

【令和5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	小塚
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	市外の知人に「越谷市の魅力」として言われたことがあるもの				
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					
<p>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醸成に関する現状について尋ねた。「愛着がある」と回答した方が35.4%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74.6%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』の項目は女性18～29歳(82.3%)が最も多い。</p> <p>また、越谷市に愛着がある理由については、「日常生活における買い物が便利」(56.7%)が最も多く、次いで「交通の利便性がよい」(52.8%)、「生活全般において不足がない」(48.0%)、「自然(水辺空間、農地等)が多く残されている」(30.4%)の順となっており、過去2回の調査と比較すると、「交通の利便性がよい」は令和4年度(70.9%)から18.1%減少した一方、「日常生活における買い物が便利」は調査ごとに増加しており、令和5年度は第1位となった。性別でみると「生活全般において不足がない」は男性(51.6%)で約5割を占めている。性・年齢別に見ると「日常生活における買い物が便利」は男性18～29歳(47.3%)を除き5割を超えている。</p> <p>問11「市外の知人に「越谷市の魅力」として言われたことがあるもの」において、市外住民から見た越谷市の魅力について尋ねた。「交通の利便性がよい」(30.7%)が最も高く、次いで「日常生活における買い物が便利」(30.1%)、「余暇に楽しむことができる施設・スポットがある」(24.4%)、「生活全般において不足がない」(16.2%)、「自然(水辺空間、農地等)が多く残されている」(15.4%)となっている。</p> <p>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、買い物がしやすい等)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。</p>					
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当たっては、市民の郷土愛の醸成を図るとともに、市外に向けた積極的な情報発信の必要性がある。引き続き定期的に調査することで事業実施の進捗や効果の測定に活用していく。					

【令和5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	小塚
広報について				
調査項目（各項目）				
1	市政情報の入手先			
2	市政情報を得る手段として『知っているもの』『活用したことがあるもの』			
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及び配布方法			
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

問12「市政情報の入手先」では、広報こしがやが55.7%で最も多く、越谷市公式ホームページの6.6%、越谷Cityメール配信サービス5.3%と続く。問13市政情報を得る手段として『知っているもの』については、広報こしがやが77.5%で最も多く、次いでホームページ45.9%、越谷Cityメール18.1%が続く。『活用したことがあるもの』については、広報こしがやが42.3%（複数回答）で最も多く、ホームページ37.7%、越谷Cityメール15.5%と続く。このことから、広報紙が市の広報媒体の中で認知度・活用度共に高いことが分かるが、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%以下、問13においては『知っているもの』3%以下、『活用したことがあるもの』2%以下であり、市民が情報を得る手段としては認知度・活用度共に低いことが分かる。

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17.9%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15.3%、同男性が12.5%であるのに対し、70歳以上では男女ともに70%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17.9%のうち、18～29歳の女性は46.0%、同男性が57.5%で、70歳以上では男女ともに11%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。

問14「広報こしがやの感想」では、わかりやすい16.8%とおおむねわかりやすい63.5%を合わせた『わかりやすい』は80.3%で、令和4年度の76.1%を4.2ポイント上回った。一方でわかりにくいところがある4.2%とわかりにくい0.2%を合わせた『わかりにくい』は4.3%で、令和4年度の3.0%を1.3ポイント上回った。

問14-2「広報こしがやのわかりにくい点」では、記事の配置が31.3%（複数回答）で最も多く、文字が多すぎる、図が少ない29.2%、同率で文字の大きさ・情報が不足している27.1%と続く。令和4年度最も多かった文字が多すぎる、図が少ないという指摘については、イラストや写真を使用して説明したりデザインを付けた囲み記事を増やしたりしたことで1.3ポイント改善した。記事の配置に対する指摘が増えた原因の一つとして、1つの面において囲み記事を複数用いた場合、文字を追う流れが阻害される点が考えられる。また、文字が多すぎる、図が少ないという指摘は依然として高い割合であり、同時に情報が不足しているという指摘も増えたことから、そのバランスをどう調整していくかは継続した課題である。

問15「紙媒体の広報の必要性及び配布方法」では、今までどおり、自治会を通して配布すればよい39.9%、自治会の加入・未加入に関わらず、すべての世帯に配布すればよい22.6%、公共施設や駅などに置いて、欲しい人が入手できればよい16.2%、インターネットが利用できない家庭にだけ配布すればよいを合わせると83.8%で、8割を超える方が紙媒体が必要だと考えていることが分かる。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

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。また、わかりやすさという点においては、文字が多すぎるという指摘がある反面、情報が不足しているという指摘があることから、文字が多いだけで情報として伝わっていないのが現状である。レイアウトを工夫して視覚的にわかりやすい紙面の作成に努めるとともに、市民が求める情報は何かを精査し、市が言いたいことを一方的に伝えるのではなく、市民に伝わる紙面とすることが必要である。そのためには、市としての編集方針を定め、全庁的にその方針を共有する必要がある。

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。

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。

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。

【令和5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	大野
------------	----	-------	------	----

市内の公共交通について
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9割の方が、バスは5割半ばの方が、タクシーは5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増加している一方で、無回答の比率が減少している。

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8割半ば、バスが約5割、タクシーが5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5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	竹内
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

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」の合計が約7割と、市民の景観に対する関心は比較的高く、昨年度と比べて微増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」が5割弱、「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。

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。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

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られており、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。

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。

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。

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。

【令和5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）	「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。			
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「越谷市公式ホームページ」「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20.2%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」「公共交通機関等でのポスター掲示板や大型モニターによる情報発信」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5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」(3.8%)と「どちらかといえば参加したい」(30.0%)を合わせた3割強(33.8%)の方が「参加したい」となっている。一方、「どちらかといえば参加したくない」(45.9%)と「参加したくない」(17.7%)を合わせた6割強(63.7%)の方が「参加したくない」となっており、令和4年度と比べると「参加したくない」は4.3ポイント増加している。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、令和4年度に実施した「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5年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）		課名	公共施設マネジメント推進課	記入者名	堤
公共施設の今後のあり方について					
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	PPP/PFI手法について				
4					
5					
6					
効果（当初見込み）		令和8年度から開始する、次期の公共施設等総合管理計画アクションプラン及び個別施設計画の策定の上での参考にする。			
調査結果に対する考察					
<p>1 「越谷市公共施設等総合管理計画」の認知度については、『知っている』が1割未満との結果になった。「越谷市公共施設等総合管理計画 基本方針」は平成27年3月に策定し、その際に計画の概要説明や市民の意見を伺う場として意見交換会を実施したこともあり、前回調査からは認知度のポイントが下がっていた。令和4年7月に「越谷市公共施設等総合管理計画基本方針」の改訂版を策定した際はパブリックコメントを実施したが、市民対象の説明会を実施しなかったことも、認知度のポイントが下がった要因だと考えられる。</p> <p>2 「越谷市公共施設等総合管理計画」についての考えについては、平成29年度の調査でも同じ設問を設けたが、目標の数値についてはさらなる縮減が必要となっている。既存の施設の有効活用については『そうすべきと思う』が6割弱との結果となったが、前回調査と比較すると概ね同様の結果となっており、6年間で市民の公共施設に関する意識はあまり変わっていないと考えられる。</p> <p>3 PPP/PFI手法については、現在市内の公共施設において、PFI事業として3事業が建設や維持管理・運営について民間活用を行っており、指定管理者制度導入施設として34施設が運営において民間活用を行っていることから、市民の認知状況を把握するため今回調査で新たに設問を作成した。民間の資金や経営・技術的能力を活用して行い、コスト削減効果のあるPPP/PFI手法の実施について『そうすべきと思う』が7割弱との結果は、市民の考え方と市の方向性が概ね一致しており、今後もPPP/PFI手法を活用した公共施設の整備や運営を推進していきたい。</p>					
今後の活用（施策等に生かす方向性）					
<p>今年度の市政世論調査によって、越谷市公共施設等総合管理計画に関する、最新の市民の考え方を知ることができた。</p> <p>現在の公共施設等総合管理計画第1次アクションプラン及び個別施設計画については、令和7年度で計画期間が終了する。第2次アクションプランの策定及び個別施設計画の改定作業においては、まちづくりのあり方に関わるものであることから、市ホームページ等で十分な情報提供を行い、また意見交換会やパブリックコメント等で広く市民の意見を集め、持続的に公共サービスを提供できる環境整備に取り組むための計画づくりを進めていく。</p>					

【令和5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 檜原
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。
越谷の農業特産物の購入経験・購入場所について、「購入したことがある」割合が高い農産物の購入場所として、スーパーマーケット、農産物直売所の割合が高い。このことから、「購入したことがある」割合の低い農産物のスーパーマーケット等への販路拡大に向けた支援など検討したい。

【令和5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

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

今回の世論調査では、前回（令和4年度）と同じ5項目について、経年による変化を確認した。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50.6%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」は約6割となっている。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割半ばとなっている。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42.2%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4.4ポイント増加している。

関心のある人権問題としては、「女性の人権問題」が43.5%と最も多く、次いで「高齢者の人権問題」「インターネット上における人権問題」「子どもの人権問題」、の順になっている。前回の調査と比較すると、「高齢者の人権問題」「子どもの人権問題」がそれぞれ7.8ポイント、「LGBTなどの性的少数者の人権問題」が6.3ポイント増加している。逆に「刑を終えて出所した人々の人権問題」が1.9ポイント、「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1.8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。

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2割、「ない」が5割半ばとなっており、前回の調査と比較すると、大きな変化は見られない。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49.2%と最も多くなっている。

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。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

・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。

・「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。

・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。

【令和5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 「ことば」や「ことがら」の認知度		
2 「男は仕事、女は家庭」という考え方の賛否		
3 各分野での男女平等		
4 女性の働き方（理想）		
5 女性の働き方（現実）		
6 仕事上での男女別能力差		
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	<p>調査項目（1）～（2）、（4）～（6）については令和元年度、調査項目3令和2年度でも今回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> <p>（1）「ことば」や「ことがら」の認知度に関する設問 全9項目において、過去2回と比較して顕著に認知度が上がっているとは言えない。</p> <p>（2）「男は仕事、女は家庭」という考え方に関する設問 「賛成・どちらかといえば賛成」の割合が、減少しており、前々回から比べると約半数になっている。性・年齢別に見ると、突出して「反対」が多いのが、18～29歳の男性であった。</p> <p>（3）各分野での男女平等に関する設問 全5項目において、過去2回と比較して顕著に平等感が上がっているとは言えない。性・年齢別に見た時に、「家庭の中で、平等になっている」と回答した人の割合が、男性より女性がどの世代も約10ポイント少ない。一番男女差がなかったのが、職場における平等。</p> <p>（4）女性の働き方（理想）に関する設問 「結婚や出産後も働き続ける・復職するのが理想」との回答は年々増加している。 （2）で、「男は仕事、女は家庭」という考え方に「反対」が多かった18～29歳の男性が、ここでは突出して「子育て期は仕事を一時的にやめるのが理想」との回答が多かった。</p> <p>（5）女性の働き方（現実）に関する設問 理想と現実の間には乖離があり、働き続けたいが、実際に働き続けられているのは約半数となっており、パートタイムで復帰が多くなっている。 「結婚や出産後も働き続ける・復職する」との回答がわずかではあるが増加している。</p> <p>（6）仕事上での男女別能力差に関する設問 性・年齢別に見た時に、30～39歳男性が突出して「能力差がある」と回答している。（半数以上）子育て期であることと関係している可能性が考えられる。</p> <p>全体的に、前回、前々回調査と比較し、意識に大きな変化は見られない。現状を知り、今後も効果的な啓発を模索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）	<p>・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。</p> <p>・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> <p>・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。</p>	

【令和5年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	総務課	記入者名	蒔
平和事業について				
調査項目（各項目）				
1	越谷市の平和都市宣言の認知度			
2	越谷市主催「平和フォーラム」の認知度			
3	平和への意識を高めるために効果的な事業			
4				
5				
6				
7				
効果（当初見込み）	平和フォーラムなどの事業に市民の意見を反映させ、平和意識の高揚に繋げる。			
調査結果に対する考察				
1. 越谷市の平和都市宣言の認知度	<p>平和都市宣言の認知度については、「知っている」が3割半ばとなっており、6割強の市民が「知らない」と回答した。前回（平成30年度）の調査と比較すると、「知らない」は平成30年度（54.5%）と比べ、8.7ポイント増加している。性・年齢別では男性60歳代の認知度が約4割と最も多く、全体的に高齢層の認知度が高い傾向にある。</p> <p>一方、男女とも18～29歳の認知度は約2割と低く、若い世代の認知度を高めるための取組みを検討する必要がある。</p>			
2. 越谷市主催「平和フォーラム」の認知度	<p>「平和フォーラム」の認知度については、「知っている」は2割半ばで、「実際に参加したことがある」は1.0%と、7割強が「平和フォーラム」を認知していないことが判った。前回（平成30年度）の調査と比較すると、大きな違いは見られなかった。性・年齢別で見ると「知っている」は男性70歳以上が約3割と最も多くなっている。また、「知らない」は男性18～29歳が9割弱で最も多く、男女ともすべての年齢で6割以上となっている。若い世代に参加してもらう方法や展示のあり方を含めて更に検討する必要がある。</p>			
3. 平和への意識を高めるために効果的な事業	<p>「平和への意識を高めるために効果的な事業」については、「平和を題材にした、映画・アニメーション上映会の開催」が最も多く5割を占めている。続いて「戦争体験のお話会や座談会の開催」、「世界の紛争など海外情勢についての講演会開催」もそれぞれ4割台となっている。一方、「平和を題材にした、朗読、演劇、合唱、合奏」は男女ともすべての年齢で関心が低く、戦争体験者やジャーナリストなどの生の声を聞く機会が効果的と捉えられていることがわかる。また、「平和を題材にした、映画・アニメーション上映会の開催」は70歳以下の層を中心に男女共に関心が高く、わかりやすく親しみやすい表現を用いた事業についても効果的と考えられる。</p>			
今後の活用（施策等に生かす方向性）	<p>今回の調査で、平和都市宣言や「こしがや平和フォーラム」の認知度が低かったことを踏まえて、これまで越谷コミュニティセンターで開催していた平和展・平和講演会を、来年度は、平和展を市役所エントランス棟のホール等、平和講演会を中央市民会館劇場で行うとともに、平和への関心が高まる8月にも、エントランス棟のホールにて、小規模ながら平和に関する期間展示の実施を予定している。これにより、様々な目的で市役所に来庁される方を含め、さらに多くの方に平和への思いを深める機会を提供したいと考える。</p> <p>また、市役所エントランス棟の正面玄関付近に新たに設置する平和に関する掲示板を活用して、平和に関する意識啓発と情報発信等を行うなど、新たな取組みを進めながらより充実した効果的な平和事業の実施に努めていく。</p>			

【令和5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	永井
市民相談や法律相談などの各種相談窓口について				
調査項目（各項目）				
1 各種相談窓口の認知度				
2 各種相談窓口の利用意向				
3 各種相談窓口での相談方法				
効果（当初見込み）	各種相談窓口の認知度や休日法律相談窓口の需要を把握し、今後の周知や窓口運用の参考とする。			
調査結果に対する考察				
（1）各種相談窓口の認知度 最も認知度が高いものは市民相談の48.4%で、最も認知度が低いものは行政相談の28.2%だった。 ●市民相談や消費生活相談の認知度は40～50%程度だった。行政相談と行政書士相談については30%未満だった。周知方法に大きな差はないので、認知度のばらつきについては、日常生活を送る上で身近なものとして認識され、そうでないものの違いであると考えられる。				
（2）各種相談窓口の利用意向 すべての項目で6割以上の利用意向があった。 ●認知度と比べて各項目であまりばらつきはなく、利用頻度や利用者の数の違いはあるが、どの相談も需要があることが分かる。				
（3）各種相談窓口での相談方法 対面による相談が77.3%と最も多く、次いで電話による相談41.6%、Zoom(ズーム)アプリ等を利用したオンラインによる相談26.0%だった。 ●オンラインによる相談については、男女共に10～40歳代ではすべて40%を超えていたが、50歳代以上の世代については年齢が上がるにつれ減少の傾向が見られ、70歳以上については男女共に5%台だった。近年、デジタル化の普及に伴いオンラインでの取組みが高まりつつあるが、世代によってはまだ馴染みがないことが認識することができ、今後も対面や電話による相談が必要だと考える。				
今後の活用（施策等に生かす方向性）				
今年度から実施している休日の法律相談については、利用意向では法律相談(休日)が74.1%で法律相談(平日)の73.2%を上回っているが、認知度については36.9%で、法律相談(平日)の41.4%を下回っている。必要な時に速やかに利用してもらえるように、出張講座等で相談窓口についてさらに周知を行っていきたい。 また、行政相談や行政書士相談の認知度の低さについては、相談内容のイメージが湧きにくいことも関係すると思われるので、より具体的にイメージしてもらえるように、令和5年度中に市ホームページ等で相談事例を紹介するなど周知していく。				

【令和5年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	地域医療課	記入者名	宮
地域医療体制について				
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は、各制度別に『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」（81.9%）が最も多く、次いで、「休日当番医制度」（77.7%）、「埼玉県救急電話相談（＃7119）」（58.0%）、「埼玉県AI救急相談」（16.5%）となった。『知っている』と回答した方の割合を昨年と比較すると、「越谷市夜間急患診療所」は3.2ポイント増加、「休日当番医制度」は4.7ポイント増加、「埼玉県救急電話相談（＃7119）」は、11.0ポイント増加した。</p> <p>また、令和元年（2019年）に開始された「埼玉県AI救急相談」については、市民への認知度は低いながらも、1.2%増加しており、各制度とも順調に周知が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」（51.7%）が最も多く、次いで「広報こしがや」（43.3%）、「越谷市公式ホームページ」（35.2%）の順となっている。年齢別で見ると、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。これらの傾向を踏まえ、今後も年齢別の情報収集の手段に応じた周知活動を積極的に実施していく必要がある。</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」（55.1%）が最も多く、「休日当番医制度」（39.0%）、「医療従事者の確保」（34.3%）と続いている。このことから、多くの医療機関が休診となる休日や夜間に、初期救急医療が受けられる体制が充実されるよう、関係機関とのさらなる連携の強化に努めていく必要がある。</p>			
今後の活用（施策等に生かす方向性）	<p>令和5年中の越谷市内の救急出動件数は19,578件で、前年の18,316件と比べ1,262件増加した。また、救急搬送された方のうち、軽症と診断された方の割合は54.9%で、この割合を昨年と比較すると3.4ポイント増加しており、軽症者の搬送件数を減少させるための取組が求められている。</p> <p>しかし、救急車を要請する方は、傷病者が軽症であると認識できずに通報する方も多いことから、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」等で救急車の適正利用や地域医療体制についての広報活動を継続的に実施していく。</p> <p>また、これらの広報活動の手段は、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、年齢層ごとに、市民が「必要なときにいつも調べる手段」で救急車の適正利用や地域医療体制が確認できるよう、さらなる市民への周知活動に努めていく。</p>			

【令和5年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	資源循環推進課	記入者名	鎗田
路上喫煙について				
調査項目（各項目）				
1 喫煙の有無				
2 灰皿設置の必要性				
3 「路上喫煙禁止区域」追加の必要性				
4 「路上喫煙禁止区域」内への灰皿等設置の必要性				

効果（当初見込み） 市民が路上喫煙の防止策に対してどのようなものが有効と考えているかを把握することで、今後、どのような防止策を行うことが有効であるのかを考える上での参考とする。

調査結果に対する考察

（1）喫煙の有無
 たばこを吸うかどうか聞いたところ、年齢別男女別で、50歳代の男性が割合として最も多く32.8%、次いで60歳代男性で29.2%が「たばこを吸う」と答えている。
 また「たばこを吸わない」と答えたのは18から29歳女性が最も多く95.2%、次いで30代女性で93.9%であった。
 全体では、13.6%の方が「たばこを吸う」と答えており、前回調査平成28年度と比較し3.2%減った。
 今後もたばこを吸う方の減少は続いていくものと思われる。

（2）灰皿設置の必要性
 駅前などの人通りの多い場所へ、たばこのポイ捨て抑制を目的とした灰皿の設置について、全体で59.4%は必要ないと回答しているものの、喫煙者率の約3倍にあたる38.3%の方が必要だと回答している。
 年齢層別では男女とも70歳代が必要と回答した割合が最も低く、70歳代男女以外では喫煙者率よりも多い割合で必要と回答している。
 環境美化の観点での灰皿設置については、一定の理解があるものと思われる。

（3）「路上喫煙禁止区域」追加の必要性
 路上喫煙禁止区域の追加の必要性については、全体で78.8%の方が必要と回答している。年齢別男女別にみても、高い割合で必要性があると感じていることがわかった。
 また、不要と答えた方の全体での割合19.1%は、たばこを吸う方の全体割合の13.6%と比較し、若干上回っている。吸わない方で不要と答えている方が一定数いると考えられる。

（4）「路上喫煙禁止区域」内の灰皿等設置の必要性
 喫煙者と非喫煙者の共生を目的として、「路上喫煙禁止区域」内に灰皿等を設置する必要性について、全体の34.3%の方が必要があると回答しており、62.6%の方が必要性を感じないと回答している。年齢別男女別では、男女とも18から29歳で必要性を感じている割合が高かった。灰皿等の設置については、たばこを吸わない方の中にも必要性を感じている方がいると考えられ、分煙対策としての灰皿等の設置に一定の理解があるものと思われる。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

路上喫煙禁止区域の追加について、必要性を感じているとの回答が多かったことから、人通りが多い駅前などについて、検討をする必要性があると考えられる。
 灰皿の設置については、約6割の方が不要と考えている。しかし、路上喫煙禁止区域を設定することにより、例えば禁止区域外での歩行喫煙やポイ捨てなどが増え、環境美化を損なう恐れがあるなどの問題もあるため、灰皿の設置については検討しなければならないと考えるが、環境美化の観点及び受動喫煙防止など、近隣への配慮やたばこを吸わない方への配慮とともに慎重に検討したい。

【令和5年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	国保年金課	記入者名	川上
健康保険が行う健診について				
調査項目（各項目）				
1 加入保険				
2 健康診査受診の有無				
3 健康診査を受けない理由				

効果（当初見込み） 調査データを基に、健康診査の受診率向上対策や効果的・効率的な保健事業の検討に役立てる。
その結果として、被保険者の健康増進や医療費の抑制に寄与する効果が見込まれる。

調査結果に対する考察
健康診査の受診状況は過去の調査から変化は少なく5割程度であった。年齢別に見ると男女ともに年齢が高くなるにつれ、受診した割合が高くなっている。40歳代の受診割合が低いことが課題である。
また、受診しない理由として一番多いのは「既に医療機関に通院していたため」であり、1年に一回幅広い項目を健診で検査することの重要性が伝わっていないことが改めて把握できた。そのほか、「行く時間がない」、「健康状態に自信がある」も理由として一定数いることから健診の必要性を理解していただくための周知が必要であると感じた。

今後の活用（施策等に生かす方向性）
受診しない理由として一番多かった「既に医療機関に通院していたため」ということに関しては普段行っていない検査も健診の中には含まれることや無料で実施できることを改めて周知していきたい。さらには普段の検査項目で健診項目を網羅している人についてはその検査結果を受診率に換算できる仕組みを構築するための結果として活用したい。
また、若年層に対して健診受診の必要性をさらに周知し、若いうちからの健診習慣の定着を国保年金課として進めていきたい。

【令和5年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	介護保険課	記入者名	齊藤
介護サービスについて				
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 従事者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

介護サービスを利用する際に事業所や従事者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38.8%と最も多く、次いで「どちらでもよい」が29.9%、「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27.4%となった。

事業所の体制については、「従事者のスキル向上や知識の取得に力を入れている」が57.6%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29.8%、「感染対策に力を入れている」が6.0%の順となった。

従事者の資質については、「利用者の話をしっかり聞く」が55.1%と最も多く、次いで「介護の経験が豊富」（26.8%）、「身だしなみ、言葉づかいがしっかりしている」（11.3%）の順となっている。

上記のことから、事業所に対しては従事者のスキル向上や知識の取得、従事者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。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

多様化・複雑化する高齢者をとりまく課題に対し、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。

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。

【令和5年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	地域包括ケア課	記入者名	佐藤
ケアラー・ヤングケアラーについて				
調査項目（各項目）				
1	「ケアラー」「ヤングケアラー」の認知度			
2	「ケアラー」「ヤングケアラー」を知ったきっかけ			
3	「家族等のケアで困っている」人の有無			
4	「家族等のケアで困っている」人への支援意向			

効果（当初見込み） 調査データをもとに、本市における条例案等への反映及び認知度向上に向けた取組に繋げる。

調査結果に対する考察

1. 「ケアラー」「ヤングケアラー」の認知度
「知っている」と回答した割合が6割強となっているが、「聞いたことがあるがよく知らない」「全く知らない」と回答した割合は3割半ばとなっている。また年齢層で見ると、70歳以上で知らないと回答した割合が男女とも高い。そのため老老介護など、ケアラーが高齢になるほど、認知度が低く、適切な相談窓口などに繋がらない可能性が高いことが想定される。
2. 「ケアラー」「ヤングケアラー」を知ったきっかけ
テレビと回答した割合が約8割と最も多く、年齢を問わず、日常的に使用している媒体によって知る機会が多い。また、70代以上がテレビ以外だと新聞や広報こしがやを通じた紙媒体から情報を得ていることから、年齢層による特徴的な傾向が見られた。
3. 「家族等のケアで困っている」人の有無
周りに「家族等のケアで困っている」と思われる人が「いる」「過去にいた」「わからない」と回答した割合が約5割であるが、今後ケアラー・ヤングケアラーの認知度が上がることにより、実態を把握する割合が高くなると思慮する。
4. 「家族等のケアで困っている」人への支援意向
家族等のケアで困っている人がいたら、手助けしたいと「思う」と「やや思う」を回答した割合は合わせて8割強となっている。手助けしたいと思う方が多いほど、生活・健康等に支障が出ているなど潜在的に問題を抱えているケアラー・ヤングケアラーを発見する可能性が高くなると思慮する。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

ケアラー・ヤングケアラー自身が相談機関等に助けを求めること、また周りの人が問題を抱えているケアラー・ヤングケアラーの発見等に繋げていくには、まずはケアラー・ヤングケアラーの認知度を高めることが重要である。
埼玉県が実施した同種の調査結果と比較しても、紙媒体・市の広報による周知の余地があると思われるため、各年齢層に応じた媒体を活用した更なる周知を図っていくこととしたい。
また、自身がケアラー・ヤングケアラーであることを認知していないなど様々な状況により、助けを求められない潜在的なケアラー・ヤングケアラーも存在すると思われるため、周知啓発に加え、相談機関が関係機関と連携し、支援に繋げる体制づくりについて庁内横断的な検討に繋げていきたい。

【令和5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	吉葉
防犯対策について				
調査項目（各項目）				
1	自宅の防犯対策			
2	自治会や地域で行われている防犯活動で知っているもの			
3	自宅付近への街頭防犯カメラ設置について			

効果（当初見込み） 市民が実施している防犯対策や、自治会が実施している防犯対策を把握し、市民に求められている防犯対策について把握する。

調査結果に対する考察

(1) 自宅の防犯対策

防犯対策で最も多いものは、「車にドライブレコーダーを設置している」の43.4%で、最も低いものは「窓に防犯フィルムを貼っている」5.0%だった。
一方、「特に行っていない」が18.3%だった。
●様々な対策が行われている一方、「特に行っていない」が2割弱となっており、家庭でできる防犯対策方法についての普及啓発が必要だと考える。

(2) 自治会や地域で行われている防犯活動で知っているもの

防犯活動で最も多いものは、「子ども110番の家」54.3%で、最も低いものは、「防犯講座の開催」2.4%だった。一方で「わからない」が16.6%だった。
●防犯活動の認知度が高くなることにより、体感治安の向上と安全で安心な防犯のまちづくりにつながると考える。また、ながら見守りや防犯パトロールなどの人の目による防犯活動も有効的な取組と考える。

(3) 自宅付近への街頭防犯カメラ設置について

街頭防犯カメラの設置の考え方で、最も多いものは、「安心感が増すので設置してほしい」70.3%で、最も低いものが「プライバシーを保護するため設置しないでほしい」2.7%だった。
●「安心感が増すので設置してほしい」と「気になることはない」が9割以上となり多くの市民が街頭防犯カメラの設置について抵抗感が小さいことが確認できた。一方で、街頭防犯カメラの設置時において、市民のプライバシーの確保が必要だと考える。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

本来、犯罪はあってはならないものだが、犯罪被害にあわないために予防対策を行うことは重要である。安全で安心な防犯のまちづくりの実現のため、家庭（自宅や車など）でできる防犯対策について、更に周知啓発を行っていく必要があると考える。

また、自治会や地域で行っている防犯活動については、実際に活動する自主防犯パトロールや青色回転灯を装備した車両による防犯パトロールの認知度が低い傾向にあった。自主防犯パトロール等は、有効な防犯対策手段と考えていることから、令和5年度中に市ホームページ等において、パトロール活動についての周知を図っていく。また、市民の体感治安を向上し、安全で安心な防犯のまちづくりにするため、街頭防犯カメラの設置は効率的かつ効果的であると考えることから、引き続き検討を行う。

自宅付近への街頭防犯カメラ設置については、肯定的な意見が多かったことを参考にしながら、より効果的な街頭防犯カメラの拡充の検討を行う。

【令和5年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名 (大項目) スポーツ・レクリエーションの実施状況について 課名 スポーツ振興課 記入者名 坪内

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

スポーツ・レクリエーション活動の実施状況についてみると、週1回以上行っている市民の割合は44.4%とこれまで2年連続の減少傾向から、増加に転じる結果となった。コロナ前に習慣的にスポーツを行っていたが、コロナを機にスポーツから遠ざかってしまい、行動制限が解除されてからも、再開せずにいる方も多く、なかなか割合が上向きとならなかったが、市主催の大会や教室、各種スポーツ・レクリエーション関係団体の事業がほぼすべてにおいて通常開催となり、わずかながらではあるが、活動が活発になってきた兆しが見える。男女別では、女性が1.2%増、男性が1.9%減と対照的な結果となった。男性の減少は50歳代での減少幅が非常に大きい。男女ともに昨年比、40代で大きく増、50代で大きく減となっている。若い世代のほうが、活動の再開が活発な結果となっているが、全体的には高齢年代の実施率はまだまだ高い。30歳代～40歳代の実施率が低い構図に変わりはなく、この世代の実施率向上は引き続き、重点的に取り組まなければならない課題である。スポーツ・レクリエーション活動を行っていない理由では、「仕事や勉強が忙しいから」のほか「特に理由はない」が伸びている。また、今後行ってみたいと思うスポーツ・レクリエーション活動でも「特になし」が大きく伸びており、スポーツに興味を示さない人の割合が増加している状況であるようにも感じる。ただ、そのような中でも、ウォーキングだけは伸びが高く気軽に一人でも行える種目は安定した人気がある。

今後の活用 (施策等に生かす方向性)

依然、勤労者世代でのスポーツ・レクリエーション活動の実施状況の低さが目立っていることに加え、若者世代でも活動に消極的な印象を受ける結果だった。また、週1回以上活動する方の割合が増になった一方で、全く活動をしていない割合も増となっており、スポーツをやる人とやらない人に二分化される流れを感じさせる傾向となっている。健康や、体力維持、美容などを目的に活動を行っている方が昨年より増加となっていることから、今後も引き続き、ヨガやキックボクシングエクササイズ、ピラティスなど、市民の要望に沿うような内容の教室、講座を展開していく。また、全く活動をしていない市民については、活動をしていない理由として「特に理由はない」、今後行ってみたいスポーツ・レクリエーション活動として「特になし」という回答の率の高さが目立ったことから、まずはスポーツに対する興味関心を高めるため、遊びの要素を盛り込んだ企画や、スポーツイベント会場に足を運んでもらうための会場づくり、周知方法の検討も必要である。また、来年度はオリンピックの開催もあることから「みるスポーツ」についても引き続き取り組み、企業や団体との連携も図りながら、より多くの市民のスポーツ・レクリエーション活動を始めるきっかけとなるよう、取り組みを進めていく。