

【平成30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	荒井
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 組織と市が協働すること
4 組織と市の協働が必要な分野
5 協働推進に必要な施策

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

「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割となっており、「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、1割弱となっている。年齢別で見ると、男女ともに、18～29歳及び30～39歳の8割以上が「知らない」と回答しており、特に若年層の認知度が低い傾向にある。また、認知度の調査で「知っている」・「聞いたことがある」と回答した方の「条例を知ったきっかけ」としては、「広報こしがや」という回答が約8割となっており、「自治会やコミ協を通じて」及び「越谷市公式ホームページ」という回答が1割半ばとなっている。

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たが、自治基本条例を施行して9年が経過した現在においても、依然として「越谷市自治基本条例」の認知度は低い状況となっている。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。また、「条例を知ったきっかけ」の多くが、自らの元に情報が届く「広報こしがや」によるものであることから、自ら情報にアクセスしなければならない「市ホームページ」等よりも、「広報こしがや」等の市民の手元に直接届く手法で普及活動を行っていくことが重要と考える。

「自治会やNPO、企業等の組織と市が協働する必要性」については、「必要だと思う」と「ある程度必要だと思う」を合わせた『必要だと思う』という回答が7割弱であった。また、『必要だと思う』と回答した方の「協働が必要(効果的)な分野」については、「暮らしの安全・安心に関すること」が約8割、「福祉に関すること」が6割強と高い割合となっており、「協働の推進に必要な(効果的)な施策」については、「市政に関する情報を分かりやすく公開すること」が6割弱と、他の項目より大幅に高い割合だった。

少子高齢、人口減少社会の到来、市民ニーズやライフスタイルの多様化など社会環境が大きく変化し、行政主体の取り組みだけでは、すべての問題を解決することが難しくなっている中、協働でまちづくりを進めていく必要性を市民も高く感じていることから、市内で活動している自治会等の地域コミュニティ組織や、NPO等の市民活動団体の活動内容の把握、分析を行い、各団体とともに、それぞれの得意分野を活かしながらまちづくりに取り組んでいく必要がある。そのうえでは、市の施策を分かりやすく伝える工夫を全庁的に行っていくことが重要と考える。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

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に今回の調査結果を報告し、自治基本条例の普及・啓発の取組について意見をいただいたうえで、より効果的な普及・啓発の取組等について検討していく。

【平成30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

今回の世論調査では、前回(平成29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51.5%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。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』は約3割となっている。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、「変わっていない」が41.4%と最も多いが、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3.7ポイント増加している。

関心のある人権問題としては、「高齢者の人権問題」が41.2%と最も多く、次いで「インターネット上における人権問題」、「子どもの人権問題」、「女性の人権問題」の順になっている。前回の調査と比較すると「子どもの人権問題」が4.9ポイント増加している。また、その他として「貧富の差」、「男性の人権問題」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」と回答した方は約2割、「ない」が約6割となっている。これは、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、「職場において、不当な待遇や上司の言動を受けた」が47.0%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。
- ・互いに認め合い人権が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30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 「教育・しつけ」で大切だと思うこと(男の子)
- 2 「教育・しつけ」で大切だと思うこと(女の子)
- 3 男性が育児休業・介護休暇・子の看護休暇を活用すること
- 4 育児・介護のための長期休暇で男性の取得が少ない理由
- 5 男女がともに仕事と家庭を両立するために必要な条件
- 6 日常生活のなかでの優先度(希望)
- 7 日常生活のなかでの優先度(現実)

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. 2「教育・しつけ」で大切だと思うこと(男の子・女の子)

男の子の方が多い項目(責任、独立心、忍耐力、たくましさ)、女の子の方が多い項目(やさしさや思いやり、礼儀作法、身の回りのことができるようにする、女の子らしく育てる)に変化がないことから、子どもに対する「教育・しつけ」において、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、男の子は「男の子らしく」、女の子は「女の子らしく」育てる、という項目については、前回と比較してともに下がっており、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、このことは啓発の一定の効果ではないかと考えられる。

3. 4について(男性の育児休業・介護休暇・子の看護休暇に関する設問)

今回の調査では、男性も育児休業・介護休暇・子の看護休暇を取ることは賛成だが、現実的には取りづらいと思う割合が63.0%となり、過半数を超えている。また、育児・介護のための長期休暇で男性の取得が少ない理由では、「職場や周囲に休みにくい雰囲気があるから」が53.7%で最も多く、次いで、「仕事の責任上、周囲の人に迷惑がかかるから」が46.9%、「男性が取ることに社会全体の認識が十分でないから」が41.7%の順になっている。これらのことから、男性の育児や介護の参画を促進するためには、男性が休暇等を取得しやすい職場環境の整備が重要になると考える。

5. 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・30年度ともに第1位のうえ、ともに過半数を超えており、職場環境の整備は今後も優先的に進めていく施策であると考えられる。しかし、2番目に割合が高かった「保育内容を充実させること」では、47.0%から40.0%と7ポイントも減少し、3番目に割合が高かった「家族や周囲の理解と協力」では、40.5%から32.9%と7.6ポイント減少することになった。これらのことから、前回と比較して下がっているものの、仕事と家庭の両立には、制度面などの充実はもとより、職場の風土や上司・同僚、家族などの理解が重要だと感じている人が多い。

6. 7日常生活での優先度(希望)(現実)

今回の調査では、(希望)については、「仕事」と「家庭生活」をともに優先したいという回答が第1位となり、32.4%から33.7%となり、1.3ポイント増加している。一方、(現状)については、「仕事」が優先が第1位となり、32.9%から40.2%と7.3ポイント増加し、前回調査同様日常生活における各種活動の希望と現実には差があり、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。

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。
- ・教育における男女共同参画の推進に関する調査結果については、職員向けの男女共同参画啓発資料等に活用する。
- ・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。

【平成30年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目) 平和事業について	課名 総務課	記入者名 桧和田
------------------------	-----------	-------------

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

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
平和都市宣言の認知度については、「知っている」が4割弱となっており、5割半ばの市民が「知らない」と回答した。特に18歳～29歳の認知度は低く、若い世代を中心に、周知活動を行う必要があると考えられる。

2. 越谷市主催「平和フォーラム」の認知度
「平和フォーラム」の認知度については、「参加したことがある」と「知っているが参加したことはない」を合わせた『知っている』は3割弱で、7割弱が「知らない」と回答した。
中でも「知らない」は18歳～29歳女性で約9割、18歳～49歳までの男性で8割以上と多く、比較的若い世代を中心に、認知度が低い。認知度をあげるとともに、「知っているが参加したことがない」方の参加率を高めるように、周知方法を更に検討する必要がある。

3. 平和への意識を高めるために効果的な事業
「平和への意識を高めるために効果的な事業」については、「戦争体験のおはなし会や座談会の開催」が最も多く4割強を占め、次いで「平和を題材にした映画・アニメーション上映会の開催」「世界の紛争など海外情報についての講演会開催」への回答が多い。一方「平和を題材にした朗読、演劇、合唱、合奏」は効果的だと思う割合が低く、戦争などについて具体的にイメージができるような事業が効果的と捉え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)

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から、既存の周知方法を検証し、市民の認知度を高めるよう努めたい。若年層にはWEB媒体中心の周知を行うなど、効果的なアプローチ方法について引き続き検討していく。

「平和の意識を高めるために効果的な事業」については、毎年テーマを変えて開催している「こしがや平和フォーラム(平和展・平和講演会)」を活用し、戦争体験者による講演や、平和を題材とする映画・アニメーションの上映など、市民に関心が高く、平和意識向上に効果的な内容を検討する。

今回の結果や「こしがや平和フォーラム(平和展・平和講演会)」の来場者アンケート、市民懇談会の意見などを市民の意見として把握し、更なる事業の充実を図り、より多くの市民の平和意識を啓発できるよう事業を進めていく。

【平成30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	市川
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	夜間や休日の急病の対応			
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				
<p>地域医療体制の認知について、『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」(75.0%)が最も多く、次いで、「休日当番医制度」(72.7%)、「埼玉県救急電話相談(＃7119)」(43.2%)となった。越谷市夜間急患診療所は平成28年度に実施した調査と比較し、「利用したことがある」人の割合は若干増加したものの、認知度についてはほぼ同じ割合となっており、「休日当番医制度」についてもほぼ同様の傾向となった。これらの結果から、「越谷市夜間急患診療所」及び「休日当番医制度」については、既存の方法で、ある程度周知がされてきているが、「埼玉県救急電話相談(＃7119)」の認知の割合が低く、地域の医療体制をより機能させていくためには、その他の制度と併せて、さらに周知をしていく必要がある。</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」(42.6%)が最も多くなり、平成28年度に最も多かった「広報こしがや」(42.2%)を上回った。次いで「越谷市公式ホームページ」(23.1%)、「越谷市発行のチラシ」(18.4%)の順となっている。年齢別でみると、若年層は越谷市ホームページやその他のインターネットから情報を入手していることが顕著となり、高年齢層は広報こしがや等の紙媒体から情報を入手している割合が高かった。これらの傾向を、周知活動に活かしていきたい。</p> <p>夜間や休日に発熱や腹痛等、比較的軽度と思われる症状の対応については、「可能な限り翌日まで我慢する」(56.0%)が最も高く、「受診できる医療機関を調べ、その医療機関を利用する」(26.5%)、「越谷市夜間急患診療所を利用する」(22.0%)と続いた。比較的軽度と思われる症状の対応としては、不要不急の受診を控える意識は持っていると考えられる。一方で比較的軽度と思われる症状の対応でも「救急車を呼ぶ」(12.6%)も一定数存在しており、軽症者の救急要請を減少させるためにも、各種制度についてのさらなる周知が重要となる。</p>				
今後の活用(施策等に生かす方向性)				
<p>平成30年の越谷市内の救急出場件数は16,507件となっており、過去最高を記録している。救急要請が重なることで、現場への到着時間の遅れなど、救急活動に支障をきたす恐れもある。</p> <p>このような救急出場の状況の中、搬送者のうち軽症者が55.5%を占めており、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>そのため、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広報活動をおこなっているが、今回の調査結果によると、平成29年10月から24時間体制となった比較的新しい制度である「埼玉県救急電話相談(＃7119)」の認知度が低く、市や県が実施している地域医療体制を理解している方の割合は十分とはいえない。今後も引き続き周知を続けていく必要があるが、若年層にはインターネットの活用、高年齢層には紙媒体の活用など年齢層を意識しながら、効果的な周知方法について検討していきたい。</p>				

【平成30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

濱野

保健事業について

調査項目(各項目)

- | | |
|---|------------------------|
| 1 | 越谷市契約保養所の宿泊助成を受けたことの有無 |
| 2 | 加入健康保険等で助成を受けたことの有無 |
| 3 | 契約保養所の宿泊助成を利用しない理由 |
| 4 | 今後の契約保養所の宿泊助成 |
| 5 | |

効果(当初見込み)

市民が必要としている保健事業を把握することによって、ニーズに合った保健事業の提供へつなげる。

調査結果に対する考察

- ①条件なく「現行どおり実施すべき」が37%を占める
- ②条件つきでの実施である「健康の保持増進をさらに推進するため、健診を受診した方を対象に助成するなど、助成要件を設けて実施すべき」が19.9%のため、実施自体に賛同する割合は合計56.9%となる。
- ③「財政負担、費用対効果などを検証した上で、縮小廃止したほうがよい」が18.5%、「健康の保持増進をさらに推進するため、宿泊助成を廃止し、他の健康づくり事業の充実を図るべき」が14.2%のため、縮小廃止に賛同している割合は合計32.7%となる。
- ④実施に賛同不賛同にかかわらず、「健康の保持増進をさらに推進するため、健診を受診した方を対象に助成するなど、助成要件を設けて実施すべき」が19.9%、「財政負担、費用対効果などを検証した上で、縮小廃止したほうがよい」が18.5%と見直しをするべきであると考える割合は38.4%となっている。
- 実施継続を望む声は約4割を占めるが、見直しを求める声も約4割となっている。また、廃止や縮小を求める声も約2割ある。意見が分かれており、一定の傾向を見出す状況にはなっていない。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

意見が分かれており、多数意見として市民の意向を伺い知ることは困難な結果になっている。しかしながら、少なくとも現状からの見直しを求める声は多い。実施継続をしていくとしても事業の見直しは図るべきであると考えため、継続して事業の見直しを検討していく。

【平成30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(精神保健支援室)

記入者名

小野

自殺防止について

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2割半ばと、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「越谷市自殺対策推進計画」の参考となるものであった。他の質問も他自治体調査とほぼ同様の結果が出ていた。

他市町村、県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(少なくとも5年間)同じ設問を行い、内容を比較検討し、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「越谷市自殺対策推進計画」を策定するため、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継続して同項目の世論調査を行い、比較検討していく必要がある。

【平成30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 観光やレジャーで知りたい情報				
5 観光情報を得る方法				
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				
<p>越谷市への愛着度は77.6%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。また、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、50.6%と初めて5割を超え、調査開始当初と比較すると2割増となっている。しかし、計画の目標(2020年度までに55%)達成に向けては継続的な取組が必要となる。</p> <p>男女別の傾向は、計画の指標値(「とても愛着がある」「愛着がある」の合計値)は男性の方が高く、初めて5割を超えた。</p> <p>年代別の傾向は、「とても愛着がある」と回答している割合は18～29歳の若年層が、「愛着がある」と回答している割合は70歳以上が高くなっている。一方で、「愛着がない」と回答している割合が高いのは18～29歳、30～39歳の層であり、いずれも昨年度と同様の傾向であった。</p> <p>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。</p>				
2. 愛着がある理由				
<p>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。</p> <p>男女・年代別の特徴として、以下の傾向が見られた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「自然(水辺空間等)が多く残されている」では、50～59歳、60～69歳、70歳以上の層で高い割合となっており、この層に対しては訴求力の高いコンテンツであることがうかがえる ・「ショッピング施設や商店街が豊富」では、「自然が多く残されている」とは対照的に、18～29歳、30～39歳の層の割合が高く、年代に応じて嗜好が異なることがうかがえる 				
3. 越谷市の誇れるもの				
<p>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」「越谷花火大会」であり、全体的な傾向は昨年度の調査と同様であった。</p> <p>男女・年代別の特徴として、以下の傾向が見られた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「イオンレイクタウン」は、男女ともに18～29歳の層が8割以上と突出している。また、すべての年代においても他の項目より高い割合となっていることから、越谷の代表的な施設として定着していることがうかがえる ・「越谷花火大会」及び「南越谷阿波踊り」は、年代問わず支持されていると見受けられ、地域に定着しているイベントであることがうかがえる ・「水辺空間」「花田苑・こしがや能楽堂」「宮内庁埼玉鴨場」の自然・伝統文化に該当するコンテンツは、50～59歳、60～69歳、70歳以上の層の割合が高く、上記愛着がある理由と同様の傾向となった ・「イチゴ狩り」は、男女ともに18～29歳、30～39歳の層の割合が高く、年代に応じて嗜好が異なることが確認できる 				
4. 観光やレジャーで知りたい情報				
<p>知りたい情報として最も高かったのは、「イベントや催しなどの催事情報」、次いで「観て楽しむ観光情報」、「グルメ情報」であった。</p> <p>男女別・年代別の特徴は、「観て」楽しむ観光情報、「体験して」楽しむ観光情報の割合は女性の方が高く、一方、「特になし」は男性の方が高い傾向にあった。このようなことから、観光・レジャーに関する情報は、女性の方が興味関心は高く、事業・情報の性質によってはターゲットを女性に絞るなど、戦略的な情報発信が必要になると考えられる。また、「催事情報」「体験情報」「グルメ情報」は18～59歳の層に、「観て」楽しむ観光情報は60～69歳、70歳以上に訴求するものと考えられることから、ターゲットを明確にするとともに、情報の組み合わせも併せて検討することが必要だと考えられる。</p>				
5. 観光情報を得る方法				
<p>観光情報を得る方法として最も多いのが「ホームページ」、次いで「友人・知人等からの口コミ」であった。</p> <p>男女別・年代別の特徴として、以下の傾向が見られた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・女性で最も高い割合の項目は「友人・知人等からの口コミ」で、男性は「ホームページ」と、男女間で情報収集の手段に違いが見られた。また、フリーペーパーの割合は女性の方が高く、男性より多く利用していることが見受けられる ・年代別の傾向で特に顕著だったのは、「ブログやフェイスブック等のSNS」の利用であり、18～29歳、30～39歳の層には効果的な手段であることがうかがえる。また、「各地域の観光協会や自治体」では60～69歳、70歳以上の層に有効的であり、各事業・情報の性質に応じて発信方法を工夫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)				
<p>愛着がある理由として「交通の利便性」、「ショッピング施設や商店街が豊富」及び「自然(水辺空間等)が多く残されている」が多く、越谷市の「住みやすさ」が地域の魅力になっていると考えられる。そこで、越谷市でのライフスタイルを地域の魅力として市内外にプロモーションしていく。</p> <p>また、「知りたい観光情報」や「情報の取得方法」は、年代等によって異なっていることから、各種事業においてターゲットを明確にするとともに、情報発信の手段を選択し、効果的なPRに努めていく。</p>				

【平成30年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

自転車を活用したまちのにぎわい作りについて

課名 観光課

記入者名 篠原

調査項目(各項目)

1	自転車の利用状況
2	まちのにぎわいに繋がると思うサイクリング事業
3	
4	
5	

効果(当初見込み)

自転車を活用したまちのにぎわい作りに取り組むことの意義を確認し、取り組むべき課題の優先順位を把握することで、効果的な事業展開を進めるための一助とする。

調査結果に対する考察

●自転車の利用状況について

自転車の利用状況について、全体で67.3%の方が月1～2回以上自転車を利用すると回答していることから、7割近い市民が何らかの形で自転車を利用していることが分かる。

また、全体で「週1、2回程度」と「ほぼ毎日」の合計が51.7%であり、通勤通学・買物等の日常生活で自転車を利用する市民が5割を超えるほど、暮らしの中に自転車が根付いていることがうかがえる。

男女別で見ると、「ほぼ毎日」は女性(37.2%)の方が男性(28.4%)よりも8.8ポイント高くなっている。女性で「ほぼ毎日」及び「週1～2回程度」と回答した方を合計すると55.2%となり、女性が日常の移動手段として自転車を選んでいる。

越谷市が地形や商業施設の立地等の条件で自転車の利用に適した環境であることが考えられる。

●まちのにぎわいに繋がると思うサイクリング事業

にぎわいにつながると思う事業について、「サイクリストを受け入れるための道路や休憩所の整備」(52.8%)と最も高く、次いで「まち巡りコンテンツ・体験ツアー等による地域の食や文化・景観のPR」(36.9%)になっている。そして、「講習会の開催によるスポーツサイクリングの楽しみ方や安全・マナー等の普及」(25.3%)と「レースの誘致や参加型イベントの開催による地域経済の活性化」(12.4%)の順になっている。

まちのにぎわいに繋げるサイクリング事業を展開するためには、まずは、サイクリストが訪れやすい環境づくりに優先的に取り組み、その上でまち巡りコンテンツを提案するなど“自転車で楽しむ”施策を展開することが効果的であると言える。

また、サイクリングの楽しみ方・マナー等の普及啓発や多くのサイクリストに注目されるようなイベントの実施についても、一定の期待があり、ライトユーザーから本格的に趣味としてサイクリングを楽しむ層まで、それぞれの趣向にあわせた事業を実施し、訴求していくことが、にぎわい作りに繋がると考える。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

越谷市は地形や商業施設の立地等の条件で自転車での移動に適している。また、市民の暮らしの中に自転車は根付いていると言える。

「自転車を活用したにぎわいづくり」を進めていく上で、水辺や田園風景など多彩な景観を活用し、効果的な施策・プロモーションを展開すれば、交流人口の拡大及び地域活性化に充分貢献できる。

サイクリストが訪れやすい環境づくりの一環として、(一社)越谷市観光協会がH30年度に整備した「こしがやサイクルカフェ」については、今後は効果的なプロモーションの展開を図るとともに、認定店舗を増設していく。

あわせて、「まち巡りコンテンツ・体験ツアー」等を充実させて、“自転車で(越谷を)楽しむ”機会を提供していく。

さらには、(一社)越谷市観光協会及び市内の自転車メーカー・ホダカ(株)との連携によるスポーツサイクル講習会の実施など、「サイクリングの楽しみ方・マナー等」の普及啓発を進めるとともに、サイクリングイベントの開催も検討する。

【平成30年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)

越谷市の伝統的手工芸品について

課名

産業支援課

記入者名

豊嶋 克幸

調査項目(各項目)

1 越谷市の伝統的手工芸品の認知度

2 越谷市の伝統的手工芸品に期待する取組み

3

4

5

効果(当初見込み)

越谷市伝統的手工芸品の認知度が向上することにより、売上げの拡大や伝統的技術の継承が図られる。
調査データを基に、新たな商品開発やサービスの展開につなげる。

調査結果に対する考察

市政世論調査において、伝統的手工芸品に対する市民の認知度は、

	H28	H30	
手焼きせんべい	67.8	69.5%	1.7pt増
だるま	77.0	75.0%	2.0pt減
ひな人形	63.8	61.2%	2.6pt減
甲冑	42.5	44.9%	2.4pt増
桐箱・桐工芸品	54.8	50.8%	4.0pt減

今回の調査結果では、品目によって認知度が増えたものと減ったものがあり、また、年代別では、いずれも70歳以上の女性の認知度が高いことがわかった。

また、伝統的手工芸品に期待する取組みとしては、技術の継承(後継者の育成)、見学・体験などの受入れ、各種イベントへの参加がいずれも3割半ばと高くなっており、伝統的手工芸品の販売・購入に関することより、技術の継承や見学・体験といった文化的な面についての取組みが期待されている結果となった。

現状としては、市民の伝統的手工芸品に対する認知度も十分とは言えず、その結果や社会環境の変化による購入額の低下や、後継者の確保などが課題であると思われる。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

伝統的手工芸品に関わる地場産業の維持・発展には、事業所の経営安定や後継者の育成を図ることが課題であるが、その基盤づくりのためには市民や消費者の伝統的手工芸品に対する認知度の向上に引き続き取り組む必要がある。

認知度向上により販路拡大を図り、経営安定や後継者の確保に向けた基盤づくりに取り組むため、本市の伝統的手工芸品を効果的に市内外に周知する目的で発行したガイドブックを更に活用しPRを行っていく。

今後も継続的に認知度把握を行う。

【平成30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

佐藤

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)

地産地消についての市民の意識を把握することで、今後の農産物直売所の形態や地場産野菜のPR・消費拡大の方法等について検討する指標とする。

調査結果に対する考察

(1)越谷の農業特産物の認知度

くわい、ねぎ、いちごについては、平成28年度調査と比べ、約6～14%増加し、市民の7割弱が認知していることから、現在実施している事業においてPR効果が得られたものと伺える。

一方、他の調査品目については、現状維持または減少していることから、一層のPRが必要であると考えられる。

(2)越谷の農業特産物の購入経験・購入場所

購入場所については、「市内のスーパーマーケット」及び「農産物直売所」の割合が高いものの、各農産物ごとに傾向が異なっているため、農産物の特性や消費者ニーズに合わせたPRや消費拡大の方法を検討する必要があると考えられる。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

(1)越谷の農業特産物の認知度

くわい、ねぎ、いちごについては、認知度の維持及びさらなる増加に向け、継続的にPRしていく必要がある。

また、多くの農産物において、男女を問わず、18～39歳の認知度が低い傾向にあることから、若い世代を対象としたPRを検討する。

(2)越谷の農業特産物の購入経験・購入場所

市民の地場農産物の購入機会の創出を図るため、新鮮な地場農産物を取り扱っている農産物直売所との連携や、多くの市民に対して地場農産物の魅力を直接伝える機会であるイベントを活用した、効果的なPRの実施に努める。

また、野菜の購入場所として、最も割合の高かったスーパーマーケット等の小売店舗での地場農産物の取扱量を増やすため、生産者の販路拡大を支援する。

【平成30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 良一
------------	----	-------	------	-------

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の高揚を図るとともに、交通事業者へ情報提供を行い、サービスの向上に繋げることができる。

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割強の方が、バスは6割半ばの方が、タクシーは6割弱の方が利用しているが、バスについては約3割、タクシーについては4割弱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8割強の方が、バスは5割半ばの方が、タクシーは6割弱の方が満足していると回答している。

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29年度の調査結果と比べ、公共交通の利用をする方の割合は若干向上したが、満足度については、変動がない結果となった。

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周知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。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

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。

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。

【平成30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 並木 知弥

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出来る。

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4割以上と比較的多かった。前年度より「良好な景観づくりに役立つ公共事業」の増加が見られ、良好な景観形成の推進には、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)

越谷の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整理していく。

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、平成30年度からは「景観資源の登録」の運用を開始し、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」が最も多かったため、景観形成に配慮した公共施設の整備に対する仕組みづくりについて、庁内組織(都市デザイン協議会など)を活用して進めていく。

また、景観計画の目標や基本方針を、住民に対し効果的に周知していくためには、協働フェスタ等での景観に関するPRを行うことや、市ホームページで景観資源の公表をすることに取り組んでいく考えである。

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30年度市政世論調査】事後評価票

調査項目名(大項目)		課名	建築住宅課	記入者名	吉川
空き家について					
調査項目(各項目)					
1	空き家問題の認知度				
2	空き家になる不安				
3	空き家になる不安の理由				
4	必要だと思う空き家対策				
5					
効果(当初見込み)	市民のニーズを取り入れた、空家対策計画を策定することで、安心・安全なまちづくりにつなげる。				
調査結果に対する考察					
<p>1.『空き家問題の認知度』については、「身近な問題であり、知っている」と「身近な問題ではないが知っている」が合わせて、94.2%となっており、空家等の問題に関する認知度は非常に高いことが分かったが、「身近な問題ではないが、知っている」は61.8%であり、身近な問題としての意識は低いことが読み取れる。</p> <p>2.『空き家になる不安』については、「全く不安はない」が43.2%と最も多く、居住段階では自身の住居が将来的に空家等になる不安は4割強が全くないということが分かった。</p> <p>3.『空き家になる不安の理由』については、「将来、住む予定のものがいないため」が56.1%と最も多く、国勢調査からも分析される、市内における核家族化の進行や単身世帯の増加が不安要素に繋がっているということが分かる。また、次いで、「建物の築年数が経過しており、老朽化が著しいため」が34.4%と多く、平成29年度越谷市空家等実態把握調査により判明した、空家等のうち築年数が35年以上経過している空家等が58.1%あるという結果にも反映されているとおり、築年数が経過している建築物は、将来的に活用方法がないという考えが、不安要素となっていることが考察される。</p> <p>4.『必要だと思う空き家対策』については、「管理不全な空き家所有者等への指導等の実施」が39.6%と最も多く、次いで「所有者等に対する、適切な管理を促すための広報や啓発」が38.9%であり、空家等の管理は所有者等が自ら行うべきものであるという意識があることが読み取れる。</p>					
今後の活用(施策等に生かす方向性)					
<p>本調査の結果を基礎資料の一つとし、市民の意識やニーズを踏まえた越谷市空家等対策計画の策定に取り組んでいる。また、計画策定後の実施段階においても、定期的に本調査を活用し、空家等に関する意識やニーズの検証をすることで、より効果的な空家等対策に取り組む。</p>					

【平成30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 **関場 剛**

- 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の効果 |
| 4 | スポーツ・レクリエーション活動を行っていない理由 |
| 5 | 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) |
| 6 | 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) |
| 7 | 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、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

週に1回以上スポーツ・レクリエーション活動を行っている割合が平成29年度は38.8%、平成30年度は39.3%とほぼ横ばいの状況にあります。

スポーツ振興課といたしましては、親子体操教室参加者向けに臨時保育室を設置したり、勤労者向けのスポーツ教室の開催時間帯を平日夜間にするなど、各種教室へ参加しやすい環境を整備することにより、成人の運動不足を改善すべく事業展開をしてまいりました。今後も成人のスポーツ・レクリエーション活動が増加傾向となるよう取り組んでいきたいと思っております。

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として、「仕事(家事、育児も含む)や勉強が忙しいから」との理由が41.6%と依然として最も多くなっていることから、普段スポーツ・レクリエーション活動になかなか親しめない方向けの各種教室の開催を通じて、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に引き続き活動機会の充実にも努めてまいります。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

今後のスポーツ・レクリエーション活動においては、引き続き勤労者や子育て中の世代である30~40歳代をターゲットとして、教室・講座を実施します。この世代は、スポーツ・レクリエーション活動の活動時間が不足しがちな世代であり、より広く市民のスポーツ・レクリエーション活動の拡大が期待できると考えております。

また、健康体操等の軽い運動については、女性や高齢者からの要望も多く、老人福祉施設や自治会館等に出前講座として出向き、健康増進や体力維持のきっかけづくりとして健康体操教室を行ってまいります。

併せて、障がい者の健康づくりを目的としたスポーツ教室を継続して実施するとともに、障がい者施設への出前講座についても実施してまいります。

【平成30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

高木 美穂

広報について

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。
今後の編集方針の参考とする。

調査結果に対する考察

問56「市政情報を得ているもの」及び問57「市政情報を得るために活用したことがあるもの」において、市政情報の収集媒体について尋ねた。

64.4%の方が主に広報紙(広報こしがや『お知らせ版』や『季刊版』)から情報を得ている。市の情報を得るために活用するものについても、広報紙が79.0%(複数回答)で一番多くなっている。これは、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が結果に影響していると考えられる。次いで、ホームページを活用する方が28.9%(複数回答)、cityメールを活用する方が2.7%(複数回答)と続き、広報紙が市の広報媒体の中で中心的な役割を果たしていると言える。

広報紙の活用における経年変化を見ると、市政情報を主に何から得ているかについては、平成29年度から0.4ポイント減少し、市政情報を得ているもの(複数回答)については、13.3ポイント減少している。一方でホームページの活用における経年変化を見ると、市政情報を主に何から得ているかでは、平成29年度から2.2%ポイント増加し、市政情報を得るために活用するものでも2.5ポイント(複数回答)増加している。年齢・男女別の傾向で見ても、ホームページ・携帯サイトを利用した方が増加していることから、スマートフォン等の普及に伴い、時と場所を選ばず活用できる身近な情報通信機器を用いて、自ら市の情報を得ている方が増えていると考えられる。

問58から59-2では、広報紙の分かりやすさ及び感想を尋ねた。

広報こしがや「お知らせ版」のわかりやすさ(「わかりやすい」と「おおむねわかりやすい」を合わせた『わかりやすい』)は、平成29年度から12.2ポイント増加した(「季刊版」についても14.0ポイント増加)。平成30年度は今昔物語やわたしと越谷市など、市制施行60周年の記念企画を設けたほか、紙面全体を通してレイアウトを工夫したことが結果に影響していると考えられる。

わかりにくい点については、「見づらい、読みづらい」という指摘が最多で、「文字が小さい」「知りたい情報が少ない、見つけにくい」「文章が理解しにくい、役所言葉が多い」と続き、表記に関する指摘が多くなっている。ここ数年、情報掲載量がかつてより増加しているため、図や写真が少なくなってしまう傾向があり、そうしたことが指摘の原因と考えられる。

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、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」を目標値である80%に近づけていくために、今後も継続して、見出しやレイアウトを工夫するとともに、ユニバーサルデザインフォントを導入するなど、視認性を高めつつわかりやすい編集に努めていく。

【平成30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	吉川 忠洋
越谷市公式ホームページについて				

調査項目(各項目)	
1	越谷市公式ホームページで探した情報
2	今後充実してほしい情報
3	「越谷ってこんなところ!」の閲覧の有無
4	閲覧の印象
5	

効果(当初見込み) ホームページの利用状況を的確に把握することで、今後重点的に取り組むべき点を洗い出し、ホームページの利用しやすさや情報の充実度の向上を図る。

調査結果に対する考察

問54①「越谷市公式ホームページで探した情報」については、ホームページの内容を28項目に分類し、各項目において検索した経験の有無や探した情報の見つかった度合いを尋ねた。検索した経験の割合(問54における「すべて見つかった」「一部見つかった」「見つからなかった」の計)については、「市役所の窓口、業務」「ごみ、リサイクル」「救急、医療」「住民票や税などの届出、証明」「市内の施設案内」など幅広い市民を対象とした業務や案内に関する項目で高く、「計画、政策、統計」「予算、決算」「審議会、傍聴、意見公募」など市政に関する項目では低かった。また、検索した経験の割合が高い項目ほど「すべて見つかった」が占める割合が高い傾向にあった。これは利用者が多い項目は問い合わせや意見等が多く、結果としてページの内容の見直しや改善を行う機会が多くなったためではないかと思料される。

問54②「今後充実してほしい情報」では「救急、医療」「防災」「介護、福祉」「防犯」「行事、催し」の5項目が10%を超えた。これらはいずれも検索した経験の割合に対する「すべて見つかった」の割合が50%未満となっており、情報の不十分さあるいは探しにくさが結果に直結していると考えられる。また、「介護、福祉」を除く4項目が、平成29年度のホームページリニューアルで新設した「シティプロモーションサイト」または「安全・安心情報」といったいわゆる「サブサイト」に属しており、今後はこれらのサブサイトの情報を重点的に見直し、充実していく必要がある。

問55及び55-2では、シティプロモーションサイトを閲覧した経験の有無及び印象について尋ねた。閲覧した経験については非常に少ない結果となったが、デザインや掲載内容、PR効果などについての印象は肯定的な回答が多かったことから、今後、シティプロモーションサイトの認知度を向上することで、市のPRにつなげていくことが可能であると考えられる。

今後の活用(施策等に生かす方向性)

第4次越谷市総合振興計画後期基本計画および越谷市情報化推進計画第5次アクションプランでは、平成32年度のホームページ月間アクセス件数の目標値を120万件(平成26年度比16万件増)に設定している。ホームページの内容が充実し目的の情報を探しやすくなる、あるいは見たくなるページが増えていくにつれ、より多く利用されるようになると考えられることから、調査結果を基にホームページ全体の計画的な見直しおよび改善を行っていく。