

【令和7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	仁位
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 地域との関わり方			
4 ブランドメッセージ「水遊都市KOSHIGAYA」の認知度			
5			
効果（当初見込み）	<p>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。</p>		
調査結果に対する考察			
<p>問10「越谷市への愛着」及び問10-2「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。</p>			
<p>「愛着がある」と回答した方が36.5%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76.6%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」の項目は男性40歳代（85.2%）が8割半ばで最も多く、女性18～29歳（83.2%）、30歳代（83.3%）も8割強となっている。</p>			
<p>また、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」（59.0%）が最も多く、次いで「交通の利便性がよい」（53.3%）、「生活全般において不足がない」（48.6%）、「自然（水辺空間、農地等）が多く残されている」（29.7%）、「余暇に楽しむことができる施設・スポットがある」（21.5%）の順となっており、過去2回の調査と比較すると、概ね同様の傾向となっている。</p>			
<p>地域との関わり方において、住んでいる地域をより魅力的にするために貢献したいと思うかについて尋ねた。</p>			
<p>「どちらともいえない」と回答した方が35.9%と最も多く、「大いに貢献したい」「貢献したい」「やや貢献したい」を合わせた『貢献したい』については58.0%と全体の6割弱となっている。</p>			
<p>ブランドメッセージ「水遊都市KOSHIGAYA」の認知度において、ブランドメッセージ「水遊都市KOSHIGAYA」を策定し、市の魅力を発信していることを知っているかについて尋ねた。</p>			
<p>「知らない」と回答した方が56.4%と最も多く、「よく知っている」「知っている」「まあまあ知っている」を合わせた『知っている』については43.0%と4割強となっている。</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（買い物がしやすい、交通利便性が良い等）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。ブランドメッセージ「水遊都市KOSHIGAYA」の認知度においては積極的に地域と関わりができるような情報発信を実施していくことが求められると考えられる。</p>			
今後の活用（施策等に生かす方向性）			
<p>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ができるような市内外に向けた情報発信の必要性がある。</p>			
<p>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。</p>			

【令和7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 浦野・齋藤

広報について

調査項目 (各項目)

- 1) 市政情報の入手先
- 2) 広報こしがやをどのように入手しているか
- 3) 広報こしがやのわかりやすさ
- 4) 広報こしがやで興味をもった記事は何ですか
- 5) 広報こしがや等が役立ったことがあるか
- 6) 役立った理由

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することで、情報を届けたいターゲットに向けて、より戦略的な発信ができる。
また、市民が市政情報を得て、まちづくりに関心を持つことで、行政サービスの活用や、まちづくりへの参画を促す効果が見込める。

調査結果に対する考察

問13「市政情報の入手先」は、「広報こしがや」(63.3%)が最も多く、次いで「SNS 市公式アカウント(X、LINE、Instagram、YouTube、越谷cityメール配信サービス)」(15.0%)、「越谷市公式ホームページ」(14.6%)、「テレビ広報番組」(2.3%)、「ラジオ広報番組」(0.4%)の順となっている。一方、「特に情報は得ていない」(22.6%)は2割強となっている。

過去2回の調査と比較すると、「広報こしがや」は令和6年度(51.7%)と比べ11.6ポイント増加し、突出する傾向が続いている。「SNS 市公式アカウント(X、LINE、Instagram、YouTube、越谷cityメール配信サービス)」「越谷市公式ホームページ」も令和6年度(9.7%、6.8%)と比べ5ポイント以上増加している。

問13-2「活用されている「広報こしがや」の媒体」は、「紙面」(88.3%)が最も多く、次いで「無料配信サービス「マイ広報紙」」(7.4%)、「越谷市公式ホームページ」(6.9%)、「アプリ「マチイロ」」(0.5%)の順となっている。

以上のことから、広報こしがやは市政情報の入手先として多くの方が必要としており、中でも紙媒体を必要としている割合が多いということがわかる。ポスティングされることで受動的に受けられる紙の広報こしがやは、日常生活において情報を入手するのに手軽であるため、活用している割合が多くなっているものと推察される。

問14「「広報こしがや」のわかりやすさ」は、「わかりやすい」(13.8%)と「おおむねわかりやすい」(46.5%)を合わせた『わかりやすい』(60.3%)は約6割となっている。

一方、「わかりにくいところがある」(4.3%)と「わかりにくい」(1.7%)を合わせた『わかりにくい』(6.0%)は1割未満となっている。

問15「「広報こしがや」で興味をもった記事」は、「医療・健康」(48.5%)が最も多く、次いで「行政サービス(各種相談、支援制度、申請手続きなど)」(39.7%)、「グルメやイベントなど」(30.1%)、「重要な地域課題や市内で活躍する団体・企業など(特集)」(19.5%)、「越谷アルファーズや郷土力士の活躍などのスポーツの魅力」(16.2%)の順となっている。

問16「「広報こしがや」等が役立ったことがあるか」については、「やや役に立った」(32.1%)が最も多く、次いで「役に立った」(27.5%)、「役に立ったことはない」(10.5%)、「とても役に立った」(3.6%)の順となっている。「とても役に立った」「役に立った」「やや役に立った」を合わせた『役に立った』(63.3%)は6割強となっている。

問16-2「「広報こしがや」等が『役に立った』理由」は、「子育てや健康・医療などの暮らしに役立つ情報を知ることができた」(57.1%)が最も多く、次いで「行政情報(行政運営・行政サービス)について知ることができた」(44.9%)、「スポーツやグルメ、イベントなどの地域の魅力について知ることができた」(42.8%)、「地域の課題や課題解決に取り組む人や団体・企業について知ることができた」(18.7%)、「地域のイベントや会議、講座に参加するなど行動が変わるきっかけになった」(16.6%)の順となっている。

以上のことから、広報こしがやが市政情報の入手先として広く活用されており、実際役に立っている実績があることがわかる。一方で、紙面がわかりにくいと感じている方も1割未満いることから、よりわかりやすい情報発信が求められていることがわかる。

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層へのアプローチと、わかりやすさの向上が必要である。特に若年層には、紙媒体だけでなくSNSやアプリでの情報発信も有効と考えられるため、必要に応じて媒体を使い分けることで、情報の訴求力を向上させたい。紙面について「わかりにくい」という指摘の原因を精査し、より視覚的にわかりやすく手に取りやすい広報紙の作成に取り組む。

ホームページやSNS等による情報発信については、広報紙と比較すると市政情報の入手先としては低い数値だが、多くの情報を掲載できることや、速やかに届けられることといった媒体の特性を活かして、今後も情報発信を行う。

【令和7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)の利用頻度
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、バスが約5割、タクシーが約5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7年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目) 景観(風景)について 課名 都市計画課 記入者名 福田

- 調査項目(各項目)
- 1 お住いの地区の景観(風景)の満足度について
 - 2 良い景観(風景)のまちをつくるために行政に望むこと
 - 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」が約5割、「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、これまでに蓄積した「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7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」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2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、広報こしがやにおける農産物特集や読者クイズの景品として市内農業団体による農産物の提供を実施しており、市民の認知度及び興味関心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%を下回っている。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7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	<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」「越谷市公式ホームページ」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20.8%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」「SNS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7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」（4.2%）と「どちらかといえば参加したい」（32.6%）を合わせた3割半ば（36.8%）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」（44.4%）と「参加したくない」（15.9%）を合わせた約6割（60.4%）の方が「参加したくない」となっており、令和6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7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7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7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	小西
自治会への加入状況について				
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 自治会に加入していない理由				
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 自治会を脱退した理由				
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」と回答した方が約3割となっており、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35.4%、「住んでいるマンションなどに自治会がない」が32.6%、「仕事や家事が忙しくて時間がない」が28.9%、「自治会に加入するメリットがわからない」が27.0%、「班長や役員などを引き受けたくない」が22.0%、その他「近所付き合いがわずらわしい」、「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（金銭的負担が大きい）」、「自治会の活動内容がわからない」、「参加したい活動がない」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、さら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>				

【令和7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
ひきこもりについて				
調査項目（各項目）				
1	あなた自身、またはご家族の中に、仕事や学校等に行かず、家族以外の人と交流をほとんどしない等、『ひきこもり』の状態に当てはまる人がいますか			
2	（いる方は）年齢			
3	（いる方は）期間			
4	（いる方は）相談の状況			
5	ひきこもりに悩む方への支援として、どのようなものがあると良いと思いますか			
6	ひきこもりの相談窓口を知っていますか			
効果（当初見込み）	調査結果に基づき、周知方法や支援体制など、今後、行うべき対応等について、検討材料とする。			
調査結果に対する考察				
<p>国は、ひきこもり支援の充実と推進を求めており、その具体的な実施事業の一環として、ひきこもりの実態調査が示されている。本調査は、本市におけるひきこもりの実態に関する初めての調査である。</p> <p>令和4年の内閣府調査では、全人口の約2%がひきこもり状態にあると推計されているのに対し、本市の調査結果では約5.8%がひきこもり状態に当てはまるとの結果であった。国の調査結果に比して約2.9倍となり、ひきこもり状態に該当する人が多いことが推察される。</p> <p>ひきこもり相談窓口の認知度については、本市では、こころの健康支援室、生活自立相談よりそい、青少年課（青少年相談室）の3箇所を明確化しているが、認知度はいずれも7～10%程度と低い水準にとどまっていることが確認できた。認知度の低さから、支援が必要な市民が相談窓口の存在を知らないために適時適切なサポートが受けられていないことが想定されるため、市民や関係機関等への周知、広報活動を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）				
ひきこもり支援における国の動向を注視するとともに、本市では令和8年4月から「ひきこもり地域支援センター『がやほっと』」を設置し、ひきこもり支援の周知及び実態に即した支援策の実施に活用していく。				

【令和7年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目） 環境政策について	課名 環境政策課	記入者名 山本
調査項目（各項目）		
1 環境や環境の取組への関心		
2 関心がある環境の取組		
3		
4		
5		

効果（当初見込み） 市民の環境への関心度や関心がある取組の傾向を把握することで、現在取り組んでいる施策の効果を検証するとともに、今後の施策の参考とする。

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』が約7割となっており、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。また、「気候変動の影響への対処（熱中症対策等）」の関心度も6割半ばと高く、令和6年度と比較して、2.8ポイント増加してしている。近年、深刻な猛暑や豪雨などが発生しているほか、台風をはじめとした自然災害の頻発化・激甚化など、市民生活への影響も懸念されていることから、関心度が高まっていると推察される。

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。
「地球温暖化対策」や「気候変動の影響への対処（熱中症対策等）」など、関心度が高い項目については、引き続き、周知・啓発に取り組んでいく。一方で、関心度が2割半ばと他の項目と比較して低かった「生物多様性の保全と回復」については、市民の興味関心が向上するよう、先進事例の情報収集を行いながら取組を検討する。
今後、更なる環境への関心度の向上が図れるよう、情報発信や普及啓発に努めていく。

【令和7年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目） 環境政策について	課名 環境政策課	記入者名 山本
調査項目（各項目）		
1	「脱炭素社会」の認知度	
2	脱炭素社会の実現への取組意向	
3	脱炭素社会の実現に取り組みたくない理由	
4	脱炭素社会の実現につながる行動の実践状況	
5		
効果（当初見込み）	市民の脱炭素社会への取組意向や行動の実践状況等の傾向を把握することで、現在取り組んでいる施策の効果を検証するとともに、今後の施策の参考とする。	
調査結果に対する考察		
<p>1. 「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50.0%、女性全体で27.7%となっており、昨年度と同様に特徴的な傾向が見られた。</p> <p>2. 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かわからない」、「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割となっていることから、引き続き行動変容を促進するような情報発信が重要であると推察される。</p> <p>3. 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、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割半ばとなっており、「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」が約7割半ばとなっているなど、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割に満たないため、実践することが困難な状況が見受けられる。</p>		
今後の活用（施策等に生かす方向性）		
<p>脱炭素の推進には、市民・事業者・行政が一体となって取り組んでいくことが肝要であり、再生可能エネルギーの活用や省エネ技術の普及など、市民や事業者の行動変容を促していくことが必要だと考えている。</p> <p>そのため、太陽光発電パネル等の設置や、EV・PHEVへの乗り換えなど、導入費用が伴う行動に対しては、引き続き、「ゼロカーボン推進補助金」を交付するなど助成を行っていく。</p> <p>また、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。</p>		

【令和7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	鎌形 裕介
人権全般に関する意識について				
調査項目（各項目）				
1 基本的人権の意識				
2 一人ひとりの人権意識の変化				
3 関心のある人権問題				
4 人権侵害の有無				
5 人権侵害と感じたこと				
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6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52.3%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42.7%と最も多く、「非常に高くなっている」を合わせた「高くなっている」は5割半ばとなっている。前回の調査と比較すると、概ね同様の傾向となっている。				
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」が45.0%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」「こどもの人権問題」の順になっている。過去2回の調査と比較すると、「エイズやハンセン病等感染症患者の人権問題」（6.8%）は調査ごとに減少しており「こどもの人権問題」（37.7%）、「LGBTQなど性的少数者の人権問題」（18.4%）も減少傾向となっている。				
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1割半ば、「ない」は6割弱となっており、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」（50.4%）が最も多く、次いで「職場において、不当な待遇や上司の言動を受けた」（42.0%）の順となっている。				
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、前回調査において能登半島地震の影響を背景に「大規模災害時の避難生活などにおける人権問題」が増加したが、今回調査は減少するなど、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）				
・ 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、関係各課所と情報共有を図るとともに、研修会や講演会にお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1割半ばいることから、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7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	中村重和
調査項目（各項目）		
1 男女がともに仕事と家庭を両立するための条件		
2 「仕事」「家庭生活」「地域・個人の生活」の優先度（希望）		
3 「仕事」「家庭生活」「地域・個人の生活」の優先度（現実）		
4 「仕事」「家庭生活」「地域・個人の生活」の優先度（比較）		
5 1日の生活で希望どおりの時間配分ができているか		
効果（当初見込み）	調査結果を基に、ワーク・ライフ・バランス（仕事と生活の調和）を推進するための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		
調査項目1～3については令和4年度、調査項目5については令和2年度に、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）男女がともに仕事と家庭を両立するための条件 これまでの調査と同様「育児休業・介護休暇制度を利用できる職場環境を整備すること」（59.5%）が最も多く、次いで「女性が働くことに対して、家族や周囲の理解と協力があること」（38.3%）の順になっており、令和4年度（28.9%）と比べ9.4ポイント増加している。</p>		
<p>（2）日常生活のなかでの優先度（希望） 日常生活での「仕事」「家庭生活」「地域・個人の生活」の優先度について、優先したいと希望するものは、「家庭生活」が最も多く、過去2回の調査と比較すると、「家庭生活」は令和4年度（28.5%）と比べ2.3ポイント、平成30年度（24.9%）と比べ5.9ポイント、調査ごとに増加している。</p>		
<p>（3）日常生活のなかでの優先度（現実） 現実に優先しているものは、「家庭生活」（35.1%）と最も多く、過去2回の調査と比較すると、「家庭生活」は令和4年度（30.0%）と比べ5.1ポイント、平成30年度（21.5%）と比べ13.6ポイント、調査ごとに増加している。 平成30年度の調査結果と今回調査において、「仕事」を優先する現実から、ほぼ逆転する結果となった。</p>		
<p>（4）日常生活のなかでの優先度（比較） 「仕事」は現実に優先しているもの（19.8%）が優先したいと希望するもの（3.3%）を16.5ポイント上回っている。</p>		
<p>引き続き「ワーク・ライフ・バランス」の推進について、市民はもとより企業への啓発に取り組む必要がある。 （5）1日の生活で希望どおりの時間配分ができているか 「そう思う」（14.9%）と「どちらかといえばそう思う」（43.7%）を合わせた『そう思う』（58.6%）は6割弱となっており、過去2回の調査と比較すると概ね同様の傾向となっている。</p>		
今後の活用（施策等に生かす方向性）		
<ul style="list-style-type: none"> ・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。 		
<ul style="list-style-type: none"> ・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。 		
<ul style="list-style-type: none"> ・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7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

中村重和

調査項目（各項目）

1 男女共同参画施設が今後力を入れること

2

3

4

5

効果（当初見込み） 令和9年度以降の男女共同参画施設における市民の満足度を高める。

調査結果に対する考察

男女共同参画施設が今後力を入れることについて聞いたところ、「いつでも誰でも気軽に立ち寄れる交流の場」（46.5%）が最も多く、次いで「相談事業」（16.4%）、「情報誌や啓発パンフレットなどによる啓発事業」（15.0%）、「相互交流の援助など市民・団体活動の支援」（14.0%）、「図書や雑誌等の収集・閲覧やインターネットによる情報提供」（11.3%）の順となっている。

過去2回の調査と比較すると、「男女共同参画に関する講座・フォーラムの開催」（8.5%）は令和2年度（15.5%）から7.0ポイント減少し、「相談事業」なども減少傾向となっている。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

令和9年度から次期指定管理期間となるため、令和8年度に指定管理者候補者を公募するにあたり、仕様書等の参考とし、引き続き市民の満足度を高める。

【令和7年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）	課名	行政デジタル推進課	記入者名	須谷
行政サービスのデジタル化について				
調査項目（各項目）				
1 デジタル化された行政サービスのうち、利用したことがあるものはどれか				
2 （利用したことがある方）満足度はどうだったか				
3 行政サービスのデジタル化について、期待する分野はどれか				
4				
5				
効果（当初見込み）	行政のデジタル化について、市民がどういった認識を持っているか調査をし、その傾向を分析することで、実施事業の効果を図る指標の一つとする。また、第5次総合振興計画後期基本計画の指標として設定する予定である。			
調査結果に対する考察				
<p>越谷市のデジタル行政サービス利用状況を見ると、「公式ホームページ」が最も利用されており、43.6%の市民がアクセスしている。これは市の情報発信の場としての認識が浸透しているためと考えられる。次に「オンライン手続きサービス」が32.5%と続き、利便性の高さから一定の利用が定着しつつあるものの、まだ拡大余地がある。一方、「SNS公式アカウント」や「専用アプリ」の利用率は低く、それぞれ17.8%、11.1%にとどまっている。これは情報の認知度や利用層の限定が影響していると推測される。さらに、「電子図書館」の利用率は5.0%と最も低く、特定の利用者に限られている現状がうかがえる。</p> <p>また、越谷市のデジタル行政サービスを利用した1,779人の満足度を調査したところ、「とても満足」（5.0%）と「満足している」（43.2%）を合わせた満足度は48.2%であり、半数には達していないものの概ね高い評価を得ていると言える。一方で、「不満足」（3.4%）と「とても不満足」（1.2%）を合わせた不満足者は4.6%であり、少数派である。以上のことから、利用者の多くはサービスに満足しているが、完全に満足していない層も一定数存在することがわかった。</p>				
今後の活用（施策等に生かす方向性）				
<p>令和8年度からスタートする「越谷市情報化推進計画（2026）」において、調査結果を踏まえ、これまでの取組みを引き続き推進する。</p> <p>公式ホームページ等の情報発信の基盤として重要なツールについて、情報更新の充実や使いやすさ向上を図る。また、オンライン手続きの利用率はまだ伸びしろがあるため、手続きの拡充や周知を行う。SNSや専用アプリ、電子図書館については、利用者が限定的であるが、必要な人に情報が届くよう周知を行う。</p> <p>全体的な満足度は高いものの不満層が一定数存在するため、利用者目線でのサービス改善とサポート強化を継続的に行うことが重要である。</p>				

【令和7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				
4				
5				
効果（当初見込み）	地域医療体制に係る認知度の調査データを分析し、市内の救急医療体制の周知及び、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」（83.4%）が最も多く、次いで、「休日当番医制度」（78.5%）、「埼玉県救急電話相談（＃7119）」（59.7%）、「医療情報ネット（ナビィ）」（12.5%）、「人生会議（ACP：アドバンス・ケア・プランニング）」（5.2%）となった。</p> <p>夜間急患診療所は若年層（18～39歳）に弱く、18～39歳の男性で「知らない」と回答した方が67%、18～39歳の女性で「知らない」と回答した方が47%であった。この状況を改善するため、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。</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」（51.4%）が最も多く、次いで、「広報こしがや」（39.4%）、「越谷市公式ホームページ」（31.7%）、「埼玉県救急電話相談（＃7119）」（17.5%）、「医療機関に問い合わせ」（14.2%）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>			
今後の活用（施策等に生かす方向性）	<p>令和7年中の越谷市内の救急出動件数は20,408件で、前年の20,070件と比べ338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8,572人で、この人数を昨年と比較すると、135人の増加となった。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。</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」、「越谷市公式ホームページ」、「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7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	根本
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41.9%と最も多く、次いで「どちらでもよい」が31.8%、「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23.5%となった。

事業の種別については、「施設・居住系サービス（施設に入所して介護を受けるサービス）」が43.0%と最も多く、次いで「訪問系サービス（ホームヘルパーなどに自宅へ来てもらって介護を受けるサービス）」が32.3%、「通所系サービス（事業所に通って介護や機能訓練を受けるサービス）」が20.8%の順となっている。

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59.1%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26.8%、「感染対策に力を入れている」が7.0%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54.7%と最も多く、次いで「介護の経験が豊富」（28.8%）、「身だしなみ、言葉づかいがしっかりしている」（10.7%）の順となっている。

上記のことから、事業の種別としては施設・居住系サービスが最も多く求められているものの、訪問系サービス、通所系サービスについても一定数の需要があることから、生活スタイルに応じて様々な種別の事業が求められていると考えられる。また、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は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、様々な種別の事業が求められている。また、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。

今回の調査結果を第10期越谷市高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画における介護サービスや住まいなどの基盤整備の参考として活用していく。また、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。さらに、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7年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名 (大項目) 地域活動への参加状況について 課名 地域共生推進課 (地域包括ケア) 記入者名 中村

調査項目 (各項目)

1	あなたは地域でどのような活動に参加していますか。
2	
3	
4	
5	

効果 (当初見込み) 調査結果を踏まえ、地域活動への参加促進策等について検討していく。

調査結果に対する考察

本調査は、地域とともに作る「地域共生社会」の実現を目指すうえで、「支え手」「受け手」という関係を超えて支え合う取組を評価する指標として重要なものと捉えている。

地域活動への参加状況については、複数選択可としていることから、「特に何も行っていない」を差し引いた約半数 (51.0%) が地域活動に参加している市民の割合となっており、地域活動に関心を持ち参加する市民の方を増加させていく取組が必要である。

活動の内容としては「自治会等の行事」 (33.6%) が最も多く、次いで「学校等の行事」 (11.3%)、「趣味やスポーツのサークルでの活動」 (10.7%)、「地区センター・公民館や交流館等の市の施設での講習」 (6.9%)、「福祉施設等での活動」 (1.2%) の順となっている。

「特に何も行っていない」と回答した方は、性別で見ると、男性 (55.9%) が女性 (47.6%) を8.3ポイント上回っている。

特に18～29歳では女性 (75.2%)、男性 (76.7%) とともに7割半ばと特に多く、若年層の地域活動参加を促進する取組が必要である。

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後期基本計画および第4次越谷市地域福祉計画の推進を図るための指標として活用する。これらの計画に基づき、地域共生社会の実現に向けた各取組の評価を行い、施策の改善・充実を目指す。

【令和7年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目) 相談できる相手や場所について 課名 地域共生推進課 (地域包括ケア) 記入者名 中村

1	あなたの心配ごとを相談したり、愚痴(ぐち)を聞いてくれたりする人はいますか(あるいはそうした場所がありますか)。
2	
3	
4	
5	

効果(当初見込み) 調査結果を踏まえ、相談支援体制等について検討していく。

調査結果に対する考察

本調査は、地域とともに作る「地域共生社会」の実現を目指すうえで、支援体制の強化を目指した取組を評価する指標として重要なものと捉えている。

日頃の心配ごとや困りごとを相談できる相手や場所については、「家族や親戚」(80.4%)が最も多く、次いで「友人・知人」(63.2%)、「学校や会社(職場)の人」(16.0%)、「近所の人」(8.0%)、「病院」(4.4%)の順となっている。

また、支援機関では、社会福祉協議会(0.8%)、障がい者等基幹相談支援センター(0.6%)、生活自立相談「よりそい」(0.2%)、こども家庭センター(0.1%)と、いずれも1%以下となっている。

一方で、「相談できる人がいない」(3.4%)、「誰に相談していいかわからない」(1.6%)と、回答者の5%の方が困りごとを相談できない状況となっていることから、誰でも相談が可能な支援機関があることの周知、啓発に努めることなどにより、孤独・孤立を防ぐとともに、困りごとを抱えた方と支援機関とがつながれる方策が重要である。

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後期基本計画および第4次越谷市地域福祉計画の推進を図るための指標として活用する。これらの計画に基づき、地域共生社会の実現に向けた各取組の評価を行い、施策の改善・充実を目指す。

【令和7年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目) 相談できる相手や場所について 課名 地域共生推進課 (地域包括ケア) 記入者名 小久保

1	あなたの心配ごとを相談したり、愚痴(ぐち)を聞いてくれたりする人はいますか(あるいはそうした場所がありますか)。
2	
3	
4	
5	

効果(当初見込み) 調査結果を踏まえ、相談支援体制等について検討していく。

調査結果に対する考察

65歳以上の回答者に関する考察

65歳以上は「家族や親戚」が7割~8割を超えており、主要な相談先となっているが、性別や年齢によって地域とのつながりに明確な差異が見られるのが特徴である。

1. 性別による地域ネットワークの差

・70歳以上の女性は「近所の人」への相談が16.2%と全世代で最も高く、地域内での互助機能が

一定程度、相談先として機能していることが伺える。

・70歳以上の男性は「友人・知人」を相談相手とする割合が43.0%に留まり、同年代の女性(62.8%)に比べインフォーマルなつながりが希薄である。

2. 深刻な相談相手の不在

・特に60代男性では「相談できる人がいない」が7%と全世代で最も高く、悩みがあっても相談し

ないため問題が表面化していない。

・70歳以上の男性では「無回答」が5.8%と高く、自身の困りごとに気がつかず、問題が潜在化

している層が一定数存在する可能性がある。

3. 専門機関・サービスとの接点

・70歳以上は、「病院」8.8%、「ケアマネジャー等」7.6%といった専門職との接点が高い。

・専門機関の利用率は「社会福祉協議会」0.8%、「生活自立相談」0.2%などの専門的な支援

今後の活用(施策等に生かす方向性)

・地域包括支援センターが、関係機関との地域包括支援ネットワークにおける連携を強化し、早期に情報を届け、孤独・孤立を未然に防ぐ体制を構築する。

・高齢者が日常的に接する医療機関や介護サービス従事者を、地域包括支援ネットワークの重要な構成員として位置づけ、速やかに地域包括支援センターへつなぐ多職種連携を深め、「誰に相談したらいいかわからない」層の解消を図る。

・地域の互助機能と公的な支援体制と連動させることで、家族や親戚だけに頼り切らない、地域全体で支え合う地域包括ケアシステムの質的向上を目指していく。

【令和7年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）

障がいや障がいのある人に対する理解につ

課名

障害福祉課

記入者名

丸岡

調査項目（各項目）

1 障がいや障がいのある人に対する理解が進んでいると思う市民の割合

2

3

4

5

効果（当初見込み） 調査結果に基づき、今後行うべき取組について、検討材料とする。

調査結果に対する考察

障がいや障がいのある人に対する理解の進捗について、「進んだ」（13.0%）と「少し進んだ」（41.2%）を合わせた『進んだ』は54.3%（小数点以下第2位四捨五入）となっている。令和6年度に実施した第6次越谷市障がい者計画に関するアンケート調査における同項目の結果では、「進んだ」（9.6%）と「少し進んだ」（43.0%）を合わせた『進んだ』は52.6%であり、1.7%上昇しているが、「変わらない」との回答が29.1%となっていることから、障がいに対する理解を促進するための広報・啓発活動を一層推進していく必要がある。

今後の活用（施策等に生かす方向性）

本調査結果は、第5次総合振興計画後期基本計画の大綱2-4「障がい者（児）が安心して暮らせる環境をつくる」に関連する達成指標の1つとなっている。部門別計画である第6次越谷市障がい者計画に位置付ける、障がいに対する理解の促進をはじめとした各種施策を推進し、その結果として達成指標の進捗を確認するとともに必要な施策の展開につなげる。

【令和7年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名（大項目）		課名	会計課	記入者名	北島
窓口でのキャッシュレスの要望について					
調査項目（各項目）					
1	キャッシュレス決済を利用したことがあるか				
2	市役所の窓口でキャッシュレス決済を利用したことがあるか				
3	キャッシュレス決済を利用しない理由				
4					
5					
効果（当初見込み）	今後窓口のキャッシュレス決済を拡充するにあたり、市民にどの窓口でのキャッシュレス決済導入が求められているか確認し、その結果により越谷市情報化推進計画における収納チャンネル拡大施策推進の参考とする。				
調査結果に対する考察					
<p>問50（1）において、キャッシュレス決済の利用経験が「ある」と回答した人は80.0%であったことから、キャッシュレス決済を導入する窓口を拡大することで、市民の決済時の利便性を向上させることが期待できる。</p> <p>また、問50（1）でキャッシュレス決済の利用経験が80.0%であるのに対し、問50（2）における市の窓口等でのキャッシュレス決済の利用経験は「ある」と回答した人が24.0%にとどまっている。これより、市の窓口等でのキャッシュレス決済利用率は、今後増加する可能性があると考えられる。</p> <p>さらに、問50（3）のキャッシュレス決済を利用しない理由として、「詐欺などの犯罪被害が心配だから」と回答した人が48.8%に上ったことから、市の窓口での現金決済希望者は一定数存在すると推察される。一方で、「キャッシュレス決済の利用方法が分からないから」と回答した人が約42.8%いたため、利用方法の周知が進めば、利用者が増加する可能性もあると考えられる。</p>					
今後の活用（施策等に生かす方向性）					
<p>本調査の結果から、キャッシュレス決済を導入する窓口の拡大により、市民の決済時の利便性を向上させることができるものと考えられる。また、市としても現金受領額の誤りや現金亡失のリスクを減少させることができるものと考えられる。</p> <p>合わせて、市の窓口でキャッシュレス決済を利用できることの周知や、窓口での利用方法の丁寧な啓発を行うことで、キャッシュレス決済の利用率がさらに向上する可能性もあると考えられる。</p> <p>今回の結果は、費用対効果も勘案したキャッシュレス決済の導入拡大検討及び利用率向上に向けた取組みの参考とする。また、キャッシュレス利用状況の変化を捉えるため、本調査は概ね3年ごとに実施したい。</p>					

【令和7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	深谷
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			
5				

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43.6%と概ね昨年と同様の傾向となった。

男女別では、女性が1.3ポイント増、男性が2.8ポイント減と対照的な結果となった。昨年度は女性が1.9ポイント減、男性が2ポイントの増であったため、昨年度との比較では対照的な結果になった。

年齢別では、男女とも70歳以上の実施率が最も多く、次いで60～69歳の実施率が高い結果になった。前年度は、男性の18～29歳の実施率が全体を通じて実施率が一番高い年齢層となっていたが、全体的には高齢者の運動への意識が実施率が高い結果となったことから、勤労者世代、子育て世代の実施率向上に向け取り組みを行います。

また、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、2番目の理由である「年をとったから」より13.7ポイントも多い結果から、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、18～29歳の若者世代の実施状況は比較的高い結果となっているが、その後の年齢でポイントを下げている結果、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。スポーツ・レクリエーション活動を行った理由としては、昨年度に引き続き、運動不足解消、健康・体力維持・増進、気分転換、美容・肥満解消が上位の理由となり、勤労者向けの教室も申し込みも多いことから、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、より多くの教室等を開催することにより、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。