

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	広報シティプロモーション課	記入者名	大澤
越谷市への愛着度と魅力発信について				
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			
4				
5				
6				
効果（当初見込み）	持続可能なまちの推進を目的としたシティプロモーション施策の実施に当たっては、市民が地域に愛着や誇りを持ち、積極的に地域と関わることができるような情報発信が必要である。当該項目を定期的に測定することで、事業の方向性や進捗を測定できる。			
調査結果に対する考察				
問10「越谷市への愛着度」及び問10-2「越谷市に愛着がある理由」において、市民の本市への郷土愛の情勢に関する現状について尋ねた。 「やや愛着がある」と回答した方が35.9%と最も多く、「とても愛着がある」・「愛着がある」・「やや愛着がある」を合計した『愛着がある』については74.9%と全体の7割半ばを占めている。この割合については、過去2回の調査と概ね同様の傾向となっている。性別ごとの傾向でみると大きな差異は見られないが、性・年齢別に見ると『愛着がある』の項目は男性18～29歳代（84.6%）が最も多い。				
また、越谷市に愛着がある理由については、「交通の利便性がよく、都内等に近い」（70.9%）が最も多く、次いで「ショッピング施設や商店街が豊富」（50.6%）、「自然（水辺空間、農地等）が多く残されている」（33.3%）の順となっており、過去2回の調査と比較してもこの上位3項目は共通となっている。性別でみると大きな差は見られず、性・年齢別に見ると「交通の利便性がよく、都内等に近い」が男女ともすべての年齢で最も高くなっている。				
問11「越谷市の誇れるもの、知人に自慢したいもの」において、市民が具体的に市内のどのような資源に誇りを感じているかについて尋ねた。 「イオンレイクタウン」と答えた方が67.5%と最も高く、次いで「南越谷阿波踊り」（39.8%）、「越谷花火大会」（21.9%）、「宮内庁埼玉鴨場」（20.2%）、「日本庭園『花田苑』・日本文化伝承の館『こしがや能楽堂』」（19.6%）となっている。過去2回の調査と比較すると、上位5項目はいずれも前年度を上回っている。性・年齢別に見ると、すべての年齢で「イオンレイクタウン」が1位、「南越谷阿波踊り」が2位となっている。				
上記設問への回答状況から、日常生活の快適さや暮らしやすさ（交通の利便性がよい、買い物しやすい等）の満足度を上げることが、本市への愛着度を高めることにつながると判断される。市内外への情報発信においても、そうした点を考慮した上で実施することが求められると判断される。				
今後の活用（施策等に生かす方向性）				
シティプロモーション施策の実施に際しては、市の様々な地域資源を活用し、市内外に向けた魅力発信の推進が必要である。その手法はターゲットによって異なるが、最終的にはいかにして地域に愛着や誇りを持ってもらうことができるのかという点が重要になる。そのために市への愛着度やその要因を定期的に調査し、事業実施の進捗や効果の測定に活用していく。				

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名 広報シティプロモーション課	記入者名 北郷
広報について		
調査項目（各項目）		
1	市政情報の入手先	
2	市政情報を得るために活用したもの	
3	広報こしがやの感想	
4	広報こしがやのわかりにくい点	
5	紙媒体の広報の必要性	
6		
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、あらゆる情報収集手段を用いて広報活動を行うための参考とする。	
調査結果に対する考察		
<p>問12「市政情報の入手先」では、広報こしがやが55.9%で最も多く、越谷市公式ホームページの8.0%、越谷Cityメール配信サービス5.8%と続く。問13「市政情報を得るために活用したもの」については、広報こしがやが73.5%（複数回答）で最も多く、ホームページ41.6%、越谷Cityメール13.6%と続く。このことから、広報紙が市の広報媒体の中で主に活用されていることが分かるが、家庭に配布されることで自ら情報を得るために何かしらの行動を起こす必要がないことが一因だと考えられる。一方で、問12においてラジオ広報番組は0.1%、問13においては0.7%であり、市民が情報を得る手段としてはほとんど活用されていないことが分かる。</p>		
<p>また、問12において特に情報を得ていないと回答した人は13.8%で、割合としては広報紙から情報を得ていると回答した人の次に多く、市政情報に興味関心がない方が一定数いることが分かる。年齢別に見ると、問12において広報紙から情報を得ている18～29歳の女性が16.3%、同男性が17.3%であるのに対し、70歳以上では男女ともに76%を超えており、年齢が上がるほどその割合は高くなっている。また、問12で特に情報を得ていないと回答した13.8%のうち、18～29歳の女性は48.9%、同男性が43.6%で、70歳以上では男女ともに5%以下であった。このことから、若年層で市が発信する情報を積極的に入手している人は少ないと考えられる。</p>		
<p>問14「広報こしがやの感想」では、わかりやすい18.8%とおおむねわかりやすい57.3%を合わせた『わかりやすい』は76.1%で、令和3年度の78%を1.9ポイント下回った。一方でわかりにくいところがある2.5%とわかりにくい0.5%を合わせた『わかりにくい』は3.0%で、令和3年度の3.1%を0.1ポイント下回った。</p>		
<p>問14-2「広報こしがやのわかりにくい点」では、文字が多すぎる、図が少ないが30.5%（複数回答）で最も多く、記事の配置28.8%、情報が多すぎる28.8%と続く。調査が行われた7月11日～7月25日時点では、ワクチン接種に関するお知らせや支援に関するお知らせ等を掲載しており、紙面で詳細をお知らせしたいと考える担当課が多く、文字での説明が多くなったことも指摘の原因と考えられる。しかし、1面に写真を大きく掲載し、記事の配置などを見直した結果、記事の配置については、大幅に改善された。</p>		
<p>問15「紙媒体の広報の必要性」では、インターネット未利用のため、紙媒体が必要である24.5%とインターネットを利用しているが、紙媒体も必要である53.7%を合わせた《紙媒体が必要である》78.2%で8割弱の方が紙媒体が必要であると考えていることが分かる。</p>		
今後の活用（施策等に生かす方向性）		
<p>まず、若年層が市の情報にあまり関心がないという点をどう改善するかを検討する必要がある。</p>		
<p>また、わかりやすさという点においては、見出しやレイアウトを工夫するとともに、写真やイラストを使用して視覚的にわかりやすい紙面の作成に努める。また、広報紙面で全てを伝えようとするのではなく、必要な情報を最小限にまとめて掲載することで文字量を減らしたい考えるが、全庁的にその編集方針を共有する必要がある。</p>		
<p>ホームページについてはコンテンツの充実を図る。また市政情報の入手先として、越谷cityメール配信サービス、各SNSが伸びていることからさらなる充実を図る。</p>		
<p>ラジオについては、活用されていないことから、災害時の情報取得のツールとしても活用できるラジオ広報番組について周知を図る必要がある。</p>		
<p>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、あらゆる情報収集手段を用いて広報活動を行うため定期的に調査し、市の情報をより分かりやすく市民に対して伝えていく指標として活用を図っていく。</p>		

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目） 市内の公共交通について	課名 都市計画課	記入者名 北島
---------------------------	-------------	------------

調査項目（各項目）
1 公共交通（鉄道、路線バス、タクシー）の利用状況
2 公共交通（鉄道、路線バス、タクシー）の満足度
3
4
5

効果（当初見込み） 現在実施している交通施策の効果を検証することにより、より効果的で効率的な施策を実施することができる。また、交通事業者に情報を提供することにより、公共交通のサービス向上に寄与する。

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8割半ばの方が、バスは5割の方が、タクシーは4割の方が利用しており、バス、タクシーの利用率が鉄道に比べ低い結果となっている。本市は、鉄道駅を結節点として公共交通を利用する移動が多い。市内から鉄道駅への移動手段は、バス、タクシーのほか、徒歩や自転車、自動車による手段があることから、鉄道よりバス、タクシーの利用頻度が低くなっているものと思われる。

また、昨年度の調査結果と比較すると、全ての交通機関において、常に利用している～全く利用しないの回答率が減少している一方で、無回答の比率が増えている。

公共交通の利用方法を普及する取り組み等により、日常生活において公共交通を活用するきっかけをつくり、公共交通の利用頻度の増加を図る必要がある。

公共交通の満足度については、鉄道が約7割半ば、バスが約4割半ば、タクシーが4割半ばとなっており、鉄道に比べて、バス、タクシーの満足度が低いものとなっている。越谷市地域公共交通計画に掲げる各事業を推進し、公共交通が利用しやすい環境の整備に取り組むことで、利用者の満足度の向上を図る。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

第5次越谷市総合振興計画前期基本計画の中で位置づけられている公共交通事業の指標の「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、越谷市都市計画マスタープランに位置づけられている都市づくりの評価指標「公共交通の満足度」に活用する。あわせて、令和3年度に策定した越谷市地域公共交通計画における指標の評価に活用する。

【令和4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	菊地
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醸成を図るとともに、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				
<p>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、微増の結果となっている。</p> <p>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」が4割半ば、「目標や基本方針を住民に示す」が約4割と比較的多かった。</p> <p>例年と同様に「良好な景観づくりに役立つ公共事業」が一番望まれているため、景観に配慮した公共施設の整備を進め、行政側から先導的に景観まちづくりを推進する必要がある。</p>				
今後の活用（施策等に生かす方向性）				
<p>越谷市景観計画ではアクションプログラムとして、景観計画に基づく景観施策について定めており、世論調査の結果を踏まえ、特に推進すべき施策を検討していく。</p> <p>市民への普及啓発は、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、景観に対する満足度を高めていく。特に、平成30年度から開始した「こしがや景観資源の登録」を引き続き進め、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、意識の醸成を図っていく。</p> <p>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」が最も多かったため、庁内組織（都市デザイン協議会など）を活用しながら、景観形成に配慮した公共施設の整備について、さらなる調査・研究を進め、良好な景観づくりに努めていく。</p> <p>今回の調査結果は、第5次越谷市総合振興計画前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及び越谷市都市計画マスタープランにおける都市づくりの評価指標の「景観の満足度」として活用していくほか、景観計画改定等の参考としていく。</p>				

【令和4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	原
参加と協働のまちづくりについて				
調査項目（各項目）				
1 「参加と協働のまちづくり」の認知度				
2 「参加と協働のまちづくり」を知ったきっかけ				
3 「越谷市自治基本条例」の認知度				
4 「越谷市自治基本条例」を知ったきっかけ				
5 「越谷市自治基本条例」の普及・啓発方法				
効果（当初見込み）	<p>「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、推進会議での協議の参考とし、条例の実効性の確保を図る。また、より効果的な条例の普及・啓発方法を検討するうえでの参考とする。</p>			
調査結果に対する考察				
<p>「参加と協働のまちづくり」の認知度は、「知らない」という回答が半数以上を占めており、若年層ほど認知度が低い傾向にある。また、「参加と協働のまちづくり」を知ったきっかけは、「広報こしがや」という回答が突出して最も多く、次に「自治会やコミュニティ推進協議会を通じて」等が続いている。</p>				
<p>「越谷市自治基本条例」の認知度は、「よく知っている」「まあまあ知っている」「聞いたことがある」を合わせると21.7%となっており、男女共に若年層の認知度が低くなっている。また、「越谷市自治基本条例」を知ったきっかけは、「広報こしがや」という回答が最も多く、次に「越谷市公式ホームページ」という回答が多くなっている。</p>				
<p>「越谷市自治基本条例」の普及・啓発に効果的な方法は、「広報こしがや」が約6割となっており、続いて「ポスター掲示」「市ホームページ」「パンフレット配布」となっている。若い世代では、「SNSによる情報発信」との回答が多いことから、「広報こしがや」等、紙媒体による発信と併せ、ホームページやSNSなどの活用を図ることが効果的と考える。</p>				
今後の活用（施策等に生かす方向性）				
<p>「越谷市自治基本条例」の実効性を確保するため、今回の調査結果を自治基本条例推進会議に報告し、条例の普及について協議する際の参考資料とする。</p>				
<p>また、多くの市民に「越谷市自治基本条例」について、認知・理解してもらえるよう今回の調査結果を参考に、普及・啓発に取り組む。</p>				

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目) 参加と協働のまちづくりについて 課名 市民活動支援課 記入者名 小西

調査項目(各項目)	
1	「参加と協働のまちづくり」への参加意向
2	
3	
4	
5	

効果(当初見込み) 調査データを基に、まちづくりに参加しやすい環境づくりの参考とする。

調査結果に対する考察

「参加したい」(4.0%)と「どちらかといえば参加したい」(31.5%)を合わせた3割半ば(35.5%)の方が「参加したい」となっており、令和3年度と比べると「参加したい」は5.4ポイント上回っている。しかしながら、依然として、「参加したくない」(16.3%)と「どちらかといえば参加したくない」(43.1%)を合わせた約6割の方が「参加したくない」(59.4%)となっている。

この結果は、まちづくりの最も身近な存在である、自治会の加入率低下とも大きく関連していると考えられるため、令和4年度に、併せて調査を実施した「自治会について」の調査結果とともに、今後の施策の検討材料としたい。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

自治会やコミュニティ推進協議会などの団体と連携し、まちづくりに参加しやすい環境づくりについて検討する必要がある。そのためには、「参加したい」あるいは「参加したくない」と答えた方の理由などについて、今年度実施した「自治会について」の調査結果を分析するとともに、広報紙等を活用し、引き続き、まちづくりを進める団体の意義や活動内容を広く市民に周知していく。

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目） 地場農産物や地産地消について	課名 農業振興課	記入者名 三大寺
調査項目（各項目）		
1 越谷の農業特産物の認知度		
2 越谷の農業特産物の購入経験・購入場所		

効果（当初見込み）

農産物の購入経験や地産地消に係る意識を把握することで、今後の消費拡大に向けた農産物の販売手法やPR方法などを検討する指標とする。

調査結果に対する考察

越谷の農業特産物の認知度については、「ねぎ」「くわい」「いちご」が市民から過半数の認知を得ており、アグリプロモーション事業の効果が得られたものと窺える。

越谷の農業特産物の購入経験・購入場所については、「ねぎ」「いちご」を過半数の市民が購入した経験があり、消費に関する重要品目であることが見て取れる。購入場所は、「市内スーパーマーケット」「農産物直売所」の割合が高いものの、調査品目ごとに傾向が異なる。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

越谷の農業特産物の認知度について、市内外での認知度を向上させるため、品目ごとの特性や性・年齢別に応じたPR活動を実施する。PR活動の一例として、既に市内小学生に対して越谷の農業特産物についての出張講座を実施しており、市内小学生の親を含めた若年層の認知度の向上を今後も図っていく。

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	保健総務課（こころの健康支援室）	記入者名	近藤
自殺防止について				
調査項目（各項目）				
1 自殺（自死）したいと考えたこと				
2 自殺（自死）したいと考えた理由				
3 自殺（自死）について相談する相手				
4 自殺（自死）に関する相談窓口の認知度				
5 自殺防止に最も効果的な対策				
効果（当初見込み）	市民の自殺防止に対する意識を的確に把握し、本市の効果的な自殺対策を検討し実施することで、計画に掲げている自殺死亡率を減少させ、「誰も自殺に追い込まれることのない越谷の実現」を図ることができる。			
調査結果に対する考察				
<p>「自殺（自死）したいと考えたことがありますか」との問いに、令和4年度は「はい」が14.9%（平成30年度24.0%、令和2年度18.0%）と減少傾向にあること、また、「市に自殺（自死）に関する相談窓口があることを知っていますか」との問いに、令和4年度は「はい」が30.5%（平成30年度17.6%、令和2年度15.7%）と増加傾向にあることから、平成31年3月に作成した「越谷市いのち支える自殺対策推進計画」に基づく、本市における自殺対策事業の展開等が、市民生活に少しずつ働きかけていることが推察される。</p> <p>ただし、直近3回の調査結果から、「もしあなたが自殺（自死）について悩んだとき、だれに相談しますか」との問いに、「誰にも相談しないと思う」との回答が約40%を占めているため、その層に対する啓発活動について検討していく必要がある。</p>				
今後の活用（施策等に生かす方向性）				
令和5年度は現計画の最終年度となるため、国の自殺総合対策大綱を踏まえ、本市の実態に即した計画の改定を進めていきたい。				
そのため、本調査における調査結果、こころの健康支援室で毎年実施している「青少年意識調査」の調査結果、国の自殺総合対策推進センターが作成する「地域自殺実態プロファイル」等を活用し、本市における特徴と傾向を分析したい。				

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目） 地域医療体制について	課名 地域医療課	記入者名 芋川
調査項目（各項目）		
1 地域医療体制の認知度		
2 医療機関の情報の入手方法		
3 特に力を入れる必要がある地域医療関連事業		
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生かし、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>地域医療体制の認知度について、各制度を『知っている』と回答した人の割合は、「越谷市夜間急患診療所」（78.7%）が最も多く、次いで、「休日当番医制度」（73.0%）、「埼玉県救急電話相談（＃7119）」（47.0%）、「埼玉県AI救急相談」（15.3%）となった。『知っている』方の割合について、昨年と比較すると、「越谷市夜間急患診療所」は3.9ポイント増加、「休日当番医制度」は3.8ポイント増加、「埼玉県救急電話相談（＃7119）」は、3.3ポイント増加、「埼玉県AI救急相談」については、比較的新しい取組のためか、市民への認知度は低いながらも、2.7%増加しており、各制度とも周知が順調に進んでいると考えられる。</p> <p>医療機関の情報の入手方法については、「インターネットで調べる」（45.7%）が最も多く、次いで「広報こしがや」（40.1%）、「越谷市公式ホームページ」（33.0%）の順となっている。年齢別でみると、若年層はスマートフォン・パソコン等の電子媒体から、高齢層は紙媒体から情報を入手するという傾向がより顕著となっている。これらの傾向を、周知活動に活かしていきたい。</p> <p>特に力を入れる必要がある地域医療関連事業については、「夜間急患診療所」（48.0%）が最も多く、「休日当番医制度」（34.1%）、「医療従事者の確保」（28.4%）と続いている。このことから、休日や夜間などの多くの医療機関が休診の際に、初期救急医療が受けられる体制整備が求められていると考えられる。</p> <p>全体を通して、引き続き、各制度をターゲットごとに効果的な周知を行う必要がある。</p>		
今後の活用（施策等に生かす方向性）		
<p>令和4年の越谷市内の救急出動件数は18,316件となっており、昨年（15,679件）に比べ、増加した結果となった。搬送者のうちの51.5%は軽症者が占めており、救急活動に支障を生じさせないためにも、これらの患者に市や県が実施している地域医療体制を理解してもらい、安易な救急車の利用を防ぐ必要がある。</p> <p>このため、引き続き、「広報こしがや」、「越谷市ホームページ」、「救急医療等に関する啓発チラシ」等で地域医療体制についての広報活動をおこなっていくが、年齢層により情報の入手方法が異なることが年々顕著になってきているため、どの年齢層に向けた周知活動を明確にし、より効果的な方法となるよう検討する。また、制度により、市民へ周知が進んでいるもの、認知度が低いものがあるが、個別の制度としてだけでなく、地域医療体制として総合的に認知して頂くことも重要だと思われるので、この点も意識しながら周知活動に努めていきたい。</p>		

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	記入者名
人権全般に関する意識について	人権・男女共同参画推進課	高橋
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	<p>今回の世論調査では、前回（令和3年度）と同じ5項目について、経年による変化を確認した。</p> <p>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53.5%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割強となっている。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3割強となっている。前回の調査と比較すると、いずれも大きな変化は見られない。また、10年前と比べた人権意識の変化については、「やや高くなっている」が40.4%と最も多く、前回の調査と比較し、「非常に高くなっている」と「やや高くなっている」を合わせた「高くなっている」は1ポイント増加している。</p> <p>関心のある人権問題としては、「インターネット上における人権問題」40.7%と最も多く、次いで「女性の人権問題」「高齢者の人権問題」「障がい者の人権問題」、の順になっている。前回の調査と比較すると、「女性の人権問題」が7.1ポイント、「高齢者の人権問題」が6.5ポイント、「障がい者の人権問題」が5.7ポイントそれぞれ増加している。逆に「エイズやハンセン病、新型コロナウイルス等感染症患者やその家族の人権問題」が9.1ポイント、「インターネット上における人権問題」が6.3ポイントそれぞれ減少している。また、その他として「職場でのパワハラ」、「貧困」等が挙げられており、人権問題が多岐に渡っていることが伺える。</p> <p>日常生活の中で人権侵害を感じたことが「ある」と回答した方は約2割、「ない」が約5割となっており、前回の調査と比較すると、「ない」の割合が約1割減少している。また、人権侵害を感じた内容については、「あらぬ噂を立てられたり、他人から悪口や陰口を言われた」が55.0%と最も多くなっている。</p> <p>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は見られないが、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。</p>	
今後の活用（施策等に生かす方向性）	<p>・研修会や講演会において、市政世論調査の結果をもとに、市民が関心を持っている人権問題について、積極的に取り上げる。</p> <p>・「日常生活の中で人権侵害を感じたことがある」と回答した方が約2割いることから、人権相談の周知を図り、解決に向けた支援を積極的に進める。</p> <p>・互いに認め合い人権が尊重される社会を目指し、関係機関等と連携し、人権施策を充実させる。</p>	

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	記入者名
男女共同参画について	人権・男女共同参画推進課	柴山
調査項目（各項目）		
1 男性の育児・介護・看護休暇取得制度活用をどう思うか		
2 男性が育児・介護のための長期休暇を取得しない理由		
3 男女がともに仕事と家庭を両立するための条件		
4 「仕事」「家庭生活」「地域・個人の生活」の優先度（希望）		
5 「仕事」「家庭生活」「地域・個人の生活」の優先度（現実）		
6 政治・行政分野で女性の参画が少ない理由		
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		
調査項目1～5については平成30年度、調査項目6については平成24年度でも今回と同一の項目を設定しており、その経年比較も勘案して考察する。		
<p>(1) (2) 男性の育児・介護・看護休暇に関する設問 前回の平成30年度の調査と比べて「男性も積極的に取るべきである」との回答が6.5ポイント上回った。特に性別・年代で見た時の、男性の30代、40代の間で「積極的に取るべきである」との回答に18.4ポイントと大きな差があった。30代は中学・高校ともに家庭科が男女必修の世代であり、その影響もあると思われる。 「男性の育児・介護のための長期休暇が極めて少ない理由」としてほとんどを占めた上位3つは、「休みにくい雰囲気」「周囲への迷惑」「認識不足」と、制度的な問題ではなく、人の意識の問題であった。制度があっても取得が増えないという意識の問題は根強く、まだまだ啓発の必要がある。</p> <p>(3) 男女が仕事と家庭を両立するために必要な条件 「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27年度、30年度ともに第一位で半数を超えており、優先的に進めていく施策であると考えられる。(2)の設問の結果を合わせて考えると、「職場環境」とは、制度的な環境だけではなく、「とりやすい雰囲気」も含めた職場環境と考察できる。</p> <p>(4) (5) (6) 日常生活での優先度に関する設問 理想と現実で一番ギャップが大きいのが「仕事」で、22.2ポイントもの開きがある。希望としては「仕事と家庭生活の両方を優先したい」が第一位であり、引き続き、ワーク・ライフ・バランスの推進に力を入れていく必要がある。</p> <p>(7) 政治・行政分野で女性の参画が少ない理由 第一位は前回に引き続き「男性優位の組織運営」で、半数を超えている。こういった状況下で女性の個人の意欲のみで参画が増やしていくのは難しく、二位以下の回答にあるように、積極的に参画しやすい環境づくりをする必要がある。</p>		
今後の活用（施策等に生かす方向性）		
・毎年作成している「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。		

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	くらし安心課	記入者名	穴戸
成年年齢引下げについて				
調査項目（各項目）				
1 成年年齢引下げの認知度				
2 18歳からできることと、20歳にならないとできないこと				
3 消費者トラブルに関する相談先の認知度				
4 知っている相談先				
効果（当初見込み）	成年年齢の引き下げに関する市民の認識等を把握し、消費者被害を防止するための啓発活動を実施する上での参考とする。			
調査結果に対する考察				
(1) 成年年齢引下げの認知度	成年年齢が20歳から18歳に引き下げられたことを知っているか聞いたところ、「はい」(93.7%)が9割強を占めており、「いいえ」(3.2%)は1割未満となっていることから、「成年年齢の引下げ」に関する周知・啓発が行き届いていることを確認できた。			
(2) 18歳からできることと、20歳にならないとできないこと	「18歳からできること」の回答として「親の同意がない契約」(78.3%)が最も多く、次いで「結婚」(67.7%)となっており、また、「20歳にならないとできないこと」については、「飲酒」(92.1%)が最も多く、次いで「喫煙」(87.0%)となっている。「親の同意がない契約」について8割弱の方に認識されていることから、今後は更なる周知・啓発を行い、消費者契約のトラブルを減少させることが必要である。			
(3) 消費者トラブルに関する相談先の認知度				
(4) 知っている相談先	「消費者トラブルに関する相談先を知っているか」については、「はい」(49.4%)は約5割を占めており、「いいえ」(46.6%)は4割半ばとなっている。また、相談先を知っているかについて「はい」と回答した人に、知っている相談先を聞いたところ、「越谷市立消費生活センター」(67.7%)が最も多く、次いで「国民生活センター」(51.0%)となっている。相談先を知らないと答えた方が半数近くいることから、消費生活センターの周知・啓発の強化を図り、更なる消費者被害の防止に取り組む必要がある。			
今後の活用（施策等に生かす方向性）	くらし安心課の啓発事業として、消費生活講座、出張講座を実施しており、それぞれ消費生活に関するテーマで講話を行っている。また、消費生活講座については令和5年2月からZoomによるオンラインを併用した開催を行っており、参加方法の拡充を図った。 今後は、「消費者トラブルに関する相談先は消費生活センター」であることの周知・啓発を強化すべく、講座の中で消費生活センターの説明を行うことを徹底するとともに、啓発品や掲示物など啓発に係るものには消費生活センターの案内を明記する。			

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目） 防犯カメラについて	課名 くらし安心課	記入者名 砂川
調査項目（各項目）		
1 防犯カメラのイメージ		
2 防犯カメラを設置してほしい場所		
3 防犯カメラの設置数		
効果（当初見込み）	防犯カメラ設置に関する市民の認識等を把握し、今後の設置場所等を検討する上での参考とする。	
調査結果に対する考察		
(1) 防犯カメラのイメージ 防犯カメラのイメージについては、「犯罪抑止による安心感がある」は50.5%、次に「犯罪者の検挙率がアップする（事件、事故等の証拠になる）」は30.4%、「見守られている安心感がある」は6.9%、「監視されているように感じる」は6.3%の順となっている。 結果から、防犯カメラのイメージは、否定的な意見よりも肯定的な意見が多数を占めている。		
(2) 防犯カメラを設置してほしい場所 防犯カメラを設置してほしい場所については、「人や車の通りが少ない道路（周りに家などが無い道など）」は44.9%、次に「住宅街」は26.3%、「人や車の通りが多い道路（駅前通りなど）」は15.5%、「公園」は7.5%の順となっている。 防犯カメラのイメージが「犯罪抑止による安心感」と50.5%が答えている結果からも、人や車の通りが少ない道路で犯罪に遭う可能性を感じているともいえる。		
(3) 防犯カメラの設置数 防犯カメラの設置数については、「増設してほしい」は77.1%、次に「最小限にしてほしい」は14.5%、「設置しないでほしい」0.7%の順となっている。 性・年齢別でみると女性30歳～39歳、40歳～49歳、50歳～59歳、男性40歳～49歳、50歳～59歳、60歳～69歳では、「増設してほしい」が80%を超えている。		
今後の活用（施策等に生かす方向性）		
本市では、越谷市防犯協会や越谷警察等と協力して行う街頭キャンペーン、自主防犯活動団体への支援、青色回転灯を装備した車によるパトロール、ドライブレコーダーによる見守り活動、下校時の見守り活動など、防犯意識の高揚を図るための取組みや自主的な防犯活動の推進を実施している。 併せて、街頭犯罪防止を目的に、駅周辺を中心に街頭防犯カメラを44台設置した。 今回の市政世論調査では、防犯カメラに対するイメージ、設置してほしい場所、設置数について調査を行った。調査結果では、防犯カメラに対して肯定的なイメージを持っている市民も多く、増設をしてほしいとの回答も多かった。 これまで、防犯カメラの設置については、街頭犯罪が多発する駅前を中心に設置を進めてきたが、住宅街や人や車の通りが少ない道路などへの増設も今後検討していく。		

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	スポーツ振興課	記入者名	坪内
スポーツ・レクリエーションの実施状況について				
調査項目（各項目）				
1	スポーツ・レクリエーション活動の実施状況			
2	スポーツ・レクリエーション活動を行った主な理由			
3	スポーツ・レクリエーション活動を行っていない理由			
4	今後、行ってみたいスポーツ・レクリエーション活動（比較的軽いスポーツ）			
5	今後、行ってみたいスポーツ・レクリエーション活動（野外活動）			
6	今後、行ってみたいスポーツ・レクリエーション活動（競技的スポーツ）			
効果（当初見込み）	調査データを基に、市民のスポーツ・レクリエーションに関する動向を把握し、今後の施策実施に向け検討・反映させる。			
調査結果に対する考察				
<p>スポーツ・レクリエーション活動を週1回以上行っている市民の割合は44.1%。前年比0.9%減で2年連続減少となった。減少傾向は令和2年度から始まっており、令和元年度まで増加傾向にあったことから、コロナ禍による行動制限や、施設の利用制限等の影響によるものが大きいと考えられる。そのような制限も徐々に緩和され、スポーツ活動がしやすい環境になってきてはいるが、コロナ前にスポーツを習慣としていた人がそのまま離れてしまうことも多く、環境が戻ってからも、この活動実施状況の割合が改善の方向に向かうには時間が係ると思われる。年齢別にみると、男女ともに、30歳代から40歳代の割合がやはり例年通り低い。昨年比でみると10歳代から20歳代若い世代での減少幅が大きくなっていることと、40歳代の割合が下がり、50歳代の割合が上がっていることが目立つ。</p> <p>スポーツ・レクリエーション活動を行った理由で、「運動不足解消」、「健康増進」がともに昨年から伸びていること、今後行ってみたい活動では「サイクリング」が大きく伸びていることなどから、健康のために体を動かしたいが、感染対策にも配慮し、屋外で1人でできる活動に傾いたような印象を受けた。一方で、スポーツ・レクリエーション活動を行っていない方は31.1%と依然減少傾向がみられない。無回答も昨年から増えているが、こちらも無関心な層がかなり含まれていると思われ、スポーツへの関心を持ってもらう策がまだまだ今後必要である。令和4年度は70歳代以上の方で全く行っていないと回答した割合が高く、これが、活動を行っていない理由「年をとったから」、「健康上の理由から」の昨年比増の大きな要因となっているように感じる。「仕事や勉強が忙しいから」は最も高い割合ではあるものの、年々減少傾向にある一方で、「スポーツに興味がない」は増加傾向にある。</p>				
今後の活用（施策等に生かす方向性）				
<p>運動習慣が定着している割合の高い高齢者が年齢や健康上の理由で、スポーツから離れていたり、若い世代でもコロナ禍でスポーツから離れてしまった人も多くいることがスポーツ・レクリエーション活動を週1回以上行っている市民の割合の伸び悩みという結果を生んでいる。そういった方々が再びスポーツを始めるきっかけとなるよう、スポーツ教室や講座だけでなく、幅広い世代の市民が参加しやすいイベントの開催など、スポーツ・レクリエーション活動ができる機会を充実に努めたい。また、そもそもスポーツ・レクリエーションに興味がなく、活動も行っていない方には、プロスポーツの試合開催誘致に加え、パブリックビューイングなど、様々な手法でスポーツ観戦機会の充実に図り、スポーツ・レクリエーション活動への興味関心を高めていただけるよう取り組みたい。</p>				

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目） 芸術文化活動について	課名 生涯学習課	記入者名 土肥
調査項目（各項目）		
1 日常的に実施している芸術文化活動		
2 市が主催する芸術文化事業の認知度・参加状況		
3 市が主催する芸術文化事業に参加したことがない理由		

効果（当初見込み）

芸術文化活動等の状況を把握し、本市における芸術文化活動等の更なる推進を図る。

調査結果に対する考察

- 1 日常的に実施している芸術文化活動
「音楽」の3割弱を筆頭に、「美術」、「文学」、「演劇」、「写真」がいずれも1割程度であるが、一方、「実施していない」と「無回答」が合わせて6割弱を占めている。今回の調査結果を踏まえ、芸術文化活動を実施していない方に対し、観覧の機会や取り組む契機となるような芸術文化に触れ合う場の充実をどのように図るかが課題と考えている。
- 2 市が主催する芸術文化活動の認知度・参加状況
「越谷市民文化祭」は、参加している方も含めた「知っている」が5割強と半数を占めている。一方、「越谷市美術展覧会（市展）」、「越谷市県展記念作品展」、「文化総合誌「川のあるまち－越谷文化」」は、「知っている」は3割程度と認知度が低い。また、18歳～59歳までの各年代の「知らない」が、「越谷市民文化祭」を除き、約6割から8割を占めており、若年層、中間層の認知度が低いことが見て取れる。「越谷市民文化祭」の参加は舞台出演と作品展示の2部門に分かれるものの、様々なジャンルの発表の場であり、特に出演部門は参加者が自ら演じ、来場者が観覧するため、印象に残るものと推察される。今回の調査結果を踏まえ、若年層、中間層への認知度及び参加状況の向上をどのように図るかが今後の大きな課題と考えている。
- 3 市が主催する芸術文化事業に参加したことがない理由
「仕事（家事、育児を含む）や勉強が忙しいから」の2割強を筆頭に、「芸術文化に興味がないから」の1割強が続く一方、「特に理由はない」が5割強を占めている。市が主催する芸術文化事業のうち、「越谷市民文化祭」は休日に掛かり、年度ごとに曜日をローテーションしているという点で、なかなか時間が取れないことが推察される。また、「越谷市美術展覧会（市展）」や「越谷市県展記念作品展」、「文化総合誌「川のあるまち－越谷文化」」についても、創作等活動に時間が割けないことが推察される。今回の調査結果を踏まえ、「仕事（家事、育児を含む）や勉強が忙しい」という方に対し、忙しいながらも参加してみたいと前向きに検討いただけるような事業の開催、「特に理由はない」という半数を占める対象に対しても、興味を持ってもらえるような参加の場の提供をどのように図るかが今後の課題と考えている。

第5次越谷市総合振興計画及び第3期越谷市教育振興基本計画遂行にあたり、今回の調査結果を踏まえた課題及び施策の展開に活かす。また、本市における芸術文化活動の実態を把握し、本市における芸術文化活動等の更なる推進を図る。

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目） 介護サービスについて	課名 介護保険課	記入者名 高木
調査項目（各項目）		
1 事業の形態で求めるもの		
2 事業所の体制で求めるもの		
3 職員の資質で求めるもの		
効果（当初見込み） 介護人材の掘り起こしが期待できる		
調査結果に対する考察		
<p>介護サービスを利用する際に事業所や職員に求めるものについて、「事業の形態について」は、「地域に密着した事業展開をしている施設（市内在住者のみ利用できる施設）」が39.0%と最も多く、次いで「どちらでもよい」が27.6%、「広く事業展開をしている施設（市内・市外問わずだれでも利用できる施設）」は27.1%となった。</p> <p>事業所の体制については、「職員のスキル向上や知識の取得に力を入れている」が56.6%と最も多く、次いで「虐待研修などを行い、虐待発生防止に力を入れている」が27.2%、「感染対策に力を入れている」が6.2%の順となった。</p> <p>職員の資質については、「利用者の話をしっかり聞く」が53.4%と最も多く、次いで「介護の経験が豊富」（24.0%）、「身だしなみ、言葉づかいがしっかりしている」（12.9%）の順となっている。</p> <p>上記のことから、事業所に対しては職員のスキル向上や知識の取得、職員の資質について利用者の話をしっかり聞くといったサービスの質的な確保が求められていると考えられる。</p>		
今後の活用（施策等に生かす方向性）		
<p>多様化・複雑化する高齢者を取りまく課題に対し、サービスの質的な確保が求められており、介護従事者等の確保、質の向上が必要である。</p> <p>ケアマネジャーや介護従事者等に対する研修の機会を用意し、介護従事者のスキルアップを図るとともに、引き続き介護相談窓口を設置し、介護従事者などに対するケアシステムを推進する。また、介護フェスタ（介護人材フェア）等を通じて越谷市介護保険サービス事業者連絡協議会との共同により介護の仕事の魅力を発信するなど、周知と人材確保に努める。</p>		

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	子ども施策推進課	記入者名	菅野
子育て支援について				
調査項目（各項目）				
1	子育て支援に関する情報入手先			
2	子育て支援に関する情報取得が難しいと感じたこと			
3	子育て支援に関する情報が得にくい理由			

効果（当初見込み） 子育てに特化したサイトを作成するにあたり、市民がどのような情報を求めているか、見やすいサイトとするために、どのように情報を集約して提示するほうが効果的か考える上での参考とする。

調査結果に対する考察
子育てサイトとなる「こしがや子育てネット」は、スマートフォン対応となっていなかったため、見にくいという意見が多くなったのかと考察される。また、情報を得る窓口や講座が少ないという意見については、子育てサイトが見にくいいため、「こしがや子育てガイドブック」の情報や「越谷市の主な子育て支援事業のごあんない」の情報をネット上から気軽に取得することができないことも原因になるのではないかと考えられる。さらに、「こしがや子育てガイドブック」や「越谷市の主な子育て支援のごあんない」については、母子手帳交付時などに紙媒体として提供してはいるものの紛失等で無くなってしまったりしている場合、再取得をするための窓口は少ないと感じられているのではないかと考えられる。

今後の活用（施策等に生かす方向性）
「こしがや子育てネット」は、ホームページリニューアルとともにスマートフォン対応となり、かつ見やすいように整理を実施した。情報を整理したことで、複数の情報で判断が難しいという意見は一定程度低下すると考えている。その中で、さらに見にくい等の意見が出てくるのであれば、個別に対応を検討していく必要があると考えている（現状としては、各施設の情報をまとめて確認できるようにまとめてほしいなどの意見があるため、関係者と調整し、対応方法を検討している）。さらに、「こしがや子育てガイドブック」と「越谷市の主な子育て支援事業のごあんない」は、「こしがや子育てネット」のトップページからすぐ確認できる形とした。また、「こしがや子育てガイドブック」については、電子書籍での取得も行えるようになったことから、紛失時の再取得が容易になったため、紙媒体で再度取得したいという方が少なくなっていくのではないかと考えている。
今後さらに対応していく必要がある点としては、プッシュ型での子育て支援情報をいかに届けることができるかということであるが、どのような発信が効果的であるか周辺自治体などの情報を確認しながら検討していきたいと考えている。

【令和4年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	市民活動支援課	記入者名	平井
自治会について				
調査項目（各項目）				
1 自治会の加入状況				
2 自治会に加入した理由				
3 参加している自治会活動				
4 自治会に加入して感じている点				
5 自治会に加入しない理由				
6 自治会に加入するために必要だと思うこと				
7 自治会への加入意思				
8 自治会を脱会した理由				
効果（当初見込み）	市民の自治会に対する意識調査を実施し、調査結果を自治会と情報共有するとともに、自治会加入率の維持・向上を図る上での参考とする。			
調査結果に対する考察	<p>本調査より「加入している」と回答した方が7割弱、「加入していない」及び「加入していたが脱会した」と回答した方が3割弱となっており、本市において把握している加入率と概ね一致する。</p> <p>近年は、自治会加入率が減少傾向にある中で、自治会への未加入の要因となっているのは、「加入しなくても困らない」が36%、「仕事や家事が忙しくて時間がない」が28.6%、「自治会に加入するメリットがわからない」が22.7%、その他「近所付き合いがわずらわしい」、「班長や役員などを引き受けたくない」、「自治会への入り方がわからない（勧誘がない）」、「会費を払いたくない」などが、それぞれ10～15%前後となっている。</p> <p>この結果から、未加入の主な要因は、自治会へ加入することによる負担感であることが分かった。</p> <p>一方、「自治会に加入するメリットがわからない」、「自治会への入り方がわからない（勧誘がない）」を理由とする未加入者も一定数いることから、自治会の意義や活動内容、加入の方法などについて、更なる周知が必要である。</p>			
今後の活用（施策等に生かす方向性）	<p>調査結果について、自治会連合会等と情報共有するとともに、自治会加入率の維持・向上に向けた取組について協議を行う。</p> <p>また、自治会の意義等について、引き続き、広報紙等の様々な媒体を活用し、広く市民へ周知する。</p>			