

2. SDGs について

(1) SDGs (全体) について

«SDGs の認知度»

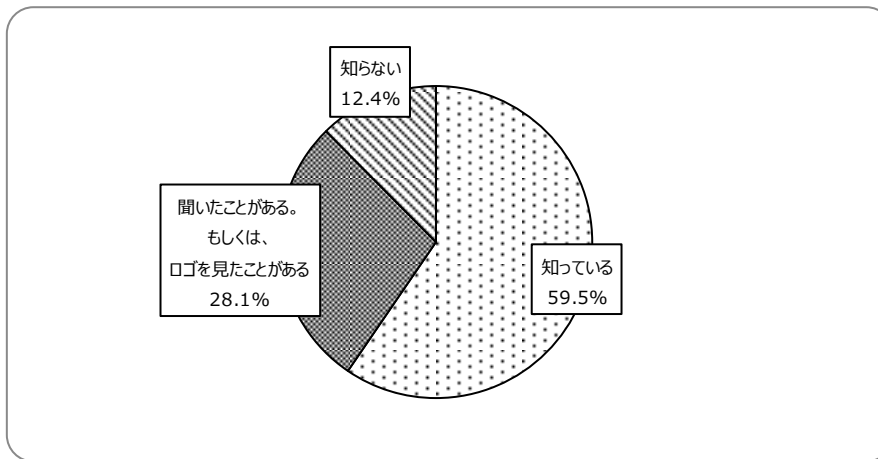
問 17. あなたは「SDGs」を知っていますか。

【選択は 1 つ】

「知っている」が 59.5%、「聞いたことがある。もしくは、ロゴを見たことがある」が 28.1%と、SDGs を知っている人の割合は 87.6%となり、昨年度の 54.1%と比べ増加していることがわかった。

広報さかいに SDGs 特集記事を継続的に掲載するなど、SDGs 普及啓発を進めたことで、認知度が上昇したものと考えられる。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っている	278	59.5%
2	聞いたことがある。もしくは、ロゴを見たことがある	131	28.1%
3	知らない	58	12.4%
	計 (回答総数)	467	100.0%



«SDGs の情報源»

問 18. 問 17 で「1 知っている」「2 聞いたことがある。もしくは、ロゴを見たことがある」と回答された方に伺います。
 あなたは、どこで SDGs を知りましたか。もしくは、SDGs という言葉やロゴをどこで見聞きましたか。

【複数回答可：いくつでも】

「テレビ・ラジオ」が 68.7%と最も高く、次いで「広報さかい」が 42.1%、「新聞・雑誌」が 40.8%、「インターネット」が 40.6%と、様々なメディアで SDGs が取り上げられたことが、SDGs の認知度向上につながったことがわかった。

一方で、「家族・友達から聞いた」が 8.6%と低く、普段の会話の中で話題に上がるところまでは SDGs が浸透していないことがうかがえる。今後も広報さかい等で、さかい SDGs 推進プラットフォーム※会員の SDGs の取組を発信し、教育機関と連携して子ども達への SDGs 教育を進めることで、市民の方に SDGs を自分事として考えてもらえるような機会の創出を図っていく。

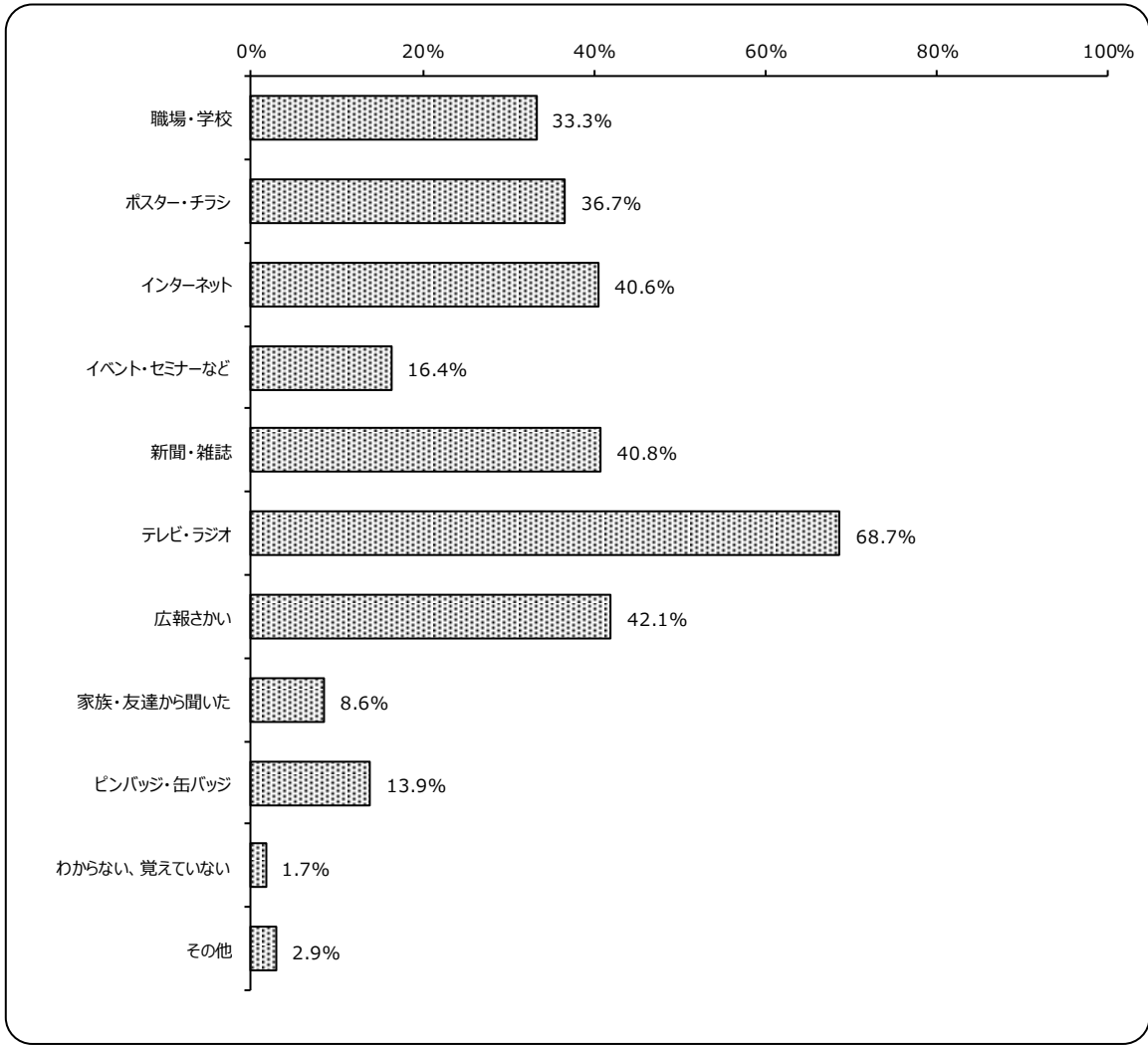
※さかい SDGs 推進プラットフォームは、中小企業をはじめとするさまざまな企業や団体、教育機関など幅広い主体に参画いただき、会員同士がつながりながら SDGs に取り組み、地域課題の解決に向けた活動を行うネットワーク基盤です。

	選択項目 (N=409)	回答数	回答数/N
1	職場・学校	136	33.3%
2	ポスター・チラシ	150	36.7%
3	インターネット	166	40.6%
4	イベント・セミナーなど	67	16.4%
5	新聞・雑誌	167	40.8%
6	テレビ・ラジオ	281	68.7%
7	広報さかい	172	42.1%
8	家族・友達から聞いた	35	8.6%
9	ピンバッジ・缶バッジ	57	13.9%
10	わからない、覚えていない	7	1.7%
11	その他	12	2.9%

[11 その他]

【主な回答】

- 学校の教科書
- 街中の看板
- 広告



「SDGs を意識した行動の実践」

問 19. 問 17 で「1 知っている」「2 聞いたことがある。もしくは、ロゴを見たことがある」と回答された方に伺います。

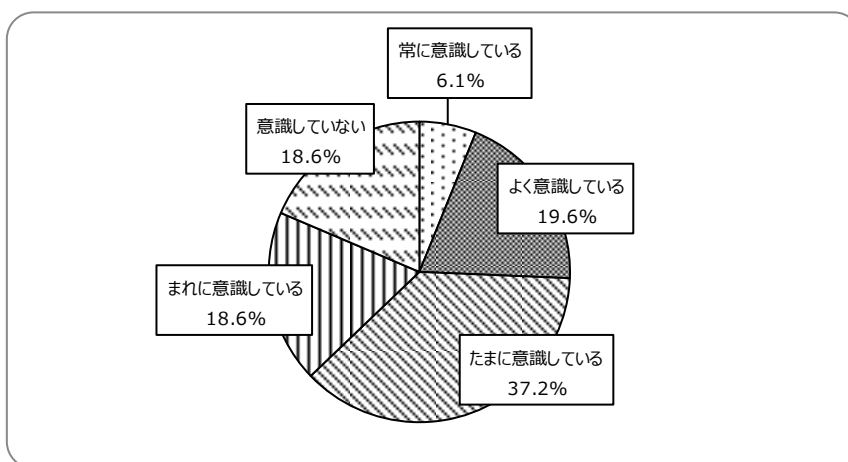
あなたは、SDGs を意識して行動していますか

【選択は 1 つ】

「たまに意識している」が 37.2%、「よく意識している」が 19.6%、「まれに意識している」が 18.6%、「常に意識している」が 6.1%と、SDGs を意識して行動している割合は 81.4%と高かったものの、「常に意識している」と「よく意識している」の割合の合計は 25.7%と低かった。

SDGs を意識して行動している割合を増加させるため、引き続きさかい SDGs 推進プラットフォームを活用した SDGs の取組を進めていく。

	選択項目 (N=409)	回答数	構成比
1	常に意識している	25	6.1%
2	よく意識している	80	19.6%
3	たまに意識している	152	37.2%
4	まれに意識している	76	18.6%
5	意識していない	76	18.6%
	計 (回答総数)	409	100.0%



「SDGsを意識した具体的な行動」

問 20. 問 19 で「1 常に意識している」「2 よく意識している」「3 たまに意識している」「4 まれに意識している」と回答された方に伺います。
 あなたは、SDGs を意識してどのような行動をしていますか。 【複数選択可：いくつでも】

「お風呂や洗濯、トイレなど、水の無駄遣いをしない」が 68.2%と最も高く、次いで「積極的に選挙に行くなど、政治に関心をもつ」が 59.5%、「地元で採れた農作物を食べる」が 52.6%、「必要な時以外はコンセントを抜いたり、電化製品の主電源をこまめに切る」が 52.6%、「運動の習慣化、食生活の改善など、健康に気をつかう」が 52.3%と高かった。

一方で、「魚介類を買うときは認証マークのついた商品を選ぶ（MSC 認証や ASC 認証など）」が 5.7%と最も低く、次いで「手話、点訳、音訳、要約筆記などに興味をもつ」が 10.2%と低く、SDGs を意識して行動している割合が低い目標が見受けられた。

SDGs は全世界共通の目標で 17 の全ての目標を達成しなければならないため、今後、SDGs を意識した行動が低い目標について、行動変容を促進できるような取組をしていく必要がある。

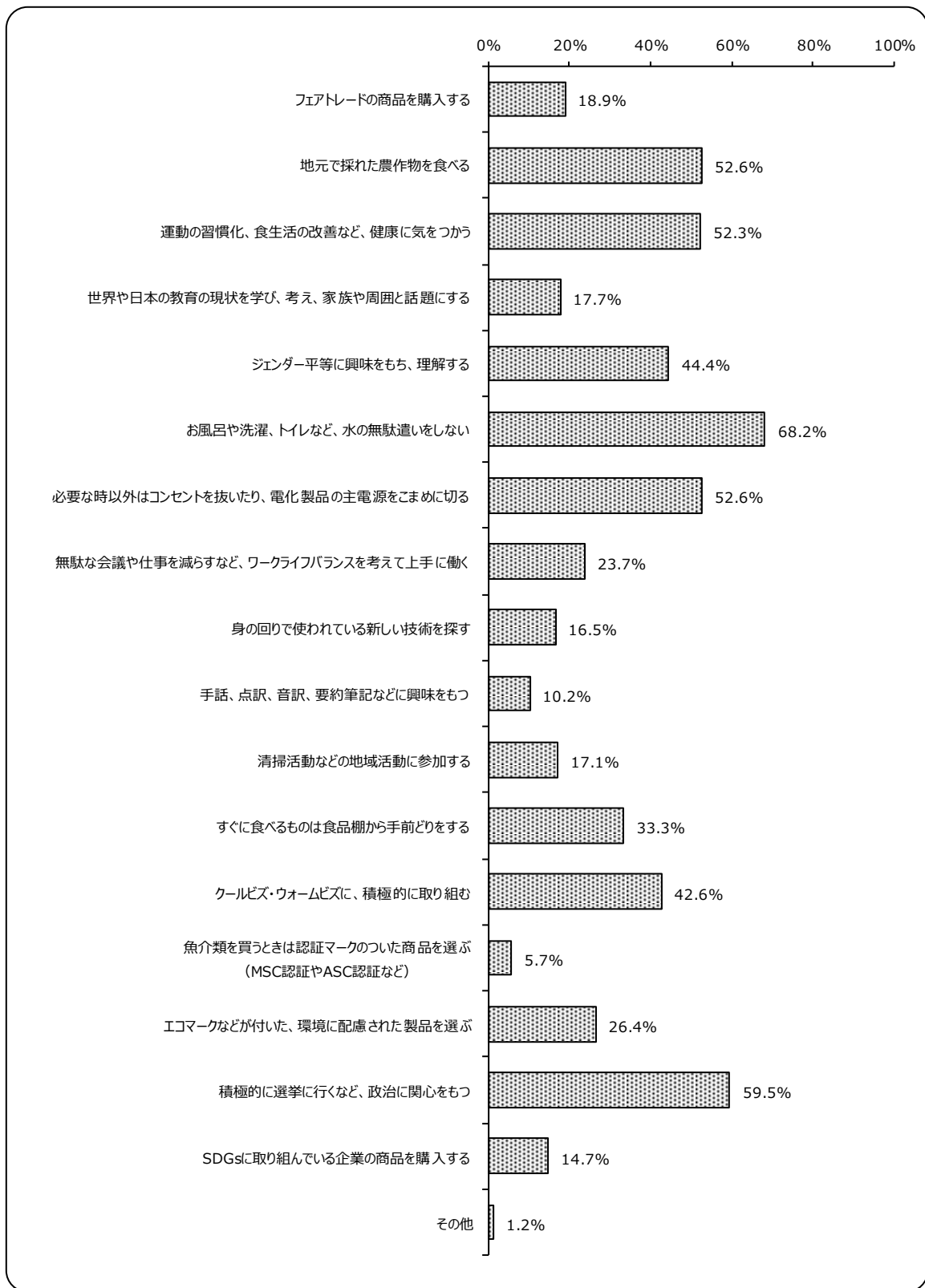
	選択項目 (N=333)	回答数	構成比
1	フェアトレードの商品を購入する	63	18.9%
2	地元で採れた農作物を食べる	175	52.6%
3	運動の習慣化、食生活の改善など、健康に気をつかう	174	52.3%
4	世界や日本の教育の現状を学び、考え、家族や周囲と話題にする	59	17.7%
5	ジェンダー平等に興味をもち、理解する	148	44.4%
6	お風呂や洗濯、トイレなど、水の無駄遣いをしない	227	68.2%
7	必要な時以外はコンセントを抜いたり、電化製品の主電源をこまめに切る	175	52.6%
8	無駄な会議や仕事を減らすなど、ワークライフバランスを考えて上手に働く	79	23.7%
9	身の回りで使われている新しい技術を探す	55	16.5%
10	手話、点訳、音訳、要約筆記などに興味をもつ	34	10.2%
11	清掃活動などの地域活動に参加する	57	17.1%
12	すぐに食べるものは食品棚から手前どりをする	111	33.3%
13	クールビズ・ウォームビズに、積極的に取り組む	142	42.6%
14	魚介類を買うときは認証マークのついた商品を選ぶ（MSC認証やASC認証（※6）など）	19	5.7%
15	エコマークなどが付いた、環境に配慮された製品を選ぶ	88	26.4%
16	積極的に選挙に行くなど、政治に関心をもつ	198	59.5%
17	SDGsに取り組んでいる企業の商品を購入する	49	14.7%
18	その他	4	1.2%

- (※1) フェアトレードとは、発展途上国の人々の生活を助けるために、途上国との貿易においてフェアなトレード（公正な取引）をすること。コーヒー、紅茶、カカオなどのフェアトレード商品がある。
- (※2) ジェンダーとは、生物学的な性別に対して、社会的・文化的につくられる性別のこと。世の中の男性と女性の役割の違いによって生まれる性別のこと。
- (※3) ワークライフバランス（仕事と生活の調和）とは、それぞれが、年齢や性別にかかわらず、やりがいや充実を感じながら働き、家庭や地域生活などにおいても、子育て期、中高年期といった人生のライフステージに応じてさまざまな生き方を選択すること。
- (※4) 手前どりとは、買ってすぐに食べるときに、商品棚の手前に並んでいる賞味・消費期限の短い商品を選ぶ購買行動のこと。
- (※5) クールビズ・ウォームビズとは、軽装や厚着することで、適正な室温で快適に過ごすライフスタイルのこと。
- (※6) MSC 認証や ASC 認証とは、適切に管理された漁業や養殖業で育まれた水産物を認証するもの。

[18 その他]

【主な回答】

- 環境に配慮したマークの付いた商品を購入する。
- エコバックを利用する。
- ごみの分別を呼びかける。



「これから実施したいSDGsを意識した行動」

問 21. 今後、あなたはSDGsを意識してどのような行動を実施したいと思いますか。 【複数選択可：いくつでも】

おおよそ半数の方が「地元で採れた農作物を食べる」、「運動の習慣化、食生活の改善など、健康に気をつかう」、「お風呂や洗濯、トイレなど、水の無駄遣いをしない」、「必要な時以外はコンセントを抜いたり、電化製品の主電源をこまめに切る」等の行動に移しやすい項目について、今後実施したいと回答されていた。今後も、簡単に取り組めるSDGsの行動を継続的に発信することで、SDGsの達成に資する行動変容につなげていく必要がある。

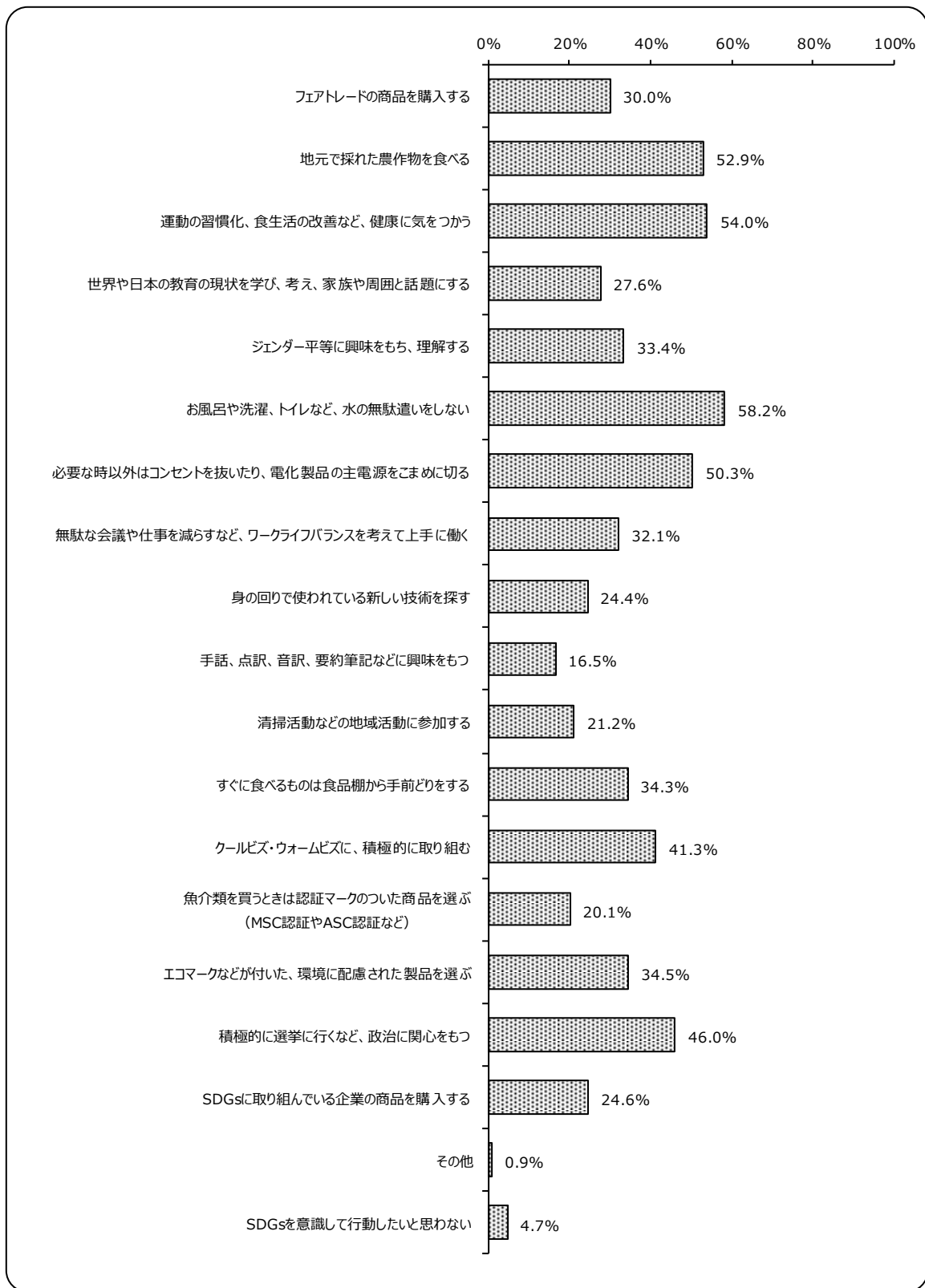
	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	フェアトレード (※1) の商品を購入する	140	30.0%
2	地元で採れた農作物を食べる	247	52.9%
3	運動の習慣化、食生活の改善など、健康に気をつかう	252	54.0%
4	世界や日本の教育の現状を学び、考え、家族や周囲と話題にする	129	27.6%
5	ジェンダー (※2) 平等に興味をもち、理解する	156	33.4%
6	お風呂や洗濯、トイレなど、水の無駄遣いをしない	272	58.2%
7	必要な時以外はコンセントを抜いたり、電化製品の主電源をこまめに切る	235	50.3%
8	無駄な会議や仕事を減らすなど、ワークライフバランス (※3) を考えて上手に働く	150	32.1%
9	身の回りで使われている新しい技術を探す	114	24.4%
10	手話、点訳、音訳、要約筆記などに興味をもつ	77	16.5%
11	清掃活動などの地域活動に参加する	99	21.2%
12	すぐに食べるものは食品棚から手前どり (※4) をする	160	34.3%
13	クールビズ・ウォームビズ (※5) に、積極的に取り組む	193	41.3%
14	魚介類を買うときは認証マークのついた商品を選ぶ (MSC認証やASC認証 (※6) など)	94	20.1%
15	エコマークなどが付いた、環境に配慮された製品を選ぶ	161	34.5%
16	積極的に選挙に行くなど、政治に関心をもつ	215	46.0%
17	SDGsに取り組んでいる企業の商品を購入する	115	24.6%
18	その他	4	0.9%
19	SDGsを意識して行動したいと思わない	22	4.7%

- (※1) フェアトレードとは、発展途上国の人々の生活を助けるために、途上国との貿易においてフェアなトレード（公正な取引）をすること。コーヒー、紅茶、カカオなどのフェアトレード商品がある。
- (※2) ジェンダーとは、生物学的な性別に対して、社会的・文化的につくられる性別のこと。世の中の男性と女性の役割の違いによって生まれる性別のこと。
- (※3) ワークライフバランス（仕事と生活の調和）とは、それぞれが、年齢や性別にかかわらず、やりがいや充実を感じながら働き、家庭や地域生活などにおいても、子育て期、中高年期といった人生のライフステージに応じてさまざまな生き方を選択すること。
- (※4) 手前どりとは、買ってすぐに食べるときに、商品棚の手前に並んでいる賞味・消費期限の短い商品を選ぶ購買行動のこと。
- (※5) クールビズ・ウォームビズとは、軽装や厚着することで、適正な室温で快適に過ごすライフスタイルのこと。
- (※6) MSC 認証や ASC 認証とは、適切に管理された漁業や養殖業で育まれた水産物を認証するもの。

[18 その他]

【主な回答】

- ・コンポストを導入する。
- ・プラスチック包装の削減をした商品を買う。
- ・風呂敷、マイバッグを使う。



「SDGs のアイデア」

問 22. それぞれの人が普段の生活の中で SDGs を意識して取り組むために、あなたのアイデアを教えてください。

【自由記述】

【SDGs 普及啓発】

(媒体)

- テレビなどを通じて「SDGs が当たり前」として取り上げる。
- YouTube チャンネルを作る。
- Instagram などで影響力のある人に頼る。
- 様々な立場や世代の有名人がメディア等を通して、日本人が実践しやすい活動を行う様子を発信する。
- 大きな活動だけではなく些細なことも SDGs の活動になることを知ってもらうために、広報さかいに各自がどの程度 SDGs に関わることが出来ているのかを見える化できる質問表を掲載する。また、身の回りで出来る小さな SDGs をたくさん紹介してほしい。

(場所)

- 身近なスーパーや保育園、小学校にポスターを貼る。施設内放送での呼び掛けを行う。
- スーパーの地元で採れた農作物コーナーに SDGs ポスターを貼って、販売促進に SDGs を絡める。

(方法)

- SDGs17 目標内容を日常生活での行動パターンに落とし込んだチラシ、ポスターを作成し、市民に配布し、行動変容を奨励していく。
- わかりやすく 4 コマまんがで説明する。
- SDGs 日記や表などを作成することで、毎日を意識的に取り組み、続けることが出来ると思う。
- 家庭での会話が大事だと思う。学校での SDGs パンフレット配布やスーパーでのポスター貼付を行ったり、家庭内で子どもや母親が SDGs について話すことで意識して取り組む。
- 家庭内や公共交通機関に SDGs ステッカーやポスターを貼って目にする機会を増やす。
- 家族や友人で話題にし、一緒に努力していこうと声を掛け合ったり、実行するためのアイデアを話す。
- ネットでダウンロードしたマークを紙に出力してトイレに張って、毎日見て意識させる。
- 取組を発表する機会を設ける。

(対象)

- 特に高齢者に啓発する。
- 幅広い年代に啓発する。
- 日本人は江戸時代から様々な面で SDGs に取り組んでいたことをもっと世界に発信すべき。

(企業、公的機関に対するもの)

- 商品に SDGs のマークや紹介を載せる。
- 企業や学校の SDGs の取組み具合の評価制度をつくる。SDGs について本質的な議論をする場を設ける。(経済発展は必要なのか。公平は必要だが、平等は必要なのか、など)
- 市民が参加できる活動やイベントを増やす。
- 政府・自治体をもっと啓発活動に力を入れるべき。
- 強制力のある条例などが必要。

(SDGsという言葉について)

- 「SDGs」に代わる、わかりやすい日本語を作る。
- 馴染みのない略語 (SDGs) は高齢者の関心を引き難いので、広報の仕方を工夫しわかり易い説明で市民に広めてほしい。

(その他、全般)

- 地球の危機を広報する。
- 自分の行動が何のゴールに該当するのかアピールする。
- 目標が 17 もあり、理解するのに時間がかかるため、1 つでも取り組める身近な事を感じてもらえるようにする。

【SDGs の意識】

- SDGs を常に意識する。
- SDGs の取組を継続するには、各個人の意識が大切だと思う。
- 17 項目は多いので、1 項目単位で、意識を深めること。
- 何事においても常に改善策がないかを考える習慣を心掛ける。
- 自分自身で調べ考える習慣を身に付ける。
- 「取り組もう」と思うと構えてしまうので、それぞれが無理せず出来る事をしていく。「意識」の問題で難しいが、それを当たり前に行動できるようになるのが理想。
- SDGs という言葉が、世の中を「より良い方向に変えたい」と考える以前に、「変えるなんて無理、諦める」と考えている"こと"自体を否定する言葉として捉えられるようになれば、人はもっと先に進める。
- 市政の中で推進しているものがあれば、なるべく強調していきたい。
- 高齢者の情報交換の場を作りたい。柔軟な考え方でできることをみんなで共有したい。
- 今ある生活が当たり前だと思わず電気水道ガスを大切に使うこと。また、今自分が身近にある物を大切に使わないとなくなったら困るということを伝えていく。
- 様々な製品や活動において、身近なことが SDGs に繋がることを知ってもらいと良いと思う。
- まずは何が 17 の目標の達成に関わるのかを浸透させる。商品や各所にマーク付けし、身近なものや行動が SDGs 達成に関わるということ意識づける。
- 「SDGs」という英語は一部の人にしか伝わらない。「手前から取る」など具体例を書く方が、子どもから高齢者まで意識が広がる。
- みんなが幸せかどうかを、判断の基準にする。
- 昔から似たような行動はしている。
- SDGs を意識せず、「もったいない」「お互いさま」など、日本に昔からある価値観を大切にする。
- SDGs を意識すぎだと思う。こういう考えも尊重してほしい。
- 具体的にどうすれば良いか、何をすればいいのかが未だに不明確。

【ポイント、キャンペーン等】

- 意識づけできるよう、見たらわかる場所に掲示する量を増やす。SDGs 割のようなキャンペーンを実施する。
- ゲーム感覚で取り組めるイベントなどがあれば参加したい。
- SDGs に積極的に取り組んでいる企業に減税処置をする。
- SDGs の達成に貢献する行動をしたときにポイントが得られる、ランクアップするなど、成果が具体的に見えるようにする。自治体独自の SDGs アプリを作ってポイントを見える化する。
- 企業の商品のパッケージなどに書いてもらうことで、その企業にも節税の特典がつくようにする。

- 意識したら、税金を安くする。企業は、意識している社員に手当をつける。
- ある程度の水道や電気やガスを前年比で節約した人に料金割引や景品が当たるなどがあれば良いと思う。
- SDGs が便利で安価でないと普及しない。
- マイナンバーにポイントを紐づけする。

【SDGs の取組の推進】

（貧困をなくす取組）

- フリマアプリの利用や、衣類の積極的なリサイクル、貧困状態の人々へ簡単に送ることができるシステムの確立など。

（ジェンダー平等）

- ジェンダー平等を目指す為には、まず市議会議員にクォーター制を導入する事がジェンダー平等達成の早道と思う。

（節電）

- 節電する。
- コンセントを随時抜くなど、まずは日常生活の中で身近にできることから少しずつ取り組みが良い。
- 子どもが夜トイレに行くのを怖がるので、夜間は廊下の電気をつけっぱなしにしていたが、今後は可愛い懐中電灯を寝間の入り口に置き、夜間のトイレの際はそれを使わせようと思う。
- 太陽とともに行動して節電する。夏は勤務や学校の始まりを早く遅くまで活動して、冬は短くする。
- 学校や施設の廊下の電気は消す。また、エアコンはエコの温度にする。エレベーターは身体の不自由な人のみにする。
- みんなが同じ時間帯にお風呂に入り追い焚きをしない。
- 公共施設は率先して、節電に励み、室内温度を健康被害が出るギリギリまで我慢する。
- 断熱の工夫をして省エネに取り組む。寄付を積極的に行う。

（節水）

- お風呂の残り湯で洗濯、掃除などをし、水の無駄をできるだけ出さないようにする。詰め替えパックなどの水平リサイクル（使用済製品を原料として用いて同一種類の製品を製造するリサイクルのこと。たとえば、使用済ペットボトルを原料として再びペットボトルを製造する。）に協力する。
- 雨水の利用

（消費者の行動）

- スーパー等買い物で SDGs に関係するものを意識する。
- 一人ひとりが無駄使いに注意するだけでも、大きく違うと思う。廃棄処分になるものは買わない。手土産の習慣もできればなくしたい。
- フードロス削減のためにスーパーのおつとめ品を購入する。
- 外国産より国内産を意識して買う。
- 買ったものは使い切る。
- 料理をする時、皮を剥かない。
- フードロスをなくすため、学校は欠席者の給食を作らないようにする。
- ゴミをできるだけ出さない食事、生活をする。
- 食べ放題のお店でも、食べ残しが無いようにする。
- 野菜等含めて余剰商品を購入して調理している。魚等は、アラ等も調理している。食品ロスを出さないように、別所帯にもお裾分けなどしながら材料を使いきるようにしている。

- スーパーでお箸をもらわない。ペットボトルは買わない。マイボトルを持ち歩く。リサイクルを利用する。
- プラスチック商品を使わないようにしている。
- もったいない精神を忘れずに常に意識して行動する事。不要な木綿の衣類は小さく切ってレンジ周りや油ものをふいてから捨てる。
- 可燃ゴミを減らせるように分別、リサイクルをする。
- エコバックを使う。
- 家や職場の全ての備品、家具、電車、バスなど世の中の全てのものを大切に使う。

(生産者・企業の行動)

- スーパーマーケット等で手前取りしてもらえるように、目に付くところにポスターやステッカーを貼る。手話、点訳等の無料講座を公営で行う。
- 地産地消を意識する。自転車や歩いて行ける町中の小売店と農家を繋ぐ方法があれば良いと思う。
- フェアトレードの表示を見えやすくする。
- スーパーなどで賞味期限が古い商品がある場合、新しいものを陳列しないようにすれば、新しいものをわざわざ取る人も少なくなる。
- 食品、不要な衣類、家具などを処分する前に、必要な施設や人などへ有効利用する仕組みの構築。スーパーでの食品の過剰包装の見直し。トレー不要からのゴミの削減、適量の購入ができる量り売りなど。
- リサイクルの回収等の設備や施設があれば良いと思う。
- リサイクルのシステムやフードロスの取組を、コンビニの破棄の食品の対応など、もっと多角的に実施する。
- 廃棄食品を減らすために賞味期限表記をおいしく食べられる期間という表記に変える。
- プラスチック容器に貼ってある品質表示や値札等の粘着が強すぎてきれいに取れないので、取れやすい接着糊にする。または、プラスチック量が増えるかもしれないが、それらをすべてプラスチック製にし剥がす手間をなくす事でゴミの分別の促進と再生時の不純物をなくすべき。
- スーパーなどではどうしても賞味期限の長い商品から売れていくので賞味期限によって少しずつ価格を変える。
- スーパーなどの期限切れを配って廃棄を無くしてほしい。
- 店側もエコに繋がるように商品のパッケージにしたり、私たちもリサイクルしたり生ゴミを肥料に変えていくなど、自治体で取り組むのも良いと思う。
- ポリ袋はホームセンターで大量に売っているが、販売するものは自然に帰る素材を使ったものに変えるべきだと思う。
- ペーパーレスや紙の裏面を使用する。少しの汚れや傷みがある商品を廃棄せずに安く提供する。

(まちづくり)

- 古い住宅が利用されずに廃屋になるのを防ぐため、地域で改装などを進める。
- 個人単位での取り組みのほか、地域のコミュニティ単位でも取り組みを共有し協働する。

(気候変動への対策)

- CO₂削減に取り組む。
- 車のアイドリングをしながらエアコンを使用しない。
- 衣服の調整をすることによって、冷暖房の使い過ぎを防ぎ、空気を汚さないようにする。ガソリン車を減らしていく。

(その他、全般)

- 一人乗り車を安価でリースする。大型ショッピングモールの近辺は土日祝日が混雑して渋滞するので、近隣に駐車場を設け、店舗の利用に対して特典を付与する。駐車場料金を高価格に設定し、モールへの送迎バスを定期的に運行する。地区に週1程度、JAの地場野菜販売をするなどして買い物難民もカバーする。セットで予約したのもここで受け取れると喜ばれるのではないか。
- 日常生活では、節電、節水に心がける。無駄な車の使用をしない。環境に優しい商品を購入する。
- 地熱の積極的利用を考えるべきと思う。巨大な資金が必要であろうから、国が中心となって動かない限り進まないと思う。
- 節約することで環境や資源を守ることができる。
- 節約する。
- みんなで節約の競争をする。
- まずは自分と家族の未来から考えてみる。
- 子孫の将来を常に意識して行動する習慣化の推進。
- 高齢者ではあっても、日々のニュースや情報を知り、SDGsの17の目標と対比しながら生活をする。
- 新しい情報を常に気にして取り入れる。
- まず情報を得て、知ることから始める。そしてできることから取り組む。一人ひとり小さなことしかできないが、それが大きなものとなると思う。学校での教育や啓発は重要。また、効果を知らせることでモチベーションになる。特に企業は、社会に貢献することが必須。
- 人口が多い国、発展途上国も含めて、できるもの、できないものを考えるべきかと思う。
- 簡単明瞭に文字など大きく表示してほしい。
- ゴミを捨てたら罰金を科す。
- 自然に行動するのがいいと思う。
- できることから始める。無理はしない。

【SDGsに係る教育等】

- 小学校の授業にも取り入れてほしい。職場や学校でペットボトルの回収等気楽に参加できたら良いと思う。
- 学びの場を作る。
- 自分の興味ある分野からSDGsを学ぶ。
- 家庭内学習を行う。
- 相手の価値観や生き方などを尊重できるようになるために、まずは自分という人間を尊重できるように、子どもの頃から丁寧に伝えていく。
- 無駄使いをしないことを子ども達にも教えていく。
- 学校で教えたり、公共の設備施設で目にする機会を増やす。
- 古来より日本にある「もったいない」を徹底的に教育する。

【その他】

- 国が国民目線で政治をし、格差社会を無くし、国民生活の底上げに努力すれば、個人個人が自ら身近な生活の中で取り組むようになる。
- 差別のない世の中にするために、市民からアイデアを募る。
- SDGsはとても良い事だと思うが、気分的・金銭的余裕がなく、なかなか取り組めないのが市民の現状ではないか。
- 大学で途上国の学生の指導を行っているが、テーマは自然とSDGsに関わるものになる。
- 義務化する。

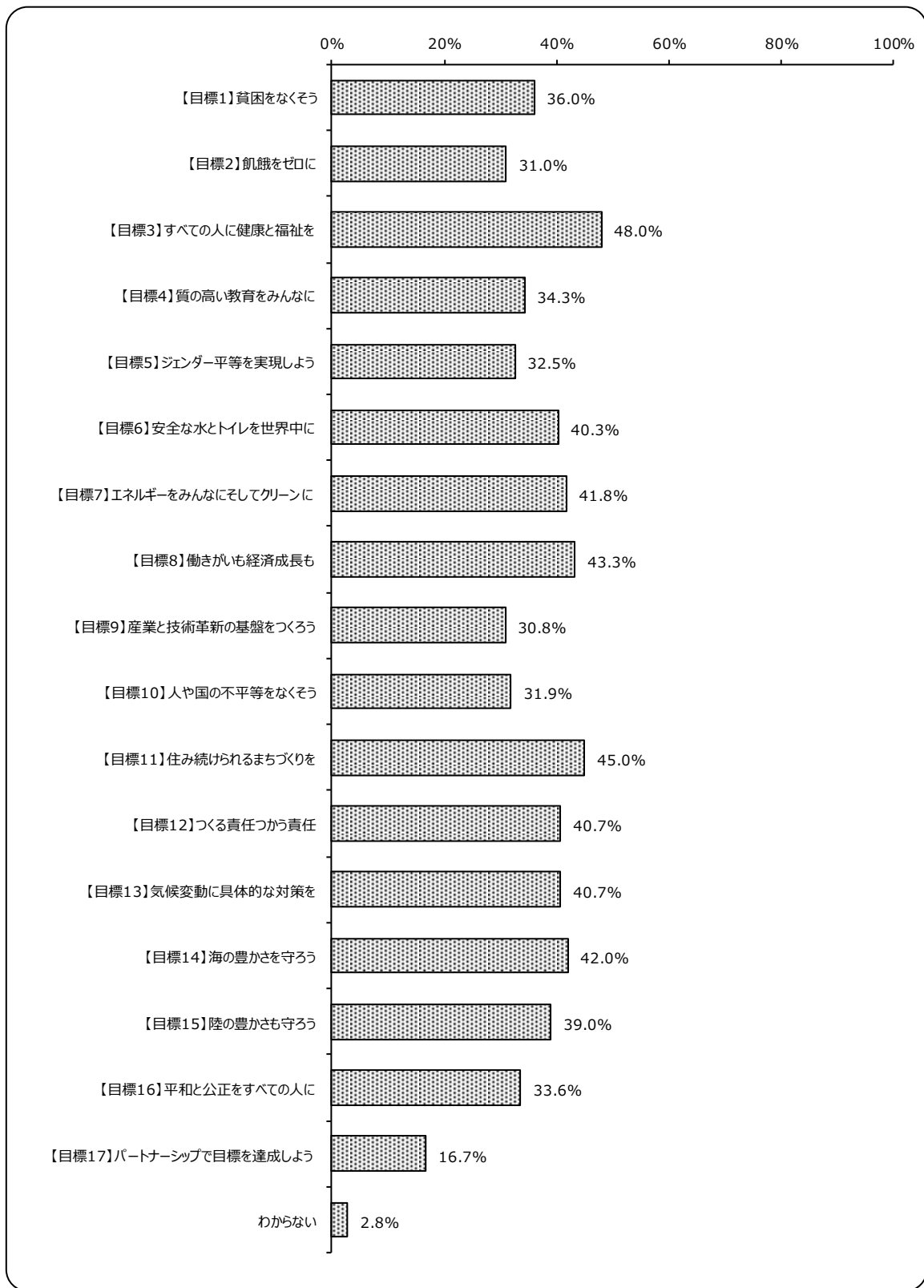
- 日本は、二酸化炭素排出量が少ないことを大きく宣伝してほしい。アパレル業が毎シーズンごとに新しい衣服を発表することによって、古い物を捨てる悪循環になっているので、これを抑制するべきだと思う。ビニール袋だけではなく全ての袋類や食品トレーを有料にすべき。質の高い教育をするのであるならば、小学生までは教科書はタブレット形式でいいと思うが、鉛筆もしくはシャープペンシルで記載されるべきだと思う。高校とかで IT 社会に対応するのであるならば、タブレットではなく、PC を与えるべき。
- 違う意見も認めるよう心掛けたい。だから、全ての人に SDGs を求めない。
- 堺市は LRT などの無駄な開発をしない。堺市の各区に支援学校を設置する。堺市の各校に通級指導教室を設置する。大阪にカジノは絶対に不要です。
- 今の世の中、いい行動や思想も短い期間で変わる。すごい進歩で世界が変わっている。ついていく方が重大で、すごいスピードで世の中の仕組み等変わるので、SDGs にこだわってる場合でないと思う。
- 高齢な者にとって最近は英字やカタカナが多すぎてわからなくなる。年齢層に分けて取り組みのアピールをしてもらえたらいいように思う。
- SDGs は一時的流行のように思えてくる。啓発活動の工夫が必要。
- 動けない人は援助してもいいが、自分の力で生きるように導く事を考えてほしい。
- 常に環境の整備と保全活動に気を付けて生活する。
- 常に格差の是正を第一に考えて行動する。
- 自分の常識が世界の常識だとは考えない。SDGs の取り組みの中で「見えない」障害者への合理的配慮があまり見えてこないのが残念。
- 知らぬ間に進められている感が強く、啓発活動は理解出来るが、内容が多く意識が分散するため追いつけない。そのため、ただ面倒なこととしか思えない。
- 詐欺まがいの運動には参加しない。小さな親切を集めれば大きな力になると言う詐欺的手法が多いので、注意喚起することが大事。

「企業に期待する取組」

問 23. SDGs の 17 の目標の中で、企業に期待する取組は次のうちどれですか。 【複数選択可：いくつでも】

全体的に 3、4 割の方が各目標に係る取組を企業に期待している中で、特に「【目標 3】すべての人に健康と福祉を」が 48.0%、「【目標 11】住み続けられるまちづくりを」が 45.0%と高く、目標 3 と 11 への期待が高い傾向が見られた。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	【目標1】貧困をなくそう	168	36.0%
2	【目標2】飢餓をゼロに	145	31.0%
3	【目標3】すべての人に健康と福祉を	224	48.0%
4	【目標4】質の高い教育をみんなに	160	34.3%
5	【目標5】ジェンダー平等を実現しよう	152	32.5%
6	【目標6】安全な水とトイレを世界中に	188	40.3%
7	【目標7】エネルギーをみんなにそしてクリーンに	195	41.8%
8	【目標8】働きがいも経済成長も	202	43.3%
9	【目標9】産業と技術革新の基盤をつくろう	144	30.8%
10	【目標10】人や国の不平等をなくそう	149	31.9%
11	【目標11】住み続けられるまちづくりを	210	45.0%
12	【目標12】つくる責任つかう責任	190	40.7%
13	【目標13】気候変動に具体的な対策を	190	40.7%
14	【目標14】海の豊かさを守ろう	196	42.0%
15	【目標15】陸の豊かさを守ろう	182	39.0%
16	【目標16】平和と公正をすべての人に	157	33.6%
17	【目標17】パートナーシップで目標を達成しよう	78	16.7%
18	わからない	13	2.8%



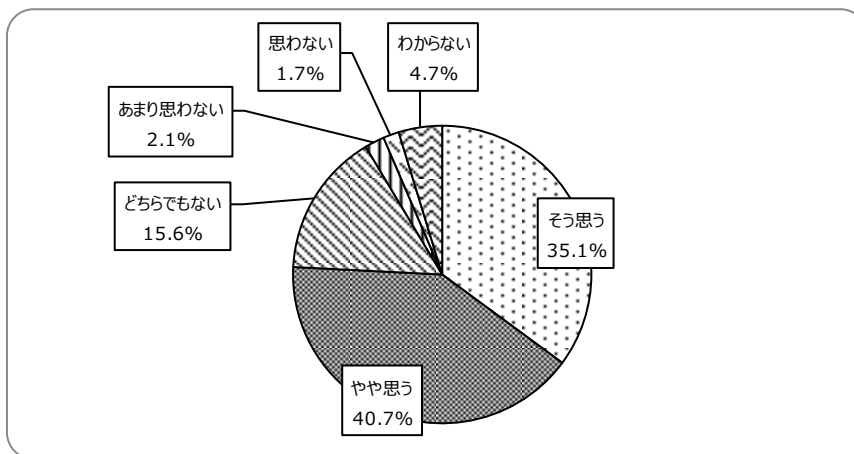
「SDGs 製品・サービスの利用」

問 24. あなたは、SDGs に取り組んでいる企業の製品・サービスを利用したいですか。 【選択は 1 つ】

「そう思う」(35.1%)、「やや思う」(40.7%)の合計が75.8%と、SDGs に取り組んでいる企業の製品・サービスを利用したいと回答した人の割合が高かった。

問 23 の結果も含め、今後もさかい SDGs 推進プラットフォームのホームページやメールマガジン、交流会等を活用して企業等に周知し、市民ニーズを捉えた SDGs の取組の推進を図っていく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	そう思う	164	35.1%
2	やや思う	190	40.7%
3	どちらでもない	73	15.6%
4	あまり思わない	10	2.1%
5	思わない	8	1.7%
6	わからない	22	4.7%
	計 (回答総数)	467	100.0%



(2) SDGs（産業と技術革新の基盤をつくろう、住み続けられるまちづくりを）について

本市では、人口減少や高齢化などの状況を踏まえ、移動や買い物支援を目的とした「新しい移動手段の導入」や「既存公共交通との接続」などによる便利で快適な移動環境の在り方について検討をしています。
 そのために、新しい移動手段（次世代モビリティ）（※7）に対する利用意向などを把握したいと考えています。

（※7） 自動運転技術や AI、オンデマンドの配車システムなどを活用した移動手段や移動サービス

《移動サービスの利用意向》

問 25. 買い物先や通院先の病院などまでの車の予約・配車（オンデマンド）による移動サービス（※8）を定額で利用できる場合、あなたの利用意向を教えてください。 【選択は 1 つ】

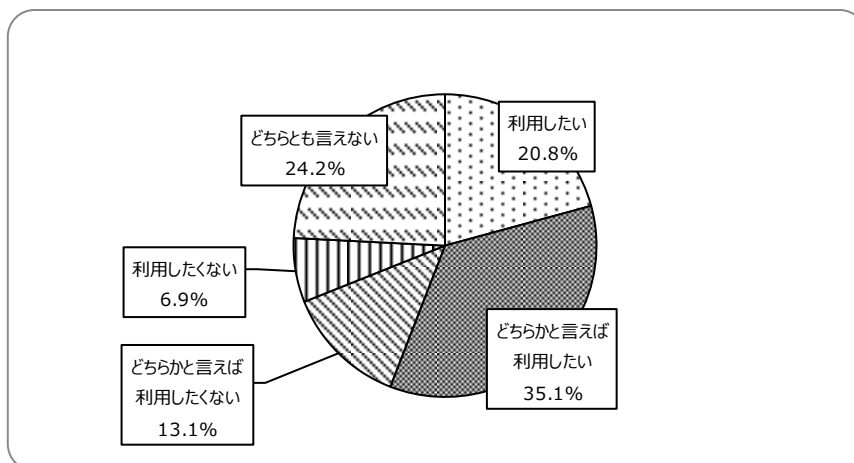
（※8） 予約・配車サービス（オンデマンドサービス）は、出発したい時刻を電話やインターネットなどで予約し、配車された車で目的地まで移動するサービスのことです。問 25 では、仮に月額 2,000 円で利用し放題、移動できる範囲は同一区内もしくは 5km 以内の移動と設定します。

「利用したい」が 20.8%、「どちらかと言えば利用したい」が 35.1%と、予約・配車（オンデマンド）による移動サービスの定額利用に関して、利用したい意向が高い傾向にある。

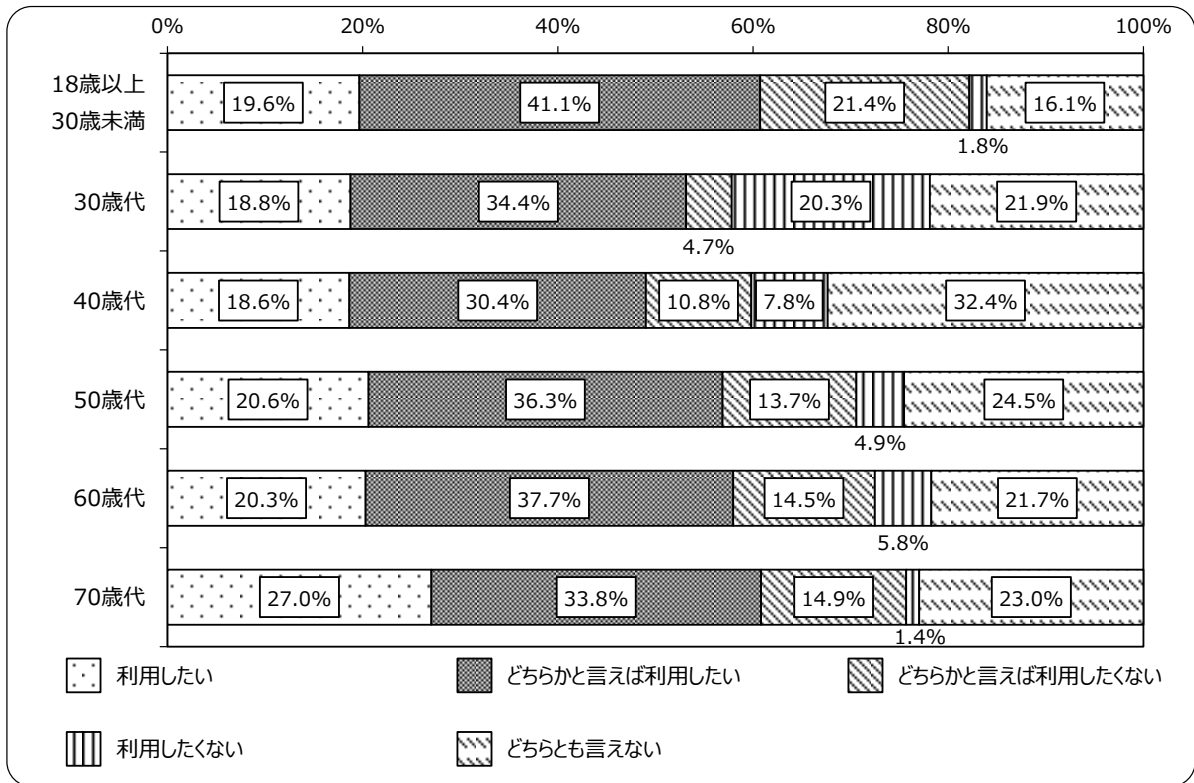
また、年齢別の割合をみると、各年代とも「利用したい」及び「どちらかと言えば利用したい」を合わせた割合が 50%程度となっており、各年代とも利用意向が高い傾向にある。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	利用したい	97	20.8%
2	どちらかと言えば利用したい	164	35.1%
3	どちらかと言えば利用したくない	61	13.1%
4	利用したくない	32	6.9%
5	どちらとも言えない	113	24.2%
	計 (回答総数)	467	100.0%

《全体》



《年齢別》



《移動サービスの利用料金》

問 26. 予約・配車サービス（オンデマンドサービス）が利用し放題になるとすれば、月額利用料をどれくらいの金額まで支出してもよいと思いますか。（「7 その他」の場合は具体的な金額を記入してください。）【選択は 1 つ】

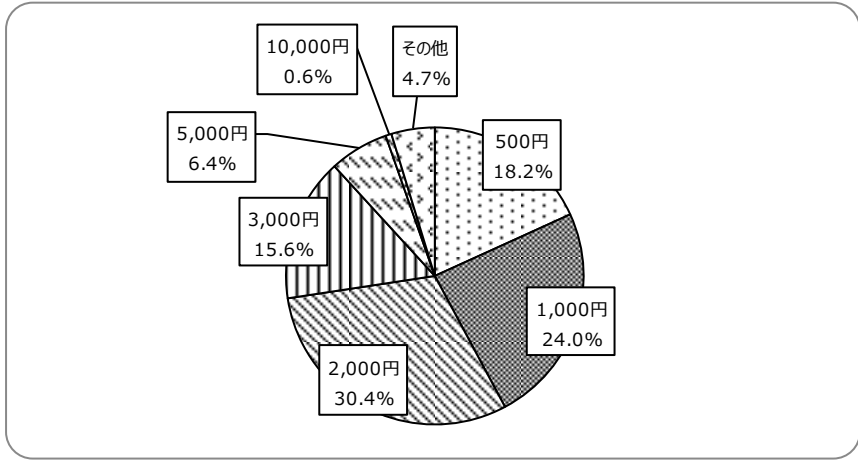
「2,000 円」が 30.4%、次いで「1,000 円」が 24.0%、「500 円」が 18.2%となっており、500 円から 2,000 円の割合が高いものの、「3,000 円」及び「5,000 円」「10,000 円」が合わせて 22.6%と料金のばらつきも見られる。その他の意見にもあるように、利用回数や利用形態に応じた柔軟な料金設定を設けるなど、利用ニーズに対応することでより利用意向が高まるものと考えられる。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	500円	85	18.2%
2	1,000円	112	24.0%
3	2,000円	142	30.4%
4	3,000円	73	15.6%
5	5,000円	30	6.4%
6	10,000円	3	0.6%
7	その他	22	4.7%
	計 (回答総数)	467	100.0%

[7 その他]

【すべての回答】

- 0 円
- 180 円
- 月 2 回程度なら 1,000 円未満。
- 子連れ、年配の方、障がいのある方は 1,000 円、その他は 2,000 円。
- 1,500 円。ただし利用状況による。利用したい時に利用できれば料金上昇は可。逆に空きがなく利用できない状況が多いとサービスを利用しなくなる。需要と供給のバランスが重要。
- 仮に上限を 3,000 円等にしたうえで 1 回 500 円に設定すれば利用しやすい。マイナンバーと紐付けて、地域や年齢ごとのデータを活用してほしい。
- 平日のみの利用なら 3,000 円、土日を含めた利用なら 5,000 円など、利用者のニーズに合わせて定額を変更させてはどうか。
- 利用し放題であれば 5,000 円でも安い。現在は利用の必要性を感じていないが、高齢になったら利用したい。
- 使用頻度にもよると思いますし、停留所制ではなく、西区内の病院、スーパー、最寄り駅、図書館、理髪店等に Door to door でサービスしていただけるなら 10,000 円は出すべきでは。
- 30,000 円
- 公費
- 都度払い。
- 定額にしなくてもいいのではないかな。
- 基本料金を安く、使用时追加で支払う。
- 月額ではなく、その都度スーパーや病院で支払い金額に上乗せで済ませたい。
- 必要性を感じないので 500 円でも出したくない。
- わからない。



《新しい移動手段の利用意向》

問 27. 下記のようないくつかの移動サービスを月額でどれでも利用できる場合、あなたの利用意向を教えてください。



【選択は1つ】

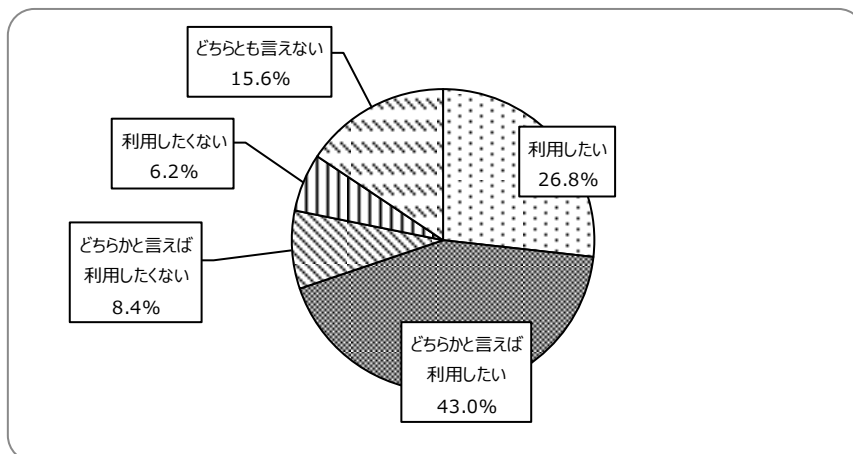
(※9) キッチンカーは、調理設備を備える車両で料理人がその場で調理し、食事を提供してくれるサービスです。(例、ご自宅近くの広場などにキッチンカーが週3回など定期的に来場)

「どちらかと言えば利用したい」が 43.0%、「利用したい」が 26.8%と、前問の予約・配車（オンデマンド）やキックボードなどの移動サービスの利用意向は高い傾向にある。

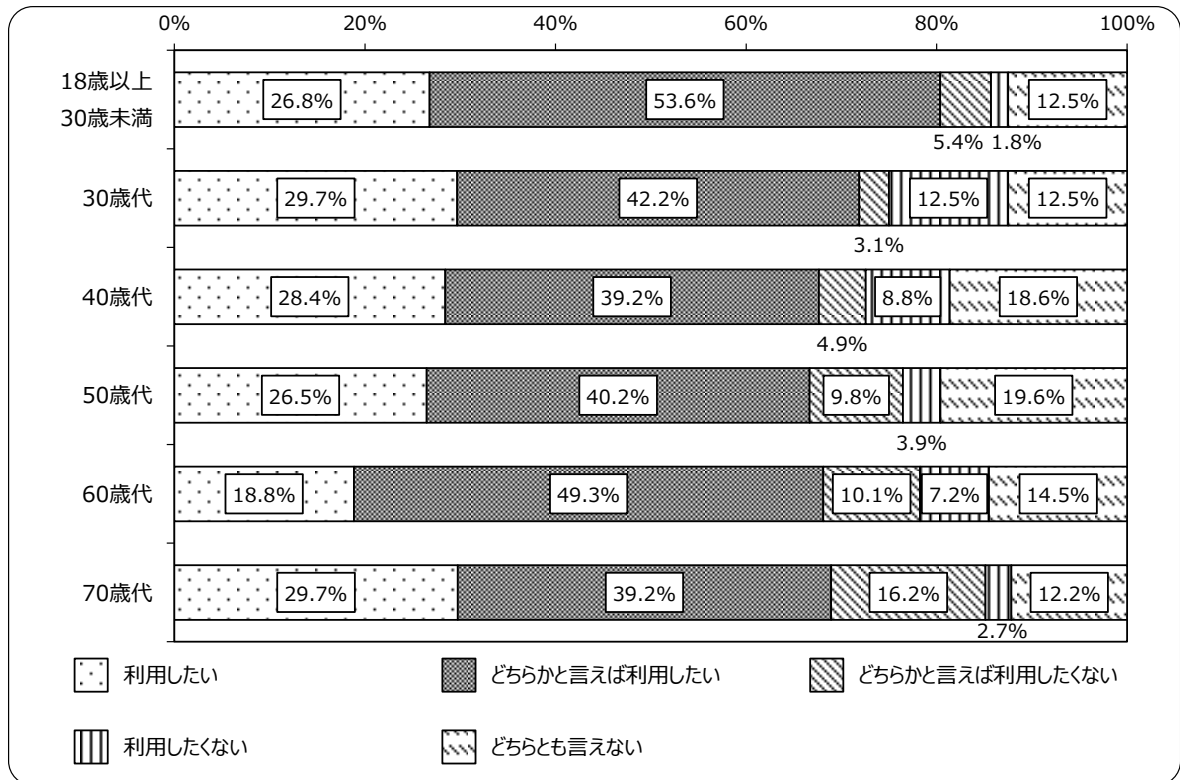
また、年齢別の割合をみると、各年代とも「利用したい」及び「どちらかと言えば利用したい」を合わせた割合が 70%程度となっており、各年代とも利用意向が高い傾向にある。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	利用したい	125	26.8%
2	どちらかと言えば利用したい	201	43.0%
3	どちらかと言えば利用したくない	39	8.4%
4	利用したくない	29	6.2%
5	どちらとも言えない	73	15.6%
	計 (回答総数)	467	100.0%

《全体》



《年齢別》



《新しい移動手段の利用料金》

問 28. これらの移動サービス（超小型自動車、電動カート、シェアサイクル、シェア電動キックボード、デマンド交通、キッチンカー）がどれでも利用し放題になるとすれば、月額利用料をどれくらいの金額まで支出してもよいと思えますか。「7 その他」と回答された方は具体的な金額を記入してください。 【選択は 1 つ】

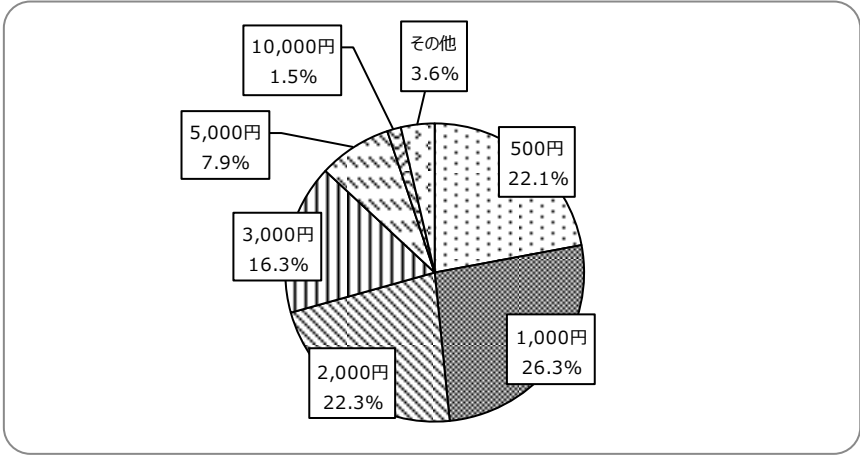
「1,000 円」が 26.3%と最も高く、次いで「2,000 円」が 22.3%、「500 円」が 22.1%となっており、500 円から 2,000 円の割合が高いものの、「3,000 円」及び「5,000 円」、「10,000 円」が合わせて 25.7%と料金のばらつきも見られる。その他の意見にもあるように、利用回数や利用形態に応じた柔軟な料金設定を設けるなど、利用ニーズに対応することでより利用意向が高まるものと考えられる。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	500円	103	22.1%
2	1,000円	123	26.3%
3	2,000円	104	22.3%
4	3,000円	76	16.3%
5	5,000円	37	7.9%
6	10,000円	7	1.5%
7	その他	17	3.6%
	計 (回答総数)	467	100.0%

[7 その他]

【すべての回答】

- 0 円
- 100 円
- 1 回 300 円
- 基本料金を安く 500 円、使用時は安価な従量制にする。
- 1,500 円、ただし利用状況による。利用したい時に利用できれば料金上昇は可。逆に空きがなく利用できない状況が多いとサービスを利用しなくなる。需要と供給のバランスが重要。
- 平日のみの利用なら 3,000 円、土日を含めた利用なら 5,000 円など、利用者のニーズに合わせて定額を変更させてはどうか。
- 待ち時間なしで利用出来るなら 10,000 円でも良いのでは。
- 30,000 円
- 公費
- 定額にしなくても良い。
- そもそも金額で利用するかどうかを判断すべきではない。
- 利用しない。
- わからない。



(3) SDGs（パートナーシップで目標を達成しよう）について

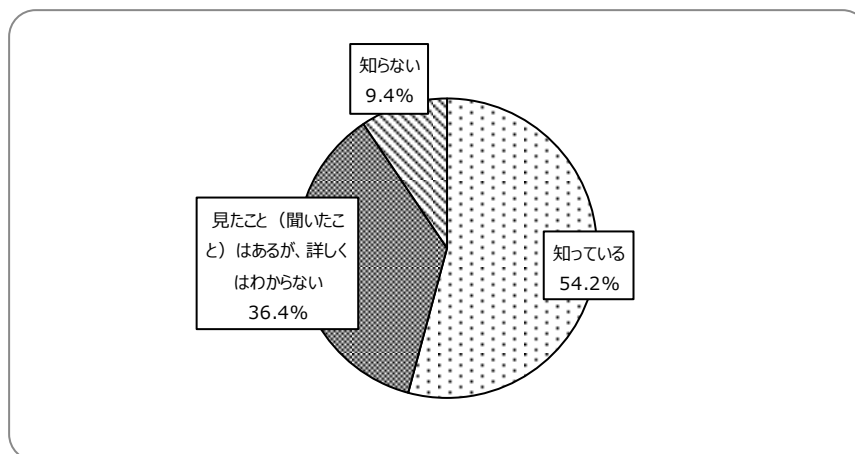
本市では、里親制度についての更なる広報活動の充実を検討するにあたり、里親制度の認知度や情報源などを把握したいと考えています。

《里親制度の認知度》

問 29. 家庭で暮らせない子どもたちのための「里親制度」を知っていますか。また、これまでに見たり聞いたりしたことはありますか。【選択は1つ】

「知っている」と回答した方が54.2%で、平成26年度の22.5%に対して大幅に認知度が上がっている。「見たこと（聞いたこと）はあるが詳しくはわからない」と回答した方が36.4%で、平成26年度68.6%に対して減少しているため、国や本市の広報啓発等の効果により、7年前には詳しくわからなかったが現在は制度についての理解を深めた方が増えたと言える。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っている	253	54.2%
2	見たこと（聞いたこと）はあるが、詳しくはわからない	170	36.4%
3	知らない	44	9.4%
	計（回答総数）	467	100.0%

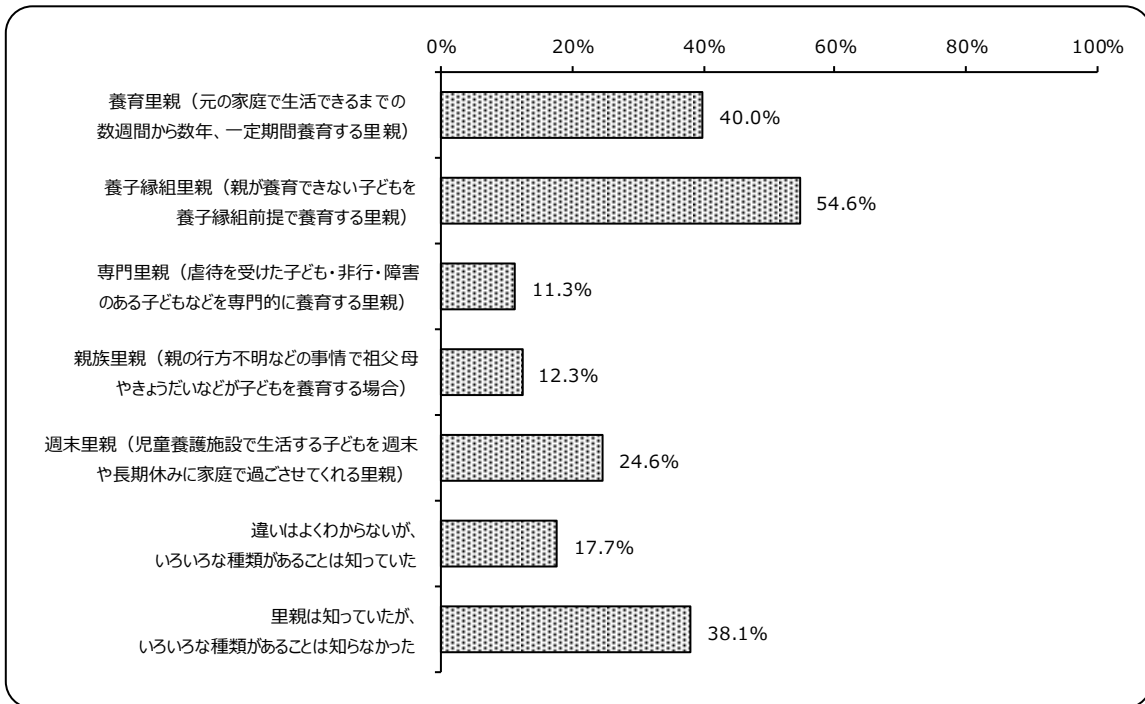


「里親の種類」

問 30. 問 29 で「1 知っている」「2 見たこと（聞いたこと）はあるが、詳しくはわからない」と回答された方に伺います。
 里親にはいろいろな種類があります。次のうち、知っているものはどれですか。 【複数選択可：いくつでも】

「養子縁組里親（親が養育できない子どもを養子縁組前提で養育する里親）」が 54.6%（平成 26 年度 45.6%）と最も高く、次いで、「養育里親（元の家庭で生活できるまでの数週間から数年、一定期間養育する里親）」が 40.0%（平成 26 年度 36.1%）、「里親は知っていたが、いろいろな種類があることは知らなかった」が 38.1%（平成 26 年度 45.1%）であった。問 29 同様、国や本市の広報啓発等の効果により、里親制度の内容についても、一定理解が広まったと言えるが、養子縁組里親の認知度の上昇に比して、養育里親の認知度の上昇が低いことから、これからも養育里親の制度周知を図っていく必要がある。

	選択項目 (N=423)	回答数	回答数/N
1	養育里親（元の家庭で生活できるまでの数週間から数年、一定期間養育する里親）	169	40.0%
2	養子縁組里親（親が養育できない子どもを養子縁組前提で養育する里親）	231	54.6%
3	専門里親（虐待を受けた子ども・非行・障害のある子どもなどを専門的に養育する里親）	48	11.3%
4	親族里親（親の行方不明などの事情で祖父母やきょうだいなどが子どもを養育する場合）	52	12.3%
5	週末里親（児童養護施設で生活する子どもを週末や長期休みに家庭で過ごさせてくれる里親）	104	24.6%
6	違いはよくわからないが、いろいろな種類があることは知っていた	75	17.7%
7	里親は知っていたが、いろいろな種類があることは知らなかった	161	38.1%



《里親制度の情報源》

問 31. 問 29 で「1 知っている」「2 見たこと（聞いたこと）はあるが、詳しくはわからない」と回答された方に伺います。
 里親制度について知ったきっかけは何ですか。また、市内で里親制度に関する広報・啓発活動の中で、実際に
 目にしたことがあるものはどれですか。 【複数回答可：いくつでも】

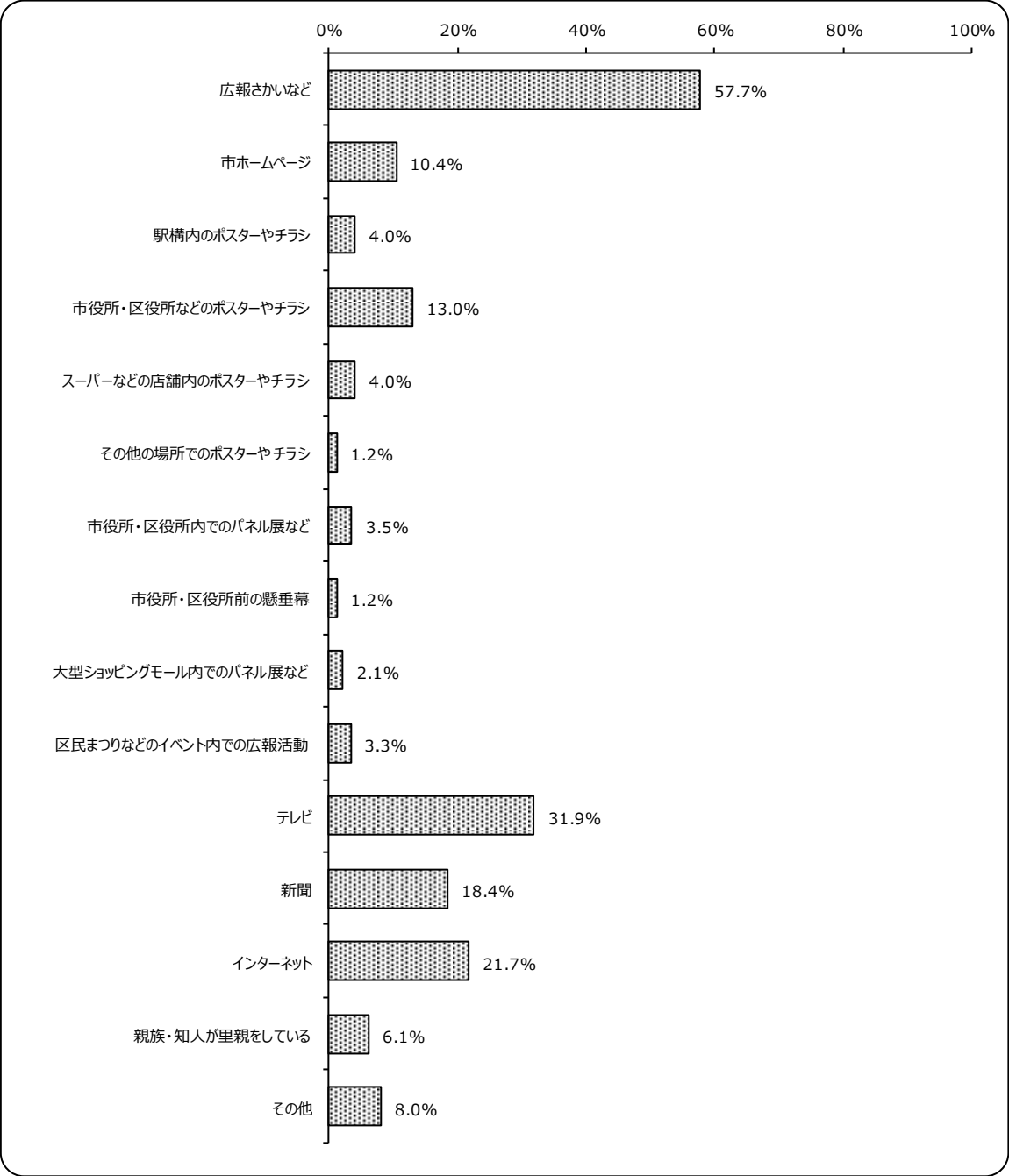
平成 26 年度には、テレビ 69.6%、新聞 47.2%、広報さかい 21.5%と、マスメディアの影響が大きかったが、令和 3 年度では、「広報さかいなど」が 57.7%と最も高く、「テレビ」31.9%「新聞」18.4%を大きく上回った。「市ホームページ」についても、平成 26 年度の 5.9%から 10.4%と増加しており、本市の広報啓発等の効果が出ていると言える。

	選択項目 (N=423)	回答数	回答数/N
1	広報さかいなど	244	57.7%
2	市ホームページ	44	10.4%
3	駅構内のポスターやチラシ	17	4.0%
4	市役所・区役所などのポスターやチラシ	55	13.0%
5	スーパーなどの店舗内のポスターやチラシ	17	4.0%
6	その他の場所でのポスターやチラシ	5	1.2%
7	市役所・区役所内でのパネル展など	15	3.5%
8	市役所・区役所前の懸垂幕	5	1.2%
9	大型ショッピングモール内でのパネル展など	9	2.1%
10	区民まつりなどのイベント内での広報活動	14	3.3%
11	テレビ	135	31.9%
12	新聞	78	18.4%
13	インターネット	92	21.7%
14	親族・知人が里親をしている	26	6.1%
15	その他	34	8.0%

[15 その他]

【主な回答】

- 大学や、講座・研修などを通じて
- 漫画や本など



「里親の実施に必要なもの」

問 32. もしあなたが里親をしたら、何が必要だと思いますか。

【複数選択可：いつでも】

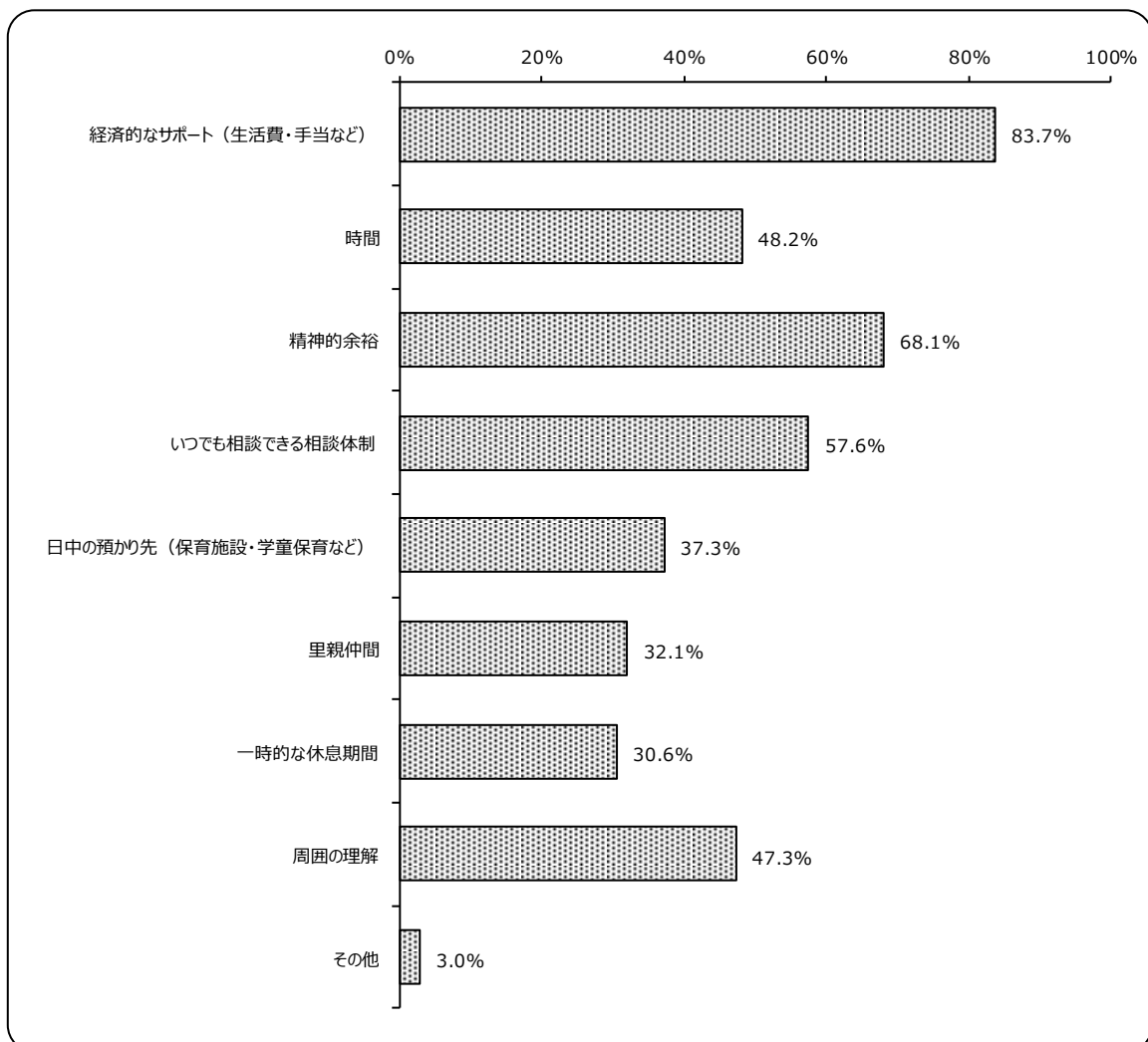
「経済的なサポート（生活費・手当など）」が83.7%と最も高く、次いで、「精神的余裕」が68.1%、「いつでも相談できる相談体制」が57.6%と続いた。「時間」（48.2%）、「周囲の理解」（47.3%）についても、約半数の方が必要だと感じていた。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	経済的なサポート（生活費・手当など）	391	83.7%
2	時間	225	48.2%
3	精神的余裕	318	68.1%
4	いつでも相談できる相談体制	269	57.6%
5	日中の預かり先（保育施設・学童保育など）	174	37.3%
6	里親仲間	150	32.1%
7	一時的な休息期間	143	30.6%
8	周囲の理解	221	47.3%
9	その他	14	3.0%

[9 その他]

【主な回答】

- 体力
- 健康



《里親に必要な広報手法》

問 33. 今後、本市では更なる里親制度の広報活動に取り組みたいと考えています。

具体的にどのような広報が必要だと思いますか。

【自由記述】

【広報する内容について】

- 制度に関心を持ってくれる人を増やすように基本的な情報を広報する。
- 里親制度にも色々な種類があること
- 制度、里親になるための条件、サポート体制、里親になるまでの流れ、補助やサービス、相談先、経験談や実際に要した経費など、具体的な内容
- 収入がいくら以上必要なのか、実子の年齢はいくつでもよいのか、家の間取りや広さはどれぐらい必要なのか、両親共に就業していても良いのか、経済的なサポートはいくらぐらいあるのかなど、どのような家庭であれば里親になれるのかという具体的な内容
- 里親になった場合の市からの支援についての周知
- 実際に育てる時のだいたいの費用やメリットとデメリットなど。
- 育てるには食費や服飾費・医療費いろいろお金がかかるが、全額負担してもらえるのか、保育園等に必ず入れてもらえるのかなど。
- 具体事例を紹介し各々の責任やハードルの高さを解りやすくする。
- 里親を実際に実施した成功例を PR する。
- 実例をあげて、より身近に感じることができるようにする。
- モデルケースの紹介や困ったときの FAQ、サポート窓口の体制紹介。
- 具体的にどんな事をすればよいのか。習い事や病院の受診方法など、その子にどこからどこまで関わっていいのかなど。年齢的な条件。
- 実際に里親をしている人の一日の生活を広報紙で知らせる。また、どんな子どもがくるのかなど。
- 将来はどうなるのかの具体例の提示。
- 里親を求めている子どもたちがどれぐらいいるのか。
- 里親の下にいる子どもの生活や健康状態の様子
- 里親制度を支援する制度や里親を希望している子どもたちの存在、その状況に対する周知。
- 里親をする子が本当の親ではないことに対して抱く感情への対処の仕方や、親としてつらい状況になった時に相談してサポートしてもらえるシステムがあるのかどうか。
- 途中で出来なくなった場合の対処法、やり方など
- 預かる側の家族の考え、気持ち。ある程度の年齢の子どもであれば子どもの意向や考えも知りたい。
- どのような里親制度があり、自分にできることがあるのか、など
- 日常生活の姿、他市での事例、条件、実際の問題や解決事例などを含めた里親制度の詳細
- 里親制度での成功している種類別の実績数等の公表
- 里親になる条件と覚悟の明記
- 公的地位にある人、有名人等の実践具体例の広報

【広報する場所について】

- 病院や電車の中吊り、図書館、市役所でのポスター掲示
- 高齢者が集まる場所
- スーパーマーケットや駅
- 人が集まる祭りやイベント、ショッピングモールなどの商業施設などでチラシ配布、楽しみながら学べる講座の開催

- 公共施設でのチラシ配布
- 市役所でのパネル展やインターネット上での紹介ページの充実
- 児童施設でのイベント開催
- 地域ごとの紹介説明会
- 町会の集まり
- 子どもを欲しいと思っている人向けの広報として、産婦人科でのパンフレット設置
- 広報さかいと市ホームページ

【広報する方法について】

- 多くの人が里親について身近に考えられるような広報
- 里親に興味がある人が参加しやすいワークショップや座談会、ハードルが高くない相談会などの実施
- 里親イベントを企画して PR する。あるいは、市立図書館でのイベントとか。
- 制度の詳細のパンフレット配布、各種イベントでの紹介
- ショッピングセンターですぐに質問できるブースの設置
- 区単位での広報活動、フォーラムなど参加しやすい環境づくり
- 園や学校を通じたチラシの配布
- 公用車への広告掲示
- デジタルサイネージ、電車・バスの車内モニター、大通りの街路灯でのバナー掲示
- 広報さかいに一面を使い載せる。
- 読者自身が里親になれなくても、記事から得た情報を周囲の人に提供することはできるため、広報さかいに里親に関する記事を毎月掲載する。
- 実体験談や相談、サポートの Q&A 等の特集を、広報さかいの別冊版として折込み広告を差し込む。
- 体験型のオリエンテーションの実施
- 見学
- 各家庭にチラシ配布。難しければ、自治会でのリーフレット回覧。
- さまざまな疑問を Q&A 形式で示して広報紙に掲載する。
- 里親講習を受けると謝礼金をもらえる等、市民がもっと関心を持つような広報。
- 里親になれる条件の方に、ダイレクトメールを送る。
- インフルエンサーがアピールする。

【メディア、SNS 等を活用した広報】

- TV、CM 等 マスコミ露出
- テレビや新聞
- ニュースで取り上げてもらう。
- Twitter 等 SNS を使った広報
- テレビやネット動画などで、実際に里親をしている人の体験談やミニドラマを制作。
- 里親を題材になったドラマや、実際の里親へのインタビューなどを YouTube などで配信。
- 利用するための資格や制度についての詳しい内容がわかる説明の動画を YouTube や地域 TV 等で見られるようにする。
- Instagram や LINE などで、興味のある人が追加して、いろんな情報を得られるようにする。
- ネット検索ですぐにヒットして、制度内容の詳細がわかるようにする。
- 里親制度を利用されている方々の実態に迫る動画で、自分事のように感じられる工夫をする。

- リアルな状況を見せること。子ども目線になった CM 等を作り気持ちを動かす。

【漫画を活用した広報】

- 手軽に漫画で PR してほしい。
- 実際に里親になった人の体験記を漫画にしたもの。
- 漫画にして病院や公共施設、学校に配付、市のサイトに掲載。
- 実話に基づいた里親としての日常をアニメや漫画にすることで、里親としての疑似体験をする機会を作る。

【他機関と連携した広報】

- 学校や自治会がボランティアをして身近な存在にする。
- 自治会の会議に出向いて現状説明をしたうえで、広報や募集を依頼する。
- 学校教育の中で紹介する。
- 学生・高校生・中学生・小学生を対象とした教育現場での広報

【広報する対象について】

- 子育てが一段落した世代・家庭、子育てというものを経験した世代・家庭に積極的に働きかけるべき。
- 里親制度を利用する見込みがありそうな人にターゲットを絞った広報活動
- 大学等での公開講座、大学生・高校生等をはじめとする若い世代
- 時間や精神的余裕のある方々

【体験談】

- 実際に里親をしている方の体験談や親子関係などの経過やその後を具体的に知ることができるもの。
- 里親となって良かったこと、困ったこと、助けになってくれた相談体制等が知りたい。
- 里親になっている方の話や里親を見つける仕事に携わっている方の話を聞く場を設け、色んな里親がいる事を知ってもらう機会を増やす。
- 実際に里親をしている方の実感ややりがいなどを広報する。
- 里親制度の中で育った経験のある方々の経験談
- 実際里親をしている人や、里親に育てられた人のインタビューを定期的に掲載。

【その他】

- 家族が増えるので居住スペースが必要となるため、泉北ニュータウンなどに里親が優先的にかつ安価で入居出来る補助制度を作る。
- 預かった子どもに何かあった時に、できるだけ里親に負担にならないような制度を作り、広報する。
- 個人でなく地域としての取り組みも必要。
- 制度の理解を深めることが出来る環境作り
- 勉強会や登録のための面接を平日の夜や休日に実施し、ハードルを低くする。
- 里親教室の開催
- イメージアップキャンペーン
- ボランティアをたくさん募集して里親を身近な存在にする。

(4) SDGs（エネルギーをみんなにそしてクリーンに、気候変動に具体的な対策を）について

本市では、地球温暖化や気候変動などの現状を踏まえ、脱炭素の実現に向けて、戸建て住宅への太陽光パネルの導入支援などの地球温暖化対策の在り方について検討しています。

そのために、本市の地球温暖化対策に対する認知度や利用意向などを把握したいと考えています。

「環境に配慮した住宅の購入意向」

問 34. 住宅を新築・改築する際に、太陽光発電設備・蓄電池の設置など環境に配慮した設備を導入したいと思いませんか。「4 導入したいと思わない」と回答された方は、その理由を記入してください。 【選択は 1 つ】

導入に対して積極的または検討すると回答した割合は約 73%であり、環境に配慮した住宅への関心が高い。

導入したいと思わない理由として初期費用及びメンテナンス費用をあげた割合は約 41%と半数近くである。

2020 年の初期費用の平均値は 28.6 万円/kw で、2012 年の平均値の 46.5 万円/kw と比較して約 6 割となっており、年々低下傾向であるものの、設備の導入の阻害要因となっていることから更なる価格低減が求められる。（価格平均値は「令和 3 年度以降の調達価格等に関する意見」調達価格等算定委員会 出典）

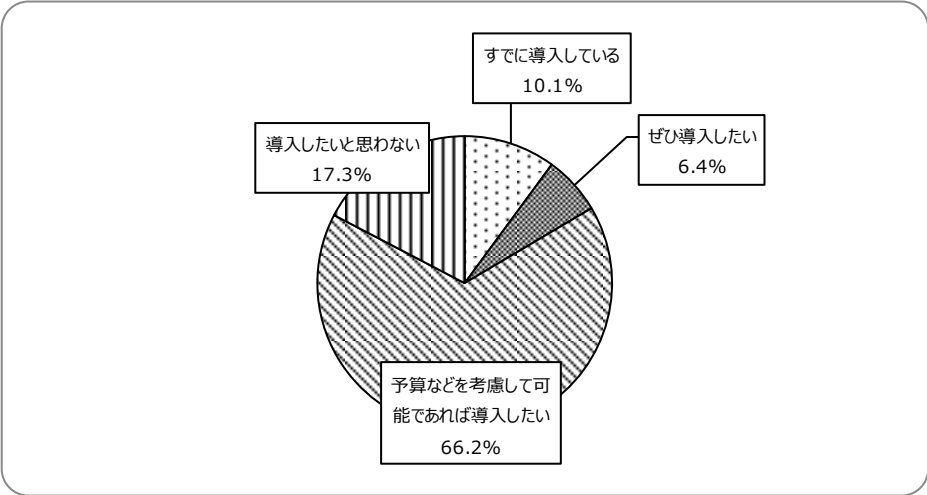
また、「本当に環境に対する負荷が低いのかかわからない」といった環境面でのメリットを疑問視する回答もあり、カーボンニュートラルへの取組として再生可能エネルギーを導入することの有効性を、行政が更に周知していく必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	すでに導入している	47	10.1%
2	ぜひ導入したい	30	6.4%
3	予算などを考慮して可能であれば導入したい	309	66.2%
4	導入したいと思わない	81	17.3%
	計 (回答総数)	467	100.0%

[導入したいと思わない理由]

【すべての回答】

- 賃貸住宅もしくは集合住宅だから。
- 初期費用やメンテナンス等維持管理費用
- 新築、改築の予定がない。
- 高齢のため。
- 環境面を含め必要ない、環境面のメリットがない・少ない、メリットが不明。
- メリットよりデメリットがある・多い。
- 災害時に被害にあう。
- 住宅や屋根への負荷がある。
- 公的な導入支援や修理費用の支援がない。
- 屋根の面積等が設置に不向き。
- 廃棄問題
- 施工への不安
- 太陽光パネルを見てセールスマンが来ると聞いた。
- うさんくさい
- 現在の家で住むのが長くないため。
- コストを広く電気代に上乗せして、無理やり太陽光を普及させている感じがする。
- 地球温暖化はしていないし、化石燃料は豊富に有る。地球全体の温度は気づかないぐらいしか上がっていないし、地球誕生時大気中の CO₂ は 95% で現在 0.04%。地下に化石燃料として残っている。



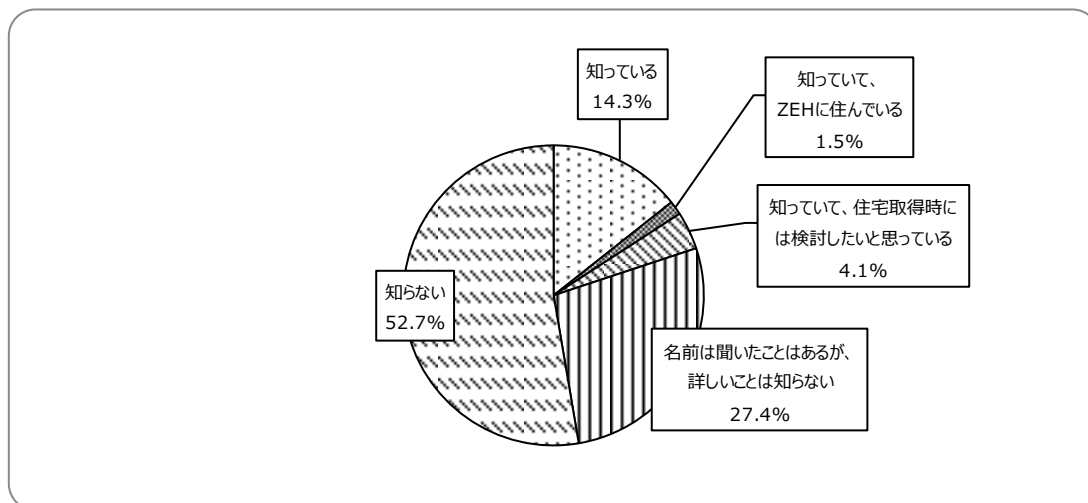
「ZEH の認知度」

問 35. ZEH (ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス) (※10) について知っていますか。 【選択は 1 つ】

(※10) ZEH とは外皮の断熱性能を大幅に向上させ、高効率機器による省エネルギー、太陽光発電などの創エネルギー機器を組み合わせることで年間の一次エネルギー消費量の収支がゼロとする住宅

ZEH について「知っている」、「知っていて ZEH に住んでいる」、「知っていて、住宅購入時には検討したいと思っている」と興味を持ち、積極的に知識を得ている方の割合が約 2 割であった。一方、「知らない」と回答された方が半数以上となっている。また、「名前は聞いたことがあるが、詳しいことは知らない」を加えると 8 割となることから場面を問わず更なる周知が必要である。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っている	67	14.3%
2	知っていて、ZEHに住んでいる	7	1.5%
3	知っていて、住宅取得時には検討したいと思っている	19	4.1%
4	名前は聞いたことはあるが、詳しいことは知らない	128	27.4%
5	知らない	246	52.7%
	計 (回答総数)	467	100.0%



《水素のイメージ》

問 36. あなたの水素に対するイメージはどのようなものですか。

【複数選択可：いくつでも】

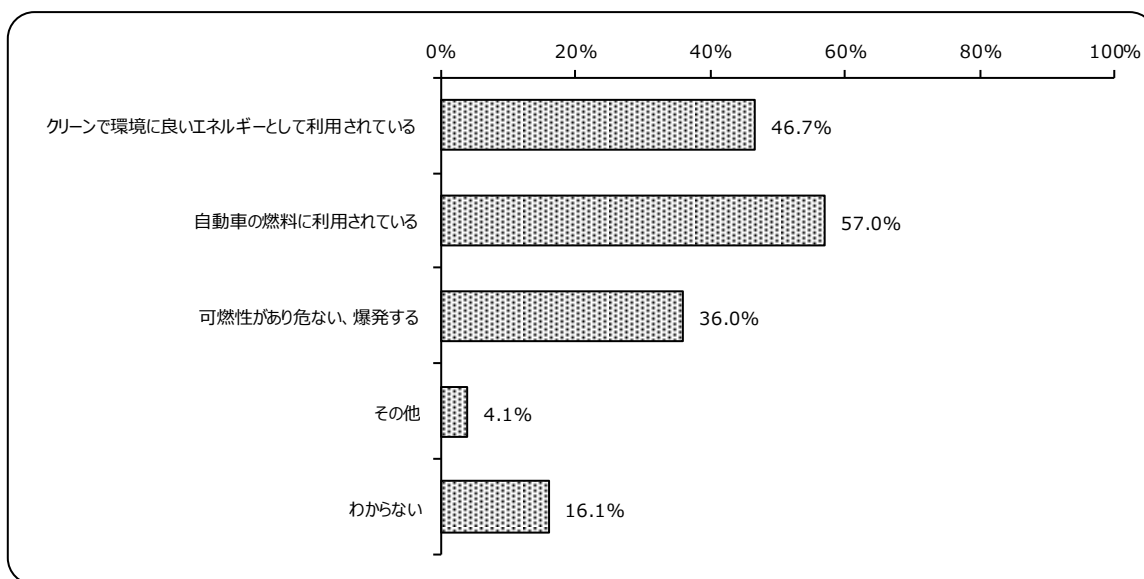
クリーンで環境に良いエネルギーや自動車の燃料という認識を持っている方が半数程度いる。
 エネルギーとしてのイメージよりも、可燃性を持ち爆発するといったマイナスのイメージを持つ方も 36.0%いる。
 また、「わからない」と回答された方が 16.1%いることから、燃料電池自動車や燃料電池など、水素エネルギーの活用はカーボンニュートラルの実現に向けた取組として有用であることを周知する必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	クリーンで環境に良いエネルギーとして利用されている	218	46.7%
2	自動車の燃料に利用されている	266	57.0%
3	可燃性があり危ない、爆発する	168	36.0%
4	その他	19	4.1%
5	わからない	75	16.1%

[4 その他]

【主な回答】

- 現状では製造コストが高い。
- 水素水
- 元素の性質



「再生可能エネルギー100%の電気の利用意向」

問 37. 脱炭素社会に注目が集まる中、再生可能エネルギー（※11）100%の電気を導入する企業、自治体が増えており、個人向けに再生可能エネルギー100%の電気を販売する電力会社が増えてきています。再生可能エネルギー100%の電気の利用について、次のうちあなたにあてはまるものはどれですか。【選択は1つ】

（※11）再生可能エネルギーとは石油や石炭などの化石エネルギーではなく、太陽光や風力、地熱など自然の活動によって絶えず再生・供給されており環境にやさしく、地球温暖化対策にも役立つエネルギー。

「既に利用している」、「利用していないが、現状の電気代と変わらないのであれば利用したい」、「利用していないが、現状の電気代より1割程度料金が高くなるとしても利用したい」の回答の合計が約7割であった。このことから、再生可能エネルギー100%の電気の価格が現在利用している電力の価格と同程度になることで、利用の導入促進を見込める。

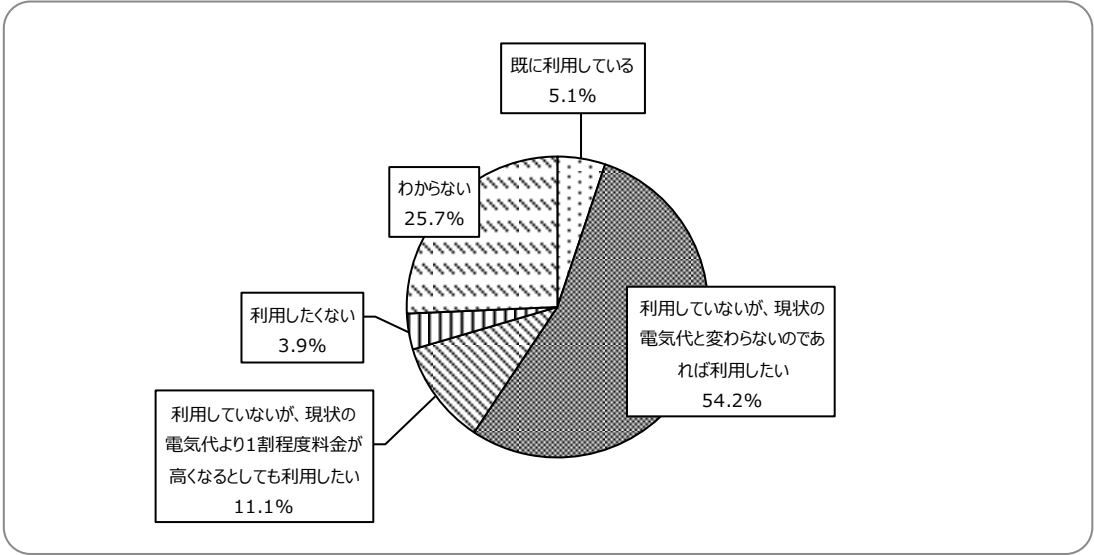
また、「利用したくない」理由は、価格が高いという意見と電力供給が不安定であるという意見が比較的多かった。電力供給が不安定であるということについては、電力会社の方で安定して送配電しているため、一般の電気の安定性と相違ないことを周知する必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	既に利用している	24	5.1%
2	利用していないが、現状の電気代と変わらないのであれば利用したい	253	54.2%
3	利用していないが、現状の電気代より1割程度料金が高くなるとしても利用したい	52	11.1%
4	利用したくない	18	3.9%
5	わからない	120	25.7%
	計 (回答総数)	467	100.0%

[4 利用したくない]

【回答一覧】

- 他の方法との兼ね合い必要。
- 利用するかどうか検討中。
- 高くなる。
- 費用がかかる。
- 割高になる。
- 経費がかかり得かが不明。
- 金銭的に余裕がない。
- 不安定でコストが高い。
- 料金が割高かつ、安定供給が現段階の技術では難しいと言われている。現状で利用を検討することはできない。
- 環境によって不安定な気がするから。
- 現状の再生可能エネルギーでは電力の安定供給ができないため。
- 本当に自然にやさしいのかどうか。
- 税金が上がると考えるから。電気、水素は生成するときに二酸化炭素排出しているからエコではない。
- 地球温暖化の解決になるか疑問。
- 化石燃料や原子力発電を続けていくことが問題と思っていない(よくない理由を知らない)ため。再生可能エネルギーを導入すべきは日本よりも他の大国にあるべきと思うため。
- 再生可能エネルギー100%にした時の弊害がないか？現段階では分かっていないと思う。
- 再生可能エネルギー100%自体に賛同できないから。
- 面倒



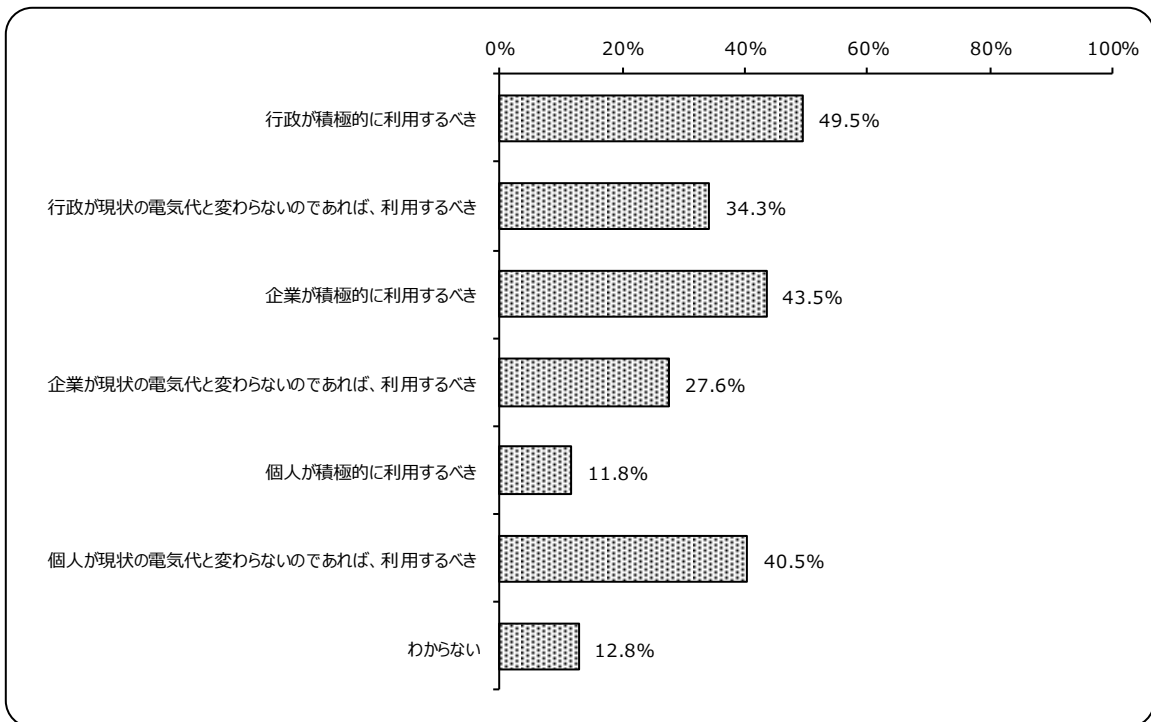
「再生可能エネルギー電気の取組に対する意見」

問 38. 再生可能エネルギーを利用した電気は化石燃料を使用せず、発電時に CO₂ を出さないことから地球温暖化対策に繋がります。一方、天候等に左右され発電量が不安定であり、利用コストが一般の電気と比べ割高であり、普及が進みにくいという課題があります。行政や環境問題に取り組む企業などでは、再生可能エネルギー電気を積極的に利用し、企業価値の向上につなげようという動きがあります。今後、再生可能エネルギーの利用についてだれがどのように取り組むべきと思いますか。 【複数回答可：いくつでも】

「行政が積極的に利用すべき」(49.5%)、「企業が積極的に利用すべき」(43.5%) との意見がそれぞれ回答総数の 4 割以上を占めている。

「個人が積極的に利用すべき」の意見は 11.8% であるが、「個人が現状の電気代と変わらないのであれば、利用すべき」の意見は 40.5% であり、再生可能エネルギー電気の利用コストが一般の電気料金まで低減すれば積極的な利用につながる。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	行政が積極的に利用すべき	231	49.5%
2	行政が現状の電気代と変わらないのであれば、利用すべき	160	34.3%
3	企業が積極的に利用すべき	203	43.5%
4	企業が現状の電気代と変わらないのであれば、利用すべき	129	27.6%
5	個人が積極的に利用すべき	55	11.8%
6	個人が現状の電気代と変わらないのであれば、利用すべき	189	40.5%
7	わからない	60	12.8%



◀環境に配慮した行動▶

問 39. あなたが普段実践している、または今後実践しようとしている環境に配慮した取組は次のうちどれですか。

【複数回答可：いくつでも】

実践している、または今後実践しようとしている環境に配慮している取組として多くの方が挙げられた内容は、「エコバッグの利用」、「LED 照明の使用」などの初期費用が低価格で運用・維持費用があまりかからない、もしくは取り組むことで運用・維持費用が軽減される取組や、「マイボトルの利用」、「食品ロス削減」などの無駄を削減することで経費削減できる取組、利用しないことで経費が削減される取組であった。

逆に「太陽光発電などの導入」、「再生可能エネルギー電気の購入」など、初期費用が高価格であったり、取り組むことで現状よりも経費が上がる内容については選択が少なかった。

環境に配慮した取組を市民に普及するには、初期費用が低価格なものや経費削減につながる取組、太陽光発電の導入などの初期費用が高価格であっても長く利用することで得られるメリットについて広く伝える必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	外出時はマイボトルを使用し、プラスチック容器抑制に取り組んでいる	276	59.1%
2	日々の買い物にはエコバッグを利用している	375	80.3%
3	食べ残しをしない、食材を無駄にしないなど食品ロスの削減に取り組んでいる	316	67.7%
4	エコカー（電気自動車、プラグインハイブリッド車、燃料電池自動車）を所有している	44	9.4%
5	次に車を買替える際は、エコカーにする予定	71	15.2%
6	近距離の移動は自動車を極力使わず自転車、徒歩を優先している	213	45.6%
7	電力会社から再生可能エネルギーでつくられた電気を購入している	9	1.9%
8	光熱水費、使用量を前年同月と比べ毎月チェックしている	140	30.0%
9	省エネ家電を優先的に選んで購入している	109	23.3%
10	照明はLEDを使用している	247	52.9%
11	二重窓や断熱サッシを導入している	83	17.8%
12	太陽光発電や太陽熱温水器を導入している	37	7.9%
13	その他	9	1.9%
14	特に何も実践していない	26	5.6%

[13 その他]

【主な回答】

- 3R を実施している。
- 夏に遮光カーテンを使用することで部屋の温度が高くないよう工夫している。

