

市民ニーズアンケート調査
(平成 26 年度調査) 報告書

平成 27 年 3 月

登 別 市

市民ニーズアンケート調査（平成26年度調査）報告書目次

第1章 調査の概要

1. 調査の目的	6
2. 調査の方法	6
(1) 調査地域・対象	
①必要サンプル数の決定	
②調査対象数の決定	
(2) 調査対象者の抽出	
(3) 調査の方法	
(4) 調査の期間	
3. 調査テーマ	8
4. 回収結果	9
5. 集計にあたって	9

第2章 調査結果の分析

サンプル（回答者）の基本属性	12
1. 居住地	
2. 年代	
3. 性別	
4. 居住年数	
第1節 防災意識	14
1. 調査の目的	
2. 将来、市が目指そうとする姿	
3. 調査の結果	
(1) 非常食の備蓄	
(2) 非常持ち出し品	
(3) 防災マップ	
(4) 避難場所や家族との連絡方法	
4. 施策への反映	
第2節 公共施設の整備	19
1. 調査の目的	
2. 将来、市が目指そうとする姿	
3. 調査の結果	
(1) 廃止や統合についての考え方	
(2) 施設を維持すべき理由	
(3) 施設を廃止・統合すべき理由	
(4) 施設の廃止・統合に際し考慮すべきこと	
(5) 優先すべき施策	
(6) 施設整備・管理運営の方法	
(7) 施設維持の手法	
(8) 歳入確保の手法	
4. 施策への反映	
第3節 インターネット利用	33
1. 調査の目的	
2. 将来、市が目指そうとする姿	
3. 調査の結果	
(1) インターネットの利用状況とその機器	
(2) インターネットの用途	
4. 施策への反映	

第4節 市政情報の収集	37
1. 調査の目的	
2. 将来、市が目指そうとする姿	
3. 調査の結果	
(1) 市政情報の収集手段	
(2) 広報紙でよく読まれる記事	
(3) 広報紙の見やすさ	
(4) ホームページの見やすさ	
(5) コミュニティFM	
4. 施策への反映	
第5節 市民活動	45
1. 調査の目的	
2. 将来、市が目指そうとする姿	
3. 調査の結果	
(1) 市民活動の参加	
(2) 参加した活動の分野	
(3) 参加した活動の活動場所	
(4) 参加した理由	
(5) 活動の課題	
(6) 市民活動を活発にするための方法	
4. 施策への反映	
第6節 市の景観	58
1. 調査の目的	
2. 将来、市が目指そうとする姿	
3. 調査の結果	
(1) 景観の印象	
(2) 大切にしたい・愛着を感じる景観	
4. 施策への反映	
第7節 市内の買い物環境	62
1. 調査の目的	
2. 将来、市が目指そうとする姿	
3. 調査の結果	
(1) 買い物をする店舗	
(2) 店舗へ行くための交通手段	
(3) 買い物の際に困っていること	
(4) 買い物環境の改善方法	
4. 施策への反映	
第8節 登別ブランド推奨品	80
1. 調査の目的	
2. 将来、市が目指そうとする姿	
3. 調査の結果	
(1) 情報の収集手段	
(2) 購入したことのある登別ブランド推奨品	
(3) 購入の目的	
4. 施策への反映	
第9節 観光	86
1. 調査の目的	
2. 将来、市が目指そうとする姿	
3. 調査の結果	
(1) サンライバスキー場の利用頻度	
(2) サンライバスキー場の利用形態	
(3) 利用促進の方法	
4. 施策への反映	

第3章 登別市総合計画第2期基本計画の 『目標への接近度』を計る調査

1. 調査の目的	94
2. 調査の結果	94
(1) 子育てへの不安や負担	
(2) 老後の不安	
(3) 男女共同参画社会	
(4) 環境家計簿	
(5) 市内の道路の移動しやすさ	
(6) 歩道の歩きやすさ	
(7) 文化・芸術の関心	
(8) 文化・芸術団体への加入	
(9) 運動の頻度	

付 録

アンケート調査票

第1章 調査の概要

1. 調査の目的

市は、『登別市まちづくり基本条例』の理念に則り、市民と行政による協働のまちづくりを進めるとともに、多くの市民に満足いただける政策の実施に努めている。一方、行政へのニーズは、日々変化しており、既存の施策が市民の望むものと一致しているかを検証することは非常に重要である。

この調査は、総合計画に掲げた事業の達成状況の把握や、市が行う事業の検証、新たなニーズに応える施策を立案するための資料とすることを目的に実施した。

2. 調査の方法

(1) 調査地域・対象

調査地域は市内全域とし、対象は市内に居住する20歳以上の方3,500人とした。

なお、調査対象数の決定は次の方法により行った。

①必要サンプル数の決定

調査対象のニーズを把握するために、統計学上必要なサンプル（標本）数を次の数式により求めた。

$$\text{サンプル数} \geq \frac{N}{\left(\frac{e}{k}\right)^2 \cdot \frac{N-1}{P(1-P)} + 1}$$

N（母集団） 調査の対象となるものの全体。標本を抽出するための母体となる統計量の集まり。

ここでは、今回の調査対象とする20歳以上の人口とした。

N=50,613人（住民基本台帳人口）-8,080人（0～19歳の人口）=42,533人（平成26年3月末値）

e（標本誤差） 標本から測定された統計量の標準偏差であり標本統計量の精度を表す。

一般的に、政府などが行う世論調査などでは、標本誤差を3%程度としていることから、今調査では、標本誤差を3%以下とすることとなるよう想定した。

k（信頼率） 区間推定において、ある確率（信頼係数）のもとで母数がある区間に含まれると推定された区間のこと。95%信頼区間とは、今回の調査を100回繰り返した結果が95回くらいは平均の結果内に含まれるということ。

ここでは信頼率を95%とし、それに対応する係数**k=1.96**を用いた。

P（母比率） 母集団におけるある条件を満たす対象の比率。予測が困難な場合は50%とすると最も安全なサンプルサイズを求めることができることから、今調査における母比率も50%とした。

これらにより、求められる標本の大きさ（n）は、1,041人以上となる。

このため、統計学上1,100人の標本を収集すると、調査対象のニーズがほぼ把握したと判断できることから、本調査では必要なサンプル数を1,100人と設定した。

②調査対象者数の決定

①で述べたサンプル（標本）数を確保するために必要な調査対象者数を次の数式により求めた。

なお、回収見込み（α）には、平成18年度調査の回収率（35.9%）を用いた。

$$\text{発送数} \geq \text{サンプル（標本）数} \div \text{回収の見込み（}\alpha\text{）}$$

これにより、求められる調査対象者数は3,090人以上となる。

この結果を踏まえ、本調査では統計上必要なサンプルを確実に得るため、調査対象者数を3,500人とした。

（2）調査対象者の抽出

平成26年3月31日現在の住民基本台帳から、次の方法により調査対象者を抽出した。

- i. 必要サンプル数1,100人を、市内を4地区（登別温泉地区、登別地区、幌別地区、鷺別地区）の居住者数に比し配分する。
- ii. 平成23年度調査の4地区別の回答率を求め、その回答率に応じ地区毎の調査対象者数を定める。
- iii. 地区毎に定めた調査対象者数を、その地区毎の居住地別に人口比で配分する。
- iv. 平成23年度調査の年代別回答率を求め、その比率に応じ居住地別・年齢別の調査対象者数を定める。

この結果、年齢別の発送割合では、20歳代～50歳代が人口割合より多くなり、60歳代、70歳以上が人口割合より少なくなった。

■表1-2-1 調査対象者数の内訳

住所	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
カルルス町	1	0	0	1	0	1	3
上登別町	2	1	0	1	1	0	3
登別温泉町	3	9	8	8	8	11	52
中登別町	4	7	7	7	5	6	40
登別東町	5	35	31	35	29	31	202
登別本町	6	15	13	14	13	14	86
登別港町	7	0	1	1	0	0	3
札内町	8	5	3	5	3	4	25
富浦町	9	1	1	1	1	1	6
新栄町	10	0	0	1	1	1	4
幸町	11	3	3	3	3	3	18
千歳町	12	22	20	23	19	20	131
幌別町	13	24	21	25	20	22	141
来馬町	14	0	1	0	0	0	2
常盤町	15	27	24	27	23	25	158
中央町	16	20	17	19	16	18	113
柏木町	17	28	25	29	24	26	165
富士町	18	30	26	30	26	27	175
片倉町	19	15	13	14	12	13	84
新川町	20	24	21	24	21	23	142
鉾山町	21	0	0	0	0	1	1
桜木町	22	30	27	30	26	28	176
川上町	23	2	2	2	2	2	12
青葉町	24	0	0	0	0	0	1
緑町	25	10	9	11	9	10	61
大和町	26	2	1	2	2	2	11
若山町	27	25	23	26	22	23	149
富岸町	28	29	25	29	25	27	170
新生町	29	58	52	59	50	54	343
栄町	30	17	16	18	15	17	104
若草町	31	61	53	61	52	56	354
鷺別町	32	52	47	53	45	49	309
美園町	33	42	37	42	35	38	244
上鷺別町	34	3	2	2	1	2	12
発送数	597	529	603	509	552	710	3,500
発送割合	17.06%	15.11%	17.23%	14.54%	15.77%	20.29%	
人口分布	4,185	5,669	6,396	6,022	8,802	11,459	42,533
人口割合	9.84%	13.33%	15.04%	14.16%	20.69%	26.94%	

(3) 調査の方法

調査票は郵送により調査対象者へ発送し、郵送及び次の公共施設にて回収した。

【回収施設】

市役所、登別温泉支所、登別支所、鷺別支所、鷺別支所若草分室

(4) 調査の期間

調査期間は、平成26年7月28日から8月22日までとした。

3. 調査テーマ

調査テーマは、市内より市民のニーズを把握する必要があるものを募集し、10のテーマを設定。質問項目を46問とした。

■表1-3-1 調査テーマと内容

テーマ	設問	内 容
防災意識	4問	非常食の備蓄、非常持ち出し品の備え、防災マップ、避難場所や家族との連絡方法
公共施設の整備	8問	廃止や統合についての考え方、施設を維持すべき理由、施設を廃止・統合すべき理由、施設を廃止・統合する際に考慮すべきこと、優先すべき施策、施設整備・管理運営の方法、施設維持の手法、歳入確保の手法
インターネット利用	2問	インターネットの利用状況とその機器、インターネットの用途
市政情報の収集	5問	市政情報の収集手段、広報紙でよく読まれる記事、広報紙の見やすさ、ホームページの見やすさ、コミュニティFMの聴取状況
市民活動	6問	市民活動の参加状況、参加した活動の分野、参加した活動の主な活動場所、参加した理由、活動の課題、市民活動を活発にするための方法
市の景観	2問	景観の印象、大切にしたい・愛着を感じる景観
市内の買い物環境	4問	買い物をする店舗、店舗へ行くための交通手段、買い物の際に困っていること、買い物環境の改善方法
登別ブランド推奨品	3問	情報の収集手段、購入したことのある登別ブランド推奨品、購入の目的
観光	3問	サンライバスキー場の利用頻度、サンライバスキー場の利用形態、利用促進の方法
総合計画の進捗度	9問	子育ての不安や負担、老後の不安、男女共同参画社会、環境家計簿、市内の道路の移動しやすさ、歩道の歩きやすさ、文化・芸術の関心、文化・芸術団体の加入、運動の頻度
回答者の基本属性		居住地、年代、性別、居住年数

4. 回収結果

調査票の回収数は、1,232人であり、本調査に必要とする1,100人以上（2 - (1) - ①『必要サンプル数』参照）のサンプルを得られた。

①調査票送付数	3,500人
②回収数	1,232人
③回収率	35.20%

5. 集計に当たって

- ・集計は小数第3位を四捨五入して算出した。したがって、回答率を合計しても100%ちょうどにならず、1%の範囲で増減することがある。
- ・回答の比率（%）は、その設問の回答者数を基数（n）として算出した。したがって、複数回答の設問は全ての比率を合計すると100%を超えることがある。
- ・グラフ中の（n）は、比率算出の基数であり、100%が何人の回答者に相当するかを示す。
- ・本文やグラフの選択肢表記は、場合によっては語句を簡略化している。

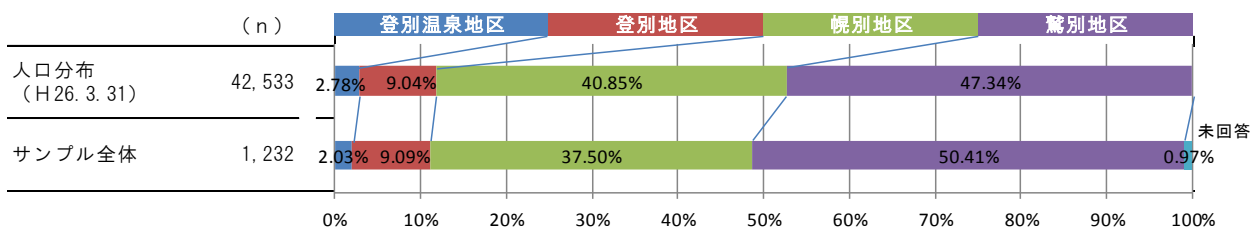
第2章 調査結果の分析

サンプル（回答者）の基本属性

1. 居住地

居住地を地区毎に集計したところ、人口分布とほぼ一致する分布となった。

■グラフ2-0-1 サンプルの居住地分布



※参考：地区名とそこに含まれる居住地

【登別温泉地区】 カルルス町、上登別町、登別温泉町、中登別町

【登別地区】 登別東町、登別本町、登別港町、札内町、富浦町、新栄町

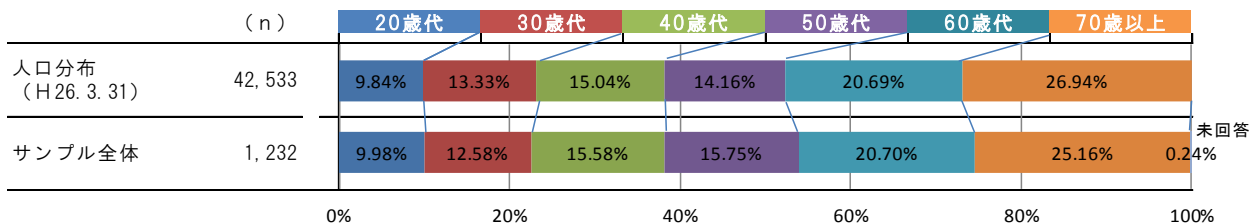
【幌別地区】 幸町、千歳町、幌別町、来馬町、常盤町、中央町、柏木町、富士町、片倉町、新川町、鉾山町、桜木町、青葉町、川上町、緑町

【鷺別地区】 大和町、若山町、富岸町、新生町、栄町、若草町、鷺別町、美園町、上鷺別町

2. 年代

年代毎に集計をしたところ、人口分布とほぼ一致する分布となった。

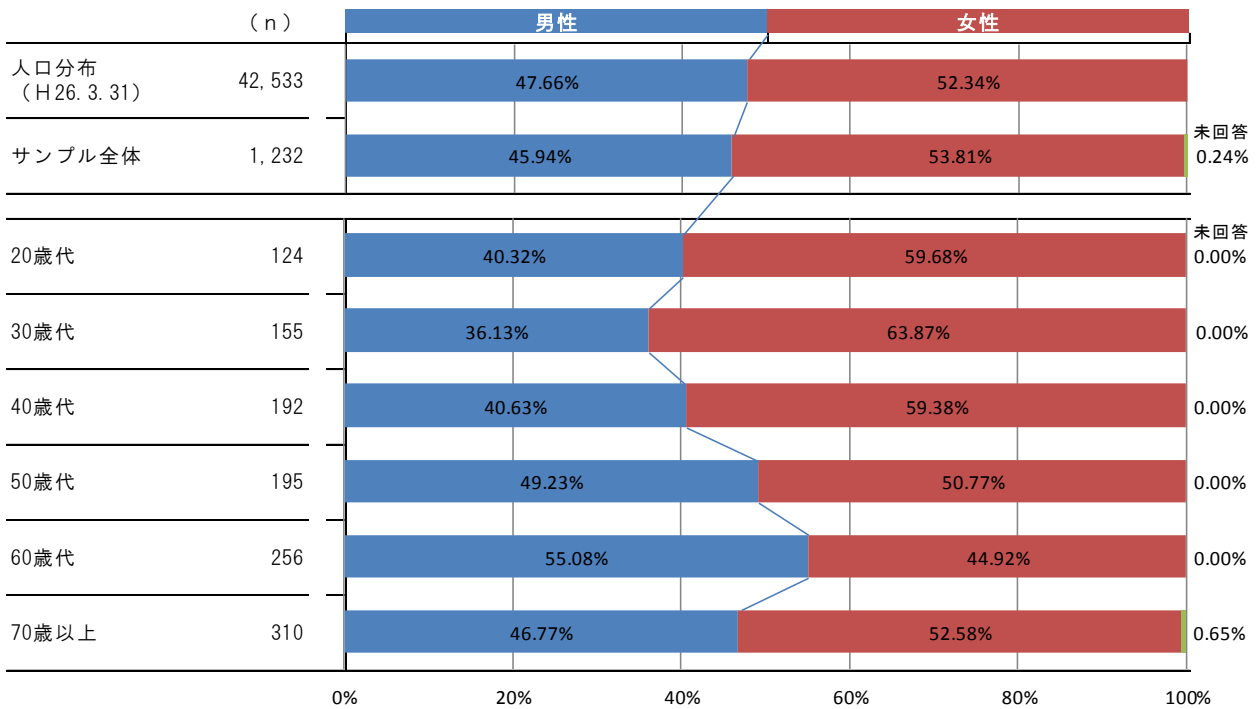
■グラフ2-0-2 サンプルの年代分布



3. 性別

年代によってばらつきはあるが、サンプル全体では人口分布とほぼ一致する分布となった。

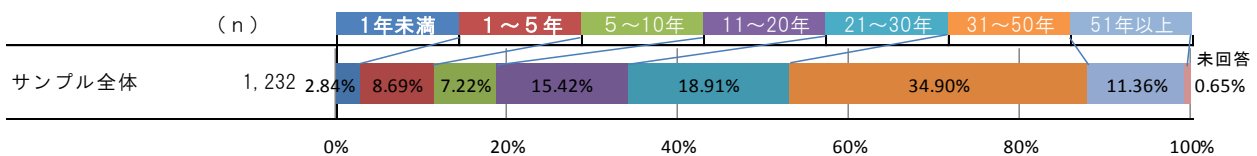
■グラフ2-0-3 サンプルの性別分布



4. 居住年数

サンプルの登別市の居住年数を調べたところ、31～50年が最も多く、次いで21～30年、11～20年が多い結果となった。

■グラフ2-0-4 サンプルの市内居住年数の分布



第1節 防災意識

【担当：総務グループ】

1. 調査の目的

市民がどれだけ災害に備えているかを把握することにより、今後の啓発などの参考とする。

2. 将来、市が目指そうとする姿

市民一人一人に災害の備えについて考えてもらうことにより、減災を目指す。

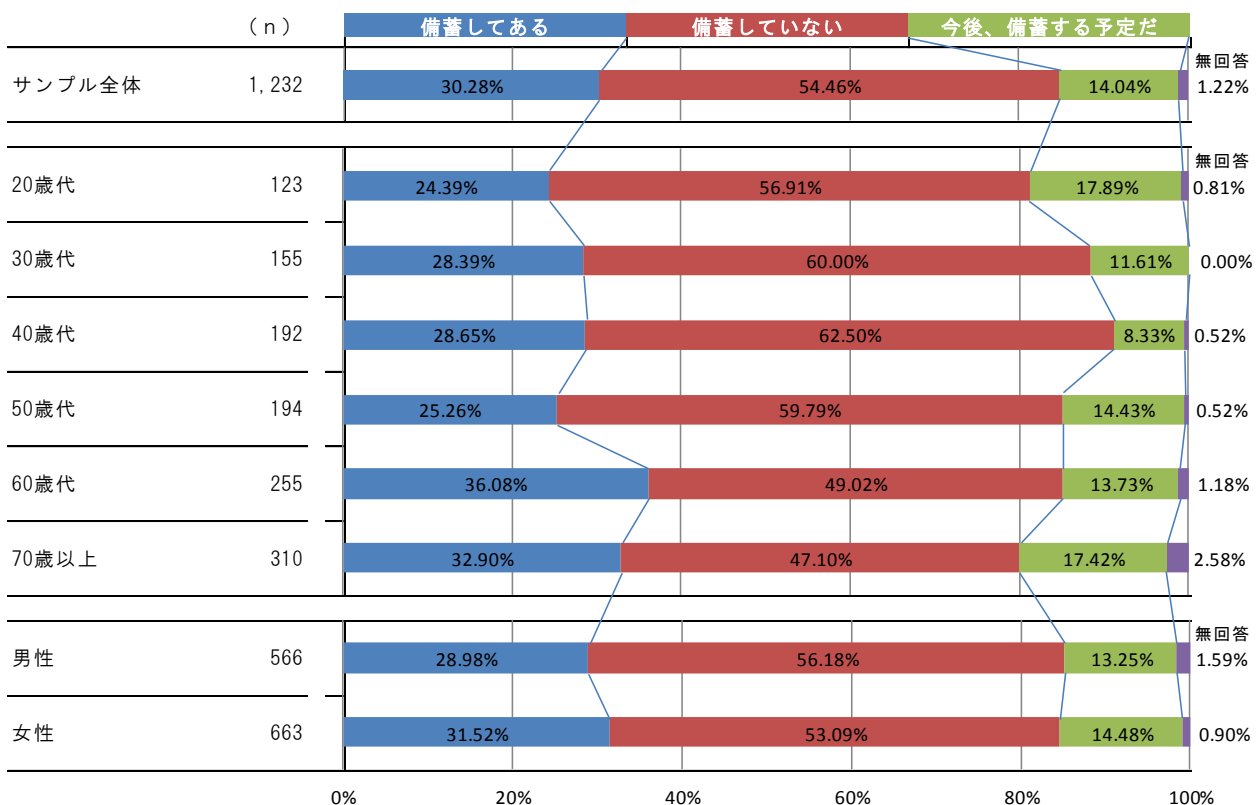
3. 調査の結果

(1) 非常食の備蓄

問1 あなたの家には、非常用の食べ物などを備蓄していますか

グラフ2-1-1 非常食の備蓄状況

■グラフ2-1-1 非常食の備蓄状況



①全体の考察

全体の非常備蓄品の備蓄状況は、平成23年度の調査結果と比較すると、備蓄している割合が約6%上昇しており、一定程度防災意識が高まっていると推測されるが、『備蓄していない』割合が前回と大差がないことから、非常備蓄品に対する関心があまりない層がいることがうかがえた。

②年代別・性別の考察

非常備蓄品の備蓄状況は、『備蓄している』が、60歳代以上で30%を超えているが、50歳代以下は約25%～30%の間であった。平成23年度の調査結果と比較すると、備蓄予定を含めた備蓄に対する意識が、他の年代に比べて20歳代で改善している。

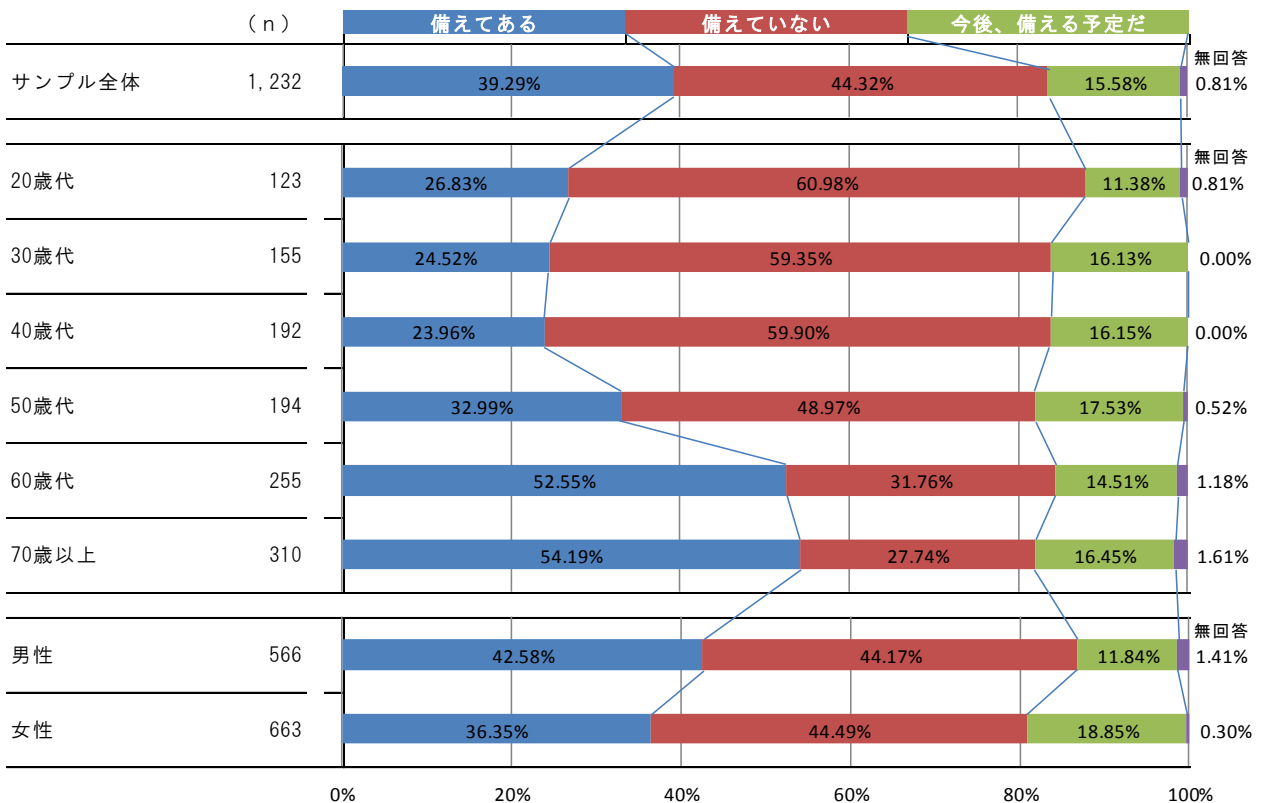
平成23年度の調査結果と比較すると、備蓄している割合は男性が約7%、女性が約6%上昇している。

(2) 非常用持ち出し品

問2 あなたの家には、非常用持ち出し品（ラジオや衣類など）を備えていますか

グラフ2-1-2 非常用持ち出し品の備蓄状況

■グラフ2-1-2 非常用持ち出し品の備蓄状況



①全体の考察

全体の非常用持ち出し品の備蓄状況は、平成23年度の調査結果と比較すると、備蓄している割合が若干上昇しており、一定程度防災意識が高まっていると推測されるが、『備蓄していない』割合が前回と大差がないことから、非常用持ち出し品に対する関心があまりない層がいることがうかがえた。

②年代別・性別の考察

非常用持ち出し品の備蓄状況は、『備えている』が、60歳代以上で50%を超えている一方、『備えていない』は20歳代～40歳代で約60%であった。

平成23年度の調査結果と比較すると、40歳代を除き備蓄している割合が若干上昇している。

非常用持ち出し品の備蓄状況は、男性が約43%、女性が約36%と、若干男性の割合が高かった。

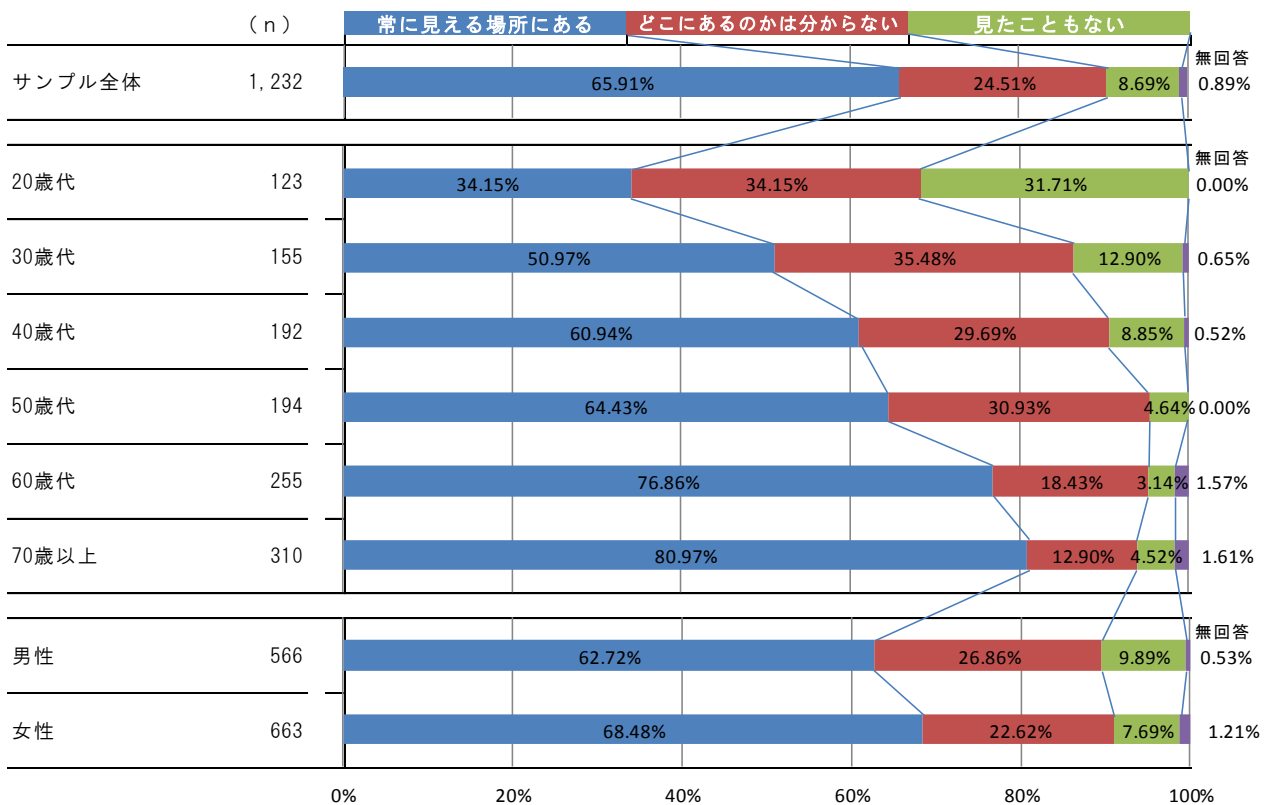
平成23年度の調査結果と比較すると、女性に比べて男性の備えている割合が上昇している。

(3) 防災マップ

問3 あなたの家には、市が発行した『防災マップ』は身近にありますか

グラフ2-1-3 防災マップの準備状況

■グラフ2-1-3 防災マップの準備状況



①全体の考察

全体の防災マップを常備している割合は、平成23年度の調査結果とほぼ同じで、『常に見える場所かすぐに取り出せる場所にある』が約66%という結果となり、防災マップに対しては必要性が比較的理解されていると思われる。

②年代別・性別の考察

防災マップの常備状況は、『常に見える場所かすぐに取り出せる場所にある』が60歳代以上で75%を超えている一方、20歳代で約34%と低い結果となった。

平成23年度の調査結果と比較すると、50歳代を除き常備している割合が若干上昇している。

防災マップの常備状況は、男性が約63%、女性が約69%と若干女性の割合が高かった。

平成23年度の調査結果と比較すると、男女ともに防災マップを常備している割合が改善している。

(4) 避難場所や家族との連絡方法

問4 あなたは、災害時の避難場所や連絡方法などを家族と決めていますか

グラフ2-1-4 避難場所や家族との連絡方法

■グラフ2-1-4 避難場所や家族との連絡方法



①全体の考察

全体の災害時の避難場所や連絡方法など家族間での取り決め状況は、『決めている』が約43%という結果となり、平成23年度の調査結果とほぼ同じ割合であった。

②年代別・性別の考察

災害時の避難場所や連絡方法など家族間での取り決め状況は、『決めている』が、60歳代以上で約半数となっている。また、年代が若くなるにつれ、割合が下がっている。

平成23年度の調査結果と比較すると、50歳代・60歳代を除き、決めている割合が若干高くなっている。

平成23年度の調査結果と比較すると、男女ともにほぼ同じ割合であった。

4. 施策への反映

今後も引き続き、防災研修などでの啓発のほか、広報紙などへの掲載や各種団体などとの連携により、備蓄の必要性についての理解に努める。

第2節 公共施設の整備

【担当：人事・行政管理グループ】

1. 調査の目的

人口減少や高齢化、公共施設の老朽化などに伴い、ますます厳しくなることが予想される財政状況の中、現在保有しているすべての公共施設を維持していくことは困難であることから、公共施設の整備に対する市民の意見を聞くことで、新たな『公共施設整備方針』策定の参考とする。

2. 将来、市が目指そうとする姿

多くの人が使いやすく、さまざまな活動や交流など日常生活の支えとなるような、安全・安心な公共施設を市民に提供する。

3. 調査の結果

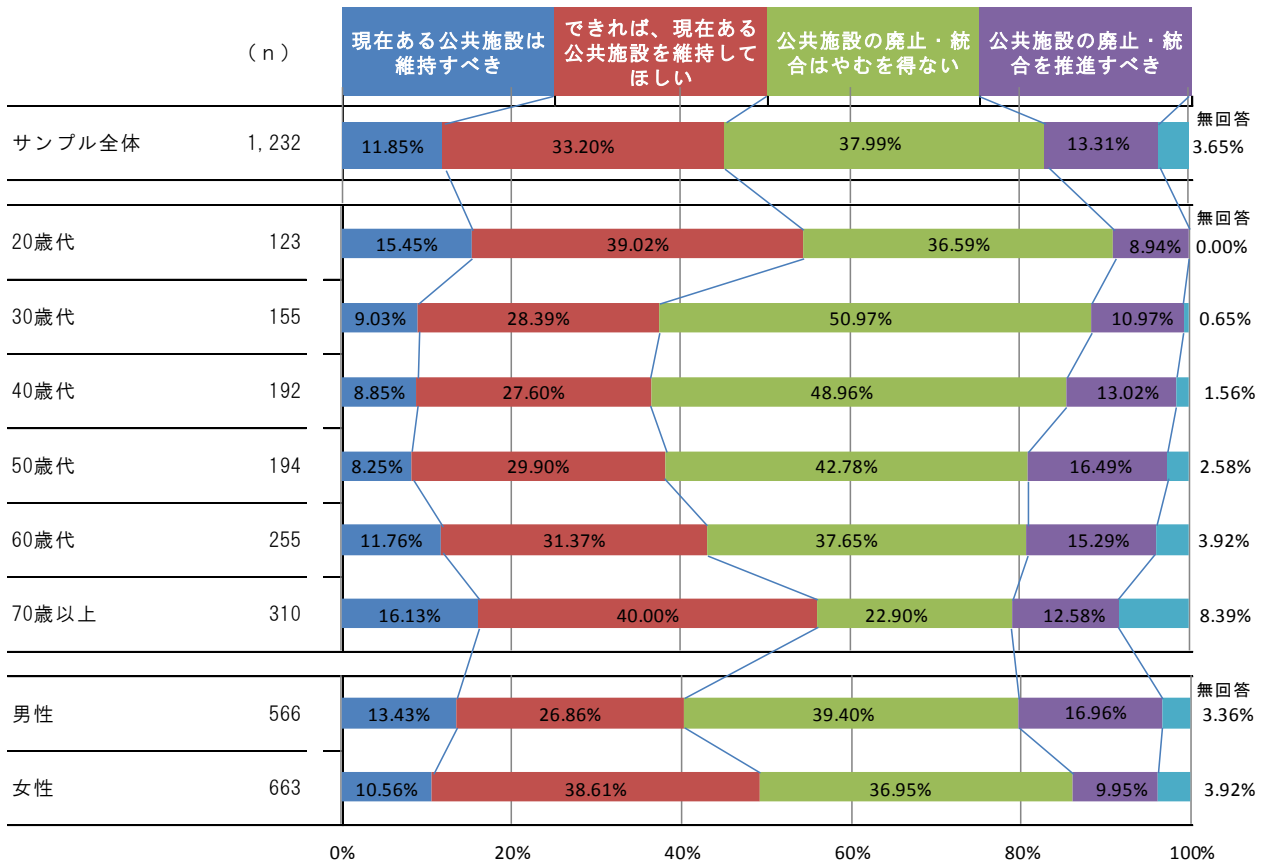
(1) 廃止や統合についての考え方

問5 登別市では、人口の減少や公共施設の老朽化が進んでいます。公共施設の廃止や統合についてどのようにお考えですか

グラフ2-2-1 公共施設の維持・廃止への考え方

(グラフ：次ページ)

■グラフ2-2-1 公共施設の維持・廃止への考え方



①全体の考察

『公共施設の廃止・統合を推進すべき』『公共施設の廃止・統合はやむを得ない』と考えている方は合わせて約51%と過半数であるが、『現在ある公共施設は維持すべき』『できれば、現在ある公共施設を維持してほしい』と考えている方も合わせて約45%となっており、大きな差は見られない。

②年代別・性別の考察

30歳代から50歳代では、『公共施設の廃止・統合はやむを得ない』と考えている方が全体の4割を超えており、『できれば、現在ある公共施設を維持してほしい』と考えている方より多いが、70歳以上では、『できれば、現在ある公共施設を維持してほしい』と考えている方が40%となっており、『公共施設の廃止・統合はやむを得ない』と考えている方の約23%に比べ非常に多いことがうかがえる。

『できれば、現在ある公共施設を維持してほしい』と考えている方が男性約27%に対し、女性は約39%と多い。

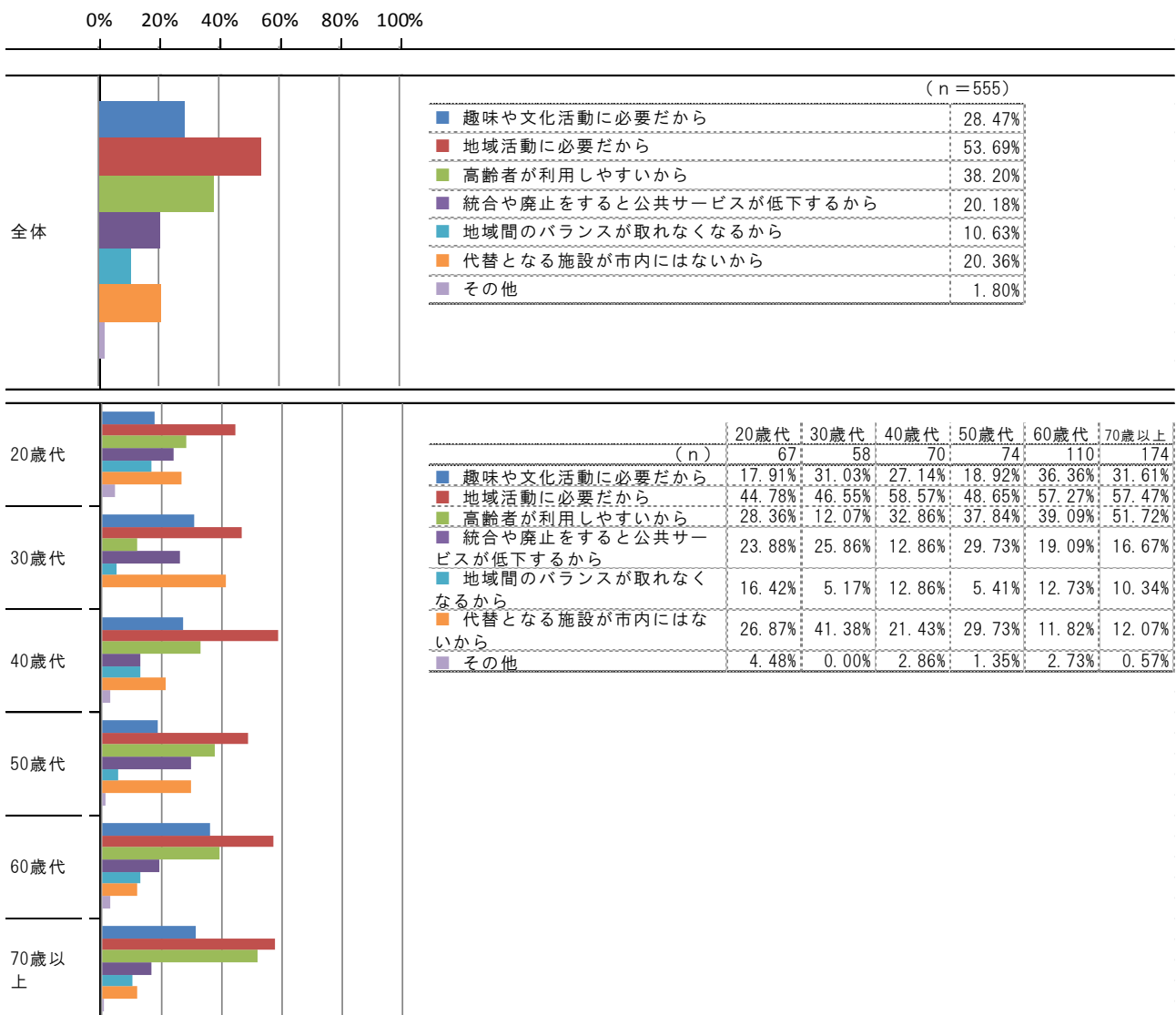
(2) 施設を維持すべき理由

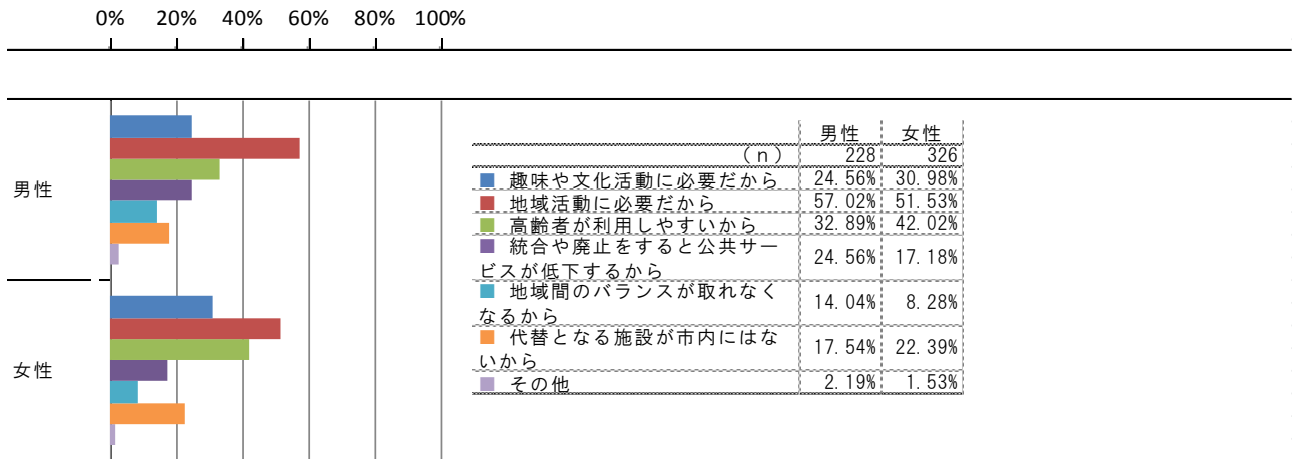
問6 問5で『①現在ある公共施設は維持すべき』、『②できれば、現在ある公共施設を維持してほしい』とお答えになった理由はどのようなことですか（複数回答可）

※問5で『現在ある公共施設は維持すべき』、『できれば、現在ある公共施設を維持してほしい』と答えた方のみ回答

グラフ2-2-2 施設を維持すべき理由

■グラフ2-2-2 施設を維持すべき理由





①全体の考察

公共施設は、地域活動に必要で、高齢者にとって利用しやすい施設と考えられていることがうかがえる。

②年代別・性別の考察

どの世代でも公共施設を維持する理由として最も多かったのは『地域活動に必要なだから』となっており、30歳代を除く世代で2番目に多かったのが『高齢者が利用しやすいから』となっている。

30歳代は『代替となる施設が市内にないから』が2番目に多かった理由となっている。

最も多かった理由が『地域活動に必要なだから』、続いて多かったのが『高齢者が利用しやすいから』、3番目に多かった理由が『趣味や文化活動に必要なだから』となっている。

(3) 施設を廃止・統合すべき理由

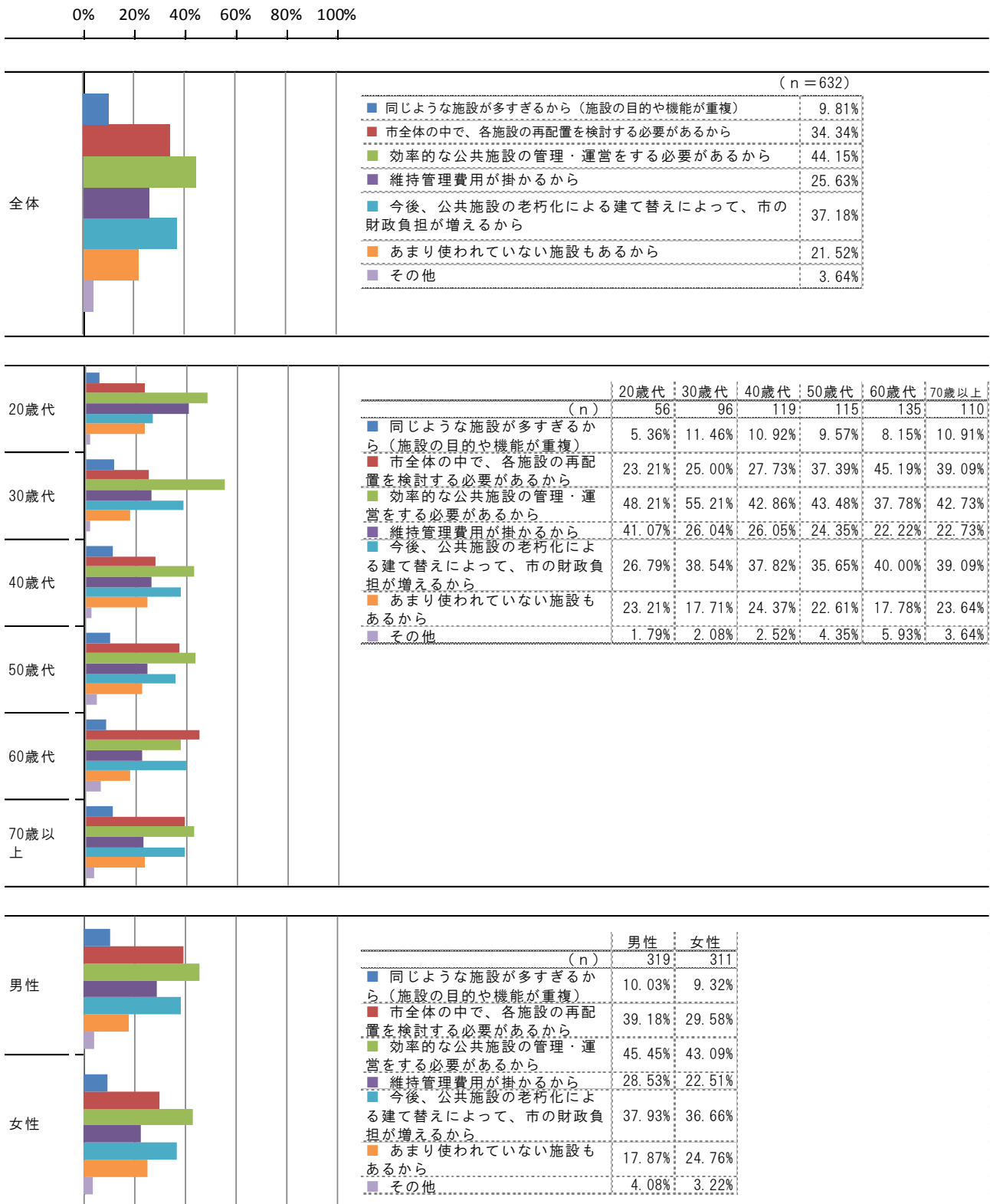
問7 問5で『③公共施設の廃止・統合はやむを得ない』、『④公共施設の廃止・統合を推進すべき』とお答えになった理由はどのようなことですか（複数回答可）

※問5で『公共施設の廃止・統合はやむを得ない』、『公共施設の廃止・統合を推進すべき』と答えた方のみ回答

グラフ2 - 2 - 3 施設を廃止・統合すべき理由

(グラフ：次ページ)

■グラフ2-2-3 施設を廃止・統合すべき理由



①全体の考察

廃止・統合の理由として最も多かったのが『効率的な公共施設の管理・運営をする必要があるから』、続いて多かったのが『今後、公共施設の老朽化による建て替えによって、市の財政負担が増えるから』となっており、公共施設を効率的に管理・運営し、財政負担を増やしてほしくないと考えている方が多いことが推測される。

②年代別・性別の考察

60歳代を除く世代で、公共施設の効率的な管理・運営を求める声が多く、30歳代では約55%となっている。

60歳代では、廃止・統合の理由は『市全体の中で、各施設の再配置を検討する必要があるから』が最も多かった。

廃止・統合の理由はどちらも『効率的な公共施設の管理・運営をする必要があるから』が最も多かったが、男性は『市全体の中で、各施設の再配置を検討する必要があるから』が2番目に多い理由だったのに対し、女性は『今後、公共施設の老朽化による建て替えによって、市の財政負担が増えるから』が2番目に多かった。

(4) 施設の廃止・統合に際し考慮すべきこと

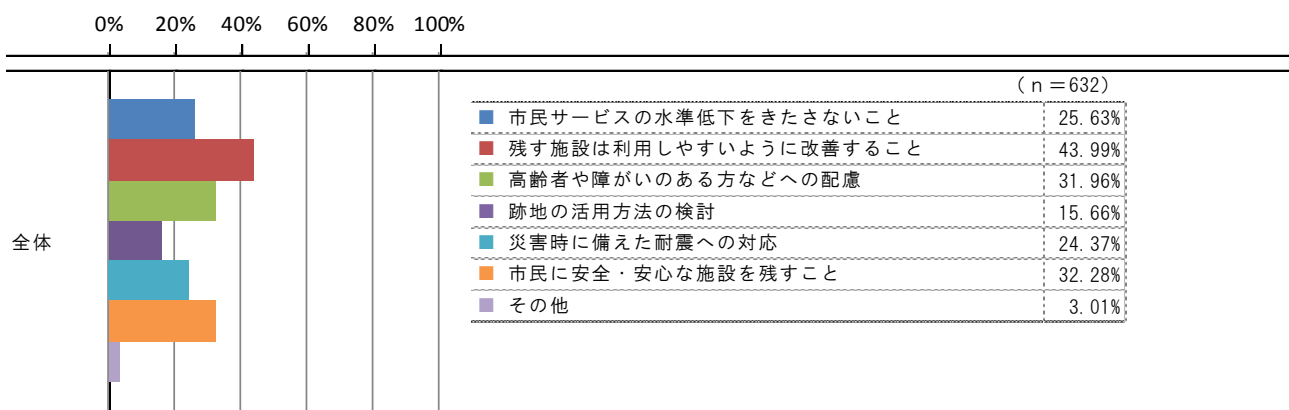
問8 公共施設を廃止・統合する際に考慮することが必要だと思うことはありますか

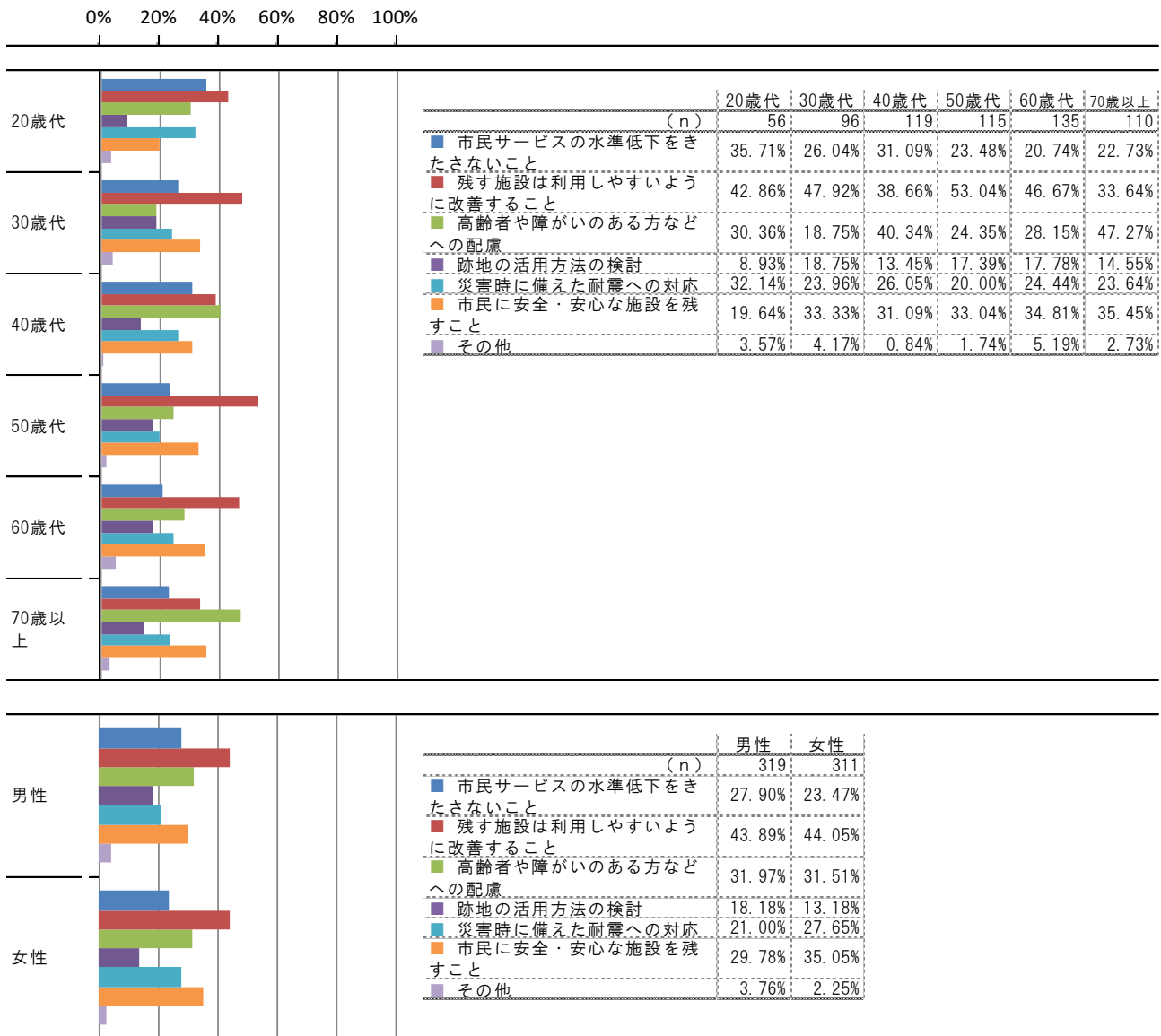
(複数回答可)

※問5で『公共施設の廃止・統合はやむを得ない』、『公共施設の廃止・統合を推進すべき』と答えた方のみ回答

グラフ2-2-4 施設の廃止・統合に際し考慮すべきこと

■グラフ2-2-4 施設の廃止・統合に際し考慮すべきこと





①全体の考察

公共施設を廃止・統合する際に考慮すべき点として、『残す施設は利用しやすいように改善すること』が約44%と最も多く、続いて『市民に安全・安心な施設を残すこと』が約32%、『高齢者や障がいのある方などへの配慮』が約32%という結果となった。

②年代別・性別の考察

公共施設を廃止・統合する際に考慮すべき点として、どの世代でも『残す施設は利用しやすいように改善すること』が多く、特に50歳代は約53%となっている。

70歳以上では、『高齢者や障がいのある方などへの配慮』が約47%と、最も多かった。

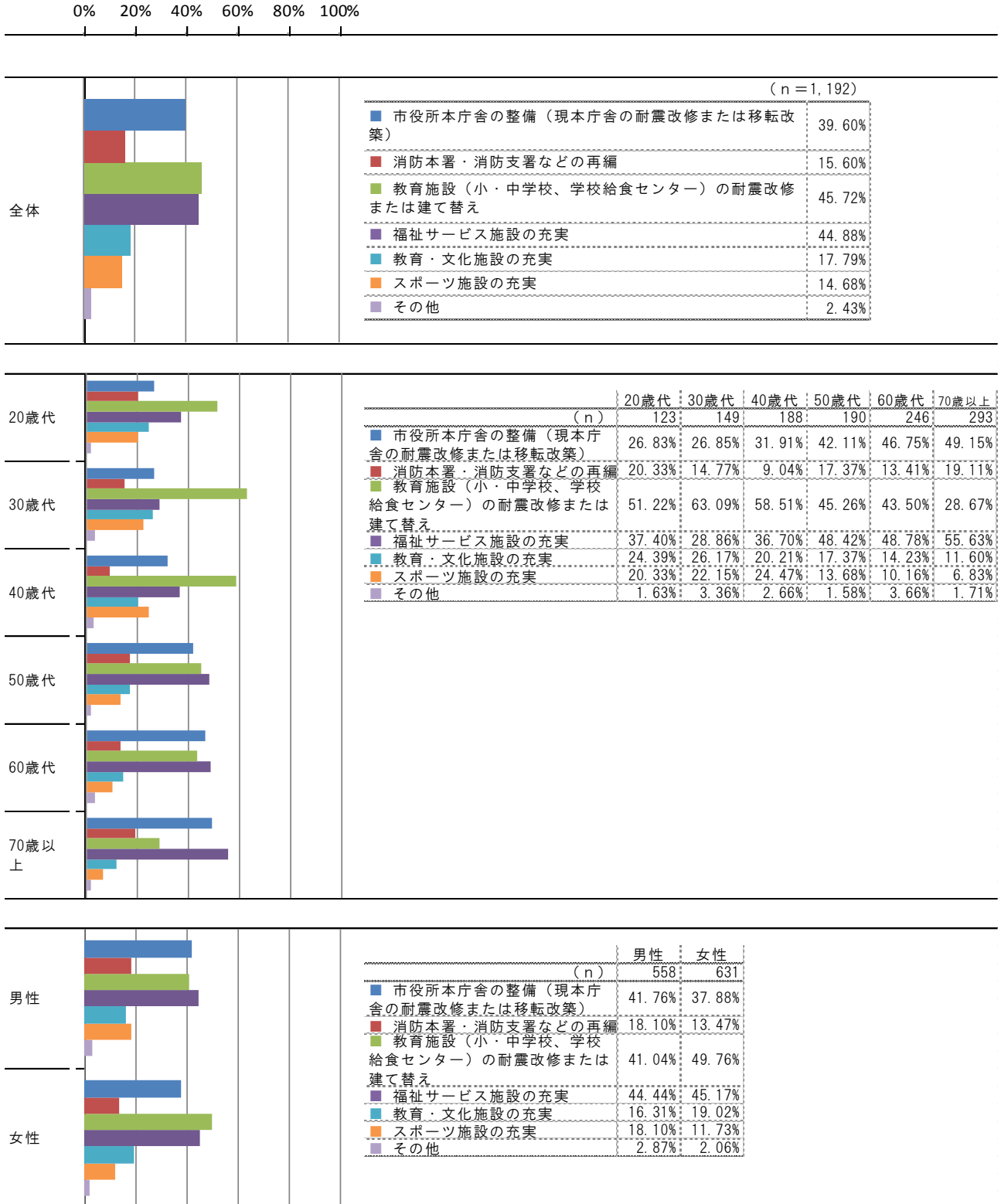
公共施設を廃止・統合する際に考慮すべき点として、どちらも『残す施設は利用しやすいように改善すること』が最も多かったが、女性では『市民に安全・安心な施設を残すこと』が、男性では『高齢者や障がいのある方などへの配慮』が2番目に多かった。

(5) 優先すべき施策

問9 公共施設についてどのような施策を優先すべきと思いますか（複数回答可）

グラフ2-2-5 優先すべき施策

■グラフ2-2-5 優先すべき施策



①全体の考察

『教育施設の耐震改修または建て替え』、『福祉サービス施設の充実』、『市役所本庁舎の整備』を優先すべきという意見が多く、『教育・文化施設の充実』や『消防本署・消防支署などの再編』、『スポーツ施設の充実』を優先すべきとする声は少ない結果となった。

②年代別・性別の考察

小・中学生の子を持つ親が多い世代（20歳代～40歳代）では、『教育施設の耐震改修または建て替え』を優先すべきとの意見が圧倒的に多いことがうかがえる。

50歳代以上の世代は、『福祉サービス施設の充実』を優先すべきという意見が最も多い結果となった。

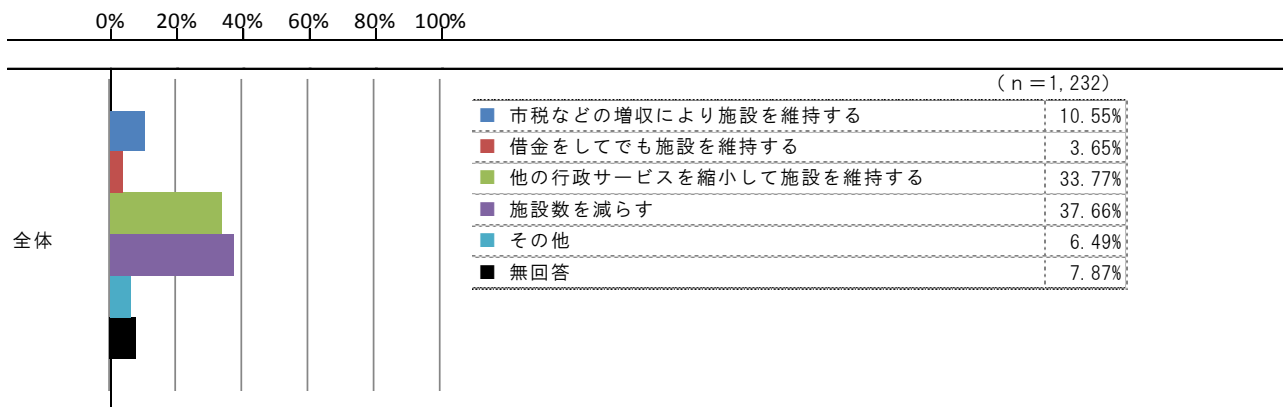
男女ともに『教育施設の耐震改修または建て替え』、『福祉サービス施設の充実』、『市役所本庁舎の整備』を優先すべきという意見が多い結果となった。

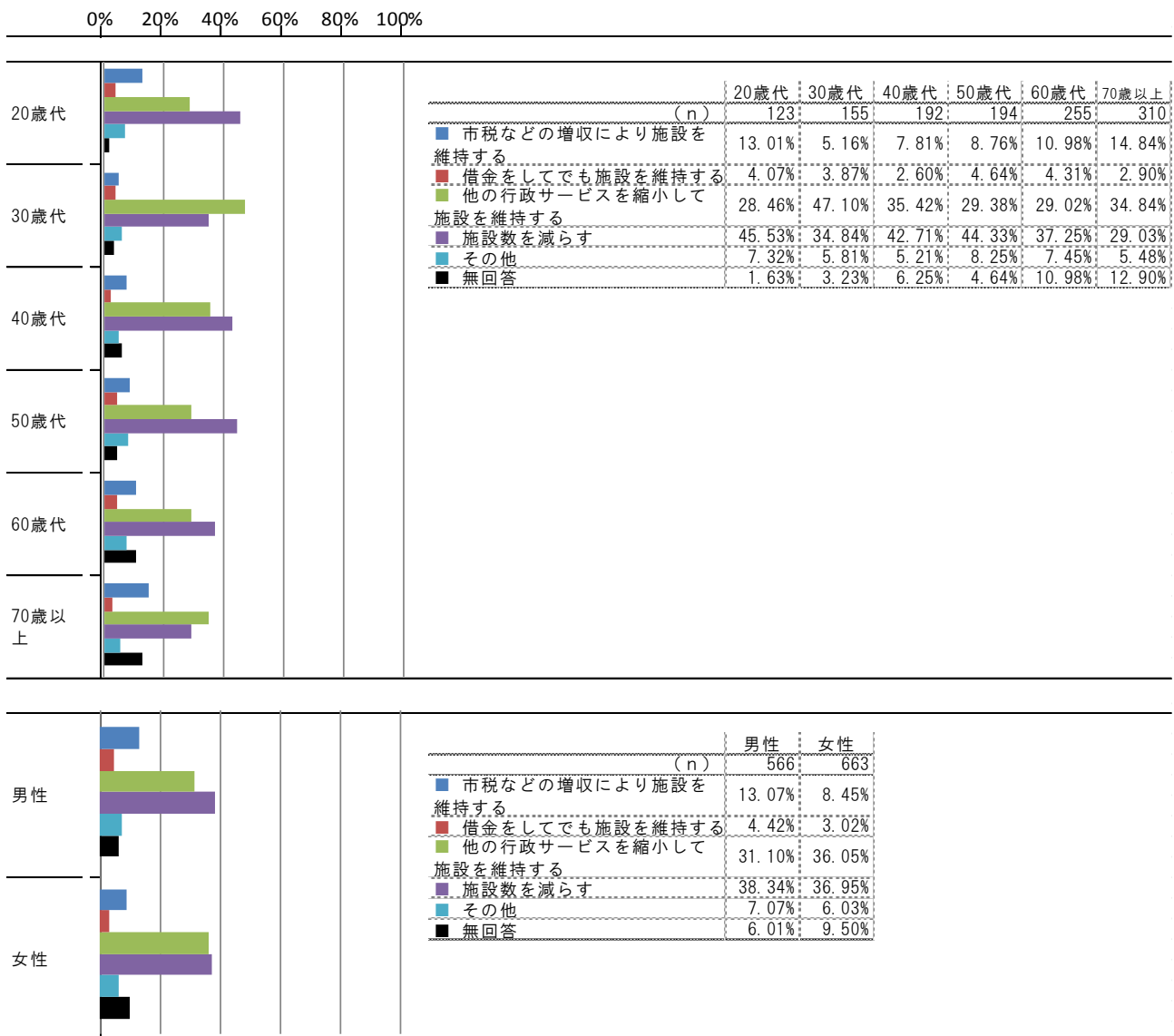
(6) 施設整備・管理運営の方法

問10 今後、公共施設の修繕や更新（建て替え）に必要な財源が不足してくることが予想されます。将来的な見通しを踏まえて、今後の公共施設の整備や管理運営についてはどのように進めていくべきだと思いますか。

グラフ2-2-6 施設整備・管理運営の方法

■グラフ2-2-6 施設整備・管理運営の方法





①全体の考察

公共施設の整備や管理運営については『他の行政サービスを縮小して施設を維持する』、『施設数を減らす』を選択しており、市税などの増収や借金をして施設を維持することを望む声は非常に少ない。

②年代別・性別の考察

全ての年代において、公共施設の整備や管理運営については『他の行政サービスを縮小して施設を維持する』、『施設数を減らす』を選択していることが分かる。

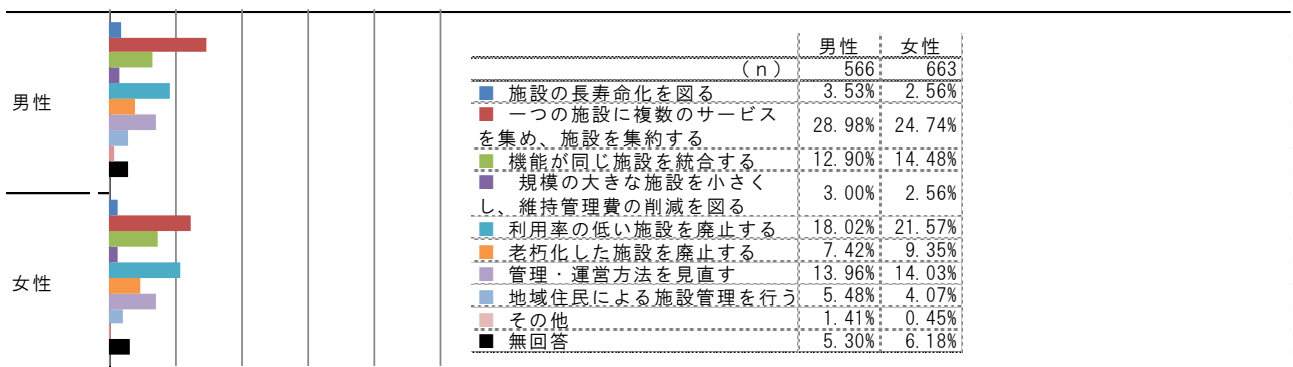
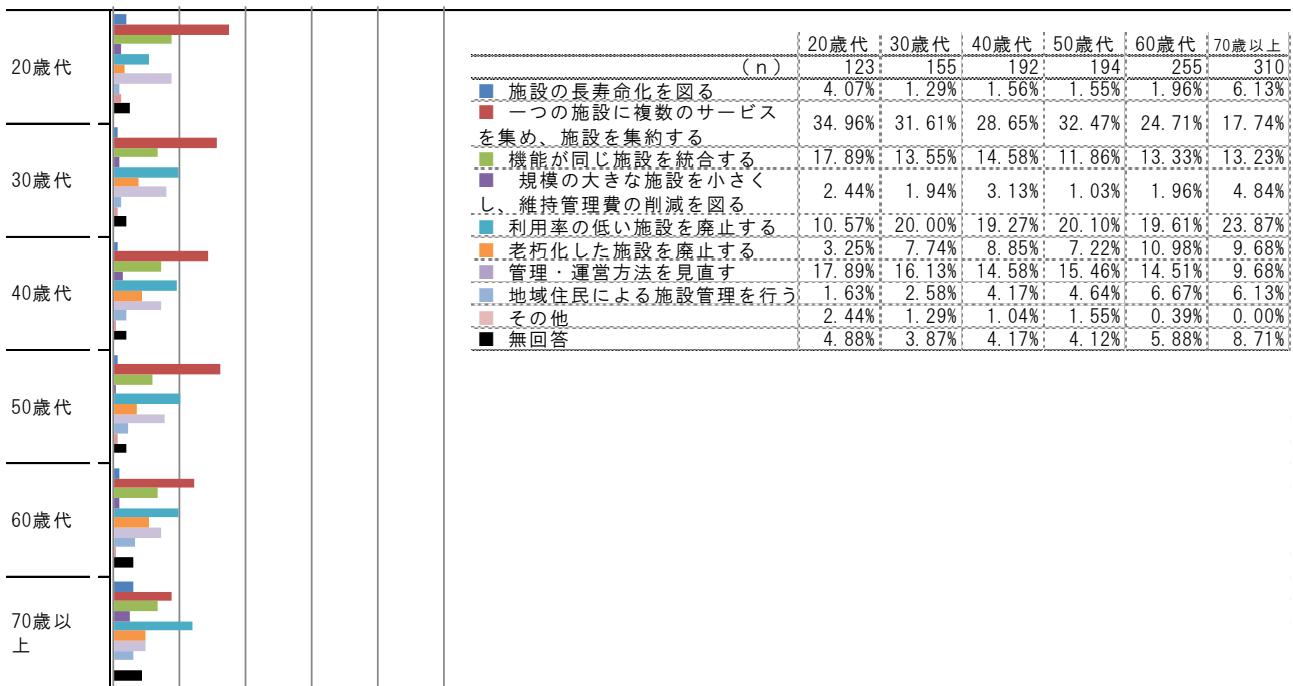
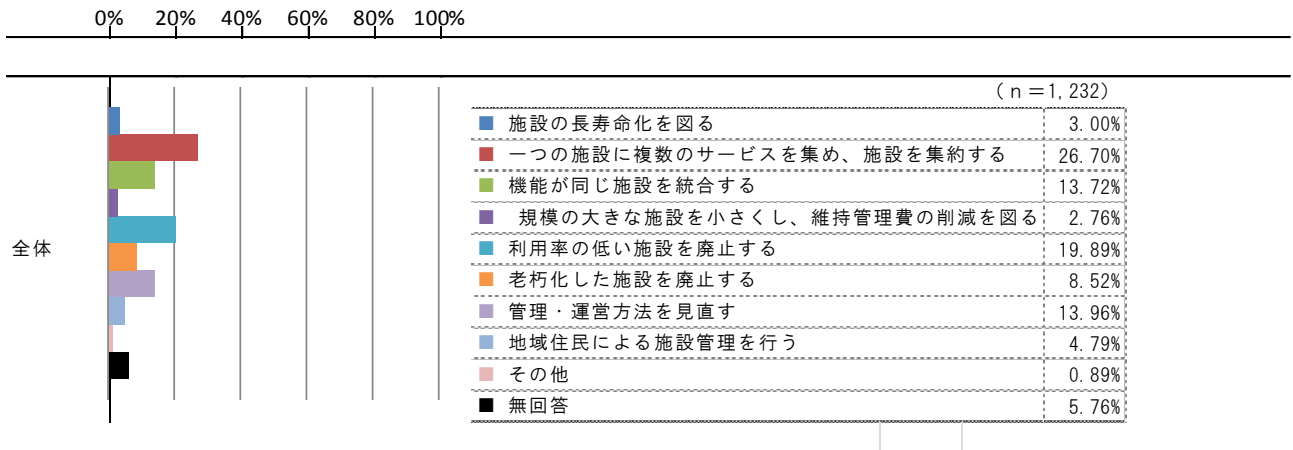
男女どちらも公共施設の整備や管理運営については『他の行政サービスを縮小して施設を維持する』、『施設数を減らす』を選択している。

(7) 施設維持の手法

問11 費用を抑えながら施設を安全に維持するために、どのような手法が必要であると思いますか。

グラフ2-2-7 施設維持の手法

■グラフ2-2-7 施設維持の手法



①全体の考察

費用を抑えながら施設を安全に維持する手法として『一つの施設に複数のサービスを集め、施設を集約する』を選択した方が約27%と最も多く、続いて『利用率の低い施設を廃止する』が約20%、『管理・運営方法を見直す』が約14%という結果となった。

②年代別・性別の考察

70歳以上を除く世代では、費用を抑えながら施設を安全に維持する手法として『一つの施設に複数のサービスを集め、施設を集約する』が最も多かったが、70歳以上では『利用率の低い施設を廃止する』が最も多かった。

また、費用を抑えながら施設を安全に維持する手法として『施設の長寿命化を図る』や『地域住民による施設管理を行う』を選択した方は、全体の中で非常に少ない結果となった。

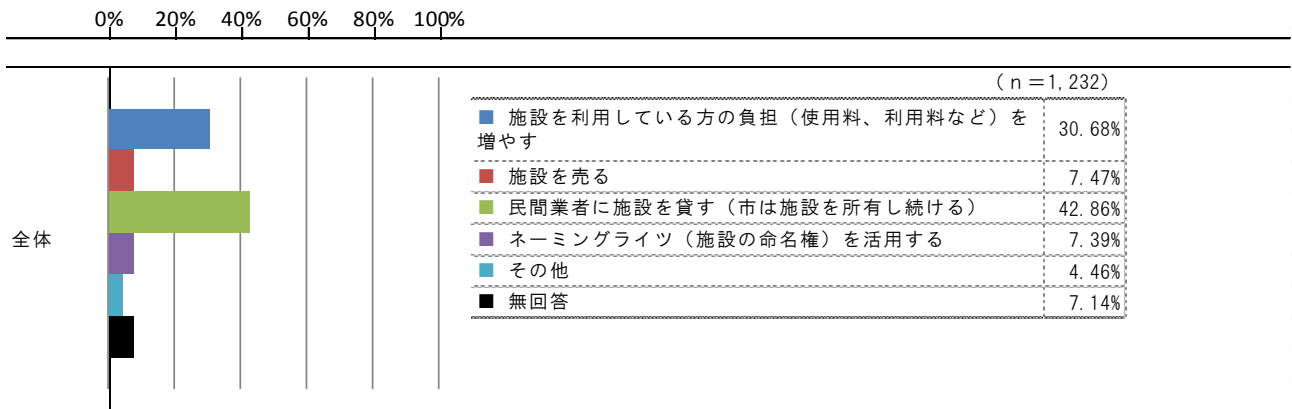
費用を抑えながら施設を安全に維持する手法として、男女ともに『一つの施設に複数のサービスを集め、施設を集約する』を選択する声が多かった。

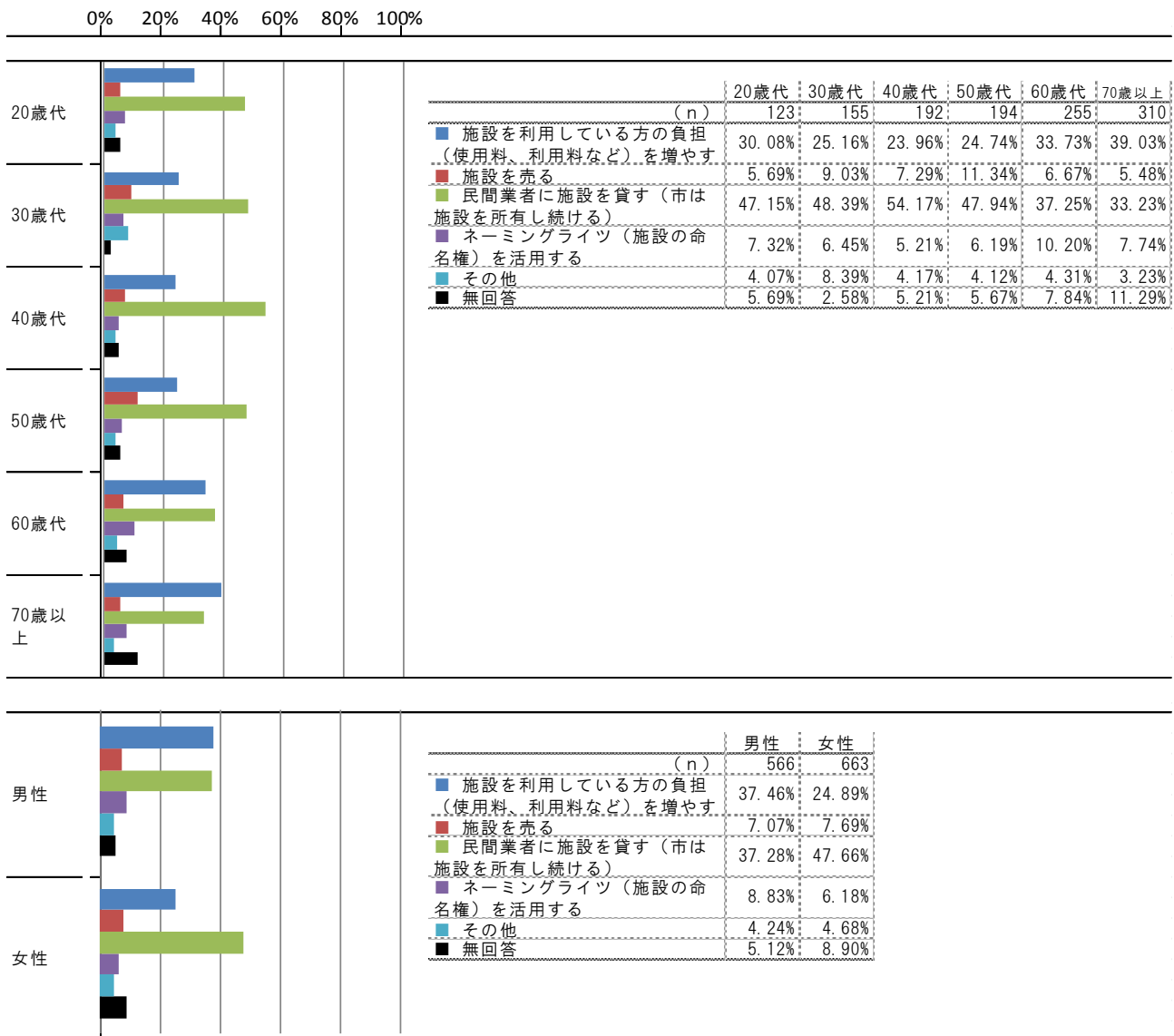
(8) 収入確保の手法

問12 歳入確保（施設に関わる収入を増やす）ために、どのような手法が必要であると思いますか。

グラフ2-2-8 収入確保の手法

■グラフ2-2-8 収入確保の手法





①全体の考察

歳入を確保する手法としては、『民間業者に施設を貸す』、『施設を利用している方の負担を増やす』に選択が集中している結果となった。

②年代別・性別の考察

歳入を確保する手法として、20歳代から50歳代までの方は『民間業者に施設を貸す』が最も多く、特に40歳代では約54%と非常に多い結果となった。

70歳以上では、『施設を利用している方の負担を増やす』が最も多いという結果となっている。

男性は、『民間業者に施設を貸す』を選択した方が約37%、『施設を利用している方の負担を増やす』を選択した方が約38%と拮抗しているが、女性は『民間業者に施設を貸す』を選択した方が約48%となっており、他に比べ圧倒的に多い結果となった。

4. 施策への反映

今回のアンケート結果と各地区連合町内会との意見交換会の結果等を踏まえ、新たな『公共施設整備方針』を策定する。

第3節 インターネット利用

【担当：企画調整グループ】

1. 調査の目的

インターネットに関する市民の利用状況を確認し、地域情報化の在り方や行政からの情報発信手法の検討に活用する。

2. 将来、市が目指そうとする姿

市民の誰もが情報機器を活用し、いつでも必要な情報を入手できる社会を構築する。

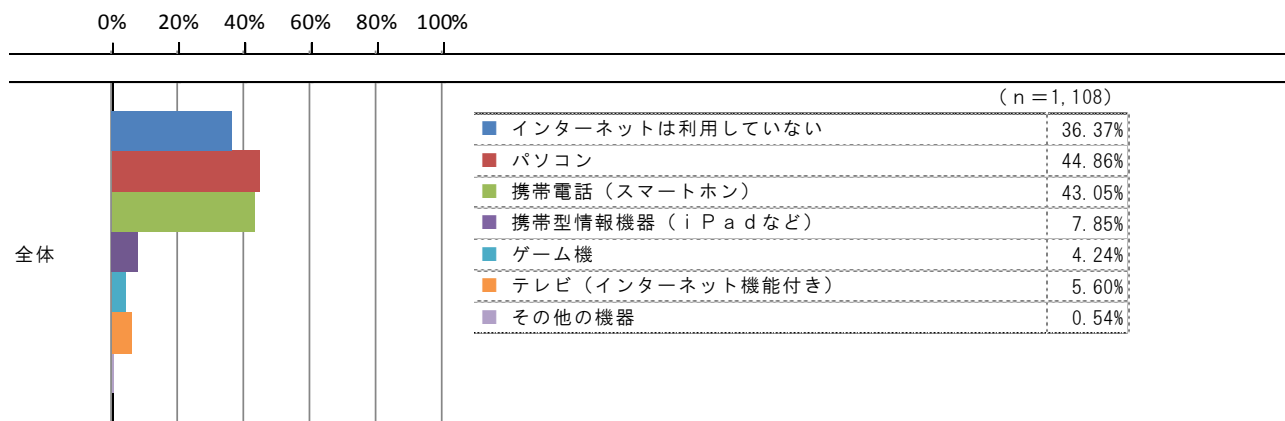
3. 調査の結果

(1) インターネットの利用状況とその機器

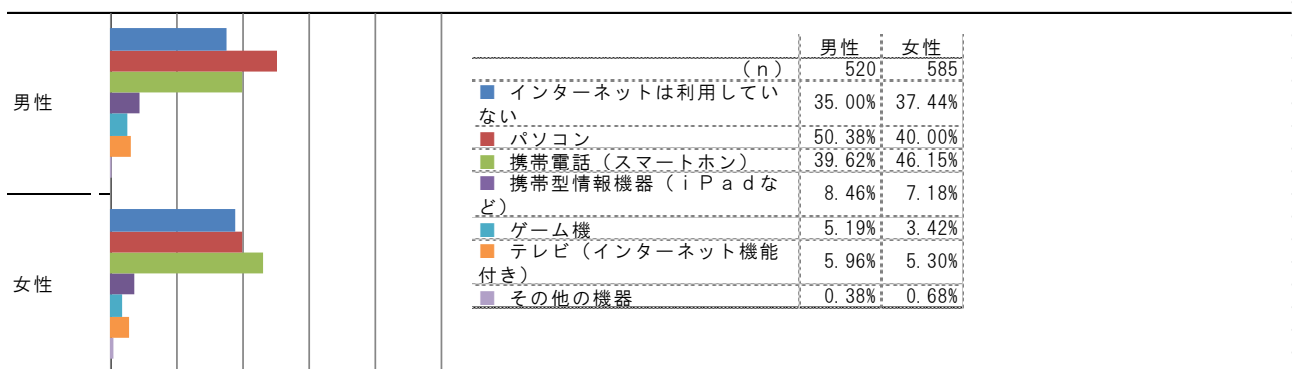
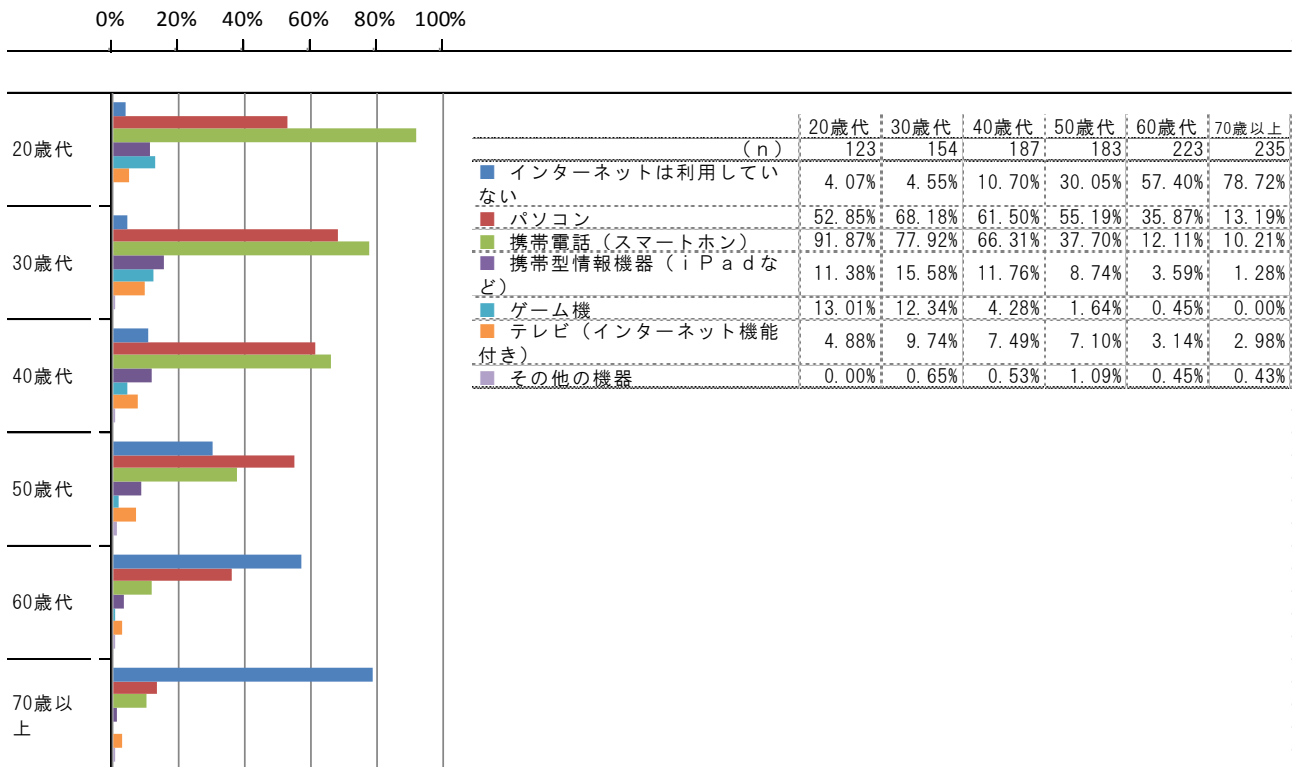
問13 あなたは、日ごろどのような機器でインターネットを利用していますか
(複数回答可)

グラフ2-3-1 インターネットの利用状況とその機器

■グラフ2-3-1 インターネットの利用状況とその機器



第2章 調査結果の分析



①全体の考察

市内のインターネット利用率は約64%に達し、20歳代～30歳代に至っては、約96%に到達している。

高齢者層を含めると紙媒体に至らないものの、市政情報を発信する上で重要なメディアであることが確認できた。

利用機器については、20歳代～40歳代において携帯電話がパソコンを上回っており、情報発信の対象媒体について検証する必要がある。

②年代別・性別の考察

インターネットの利用は20歳代の約96%を最高に、30歳代が約95%、40歳代が約89%と、40歳代までは8割を超える方が、何らかの手法によりインターネットを利用できる環境にある。一方60歳代は約43%、70歳以上は約21%と利用者は少なく、万能な情報発信手法とは言い難い状況にある。

20歳代から40歳代までは、スマートフォンなど携帯電話がパソコンを上回る傾向にあり、スマートフォンを活用した情報発信の素地が確立していることが分かる。

インターネットの利用率は、男性が若干多かった。

使用機器については、男性はパソコンを、女性は携帯電話を利用する割合が若干多い傾向にある。

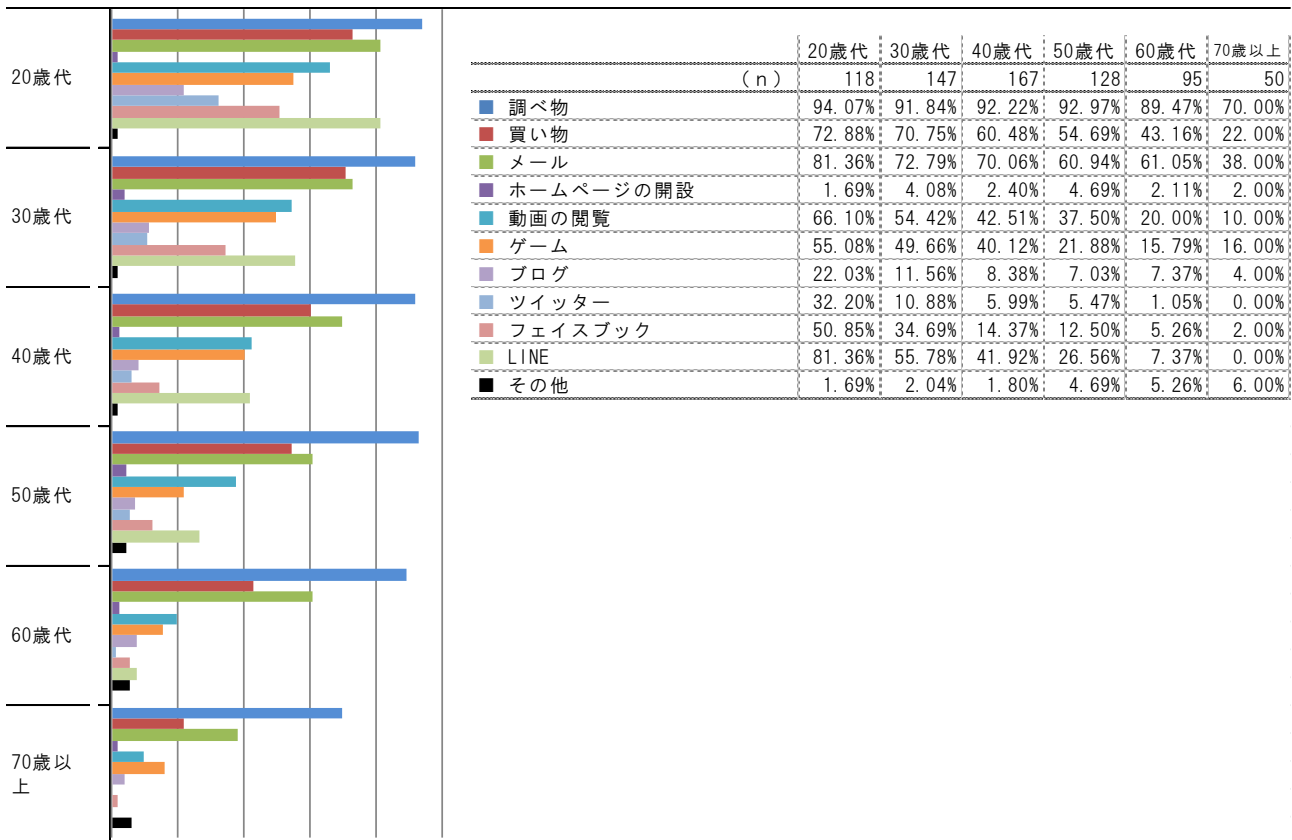
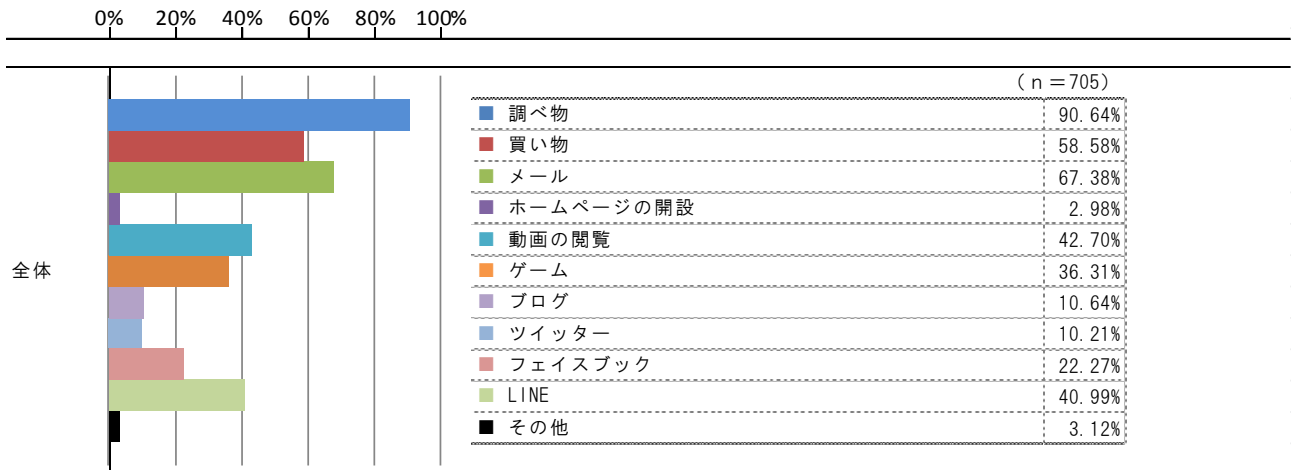
(2) インターネットの用途

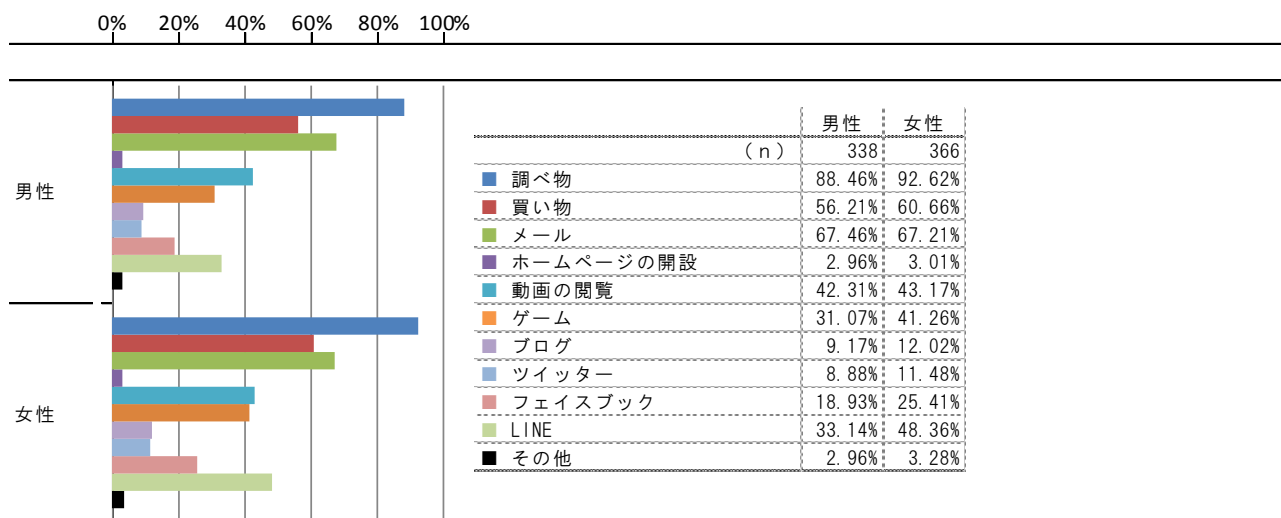
問14 どのような目的でインターネットを利用していますか（複数回答可）

※問13で『インターネットは利用していない』と答えた方以外が回答

グラフ2-3-2 インターネットの用途

■グラフ2-3-2 インターネットの用途





①全体の考察

利用実態が多いものとしては、『調べもの』、『買い物』、『メール』、『動画の閲覧』、『LINE』などがあつた。

多くの市民が調べものにインターネットを活用している実態から、インターネットでの情報提供にさらに努める必要がある。

②年代別・性別の考察

各年齢層で調べ物にインターネットを活用していることが分かつた。

それぞれの目的において、年齢層が若いほど利用実績が多く、インターネットへの抵抗感が薄いことが考えられる。

4. 施策への反映

インターネットが、市政情報を発信する上で重要なメディアであることが確認できた。

また、インターネットは、紙媒体にはない双方向性があり、携帯電話の普及から自宅に限らず、いつでもどこでも必要な情報を得ることが可能となっている。

インターネットの優位性を最大限発揮できるような情報発信の在り方について検討していきたい。

『facebook』など新たな情報提供ツールについても、一定程度普及していることが確認できたため、引き続き情報提供手法として実施していきたい。

第4節 市政情報の収集

【担当：企画調整グループ】

1. 調査の目的

市の取り組みや事業などを、市民の皆さんがどのような方法で知っているかを把握し、今後の広報広聴活動の検討に活用する。

2. 将来、市が目指そうとする姿

広報紙やホームページ、facebook、報道機関、コミュニティFMなど多種多様なメディアの特性を生かした効果的な広報広聴活動により、市民に情報提供を図る。

3. 調査の結果

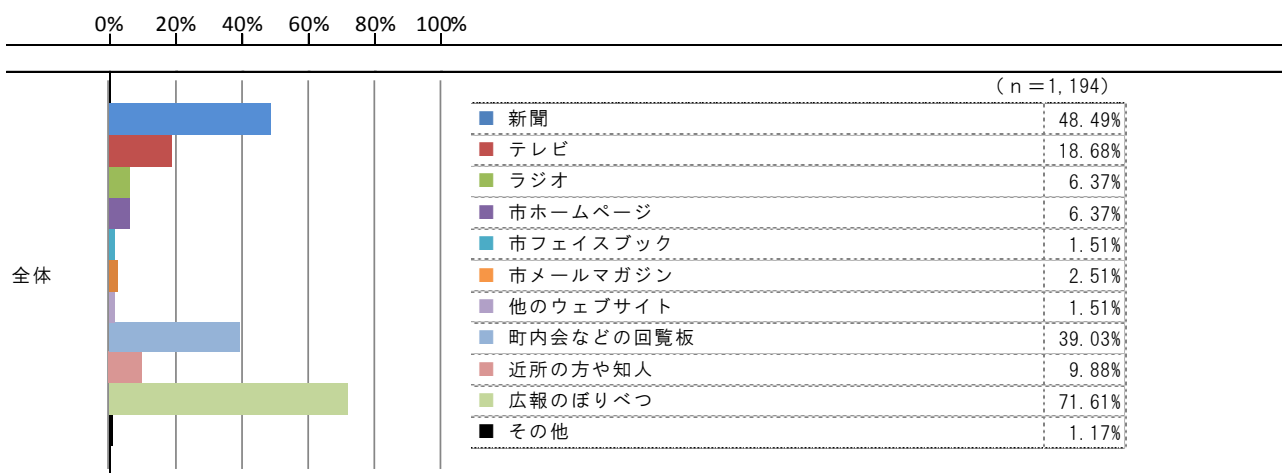
(1) 市政情報の収集手段

問 15 あなたは、市の事業や行事などをどのような方法で知りますか

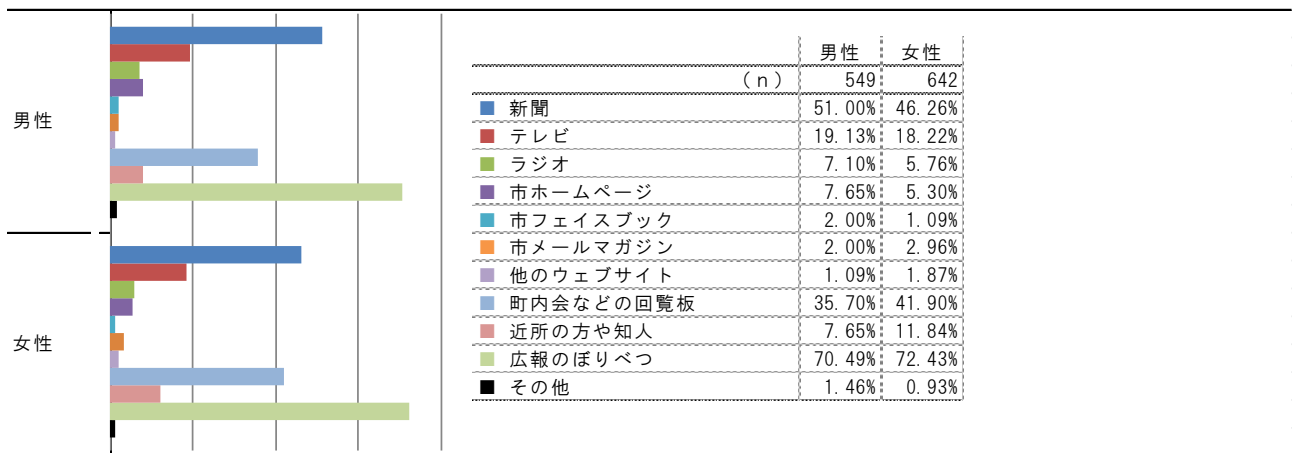
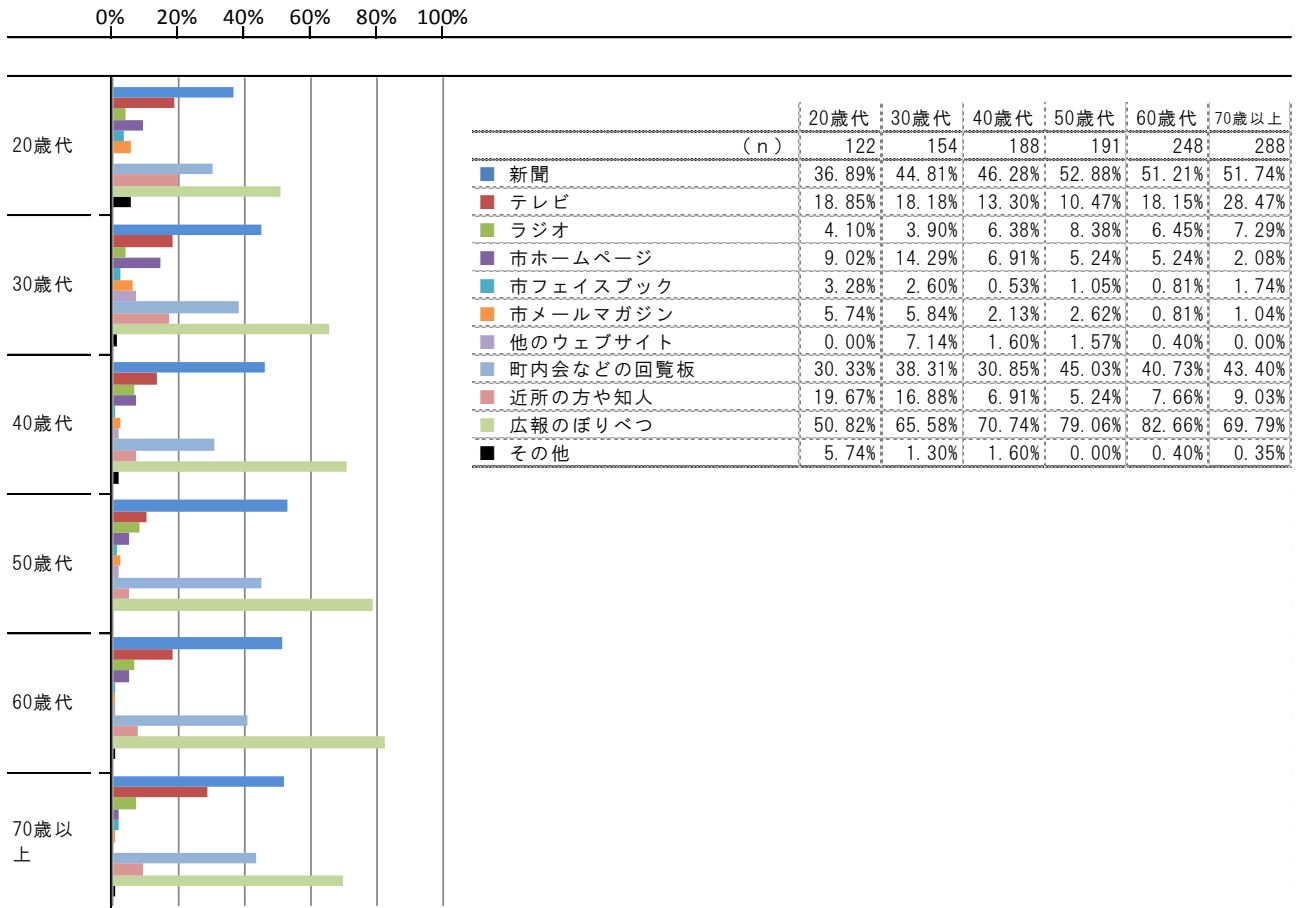
(複数回答可)

グラフ2-4-1 市政情報の収集手段

■グラフ2-4-1 市政情報の収集手段



第2章 調査結果の分析



①全体の考察

各年代や性別によってそれぞれ市政情報を収集する上で重要視する手段は異なるが、すべての年代・性別で『新聞』、『町内会などの回覧板』、『広報のぼりべつ』を重要視していることが分かった。

②年代別・性別の考察

すべての年代で『広報のぼりべつ』を最も重要視していることが分かる。

20歳代から60歳代まで、年代が上がるごとに広報のぼりべつから情報を得る割合が高まるが、70歳代以上になると率が若干下がり、40歳代と同程度となっている。それを補うように『テレビ』や『ラジオ』から情報を得る割合が高まっている。『広報のぼりべつ』ほど顕著ではないものの、『新聞』や『町内会などの回覧板』も年代が上がるにつれ利用率が上がっている。

『市ホームページ』と『近所の方や知人』は、20歳代・30歳代で率が高かった。

男性は女性に比べて『新聞』、『市ホームページ』を見ている率が高く、女性は男性に比べて『町内会などの回覧板』、『近所の方や知人』から情報を得ている率が高い。

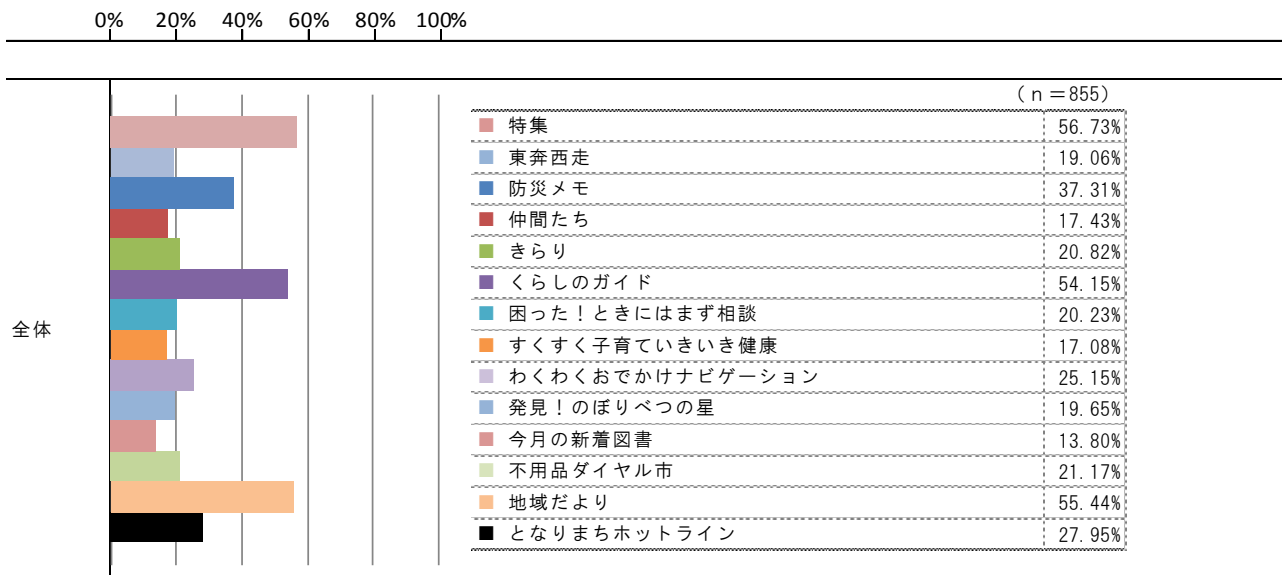
(2) 広報紙でよく読まれる記事

問16 あなたは、主にどのコーナーを読みますか（複数回答可）

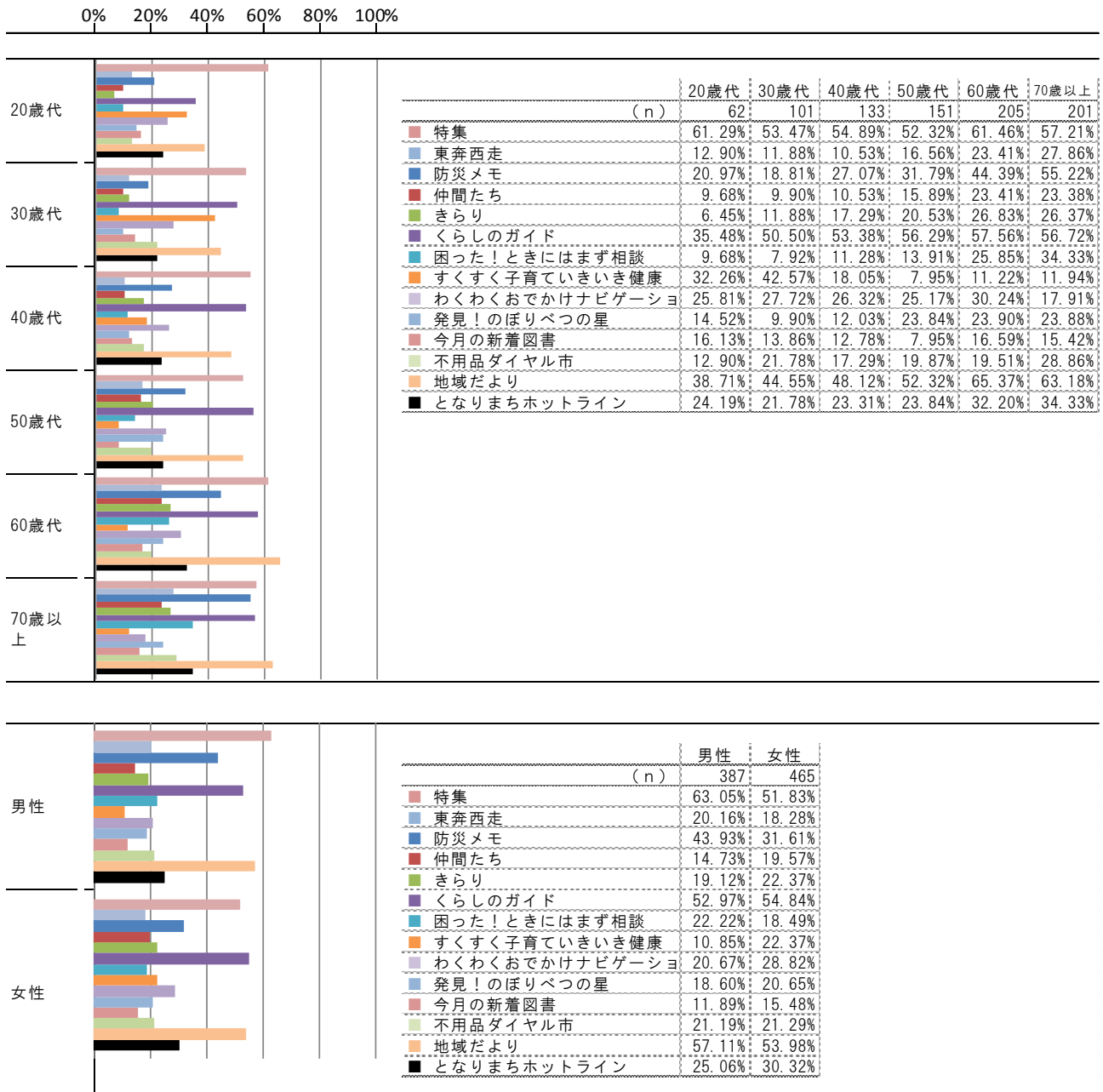
※問15で『広報のぼりべつ』と回答した方のみ回答。

グラフ2-4-2 広報紙でよく読まれる記事

■グラフ2-4-2 広報紙でよく読まれる記事



第2章 調査結果の分析



①全体の考察

全体で見ると、『特集』、『防災メモ』、『くらしのガイド』、『地域だより』が最も読まれている。

②年代別・性別の考察

『防災メモ』、『仲間たち』、『くらしのガイド』、『地域だより』は、年代が上がるにつれて、読まれる率が高くなっている。

『わくわくおでかけナビゲーション』は、年代による差が小さいが、70歳代以上でのみ読まれる率が低い。

20歳代では『特集』を読んでいる率が顕著に高く、最も『特集』を読んでいる60歳代とほぼ同率である。

男性は女性に比べ『特集』、『防災メモ』をよく読んでいる。女性は男性に比べ、『仲間たち』、『すくすく子育ていきいき健康』、『わくわくおでかけナビゲーション』をよく読んでいる。

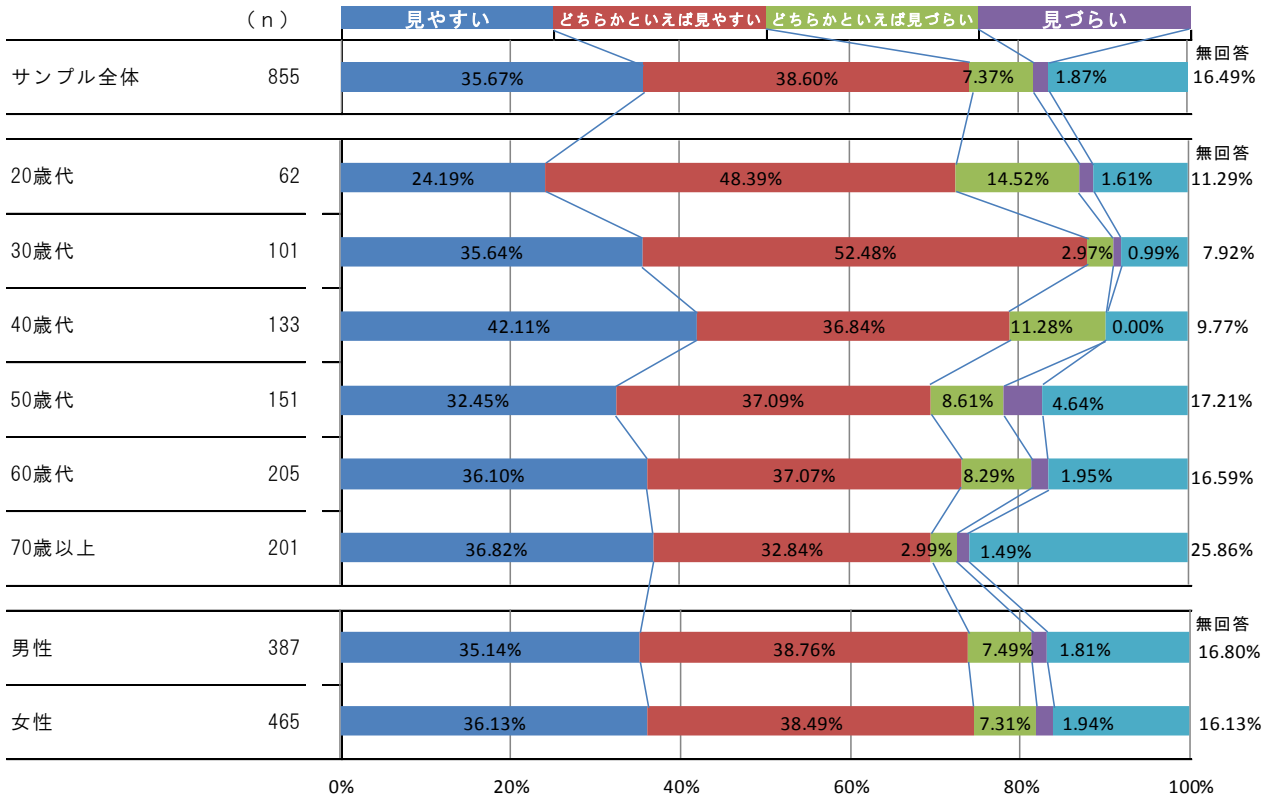
(3) 広報紙の見やすさ

問 17 あなたは、『広報のぼりべつ』を見てどう感じますか

※問15で『広報のぼりべつ』と回答した方のみ回答。

グラフ2-4-3 広報紙の見やすさ

■グラフ2-4-3 広報紙の見やすさ



①全体の考察

全体として7割以上の方から『見やすい』もしくは『どちらかといえば見やすい』との評価を受けたが、1割近い方から『どちらかといえば見づらい』、『見づらい』との意見があった。

②年代別・性別の考察

各年代ともに約7割以上の方から『見やすい』もしくは『どちらかといえば見やすい』との評価を受けた。
男女ともに7割以上の方から『見やすい』もしくは『どちらかといえば見やすい』との評価を受けた。

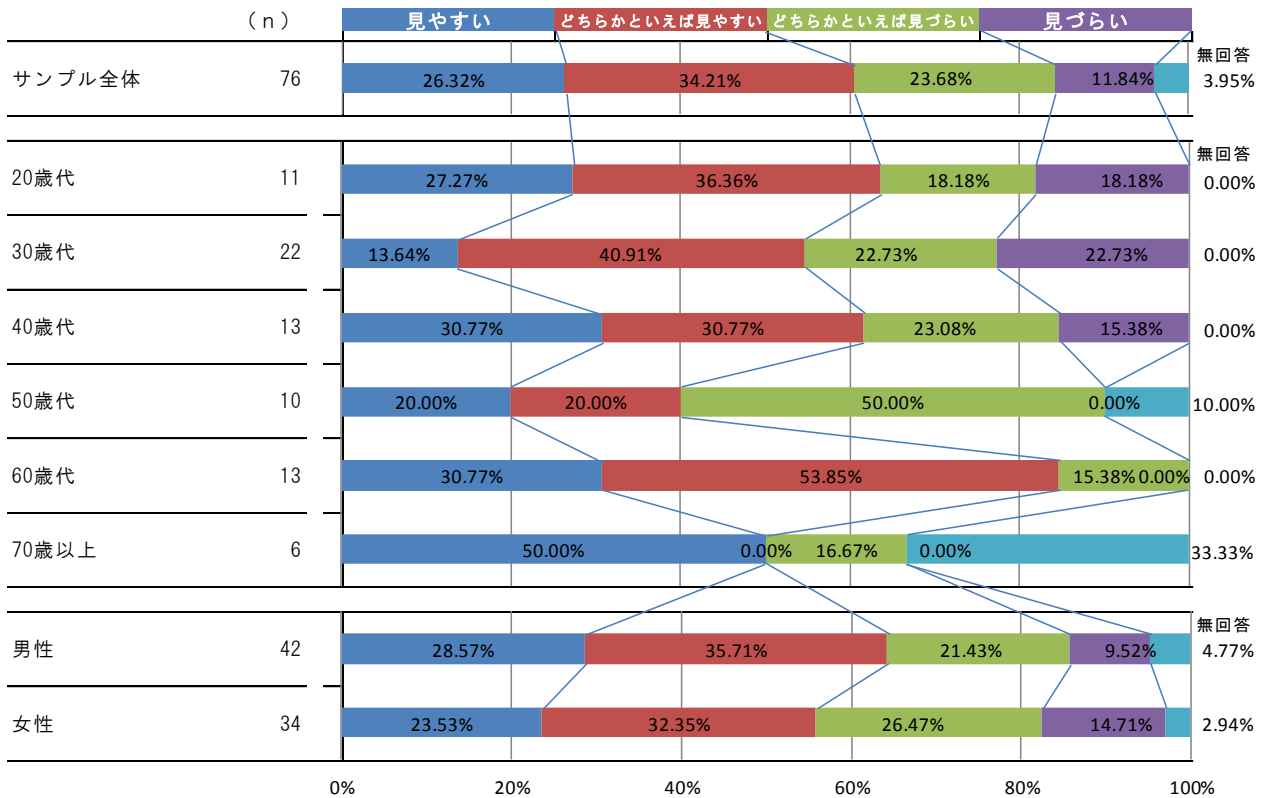
(4) ホームページの見やすさ

問 18 あなたは、『市ホームページ』を見てどう感じますか

※問15で『市ホームページ』と回答した方のみ回答。

グラフ2-4-4 市ホームページの見やすさ

■グラフ2-4-4 市ホームページの見やすさ



①全体の考察

全体では『見やすい』、『どちらかといえば見やすい』と答えた方の率が6割強にとどまり、広報のほりべつに比べて見づらい印象を持たれていることが分かった。

②年代別・性別の考察

60歳代では『見やすい』、『どちらかといえば見やすい』が8割に達したが、50歳代では4割であり、最も厳しい評価となった。また、30歳代は『見づらい』と答えた率が最も高く、2割に達した。

男性よりも女性の方が『見づらい』と感じている率が高く、『見やすい』、『どちらかといえば見やすい』と答えた方の率は女性よりも男性の方が約10ポイント高かった。

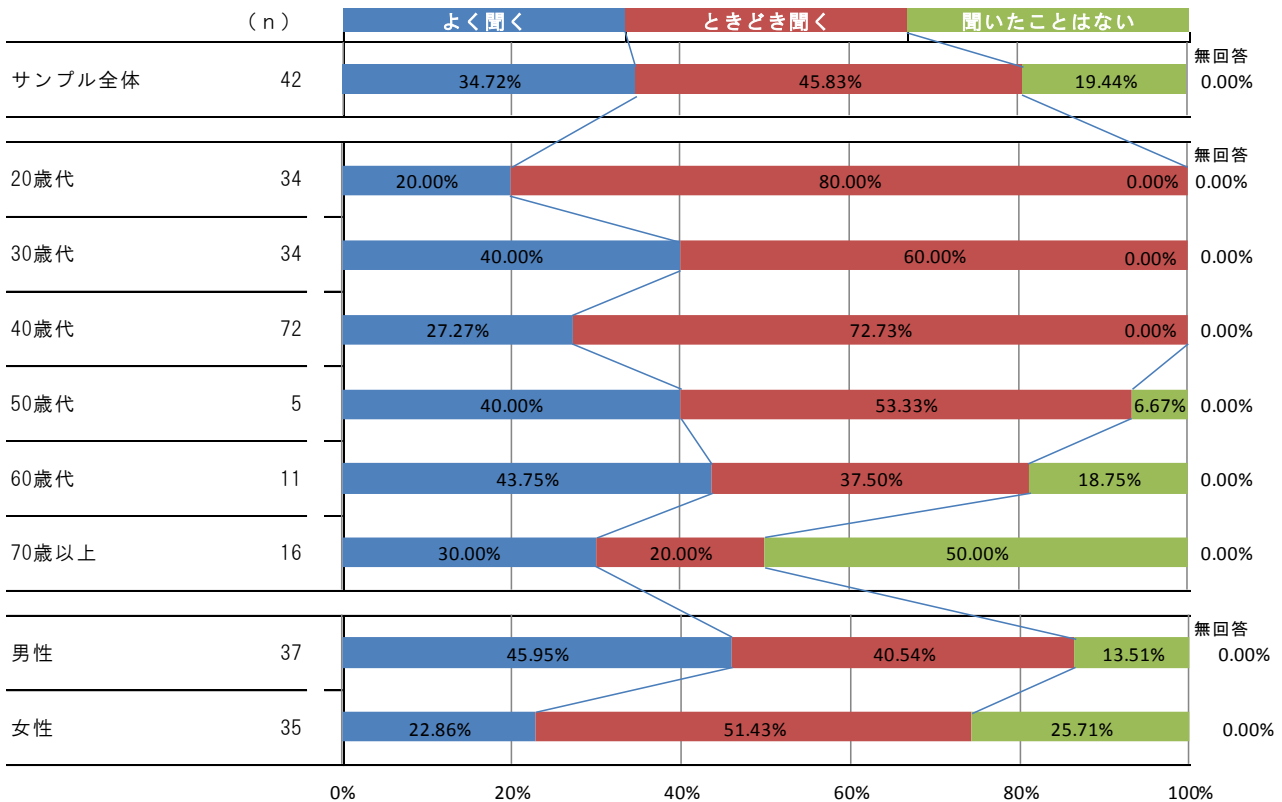
(5) コミュニティFM

問 19 あなたは、FMびゅ〜（室蘭まちづくり放送）を聞いたことはありますか

※問15で『ラジオ』と回答した方のみ回答。

グラフ2-4-5 コミュニティFM (FMびゅ〜) の聴視

■グラフ2-4-5 コミュニティFM (FMびゅ〜) の聴視



①全体の考察

全体ではラジオにより市政情報を収集する方の8割以上の方にFMびゅ〜が認知され、一定頻度聞かれていることが分かった。FMびゅ〜を聴く場所は『車内』、『自宅』が最も多かった。

②年代別・性別の考察

20歳代から40歳代では、ラジオにより市政情報を収集する方全員がFMびゅ〜を聞いたことがあり、聞いたことがある方の率は年齢が上がるにつれて下がっている。70歳代以上では半数の方がFMびゅ〜を聞いたことがない。

FMびゅ〜を『よく聞く』方の率は、年代が上がるにつれ若干高くなっている。

男性の方が女性よりもFMびゅ〜をよく聞いており、『聞いたことはない』方の率では10ポイント以上の開きがある。

4. 施策への反映

市民が市政情報を収集する上で、広報のぼりべつが最も重要視されており、有効な広報手段となり得るため、更なる読みやすさの向上を図る。

また年代や性別により重視する情報収集手段が一律ではないことから、ひとつの手段に偏重することなく、市ホームページでの情報発信、報道各社への情報提供を続けることで幅広い情報発信手段を確保する。

比較的新しい取り組みであるフェイスブックやメールマガジンも、インターネットの普及に伴い利用者が増加していること、速報性のある情報発信ができることから、これらを積極的に活用することで、必要なときに市民に届く市政情報の発信を図る。

広報のぼりべつの『特集』、『くらしのガイド』、『地域だより』は、5割以上の方に読まれており、市からの情報発信や町内会の取り組みに高い関心が寄せられていることから、これらの情報の充実を図り、より見やすい構成となるよう制作を行っていく。

市ホームページは、市の公式な情報を、速報性をもって発信できる重要な手段であるため、発信する情報の内容を精査し、適切な情報発信に努める。

また、引き続き、認知度の高いFMびゅ～を通じた市政情報の発信に努める。

第5節 市民活動

【担当：企画調整グループ】

1. 調査の目的

市民の市民活動への関わりの現状を調査し、分析することで、今後の市民活動に関する政策の在り方について検討する。

2. 将来、市が目指そうとする姿

まちづくりの一翼を担っている市民活動の活性化を図ることで、将来にわたり住みよいまちづくりを進める。

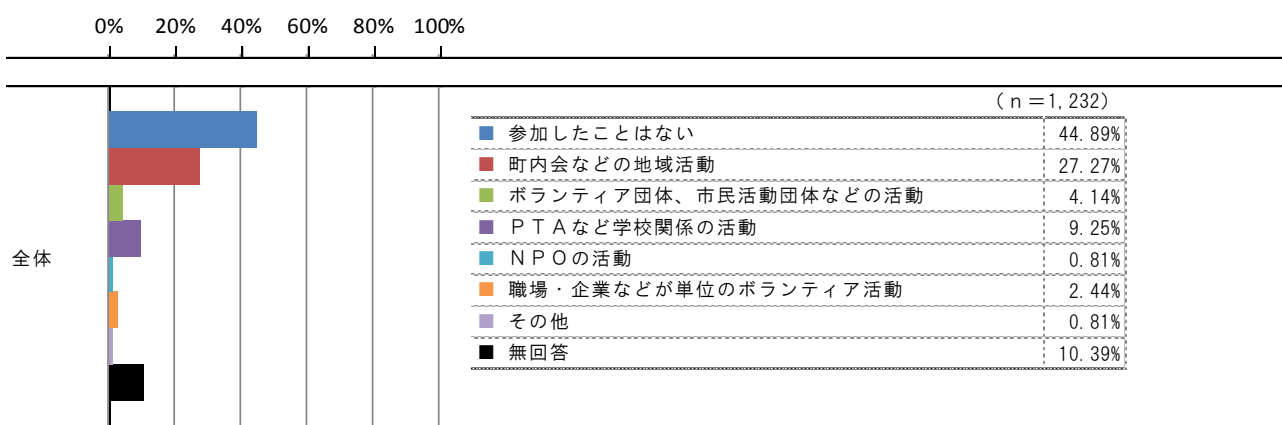
3. 調査の結果

(1) 市民活動の参加

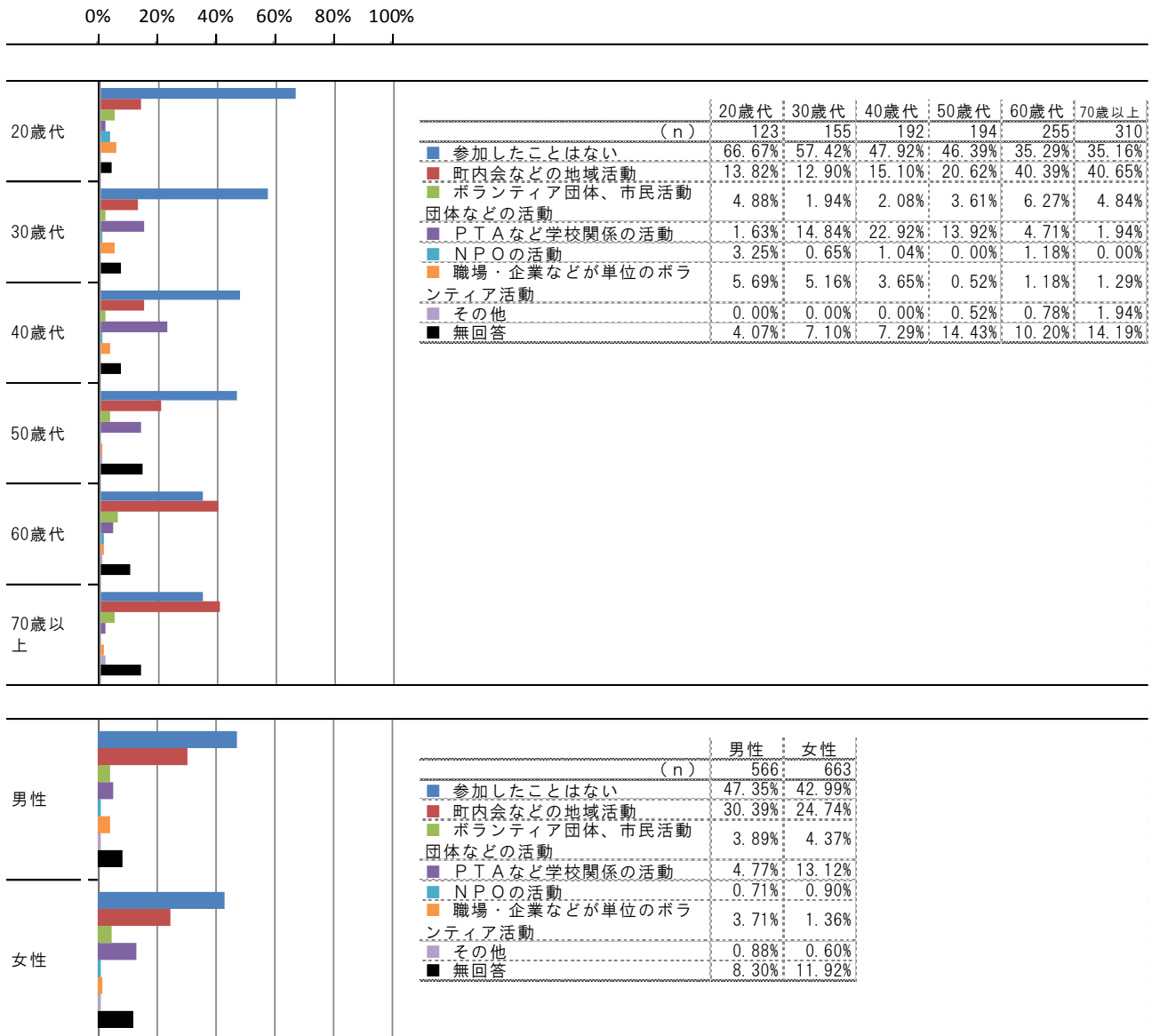
問20 あなたがこれまでに最も多く参加した『市民活動』はどれですか

グラフ2-5-1 参加した市民活動の種類

■グラフ2-5-1 参加した市民活動の種類



第2章 調査結果の分析



①全体の考察

全体での市民活動への参加状況は、約45%となっており、およそ半数の方が市民活動に参加している。市民活動に参加した方の活動の種類は、『町内会などの地域活動』がもっとも多く約61%、これにPTAなどの活動が約21%と続く。

②年代別・性別の考察

市民活動への参加状況は、60歳代の約55%を最高に、70歳以上で約51%、40歳代で約45%、50歳代で約39%となっているが、30歳代では約36%、20歳代で約30%と低い。

市民活動に参加した方の活動の種類は、『町内会などの地域活動』が多く、70歳以上で市民活動に参加している方の約80%、60歳代で約74%となっており、20歳代、50歳代も高い数字を示している。

また、年代別の特徴として30歳代、40歳代、50歳代では『PTAなどの学校関係の活動』が多い。

市民活動への性別の参加状況は、男性約44%、女性で約45%である。

市民活動に参加した方の活動の種類は、男女ともに『町内会などの地域活動』がもっとも多く、男性で市民活動に参加している方の約69%、女性で約55%と男性の割合が高い傾向にある。

また、女性に見られる特徴として『PTAなどの学校関係の活動』が男性の約11%に対し、約29%と高い数字を示している。

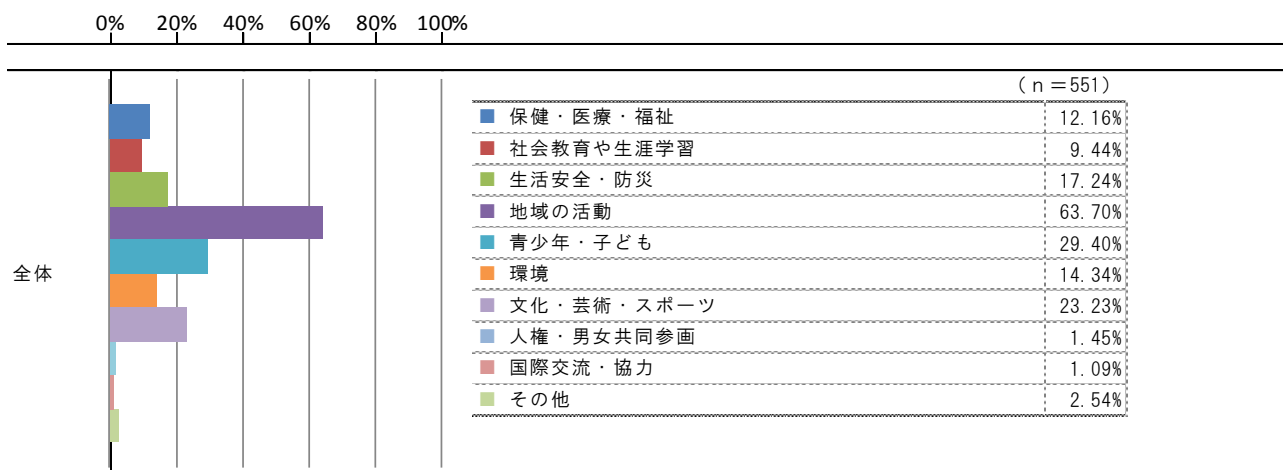
(2) 参加した活動の分野

問21 あなたが参加した活動の分野は、どのようなものですか（複数回答可）

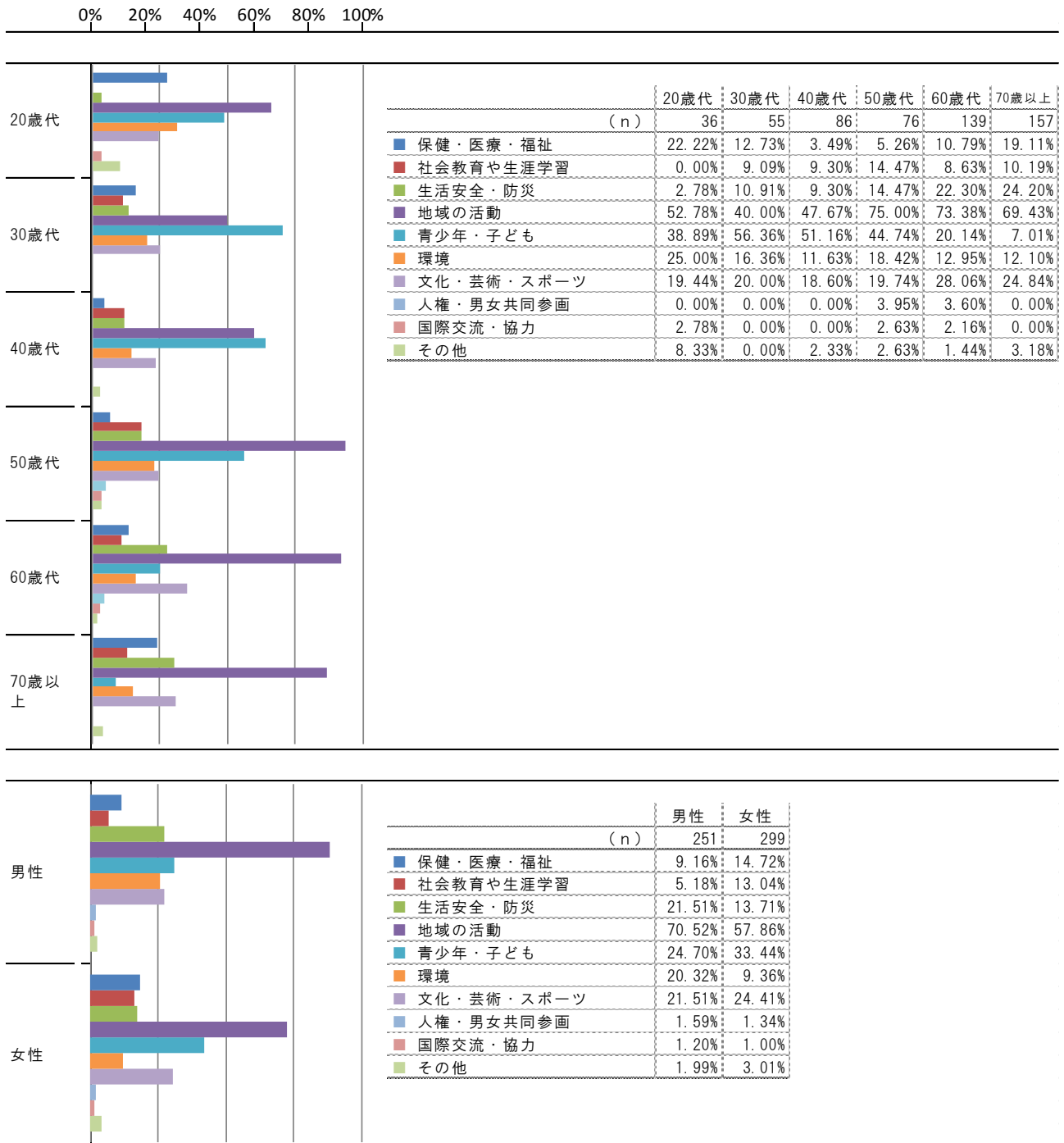
※問20で『参加したことはない』と回答した方以外が回答。

グラフ2-5-2 参加した市民活動の分野

■グラフ2-5-2 参加した市民活動の分野



第2章 調査結果の分析



①全体の考察

全体では、『地域の活動』が約64%を占め最も多い。

次いで『青少年・子ども』が約29%、『文化・芸術・スポーツ』が約23%、『生活安全・防災』が約17%と続くが、『地域の活動』との差は大きい。

②年代別・性別の考察

『地域の活動』が多く、50歳代で75%、60歳代で約73%と70%を超えており、他の年代においても多くの参加が見られる。

『青少年・子ども』は、30歳代の約56%を最大に、以降の年代ごとに減少していく。

『文化・スポーツ・芸術』はいずれの年代も約2割の水準となっている。

また、『生活安全・防災』は、60歳代、70歳代で2割を占めている。

男女ともに『地域の活動』が最も多く、男性で約71%、女性で約58%を占めるが、男女の差は大きい。

男性では、『青少年・子ども』が約25%、『文化・芸術・スポーツ』、『生活安全・防災』がそれぞれ約22%と続く。

また、女性では、『青少年・子ども』が約33%、『文化・芸術・スポーツ』が約24%、『保健・医療・福祉』が約15%と続く。

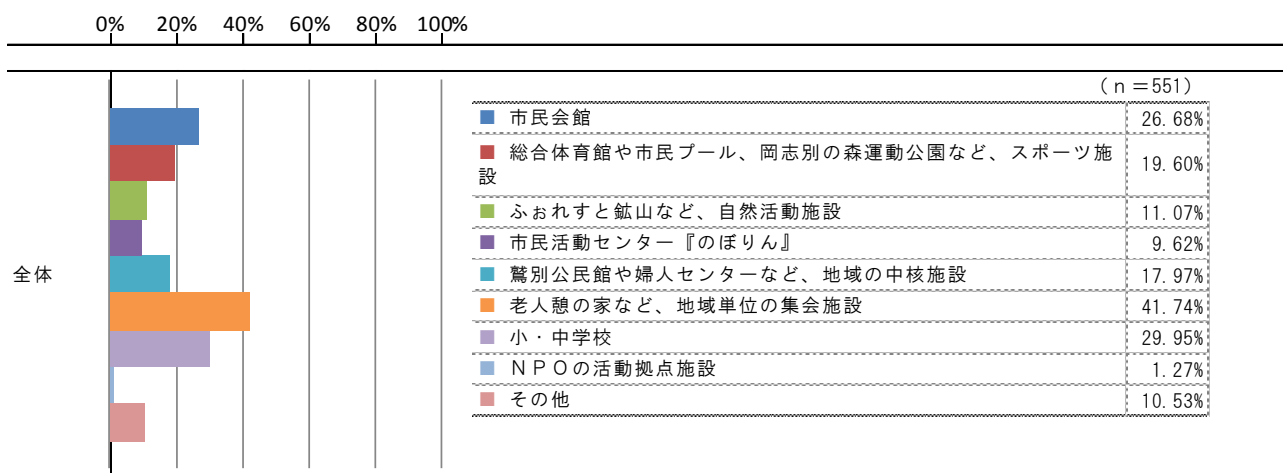
(3) 参加した活動の活動場所

問22 あなたが参加した活動の主な活動場所は、どちらですか（複数回答可）

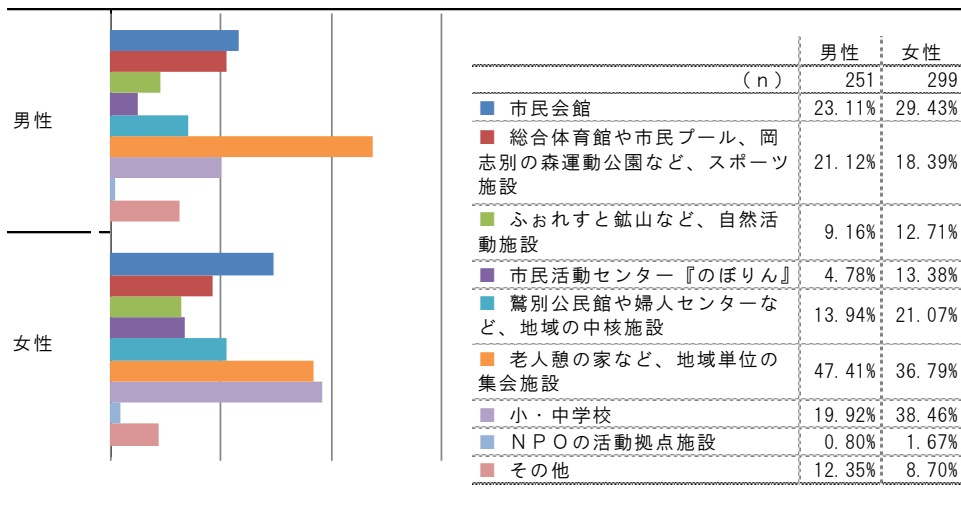
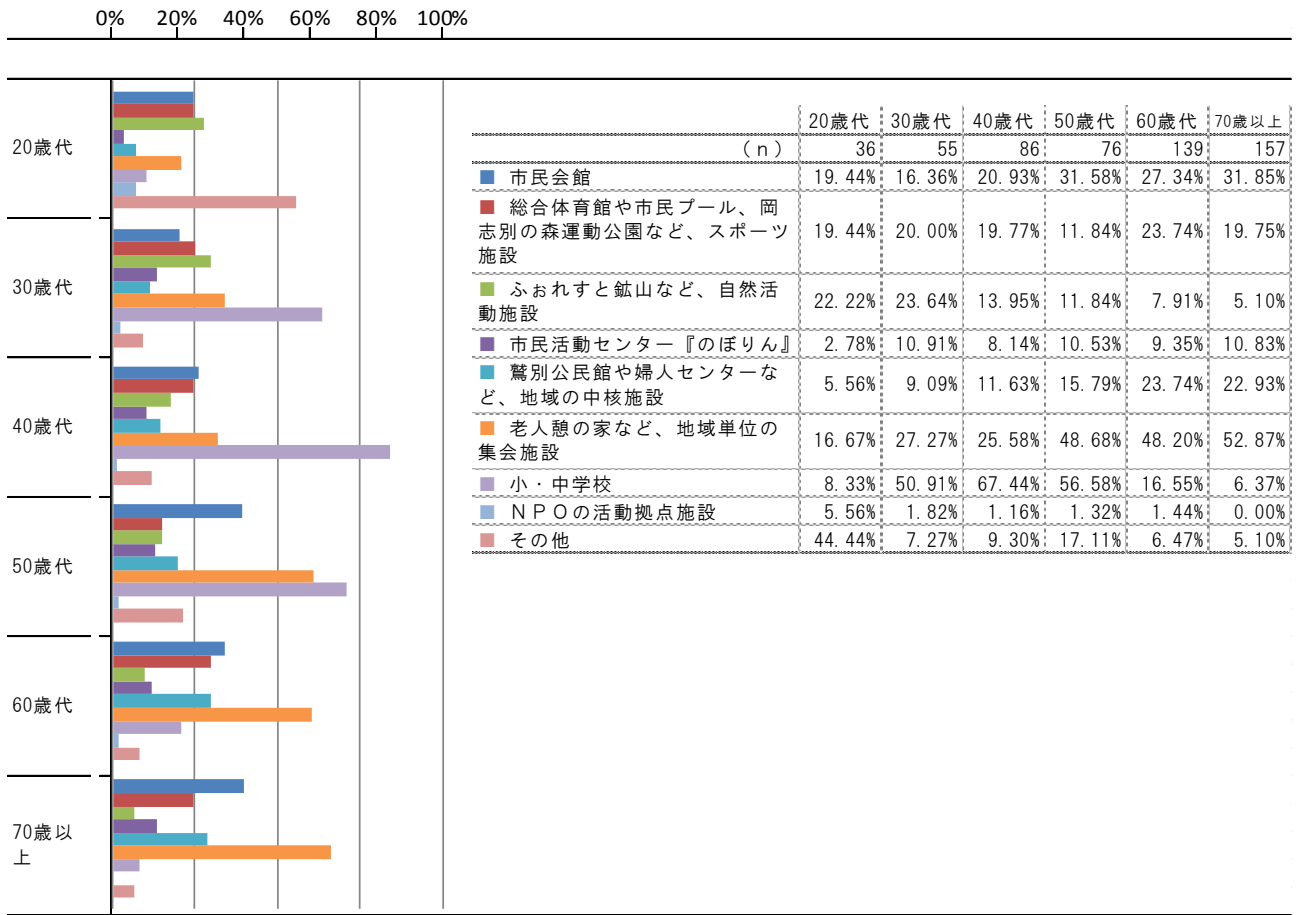
※問20で『参加したことはない』と回答した方以外が回答。

グラフ2-5-3 参加した活動の活動場所

■グラフ2-5-3 参加した活動の活動場所



第2章 調査結果の分析



①全体の考察

全体では、約42%の方が『老人憩の家など、地域単位の集会施設』を主な活動場所としている。

次いで『小・中学校』が約30%、『市民会館』が約27%と続き、スポーツ施設や地域の中核施設が約20%となっている。

②年代別・性別の考察

市民活動の活動場所については、50歳代、60歳代、70歳代では、約50%が『老人憩の家など、地域単位の集会施設』を主な活動場所としており、また、30歳代、40歳代、50歳代では『小・中学校』を主な活動場所としている回答が多く見られる。

20歳代では、『市民会館』や『総合体育館や市民プール、岡志別の森運動公園など、スポーツ施設』、『ふおれすと鉱山など自然活動施設』を、それぞれ約20%の方が主な活動場所として回答している。

男女ともに『老人憩の家など、地域単位の集会施設』を主な活動場所として多く回答しているが、男性で約47%、女性が約37%と10ポイントほどの開きがある。

また、女性においては『小・中学校』や『市民会館』、『鷺別公民館や婦人センターなど、地域の中核施設』を活動場所としている割合が男性より高い傾向が見られる。

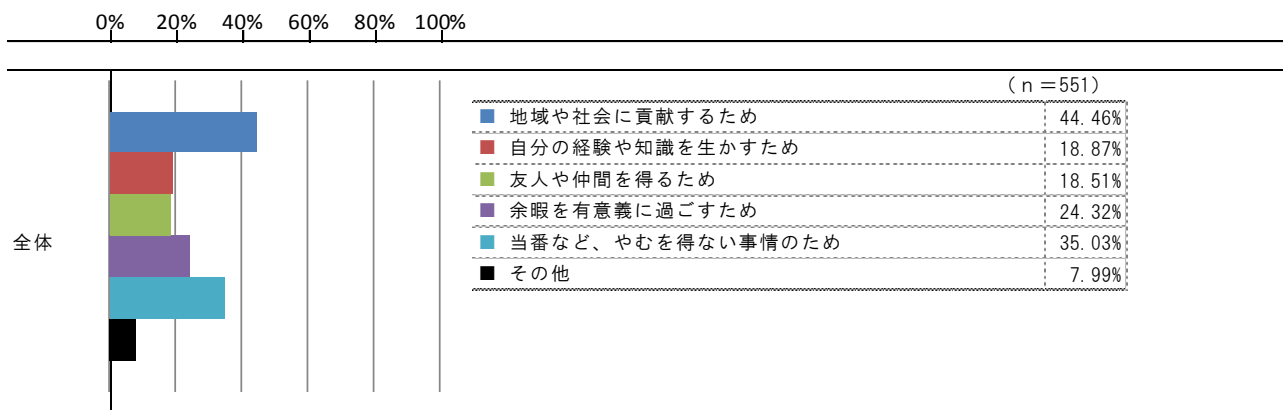
(4) 参加した理由

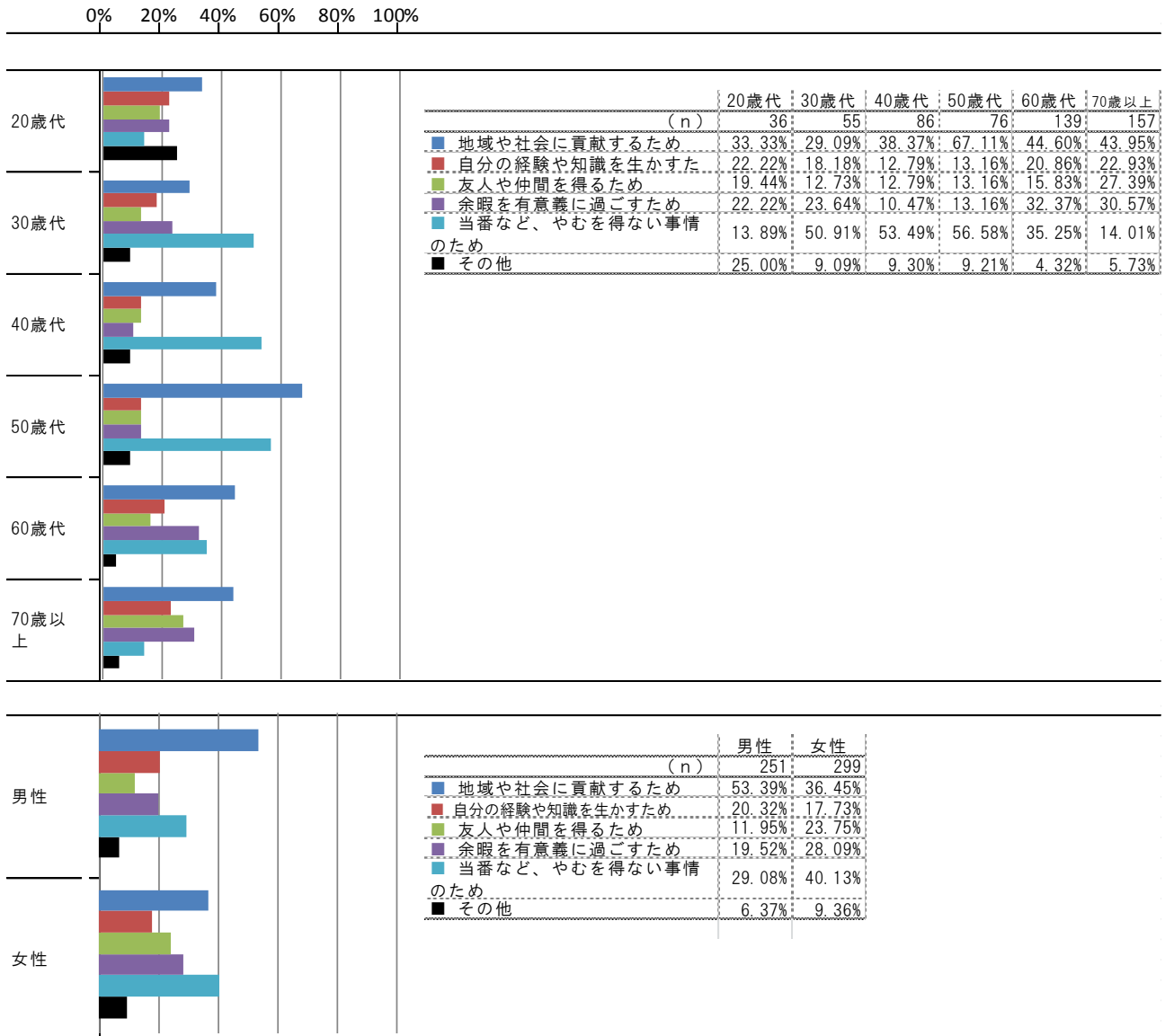
問23 あなたがその活動に参加した理由を教えてください（複数回答可）

※問20で『参加したことはない』と回答した方以外が回答。

グラフ2-5-4 市民活動への参加理由

■グラフ2-5-4 市民活動への参加理由





①全体の考察

全体では約45%の方が市民活動の参加理由を『地域や社会に貢献するため』としており、『当番などやむを得ない事情のため』の35%がこれに続いており、『余暇を有意義に過ごすため』、『自分の経験や知識を生かすため』、『友人や仲間を得るため』とする方は2割程度にとどまっている。

②年代別・性別の考察

20歳代、50歳代、60歳代、70歳以上の方では、市民活動の参加理由を『地域や社会に貢献するため』とする方が最も多いが、一方で『当番など、やむを得ない事情のため』とする方が30歳代、40歳代、50歳代に多く見られる。

また、『余暇を有意義に過ごすため』がとする方が20歳代、30歳代、60歳代、70歳代に多く見られる。

男性は『地域や社会に貢献するため』と答えた方が約53%と最も多く、『当番などやむを得ない事情のため』が約29%となっている。以下、『自分の意識や経験を生かすため』、『余暇を有意義に過ごすため』と続く。

女性では、『当番などやむを得ない事情のため』と答えた方が約40%、『地域や社会に貢献するため』が約37%となっている。以下、『余暇を有意義に過ごすため』、『友人や仲間を得るため』と続く。

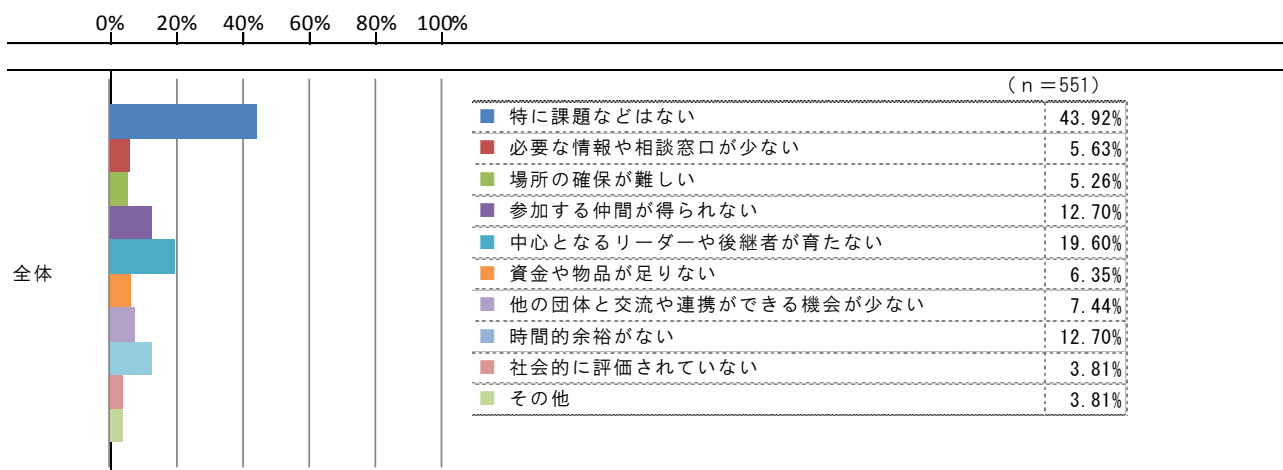
(5) 活動の課題

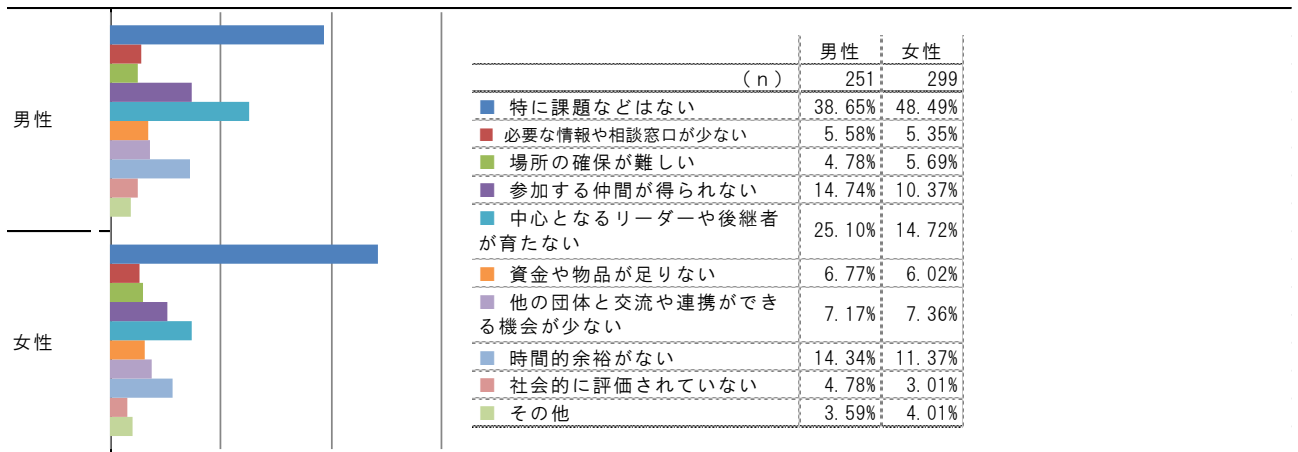
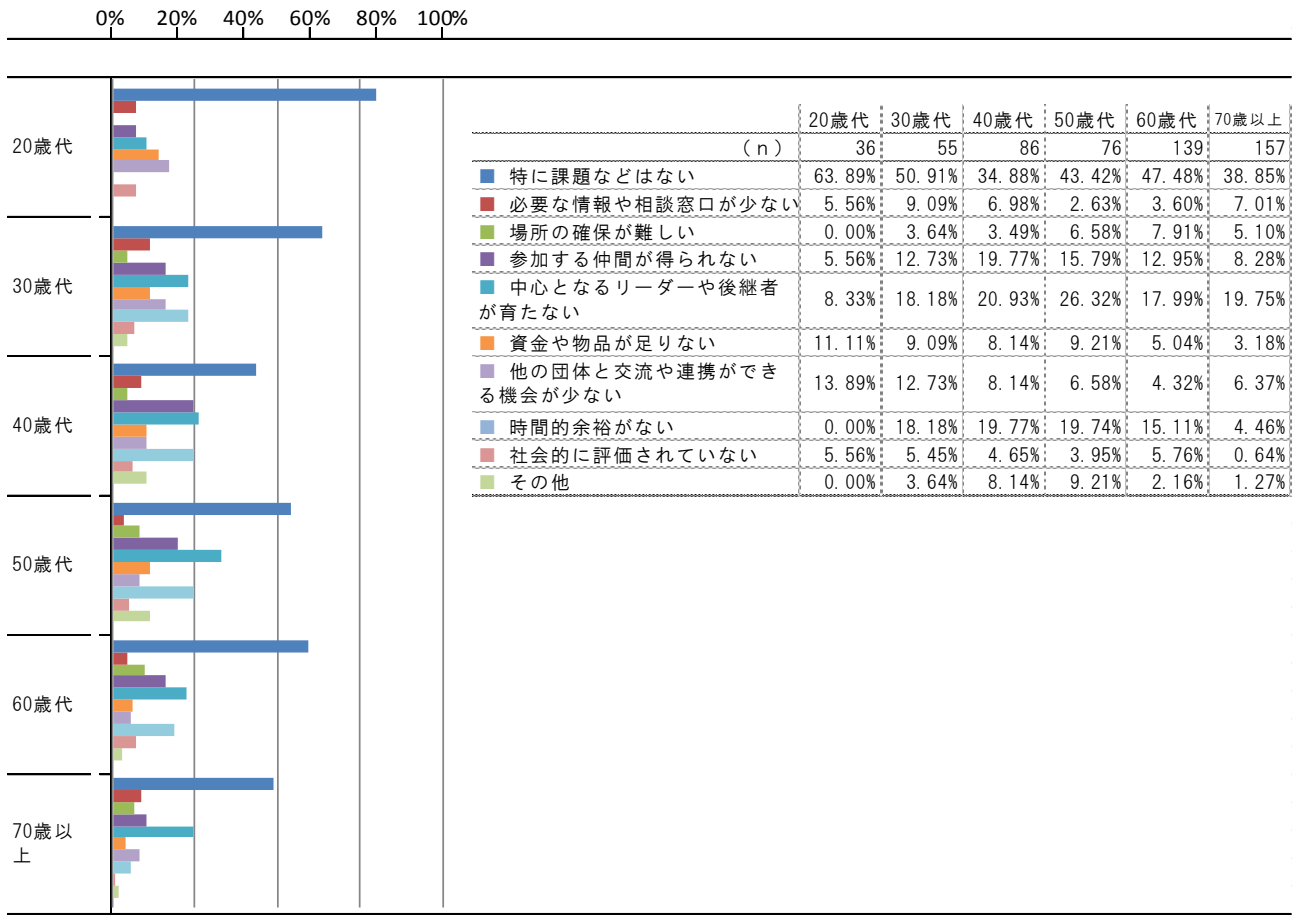
問24 あなたが参加した市民活動の課題を教えてください（複数回答可）

※問20で『参加したことはない』と回答した方以外が回答。

グラフ2-5-5 活動の課題

■グラフ2-5-5 活動の課題





①全体の考察

全体では、参加する活動には『特に課題はない』とする回答が最も多いが、約20%の方が『中心となるリーダーや後継者が育たない』と答えている。

その他では『時間的余裕がない』、『参加する仲間が得られない』とする回答が約13%となっている。

②年代別・性別の考察

いずれの年代においても、参加する活動には『特に課題はない』とする回答が最も多いが、30歳代以上の世代の約2割が『中心となるリーダーや後継者が育たない』と答えている。

30歳代から60歳代までは、『時間的余裕がない』、『参加する仲間が得られない』とする回答が多く見られる。

20歳代では約14%の方が『他の団体との交流や連携ができる機会が少ない』と答えている。

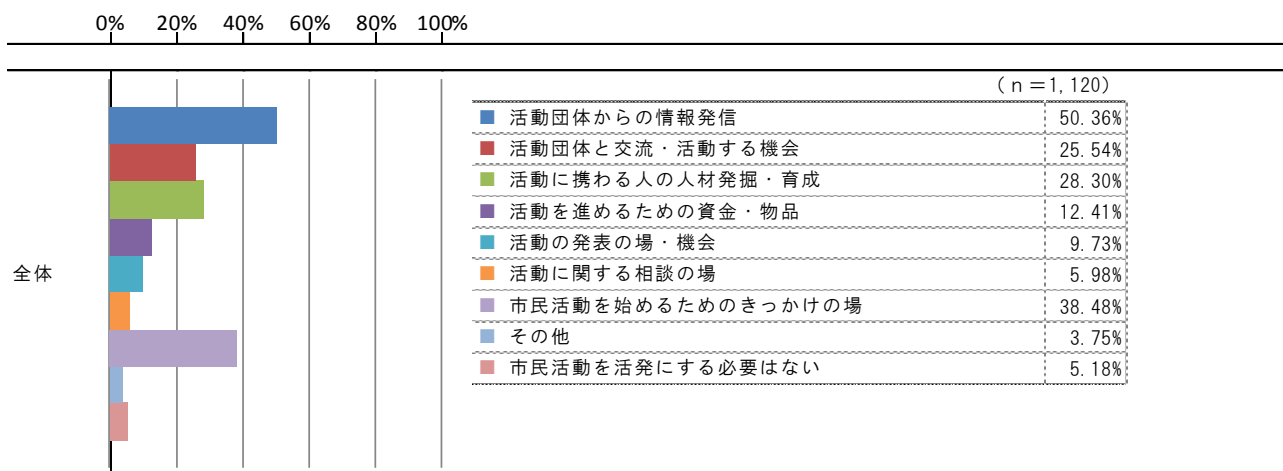
男女とも、参加する活動には『特に課題はない』とする回答が最も多いが、男性では約39%、女性では約49%と10ポイントほど女性が多い結果となっており、続く『中心となるリーダーや後継者が育たない』では、男性で約25%、女性で約15%と10ポイントほど男性が多い結果となっている。

(6) 市民活動を活発にするための方法

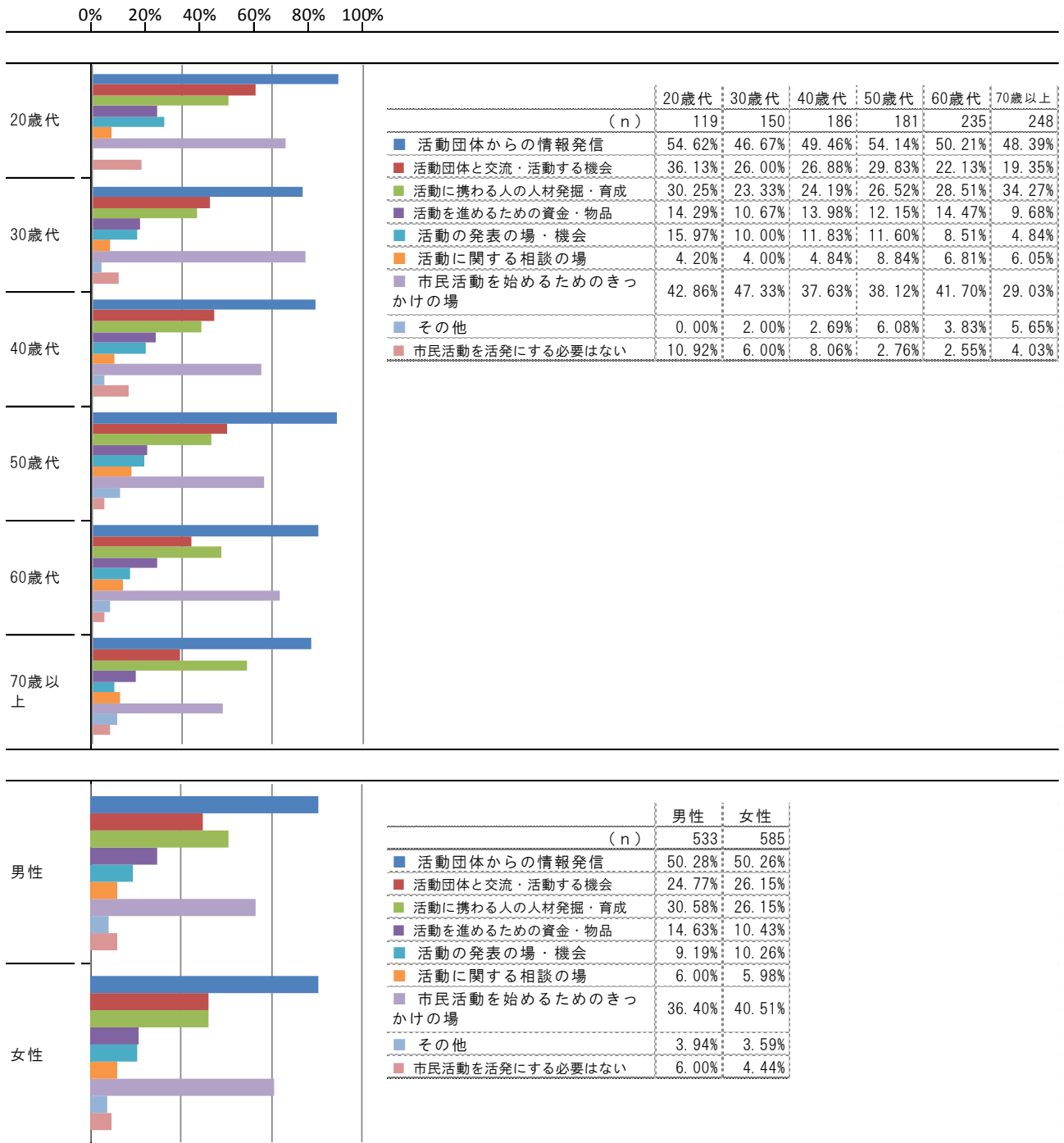
問25 あなたは『市民活動』をさらに活発にするためには、どのようなことが必要だと思いますか（複数回答可）

グラフ2-5-6 市民活動を活発にするための方法

■グラフ2-5-6 市民活動を活発にするための方法



第2章 調査結果の分析



①全体の考察

回答者の約半数が『活動団体からの情報発信』が必要だと回答しており、以降『市民活動を始めためのきっかけの場』が約39%、『活動に携わる人の人材発掘・育成』が約28%、『活動団体と交流・活動する機会』が約26%と続いている。

②年代別・性別の考察

全ての年代において、約5割の方が『活動団体からの情報発信』が必要だと回答しており、これに『市民活動を始めるためのきっかけの場』と続くが、20歳代、70歳代以上では、『活動に携わる人の人材発掘・育成』が必要とする割合が高い。

そのほか、20～50歳代では、『活動団体と交流・活動する機会』が必要とする回答が多く見られる。

男女ともに『活動団体からの情報発信』が必要と回答をしており、『市民活動を始めるためのきっかけの場』、『活動に携わる人の人材発掘・育成』、『活動団体と交流・活動する機会』と続く。

4. 施策への反映

市民活動には約半数の方が参加しており、『地域の活動』や『青少年・子ども』の分野における参加が多い特徴が見られることを踏まえ検討する必要がある。

また、『中心となるリーダーや後継者が育たない』や『参加する仲間が得られない』などの課題については、『活動に携わる人の人材発掘・育成』や『活動団体からの情報発信』、『活動団体と交流・活動する機会』などの活性化に努める。

第6節 市の景観

【担当：都市計画・公園グループ】

1. 調査の目的

景観に関する市民の意識を把握する。

2. 将来、市が目指そうとする姿

良好な景観の形成を市民、事業者および市の協働で進める。

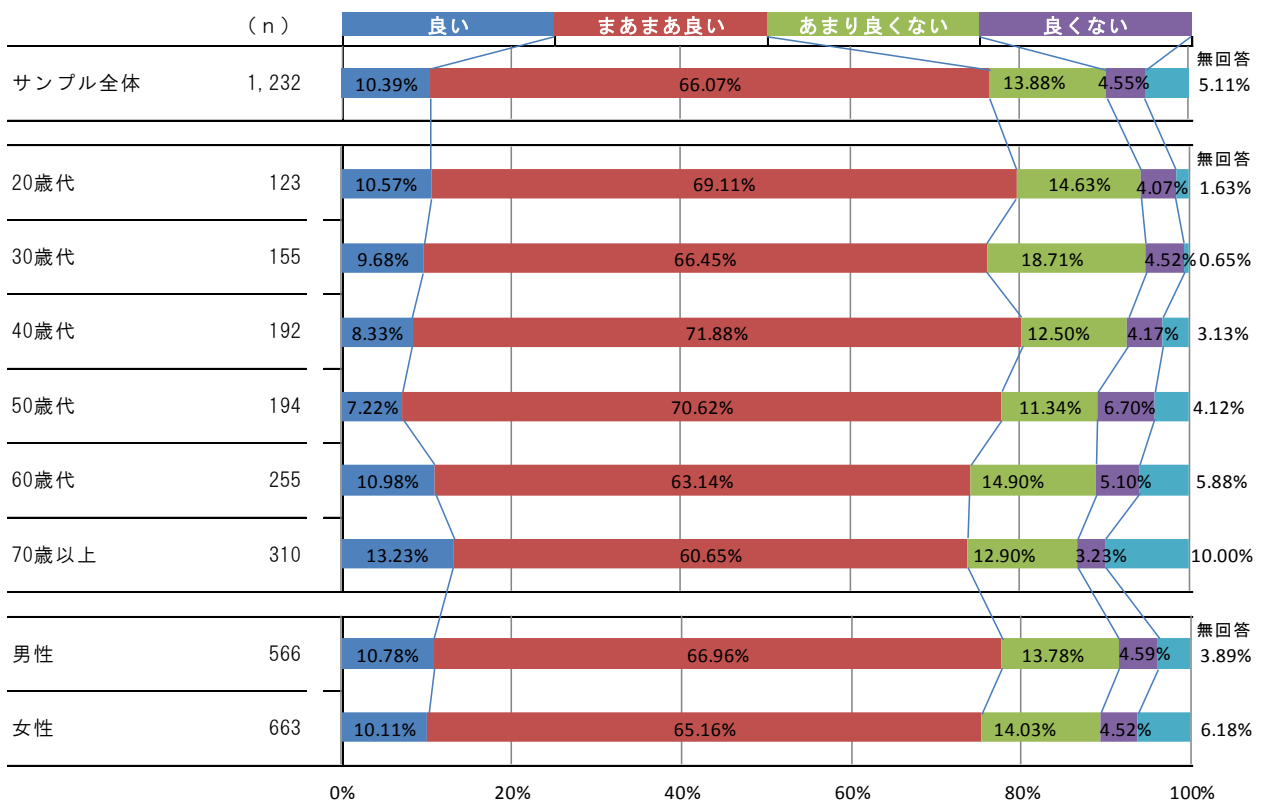
3. 調査の結果

(1) 景観の印象

問26 あなたは、市内全域の景観にどのような印象をお持ちですか

グラフ2-6-1 市の景観の印象

■グラフ2-6-1 市の景観の印象



①全体の考察

世代間や男女間で大きな傾向の違いはなく、全体で約77%の方が現状の景観に『良い』または『まあまあ良い』という印象を持っている。

②年代別・性別の考察

『良い』または『まあまあ良い』という印象を持っている方は、すべての年代で70%以上、特に40歳代では80%を超えている。

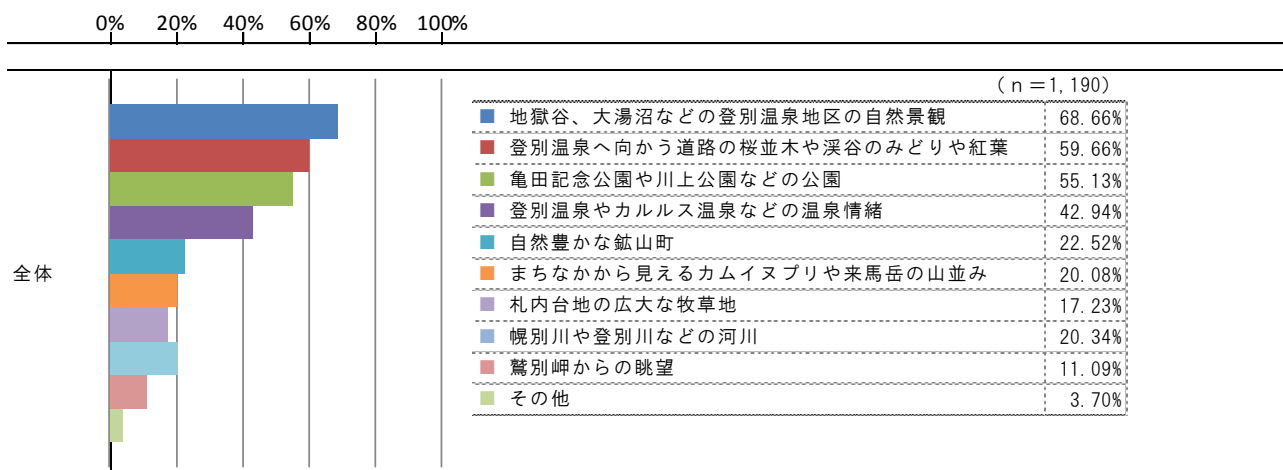
『良い』または『まあまあ良い』という印象を持っている割合は、男性が約78%、女性が約75%と、男性の方が若干高い。

(2) 大切にしたい・愛着を感じる景観

問27 あなたが、大切にしたい景観や愛着を感じる景観には、どのようなものがありますか（複数回答可）

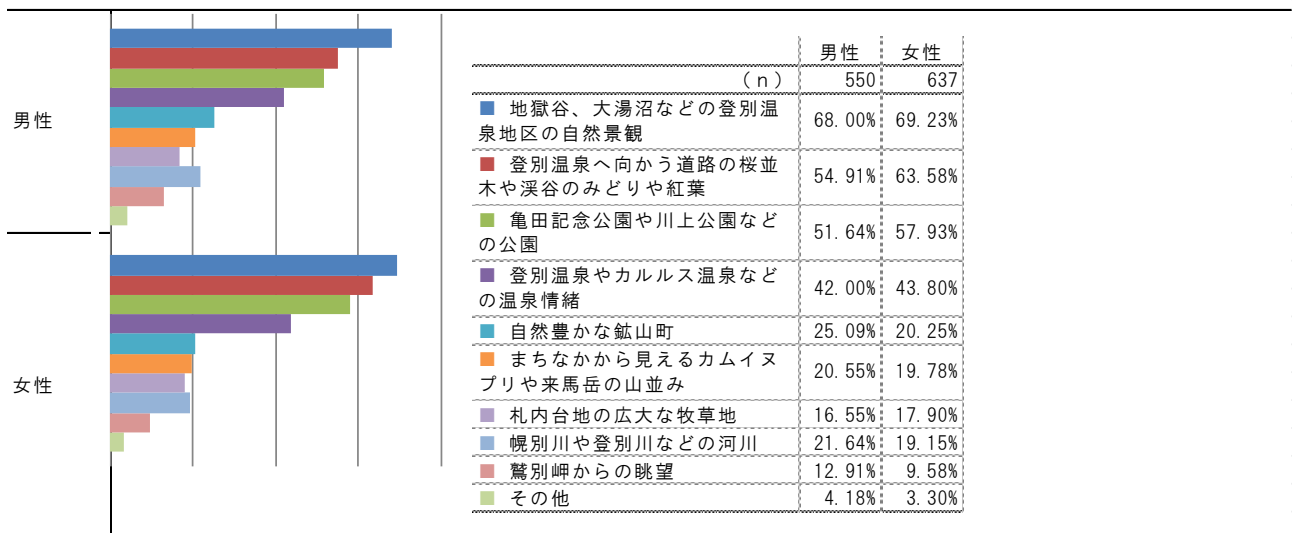
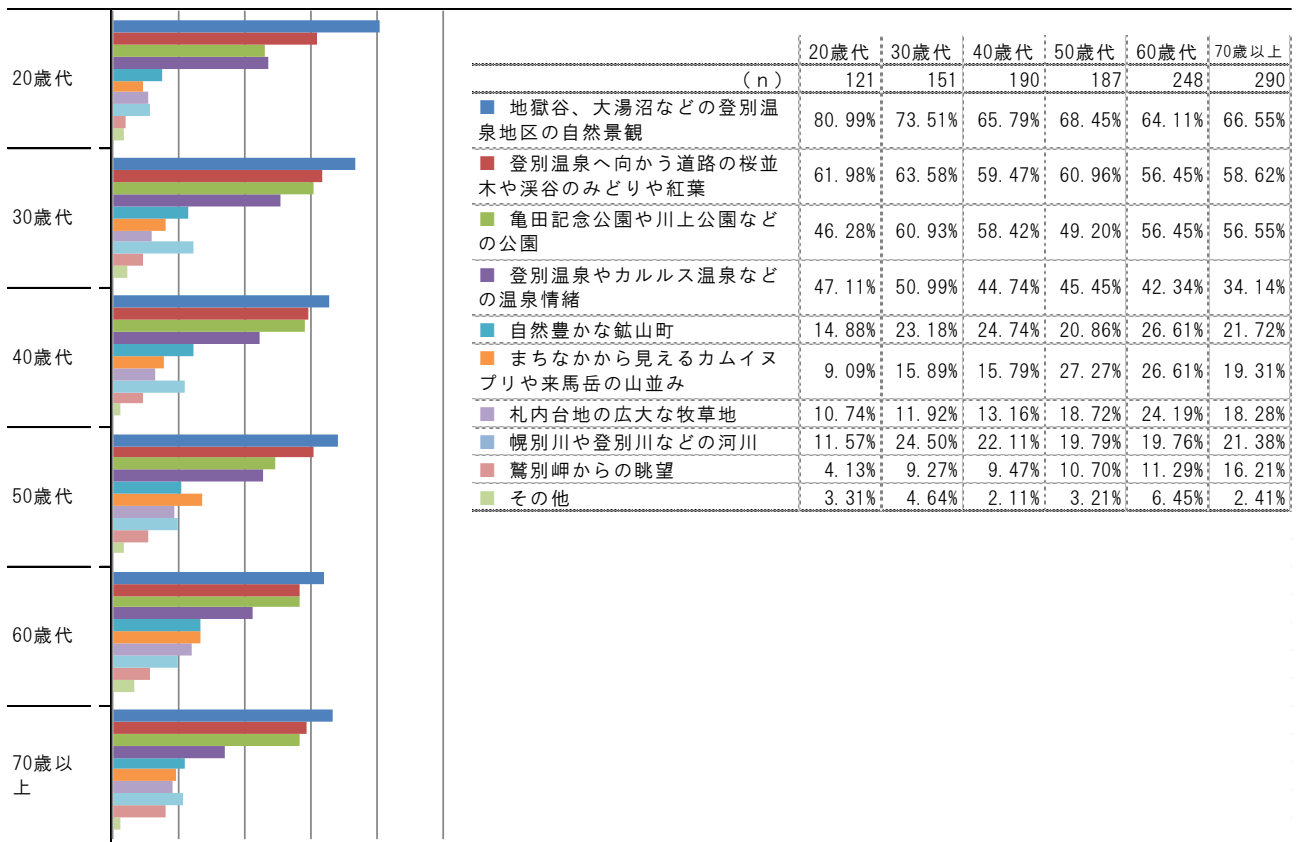
グラフ2-6-2 大切にしたい景観や愛着を感じる景観

■グラフ2-6-2 大切にしたい景観や愛着を感じる景観



第2章 調査結果の分析

0% 20% 40% 60% 80% 100%



①全体の考察

全体的に年齢・性別を問わず、『地獄谷、大湯沼などの登別温泉地区の自然景観』、『登別温泉へ向かう道路の桜並木や溪谷のみどりや紅葉』、『亀田記念公園や川上公園などの公園』、『登別温泉やカルルス温泉などの温泉情緒』が多くの評価を得ている。

その他、前回調査時の同設問と回答数の年齢別の割合を比較すると、40歳代・50歳代の回答数の増加が見られ、60歳代以上では回答数が少なくなっている。

②年代別・性別の考察

すべての年齢層で『地獄谷、大湯沼などの登別温泉地区の自然景観』が60%以上の方から評価を得ており、特に20歳代については80%を超えている。

また、『登別温泉へ向かう道路の桜並木や溪谷のみどりや紅葉』、『亀田記念公園や川上公園などの公園』、『登別温泉やカルルス温泉などの温泉情緒』もすべての年齢層で比較的多くの評価を得ている。

性別を問わず、『地獄谷、大湯沼などの登別温泉地区の自然景観』、『登別温泉へ向かう道路の桜並木や溪谷のみどりや紅葉』、『亀田記念公園や川上公園などの公園』、『登別温泉やカルルス温泉などの温泉情緒』を選んだ方が多かった。

4. 施策への反映

まちなみ景観に対する満足度の達成度合いの確認資料とするとともに、今後の良好な景観形成に向けての基礎資料とする。

第7節 市内の買い物環境

【担当：商工労政グループ】

1. 調査の目的

市内の買い物環境の把握と、その改善に向けた市民ニーズを把握することにより、今後の商業施策を検討する際の資料とする。

2. 将来、市が目指そうとする姿

市内における良好な買い物環境を維持・改善する。

3. 調査の結果

(1) 買い物をする場所

問28 あなたのご家庭では、日常的に必要な商品を、主にどのようなお店で購入しますか
(複数回答可)

グラフ2-7-1① 生鮮食料品を購入する場所

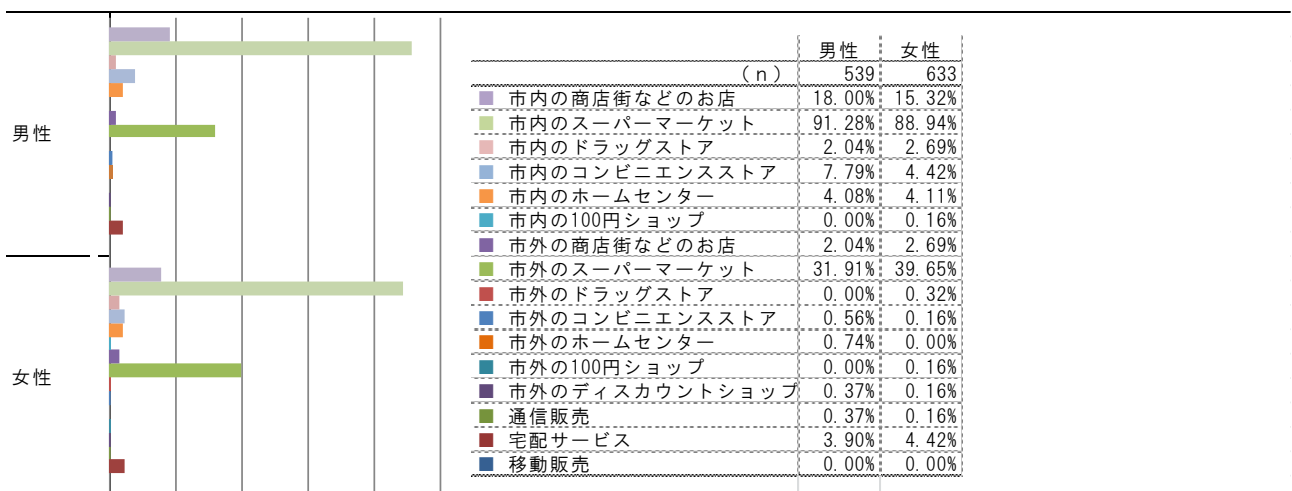
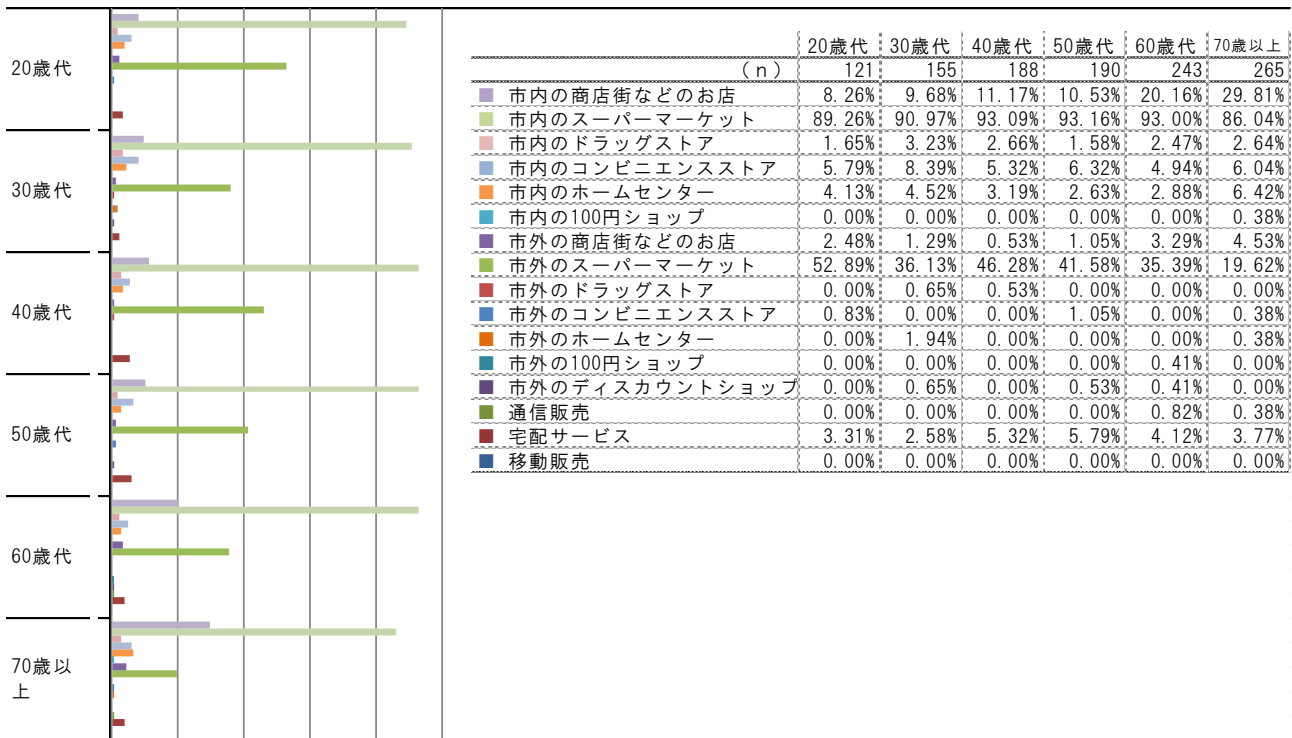
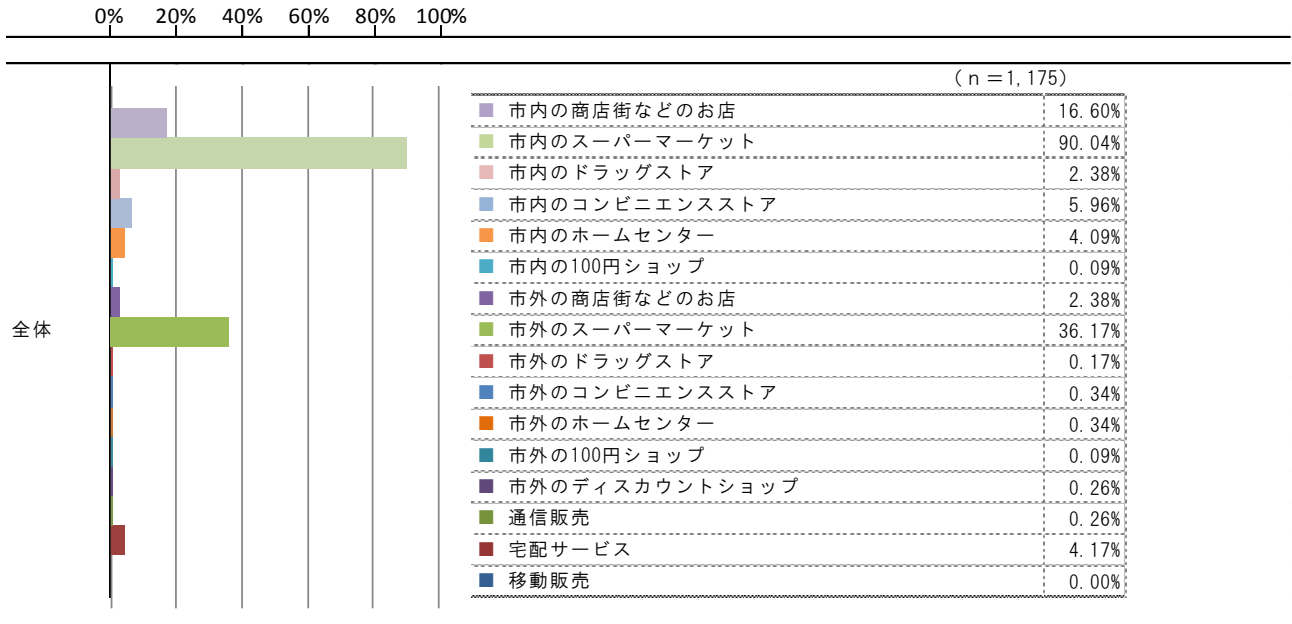
グラフ2-7-1② その他の食料品を購入する場所

グラフ2-7-1③ 日用品・雑貨を購入する場所

グラフ2-7-1④ 医療品・化粧品を購入する場所

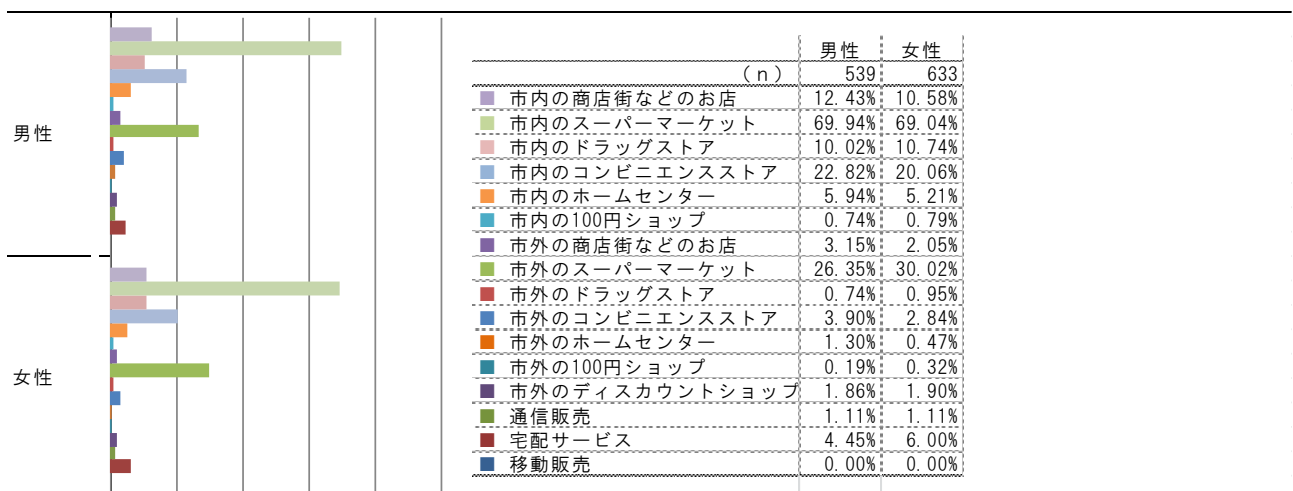
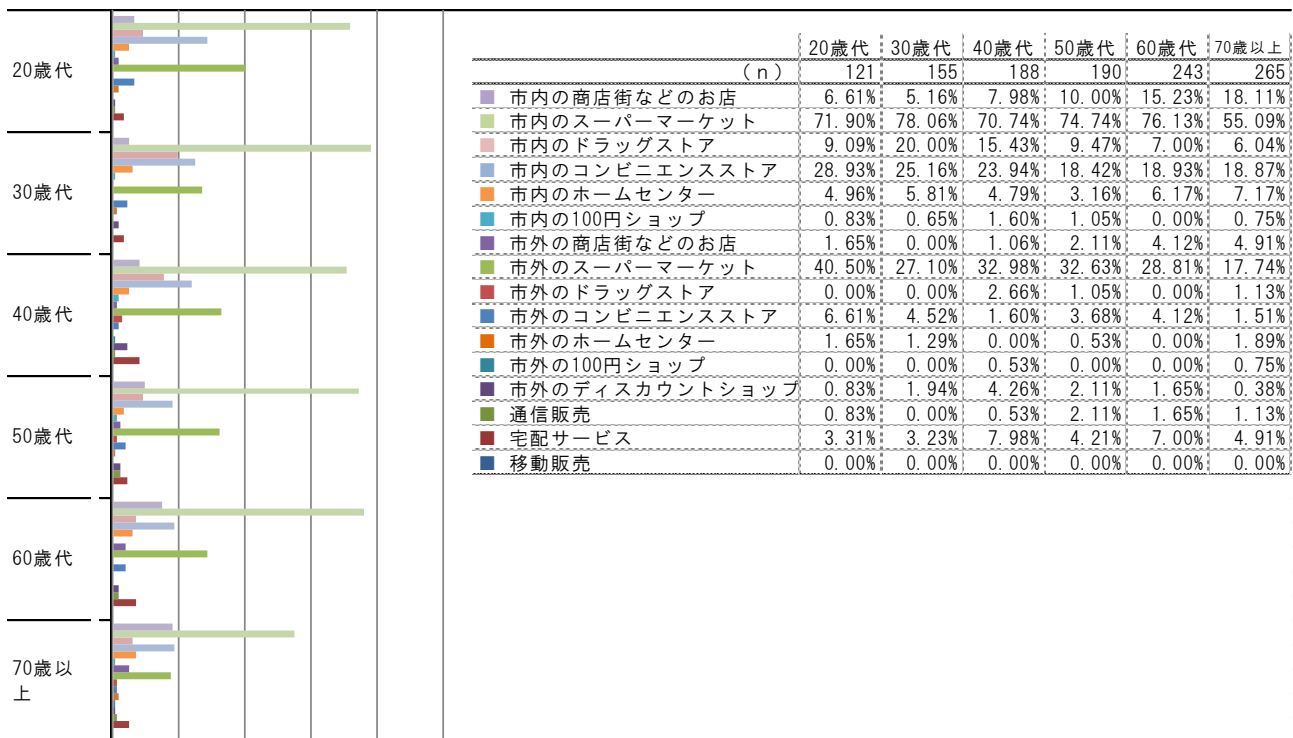
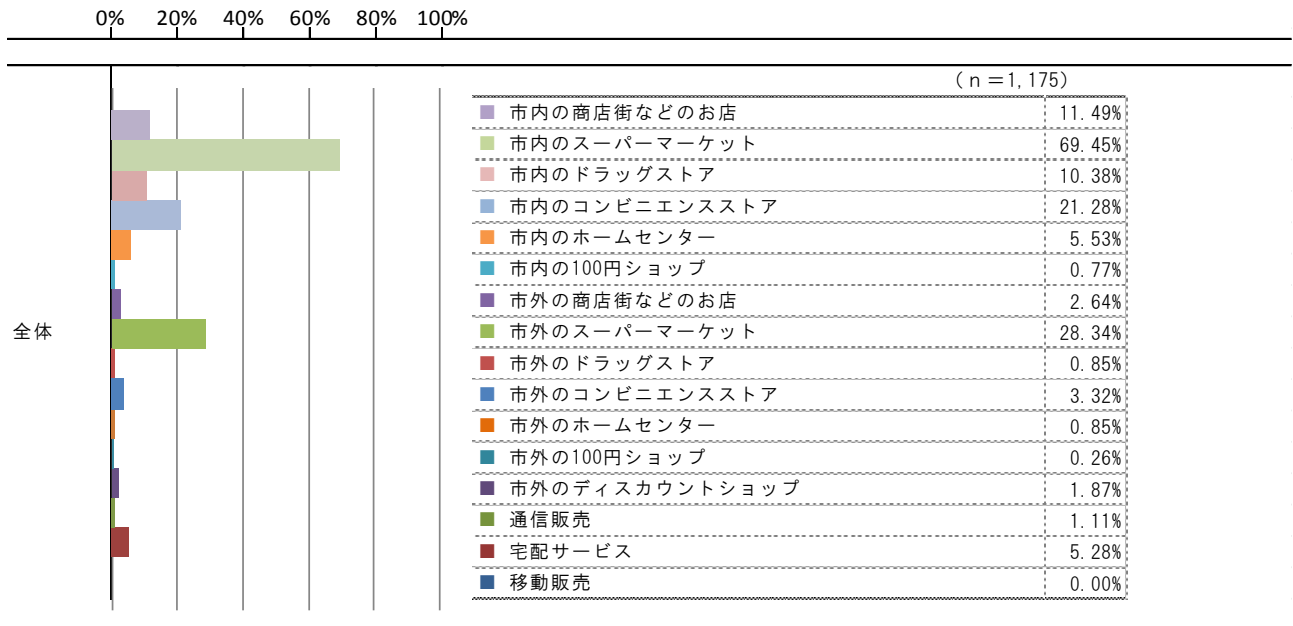
(グラフ：次ページ)

グラフ2-7-1① 生鮮食料品を購入する場所

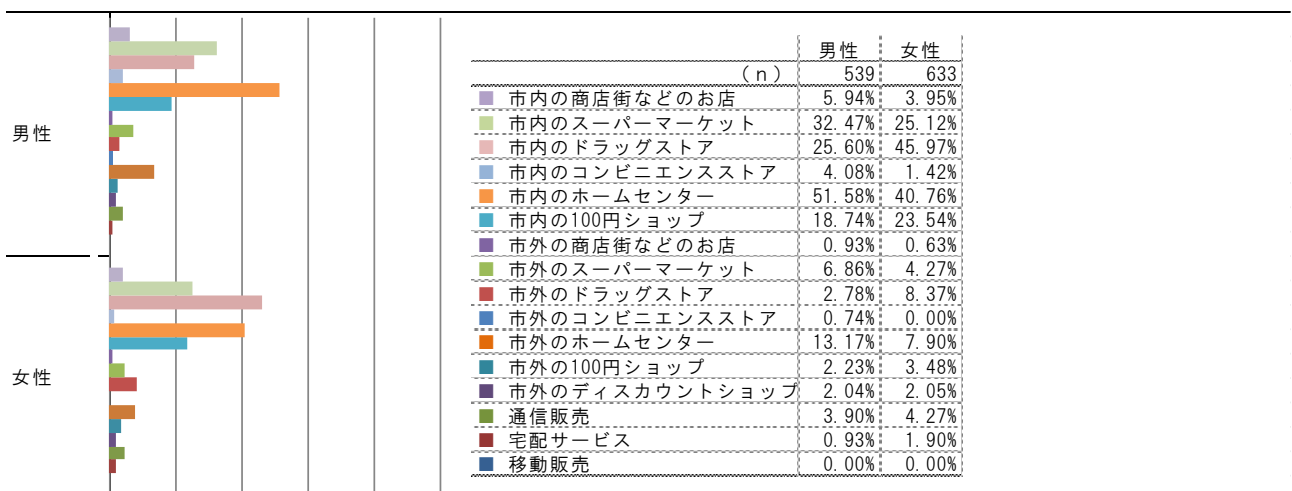
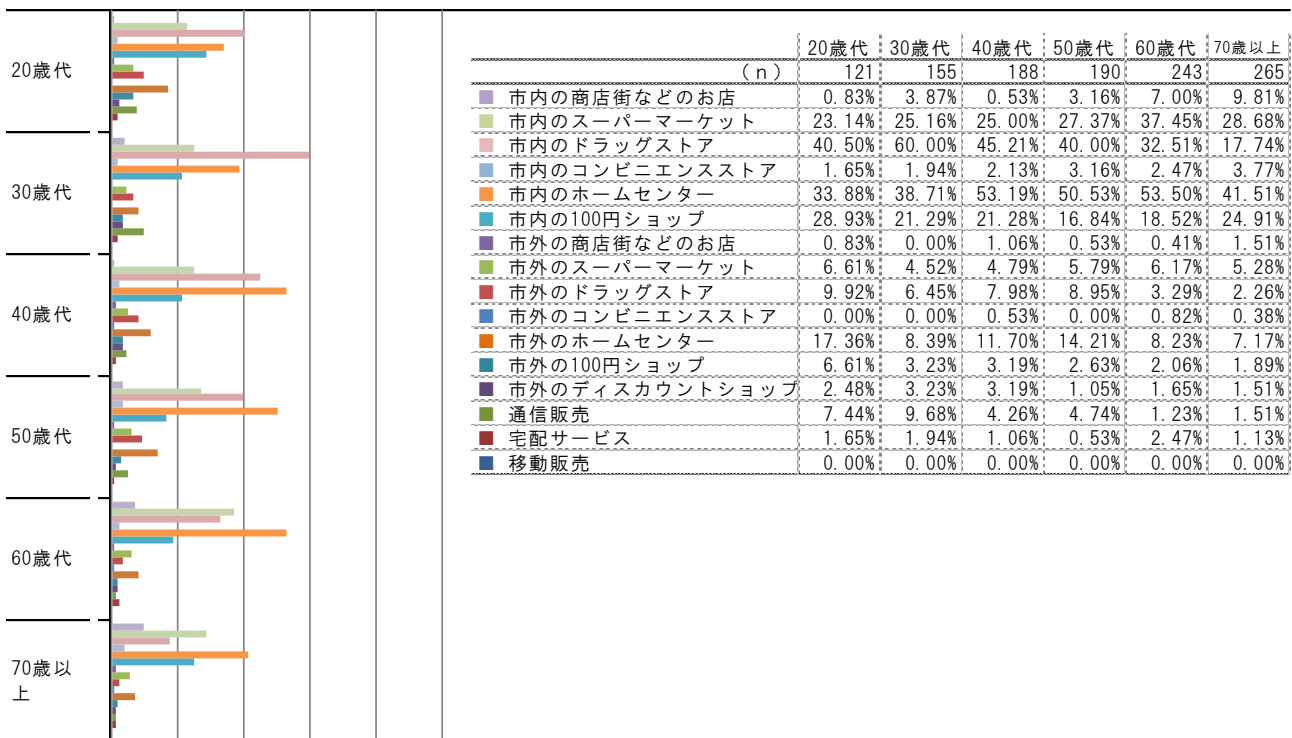
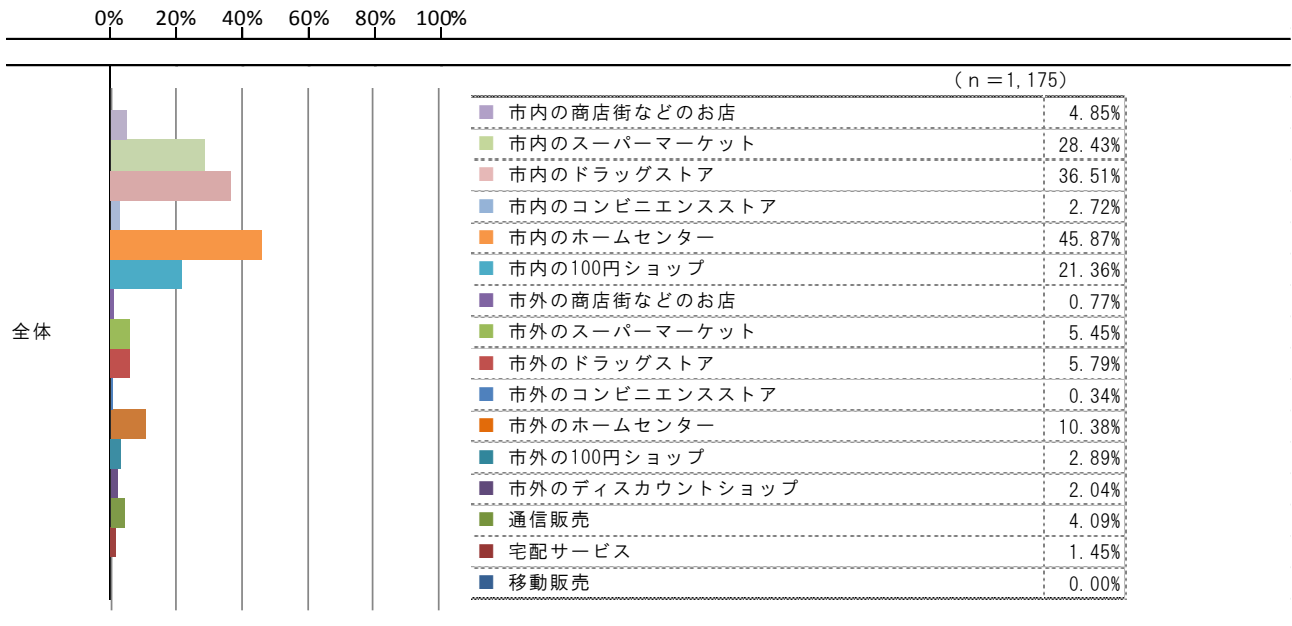


第2章 調査結果の分析

グラフ2-7-1② その他の食料品を購入する場所

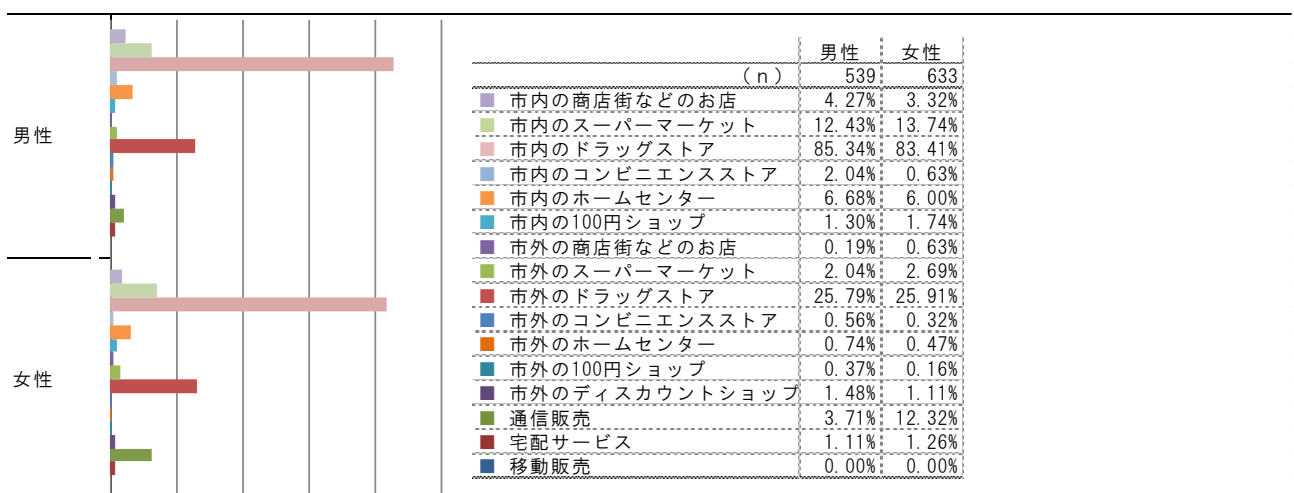
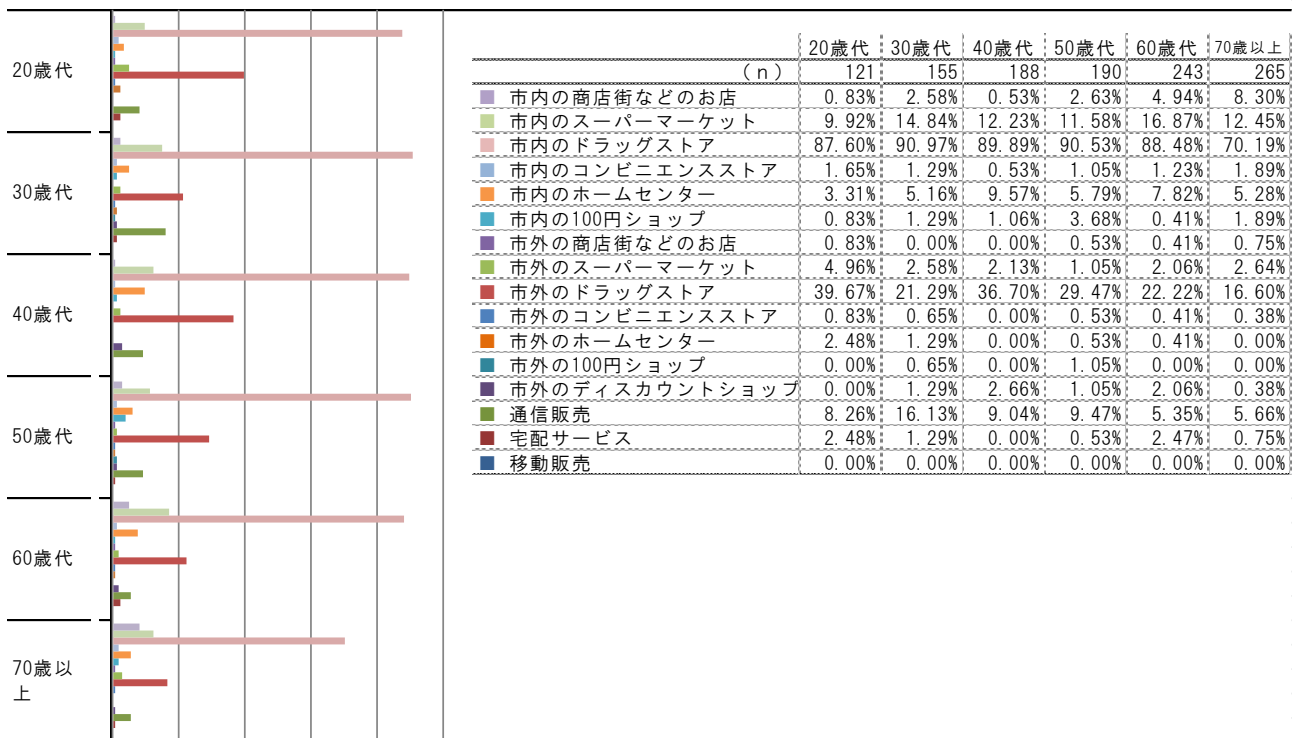
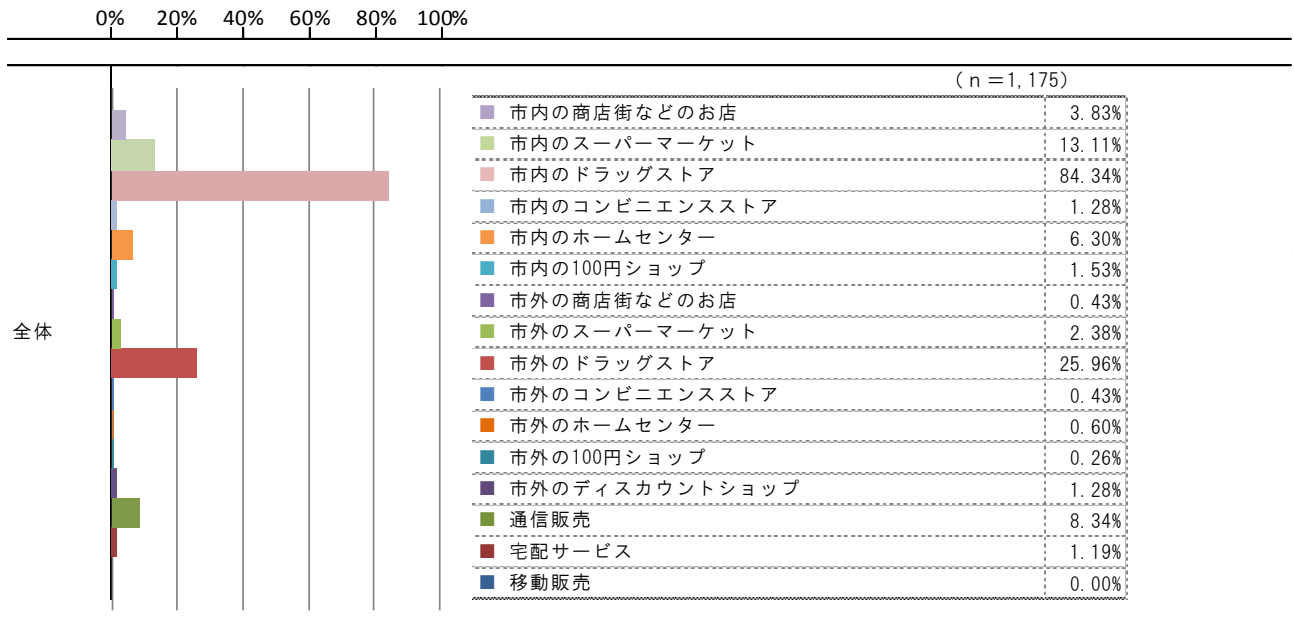


グラフ2-7-1③ 日用品・雑貨を購入する場所



第2章 調査結果の分析

グラフ2-7-1④ 医療品・化粧品を購入する場所



①全体の考察

どの商品においても、市内で購入する割合が高いことが分かった。

市内の商店街などのお店の利用割合は、年齢層が上がるに従って増加する傾向にある。

『宅配サービス』と化粧品以外での『通信販売』の利用割合は高くない。

②年代別・性別の考察

◎生鮮食料品

すべての年代において、半数以上が『市内のスーパーマーケット』で購入しており、次いで『市外のスーパーマーケット』が続いている。

60歳代以上、特に70歳代以上においては、『市内の商店街などのお店』で購入する割合が高い。

◎その他の食料品

すべての年代において、『スーパーマーケット』で購入する割合が高い。

その他の購入場所として、すべての年代においては『コンビニエンスストア』が約20～30%程度を占めており、また、30歳代～40歳代の1～2割程度は、『ドラッグストア』で買い物をしている。

◎日用品・雑貨

20歳代・30歳代の若い世代は『ドラッグストア』で買い物をする割合が高く、40歳代以上では、『スーパーマーケット』や『ホームセンター』で買い物をする割合が高くなる。

すべての年代において、2割程度が『市内の100円ショップ』で買い物をしている。

男性が『市内のホームセンター』で買い物をする率が高く、女性は『市内のドラッグストア』で買い物をする率が高い。

◎医療品・化粧品

すべての年代において、7割以上が『ドラッグストア』を購入場所にあげている。

30歳代、60歳代、70歳以上の方は、比較的多く『市内のスーパーマーケット』で購入すると回答している。

女性が『通信販売』を利用する割合が男性よりも多い傾向が見られた。

(2) 店舗へ行くための交通手段

問29 あなたのご家庭では、問28で回答したお店に行くためにどの交通手段をもっともよく利用しますか（複数回答可）

グラフ2-7-2① 商店街などのお店への交通手段

グラフ2-7-2② スーパーマーケットへの交通手段

グラフ2-7-2③ ドラッグストアへの交通手段

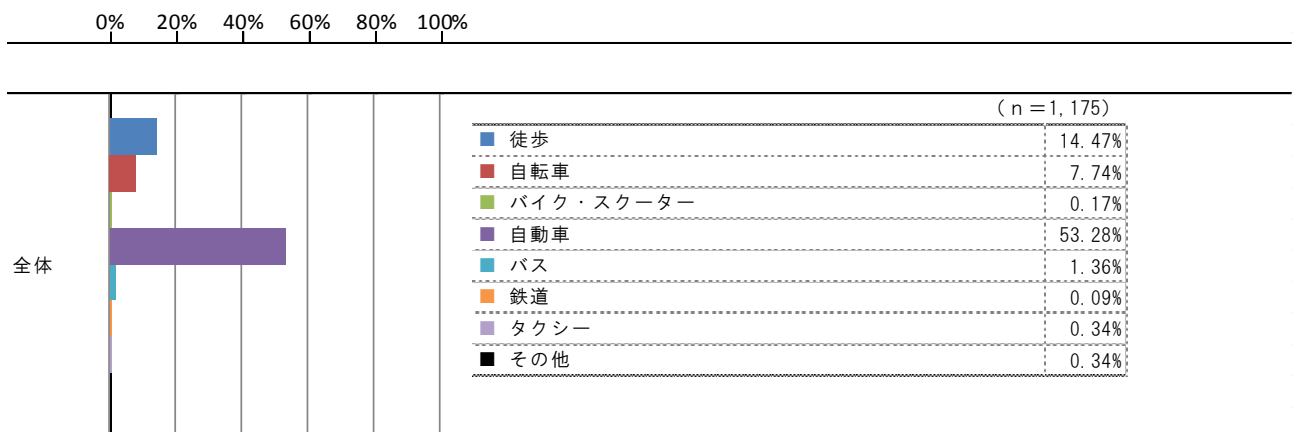
グラフ2-7-2④ コンビニエンスストアへの交通手段

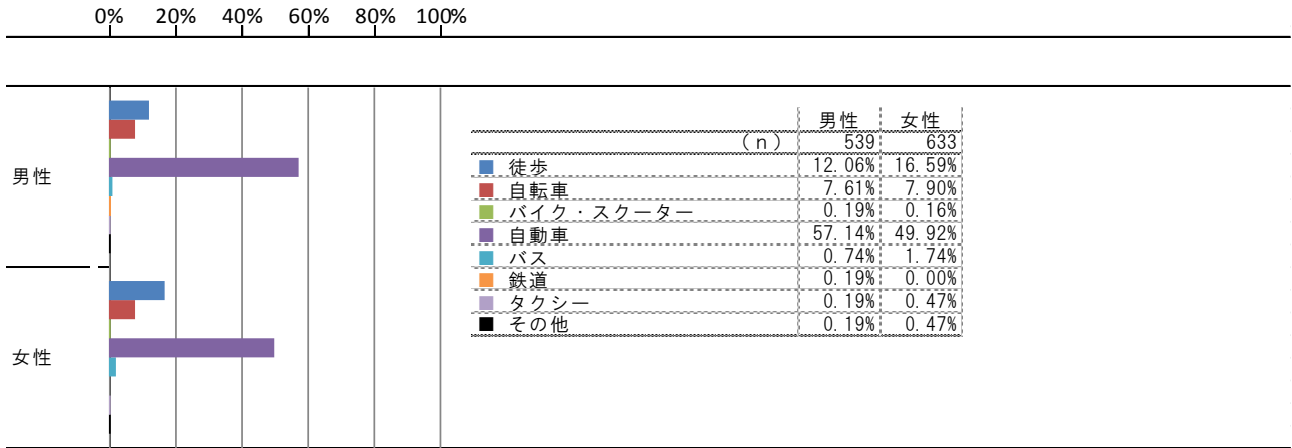
グラフ2-7-2⑤ ホームセンターへの交通手段

グラフ2-7-2⑥ 100円ショップへの交通手段

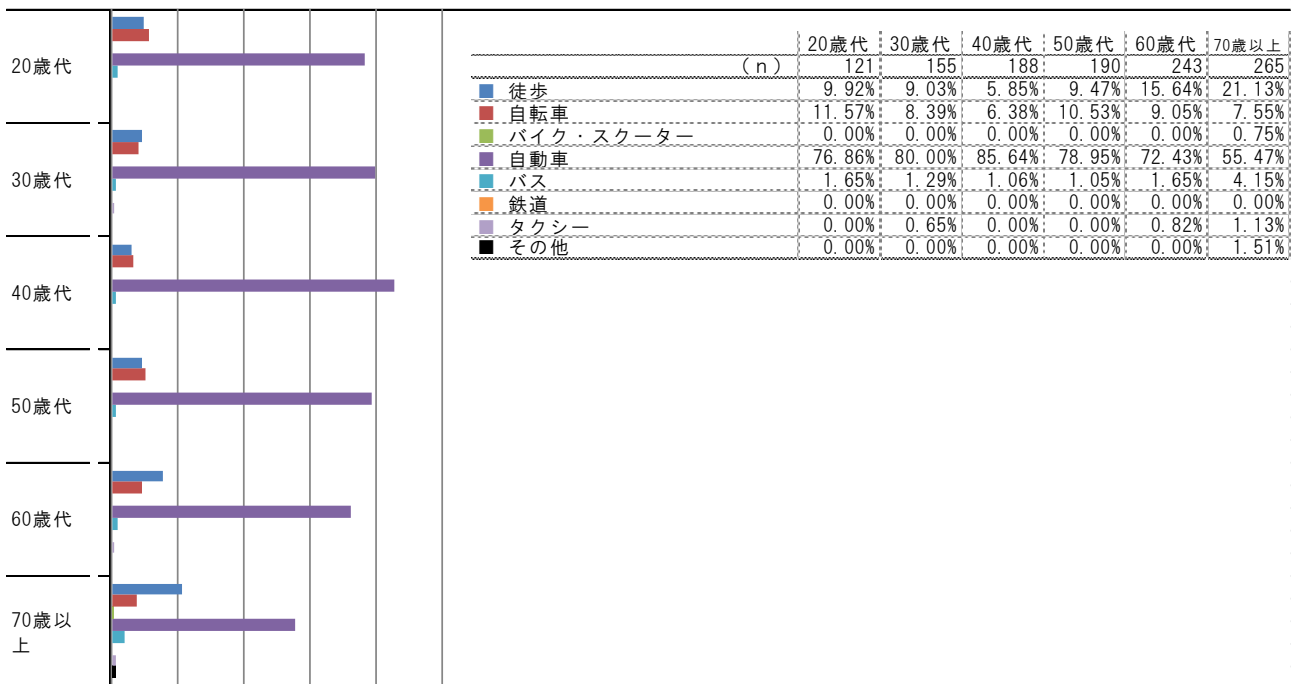
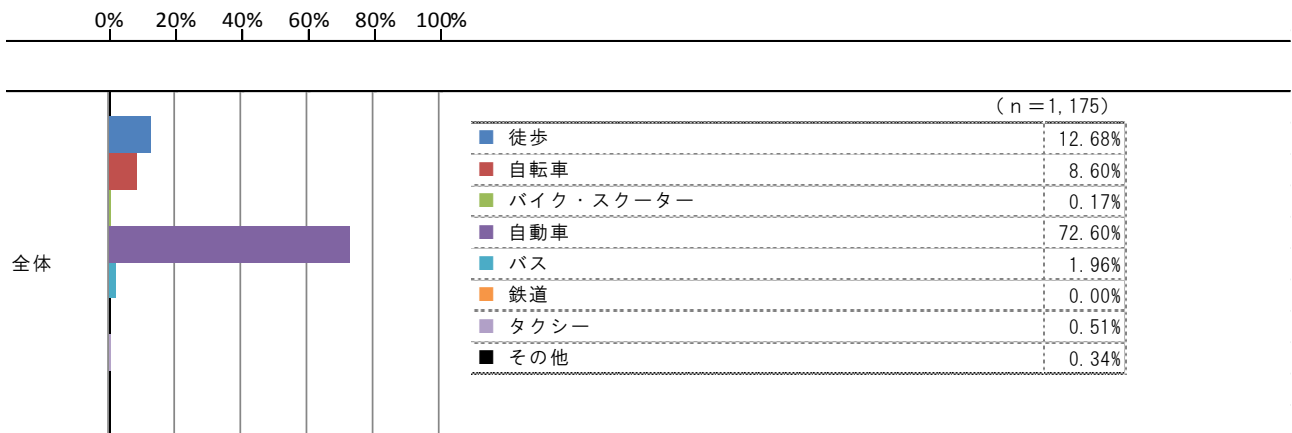
グラフ2-7-2⑦ ディスカウントショップへの交通手段

グラフ2-7-2① 商店街などのお店への交通手段

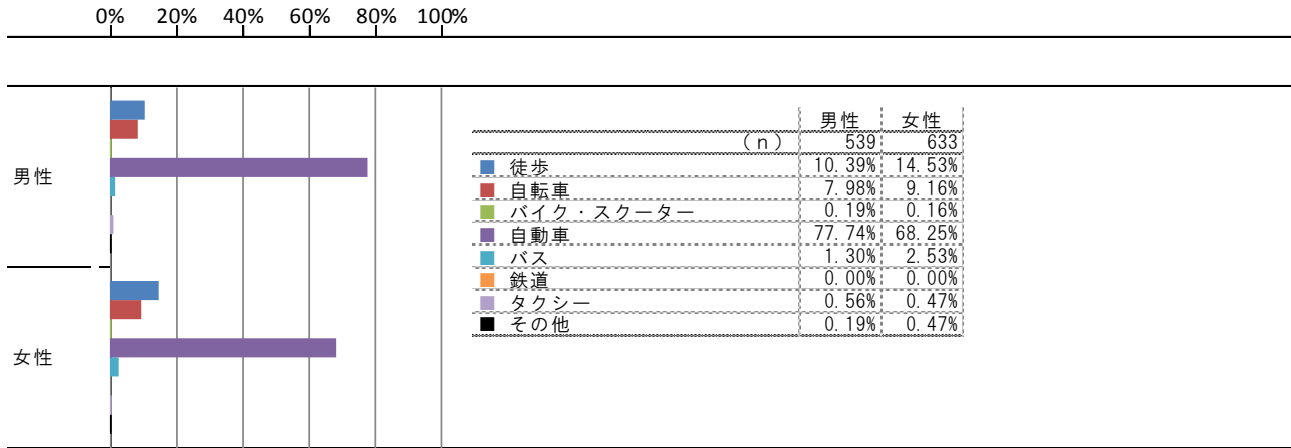




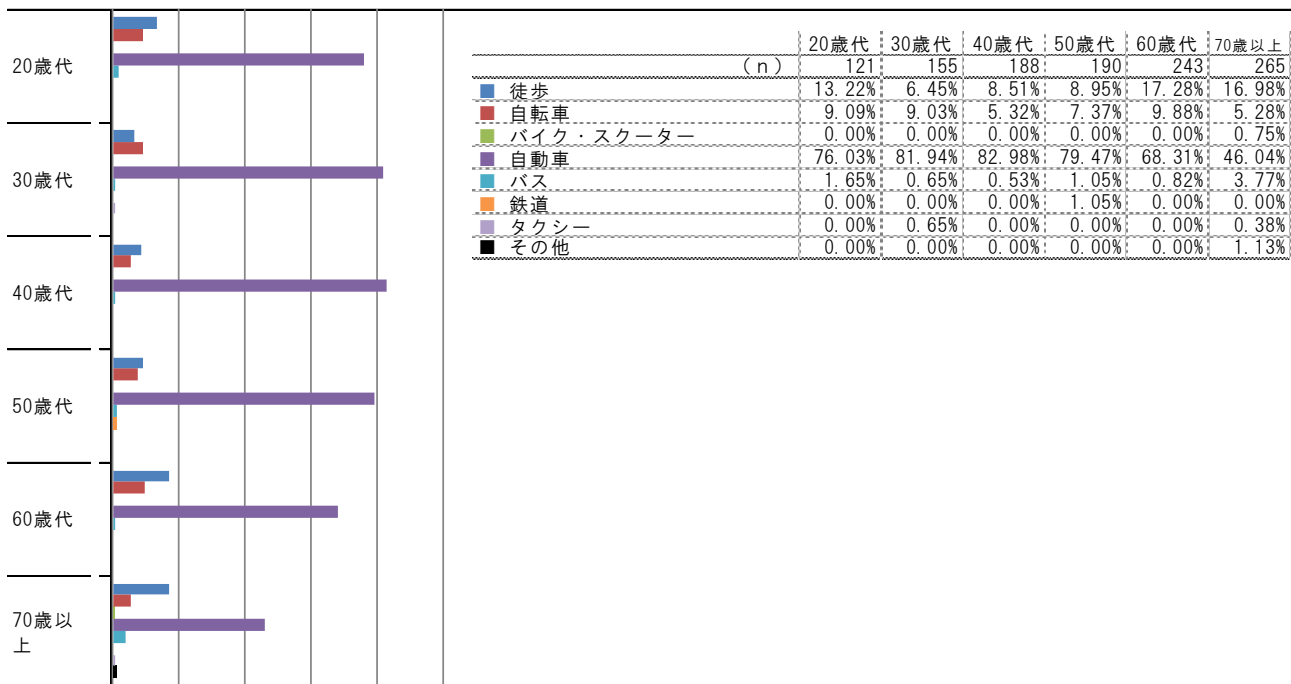
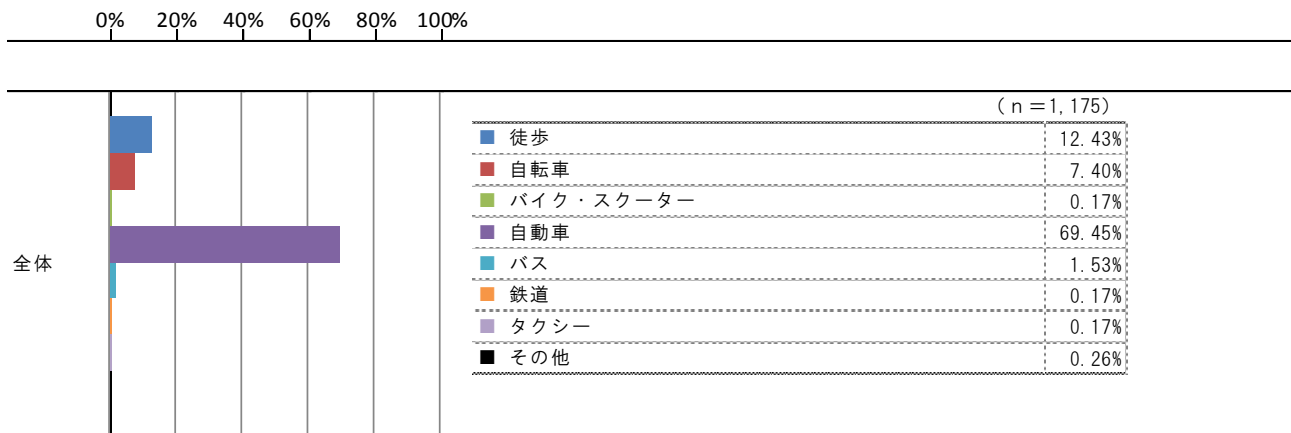
グラフ2-7-2② スーパーマーケットへの交通手段

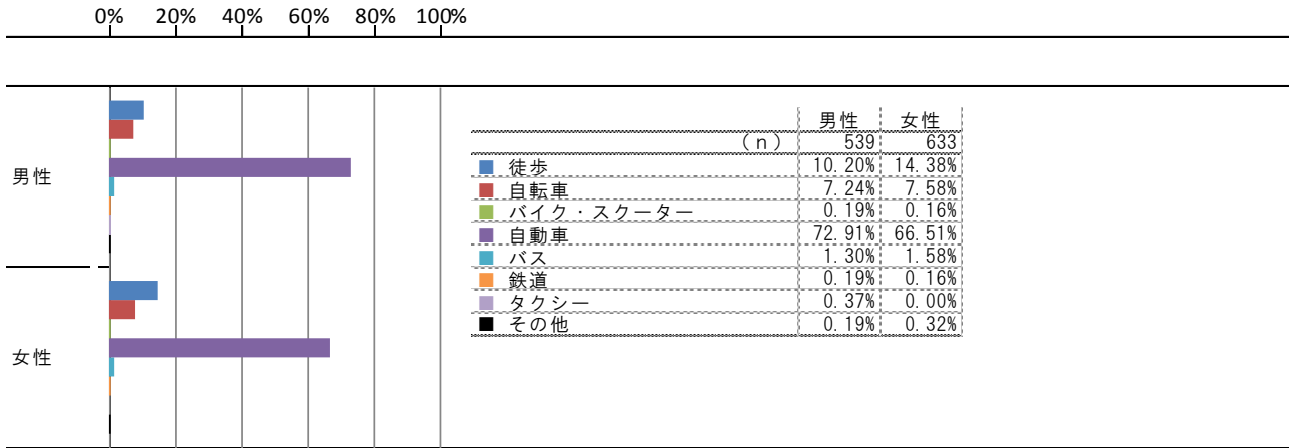


第2章 調査結果の分析

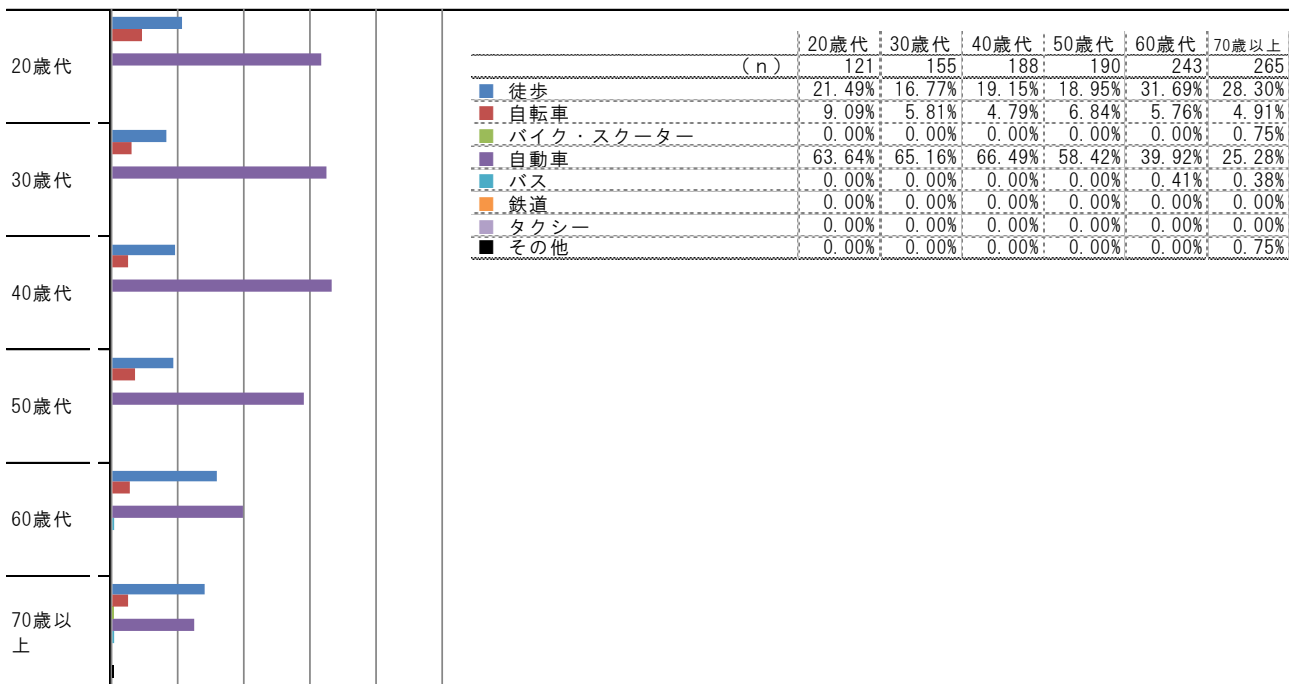
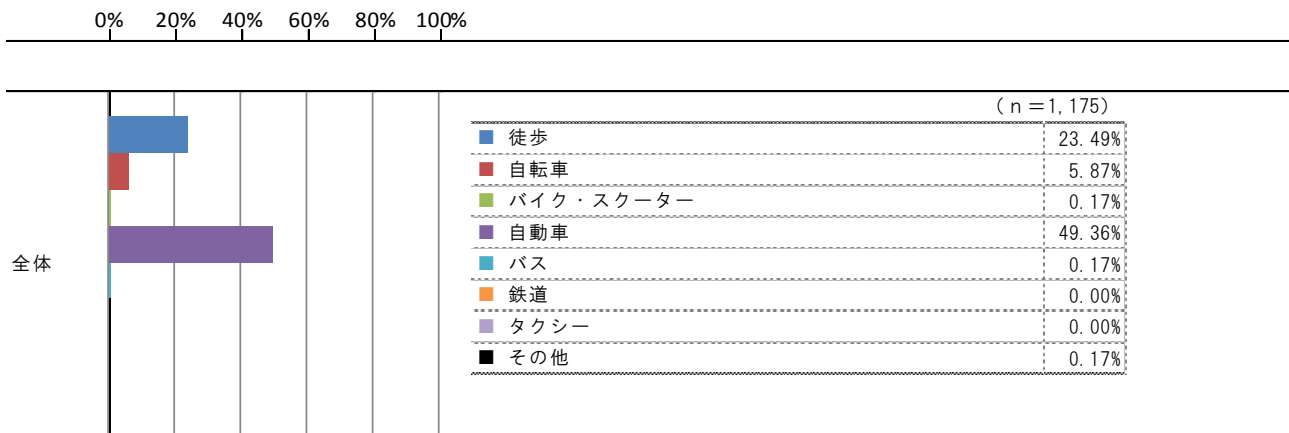


グラフ2-7-2③ ドラッグストアへの交通手段

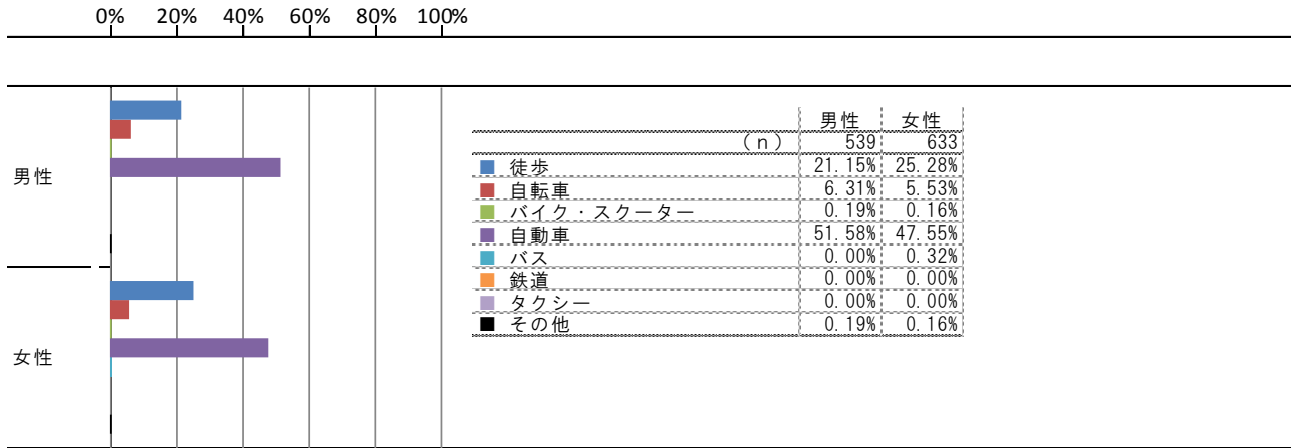




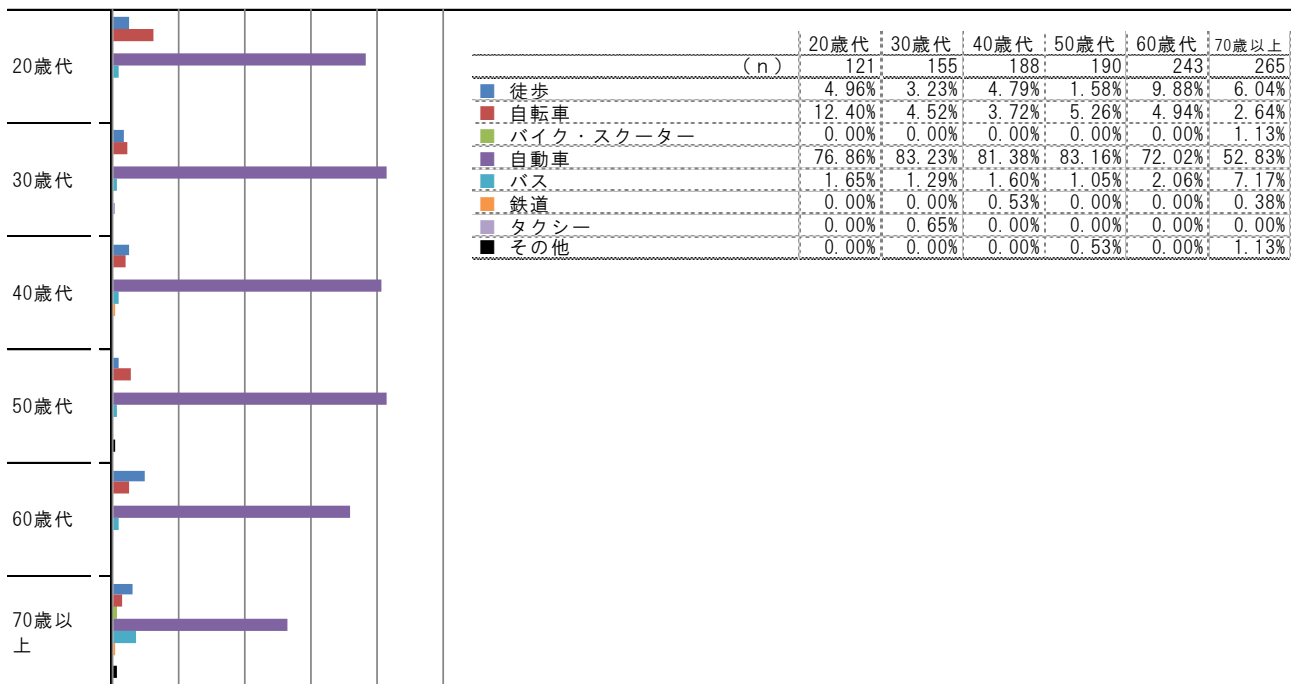
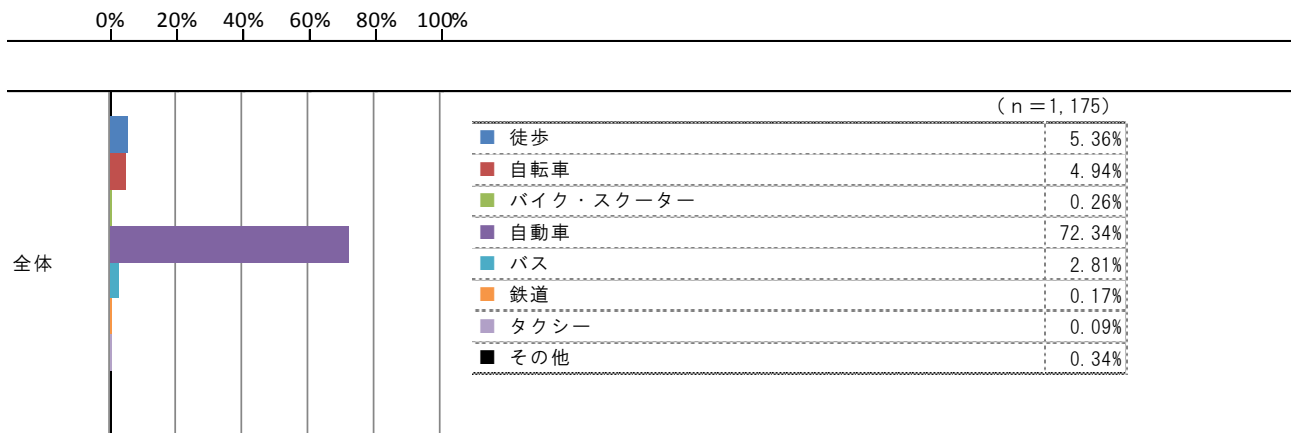
グラフ2-7-2④ コンビニエンスストアへの交通手段

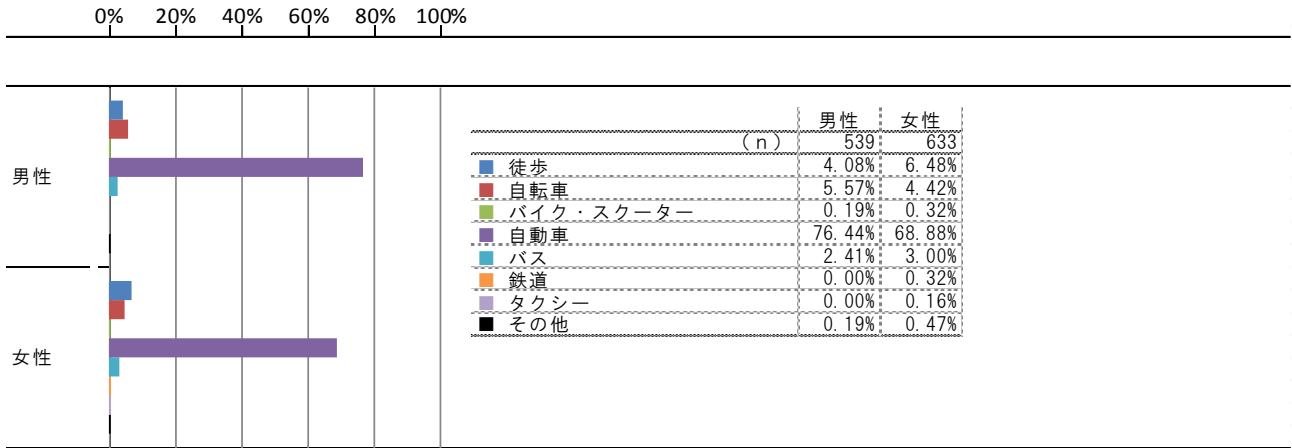


第2章 調査結果の分析

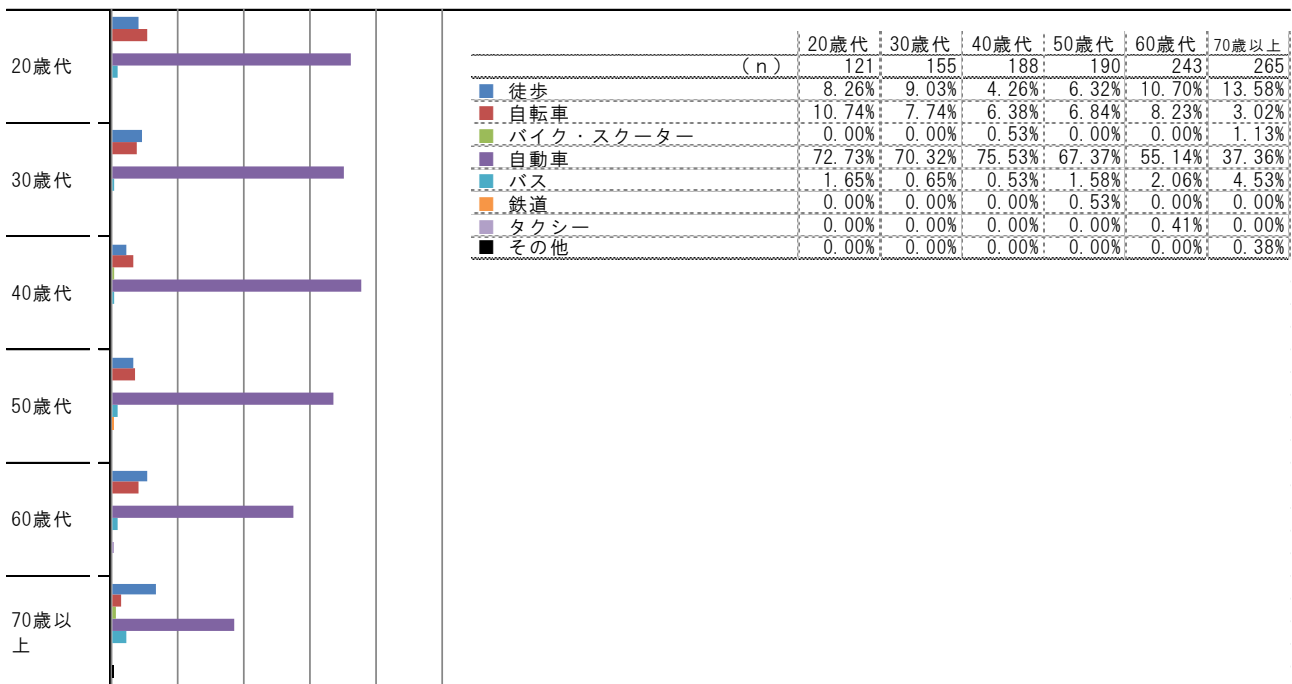
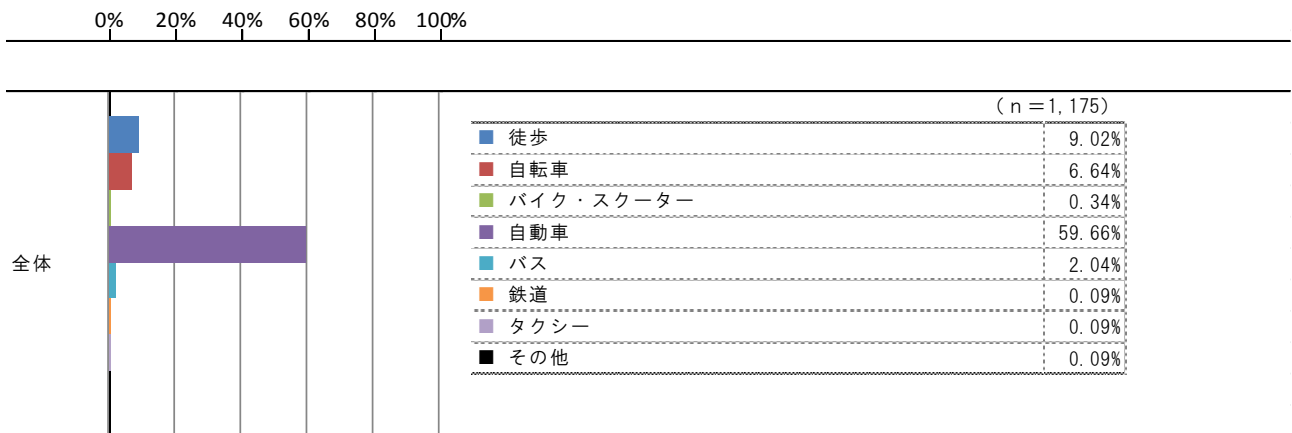


グラフ2-7-2⑤ ホームセンターへの交通手段

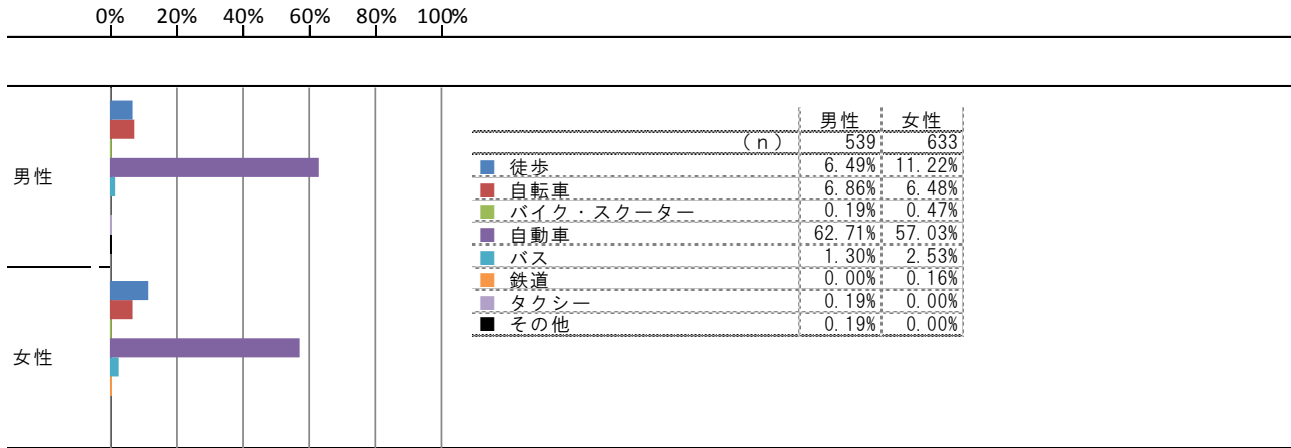




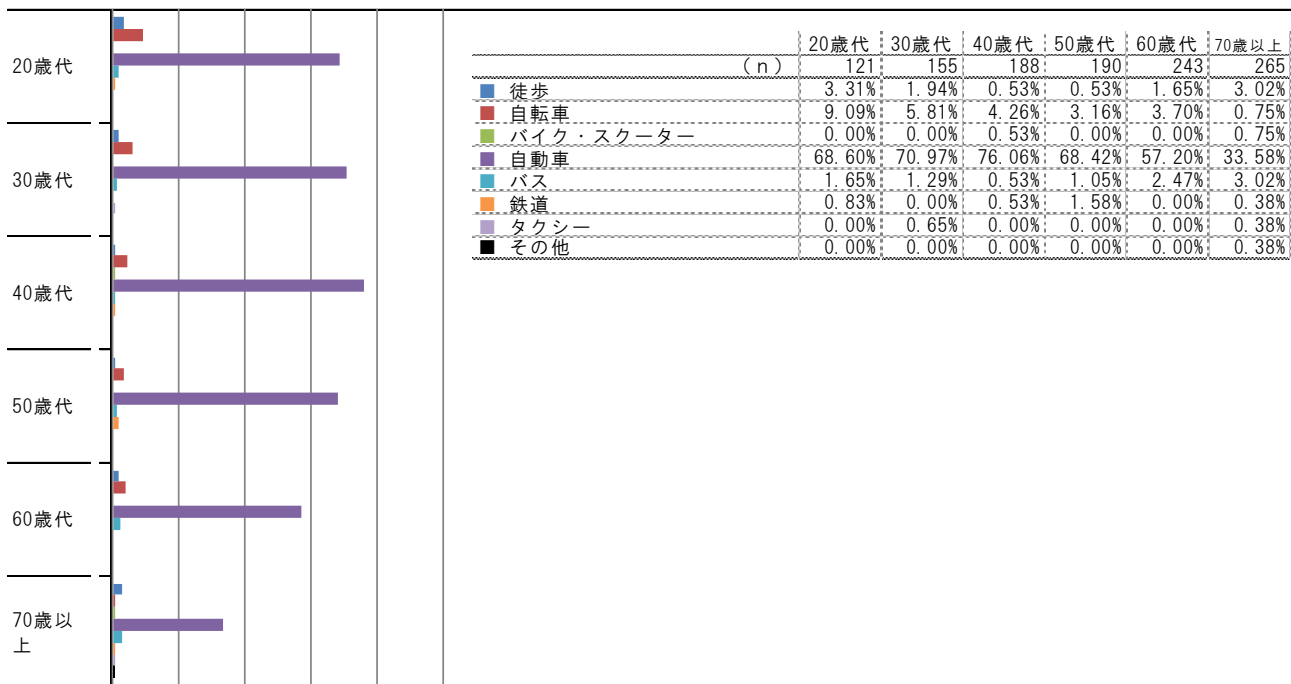
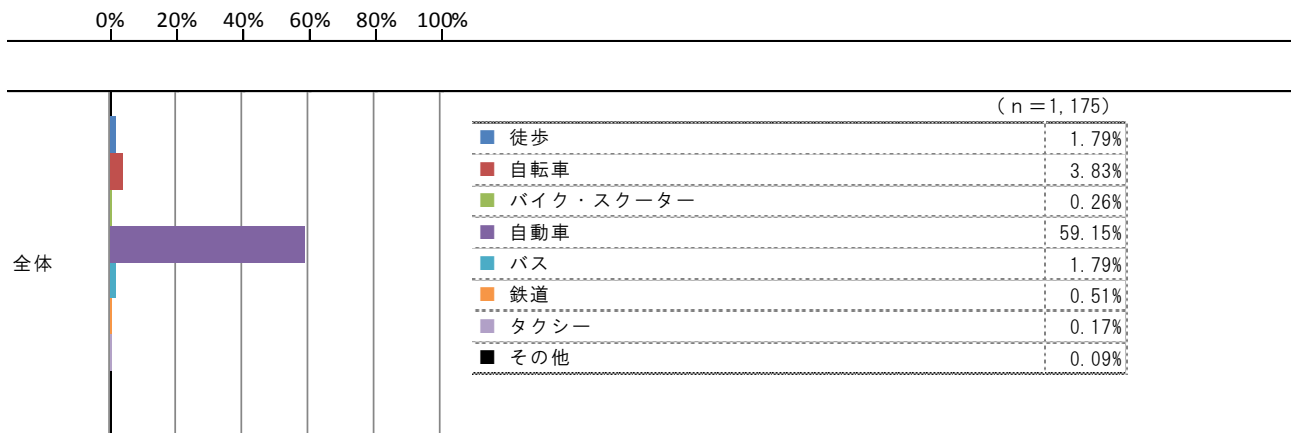
グラフ2-7-2⑥ 100円ショップへの交通手段

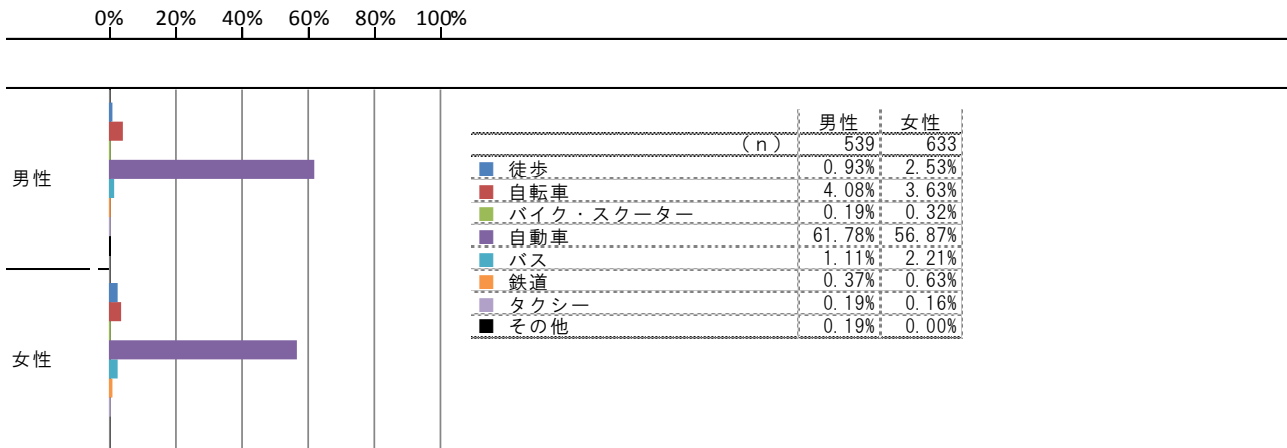


第2章 調査結果の分析



グラフ2-7-2① ディスカウントショップへの交通手段





①全体の考察

どの形態の店舗であっても、交通手段としては『自動車』を利用して買い物をする割合が高かった。コンビニエンスストアには、約3割が『徒歩』または『自転車』により買い物をしていた。これは、コンビニエンスストアが、少量の買い物をする際に利用されているものと推測される。

②年代別・性別の考察

『自動車』を利用する割合は、40歳代がピークとなっており、それ以上の年齢層については、その割合が低下した。

次いで『徒歩』によるとの割合が高かった。特に70歳代以上は、他の年代と比較して、『自動車』の割合が低下し、『徒歩』の割合が高い。

男性は『自動車』を、女性は『徒歩』を選択する割合が高い。回答傾向としては、店舗形態を問わずに『自動車』、『徒歩』の順に多く選択されている。

(3) 買い物の際に困っていること

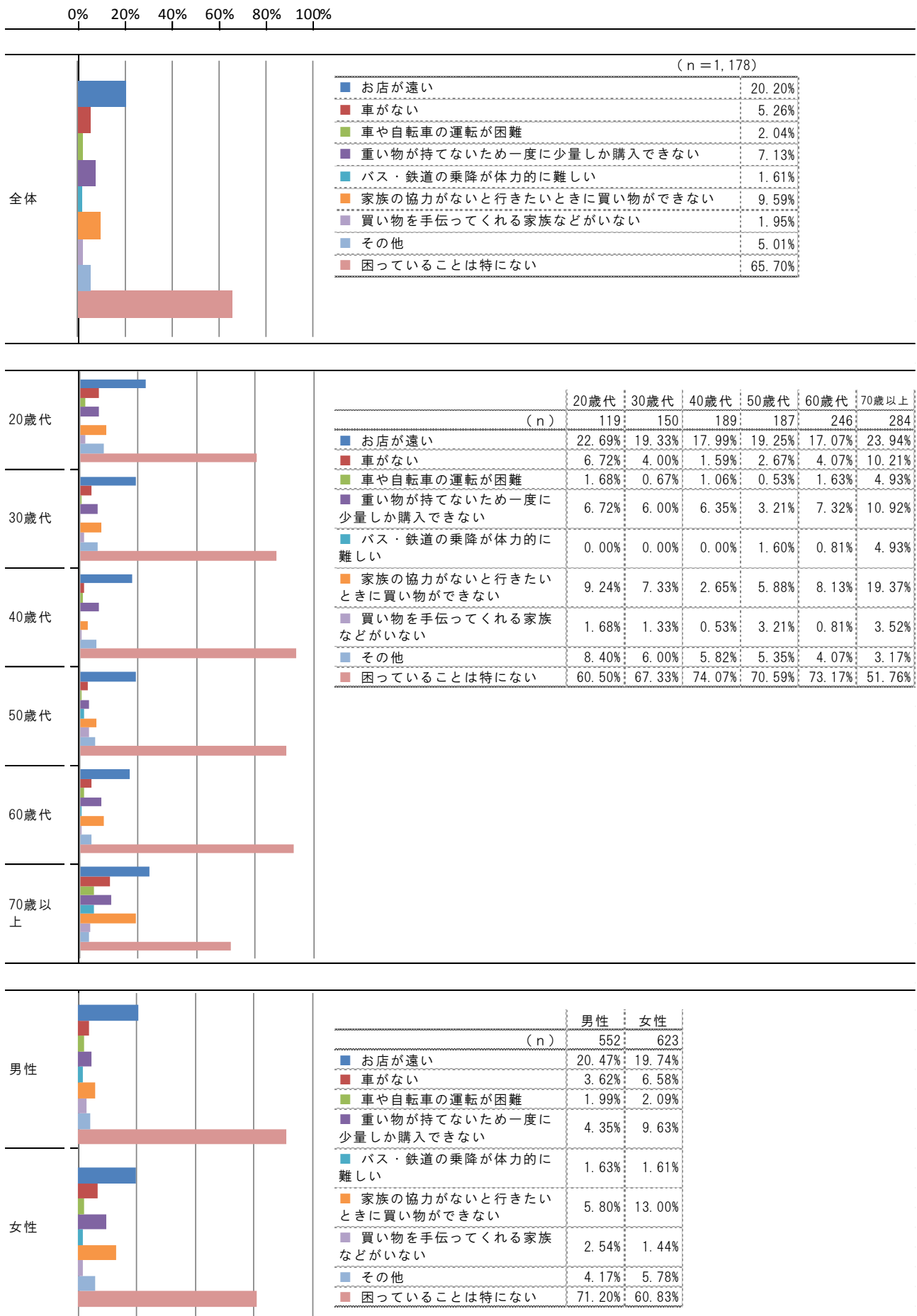
問30 あなたのご家庭で買い物の際に困っていることは何ですか（複数回答可）

グラフ2-7-3 買い物の際に困っていること

(グラフ：次ページ)

第2章 調査結果の分析

■グラフ2-7-3 買い物の際に困っていること



①全体の考察

60歳代以下の世代については、買い物時の交通手段として『自動車』を利用している割合が高く、買い物に困難を感じる割合が低い一方で、70歳以上の世代は、『車がない』率が高く、徒歩による買い物の機会が多い。

②年代別・性別の考察

どの年代においても『困っていることは特にない』を選択している方が一番多いが、20歳代と70歳以上においては低めとなっており、70歳以上においては二人に一人が買い物に困っていることがあると回答している。

『お店が遠い』が、どの年代においても困っていることとしての割合が高い。その傾向は70歳以上が高く、他の年代と比較して、困っている理由に『車がない』をあげる割合が高い一方で、徒歩による買い物をする割合が高いことから、他の年代以上にお店の遠さを感じているものと推測される。

『困っていることは特にない』を選択する方が男女とも過半数を超えている。

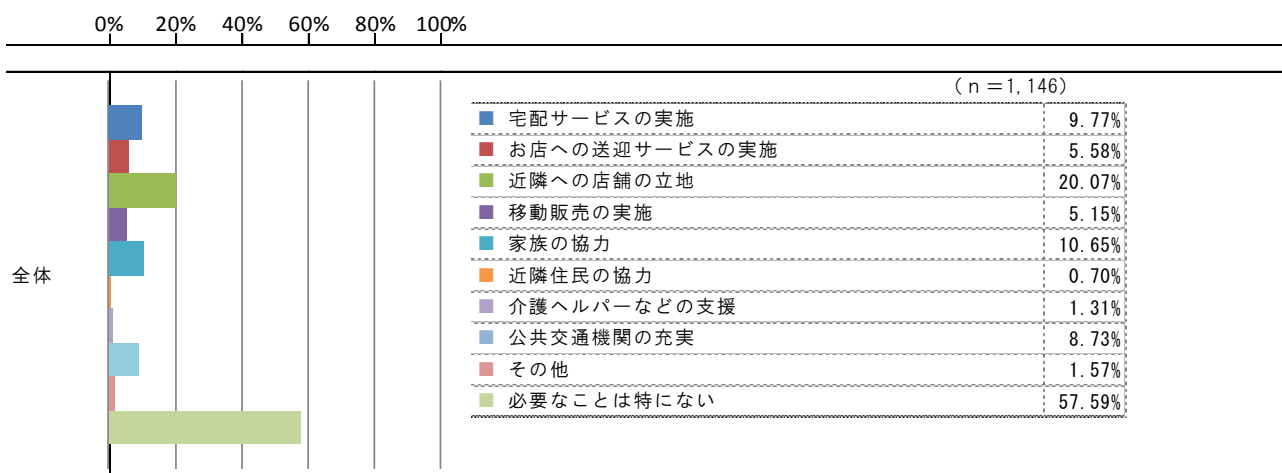
男性は女性よりも『困っていることは特にない』の割合が高く、これは女性が『家族の協力がないと行きたいときに買い物ができない』、『重い物が持てないために一度に少量しか購入できない』という割合が高かったことによるものだと考えられる。

(4) 買い物環境の改善方法

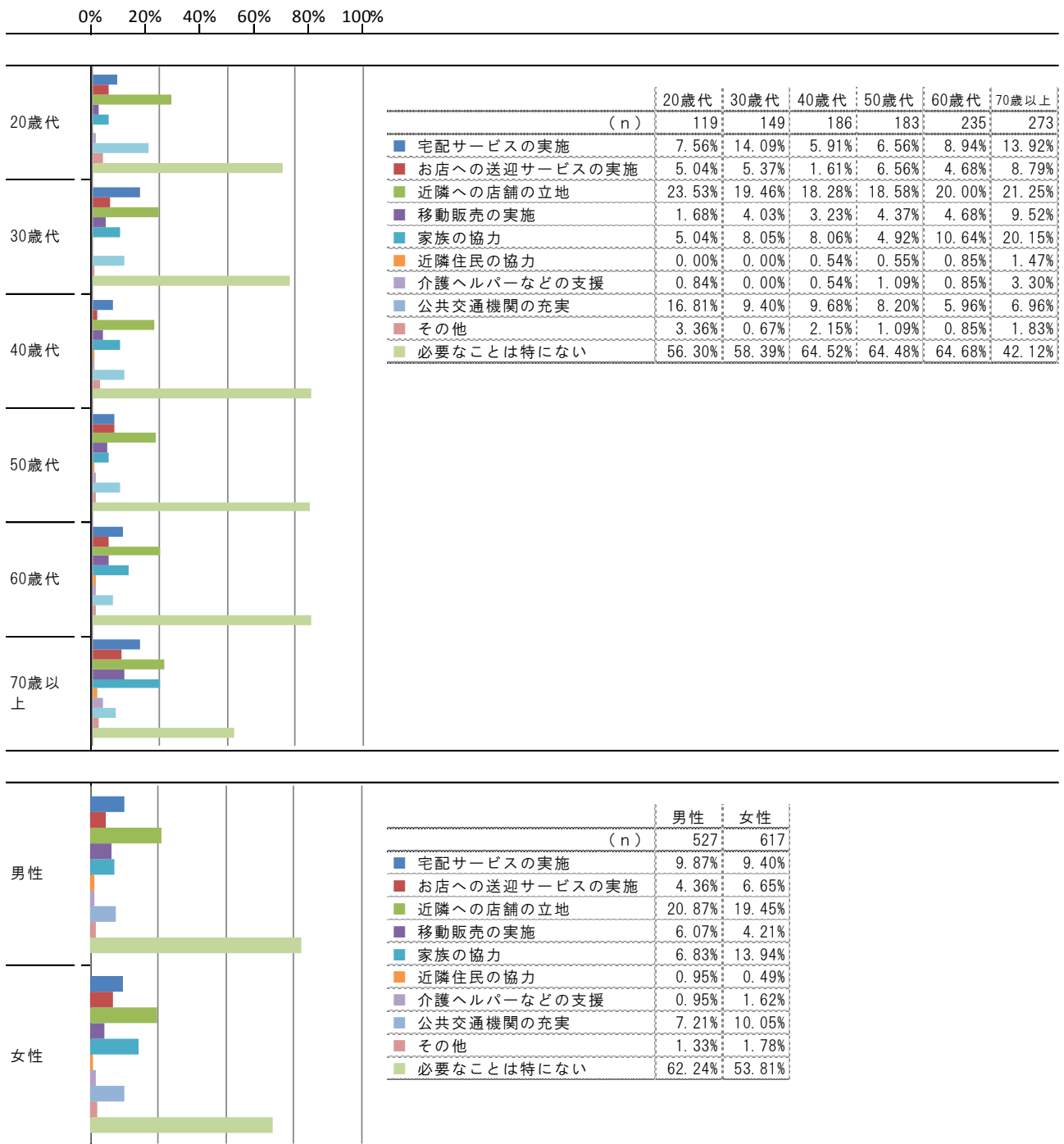
問31 あなたのご家庭の買い物環境を改善するためには何が必要ですか（複数回答可）

グラフ2-7-4 買い物環境の改善に必要なこと

■グラフ2-7-4 買い物環境の改善に必要なこと



第2章 調査結果の分析



①全体の考察

どの世代においても、『必要なことは特にない』との回答が最も多かった。

買い物環境の改善に必要なこととしては、『近隣への店舗の立地』と『家族の協力』をあげる方の割合が比較的高かった。

②年代別・性別の考察

『必要なことは特にない』を除くと、どの年代においても割合が高いのは『近隣への店舗の立地』であった。問30において困っていることが他の年代より多かった70歳以上においては、『家族の協力』や『宅配サービスの実施』をあげる割合が高い。

また、30歳代と70歳以上では、『宅配サービスの実施』を望む方が10%以上となっている。

性別による回答傾向については、女性が『家族の協力』を必要とする割合が高かった。

4. 施策への反映

市民が市内で買い物をすることが多いことから、国や北海道が実施する商店街活性化事業の活用を進めるとともに、市が設ける商店街活性化事業補助金の有効活用を進めることにより、市内の買い物環境を向上させていきたい。

『自動車』による買い物が多数を占める一方で、『商店街などのお店』や『コンビニエンスストア』など『徒歩』による利用も一定程度みられることから、『徒歩』による利用者が安全・安心に買い物ができる環境づくりについて研究を進めていく。

調査結果から、一回の買い物の量を増やすことも、買い物回数を増やすことも難しいものと推測されることから、空き店舗活用事業補助金を継続し、身近な商店街への出店を促すとともに、高齢・介護グループが作成する『くらしあったか便利帳』に関する周知を行い、買い物に関する不便を緩和する。

より多くの新規店舗の出店を促し、住民の買い物に対する利便性を図りつつ、宅配サービスの実施店を紹介する『くらしあったか便利帳』について、商工会議所や商店会等と協力して周知し、その利用を促すことにより、頻繁にお店で買い物ができない世代に対する買い物環境の改善を図っていきたい。

第8節 登別ブランド推奨品

【担当：商工労政グループ】

1. 調査の目的

平成21年度より登別ブランド推進事業を実施し、その中で登別ブランド推奨品の認知度向上に向けた取り組みを進めてきていることから、市民における登別ブランド推奨品の認知度合を測ることを目的とする。

2. 将来、市が目指そうとする姿

市内にある『いいもの』を発掘し、広めていくことでの登別のイメージを向上させる。

3. 調査の結果

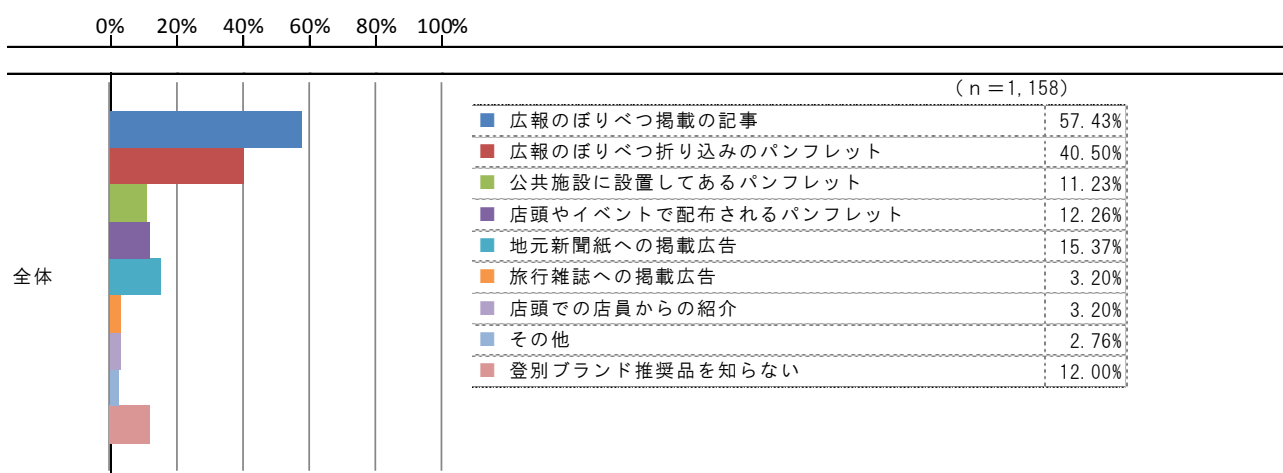
(1) 情報の収集手段

問32 あなたは登別ブランド推奨品について、何により情報を得ていますか

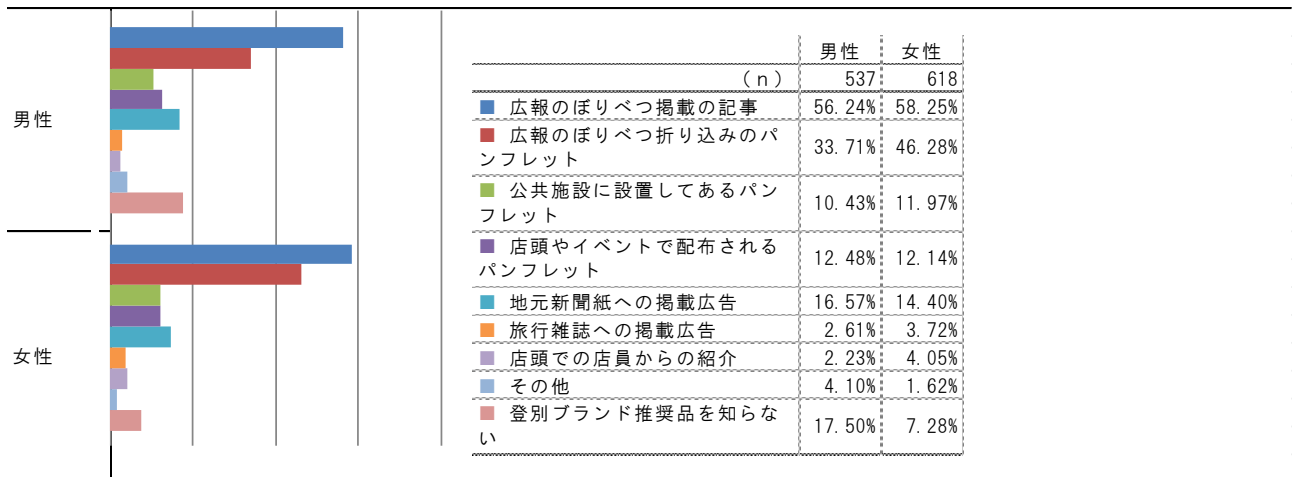
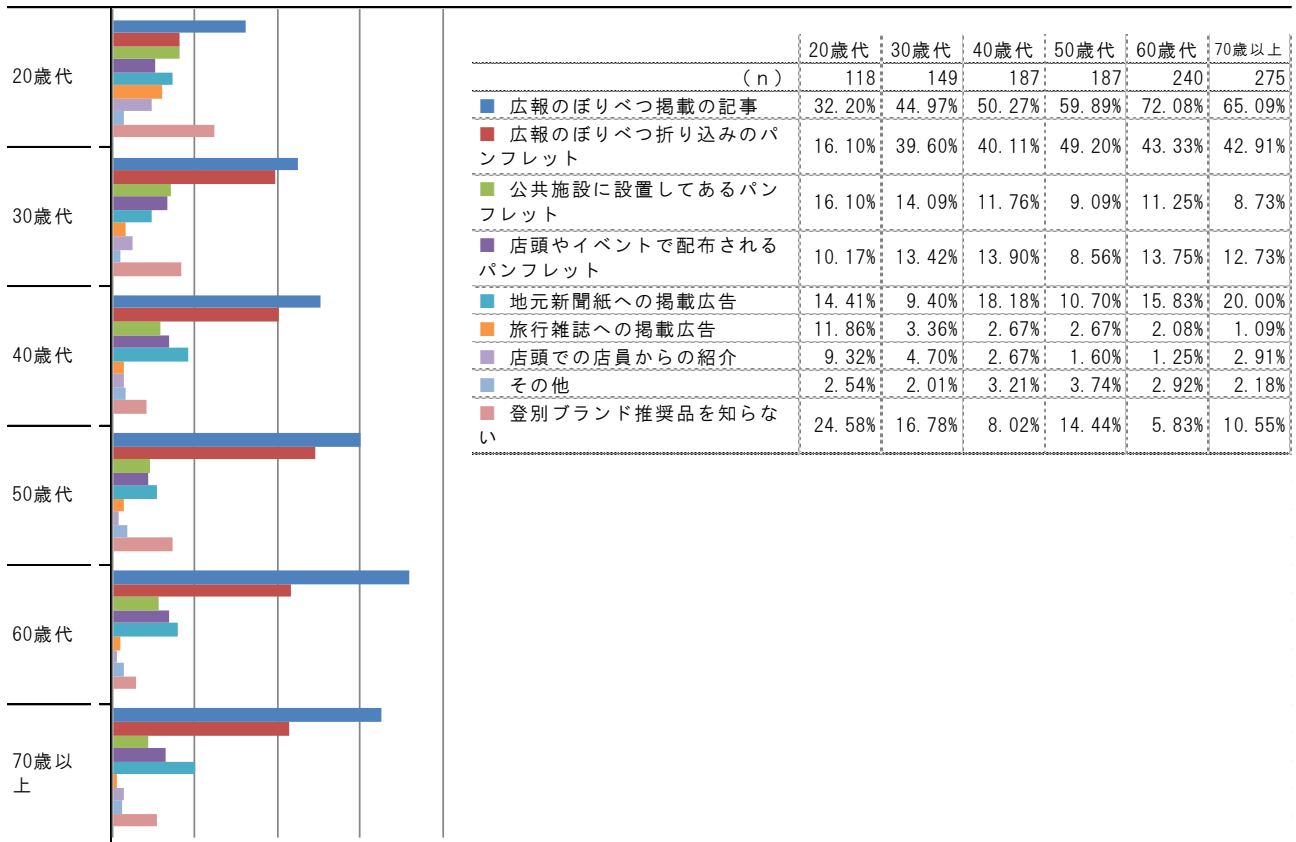
(複数回答可)

グラフ2-8-1 登別ブランド推奨品の情報収集方法

■グラフ2-8-1 登別ブランド推奨品の情報収集方法



0% 20% 40% 60% 80% 100%



①全体の考察

登別ブランド推奨品を認知している割合は約9割となっており、市内での認知度は高いと言える。

②年代別・性別の考察

全ての年齢層において登録ブランド推奨品に関する情報収集は、広報のぼりべつ掲載の記事並びに広報のぼりべつ折り込みのパンフレットによるとする割合が高く、50歳代以上の層ではその傾向が顕著となる。

20歳代では、登録ブランド推奨品を知らないとする割合が一番高い反面、旅行雑誌に掲載した広告から情報を得ているとする回答数が他の年代の3倍以上となっている。

このことから、広報のぼりべつへの掲載は、幅広い年代層、特に高齢層をターゲットとした周知に対し効果的であり、比較的若い年代層に対しては旅行雑誌への掲載が効果的と考えられる。

女性は『広報のぼりべつ折り込みパンフレット』や『店頭での店員からの紹介』により情報を得る割合が高く、また、男性に比べて登録ブランド推奨品の認知度が高い。

(2) 購入したことのある登録ブランド推奨品

問33 あなたはどの登録ブランド推奨品を購入したことがありますか

(複数回答可)

表2-8-2 購入したことのある登録ブランド推奨品

■表2-8-2 購入したことのある登録ブランド推奨品

	総計	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
(n)	1,173	119	152	191	187	247	273
わさび漬	39.90%	23.53%	23.03%	24.61%	39.57%	51.82%	56.41%
登録閻魔らーめん	20.80%	18.49%	26.32%	16.75%	27.27%	20.65%	17.58%
文志郎の鹿角納豆	10.66%	4.20%	11.84%	10.99%	18.72%	10.12%	7.69%
文志郎の納豆輪×昆布巻	3.41%	1.68%	1.97%	3.66%	6.42%	3.64%	2.56%
青鬼納豆	2.90%	2.52%	3.95%	3.14%	3.74%	2.43%	1.83%
赤鬼納豆	2.47%	1.68%	3.29%	2.09%	3.74%	2.83%	1.47%
のぼりべつ牛乳	41.52%	37.82%	40.13%	45.55%	51.87%	42.91%	32.97%
のぼりべつ牛乳プリン	37.00%	45.38%	42.76%	39.79%	48.13%	36.03%	21.61%
のむチーズ	10.66%	12.61%	15.79%	12.57%	12.83%	8.50%	6.23%
のぼりべつとろ～りプリン	21.31%	33.61%	31.58%	28.80%	26.20%	14.57%	8.06%
鬼伝説青鬼ピルスナー	15.26%	11.76%	19.74%	26.70%	17.65%	16.60%	3.66%
鬼伝説赤鬼レッドエール	11.00%	12.61%	13.82%	21.47%	14.97%	7.69%	1.83%
鬼伝説金鬼ベールエール	9.89%	6.72%	13.82%	20.42%	12.30%	8.50%	1.47%
らんぼっけのたらこ	15.60%	2.52%	7.89%	8.90%	18.18%	21.46%	22.71%
極上シフォンケーキ	17.05%	18.49%	15.79%	19.90%	21.93%	16.19%	12.82%
のぼ～る	3.15%	4.20%	5.26%	4.71%	4.81%	0.81%	1.47%
のぼりべつホタテ燻	6.73%	5.04%	3.95%	4.19%	9.09%	8.50%	7.69%
北海大だこ地獄漬	4.60%	5.04%	5.26%	5.76%	10.16%	3.64%	0.37%
元祖たらこキムチ登録たらこ地獄漬	3.07%	1.68%	2.63%	4.19%	6.95%	1.21%	2.20%
湯の香ひょうたん飴	7.76%	0.84%	6.58%	4.19%	7.49%	11.34%	10.99%
登録ブランド推奨品詰め合わせ(夏)	3.24%	0.00%	1.97%	2.09%	5.35%	5.26%	2.93%
登録ブランド推奨品詰め合わせ(冬)	2.56%	0.00%	0.66%	0.52%	5.88%	4.86%	1.83%
いずれも購入したことがない	25.58%	31.09%	25.66%	28.27%	21.93%	22.27%	27.11%

	総計	男性	女性
(n)	1,173	538	632
わさび漬	39.90%	37.17%	42.09%
登別閻魔らーめん	20.80%	16.54%	24.53%
文志郎の鹿角納豆	10.66%	8.55%	12.50%
文志郎の納豆輪×昆布巻	3.41%	3.35%	3.48%
青鬼納豆	2.90%	2.60%	3.16%
赤鬼納豆	2.47%	3.35%	1.74%
のぼりべつ牛乳	41.52%	37.55%	45.09%
のぼりべつ牛乳プリン	37.00%	30.86%	42.41%
のむチーズ	10.66%	8.55%	12.50%
のぼりべつとろ〜りプリン	21.31%	15.06%	26.74%
鬼伝説青鬼ピルスナー	15.26%	15.99%	14.72%
鬼伝説赤鬼レッドエール	11.00%	11.90%	10.28%
鬼伝説金鬼ペールエール	9.89%	11.71%	8.39%
らんぼっけのたらこ	15.60%	16.73%	14.56%
極上シフォンケーキ	17.05%	11.15%	22.15%
のぼ〜る	3.15%	2.23%	3.96%
のぼりべつホタテ燻	6.73%	6.69%	6.80%
北海大だこ地獄漬	4.60%	4.09%	5.06%
元祖たらこキムチ登別たらこ地獄漬	3.07%	3.35%	2.85%
湯の香ひょうたん飴	7.76%	6.51%	8.70%
登別ブランド推奨品詰め合わせ（夏）	3.24%	3.72%	2.85%
登別ブランド推奨品詰め合わせ（冬）	2.56%	2.79%	2.37%
いずれも購入したことがない	25.58%	31.60%	20.41%

①全体の考察

多く購入されている商品は、市内外の複数店舗で取り扱っている商品であり、販売チャンネルの多さも購入経験に対する大きな要因となっていることが予想される。

なお、問32において登別ブランド推奨品の情報を『広報のぼりべつ折り込みのパンフレット』によって得ているという回答割合は多かったものの、同様にパンフレットの折り込みを実施している夏・冬ギフトの購入数は非常に少ない。

夏・冬ギフトの購入傾向を見ると、『広報のぼりべつ折り込みのパンフレット』の回答数が高い50歳代、60歳代が購入者のほとんどを占めている。

②年代別・性別の考察

いずれかの商品を購入したことのある方が7割に及んでいる。

また、購入したことのある回答者の割合は50歳代が最も高く、次いで60歳代となっている。

乳製品は全年代において高い水準で購入されており、『わさび漬』、『らんぼっけのたらこ』などの伝統的な商品は60歳代以上に、酒類は40歳代、甘味類の商品は20歳代から30歳代にかけて好まれる傾向がある。

性別による購入傾向は、商品によってまちまちであるが、全体的に見ると女性の購入経験が多い。

酒類は男性の購入割合が高く、プリンやシフォンケーキなどの甘味類は、女性の購入割合が高い。

(3) 購入の目的

問34 登別ブランド推奨品購入の主な目的は何ですか

グラフ2-8-3 登別ブランド推奨品の購入目的

■グラフ2-8-3 登別ブランド推奨品の購入目的



①全体の考察

登別ブランド推奨品の利用方法は、『自宅用』の割合が高い。

問33において購入している方が多い商品は、販売場所も複数あって購入がしやすく、普段使いがしやすいものとなっていることから、身近で購入できる場所を確保していくことが、購入頻度の向上につながるものと考えられる。

②年代別・性別の考察

全年代において登別ブランド推奨品購入の主な目的は、6～7割が『自宅用』である。

『贈答用、土産用』については、20歳代、30歳代は土産用として購入している人の割合が他の年代に比べると高く、4人に1人がお土産として購入している。

土産用として購入している傾向は、女性が男性より若干高い。

4. 施策への反映

幅広い年齢層に対して効果的である広報のぼりべつへの記事掲載やパンフレットの折り込みを定期的を実施して市内向けの周知を継続するとともに、市外に対しても情報発信が可能である旅行雑誌への記事掲載やホームページの情報量の拡充を通して、さらなる登別ブランド推奨品の認知度向上を図っていく。

また、年代や性別によって効果的な手法が異なることが調査結果より見えているので、対象に合わせた方法での情報発信をする。

多く購入されている商品は、市内外の複数店舗で取り扱っている商品であり、販売チャンネルの多さも購入経験に対する大きな要因となっていることが予想される。

登別ブランド推奨品を身近な場所で購入できるように、販売場所の確保に向けて、その取り扱いの開始を市内事業者などに働きかけていく。

贈答品や土産物としての購入の増加に向けて、一般市民の購入数が少ない夏・冬ギフトセットの販売促進を強化するとともに、常温保存の商品開発を促進する。

第9節 観光

【担当：観光振興グループ】

1. 調査の目的

カルルス温泉サンライバスキー場の市民利用の促進を図るため、市民の利用状況やニーズを把握する。

2. 将来、市が目指そうとする姿

市民利用の促進を図ることでウィンタースポーツの振興とカルルス地区の活性化を目指す。

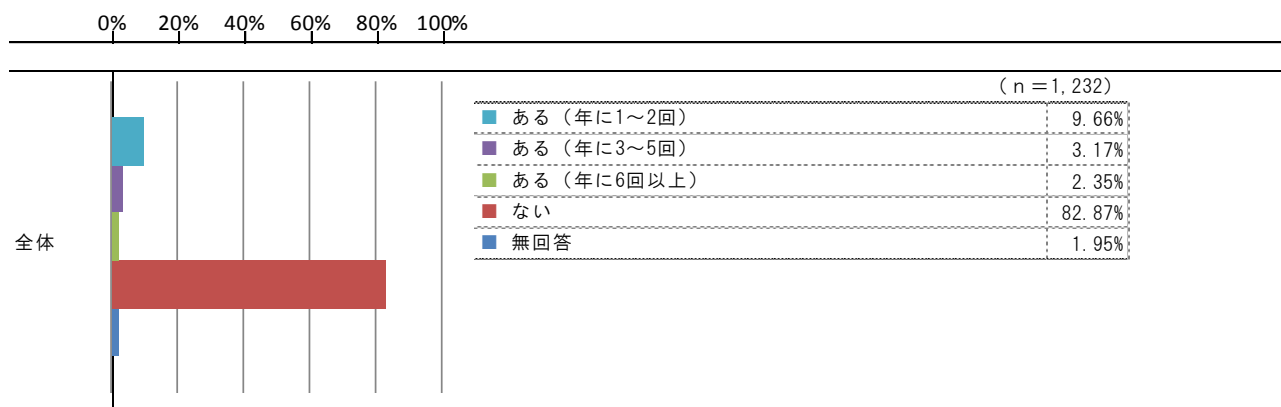
3. 調査の結果

(1) サンライバスキー場の利用頻度

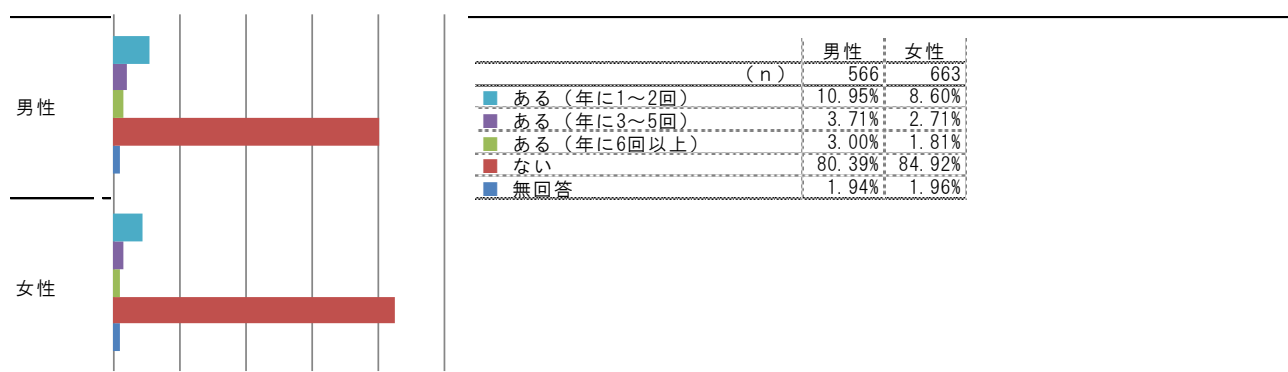
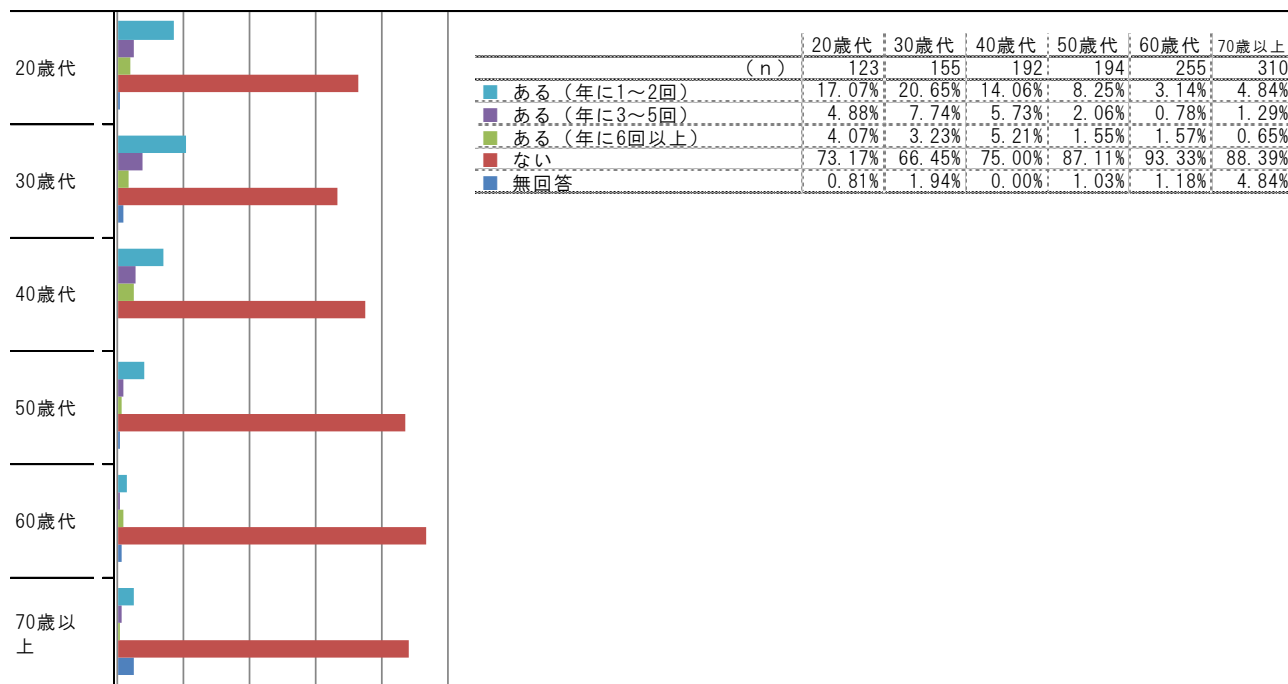
問35 あなたは、カルルス温泉サインライバスキー場を過去3年間で利用したことがありますか。

グラフ2-9-1 サインライバスキー場の利用頻度

■グラフ2-9-1 サインライバスキー場の利用頻度



0% 20% 40% 60% 80% 100%



①全体の考察

過去3年間でスキー場を利用したことがある方は、約15%と非常に少なく、また、利用したことがある方も『年に1~2回』と答えた方が多く、利用頻度も非常に少ない結果となっている。

②年代別・性別の考察

各年代別での利用実歴(利用したことがあると回答した人)の割合を見ると、30歳代が約32%と最も多く利用しており、次いで20歳代が約26%、40歳代が25%となっている。

この割合と登別市の7月末現在での年齢層別人口を基に、年齢層別利用人口を算出(※1)すると、30歳代が1,764人、40歳代1,616人となり、後に述べる問36の結果と合わせると、この年齢層の家族での利用が多いことが分かる。

※1 年齢層別利用人口=(登別市の平成26年7月末現在での年齢層別人口)×(年齢層別の利用割合)と想定した。

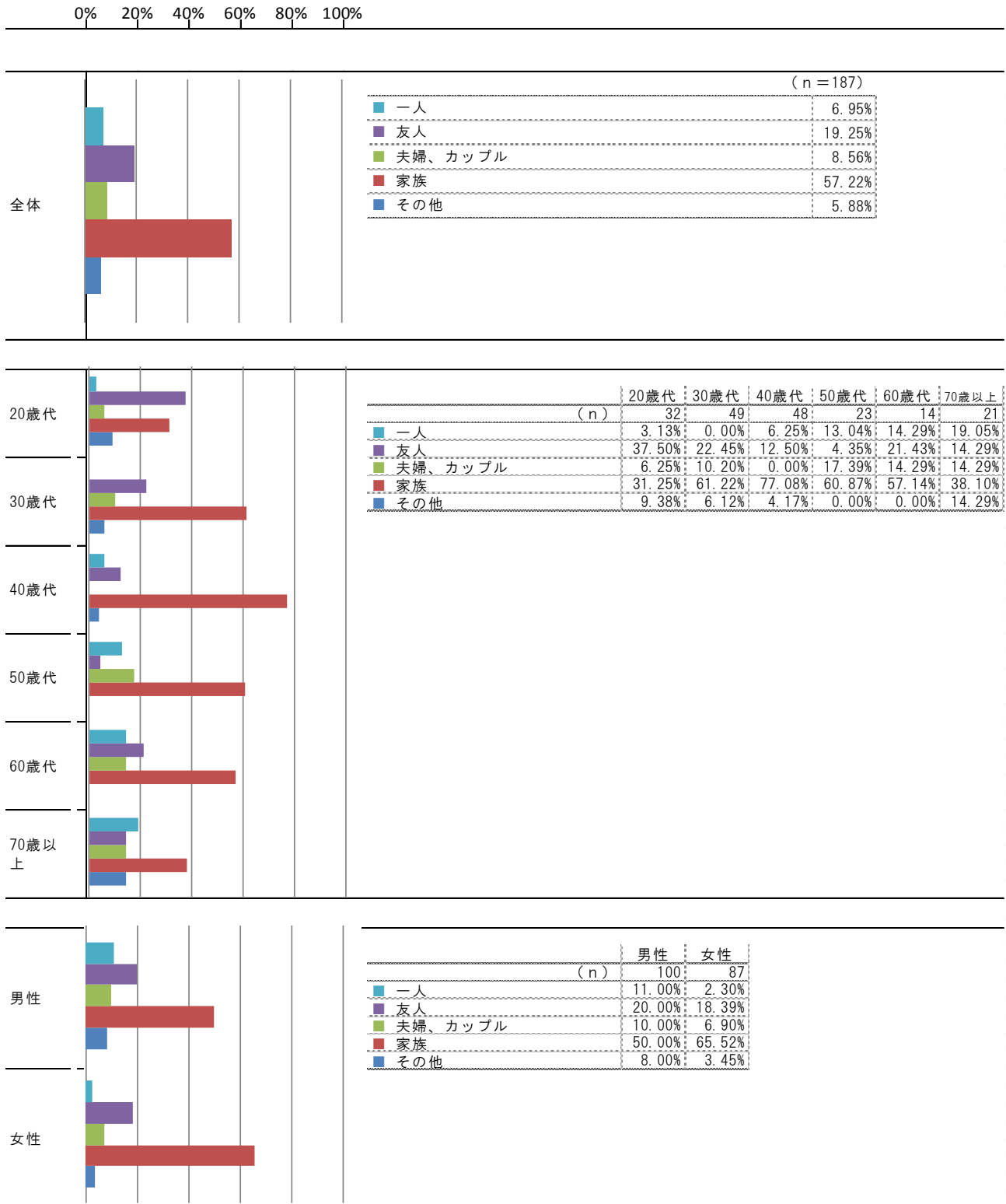
(2) カルルス温泉サンライバスキー場の利用形態

問36 問35で①～③と回答した方にお聞きします 主にどなたと一緒に利用しましたか

※問35で『ある』と答えた方のみ回答。

グラフ2-9-2 カルルス温泉サンライバスキー場の利用形態

■グラフ2-9-2 カルルス温泉サンライバスキー場の利用形態



①全体の考察

全体で見ると、『家族』での利用が約57%と半数を超え最も多く、年齢層別でも30歳代を除く世代で『家族』での利用が最も多い。

次いで『友人』、『夫婦・カップル』と続き、20歳代は『友人』との利用が最も多い。

②年代別・性別の考察

30歳代以上は『家族』での利用形態が半数以上を占める。

20歳代は『友人』、『家族』の形態がほぼ同割合となっている。

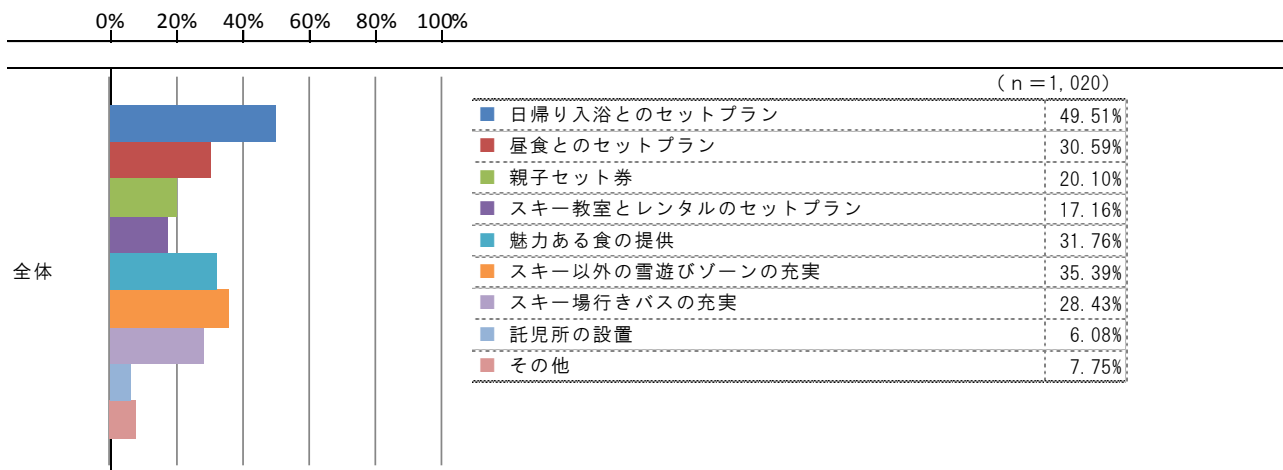
性別による大きな差異は特に認められないが、『一人』での利用形態は男性が多い。

(3) 利用促進の方法

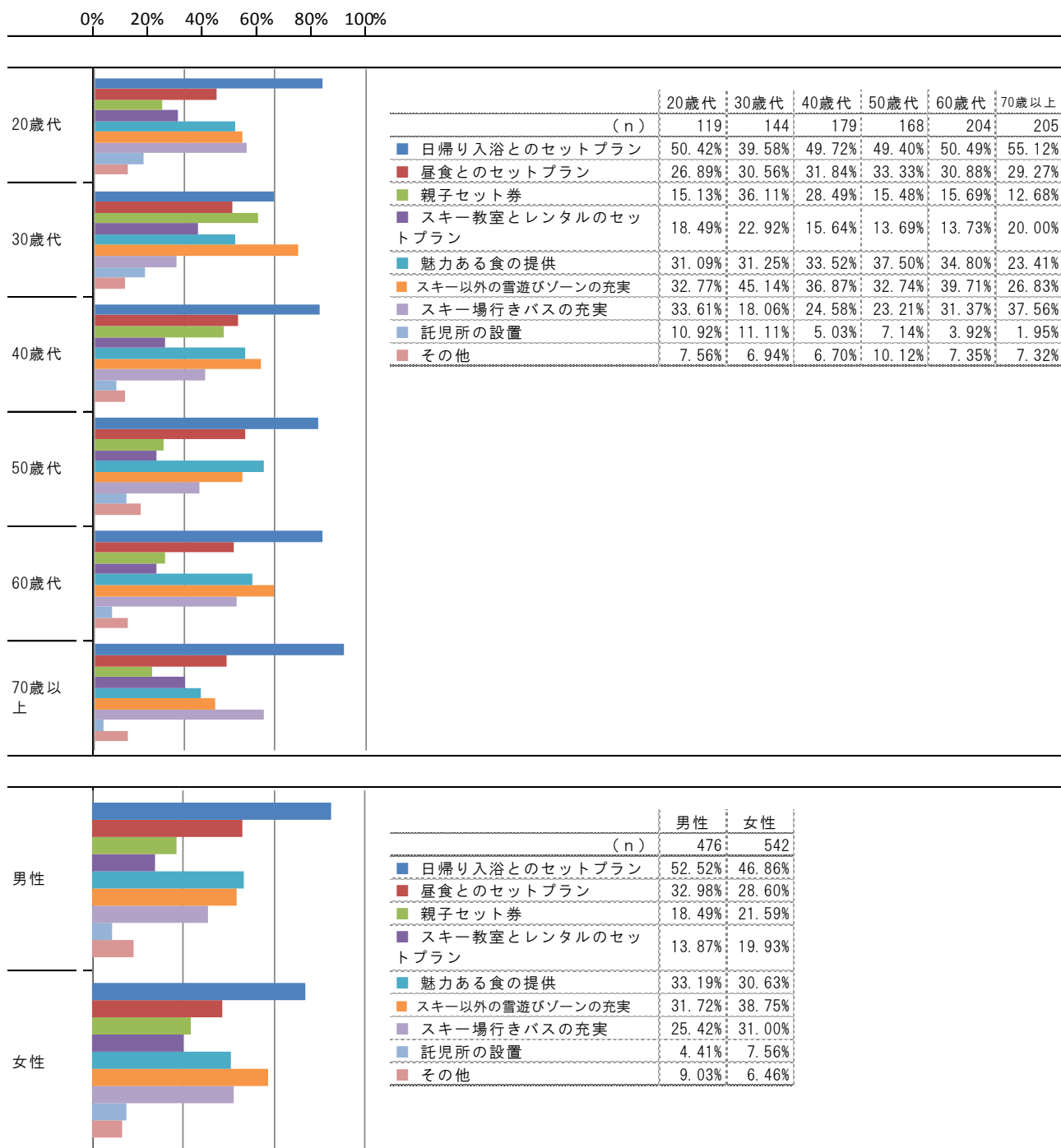
問37 スキー場をより多くの方に利用させていただくためにどのようなサービスがあると良いですか（複数回答可）

グラフ2-9-3 スキー場の利用促進手法

■グラフ2-9-3 スキー場の利用促進手法



第2章 調査結果の分析



①全体の考察

『日帰り入浴とのセットプラン』へのニーズが最も多く、『スキー以外の雪遊びゾーンの充実』、『魅力ある食の提供』、『昼食とのセットプラン』、『スキー場行きバスの充実』へのニーズがほぼ同程度の割合を示した。

②年代別・性別の考察

30歳代以外の世代は、『日帰り入浴とのセットプラン』が最も多く、温泉地に併設するスキー場として、日帰り入浴の需要は年齢層問わず大きいものと考えられる。

30歳代、40歳代、60歳代は、『スキー以外の雪遊びゾーンの充実』が上位3項目に入っており、問36の結果と合わせると、子ども連れ家族層における『スキー以外の遊び』へのニーズが高い。

40歳代以上の世代では、『食』も上位3項目に入っており、問36の結果と合わせると、例えば、家族向けファストフードなど、食の充実も大きな訴求ポイントとなり得る。

20歳代、70歳代では、『スキー場行きバスの充実』が上位3項目に入っており、若年層と高齢層に対しては交通アクセスの充実も集客対策の一つとしてあげられる。

『託児所の設置』や『スキー以外の雪遊びゾーンの充実』は、女性からのニーズが比較的多い。

4. 施策への反映

年齢層を主眼に置いた場合、20歳代～40歳代が主要なターゲットとなることを踏まえ、スキー場利用者の増加に資する効果的な施策を検討する。

同伴者の形態を主眼に置いた場合、家族層が主要なターゲットとなることを踏まえ、この層の効果的な集客を図れるような施策を検討する。

ターゲットとなる年齢層や利用形態、またそれぞれのニーズを基に、スキー場への効果的な集客を図れるような施策を検討する。

第3章 登別市総合計画第2期基本計画の 『目標への接近度』を計る調査

1. 調査の目的

『登別市総合計画第2期基本計画』は、平成8年に策定した『登別市総合計画基本構想』に定める『人が輝き まちがときめく ふれあい交流都市 のぼりべつ』の実現を図るために、第1期基本計画に引き続き、平成18年度から27年度までの10年間に推進していくべき施策の基本的な方向性を示したものである。

計画では、『1. やさしさと共生するまち』、『2. 自然とともに暮らすまち』、『3. 大地に根ざしたたくましい産業が躍動するまち』、『4. 調和の中でふるさとを演出するまち』、『5. 豊かな個性と人間性を育むまち』、『6. 担いあうまちづくり』の6つのまちづくりの方向性を示し、それらを実現するための基本的な考え方や個別の目標、施策などについて定めている。

今回の調査は、今の計画の進捗度を示す指標『計画に定める目標への接近度』を測るため、『子育て』や『老後』、『環境』、『交通インフラ』、『文化』、『スポーツ』について調査し、今後の施策推進の参考とするものである。

2. 調査の結果

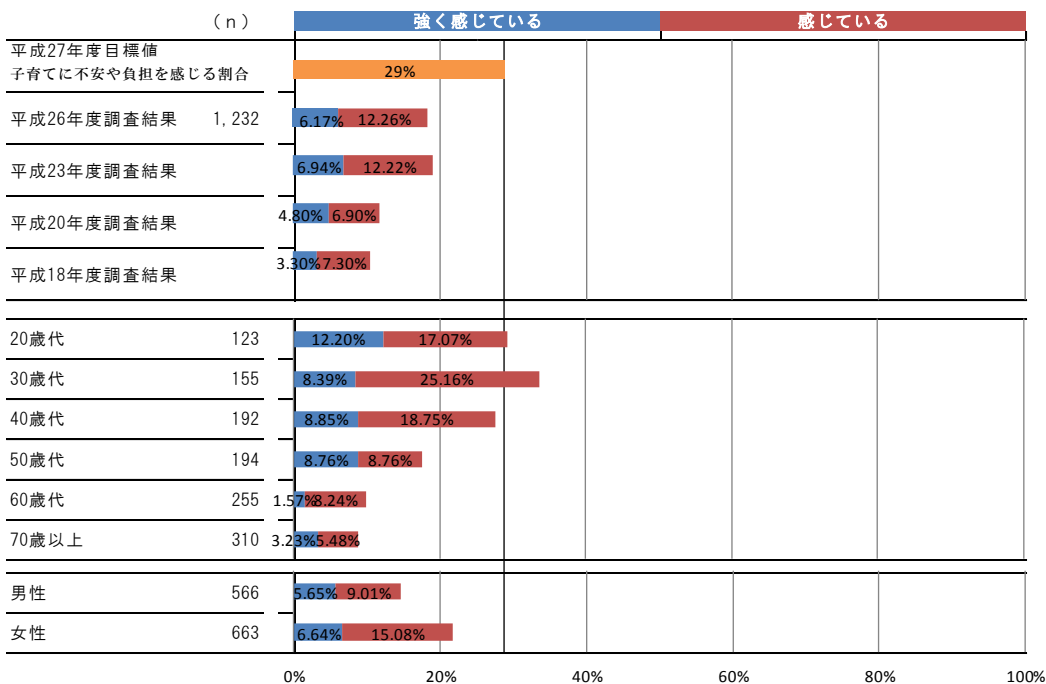
(1) 子育てへの不安や負担

[担当：子育てグループ]

問38 あなたは、子育てに不安や負担を感じていますか

■グラフ3-1-1 子育ての不安や負担

■グラフ3-1-1 子育ての不安や負担



考 察

不安や負担を『強く感じている』、『感じている』と回答した割合は、総計では約18%、子育てをしている割合が大きい20～40歳代は、約30%だった。特に20歳代で『強く感じている』と回答した割合が、約12%と他の世代と比較して突出している。

不安や負担を『強く感じている』、『感じている』と回答した割合は、男性が約15%、女性が約22%と、女性の数値が高くなっている。

不安や負担を感じている割合は、前回の調査に比べて微減であるが、20～40歳代の子育て世代において30%と、高い数値を示している。特に、20歳代の割合が増えており、若い世代に対する子育て支援が求められる。

特に若い世代が子育てを不安、負担と思う割合が高いことから、養育期での子育てにかかる経済的負担の軽減や安心して子育てができる環境整備を充実する必要がある。

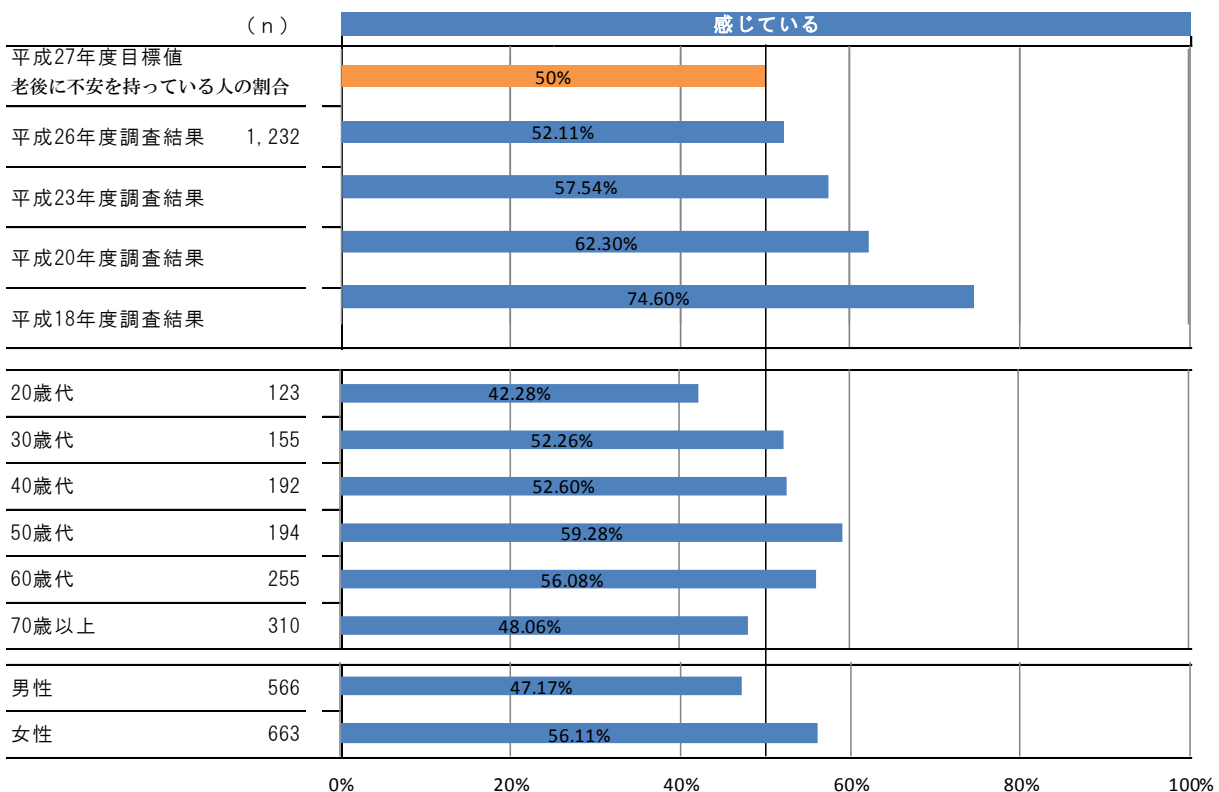
(2) 老後の不安

[担当：社会福祉グループ]

問39 あなたは、老後に不安を持っていますか

■グラフ3-1-2 老後の不安

■グラフ3-1-2 老後の不安



考 察

年代別に見ると、『老後に不安を持っている』と回答した方が、30歳代～60歳代で50%を超えている。最も多い年代が50歳代で約59%、次に多い年代が60歳代で約56%となっている。次に多い年代が40歳代で約53%、30歳代で約52%となっている。

性別で見ると、『老後に不安を持っている』と回答した割合は、女性が約56%、男性が約47%と、女性で半数を超えている。

全体の結果については、『老後に不安を持っている』と回答した割合が全体の約52%、『老後に不安を持っていない』と回答した割合は全体の約17%となっている。

介護や支援を必要とする高齢者が安心して暮らせるまちづくりのために各福祉施策を進める必要がある。

(3) 男女共同参画社会

[担当：市民サービスグループ]

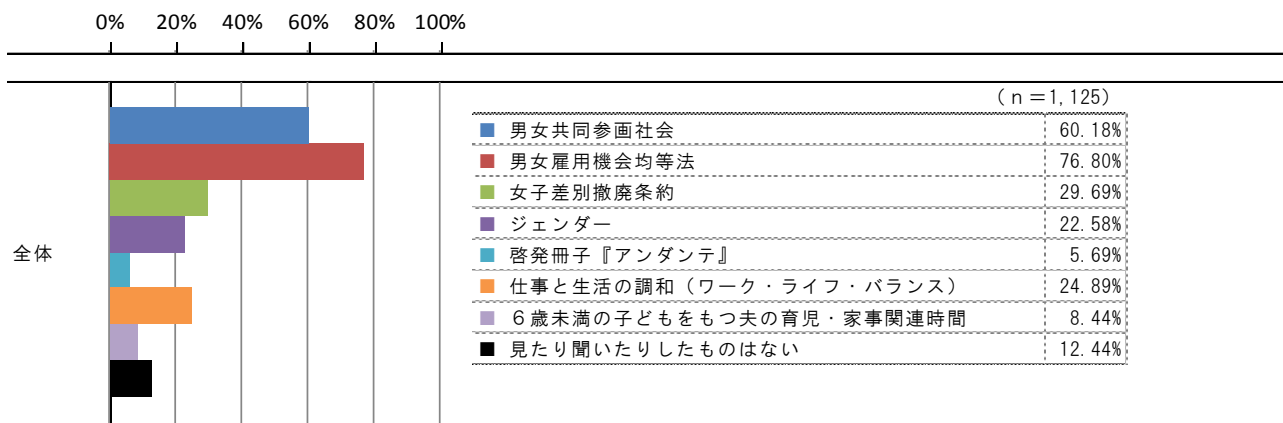
問40 次の言葉のうち、あなたが見たり聞いたりしたことがあるものはどれですか

(複数回答可)

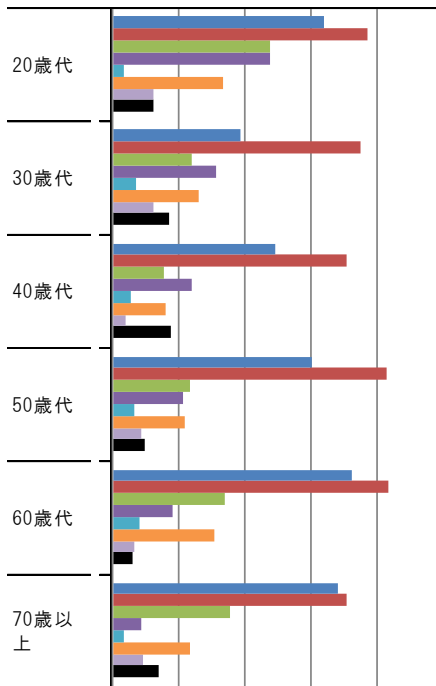
■グラフ3-1-3① 男女共同参画の認知度

■グラフ3-1-3② 男女共同参画を知らない方の割合

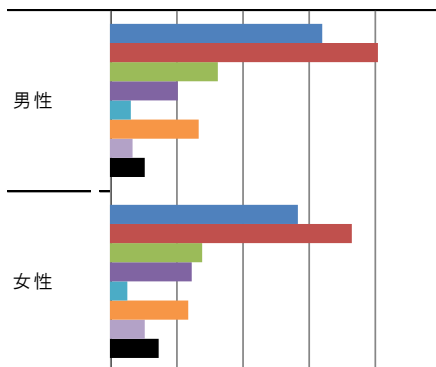
■グラフ3-1-3① 男女共同参画の認知度



0% 20% 40% 60% 80% 100%

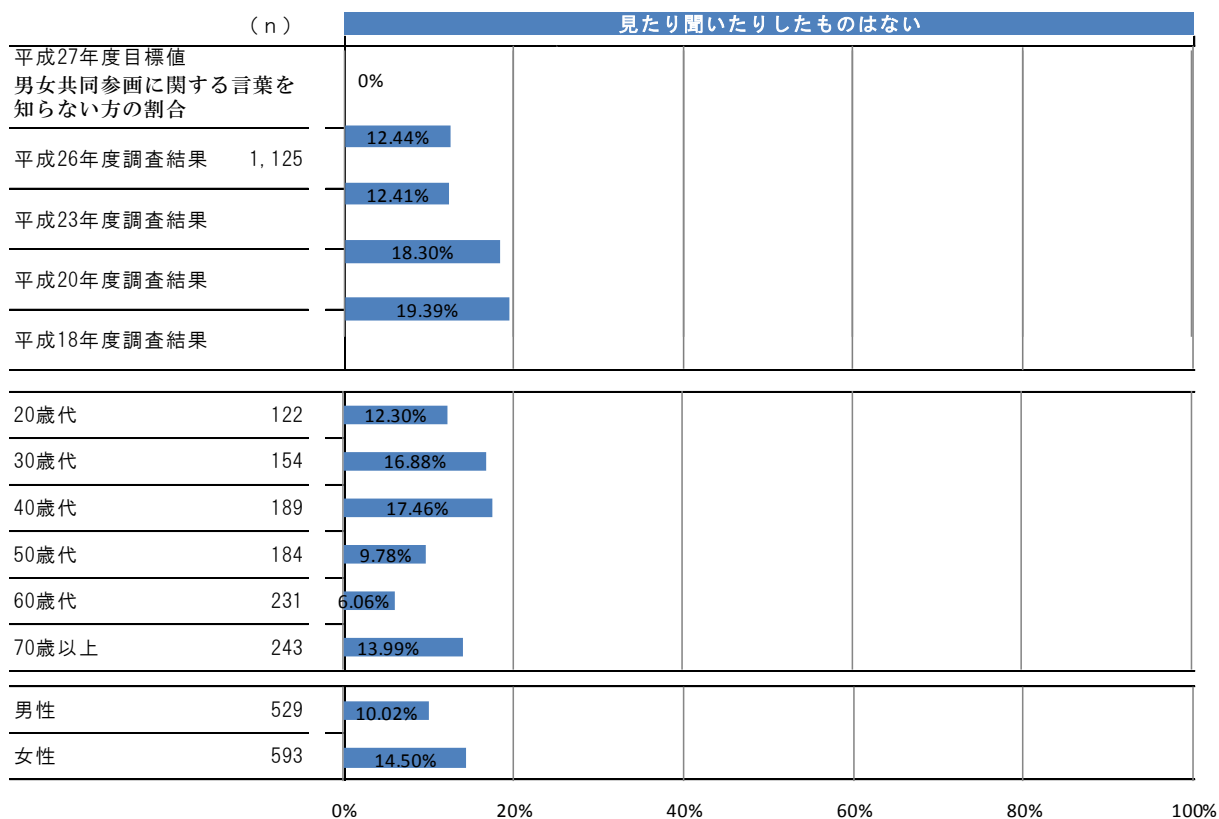


	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
(n)	122	154	189	184	231	243
男女共同参画社会	63.93%	38.96%	49.21%	60.33%	72.29%	68.31%
男女雇用機会均等法	77.05%	75.32%	70.90%	83.15%	83.55%	70.78%
女子差別撤廃条約	47.54%	24.03%	15.34%	23.37%	34.20%	35.39%
ジェンダー	47.54%	31.17%	23.81%	21.20%	18.18%	8.64%
啓発冊子『アンダンテ』	3.28%	7.14%	5.29%	6.52%	8.23%	3.29%
仕事と生活の調和 (ワーク・ライフ・バランス)	33.61%	25.97%	15.87%	21.74%	30.74%	23.46%
6歳未満の子どもをもつ夫の育児・家事関連時間	12.30%	12.34%	3.70%	8.70%	6.49%	9.05%
見たり聞いたりしたものは無い	12.30%	16.88%	17.46%	9.78%	6.06%	13.99%



	男性	女性
(n)	529	593
男女共同参画社会	64.08%	56.66%
男女雇用機会均等法	81.10%	73.02%
女子差別撤廃条約	32.14%	27.49%
ジェンダー	20.42%	24.45%
啓発冊子『アンダンテ』	6.24%	5.23%
仕事と生活の調和 (ワーク・ライフ・バランス)	26.65%	23.27%
6歳未満の子どもをもつ夫の育児・家事関連時間	6.43%	10.12%
見たり聞いたりしたものは無い	10.02%	14.50%

■グラフ3-1-3② 男女共同参画を知らない方の割合



考 察

『男女雇用機会均等法』の認知度が全世代で高く、50歳代と60歳代が8割、20歳代・30歳代・40歳代・70歳以上では7割となっている。

全体に認知度が高い世代は20歳代と60歳代で、20歳代では、『女子差別撤廃条約』、『ジェンダー』で他の年代に差をつけて認知度が高くなっている。

また、『男女共同参画社会』は、60歳代の7割に対して、30歳代は3割強と低い傾向が見られた。全体に男性が女性に比べて認知度が高くなっている。

男女とも一番認知度が高かったのは『男女雇用機会均等法』で、男性が約81%、女性が約73%となっている。

全体で最も多かったのが、『男女雇用機会均等法』で、全ての年代と性別で認知度が高く、世代別、男女別の平均が7割以上となっており、次に『男女共同参画社会』が、世代、男女の平均で6割以上となっている。

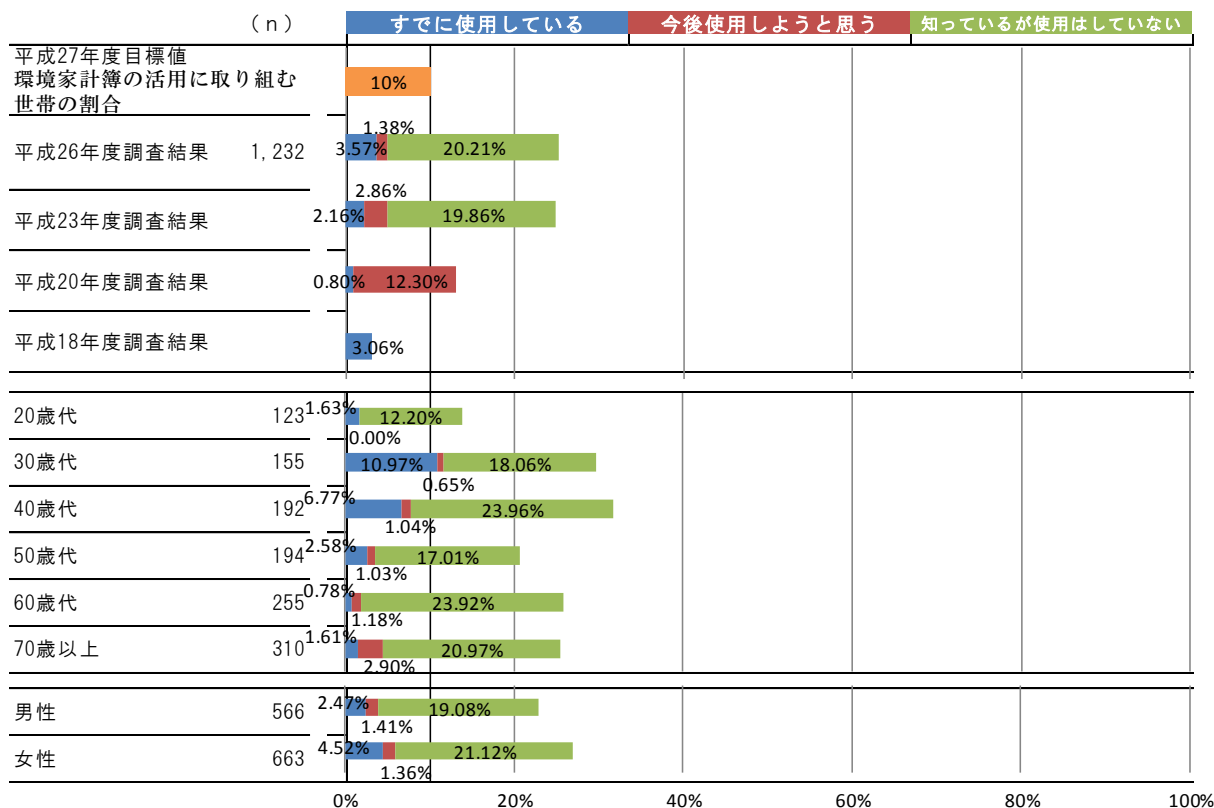
『啓発冊子「アンダンテ」』は、全世代で認知度が低い状況となっている。

平成25年4月に『登別市男女共同参画基本計画（第2次）（のぼりべつ・はあもにいプラン21）』を策定し、男女共同参画に係る施策を推進している中で、『男女共同参画社会』の認知度が徐々に高まってきているが、国の第3次男女共同参画基本計画での成果目標100%に対して、登別市では認知度が低いことや、啓発冊子『アンダンテ』の認知度が低いことから、全世代の市民に男女共同参画についての理念や必要性について分かりやすく周知するとともに、男女共同参画社会に関する認識を深め、定着させるための広報・啓発活動を推進する。

問41 あなたは、環境家計簿をご存じですか

■グラフ3-1-4 環境家計簿の認知度

■グラフ3-1-4 環境家計簿の認知度



考 察

回答者のうち、50歳代～70歳代の市民が全体の約6割を占めているものの、環境家計簿を『すでに使用している』人数は20歳代～40歳代が上回っている。

環境家計簿については市ホームページに掲載しているが、回答者のうち約7割が『環境家計簿を知らない』と答えていることから、今後はホームページと併せて広報紙により定期的に周知することが不可欠であると考ええる。

また、小学生が夏・冬休みに取り組んでいる『子ども環境家計簿』の取組率が年々増えていることから、今後もそれを伸ばすとともに、『子ども環境家計簿』に取り組んでいる子どものいる世帯を中心に、併せて『環境家計簿』を使用してもらえよう周知の工夫を図る。

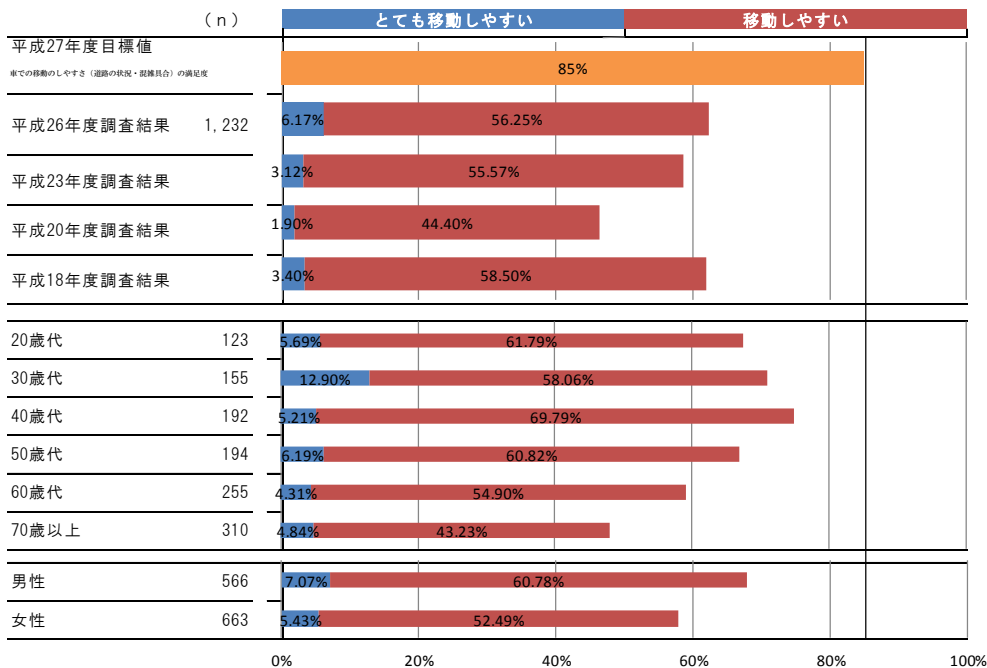
(5) 市内の道路の移動しやすさ

[担当：土木グループ]

問42 あなたにとって、市内の道路は自家用車で移動しやすいですか

■グラフ3-1-5 自家用車で移動しやすさ

■グラフ3-1-5 自家用車で移動しやすさ



考 察

市内道路の自家用車で移動のしやすさについて、40歳代が最も自家用車で移動が多く、70歳以上が最も少ない。各選択肢で回答の最も多い年代は、『とても移動しやすい』が30歳代で約12%、『移動しやすい』が40歳代で約70%、『やや移動しづらい』が30歳代で16%、『移動しづらい』が60歳代で約9%、『日ごろ、運転しないのでわからない』が70歳以上で約33%となっている。

性別では、男性の方が自家用車で移動がやや多い。日ごろ運転をしない方は男性約9%、女性約23%と、女性が男性の2.5倍ほどである。最も多かった回答は『移動しやすい』で、男性約61%、約女性53%であり、次いで『やや移動しづらい』が男性約13%、女性約10%となっている。

『移動しづらい』、『やや移動しづらい』と回答した方の理由には、『道路が狭い』、『カーブが多い』などの道路形状に関するもののほか、『道路が凹凸している』、『舗装の状況が良くない』などの道路状況に関するものが見られた。

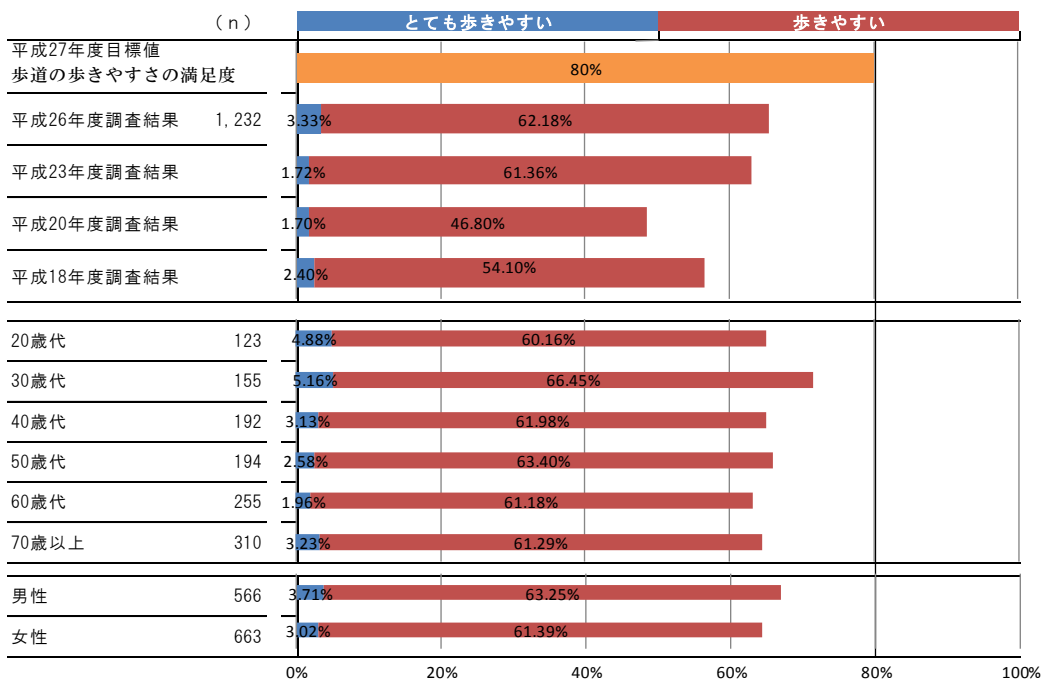
これらのことを踏まえ、道路が狭い、カーブが多いなどの道路形状については、町内会要望を基に調査を行い、長期的に検討していく。

また、道路が凹凸している、舗装の状況が良くないなどの道路状況については、道路パトロールを強化し、道路上の大きな穴や危険を伴うものは迅速な対応を施す。

問43 あなたにとって、市内の歩道は歩きやすいですか

■グラフ3-1-6 歩道の歩きやすさ

■グラフ3-1-6 歩道の歩きやすさ



考 察

市内の歩道の歩きやすさについて、各選択肢で回答の最も多い年代は、『とても歩きやすい』が30歳代の約5%、『歩きやすい』が30歳代の約67%、『やや歩きづらい』が20歳代の約26%、『歩きづらい』が70歳以上の約13%となっている。

市内の歩道の歩きやすさを調べると、若干女性の満足度が低い。ベビーカーを利用する際やハイヒールで段差につまづくなどの回答も見受けられた。回答の中では『歩きやすい』が一番多く、男性で約63%、女性で約61%であり、次いで『やや歩きづらい』が男性で約22%、女性で約22%となっている。

市内の歩道の歩きやすさについて、『とても歩きやすい』は約3%、『歩きやすい』は約62%となっている。

『移動しづらい』、『やや移動しづらい』と回答した方の理由には、『道路が狭い』、『カーブが多い』などの道の道路形状に関するもののほか、『道路が凹凸している』、『舗装の状況が良くない』などの道路状況に関するものが見られた。

これらのことを踏まえ、歩道の凹凸や舗装状態については、パトロールを強化し、危険を伴う箇所に関しては補修などで対応していく。

歩道の幅員拡幅や新設については、町内会要望や職員による現地調査などを基に対応を検討していきたい。

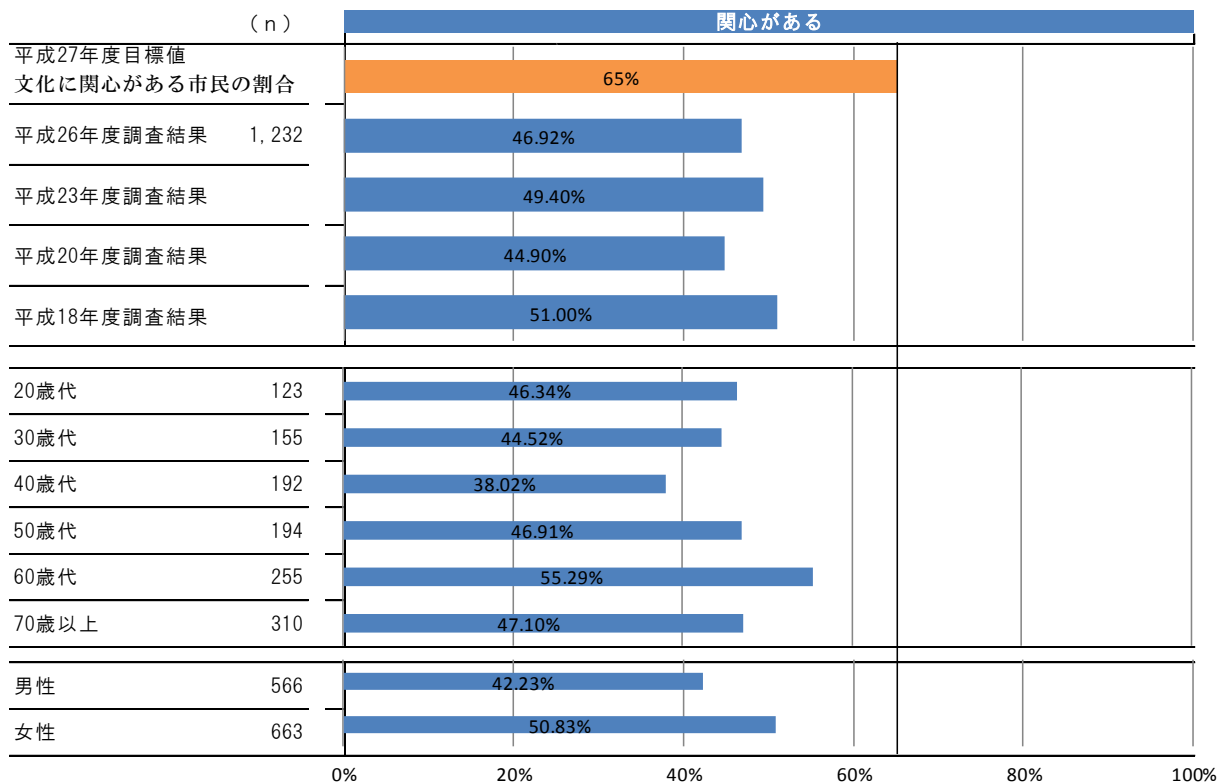
(7) 文化・芸術の関心

[担当：社会教育グループ]

問44 あなたは、文化や芸術（演奏会や公演、美術展、音楽演奏、創作活動など）に関心がありますか

■グラフ3-1-7 文化・芸術の関心

■グラフ3-1-7 文化・芸術の関心



考 察

関心が『ある』割合は、40歳代を除いて40%以上であり、60歳代においては50%を超えている。

関心が『ない』割合は、多くの世代で10%代後半~20%代であるが、20歳代のみ30%を超えている。60歳代は関心が『ある』割合が最も高いこともあり、『ない』割合は10%以下と最も低い。

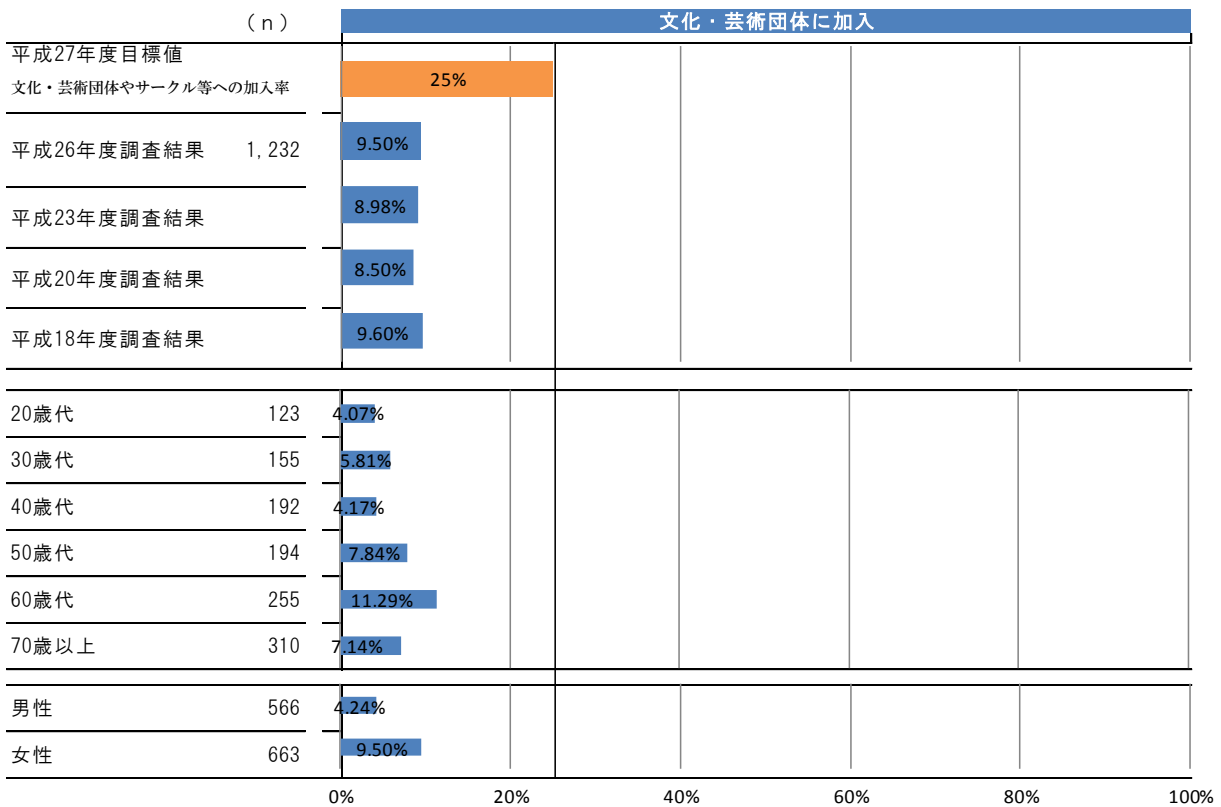
関心がある割合は、女性の方が男性より約8%高く、男性より女性の方が文化に関心がある傾向がうかがえる。

世代では定年世代と思われる60歳代が最も関心を強く持っており、若い世代は関心が低いと言える。

問45 あなたは、文化や芸術の活動を行っている団体などに加入していますか

■グラフ3-1-8 文化・芸術団体の加入

■グラフ3-1-8 文化・芸術団体の加入



考 察

どの世代も『加入していない』割合が9割近くを占めるが、『加入している』割合をみると60歳代以上がやや多い。

男女ともに『加入していない』割合が9割近い。

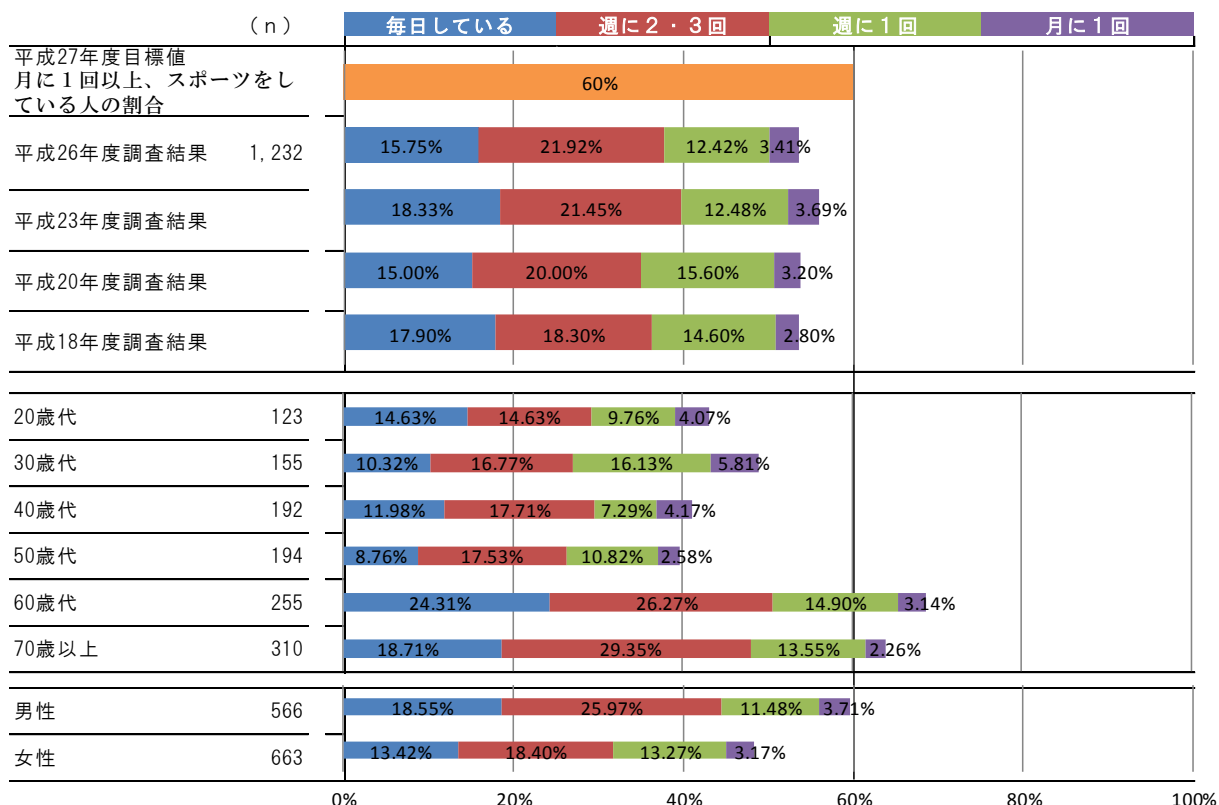
(9) 運動の頻度

[担当：社会教育グループ]

問46 あなたは、運動をしていますか

■グラフ3-1-9 運動の頻度

■グラフ3-1-9 運動の頻度



考 察

運動の状況は、『週に2・3回している』が20歳代で約15%、30歳代で約17%、40歳代で約18%、50歳代で約18%と、ほぼ横ばいである。一方で60歳代は約26%、70歳代は約29%と3割近くなり、運動している方が増加する。

『週に2・3回行っている』は、男性の割合が比較的高い。一方で、運動を『ほとんどしない』女性が約30%を占めている。

運動している方は全体で約59%、していない方は39%となっており、運動することに関しては、積極的な傾向や姿勢がうかがえる結果となった。

付 録
アンケート調査票

市民ニーズアンケート調査（平成26年度調査） ご協力をお願い

盛夏の候、市民の皆さまにおかれましてはますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

また、日ごろから市政にご理解とご協力をいただき厚くお礼申し上げます。

さて、市は、総合計画に掲げた事業の達成状況の把握や、市が行う事業の検証、新たなニーズに応える施策を立案するための資料とするため、平成23年度に続き『市民ニーズアンケート調査』を実施します。

つきましては、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

平成26年7月

登別市長 小笠原 春 一

【調査の概要】

- 対象 20歳以上の市民の中から、地域別・年代別に無作為に抽出した3,500人
 - 調査の方法 無記名のアンケート形式
 - 調査結果の公表 市のホームページを通じて集計の結果を公表
- ※回答いただいたアンケートの結果で、回答者が特定されることはありません。

<記入要領>

1. 調査票には、『氏名』を記入する必要はありません。
2. 調査票は7枚ですが、表・裏の両面印刷で全14ページです。
3. 回答は、当てはまる項目の番号に○を付けてください。一部数字を記入していただく設問があります。『その他』に回答するときは、（ ）内にできるだけ具体的に記入してください。
4. 記入が終わりましたら、記入漏れがないかお確かめの上、同封の返信用封筒（切手貼付不要）に調査票を封入し、8月22日（金）までに投函してください。投函のほか、次の施設に持参することもできます。
 - ・市役所1階総合案内または2階企画調整グループ
 - ・登別温泉支所 ・登別支所 ・鷲別支所 ・鷲別支所若草分室

問い合わせ 登別市総務部企画調整グループ（広報広聴担当）

（☎0143-85-6586 FAX0143-85-1108）

まずは、統計処理に必要なため、あなた自身のことをお伺いしま

【全ての方にお聞きします】

問1 あなたのお住まいの町名を教えてください ※ () 内に記入ください。

(登別市 町)

問2 あなたの性別を教えてください (1つだけ選び番号に○)

①男性 ②女性

問3 あなたの年代を教えてください (1つだけ選び番号に○)

①20歳代 ②30歳代 ③40歳代 ④50歳代 ⑤60歳代 ⑥70歳以上

問4 あなたは登別市にどのくらいの期間お住まいですか (1つだけ選び番号に○)

①1年未満 ②1～5年 ③6～10年 ④11～20年 ⑤21～30年
⑥31～50年 ⑦51年以上

このあと、10のテーマについて、46問のアンケートにお答えください

テーマ1

あなたの防災意識についてお聞きします

【問1～4は、全ての方にお聞きします】

問1 あなたの家には、非常用の食べ物などを備蓄していますか (1つだけ選び番号に○)

①備蓄している ②備蓄していない ③今後備蓄する予定だ

問2 あなたの家には、非常持ち出し品(ラジオや衣類など)を備えていますか (1つだけ選び番号に○)

①備えている ②備えていない ③今後備える予定だ

問3 あなたの家には、市が発行した『防災マップ』は身近にありますか (1つだけ選び番号に○)

①常に見える場所かすぐに取り出せる場所にある
②見たことはあるが、どこにあるか分からない ③見たこともない

問4 あなたは、災害時の避難場所や連絡方法などを家族と決めていますか (1つだけ選び番号に○)

①決めている ②決めていない ③今後決める予定だ

【問5で③、④と回答した方にお聞きします】

問8 公共施設を廃止・統合する際に考慮することが必要だと思うことはありますか (2 つまで選び番号に○)

- ①市民サービスの水準低下をきたさないこと
- ②残す施設は利用しやすいように改善すること
- ③高齢者や障がいのある方などへの配慮
- ④跡地の活用方法の検討
- ⑤災害時に備えた耐震への対応
- ⑥市民に安全・安心な施設を残すこと
- ⑦その他 ()

【問9～12は、全ての方にお聞きします】

問9 公共施設についてどのような施策を優先すべきと思いますか
(2 つまで選び番号に○)

- ①市役所本庁舎の整備 (現本庁舎の耐震改修または移転改築)
- ②消防本署・消防支署などの再編
- ③教育施設 (小・中学校、学校給食センター) の耐震改修または建て替え
- ④福祉サービス施設の充実
- ⑤教育・文化施設の充実
- ⑥スポーツ施設の充実
- ⑦その他 ()

問10 今後、公共施設の修繕や更新(建て替え)に必要な財源が不足してくることが予想されます。
将来的な見通しを踏まえて、今後の公共施設の整備や管理運営についてはどのように進めていくべきだと思いますか (1 つだけ選び番号に○)

- ①市税などの増収により施設を維持する
- ②借金をしてでも施設を維持する
- ③他の行政サービスを縮小して施設を維持する
- ④施設数を減らす
- ⑤その他 ()

問 11 費用を抑えながら施設を安全に維持するために、どのような手法が必要だと思いますか

(1つだけ選び番号に○)

- ①施設の長寿命化を図る
- ②一つの施設に複数のサービスを集め、施設を集約する
- ③機能が同じ施設を統合する
- ④規模の大きな施設を小さくし、維持管理費の削減を図る
- ⑤利用率の低い施設を廃止する
- ⑥老朽化した施設を廃止する
- ⑦管理・運営方法を見直す
- ⑧地域住民による施設管理を行う
- ⑨その他 ()

問 12 歳入確保(施設に関わる収入を増やす)のために、どのような手法が必要だと思いますか

(1つだけ選び番号に○)

- ①施設を利用している方の負担(使用料、利用料など)を増やす
- ②施設を売る
- ③民間業者に施設を貸す(市は施設を所有し続ける)
- ④ネーミングライツ(施設の命名権)を活用する
- ⑤その他 ()

テーマ3

あなたのインターネット利用状況についてお聞きします

【問 13 は、全ての方にお聞きします】

問 13 あなたは、日ごろどのような機器でインターネットを利用していますか(当てはまるもの全ての番号に○)

- ①インターネットは利用していない ⇒問 15(5ページ)へお進みください
- ②パソコン
- ③携帯電話(スマートフォン)
- ④携帯型情報機器(iPadなど)
- ⑤ゲーム機
- ⑥テレビ(インターネット機能付き)
- ⑦その他の機器 ()

【問 13 で②～⑦と回答した方にお聞きします】

※【問 13 で①と回答した方は問 15 へお進みください】

問 14 どのような目的でインターネットを利用していますか(当てはまるもの全ての番号に○)

- ①調べ物
- ②買い物
- ③メール
- ④ホームページの開設
- ⑤動画の閲覧
- ⑥ゲーム
- ⑦ブログ
- ⑧ツイッター
- ⑨フェイスブック
- ⑩LINE
- ⑪その他 ()

【問 20 は、全ての方にお聞きします】

問 20 あなたがこれまでに最も多く参加した『市民活動』はどれですか（1つだけ選び番号に○）

①参加したことはない ⇒問 25 へお進みください

②町内会などの地域活動 ③ボランティア団体、市民活動団体などの活動

④PTAなど学校関係の活動 ⑤NPOの活動

⑥職場・企業などが単位のボランティア活動 ⑦ その他（ ）

【問 20 で②～⑦と回答した方にお聞きします】

※【問 20 で①と回答した方は問 25 へお進みく

ださい】

問 21 あなたが参加した活動の分野は、どのようなものですか（当てはまるもの全ての番号に○）

①保健・医療・福祉 ②社会教育や生涯学習 ③生活安全・防災

④地域の活動 ⑤青少年・子ども ⑥環境 ⑦文化・芸術・スポーツ

⑧人権・男女共同参画 ⑨国際交流・協力 ⑩その他（ ）

【問 20 で②～⑦と回答した方にお聞きします】

問 22 あなたが参加した活動の主な活動場所は、どちらですか（当てはまるもの全ての番号に○）

①市民会館 ②総合体育館や市民プール、岡志別の森運動公園など、スポーツ施設

③ふおれすと鉱山など、自然活動施設 ④市民活動センター『のぼりん』

⑤鷲別公民館や婦人センターなど、地域の中核施設

⑥老人憩の家など、地域単位の集会施設 ⑦小・中学校 ⑧NPOの活動拠点施設

⑨その他（ ）

【問 20 で②～⑦と回答した方にお聞きします】

問 23 あなたがその活動に参加した理由を教えてください（当てはまるもの全ての番号に○）

①地域や社会に貢献するため ②自分の経験や知識を生かすため

③友人や仲間を得るため ④余暇を有意義に過ごすため

⑤当番など、やむを得ない事情のため ⑥その他（ ）

【問 20 で②～⑦と回答した方にお聞きします】

問 24 あなたが参加した活動の課題を教えてください（当てはまるもの全ての番号に○）

①特に課題などはない ②必要な情報や相談窓口が少ない ③場所の確保が難しい

④参加する仲間が得られない ⑤中心となるリーダーや後継者が育たない

⑥資金や物品が足りない ⑦他の団体と交流や連携ができる機会が少ない

⑧時間的余裕がない ⑨社会的に評価されていない ⑩その他（ ）

【問 25 は、全ての方にお聞きします】

問 25 あなたは『市民活動』をさらに活発にするためには、どのようなことが必要だと思いますか

(当てはまるもの全ての番号に○)

- | | |
|--------------------|-----------------|
| ①活動団体からの情報発信 | ②活動団体と交流・活動する機会 |
| ③活動に携わる人の人材発掘・育成 | ④活動を進めるための資金・物品 |
| ⑤活動の発表の場・機会 | ⑥活動に関する相談の場 |
| ⑦市民活動を始めるためのきっかけの場 | ⑧その他 |
| ⑨市民活動を活発にする必要はない | |

テーマ6

あなたが感じる市の景観の印象についてお聞きします

【問 26・27 は、全ての方にお聞きします】

問 26 あなたは、市内全域の景観にどのような印象をお持ちですか (1つだけ選び番号に○)

- | | |
|------------------------|---------|
| ①良い | ②まあまあ良い |
| ③あまり良くない (その理由: _____) | |
| ④良くない (その理由: _____) | |

問 27 あなたが、大切にしたい景観や愛着を感じる景観には、どのようなものがありますか

(当てはまるもの全ての番号に○)

- | |
|---------------------------|
| ①地獄谷、大湯沼などの登別温泉地区の自然景観 |
| ②登別温泉へ向かう道路の桜並木や渓谷のみどりや紅葉 |
| ③亀田記念公園や川上公園などの公園 |
| ④登別温泉やカルルス温泉などの温泉情緒 |
| ⑤自然豊かな鉱山町 |
| ⑥まちなかから見えるカムイヌプリや来馬岳の山並み |
| ⑦札内台地の広大な牧草地 |
| ⑧幌別川や登別川などの河川 |
| ⑨鷲別岬からの眺望 |
| ⑩その他 (_____) |

問 30 **あなたのご家庭で買い物の際に困っていることは何ですか** (2 つまで選び番号に○)

- ① お店が遠い
- ② 車がない
- ③ 車や自転車の運転が困難
- ④ 重い物が持てないため一度に少量しか購入できない
- ⑤ バス・鉄道の乗降が体力的に難しい
- ⑥ 家族の協力がないと行きたいときに買い物ができない
- ⑦ 買い物を手伝ってくれる家族などがいない
- ⑧ その他 ()
- ⑨ 困っていることは特にない

問 31 **あなたのご家庭の買い物環境を改善するためには何が必要ですか**

(2 つまで選び番号に○)

- ① 宅配サービスの実施
- ② お店への送迎サービスの実施
- ③ 近隣への店舗の立地
- ④ 移動販売の実施
- ⑤ 家族の協力
- ⑥ 近隣住民の協力
- ⑦ 介護ヘルパーなどの支援
- ⑧ 公共交通機関の充実
- ⑨ その他 ()
- ⑩ 必要なことは特にない

テーマ8

登別ブランド推奨品の認知度についてお聞きします

【問 32・33 は、全ての方にお聞きします】

問 32 **あなたは登別ブランド推奨品について、何により情報を得ていますか** (2 つまで選び番号に○)

- ① 広報のぼりべつ掲載の記事
- ② 広報のぼりべつ折り込みのパンフレット
- ③ 公共施設に設置してあるパンフレット
- ④ 店頭やイベントで配布されるパンフレット
- ⑤ 地元新聞紙への掲載広告
- ⑥ 旅行雑誌への掲載広告
- ⑦ 店頭での店員からの紹介
- ⑧ その他 ()
- ⑨ 登別ブランド推奨品を知らない

【問 37 は、全ての方にお聞きします】

問 37 スキー場をより多くの方に利用していただくためにどのようなサービスがあると良いですか

(当てはまるもの3つまで選び番号に○)

- ①日帰り入浴とのセットプラン
- ②昼食とのセットプラン
- ③親子セット券
- ④スキー教室とレンタルのセットプラン
- ⑤ファストフードの充実や地産地消にこだわったレストランメニューなど、魅力ある食の提供
- ⑥スキー以外の雪遊びゾーンの充実
- ⑦スキー場行きバスの充実
- ⑧託児所の設置
- ⑨その他()

【ちなみに…】

カルルス温泉サンライバスキー場では、現在、『手ぶらでスキー・ボード体験』として、市民向けに4時間1,500円でスキー道具一式のレンタルを実施しています。

テーマ 10

登別市総合計画第2期基本計画の『目標への接近度』

【問 38～46 は、全ての方にお聞きします】

問 38 あなたは、子育てに不安や負担を感じていますか (1つだけ選び番号に○)

- ①強く感じている (その理由:)
- ②感じている (その理由:)
- ③あまり感じない
- ④全く感じない
- ⑤分からない

問 39 あなたは、老後に不安を持っていますか (1つだけ選び番号に○)

- ①持っている (その理由:)
- ②持っていない
- ③分からない

問 40 次の言葉のうち、あなたが見たり聞いたりしたことがあるものはどれですか

(当てはまるもの全ての番号に○)

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| ①男女共同参画社会 | ②男女雇用機会均等法 |
| ③女子差別撤廃条約 | ④ジェンダー |
| ⑤啓発冊子『アンダンテ』 | ⑥仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス） |
| ⑦6歳未満の子どもをもつ夫の育児・家事関連時間 | |
| ⑧見たり聞いたりしたものはない | |

問 41 あなたは、環境家計簿をご存じですか (1つだけ選び番号に○)

- | | |
|-----------------|-------------|
| ①すでに使用している | ②今後使用しようと思う |
| ③知っているが使用はしていない | ④環境家計簿を知らない |

【ちなみに…】

市は地球温暖化を防ぐため、事務事業に伴うエネルギーの使用量削減に取り組んでいます
が、これだけでは二酸化炭素の削減は不十分であり、市民の皆さんの協力が必要です。

このため市は、家庭から排出される二酸化炭素やエネルギーの使用量が簡単に分かる『環
境家計簿』の普及に取り組んでいます。

問 42 あなたにとって、市内の道路は自家用車で移動しやすいですか (1つだけ選び番号に○)

- | | |
|--------------------|---|
| ①とても移動しやすい | |
| ②移動しやすい | |
| ③やや移動しづらい (その理由:) |) |
| ④移動しづらい (その理由:) |) |
| ⑤日ごろ、運転をしないのでわからない | |

問 43 あなたにとって、市内の歩道は歩きやすいですか (1つだけ選び番号に○)

- | | |
|-------------------|---|
| ①とても歩きやすい | |
| ②歩きやすい | |
| ③やや歩きづらい (その理由:) |) |
| ④歩きづらい (その理由:) |) |

市民ニーズアンケート調査
(平成 26 年度調査) 報告書

平成 27 年 3 月

総務部

企画調整グループ