

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。

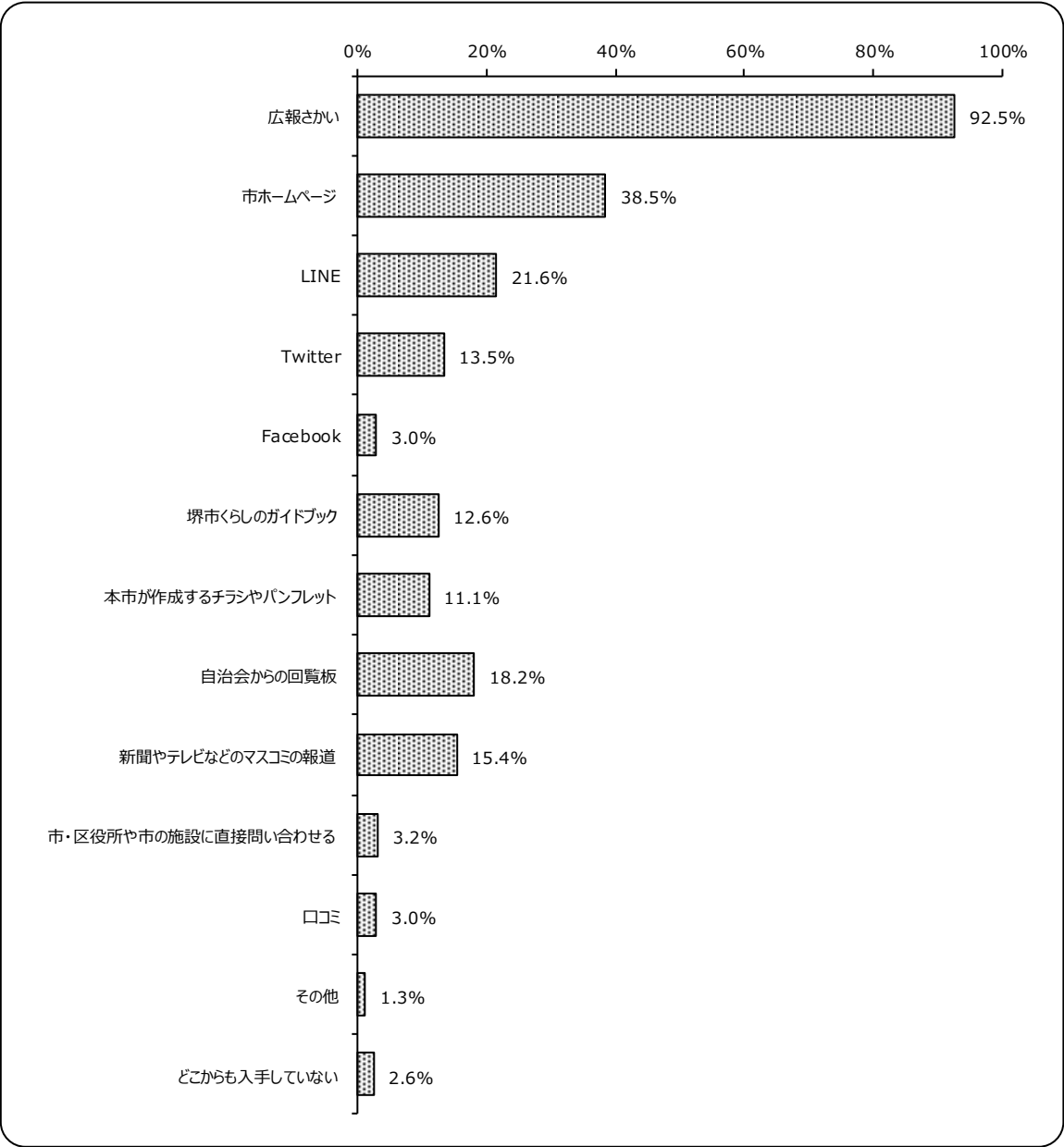
また、「堺市 LINE 公式アカウント」が 21.6%、「堺市広報課 Twitter」が 13.5%、「堺市広報課 Facebook」が 3.0%となっており、SNS による情報取得が昨年度の調査より大幅に増加している。特に「堺市 LINE 公式アカウント」は昨年度の 12.1%から大きく増加しており、操作をしなくても自動で情報提供してくれる SNS を利用して情報を入手する人が増えてきていることがうかがえる。

	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

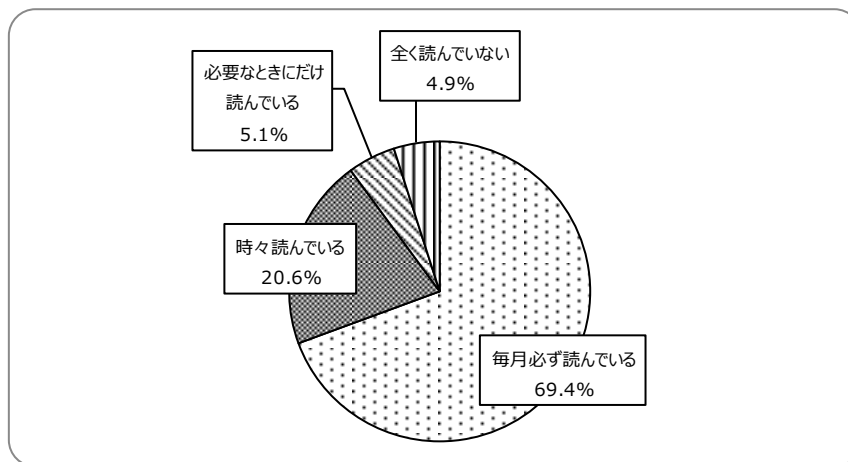
«読む頻度»

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%



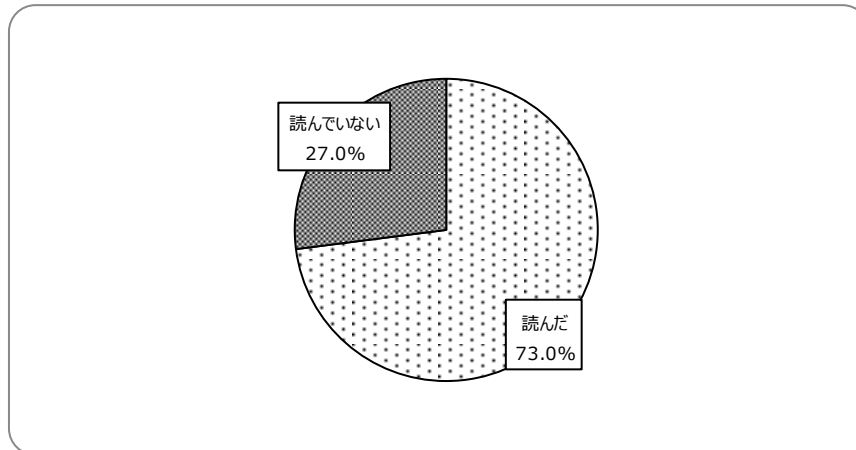
問 71. 問 70 で 1～3 と回答された方に伺います。

「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%

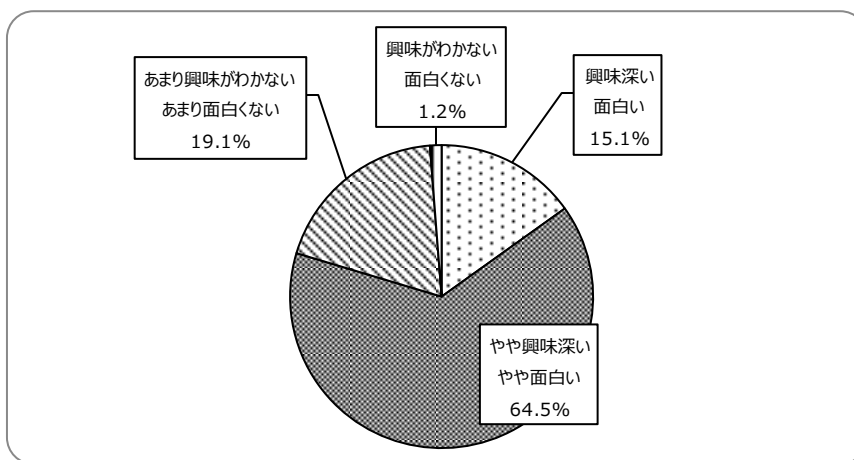


《特集記事内容に対する関心度》

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%



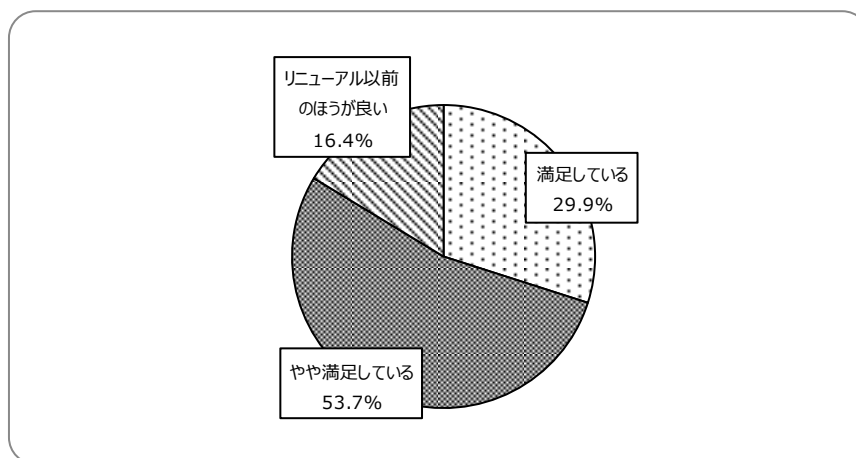
「読みやすさ」

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%

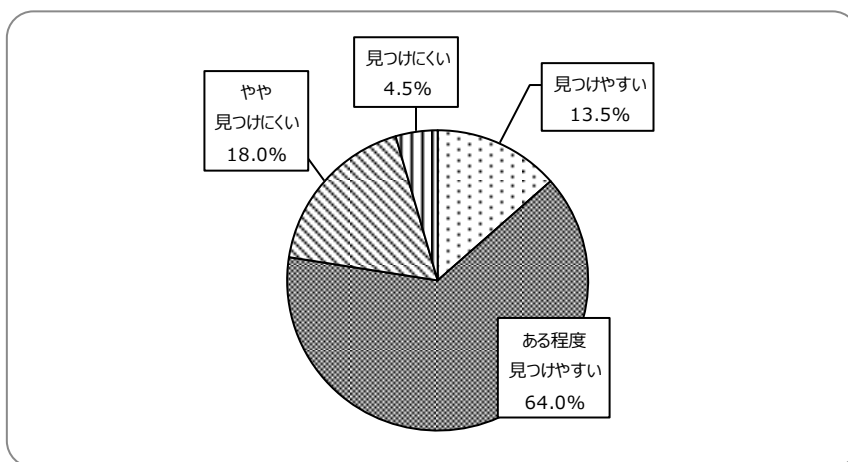


「知りたい情報の見つけやすさ」

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】

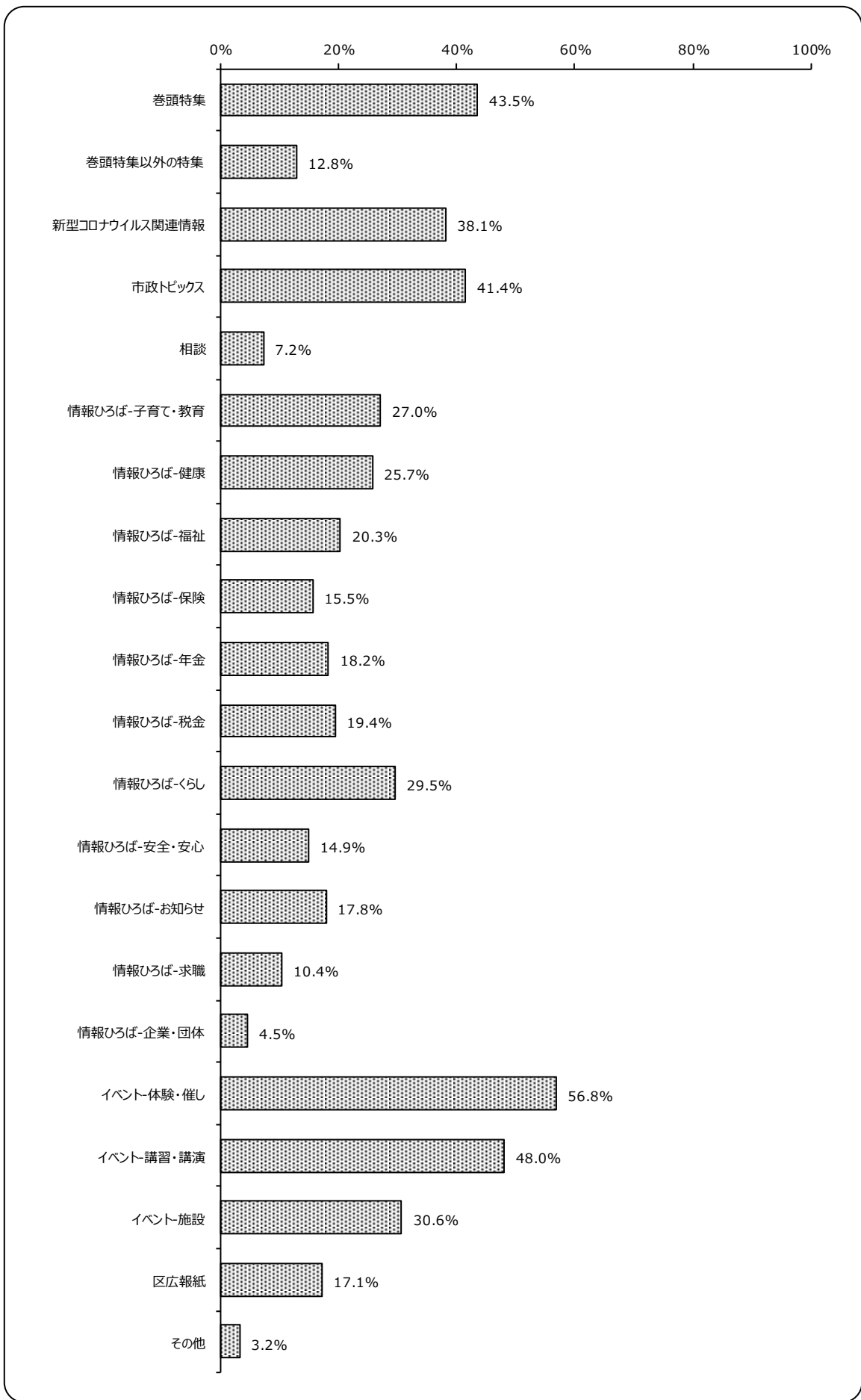
「イベント-体験・催し」が 56.8%と最も多く、次いで「イベント-講習・講演」（48.0%）、「巻頭特集」（43.5%）、「市政トピックス」（41.4%）、「新型コロナウイルス関連情報」（38.1%）などがよく読まれている。

	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、良いと思ったり悪いと思ったり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月号がすでに手元に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】

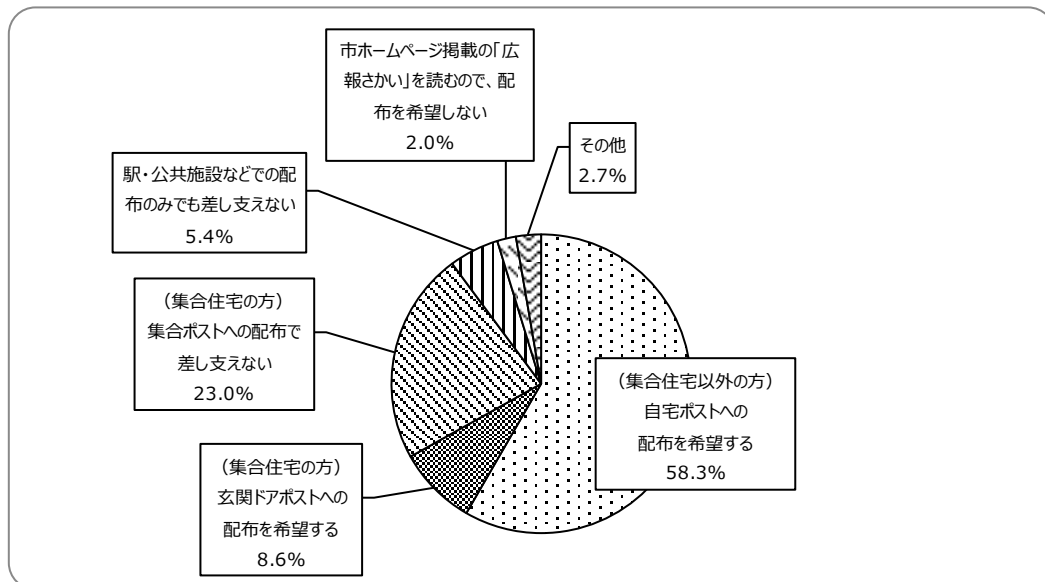
「（集合住宅以外の方）自宅ポストへの配布を希望する」が 58.3%となり、また集合住宅の方については、「集合ポストへの配布で差し支えない」（23.0%）が「玄関ドアポストへの配布を希望する」（8.6%）を大きく上回り、現行の配布方法への支持がうかがえる。

	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

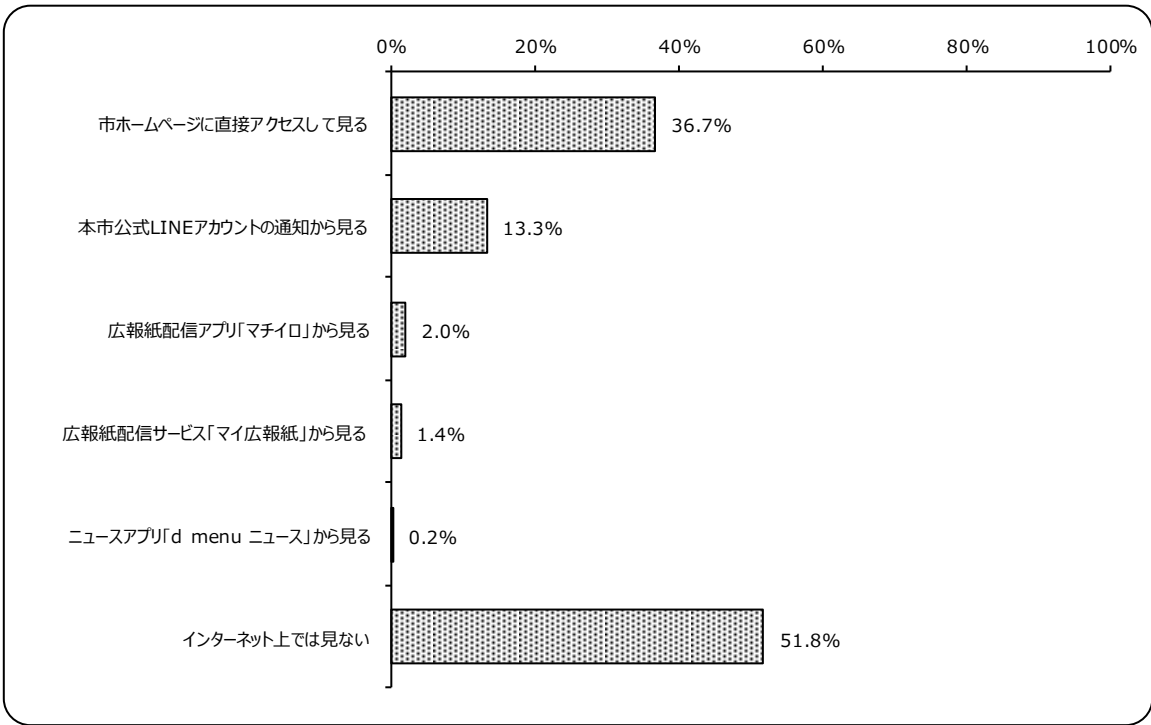


「広報さかいの市ホームページなどでの閲覧」

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】

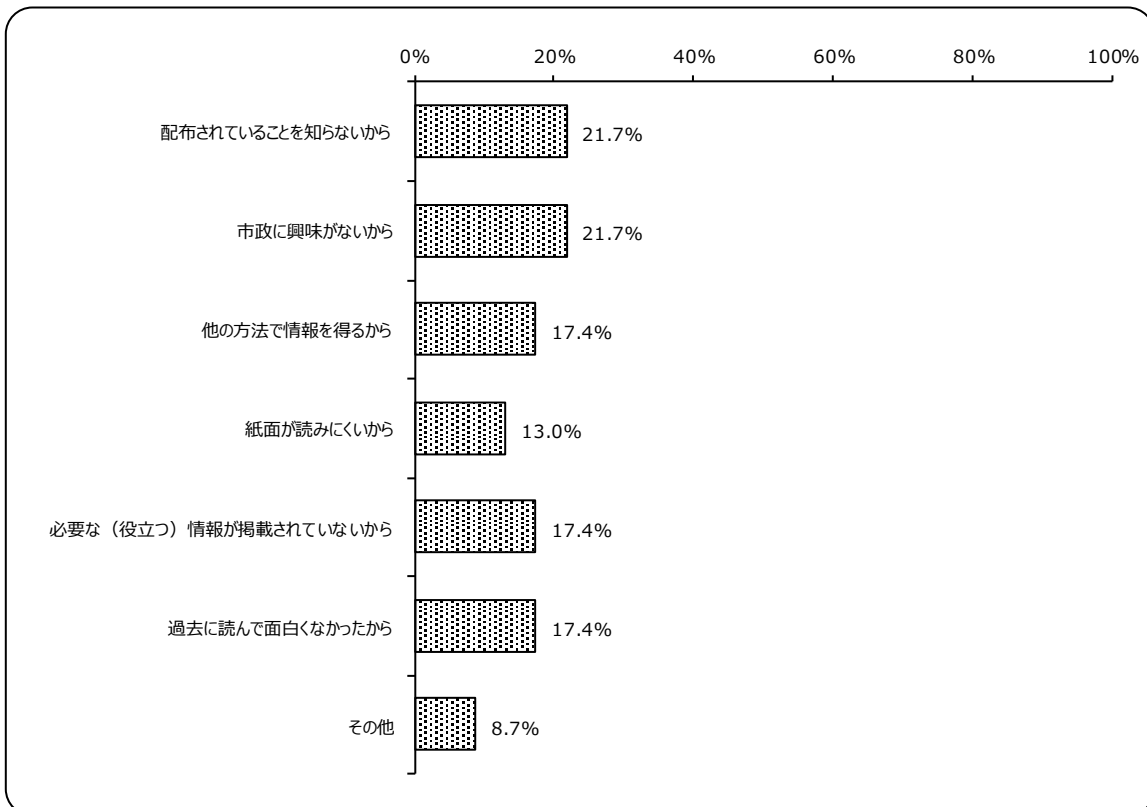
問 70 で「4 全く読んでいない」と答えた 4.9%の方の回答のうち、「配布されていることを知らないから」が 21.7%、「市政に興味がないから」が 21.7%、「他の方法で情報を得るから」が 17.4%、「必要な（役立つ）情報が掲載されていないから」が 17.4%、「過去に読んで面白くなかったから」が 17.4%となっている。上記の回答を踏まえ、広報さかいがより多くの方にとって有益な情報媒体となるよう、引き続き改善を重ねていく必要があると考える。

	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。

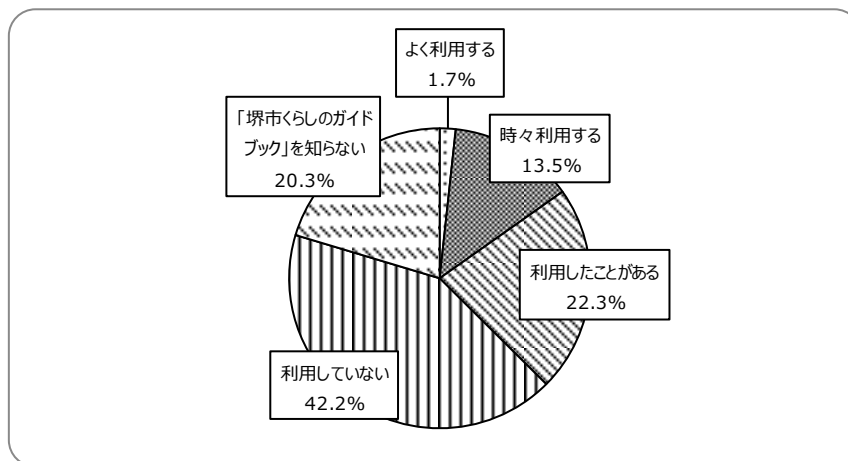
【選択は 1 つ】

「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%

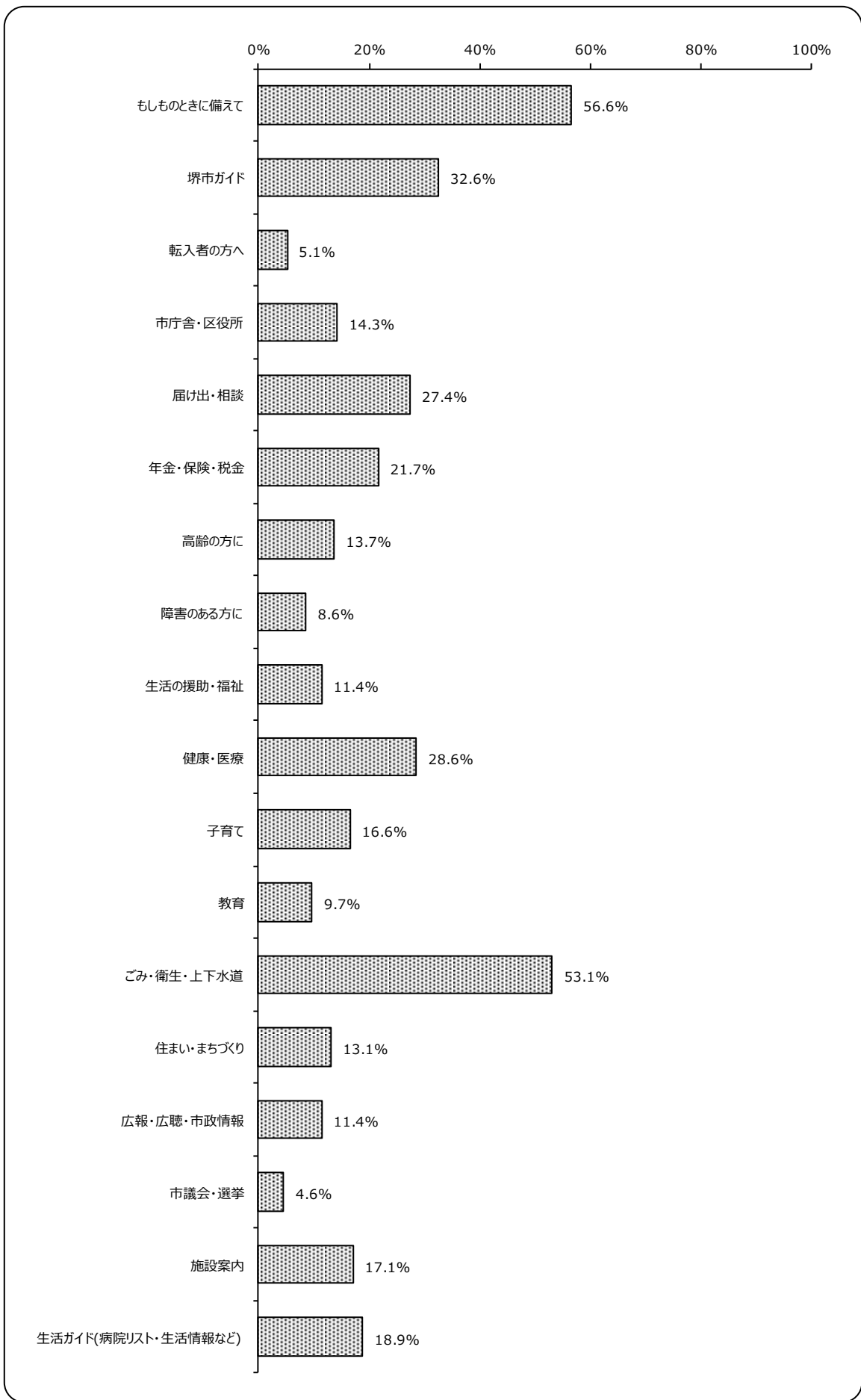


問 81. 問 80 で 1～3 と回答された方に伺います。「堺市くらしのガイドブック」でどのページを利用しますか。

【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】

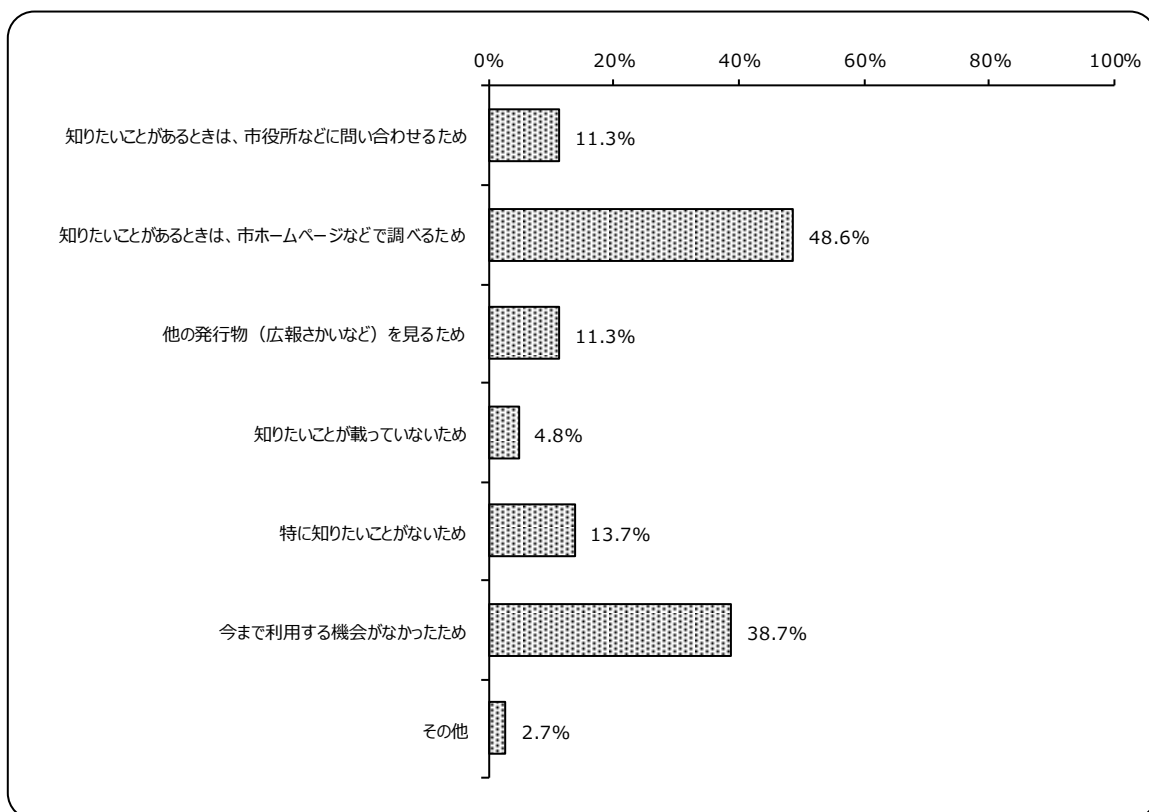
「知りたいことがあるときは、市ホームページなどで調べるため」が 48.6%と最も多く、インターネットを利用できる方は市ホームページから情報を収集している場合もあることがわかる。次いで「今まで利用する機会が無かったため」（38.7%）、「特に知りたいことがないため」（13.7%）と続いた。

	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

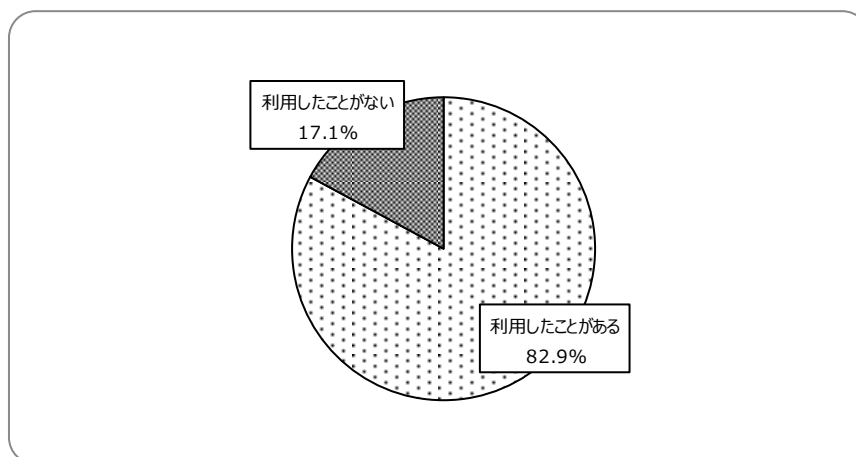
「閲覧経験」

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%

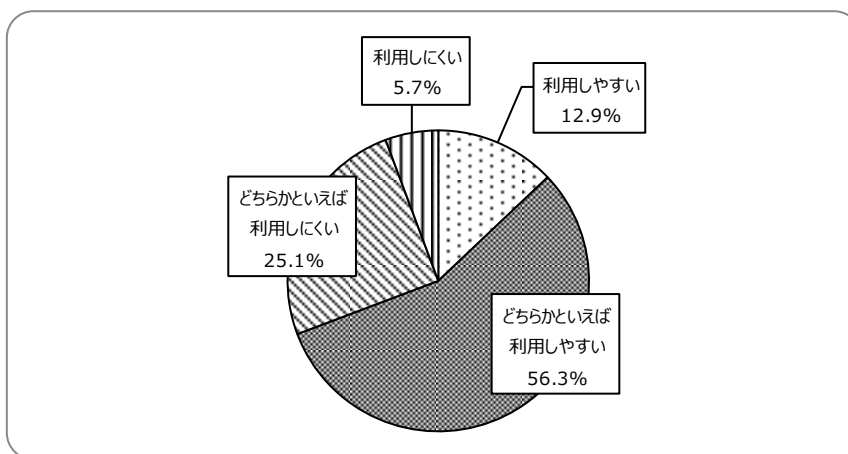


《利用しやすさ》

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

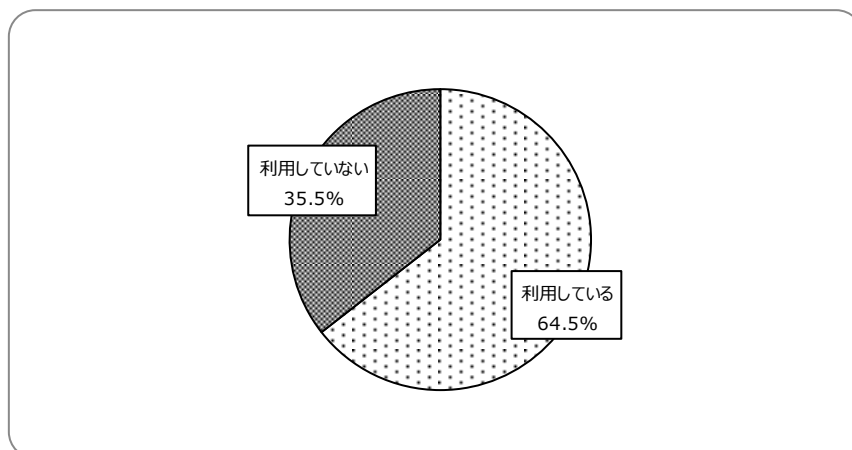
≪ 市政情報を得たい SNS の種類・内容 ≫

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。

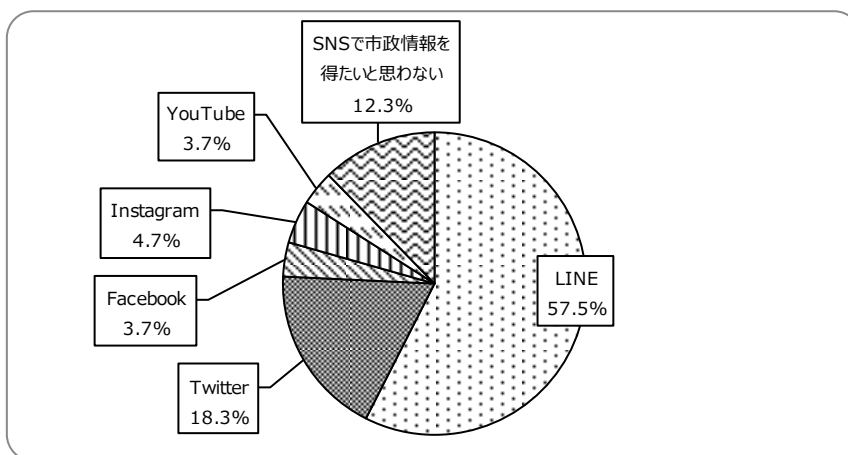
	選択項目 (N=467)	回答数	構成比
1	利用している	301	64.5%
2	利用していない	166	35.5%
	計 (回答総数)	467	100.0%



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%



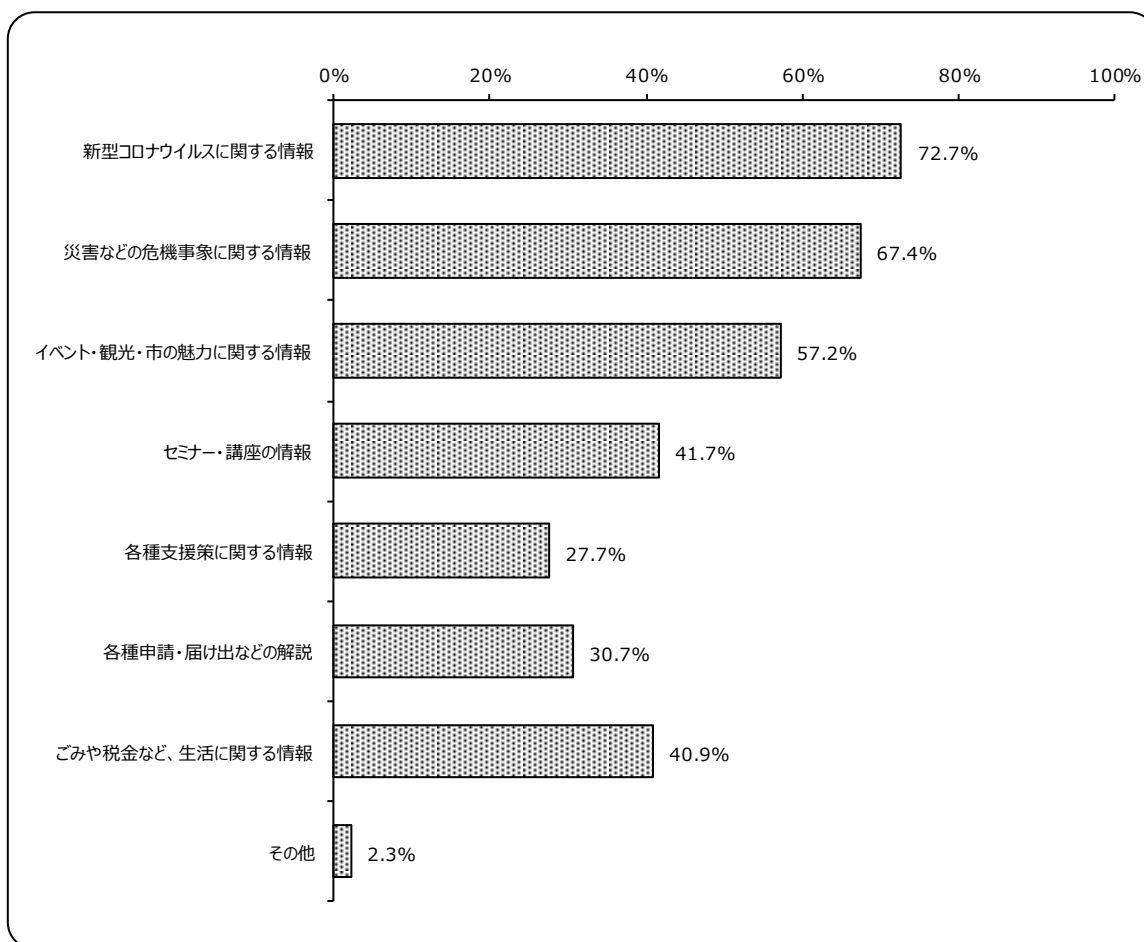
問 86③. 問 86②で 1～5 と回答された方に伺います。SNS でどのような市政情報を得たいですか。

【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

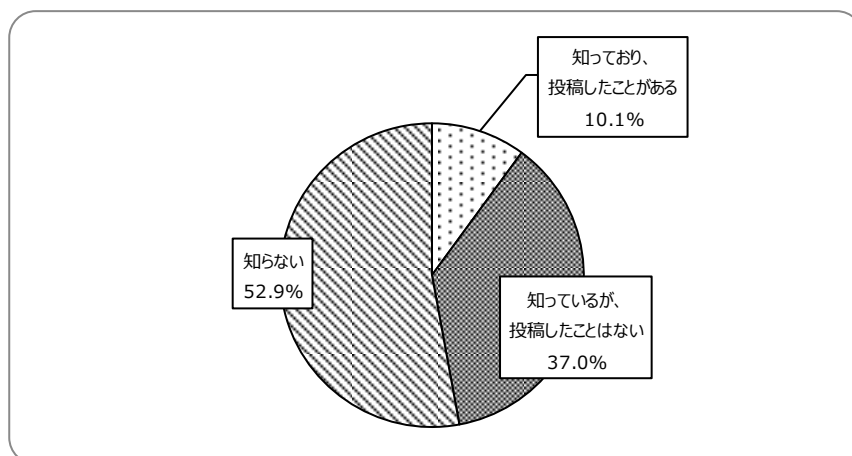
《市政への提案箱の認知度》

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】

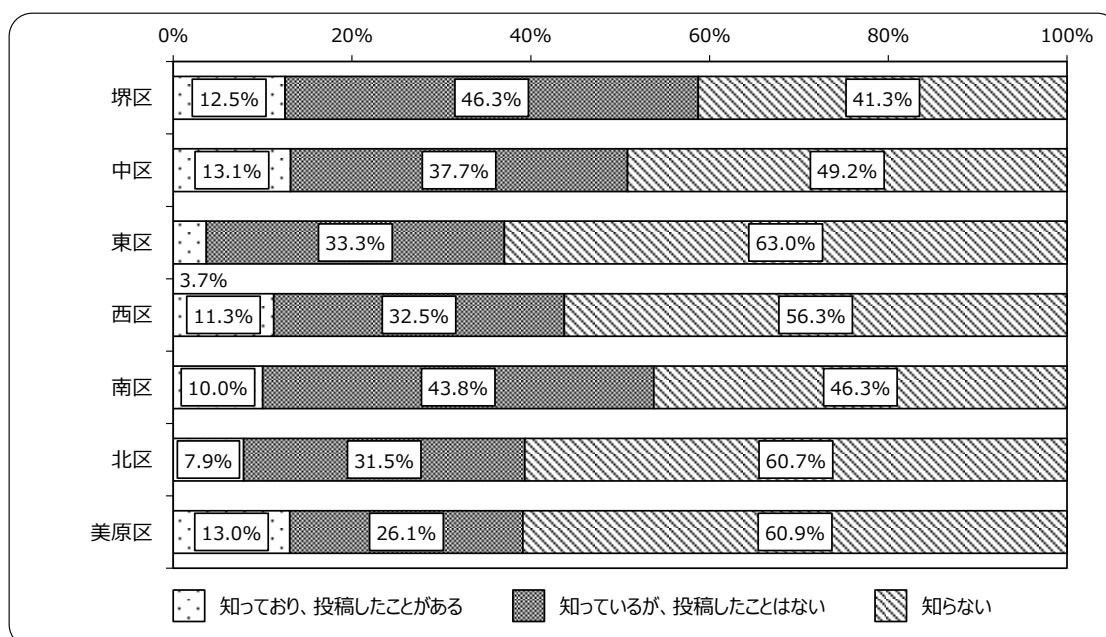
「知らない」と回答した方が 52.9%であり、昨年度の 40.5%から増加していることから、認知度が下がっていることが見てとれる。また、区域別で見ると、東区、北区、美原区では、それぞれ 6 割以上の方が「知らない」と回答している。令和 3 年度は、西図書館に専用ポストを新設するなど、市政への提案箱の認知度向上に向けた取組を行っているところであるが、専用ポストや市ホームページなどで意見を募集していることについての周知を強化する必要がある。

	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」

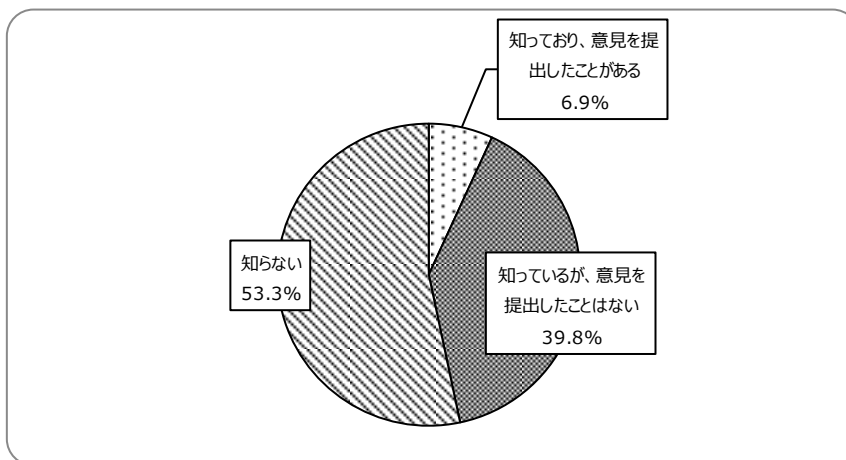
問 88. パブリックコメント制度（意見募集制度）※を知っていますか。

【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】

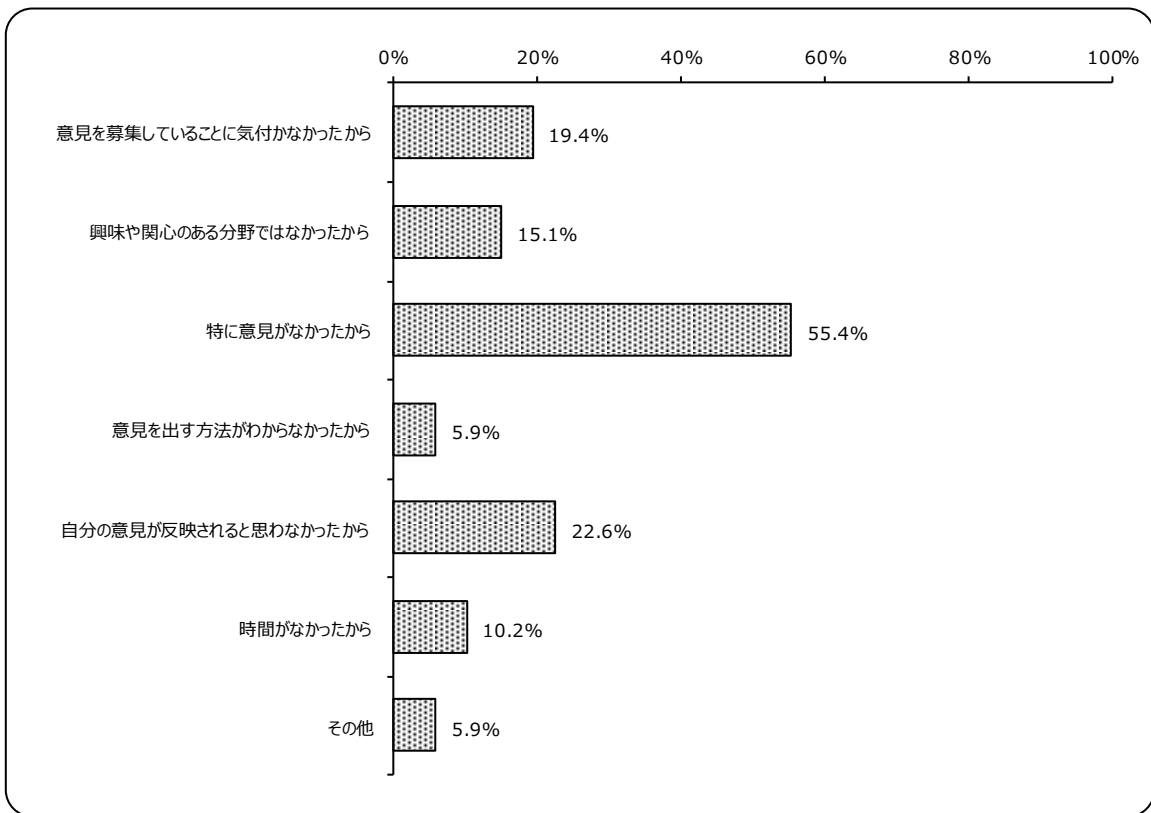
「自分の意見が反映されると思わなかったから」が 22.6%であったことから、市としてパブリックコメントで寄せられた意見を受け止め、計画、条例等の意思決定していることを周知する必要がある。また、「意見を募集していることに気付かなかったから」が 19.4%であり、約 2 割の方がそもそもパブリックコメントの実施について気付かなかったという結果が出ていることから、意見募集の周知方法についても検討を行う必要がある。

	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

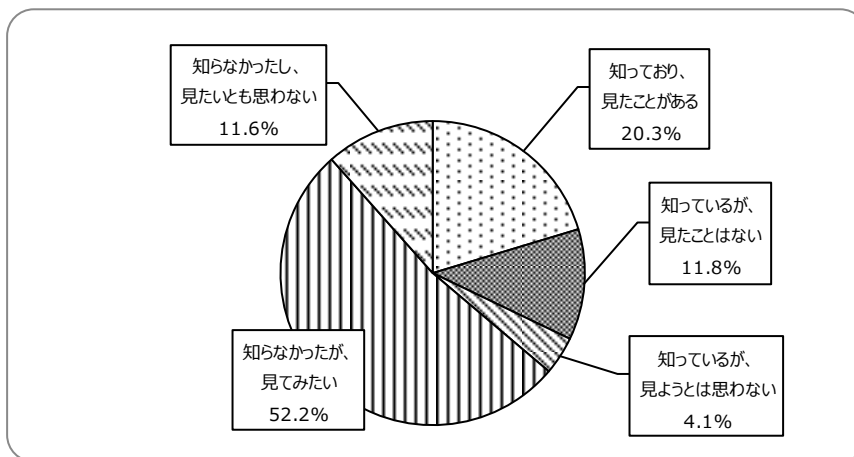
«「市民の声 Q&A」の認知度»

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»

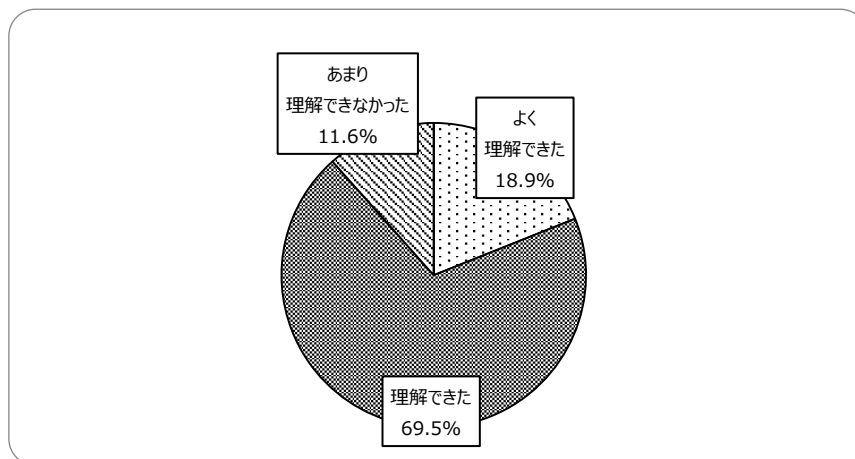
問 91. 問 90 で「1 知っており、見たことがある」と回答された方に伺います。

「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%

