

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	課名	政策課	記入者名	丸岡
自治基本条例について				
調査項目(各項目)				
1	「越谷市自治基本条例」の認知度			
2	「越谷市自治基本条例」を知ったきっかけ			
3	市政への関心度			
4	市政に関心を持ってもらうために必要なもの			
5				
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」という回答が約7割となっている。また、「聞いたことがある」は2割弱、「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、認知度は前回調査より向上したが、依然として「越谷市自治基本条例」の認知度は低い状況である。自治基本条例を制定してから8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。また、昨年度から市内の高校における講演会を実施しており、今年度は越ヶ谷高校で自治基本条例に関する講演を行った。</p> <p>さらに、第10回協働フェスタ(平成30年1月27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259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>「『越谷市自治基本条例』を知ったきっかけ」については、「広報こしがや」という回答が8割強となっている。また、「自治会やコミ協を通じて」が2割弱、「越谷市公式ホームページ」及び「パンフレット等の啓発物」という回答が約1割となっており、「広報こしがや」をきっかけに自治基本条例を知ったという方が圧倒的に多かった。</p> <p>「市政への関心」については、「とても関心がある」及び「まあまあ関心がある」が5割超となっている。一方「あまり関心がない」及び「関心がない」という回答は約5割となっており、市政について関心の低い市民が多くいることをあらためて認識する結果となった。年齢別に見ると、10歳代及び20歳代の若い世代で「あまり関心がない」、「関心がない」という回答が多かった。このことから、特に若年層に市政に興味を持ってもらうための取り組みを進める必要がある。</p> <p>「市政に関心を持ってもらうために必要なもの」については、「市政に関する情報をわかりやすく公開する」という回答が6割強となっている。また、「市政に関する情報を公開する機会を増やす」という回答が4割弱となっており、「市政への意見を出せる方法・手段等を増やす」という回答が2割半ばとなっている。また、「わからない」という回答が5割半ばとなっており、市政に関する情報をわかりやすく伝える工夫や情報に関わる機会を創出していく必要があると考えられる。</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28年度、平成29年度の2年間で、自治基本条例の実効性の確保について調査審議が行われ、今年度中に「第4期越谷市自治基本条例推進会議の取り組みについて」(報告書)が提出される予定となっている。</p> <p>また、認知度を高めるため、自治基本条例の普及について、若年層へのアプローチなど、新たな取り組みを検討していく。</p>				

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

公共施設等のあり方について

課名

公共施設マネジメント推進課

記入者名

本田

調査項目(各項目)

- 1 「越谷市公共施設等総合管理計画」の認知度
- 2 「越谷市公共施設等総合管理計画」についての考え
- 3 「越谷市公共施設等総合管理計画」にそうすべきと思わない理由
- 4
- 5

効果(当初見込み)

調査データを踏まえ、市民への更なる周知方法について検討する。また、市民との情報共有を図りながら、市民が公共施設等を安全で快適に利用できるよう計画的な公共施設等のマネジメントを行う。

調査結果に対する考察

1 「越谷市公共施設等総合管理計画」の認知度

越谷市公共施設等総合管理計画を「知らない」が75.7%となり、特に若い年代の方ほど認知度が低いことが判明した。このことから、計画策定から2年が経過し、様々な周知活動を行ってきたが、本計画がまだ市民に認知されていないため、引き続き、若い年代を中心とした計画の周知活動を行う必要があると考えられる。

2 「越谷市公共施設等総合管理計画」についての考え

越谷市公共施設等総合管理計画の目標である公共施設の面積を22%減らし、安全性に問題がないと判断された建物については80年を目標として既存の施設を有効活用することについて、「そうすべきと思う」「どちらかといえばそうすべきと思う」が約60.4%となり、概ね理解をいただいていることが判明した。しかしながら、「わからない」が26.8%いることから、引き続き公共施設等総合管理計画の周知を進め、理解を得る必要があると考えられる。

3 「越谷市公共施設等総合管理計画」にそうすべきと思わない理由

「どちらかといえばそうすべきとは思わない」「そうすべきとは思わない」の理由としては、「維持費がかからないように工夫すればいいと思うから」が40.1%と多かったものの、「公共施設の場所が遠くなると思うから」が36.3%、「地域の活力が失われると思うから」が34.7%、「施設を80年使うのが難しいと思うから」が32.1%と、その他の意見も多く、「そうすべきとは思わない」理由は様々であることが判明した。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

公共施設等総合管理計画に対する認知度が低かったことから、今後も引き続き、計画の周知活動に努め、市民の理解を深めていく。

また、今後、公共施設等総合管理計画に基づき施設の類型別に具体的な方向性を示すアクションプランを策定することから、公共施設等総合管理計画の目標に対する今回の結果を市民の意見として把握し、計画策定における検討材料として活用する。

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

人権全般に関する意識について

課名

人権・男女共同参画推進課

記入者名

谷口

調査項目(各項目)

- 1 基本的人権の意識
- 2 人権意識の変化
- 3 関心のある人権問題
- 4 人権侵害を感じたこと
- 5 人権侵害を感じた内容

効果(当初見込み)

調査結果を基に、現在実施している事業の効果を検証し、事業の充実、改善を図る。

調査結果に対する考察

今回の市政世論調査では、前回(平成26年度)と同じ5項目について経年による変化を確認することにした。

まず、基本的人権の意識については、「やや尊重されている」が、52.5%と最も多く、「十分尊重されている」を合わせた「尊重されている」は6割半ばとなっている。前回調査からの比較では、「尊重されている」が6.2ポイント増加し、一方、「あまり尊重されていない」と「尊重されていない」を合わせた「尊重されていない」は6.7ポイント減少している。この結果から、基本的人権が尊重されていると感じている方が増加した一方、10年前と比べた人権意識の変化については、「変わっていない」が43.5%と最も多く、「人権意識が低くなっている」は前回調査から3.9ポイント増加した結果となっている。

関心のある人権問題としては、「高齢者の人権問題」が43.4%と最も高い関心を集める一方、平成26年度には調査項目を設けていなかった「LGBTなど性的少数者の人権問題」に9.4%と新たな人権問題にも関心があることが分かる。また、その他として「労働者の人権問題」「いじめ」「男性の人権問題」等も挙げられており、人権問題が多岐に渡っていることが伺える。

人権教育・啓発は、人々の意識に働きかけるものであり、この効果は、短期間では、形となって表れにくい。よって、市政世論調査の結果として、前回調査と比較し、人権全般に関する意識に大きな変化が見られず、「人権意識が低くなっている」が微増したが、これは人権に関する事業に効果がないとするものではない。今後とも、この調査結果を参考に、新たな施策や事業の改善に取り組み、より効果的な人権教育・啓発を継続し、進めていくことが重要である。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

・研修会や講演会について、既存の周知方法を検証し、より多くの市民に周知できるよう改善するとともに、取り上げる内容についても、回答をもとに、市民が関心を持っている人権問題を積極的に取り上げ、より多くの市民に参加してもらえるように努める。

・「日常生活の中で人権が侵害されたと感じたことがある」と回答した市民が約2割いることから、人権相談の周知をより一層進め、解決に向けた支援を積極的に進める。

・互いに認め合い人権を尊重される社会を目指し、市民が求める取り組みを参考に、関係機関等と連携し、人権施策を充実させる。

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

男女共同参画について

課名

人権・男女共同参画推進課

記入者名

綿引

調査項目(各項目)

- 1 1日の生活で希望どおりの時間配分ができているか
- 2 配偶者等からの暴力(ドメスティック・バイオレンス)の有無—身体に対する暴力を受けた—
- 3 配偶者等からの暴力(ドメスティック・バイオレンス)の有無—恐怖を感じる脅迫を受けた—
- 4 配偶者等からの暴力(ドメスティック・バイオレンス)の有無—精神的な嫌がらせを受けた—
- 5 配偶者等からの暴力(ドメスティック・バイオレンス)の有無—性的な行為を強要された—
- 6 配偶者等からの暴力(ドメスティック・バイオレンス)を受けたときの相談の有無
- 7 相談した人(場所)
- 8 相談しなかった理由

効果(当初見込み)

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。

調査結果に対する考察

1. 自分が希望する時間配分について

今回の調査では、希望する時間配分ができている割合は、全体としては38%となり、前回の39.5%から1.5ポイント減少している。しかし、性・年齢別にみると、女性では30歳代、男性では18歳～49歳で5割を超えている。このことは、女性では子育てに手がかかる時期、男性では就職後から定年までの大半の時期において、過半数の人が希望する時間配分で生活が送れていないことを示している。現在、働く女性の5割弱の方が出産を期に離職している現状がある。今後、多くの女性が就労を継続するためには、育児等との両立支援のため制度の整備・充実に加えて、企業における仕事のあり方が変わらない限り、希望する時間配分ができている割合が増加すると予想される。また、社会における女性の活躍に欠かせない男性の家事・育児参画を促進するためには、男性が仕事以外の生活時間を確保できるような、働き方変革が必要になると考えられる。

これらのことから、男女とも、ワーク・ライフ・バランスを実現するための取組が必要であり、なかでも柔軟な働き方を可能とするような企業側の取組が求められる。

2～8について(配偶者からの暴力に関する設問)

2～5のDVを受けた経験について、身体的・性的のいずれの暴力や恐怖を感じる脅迫を受けたことについては、平成26年度の調査時と比較すると、大きな変化はみられない。しかし、精神的暴力を受けたことがある人の割合は、14%となり、身体的・性的暴力を受けたことがある人よりも多く、特に40歳代の女性の割合が高い。これは、身体的暴力以外の暴力についても、ドメスティック・バイオレンスにあたるという認識が広がりつつあると考えられる。

6の相談の有無について、相談した人の割合は、平成26年度と比較して、女性ではほぼ横ばいで約4割、男性では前回の28.5%から24.4%と4.1ポイント減少している。また、「暴力を受けたことがある」と回答した男性の割合は、前回調査では、12.2%(全1,124人中137人)だったのに対し、今回は17.7%(全996人中176人)と5.5ポイント上っており、男性のDVに関する認識が深まってきているものと考えられる。

7の相談先について、平成26年度と同じく一番多いのは、「家族・親せき」の57.1%、次に、「友人・知人」の52.9%となっており、ともに上がっている。その一方で、「警察署」は18.5%、「その他の公的機関」の2.1%は、それぞれ下がっている。DVに関する相談は、依然として身内の問題として捉え、潜在化する傾向がある。引き続き、「女性・DV相談支援センター」の相談窓口について、周知する必要がある。

8の相談できなかった・しようと思わなかった理由として最も多く挙げられているのは、「相談するほどのことではないと思ったから」が、56.2%、次に「相談しても無駄だと思ったから」は29.9%、「自分さえ我慢すれば…」は19.6%となり、全体として増加している。ドメスティック・バイオレンスは、当事者自身だけの問題ではなく、社会全体の問題として、DV防止啓発に努めるとともに、引き続き、「女性・DV相談支援センター」の相談窓口について、周知する必要がある。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

・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。

・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。

・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。

・DVに関する調査結果については、DVの防止啓発資料の作成等に活用する。また、女性・DV相談支援センター(配偶者暴力相談支援センター)では、DV被害者支援のさらなる充実を図るために、今回の調査結果を参考資料として活用する。

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

多文化共生のまちづくりについて

課名

市民活動支援課

記入者名

西川

調査項目(各項目)

- 1 外国人市民とのつき合い
- 2 外国人市民との関係で困った経験
- 3 「多文化共生」という言葉の認知度
- 4 「多文化共生のまち」づくりに市が力を入れること
- 5

効果(当初見込み)

多文化共生に係る外国籍市民と日本人市民の認識差を明らかにすることにより、より効果的な施策の実施を実現することができる。

調査結果に対する考察

(1)「外国人市民とのつき合い」については、「親しくつきあっている」と「あいさつをする程度のつきあいがある」を合わせた『つきあいがある』の比率は、14.3%となっている。この比率を日本人市民数に乗じると、47,805人となる。(基準日:調査期間中の7月1日現在)。さらにこの人数を7月1日現在の外国籍市民数5,656人で除すると、数値のうえでは外国籍市民1人に対し、日本人市民8人の比率となる。地域社会や人とのかかわり方に対する多様な考え方から、実態を把握することは困難であるが、外国籍市民数の増加傾向を鑑みると、『つきあいがある』に係る比率は今後も上昇していくと考える。一方、71.4%の人が、「近くに住んでいない、または近くに住んでいるかどうかわからない」と回答しており、これは、(2)の「外国人市民との関係で困った経験」について、「特になし」の回答比率74.0%と近値であることから関連性があるものと認識した。

(3)「多文化共生」という言葉の認知度については、3割近い27.4%が「聞いたことがあり、意味も理解している」と回答している。平成28年度に埼玉県が県政サポーターを対象に行った同種の調査結果が、12%であったことを踏まえると、本市が県内に比べ、認知度において高い結果を示したことが伺えた。

(4)「多文化共生のまち」づくりに市が力を入れることについては、「日本の文化や生活情報を多様な言語で知らせる」が、56.1%で最も多い回答となった。これを上記の埼玉県の調査結果と比較すると、県の比率が53.2%であったことから、本市と県内とは同じような傾向を示したことが伺えた。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

今回の調査に併せて、外国籍市民を対象とした調査を照らし合わせることで、複合的視点からの考察を基にした本市の「多文化共生のまち」づくりに係る施策のあり方、方向性を検討し進めていきたい。

調査項目名(大項目)

地域福祉(地域で支え合うしくみづくり)について

課名 福祉推進課

記入者名 西岡

調査項目(各項目)

1 地域で困っている人がいた場合

2 地域で助け合うしくみに必要なもの

効果(当初見込み)

複雑・多様化する地域課題を解決するためには、今後、益々行政だけでは対応が困難となっていく。社会福祉法人やNPO、ボランティア、民間企業などの協力により、地域で課題を解決できれば、地域福祉は格段に向上する。次期地域福祉計画の策定に向け、具体的な周知方法や取組を検討する。福祉制度が対象としない生活課題への対応や複合的な課題を抱える世帯などへの対応など様々な課題が指摘されている。地域住民が日常生活を送る中で、要支援者の存在を認識しているかを調査するとともに、要支援者がいた場合における支援することへの認識を把握することで、要支援者と支援者をマッチングするための方策を検討する。

調査結果に対する考察

(1) 地域で困っている人がいた場合

「頼まれれば支援したい」が46.5%、「自ら積極的に支援したい」が6.3%、これらを合わせた「支援したい」が52.8%と半数を超えた。その他の回答においても、「自分にできることなら支援したい」「状況による」なども挙げられている。日常生活を送る中で要支援者の存在を認識し、「支援したい」という気持ちを持っている市民が多く存在することを示した結果と言える。

一方で、「行政が支援すべきである」が29.7%、「ほかの誰かに期待する」が4.0%、「関心がない」が3.9%と約4割の市民が、地域で困っている人の支援を行政等に期待していることが分かった。

(2) 地域で助け合うしくみに必要なもの

「どこに相談すればよいか分からない時に、解決の糸口をつかめる相談窓口」が59.2%と約6割の市民が答えており、他の項目に抜きん出て高い割合を示しており、その必要性の高さが伺える。また、「近所づきあい」が33.5%と自助の必要性を認識できている市民も約3割いることが分かった。「地域で困っている方を専門機関につなぐ、コミュニティソーシャルワーカーなどの専門職の配置」や「地域における福祉の拠点施設」といった環境を整えることの必要性も高いことが分かった。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

(1) 地域で困っている人がいた場合

地域で暮らす誰もが一人ひとりのできることを行い、相互に支え合い、助け合う仕組みづくりにより、身近な福祉問題を解決することが地域福祉の目的である。今回の調査結果により、「支援したい」という気持ちを持っている市民が多く存在することが分かったが、現状では、これらの市民の力を十分に生かしきれていない。「支援したい」の内訳を見ると「自ら積極的に支援したい」と比較して「頼まれれば支援したい」人の割合が高いことから、「頼まれれば支援したい」人が、実際に支援できるような方策や仕組みづくりを検討し、要支援者と支援者のマッチングにつなげていきたい。地域で暮らす誰もが、「自分が暮らすまちを良くしたい。」「困っている人がいれば助けてあげたい。」また、「自分が困ったら助けてもらえる。」というように、助け合い、支え合うことができるまちづくりに向け、市民の当事者意識を喚起し、市民の持つ力を最大限に引き出せるような取り組みを検討していきたい。具体的には、地域福祉活動に積極的に活動している方を支援したり、誰もが気軽に立ち寄り交流を図ることができる場の提供や、地域福祉活動への関心を高めるような研修会や学習会などを検討していきたい。

(2) 地域で助け合うしくみに必要なもの

近年、高齢の親と無職の子どもが同居する「8050問題」や介護と育児に同時に直面する「ダブルケア」、就労ニーズを有するがん患者や難病患者への対応など、様々な問題が同時に重なる複合的な問題や制度の狭間の問題が増えてきている。「どこに相談すればよいか分からない時に、解決の糸口をつかめる相談窓口」が59.2%と約6割の市民が答えていることから、とりえず相談を受け止めることができる受け皿づくりが必要であることが示されたと言える。具体的には、住民により身近な地域福祉の拠点である13地区センターに「福祉なんでも相談窓口」のような、様々な相談をいったん受け止め必要な機関等につなぐ、交通整理の機能を持たせたい。そこで、比較的解決が容易なものは、地域住民が主体的に解決を試みる体制をつくりそこにつなぐとともに、解決が難しいような複合的で専門職の係りが必要なものは、専門機関につなぐといった、地域共生社会の実現に向けた越谷市版の包括的な相談支援体制の構築を検討していきたい。

調査項目名(大項目)	課名	福祉推進課	記入者名	星
老人福祉センターについて				
調査項目(各項目)				
1	老人福祉センターの認知度			
2	老人福祉センターに期待すること			
3				
4				
5				
効果(当初見込み)	調査データを基に、次期、高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画及び地域福祉計画策定に向け、今後の老人福祉センターの在り方を検討する。また、同センターが果たす役割に見合った事業を実施する。			
調査結果に対する考察				
1	<p>老人福祉センターの認知度</p> <p>老人福祉センターを『知っている』人の割合は全体の78.0%と高く、年齢別でも男女とも40歳以上で7割、50歳以上で8割を超えるなど、利用対象者が60歳以上の施設であるにも関わらず、幅広い世代に認知されていることが分かる。一方で、60歳以上の女性の約9割、男性の約8割が『知っている』にも関わらず、実際に「利用したことがある」人は、60歳代が約1割、70歳以上が3割弱となっており、必ずしも認知度の高さが実際の利用には結びついていない状況がある。なお、全体の1%程度であるが、60歳未満の方の利用も見受けられる。</p>			
2	<p>老人福祉センターに期待すること</p> <p>「老人福祉センターに期待すること」については、男女とも1位から5位までが同順位となっている。特に、1位「高齢者に関する各種相談の充実(生活相談・健康相談)」(49.6%)及び2位「健康づくりの充実(健康体操・リハビリ・食生活講座)」(49.2%)には、いずれも「健康」や「生活」に関連する項目が含まれており、年齢に関わらず高い値を示している。また、3位の「高齢者同士をつなぐコミュニティの場」(38.9%)、4位の「独り暮らし高齢者等の居場所」(38.8%)については、高齢化の進展に伴う「孤立」への不安を連想させる結果となっている。なお、60歳以上の状況では、男女とも1位及び2位は同順位だが、3位については、女性が「独り暮らしの高齢者等の居場所」であることに対し、男性が「趣味や学習機会の提供」となっており、性別による目的意識の違いが見て取れる。</p>			
今後の活用(施策等に生かす方向性)				
<p>老人福祉センターの認知度を実際の利用に結び付ける取組が必要となる。例えば、今回「老人福祉センターに期待すること」で割合の高かった「健康」や「生活」に関する事業内容を充実させ、さらなる利用促進を図るとともに、高齢者の健康増進や孤立防止などに繋げていきたい。また、男女により施設に期待する内容に相違が見られたことから、それぞれの性別に特化した事業展開を図っていきたい。</p> <p>さらに、昨今、地域全体で支え合う仕組みづくりが求められる中で、市内東西南北に4か所設置された老人福祉センターは、今後地域福祉の拠点施設として位置付けられていく施設である。そのため、基本的には60歳以上の方を対象とした施設であるが、現行の一般開放日である「ふれあいデー」のような多世代交流事業やひのき荘を会場に開催している川柳地区文化祭のような地域交流事業をいっそう推進し、高齢者のみならず広く市民の交流機会創出に努めながら、地域福祉の拠点施設としての機能を高めていきたい。</p>				

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

課名

国民健康保険課

記入者名

加藤

医療費適正化について

調査項目(各項目)

- 1 加入保険
- 2 医療費通知の確認
- 3 医療費通知を受け取って思うこと
- 4
- 5

効果(当初見込み)

調査結果を医療費通知の効果向上に活用し、市民の医療費に対する関心を高める。

調査結果に対する考察

【全体について】

医療費通知の内容を確認している方は7割強であり、内容を確認している方のうち、7割弱の方は健康管理や適正受診の意識が高いことから、医療費通知の効果が出ていると考えられる。今後、内容を確認する方の割合を増やし、健康管理や医療費に対する意識をさらに高める必要がある。

【各項目について】

(1)加入保険

前回(平成28年度)と同じく、加入保険については「被用者保険」「国民健康保険組合」「越谷市国民健康保険」「後期高齢者医療制度」の順に多かった。前回と比較し増減が大きかったものは、被用者保険(2.5ポイント増加)、越谷市国民健康保険(2.0ポイント減少)であった。

(2)医療費通知の確認

医療費通知の内容について「確認している」は73.4%であり、前回(平成28年度:73.6%)とほぼ同じであった。

(3)医療費通知を受け取って思うこと

「健康な身体づくりを意識しようと思う」は67.7%であり、前回(平成28年度:67.1%)より0.6ポイント増加している。「医療機関への適正な受診を心がけようと思う」は68.8%であり、前回(平成28年度:68.4%)よりも0.4ポイント増加している。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

被保険者の健康管理意識の啓発及び医療費の適正化を目的に医療費通知を送付している。一定の認知度はあるが、より多くの方に医療費通知の内容を確認してもらえよう、引き続き広報こしがや等で周知し、適正な受診を促していく。



【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

自殺防止について

課名

保健総務課(精神保健支援室)

記入者名

小野

調査項目(各項目)

- 1 死にたいと思ったこと
- 2 死にたいと思った理由
- 3 相談する人
- 4 自殺防止対策の相談窓口の認知度
- 5 効果的な自殺防止対策

効果(当初見込み)

市民の意識を反映した計画になり、市民のこころの健康の保持増進を図るとともに市民の自殺の減少につなげる。

調査結果に対する考察

死にたいと思ったことがある方は約20%と、同様の設問を設けている他の調査と同様の結果であったが、越谷市においては若年者にその傾向が強いということがわかり、30年度に策定する予定の「越谷市自殺対策計画(仮称)」の参考となるものであった。他の質問も同様の他自治体調査とほぼ同様の結果が出ていた。

他市町村と比較検討するために本調査は大変有効である。

また、自殺対策計画は5年ごとの見直しを行うため、今回の調査項目は経年的に同じ設問を行い、次回の計画策定にいかしていく必要がある。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

前述のとおり、平成30年度に「越谷市自殺対策計画(仮称)」策定するため、有効に活用できる。

また、5年後の同計画の見直しに向けて同様の項目の世論調査を行っていく予定。

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	課名	リサイクルプラザ	記入者名	和田
------------	----	----------	------	----

ごみの分別・減量について

調査項目(各項目)	
1	ごみの分別区分
2	ごみを出す時に困ったこと
3	高齢者のごみの出し方
4	ごみの減量及びリサイクルのためにしていること
5	

効果(当初見込み) 今後のごみの分別や収集のあり方等について検討資料とする。

調査結果に対する考察

ごみを出すときに困ったことについて、カラス対策に苦慮しているという回答が約40%であり、カラス対策の啓発が必要と考える。

高齢者のごみの出し方について、「今までどおりステーション方式でよい」が約45%であるが、一方で「ごみを出すことが困難な世帯のみ無料の個別収集を行う」という意見が約38%もあり、今後の高齢社会を見据えて高齢者のごみの出し方のあり方を検討していく必要があると考える。

ごみの減量及びリサイクルのためにしていることについて、「古紙類や空き缶などを資源回収に出している」が約74%と多いが、まだ約26%近くが資源回収を行っていない状況であり、リサイクル意識を高めるためにもより一層の啓発が必要であると考え。また、「食材を使い切るように調理し、食べ物を残さないようにする」が約46%という結果であり、食品ロス削減に向けての啓発が引き続き必要であると考え。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

高齢者のごみの出し方について、今後の高齢社会を見据え、ふれあい収集の条件緩和などを検討する際に参考としていきたい。

これまでもごみの減量及びリサイクルの促進のために、施設見学や啓発事業、自治会回覧及びホームページで啓発活動を行っており、一定の効果が見られるが、今後は食品ロス削減の啓発に重点的に取り組み、より一層のごみ減量及びリサイクルの啓発を行っていく。

また、越谷市廃棄物減量等推進審議会での審議する際の参考としていきたい。

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	課名	産業支援課	記入者名	八巻
越谷市の商店街について				
調査項目(各項目)				
1	商店街主催イベント等の認知度			
2	イベント等の商店街利用への影響			
3	商店街の満足度			
4	商店街に期待すること			
5				
効果(当初見込み)	<p>商店街等が主催する各種イベントの魅力及び認知度の向上により、来街のきっかけや来街者の増加が見込める。</p> <p>本調査により、これまで行なってきた商店街等への補助事業の成果について検証し、今後の事業の方向性を検討する。</p>			
調査結果に対する考察	<p><b>・イベント等の認知度と利用・参加への動機付けについて</b> 昔ながらの中元、歳末福引は50～70歳代に馴染みが深く、認知度・利用ともに高い傾向がある。一方で、新しいイベント(特にグルメ要素のあるもの)は、アンテナの高い40歳代女性が情報をよくキャッチしているが、利用・参加の動機付けには弱い。</p> <p>①いずれのイベント(事業)でも男女とも50～70歳代の認知度が20～30%と高く、利用率も高い。 ②18～39歳までの層では、認知度・利用率ともに1桁台(%)、男性より女性が高い傾向。 ③グルメ要素のあるイベントでは、全体の認知度は20～30%のうち参加率は1桁台(%)。認知度の高い40代女性でも参加率は1桁台(%)にとどまっている。</p> <p><b>・イベント等の商店街利用への影響</b> イベントに参加していない層も、商店街のイベント実施について悪いイメージを持っているわけではないと考えられる。(イベント実施による効果)</p> <p>①イベントの参加有無に関係なく商店街の利用意向がないと答えた市民は約30%。 ②一方でイベントに参加していないが、今後商店街を利用したいと答えた市民は約33%。</p> <p><b>・満足度及び期待すること</b> 地域住民が商店街に対し、接客サービスやお得感などは概ね満足している一方で、店構えや店舗の不連続、高齢者に対する配慮や支援、地域のコミュニティの場作りなどを不満に感じている。地域に対しての安心・安全な環境整備、セーフティネットであること等の役割が、一層期待されていると考えられる。</p> <p>①「接客サービスやおもてなし等」「ポイントカード等のお得なサービスの実施状況」は2割弱と高めであった。 ②不満度が高かったのは、「商店街の店構え」「空き店舗対策への取組み」「地域の防犯や防災に対する取組み」であった。</p>			
今後の活用(施策等に生かす方向性)	<p>今後は引き続き、中元・歳末等の長年継続してきたセールや賑わい創出イベント等のソフト事業への支援を継続するとともに、安心・安全な地域コミュニティの担い手としての役割に積極的に取り組む商店街への支援を強化していく必要があると考える。</p> <p>また、利用率の高い層やターゲット層に対して、買い物しやすい環境づくりへの取組みについても支援していく。</p>			

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	課名	観光課	記入者名	榎屋
越谷市への愛着度について				
調査項目(各項目)				
1 越谷市への愛着				
2 愛着がある理由				
3 越谷市の誇れるもの				
効果(当初見込み)	市民に地域への愛着や誇りを持ってもらえるような取組等を検討し、郷土愛の醸成及び市の魅力発信の一助とする。			
調査結果に対する考察				
1. 越谷市への愛着について				
(1) 全体の傾向				
越谷市への愛着度は73.9%であり、平成27年度の調査開始以来、継続して7割を超えている。地域への愛着が希薄といわれている埼玉県において、想定以上の結果が得られていると考えられる。一方で、越谷市観光振興計画(以下、「計画」という)の指標となっている「やや愛着がある」を除いた数値は、46.6%と平成27年度からは伸びているものの、目標(平成32年度までに55%)達成に向けては継続した取組が必要である。				
(2) 男女別の傾向				
男女別の特徴は、「とても愛着がある」と回答する割合は男性の方が高く、計画の指標値(「とても愛着がある」「愛着がある」の合計値)においても5ポイント以上高い結果となっている。これは、昨年度と同様な傾向にあった。				
(3) 年代別の傾向				
年代別の特徴は、「とても愛着がある」と回答している割合は18～29歳等の若年層が、「愛着がある」と回答している割合は70歳以上が高いことである。この結果から、若年層は地域に対する強い郷土愛を持つ可能性があることがうかがえる。一方で、「愛着がない」と回答している割合が高いのも男女ともに18～29歳の若年層であった。また、「やや愛着がある」と回答している割合が突出しているのは、30～39歳の層の女性であった。				
今後、さらなる郷土愛を醸成するためには、18～29歳、30～39歳の層に共感を得る・訴求する方策の検討が必要だと考えられる。				
2. 愛着がある理由について				
(1) 全体の傾向				
愛着がある理由として最も高かったのは、「交通の利便性」であり、次いで「ショッピング施設や商店街が豊富」「自然(水辺空間等)が多く残されている」であった。この傾向は、昨年度の調査に引き続き、ほぼ同様の数値で推移していることから、「住みやすさ」と「都市と自然の調和」が越谷の魅力と感じている人が多いと推察される。				
(2) 男女別・年代別の傾向				
・「交通の利便性」では、各年代とも高い割合で推移している。一方で、昨年度の調査と同様に、30～39歳の層の割合が全体と比較すると若干低い割合となっている。				
・「自然(水辺空間等)が多く残されている」では、60～69歳、70歳以上の層で高い割合となっている。				
・「ショッピング施設や商店街が豊富」「イベント、祭り、伝統芸能が豊富」では、「自然が多く残されている」とは対照的に、18～29歳、30～39歳の層で高い割合となっている。また、男女別で見ると、特に女性の18～29歳、30～39歳の層の割合が高くなっている。				
・「おいしい食事がある」では、全体で比較すると、わずかではあるが18～29歳、30～39歳、40～49歳の層の割合が高く、「食」への興味・関心が高い層ではないかと推察される。				
3. 越谷市の誇れるもの				
(1) 全体の傾向				
越谷市の誇れるものとして、突出しているものが「イオンレイクタウン」で、次いで「南越谷阿波踊り」「宮内庁埼玉鴨場」であった。これは、昨年度の調査と同様の傾向であった。				
(2) 男女別・年代別の傾向				
男女・年代別問わず支持されていたものは、「南越谷阿波踊り」であり、地域に定着しているイベントであることがうかがえる。また、18～29歳、30～39歳の若年層に支持されているものは、「イオンレイクタウン」で、特に18～29歳の層では、8割を超えている。その他、「イチゴ狩り」については、若年層の中でも女性からの支持を受けている傾向にある。				
一方、「水辺空間」や「花田苑、能楽堂」、「宮内庁埼玉鴨場」の自然・伝統文化に該当するコンテンツについては、60～69歳、70歳以上の層の割合が高くなっており、各年代に応じて嗜好が異なっていることがうかがえる。				
今後の活用(施策等に生かす方向性)				
愛着がある理由にある「交通の利便性がよく、都内等に近い」、「ショッピング施設や商店街が豊富」および「自然(水辺空間、農地等)が多く残されている」は、越谷市で生活することの魅力と言える。このような地域での生活文化、いわゆる、ライフスタイルを強みとしてプロモーションすることに取り組んでいく。また、年間5千万人の交流人口のあるイオンレイクタウンや南越谷阿波踊りなど、“こしがや”の誇る多彩な魅力について、さらに磨き上げ、発信していく。				

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	課名	観光課	記入者名	篠原
越谷市フィルムコミッション事業について				

調査項目(各項目)				
1	フィルムコミッション事業が地域活性化に貢献するか			
2	貢献を期待する内容			
3	貢献すると思う撮影場所			
4				
5				

効果(当初見込み) フィルムコミッションの効果を高め、市の魅力を発信するシティプロモーションを展開し、地域活性化を目指す。

調査結果に対する考察

・地域活性化への貢献について  
 地域活性化への貢献について、貢献すると『思う』が6割を超えていることから映画などの撮影の誘致・支援について、一定の理解が得られていると考えられる。  
 また、男女別で見ると、『思う』は女性の方が男性よりも4.5ポイント高く、女性の中でも18歳～29歳(76.3%)および30～39歳(77.8%)の割合が特に高くなっている。このことは、幅広いライフスタイル・ステージを持つ、流行に敏感な層への効果が特に期待できると言える。

・貢献を期待する内容について  
 期待する内容について、「市の知名度向上」(76.1%)が7割を超えている。次いで「地域経済効果」(42.8%)、「来訪者(観光客)の増加」(39.3%)となっている。全国的な知名度がまだ低い越谷市において、まずは、知名度の向上を期待していると考えられる。今後、「地域経済効果」、「来訪者(観光客)の増加」(39.3%)などの地域活性化へのきっかけとなる効果へとつなげていく必要がある。

・貢献すると思う場所について  
 貢献すると思う場所について、「商業施設」(64.2%)が6割を超えている。これは、越谷市といえば、「イオンレイクタウン」と考える人が多いことが影響していると考えられる。  
 また、「水や緑の豊かな景観」(60.7%)についても6割を超えていることから、商業施設を中心とした都市景観・“にぎわい”や水郷こしがやを代表する景観が越谷を代表するイメージとして捉えている人が多いと考えられる。  
 一方で、充実した公共施設(37.9%)が4割未満になっている。本市フィルムコミッションは、公共施設のみを対象としていることから今後の課題と言える。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

フィルムコミッション事業への理解は概ね得られているが、より市民に分かりやすく、具体的に実績や効果を伝えることで、さらなる共感を得ていく必要がある。  
 また、フィルムコミッションの多岐に渡る業務を目的とせず、その先にある地域活性化について、「市の知名度向上」は、もちろん、今後、「地元への愛着度や地域一体感の醸成」の数値を上げていく必要があると考える。  
 そのためには、商業施設を中心とした都市景観・“にぎわい”や水郷こしがやを代表する景観、さらには、首都近郊にあることを強みとして、民間事業者との連携も含めたサービスの充実を図るとともに、市内外に向けて、地域の魅力が映画等でどのように描かれたのかプロモーションしていく必要がある。

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	課名	農業振興課	記入者名	佐藤
市民農園について				
調査項目(各項目)				
1	「市民農園」での野菜づくり意向の有無			
2	「市民農園」を利用するうえで重視する点			
3	「市民農園」に求める設備やサービス			
4	「市民農園」を利用したいと思う利用料金			
5				
効果(当初見込み)	市が運営する市民農園や、農業者が経営する市民農園の今後の在り方や、支援方策を検討する際の指標となる。			
調査結果に対する考察				
(1)「市民農園」での野菜づくりの意向の有無 畑を借りて野菜づくりをしたいとの回答が19.6%となっており、市民農園に対しての一定の需要が伺える。また、年齢別で見ると、女性では「18～49歳」、男性では「30～59歳」が2割を超えており、幅広い世代の市民において利用意向があることが伺える。				
(2)「市民農園」を利用するうえで重視する点 「場所」(78.9%)が最多となっており、市民農園の利用にあたっては、利便性が求められていると思われる。				
(3)「市民農園」に求める設備やサービス 「水道施設」(74.0%)が最も多く、次いで「農機具の貸出」(58.1%)、「駐車場」(53.6%)となっており、水や農機具等の運搬が必要ない「手軽さ」が求められていると思われる。				
(4)「市民農園」を利用したいと思う利用料金 「年間10,000円～20,000円」(82.2%)が最も多く、次いで「20,000円～30,000円」(9.8%)となっている。				
今後の活用(施策等に生かす方向性)				
市民農園に対しては、幅広い世代から需要がある。一方で、利用希望者の中には、利便性や設備、サービスを求める方もあり、新たな市民農園のあり方を調査・検討し、市民ニーズに沿った事業を展開する必要がある。				

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	課名	都市計画課	記入者名	染谷
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				
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				
<p>公共交通の利用については、鉄道は約9割の方が、バスは6割強の方が、タクシーは5割半ばの方が利用しているが、バスとタクシーについては約4割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8割の方が、バスは5割半ばの方が、タクシーは約6割の方が満足していると回答している。</p> <p>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。また、平成28年度の調査結果と比べ、公共交通の利用をする方の割合や満足度については、変動がない結果となった。</p> <p>市としては、引き続き、公共交通に関する総合的なガイドマップ(こしがや公共交通ガイドマップ)の更新やサイクルアンドバスライド駐輪場の整備など越谷市地域公共交通網形成計画に位置づけた事業を展開し、公共交通の利用促進や満足度の向上を図っていく。</p>				
今後の活用(施策等に生かす方向性)				
<p>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28年3月に策定した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。</p> <p>また、同計画に基づき、ノンステップバスの導入促進や駅バリアフリー化の促進、公共交通に関する総合的なガイドマップ(こしがや公共交通ガイドマップ)の更新などにより、公共交通の利便性の向上と利用促進を図る。</p>				

【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

課名 都市計画課

記入者名 葛西

景観(風景)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

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(風景)の満足度は「満足している」と「十分とはいえないが、概ね満足している」の合計が7割弱と、市民の景観に対する関心は、比較的高く、平成25年の景観計画策定後、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」がともに約4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。特に、今年度から「景観資源の登録」の運用を始めるため、景観資源の保全・活用に努めるとともに、市民の景観への理解を深めてもらい、意識の高揚につなげていく。

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4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うかがえる。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。

来年度、景観計画のアクションプランを見直す予定があるため、世論調査の結果を踏まえ、特に推進すべき施策を整理していく。

今回の調査結果は、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。



【平成29年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)	課名	広報広聴課	記入者名	川澄
------------	----	-------	------	----

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「お知らせ版」の感想
4 広報こしがや「お知らせ版」の分かりにくい点
5 広報こしがや「季刊版」の感想
6 広報こしがや「季刊版」の分かりにくい点
7

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。  
 広報こしがやの編集方針の参考とする。

調査結果に対する考察

64. 8%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92. 3%(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. 4%(複数回答)と多いことが分かる。

広報紙について、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28年度から7. 2ポイント下降し、市政情報を得ているもの(複数回答)については、20. 8ポイント上昇した。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。

広報こしがや「お知らせ版」の分かりやすさが、平成28年度から10. 6ポイント下降した(季刊版についても10. 6ポイント下降)。「どちらとも言えない」と回答した人の割合が増加したことによるもので、広報紙から情報を得たことがある人は増えたものの、分かりやすいと思ってもらえてはいないという結果である。

また、お知らせ版、季刊版の感想について、分かりにくい点として指摘の多かったものは、文字が小さい、レイアウトやデザインが見にくい、知りたい情報量が少ないなどであった。

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。

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、広報紙については、引き続き、より分かりやすいと思ってもらえるよう、レイアウト等の改善を進める。