

【令和6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	寸田
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					
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。当該項目を定点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35.0%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73.7%と全体の7割強を占めている。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。 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」（56.6%）が最も多く、次いで「交通の利便性がよい」（51.2%）、「生活全般において不足がない」（49.2%）、「自然（水辺空間、農地等）が多く残されている」（27.7%）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5年度（52.8%）から1.6%減少、令和4年度（70.9%）からは19.7%減少しており、交通便利性を市の魅力と感じている市民の割合は大きく減少している。「日常生活における買い物が便利」は性別でみると男性（52.5%）に比べ、女性（60.6%）が高い。また、年齢別においては全年齢層で5割以上を占めており、年齢を問わず魅力と感じる要素であることが分かる。 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」（29.3%）、「余暇を楽しむことができる施設・スポットがある」（20.4%）、「日常生活において不足がない」（16.3%）、「自然（水辺空間、農地等）が多く残されている」（12.7%）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（買い物がしやすい、交通便利性が良い等）の満足度が本市の愛着に最もつながっていると考察される。一方で、自然環境や余暇を楽しめるスポットなど、日常生活の快適さ・暮らしやすさ以外の項目からも一定程度の愛着が生まれており、市内外への情報発信においては、こうした項目を組み合わせ、幅広い視点で実施していくことが求められると考えられる。					
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する。					

【令和6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	齋藤・蓮見・浦野
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』					
3 市政情報を得る手段として『活用したことがあるもの』					
4 広報こしがやの感想					
5 広報こしがやのわかりにくい点					
6 紙媒体の広報の必要性及び配布方法					
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（自治体広報紙アプリマチイロを含む）が51.7%で最も多く、越谷市公式ホームページ6.8%、越谷cityメール配信サービス5.1%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79.2%で最も多く、次いでホームページ47.9%、越谷cityメール15.7%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46.5%（複数回答）で最も多く、ホームページ38.2%、越谷cityメール12.7%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・活用度ともに高いことが分かる。 また、問12において、広報こしがや（自治体広報紙アプリマチイロを含む）の次に多い、特に情報は得ていない17.8%のうち、18～29歳の女性は47.6%、同男性が38.5%で、70歳以上では男女ともに12%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19.8%と、おおむねわかりやすい57.9%を合わせた『わかりやすい』は77.7%で、令和5年度の80.3%を2.6ポイント上回った。一方でわかりにくいところがある4.3%と、わかりにくい0.4%を合わせた『わかりにくい』は4.7%で、令和5年度の4.3%を0.3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、情報が多すぎるが42.6%（複数回答）で最も多く、文字が多すぎる、図が少ない37.0%、情報が不足している25.9%と続く。令和5年度最も多かった記事の配置の指摘については、伝えたい記事を紙面の前半部分に大きく配置したことや、囲み記事の数を減らしたことで14.4ポイント改善したと考えられる。情報が多すぎるという指摘が増えた原因の一つとして、前半に特集記事を集中させたことで視覚的に情報量が多く見えてしまうことが考えられる。また、文字が多すぎる、図が少ない及び情報が不足しているという指摘が依然として高い割合であることから、わかりやすい紙面の確立に向けて継続した課題である。					
今後の活用（施策等に生かす方向性）					
広報こしがやについては、市政情報への関心が薄い若年層へのアプローチと、わかりやすさの向上が必要である。若年層へのアプローチの一つとして、今年度よりシティプロモーションと市の施策等を編集した特集記事を掲載しており、若年層にも読んでもらえる広報紙の作成に引き続き努める。また、紙面のわかりにくい点として、「情報が多すぎる」、「文字が多すぎる」という一方で、「情報が不足している」という指摘もあることから、視覚的にわかりやすく、市民に伝わる広報紙の作成に取り組む。 ホームページについては、市政情報を速やかに知ることができるツールとして、各SNS等を活用し掲載ページを周知するとともに、わかりやすい情報掲載に努め、利用率の向上を図る。 LINEやX（旧Twitter）等の各SNSについては、市政情報の入手先としては低い割合だが、若年層の利用が多いことから、メディアの特性に沿った情報発信を行う。 調査結果から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、市政情報をよりわかりやすく市民に届けていく指標として活用を図る。					

【令和6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
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、鉄道は約9割の方が、バスは約5割の方が、タクシーは約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、無回答の比率が増加している。 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7割半ば、バスが約4割、タクシーが約4割となっており、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付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6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	福田
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割となっており、平成25年の景観計画策定後、満足度が向上している。 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。 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、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」を継続し、これまでに登録された「こしがや景観資源」を活用した情報の発信等に取り組むことで、市民の景観に対する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6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	前田
地場農産物や地産地消について					
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				
3					
4					
5					
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」が調査において50%以上の認知を得ており、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」「小松菜」を購入したことがあると答えた割合が50%を超えており、消費に関する重要品目であることが見て取れる。また、この3品目において、「市内スーパーマーケット」「農産物直売所」で購入したことがあると答えた割合は多く、日常的に消費している農業特産物であることが考えられる。購入場所について「市民まつりなどイベント」では、「太郎兵衛もち」が最も多くなっており、地域のイベントに根付いた品目であることが推察される。					
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。 また、「山東菜」「太郎兵衛もち」「チューリップ」において、特に若い世代の認知度が低く10%を下回るものもあった。したがって、若い世代の認知度向上へ向け、SNS等を活用したプロモーションを検討したい。					

【令和6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	尾崎
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					
「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」「越谷市公式ホームページ」等が続いている。 「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20.7%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。 「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」「パンフレットの配布」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。					
今後の活用（施策等に生かす方向性）					
「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。 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。					

【令和6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」（3.7%）と「どちらかといえば参加したい」（30.7%）を合わせた3割半ば（34.4%）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」（44.8%）と「参加したくない」（17.5%）を合わせた6割強（62.3%）の方が「参加したくない」となっており、令和5年度と概ね同様の傾向となっている。

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、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6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
駅周辺における放置自転車について					
調査項目（各項目）					
1	放置自転車の現状認識				
2	市内各駅周辺における放置自転車対策の『知っているもの』・『感じていること』				
3					
4					
5					
効果（当初見込み）		調査結果に基づき、啓発活動など、今後、行うべき対策についての検討材料とする。			
調査結果に対する考察					
市内各駅周辺の放置自転車の現状認識については、「放置自転車はない」が29.3%と最も多く、放置自転車対策により駅周辺の環境が良好な状況にあることが分かる。 しかしながら、次いで多かった「放置自転車はあるが、通行の妨げになっていない」（28.4%）及び「通行の妨げになると感じることもある」（19.6%）は、歩道あるいは車道に放置自転車があるという認識を48%の方が持っていることと捉えることができる。したがって、引き続き、放置自転車対策を行っていくことが重要である。 また、「放置自転車はあるが、通行の妨げになっていない」が、男性18～29歳・30歳代（43.6%・39.4%）で多く、全体を10ポイント以上上回っているが、通行の妨げになっていなければ、自転車を歩道や車道に放置してもよいという認識が放置自転車を発生させる一因になる可能性もある。そのため、例え一時的で、自分にとっては通行の妨げになっていないように感じられない場合でも、子どもや高齢者、障害がある方にとっては安全に通行できない場合があり、災害時の避難行動や緊急車両の救助活動を妨げる恐れもあるため、歩道や車道に自転車を放置してはならないことを継続して周知していくことも、必要であると考えられる。 市内各駅周辺における放置自転車対策の認知度について、『知っている』は「トラックによる撤去及び移送」（64.7%）が最も多く、次いで、「自転車等誘導員の巡回」と「看板の設置」（ともに64.1%）となっており、放置自転車を移送するトラックの車体に「放置自転車移送中」の横幕を取り付けていることを含め、各駅周辺に配置している誘導員や放置自転車等整理区域を表示した看板等が、多くの人に認知されていることが分かった。 また、放置自転車対策について『感じていることは』、すべての対策で「対策は十分で、継続する必要がある」が最も多くなっていることから、現在行っている放置自転車対策に関し、市民の一定の理解を得ており、継続が望まれていることが分かった。					
今後の活用（施策等に生かす方向性）					
放置自転車が全国的に社会問題化され、昭和55年に「自転車の安全利用の促進及び自転車等の駐車対策の総合的推進に関する法律」が制定された。本市においても昭和57年度に施行した「越谷市自転車等の駐車秩序に関する条例」に基づき、放置自転車等整理区域を指定し、放置自転車の防止に努めてきた。 条例に基づく撤去のほか、誘導員による自転車利用者への直接的な声掛けやカラーコーン等の設置により、駅前の放置自転車は減少し、放置自転車の撤去台数についても年々減少傾向にある。しかしながら、店舗前等を中心に撤去に至らない一時的な放置自転車は依然として発生しており、市民からの苦情もある。 今回の調査により、市が行う様々な放置自転車対策が市民に認識されており、一定の理解が得られてきていることが分かった。同時に、継続の必要性が求められていることを踏まえ、今後も放置自転車対策は、より効果的な対策となるよう内容を見直しつつ、継続して実施し、駅周辺の環境悪化を防止する。 また、1台の放置自転車が次々に放置自転車を誘発する場合もあるため、短時間及び一見通行の妨げになっていない自転車の放置についても、歩行者や車両の通行の支障となることを広報紙等で周知し、自転車利用者のマナーの向上を図る。					

【令和6年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	環境政策課	記入者名	高橋
環境政策について				
調査項目（各項目）				
1 環境や環境の取組への関心度				
2 関心がある環境の取組				
3 「脱炭素社会」の認知度				
4 脱炭素社会の実現への取組意向				
5 脱炭素社会の実現に取り組みたくない理由				
6 脱炭素社会の実現につながる行動の実践状況				
効果（当初見込み）	令和7年度中に予定している環境管理計画の中間見直しの参考とし、計画に反映する。 環境省に申請予定の「地球脱炭素移行・再エネ推進事業計画（重点対策加速化事業）」の成果指標に見込む。			
調査結果に対する考察				
1. 環境や環境の取組への関心度・関心がある環境の取組 環境や環境の取組への関心度については、「関心がある」と「ある程度関心がある」を合わせた『関心がある』が7割弱となっており、関心のある項目は、「ごみの減量・リサイクル」が約7割、次いで「地球温暖化対策」が6割半ばとなっている。特に、18～29歳の若年層の関心度が低い傾向が見受けられた。 2. 「脱炭素社会」の認知度 認知度については、「言葉も意味も知っている」「言葉は知っているが、意味はよく分からない」を合わせた『言葉を知っている』は8割半ばとなっている。一方で、言葉の意味を認識していない割合は約6割となっている。また、「言葉も意味も知っている」割合は、男性全体で48.8%、女性全体で26.9%になっており、特徴的な傾向が見られた。 3. 脱炭素社会の実現への取組意向と取り組みたくない理由 取組意向については、「積極的に取り組みたい」と「ある程度取り組みたい」を合わせた『取り組みたい』は8割半ばとなっている。一方で、取り組みたくない理由については、「地球温暖化への対策としてどれだけ効果があるのかわからない」が4割半ば、「どのような基準で選択し、どのように取り組めばよいか情報が不足している」が約4割となっており、行動変容を促進するような情報発信が必要であると推察される。 4. 脱炭素社会の実現につながる行動の実践状況 「レジ袋等の使用量を削減するため、買い物にはマイバッグやかごを持参する」と「ごみの正しい分別や資源のリサイクルを積極的に行う」が約8割、「食べ残しを減らす」と「こまめな消灯やエアコンの設定温度の適切な管理など、省エネ・節電行動をとる」が7割半ばとなっており、日常生活においては環境に配慮した行動を実践している傾向がうかがえる。一方で、太陽光発電パネル等の設置やEV・PHEVへの乗り換え等の導入費用が伴う行動は1割に達してなく、普及していない現状が見受けられる。				
今後の活用（施策等に生かす方向性）				
環境を保全するためには、行政だけでなく、市民や事業者が環境問題を自分自身の問題として認識し、自ら考え、環境に配慮した行動が実践されることが肝要である。 今後、環境への関心度や脱炭素社会の認知度の向上を図るとともに、脱炭素社会の実現につながる行動が実践されるよう、市民や事業者に向けて情報発信や普及啓発に努めていく。 また、本調査結果の傾向を踏まえながら施策等を検討し、環境管理計画の中間見直しの参考とする。				

【令和6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

成田

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5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50.9%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44.7%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4.2ポイント増加しており、過去の調査ごとに増加している傾向にある。

関心のある人権問題としては、「女性の人権問題」と「インターネット上における人権問題」42.6%と最も多く、次いで「高齢者の人権問題」「障がい者の人権問題」「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、「大規模災害時の避難生活などにおける人権問題」が5.7ポイント、「障がい者の人権問題」が3.8ポイント、「北朝鮮当局による拉致問題」が2.2ポイント、「同和問題（部落差別）」が1.9ポイント増加している。が4.2ポイントそれぞれ減少している。

日常生活の中で人権侵害を感じたことが「ある」と回答した方は約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が、「ない」は調査ごとに増加傾向にある。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52.5%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。

また、今回調査において「大規模災害時の避難生活などにおける人権問題」が増加した背景には令和6年1月に発生した能登半島地震の影響があるものと考えられるほか、「こども基本法」が施行された令和5年度調査において増加した「子どもの人権」が、今年度は減少に転じるなど、社会情勢に連動して市民の関心が左右される傾向が見られる。人権問題は多岐に渡ることから、こうした社会の動きに即した啓発の方法についても検討する。

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6年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）		課名	人権・男女共同参画推進課	記入者名	成田
男女共同参画について					
調査項目（各項目）					
1 子どもに対する「教育・しつけ」で大切だと思うこと（男の子・女の子）					
2 ドメスティックバイオレンス（DV）の経験					
3 ドメスティックバイオレンス（DV）を受けたことについての相談状況					
4 ドメスティックバイオレンス（DV）について相談した人（場所）					
5 ドメスティックバイオレンス（DV）について相談しなかった理由					
6 性的少数者の人たちが暮らしやすくなるために必要な取組					
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）については令和3年度、（6）については令和2年度、それぞれ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。 1. 男の子と女の子の教育・しつけにそれぞれ大切なこと 「責任を持たせる」「独立心をもたせる」「忍耐力を養う」が、男の子が女の子をそれぞれ13.5ポイント、5.6ポイント、8.3ポイント上回っており、「やさしさや思いやりをもたせる」「礼儀作法を身につける」「身の回りのことができるようにする」「男の子・女の子らしく育てる」が、女の子が男の子をそれぞれ8.8ポイント、7.7ポイント、4.2ポイント上回っている。子どもの性別により異なる結果が現れていることから、無意識のうちに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、男の子に関して「礼儀作法を身につける」と「身の回りのことができるようにする」は調査ごとに増加傾向にあるなど、子どもに対し「男らしさ」「女らしさ」を植えつけないようにする意識は少しずつ広がっていると見られる。 2～7. 配偶者等からの暴力について DVを受けた経験について、いずれの暴力についても「あった」と回答した人の割合は減少している。しかし「性的暴力」「経済的暴力」については、「あった」の割合が減少しているにもかかわらず「まったくない」の割合も減少している。 相談の有無について、「相談した」人の割合は前回調査から6.2ポイント増加、「相談しようとは思わなかった」人の割合は10.4ポイント減少し、DV被害を一人で抱え込む必要はないという認識が広まりつつあると考えられる。しかし、「相談した」人の割合は女性が男性を28.5ポイント上回り、「相談しようと思わなかった」は男性が女性を24.3ポイント上回っており、依然として男性が相談につながることの難しさがあることがうかがえる。 相談先については家族・親せき、警察署、越谷市女性・DV相談支援センターの割合が、それぞれ5.3ポイント、1.9ポイント、2.6ポイント増えている。全体から見た割合は多くはないが、警察や公的な相談窓口についての周知は進んできたと考えられる。 相談しなかった・できなかった理由として、半数が「相談するほどのことではないと思ったから」と回答しているが、前回調査から「自分さえ我慢すれば…」が10.4ポイント、「自分に悪いところがあると思ったから」が4.5ポイント、「他人を巻き込みたくないから」が2.6ポイント、「恥ずかしくて誰にも言えなかったから」が4.1ポイント、「思い出したくないから」が3.34ポイント上昇している。全体的にDV被害が「あった」と回答した人は減っているが、「自分が我慢すればいい」「自分に悪いところがある」と考え被害が潜在化している可能性が考えられる。 また、「誰（どこ）に相談してよいかわからなかった」と回答した人の割合が減少した一方、「相談をしたことがわかると仕返しを受けたりすると思った」「相談窓口担当者の言動により不快な思いをと思った」割合が増加しており、相談体制の充実とともに、相談窓口に対する信頼の確保が重要である。 8. 性的少数者の人たちが暮らしやすくなるために必要な取組について LGBTQなどの性的少数者の人たちが暮らしやすくなるために必要な取組については、「学校教育の充実」が46.3ポイントと最も多く、次いで「法令の制定や制度の見直し」、「市民向けの啓発（情報誌、講座など）」、「性的少数者の人たちが集える場」「性的少数者についての電話や面接相談」の順となっている。 前回調査と比較し、「性的少数者の人たちが集える場」が1.3ポイント、「性的少数者についての電話や面接相談」が0.9ポイント上昇しており、啓発に加え、性的少数者の当事者に対する支援についても充実させる必要がある。					
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。 ・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。 ・性的少数者に対する理解促進や事業計画の参考資料として活用する。					

【令和6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	記入者名	須賀
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		令和6年度を始期とする第2次計画においても、本市における実態等を踏まえる資料として、本調査結果を掲載した。 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					
本調査は、市民の自殺（自死）に対する意識の変遷を継続的に評価する指標として重要な調査と考えている。 「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6年度は「はい」が34.8%（令和2年度15.7%、令和4年度30.5%）と調査ごとに増加傾向にあることから、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られていることが推察される。 「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6年度は「はい」が17.5%（令和2年度18.0%、令和4年度14.9%）と前回調査に比してやや増加傾向にあること、「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」との問いに対し、「誰にも相談しないと思う」との回答が直近3回の調査と同様に約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。					
今後の活用（施策等に生かす方向性）					
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」の調査結果及び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踏まえ、第2次計画を推進していく。					

【令和6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	内田
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				
4					
5					
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					
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」（80.2%）が最も多く、次いで、「休日当番医制度」（76.4%）、「埼玉県救急電話相談（＃7119）」（57.2%）、「埼玉県AI救急相談」（18.0%）となった。 夜間急患診療所については、18～39歳の男性で「知らない」と回答した方が71.7%、18～39歳の女性で「知らない」と回答した方が59.5%と、認知度が低い結果となった。そのため引き続き、若者や子育て世代をターゲットに周知活動を行う必要がある。 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」（50.3%）が最も多く、次いで「広報こしがや」（38.2%）、「越谷市公式ホームページ」（34.0%）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。 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」（44.3%）が最も多く、「医療従事者の確保」（37.9%）、「休日当番医制度」（31.2%）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。					
今後の活用（施策等に生かす方向性）					
令和6年中の越谷市内の救急出動件数は20,070件で、前年の19,578件と比べ492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は8,437人で、この人数を昨年と比較すると8人増加であり、ほぼ横ばいとなった。引き続き、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。 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。 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。					

【令和6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	介護サービスの利用時に事業・事業所・従事者に求めるもの				
2					
3					
4					
5					
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 介護サービスの利用時に事業・事業所・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37.7%と最も多く、次いで「どちらでもよい」が30.2%、「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27.8%となった。 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59.0%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27.0%、「感染対策に力を入れている」が6.4%の順となった。 職員の資質については、「利用者の話をしっかり聞く」が57.5%と最も多く、次いで「介護の経験が豊富」（26.2%）、「身だしなみ、言葉づかいがしっかりしている」（8.8%）の順となっている。 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。					
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取り巻く環境に対し、単に人材の量的な確保だけではなく、育成支援や研修等による資質の向上も同時に求められている。 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、介護人材フェア（介護フェスタ）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6年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）		課名	生涯学習課	記入者名	土肥
芸術文化活動について					
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ない理由				
4					
5					
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。令和4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 日常的に実施している芸術文化活動 令和4年度調査と比較し、音楽・美術・演劇・文学・写真・舞踊のいずれも日常的に実施している割合が減少しており、実施していない割合が増加している。 一方では、新型コロナウイルス感染症の流行を境に生活様式の変化もあり、芸術文化活動以外の活動を行っている（又は再開した）ことも推察されるが、引き続き、芸術文化活動を実施していない方に対し、観覧の機会や自らが芸術文化活動に取り組む契機となるような芸術文化に触れ合う場として、市が主催する芸術文化活動があることを広く周知する必要があると考える。 2 市が主催する芸術文化活動の認知度・参加状況 「参加（出演、出展、観覧、応募）したことがある」と「知っているが、参加（出演、出展、観覧、応募）したことがない」を合わせた『知っている』が、令和4年度調査と比較し、すべての芸術文化活動で6ポイント以上増加していることから、認知度が着実に向上していることが見て取れる。 一方、参加状況も増加しているとはこの調査だけでは判断しかねることから、引き続き各年度の実績値を注視するとともに、来場者アンケートを活用し、市が主催する芸術文化活動そのものの事業内容のブラッシュアップを図り、参加者（出演者、出展者、応募者）の増加につなげる必要があると考える。 特に、越谷市県展記念作品展については、出展要件が埼玉県美術展覧会（県展）に入選した市民の作品であることから、募集要項配架・ポスター掲示を関係各所に依頼する際に、県展と越谷市県展記念作品展との関連を記したポップを制作し併せて配付するなど、県展への出品人口の増加を図る必要がある。また、各年度、開催時期までの期間が短いことから、効果的な事業PRの手段を引き続き検討する必要があると考える。 3 市が主催する芸術文化活動に参加しない理由 「事業そのものに興味・関心がない」及び「事業に参加する時間がない」がそれぞれ2割弱を占めており、令和4年度の調査結果における回答とそれほど変動がないことが見て取れる。 「事業に参加する時間がない」方にとって、日常生活で時間が取られ、芸術文化活動に時間を割きにくい状況は変わりないことが推察されるものの、「事業そのものに興味・関心がない」方と共に、思わず事業に参加したくなるような、興味・関心を引く事業PRや事業内容のブラッシュアップを引き続き検討する必要があると考える。					
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の遂行及び第4期越谷市教育振興基本計画の策定にあたり、今回の調査結果を踏まえた課題を施策の展開に生かす。また、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6年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	生涯学習課	記入者名	細井
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				
2 経験した生涯学習活動				
3 生涯学習活動を生かしているか				
4 生涯学習活動を生かしている分野				
5 開催してほしい講座・教室				
効果（当初見込み）	生涯学習活動の状況を把握し、生涯学習のより一層の推進を図る。 平成18・22・26・27・31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 生涯学習活動を『経験した』が28.6%であり、令和元年度調査と比較すると10.3ポイントの減であった。新型コロナウイルスの影響により、活動機会が減少してしまったことが原因と考えられるため、より一層、学習機会の充実を図り、生涯学習活動の推進に取り組む必要があると考えている。 2 経験した生涯学習活動 『健康・スポーツ』が57.2%、『趣味的なもの』が42.7%と続いており、令和元年度調査と比較すると、今回の調査結果と同じ順位である。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する。趣味的要素が強い項目が上位を占めているが、『地域活動』、『育児・教育』などの項目における学習環境を整えることも重要であると考えている。 3 生涯学習活動を生かしているか、4 生涯学習活動を生かしている分野 『生かしている』が38.7%であり、令和元年度調査と比較すると2.5ポイントの減であった。学習活動を通じて身に付けた知識・技術・経験を生かしている分野については、『文化・スポーツ活動』が令和元年度調査と同様に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。ライフステージ・ライフスタイルに応じた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することができる環境づくりが課題である。 5 開催してほしい講座・教室 『健康・スポーツ』が43.9%、『趣味的なもの』が32.4%と続いている。令和元年度調査と比較すると、今回の調査結果と同じ順位であるが、ほとんどの項目で数値が減少しており、新型コロナウイルスの影響により生涯学習全般においてニーズが低下してしまったと考えられる。				
今後の活用（施策等に生かす方向性）				
第4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、より一層の生涯学習の推進を図る。				

【令和6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	池田
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					
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43.9％と概ね昨年と同様の傾向となった。 男女別では、女性が1.9％減、男性が2％増と対照的な結果となった。昨年度は女性が1.2％増、男性が1.9％減であったため、昨年度との比較においても対照的である。 年齢別では、男女とも18～29歳の実施率増が顕著で、昨年度は男女ともに70歳以上の実施率が最も多かったが、今年度は男女ともに18～29歳の実施率が最も多い結果となり、若い世代の活動が活発になってきていることが伺える。30歳代～40歳代の実施率が（特に女性で）低い構図には変わりないが、男性においては昨年度から微増となっており、引き続き実施率向上に向け取り組みたい。 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、依然として「仕事や勉強が忙しいから」が最も多く、昨年度から比べても増えており、30歳代～40歳代の実施率の低さを表している。休日に手軽にスポーツ・レクリエーションに触れられる環境の構築が課題である。 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」が依然として伸びており、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は変わらない。いかに興味・関心を高めていくかも課題である。					
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が、反対に、若者世代の実施状況の高さも印象に残る結果だった。週1回以上活動する人とまったく活動をしていない人の二極化の傾向は変わらない。美容、肥満解消、運動不足解消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、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昨年同様「特になし」という回答率の高さが目立ったことから、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、周知方法の検討等が引き続き必要である。さらに、今年度越谷アルファーズがB1昇格を果たし、次年度のホームゲーム開催数が今年度以上に増える見込みとなっていることから、「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。					