	0.080
名古屋人の企業は寄付行為に熱心でない	0.244	0.023	0.264	0.533	0.233
名古屋人は国や県の決めた事には反対しない	0.288	0.226	0.253	0.431	0.222
名古屋人は「安物買いの銭失い」である	0.150	0.330	0.034	0.385	0.376
名古屋人は東京人に劣等感を持っている	0.270	0.098	0.076	0.095	0.768
名古屋人は東京に対して不満を持っている	0.241	0.069	0.232	0.307	0.607

注. 因子抽出法：主因子法

回転法：Kaiserの正規を伴うバリマックス法

して感情的になる意見であった。これら5つの因子から、名古屋人が持つ気質の特性が読み取れる。

4. 自己診断結果から読み取れること

1) 自己の気質に関する48項目の質問に対する回答結果

自己の気質について48の質問項目を設け5段階評価で尋ねた(Q8・Q9)。その結果を、「その通り」「どちらでもない」「違う」の3段階にまとめ、「その通り」と回答した割合の多い順に示したものが図表4-1である。

また、図表4-2は、同質問に対し「違う」と回答した割合の多い順に並び替え、上位20項目を示したものである。

「その通り」の割合が高いものには、「借金の申

し入れは断る方だ」(69.3%)、「欲しい物があってもすぐには買わず、考えてから買う方だ」(67.4%)、「何か特別な日には出費を惜しまない」(58.1%)、「預金をする場合には元金が保証されているものにする」(58.1%)、「100円や200円程度の貸しは、催促しない」(47.9%)など金銭に関係する項目があがってきている(図表4-1)。

また、「違う」との回答の多いものにも「100円や200円程度の借りは、返さない」(79.0%)、「お金の貸し借りをすることは気にならない」(73.3%)、「割り勘の時は必ず1円単位まで計算する」(58.3%)、「買い物をする時は値切る」(55.3%)など金銭の貸し借り、支払いに関する項目がみられる(図表4-2)。

「その通り」と回答した割合が高かったその他

の質問項目としては、「自分を売り込む人は好まない」(53.6%)、「相手が困っているときには親身になって相談に乗る方だ」(51.4%)、「何軒も店を回って品物を見比べてから買う方だ」(48.1%)、「仕事には熱中する方だ」(47.1%)、「本音をなかなか言わない」(46.2%)、「親戚や知り合いの店に買い物に行った際には、何かひとつは買って帰る」(46.0

%)があげられる。これらの項目には全体の約半数が「その通り」と回答している。

また、上記の他に「違う」と回答した割合が50%を超える質問項目は、「自ら進んでリーダーになる方だ」(63.8%)、「流行品は人より早く持ちたい」(60.2%)、「悩みがあると占いに頼りたくなる」(58.1%)、「開店祝いの花を持ち帰る」(56.4%)、「可

図表4-1 自己の気質について

(%)

項 目	その通り	どちらでもない	違う
借金の申し入れは断る方だ	69.3	26.4	4.3
欲しい物があってもすぐには買わず、考えてから買う方だ	67.4	25.7	6.9
何か特別な日には出費を惜しまない	58.1	27.6	14.3
預金をする場合には元金が保証されているものにする	58.1	31.4	10.5
自分を売り込む人は好まない	53.6	33.8	12.6
相手が困っているときには親身になって相談に乗る方だ	51.4	42.1	6.4
何軒も店を回って品物を見比べてから買う方だ	48.1	33.8	18.1
100円や200円程度の貸しは、催促しない	47.9	29.5	22.6
仕事には熱中する方だ	47.1	39.5	13.3
本音をなかなか言わない	46.2	35.2	18.6
親戚や知り合いの店に買い物に行った際には、何かひとつは買って帰る	46.0	34.3	19.8
自分の意見を持っているが自らは主張しない	43.8	33.8	22.4
朝、喫茶店を選ぶときは、モーニングサービスの内容を重視する	42.6	34.0	23.3
自分が他人にどう思われているか気になる	42.4	37.6	20.0
新製品は先に買った人の意見を聞いてから買う	42.1	43.8	14.0
期日がせまらなると行動を起こさない	40.7	32.1	27.1
趣味を持つなら、生活に役立つものを選ぶ方だ	40.0	41.2	18.8
仕事をする以上、多少の私生活の犠牲は仕方がない	36.9	40.5	22.6
新聞やテレビの情報は信用する	36.4	44.3	19.3
買い物はクレジットカードよりも現金で買う方が多い	35.5	22.9	41.7
神仏を信じる	32.1	37.1	30.7
食費には、お金をかける方だ	30.7	35.2	34.0
親戚や知り合いの店で買い物は避ける	29.8	49.0	21.2
お中元やお歳暮はご縁がある限り贈り続ける	29.3	34.5	36.2
他人の意見に同調することが多い	29.0	43.8	27.1
他人と同じ行動を取りがちである	26.9	39.5	33.6
専門書や小説等よりも実用書をよく読む方だ	26.0	40.5	33.6
芸術の鑑賞や制作にお金を使うことは惜しくない	25.7	39.5	34.8
人におごる方だ	25.2	43.8	31.0
ブランドにはこだわる方だ	22.1	29.8	48.1
ムダ使いをする方だ	21.9	29.0	49.0
新聞の折り込み広告は隅から隅まで目を通す	20.7	30.7	48.6
最後まで自分の意見を主張する	20.2	50.2	29.5
地域活動や自治会活動に参加する	19.0	31.9	49.0
結婚式・披露宴は豪華な方がいい	17.9	38.6	43.6
古い友人からの借金の申し入れには応ずる	17.9	36.9	45.2
開店祝いの花を持ち帰る	16.9	26.7	56.4
割り勘の時は必ず1円単位まで計算する	16.4	25.2	58.3
悩みがあると占いに頼りたくなる	16.4	25.5	58.1
スポーツをしたり、観戦することにお金を使う方である	16.2	31.2	52.6
初対面の人とでも腹を割って話すことができる	14.5	35.5	50.0
買い物をする時は値切る	11.9	32.4	55.7
贈り物は中味より外見を重視する	10.5	40.0	49.5
流行品は人より早く持ちたい	10.2	29.5	60.2
可能な限り、保険は多くの種類に加入する方がよい	9.0	37.4	53.6
お金の貸し借りをすることは気にならない	9.0	17.6	73.3
自ら進んでリーダーになる方だ	8.8	27.4	63.8
100円や200円程度の借りは、返さない	6.2	14.8	79.0

可能な限り、保険は多くの種類に加入する方がよい」(53.6%)、「スポーツをしたり、観戦することにお金を使う方である」(52.6%)、「初対面の人とでも腹を割って話すことができる」(50.0%)などがあげられる。

かつて名古屋人気質を示す一例として結婚式・披露宴の豪華さを取りあげることがあったが、「結婚式・披露宴は、豪華な方がいい」との質問に対しては約4割が「違う」と回答し、「その通り」は18%ほどに留まっている。

2) 自己の気質に関する階層間分析

自己の気質について階層間の有意差について考察する。階層間の有意差検定は、男・女間、年齢階層間、居住歴間で行った。

以下では、それら階層間において有意差が認められた質問項目(1%有意水準)を中心に記載する。

(1) 男・女階層間特性

①「100円や200円程度の借りは、返さない」

「どちらでもない」

男性 21.4%←***→女性 8.1%

「違う」

女性 87.6%←***→男性 70.5%

「100円や200円程度の借りは、返さない」につ

いては、「違う」と回答した割合が女性の方が男性より高くなっている。

②「買い物をする時は値切る」

「どちらでもない」

男性 40.5%←***→女性 24.3%

「違う」

女性 67.1%←***→男性 44.3%

「買い物をする時は値切る」について、「どちらでもない」という割合が男性の方が高く、「違う」という割合が女性の方が高くなっている。

③「割り勘の時は必ず1円単位まで計算する」

「その通り」

女性 22.4%←***→男性 10.5%

「割り勘の時は必ず1円単位まで計算する」について「その通り」と回答した割合が女性の方が男性より1割ほど高くなっている。

④「人におごる方だ」

「その通り」

男性 33.3%←***→女性 17.1%

「人におごる方だ」について「その通り」と回答した割合が男性の方が女性より16%ほど高くなっている。

⑤「お金の貸し借りをすることは気にならない」

「違う」

図表4-2 自己の気質について (否定的な回答の多い項目)

(%)

項目	その通り	どちらでもない	違う
100円や200円程度の借りは、返さない	6.2	14.8	79.0
お金の貸し借りをすることは気にならない	9.0	17.6	73.3
自ら進んでリーダーになる方だ	8.8	27.4	63.8
流行品は人より早く持ちたい	10.2	29.5	60.2
割り勘の時は必ず1円単位まで計算する	16.4	25.2	58.3
悩みがあると占いに頼りたくなる	16.4	25.5	58.1
開店祝いのお花を持ち帰る	16.9	26.7	56.4
買い物をする時は値切る	11.9	32.4	55.7
可能な限り、保険は多くの種類に加入する方がよい	9.0	37.4	53.6
スポーツをしたり、観戦することにお金を使う方である	16.2	31.2	52.6
初対面の人とでも腹を割って話すことができる	14.5	35.5	50.0
贈り物は中味より外見を重視する	10.5	40.0	49.5
ムダ使いをする方だ	21.9	29.0	49.0
地域活動や自治会活動に参加する	19.0	31.9	49.0
新聞の折り込み広告は隅から隅まで目を通す	20.7	30.7	48.6
ブランドにはこだわる方だ	22.1	29.8	48.1
古い友人からの借金の申し入れには応ずる	17.9	36.9	45.2
結婚式・披露宴は豪華な方がいい	17.9	38.6	43.6
買い物はクレジットカードよりも現金で買う方が多い	35.5	22.9	41.7
お中元やお歳暮はご縁がある限り贈り続ける	29.3	34.5	36.2

- 女性 85.7% ←***→ 男性 61.0%
「その通り」
男性 12.4% ←*→ 女性 5.7%
「お金の貸し借りをすることは気にならない」
については、「違う」と回答した割合が女性の方が男性より約15%高くなっている。
- ⑥「預金をする場合には元本が保証されているものにする」
「その通り」
女性 67.1% ←***→ 男性 49.0%
「違う」
男性 14.3% ←*→ 女性 6.7%
「預金をする場合には元本が保証されているものにする」について「その通り」と回答した割合が女性の方が男性より2割ほど高くなっている。また、「違う」とする割合は、男性の方が若干高くなっている。女性の方が預金をする場合には元本が保証されているものを選ぶ傾向があるのではないかと推測される。
- ⑦「期日がせまらなると行動を起こさない」
「違う」
女性 33.3% ←***→ 男性 21.0%
「どちらでもない」
男性 37.6% ←*→ 女性 26.7%
「期日がせまらなると行動を起こさない」については、「違う」と回答した割合が女性の方が男性より10%ほど高くなっている。また、「どちらでもない」という回答は、男性の約3分の1を占め、女性より1割ほど高くなっている(5%有意水準で有意差が認められた)。
- ⑧「自分が他人にどう思われているか気になる」
「その通り」
女性 49.5% ←***→ 男性 35.2%
「自分が他人にどう思われているか気になる」について、「その通り」と回答した割合が女性の方が約15%高くなっている。
- ⑨「自ら進んでリーダーになる方だ」
「どちらでもない」
男性 34.3% ←***→ 女性 20.5%
「違う」

- 女性 71.4% ←***→ 男性 56.2%
「自ら進んでリーダーになる方だ」という設問については、「どちらでもない」と回答した割合は、女性より男性が高く、「違う」とした割合は男性より女性の方が約15%高くなっている。
- ⑩「親戚や知り合いの店に買い物に行った際には、何かひとつは買って帰る」
「その通り」
女性 56.2% ←***→ 男性 35.7%
「どちらでもない」
男性 42.9% ←***→ 女性 25.7%
「親戚や知り合いの店に買い物に行った際には、何かひとつは買って帰る」については、「その通り」と回答した割合は、女性が男性より約20%高く、「どちらでもない」という割合は、男性が女性より高くなっている。
親戚や知り合いの店に買い物に行った際は、何かひとつは買って帰るという気遣いが女性の方に窺える。
- ⑪「借金の申し入れは断る方だ」
「その通り」
女性 77.1% ←***→ 男性 61.4%
「どちらでもない」
男性 32.4% ←***→ 女性 20.5%
「借金の申し入れは断る方だ」については、女性の77.1%、男性の61.4%が「その通り」と回答し他の項目と比較して高い割合となっている。「その通り」と回答した割合は女性の方が男性より約2割高く、「どちらでもない」という割合は、男性が女性より1割ほど高くなっている。
- ⑫「古い友人からの借金の申し入れには応ずる」
「その通り」
男性 23.8% ←***→ 女性 11.9%
「違う」
女性 55.7% ←***→ 男性 34.8%
「古い友人からの借金の申し入れには応ずる」については、「その通り」と回答した割合は、男性が女性より1割ほど高い。「違う」と回答

した割合は女性が男性より1割ほど高い結果となった。

- ⑬「相手が困っているときには親身になって相談に乗る方だ」

「その通り」

女性 60.5% ←***→男性 42.4%

「どちらでもない」

男性 50.5% ←***→女性 33.8%

「相手が困っているときには親身になって相談に乗る方だ」という質問については、「その通り」と回答した割合が、女性が男性より2割ほど高い結果を得た。女性の約6割が、相手が困っているときには親身になって相談に乗る方だと回答しており、男性は約4割に留まっている。

- ⑭「神仏を信じる」

「その通り」

女性 42.4% ←***→男性 21.9%

「違う」

男性 37.6% ←***→女性 23.8%

「神仏を信じる」について、約4割の女性が「その通り」と回答している。男性より2割ほど高い結果となった。また、「違う」と回答した割合は男性の方が女性に比べ高くなっている。

- ⑮「悩みがあると占いに頼りたくなる」

「その通り」

女性 22.9% ←***→男性 10.0%

「違う」

男性 64.8% ←***→女性 51.4%

「悩みがあると占いに頼りたくなる」については、女性の2割ほどが「その通り」と回答している。男性より1割ほど高くなっている。「違う」と回答した人は、男性で約65%、女性で約50%と双方とも半数以上となっている。

- ⑯「朝、喫茶店を選ぶときは、モーニングサービスの内容を重視する」

「その通り」

女性 49.5% ←***→男性 35.7%

「朝、喫茶店を選ぶときは、モーニングサービスの内容を重視する」については、女性の約5割、男性の3分の1が「その通り」と回答して

いる。女性の方が男性よりモーニングサービスの内容を重視するとの回答が多くなっている。

- ⑰「芸術の鑑賞や制作にお金を使うことは惜しくない」

「その通り」

女性 33.3% ←***→男性 18.1%

「違う」

男性 41.0% ←*→女性 28.6%

「芸術の鑑賞や制作にお金を使うことは惜しくない」については、女性の約3分の1が「その通り」と回答している（男性の回答の約2倍）。また、男性の約4割が「違う」と回答しており女性の約3割と比べ5%有意水準で有意差が認められた。

- ⑱「スポーツをしたり、観戦することにお金を使う方である」

「どちらでもない」

男性 38.6% ←***→女性 23.8%

「違う」

女性 62.9% ←***→男性 42.4%

「スポーツをしたり、観戦することにお金を使う方である」については、「違う」と回答した割合が女性の約6割にのぼっている。男性と比較し2割ほど高くなっている。「どちらでもない」とする回答は男性で約4割を占め、女性と比較し15%ほど高くなっている。

男・女階層間では以下の質問項目に関しては有意差が認められなかった。

「ムダ使いをする方だ」

「何か特別な日には出費を惜しまない」

「可能な限り、保険は多くの種類に加入する方がよい」

「買い物はクレジットカードよりも現金で買う方が多い」

「欲しい物があってもすぐには買わず、考えてから買う方だ」

「何軒も店を回って品物を見比べてから買う方だ」

「仕事には熱中する方だ」

「仕事をする以上、多少の私生活の犠牲は仕方

がない」
 「結婚式・披露宴は豪華な方がいい」
 「贈り物は中味より外見を重視する」
 「本音をなかなか言わない」
 「自分の意見を持っているが自らは主張しない」
 「自分を売り込む人は好まない」
 「地域活動や自治会活動に参加する」
 「新聞やテレビの情報は信用する」
 「開店祝いの花を持ち帰る」
 「新聞の折り込み広告は隅から隅まで目を通す」
 「専門書や小説等よりも実用書をよく読む方だ」

(2) 年齢階層間特性

①「食費にはお金をかける方だ」

「その通り」
 30才～39才 39.3%← * →40才～49才 23.8%
 「どちらでもない」
 40才～49才 41.7%← * →20才～29才 22.6%
 同上 ← * →30才～39才 22.6%
 50才～59才 45.2%← * →20才～29才 22.6%
 同上 ← * →30才～39才 22.6%
 60才以上 44.0%← * →20才～29才 22.6%
 同上 ← * →30才～39才 22.6%

「食費にはお金をかける方だ」については、40才以上では「どちらでもない」と回答した割合が20才台、30才台より高くなっている。

②「100円や200円程度の借りは、返さない」

「その通り」
 20才～29才 14.3%← * →40才～49才 2.4%
 同上 ← * →50才～59才 2.4%
 同上 ← * →60才以上 2.4%
 「どちらでもない」
 20才～29才 22.6%← * →30才～39才 8.3%
 同上 ← * →50才～59才 9.5%
 40才～49才 22.6%← * →30才～39才 8.3%
 同上 ← * →50才～59才 9.5%
 「違う」
 30才～39才 82.1%← * →20才～29才 63.1%
 50才～59才 88.1%← * → 同上 63.1%
 同上 ← * →40才～49才 75.0%

60才以上 86.9%← * →20才～29才 63.1%
 「100円や200円程度の借りは、返さない」については、「違う」とする回答が各年齢層で高く、特に30才台、50才以上の層では8割を超えている。

③「買い物をする時は値切る」

「違う」
 20才～29才 67.9%← * →60才以上 42.9%
 「買い物をする時は値切る」については、「違う」（値切らない）とする回答が20才台は約7割に対して60才以上は4割程度に留まっている。

④「割り勘の時は必ず1円単位まで計算する」

「その通り」
 60才以上 26.2%← * →30才～39才 10.7%
 「違う」
 60才以上 41.7%← * →20才～29才 67.9%
 同上 ← * →30才～39才 67.9%
 同上 ← * →50才～59才 61.9%
 「割り勘の時は必ず1円単位まで計算する」については、「違う」という割合が20才台、30才台、50才台の層より60才以上の層で、2割ほど低く全体の約4割となっている。

⑤「人におごる方だ」

「その通り」
 30才～39才 34.5%← * →40才～49才 19.0%
 「どちらでもない」
 40才～49才 51.2%← * →20才～29才 28.6%
 60才以上 54.8%← * → 同上 28.6%
 同上 ← * →30才～39才 36.9%
 「違う」
 20才～29才 46.4%← * →30才～39才 28.6%
 同上 ← * →40才～49才 29.8%
 同上 ← * →60才以上 19.0%

「人におごる方だ」については、20才台の方が30才台、40才台、60才以上と比べ「違う」と回答した割合が高くなっている。

⑥「お金の貸し借りをすることは気にならない」

「その通り」
 20才～29才 14.3%← * →60才以上 2.4%
 40才～49才 13.1%← * → 同上 2.4%

「違う」

50才～59才 78.6%← * →20才～29才 60.7%
60才以上 83.3%← ** → 同上 60.7%

「お金の貸し借りをすることは気にならない」
に関しては、「違う」と回答した割合が全体の約4分の3を占めた。「違う」と回答した者を年齢別に見ると50才以上では約8割、20才台では約6割と有意差がみられた。

⑦「預金をする場合には元本が保証されているものにする」

「その通り」

30才～39才 63.1%← ** →20才～29才 32.1%
40才～49才 54.8%← ** → 同上 32.1%
50才～59才 73.8%← ** → 同上 32.1%
同上 ← ** →40才～49才 54.8%
同上 73.8%← * →20才～29才 32.1%
60才以上 66.7%← ** → 同上 32.1%

「どちらでもない」

20才～29才 50.0%← ** →30才～39才 27.4%
同上 ← * →40才～49才 33.3%
同上 ← ** →50才～59才 19.0%
同上 ← ** →60才以上 27.4%

「違う」

20才～29才 17.9% ← * → 60才以上 6.0%
「預金をする場合には元本が保証されているものにする」については、「その通り」と回答した割合が30才以上では5割を超えている。20才台の層では、他の年齢層より顕著に低くなっている。50才台とは約40%、30才台、60才以上とは約30%の差がある。

⑧「新製品は先に買った人の意見を聞いてから買う」

「その通り」

30才～39才 54.8%← * →40才～49才 34.5%
同上 ← * →50才～59才 35.7%

「どちらでもない」

40才～49才 53.6%← * →20才～29才 33.3%
同上 ← ** →30才～39才 31.0%
50才～59才 50.0%← * →20才～29才 33.3%
同上 ← * →30才～39才 31.0%

60才以上 51.2%← * →20才～29才 33.3%
同上 ← * →30才～39才 31.0%

「違う」

20才～29才 21.4%← * →60才以上 8.3%
「新製品は先に買った人の意見を聞いてから買う」に関しては、「どちらでもない」という回答が20才台、30才台より40才以上の年齢層で2割ほど高くなっている。

⑨「何軒も店を回って品物を見比べてから買う方だ」

「その通り」

30才～39才 59.5%← ** →60才以上 38.1%
「どちらでもない」
40才～49才 39.3%← * →30才～39才 22.6%
50才～59才 39.3%← * → 同上 22.6%
60才以上 38.1%← * → 同上 22.6%

「何軒も店を回って品物を見比べてから買う方だ」については「その通り」と回答した割合が、30才台の層は60才以上より2割ほど高くなっている。また、「どちらでもない」と回答した割合が30才台と比べて40才以上の年齢層が高くなっている。

⑩「仕事には熱中する方だ」

「その通り」

30才～39才 48.8%← * →40才～49才 32.1%
50才～59才 51.2%← * → 同上 32.1%
60才以上 66.7%← ** →20才～29才 36.9%
同上 ← * →30才～39才 48.8%
同上 ← ** →40才～49才 32.1%

「どちらでもない」

20才～29才 44.0%← * →60才以上 27.4%
40才～49才 53.6%← * →30才～39才 33.3%
同上 ← ** →60才以上 27.4%

「違う」

20才～29才 19.0%← ** →60才以上 6.0%
30才～39才 17.9%← ** → 同上 6.0%
「仕事には熱中する方だ」については、「その通り」と回答した割合が60才以上では3分の2以上にのぼっている。20才台、40才台のその回答と比較すると約30%の差がみられた。

⑪「期日がせまらないと行動を起こさない」

「その通り」

20才～29才 51.2%←**→40才～49才 28.6%

同上 ←*→50才～59才 33.3%

30才～39才 50.0%←**→40才～49才 28.6%

同上 ←*→50才～59才 33.3%

「どちらでもない」

40才～49才 44.0%←**→20才～29才 22.6%

同上 ←*→30才～39才 25.0%

「期日がせまらないと行動を起こさない」は、20才台、30才台では「その通り」という回答が約半数となっている。40才台、50才台と比較すると2割ほど高くなっている。

「どちらでもない」と回答した割合をみると、40才台が高く、その層の4割ほどがそのように回答している。20才台、30才台と比較すると2割ほどその割合が高くなっている。

⑫「仕事をする以上、多少の私生活の犠牲は仕方ない」

「その通り」

60才以上 54.8%←*→20才～29才 34.5%

同上 ←*→30才～39才 35.7%

同上 ←**→40才～49才 25.0%

同上 ←*→50才～59才 34.5%

「どちらでもない」

40才～49才 51.2%←**→20才～29才 28.6%

50才～59才 48.8%←*→ 同上 28.6%

「違う」

20才～29才 36.9%←**→50才～59才 16.7%

同上 ←**→60才以上 9.5%

30才～39才 26.2%←**→ 同上 9.5%

40才～49才 23.8%←*→ 同上 9.5%

「仕事をする以上、多少の私生活の犠牲は仕方ない」との設問に関して60才以上はその他の年齢層より「その通り」と回答した割合が高く、40才台とは約30%、20才台、30才台、50才台とは約20%の差がみられた。「違う」とする回答についてみても60才以上は20才台～40才台よりその割合が低く有意差がみられた。仕事をする以上、多少の私生活の犠牲は仕方ないという意

識は60才以上に強くみられた。

⑬「流行品は人より早く持ちたい」

「どちらでもない」

50才～59才 42.9%←**→30才～39才 20.2%

同上 ←*→60才以上 23.8%

「違う」

30才～39才 69.0%←*→50才～59才 51.2%

60才以上 67.9%←*→ 同上 51.2%

「流行品は人より早く持ちたい」については、「違う」と回答した割合は、各年齢層とも半数を超えている。30才台と60才以上の年齢層は50才台の層と比べ「違う」とする回答の割合が高くなっている。

⑭「他人の意見に同調することが多い」

「その通り」

20才～29才 40.5%←**→40才～49才 20.2%

同上 ←*→50才～59才 21.4%

「どちらでもない」

50才～59才 57.1%←*→20才～29才 36.9%

同上 ←*→30才～39才 38.1%

同上 ←*→60才以上 39.3%

「他人の意見に同調することが多い」については、「その通り」と回答した割合が、20才台が他の年齢層よりやや高くなっている。特に、40才台、50才台の層と比べて2割ほど高くなっている。「どちらでもない」と回答した割合については、50才台で比較的高く、20才台、30才台の層、60才以上の層より2割ほど高くなっている。

⑮「自分が他人にどう思われているか気になる」

「その通り」

20才～29才 57.1%←**→40才～49才 34.5%

同上 ←*→50才～59才 36.9%

同上 ←**→60才以上 31.0%

30才～39才 52.4%←*→40才～49才 34.5%

同上 ←**→60才以上 31.0%

「どちらでもない」

50才～59才 46.4%←*→20才～29才 28.6%

「自分が他人にどう思われているか気になる」について「その通り」と回答した割合をみると

20才台、30才台の方が、40才台、50才台、60才以上と比べ高い値を示している。20数%高くなっており、若い年齢層の方が「自分が他人にどう思われているか気になる」と回答した割合が高くなっている。

⑩「本音をなかなか言わない」

「その通り」

20才～29才	58.3%←**→	40才～49才	35.7%
同上	←**→	50才～59才	36.9%
同上	←*→	60才以上	41.7%
30才～39才	58.3%←**→	40才～49才	35.7%
同上	←**→	50才～59才	36.9%
同上	←*→	60才以上	41.7%

「どちらでもない」

50才～59才	46.4%←**→	30才～39才	25.0%
「違う」			
40才～49才	25.0%←*→	20才～29才	10.7%
60才以上	23.8%←*→	同上	10.7%

「本音をなかなか言わない」という設問に関しては、20才台～30才台では、「その通り」と回答した割合が約6割を占めた。40才台、50才台、60才以上と比べその割合は20%ほど高くなっている。若い年代の方が本音をなかなか言わないとしている。

⑪「自分の意見を持っているが自らは主張しない」

「違う」

40才～49才	34.5%←**→	50才～59才	13.1%
同上	←*→	60才以上	17.9%

「自分の意見を持っているが自らは主張しない」については、40才台の年齢層が「違う」と回答した割合が高く、50才台、60才以上の年齢層より2割ほど高い結果となった。

⑫「自分を売り込む人は好まない」

「違う」

20才～29才	16.7%←*→	50才～59才	4.8%
同上	←**→	60才以上	2.4%
30才～39才	23.8%←**→	50才～59才	4.8%
同上	←**→	60才以上	2.4%
40才～49才	15.5%←*→	50才～59才	4.8%
同上	←**→	60才以上	2.4%

「自分を売り込む人は好まない」という質問について、各年齢層とも約半数が「その通り」と回答している。「違う」と回答した割合についてみると50才以上と比較して20才以上40才未満の方が高くなっており、約10%～20%の差がある。

⑬「他人と同じ行動を取りがちである」

「その通り」

20才～29才	36.9%←*→	40才～49才	20.2%
「どちらでもない」			
50才～59才	56.0%←**→	20才～29才	28.6%
同上	←**→	30才～39才	33.3%
同上	←*→	60才以上	36.9%

「違う」

30才～39才	42.9%←**→	50才～59才	20.2%
40才～49才	36.9%←*→	同上	20.2%

「他人と同じ行動を取りがちである」については、20才台の年齢層で「その通り」と回答した割合が他の年齢層よりも約10%～10数%高くなっている。また、「どちらでもない」という回答は50才台に高く5割を超えるものがそのように答えている。20才台の年齢層とは30%ほど、30才台、60才以上の年齢層とは20%ほど高くなっている。「違う」とした回答した割合については他の年齢層と比較して50才台が低く、30才台の年齢層とは約20%の差がみられる。

⑭「親戚や知り合いの店に買い物に行った際には、何かひとつは買って帰る」

「その通り」

30才～39才	51.2%←*→	40才～49才	33.3%
60才以上	58.3%←*→	20才～29才	41.7%
同上	←**→	40才～49才	33.3%

「どちらでもない」

40才～49才	44.0%←*→	60才以上	25.0%
50才～59才	44.0%←*→	同上	25.0%

「違う」

20才～29才	28.6%←**→	50才～59才	10.7%
---------	-----------	---------	-------

「親戚や知り合いの店に買い物に行った際には、何かひとつは買って帰る」については、60才以上では約6割が「その通り」と回答している。「違

う」という回答は20才台で比較的高くなっている。

⑳「親戚や知り合いの店で買い物は避ける」

「どちらでもない」

40才～49才 58.3%← * →20才～29才 41.7%

「違う」

20才～29才 34.5%← ** →40才～49才 14.3%

同上 ← * →50才～59才 16.7%

「親戚や知り合いの店で買い物は避ける」に関しては、「違う」という割合が、20才台で他の年齢層より高くなっている。40才台、50才台とは2割ほどの差がある。

㉑「地域活動や自治会活動に参加する」

「その通り」

60才以上 34.5%← ** →20才～29才 10.7%

同上 ← * →30才～39才 19.0%

同上 ← ** →40才～49才 15.5%

同上 ← ** →50才～59才 15.5%

「どちらでもない」

40才～49才 41.7%← * →20才～29才 22.6%

50才～59才 41.7%← * → 同上 22.6%

「違う」

20才～29才 66.7%← ** →40才～49才 42.9%

同上 ← ** →50才～59才 42.9%

同上 ← ** →60才以上 38.1%

30才～39才 54.8%← * → 同上 38.1%

「地域活動や自治会活動に参加する」については、どの年齢階層も「違う」と回答した割合が約4割以上となった。また、20才台では、その割合が高く3分の2を占めている、40才以上の年齢層と比較し20数%の差がみられた。「その通り」と回答した割合についてみると60才以上で高く、他の年齢層と比較して約15%～20数%開きがあった。参加意識については高齢層の意識が高く、20才台の年齢層の低さが顕著であった。

㉒「古い友人からの借金の申し入れには応ずる」

「どちらでもない」

60才以上 48.8%← ** →20才～29才 27.4%

同上 ← * →30才～39才 31.0%

「違う」

20才～29才 52.4%← * →60才以上 33.0%

40才～49才 51.2%← * → 同上 33.0%

「古い友人からの借金の申し入れには応ずる」については、「違う」という回答が20才台～40才台の各年齢層で約半数を占め、50才台では4割であった。一方、60才以上では3分の1とその割合が他の年齢層と比較すると低くなっている。また、60才以上では「どちらでもない」という回答が全体の半数を占め20才台～30才台と比べその割合が多くなっている。

㉓「お中元やお歳暮はご縁がある限り贈り続ける」

「その通り」

60才以上 48.8%← ** →20才～29才 22.6%

同上 ← ** →30才～39才 22.6%

同上 ← ** →40才～49才 20.2%

同上 ← * →50才～59才 32.1%

「どちらでもない」

20才～29才 42.9%← * →60才以上 26.2%

「違う」

30才～39才 46.4%← ** →60才以上 25.0%

40才～49才 42.9%← * → 同上 25.0%

「お中元やお歳暮はご縁がある限り贈り続ける」については、「その通り」という回答が60才以上では約半数を占め、他の年齢層より高い値となっている。20才台～40才台の回答とは約3割の差がある。また、「違う」という回答についてみると、30才台、40才台の年齢層では4割ほどが「違う」と答えており、60才以上との比較では約20%の差がある。60才以上ではお中元やお歳暮はご縁がある限り贈り続けるとの意識が高いことが窺われる。

㉔「悩みがあると占いに頼りたくなる」

「その通り」

20才～29才 21.4%← * →60才以上 8.3%

40才～49才 20.2%← * → 同上 8.3%

「違う」

60才以上 71.4%← * →20才～29才 51.2%

同上 ← ** →40才～49才 50.0%

同上 ← * →50才～59才 53.6%

「悩みがあると占いに頼りたくなる」という設問に関しては、各年齢層とも半数以上が「違う」と回答している。特に60才以上が他の年齢層と比較して高く、7割が「違う」と回答している。また、「その通り」と回答した割合については、60才以上は8.3%と他の年齢層より相対的に低くなっている。「悩みがあると占いに頼りたくなる」については特に60才以上の層で否定的な回答がみられた。

②⑥「新聞やテレビの情報は信用する」

「どちらでもない」

40才～49才	53.6%	← *	→20才～29才	33.3%
「違う」				
20才～29才	34.5%	← **	→30才～39才	15.5%
同上		← *	→40才～49才	19.0%
同上		← **	→50才～59才	13.1%
同上		← **	→60才以上	14.3%

「新聞やテレビの情報は信用する」については、「違う」と回答した割合が20才台で34.5%とほぼ3分の1を占めた。他の年齢層と比較しその割合は、20%ほど高くなっている。20才台の年齢層は、「その通り」「どちらでもない」「違う」の3つの回答肢でほぼ三等分に意見が分かれた。

②⑦「開店祝いの花を持ち帰る」

「その通り」

60才以上	29.8%	← **	→20才～29才	8.3%
同上		← *	→30才～39才	13.1%
「違う」				
20才～29才	63.1%	← *	→60才以上	44.0%
30才～39才	61.9%	← *	→ 同上	44.0%

名古屋圏の風習とされる「開店祝いの花を持ち帰る」については、「違う」と回答した割合が20才台～50才台の各年齢層では約6割となっている。60才以上は4割ほどとなっている。「その通り」という割合は60才以上で3割ほどを占め、20才台、30才台と有意な差がみられる。

②⑧「新聞の折り込み広告は隅から隅まで目を通す」

「その通り」

30才～39才	25.0%	← *	→20才～29才	9.5%
---------	-------	-----	----------	------

40才～49才	26.2%	← **	→ 同上	9.5%
60才以上	22.6%	← *	→ 同上	9.5%
「どちらでもない」				
50才～59才	40.5%	← *	→20才～29才	22.6%
同上		← **	→30才～39才	20.2%
60才以上	35.7%	← *	→ 同上	20.2%
「違う」				
20才～29才	67.9%	← **	→40才～49才	39.3%
同上		← **	→50才～59才	39.3%
同上		← **	→60才以上	41.7%

本設問に関しては、「その通り」という回答が30才台～60才以上の各年齢層で2割ほどを占めた。それら世代と比較して20才台は9.5%と低い値となった。また、「違う」という割合は各年齢層で約4割以上となった。20才台では約3分の2となった。20才台は、40才台、50才台、60才以上の各年齢層と比較し約3割の開きがあると推察される。

②⑨「趣味を持つなら、生活に役立つものを選ぶ方だ」

「どちらでもない」

40才～49才	51.2%	← *	→20才～29才	34.5%
同上		← **	→30才～39才	29.8%
50才～59才	47.6%	← *	→ 同上	29.8%

「趣味を持つなら、生活に役立つものを選ぶ方だ」については、「その通り」との回答が全体では4割を占めた。「どちらでもない」という回答は、40才台、50才台それぞれの層では約半数を占め20才台、30才台の3割と比較し高くなっている。

③⑩「専門書や小説等よりも実用書をよく読む方だ」

「どちらでもない」

40才～49才	52.4%	← *	→20才～29才	33.3%
同上		← *	→30才～39才	33.3%
「違う」				
20才～29才	47.6%	← **	→40才～49才	25.0%
同上		← *	→50才～59才	28.6%

「専門書や小説等よりも実用書をよく読む方だ」については、「どちらでもない」という回

答は、40才台の層で半数を占め20才台、30才台と比較し高くなっている。「違う」と答えた割合は、20才台では約半数を占め、40才台、50才台より20%ほど高い結果となった。

③「芸術の鑑賞や制作にお金を使うことは惜しくない」

「どちらでもない」

40才～49才 51.2%←**→20才～29才 28.6%

同上 ←*→30才～39才 31.0%

50才～59才 47.6%←*→20才～29才 28.6%

同上 ←*→30才～39才 31.0%

「芸術の鑑賞や制作にお金を使うことは惜しくない」という設問に関しては、「どちらでもない」という回答が40才台、50才台で約半数となった。20才台、30才台と比べ約2割ほど高くなっている。

また、年齢階層間の比較では以下の質問項目に関しては、有意差認められなかった。

「可能な限り、保険は多くの種類に加入する方がよい」

「結婚式・披露宴は豪華な方がいい」

「自ら進んでリーダーになる方だ」

「神仏を信じる」

「朝、喫茶店を選ぶときは、モーニングサービスの内容を重視する」

(3) 居住歴階層間特性

愛知県内の居住歴を「9年以下」、「10年以上29年以下」、「30年以上」に分類し、居住歴階層間で集計した結果では、以下の2項目において1%の有意水準で有意差が認められた。

①「親戚や知り合いの店に買い物に行った際には、何かひとつは買って帰る」

「違う」

9年以下 31.5%←**→30年以上 10.8%

「親戚や知り合いの店に買い物に行った際には、何かひとつは買って帰る」については「違う」とする割合が居住歴9年以下では3割ほどとなったが、30年以上では1割ほどとなっている。

②「新聞やテレビの情報は信用する」

「違う」

10年以上29年以下 30.9%←**→30年以上 10.8%
居住歴10年以上29年以下の層では「違う」という割合が約3割を占めたのに対し30年以上では1割となっている。

また、「何軒も店を回って品物を見比べてから買う方だ」、「自分が他人にどう思われているか気になる」については「どちらでもない」という回答が居住歴30年以上のものに多く、他の居住歴のものと比較し5%の有意水準で有意差が認められた。「地域活動や自治会活動に参加する」については、「違う」と回答したものが他の居住歴のものに比べ9年以下の居住歴のものに多い結果となった(5%の有意水準)。「趣味を持つなら、生活に役立つものを選ぶ方だ」については、「その通り」と回答したものが9年以下の居住歴のものに多く、他の居住歴のものに比べ同じく5%の有意水準で有意差が認められた。

居住歴階層別にみた結果、それ以外の質問項目では有意な差はみられなかった。

3) 自己の気質に関する因子分析

さらに因子分析を行った結果、2つの設問それぞれに対して7つの因子が抽出された。因子負荷量の大きい項目に基づき、以下のように名付けた。

第1A因子は「流行品を人より早く持ちたい」、「贈り物は中身よりも外見を重視する」などの見栄っ張りな意見であった。第2A因子は「欲しい物があってもすぐには買わず、考えてから買う方だ」、「何軒も店を回って品物を見比べてから買う方だ」などの購買に対して慎重な意見であった。第3A因子は「食費には、お金をかける方だ」、「何か特別な日には出費を惜しまない」などの特定の購買に対して出費を惜しまない意見であった。第4A因子は「他人の意見に同調することが多い」、「自分が他人にどう思われているか気になる」など他者にどのように見られているかを気にする意見であった。第5A因子は「お金の貸し借りをすることは気にならない」、「100円や200円程度の借

りは、返さない」などの金銭感覚が緩い意見であった。第6A因子は「100円や200円程度の貸しは、催促しない」という項目から自身の意見を積極的に他者に表明しない意見であった。第7A因子は「割り勘の時は必ず1円単位まで計算する」という項目から、金銭の支出に際して堅実な意見であった。

第1B因子は「スポーツをしたり、観戦することにお金を使う方である」、「地域活動や自治会活動に参加する」など積極的に自分自身を高めるための活動を行う意見であった。第2B因子は「自分の意見を持っているが自らは主張しない」、「自分を売り込む人は好まない」など自己主張することに対し否定的な意見であった。第3B因子は「新聞の折り込み広告は隅から隅まで目を通す」、「趣

味を持つなら、生活に役立つものを選ぶ方だ」などの支出を可能な限り避けたい意見であった。第4B因子は「神仏を信じる」、「悩みがあると占いに頼りたくなる」など他人の意見に同調しやすい意見であった。第5B因子は「古い友人からの借金の申し入れには応ずる」の項目が因子負荷量が大きく、人間関係を重視する意見であった。第6B因子は「相手が困っているときには親身になって相談に乗る方だ」という項目から相手の立場に立って親身に対応する意見であった。第7B因子は「新聞やテレビの情報は信用する」という項目から、情報の信憑性の如何に問わず、情報を鵜呑みにする意見の因子負荷量が大きかった。これらの因子から自己の気質の特性が読み取れる。

図表4-3 自己の気質の因子分類

第1A因子：	見栄っ張り	第1B因子：	自己研鑽型
第2A因子：	慎重型	第2B因子：	自己主張否定型
第3A因子：	一点豪華型	第3B因子：	ケチ
第4A因子：	建前論者型	第4B因子：	付和雷同型
第5A因子：	金銭感覚ルーズ型	第5B因子：	人間関係重視型
第6A因子：	自己抑制型	第6B因子：	献身型
第7A因子：	安全確実型	第7B因子：	楽観型

図表4-4 自己の気質の因子分析結果A

	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5	因子6	因子7
流行品は人より早く持ちたい	0.723	-0.062	0.197	0.121	0.177	-0.021	-0.045
贈り物は中味より外見を重視する	0.638	0.007	0.010	0.226	0.110	0.019	0.105
結婚式・披露宴は豪華な方がいい	0.601	0.017	0.137	0.014	0.116	0.094	0.055
ブランドにはこだわる方だ	0.540	0.041	0.256	0.134	0.070	-0.165	-0.091
可能な限り、保険は多くの種類に加入する方がよい	0.484	-0.074	0.240	0.041	0.137	0.008	0.314
仕事をする以上、多少の私生活の犠牲は仕方がない	0.278	0.154	0.099	0.011	-0.094	0.254	0.171
最後まで自分の意見を主張する	0.315	0.178	0.157	-0.209	0.091	-0.074	-0.140
欲しい物があってもすぐには買わず、考えてから買う方だ	-0.161	0.751	-0.135	0.014	-0.181	0.201	0.017
何軒も店を回って品物を見比べてから買う方だ	0.079	0.700	-0.054	-0.039	0.072	-0.031	-0.052
新製品は先買った人の意見を聞いてから買う	0.018	0.538	0.118	0.191	-0.018	0.032	0.159
食費には、お金をかける方だ	0.164	-0.091	0.651	0.063	-0.023	-0.123	0.100

何か特別な日には出費を惜しまない	0.196	0.162	0.592	0.109	-0.038	0.124	-0.057
人におごる方だ	0.192	-0.049	0.481	-0.004	0.066	0.165	-0.145
ムダ使いをする方だ	0.136	-0.206	0.402	0.256	0.293	-0.223	0.165
仕事には熱中する方だ	0.210	0.196	0.355	-0.288	-0.128	0.216	0.020
他人の意見に同調することが多い	0.164	-0.033	0.056	0.622	-0.007	0.078	0.143
自分が他人にどう思われているか気になる	0.145	0.242	0.153	0.528	-0.024	0.051	-0.096
期日がせまらないと行動を起こさない	0.083	0.157	0.041	0.241	0.170	0.162	-0.035
お金の貸し借りをすることは気にならない	0.209	-0.046	0.131	0.001	0.626	0.068	0.100
100円や200円程度の借りは、返さない	0.255	-0.017	-0.101	0.082	0.523	0.143	0.093
預金をする場合には元金が保証されているものにする	0.064	0.330	0.122	0.096	-0.354	0.025	0.243
買い物をする時は値切る	0.205	0.032	-0.017	-0.204	0.237	-0.079	0.164
100円や200円程度の貸しは、催促しない	-0.070	0.016	0.085	0.076	0.118	0.506	-0.038
本音をなかなか言わない	0.088	0.185	-0.132	0.222	0.053	0.285	0.091
割勘の時は必ず1円単位まで計算する	0.169	0.060	-0.255	-0.090	0.023	-0.251	0.427
買い物はクレジットカードよりも現金で買う方が多い	-0.027	0.054	0.016	0.070	0.142	0.088	0.235

注. 因子抽出法：主因子法

回転法：Kaiserの正規を伴うバリマックス法

図表4-5 自己の気質の因子分析結果B

	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5	因子6	因子7
スポーツをしたり、観戦することにお金を使う方である	0.723	-0.062	0.197	0.121	0.177	-0.021	-0.045
地域活動や自治会活動に参加する	0.638	0.007	0.010	0.226	0.110	0.019	0.105
芸術の鑑賞や制作にお金を使うことは惜しくない	0.601	0.017	0.137	0.014	0.116	0.094	0.055
お中元やお歳暮はご縁がある限り贈り続ける	0.540	0.041	0.256	0.134	0.070	-0.165	-0.091
みずから進んでリーダーになる方だ	0.484	-0.074	0.240	0.041	0.137	0.008	0.314
自分の意見を持っているが自らは主張しない	0.278	0.154	0.099	0.011	-0.094	0.254	0.171
自分を売り込む人は好まない	0.315	0.178	0.157	-0.209	0.091	-0.074	-0.140
他人と同じ行動を取りがちである	-0.161	0.751	-0.135	0.014	-0.181	0.201	0.017
親戚や知り合いの店で買い物は避ける	0.079	0.700	-0.054	-0.039	0.072	-0.031	-0.052
親戚や知り合いの店に買い物に行った際には、何かひとつは買って帰る	0.018	0.538	0.118	0.191	-0.018	0.032	0.159
新聞の折り込み広告は隅から隅まで目を通す	0.164	-0.091	0.651	0.063	-0.023	-0.123	0.100
趣味を持つなら、生活に役立つものを選ぶ方だ	0.196	0.162	0.592	0.109	-0.038	0.124	-0.057
開店祝いの花を持ち帰る	0.192	-0.049	0.481	-0.004	0.066	0.165	-0.145
専門書や小説等よりも実用書をよく読む方だ	0.136	-0.206	0.402	0.256	0.293	-0.223	0.165
朝、喫茶店を選ぶときは、モーニングサービスの内容を重視する	0.210	0.196	0.355	-0.288	-0.128	0.216	0.020
神仏を信じる	0.164	-0.033	0.056	0.622	-0.007	0.078	0.143
悩みがあると占いに頼りたくなる	0.145	0.242	0.153	0.528	-0.024	0.051	-0.096
しかし、古い友人からの借金の申し入れには応ずる	0.083	0.157	0.041	0.241	0.170	0.162	-0.035

借金の申し入れは断る方だ	0.209	-0.046	0.131	0.001	0.626	0.068	0.100
相手が困っているときには親身になって相談に乗る方だ	0.255	-0.017	-0.101	0.082	0.523	0.143	0.093
新聞やテレビの情報は信用する	0.064	0.330	0.122	0.096	-0.354	0.025	0.243
初対面の人とでも腹を割って話すことができる	0.298	-0.255	0.139	0.075	0.155	0.227	0.315

注. 因子抽出法：主因子法

回転法：Kaiserの正規を伴うバリマックス法

5.名古屋人の「田舎者」意識について

1) 調査対象者の性格について

名古屋人の「田舎者」意識をみる前に、本調査の対象者自身に自分の性格について尋ねてみた。8項目を提示し、それぞれについて「全くそう思う」～「全くそう思わない」の5段階評価で回答してもらった結果を肯定度（「全くそう思う」+「そう思う」）の高い順に並べたものが以下である。

「競争を好まない」	57.6%
「ひかえめ」	45.7
「楽道家」	35.2
「のんびり屋」	34.8
「あくせくしない」	31.4
「おおらか」	28.6
「多趣味」	20.7
「お金にとらわれない」	16.7

以上のことから、本調査の調査対象者は、半数近くが自分の性格は競争を好まない、ひかえめであると捉えている。また、約3割の対象者は楽道家、のんびり屋、あくせくしない、おおらかな性格であると答え、お金にとらわれない性格だという人は16.7%であった。

つぎに、この結果の階層間比較について考察する。以下では、階層間において有意な差が認められた項目（有意水準1%）を中心に記載する。

<男・女階層間>

「ひかえめ」	
「そう思う」	男性 52.9% ←***→ 女性 38.6%
「あくせくしない」	
「そう思わない」	女性 30% ←***→ 男性 18.6%
「ひかえめ」	な性格だとしているのは、女性よりも男性の方が多く、「あくせくしない」性格だと捉えているのも、女性より男性の方が多いとい

える。

<年齢階層間>

「のんびり屋」	
「そう思う」	
20才～29才	45.2% ←***→ 50才～59才 23.8%
30才～39才	44.0% ←***→ 同上
「お金にとらわれない」	
「そう思わない」	
20才～29才	57.1% ←***→ 60才以上 27.4%
30才～39才	52.4% ←***→ 同上

「のんびり屋」の性格は若い層に多く、「お金にとらわれない」とするのは高齢層の方が多くなっている。20才台や30才台は子育てや教育に費用がかかるので、高齢者の方がお金に寛容であると推測できる。

2) 「田舎者」という言葉のイメージについて

つぎに「田舎者」という言葉からどのようなイメージをもつか、8つの項目を提示して2つまで複数回答で答えてもらった。以下は、回答の多かった順に並べたものである。

「やぼったい（あかぬけていない）」	54.3%
「素朴」	49.0
「古いしきたりにこだわる」	27.9
「純情」	16.0
「ものを知らない」	9.0
「気が利かない」	7.4
「礼儀作法をわきまえない」	6.9
「ものわかりが悪い」	5.7

以上の結果から、「田舎者」という言葉からは「やぼったい」、「素朴」というイメージを抱くという回答が他の項目と比較すると多かった。

これをさらに階層間比較したところ、男・女階

層間と年齢階層間で有意な差が認められた。

<男・女階層間>

「やぼったい」

女性 62.4% ←***→男性 46.2%

「田舎者」という言葉について、男性より女性の方が「やぼったい」と思う傾向が強いようである。

<年齢階層間>

「古いしきたりにこだわる」

20才～29才 44.0% ←***→50才～59才 21.4%

←***→60才以上 19.0%

同上 ←*→30才～39才 27.4%

←*→40才～49才 27.4%

「礼儀作法をわきまえない」

60才以上 16.7% ←***→20才～29才 1.2%

同上 ←*→30才～39才 4.8%

←*→40才～39才 3.6%

「田舎者」は「古いしきたりにこだわる」とイメージするのは、高齢層よりも若年層に多く、「礼儀をわきまえない」と思うのは高齢層の方が多い。

3) 名古屋人と「田舎者」

先の質問で「田舎者」のイメージを明確にしておき、さらに同一の回答選択肢を用いて、名古屋人のイメージ（名古屋人は田舎者）について投影法で尋ねたところ、以下のような結果となった（2つまで複数回答）。

「古いしきたりにこだわる」 45.5%

「いずれも当てはまらない」 25.0

「やぼったい（あかぬけていない）」 22.1

「素朴」 11.9

「気が利かない」 9.8

「礼儀作法をわきまえない」 9.8

「ものわかりが悪い」 9.3

「純情」 5.7

「ものを知らない」 4.5

この結果においては、「名古屋人は田舎者」と言われることに対して、「古いしきたりにこだわる」という点で「田舎者」と考えている人の割合が最も多かった。そして4分の1の人は、「い

れも当てはまらない」と回答している。

階層間比較をみると、最も高率であった「古いしきたりにこだわる」においては、男・女階層間と年齢階層間で有意な差が認められた。また、「やぼったい（あかぬけていない）」は年齢階層間のみで、「礼儀作法をわきまえない」は、年齢階層間と居住歴階層間で有意差が認められた。

<男・女階層間>

「古いしきたりにこだわる」

女性 58.1% ←***→男性 32.9%

<年齢階層間>

「古いしきたりにこだわる」

50才～59才 53.6% ←***→20才～29才 31.0%

60才以上 58.3% ←***→20才～29才 31.0%

同上 ←*→40才～49才 40.5%

「やぼったい（あかぬけていない）」

60才以上 35.7% ←***→30才～39才 13.1%

同上 ←***→40才～49才 16.7%

←*→20才～29才 20.2%

「礼儀作法をわきまえない」

20才～29才 20.2% ←***→50才～59才 3.6%

同上 ←***→60才以上 3.6%

←*→30才～39才 8.3%

<居住歴階層間>

「礼儀作法をわきまえない」

9年以下 25.9% ←***→30年以上 3.6%

以上の結果から、名古屋人は「古いしきたりにこだわる」と思っているのは女性の高齢層に多く、「やぼったい（あかぬけていない）」と思っ

4) 自分自身を「田舎者」だと思うか

この質問の流れの中で、自分自身を田舎者と思うか問うてみたところ、以下ようになった。

「全くそう思う」 5.2%

「そう思う」 41.0%

「そうは思わない」 38.1%

「全くそうは思わない」 10.7%

「分からない」 5.0%
合計 100.0%

となり、それぞれを合計すると、肯定派46.2%、否定派48.8%となり、回答はほぼ半々となった。この結果については、年齢階層間と居住歴階層間で有意な差が認められた。

<年齢階層間>

肯定派

20才～29才 57.1% ← ** → 60才以上 29.8%

30才～39才 58.3% ← ** → 同上

60才以上の高齢層よりも20才台、30才台の若年層の方が自分のことを田舎者だと思ふ傾向が強いようである。

<居住歴階層間>

肯定派

9年以下 61.1% ← ** → 30年以上 30.1%

否定派

30年以上 67.5% ← ** → 9年以下 35.2%

同上 ← * → 10年以上29年以下 45.5%

居住歴では、愛知県外の居住歴が短い人の方が自分自身を田舎者と思う人が多いという結果になった。

おわりに

この調査を終えて、名古屋人気質についての結果をまとめてみた。

この過程で、他の地域、たとえば大阪圏などではその地域の気質にどのような特性があるのだろうかといった点について調査することで、さらに名古屋人気質との比較ができるのではないかと、という見解に至り、次回の調査研究のテーマとすることになった。

最後に、本調査研究の一部は日本広告学会中部部会の助成を受けていることを記しておく。

参考文献

浅井得一『愛知県人と名古屋人一統・人間の地理学』玉川大学出版部、1995年。

岩中祥史『中国人と日本人 内村鑑三はなぜ、中国人と名古屋人を並べてこきおろしたのか?』は

まの出版、1995年。

岩中祥史『名古屋学』経営書院、1998年。

岩中祥史『出身県でわかる人の性格』草思社、2005年。

岩中祥史『名古屋人と日本人』草思社、2005年。

岩中祥史『名古屋の品格』学習研究社、2008年

大脇錠一、伊藤万知子「名古屋人気質と購買行動」『流通研究』愛知学院大学流通科学研究所 第4号、1998年。

恩田耕治『名古屋謎とき散歩 戦後の三英傑を育んだ歴史街を訪ねて』廣済堂出版、1998年。

亀田忠男『中部型企業の生成と風土 中部産業のメタモルフォーゼ』中部開発センター、1996年。

三遊亭円丈『名古屋人の真実』朝日文庫、2006年。

司馬遼太郎『霸王の家』新潮社、1997年。

清水義範『蕎麦ときしめん』講談社、1986年。

清水義範『日本の異界名古屋』ベスト新書、2017年。

祖父江孝男『県民性の間人学』ちくま文庫、2012年。

坪内鋭寿『図説 名古屋人白書—こんなに違う名古屋人と東京、大阪人気質』リバティ書房、1991年。

林薫一『名古屋商人史—中部経済圏成立への序曲』中部経済新聞社、1966年。

林薫一『近世名古屋商人の研究』名古屋大学出版会、1994年。

藤井康生『名古屋を読む 比較都市論』風媒社、1992年。

舟橋武志『100%名古屋人それでも名古屋を笑えるか!』ブックショップ「マイタウン」、1989年。

舟橋武志『新100%名古屋人』ブックショップ「マイタウン」、1993年。

舟橋武志『名古屋人の反省』ブックショップ「マイタウン」、1998年。

阿部亮吾他「名古屋大都市圏をモデルにした持続可能な地域政策のための基礎研究」『国土政策関係研究支援事業研究成果報告書』2015年。

(財)名古屋都市センター『名古屋学連続講座』七賢出版、1992年。

林英夫編『日本歴史地名大系』平凡社 第23巻、1981年。

『名古屋人気質に関する意識調査』

(平成29年2月調査実施)

調査主体：

愛知学院大学流通科学研究所
市場調査研究会

Q1. お宅で購読している新聞名をお知らせ下さい。(複数回答)

- | | | | | | | | |
|-----------|------|-----------|-----|---------|-----|------------|------|
| 1. 中日新聞 | 51.7 | 2. 朝日新聞 | 6.7 | 3. 毎日新聞 | 0.5 | 4. 読売新聞 | 1.9 |
| 5. 日本経済新聞 | 7.1 | 6. 中部経済新聞 | 0.1 | 7. その他 | 1.0 | 8. 購読していない | 36.2 |

Q2. その新聞は、いつ頃から購読しておられますか。

- | | | | | | | | | |
|------|----------|-------|---------|-----|---------|-----|---------|------|
| 中日新聞 | 1年以内 | 1.8 | 1年以上前から | 2.3 | 3年以上前から | 2.3 | 5年以上前から | 6.5 |
| | 10年以上前から | 87.1 | | | | | | |
| 朝日新聞 | 1年以内 | 14.3 | 1年以上前から | 7.1 | 3年以上前から | 3.6 | 5年以上前から | 7.1 |
| | 10年以上前から | 67.9 | | | | | | |
| 毎日新聞 | 1年以内 | 0.0 | 1年以上前から | 0.0 | 3年以上前から | 0.0 | 5年以上前から | 0.0 |
| | 10年以上前から | 100.0 | | | | | | |
| 読売新聞 | 1年以内 | 50.0 | 1年以上前から | 0.0 | 3年以上前から | 0.0 | 5年以上前から | 12.5 |
| | 10年以上前から | 25.0 | | | | | | |

Q3. あなたの居住歴について当てはまるものをお答えください。

1. 生まれてから今日まで愛知県に住んでいる 54.3
2. 愛知県に住んでいるが、県外に住んだことがある 45.7

Q4. 県外に住んだことがあるとお答えの方にお伺いします。愛知県に合計何年住んでいますか。

(平均26.1年)

Q5. 家の所有形態について、あなたのご意見をお知らせ下さい。

1. 絶対持ち家がよい 30.0
2. 持ち家がよい 40.7
3. 借家がよい 6.9
4. どちらでもよい 22.4

Q6. 今住んでいる市町村に、このまま住み続けたいですか。

1. この市町村に住み続けたい 55.7
2. 転居したい 8.3
3. 成り行き次第でわからない 36.0

Q7. 名古屋人気質についてのいろいろな意見を下記に列記しました。それぞれについて、あなたの考えに最も近いものをお選びください。

	全くそう思う	そう思う	どちらでもない	そう思わない	全くそう思わない	わからない
1. 名古屋人は「安物買いの銭失い」である。……………	2.1	8.6	28.1	34.0	14.8	12.4
2. 名古屋人は大金を投じるような賭け事はしない。……………	2.9	26.4	29.8	21.4	4.5	15.0
3. 名古屋人は何か特別な日に出費を惜しまない。……………	13.1	46.2	21.2	9.0	2.4	8.1
4. 名古屋人は持ち家志向が強い方だ。……………	11.9	41.9	23.3	10.7	2.1	10.0
5. 名古屋人は目立ちたがり屋が多い。……………	6.9	18.6	32.9	24.5	9.3	7.9
6. 名古屋人は東京人に劣等感を持っている。……………	5.7	27.1	24.8	24.0	9.0	9.3
7. 名古屋人は東京に対して不満を持っている。……………	3.8	13.8	32.6	25.7	13.3	10.7
8. 名古屋人は国や県の決めた事には反対しない。……………	1.0	15.0	38.8	26.7	7.9	10.7
9. 名古屋人はよそ者（名古屋人以外の人）と親しくなるのに時間がかかる。……………	8.3	25.7	28.8	22.1	6.9	8.1
10. 名古屋人はよそ者よりも名古屋人同志の方が心が許せる。……………	10.0	29.0	30.7	17.4	6.4	6.4
11. 名古屋人は人前で自分の本心を表面に出さない。……………	5.5	23.6	36.2	18.6	6.9	9.3
12. 名古屋人は同志の結束は固いと思う。……………	7.1	23.3	40.7	13.8	5.0	10.0
13. 名古屋人は古いしきたりにこだわる。……………	9.8	35.5	29.8	13.6	4.3	7.1
14. 名古屋人は相手の出身地をすぐに尋ねることが多い。……………	7.4	19.3	35.2	20.7	7.9	9.5
15. 名古屋人は値段が高くても品質が良ければ購入する。……………	8.3	30.5	36.7	11.2	4.5	8.8
16. 名古屋人はお茶やお花を習ったり、芸術を鑑賞したりする人が多い。……………	5.7	19.5	33.3	19.8	6.4	15.2
17. 名古屋人は生活に十分なゆとりがなくとも芸術・スポーツ・趣味などに 関心が高い。……………	3.3	15.7	42.6	17.9	5.2	15.2
18. 名古屋人は贈り物をするときに、松坂屋や三越をよく利用する。……………	14.5	44.3	23.3	8.8	2.4	6.7
19. 名古屋人の企業は保守的である。……………	8.6	33.6	31.7	11.4	4.0	10.7
20. 名古屋人の企業は寄付行為に熱心でない。……………	2.9	12.6	43.6	17.4	4.8	18.8

Q8. 次に、あなたご自身の気質についてお伺いいたします。いろいろな気質を下記に列記しました。それぞれについて、最も近いものをお選びください。

	全くその通り	ほぼその通り	そう思わない	やや違う	全く違う
1. 食費には、お金をかける方だ。……………	5.0	25.7	35.2	25.0	9.0
2. ムダ使いをする方だ。……………	3.8	18.1	29.0	29.8	19.3
3. 100円や200円程度の借りは、返さない。……………	1.7	4.5	14.8	27.6	51.4
4. 100円や200円程度の貸しは、催促しない。……………	13.6	34.3	29.5	11.0	11.7
5. 買い物をする時は値切る。……………	1.4	10.5	32.4	23.1	32.6
6. 割り勘の時は必ず1円単位まで計算する。……………	2.6	13.8	25.2	27.9	30.5
7. 人におごる方だ。……………	2.6	22.6	43.8	18.3	12.6
8. 何か特別な日には出費を惜しまない。……………	14.3	43.8	27.6	10.2	4.0
9. 可能な限り、保険は多くの種類に加入する方がよい。……………	1.4	7.6	37.4	26.9	26.7
10. 買い物はクレジットカードよりも現金で買う方が多い。……………	15.2	20.2	22.9	21.7	20.0
11. お金の貸し借りをすることは気にならない。……………	2.1	6.9	17.6	30.5	42.9
12. 預金をする場合には元金が保証されているものにする。……………	20.5	37.6	31.4	5.5	5.0
13. 欲しい物があってもすぐには買わず、考えてから買う方だ。……………	25.0	42.4	25.7	5.2	1.7
14. 新製品は先買った人の意見を聞いてから買う。……………	6.9	35.2	43.8	10.0	4.0
15. 何軒も店を回って品物を見比べてから買う方だ。……………	13.3	34.8	33.8	14.5	3.6
16. 仕事には熱中する方だ。……………	9.5	37.6	39.5	7.9	5.5
17. 期日がせまらないと行動を起こさない。……………	7.9	32.9	32.1	18.6	8.6
18. 仕事をする以上、多少の私生活の犠牲は仕方がない。……………	2.6	34.3	40.5	16.7	6.0
19. 結婚式・披露宴は豪華な方がいい。……………	3.8	14.0	38.6	23.8	19.8
20. 流行品は人より早く持ちたい。……………	1.0	9.3	29.5	31.7	28.6
21. 贈り物は中味より外見を重視する。……………	1.2	9.3	40.0	31.9	17.6
22. ブランドにはこだわる方だ。……………	3.3	18.8	29.8	24.3	23.8
23. 他人の意見に同調することが多い。……………	3.3	25.7	43.8	19.8	7.4
24. 最後まで自分の意見を主張する。……………	4.0	16.2	50.2	21.7	7.9
25. 自分が他人にどう思われているか気になる。……………	12.9	29.5	37.6	15.0	5.0
26. 本音をなかなか言わない。……………	9.8	36.4	35.2	12.9	5.7

Q9. 引き続き、あなたご自身の気質についてお伺いいたします。いろいろな気質を下記に列記しました。それぞれについて、最も近いものをお選びください。

	全くその通り	ほぼその通り	そう思わない	やや違う	全く違う
1. 自分の意見を持っているが自らは主張しない。……………	7.4	36.4	33.8	18.6	3.8
2. 自分を売り込む人は好まない。……………	12.9	40.7	33.8	10.0	2.6
3. みずから進んでリーダーになる方だ。……………	1.0	7.9	27.4	33.1	30.7
4. 他人と同じ行動を取りがちである。……………	2.6	24.3	39.5	26.4	7.1
5. 親戚や知り合いの店に買い物に行った際には、何かひとつは買って帰る。……	8.3	37.6	34.3	13.3	6.4
6. 親戚や知り合いの店で買い物は避ける。……………	8.8	21.0	49.0	15.7	5.5
7. 地域活動や自治会活動に参加する。……………	2.6	16.4	31.9	26.7	22.4
8. 借金の申し入れは断る方だ。……………	33.3	36.0	26.4	3.3	1.0
9. しかし、古い友人からの借金の申し入れには応ずる。……………	4.5	13.3	36.9	22.6	22.6
10. お中元やお歳暮はご縁がある限り贈り続ける。……………	5.2	24.0	34.5	16.4	19.8
11. 相手が困っているときには親身になって相談に乗る方だ。……………	11.4	40.0	42.1	4.0	2.4
12. 神仏を信じる。……………	8.3	23.8	37.1	16.0	14.8
13. 悩みがあると占いに頼りたくなる。……………	3.1	13.3	25.5	25.7	32.4
14. 新聞やテレビの情報は信用する。……………	5.7	30.7	44.3	11.9	7.4
15. 初対面の人とでも腹を割って話すことができる。……………	1.9	12.6	35.5	28.3	21.7
16. 開店祝いの花を持ち帰る。……………	2.6	14.3	26.7	19.8	36.7
17. 新聞の折り込み広告は隅から隅まで目を通す。……………	4.3	16.4	30.7	24.3	24.3
18. 趣味を持つなら、生活に役立つものを選ぶ方だ。……………	6.9	33.1	41.2	11.7	7.1
19. 専門書や小説等よりも実用書をよく読む方だ。……………	4.8	21.2	40.5	20.0	13.6
20. 朝、喫茶店を選ぶときは、モーニングサービスの内容を重視する。……………	11.4	31.2	34.0	13.1	10.2
21. 芸術の鑑賞や制作にお金を使うことは惜しくない。……………	4.5	21.2	39.5	19.3	15.5
22. スポーツをしたり、観戦することにお金を使う方である。……………	3.3	12.9	31.2	25.7	26.9

Q10.あなたの性格について、次の各項目の該当するものをお選びください。

	全く そう 思う	そう 思う	ど ち ら だ も な い	そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い
1. のんびり屋……………	4.3	30.5	25.2	29.0	11.0
2. 競争を好まない……………	15.5	42.1	27.1	12.1	3.1
3. 多趣味……………	3.6	17.1	28.6	33.8	16.9
4. ひかえめ……………	9.0	36.7	30.0	19.5	4.8
5. あくせくしない……………	3.8	27.6	44.3	20.0	4.3
6. 楽道家……………	5.2	30.0	30.2	20.2	14.3
7. お金にとらわれない……………	1.7	15.0	40.0	30.5	12.9
8. おおらか……………	3.8	24.8	45.2	18.3	7.9

Q11.「田舎者」という言葉から、あなたがイメージするものは次のうちどれですか。2つまでお選びください。

※2つ以上該当するものがある場合は、上位2つをお選びください。

1. やぼったい (あかぬけていない)	54.3	2. 古いしきたりにこだわる	27.9	3. 気が利かない	7.4
4. 礼儀作法をわきまえない	6.9	5. ものわかりが悪い	5.7	6. 純情	16.0
7. 素朴	49.0	8. ものを知らない	9.0	9. その他 ()	0.7

Q12.では、名古屋人は次のうちどれに該当すると思いますか。2つまでお選びください。

※2つ以上該当するものがある場合は、上位2つをお選びください。

1. やぼったい (あかぬけていない)	22.1	2. 古いしきたりにこだわる	45.5	3. 気が利かない	9.8
4. 礼儀作法をわきまえない	9.8	5. ものわかりが悪い	9.3	6. 純情	5.7
7. 素朴	11.9	8. ものを知らない	4.5		
9. いずれにも当てはまらない	25.0				

Q13.あなた自身は「田舎者」だと思いますか。

1. 全くそう思う	5.2	2. そう思う	41.0	3. そうは思わない	38.1
4. 全くそうは思わない	10.7	5. 分からない	5.0		

Q14.あなたが買い物される際の態度についてお伺いします。

次のいろいろな場面について、あなたの考えに最も近いものをお選びください。

	全くその通り	ほぼその通り	どちらでもない	違う	全く違う
1. 買うときにはよくバーゲンを利用する。……………	11.2	36.9	30.2	15.7	6.0
2. 流行中のものを買う。……………	1.4	12.4	33.6	36.4	16.2
3. どの店で買えば得かに行く前によく調べてみる。……………	8.1	38.8	36.4	12.6	4.0
4. 店のムードや情緒を特に重視して買う。……………	1.9	24.8	35.7	29.0	8.6
5. 買うのは必要最低限にとどめておく。……………	12.4	39.3	35.5	11.2	1.7
6. 買うときには店員がすすめるものにする。……………	0.5	13.1	39.3	35.2	11.9
7. 買うときにはよく広告しているブランドを買う。……………	0.7	9.5	41.0	34.8	14.0
8. 実用性とか使いやすさを特に重視して買う。……………	14.5	52.6	28.3	3.6	1.0
9. 見た感じとか美しさを特に重視して買う。……………	5.2	31.2	43.1	16.7	3.8
10.できるだけ多くの中を比較したうえで買うものを決める。……………	12.1	40.0	35.5	11.0	1.4
11.新しいものが出たときは人よりもはやく買う。……………	0.5	5.7	24.8	39.0	30.0
12.とにかく安く経済的なものを買う。……………	12.4	26.0	43.6	13.8	4.3