

【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

所管

企画部 企画課

中核市移行について

調査項目(各項目)

1 中核市移行の認知

2 中核市への期待

3

4

5

6

7

効果(当初見込み)

調査結果を参考に、中核市移行についての更なる認知度の向上を目指すとともに、中核市としての本市の飛躍的なまちづくりの実現につなげる。

調査結果に対する考察

越谷市が平成27年4月に中核市に移行したことの認知度は5割半ばと前年度と比べて倍以上の向上が見られた。さらに、「聞いたことがある」の項目を含めると8割を超え、目標値である7割を達成することができた。

また、中核市になったことで期待することについては「保健所の開設による保健・医療・健康に関するサービス向上」が約6割と最も高く、保健所に求められる役割の大きさが伺える。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

市民が中核市移行を実感できるよう、市民ニーズを的確に捉え、事務の移譲によるメリットを最大限に活かしていけるような施策の展開を図っていく。

【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	所管	企画部 人権・男女共同参画推進課
男女共同参画について		
調査項目(各項目)		
1	「教育・しつけ」で大切だと思うこと(男の子)	
2	「教育・しつけ」で大切だと思うこと(女の子)	
3	男女がともに仕事と家庭を両立するために必要な条件	
4	日常生活のなかでの優先度(希望)	
5	日常生活のなかでの優先度(現実)	
6	男女共同参画施設が今後力を入れること	
7		
効果(当初見込み)	<p>今回の調査結果と過去に実施した同調査の結果を比較することで、市民の意識の変化を把握し、より効果的な事業展開に活用する。また、毎年度作成している「男女共同参画の推進に関する年次報告書」に本市の統計データとして掲載するとともに、経年変化の統計資料とし、次期の男女共同参画計画策定の基礎資料とする。</p>	
調査結果に対する考察		
【1. 2. 「教育・しつけ」で大切だと思うこと(男の子・女の子)】		
<p>男の子の方が高い項目(責任、独立心、忍耐力、たくましさ)、女の子の方が高い項目(やさしさや思いやり、礼儀作法、身の回りのことができるようにする、女の子らしく育てる)に変化はないことから、子どもに対する「教育・しつけ」において、性別による役割分担意識は未だ根強く残っていると推測できる。しかし、男の子は「男の子らしく」、女の子は「女の子らしく」育てる、という項目については、今後も教育分野での性別役割意識の解消に向けた取組を進めていく必要があると考える。</p>		
【3. 男女が仕事と家庭を両立するために必要な条件】		
<p>「育児・介護休業制度を利用できる職場環境を整備すること」は、平成24・27年度とも第1位のうえ、平成27年度でも過半数を超えており、職場環境の整備は今後も優先的に進めていくべき施策であると考えられる。また、今回2番目に割合が高かった「保育内容を充実させること」では、34.8%から47.0%と12.2ポイント増加し、今回3番目に割合が高かった「家族や周囲の理解と協力」では、36.0%から40.5%と4.5ポイント増加することになった。これらのことから、仕事と家庭の両立には、制度面などの充実はもとより、職場の風土や上司・同僚、家族などの理解が重要だと感じる人が増えてきていると考えられる。</p>		
【4. 5. 日常生活での優先度(希望)(現実)】		
<p>今回の調査では、(希望)については、「仕事」と「家庭生活」をともに優先したいという回答が第1位となり、30.3%から32.4%と2.1%ポイント増加している。一方、(現状)については「仕事」を優先が第1位となり30.5%から32.9%と2.4ポイント増加し、前回調査同様日常生活における各種活動の希望と現実には差があり、引き続きワーク・ライフ・バランス(仕事と生活の調和)の推進に力を入れていく必要がある。</p>		
【6. 男女共同参画施設が今後力を入れること】		
<p>今回の調査では、各項目について男女差があまり出ないという結果になった。男女とも最も多かったのが「いつでも誰でも気軽に立ち寄れる交流の場」の回答が第1位となり、平成22年度の調査から40.4%から50.0%と9.6ポイントも増加、続いて「相談業務」では、3.6ポイント増加し、「相互交流の援助など市民・団体活動の支援」では、5.4ポイント増加する結果となった。男女共同参画施設の事業運営において、今後の参考とさせていただきたい。</p>		
今後の活用(施策等に生かす方向性)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎年度作成している「男女共同参画の推進に関する年次報告書」に本市の統計データとして掲載する。</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・経年変化の統計資料とし、次期の男女共同参画計画策定の基礎資料とする。</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・教育における男女共同参画の推進に関する調査結果については、保護者と教職員向けの男女共同参画啓発資料等に活用する。</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ワーク・ライフ・バランスに関する調査結果については、企業向けの男女共同参画意識啓発資料等に活用する。</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・男女共同参画施設の今後力を入れることについては、今後の事業運営を行ううえで、参考とさせていただく。</li> </ul>		

【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	所管	協働安全部 暮らし安心課
防犯について		
調査項目(各項目)		
1	脅威や不安を感じる街頭犯罪等	
2	効果的だと思う防犯対策	
3	自主的な防犯活動の参加	
4	参加したことがある自主防犯活動	
5	自主的な防犯活動への参加意向	
6	自主的な防犯活動に参加したいと思わない理由	
7		
効果(当初見込み)	調査データを基に、市民が不安を感じる、または実際に被害にあった犯罪等について、市・警察・関係団体とデータを共有し、安全で安心な防犯のまちづくりを推進する。	
調査結果に対する考察		
<p>(1) 脅威や不安を感じる街頭犯罪等について  「路上強盗・ひったくり」が8割弱となっており、平成21年度調査と同じく最も多い。「振り込め詐欺」は4割強と平成21年度調査と比較して、14.7ポイント増加していることから、報道や啓発などにより市民の関心が高くなったと考えられる。</p> <p>(2) 効果的だと思う防犯対策について  「防犯カメラの設置」が約6割と最も多くなった。「防犯パトロール」や「街路灯の設置」については、平成21年度調査と比べ少なくなったが、約5割と依然として高い割合を占めている。</p> <p>(3)～(5) 自主的な防犯活動について  防犯活動に参加したことがあると回答した割合は2割弱と平成21年度調査と同様である。性別・年齢別でも男女比で大きな差異はないが、比較的若い年齢層の参加が少ないことがみられる。  参加したことがある自主防犯活動は「地域パトロール活動」が6割強ともっとも多いが、平成21年度調査と比べ割合は減少している。  「参加したことはない」と回答した人の今後の意向調査では、参加したいと「思う」が2割強、「思わない」が3割強と「思わない」が「思う」を上回り、平成21年度調査と比べ逆転した。参加したいと思わない理由としては、「時間がない」や「体力的に難しい」が多く、防犯活動に対する理解や重要性を市民に広く周知する必要がある。</p>		
今後の活用(施策等に生かす方向性)		
<p>・刑法犯認知件数は減少傾向にあるが、「路上強盗・ひったくり」など街頭犯罪に不安を感じる割合は以前として多く占めていることから、街頭犯罪抑止のための啓発活動等を推進する。また、「振り込め詐欺」などの犯罪についても、警察や関係団体と連携を図りながら、防犯対策を引き続き進めていく。</p> <p>・自主的な防犯活動については、地域パトロール活動が割合の多くを占めていることから、地域パトロールや登下校見守り活動時の装備品の貸し出しなど、自主防犯活動団体に対する支援を積極的に行う。  また、防犯啓発チラシの作成・配布や街頭での啓発活動などを通じ、自主防犯活動の周知と意識の高揚を図り、防犯活動への参加を広く促していく。</p>		

【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

所管

都市整備部 都市計画課

景観について

調査項目(各項目)

1	景観(風景)の満足度
2	行政に望むこと
3	
4	
5	
6	
7	

効果(当初見込み)

市民の景観まちづくりに対する意識の高揚を図るとともに、良好な景観の形成を効果的に推進することができる。

調査結果に対する考察

景観の満足度は「満足している」と「概ね満足している」の合計が6割弱と、市民の景観に対する関心は、全体の半数は超えているが、とりわけ高いとも言えない。平成25年の景観計画策定後、ここ3年ほぼ横ばいの結果となっている。

景観行政に望むものとして「良好な景観づくりに役立つ公共事業」「目標や基本方針を住民に示す」がおよそ5割と比較的多かった。良好な景観形成推進には、市民発意の景観まちづくりだけでなく、行政のリードも期待されている。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

市民への意識啓発は、景観計画による制度を活用し、市民が主体となった身近な景観まちづくりの推進を図ることで、景観への意識や満足度を高めていきたい。

行政に望むものとして「良好な景観づくりに役立つ公共事業」「目標や基本方針を住民に示す」がおよそ5割と比較的多く、市民と協働のまちづくりを推進する上では、市民からの発意も重要であるが、行政のリードも期待されていることが窺える。景観計画の目標や基本方針を、効果的に周知し、今後とも「市民発意」と「行政側からの提案」のバランスをとりながら、市民との協働の景観まちづくりを進めていきたい。

その他少数の意見も軽んじることなく十分に検討し、地区ごとの特性に応じたきめ細かな景観まちづくりを推進していきたい。

また、第4次越谷市総合振興計画後期基本計画の中で位置づけられている景観形成推進事業の評価指標「景観の満足度」として活用していく。

調査項目名(大項目)	所管	環境経済部 農業振興課
水田の保全について		
調査項目(各項目)		
1	水田の機能・役割の認知	
2	水田の保全	
3	水田を保全するための活動	
4	水田の保全活動への参加意向	
5		
6		
7		
効果(当初見込み)	市が優良農地保全を政策的に支援することについて、より市民理解を得るための方策を検討する資料とする。	
調査結果に対する考察		
<p>(1) 水田には多面的な機能があるとの認知が広く市民に浸透していることが伺える。          (1) 「水田の機能・役割の認知」の設問からは、「多様な生き物の生息場所となる」「都市の気温上昇を低減・緩和する」といった「環境」面についての認知が最も高く、以下「水害を軽減する」「川の流れを安定させ、地下水を涵養する」といった「防災」面、「農業体験学習や地域の交流の場なる」といった「教育」面、「市民活動」面についての認知が続く。</p> <p>(2) 市民の多くが「水田は保全すべき」と考えている。          (2) 「水田の保全」の設問では、「水田は積極的に保全すべきだと思う」と「必要最小限の開発は容認すべきだが、それ以外の水田は保全すべきだと思う」の回答があわせて、68.4%となっている。</p> <p>(3) 水田の保全活動の規模、頻度、募集方法等によっては、参加者を確保できる可能性がある。          (3) 「水田を保全するための活動」と(4)「水田の保全活動への参加意向」についての設問からは、多くの市民がそれらの活動を必要と考えていることが伺える。しかし、参加することについては、「イベントなどで年1～2回程度であれば参加してもいいと思う。」が最も多い。</p> <p>以上のことから、市民の水田保全に対する意識は高く、また水田の多面的機能についてもある程度浸透していることから、行政が水田保全のための支援策を展開することについて理解を得られる可能性は高い。</p>		
今後の活用(施策等に生かす方向性)		
<p>環境、防災、教育、市民活動といった行政分野の活動と連携しつつ、市民がより水田保全の意義についての理解を深められるような、都市・農村交流事業を展開することが考えられる。          結果、優良農地において行政が基盤整備事業や農地集積事業を推進することへの市民理解もいっそう得られるものと考えられる。</p>		



【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	所管	企画部 企画課
自治基本条例関係について		
調査項目(各項目)		
1	「自治基本条例」の認知	
2	組織と市が協働する必要性	
3	協働が必要(効果的)な分野	
4	協働の推進に必要な(効果的)な施策	
5		
6		
7		
効果(当初見込み)	「自治基本条例の普及」及び「市民参加と協働によるまちづくり」に対する市民の意識の現状を明らかにするとともに、推進会議での調査審議の参考とし、条例の実効性の確保を図る。	
調査結果に対する考察		
<p>「越谷市自治基本条例」の認知度について、「知らない」という回答が6割半ばとなっている。また、「聞いたことがある」は2割超、「よく知っている」及び「まあまあ知っている」という回答は、約1割となっている。これまで、自治基本条例を普及していくため、様々な取り組みを行ってきており、「よく知っている」、「まあまあ知っている」人の割合は前回調査より向上したが、「越谷市自治基本条例」の認知度は想定したよりも低かった。自治基本条例を制定してから6年が経過した中、市民の関心の高まりが十分でないと考えられる。</p> <p>自治基本条例が市民の生活とどのように関わっているのかが想像しづらいこと等が、自治基本条例への関心が高まらない一因であると推察される。</p> <p>自治基本条例の普及の取り組みとしては、毎年度「自治基本条例パンフレット【子ども版】」を市内小学校6年生へ配付し、授業で活用していただいている。</p> <p>また、第8回協働フェスタ(平成28年1月23日開催)では、自治基本条例推進会議の有志が自治基本条例の普及啓発活動として、自治基本条例の内容を知ってもらうためのクイズを作成し、回答を244名から回収した等、市民主体での取り組みも進められている。</p> <p>今後とも、この調査結果を踏まえ、新たな活動やこれまでの取り組みの改善に努め、引き続き自治基本条例の普及に取り組んでいく。</p> <p>一方、自治会やNPO、企業等の組織と市が協働する必要性については、「必要だと思う」と「ある程度必要だと思う」を合わせると約7割が『必要だと思う』という回答であった。男女とも50歳代ではそれぞれ約8割が、また、どの年代においても6割半ば以上が協働が必要だと思うと回答している。少子高齢、人口減少社会の到来、市民ニーズやライフスタイルの多様化など社会環境が大きく変化し、行政主体の取り組みだけでは、すべての問題を解決することが難しくなっている中、市民との協働は、市政運営における最も重要な要素の一つであることを再認識する結果となった。</p> <p>また、「協働が必要(効果的)な分野」は「暮らしの安全・安心に関すること」が8割弱、「福祉に関すること」が6割弱、「環境に関すること」及び「健康づくりや医療に関すること」が4割半ば、「子育てや教育に関すること」が4割弱であった。</p> <p>市内で活動している自治会等の地域コミュニティ組織や、NPO等の市民活動団体の活動内容を把握、分析し、各団体とともに、それぞれの得意分野を活かしながらまちづくりに取り組んでいく必要がある。</p> <p>さらに、協働の推進に必要な(効果的)な施策としては、「市政に関する情報を分かりやすく公開すること」が6割弱と、他の項目より大幅に高い割合だった。市の施策を分かりやすく伝える工夫を全庁的に行っていくことが協働を推進するために重要であることを改めて認識することとなった。</p>		
今後の活用(施策等に生かす方向性)		
<p>自治基本条例の実効性を確保するために設置されている自治基本条例推進会議では、平成26年度、平成27年度の2年間で、自治のまちづくり推進のための仕組みづくり・環境整備について調査審議が行われ、今年度中に「参加と協働による、市民を主体とした自治のまちづくりを進めるために」(報告書)が提出される予定となっている。会議からの意見も取り入れながら、自治基本条例の普及および協働の取り組みを進めていく。</p> <p>また、今回の調査での「協働が必要(効果的)な分野」の回答結果を踏まえ、平成27年度中に作成をする、参加や協働の制度等についてをまとめたハンドブックの内容を精査していく。ハンドブックを活用し、参加と協働によるまちづくりを推進していく。</p>		

【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	所管	保健医療部 地域医療課
地域医療について		
調査項目(各項目)		
1	「かかりつけ医」の有無	
2	「かかりつけ医」を選んだ理由	
3	「かかりつけ医」を持たない理由	
4		
5		
6		
7		
効果(当初見込み)	調査データを市内救急医療体制の周知に活かし、医療機関や救急車の適正利用を図る。	
調査結果に対する考察		
<p>調査結果によると、かかりつけ医がいると回答した人数の割合は62.3%にとどまり、4割近くの人がかかりつけ医がいないという実態が分かった。平成24年に実施した保健医療基礎調査においても、同様の調査を行ったが、かかりつけ医がいると回答した人数の割合はほぼ変わらず、かかりつけ医を持つ人の人数は3年間でほとんど増えていないことが分かる。</p> <p>かかりつけ医を持たない理由として、6割超の人が「あまり医療機関にかかることがない」と回答している。医療機関にかかることがないというのは良いことであるが、急に体調が悪くなった時に、かかりつけ医を決めていないと、受診する医療機関を探すのに手間取ったり、大病院を受診してしまう可能性がある。あまり医療機関にかかることがない人にも、「かかりつけ医」の必要性について認識していただき、いざというときに適切な医療機関を受診してもらえるように周知する必要がある。</p>		
今後の活用(施策等に生かす方向性)		
<p>現在、大病院への受診志向から、患者が集中し、本来の役割である高度医療が必要な患者に、専門的な医療提供を十分に行うことができず、問題となっている。</p> <p>軽症の患者は、身近な診療所などの「かかりつけ医」を受診し、かかりつけ医が、検査や入院が必要だと判断した場合に、それらができる病院等を紹介してもらい、大病院を受診するのが理想であるが、現状では、かかりつけ医がおらず、症状に関わらず大病院を受診してしまう患者が多くいる。</p> <p>多くの人がかかりつけ医をもつことで、病院機能に応じた医療体制が確保できることや、在宅での医療・介護がスムーズに行える。</p> <p>そのため、地域医療課では、広報こしがやお知らせ版・季刊版、越谷市ホームページ、救急医療等に関する啓発チラシ等で「かかりつけ医」の重要性について周知している。</p> <p>しかし、調査結果によると、依然かかりつけ医をもたない人が多く、今後もかかりつけ医の重要性について周知を続けていく必要がある。周知方法についても検討し、多くの市民にかかりつけ医の重要性について認知していただき、かかりつけ医をもってもらえるよう取り組んでいく。</p>		

【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	所管	環境経済部 観光課
越谷特別市民「ガーヤちゃん」について		
調査項目(各項目)		
1	「ガーヤちゃん」の認知	
2	「ガーヤちゃん」の認知媒体	
3	越谷市への愛着	
4		
5		
6		
7		
効果(当初見込み)	「ガーヤちゃん」を活用した観光推進事業及びシティプロモーションの取組を検討し、市の知名度向上等を図る。	
調査結果に対する考察		
<p>・認知度について          ガーヤちゃんの認知度は、62%と全体で6割以上の方々には知られているという結果だった。男女別にみると、女性全体が69.4%に対して、男性全体が53.3%であり、16.1ポイント女性の方が高く、関心の高さが伺えた。また、年代別にみると、男女ともに、キャラクター等に関心が高いと思われていた「18～29歳」の層より、「30～39歳」「40～49歳」「50～59歳」の層の方が認知度が高く、特に、女性のこの層はいずれも8割以上と特に高かった。          この要因としては、認知媒体が「広報こしがや」や「各種イベント」が多かったことに加え、継続的に小学校1年生のランドセルカバーに「ガーヤちゃん」のイラストが使用されていることから、目にする機会が多かったものと考えられる。</p> <p>・認知媒体について(各媒体における年代別の特徴)          広報こしがやが突出しており、毎月タイトル部分にイラストが使用されていることが影響しているものと考えられる。</p> <p>①広報こしがや・・・他の媒体と比較すると全体的に高い割合となっている。特に、50～59歳、60～69歳、70歳以上の割合が極めて高く、この層に対する周知方法としては効果的だと考えられる。          ②各種イベント・・・30～39歳、40～49歳の割合が高い。この層は、子育て世代が多いことが想定されることから、子どもと一緒にイベントに参加するなど、知る機会が多いものと推察される。          ③市ホームページ・・・18～29歳、30～39歳、40～49歳の割合が高く、この層はインターネットで情報収集している割合が他の年代より比較的高い。また、男性においては、50～59歳、60～69歳の層でも比較的高く、女性よりインターネットを利用している割合が高い。          ④知人等からの口コミ・・・18～29歳の割合が高く(特に女性)、知人等と情報を共有する機会が多いものと考えられる。また、急速に普及しているSNS等の利用が影響しているものと推察され、この層にはSNS等を活用した情報発信が有効的な手段の一つと考えられる。</p> <p>・愛着度          2010年に㈱リクルートの「じゃらんリサーチセンター」が実施した「ご当地調査」において、埼玉県のアピール度は16%と全国で最下位であったことから、今回は、予想を上回る結果となった。この結果は、越谷市の交通の利便性や買い物環境等が整っているなど、住みやすさを感じている方が多いことがひとつの要因になっているものと推察される。しかしながら、「やや愛着がある」を除いた場合は、全体で42%と50%を下回っており、今後、さらに愛着度を向上させるためには、「越谷といったら〇〇」というイメージ・ブランド力の創出が必要になると考えられる。</p>		
今後の活用(施策等に生かす方向性)		
<p>・「ガーヤちゃん」について          平成26年度から「ガーヤちゃん」の着ぐるみの貸出及びイラストの使用を推進するとともに、広報こしがやへの記事掲載等も含め、広くPR活動に取り組み、一定の効果は表れたと考えている。          今後も、現在実施している事業を継続するとともに、市内はもとより企業・団体等の利用促進を図られるよう積極的に取り組んでいく。          また、さらに「ガーヤちゃん」を市の知名度向上や地域への愛着度の醸成につなげていくためには、18～29歳の層へのPR強化が必要と考える。          よって、広報広聴課等の関係部署とも連携を図りながら、その層に効果的と想定されるSNSを活用したPR方法について検討する。</p> <p>・愛着度について          「ガーヤちゃん」に関する取組を継続して実施するとともに、ターゲットを明確にした情報発信に取り組んでいく。また、観光・物産を中心とした越谷市の魅力を発信する拠点施設の整備を推進し、地域への理解を深め、愛着度の醸成を図る(「とても愛着がある」「愛着がある」の割合を増加させる)</p>		



【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	所管	環境経済部 観光課
ウッドデッキの利活用について		
調査項目(各項目)		
1	「ウッドデッキ」の認知	
2	「ウッドデッキ」の利用有無	
3	参加したいと思う「ウッドデッキ」でのイベント	
4	「ウッドデッキ」への期待	
5	観光推進事業への期待	
6		
7		

効果(当初見込み) 今後の事業展開の参考とし、ウッドデッキを活用した賑わい創出の一助とする。

調査結果に対する考察

・認知度及び利用の有無について  
 ウッドデッキの認知度は50.8%となっているが、男女の18～29歳、男性の30～39歳の年代は30%台と他の年代と比較して認知度が低くなっている。また、利用の有無については全体的に低く、今後、認知度や利用率を向上させるためには、若年層へのPRが必要になると考えられる。

・参加したいと思うイベント  
 地場農産物等の直売は、特に女性の30～39歳、40～49歳、50～59歳の年代が参加したいと思う傾向が強く、グルメイベントについては、18～29歳、30～39歳の割合が特に高い。また、散策イベントは若年層より50～59歳、60～69歳、70歳以上が参加したいと思う傾向が強くなっている。このように、年代によって参加したいと思うイベントが異なる傾向にあることから、イベント内容や周知の方法等について、対象者を明確にして実施する必要がある。

・「ウッドデッキ」への期待  
 ウッドデッキに期待することとして、「憩いの空間(休憩場所)」や「新たな賑わいを創出する場所」という回答の割合が高かった。  
 年代別にみると、男女ともに18～29歳、30～39歳は「賑わいを創出する場所」を期待している傾向が強く、対照的に60～69歳、70歳以上は「憩いの空間」として期待している傾向が強い。参加してみたいイベントの結果を勘案すると、ウッドデッキに対しては、年代によって嗜好が異なるものと考えられる。

・観光推進事業への期待  
 上位3項目は、「他地域との観光物産交流の促進」「水辺空間や田園風景等の自然の活用」「食の活用や農業体験の促進」であり、越谷の地域資源である自然(水辺・農業)を活用しながらも、他地域との観光物産交流に期待していることが見受けられた。  
 特に「他地域との観光物産交流」については、全体的に各年代とも期待している傾向にあるが、50～59歳、60～69歳、70歳以上の割合が多少高くなっている。また、「食の活用や農業体験の促進」については、対照的に18～29歳、30～39歳、40～49歳の割合が高くなっており、年代によって期待している事業が異なっている。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

・ウッドデッキについて  
 各年代によって参加したいと思うイベント内容に違いが生じていることから、この結果を参考とし、関係団体等と意見交換をしながら、ウッドデッキの賑わい創出に努めていく。一方で、ウッドデッキを「癒しの空間(休憩場所)」として期待している方も多いことから、水辺空間の景色も楽しめる「市民の憩いの場所」となるよう検討していく。

・観光推進事業について  
 越谷市の地の利を活かした広域観光や、都市近郊にありながらも多数の水辺空間や農地を有している特徴を活かした取組を、関係機関と連携を図りながら推進していく。また、年代によって期待している事業にバラつきがあるため、ターゲットを明確にした事業展開や情報発信に努めていく。

【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	所管	都市整備部 都市計画課
------------	----	-------------

市内の公共交通について

調査項目(各項目)	
1 公共交通の利用有無	
2 公共交通の満足度	
3	
4	
5	
6	
7	

効果(当初見込み) 市民の公共交通の利用に対する意識を高めるとともに、交通事業者へ情報提供を行い、サービスの向上の参考とする。

**調査結果に対する考察**

公共交通の利用については、鉄道は約9割の方が、バス・タクシーは約5割の方が利用しているが、バス・タクシーについては4割弱の方が全く利用しないと回答があった。満足度については、鉄道は約7割の方が満足しているが、バス・タクシーは3割弱の方が満足していると回答している。公共交通の利用の有無、満足度ともに、バス・タクシーについては鉄道に比べ低い結果となった。利用者数及び満足度の向上には、今後、バス・タクシーの利便性を高めていく必要がある。

**今後の活用(施策等に生かす方向性)**

第4次越谷市総合振興計画後期基本計画の中で位置づけられている地域公共交通推進事業の指標の「市内の公共交通(鉄道・バス・タクシー)に対する満足度」に活用すると共に、平成27年度に策定予定の越谷市地域公共交通網形成計画の評価指標の「公共交通に対する満足度の向上」として活用する。

また、同計画に基づき、ノンステップバスの導入促進や公共交通に関する総合的なガイドマップの作成などにより、公共交通の利便性の向上と利用促進を図る。

【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	所管	教育総務部 生涯学習課
------------	----	-------------

生涯学習活動について

調査項目(各項目)

1	生涯学習活動の経験有無
2	経験した生涯学習活動
3	経験した生涯学習活動を生かしているか
4	経験した生涯学習活動を生かしている分野
5	
6	
7	

効果(当初見込み) 平成18・22年度に同様の調査を行っており、比較検討が可能である。

調査結果に対する考察

- 1 生涯学習活動の経験有無  
生涯学習活動を『経験した』が27.0%であり、平成22年度調査と比較すると0.2ポイントの微増であった。また、『生涯学習活動を経験していない』には、この1年くらいの間には経験をしていないが過去に経験している、という回答も含まれていると考えられる。調査結果から、どのように学習活動の継続を推進し学習機会の充実を図るかが今後の大きな課題と考えている。
- 2 経験した生涯学習活動  
『健康スポーツ』が56.1%、『趣味的なもの』が38.4%と続いている。過去の平成18年度調査、平成22年度調査と比較すると、今回の調査結果と同じく、『健康スポーツ』、『趣味的なもの』が順位が入れ替わるものの上位2項目を占めている。上位2項目以外は数値が拮抗しており、学習ニーズが多様化していることの表れであると考えられる。
- 3 経験した生涯学習活動を生かしているか  
『生かしている』が41.5%であり、平成22年度調査と比較すると5.0ポイントの増であった。学習活動を通じて身に付けた知識・技術・経験を、仕事、介護、健康、栄養のほか、自治会活動、職場や地域のコミュニケーション、外国人との交流、趣味、生きがいなどに活用している。これまでの取り組みの成果と言える結果であった。
- 4 経験した生涯学習活動を生かしている分野  
『文化・スポーツ活動』が平成22年度調査と同じく最も多い結果であった。自由時間の有意義な活用や生きがいづくりなどの各個人の自己実現につながるものから、地域やまちづくり、福祉に関するものまで多様である。個々の学習ニーズへの的確な対応と生涯にわたって学習できる環境づくりが課題である。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

第2期越谷市教育振興基本計画策定にあたり、これまでの取り組みにおける成果と課題および今後の施策の展開に生かす。生涯学習の実態を把握し、生涯学習のより一層の推進を図る。

【平成27年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	所管	市長公室 広報広聴課
------------	----	------------

調査項目(各項目)

- 1 市政情報を得ているもの
- 2 市政情報を得るために活用したことがあるもの
- 3 広報こしがやの「AR(拡張現実)」技術の感想
- 4 広報こしがや「お知らせ版」の感想
- 5 広報こしがや「季刊版」の感想
- 6 テレビ広報番組「いきいき越谷」の視聴状況
- 7 テレビ広報番組「いきいき越谷」の放映時間

効果(当初見込み) 市民が情報収集の手段として活用している媒体を把握し、戦略的な広報を考えるうえでの参考とする。  
 今後の編集方針の参考とする。  
 平成28年度の放送の参考とする。

調査結果に対する考察

73.0%の方が主に広報紙から情報を得ている。市政情報を得るために活用するものについても、広報紙が77.2%(複数回答)で一番多くなっている。広報紙は、他の媒体と異なり、自ら情報にアクセスしなくても、自宅に(情報が)届けられるということも結果に影響していると思われる。いずれにしても、市の広報媒体の中で広報紙が中心的な役割を果たしていることが分かる。なお、自ら市の情報を得ようとするときは、ホームページを活用する方も26.6%(複数回答)と多いことが分かる。

経年変化を見ると、市政情報を主に何から得ているかについては、平成25年度から2年連続上昇しているが、市政情報を得ているもの(複数回答)については、2年連続下降している。また、年代別の傾向については、広報紙は10~20代が低く、テレビ広報は60代以上が比較的高い、ホームページは60代以上が極端に低いなど、例年どおりの傾向が出ている。いずれにしても、第4次越谷市総合振興計画の事業指標である「広報紙の分かりやすさ」を目標の80%に近づけていくために、今後も継続して分かりやすい編集に努めていく。

ARについては、良いと思うとの回答が35.1%であるが、実際に使ってみた方の割合が上がらず、アプリでの動画再生回数も非常に低いことから、活用方法の見直しなどの検討を進める。

テレビ広報番組については、視聴したことがある方が24.6%となっている。また、番組の放映時間については、分からない方が55.4%を占めているが、次いで、ちょうど良いと思う方が26.1%となっており、長いあるいは短いと思う方を上回っている。今後、30分という番組の放映時間については現状を維持したうえで、内容についてYoutubeの再生回数なども参考にしながら、更なるニーズの把握に努め、視聴数の向上を目指していく。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

市の情報を入手する方法が多様化しており、また、性別年代によって使用する媒体に違いがあることから、媒体別に取り扱うテーマのウエイトを変更するなどを検討していく。また、広報紙はもちろん、市が持つ他の広報媒体の活用にも努めるとともに、報道機関への情報提供を積極的に行っていく。