

# 令和 3 年度

## 第 2 回 市政モニターアンケート報告書

テーマ

1. 上下水道局の取組について
2. SDGs について
3. 文化芸術について
4. スポーツ活動・運動習慣について
5. 広報広聴活動について

**堺市 市長公室 広報戦略部 市政情報課**

# 目 次

■ 調査概要 .....	1
■ 回答者属性 .....	4
■ 調査結果 .....	5
1. 上下水道局の取組について	
(1) 身近な上下水道について .....	5
«堺市指定工事業者» .....	5
(2) 災害・地震対策について .....	6
«災害・地震対策の認知度» .....	6
«応急給水の場所» .....	7
«内水ハザードマップ» .....	8
«集合住宅における備蓄の重要性» .....	9
«家庭での備蓄状況» .....	10
«飲料水を備蓄していない理由» .....	11
«ローリングストック» .....	12
(3) 水道・下水道事業の経営・料金について .....	13
«上下水道事業の経営» .....	13
«将来見込まれる収入減少» .....	14
«上下水道局スマホアプリ「すいりん」» .....	15
«上下水道局スマホアプリ「すいりん」を使っている理由» .....	16
«上下水道局スマホアプリ「すいりん」を使っていない理由» .....	17
(4) 上下水道局の広報について .....	18
«上下水道局のホームページ» .....	18
«上下水道局からのお知らせ» .....	19
(5) 上下水道局の取組の満足度について .....	21
«上下水道局の取組の満足度» .....	21
2. SDGs について	
(1) SDGs（全体）について .....	24
«SDGs の認知度» .....	24

「SDGs の情報源」	25
「SDGs を意識した行動の実践」	27
「SDGs を意識した具体的な行動」	28
「これから実施したい SDGs を意識した行動」	30
「SDGs のアイデア」	32
「企業に期待する取組」	38
「SDGs 製品・サービスの利用」	40
(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	41
「移動サービスの利用意向」	41
「移動サービスの利用料金」	43
「新しい移動手段の利用意向」	45
「新しい移動手段の利用料金」	47
(3) SDGs (パートナーシップで目標を達成しよう) について	49
「里親制度の認知度」	49
「里親の種類」	50
「里親制度の情報源」	51
「里親の実施に必要なもの」	53
「里親に必要な広報手法」	54
(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	57
「環境に配慮した住宅の購入意向」	57
「ZEH の認知度」	59
「水素のイメージ」	60
「再生可能エネルギー100%の電気の利用意向」	61
「再生可能エネルギー電気の取組に対する意見」	63
「環境に配慮した行動」	64

### 3. 文化芸術について

(1) 本市の文化的環境について	66
「本市の文化的環境に対する満足度」	66
(2) 文化芸術活動について	67
「堺市博物館へ行った回数」	67
「文化芸術活動の実施の有無」	68

«文化芸術活動を通じた国際交流の有無» .....	69
«文化芸術活動をしない理由» .....	71
(3) 本市の歴史文化資源と文化芸術事業について .....	73
«堺の歴史文化資源に対する誇りの有無» .....	73
«世界に誇れる堺の歴史文化資源» .....	74
«本市の文化芸術事業の認知度» .....	76
(4) 文化芸術に関する施設の利用について .....	78
«文化芸術に関する施設利用» .....	78
4. スポーツ活動・運動習慣について	
(1) 運動やスポーツの活動状況について .....	81
«実施頻度» .....	81
«実施時間» .....	82
«実施場所» .....	84
«実施形態» .....	86
«運動・スポーツを実施できなかった理由 1 » .....	88
«運動・スポーツを実施できなかった理由 2 » .....	90
«実施理由» .....	92
«運動やスポーツを始めたきっかけについて» .....	94
«コロナ禍における運動やスポーツの頻度» .....	96
«コロナ禍における実施環境の変化» .....	97
«大規模スポーツの影響について» .....	99
«運動やスポーツ以外の趣味・娯楽について» .....	100
(2) 「みる」スポーツへの関心について .....	102
«スポーツ観戦について» .....	102
«堺ゆかりのトップレベルチーム» .....	103
(3) スポーツボランティアについて .....	104
«スポーツボランティアについて» .....	104
«スポーツボランティア活動について» .....	105
(4) スポーツに関する情報について .....	108
«情報の取得経路» .....	108
«希望する情報について» .....	110

## 5. 広報広聴活動について

（1）市政情報の入手について.....	111
«市政情報の入手方法».....	111
（2）広報さかいについて.....	113
«読む頻度».....	113
«特集記事内容に対する関心度».....	115
«読みやすさ».....	116
«知りたい情報の見つけやすさ».....	117
«広報さかいで利用する情報».....	118
«リニューアル後の広報さかいについて».....	120
«配布方法».....	123
«広報さかいの市ホームページなどでの閲覧».....	124
«読まない理由».....	125
（3）堺市くらしのガイドブックについて.....	126
«利用頻度».....	126
«利用しない理由».....	129
（4）市ホームページについて.....	130
«閲覧経験».....	130
«利用しやすさ».....	131
«利用しにくい理由».....	132
（5）堺市の公式 SNS について.....	133
«市政情報を得たい SNS の種類・内容».....	133
（6）広聴について.....	136
«市政への提案箱の認知度».....	136
«パブリックコメント制度の認知度».....	137
«パブリックコメント制度で意見を提出しない理由».....	138
（7）「市民の声」の公表について.....	139
«「市民の声 Q&A」の認知度».....	139
«「市民の声 Q&A」の理解度».....	140

## ■ 調査概要

### 1. 趣旨目的

#### (1) 上下水道局の取組について

上下水道局では、水需要の減少に伴う収入の減少が見込まれるなか、将来にわたって安全安心なライフラインを守っていくため、平成 28 年 3 月に「堺市水道ビジョン」「堺市下水道ビジョン（改定版）」を策定し、効果的・効率的な事業運営を進めています。

また、当ビジョンでは、お客さまに信頼される事業運営をめざし、広報広聴の取組を強化することを目標としています。

令和 3 年度は、これまでの市政モニターアンケート結果や令和 2 年度に実施した市民 WEB アンケート結果などを踏まえ、上下水道局情報誌（保存版）の作成・配布をはじめ、ホームページや SNS での情報発信の強化に取り組んでいます。

今回のアンケートでは、上記の取組の結果、上下水道事業に関する認知度や満足度がどのように変化しているかを確認させていただき、今後の経営戦略や広報広聴体制に反映させるため実施するものです。

#### (2) SDGs について

最近、「SDGs」という言葉をよく見聞きしませんか。全ての人が幸せであり続けるために、より良い未来に向けてみんなで取り組む目標のことを言います。

皆様がお住まいの堺市は、国から SDGs 未来都市に選定（2018 年）を受けており、SDGs の達成に貢献すべく、さかい SDGs 推進プラットフォームや高校生との SDGs 課題研究の実施など、様々な取組を進めています。

このアンケートでは、SDGs についての市民の皆様の意識や意見を調査し、今後の SDGs の取組に活用していきたいと考えています。

#### (3) 文化芸術について

本市では、自らのまちを愛する心を共有し、誇りに感じることのできる「文化芸術創造のまち堺」をめざし、文化芸術の振興に関する施策を進めているところです。

今回のアンケートは、本市における文化芸術振興について市民の皆様のご意見を伺うことで、令和 3 年 2 月に策定した「第 2 期堺文化芸術推進計画」の目標の達成度などを把握し、同計画の検証・評価に活用するものです。

#### (4) スポーツ活動・運動習慣について

今回のアンケートは、新型コロナウイルス感染症の影響により社会情勢や市民の生活様式が大きく変化するなか、スポーツ活動・運動習慣に関する市民の意識や実践状況、施策ニーズなどを把握し、今後のスポーツ施策を考える上での基礎資料とするために実施するものです。

## **(5) 広報広聴活動について**

本市では、市民に開かれた市政、市民協働による都市の活性化を進めるため、さまざまな広報広聴活動に取り組んでいます。現在、「広報さかい」「堺市ホームページ」「堺市くらしのガイドブック」などの各種媒体を用いた広報活動及び「市政への提案箱」「市政モニター」「パブリックコメント制度（意見募集制度）」などの広聴活動を行い、広く市民と行政をつなぐ活動を行っております。

今回のアンケートでは、本市の広報広聴活動についての皆様の意識や意見を調査し、今後の広報広聴活動の充実に活用していきたいと考えております。

## **2. 調査期間**

令和3年12月3日（金）～令和3年12月16日（木）

## **3. テーマ担当課**

### **(1) 上下水道局の取組について**

上下水道局 経営企画室

### **(2) SDGs について**

市長公室 政策企画部 計画推進担当

### **(3) 文化芸術について**

文化観光局 文化部 文化課

### **(4) スポーツ活動・運動習慣について**

文化観光局 スポーツ部 スポーツ推進課

### **(5) 広報広聴活動について**

市長公室 広報戦略部 広報課、市政情報課

## **4. 調査方法**

### **(1)対象**

市内在住・在勤・在学の18歳以上の方で、公募による市政モニター

### **(2)人数**

492人

### **(3)調査方法**

インターネットを通じたアンケート回答

### **(4)回収率**

調査対象者492人に対して、有効回収数467人 回収率94.9%となった。

## 5. 報告書の見方

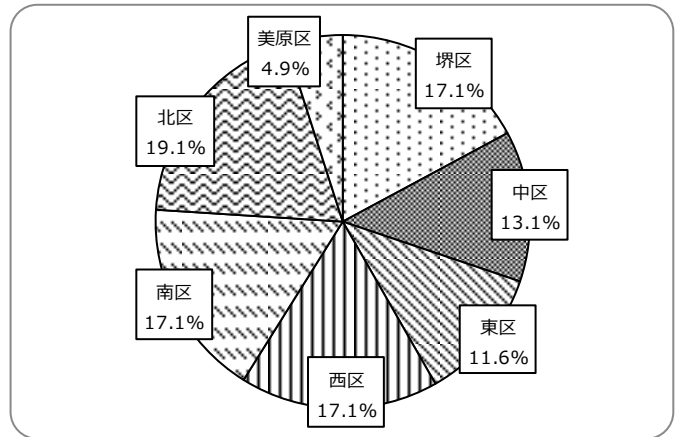
- (1)本調査の集計分析対象とした調査票総数は 467 である。数表中の N は比例算出の基礎となる回答者総数を表している。
- (2)個々の選択肢比率を合算する場合は、個々の回答数の合計を N で除して百分率を求め、小数点第 2 位を四捨五入した。このため、個々の比率の合計が 100%にならない場合がある。
- (3)アンケートへの回答は、単数回答と複数回答を求めた設問があり、複数回答を求めた設問では、比率の合計が 100%を超える。
- (4)「その他記述」及び「自由回答」に関しては、紙面の都合上、主な内容を集約、抜粋して掲載した。



## ■ 回答者属性

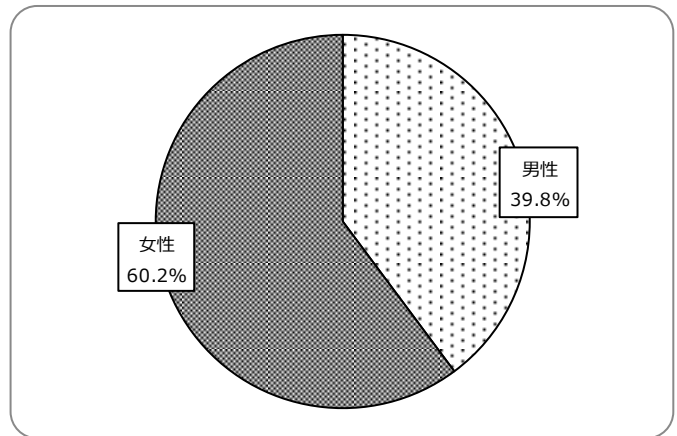
居住区別		回答数	構成比
1	堺区	80	17.1%
2	中区	61	13.1%
3	東区	54	11.6%
4	西区	80	17.1%
5	南区	80	17.1%
6	北区	89	19.1%
7	美原区	23	4.9%
計		467	100.0%

居住区別



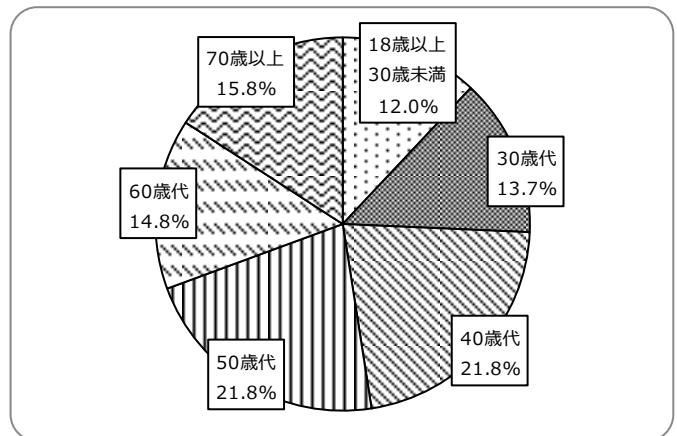
性別		回答数	構成比
1	男性	186	39.8%
2	女性	281	60.2%
計		467	100.0%

性別



年齢層別		回答数	構成比
1	18歳以上30歳未満	56	12.0%
2	30歳代	64	13.7%
3	40歳代	102	21.8%
4	50歳代	102	21.8%
5	60歳代	69	14.8%
6	70歳以上	74	15.8%
計		467	100.0%

年齢層別



## ■ 調査結果

### 1. 上下水道局の取組について

#### (1) 身近な上下水道について

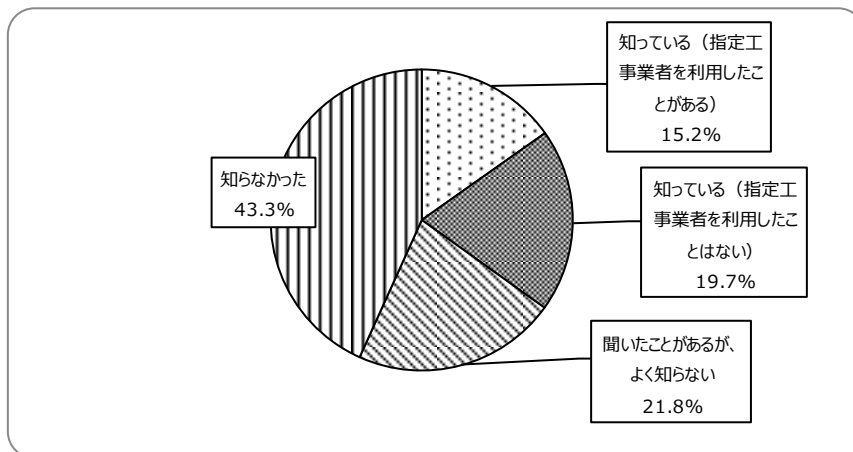
##### ◀堺市指定工事業者▶

問 1. 水道工事や排水設備工事を行う場合、堺市指定の工事業者に施工させなければならないと法や条例で定められています。このことを知っていますか。 【選択は1つ】

「知らなかった」が 43.3%、「聞いたことがあるが、よく知らない」が 21.8%、「知っている（指定工事業者を利用したことはない）」が 19.7%、「知っている（指定工事業者を利用したことがある）」が 15.2%となった。

堺市指定工事業者についての注意喚起は、継続して Twitter などでも PR している。また、令和 3 年度は 10 月～11 月に水道契約者へ配布した情報誌でも掲載したが、依然として認知度が低いことから、問 15「上下水道局からのお知らせ」の結果を参考に、広報さかいや上下水道局スマホアプリすいりんなどを活用して PR の幅を広げる必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っている（指定工事業者を利用したことがある）	71	15.2%
2	知っている（指定工事業者を利用したことはない）	92	19.7%
3	聞いたことがあるが、よく知らない	102	21.8%
4	知らなかった	202	43.3%
	計（回答総数）	467	100.0%



(2) 災害・地震対策について

≪災害・地震対策の認知度≫

問 2. 次の(1)～(4)は、上下水道局が災害・地震対策として重点的に取り組んでいる内容です。

これらについて、知っているものはどれですか。以下の文章をお読みいただいたうえでお答えください。

【複数選択可：いくつでも】

(1)上下水道施設の耐震化

地震発生時でも指定避難所の水道や下水道を使用できるようにするため、病院や指定避難所までの水道管やその下流の下水道管、及び、配水場や下水処理場などの基幹施設の耐震化を優先的に進めていること。

(2)避難所でのトイレ機能の確保

災害発生時における指定避難所のトイレ機能の確保のため、市内すべての小学校にマンホールトイレを整備していること。

(3)避難所での給水設備

給水タンク車から水道水を一時的に貯留し配布するため、組立式簡易給水コンテナを市内すべての小学校に整備していること。

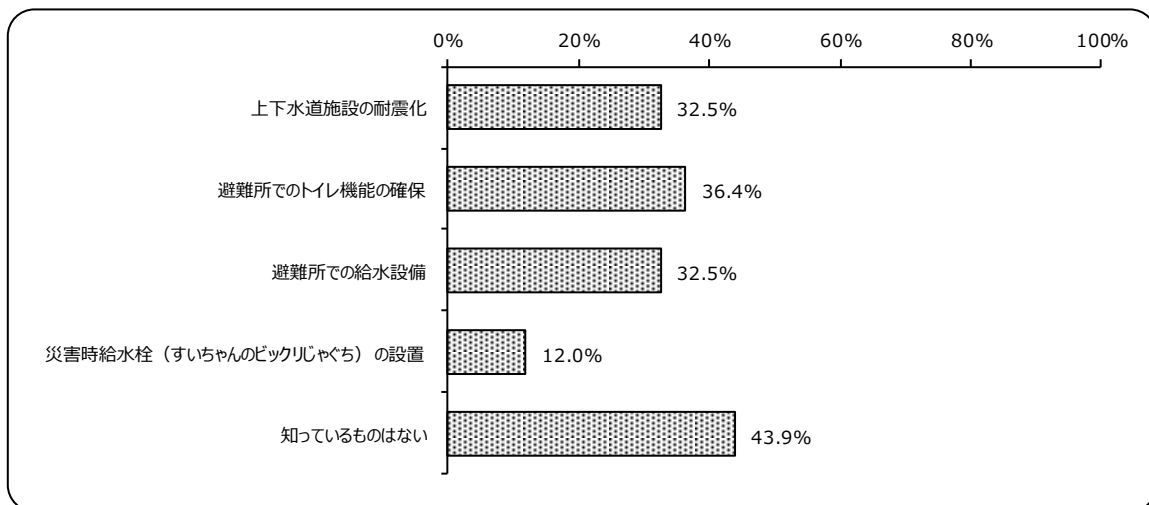
(4)災害時給水栓（すいちゃんのビックリじゃぐち）の設置

指定避難所となる小学校に、災害発生による避難所内の水道設備の破損や停電などに備え、すいちゃんのビックリじゃぐち（ベンチ型の収納ボックスに、仮設蛇口や給水ホースなどを格納している災害時用の給水設備）を設置していること。

各項目の「知っている」と回答した割合は、「上下水道施設の耐震化」が 32.5%、「避難所でのトイレ機能の確保」が 36.4%、「避難所での給水設備」が 32.5%、「災害時給水栓（すいちゃんのビックリじゃぐち）の設置」が 12.0%となっている。

各項目とも継続して積極的に広報を進めていく必要があるが、比較的新しい施策である「災害時給水栓（すいちゃんのビックリじゃぐち）の設置」については特に認知度が低いため、広報マンガや Twitter、YouTube を活用するなど重点的に広報する必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	上下水道施設の耐震化	152	32.5%
2	避難所でのトイレ機能の確保	170	36.4%
3	避難所での給水設備	152	32.5%
4	災害時給水栓（すいちゃんのビックリじゃぐち）の設置	56	12.0%
5	知っているものはない	205	43.9%



「応急給水の場所」

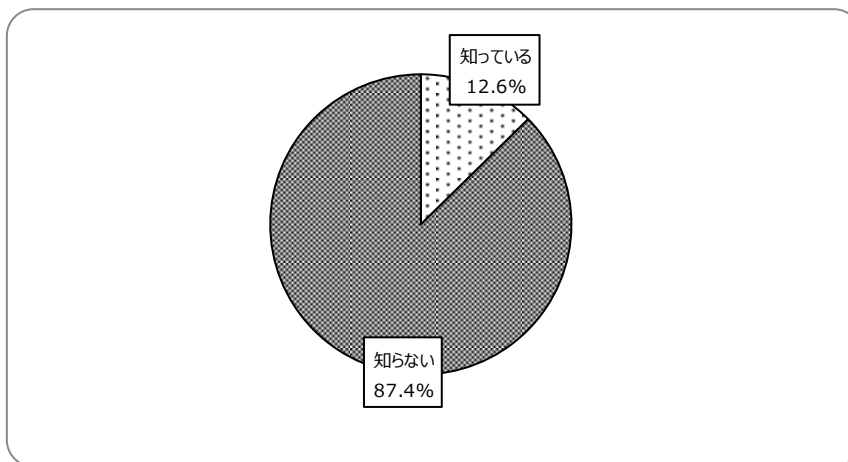
問 3. 大規模地震が発生して市内全域で断水した場合、全面復旧には 25 日以上かかります。

まずは病院などへの応急給水を優先するため、市民の皆様への応急給水は発災から 1 週間程度かかる恐れがあります。その場合、応急給水がどこで行われるか知っていますか。 【選択は 1 つ】

「知らない」が 87.4%、「知っている」が 12.6%となっている。

これまで応急給水が指定避難所で行われることについての広報は、災害対策や水の備蓄の啓発の中で行ってきたが、応急給水場所がほとんど認識されていない結果を踏まえ、災害時給水栓と併せて、広報マンガや Twitter 等を活用して重点的に広報する必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っている	59	12.6%
2	知らない	408	87.4%
	計 (回答総数)	467	100.0%



「内水ハザードマップ」

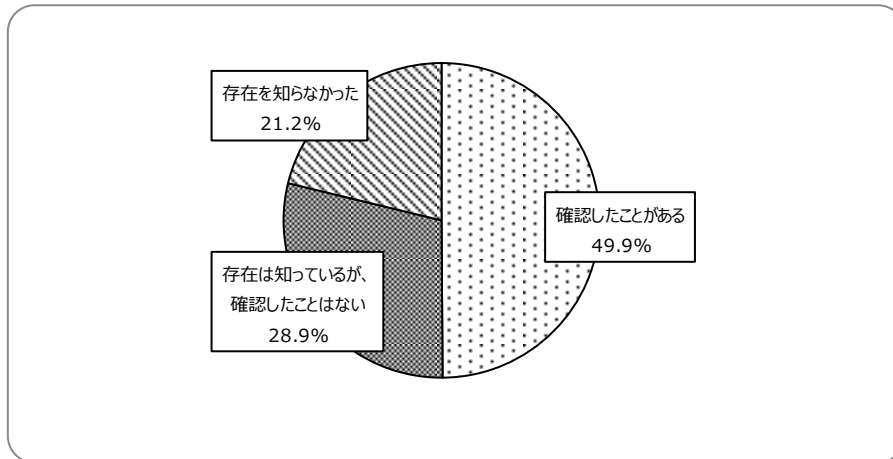
問 4. ゲリラ豪雨などの風水害発生時に、市民の皆様が迅速・的確に避難することができるように「内水ハザードマップ」を作成しています。これを確認したことがありますか。 【選択は 1 つ】

「確認したことがある」が 49.9%、「存在は知っているが、確認したことはない」が 28.9%、「存在を知らなかった」が 21.2%となっている。また、居住区域別の「確認したことがある」と回答した割合は、西区（60.0%）東区（53.7%）堺区（52.5%）中区（52.5%）北区（46.1%）南区（40.0%）美原区（39.1%）となっており、居住区域により風水害への危機意識に差がある。

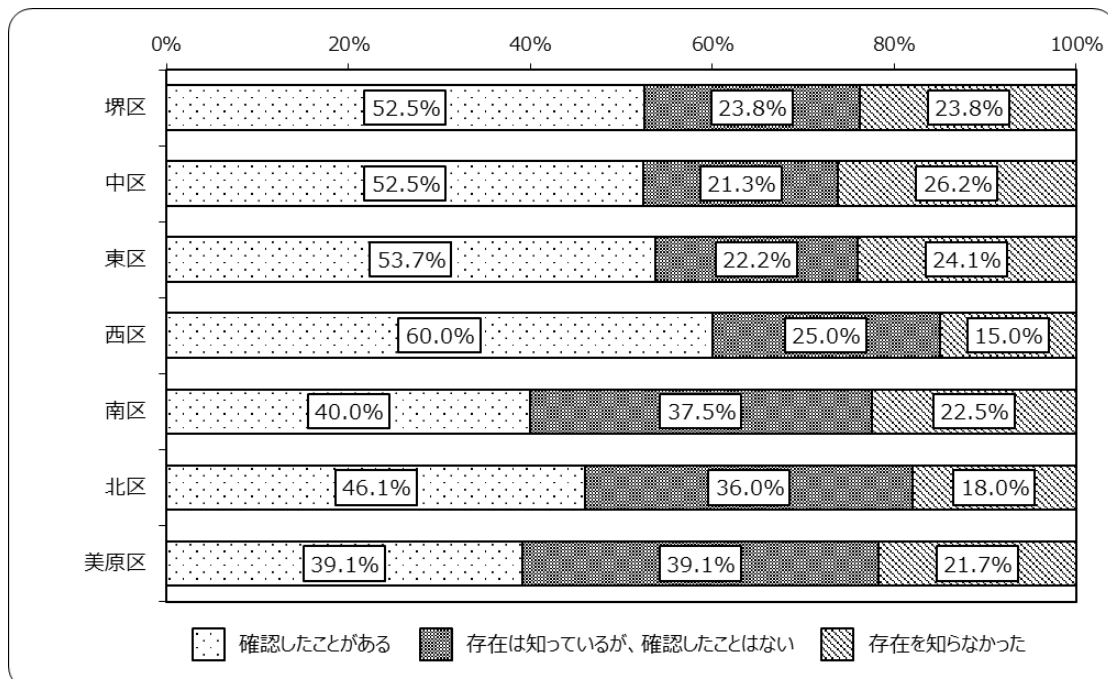
認知度の低い区は、特に早めの避難を必要とする高齢者を中心に認知して危機意識を持っていただくため、広報ツールや手法を検討し、情報発信する必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	確認したことがある	233	49.9%
2	存在は知っているが、確認したことはない	135	28.9%
3	存在を知らなかった	99	21.2%
	計 (回答総数)	467	100.0%

「全体」



「区域別」



《集合住宅における備蓄の重要性》

問 5. 多くの集合住宅では、電力を使用したポンプを使って各階に水道水を送っています。台風などで停電が発生した場合、このポンプなどが停止することで、水道管に異常がなくても各住戸内の水が出ないことがあります。ポンプなどの管理は断水対応も含め集合住宅の管理者（管理組合、所有者など）が行います。上下水道局は、応急復旧を最優先とするため、応急給水などの個別対応はしません。そのため、断水が解消するまで、水が手に入らないことがあります。

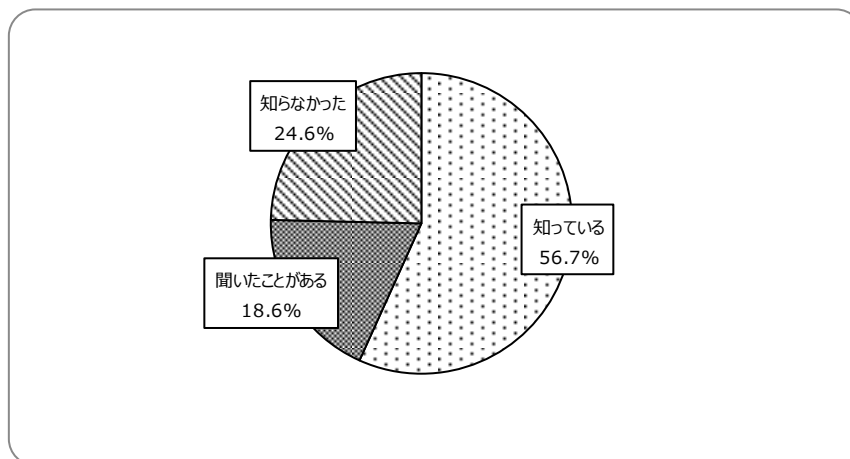
停電に備えて水の備蓄が必要であることを知っていますか。

【選択は 1 つ】

「知っている」が 56.7%、「聞いたことがある」が 18.6%、一方「知らなかった」は 24.6%となった。「知っている」、「聞いたことがある」と回答した割合の合計は、平成 30 年度の 67.5%、令和元年度の 69.1%、令和 2 年度の 71.8%に比べ、今年度も 75.3%と増加している。

停電による断水については、今年度は広報さかい 9 月号で啓発記事を掲載し、台風接近時には Twitter やホームページで情報発信したことが、認知度向上の要因の一つと考えられる。今後も継続して広報していく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っている	265	56.7%
2	聞いたことがある	87	18.6%
3	知らなかった	115	24.6%
	計 (回答総数)	467	100.0%



「家庭での備蓄状況」

問 6. 規模地震など災害発生に備え、ご家庭で 1 週間程度の飲料水を備蓄していますか。

※必要な備蓄量（リットル）：世帯人数×3 リットル×7 日

2 人世帯の場合 42 リットル（2 リットルのペットボトル 21 本）

3 人世帯の場合 63 リットル（2 リットルのペットボトル 32 本）

4 人世帯の場合 84 リットル（2 リットルのペットボトル 42 本）

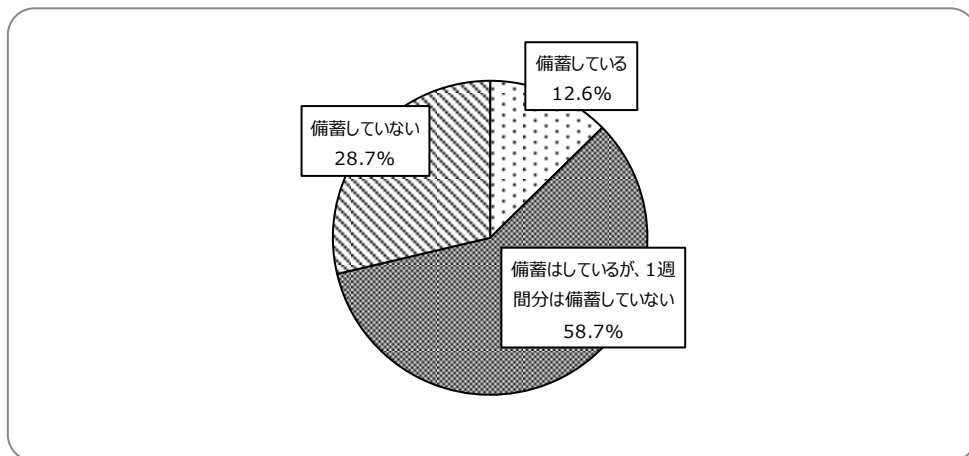
5 人世帯の場合 105 リットル（2 リットルのペットボトル 53 本）

【選択は 1 つ】

「備蓄はしているが、1 週間分は備蓄していない」が 58.7%、「備蓄していない」が 28.7%、「備蓄している」が 12.6% となった。「備蓄していない」が令和元年度の 30.8%、令和 2 年度の 27.8%に対して、今年度も横ばいとなっている。

令和 2 年 12 月～令和 3 年 1 月に局で実施した市民アンケートや、令和 3 年 10 月～11 月に水道契約者に配布した情報誌、広報さかい 9 月号でも啓発を行ったが、行動変容にまで至っていない。大規模災害の発生から年月が経過することで、防災意識が薄れていくと考えられるため、今後も継続して備蓄の重要性を伝えていく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	備蓄している	59	12.6%
2	備蓄はしているが、1週間分は備蓄していない	274	58.7%
3	備蓄していない	134	28.7%
	計 (回答総数)	467	100.0%



「飲料水を備蓄していない理由」

問 7. 問 6 で「2 備蓄はしているが、1 週間分は備蓄していない」または「3 備蓄していない」と回答された方に伺います。

備蓄していない理由をお答えください。

【複数回答可：いくつでも】

「スペースがないから」が一番多く 59.3%となり、続いて「消費期限の確認や買い直しが面倒だから」が 50.5%、「費用がかかるから」が 28.9%、「必要性を感じないから」が 8.8%となった。

「必要性を感じないから」と回答した割合は、令和元年度の 12.1%、令和 2 年度の 10.7%と比べ、徐々に減少している。

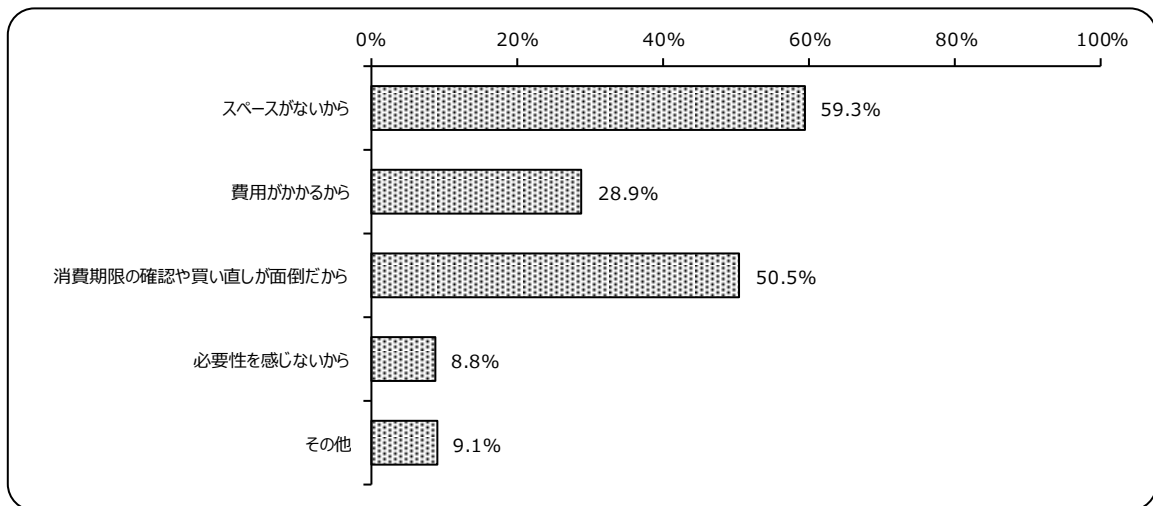
今後も、「スペースがないから」「消費期限の確認や買い直しが面倒だから」という点を補えるローリングストックの有効性を積極的に伝えていく。

	選択項目 (N=408)	回答数	回答数/N
1	スペースがないから	242	59.3%
2	費用がかかるから	118	28.9%
3	消費期限の確認や買い直しが面倒だから	206	50.5%
4	必要性を感じないから	36	8.8%
5	その他	37	9.1%

[5 その他]

【主な回答】

- そんなにたくさん必要と認識していなかった。
- 必要性は感じているが購入するタイミングがない。
- 水は重いので、買い出しに苦労する。





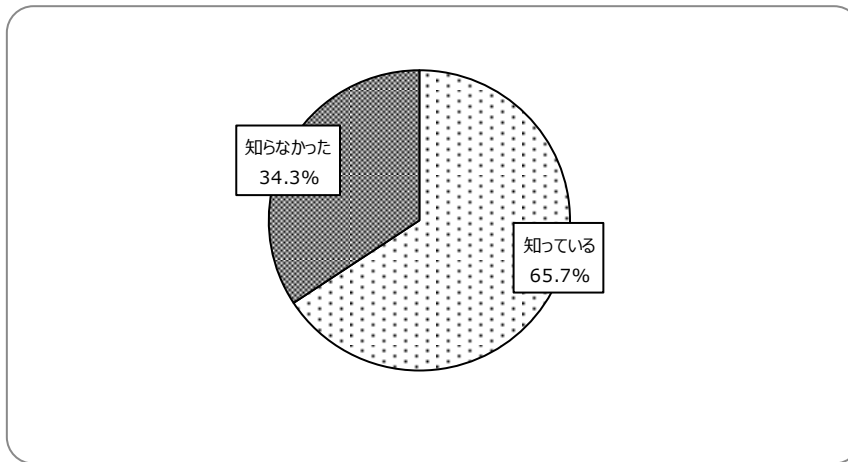
「ローリングストック」

問 8. 普段から少し多めに飲料水（お茶、ジュースなどを含む）、食材、加工品を買っておき、使った分だけ新しく買い足していくことで、常に一定量の食料や飲料水を家に備蓄しておく方法を「ローリングストック」と言いますが、これを知っていますか。 【選択は1つ】

「知っている」が 65.7%、「知らなかった」が 34.3%となった。

ローリングストックについては、継続して Twitter などでも PR している。また、令和 3 年度は 10 月～11 月に水道契約者に配布した情報誌や広報さかい 9 月号でも掲載した。今後も継続して広報をしていく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っている	307	65.7%
2	知らなかった	160	34.3%
	計 (回答総数)	467	100.0%



### (3) 水道・下水道事業の経営・料金について

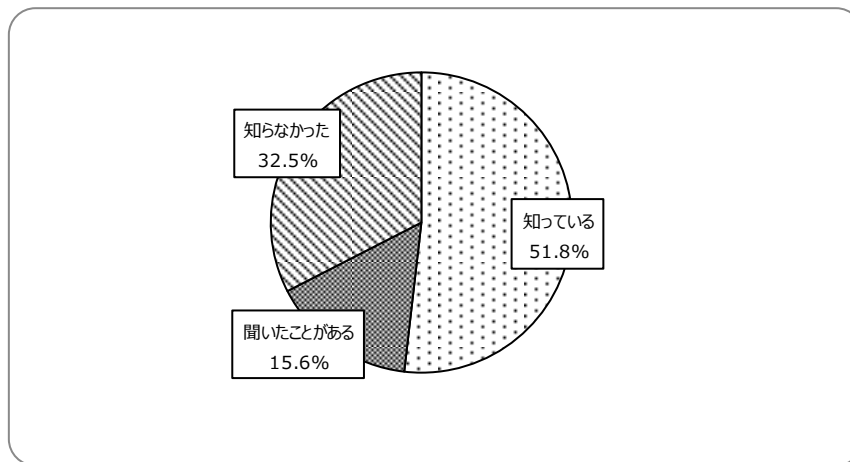
#### 《上下水道事業の経営》

問 9. 公営企業である水道事業・下水道事業は、税金ではなく、お客さまからいただいた水道料金・下水道使用料により運営しています。このことを知っていますか。 【選択は 1 つ】

「知っている」が 51.8%、「知らなかった」が 32.5%、「聞いたことがある」が 15.6%となった。

令和 3 年度は 10 月～11 月に水道契約者へ配布した情報誌で掲載した。今後も継続して広報をしていく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っている	242	51.8%
2	聞いたことがある	73	15.6%
3	知らなかった	152	32.5%
	計 (回答総数)	467	100.0%



「将来見込まれる収入減少」

問 10. 現在、多くの上下水道事業体で、人口減少などによって水道料金・下水道使用料収入が減少する一方で、今後も施設の耐震化、老朽化対策に多額の費用が必要となる見込みです。こうした状況に対応するため、支出削減や収入確保などの経営改革を進めていますが、本市を含む多くの上下水道事業体において、将来的に経営が厳しくなる見込みです。

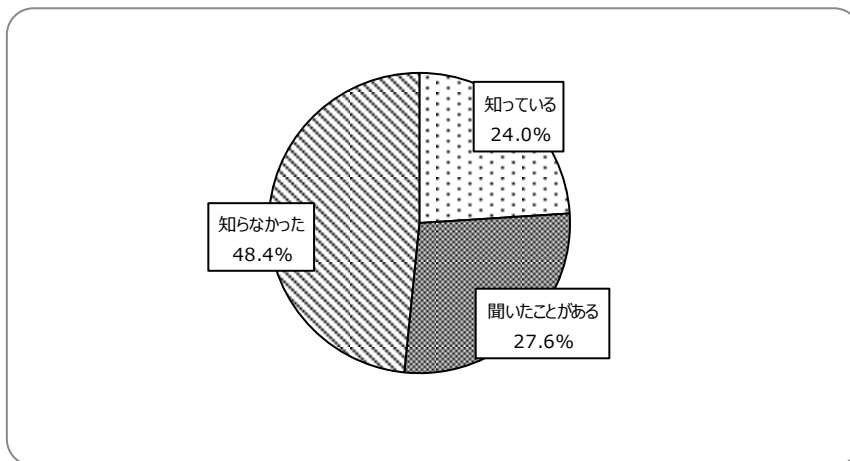
こうした水道・下水道事業の状況を知っていますか。

【選択は 1 つ】

「知っている」が 24.0%、「聞いたことがある」が 27.6%、一方「知らなかった」は 48.4%となった。「知っている」、「聞いたことがある」と回答した割合が、令和元年度の 42.8%、令和 2 年度の 44.9%に対して、51.6%と増加している。

令和 3 年 10 月～11 月に水道契約者へ配布した情報誌において、上下水道局マスコットキャラクターすいちゃんを活用したマンガで分かりやすく PR したことが要因と考えられる。しかしながら、半数程度が「知らなかった」と回答しているため、今後も継続して広報を進める必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っている	112	24.0%
2	聞いたことがある	129	27.6%
3	知らなかった	226	48.4%
	計 (回答総数)	467	100.0%

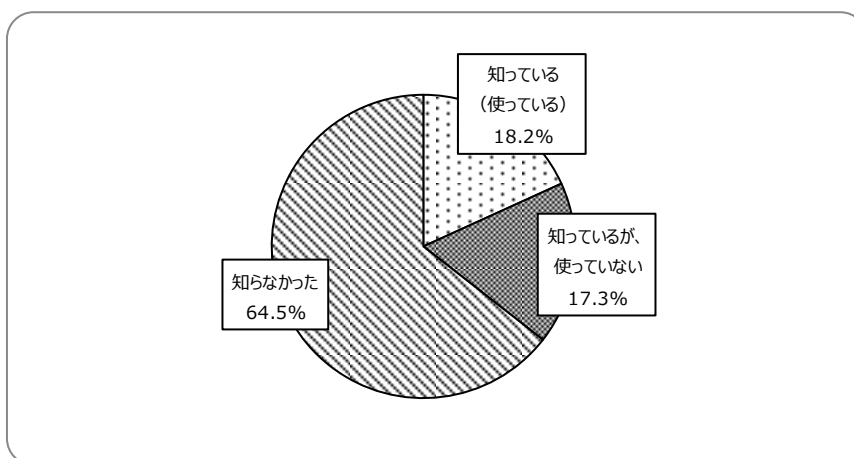


「上下水道局スマホアプリ「すいりん」」

問 11. 令和 3 年 2 月から運用を開始した上下水道局スマホアプリ「すいりん」は、過去 2 年分の水量や水道料金などの確認、ペーパーレス決済、クレジット決済の申込みができる便利なアプリです。「すいりん」のことを知っていますか。 【選択は 1 つ】

「知らなかった」が 64.5%、「知っている（使っている）」が 18.2%、「知っているが、使っていない」が 17.3%となった。まだまだ認知度が低いため、継続した広報が必要である。問 15 の結果から、広報さかいの活用が効果的と考える。今後も積極的な紙面の確保に取り組んでいく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っている（使っている）	85	18.2%
2	知っているが、使っていない	81	17.3%
3	知らなかった	301	64.5%
	計（回答総数）	467	100.0%



「上下水道局スマホアプリ「すいりん」を使っている理由」

問 12. 問 11 で「1 知っている（使っている）」と回答された方に伺います。

上下水道局スマホアプリ「すいりん」を使っている理由をお答えください。

【複数選択可：いくつでも】

「クレジット決済ができるから」が 72.9%、「水量や水道料金などの履歴確認ができるから」が 60.0%、「紙のご使用水量のお知らせ（検針票）が不要だから」が 34.1%、「ペーパーレス決済（すいりんに表示される請求データでのコンビニ払いやモバイル決済）ができるから」が 20.0%、「各種申込みがしやすいから」が 5.9%となった。

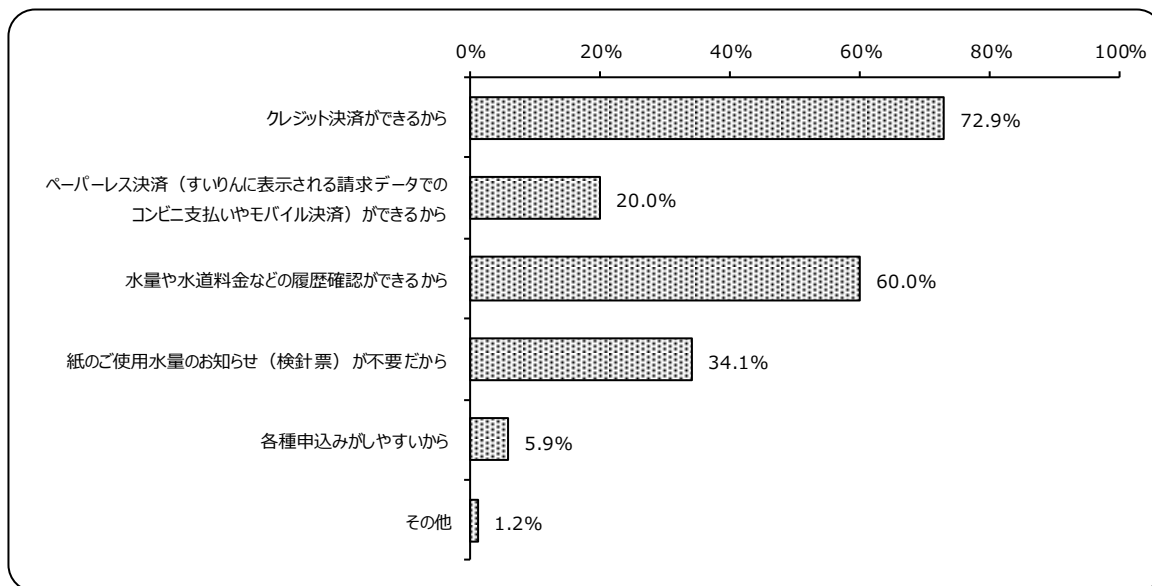
キャッシュレスやペーパーレスを希望している利用者に対しては、サービスの向上につながっていることがわかる。より魅力的なアプリになるよう、さらなる機能拡充を検討していく。

	選択項目 (N=85)	回答数	回答数/N
1	クレジット決済ができるから	62	72.9%
2	ペーパーレス決済（すいりんに表示される請求データでのコンビニ支払いやモバイル決済）ができるから	17	20.0%
3	水量や水道料金などの履歴確認ができるから	51	60.0%
4	紙のご使用水量のお知らせ（検針票）が不要だから	29	34.1%
5	各種申込みがしやすいから	5	5.9%
6	その他	1	1.2%

[6 その他]

【主な回答】

- コロナワクチン接種会場で、堺市のすいりん案内のカードをもらって知った。



「上下水道局スマホアプリ「すいりん」を使っていない理由」

問 13. 問 11 で「2 知っているが、使っていない」と回答された方に伺います。

上下水道局スマホアプリ「すいりん」を使っていない理由をお答えください。 【複数回答可：いくつでも】

「紙のご使用水量のお知らせ（検針票）が必要だから」が 38.3%、「登録しようと思っているがまだしていない」が 35.8%、「使いたいペーパーレス決済が対応していないから」が 11.1%、「納付書払いをしたいから」が 7.4%、「登録しようとしたがうまくいかなかったから」が 4.9%となった。

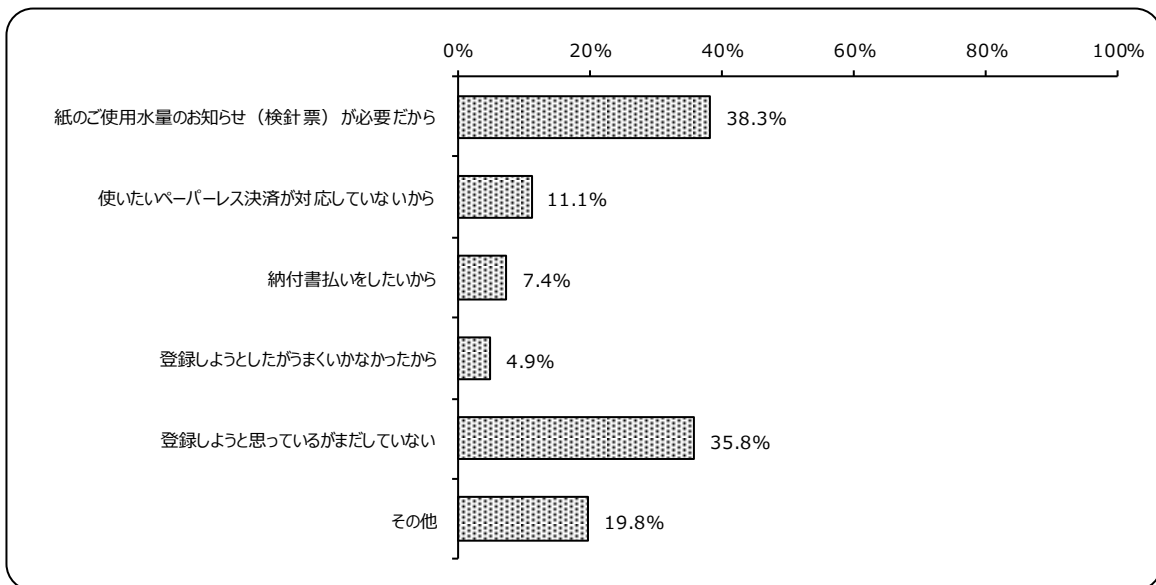
一定の利用者からは、まだまだ紙が必要という声も聞かれますが、将来的にはペーパーレスへと移行していくものとする。決済チャンネルの増加に向けて引き続き検討を図り、利用者の獲得に取り組む。

	選択項目 (N=81)	回答数	回答数/N
1	紙のご使用水量のお知らせ（検針票）が必要だから	31	38.3%
2	使いたいペーパーレス決済が対応していないから	9	11.1%
3	納付書払いをしたいから	6	7.4%
4	登録しようとしたがうまくいかなかったから	4	4.9%
5	登録しようと思っているがまだしていない	29	35.8%
6	その他	16	19.8%

[6 その他]

【主な回答】

- スマホを持っていない。
- スマホアプリをダウンロードしたくない、パソコン WEB 上でも使えるようにしてほしい。
- 紙なら見てわかるが、アプリは見なかったら支払いを忘れそう。



#### (4) 上下水道局の広報について

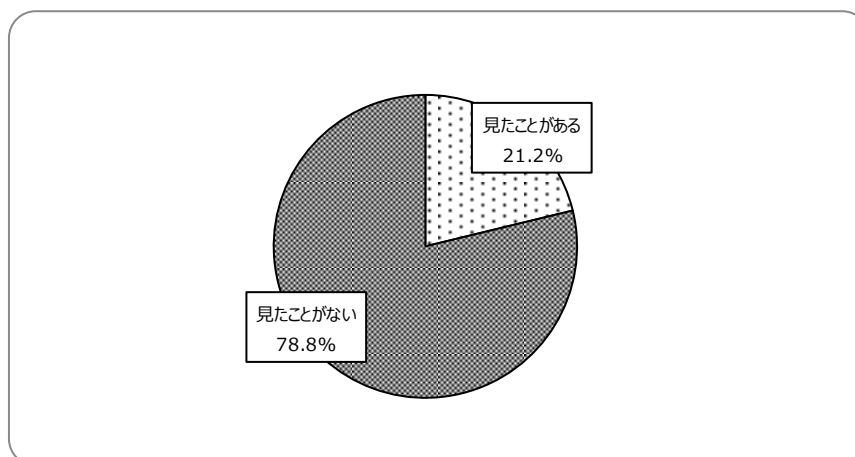
##### ≪上下水道局のホームページ≫

問 14. 上下水道局のホームページでは、水道、下水道のご使用に関するお知らせのほか、事故・災害時の緊急情報（断水・濁水の発生、給水拠点の場所）などについても情報発信しています。今までに、上下水道局のホームページをご覧になったことはありますか。【選択は 1 つ】

「見たことがない」が 78.8%、「見たことがある」が 21.2%となった。「見たことがある」と回答した割合は令和元年度の 19.5%、令和 2 年度の 18.4%に対して、21.2%と微増している。

令和 3 年度は、令和 3 年 10 月～11 月に水道契約者へ配布した情報誌でホームページの紹介及び 2 次元コードを多用したほか、令和 3 年 2 月に運用開始した上下水道局スマホアプリすいりん内でのメニュー項目や通知内でリンクを設置したことが要因の一つと考えられる。今後も上下水道局ホームページでの積極的な情報発信や改善に取り組む。また、SNS での発信や印刷物で 2 次元コードを使用する等の工夫を行っていく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	見たことがある	99	21.2%
2	見たことがない	368	78.8%
	計 (回答総数)	467	100.0%



「上下水道局からのお知らせ」

問 15. 上下水道局からのお知らせなどについては、どこから情報を得ていますか。 【複数選択可：いくつでも】

「広報さかい」が一番高く 68.3%、続いて「市ホームページ」が 11.8%、「上下水道局スマホアプリすいりん」が 9.6%、「チラシやポスター」が 6.9%、「新聞、テレビ」が 6.4%、「上下水道局ホームページ」が 4.5%となっている。また、令和 2 年度「情報を見たことがない」（22.0%）に比べ、「お知らせを見たことがない」は 23.1%であり、ほぼ横ばいである。令和 2 年度に比べ全体的に横ばいである中、令和 2 年度「ホームページ」が 10.8%に対して、「市ホームページ」、「上下水道局ホームページ」と回答した割合が 16.3%と 5.5 ポイント増加していることは、新型コロナウイルス感染拡大防止のためイベントや取組等を中止し、デジタルコンテンツを中心に事業 PR を行ったことが要因の一つと考えられる。

令和 4 年度も、直接的な広報機会の減少が想定されるため、広報ツールの見直しや興味を持ってもらうための仕掛けを行っていく必要がある。今後も広報さかいやホームページへの掲載、イベント手法の工夫、新聞等への情報提供、SNS や動画での情報発信を積極的に進める。また、今年度から新たな情報取得ツールとなっている「上下水道局スマホアプリすいりん」の PR を進める。

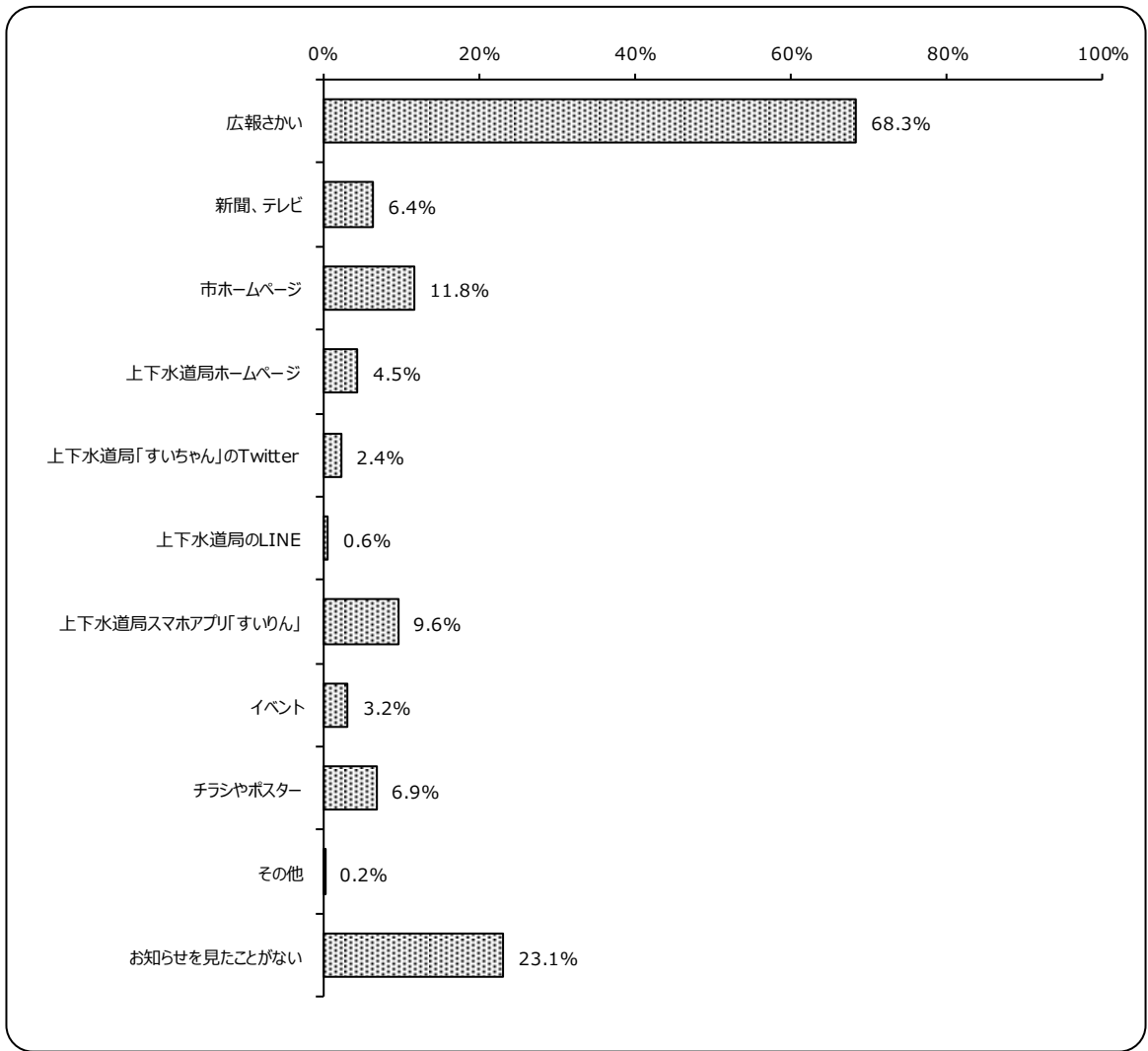
	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	広報さかい	319	68.3%
2	新聞、テレビ	30	6.4%
3	市ホームページ	55	11.8%
4	上下水道局ホームページ	21	4.5%
5	上下水道局「すいちゃん」のTwitter	11	2.4%
6	上下水道局のLINE	3	0.6%
7	上下水道局スマホアプリ「すいりん」	45	9.6%
8	イベント	15	3.2%
9	チラシやポスター	32	6.9%
10	その他	1	0.2%
11	お知らせを見たことがない	108	23.1%

[10 その他]

【主な回答】

- 自治会





## (5) 上下水道局の取組の満足度について

### ≪上下水道局の取組の満足度≫

**問 16. 上下水道局では、これまでの設問に記載している取組や啓発を行っていますが、これらの取組などの中で、満足していないものはありますか。** **【複数選択可：いくつでも】**

一番高いものは、「特にない」の 65.7%、続いて「経営・料金」の 29.1%、「広報・広聴」5.6%、「災害・地震対策」、「検針・工事など」、「水道水の安全性」の 4.3%となった。「特にない」と回答した割合が、令和 2 年度の 35.6%に対して、65.7%と激増している要因としては、令和 2 年 12 月～令和 3 年 1 月に局で実施した市民アンケートの結果を踏まえて作成した情報誌を令和 3 年 10 月～11 月に水道契約者に配布したことで効果があったと考えられる。

クレジット決済の導入について知らない方や、水道料金及び下水道使用料に対して不満をお持ちの方が多いため、今後も正確な情報や経営状況等を認識していただけるよう様々な媒体を用いて発信していく。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	検針・工事など	20	4.3%
2	災害・地震対策	20	4.3%
3	経営・料金	136	29.1%
4	広報・広聴	26	5.6%
5	水道水の安全性	20	4.3%
6	特にない	307	65.7%

[1～5 と回答された方が満足していない理由]

#### 【すべての回答】

##### 1 検針・工事など

- 検針の場所を分かりやすく出来ないのか。
- メーターがおきっぱなしになっている。
- メーターが自家用車のタイヤの下にあるため、コンクリートにヒビが入ってきた。
- 敷地の中に、勝手に入って検針している時がある。
- 検針の度に車を移動しないとイケない。
- 水漏れ発生時のお知らせが遅い。
- 家庭の蛇口などの不具合について、水道局が修理等のサービスを実施していれば安心して任せられるが、民間の業者には依頼しづらいためそのままにしていることがある。
- 修理はどこに依頼するのかわからない。
- 夜中の工事で眠れないときがあった。
- 車の通行の邪魔。
- 工事後の路面復旧が遅く、しかも凹凸がある。
- きれいなレンガ風の歩道だったが、工事をしたところだけアスファルトになってしまい見た目が悪い。
- 水道工事をよく見かけるが、同じ所ばかり掘っている気がする。広報紙で工事が済んだ地域を示してほしい。
- 可視化していない。
- 過去に郵便受けを設置していなかった時に、お知らせの明細の件でトラブルがあったが、上下水道局からは連絡がなく、こちらからの問い合わせで発覚した。

##### 2 災害・地震対策

- 災害に強い管への交換が遅い。
- 南海トラフ対応が必須。
- どう対策しているか見える化できていない。

- そもそも情報が行き届いていない。
- 非常時の対策が見えてこない。
- 給水所など知らない。
- 私道に対応していない。
- マンションにおける水道の問題点について詳しい説明がほとんどない。

### 3 経営・料金

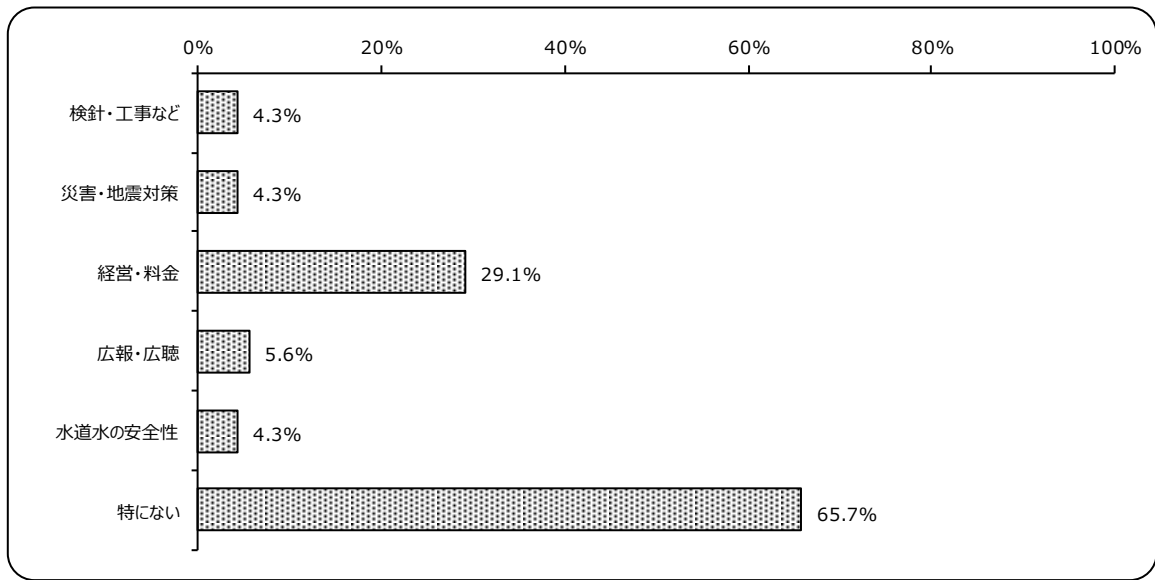
- 他の自治体に比べると料金が低い。
- 価格設定が不透明。
- クレジット決済を導入してほしい。
- 庭木に散水する水は下水道使用料を算定しないようにしてほしい。
- 水は命に係わるものであるから、公的負担等を考慮し、料金値上げを避けてほしい。
- ビジョンに不明点がある。
- どの家電にどれくらいの水道料金がかかるのかについて、平均値と分散値を教えてほしい。また、全国で値を比較し、堺市の水道料金にその結果を反映させてほしい。
- 今後の収益減少による水道事業の経営難について、知らない人が多いように思う。もっと周知して、どうしたら将来水道局も市民も困らないようにできるか考えていく機会を増やしたほうがいいのか。
- 徴収した水道料金がどのように使われているかをもっと PR すると良い。
- 可能であれば、すいりんでの使用量等のデータをダウンロードできるようにしてほしい。
- 公園等公共施設の上下水道料金は誰が負担しているのか。税金で運営しているのか。

### 4 広報・広聴

- 今回のアンケートを見て初めて知った事が多かった。
- どこで広報活動をしているのか分からない。
- そもそも情報が行き届いていない。
- 啓発の工夫が足りない。
- 広報紙は代り映えしないため見ない。
- すいりん等を知らない人が多い。
- 知識やお得情報をもっと周知してほしい。

### 5 水道水の安全性

- 堺の水が不味らしく、家族は水道水を生で飲まない。
- 安心安全なのか分からない。
- 水道水を毎日飲んでいて、よく腹痛があった。
- 近くで火事があり、水道水に土が混じていた事があった。
- 水道管のサビやゴミが入っていると思っている。
- 使用している給水管材料が鉛製なので、朝一の水道水に鉛が含まれている。
- 水道管が古い。
- 配管の劣化状況調査、診断結果等について、自宅近辺の情報が欲しい。
- 銅石鹼についてお客様センターに問い合わせたが、的確な回答がなかった。



## 2. SDGs について

### (1) SDGs (全体) について

#### «SDGs の認知度»

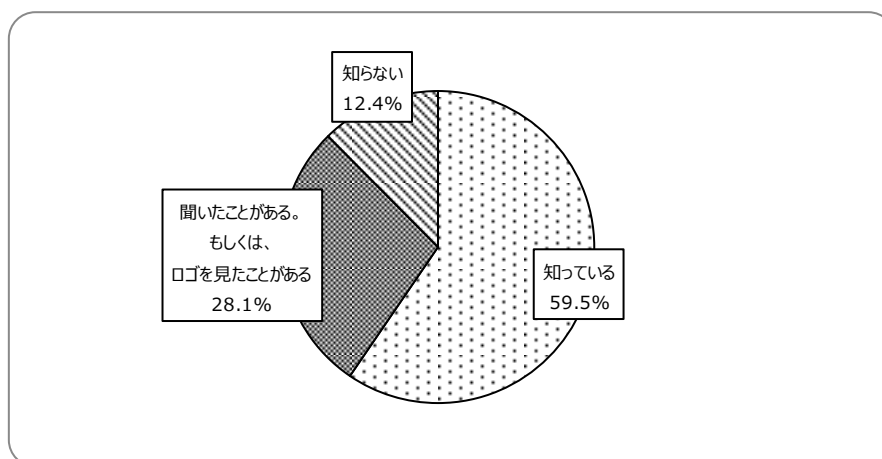
問 17. あなたは「SDGs」を知っていますか。

【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。

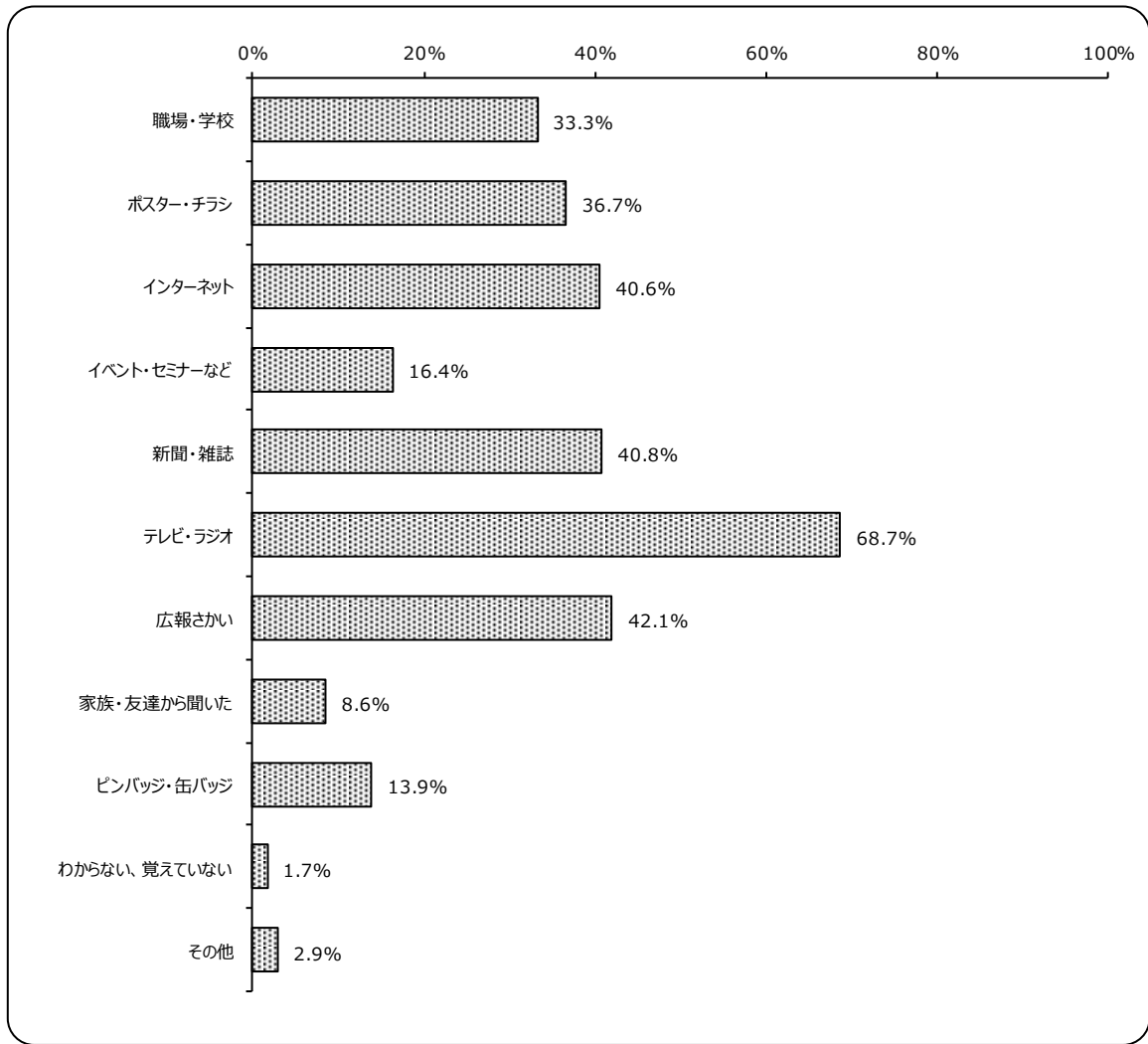
※さかい SDGs 推進プラットフォームは、中小企業をはじめとするさまざまな企業や団体、教育機関など幅広い主体に参画いただき、会員同士がつながりながら SDGs に取り組み、地域課題の解決に向けた活動を行うネットワーク基盤です。

	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。

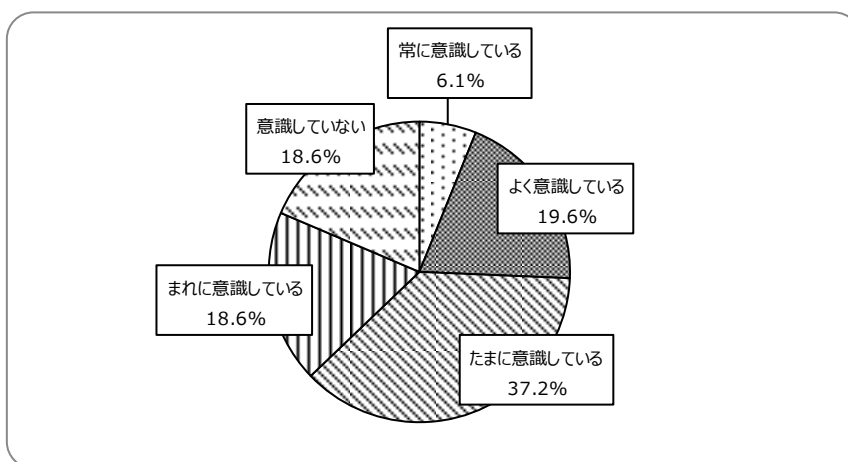
あなたは、SDGs を意識して行動していますか

【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。

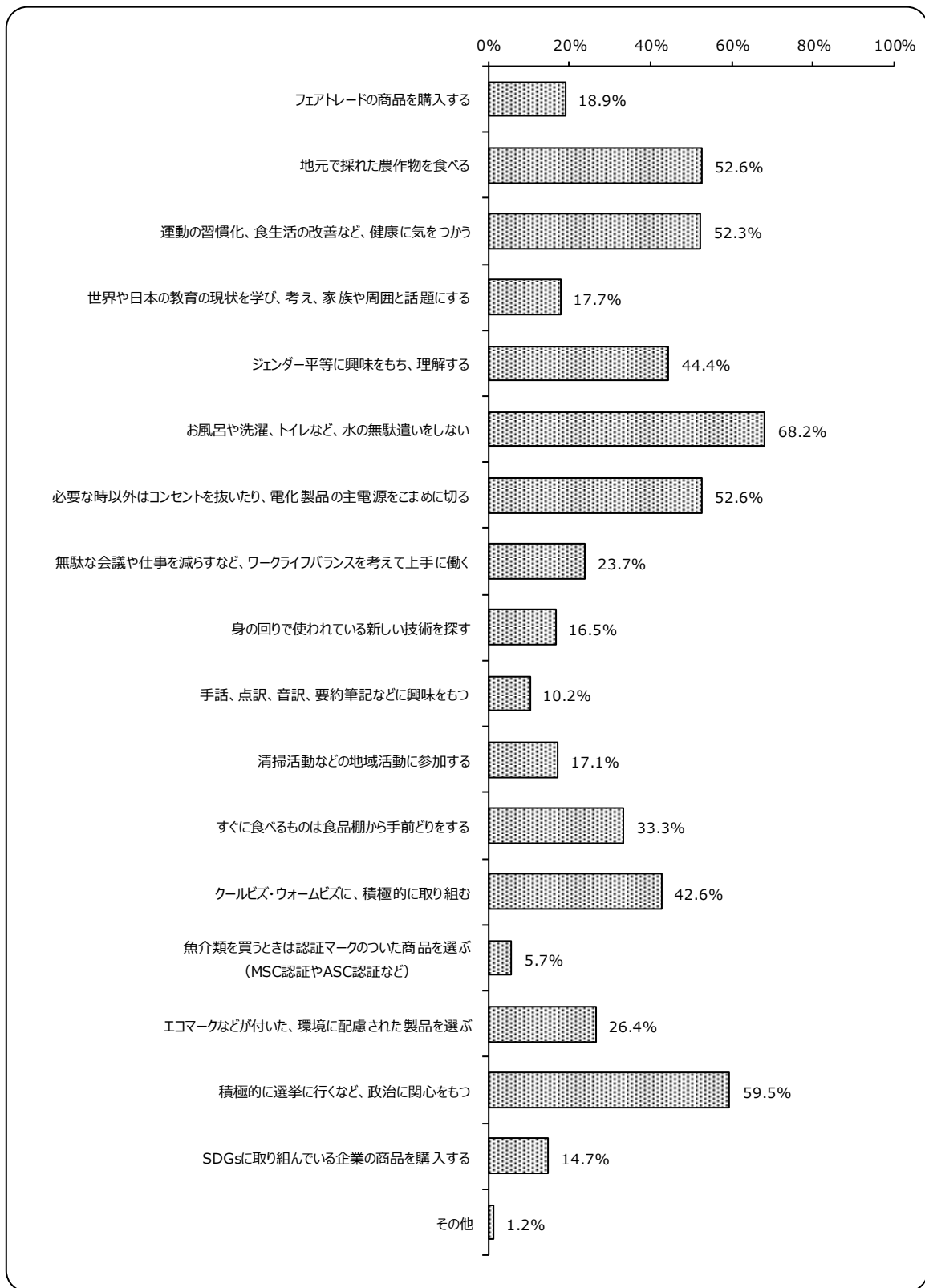
	選択項目 (N=333)	回答数	構成比
1	フェアトレードの商品を購入する	63	18.9%
2	地元で採れた農作物を食べる	175	52.6%
3	運動の習慣化、食生活の改善など、健康に気をつかう	174	52.3%
4	世界や日本の教育の現状を学び、考え、家族や周囲と話題にする	59	17.7%
5	ジェンダー平等に興味をもち、理解する	148	44.4%
6	お風呂や洗濯、トイレなど、水の無駄遣いをしない	227	68.2%
7	必要な時以外はコンセントを抜いたり、電化製品の主電源をこまめに切る	175	52.6%
8	無駄な会議や仕事を減らすなど、ワークライフバランスを考えて上手に働く	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。

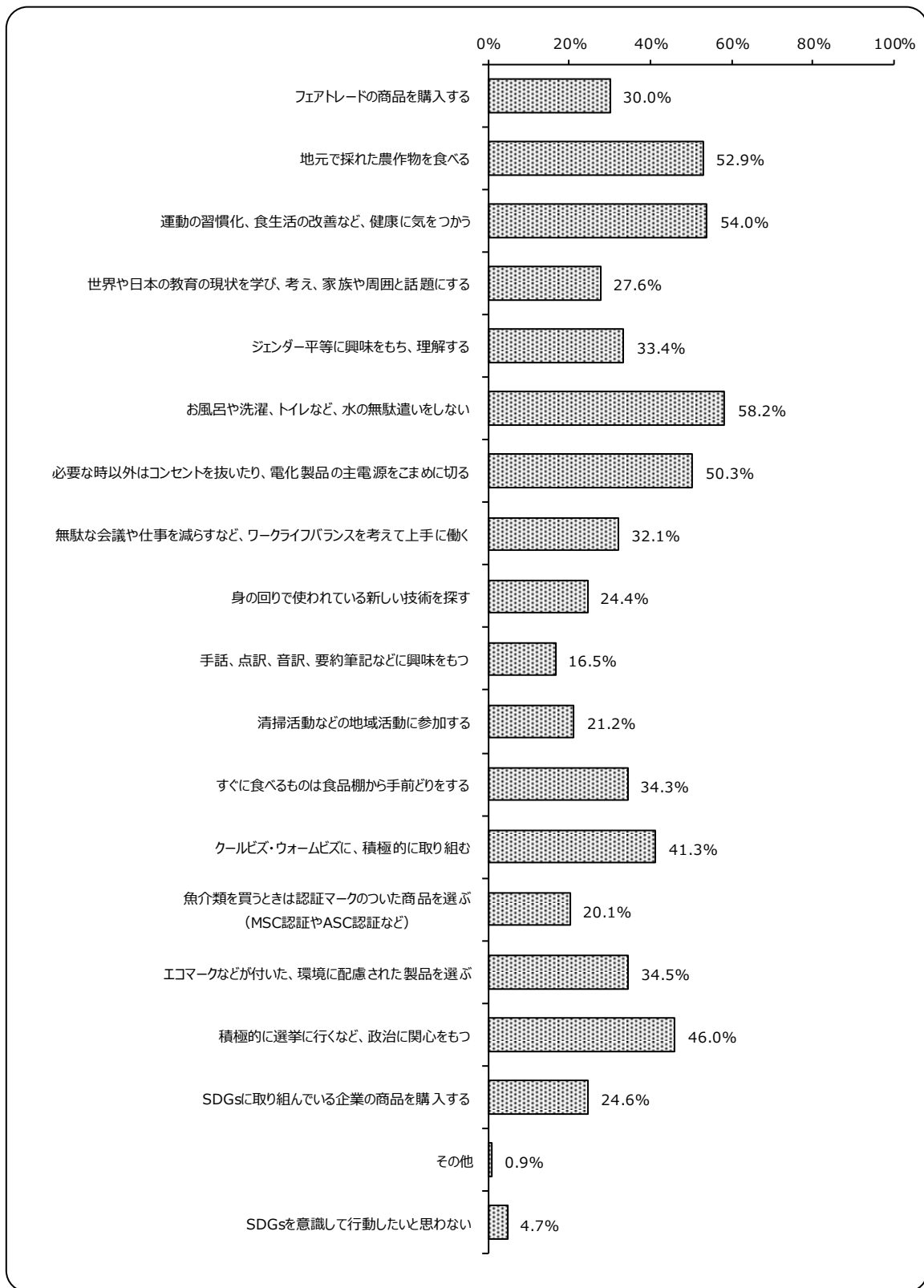
	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	フェアトレード（※1）の商品を購入する	140	30.0%
2	地元で採れた農作物を食べる	247	52.9%
3	運動の習慣化、食生活の改善など、健康に気をつかう	252	54.0%
4	世界や日本の教育の現状を学び、考え、家族や周囲と話題にする	129	27.6%
5	ジェンダー（※2）平等に興味をもち、理解する	156	33.4%
6	お風呂や洗濯、トイレなど、水の無駄遣いをしない	272	58.2%
7	必要な時以外はコンセントを抜いたり、電化製品の主電源をこまめに切る	235	50.3%
8	無駄な会議や仕事を減らすなど、ワークライフバランス（※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。柔軟な考え方の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 を意識しすぎだと思う。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めば良い。
- 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)

- CO<sub>2</sub>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。

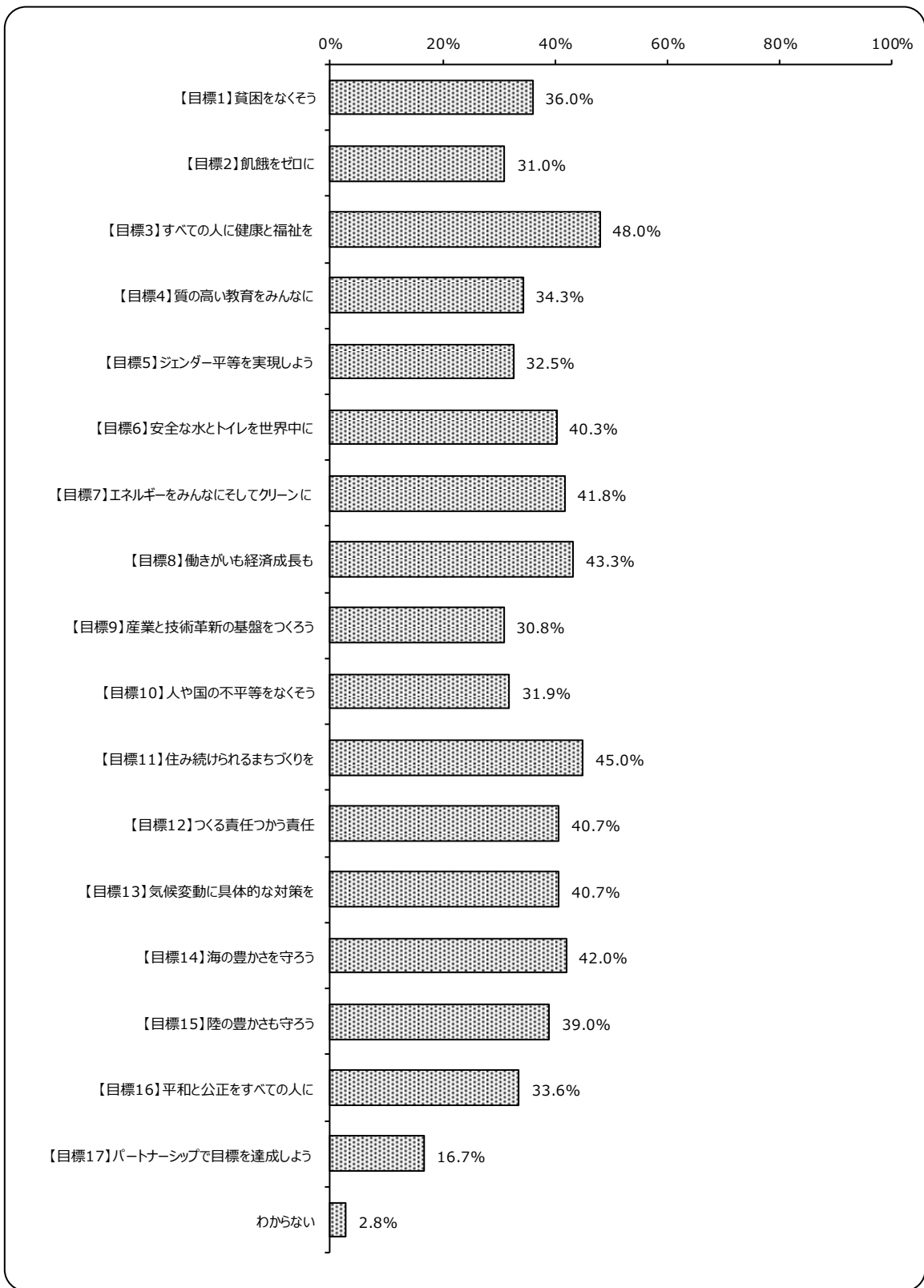
- 日本は、二酸化炭素排出量が少ないことを大きく宣伝してほしい。アパレル業が毎シーズンごとに新しい衣服を発表することによって、古い物を捨てる悪循環になっているので、これを抑制するべきだと思う。ビニール袋だけでなく全ての袋類や食品トレーを有料にすべき。質の高い教育をするのであるならば、小学生までは教科書はタブレット形式でいいと思うが、鉛筆もしくはシャープペンシルで記載されるべきだと思う。高校とかで IT 社会に対応するのであるならば、タブレットではなく、PC を与えるべき。
- 違う意見も認めるよう心掛けたい。だから、全ての人に SDGs を求めない。
- 堺市は LRT などの無駄な開発をしない。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 は一時の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%



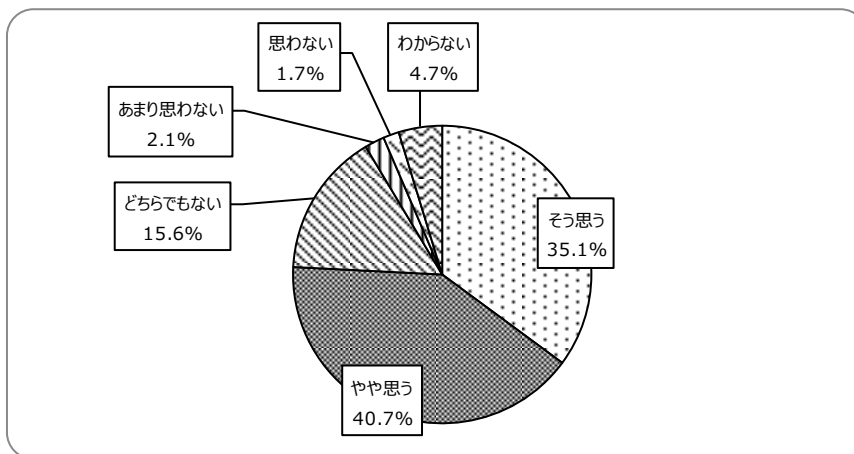
「SDGs 製品・サービスの利用」

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】

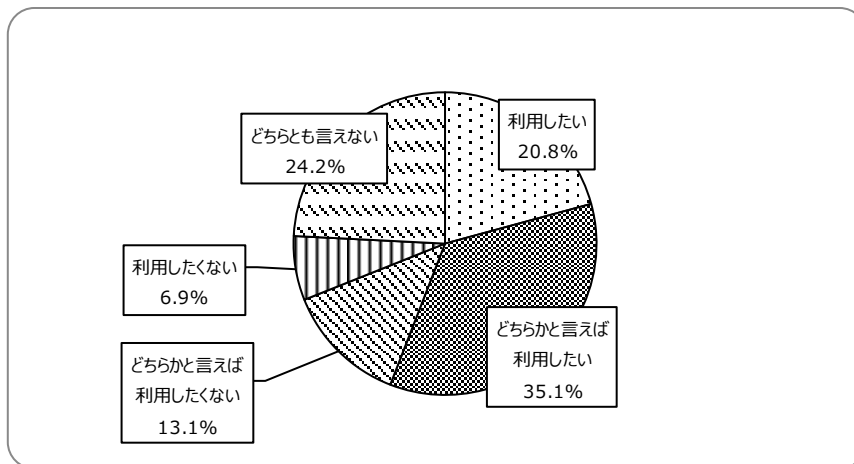
(※8) 予約・配車サービス（オンデマンドサービス）は、出発したい時刻を電話やインターネットなどで予約し、配車された車で目的地まで移動するサービスのことです。問 25 では、仮に月額 2,000 円で利用し放題、移動できる範囲は同一区内もしくは 5km 以内の移動と設定します。

「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。

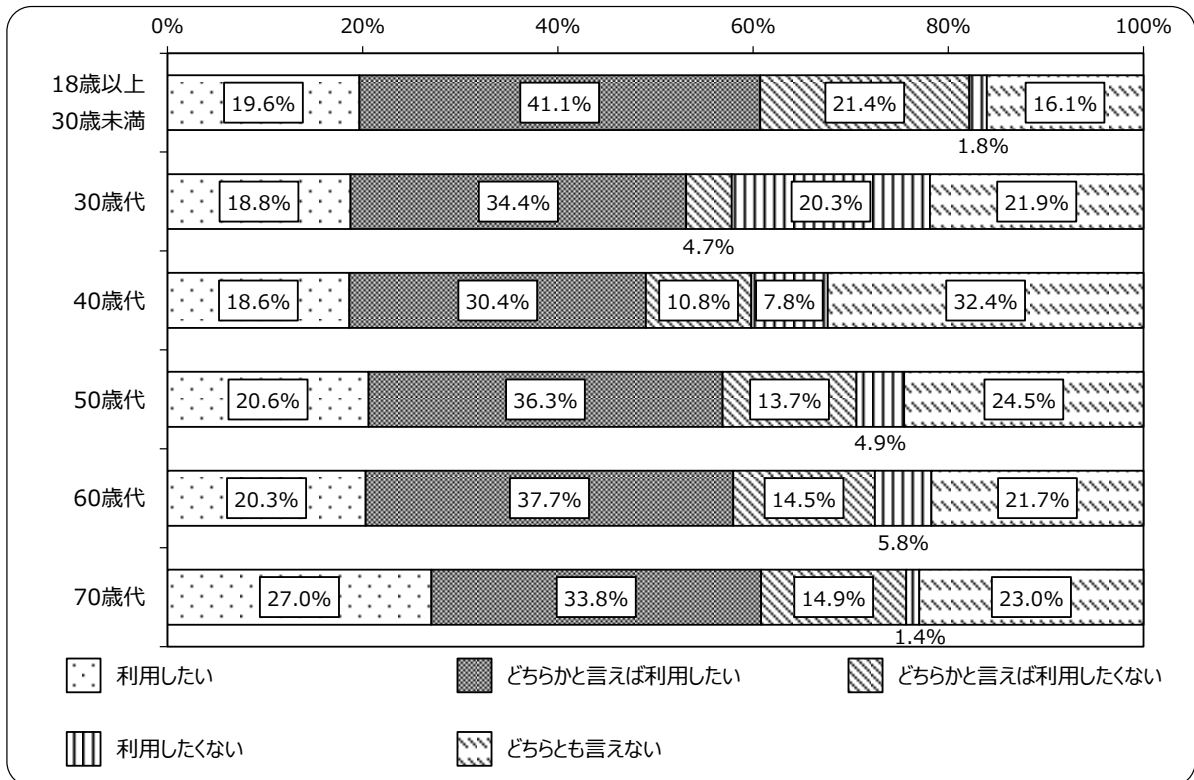
また、年齢別の割合をみると、各年代とも「利用したい」及び「どちらかと言えば利用したい」を合わせた割合が 50%程度となっており、各年代とも利用意向が高い傾向にある。

	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。

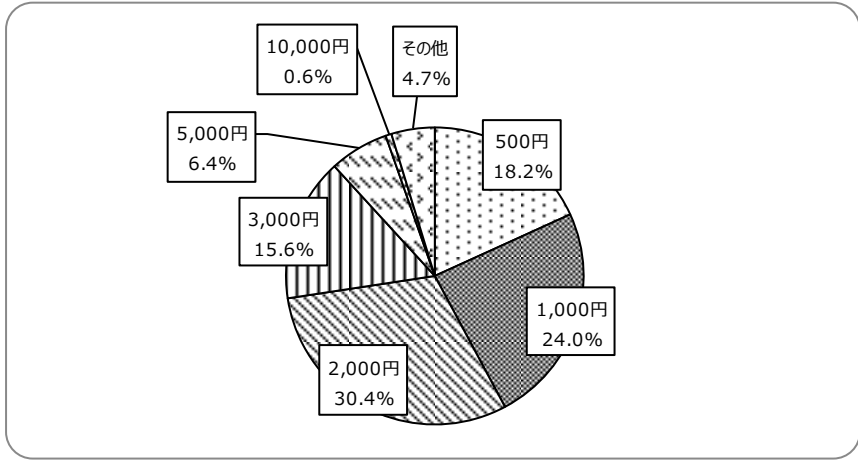
	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	500円	85	18.2%
2	1,000円	112	24.0%
3	2,000円	142	30.4%
4	3,000円	73	15.6%
5	5,000円	30	6.4%
6	10,000円	3	0.6%
7	その他	22	4.7%
	計 (回答総数)	467	100.0%

[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。



超小型自動車



電動カート



シェアサイクル (電動自転車)



シェア電動キックボード



デマンド交通 (買物・通院)



キッチンカー※9

【選択は1つ】

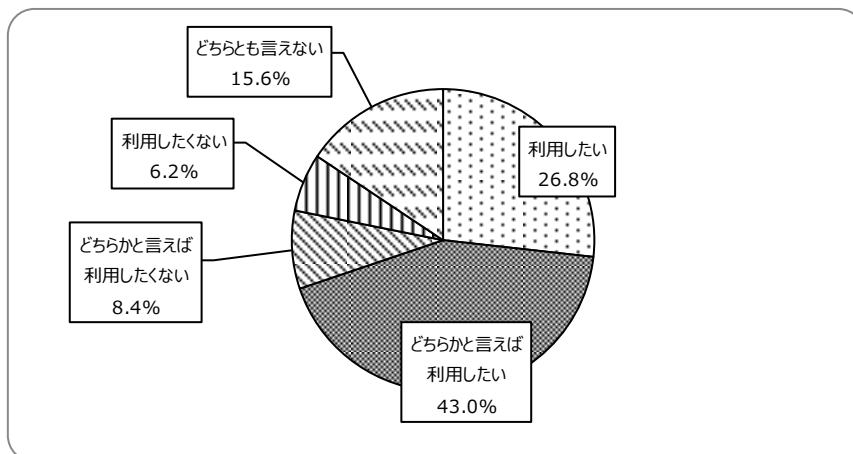
(※9) キッチンカーは、調理設備を備える車両で料理人がその場で調理し、食事を提供してくれるサービスです。(例、ご自宅近くの広場などにキッチンカーが週3回など定期的に来場)

「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。

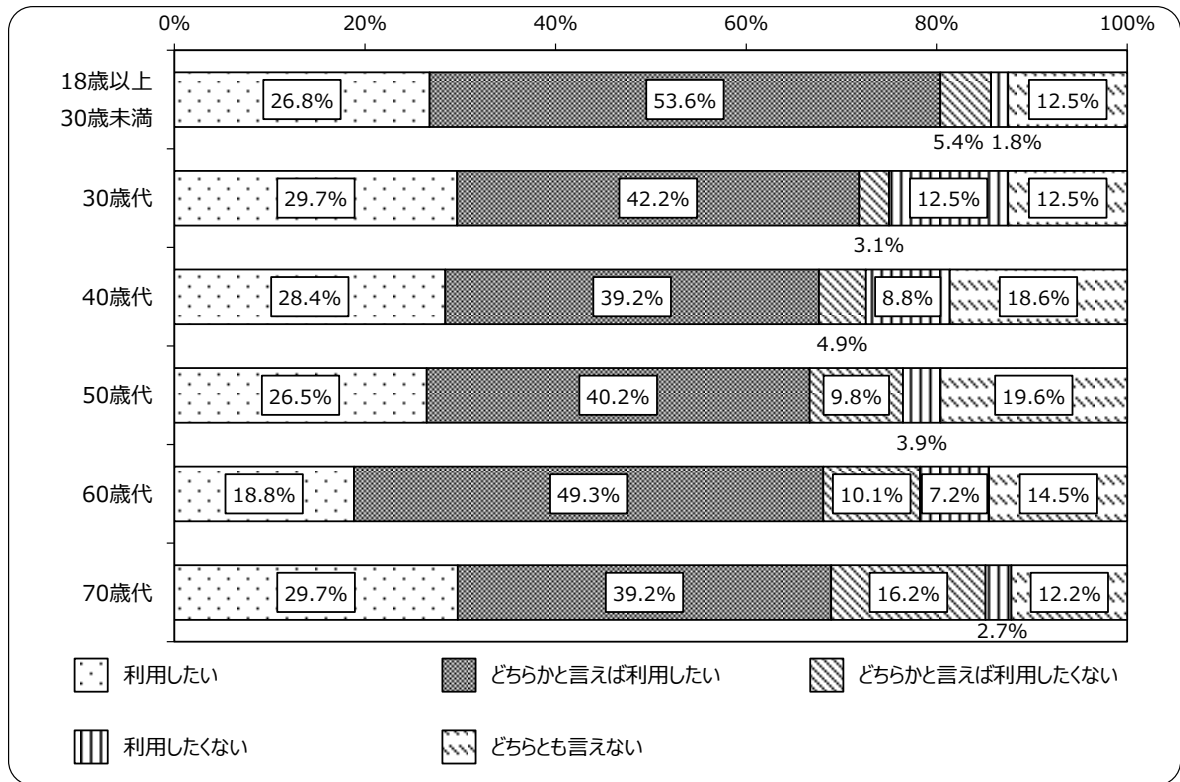
また、年齢別の割合をみると、各年代とも「利用したい」及び「どちらかと言えば利用したい」を合わせた割合が70%程度となっており、各年代とも利用意向が高い傾向にある。

	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いますか。「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】

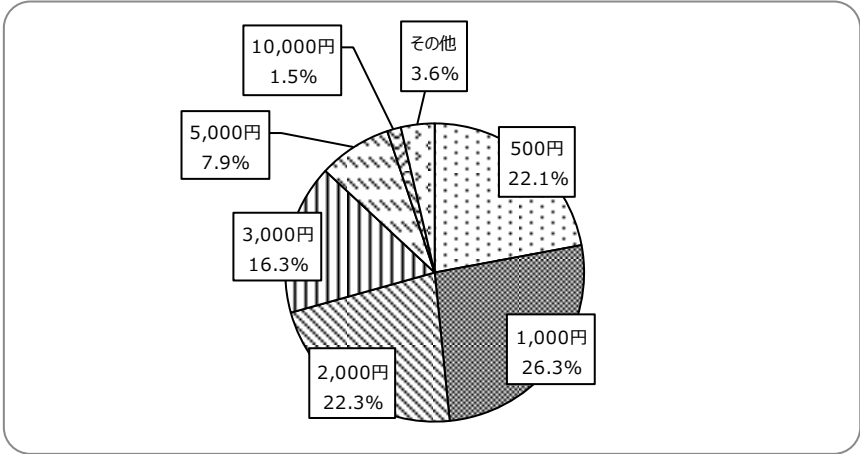
「1,000 円」が 26.3%と最も高く、次いで「2,000 円」が 22.3%、「500 円」が 22.1%となっており、500 円から 2,000 円の割合が高いものの、「3,000 円」及び「5,000 円」、「10,000 円」が合わせて 25.7%と料金のばらつきも見られる。その他の意見にもあるように、利用回数や利用形態に応じた柔軟な料金設定を設けるなど、利用ニーズに対応することにより利用意向が高まるものと考えられる。

	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

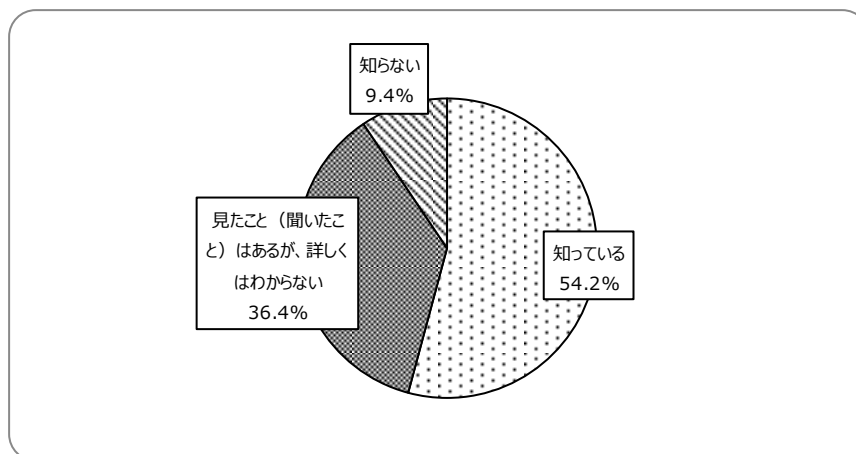
本市では、里親制度についての更なる広報活動の充実を検討するにあたり、里親制度の認知度や情報源などを把握したいと考えています。

#### 《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%

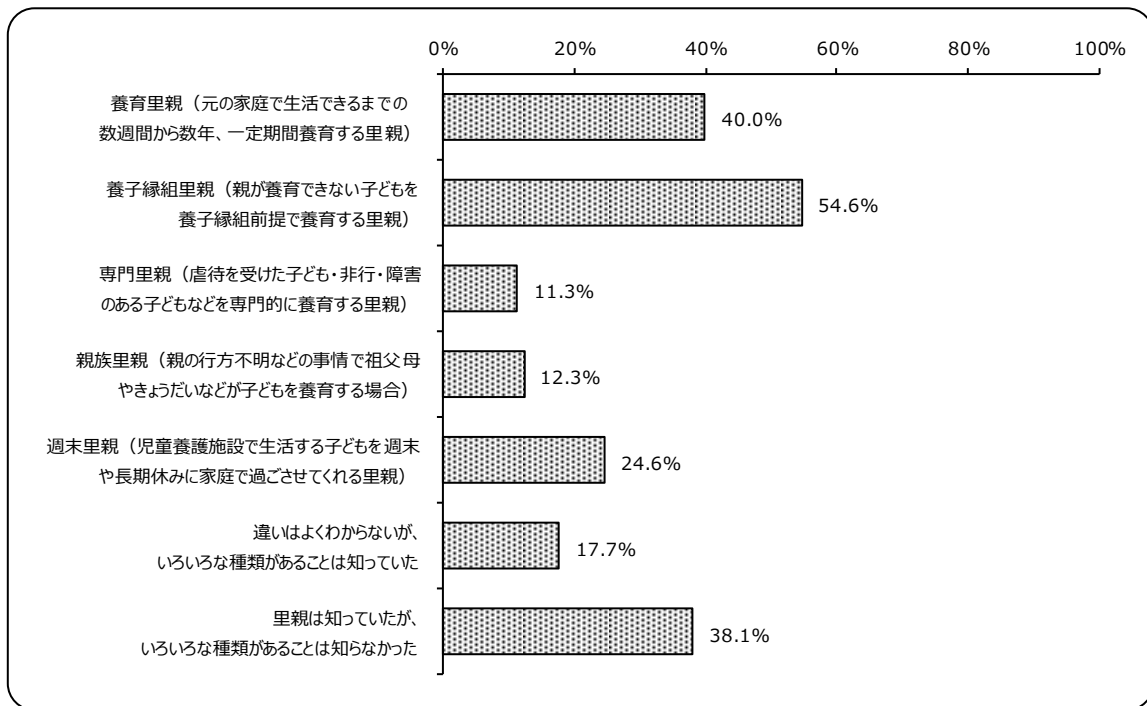


《里親の種類》

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。

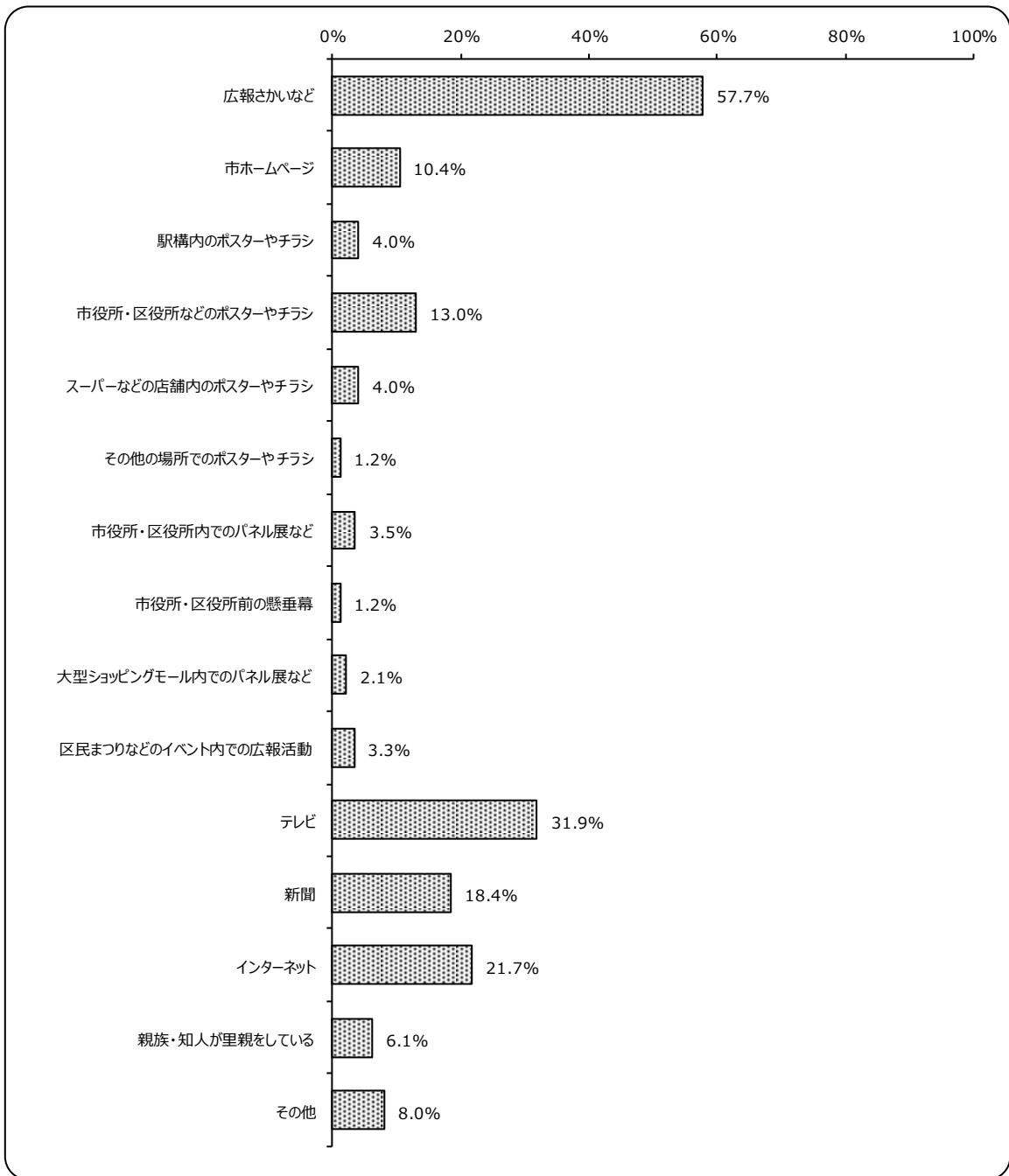
	選択項目 (N=423)	回答数	回答数/N
1	広報さかいなど	244	57.7%
2	市ホームページ	44	10.4%
3	駅構内のポスターやチラシ	17	4.0%
4	市役所・区役所などのポスターやチラシ	55	13.0%
5	スーパーなどの店舗内のポスターやチラシ	17	4.0%
6	その他の場所でのポスターやチラシ	5	1.2%
7	市役所・区役所内でのパネル展など	15	3.5%
8	市役所・区役所前の懸垂幕	5	1.2%
9	大型ショッピングモール内でのパネル展など	9	2.1%
10	区民まつりなどのイベント内での広報活動	14	3.3%
11	テレビ	135	31.9%
12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

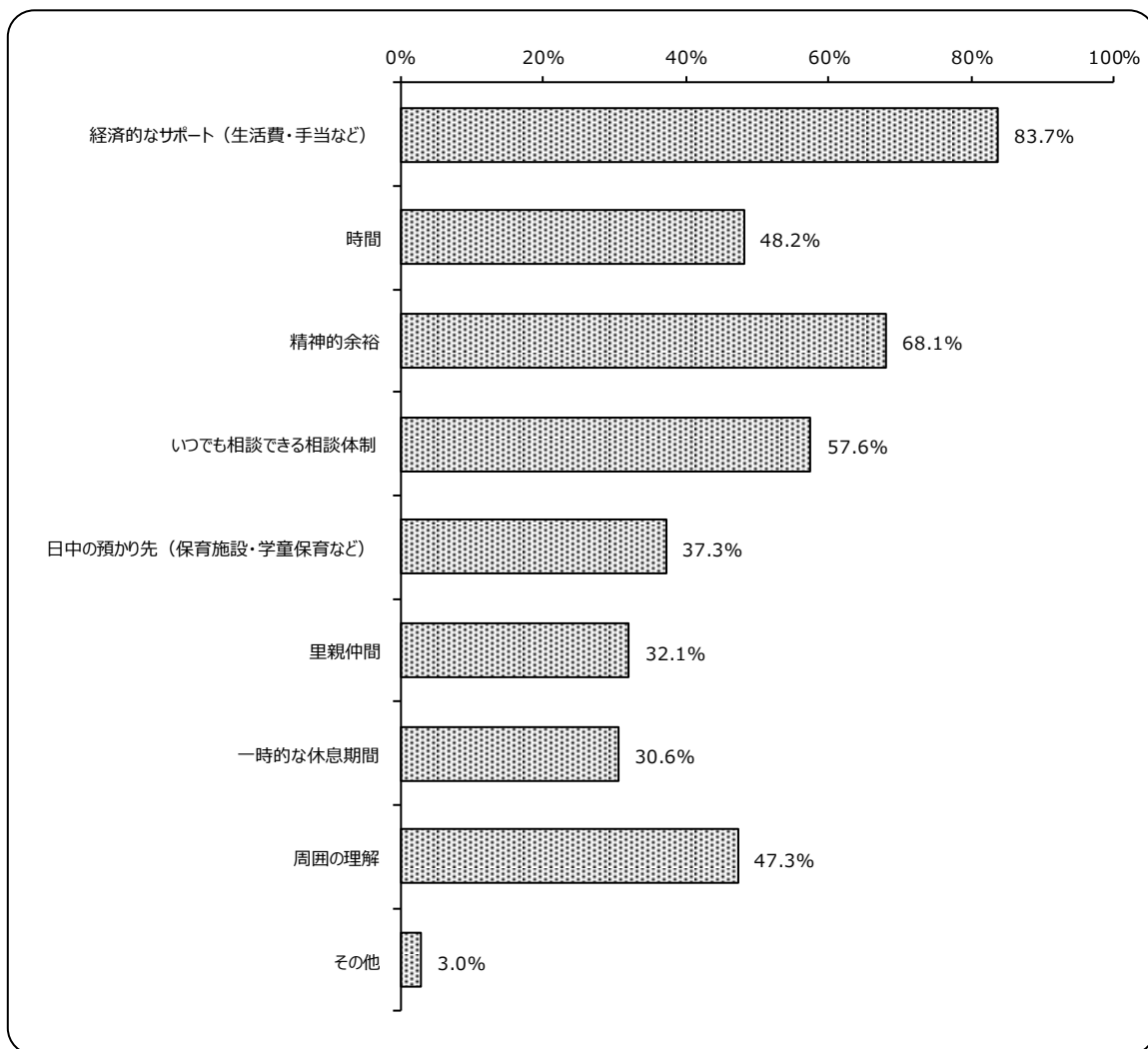
「経済的なサポート（生活費・手当など）」が83.7%と最も高く、次いで、「精神的余裕」が68.1%、「いつでも相談できる相談体制」が57.6%と続いた。「時間」（48.2%）、「周囲の理解」（47.3%）についても、約半数の方が必要だと感じていた。

	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）

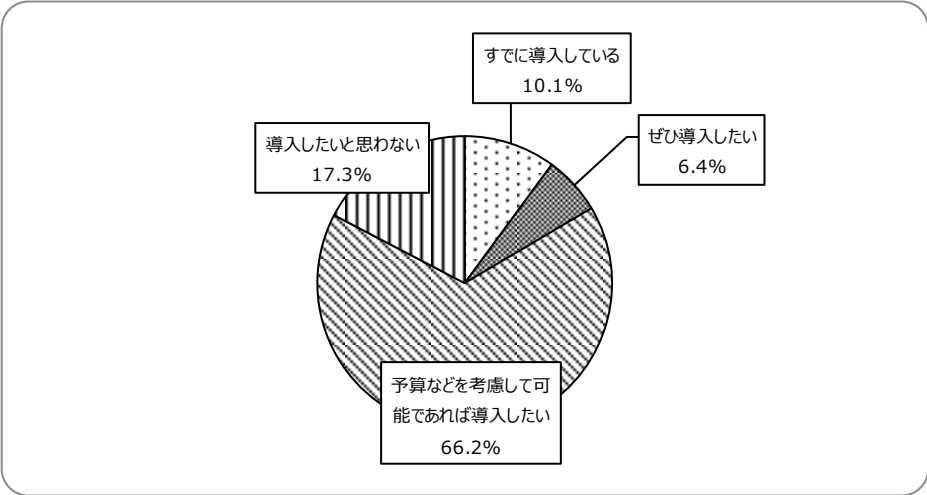
また、「本当に環境に対する負荷が低いのかかわからない」といった環境面でのメリットを疑問視する回答もあり、カーボンニュートラルへの取組として再生可能エネルギーを導入することの有効性を、行政が更に周知していく必要がある。

	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 CO<sub>2</sub> は 95% で現在 0.04%。地下に化石燃料として残っている。



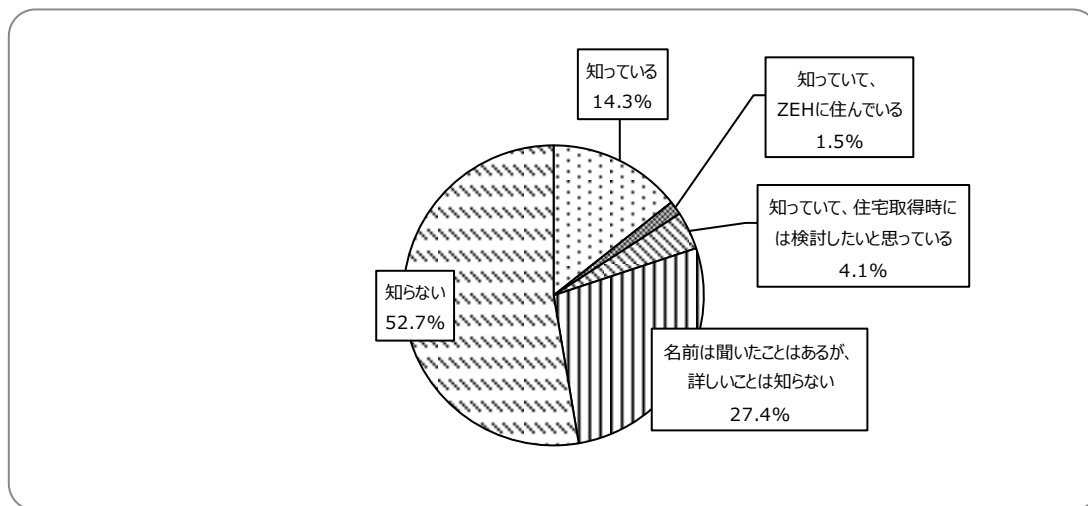
「ZEH の認知度」

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】

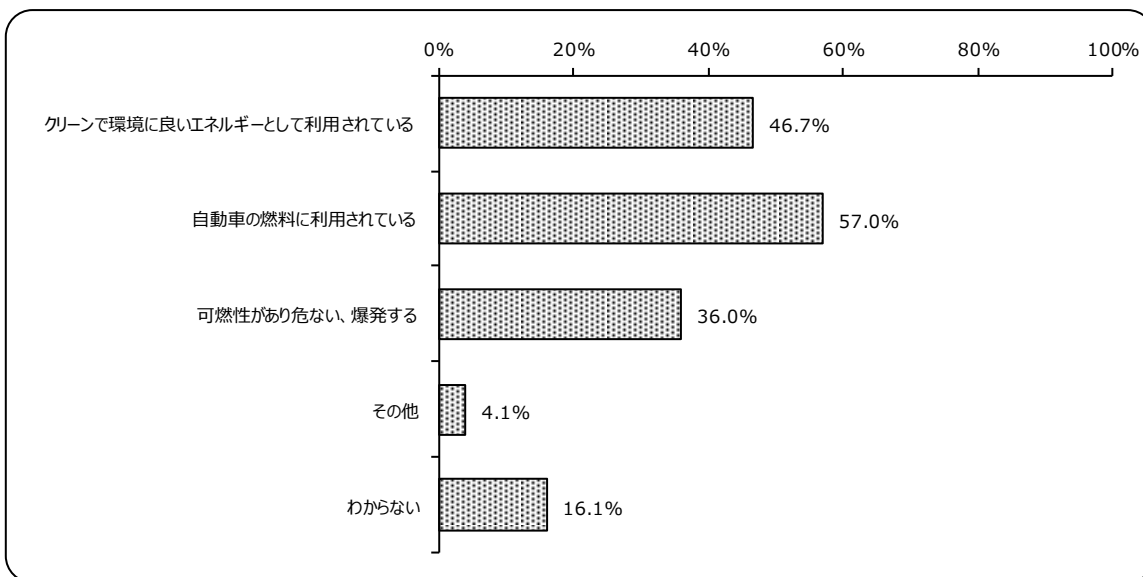
クリーンで環境に良いエネルギーや自動車の燃料という認識を持っている方が半数程度いる。  
 エネルギーとしてのイメージよりも、可燃性を持ち爆発するといったマイナスのイメージを持つ方も 36.0%いる。  
 また、「わからない」と回答された方が 16.1%いることから、燃料電池自動車や燃料電池など、水素エネルギーの活用はカーボンニュートラルの実現に向けた取組として有用であることを周知する必要がある。

	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。

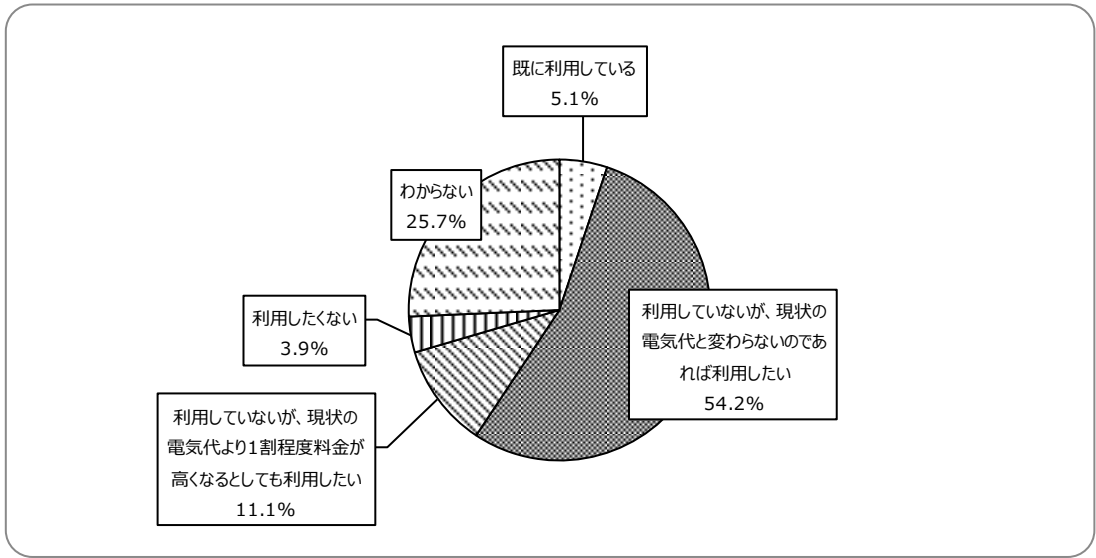
また、「利用したくない」理由は、価格が高いという意見と電力供給が不安定であるという意見が比較的多かった。電力供給が不安定であるということについては、電力会社の方で安定して送配電しているため、一般の電気の安定性と相違ないことを周知する必要がある。

	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



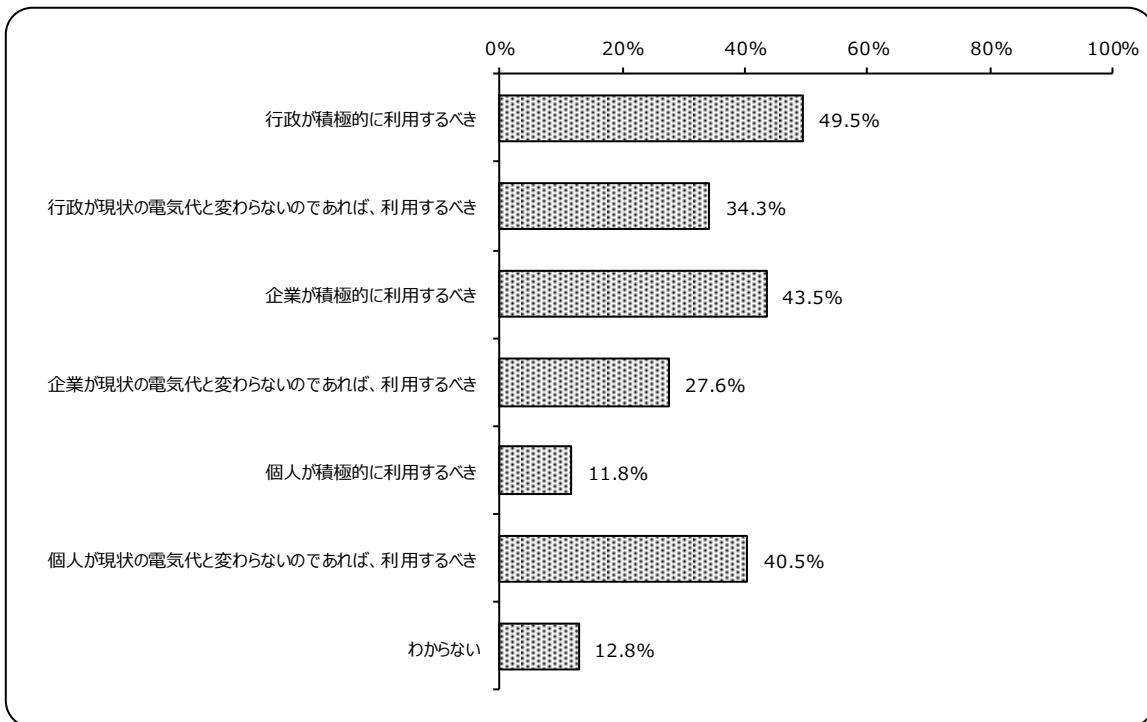
《再生可能エネルギー電気の取組に対する意見》

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 CO<sub>2</sub> 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に比べ割高であり、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。

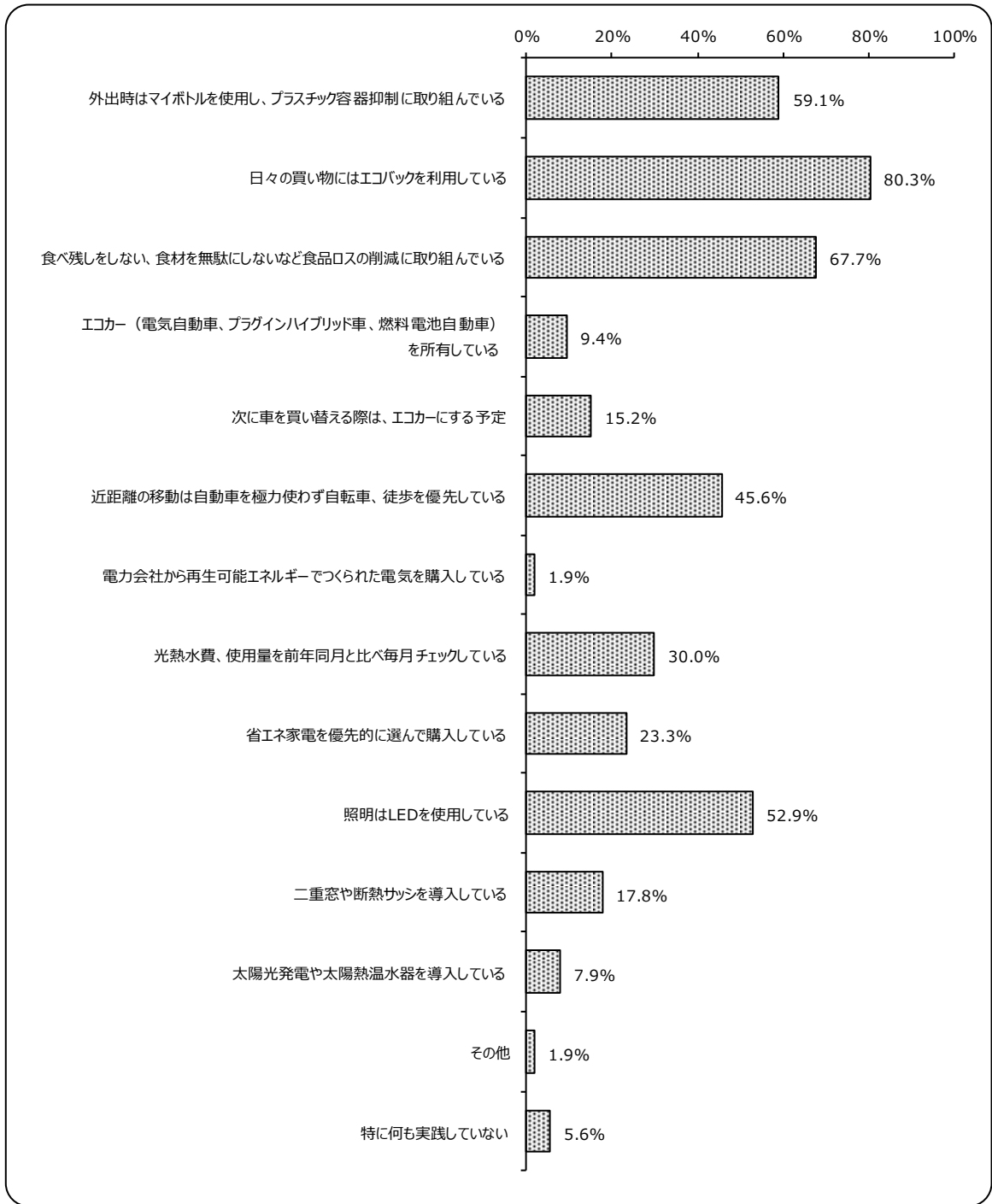
環境に配慮した取組を市民に普及するには、初期費用が低価格なものや経費削減につながる取組、太陽光発電の導入などの初期費用が高価格であっても長く利用することで得られるメリットについて広く伝える必要がある。

	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。



### 3. 文化芸術について

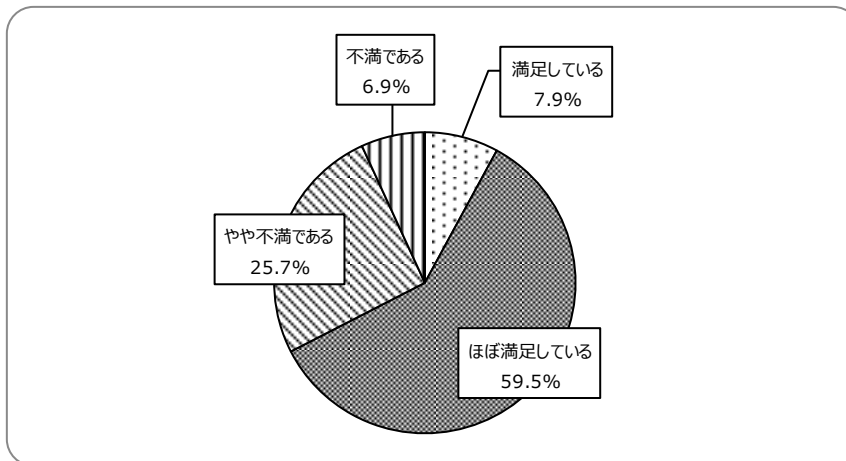
#### (1) 本市の文化的環境について

##### «本市の文化的環境に対する満足度»

**問 40. 本市の文化的環境（鑑賞機会、創作・参加機会、文化財や伝統的まちなみの保存・整備など）に満足していますか。あなたは普段、堺市博物館に関する情報を何によって入手されていますか。 【選択は1つ】**

「ほぼ満足している」（59.5%）、「満足している」（7.9%）の合計（67.4%：昨年度比+5.3ポイント）が「やや不満である」（25.7%）、「不満である」（6.9%）の合計（32.6%：昨年度比-5.3ポイント）を大きく上回っているが、今後も鑑賞機会の提供や、創作・参加機会等の充実に努め、さらなる満足度の向上を図っていく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	満足している	37	7.9%
2	ほぼ満足している	278	59.5%
3	やや不満である	120	25.7%
4	不満である	32	6.9%
	計 (回答総数)	467	100.0%



## (2) 文化芸術活動について

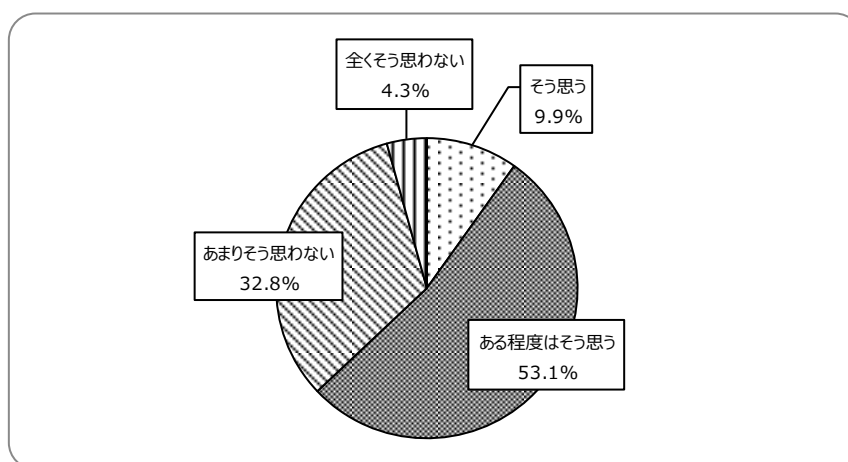
### ≪堺市博物館へ行った回数≫

問 41. 本市は、文化芸術の鑑賞や創作、参加などの文化芸術活動をしやすいまちであると思いますか。

【選択は 1 つ】

「ある程度はそう思う」(53.1%)、「そう思う」(9.9%)の合計(63.0%：昨年度比+21.2ポイント)が「あまりそう思わない」(32.8%)、「全くそう思わない」(4.3%)の合計(37.1%：昨年度比+12.0ポイント)を上回っているが、文化芸術活動をしにくいと思っている方が約3分の1を占めているため、これを減少できるよう努めていく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	そう思う	46	9.9%
2	ある程度はそう思う	248	53.1%
3	あまりそう思わない	153	32.8%
4	全くそう思わない	20	4.3%
	計 (回答総数)	467	100.0%





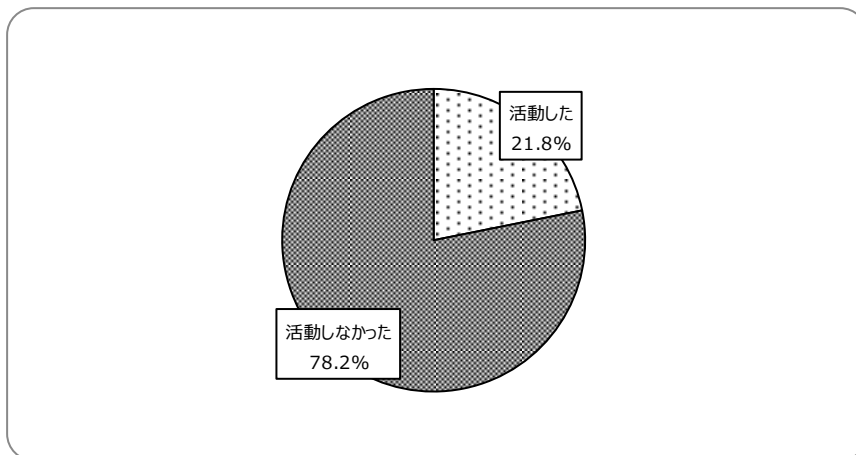
「文化芸術活動の実施の有無」

問 42. この 1 年間に、文化芸術の鑑賞や創作、参加などの文化芸術活動をしましたか。

【選択は 1 つ】

「活動した」(21.8% : 昨年度比-7.4 ポイント) が「活動しなかった」(78.2% : 昨年度比+7.4 ポイント) を下回っている。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	活動した	102	21.8%
2	活動しなかった	365	78.2%
	計 (回答総数)	467	100.0%



≪文化芸術活動を通じた国際交流の有無≫

問 43. 問 42 で「1 活動した」と回答された方に伺います。

文化芸術活動を通じ、海外の人たちと交流しましたか。「2 交流しなかった」と回答された方は、その理由を具体的に記入してください。 【選択は 1 つ】

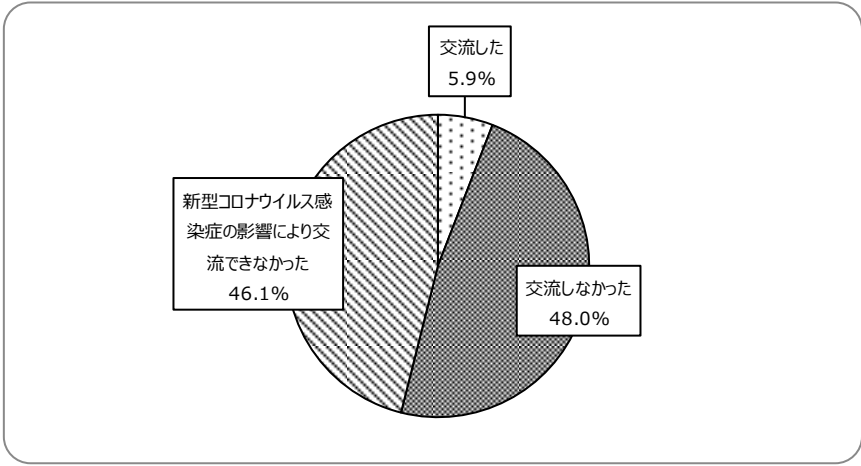
「交流した」が 5.9%（昨年度比-4.0 ポイント）と低く、「交流しなかった」（48.0%）「新型コロナウイルス感染症の影響により交流できなかった」（46.1%）の合計（94.1%）を大きく下回っている。このことから、ほとんどの方が国際交流していないことがわかる。

	選択項目 (N=102)	回答数	構成比
1	交流した	6	5.9%
2	交流しなかった	49	48.0%
3	新型コロナウイルス感染症の影響により交流できなかった	47	46.1%
	計 (回答総数)	102	100.0%

[交流しなかった理由]

【すべての回答】

- 機会が無かった。
- あまり興味がない。
- 海外の人と会わなかった。
- 場がなかった。
- 必要なかった。
- 海外の人が来るような場所ではなかった。
- 気軽にできない。
- そこまでの気力はなかった。
- そういうイベントに参加していない。
- 交流しようと思わなかった。
- 知り合いがいない。
- 時間が足りなかった。
- 海外の人と交流する活動では無い。
- 交流要素が無いカテゴリーだった。
- 演奏しただけ。
- 普段からとくにしていない。
- 展示しているのを観に行っただけ。
- 海外の人たちと交流する方法がわからなかった。
- 特に意識していなかった。



《文化芸術活動をしない理由》

問 44. 問 42 で「2 活動しなかった」と回答された方に伺います。

活動しなかった主な理由は何ですか。

【複数回答可：いつでも】

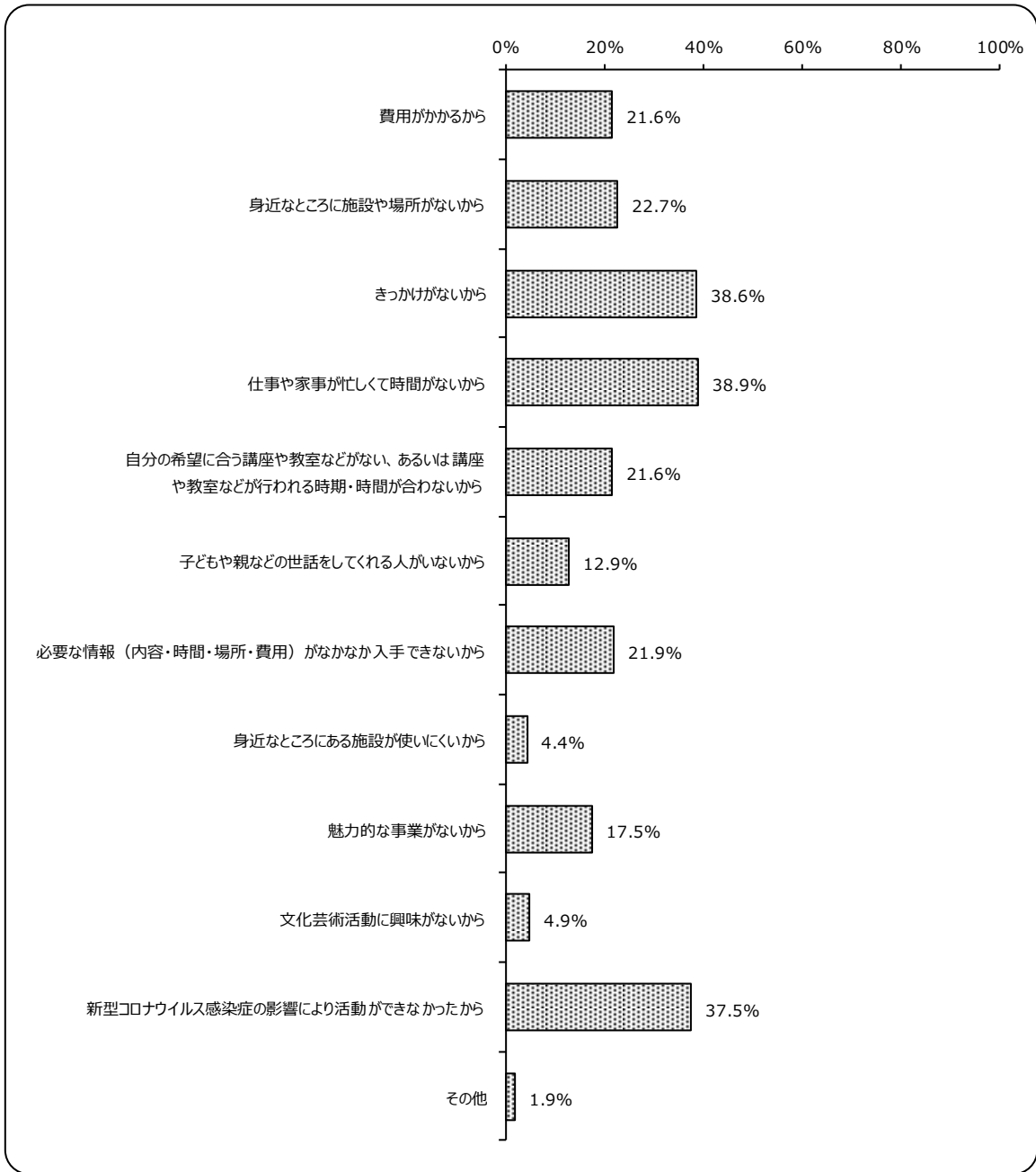
「仕事や家事が忙しくて時間がないから」（38.9%：昨年度比+8.1 ポイント）が最も高く、次いで「きっかけがないから」（38.6%：昨年度比-4.4 ポイント）、「新型コロナウイルス感染症の影響により活動ができなかったから」（37.5%）、「身近なところに施設や場所がないから」（22.7%：昨年度比-2.0 ポイント）、「必要な情報（内容・時間・場所・費用）がなかなか入手できないから」（21.9%：昨年度比+6.2 ポイント）「費用がかかるから」（21.6%：昨年度比+1.5 ポイント）「自分の希望に合う講座や教室などが無い、あるいは講座や教室などが行われる時期・時間が合わないから」（21.6%：昨年度比-4.6 ポイント）となっている。今後、新型コロナウイルス感染症の感染状況に留意しながら、文化芸術活動をしやすい環境形成に努めていく。

	選択項目 (N=365)	回答数	回答数/N
1	費用がかかるから	79	21.6%
2	身近なところに施設や場所がないから	83	22.7%
3	きっかけがないから	141	38.6%
4	仕事や家事が忙しくて時間がないから	142	38.9%
5	自分の希望に合う講座や教室などが無い、あるいは講座や教室などが行われる時期・時間が合わないから	79	21.6%
6	子どもや親などの世話をしてくれる人がいないから	47	12.9%
7	必要な情報（内容・時間・場所・費用）がなかなか入手できないから	80	21.9%
8	身近なところにある施設が使いにくいから	16	4.4%
9	魅力的な事業がないから	64	17.5%
10	文化芸術活動に興味がないから	18	4.9%
11	新型コロナウイルス感染症の影響により活動ができなかったから	137	37.5%
12	その他	7	1.9%

[12 その他]

【主な回答】

- 身体面・体力面で活動が難しい。
- インターネットを利用して、すき間時間に楽しめるものがあるから。



### (3) 本市の歴史文化資源と文化芸術事業について

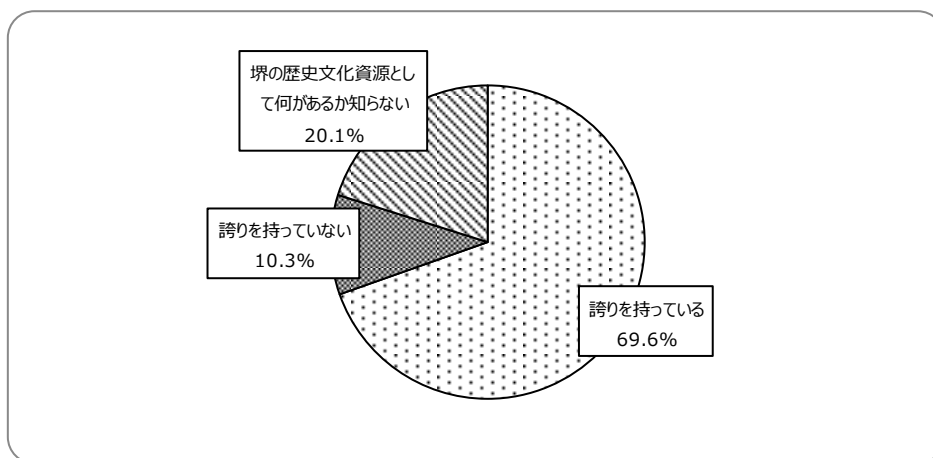
#### ◀堺の歴史文化資源に対する誇りの有無▶

問 45. 堺の歴史文化資源に誇りを持っていますか。

【選択は1つ】

「誇りを持っている」(69.6% : 昨年度比-0.8 ポイント) が「誇りを持っていない」(10.3% : 昨年度比-2.9 ポイント) を大幅に上回っている。しかしながら、「堺の歴史文化資源として何があるか知らない」が 20.1% (昨年度比+4.1 ポイント) もあるため、特に若年層への、堺の歴史文化資源の周知を進めていく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	誇りを持っている	325	69.6%
2	誇りを持っていない	48	10.3%
3	堺の歴史文化資源として何があるか知らない	94	20.1%
	計 (回答総数)	467	100.0%



≪世界に誇れる堺の歴史文化資源≫

問 46. 問 45 で「1 誇りを持っている」と回答された方に伺います。堺の文化の中で、世界に誇れると思う歴史文化資源はどれですか。 【複数回答可：いつでも】

「仁徳天皇陵古墳をはじめとする百舌鳥古墳群」(96.0%：昨年度比+2.7 ポイント) が最も高く、次いで「千利休、与謝野晶子、阪田三吉、行基、河川慧海など堺ゆかりの先人達」(62.8%：昨年度比-21.1 ポイント)、「鉄砲鍛冶屋敷、山口家住宅などの歴史的建造物」(56.6%：昨年度比+0.8 ポイント)、「だんじり、ふとん太鼓、こおどり、やっさいほっさい、お渡りなどの地域の祭礼」(50.5%：昨年度比+4.3 ポイント) となっている。

	選択項目 (N=325)	回答数	回答数/N
1	仁徳天皇陵古墳をはじめとする百舌鳥古墳群	312	96.0%
2	千利休、与謝野晶子、阪田三吉、行基、河川慧海など堺ゆかりの先人達	204	62.8%
3	だんじり、ふとん太鼓、こおどり、やっさいほっさい、お渡りなどの地域の祭礼	164	50.5%
4	鉄砲鍛冶屋敷、山口家住宅などの歴史的建造物	184	56.6%
5	南宗寺、妙國寺をはじめとする寺社仏閣	129	39.7%
6	アルフォンス・ミュシャコレクションをはじめとする本市の所蔵美術作品	75	23.1%
7	堺シティオペラ、大阪交響楽団をはじめとする文化芸術団体	51	15.7%
8	堺市ゆかりのアーティスト	17	5.2%
9	堺市民芸術文化ホール（フェニーチェ堺）	96	29.5%
10	利晶の杜	99	30.5%
11	その他	9	2.8%

[8 堺市ゆかりのアーティスト]

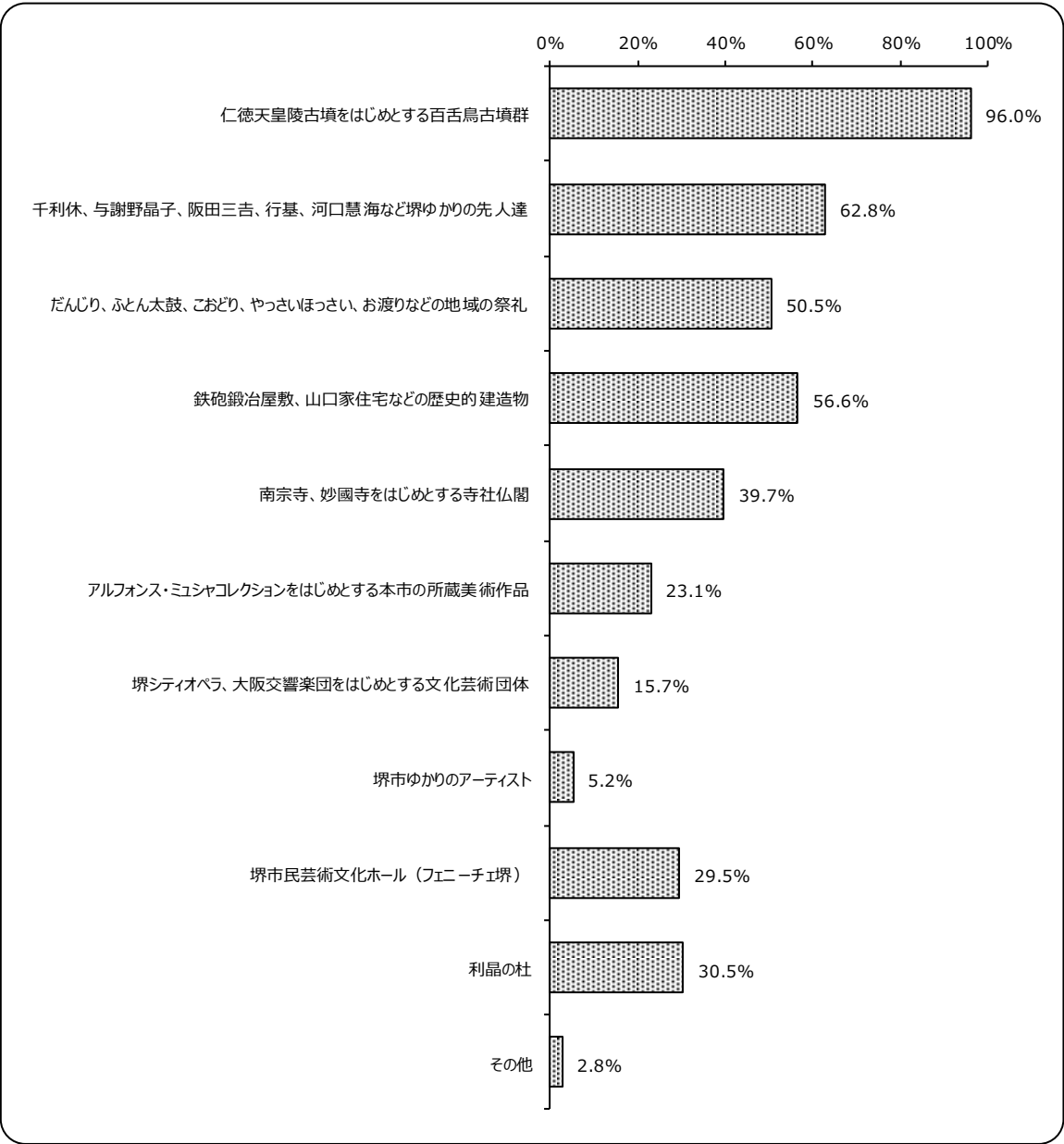
【内容】

- 井村誠貴（指揮者）
- 片岡愛之助（歌舞伎役者）
- コブクロ（音楽デュオ）
- さいとう・たかを（漫画家）
- サキタハチメ（ミュージカルソー（のこぎり）奏者）
- 沢口靖子（女優）
- 山崎豊子（小説家）

[11 その他]

【主な回答】

- 和菓子などの食文化
- 自転車
- 阪堺電車





「本市の文化芸術事業の認知度」

問 47. 本市では次のような文化芸術事業を行っていますが、知っている事業はどれですか。

【複数回答可：いくつでも】

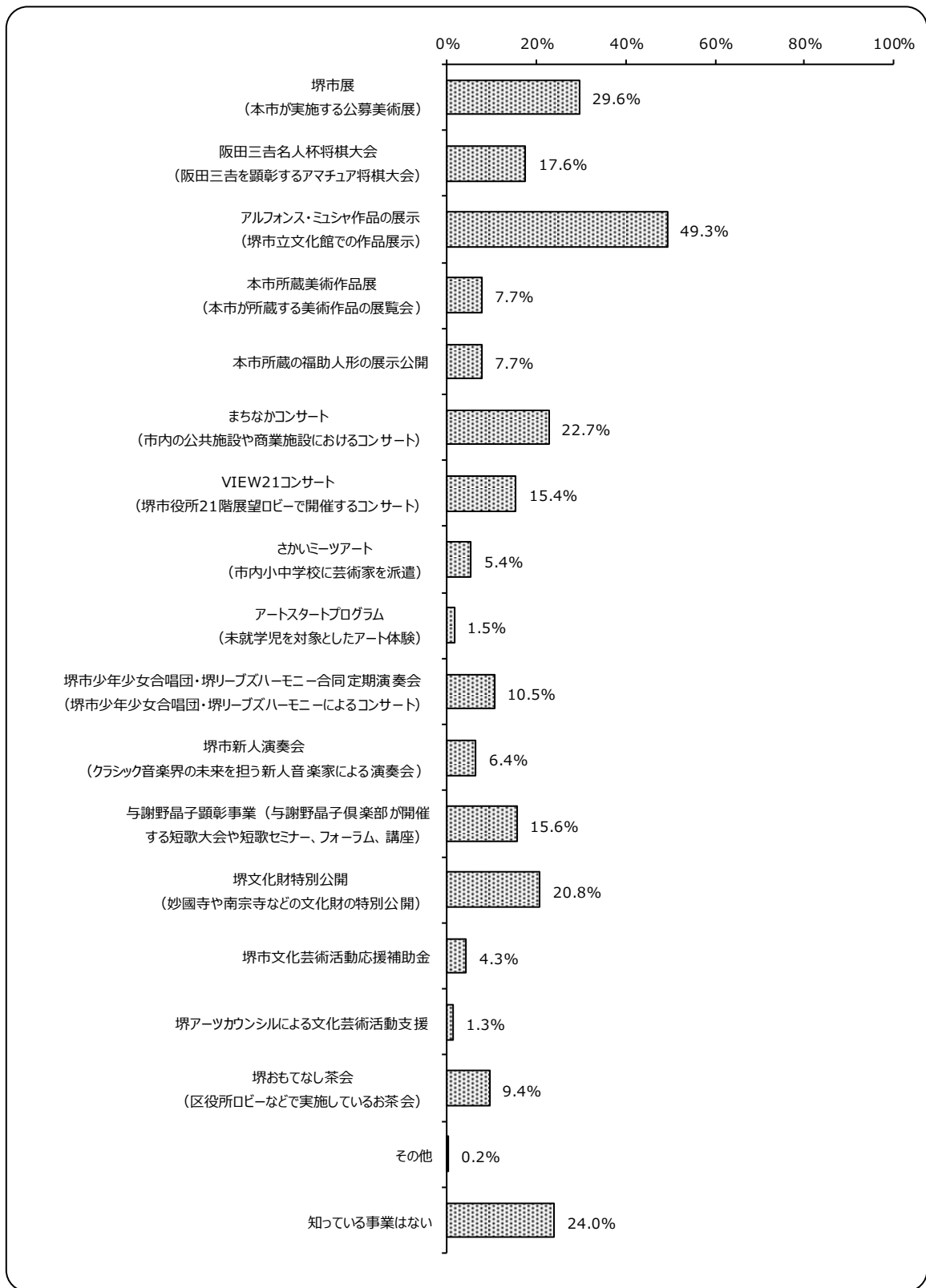
「アルフォンソ・ミュシャ作品の展示（堺市立文化館での作品展示）」（49.3%：昨年度比+13.7 ポイント）が最も高く、次いで、「堺市展（本市が実施する公募美術展）」（29.6%：昨年度比-0.9 ポイント）「まちなかコンサート（市内の公共施設や商業施設におけるコンサート）」（22.7%：昨年度比-9.6 ポイント）、「堺文化財特別公開（妙国寺や南宗寺などの文化財の特別公開）」（20.8%：昨年度比-3.9 ポイント）、となっている。昨年度と比べ、認知度が低下している事業もあるため、SNS 等を活用し、効果的な発信を行い、周知を行っていく。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	堺市展（本市が実施する公募美術展）	138	29.6%
2	阪田三吉名人杯将棋大会（阪田三吉を顕彰するアマチュア将棋大会）	82	17.6%
3	アルフォンソ・ミュシャ作品の展示（堺市立文化館での作品展示）	230	49.3%
4	本市所蔵美術作品展（本市が所蔵する美術作品の展覧会）	36	7.7%
5	本市所蔵の福助人形の展示公開	36	7.7%
6	まちなかコンサート（市内の公共施設や商業施設におけるコンサート）	106	22.7%
7	VIEW21コンサート（堺市役所21階展望ロビーで開催するコンサート）	72	15.4%
8	さかいミーツアート（市内小中学校に芸術家を派遣）	25	5.4%
9	アートスタートプログラ（未就学児を対象としたアート体験）	7	1.5%
10	堺市少年少女合唱団・堺リーブズハーモニー合同定期演奏会（堺市少年少女合唱団・堺リーブズハーモニーによるコンサート）	49	10.5%
11	堺市新人演奏会（クラシック音楽界の未来を担う新人音楽家による演奏会）	30	6.4%
12	与謝野晶子顕彰事業（与謝野晶子倶楽部が開催する短歌大会や短歌セミナー、フォーラム、講座）	73	15.6%
13	堺文化財特別公開（妙国寺や南宗寺などの文化財の特別公開）	97	20.8%
14	堺市文化芸術活動応援補助金	20	4.3%
15	堺アーツカウンスルによる文化芸術活動支援	6	1.3%
16	堺おもてなし茶会（区役所ロビーなどで実施しているお茶会）	44	9.4%
17	その他	1	0.2%
18	知っている事業はない	112	24.0%

[17 その他]

【主な回答】

- さかい利晶の杜でのイベント



#### (4) 文化芸術に関する施設の利用について

##### ≪文化芸術に関する施設利用≫

問 48. 本市にある次の施設において、直近 1 年間に、公演の鑑賞などをしたり、ホールや会議室などを借りて利用した施設はどれですか。 【複数回答可：いくつでも】

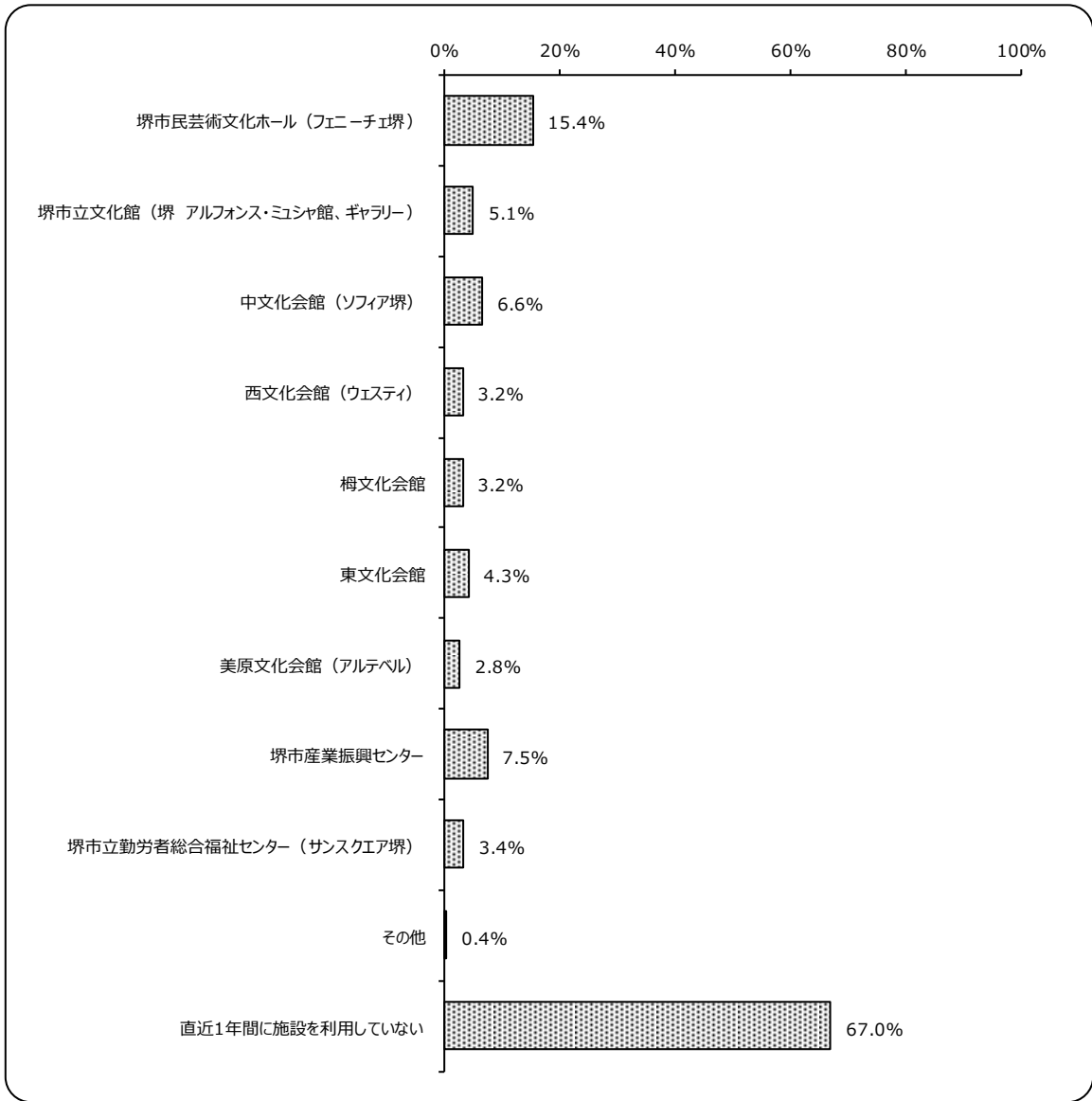
「堺市民芸術文化ホール（フェニーチェ堺）」（15.4%）の利用者が最も多く、次いで、「堺市産業振興センター」（7.5%）、「中文化会館（ソフィア堺）」（6.6%）、「堺市立文化館（堺 アルフォンス・ミュシャ館、ギャラリー）」（5.1%）となっている。また、「直近 1 年間に施設を利用していない」（67.0%）となっており、今後、魅力ある公演の実施や効果的な広報等により施設利用を促進していく。

	選択項目（N=467）	回答数	回答数/N
1	堺市民芸術文化ホール（フェニーチェ堺）	72	15.4%
2	堺市立文化館（堺 アルフォンス・ミュシャ館、ギャラリー）	24	5.1%
3	中文化会館（ソフィア堺）	31	6.6%
4	西文化会館（ウエスティ）	15	3.2%
5	榎文化会館	15	3.2%
6	東文化会館	20	4.3%
7	美原文化会館（アルテベル）	13	2.8%
8	堺市産業振興センター	35	7.5%
9	堺市立勤労者総合福祉センター（サンスクエア堺）	16	3.4%
10	その他	2	0.4%
11	直近1年間に施設を利用していない	313	67.0%

[10 その他]

##### 【主な回答】

- 地元の会館
- みはら歴史博物館



**問 49. 問 48 で「11 直近 1 年間に施設を利用していない」と回答された方に伺います。施設を利用されなかった理由は何ですか。 【複数回答可：いくつでも】**

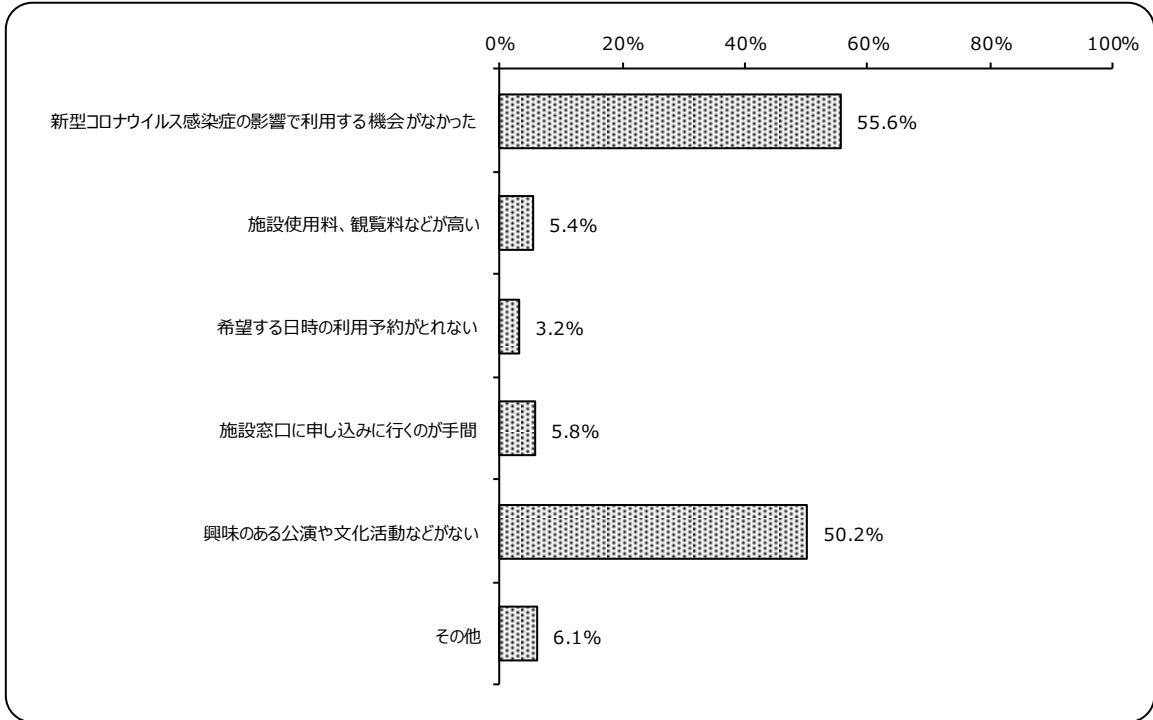
施設を利用しなかった主な理由は、「新型コロナウイルス感染症の影響で利用する機会がなかった」（55.6%）が最も高く、次いで「興味のある公演や文化活動などがない」（50.2%）、「施設窓口に申し込みに行くのが手間」（5.8%）、「施設使用料、観覧料などが高い」（5.4%）となっている。今後は、新型コロナウイルス感染症の感染状況に留意しながら、多くの方の興味を引く魅力的な公演等を実施し、施設への来館を促していく。

	選択項目 (N=313)	回答数	回答数/N
1	新型コロナウイルス感染症の影響で利用する機会がなかった	174	55.6%
2	施設使用料、観覧料などが高い	17	5.4%
3	希望する日時の利用予約がとれない	10	3.2%
4	施設窓口に申し込みに行くのが手間	18	5.8%
5	興味のある公演や文化活動などがない	157	50.2%
6	その他	19	6.1%

[6 その他]

**【主な回答】**

- 子育て中で余裕がないから。
- 時間がないから。
- 何が行われているのか知らないから。



## 4. スポーツ活動・運動習慣について

### 本アンケートにおける「スポーツ」とは

「自らの意志で行う身体的な活動」を広く「スポーツ」ととらえています。野球やテニスなどの競技スポーツだけでなく、通勤・通学や買い物などでのウォーキングや散歩などの軽い運動も「スポーツ」に含めてご回答ください（ただし、e スポーツは含みません）。

### (1) 運動やスポーツの活動状況について

#### 《実施頻度》

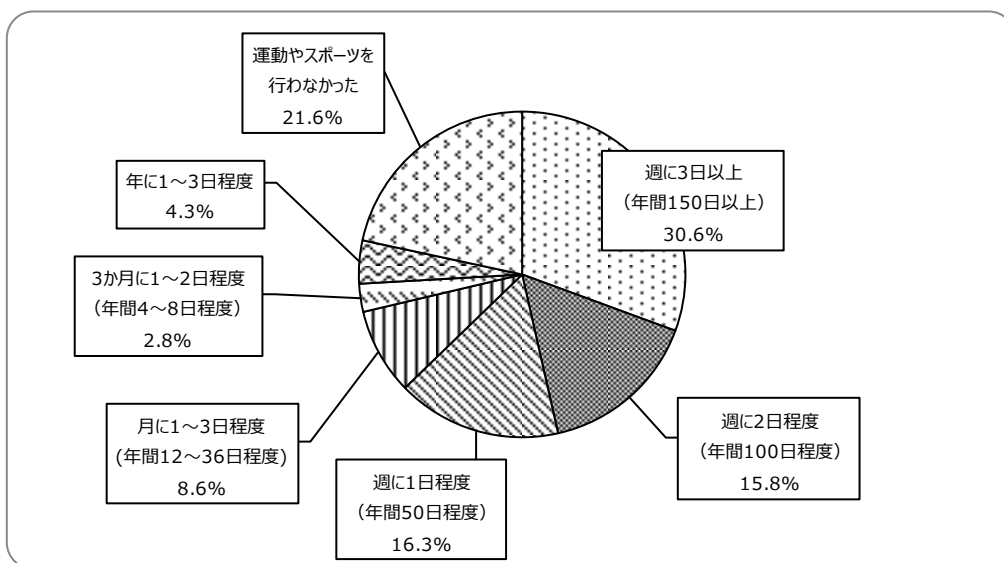
問 50. この1年間（令和2年12月1日～令和3年11月30日）に、1日に合計30分以上の運動（日常の歩行や自転車を含む）やスポーツを、どのくらいの頻度で行いましたか 【選択は1つ】

1日に合計30分以上の運動やスポーツを週に1日以上実施する方の割合は、62.7%となった。一方、1年間「運動やスポーツを行わなかった」方の割合は21.6%という結果であった。

「堺市スポーツ推進プラン」では、週2回以上運動する方の割合を50%以上にすることを目標としており、60歳代以上では達成できているが、60歳未満のビジネスパーソンが多い世代の実施率が低い結果となっている。全体での割合は、「週に3日以上（年間150日以上）」（30.6%）と「週に2日程度（年間100日程度）」（15.8%）を合わせて46.4%であった。

60歳未満の世代を対象に、様々な機会を捉えて運動・スポーツの習慣化を啓発していく必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	週に3日以上（年間150日以上）	143	30.6%
2	週に2日程度（年間100日程度）	74	15.8%
3	週に1日程度（年間50日程度）	76	16.3%
4	月に1～3日程度（年間12～36日程度）	40	8.6%
5	3か月に1～2日程度（年間4～8日程度）	13	2.8%
6	年に1～3日程度	20	4.3%
7	運動やスポーツを行わなかった	101	21.6%
	計（回答総数）	467	100.0%



《実施時間》

問 51. 運動やスポーツを行う主な時間帯はいつですか。問 50 で「7 運動やスポーツを行わなかった」を回答された方は、今後、運動やスポーツを行うとしたら時間帯はいつかお答えください。 【複数回答可：いくつでも】

平日は「午前中（9時～11時台）」（32.5%）、次いで「夜間（18時～21時台）」（26.8%）が高い割合となり、休日は主に「午前中（9時～11時台）」から「夕方（15時～17時台）」にかけて回答が分散する結果であった。

また、性別ごとに運動やスポーツの実施率を見ると、女性の実施率は平日・休日ともに午前中・昼間（9時～14時台）が高く、男性は平日夜間（18時～21時台）、休日は午前中（9時～11時台）が高くなっている。この結果をもとに、スポーツイベントや教室等の企画にあたっては、世代や性別など対象に応じて、参加しやすい曜日・時間帯を設定し、実施する。

《全体》

		選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
平日	1	早朝（5時～8時台）	76	16.3%
	2	午前中（9時～11時台）	152	32.5%
	3	昼間（12時～14時台）	96	20.6%
	4	夕方（15時～17時台）	99	21.2%
	5	夜間（18時～21時台）	125	26.8%
	6	深夜（22時以降）	22	4.7%
休日	7	早朝（5時～8時台）	48	10.3%
	8	午前中（9時～11時台）	190	40.7%
	9	昼間（12時～14時台）	156	33.4%
	10	夕方（15時～17時台）	124	26.6%
	11	夜間（18時～21時台）	72	15.4%
	12	深夜（22時以降）	14	3.0%

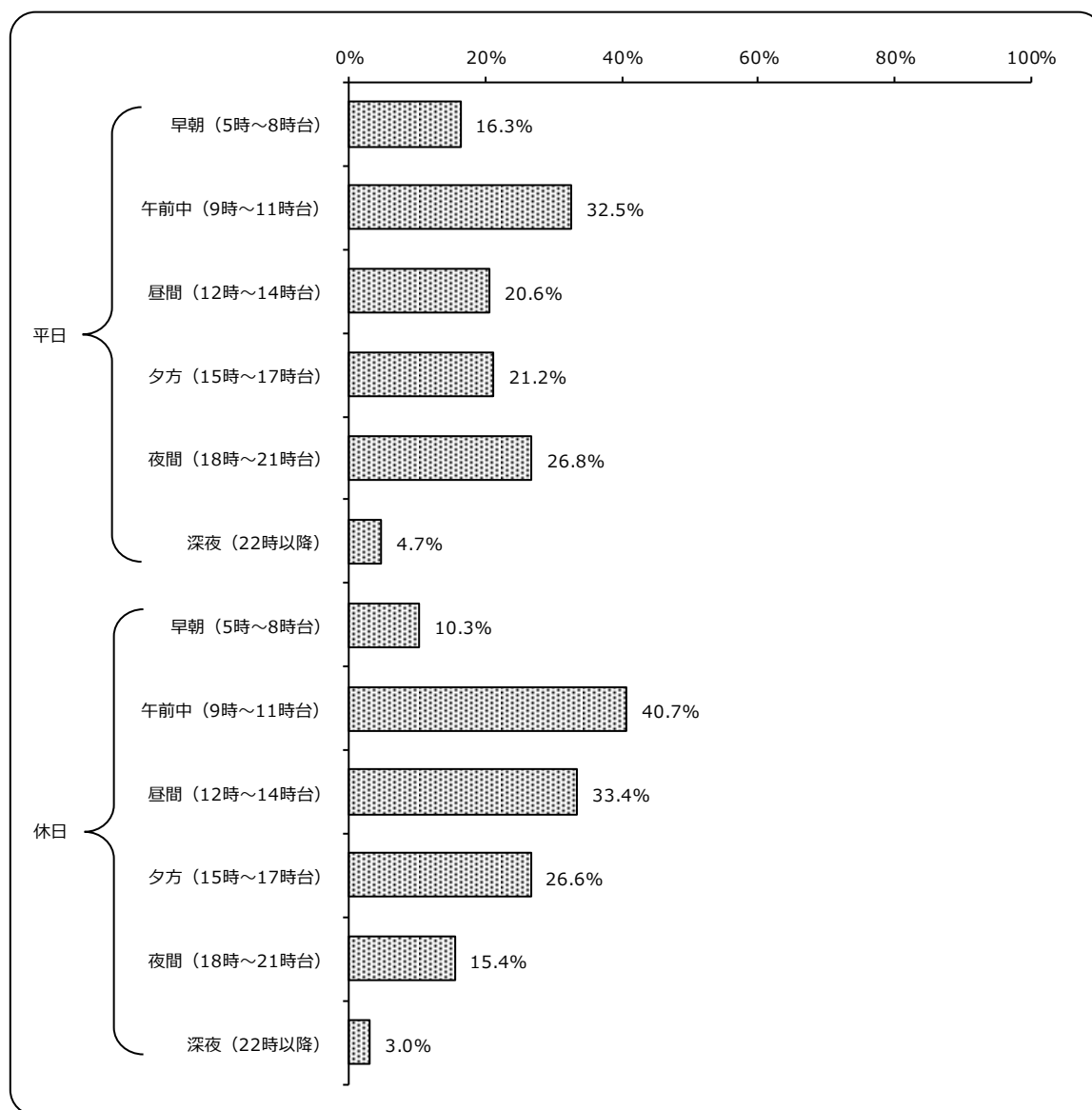
《男性》

		選択項目 (N=186)	回答数	回答数/N
平日	1	早朝（5時～8時台）	31	16.7%
	2	午前中（9時～11時台）	48	25.8%
	3	昼間（12時～14時台）	25	13.4%
	4	夕方（15時～17時台）	43	23.1%
	5	夜間（18時～21時台）	60	32.3%
	6	深夜（22時以降）	12	6.5%
休日	7	早朝（5時～8時台）	20	10.8%
	8	午前中（9時～11時台）	79	42.5%
	9	昼間（12時～14時台）	52	28.0%
	10	夕方（15時～17時台）	57	30.6%
	11	夜間（18時～21時台）	34	18.3%
	12	深夜（22時以降）	7	3.8%

《女性》

	選択項目 (N=281)	回答数	回答数/N
平日	1 早朝 (5時～8時台)	45	16.0%
	2 午前中 (9時～11時台)	104	37.0%
	3 昼間 (12時～14時台)	71	25.3%
	4 夕方 (15時～17時台)	56	19.9%
	5 夜間 (18時～21時台)	65	23.1%
	6 深夜 (22時以降)	10	3.6%
休日	7 早朝 (5時～8時台)	28	10.0%
	8 午前中 (9時～11時台)	111	39.5%
	9 昼間 (12時～14時台)	104	37.0%
	10 夕方 (15時～17時台)	67	23.8%
	11 夜間 (18時～21時台)	38	13.5%
	12 深夜 (22時以降)	7	2.5%

《全体》





《実施場所》

問 52. 問 50 で 1～6 のいずれかを回答された方に伺います。主にどの施設で運動やスポーツを行いましたか。

【複数選択可：いくつでも】

平日・休日ともに、「道路」及び「公園」の回答がそれぞれ約 40%であり、他項目に比べて高い割合となった。次いで「自宅または自宅敷地内」となっている。問 53 の結果からも、個人単位で運動・スポーツを行う割合が高く、公園や道路、自宅など身近な場所を選ぶ傾向にある。

		選択項目 (N=366)	回答数	回答数/N
平日	1	公共の体育館・スポーツ施設	25	6.8%
	2	学校の体育館・運動場など	7	1.9%
	3	民間の屋内施設 (フィットネスクラブ、ジムなど)	43	11.7%
	4	民間の屋外施設 (レジャープール、スキー場、ゴルフ場など)	11	3.0%
	5	自宅または自宅敷地内	90	24.6%
	6	職場または職場敷地内	22	6.0%
	7	公園	133	36.3%
	8	公民館	1	0.3%
	9	道路	151	41.3%
	10	緑道	59	16.1%
	11	山岳・森林・海・湖・川 などの自然環境	16	4.4%
	12	その他	9	2.5%
休日	13	公共の体育館・スポーツ施設	22	6.0%
	14	学校の体育館・運動場など	9	2.5%
	15	民間の屋内施設 (フィットネスクラブ、ジムなど)	30	8.2%
	16	民間の屋外施設 (レジャープール、スキー場、ゴルフ場など)	18	4.9%
	17	自宅または自宅敷地内	82	22.4%
	18	職場または職場敷地内	1	0.3%
	19	公園	147	40.2%
	20	公民館	4	1.1%
	21	道路	144	39.3%
	22	緑道	58	15.8%
	23	山岳・森林・海・湖・川 などの自然環境	41	11.2%
	24	その他	7	1.9%

[12 その他]

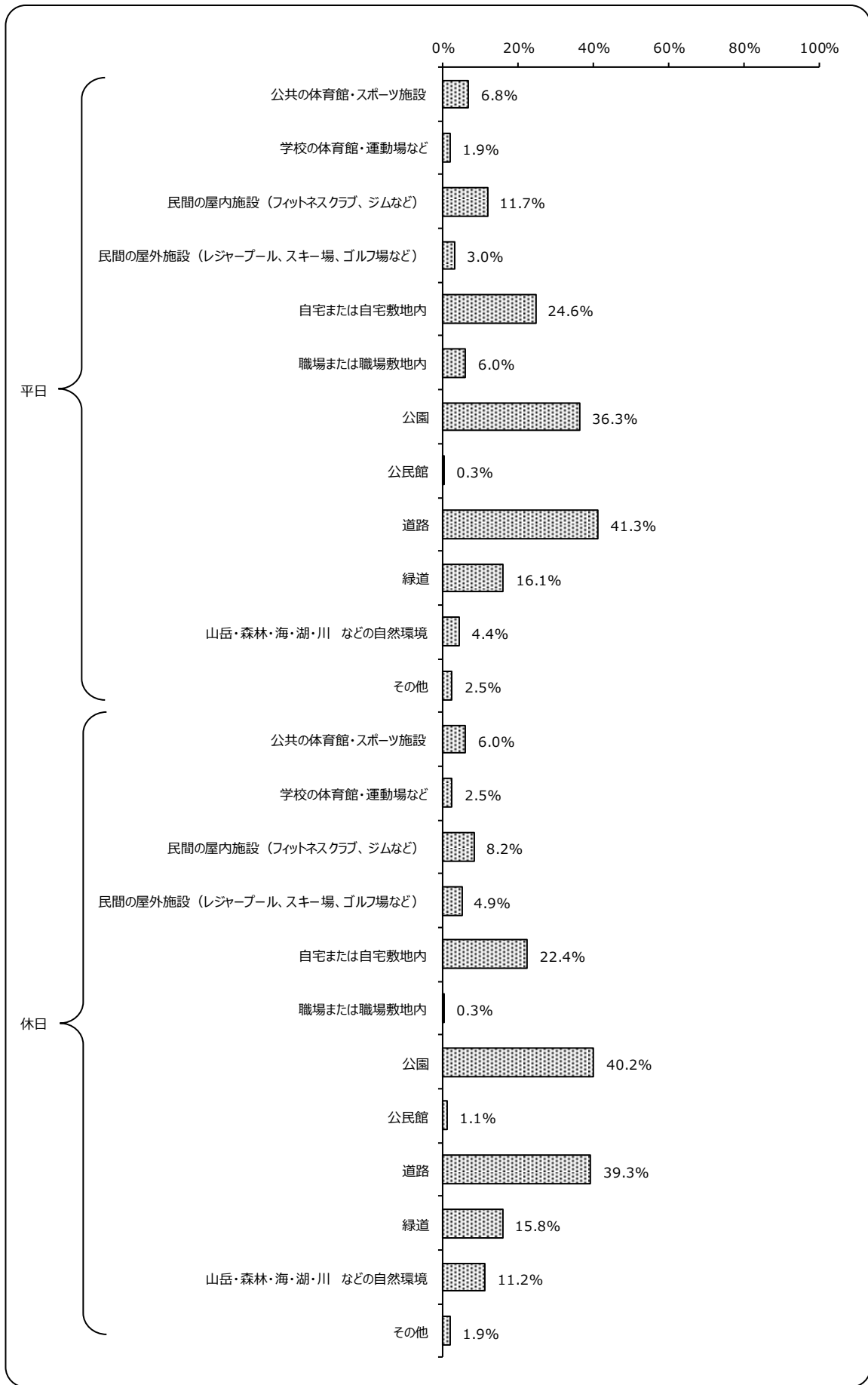
【主な回答】

- リハビリステーション
- サークルのフリースペース

[24 その他]

【主な回答】

- 市外の公共スポーツ施設
- 商業施設



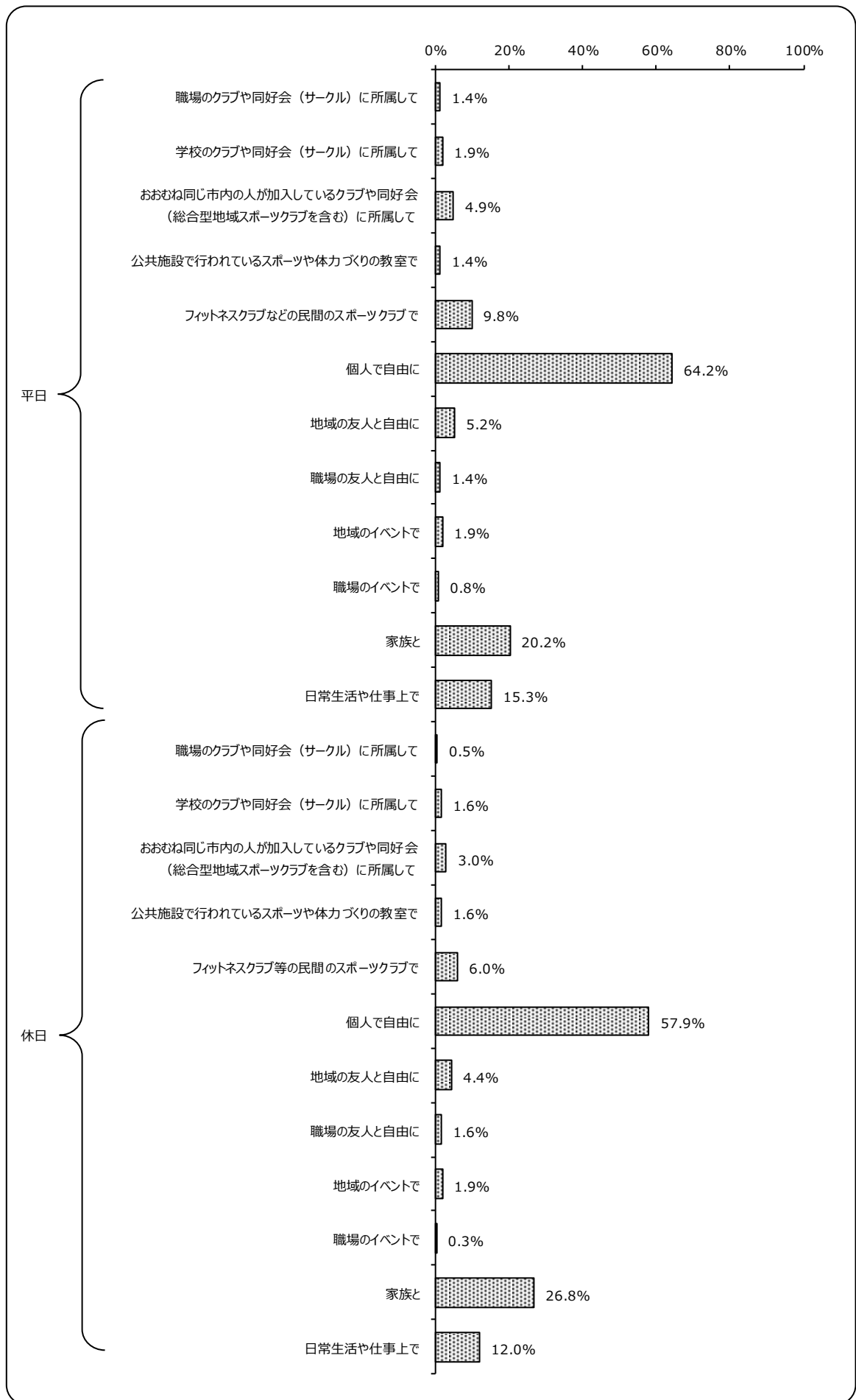
《実施形態》

問 53. 問 50 で 1～6 のいずれかを回答された方に伺います。運動やスポーツを主にどのような形で実施しましたか。

【複数選択可：いくつでも】

平日、休日とも「個人で自由に」が 50%を超える割合で最も高く、次いで多いのが「家族と」となっていることから、今後は個人でもできる運動や家族と楽しめるスポーツ等に対するニーズをふまえた施策を展開していく必要がある。

	選択項目 (N=366)	回答数	回答数/N
平日	1 職場のクラブや同好会（サークル）に所属して	5	1.4%
	2 学校のクラブや同好会（サークル）に所属して	7	1.9%
	3 おおむね同じ市内の人が加入しているクラブや同好会（総合型地域スポーツクラブを含む）に所属して	18	4.9%
	4 公共施設で行われているスポーツや体力づくりの教室で	5	1.4%
	5 フィットネスクラブなどの民間のスポーツクラブで	36	9.8%
	6 個人で自由に	235	64.2%
	7 地域の友人と自由に	19	5.2%
	8 職場の友人と自由に	5	1.4%
	9 地域のイベントで	7	1.9%
	10 職場のイベントで	3	0.8%
	11 家族と	74	20.2%
	12 日常生活や仕事上で	56	15.3%
休日	13 職場のクラブや同好会（サークル）に所属して	2	0.5%
	14 学校のクラブや同好会（サークル）に所属して	6	1.6%
	15 おおむね同じ市内の人が加入しているクラブや同好会（総合型地域スポーツクラブを含む）に所属して	11	3.0%
	16 公共施設で行われているスポーツや体力づくりの教室で	6	1.6%
	17 フィットネスクラブ等の民間のスポーツクラブで	22	6.0%
	18 個人で自由に	212	57.9%
	19 地域の友人と自由に	16	4.4%
	20 職場の友人と自由に	6	1.6%
	21 地域のイベントで	7	1.9%
	22 職場のイベントで	1	0.3%
	23 家族と	98	26.8%
	24 日常生活や仕事上で	44	12.0%



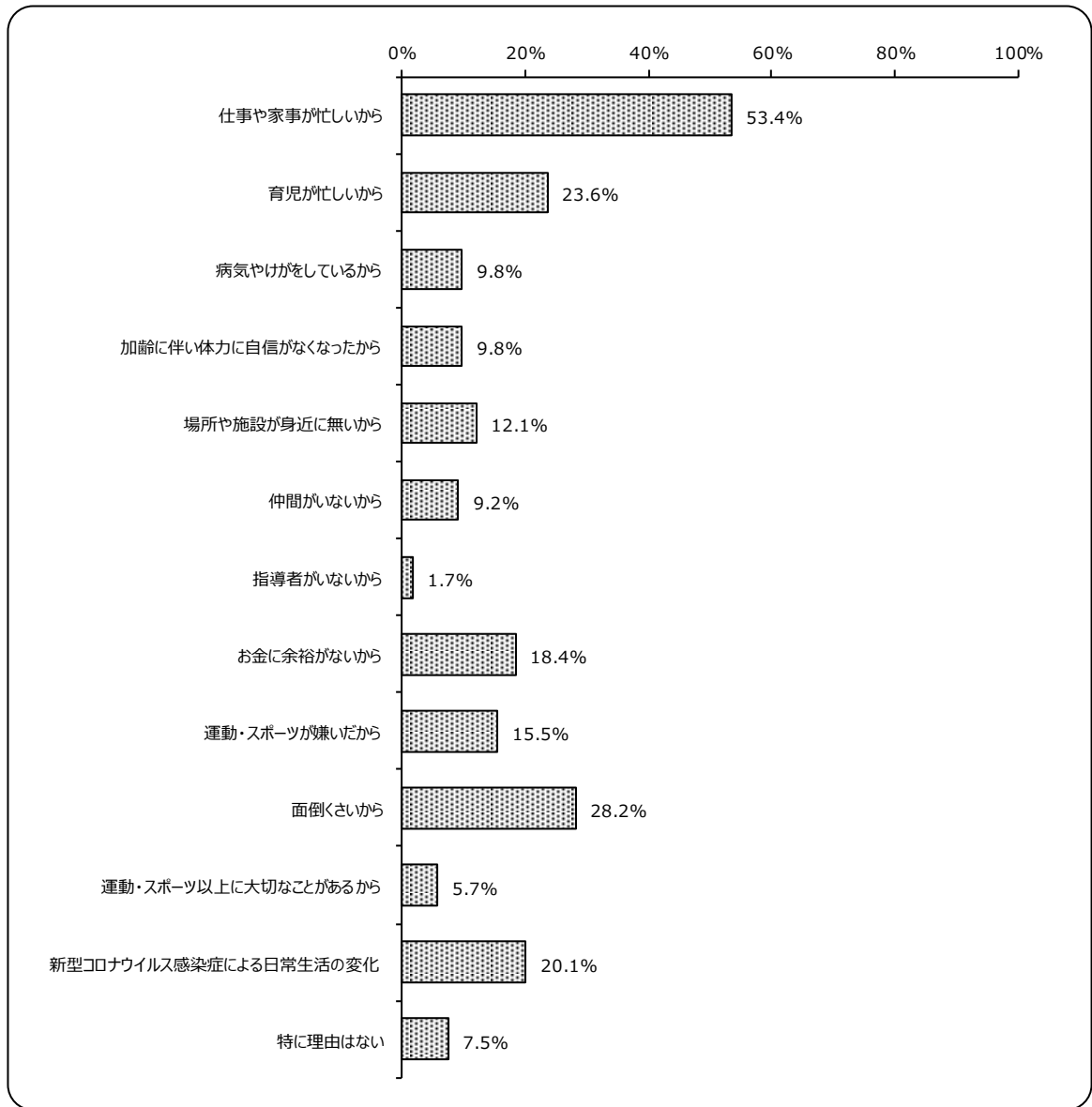
《運動・スポーツを実施できなかった理由 1》

問 54. 問 50 で 4～7 のいずれかを回答された方に伺います。週に 1 日以上運動やスポーツを実施できなかった理由は何ですか。 【複数回答可：いくつでも】

時間的な要因である「仕事や家事が忙しいから」（53.4%）の割合が最も高く、次いで心理的要因である「面倒くさいから」（28.2%）の回答が続いた。

仕事や家事の合間にできる運動を紹介することや運動・スポーツをすることの有益性について継続的な情報発信を行っていく。

	選択項目 (N=174)	回答数	回答数/N
1	仕事や家事が忙しいから	93	53.4%
2	育児が忙しいから	41	23.6%
3	病気やけがをしているから	17	9.8%
4	加齢に伴い体力に自信がなくなったから	17	9.8%
5	場所や施設が身近に無いから	21	12.1%
6	仲間がいないから	16	9.2%
7	指導者がいないから	3	1.7%
8	お金に余裕がないから	32	18.4%
9	運動・スポーツが嫌いだから	27	15.5%
10	面倒くさいから	49	28.2%
11	運動・スポーツ以上に大切なことがあるから	10	5.7%
12	新型コロナウイルス感染症による日常生活の変化	35	20.1%
13	特に理由はない	13	7.5%



《運動・スポーツを実施できなかった理由 2》

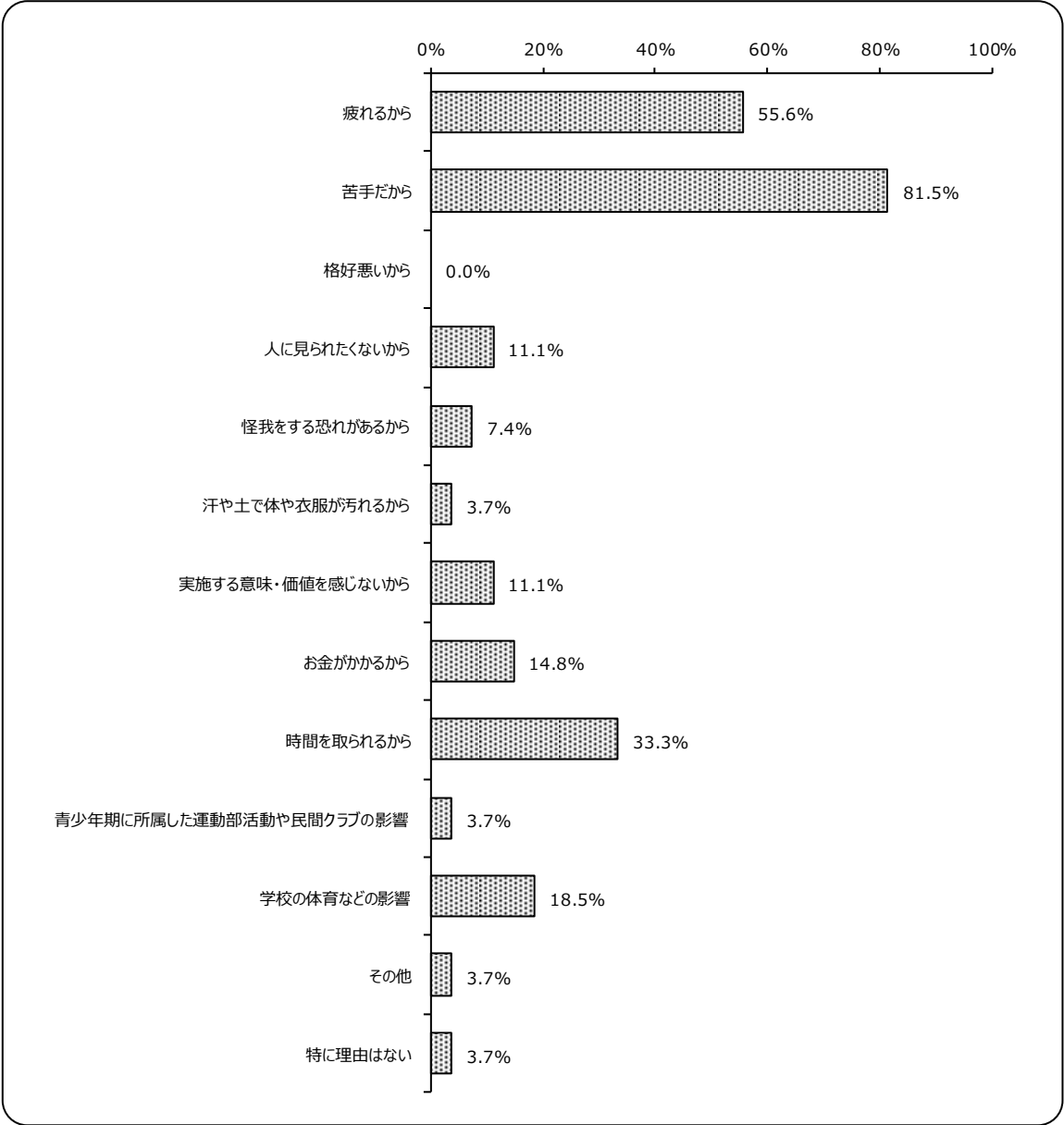
問 55. 問 54 で「9 運動・スポーツが嫌いだから」を回答された方に伺います。嫌いな理由は何ですか。

【複数選択可：いくつでも】

「苦手だから」（81.5%）割合が最も高く、次いで「疲れるから」（55.6%）の割合が高くなっている。

このように、運動・スポーツに対しネガティブなイメージを持っている方に対し、様々な媒体を通じて、健康効果などのメリットを PR するほか気軽にできる簡単な運動やすべての人が楽しめるスポーツを紹介していく。

	選択項目 (N=27)	回答数	回答数/N
1	疲れるから	15	55.6%
2	苦手だから	22	81.5%
3	格好悪いから	0	0.0%
4	人に見られたくないから	3	11.1%
5	怪我をする恐れがあるから	2	7.4%
6	汗や土で体や衣服が汚れるから	1	3.7%
7	実施する意味・価値を感じないから	3	11.1%
8	お金がかかるから	4	14.8%
9	時間を取られるから	9	33.3%
10	青少年期に所属した運動部活動や民間クラブの影響	1	3.7%
11	学校の体育などの影響	5	18.5%
12	その他	1	3.7%
13	特に理由はない	1	3.7%





《実施理由》

問 56. 問 50 で 1～6 のいずれかを回答された方に伺います。スポーツや運動を行う目的は何ですか。

【複数選択可：いくつでも】

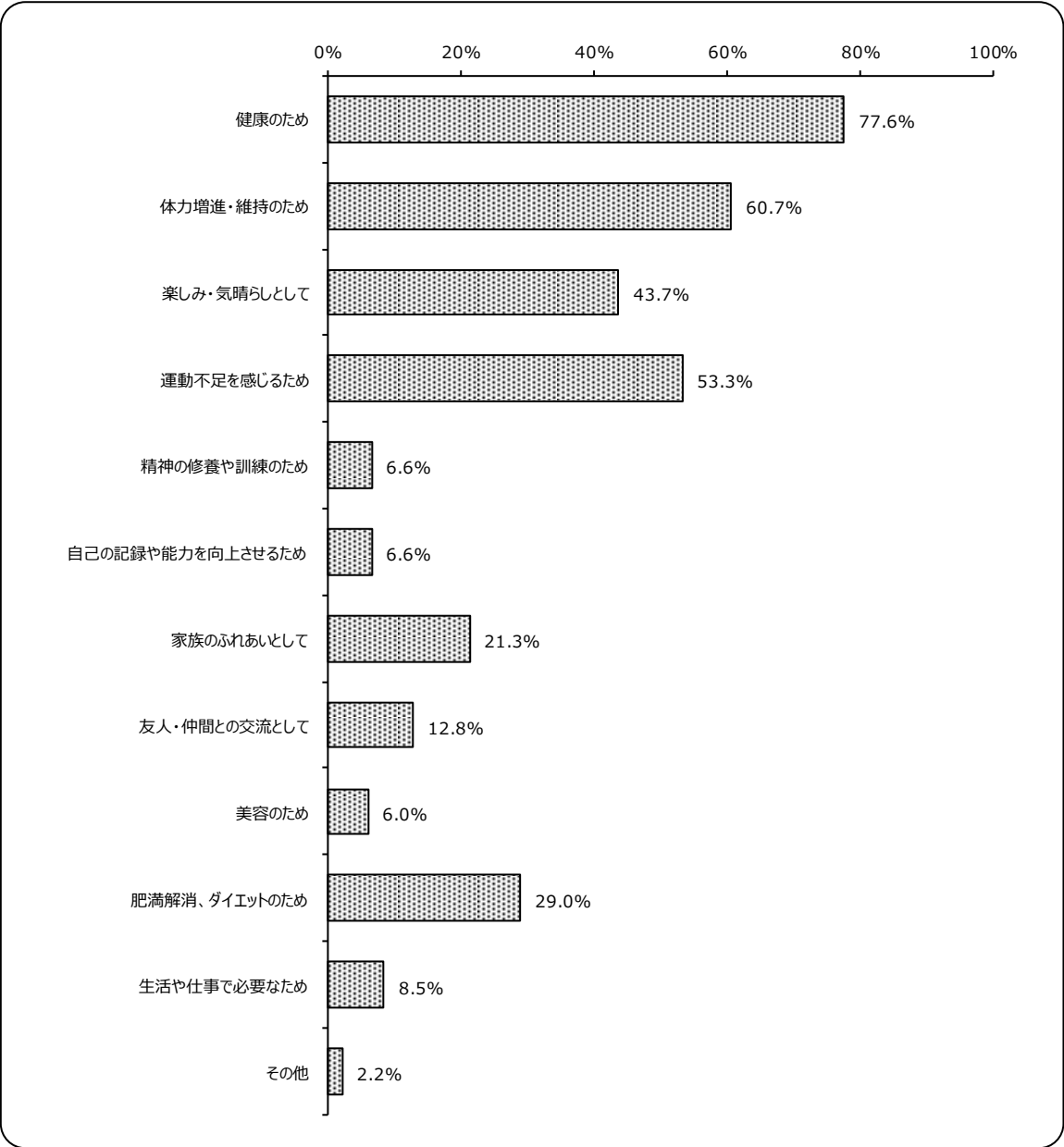
「健康のため」(77.6%)、「体力増進・維持のため」(60.7%)、「運動不足を感じるため」(53.3%)の回答が50%を超える割合で、それに続いて「楽しみ・気晴らしとして」(43.7%)の回答割合が高くなっている。このことから、多くの方が健康増進のためにスポーツや運動をしていることがわかる。

	選択項目 (N=366)	回答数	回答数/N
1	健康のため	284	77.6%
2	体力増進・維持のため	222	60.7%
3	楽しみ・気晴らしとして	160	43.7%
4	運動不足を感じるため	195	53.3%
5	精神の修養や訓練のため	24	6.6%
6	自己の記録や能力を向上させるため	24	6.6%
7	家族のふれあいとして	78	21.3%
8	友人・仲間との交流として	47	12.8%
9	美容のため	22	6.0%
10	肥満解消、ダイエットのため	106	29.0%
11	生活や仕事で必要なため	31	8.5%
12	その他	8	2.2%

[12 その他]

【主な回答】

- ストレス解消のため。
- 犬の散歩
- バス代節約



≪運動やスポーツを始めたきっかけについて≫

問 57. 問 50 で 1～6 のいずれかを回答された方に伺います。過去も含み、運動やスポーツを始めたきっかけは何ですか。 【複数回答可：いくつでも】

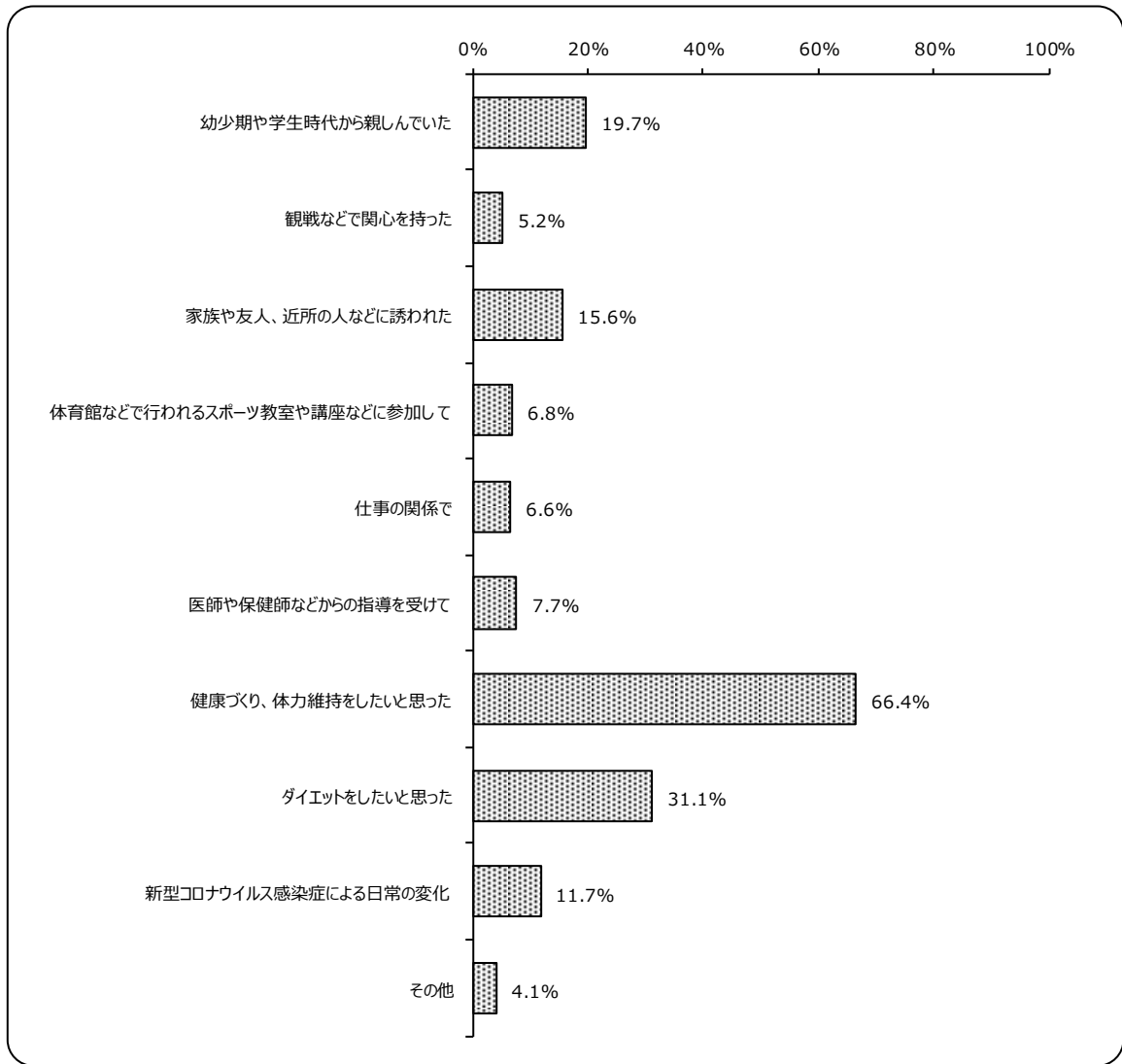
「健康づくり、体力維持をしたいと思った」（66.4%）が最も高い割合となり、運動やスポーツを始めるきっかけとして健康意識が大きく関係している。

	選択項目 (N=366)	回答数	回答数/N
1	幼少期や学生時代から親しんでいた	72	19.7%
2	観戦などで関心を持った	19	5.2%
3	家族や友人、近所の人などに誘われた	57	15.6%
4	体育館などで行われるスポーツ教室や講座などに参加して	25	6.8%
5	仕事の関係で	24	6.6%
6	医師や保健師などからの指導を受けて	28	7.7%
7	健康づくり、体力維持をしたいと思った	243	66.4%
8	ダイエットをしたいと思った	114	31.1%
9	新型コロナウイルス感染症による日常の変化	43	11.7%
10	その他	15	4.1%

[10 その他]

【主な回答】

- 子どもが生まれて散歩に行くようになった。
- 子どもが小さいので公園へ行くから。
- ゲームアプリ
- 時間的にゆとりができた。



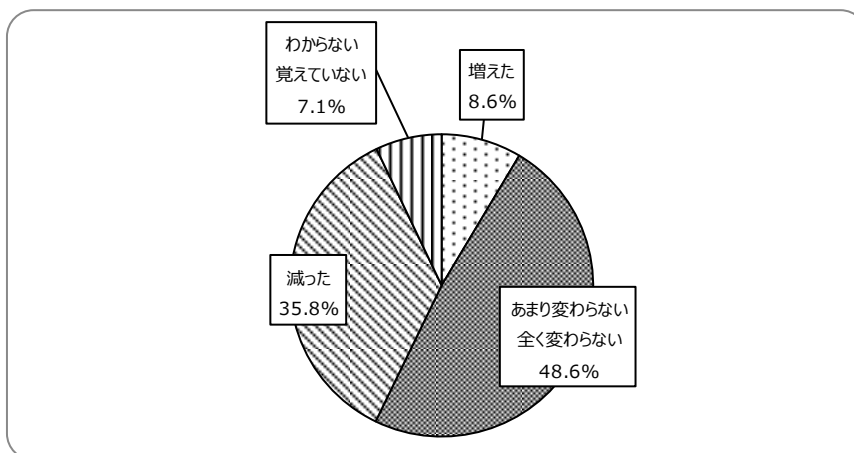
「コロナ禍における運動やスポーツの頻度」

問 58. コロナ禍前と比べて運動やスポーツをする頻度は増えましたか、減りましたか。

【選択は 1 つ】

「あまり変わらない・全く変わらない」(48.6%)の割合が半数を占め、次いで「減った」(35.8%)の回答割合が続く。新型コロナウイルスが運動・スポーツ実施率にも影響を与えていることがわかった。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	増えた	40	8.6%
2	あまり変わらない・全く変わらない	227	48.6%
3	減った	167	35.8%
4	わからない/覚えていない	33	7.1%
	計 (回答総数)	467	100.0%



「コロナ禍における実施環境の変化」

問 59. コロナ禍前と比べてスポーツを実施する環境にどんな変化がありましたか。 【複数回答可：いくつでも】

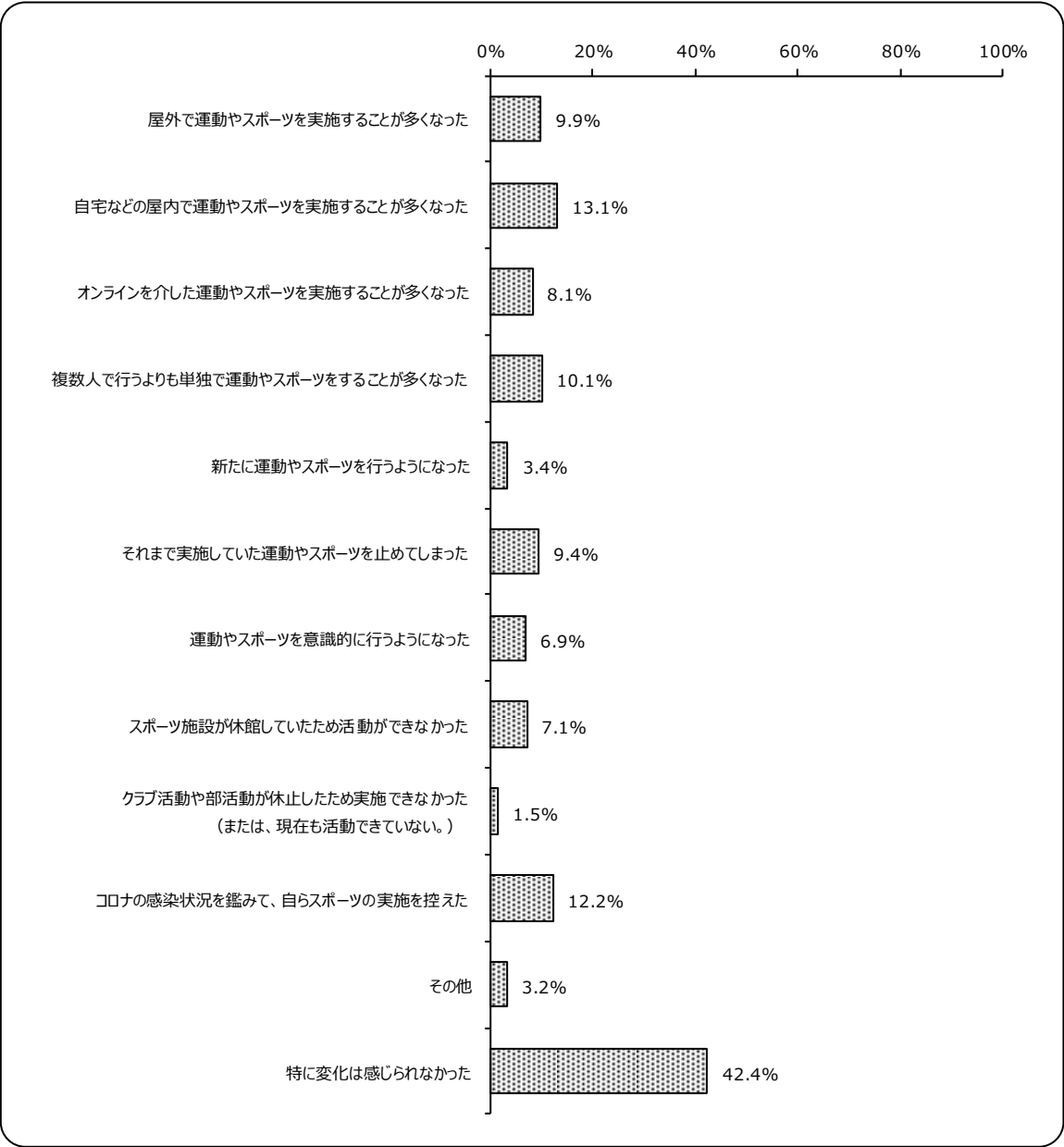
「特に変化は感じられなかった」（42.4%）が最も多い回答結果であったが、次いで、多い回答は「自宅などの屋内で運動やスポーツを実施することが多くなった」（13.1%）であった。コロナ禍で、自宅などの屋内で実施できる運動やスポーツのニーズがあることがわかる。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	屋外で運動やスポーツを実施することが多くなった	46	9.9%
2	自宅などの屋内で運動やスポーツを実施することが多くなった	61	13.1%
3	オンラインを介した運動やスポーツを実施することが多くなった	38	8.1%
4	複数人で行うよりも単独で運動やスポーツをすることが多くなった	47	10.1%
5	新たに運動やスポーツを行うようになった	16	3.4%
6	それまで実施していた運動やスポーツを止めてしまった	44	9.4%
7	運動やスポーツを意識的に行うようになった	32	6.9%
8	スポーツ施設が休館していたため活動ができなかった	33	7.1%
9	クラブ活動や部活動が休止したため実施できなかった（または、現在も活動できていない。）	7	1.5%
10	コロナの感染状況を鑑みて、自らスポーツの実施を控えた	57	12.2%
11	その他	15	3.2%
12	特に変化は感じられなかった	198	42.4%

[11 その他]

【主な回答】

- 在宅ワークとなり、通勤で歩くことがなくなった。
- 外出が億劫になって歩くのが減った。
- なるべく人のいない場所を選ぶようになった。



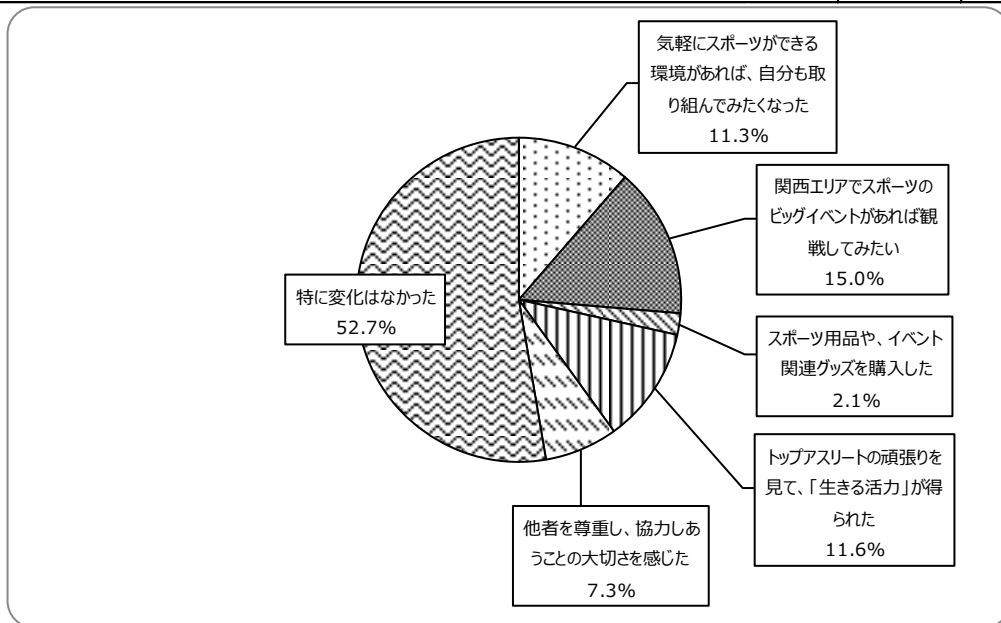
「大規模スポーツの影響について」

問 60. 近年ラグビーワールドカップ 2019 や東京 2020 オリンピック・パラリンピックが日本で開催されましたが、ご自身の意識や日常生活にどのような変化をもたらしましたか。 【選択は 1 つ】

「特に変化は無かった」と回答した割合が 52.7%で最も高かったが、次いで、「関西エリアでスポーツのビッグイベントがあれば観戦してみたい」と回答した割合が 15.0%であり、更に「気軽にスポーツができる環境があれば、自分も取り組んでみたくなった」と回答した割合が 11.3%であった。

このことから、大規模スポーツ大会の情報を様々な媒体を通じて見聞きすることにより、スポーツへの興味・関心を持った層がいることがわかる。引き続き、スポーツ観戦の機会や運動・スポーツの各種情報の発信を通じてスポーツへの関心向上に努める。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	気軽にスポーツができる環境があれば、自分も取り組んでみたくなった	53	11.3%
2	関西エリアでスポーツのビッグイベントがあれば観戦してみたい	70	15.0%
3	スポーツ用品や、イベント関連グッズを購入した	10	2.1%
4	トップアスリートの頑張りを見て、「生きる活力」が得られた	54	11.6%
5	他者を尊重し、協力しあうことの大切さを感じた	34	7.3%
6	特に変化はなかった	246	52.7%
	計 (回答総数)	467	100.0%





≪運動やスポーツ以外の趣味・娯楽について≫

問 61. 運動やスポーツを実施する以外に日頃行っている趣味・娯楽は何ですか。 【複数選択可：いくつでも】

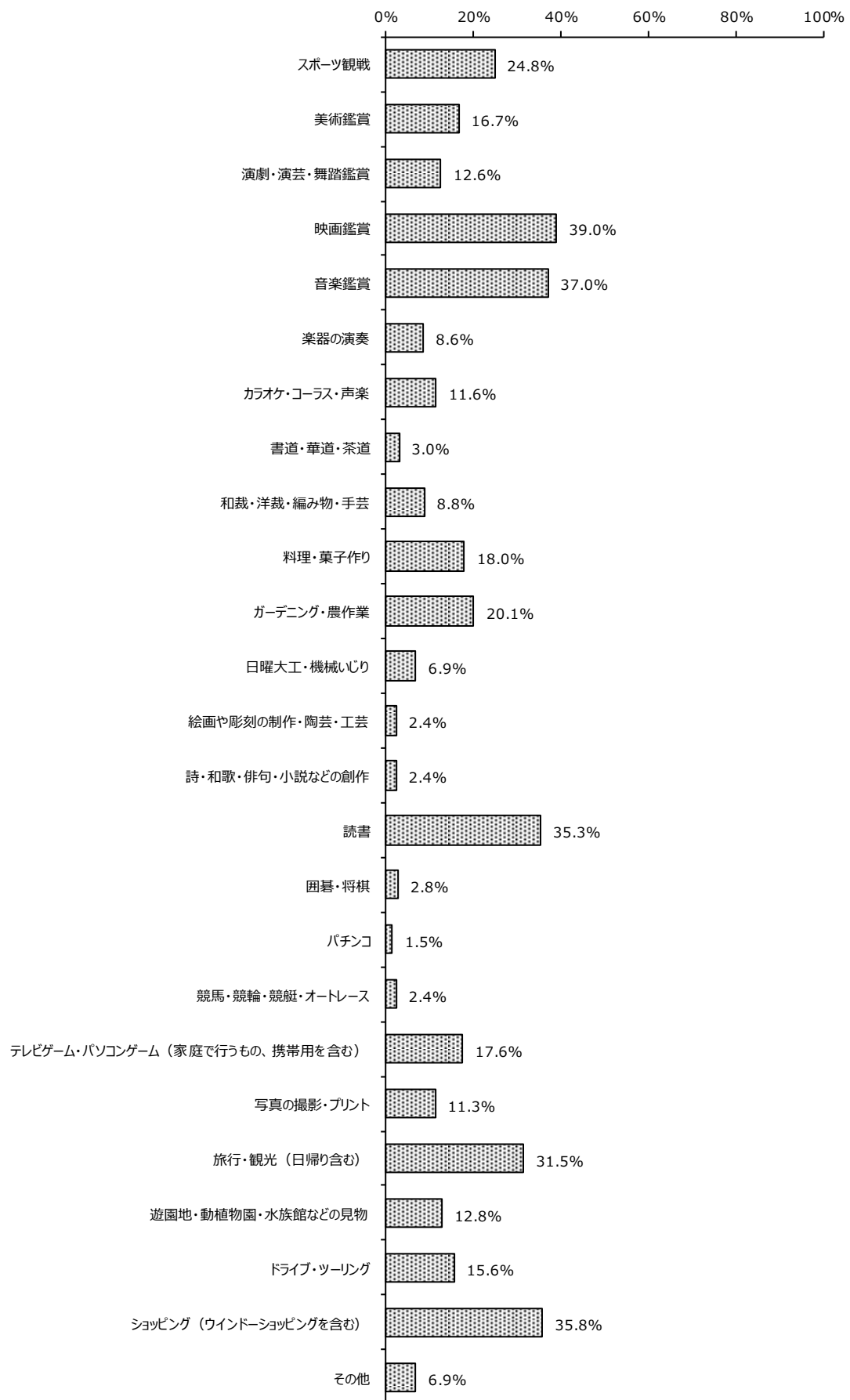
「映画鑑賞」(39.0%)、「音楽鑑賞」(37.0%)、「ショッピング(ウインドーショッピングを含む)」(35.8%)の結果を受け、ショッピング等と運動を連携させるなど、割合の高かった趣味・娯楽を通じてスポーツや運動を推奨することで、スポーツを行わない方へのアプローチの可能性を検討していく。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	スポーツ観戦	116	24.8%
2	美術鑑賞	78	16.7%
3	演劇・演芸・舞踏鑑賞	59	12.6%
4	映画鑑賞	182	39.0%
5	音楽鑑賞	173	37.0%
6	楽器の演奏	40	8.6%
7	カラオケ・コーラス・声楽	54	11.6%
8	書道・華道・茶道	14	3.0%
9	和裁・洋裁・編み物・手芸	41	8.8%
10	料理・菓子作り	84	18.0%
11	ガーデニング・農作業	94	20.1%
12	日曜大工・機械いじり	32	6.9%
13	絵画や彫刻の制作・陶芸・工芸	11	2.4%
14	詩・和歌・俳句・小説などの創作	11	2.4%
15	読書	165	35.3%
16	囲碁・将棋	13	2.8%
17	パチンコ	7	1.5%
18	競馬・競輪・競艇・オートレース	11	2.4%
19	テレビゲーム・パソコンゲーム(家庭で行うもの、携帯用を含む)	82	17.6%
20	写真の撮影・プリント	53	11.3%
21	旅行・観光(日帰り含む)	147	31.5%
22	遊園地・動植物園・水族館などの見物	60	12.8%
23	ドライブ・ツーリング	73	15.6%
24	ショッピング(ウインドーショッピングを含む)	167	35.8%
25	その他	32	6.9%

[25 その他]

【主な回答】

- キャンプ
- 語学学習、資格取得
- 動画閲覧、ネットチェック



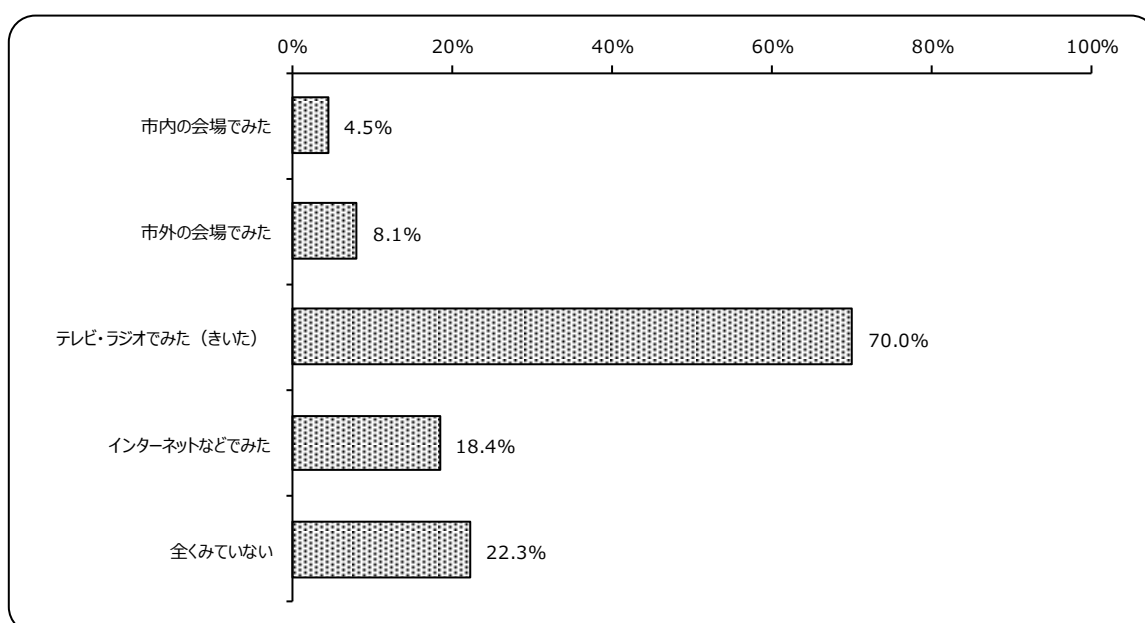
## (2) 「みる」スポーツへの関心について

### 「スポーツ観戦について」

問 62. この1年間（令和2年12月1日～令和3年11月30日）に何らかの形で運動やスポーツをみましたか（プロ・アマ問わない）。 【複数選択可：いくつでも】

「テレビ・ラジオでみた（きいた）」の割合は70.0%で最も高く、次いで、「インターネットなどでみた」の割合が18.4%となっており、インターネットによる観戦機会も昨年度（13.8%）と比べて増えている。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	市内の会場でみた	21	4.5%
2	市外の会場でみた	38	8.1%
3	テレビ・ラジオでみた（きいた）	327	70.0%
4	インターネットなどでみた	86	18.4%
5	全くみていない	104	22.3%



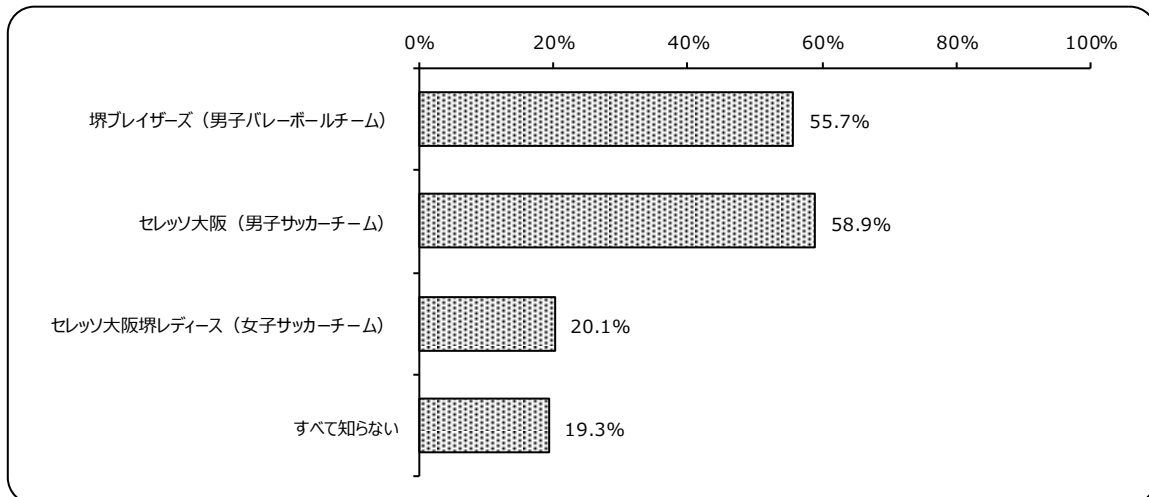
《堺ゆかりのトップレベルチーム》

問 63. 堺ブレイザーズ（男子バレーボールチーム）や、セレッソ大阪（男子サッカー）、セレッソ大阪堺レディース（女子サッカー）は、本市と連携協定などを結び、ホームタウン※として活動していますが、この中で本市がホームタウンであることを知っているチームをすべてお答えください。 【複数選択可：いくつでも】

※ホームタウンとは、スポーツクラブチームが本拠とする地域のこと。「チームと地域社会が一体となった活動を積極的に推進することによって、スポーツが地域の中に溶け込み人々に心身の健康と生活の楽しみを与えることができるまち」

「堺ブレイザーズ（男子バレーボールチーム）」及び「セレッソ大阪（男子サッカーチーム）」がホームタウンとして活動していることを知っている割合はいずれも 50%を超える結果であり、一定認知され市民に浸透していることがわかる。さらに認知度を向上させ、市民のスポーツへの関心を高め、機運醸成を図るため、ホームタウンとしてトップレベルチームとの連携を強化する。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	堺ブレイザーズ（男子バレーボールチーム）	260	55.7%
2	セレッソ大阪（男子サッカーチーム）	275	58.9%
3	セレッソ大阪堺レディース（女子サッカーチーム）	94	20.1%
4	すべて知らない	90	19.3%



### (3) スポーツボランティアについて

#### 「スポーツボランティアについて」

問 64. あなたは、「スポーツボランティア」※を知っていましたか。

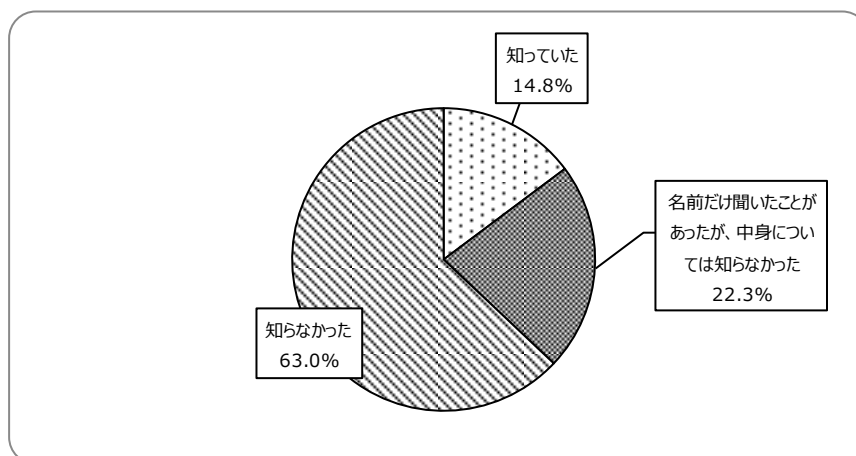
【選択は 1 つ】

※スポーツボランティアとは、報酬を目的としないで、自分の持っている技術や時間などを使って、地域社会や個人団体のスポーツ推進のために行う活動。主な活動内容としては、スポーツの指導、スポーツの審判、団体やクラブの運営や補助、大会やイベントの運営や補助、スポーツ施設の管理の補助など、自身やお子さんが所属するスポーツクラブの手伝い（送迎や参加者の飲料、弁当の準備など）を含む。

「知らなかった」（63.0%）が最も高い割合であり、スポーツボランティアの存在についてあまり知られていないことがわかった。

スポーツボランティアは地域社会におけるスポーツ振興に欠かせない役割を担っており、スポーツボランティアの意義や制度について積極的かつ持続的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	知っていた	69	14.8%
2	名前だけ聞いたことがあったが、中身については知らなかった	104	22.3%
3	知らなかった	294	63.0%
	計 (回答総数)	467	100.0%



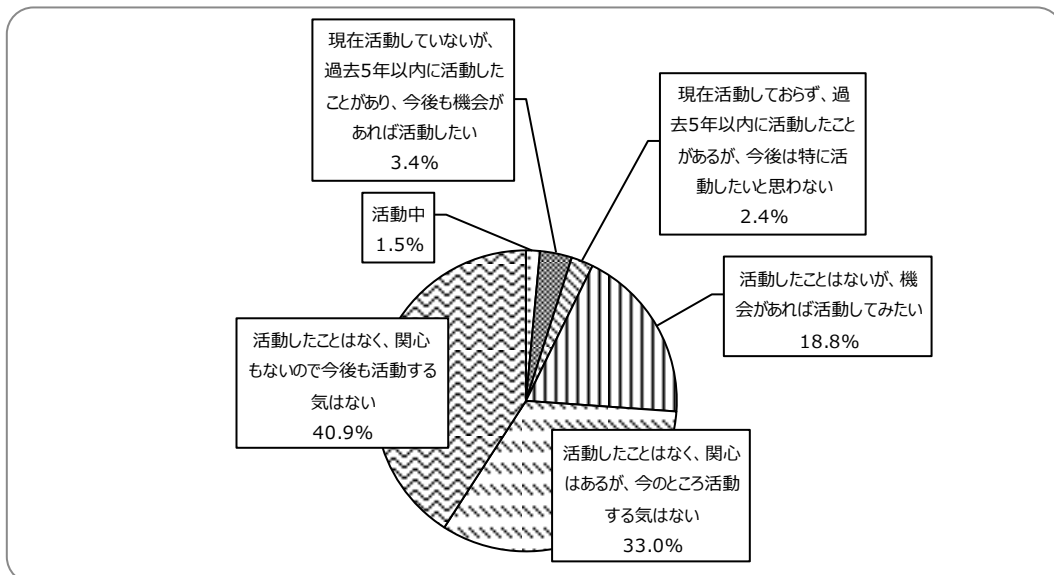
「スポーツボランティア活動について」

問 65. あなたは、スポーツボランティアとして活動したことがありますか。また、してみたいと思いますか。【選択は 1 つ】

活動したことがない方（4～6 と回答された方の割合の合計）は 92.7%という結果であった。また、そのうち今後も活動する気がないと回答された方が大半（73.9%）を占めている。

これらを課題として捉え、ボランティア活動への関心を高めるため、活動内容や意義を広く周知し、継続的な活動につながる動機や活動内容のあり方を検討する。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	活動中	7	1.5%
2	現在活動していないが、過去5年以内に活動したことがあり、今後も機会があれば活動したい	16	3.4%
3	現在活動しておらず、過去5年以内に活動したことがあるが、今後は特に活動したいと思わない	11	2.4%
4	活動したことはないが、機会があれば活動してみたい	88	18.8%
5	活動したことはなく、関心はあるが、今のところ活動する気はない	154	33.0%
6	活動したことはなく、関心もないので今後も活動する気はない	191	40.9%
	計 (回答総数)	467	100.0%



**問 66. あなたがスポーツに関するボランティア活動を行う（続ける）としたら、どのようなきっかけや動機づけが必要だと思いますか。** **【複数選択可：いくつでも】**

「好きなスポーツの普及・支援」（30.2%）の割合が最も高く、次いで「出会い・交流の場」（25.7%）、「社会貢献」（25.3%）と回答する方が続く結果であった。

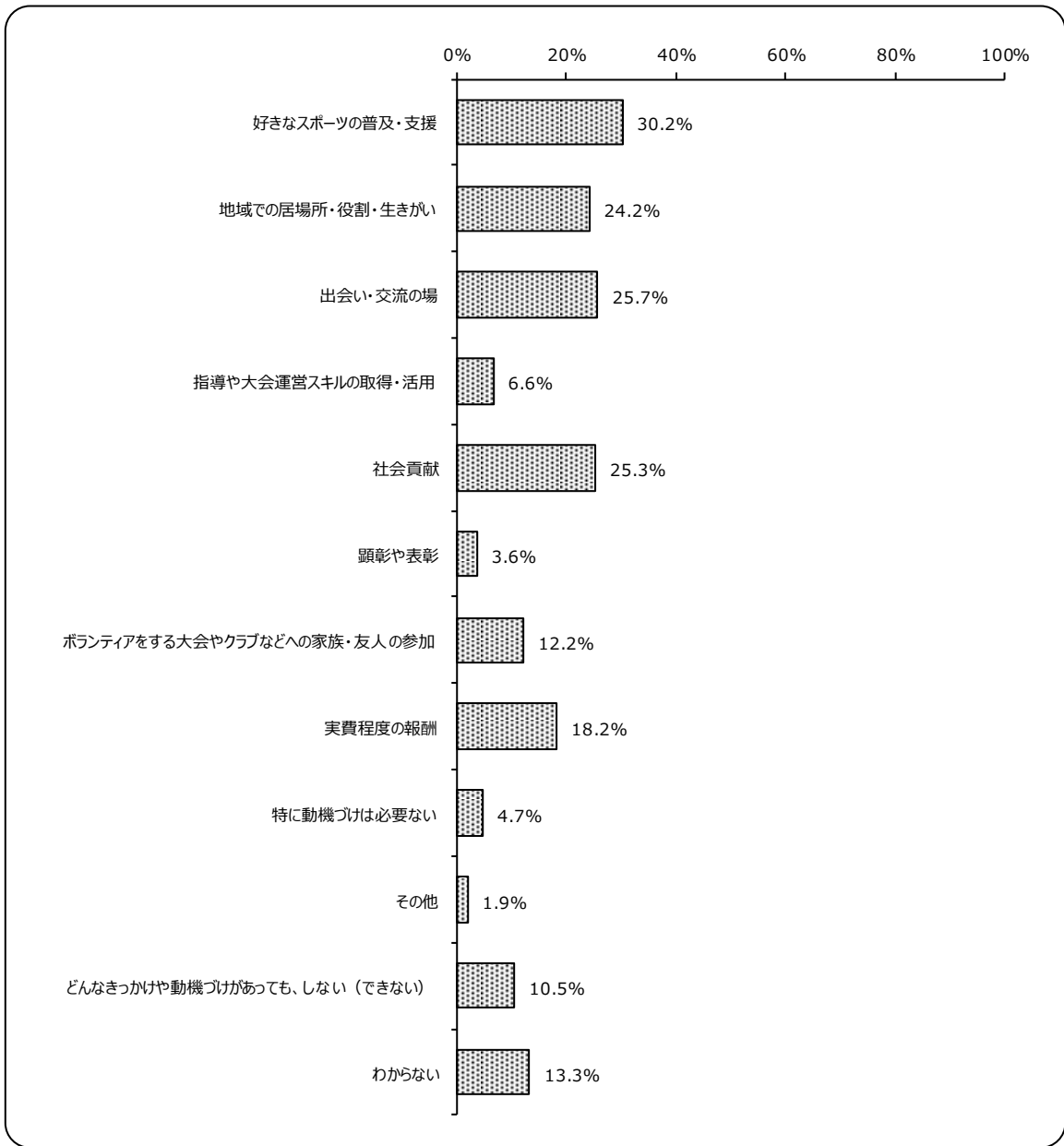
大規模大会やトップレベルチーム等との連携事業を通じて、スポーツボランティアへの興味を持っていただけるような取組を行っていく。

	選択項目（N=467）	回答数	回答数/N
1	好きなスポーツの普及・支援	141	30.2%
2	地域での居場所・役割・生きがい	113	24.2%
3	出会い・交流の場	120	25.7%
4	指導や大会運営スキルの取得・活用	31	6.6%
5	社会貢献	118	25.3%
6	顕彰や表彰	17	3.6%
7	ボランティアをする大会やクラブなどへの家族・友人の参加	57	12.2%
8	実費程度の報酬	85	18.2%
9	特に動機づけは必要ない	22	4.7%
10	その他	9	1.9%
11	どんなきっかけや動機づけがあっても、しない（できない）	49	10.5%
12	わからない	62	13.3%

[10 その他]

**【主な回答】**

- 子どもと参加できること





#### (4) スポーツに関する情報について

##### 《情報の取得経路》

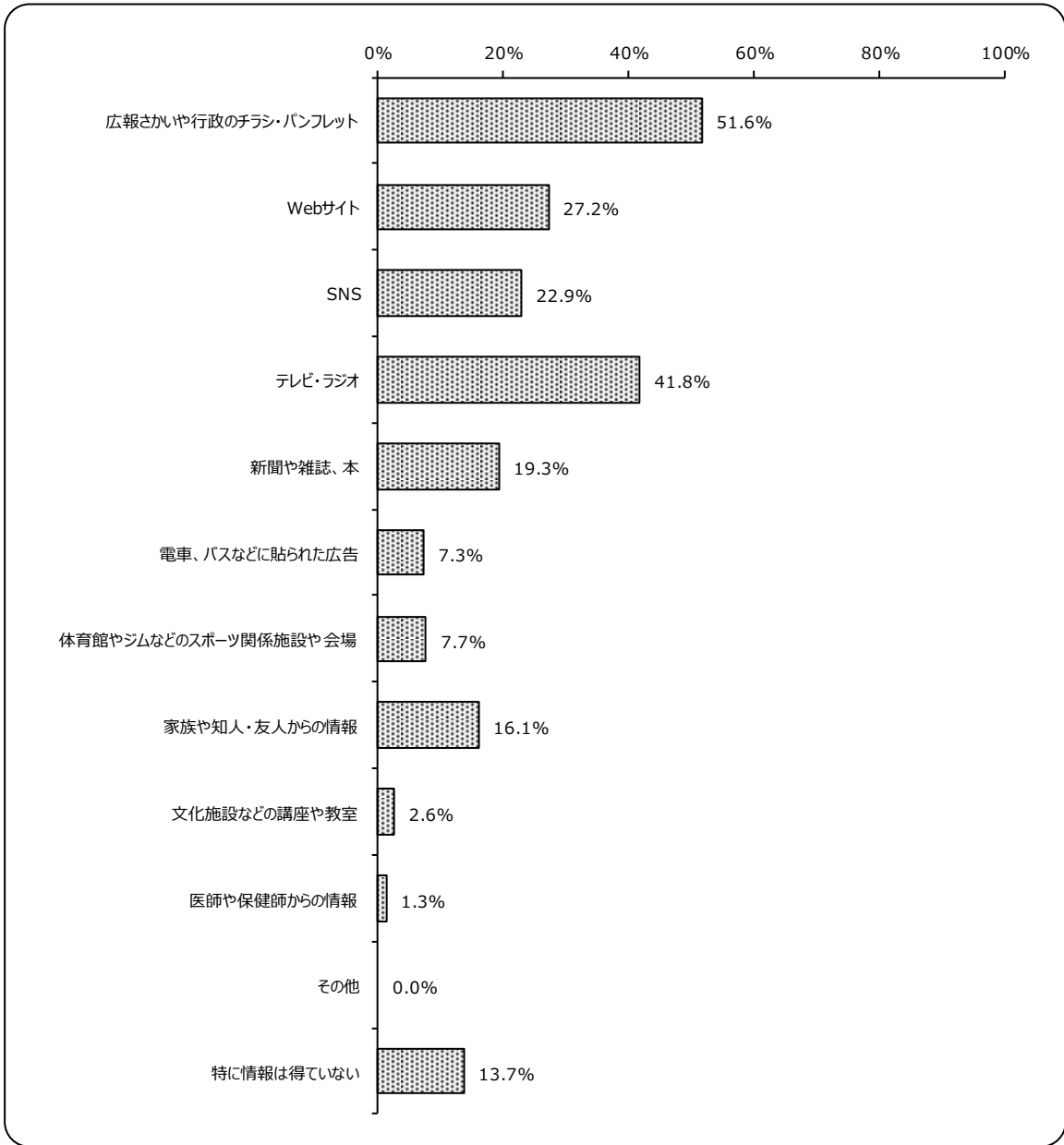
問 67. 運動やスポーツに関する情報をどこから得ていますか。

【複数選択可：いくつでも】

「広報さかいや行政のチラシ・パンフレット」(51.6%)、「テレビ・ラジオ」(41.8%)が高い割合となっている。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	広報さかいや行政のチラシ・パンフレット	241	51.6%
2	Webサイト	127	27.2%
3	SNS	107	22.9%
4	テレビ・ラジオ	195	41.8%
5	新聞や雑誌、本	90	19.3%
6	電車、バスなどに貼られた広告	34	7.3%
7	体育館やジムなどのスポーツ関係施設や会場	36	7.7%
8	家族や知人・友人からの情報	75	16.1%
9	文化施設などの講座や教室	12	2.6%
10	医師や保健師からの情報	6	1.3%
11	その他	0	0.0%
12	特に情報は得ていない	64	13.7%

※SNSとは、LINE、Twitter、Facebook、Instagram、YouTube など



《希望する情報について》

問 68. 今後、運動やスポーツに関するどのような情報を得たいと思いますか。

【複数選択可：いくつでも】

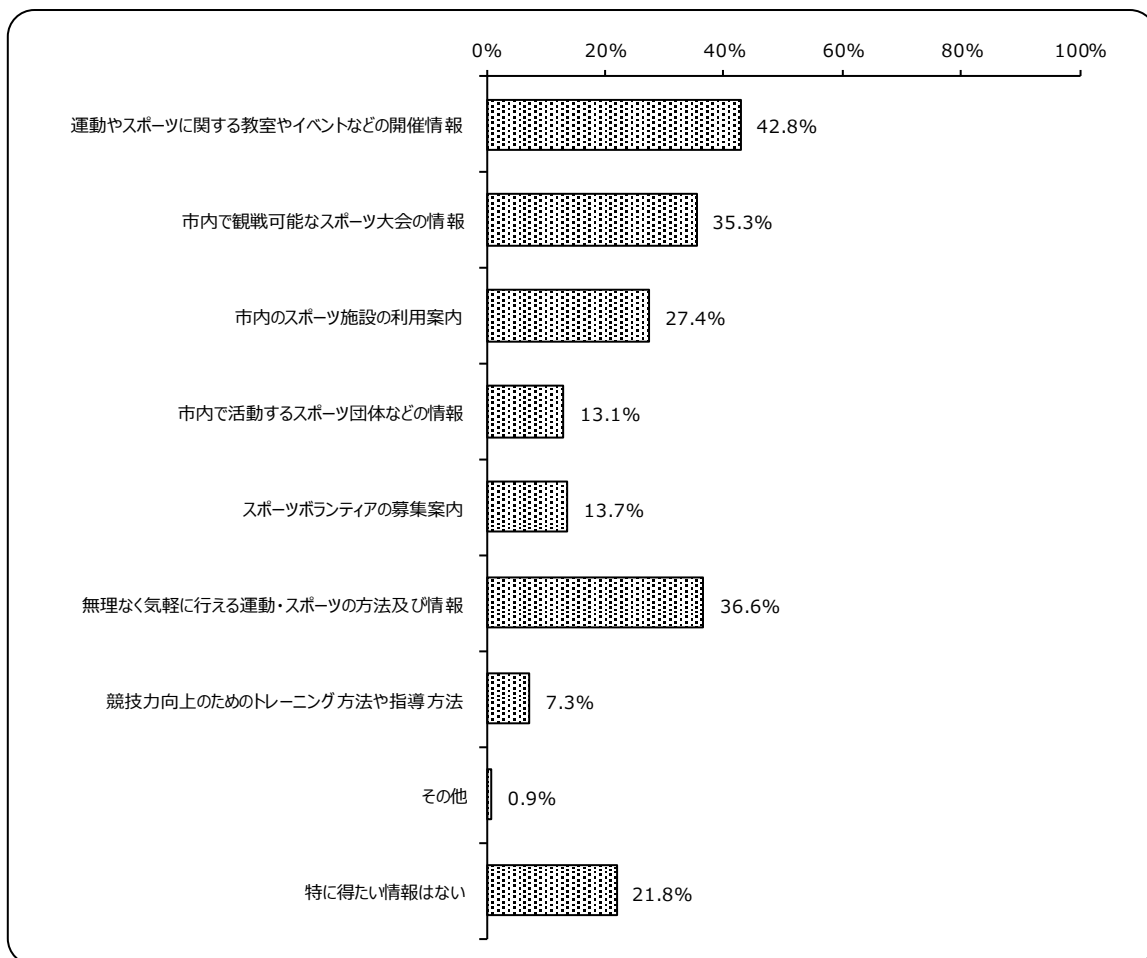
「運動やスポーツに関する教室やイベントなどの開催情報」（42.8％）の割合が最も高く、次いで「無理なく気軽に行える運動・スポーツの方法及び情報」（36.6％）の割合が高くなっている。このことから、実際に運動やスポーツを実施するために必要な情報へのニーズが高いことがわかる。引き続き、スポーツ部公式 Twitter や市ホームページを通じて、市民が必要とする情報発信に努めていく。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	運動やスポーツに関する教室やイベントなどの開催情報	200	42.8%
2	市内で観戦可能なスポーツ大会の情報	165	35.3%
3	市内のスポーツ施設の利用案内	128	27.4%
4	市内で活動するスポーツ団体などの情報	61	13.1%
5	スポーツボランティアの募集案内	64	13.7%
6	無理なく気軽に行える運動・スポーツの方法及び情報	171	36.6%
7	競技力向上のためのトレーニング方法や指導方法	34	7.3%
8	その他	4	0.9%
9	特に得たい情報はない	102	21.8%

[8 その他]

【主な回答】

- 気ままに参加できる無料の運動イベント



## 5. 広報広聴活動について

### (1) 市政情報の入手について

#### ≪市政情報の入手方法≫

問 69. あなたは、堺市政に関する情報を、主にどのような方法で入手していますか。 【複数選択可：いくつでも】

「広報さかい」が 92.5%と最も割合が高く、次いで「市ホームページ」（38.5%）となっている。

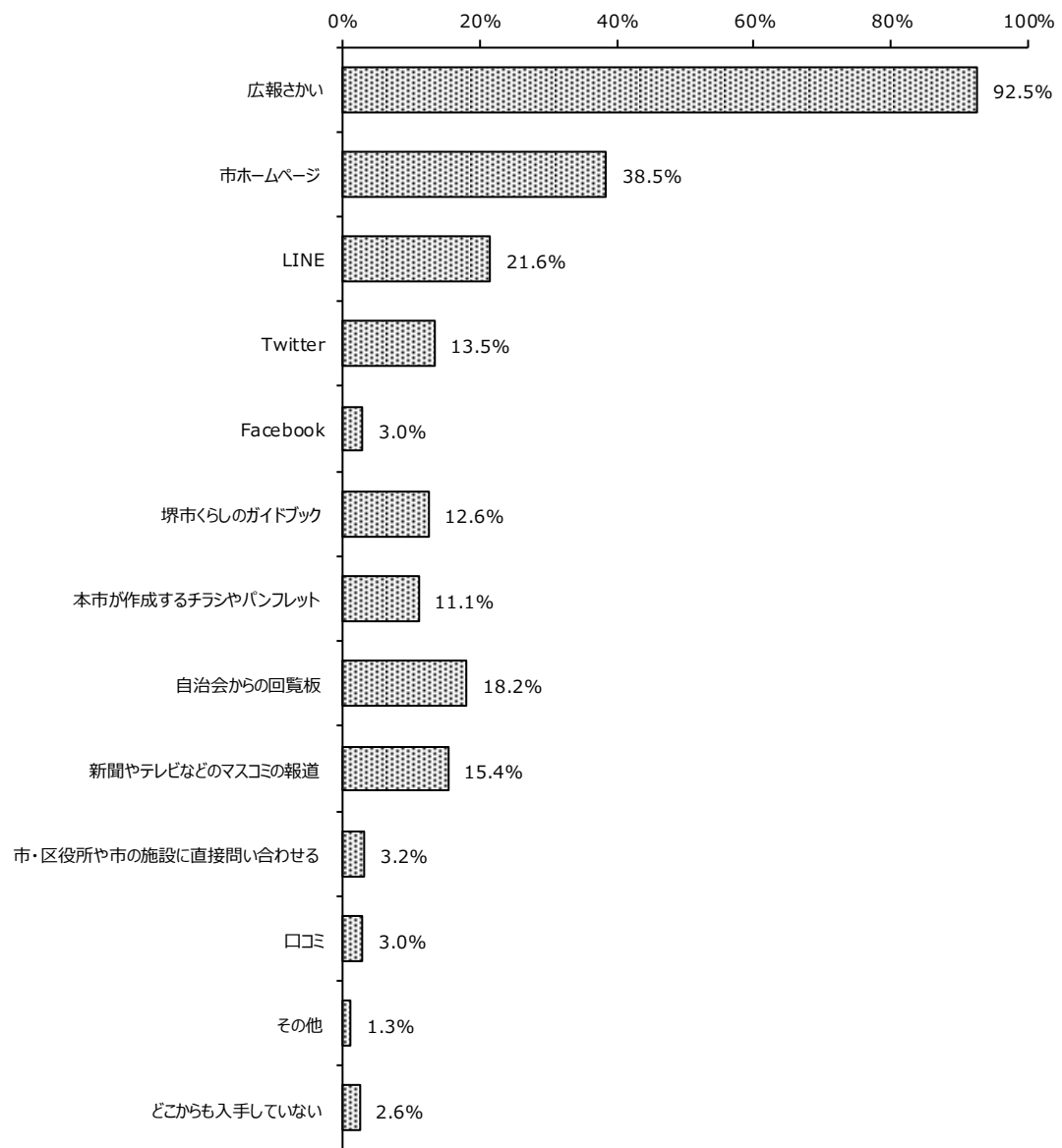
また、「堺市 LINE 公式アカウント」が 21.6%、「堺市広報課 Twitter」が 13.5%、「堺市広報課 Facebook」が 3.0%となっており、SNS による情報取得が昨年度の調査より大幅に増加している。特に「堺市 LINE 公式アカウント」は昨年度の 12.1%から大きく増加しており、操作をしなくても自動で情報提供してくれる SNS を利用して情報を入手する人が増えてきていることがうかがえる。

	選択項目 (N=467)	回答数	回答数/N
1	広報さかい	432	92.5%
2	市ホームページ	180	38.5%
3	LINE	101	21.6%
4	Twitter	63	13.5%
5	Facebook	14	3.0%
6	堺市くらしのガイドブック	59	12.6%
7	本市が作成するチラシやパンフレット	52	11.1%
8	自治会からの回覧板	85	18.2%
9	新聞やテレビなどのマスコミの報道	72	15.4%
10	市・区役所や市の施設に直接問い合わせる	15	3.2%
11	口コミ	14	3.0%
12	その他	6	1.3%
13	どこからも入手していない	12	2.6%

[12 その他]

#### 【主な回答】

- YouTube
- 家族
- ポストに投函されるチラシ
- コミュニティ紙
- 掲示板



## (2) 広報さかいについて

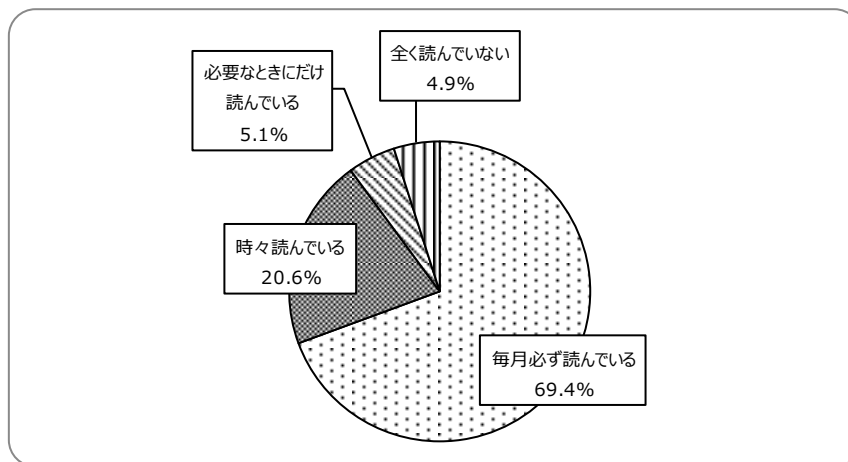
### «読む頻度»

問 70. 「広報さかい」を読んだことがありますか。(紙媒体・データ問わず)

【選択は 1 つ】

「毎月必ず読んでいる」(69.4%)、「時々読んでいる」(20.6%)、「必要な時にだけ読んでいる」(5.1%)の合計が95.1%となっており、広報さかいが市政情報を伝える有効な手段となっていることがわかる。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	毎月必ず読んでいる	324	69.4%
2	時々読んでいる	96	20.6%
3	必要なときにだけ読んでいる	24	5.1%
4	全く読んでいない	23	4.9%
	計 (回答総数)	467	100.0%



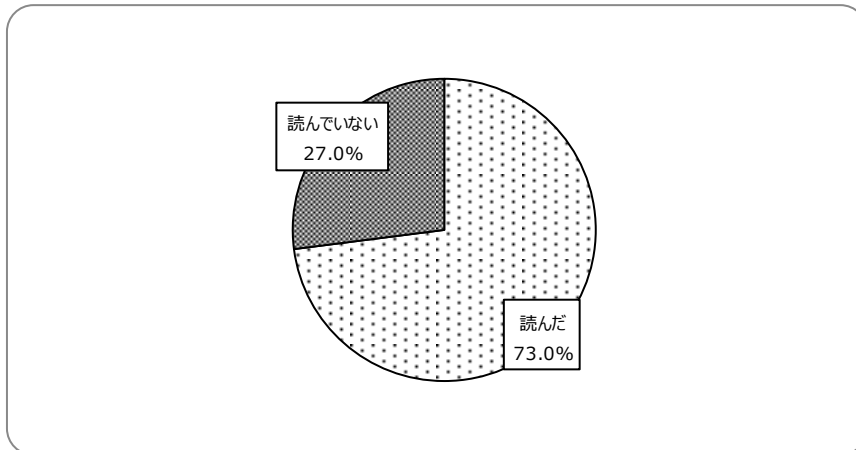
問 71. 問 70 で 1～3 と回答された方に伺います。

「広報さかい」令和 3 年 10 月号の 2～13 ページを読みましたか。

【選択は 1 つ】

「読んだ」が 73.0%となっており、リニューアルを実施した令和 3 年 10 月号の特集と市政トピックスの記事を、大多数の方が読んでいたことがわかる。

	選択項目 (N=444)	回答数	構成比
1	読んだ	324	73.0%
2	読んでいない	120	27.0%
	計 (回答総数)	444	100.0%

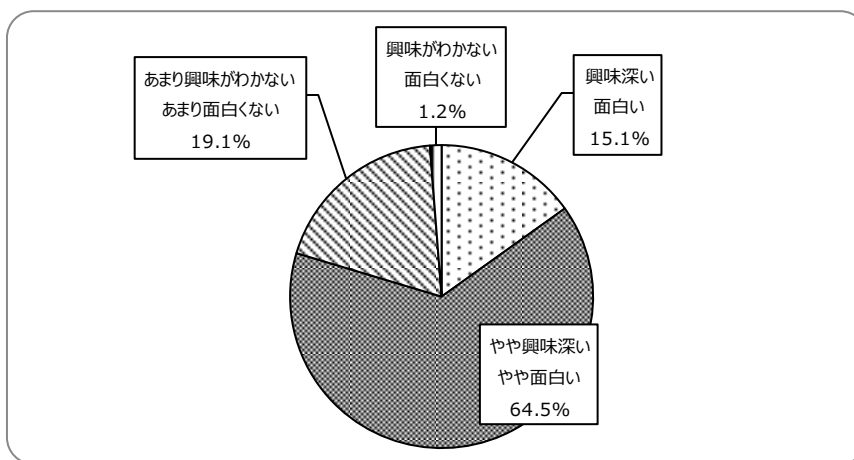


《特集記事内容に対する関心度》

問 72. 問 71 で「1 読んだ」と回答された方に伺います。あなたは、「広報さかい」10月号の2～13ページの記事を  
読んで、どのように感じましたか。 【選択は1つ】

「興味深い・面白い」（15.1%）、「やや興味深い・面白い」（64.5%）の合計が79.6%となっており、令和3年10月号の特集と市政トピックスの記事が、大多数の方にとって興味深い内容であったことがわかる。

	選択項目 (N=324)	回答数	構成比
1	興味深い・面白い	49	15.1%
2	やや興味深い・やや面白い	209	64.5%
3	あまり興味がわかない・あまり面白くない	62	19.1%
4	興味がわかない・面白くない	4	1.2%
	計 (回答総数)	324	100.0%





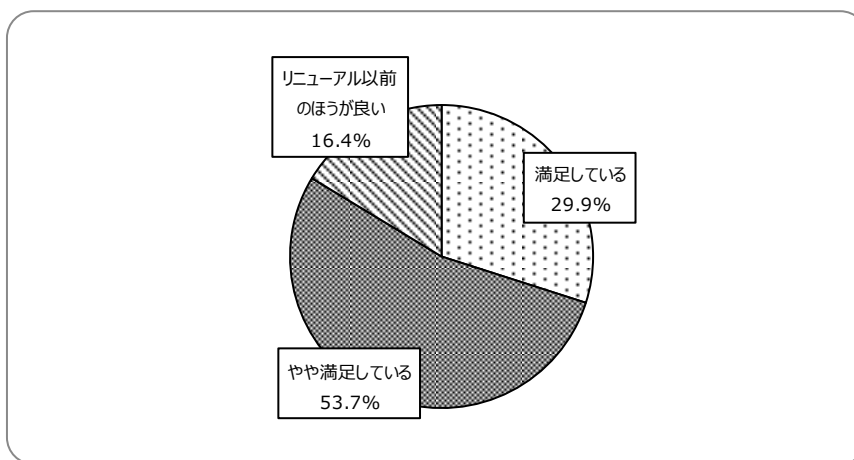
「読みやすさ」

問 73. 問 71 で「1 読んだ」と回答された方に伺います。「広報さかい」は 10 月号より、気軽に手に取っていただける  
広報紙としてリニューアルを実施しました。あなたは、リニューアル後の広報さかいについて、どのように感じますか。

【選択は 1 つ】

「満足している」(29.9%)、「やや満足している」(53.7%)の合計が 83.6%となっており、大多数の方がリニューアルに概ね満足していることがわかる。

	選択項目 (N=324)	回答数	構成比
1	満足している	97	29.9%
2	やや満足している	174	53.7%
3	リニューアル以前のほうが良い	53	16.4%
	計 (回答総数)	324	100.0%

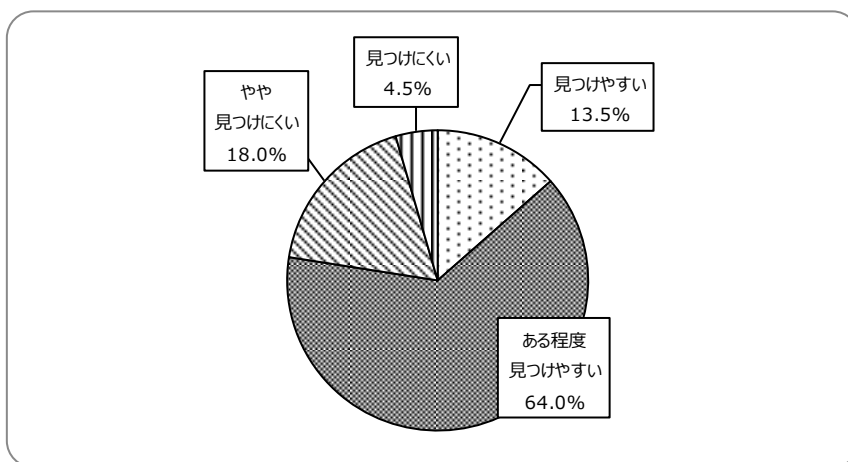


「知りたい情報の見つけやすさ」

問 74. 問 70 で 1～3 と回答された方に伺います。あなたは、「広報さかい」の知りたい情報の見つけやすさについて、どのように感じますか。 【選択は 1 つ】

「見つけやすい」(13.5%)、「ある程度見つけやすい」(64.0%)の合計が 77.5%となっており、同質問をした昨年度調査から 28.9 ポイント上昇していることから、リニューアルにより情報が見つけやすくなったと感じている方が多くいることがわかる。

	選択項目 (N=444)	回答数	構成比
1	見つけやすい	60	13.5%
2	ある程度見つけやすい	284	64.0%
3	やや見つけにくい	80	18.0%
4	見つけにくい	20	4.5%
	計 (回答総数)	444	100.0%



「広報さかいで利用する情報」

問 75. 問 70 で 1～3 と回答された方に伺います。あなたは「広報さかい」でどのような記事をよくご覧になりますか。  
 【複数選択可：いくつでも】

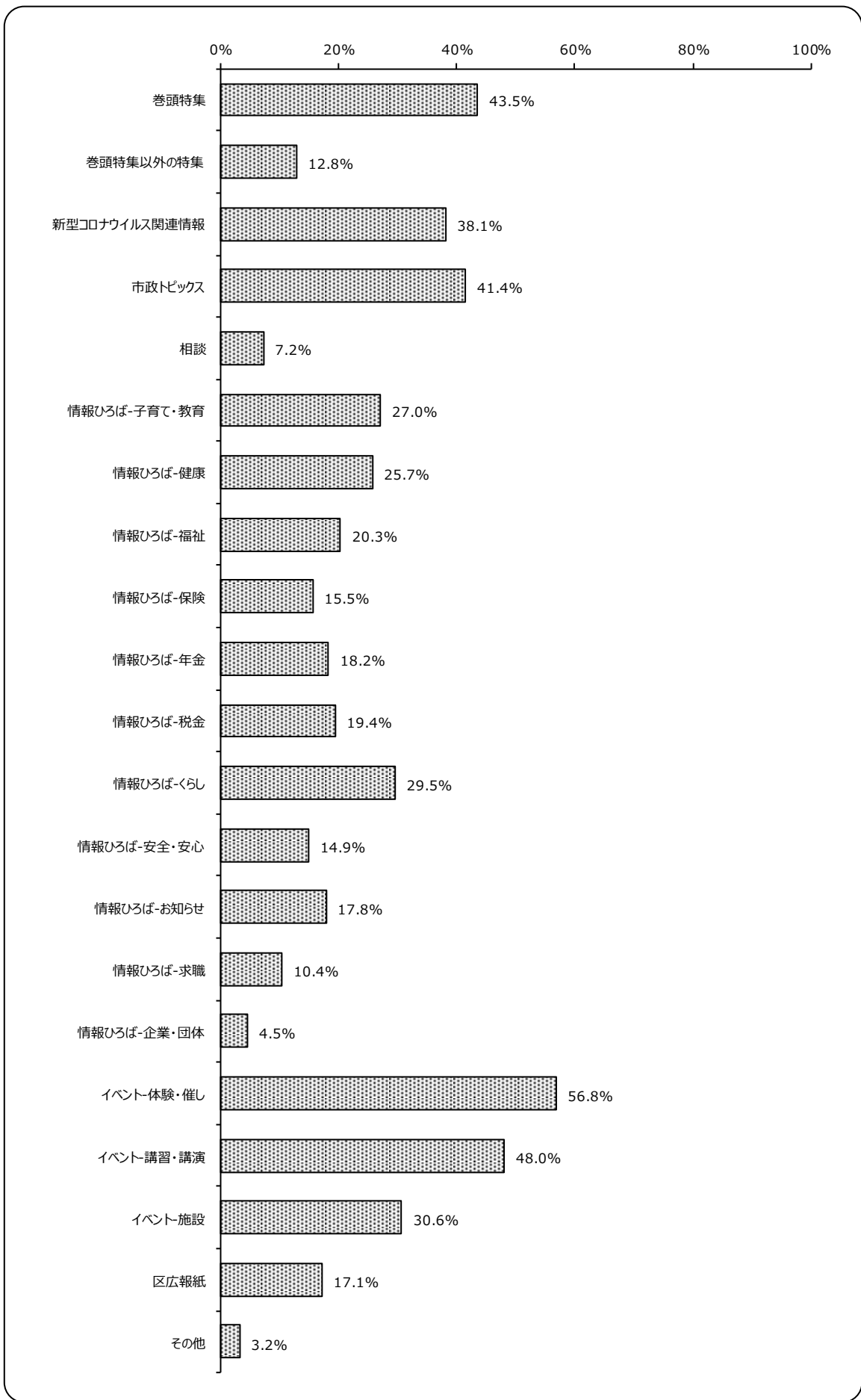
「イベント-体験・催し」が 56.8%と最も多く、次いで「イベント-講習・講演」（48.0%）、「巻頭特集」（43.5%）、「市政トピックス」（41.4%）、「新型コロナウイルス関連情報」（38.1%）などがよく読まれている。

	選択項目 (N=444)	回答数	回答数/N
1	巻頭特集	193	43.5%
2	巻頭特集以外の特集	57	12.8%
3	新型コロナウイルス関連情報	169	38.1%
4	市政トピックス	184	41.4%
5	相談	32	7.2%
6	情報ひろば-子育て・教育	120	27.0%
7	情報ひろば-健康	114	25.7%
8	情報ひろば-福祉	90	20.3%
9	情報ひろば-保険	69	15.5%
10	情報ひろば-年金	81	18.2%
11	情報ひろば-税金	86	19.4%
12	情報ひろば-暮らし	131	29.5%
13	情報ひろば-安全・安心	66	14.9%
14	情報ひろば-お知らせ	79	17.8%
15	情報ひろば-求職	46	10.4%
16	情報ひろば-企業・団体	20	4.5%
17	イベント-体験・催し	252	56.8%
18	イベント-講習・講演	213	48.0%
19	イベント-施設	136	30.6%
20	区広報紙	76	17.1%
21	その他	14	3.2%

[21 その他]

【主な回答】

- 全ての項目に目を通す。
- 目に留まる情報があればそこだけ読む。
- 企業の宣伝広告
- 図書館の情報
- エネルギー、環境問題



「リニューアル後の広報さかいについて」

問 76. 問 70 で 1～3 と回答された方に伺います。「広報さかい」は 10 月号より、気軽に手に取っていただける広報紙としてリニューアルを実施しました。リニューアル後の広報さかいの紙面内容について、良いと思ったところや悪いと思ったところがあればご記入ください。 【自由記述】

【デザイン・レイアウトについて】

- カラーになり見やすくなった。
- 明るくなり見やすくなった。
- 写真やレイアウトがきれいになった。
- 写真やイラストが多くなり見やすくなった。
- おしゃれになった。
- 雰囲気がよくなった。
- 若者向けのデザインになった。
- 構えずに読めるようになった。
- シンプルになり見やすくなった。
- 雑誌のようになり見やすくなった。
- 文字が大きくなり見やすくなった。
- 文字サイズにメリハリがつき、記事が探しやすくなった。
- 紙面に適度な空間があり見やすい。
- 堅苦しくなく、読みやすくなった。
- 横書きになり、読みやすくなった。
- 職員が多く登場し、親しみを感じる。
- 見開きページで、一覧性が増し見やすくなった。施設情報など表形式で見やすく、内容もべた記事形式よりも大変分かりやすくなった。
- 全面カラー化する前のほうが見やすかった。
- 全面カラーが必要か疑問に思う。
- 前の雰囲気のほうがよかった。
- カラー化により文字が見にくくなった。高齢者や目に障害がある人はリニューアル前のほうが読みやすいと感じると思う。
- 色の基調が薄い。
- 字が小さく、高齢者には読みにくい。
- 文字の大きさがバラバラになり見にくい。
- 図表がもっとあったほうが分かりやすいかもしれない。
- 記事の区切りが分かりづらい。
- 民間の広報紙のようになり紛らわしい。
- カジュアルすぎる。
- 民間のフリーペーパーのようなので市としての広報色をもっと出すべき。
- 民間の雑誌のようになり見にくい。
- 写真やイラストを増やしてほしい。
- 全面カラー化により、制作費が上がっていないか心配である。
- 書かれている内容が広告のよう見え、あまり目に留まらない。
- 以前の表紙のほうが威厳があり良かった。今の表紙は料理報のよう見える。
- 職員の写真は不要。

- 縦書きのほうが見やすかった。
- 写真やイラストが多すぎる。
- 新聞のような紙面から、箇条書きの配布プリントになったように感じる。「新聞大好き」な者としては、読み易くもなっていないし、楽しくもない。

### 【記事内容について】

- 新型コロナワクチンや食育に関することなど身近な話題があり、関心を持った。
- 二次元コードの掲載により、より詳しい情報を知ることができるようになった。
- 生活に役立つ情報が増えた。
- 同じ情報をまとめて掲載しているので読みやすい。
- 市の姿勢がわかる。
- 二次元コードが多くなり、情報を手に入れにくくなった。
- 市の人口動態が簡略化され、不満である。
- 以前と形式が変わりどこに何が書いてあるのかわかりにくい。
- 情報量が少なくなった。
- 重要記事とそうでない記事の違いがわかりにくい。
- 高齢者も参加できるような企画の情報を掲載してほしい。
- 区版広報との連携がない。
- 情報が減り、財政問題など市民に伝えるべき市の課題が簡略化されているように感じる。
- 記事の分類が多すぎる。
- 情報量が多く、読む気がしない。
- 堺市の方向性がわからない。
- 世代ごとに興味を持ってもらえるような特集やトピック紹介、様々な世帯のインタビュー記事を掲載するとともに、アンケートを実施し、コメントを掲載したほうが良い。
- 読みやすく新しい情報を提供してほしい。
- 縁の人のリレーミニコラムなどを読みたい。
- 必要により二次元コードを入れるなど、ホームページへの誘導があってもいいと思う。
- 子ども向けのイベントが多いので、大人向けのものも掲載してほしい。
- 市の関連しないイベントや講座の情報を掲載してほしい。
- 趣味・ファッション・料理などのトピックスを掲載し、若い人に読んでもらえるといいと思う。
- 市として言いたいことをまとめているだけのように見え、読み手が必要としている知りたい情報が読みやすい形で記載されていない。TV 欄やゴミ収集日を記載できるカレンダーといった生活者が常に手元に置いておくような工夫が必要だと思う。
- もっと事務的な内容でいいと思う。
- 情報が紙面に散らばった感じがあり、わかりやすく伝わってこない。紙面の小口にインデックスをつけてくれたらパッとページを広げられて便利。
- 市民の生活状況に合わせた情報が欲しい、若い人、高齢者、単身者、家族向けとカテゴリーを分けて、内容を整理して出してほしい、コロナ関連、災害の準備、日々の生活情報を掲載してほしい。

### 【その他】

- リニューアルしたことが良いことだと思う。
- 紙面制作担当者に子どもが生まれたと書いてあり、ほっこりした気持ちになった。

- 毎回楽しみに読んでいる。
- 情報詰込み型から特集型になり、読みやすくなった。
- 全市版の情報と区版の情報が表面・裏面と分けられたので情報が探しやすくなった。
- 新聞形式で、お金がかかってなさそうな点がいいと思う。
- 10月号がすでに手元がないので詳しく回答できない。
- いつも同じ業者の広告が載っていると感じる。
- 全世帯に配っても費用対効果が低いと思う。
- チラシや広告が気に入らない。
- 一通り読んだが必要な事しか覚えていない。
- リニューアル後の紙面にまだ慣れない。
- 左開きになり慣れない。
- 年を取ると変化は苦痛。
- 新聞型ではなく冊子型にしてほしい。
- 区境近くに住んでるので、隣区の情報も得たい。
- 各区によってイメージが違いすぎるので統一してほしい。
- 目次があれば見やすい。
- リニューアルに気付かなかった。

「配布方法」

問 77. 問 70 で 1～3 と回答された方に伺います。「広報さかい」は、全世帯・全事業所に配布しています。あなたは、「広報さかい」の配布についてどのような方法を希望しますか。 【選択は 1 つ】

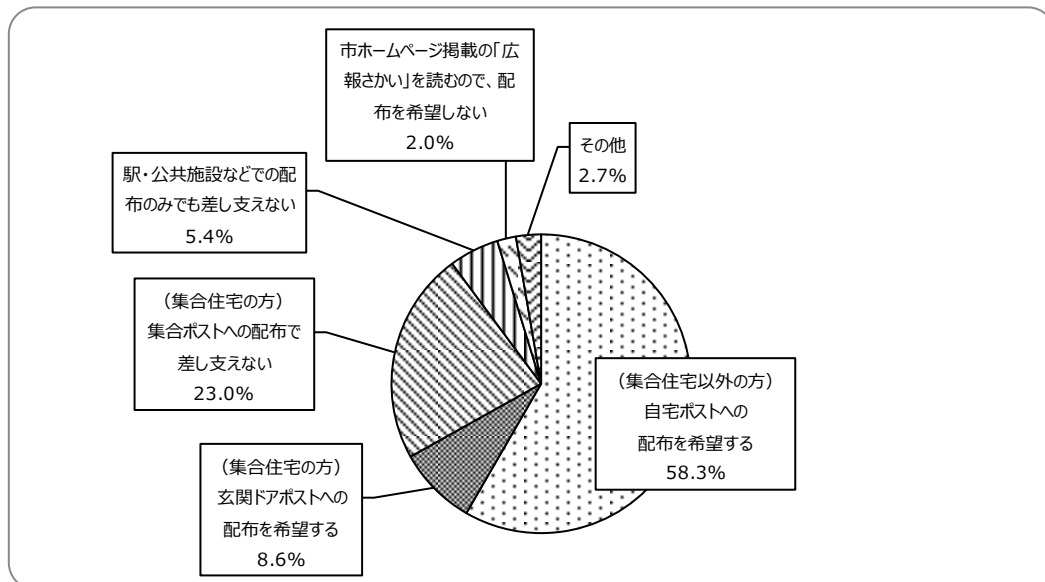
「（集合住宅以外の方）自宅ポストへの配布を希望する」が 58.3%となり、また集合住宅の方については、「集合ポストへの配布で差し支えない」（23.0%）が「玄関ドアポストへの配布を希望する」（8.6%）を大きく上回り、現行の配布方法への支持がうかがえる。

	選択項目 (N=444)	回答数	構成比
1	(集合住宅以外の方) 自宅ポストへの配布を希望する	259	58.3%
2	(集合住宅の方) 玄関ドアポストへの配布を希望する	38	8.6%
3	(集合住宅の方) 集合ポストへの配布で差し支えない	102	23.0%
4	駅・公共施設などでの配布のみでも差し支えない	24	5.4%
5	市ホームページ掲載の「広報さかい」を読むので、配布を希望しない	9	2.0%
6	その他	12	2.7%
	計 (回答総数)	444	100.0%

[6 その他]

【主な回答】

- 宅配にコストがかかるのであれば、自治会を通じての配布でも良いのではないか。
- 各家に配布している現状が良い。
- 上の玄関ドアポストでも下のポストでもいいがしっかり入れてほしい。軽く挟んでいるだけで困る。
- 電子形式
- 経費が今より安いなら新聞折り込みでもいい。
- 自治会が必要分を配布し、予備は自治会館に置く。
- Twitter



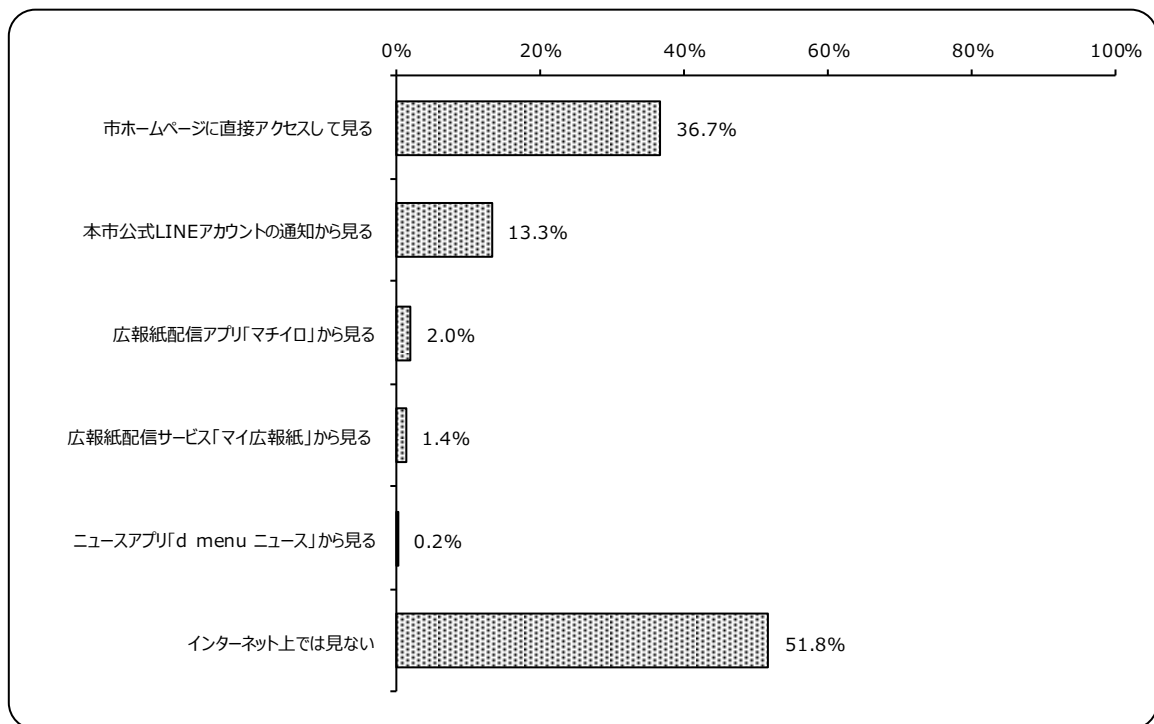


「広報さかいの市ホームページなどでの閲覧」

問 78. 問 70 で 1～3 と回答された方に伺います。宅配するもの以外でも「広報さかい」をご覧になれるよう、市ホームページや、スマホアプリ「マチイロ」、情報配信サイト「マイ広報紙」などでも情報を発信しています。あなたは、どのような方法で広報さかいを見ますか？ 【複数選択可：いくつでも】

「インターネット上では見ない」が 51.8%と過半数を占めた。次いで「市ホームページに直接アクセスして見る」が 36.7%、「本市公式 LINE アカウントの通知から見る」が 13.3%と続いた。

	選択項目 (N=444)	回答数	回答数/N
1	市ホームページに直接アクセスして見る	163	36.7%
2	本市公式LINEアカウントの通知から見る	59	13.3%
3	広報紙配信アプリ「マチイロ」から見る	9	2.0%
4	広報紙配信サービス「マイ広報紙」から見る	6	1.4%
5	ニュースアプリ「d menu ニュース」から見る	1	0.2%
6	インターネット上では見ない	230	51.8%



《読まない理由》

問 79. 問 70 で「4 全く読んでいない」と回答された方に伺います。あなたが「広報さかい」を読まない理由は何ですか。 【複数選択可：いくつでも】

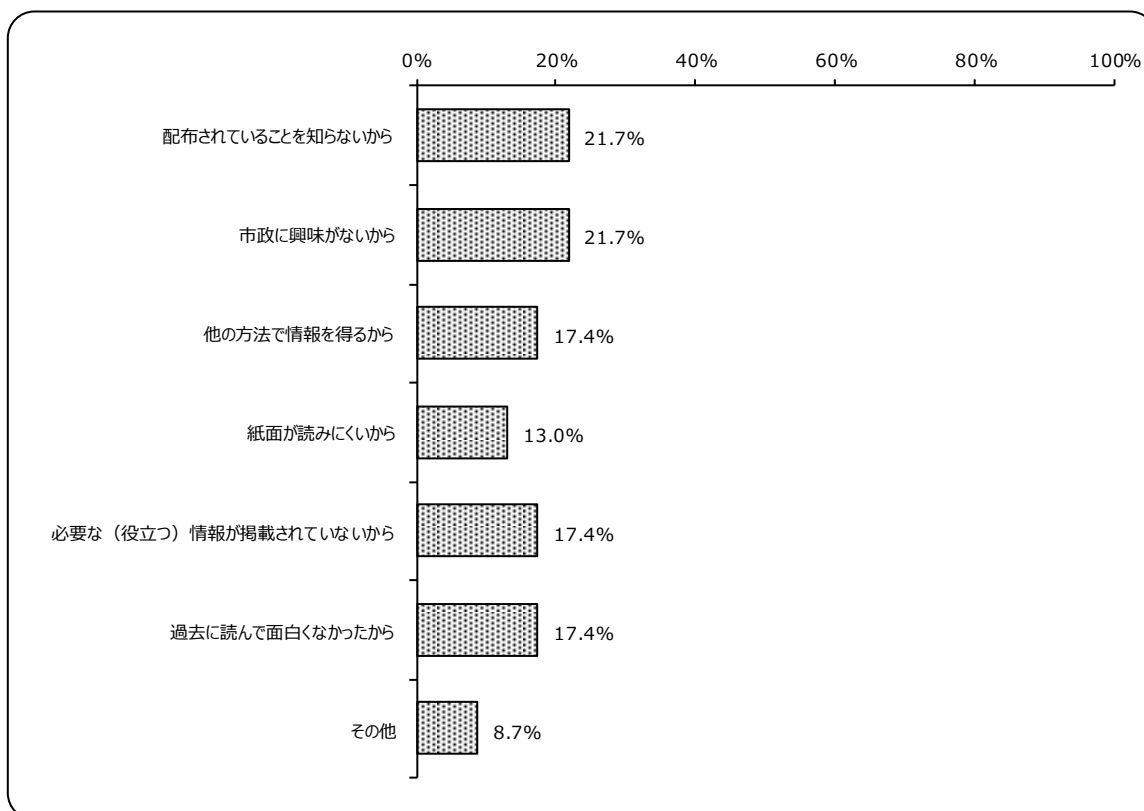
問 70 で「4 全く読んでいない」と答えた 4.9%の方の回答のうち、「配布されていることを知らないから」が 21.7%、「市政に興味がないから」が 21.7%、「他の方法で情報を得るから」が 17.4%、「必要な（役立つ）情報が掲載されていないから」が 17.4%、「過去に読んで面白くなかったから」が 17.4%となっている。上記の回答を踏まえ、広報さかいがより多くの方にとって有益な情報媒体となるよう、引き続き改善を重ねていく必要があると考える。

	選択項目 (N=23)	回答数	回答数/N
1	配布されていることを知らないから	5	21.7%
2	市政に興味がないから	5	21.7%
3	他の方法で情報を得るから	4	17.4%
4	紙面が読みにくいから	3	13.0%
5	必要な（役立つ）情報が掲載されていないから	4	17.4%
6	過去に読んで面白くなかったから	4	17.4%
7	その他	2	8.7%

[7 その他]

【主な回答】

- 面倒くさいから。
- 時間がないから。



### (3) 堺市くらしのガイドブックについて

#### 《利用頻度》

問 80. あなたは「堺市くらしのガイドブック」を利用していますか。

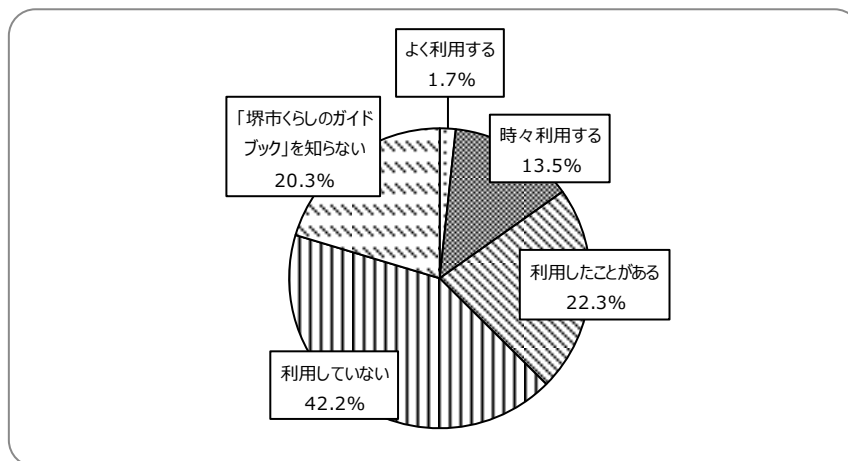
【選択は 1 つ】

「利用していない」が 42.2%となっており、「利用したことがある」(22.3%)、「時々利用する」(13.5%)、「よく利用する」(1.7%)の合計 37.5%を上回った。

なお、昨年度の調査では「よく利用する」が 2.9%、「時々利用する」が 20.2%、「利用したことがある」(30.2%)の合計は 53.3%となっており、「利用していない」の 36.2%を上回っていた。

今回、利用頻度が低下した原因の一つとして、前回の発行から 1 年半以上の期間が経過したことが考えられる。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	よく利用する	8	1.7%
2	時々利用する	63	13.5%
3	利用したことがある	104	22.3%
4	利用していない	197	42.2%
5	「堺市くらしのガイドブック」を知らない	95	20.3%
	計 (回答総数)	467	100.0%

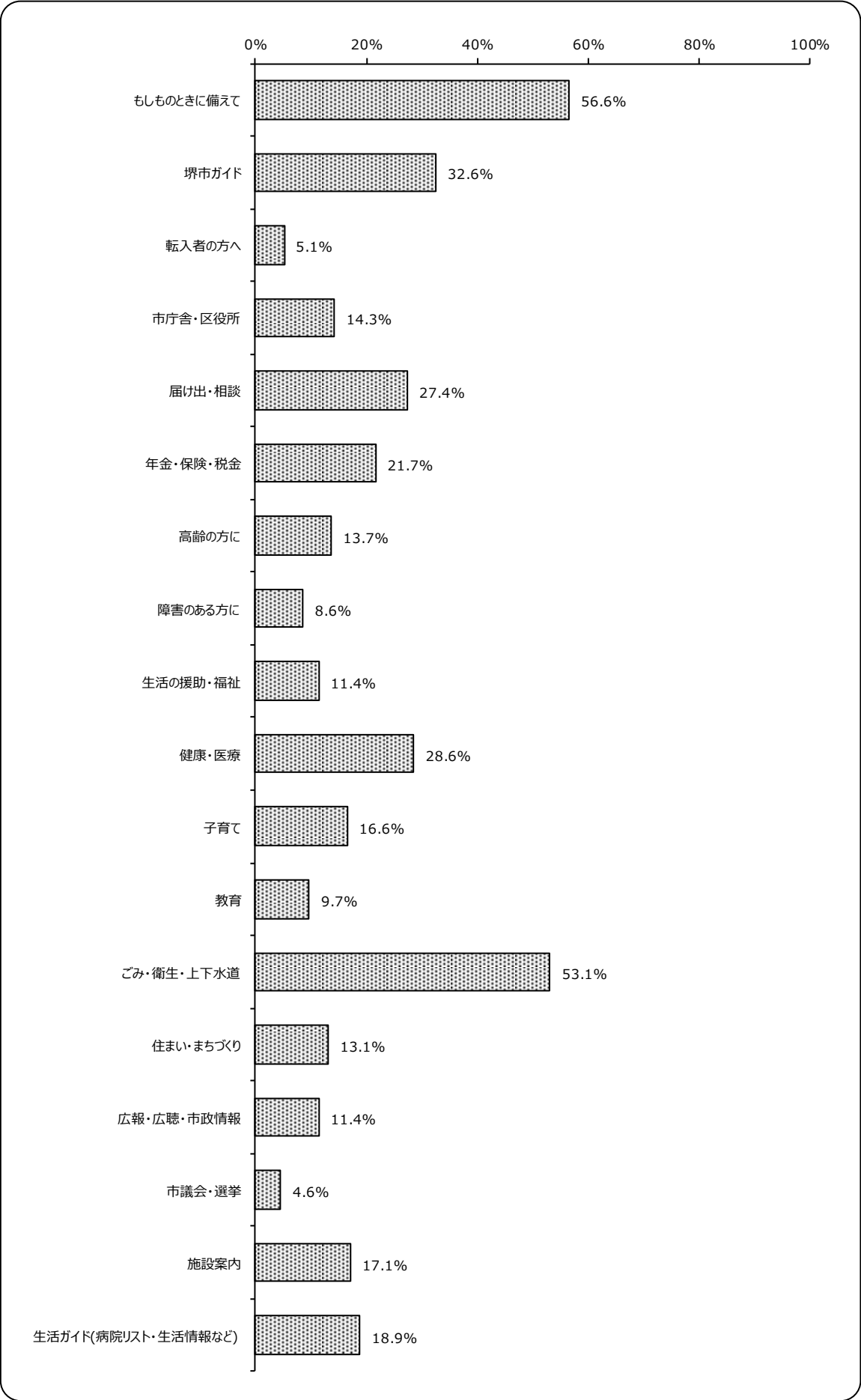


問 81. 問 80 で 1～3 と回答された方に伺います。「堺市くらしのガイドブック」でどのページを利用しますか。

【複数選択可：いくつでも】

「もしものときに備えて」が 56.6%と最も割合が高く、次いで「ごみ・衛生・上下水道」（53.1%）、「堺市ガイド」（32.6%）、「健康・医療」（28.6%）、「届け出・相談」（27.4%）がよく利用されている。

	選択項目 (N=175)	回答数	回答数/N
1	もしものときに備えて	99	56.6%
2	堺市ガイド	57	32.6%
3	転入者の方へ	9	5.1%
4	市庁舎・区役所	25	14.3%
5	届け出・相談	48	27.4%
6	年金・保険・税金	38	21.7%
7	高齢の方に	24	13.7%
8	障害のある方に	15	8.6%
9	生活の援助・福祉	20	11.4%
10	健康・医療	50	28.6%
11	子育て	29	16.6%
12	教育	17	9.7%
13	ごみ・衛生・上下水道	93	53.1%
14	住まい・まちづくり	23	13.1%
15	広報・広聴・市政情報	20	11.4%
16	市議会・選挙	8	4.6%
17	施設案内	30	17.1%
18	生活ガイド（病院リスト・生活情報など）	33	18.9%



《利用しない理由》

問 82. 問 80 で 4～5 と回答された方に伺います。その理由は何ですか。

【複数選択可：いくつでも】

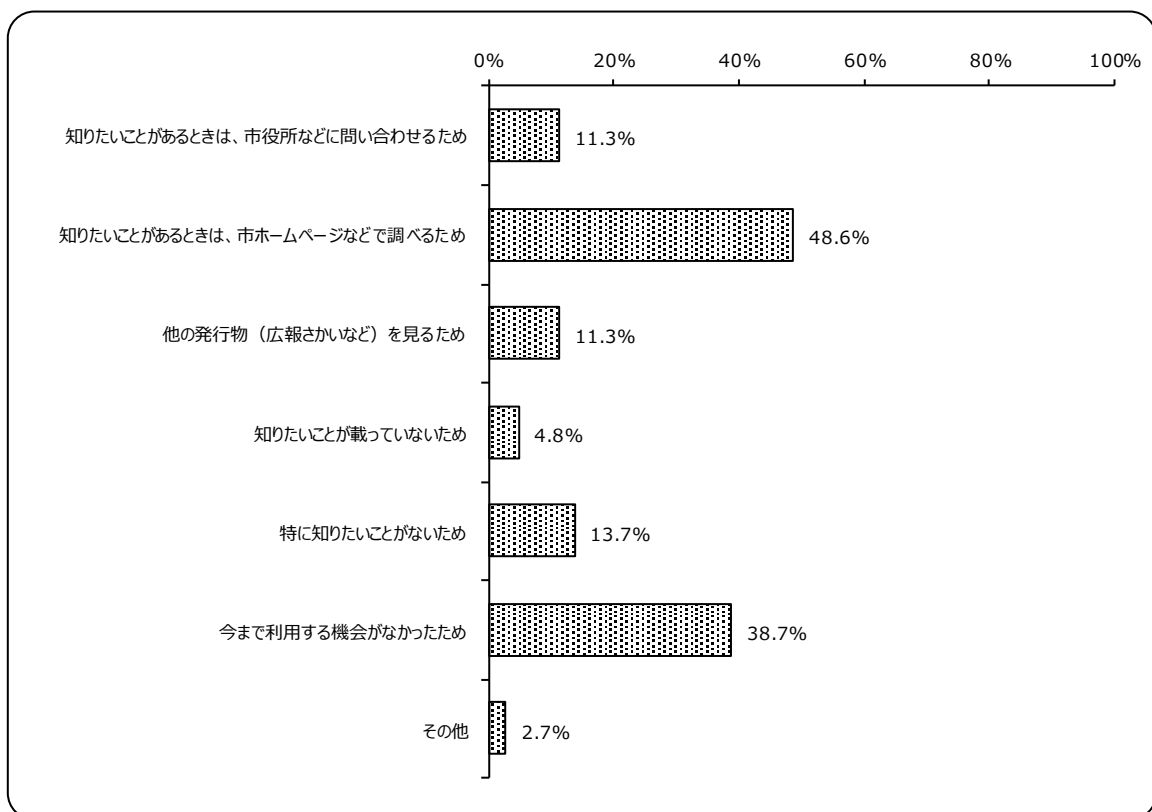
「知りたいことがあるときは、市ホームページなどで調べるため」が 48.6%と最も多く、インターネットを利用できる方は市ホームページから情報を収集している場合もあることがわかる。次いで「今まで利用する機会が無かったため」（38.7%）、「特に知りたいことがないため」（13.7%）と続いた。

	選択項目 (N=292)	回答数	回答数/N
1	知りたいことがあるときは、市役所などに問い合わせるため	33	11.3%
2	知りたいことがあるときは、市ホームページなどで調べるため	142	48.6%
3	他の発行物（広報さかいなど）を見るため	33	11.3%
4	知りたいことが載っていないため	14	4.8%
5	特に知りたいことがないため	40	13.7%
6	今まで利用する機会がなかったため	113	38.7%
7	その他	8	2.7%

[7 その他]

【主な回答】

- 習慣がない。
- 知りたい情報、細かい財務情報は海外と違って、様々な申請をしないといけないため億劫だから。
- 配布されたことを知らない。
- 知りたい時に載っているページを探すよりネット検索の方が早い。
- 情報の変化があると思うので、最新はどうしても調べる。
- 書き物では内容が古くなるので、最新の情報がほしい。
- 役所に行く機会が無い。



#### (4) 市ホームページについて

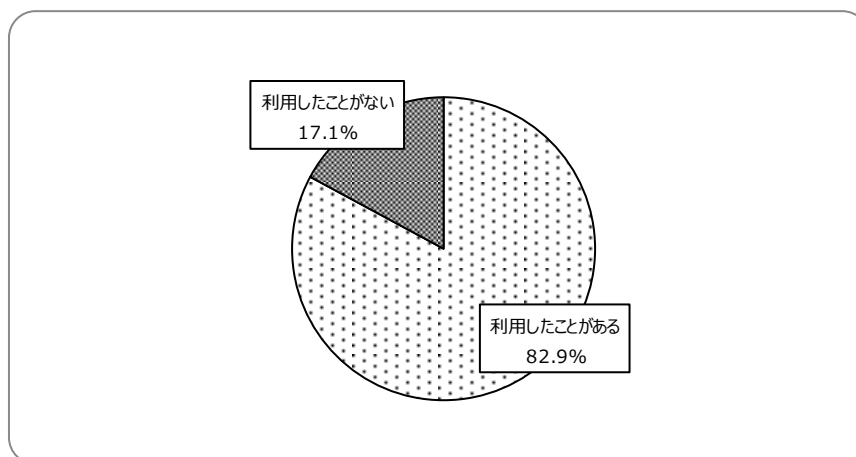
##### 「閲覧経験」

問 83. あなたは、市ホームページを利用したことがありますか。

【選択は 1 つ】

「利用したことがある」(82.9%)が「利用したことがない」(17.1%)を上回っている。市ホームページが多くの方に利用されている重要な広報媒体であることがわかる。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	利用したことがある	387	82.9%
2	利用したことがない	80	17.1%
	計 (回答総数)	467	100.0%

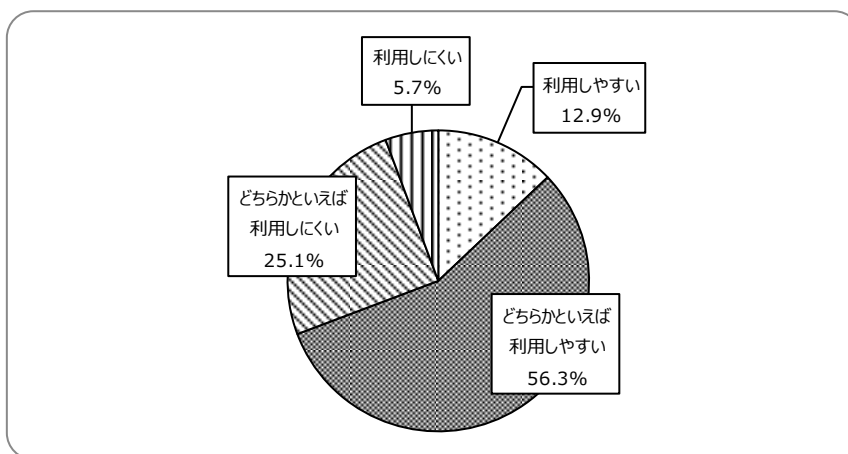


《利用しやすさ》

問 84. 問 83 で「1 利用したことがある」と回答された方に伺います。あなたは、市ホームページを利用しやすいと思いますか。 【選択は 1 つ】

「どちらかといえば利用しやすい」(56.3%)、「利用しやすい」(12.9%)の合計は 69.2%となっており、「どちらかといえば利用しにくい」(25.1%)、「利用しにくい」(5.7%)の合計 30.8%を上回った。

	選択項目 (N=387)	回答数	構成比
1	利用しやすい	50	12.9%
2	どちらかといえば利用しやすい	218	56.3%
3	どちらかといえば利用しにくい	97	25.1%
4	利用しにくい	22	5.7%
	計 (回答総数)	387	100.0%





≪利用しにくい理由≫

問 85. 問 84 で「3 どちらかといえば利用しにくい」、「4 利用しにくい」と回答された方に伺います。利用しにくい理由を記入してください。 【自由記述】

情報の探しづらさや、見づらさを理由に挙げる回答が多かった。こうしたご意見もふまえ、令和 4 年 1 月にホームページをリニューアルし、スマートフォンからでも見やすく改善し、検索機能を強化した。今後も見やすく、探しやすいページとなるよう改善を継続していく。

【主な回答】

- 欲しい情報にたどり着けない。
- スマートフォンから見づらい。
- 検索しづらい。
- 情報が多すぎて分かりにくい。

### (5) 堺市の公式 SNS について

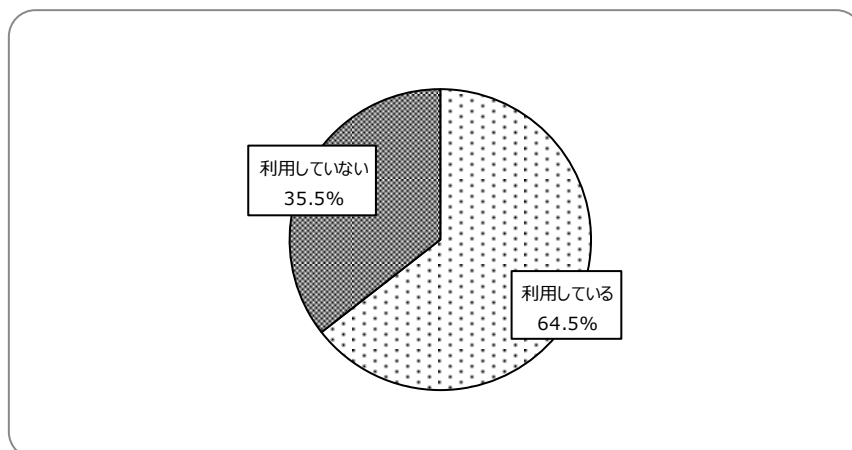
≪市政情報を得たい SNS の種類・内容≫

問 86①. あなたは SNS (LINE、Twitter、Facebook など) を利用していますか。

【選択は 1 つ】

「利用している」が 64.5%、「利用していない」が 35.5%であった。

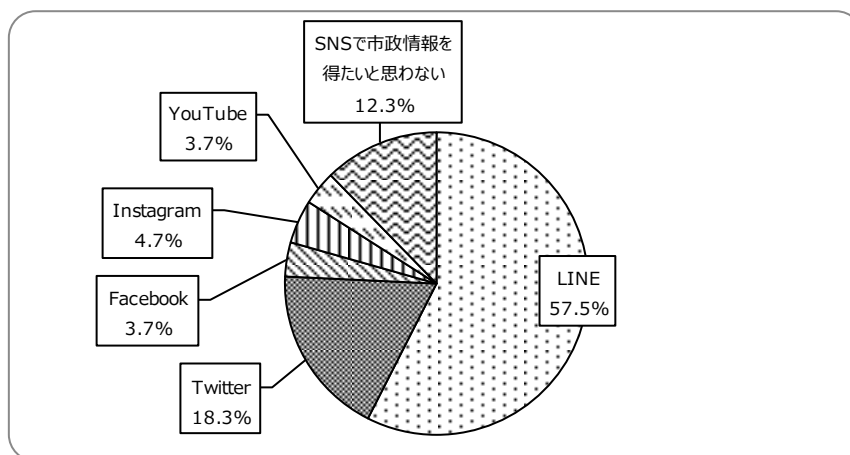
	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	利用している	301	64.5%
2	利用していない	166	35.5%
	計 (回答総数)	467	100.0%



**問 86②. 問 86①で「1 利用している」と回答された方に伺います。本市では、SNS で情報を発信しています。あなたは、いずれの SNS で市政情報を得たいと思いますか。 【選択は 1 つ】**

「LINE」が 57.5%で最も割合が高く、次いで「Twitter」（18.3%）、「Instagram」（4.7%）であった。一方、「SNS で市政情報を得たいと思わない」が 12.3%であった。ダイレクトに、プッシュでメッセージが配信されることが、市政情報の配信ツールとして LINE が支持される要因と考えられる。

	選択項目 (N=301)	回答数	構成比
1	LINE	173	57.5%
2	Twitter	55	18.3%
3	Facebook	11	3.7%
4	Instagram	14	4.7%
5	YouTube	11	3.7%
6	SNSで市政情報を得たいと思わない	37	12.3%
	計 (回答総数)	301	100.0%



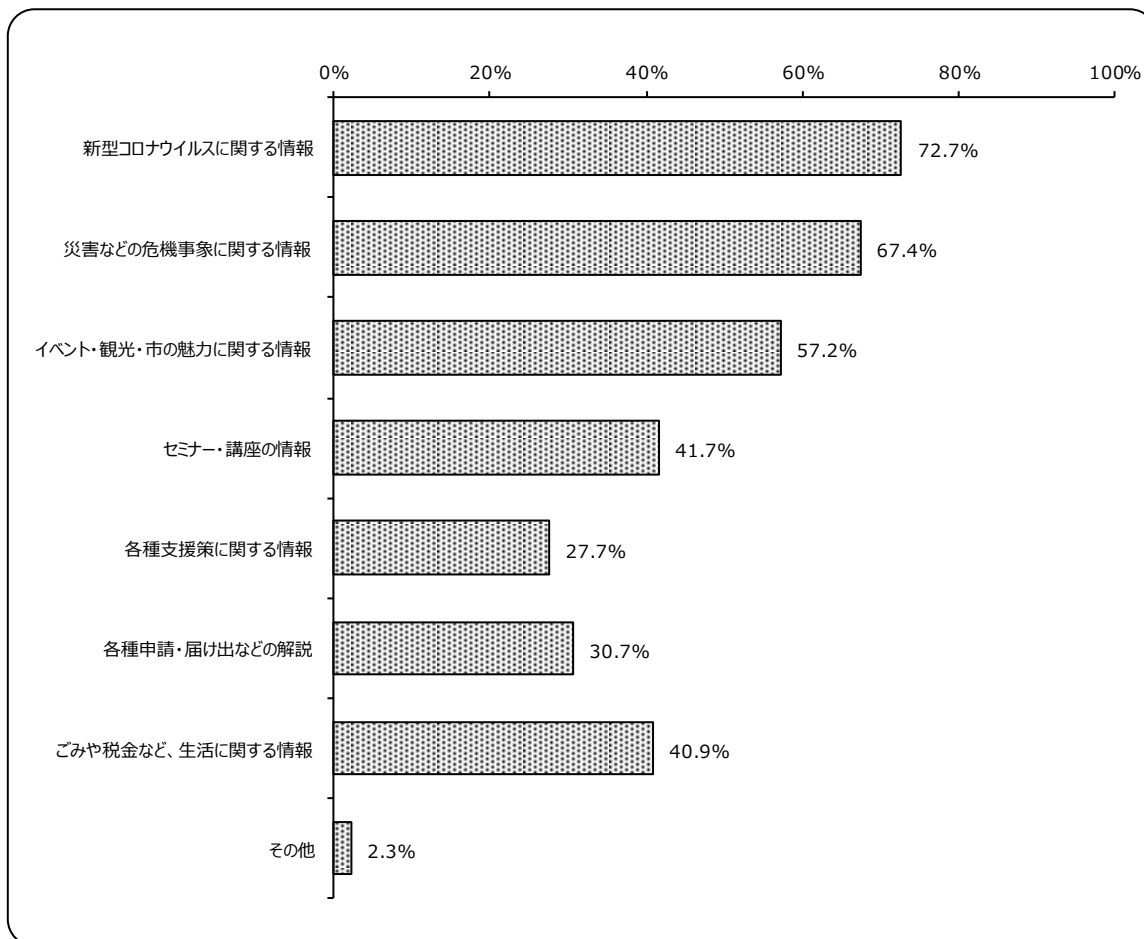
問 86③. 問 86②で 1～5 と回答された方に伺います。SNS でどのような市政情報を得たいですか。

【複数選択可：いつでも】

「新型コロナウイルスに関する情報」が 72.7%で最も割合が高く、次いで「災害などの危機事象に関する情報」が 67.4%であった。生命に関わる緊急的・重大な情報は、タイムリーに、プッシュで入手できることが求められている。

一方で、「イベント・観光・市の魅力に関する情報」(57.2%)、「セミナー・講座の情報」(41.7%)、「ごみや税金など、生活に関する情報」(40.9%)なども比較的割合が高く、さまざまな分野の市政情報発信が求められていると言える。

	選択項目 (N=264)	回答数	回答数/N
1	新型コロナウイルスに関する情報	192	72.7%
2	災害などの危機事象に関する情報	178	67.4%
3	イベント・観光・市の魅力に関する情報	151	57.2%
4	セミナー・講座の情報	110	41.7%
5	各種支援策に関する情報	73	27.7%
6	各種申請・届け出などの解説	81	30.7%
7	ごみや税金など、生活に関する情報	108	40.9%
8	その他	6	2.3%



## (6) 広聴について

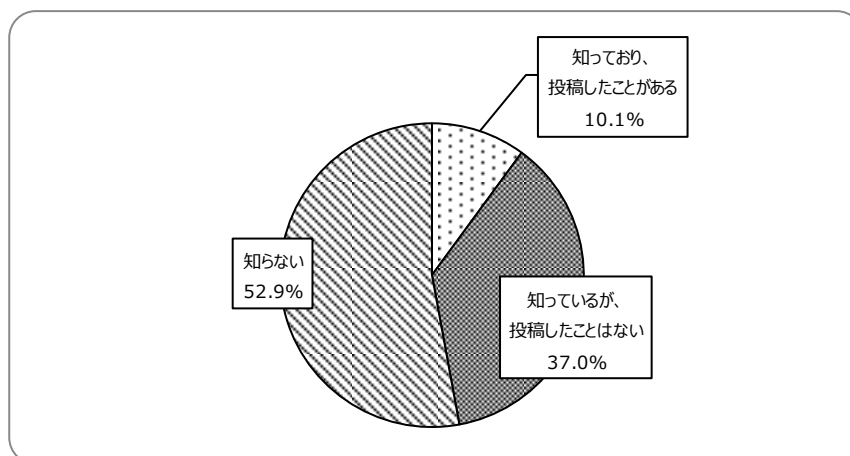
### 《市政への提案箱の認知度》

問 87. 本市では、市政に関する建設的な提案などを募集するために、「市政への提案箱」専用ポストを市施設等へ設置したり、市ホームページに投稿フォームを設けたりしていますが、そのことを知っていますか。【選択は 1 つ】

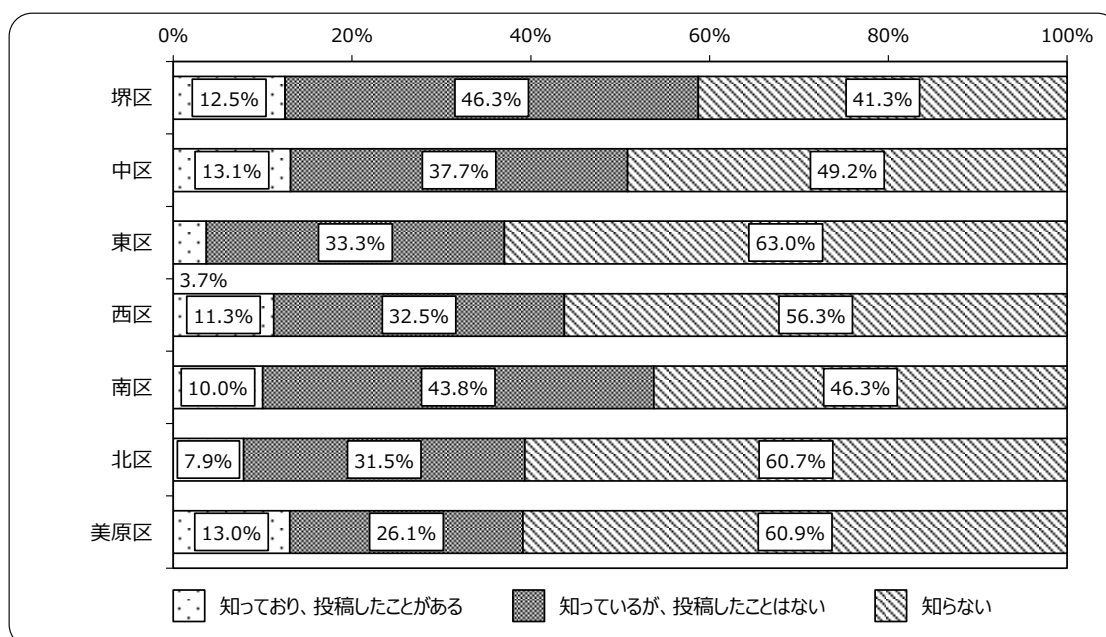
「知らない」と回答した方が 52.9%であり、昨年度の 40.5%から増加していることから、認知度が下がっていることが見てとれる。また、区域別で見ると、東区、北区、美原区では、それぞれ 6 割以上の方が「知らない」と回答している。令和 3 年度は、西図書館に専用ポストを新設するなど、市政への提案箱の認知度向上に向けた取組を行っているところであるが、専用ポストや市ホームページなどで意見を募集していることについての周知を強化する必要がある。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っており、投稿したことがある	47	10.1%
2	知っているが、投稿したことはない	173	37.0%
3	知らない	247	52.9%
	計 (回答総数)	467	100.0%

#### 《全体》



#### 《区域別》



「パブリックコメント制度の認知度」

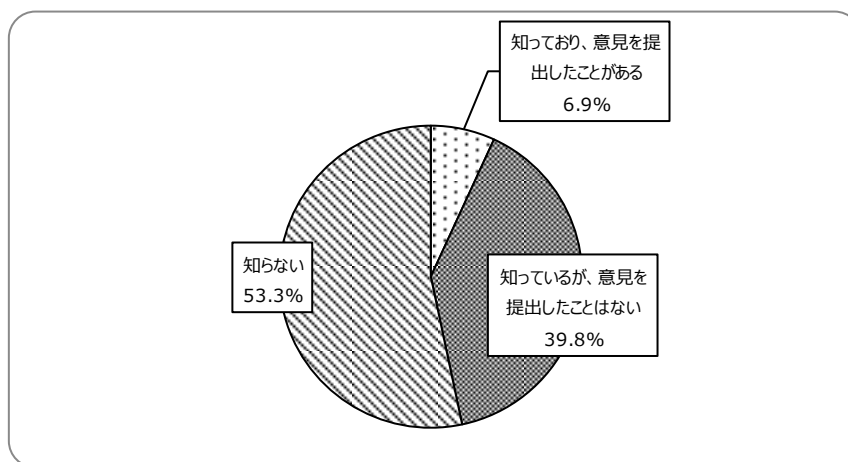
問 88. パブリックコメント制度（意見募集制度）※を知っていますか。

【選択は 1 つ】

※パブリックコメント制度（意見募集制度）とは、市民生活に広く影響を及ぼす市政の基本的な計画、条例等を立案する過程において、これらの案の趣旨、内容等を公表し、その案について市民の皆様から提出された意見を考慮して意思決定を行う一連の手続きのことです。

「知らない」と回答した方が 53.3%であり、特に 60 歳以上の方に比較して、60 歳未満の方の「知らない」という割合が高かったことから、引き続きパブリックコメント制度の周知について、効果的な広報媒体を検討していく。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っており、意見を提出したことがある	32	6.9%
2	知っているが、意見を提出したことはない	186	39.8%
3	知らない	249	53.3%
	計 (回答総数)	467	100.0%



「パブリックコメント制度で意見を提出しない理由」

問 89. 問 88 で「2 知っているが、意見を提出したことはない」と回答された方に伺います。

パブリックコメント制度を利用して意見を提出したことがないのはなぜですか。 【複数回答可：いくつでも】

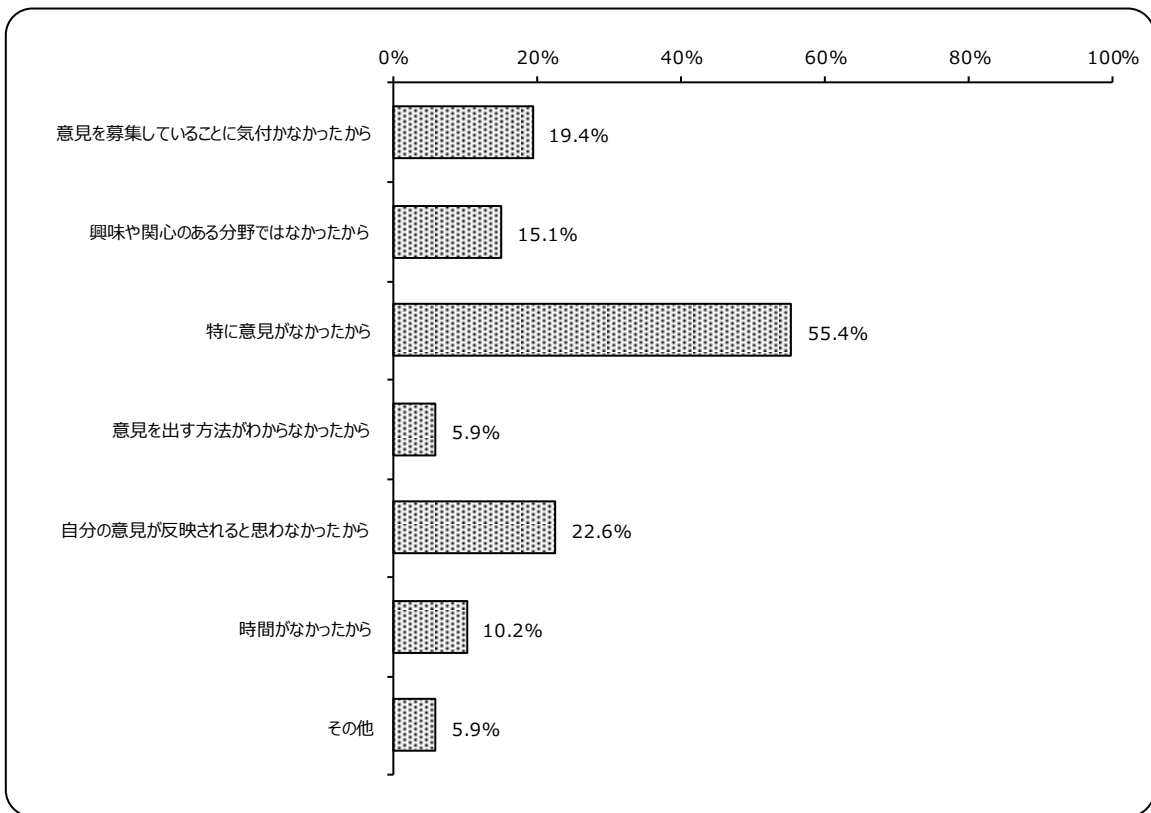
「自分の意見が反映されると思わなかったから」が 22.6%であったことから、市としてパブリックコメントで寄せられた意見を受け止め、計画、条例等の意思決定していることを周知する必要がある。また、「意見を募集していることに気付かなかったから」が 19.4%であり、約 2 割の方がそもそもパブリックコメントの実施について気付かなかったという結果が出ていることから、意見募集の周知方法についても検討を行う必要がある。

	選択項目 (N=186)	回答数	回答数/N
1	意見を募集していることに気付かなかったから	36	19.4%
2	興味や関心のある分野ではなかったから	28	15.1%
3	特に意見がなかったから	103	55.4%
4	意見を出す方法がわからなかったから	11	5.9%
5	自分の意見が反映されると思わなかったから	42	22.6%
6	時間がなかったから	19	10.2%
7	その他	11	5.9%

[7 その他]

【主な回答】

- 意見を考えようとしても集中力が続かないから。
- 市から個別の回答がないから。



## (7) 「市民の声」の公表について

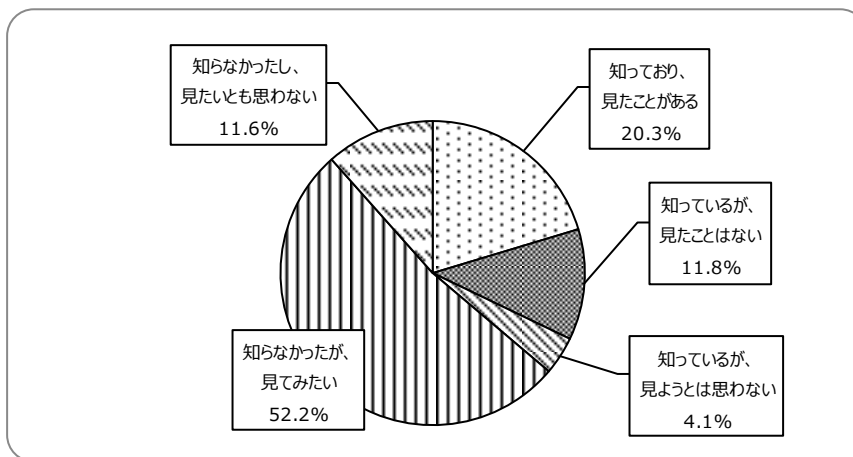
### «「市民の声 Q&A」の認知度»

問 90. 「堺市ホームページ」に市民の皆様から寄せられた提案・意見とそれに対する市の考え方が「市民の声 Q&A」として掲載されていることをご存じですか。 【選択は 1 つ】

「知っており、見たことがある」(20.3%)と「知っているが、見たことはない」(11.8%)、「知っているが、見ようとは思わない」(4.1%)を合わせて約3割以上(36.2%)の方が市ホームページへの掲載を知っている。

なお、「知らなかったが、見てみたい」の割合は52.2%で、昨年度実施時(43.2%)から9.0ポイント増加しており、「知らなかったし、見たいとも思わない」の割合は11.6%で、昨年度実施時(13.1%)から1.5ポイント減少していることから、今まで「市民の声 Q&A」を知らなかった方の関心度は高まっていると言える。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	知っており、見たことがある	95	20.3%
2	知っているが、見たことはない	55	11.8%
3	知っているが、見ようとは思わない	19	4.1%
4	知らなかったが、見てみたい	244	52.2%
5	知らなかったし、見たいとも思わない	54	11.6%
	計 (回答総数)	467	100.0%





«「市民の声 Q&A」の理解度»

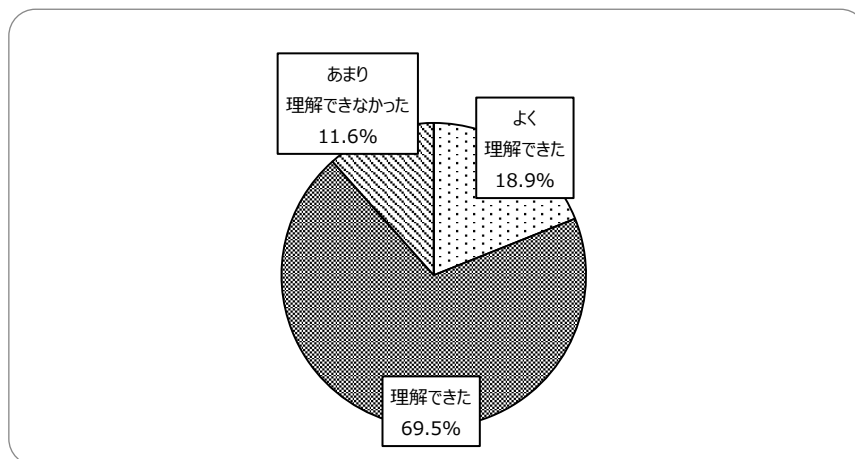
問 91. 問 90 で「1 知っており、見たことがある」と回答された方に伺います。

「市民の声 Q&A」をご覧になって、市の考え方を理解できましたか。

なお、この設問は、市の考え方の内容への賛否ではなく、書かれている文章の分かりやすさや理解度をお尋ねするものです。 【選択は 1 つ】

「よく理解できた」（18.9%）と「理解できた」（69.5%）を合わせて 88.4%の方が市の考え方を理解いただいている。「よく理解できた」と「理解できた」の割合は昨年度実施時（83.2%）から 5.2 ポイント増加し、市の考え方を適切に市民の方に伝えることができている。

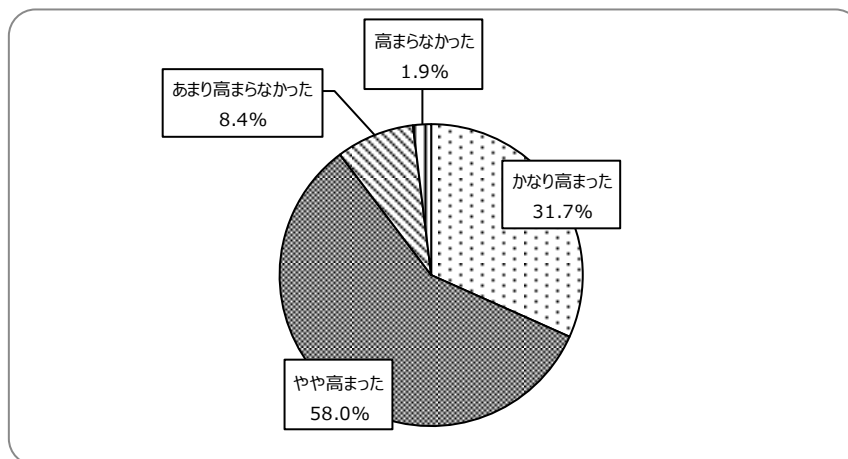
	選択項目 (N=95)	回答数	構成比
1	よく理解できた	18	18.9%
2	理解できた	66	69.5%
3	あまり理解できなかった	11	11.6%
4	理解できなかった	0	0.0%
	計 (回答総数)	95	100.0%



**問 92. 今回の市政モニターアンケートを通じて、市政への関心は高まりましたか。****【選択は 1 つ】**

「かなり高まった」(31.7%)と「やや高まった」(58.0%)を合わせて約 9 割(89.7%)の方がアンケートを通じて市政への関心が高まっている。アンケート実施後も、結果がどのように市政に反映されているのかをきちんと周知することで、継続的に関心を持っていただけるよう努める。

	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	かなり高まった	148	31.7%
2	やや高まった	271	58.0%
3	あまり高まらなかった	39	8.4%
4	高まらなかった	9	1.9%
	計 (回答総数)	467	100.0%



## 令和 3 年度 第 2 回 市政モニターアンケート報告書

1. 上下水道局の取組について
2. SDGs について
3. 文化芸術について
4. スポーツ活動・運動習慣について
5. 広報広聴活動について

発行月 令和 4 年 3 月

編集・発行 堺市 市長公室 広報戦略部 市政情報課

〒590-0078 堺市堺区南瓦町3番1号

TEL 072-228-7475

FAX 072-228-7444

URL <https://www.city.sakai.lg.jp/>

配架資料番号 1 - C3 - 21 - 0259