

# 令和 6 年度

## 第 1 回 市政モニターアンケート報告書

テーマ

1. 文化芸術
2. 本市のこころの健康に関する活動（自殺対策・依存症対策）
3. 消費生活
4. 公共交通
5. 広報活動
6. 広聴活動

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 .....	2
1. 文化芸術	
調査結果の概要 .....	3
(1) 本市の文化的環境 .....	4
(2) 文化芸術活動 .....	5
(3) 本市の歴史文化資源と文化芸術事業 .....	10
(4) 文化芸術に関する施設の利用 .....	14
2. 本市のこころの健康に関する活動（自殺対策・依存症対策）	
調査結果の概要 .....	17
自殺対策	
(1) 自殺問題に関する理解度 .....	18
(2) 自殺対策に関する相談窓口の認知度 .....	20
(3) 相談機関一覧 .....	22
(4) ゲートキーパー .....	24
依存症対策	
(1) 依存症に関する理解度 .....	27
(2) 依存症対策に関する相談窓口及び支援機関の認知度 .....	29
3. 消費生活	
調査結果の概要 .....	33
(1) 消費生活センターなど .....	34
(2) 消費者教育など .....	42
(3) 訪問販売お断りシール .....	48
(4) 計量 .....	52
4. 公共交通	
調査結果の概要 .....	55
(1) 公共交通の利用状況 .....	56
(2) 公共交通の満足度 .....	59
(3) 自動車の利用 .....	66
(4) 公共交通の必要性 .....	68
(5) 公共交通の維持・確保 .....	69

5. 広報活動	
調査結果の概要 .....	71
(1) 市政情報の入手 .....	72
(2) 広報さかい .....	74
(3) 市ホームページ .....	80
(4) 市の公式 SNS .....	84
(5) 市長記者会見 .....	86
6. 広聴活動	
調査結果の概要 .....	87
(1) 広聴 .....	88
(2) 「市民の声」の公表 .....	91

## ■ 調査概要

### 1. アンケートテーマ・担当課

#### (1) 文化芸術

(担当課：文化観光局 文化国際部 文化課)

#### (2) 本市のこころの健康に関する活動（自殺対策・依存症対策）

(担当課：健康福祉局 健康部 精神保健課)

#### (3) 消費生活

(担当課：市民人権局 市民生活部 消費生活センター)

#### (4) 公共交通

(担当課：建築都市局 交通部 公共交通担当)

#### (5) 広報活動

(担当課：市長公室 広報戦略部 広報課)

#### (6) 広聴活動

(担当課：市長公室 広報戦略部 市政情報課)

### 2. 調査期間

令和6年8月1日（木）～令和6年8月14日（水）

### 3. 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

487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498人に対して、有効回収数487人 回収率97.8%となった。

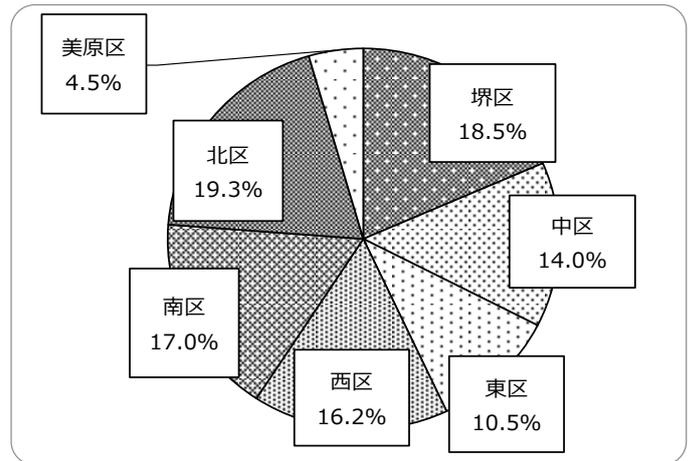
### 4. 報告書の見方

- (1) 本調査の集計分析対象とした調査票総数は487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

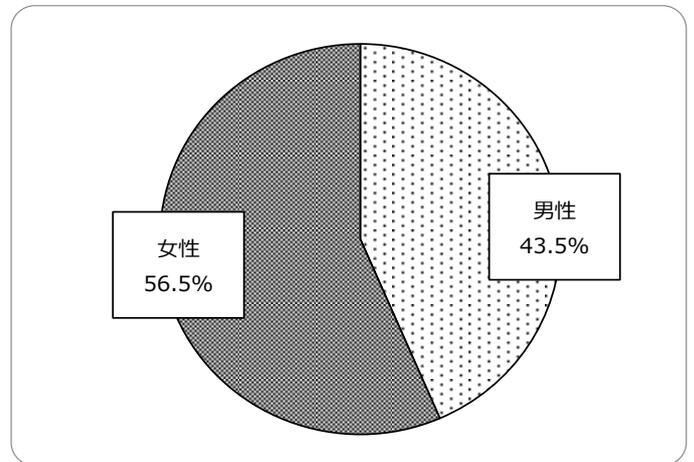
居住区別		回答数	構成比
1	堺区	90	18.5%
2	中区	68	14.0%
3	東区	51	10.5%
4	西区	79	16.2%
5	南区	83	17.0%
6	北区	94	19.3%
7	美原区	22	4.5%
計		487	100.0%

居住区別



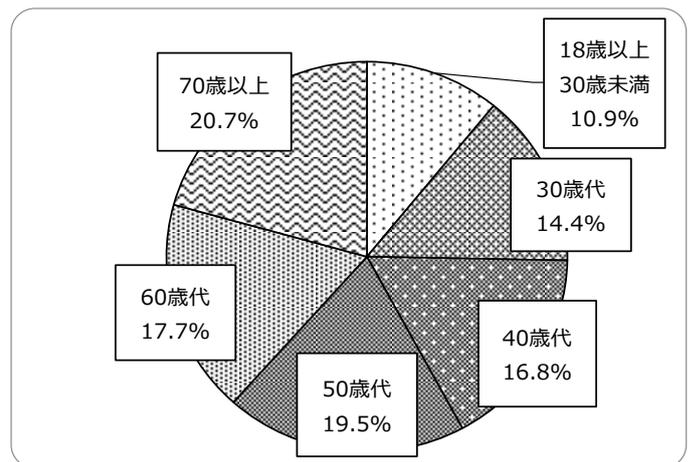
性別		回答数	構成比
1	男性	212	43.5%
2	女性	275	56.5%
計		487	100.0%

性別



年齢層別		回答数	構成比
1	18歳以上30歳未満	53	10.9%
2	30歳代	70	14.4%
3	40歳代	82	16.8%
4	50歳代	95	19.5%
5	60歳代	86	17.7%
6	70歳以上	101	20.7%
計		487	100.0%

年齢層別



# 1. 文化芸術

## 調査結果の概要

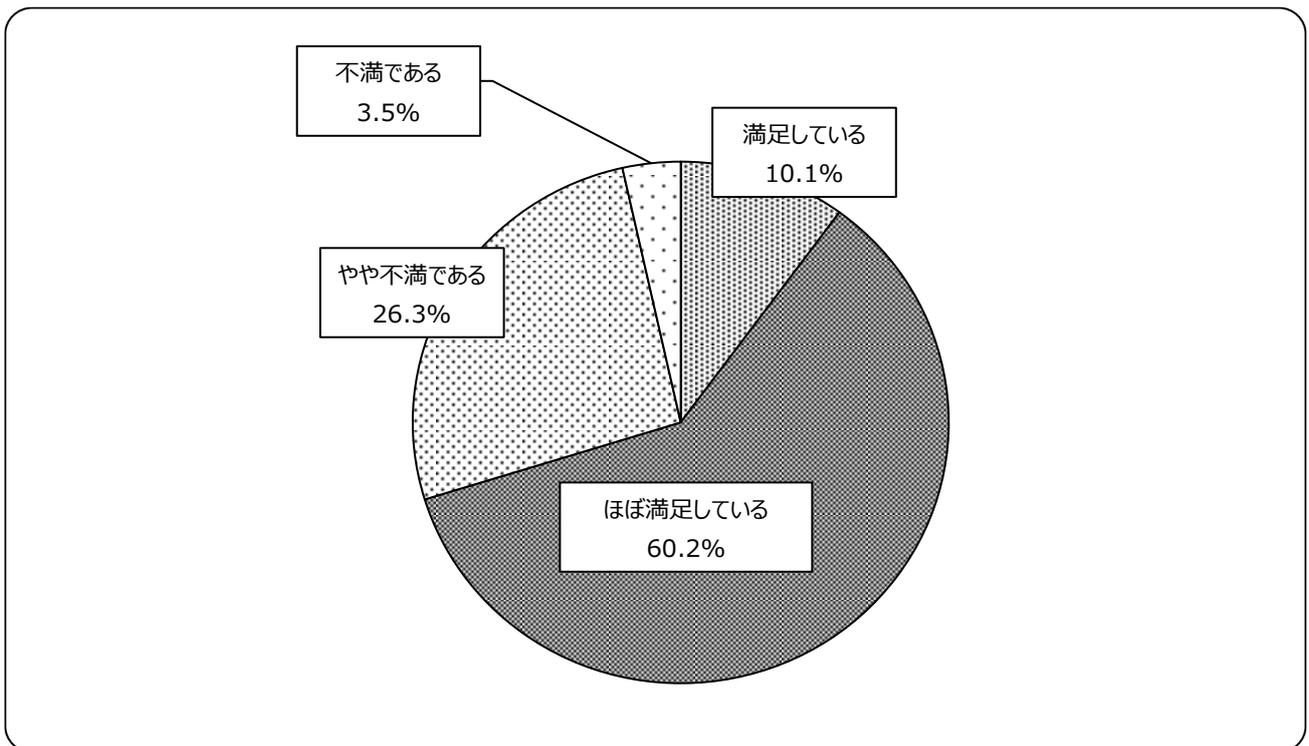
<b>テーマ</b>	文化芸術
<b>担当課</b>	文化観光局 文化国際部 文化課
<b>設問数</b>	13 問
<b>趣旨・目的</b>	今回のアンケートは、本市における文化芸術振興について市民の皆様の意識や意見を調査することで、令和 3 年 2 月に策定した「第 2 期堺文化芸術推進計画」の目標の達成度などを把握し、同計画の検証・評価に活用するものです。
<b>調査結果</b>	各設問のページをご覧ください。
<b>調査結果に係る担当課の所見</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・問 3 の結果から、新型コロナウイルス感染症の影響などが縮小され、令和 5 年度に比べて文化芸術活動をした方が増加した結果となりました。しかしながら、全体的に活動が少ないため、本市としてさらに文化芸術活動をしやすい取組（堺市文化芸術活動応援補助金の活用や堺アーツカウンシルによる活動相談等）や文化芸術活動の場の提供（文化施設の利用促進等）を行います。</li><li>・問 7 の結果から、本市の歴史文化資源に誇りを持つ方を更に増加させるため、全ての人気が気軽に文化芸術活動ができるよう歴史文化資源を活かした事業（関西万博を契機に堺市への誘客を図る企画展等）を実施します。</li><li>・問 10 の結果から、各文化芸術事業の知名度を向上させるため、SNS を活用するなど、より効果的に広報します。</li></ul>

(1) 本市の文化的環境

問1. 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。 【1つ選択】

「満足している」「ほぼ満足している」と回答した方が70.3%であり、令和5年度の64.1%から増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	満足している	49	10.1%
2	ほぼ満足している	293	60.2%
3	やや不満である	128	26.3%
4	不満である	17	3.5%
	計 (回答総数)	487	100.0%

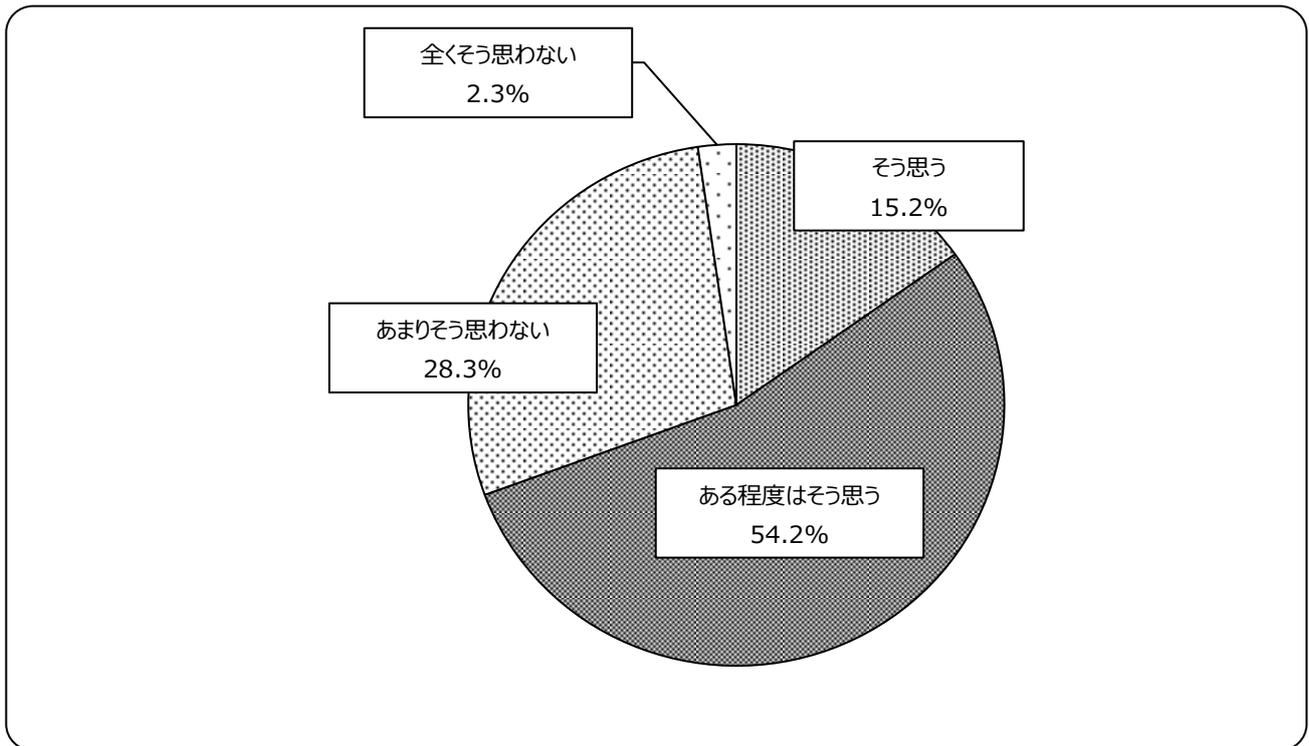


## (2) 文化芸術活動

問 2. 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都市であると思いますか。【1つ選択】

「そう思う」「ある程度そう思う」と回答した方が 69.4%であり、令和 5 年度の 64.9%から増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	そう思う	74	15.2%
2	ある程度はそう思う	264	54.2%
3	あまりそう思わない	138	28.3%
4	全くそう思わない	11	2.3%
	計 (回答総数)	487	100.0%

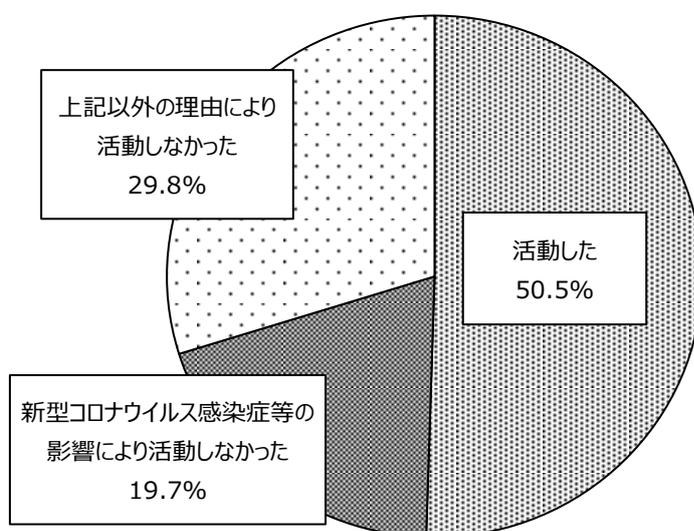


問 3. この 1 年間に、コンサートや美術展、映画、歴史的な文化財、アートや音楽フェスティバルなどの文化芸術イベントの鑑賞、または創作や出演、習い事、祭や体験活動への参加など、文化芸術活動をしましたか。

【1つ選択】

「活動した」と回答した方が 50.5%であり、令和 5 年度の 33.2%から増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	活動した	246	50.5%
2	新型コロナウイルス感染症等の影響により活動しなかった	96	19.7%
3	上記以外の理由により活動しなかった	145	29.8%
	計 (回答総数)	487	100.0%



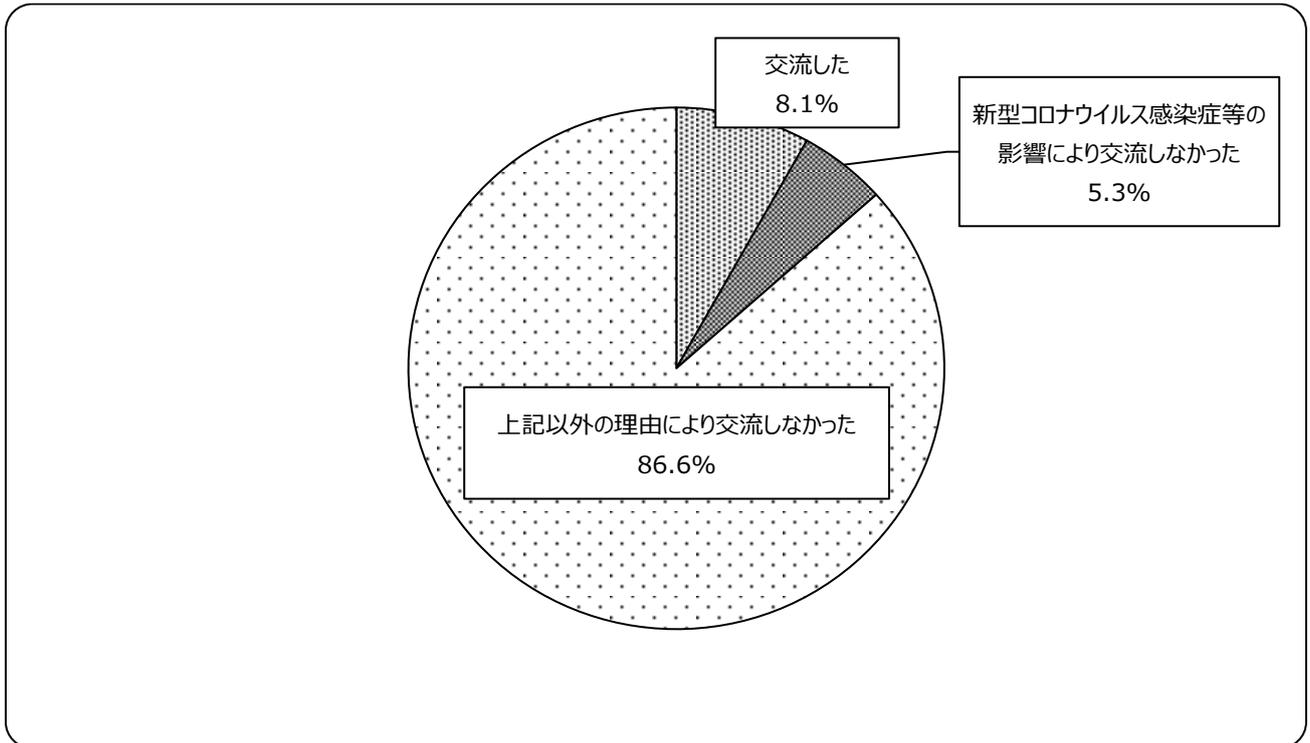
問 4. 問 3 で「1 活動した」と回答された方に伺います。

文化芸術活動を通じ、海外の人たちと交流しましたか。

【1 つ選択】

「交流した」と回答した方が令和 5 年度と同様の 8.1%となっている。「交流しなかった」と回答した方が全体の約 9 割を占めた。

	選択項目 (n=246)	回答数	構成比
1	交流した	20	8.1%
2	新型コロナウイルス感染症等の影響により交流しなかった	13	5.3%
3	上記以外の理由により交流しなかった	213	86.6%
	計 (回答総数)	246	100.0%



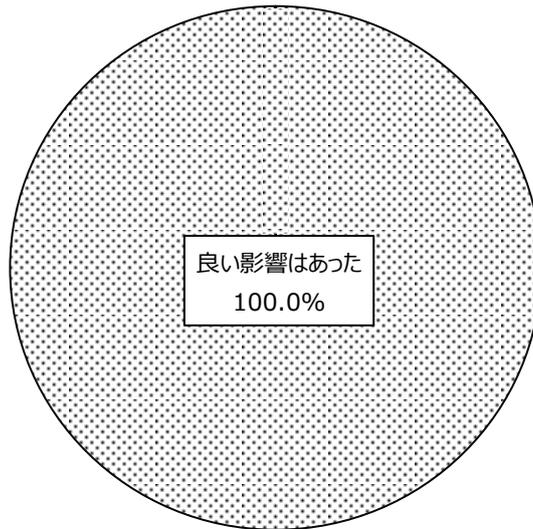
問 5. 問 4 で「1 交流した」と回答された方に伺います。

文化芸術活動を通じ、こころの豊かさを実感するなど、自分自身に良い影響はありましたか。

【1 つ選択】

全ての方が「良い影響があった」と回答した。

	選択項目 (n=20)	回答数	構成比
1	良い影響があった	20	100.0%
2	特に良い影響はなかった	0	0.0%
	計 (回答総数)	20	100.0%



問 6. 問 3 で「3 上記以外の理由により活動しなかった」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。

【複数選択可：いくつでも】

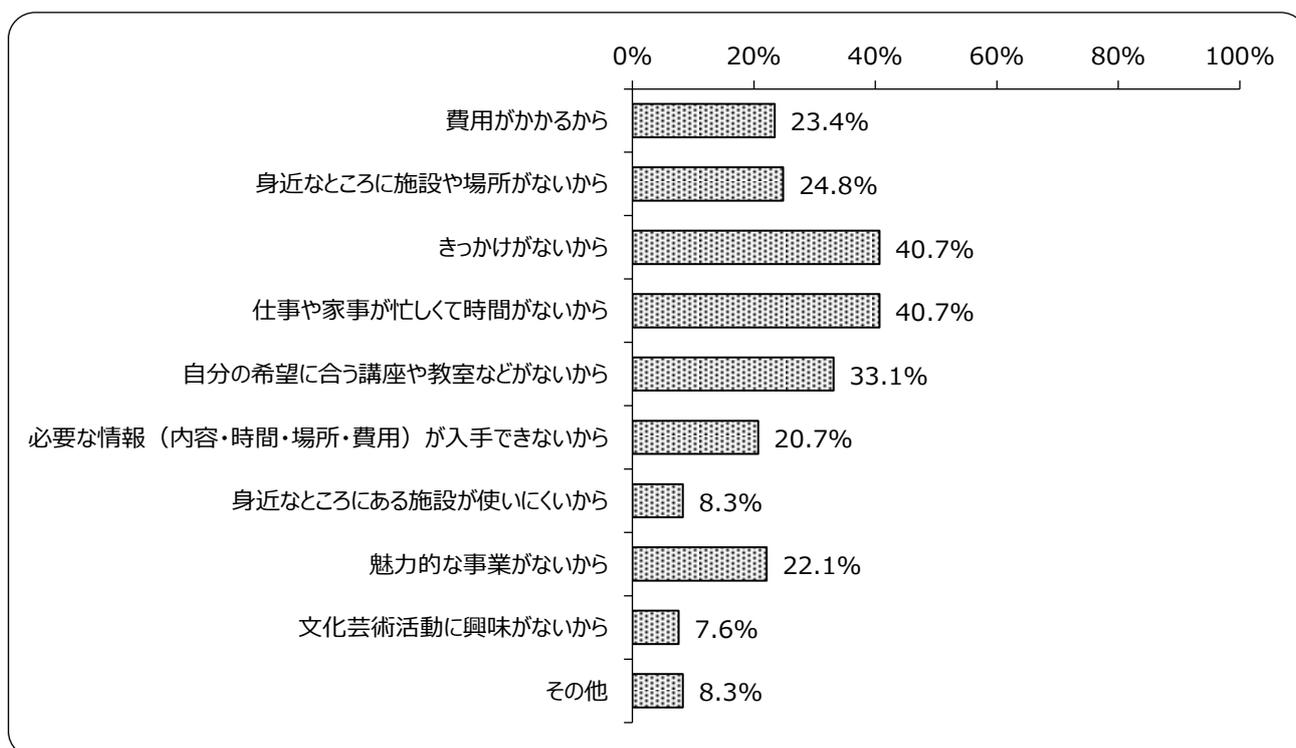
「きっかけがないから」「仕事や家事が忙しくて時間がないから」と回答した方が 40.7%と最も多く、令和 5 年度はそれぞれ 44.8%、47.4%であった。次に多いのが「自分の希望に合う講座や教室がないから」と回答した方が 33.1%であり、令和 5 年度は 30.4%であった。

	選択項目 (n=145)	回答数	回答数/n
1	費用がかかるから	34	23.4%
2	身近なところに施設や場所がないから	36	24.8%
3	きっかけがないから	59	40.7%
4	仕事や家事が忙しくて時間がないから	59	40.7%
5	自分の希望に合う講座や教室などがないから	48	33.1%
6	必要な情報（内容・時間・場所・費用）が入手できないから	30	20.7%
7	身近なところにある施設が使いにくいから	12	8.3%
8	魅力的な事業がないから	32	22.1%
9	文化芸術活動に興味がないから	11	7.6%
10	その他	12	8.3%

[10 その他]

【主な回答】

- 体調が悪いから
- 育休中で子育てが大変だったから
- 妊娠、出産で体調不良と子育てが忙しかったから
- 足腰が弱くなったから
- 平日に時間がとれないから
- 土曜、日曜で参加したい分野が見当たらないから
- 小さい子が居て、周りに迷惑がかかるかもしれないから



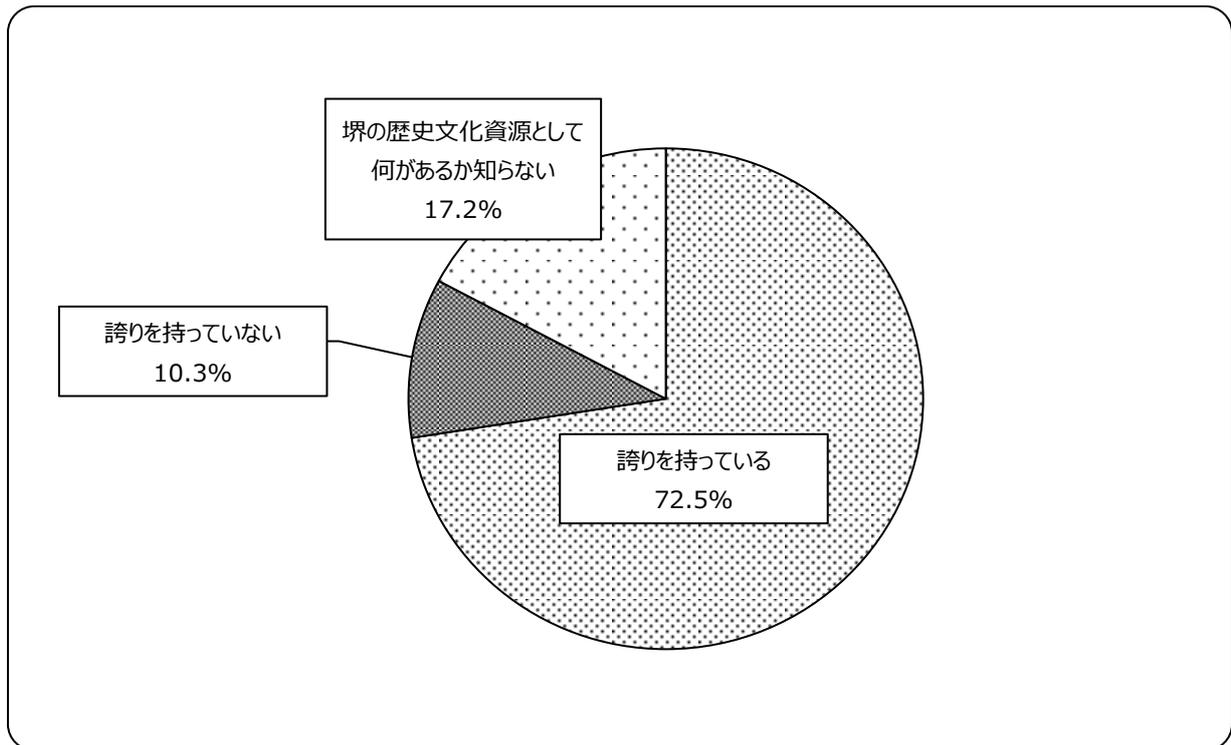
### (3) 本市の歴史文化資源と文化芸術事業

問 7. 堺の歴史文化資源に誇りを持っていますか。

【1つ選択】

「誇りを持っている」と回答した方が 72.5%であり、令和 5 年度の 68.5%から増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	誇りを持っている	353	72.5%
2	誇りを持っていない	50	10.3%
3	堺の歴史文化資源として何があるか知らない	84	17.2%
	計 (回答総数)	487	100.0%



**問 8. 問 7 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。**

**【複数選択可：いくつでも】**

「千利休、与謝野晶子、阪田三吉、行基など堺ゆかりの先人達」と回答した方が 85.6%であり、令和 5 年度の 85.5%と同様、最も多かった。

	選択項目 (n=353)	回答数	回答数/n
1	千利休、与謝野晶子、阪田三吉、行基など堺ゆかりの先人達	302	85.6%
2	だんじり、ふとん太鼓、こおどり、お渡りなどの地域の祭礼	182	51.6%
3	鉄炮鍛冶屋敷、山口家住宅などの歴史的建造物	226	64.0%
4	南宗寺、妙國寺をはじめとする寺社仏閣	151	42.8%
5	アルフォンソ・ミュシャをはじめとする本市の所蔵美術作品	77	21.8%
6	堺シテリオペラ、大阪交響楽団をはじめとする文化芸術団体	45	12.7%
7	堺市ゆかりのアーティスト	10	2.8%
8	堺市民芸術文化ホール（フェニーチェ堺）	107	30.3%
9	歴史文化にぎわいプラザ（さかい利晶の杜）	80	22.7%
10	その他	21	5.9%

**[7 堺市ゆかりのアーティスト 具体的に]**

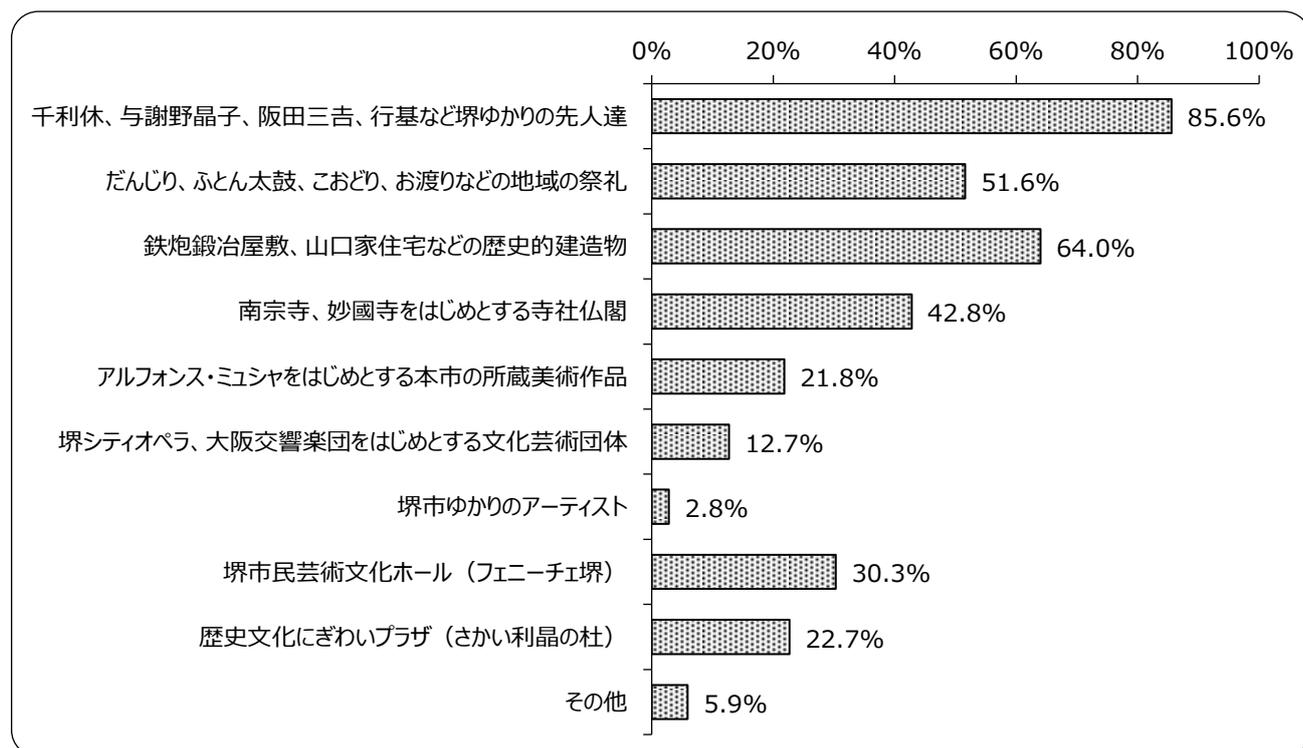
**【主な回答】敬称略・五十音順**

- 片岡愛之助（歌舞伎役者）
- コブクロ（音楽デュオ）
- 沢口靖子（俳優）
- 簀内佐斗司（彫刻家）

**[10 その他]**

**【主な回答】**

- 仁徳天皇陵古墳
- 百舌鳥古墳群
- 和菓子
- 大仙公園のお茶室などの茶の湯文化
- シマノなどの有名企業の発祥地であること
- 踞尾八幡神社の義経腰かけの石
- 包丁
- 昔の貿易などの歴史

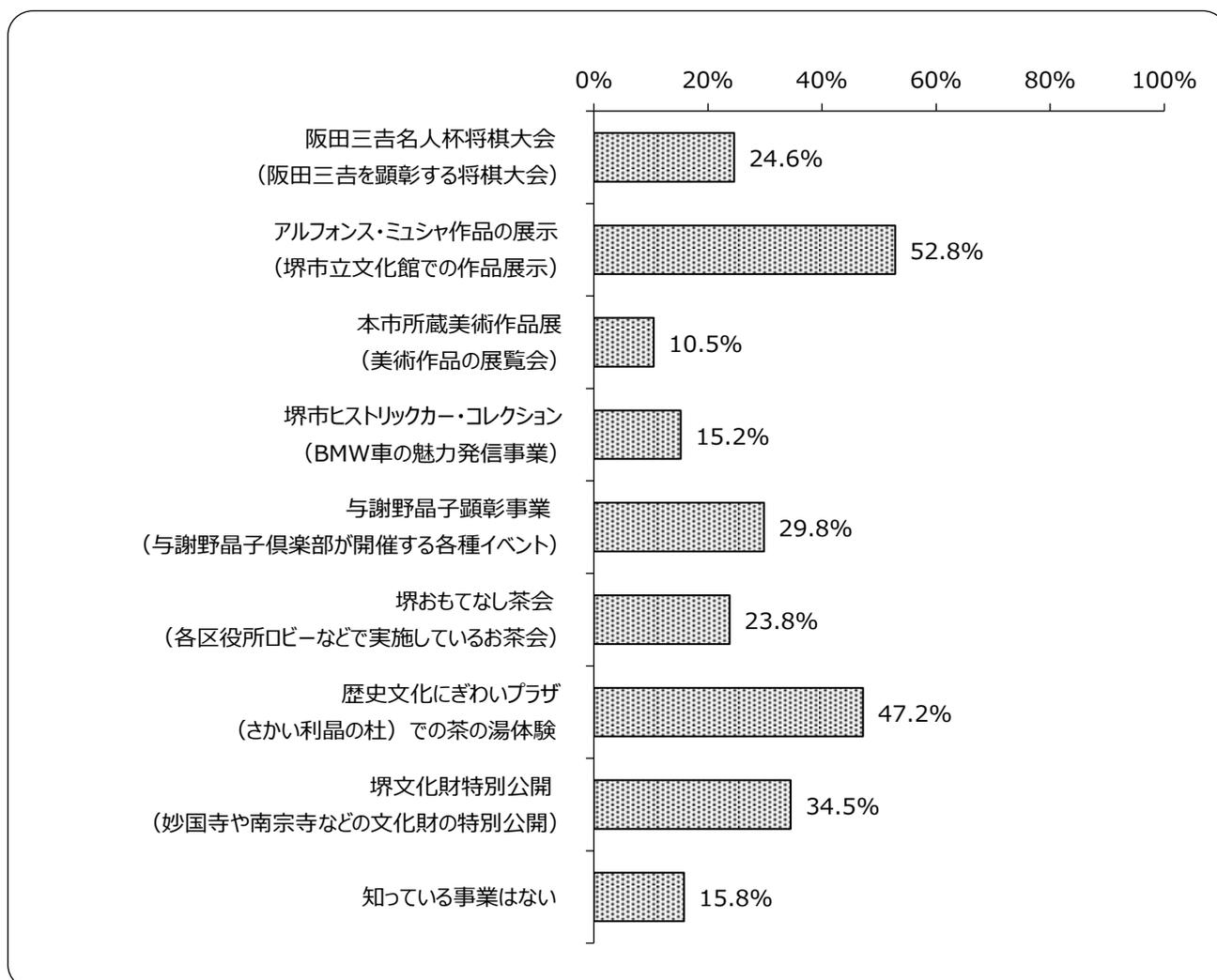


問 9. 本市では次のような歴史文化の魅力伝える事業を行っていますが、知っている事業はどれですか。

【複数選択可：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）」と回答した方が 52.8%であり、令和 5 年度の 52.3%と同様、最も多かった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	阪田三吉名人杯将棋大会（阪田三吉を顕彰する将棋大会）	120	24.6%
2	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）	257	52.8%
3	本市所蔵美術作品展（美術作品の展覧会）	51	10.5%
4	堺市ヒストリックカー・コレクション（BMW車の魅力発信事業）	74	15.2%
5	与謝野晶子顕彰事業（与謝野晶子倶楽部が開催する各種イベント）	145	29.8%
6	堺おもてなし茶会（各区役所ロビーなどで実施しているお茶会）	116	23.8%
7	歴史文化にぎわいプラザ（さかい利晶の杜）での茶の湯体験	230	47.2%
8	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）	168	34.5%
9	知っている事業はない	77	15.8%



問 10. 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。

【複数選択可：いくつでも】

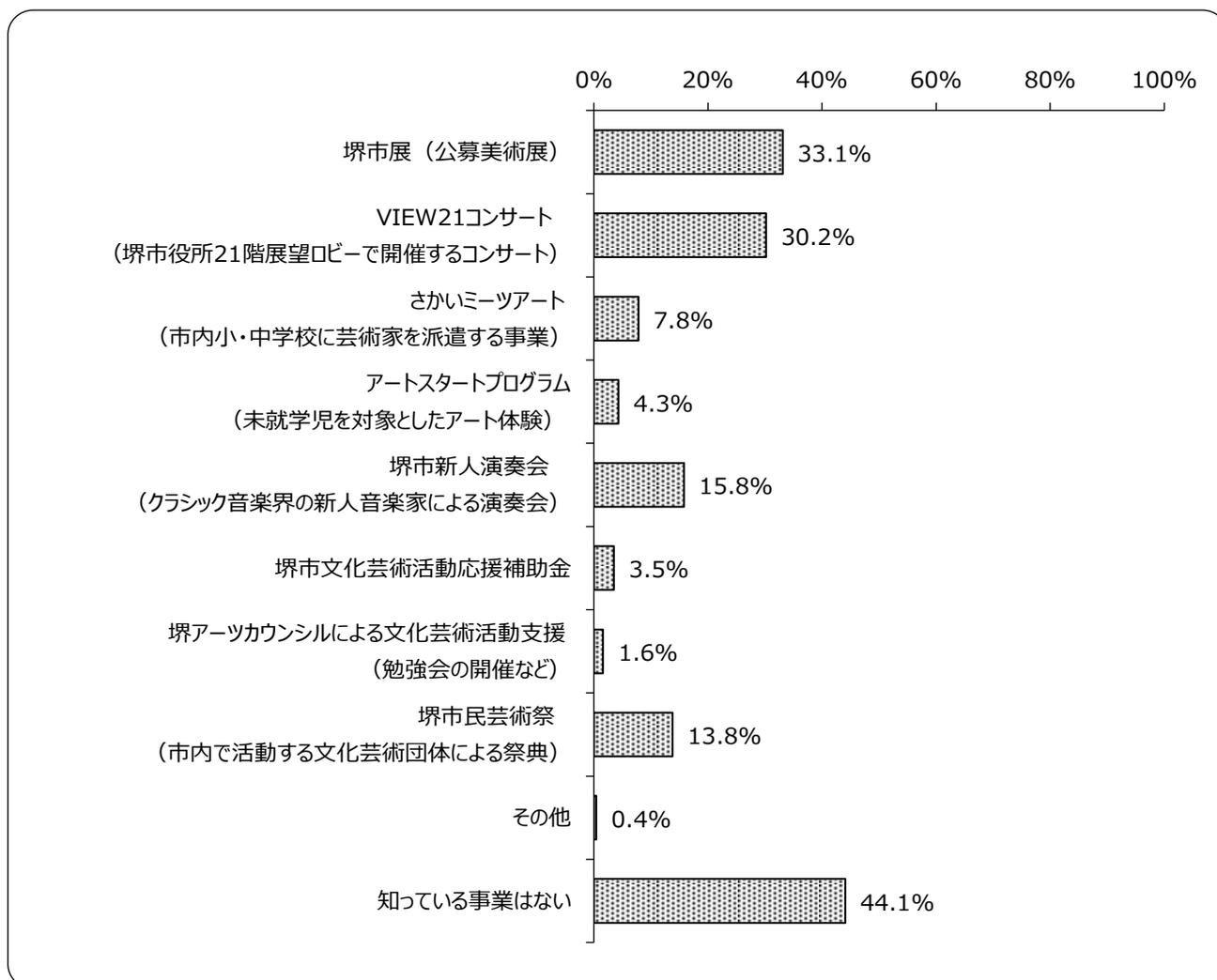
「知っている事業はない」と回答した方が最も多く、約 4 割を占めた。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	堺市展 (公募美術展)	161	33.1%
2	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)	147	30.2%
3	さかいミーツアート (市内小・中学校に芸術家を派遣する事業)	38	7.8%
4	アートスタートプログラム (未就学児を対象としたアート体験)	21	4.3%
5	堺市新人演奏会 (クラシック音楽界の新人音楽家による演奏会)	77	15.8%
6	堺市文化芸術活動応援補助金	17	3.5%
7	堺アーツカウンシルによる文化芸術活動支援 (勉強会の開催など)	8	1.6%
8	堺市民芸術祭 (市内で活動する文化芸術団体による祭典)	67	13.8%
9	その他	2	0.4%
10	知っている事業はない	215	44.1%

[9 その他]

【主な回答】

- フェニーチェ堺 クリスマスツリー点灯会



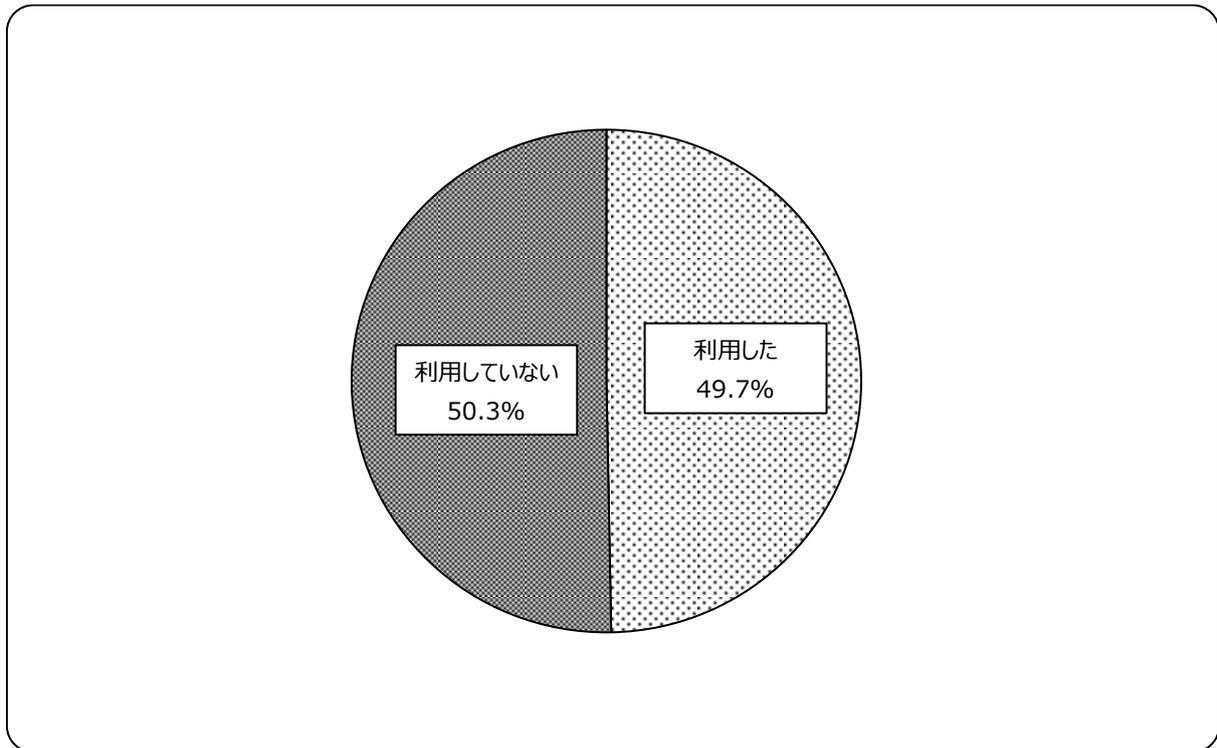
#### (4) 文化芸術に関する施設の利用

問 11. 直近 1 年間に文化芸術に関する施設（問 12 参照）を利用しましたか。

【1 つ選択】

「利用した」と回答した方が 49.7%であり、令和 5 年度の 40.9%から増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	利用した	242	49.7%
2	利用していない	245	50.3%
	計 (回答総数)	487	100.0%



問 12. 問 11 で「1 利用した」と回答された方に伺います。本市にある次の施設のうち、直近 1 年間に利用した施設はどれですか。 【複数選択可：いくつでも】

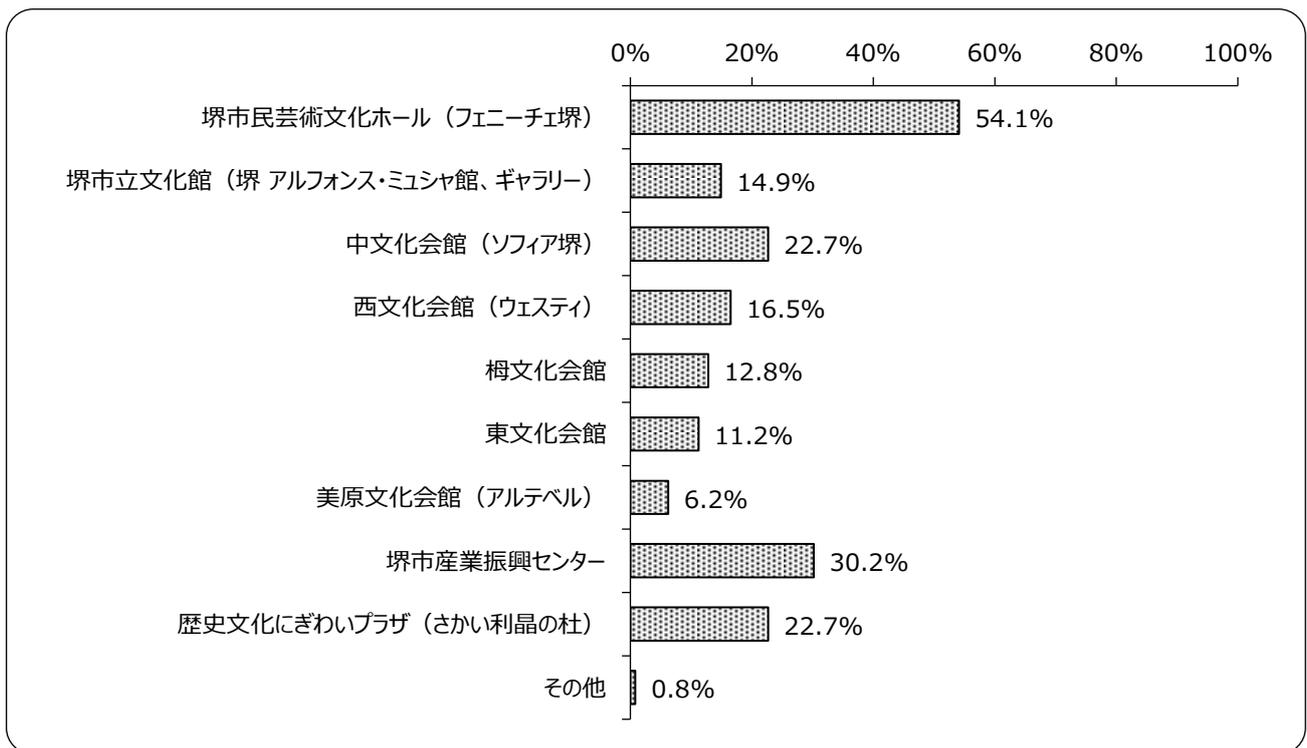
「堺市民芸術文化ホール（フェニーチェ堺）」と回答した方が 54.1%であり、令和 5 年度の 58.4%と同様、最も多かった。

	選択項目 (n=242)	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）	131	54.1%
2	堺市立文化館（堺 アルフォンス・ミュシャ館、ギャラリー）	36	14.9%
3	中文化会館（ソフィア堺）	55	22.7%
4	西文化会館（ウエスティ）	40	16.5%
5	榎文化会館	31	12.8%
6	東文化会館	27	11.2%
7	美原文化会館（アルテベル）	15	6.2%
8	堺市産業振興センター	73	30.2%
9	歴史文化にぎわいプラザ（さかい利晶の杜）	55	22.7%
10	その他	2	0.8%

[10 その他]

【主な回答】

- 青少年センター
- 人権ふれあいセンター



問 13. 問 11 で「2 利用していない」と回答された方に伺います。

施設を利用しなかった理由をお答えください。

【複数選択可：いくつでも】

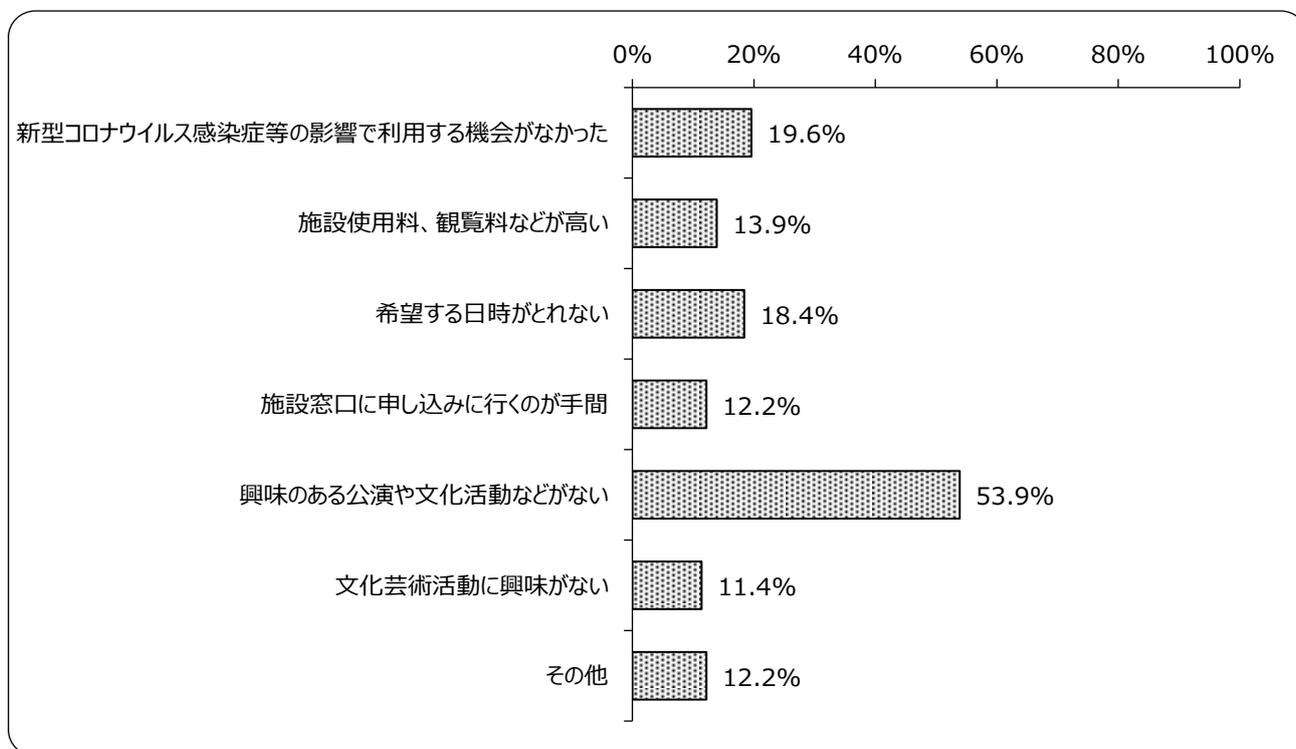
「興味ある講演や文化活動などがない」と回答した方が 53.9%であり、令和 5 年度の 47.7%と同様、最も多かった。

	選択項目 (n=245)	回答数	回答数/n
1	新型コロナウイルス感染症等の影響で利用する機会がなかった	48	19.6%
2	施設使用料、観覧料などが高い	34	13.9%
3	希望する日時がとれない	45	18.4%
4	施設窓口に申込みに行くのが手間	30	12.2%
5	興味のある公演や文化活動などがない	132	53.9%
6	文化芸術活動に興味がない	28	11.4%
7	その他	30	12.2%

[7 その他]

【主な回答】

- 子育て中のため参加機会が少なくなった。
- 妊娠中で体調が優れなかった。
- 県外から友人や家族が来た時に良さそうなイベントのみチェックして行く。
- 車がないため気楽に立ち寄りたりはしていない。
- きっかけがない。
- 仕事、家事で行く時間が取れない。
- 施設や公演の存在を知らなかった。
- 日程が合わなかった。
- 何をやっているか情報が入ってこない。
- 興味ある公演講座など、日程が合わない。
- 活動時間がない。
- 開催日を把握できてない。
- フェニーチェ堺での公演は価格が高い。
- 近くに施設が無い。
- 交通の便が悪い。
- こどもが小さいため参加するのが難しい。



## 2. 本市のこころの健康に関する活動（自殺対策・依存症対策）

### 調査結果の概要

<b>テーマ</b>	本市のこころの健康に関する活動（自殺対策・依存症対策）
<b>担当課</b>	健康福祉局 健康部 精神保健課
<b>設問数</b>	15 問
<b>趣旨・目的</b>	<p>本市では、平成 21 年に自殺対策推進計画、令和 4 年に依存症地域支援計画を策定し、自殺対策及び依存症対策に取り組んでいます。</p> <p>今回のアンケートは、市民のこころの健康に関する状況を調査し、自殺対策及び依存症対策の施策への評価と対策をより効果的に行う基礎資料とするものです。</p>
<b>調査結果</b>	各設問のページをご覧ください。
<b>調査結果に係る 担当課の所見</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・問 17、26 の結果から、令和 5 年度と同様に相談機関を知ったきっかけでは、広報さかいがそれぞれ 50%を超えているものの、依存症の相談機関においては「テレビ・ラジオ」が 43.3%になるなど、他の媒体も相当割合を占めていることから、今後も広報さかいを中心として様々な媒体を活用した広報を実施します。</li> <li>・問 20 の結果から、ゲートキーパーを知っている方についても令和 5 年度と比較しておおむね同様であることが分かり、さらに問 22 の結果から、「死にたい」と打ち明けられた場合の対応について、『「そんなことは考えるな」と説得する、話題を変える、「がんばって生きよう」と励ます』が、令和 5 年度と比較しておおむね同様であり、望ましい対応に関する誤解※があることを確認できることから、引き続きゲートキーパーについて庁内外に向けて広報と研修を実施します。</li> </ul> <p>※説得や励まし、話題を変えること等は、「しんどさを感じている自分を否定された」「しんどさをわかってもらえなかった」といった思いにつながることもあり、一般的には「望ましい対応」とは考えられていない。</p>

## 自殺対策

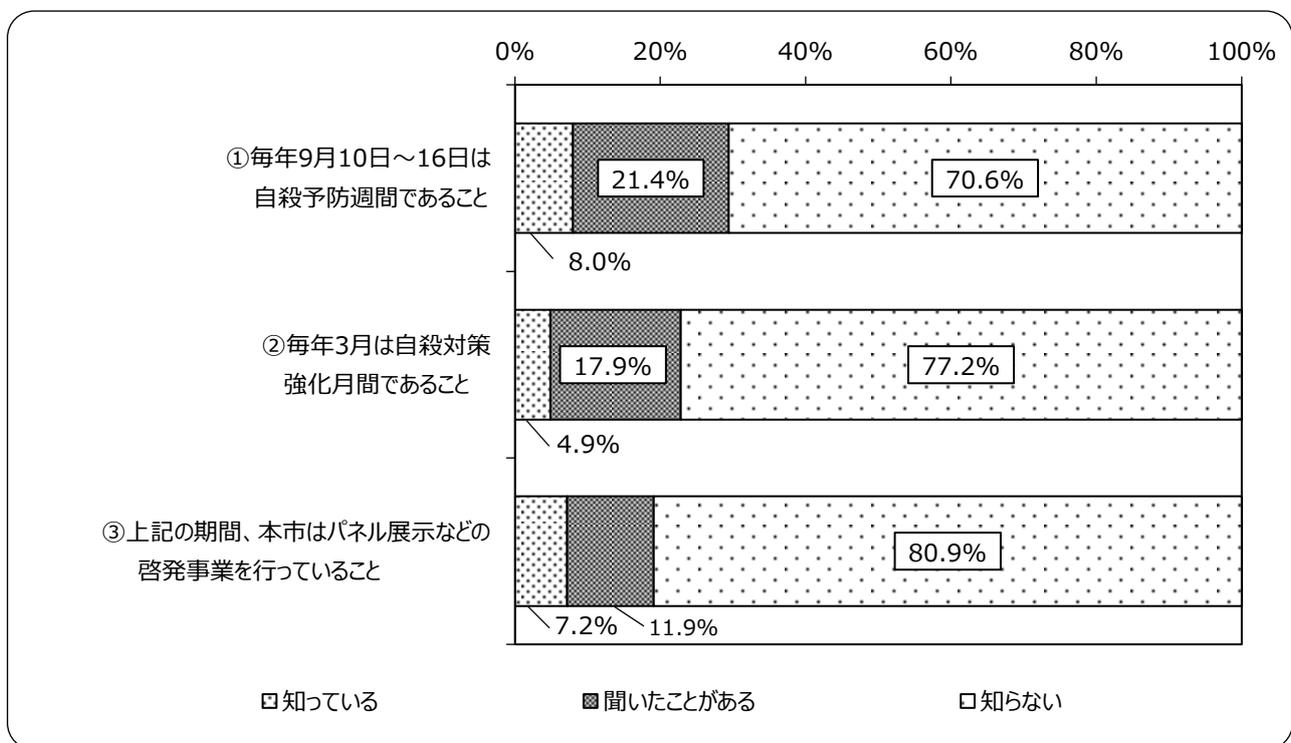
### (1) 自殺問題に関する理解度

問 14. 次の項目を知っていますか。

【各項目：1つ選択】

各項目において「知っている」「聞いたことがある」と回答した方が19.1%から29.4%であり、令和5年度の13.2%から23.9%から増加した。

選択項目 (n=487)	知っている	聞いたことがある	知らない	計 (回答総数)
① 毎年9月10日～16日は自殺予防週間であること	39 8.0%	104 21.4%	344 70.6%	487 100.0%
② 毎年3月は自殺対策強化月間であること	24 4.9%	87 17.9%	376 77.2%	487 100.0%
③ 上記の期間、本市はパネル展示などの啓発事業を行っていること	35 7.2%	58 11.9%	394 80.9%	487 100.0%

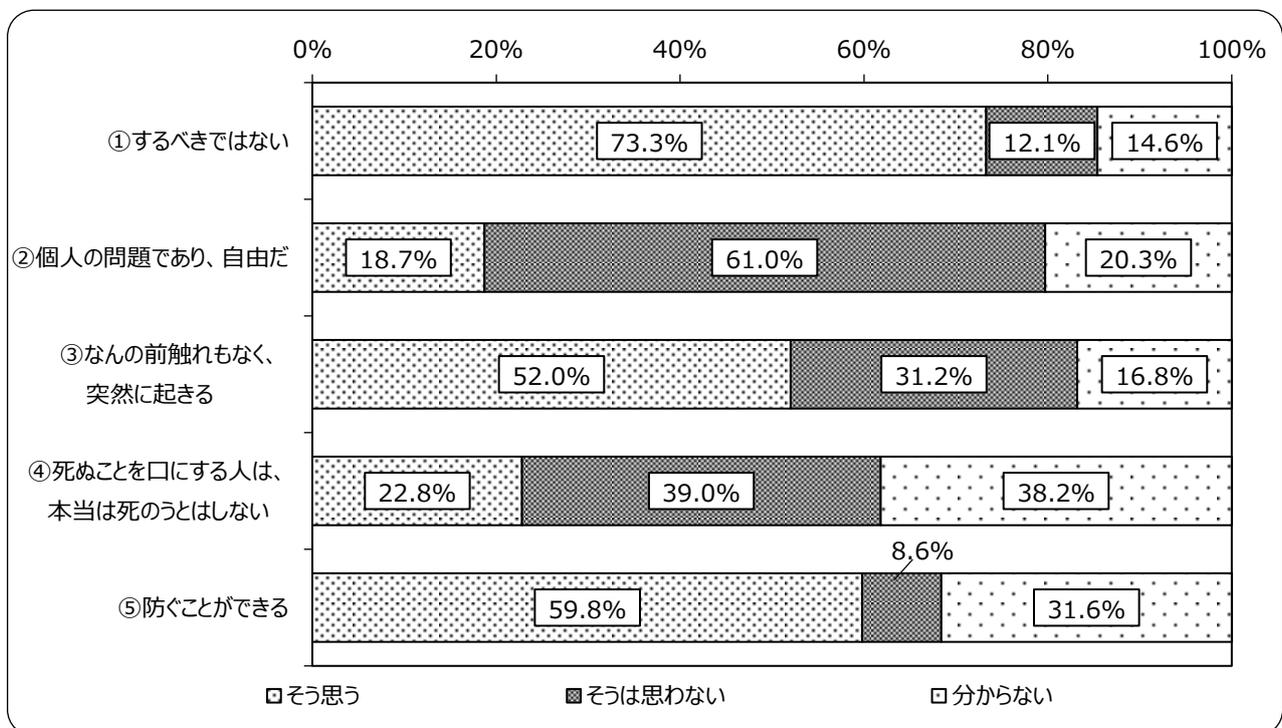


問 15. 自殺（自死）についてのあなたの考えに最も近いものをお答えください。

【各項目：1つ選択】

「⑤防ぐことができる」で「そう思う」と回答した方は 59.8%であり、令和 5 年度の 56.0%から増加した。

選択項目 (n=487)	そう思う	そうは思わない	分からない	計 (回答総数)
① すべきではない	357 73.3%	59 12.1%	71 14.6%	487 100.0%
② 個人の問題であり、自由だ	91 18.7%	297 61.0%	99 20.3%	487 100.0%
③ なんの前触れもなく、突然に起きる	253 52.0%	152 31.2%	82 16.8%	487 100.0%
④ 死ぬことを口にする人は、本当は死のうとはしない	111 22.8%	190 39.0%	186 38.2%	487 100.0%
⑤ 防ぐことができる	291 59.8%	42 8.6%	154 31.6%	487 100.0%



## (2) 自殺対策に関する相談窓口の認知度

問 16. 次の相談機関を知っていますか。

【複数選択可：いくつでも】

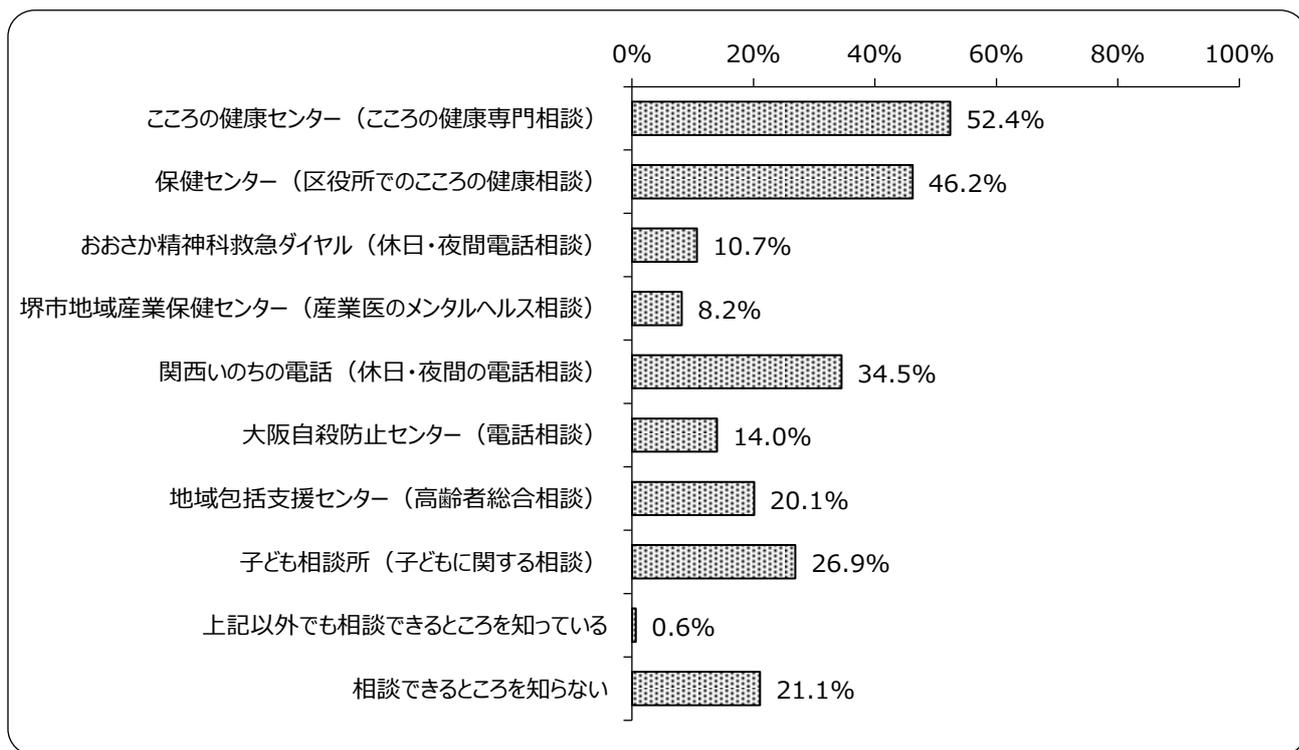
「相談できるところを知らない」と回答した方は 21.1%であり、令和 5 年度の 17.6%から増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	こころの健康センター（こころの健康専門相談）	255	52.4%
2	保健センター（区役所でのこころの健康相談）	225	46.2%
3	おおさか精神科救急ダイヤル（休日・夜間電話相談）	52	10.7%
4	堺市地域産業保健センター（産業医のメンタルヘルス相談）	40	8.2%
5	関西いのちの電話（休日・夜間の電話相談）	168	34.5%
6	大阪自殺防止センター（電話相談）	68	14.0%
7	地域包括支援センター（高齢者総合相談）	98	20.1%
8	子ども相談所（子どもに関する相談）	131	26.9%
9	上記以外でも相談できるところを知っている	3	0.6%
10	相談できるところを知らない	103	21.1%

[9 上記以外でも相談できるところを知っている]

### 【主な回答】

- 厚生労働省
- 障害者基幹相談支援センター



問 17. 問 16 で 1 から 9 のいずれかを選択された方に伺います。

相談機関を知ったきっかけについて、あてはまるものをお答えください。

【複数選択可：いくつでも】

「広報さかい」と回答した方は令和 5 年度の 57.4%に比べ、10 ポイント以上増加し、「テレビ・ラジオ」と回答した方は令和 5 年度の 42.1%に比べ、10 ポイント以上減少した。

	選択項目 (n=384)	回答数	回答数/n
1	広報さかい	261	68.0%
2	テレビ・ラジオ	113	29.4%
3	新聞・雑誌	51	13.3%
4	イベント・セミナー	22	5.7%
5	パンフレット・ポスター・チラシ	78	20.3%
6	ホームページ・インターネット	76	19.8%
7	SNS	6	1.6%
8	家族・友人・知人	37	9.6%
9	職場・学校	58	15.1%
10	その他	8	2.1%

[7 SNS]

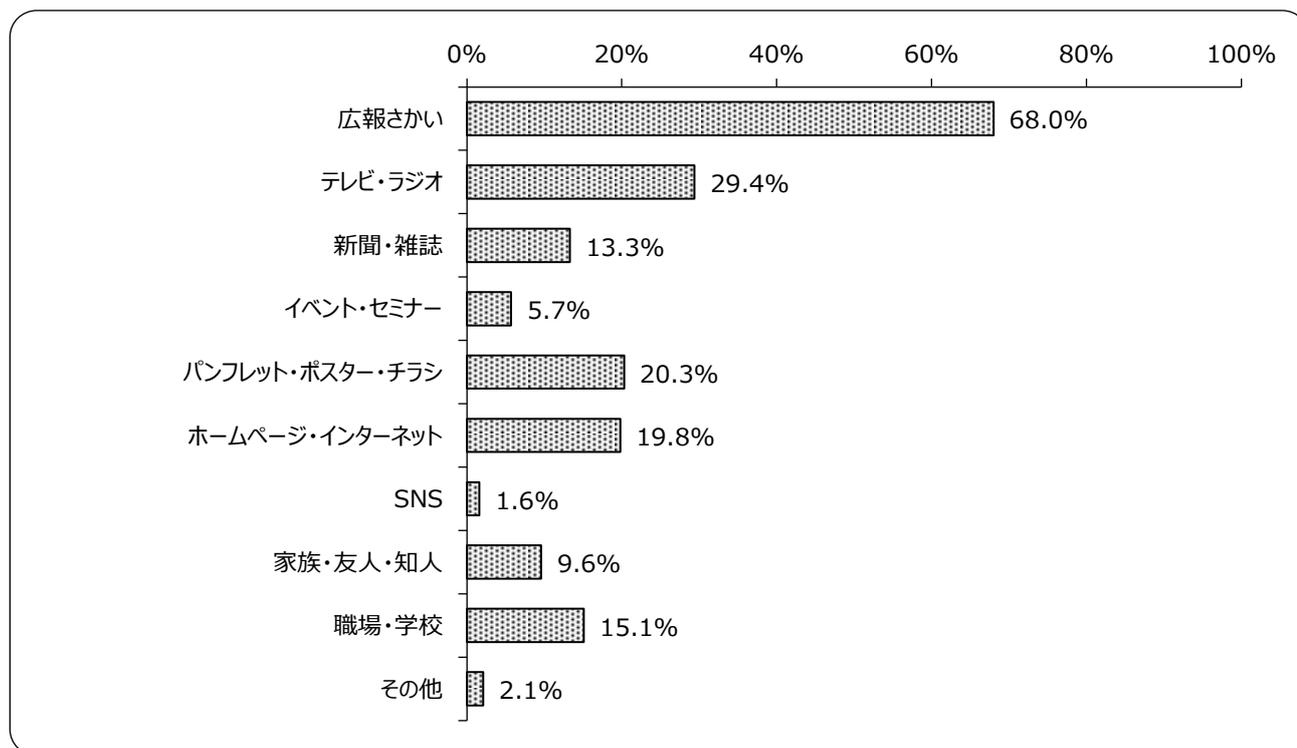
【主な回答】

- X (旧 Twitter)
- Instagram
- LINE

[10 その他]

【主な回答】

- 一般的な公的施設のため
- 覚えていない。
- 知人が勤務していた。
- ボランティア参加
- 広報紙 nishi nishi
- 近くにあったから
- 市役所トイレのポスター



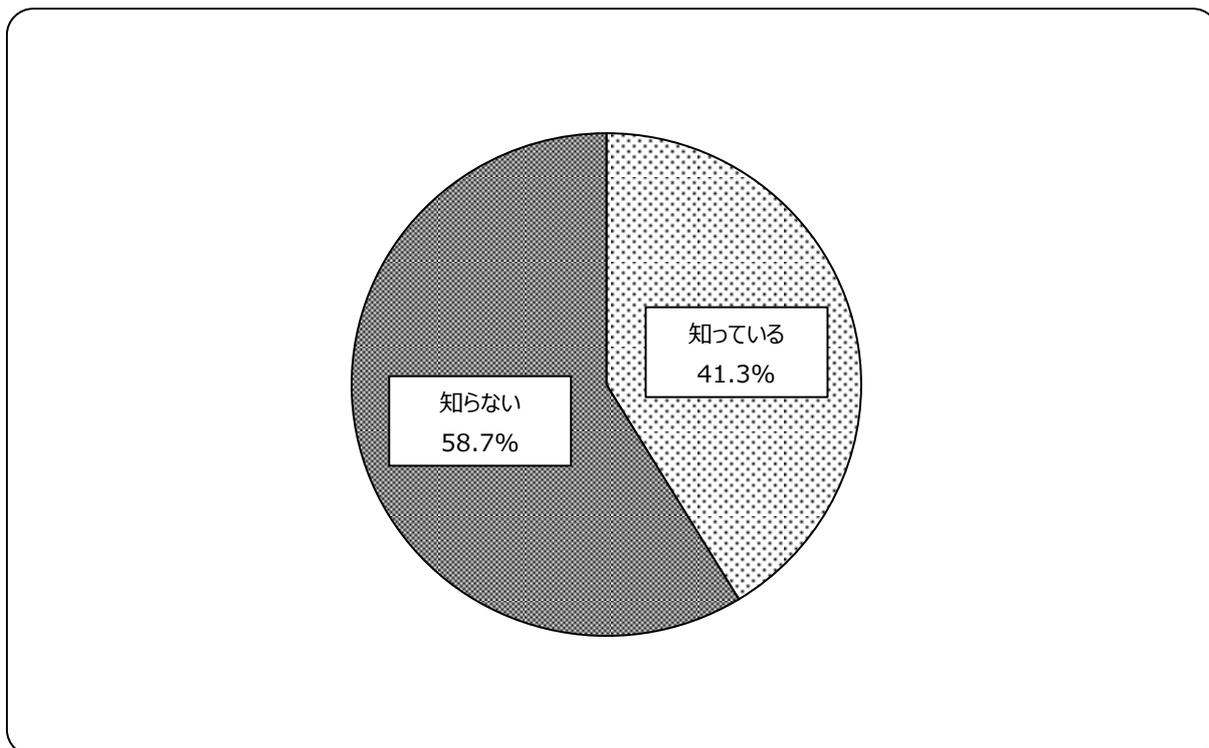
### (3) 相談機関一覧

問 18. 本市がホームページなどに掲載している「相談機関一覧」を知っていますか。

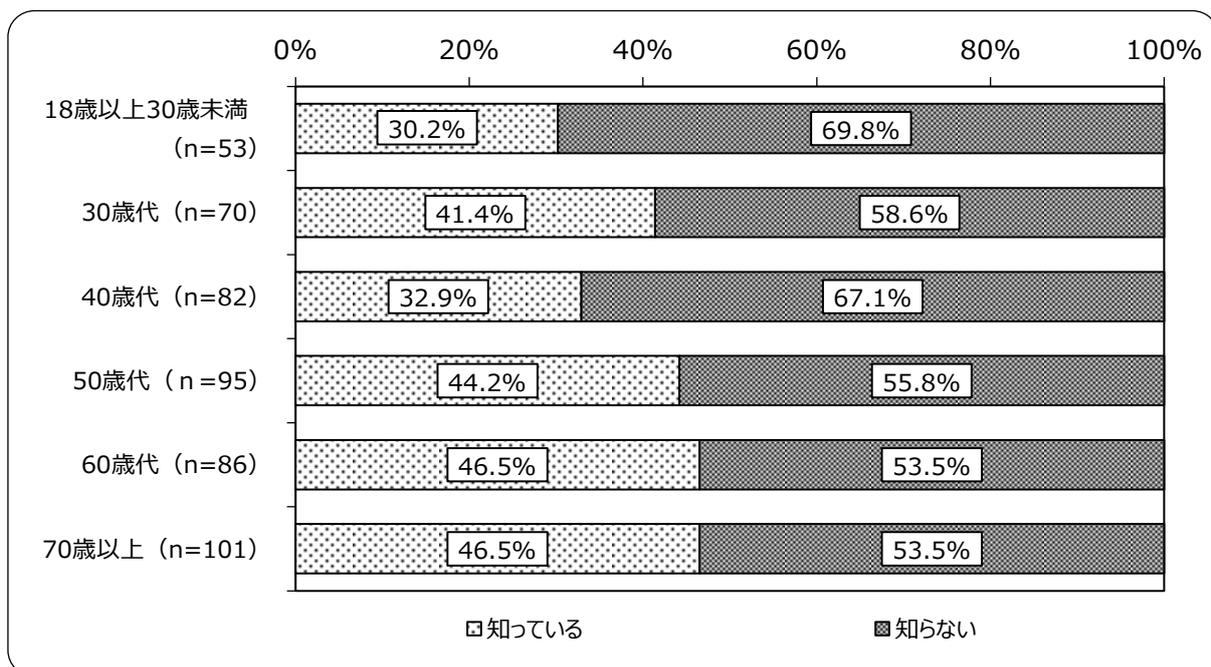
【1つ選択】

「知っている」と回答した方は 41.3%で、令和 5 年度の 41.7%とおおむね同様であり、60 歳代以上で多く、18 歳以上 30 歳未満で少なかった。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	知っている	201	41.3%
2	知らない	286	58.7%
	計 (回答総数)	487	100.0%



#### 《年齢別》



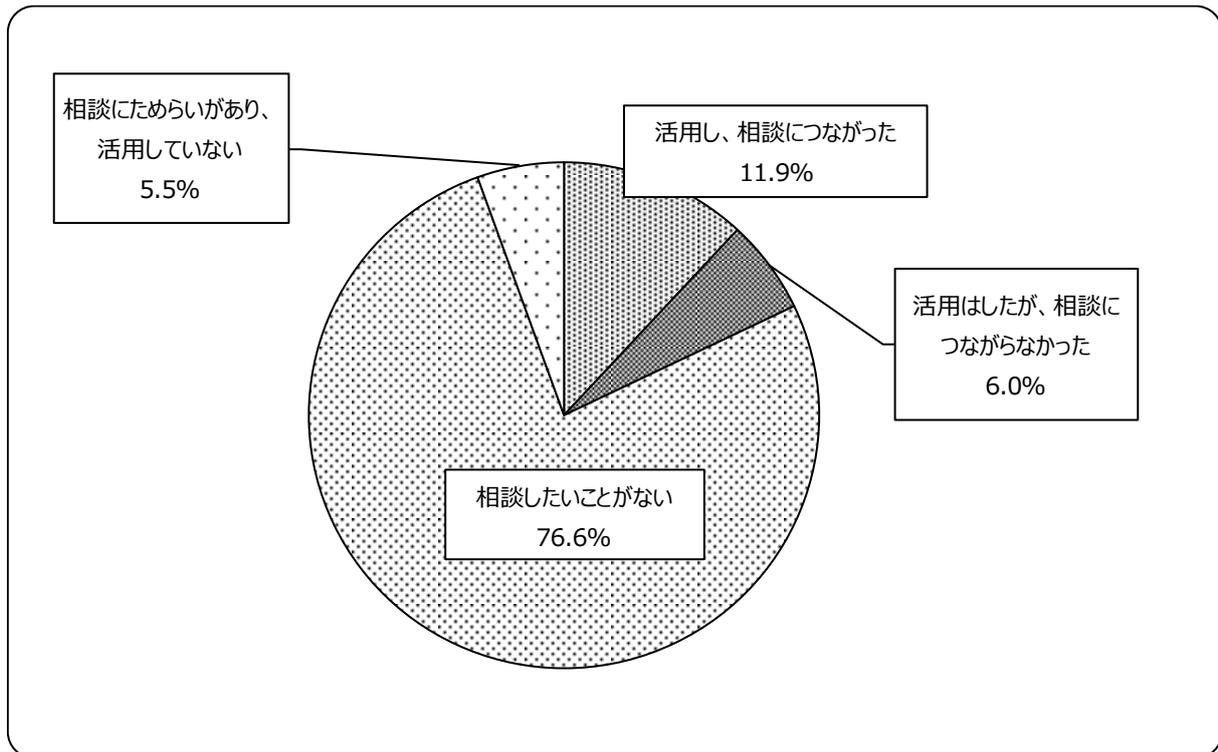
問 19. 問 18 で「1 知っている」と回答された方にお伺います。

「相談機関一覧」を活用して相談につながったことがありますか。

【1 つ選択】

「活用し、相談につながった」と回答した方は 11.9%であり、令和 5 年度の 10.9%から増加した。

	選択項目 (n=201)	回答数	構成比
1	活用し、相談につながった	24	11.9%
2	活用はしたが、相談につながらなかった	12	6.0%
3	相談したいことがない	154	76.6%
4	相談にためらいがあり、活用していない	11	5.5%
	計 (回答総数)	201	100.0%



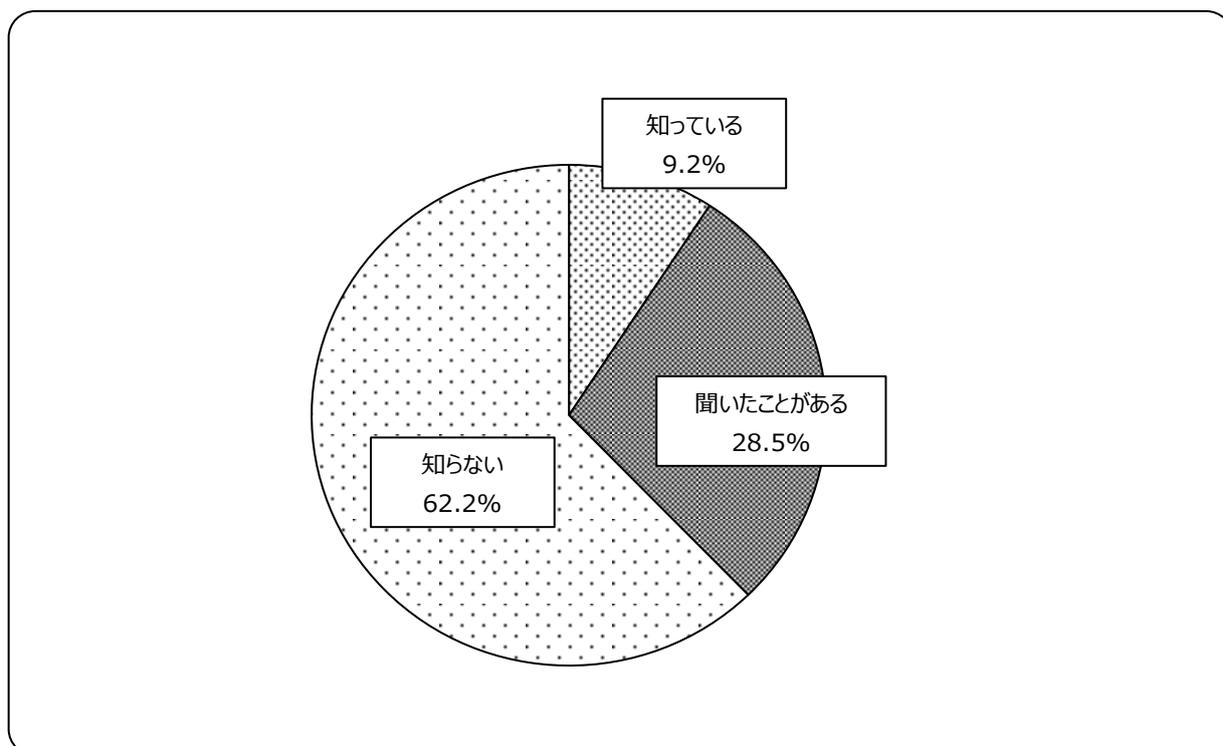
#### (4) ゲートキーパー

問 20. 自殺対策における「ゲートキーパー※」を知っていますか。

※「ゲートキーパー」とは、悩んでいる人に気づき声をかけ、話を聴いて、必要な支援につなげ見守る人です。様々な問題に悩み、考えが自殺に及ぶと、誰に相談することもなく孤立状態になります。そんな時に、身近な人のちょっとした関わりがとても助けになります。 【1つ選択】

「知っている」と回答した方は、9.2%であり、令和5年度の9.5%と比較しておおむね同様であった。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	知っている	45	9.2%
2	聞いたことがある	139	28.5%
3	知らない	303	62.2%
	計 (回答総数)	487	100.0%

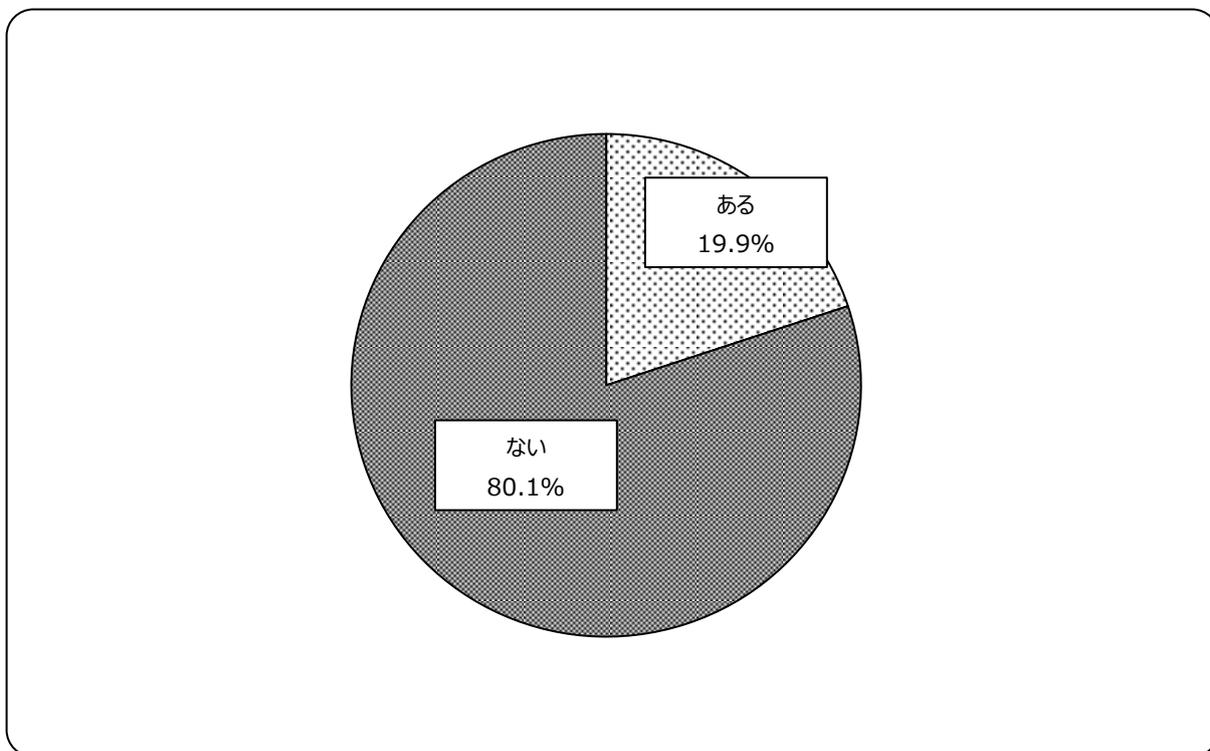


問 21. 今まで周りから「死にたい」と打ち明けられたことがありますか。

【1 つ選択】

「ある」と回答した方は 19.9%であり、令和 5 年度の 21.4%から減少した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	ある	97	19.9%
2	ない	390	80.1%
	計 (回答総数)	487	100.0%



問 22. もしも身近な人から「死にたい」と打ち明けられたら、まずどのような対応をしますか。

【複数選択可：いくつでも】

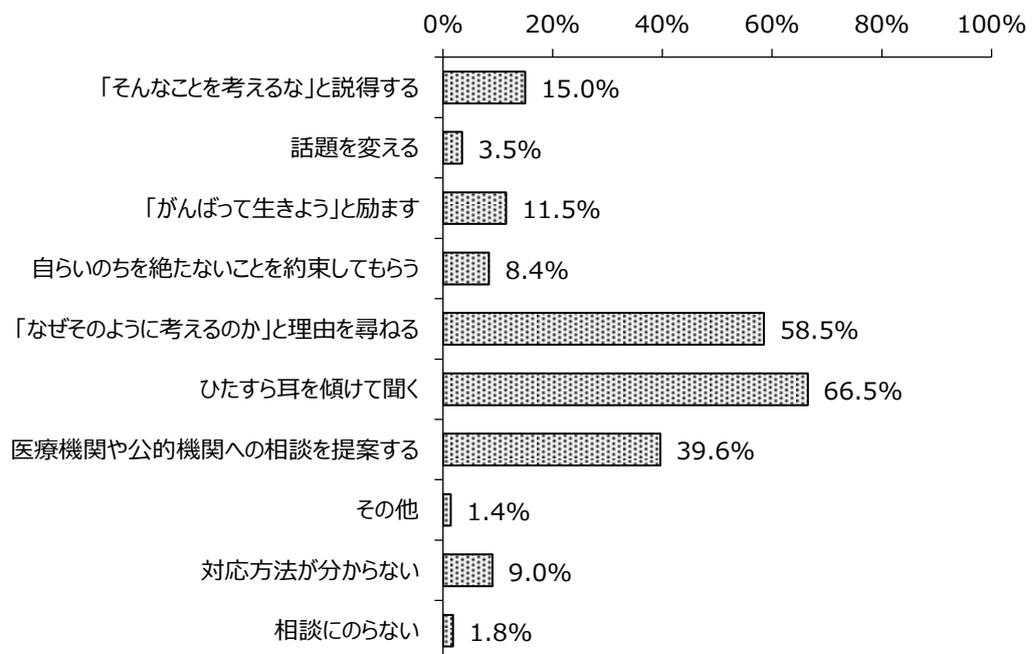
『「そんなことを考えるな」と説得する』『話題を変える』『「がんばって生きよう」と励ます』と回答した方はそれぞれ 15.0%、3.5%、11.5%であり、令和 5 年度の 16.4%、5.0%、11.4%と比較しておおむね同様であった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	「そんなことを考えるな」と説得する	73	15.0%
2	話題を変える	17	3.5%
3	「がんばって生きよう」と励ます	56	11.5%
4	自らののちを絶たないことを約束してもらう	41	8.4%
5	「なぜそのように考えるのか」と理由を尋ねる	285	58.5%
6	ひたすら耳を傾けて聞く	324	66.5%
7	医療機関や公的機関への相談を提案する	193	39.6%
8	その他	7	1.4%
9	対応方法が分からない	44	9.0%
10	相談にのらない	9	1.8%

[8 その他]

【主な回答】

- 見守りつつどこへつなげるのがいいのか学ぶ。むやみに素人介入しない。
- 必要なら機関へついでいく。
- その人と会う機会を増やす。
- 自分が思うようにすればいいと伝える。
- 支援団体につなげる。
- 打ち明けてくれたことを感謝する。
- 私はあなたが死んだら悲しいから死んでほしくない伝える。



## 依存症対策

### (1) 依存症に関する理解度

問 23. 依存症は、社会的に偏見や誤解があるとされています。

依存症に対し、どのようなイメージ（考え）をお持ちですか。

【複数選択可：いくつでも】

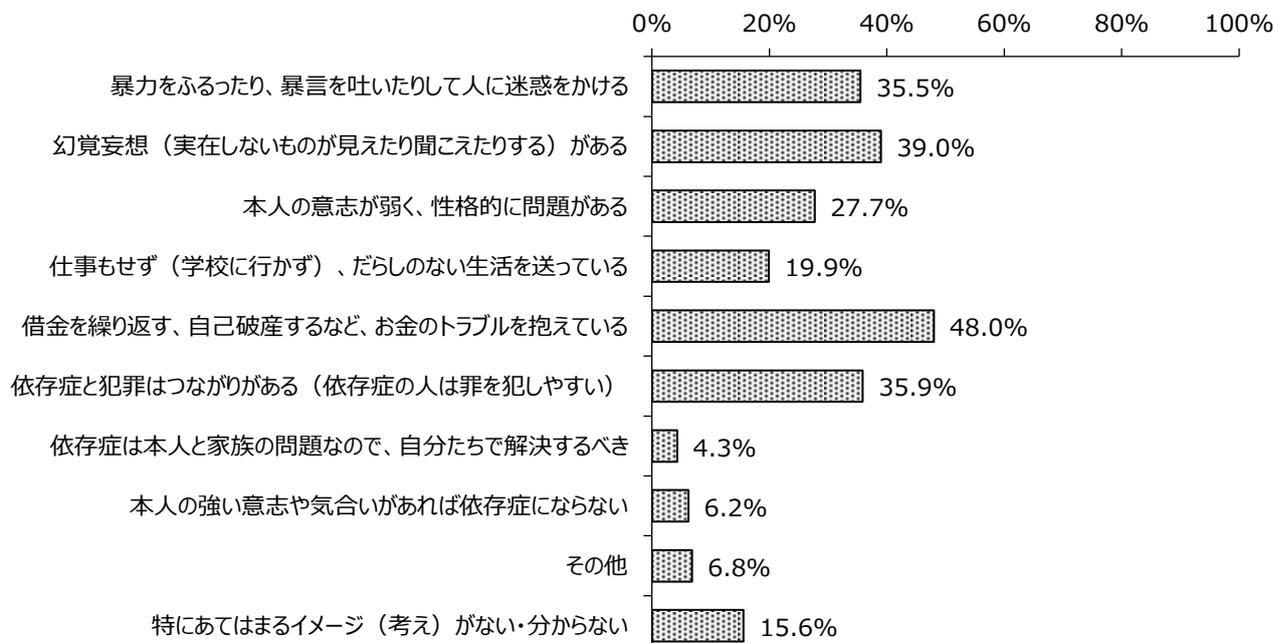
「特にあてはまるイメージ（考え）がない・分からない」と回答した方は 15.6%であり、令和 5 年度の 12.2%から増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	暴力をふるったり、暴言を吐いたりして人に迷惑をかける	173	35.5%
2	幻覚妄想（実在しないものが見えたり聞こえたりする）がある	190	39.0%
3	本人の意志が弱く、性格的に問題がある	135	27.7%
4	仕事もせず（学校に行かず）、だらしない生活を送っている	97	19.9%
5	借金を繰り返す、自己破産するなど、お金のトラブルを抱えている	234	48.0%
6	依存症と犯罪はつながりがある（依存症の人は罪を犯しやすい）	175	35.9%
7	依存症は本人と家族の問題なので、自分たちで解決するべき	21	4.3%
8	本人の強い意志や気合いがあれば依存症にならない	30	6.2%
9	その他	33	6.8%
10	特にあてはまるイメージ（考え）がない・分からない	76	15.6%

[9 その他]

#### 【主な回答】

- アルコールやギャンブルなどの依存がある。
- 病気なので意志の強さは関係ない。
- 弱っている時に頼ったもの（ギャンブルやお酒など）から抜け出せない。
- 専門の機関で治療したほうが良いと思う。



問 24. 依存症について、次のうち知っているものをお答えください。

【複数選択可：いくつでも】

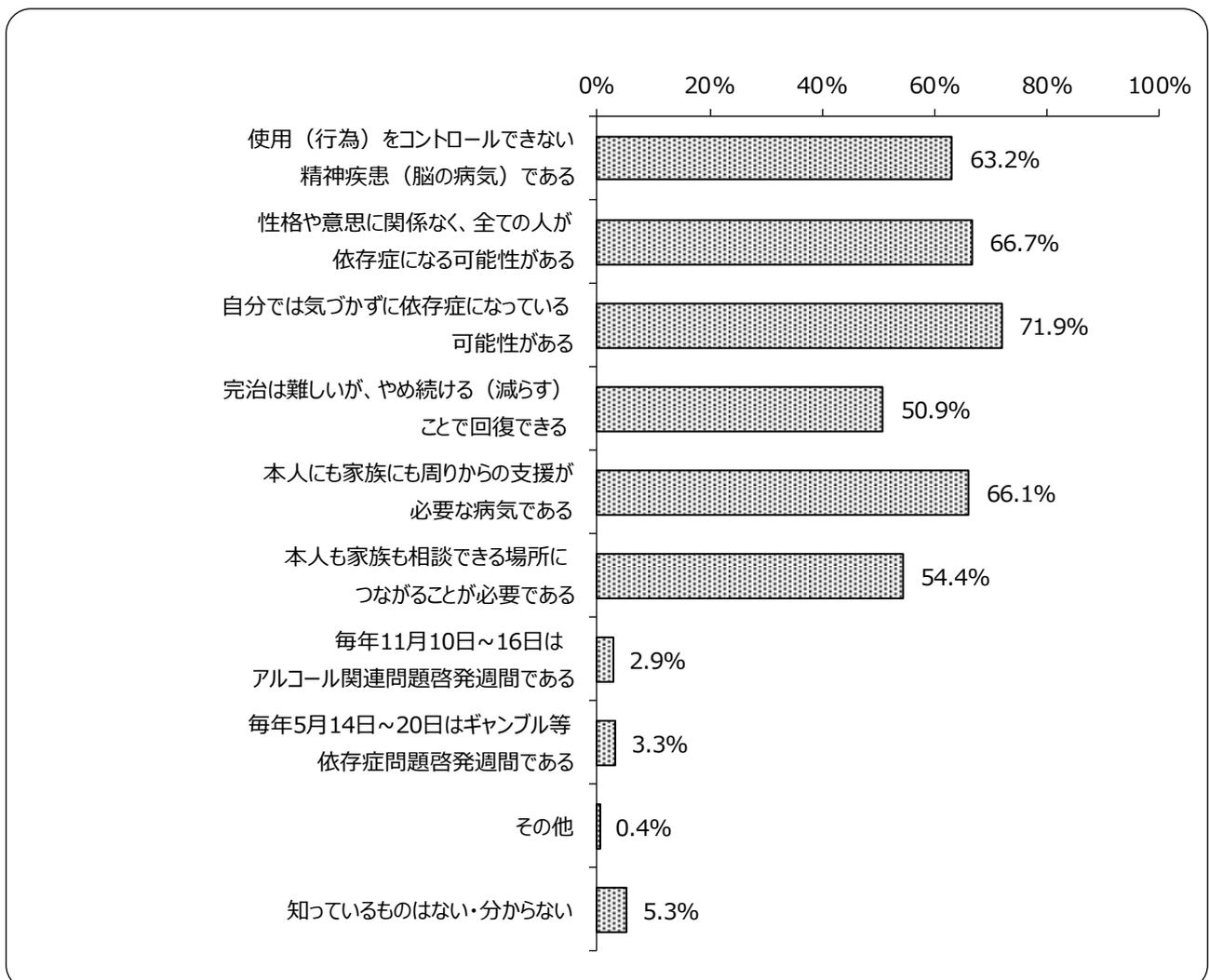
「知っているものはない・分からない」と回答した方は 5.3%であり、令和 5 年度の 5.8%から減少した。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	使用（行為）をコントロールできない精神疾患（脳の病気）である	308	63.2%
2	性格や意志に関係なく、全ての人が依存症になる可能性がある	325	66.7%
3	自分では気づかずに依存症になっている可能性がある	350	71.9%
4	完治は難しいが、やめ続ける（減らす）ことで回復できる	248	50.9%
5	本人にも家族にも周りからの支援が必要な病気である	322	66.1%
6	本人も家族も相談できる場所につながる必要がある	265	54.4%
7	毎年11月10日～16日はアルコール関連問題啓発週間である	14	2.9%
8	毎年5月14日～20日はギャンブル等依存症問題啓発週間である	16	3.3%
9	その他	2	0.4%
10	知っているものはない・分からない	26	5.3%

[9 その他]

【主な回答】

- 薬物・アルコール・ギャンブルに特定した依存症と推察されるが、テレビ・SNS その他幅広く網掛けが必要であると思う。



(2) 依存症対策に関する相談窓口及び支援機関の認知度

問 25. 依存症について、本人や家族が相談できる場所（相談機関）として次のうち知っているものをお答えください。  
【複数選択可：いくつでも】

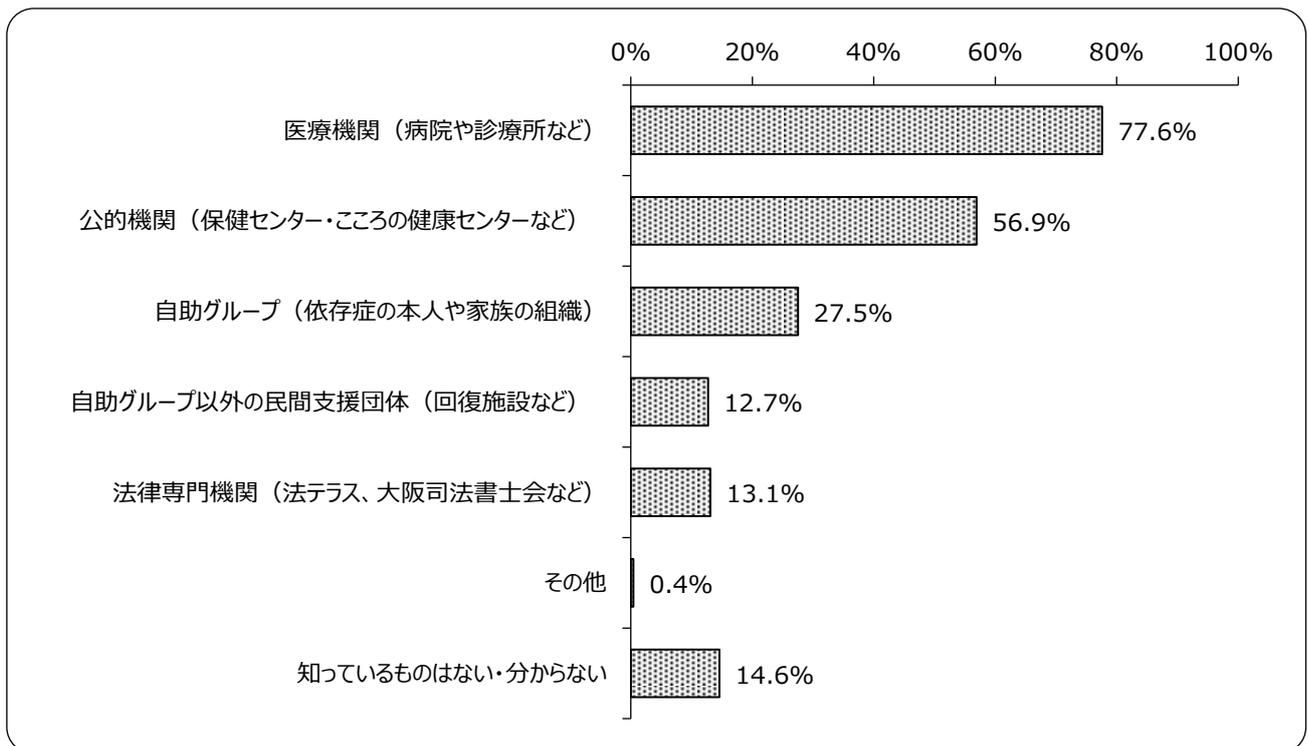
「知っているものはない・分からない」と回答した方の割合が 14.6%であり、令和 5 年度の 14.7%とおおむね同様であった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	医療機関（病院や診療所など）	378	77.6%
2	公的機関（保健センター・こころの健康センターなど）	277	56.9%
3	自助グループ（依存症の本人や家族の組織）	134	27.5%
4	自助グループ以外の民間支援団体（回復施設など）	62	12.7%
5	法律専門機関（法テラス、大阪司法書士会など）	64	13.1%
6	その他	2	0.4%
7	知っているものはない・分からない	71	14.6%

[6 その他]

【主な回答】

- 民間支援団体
- NPO 法人日本ダルク



問 26. 問 25 で 1 から 6 のいずれかを選択された方に伺います。

依存症の相談機関を知ったきっかけについて、あてはまるものをお答えください。【複数選択可：いくつでも】

「広報さかい」と回答した方の割合が 52.4%であり、令和 5 年度の 41.4%から 11 ポイント以上増加した。

	選択項目 (n=416)	回答数	回答数/n
1	広報さかい	218	52.4%
2	テレビ・ラジオ	180	43.3%
3	新聞・雑誌	75	18.0%
4	イベント・セミナー	24	5.8%
5	パンフレット・ポスター・チラシ	74	17.8%
6	ホームページ・インターネット	83	20.0%
7	SNS	9	2.2%
8	家族・友人・知人	38	9.1%
9	職場・学校	64	15.4%
10	その他	7	1.7%

[7 SNS]

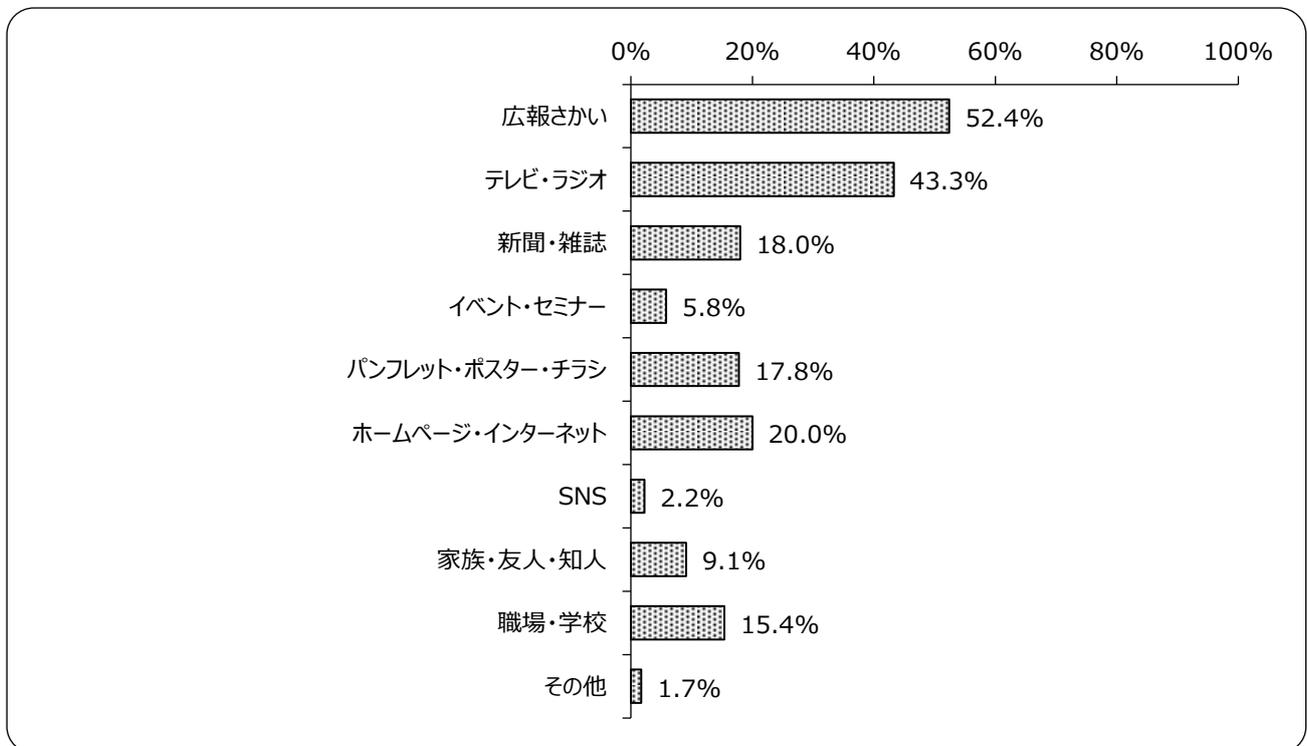
【主な回答】

- X (旧 Twitter)

[10 その他]

【主な回答】

- 覚えていない。
- 一般的な施設のため
- 図書館
- 有名人の話
- 不調ということであれば病院でまず治療を考える。
- 漫画

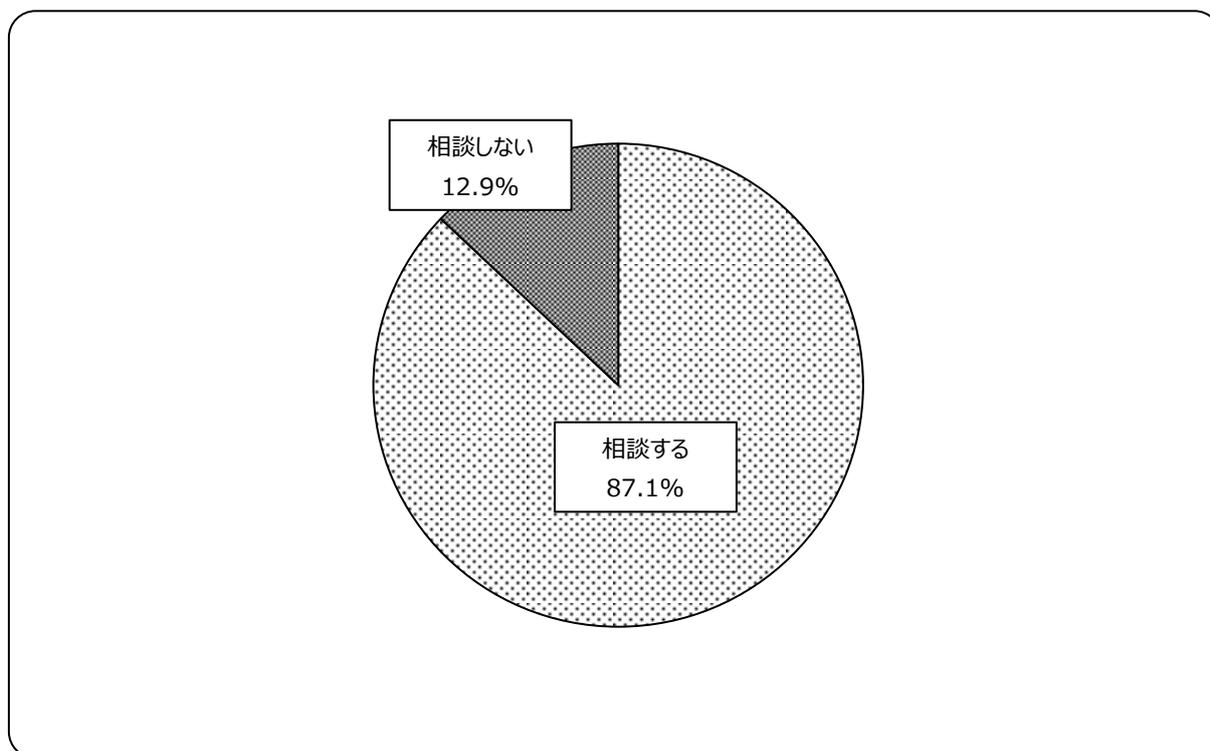


問 27. あなたやあなたの家族が依存症かもしれないと思ったとき、相談機関を知っていたら相談しますか。

【1つ選択】

「相談する」と回答した方は 87.1%であり、令和 5 年度の 80.9%から増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	相談する	424	87.1%
2	相談しない	63	12.9%
	計 (回答総数)	487	100.0%



問 28. 問 27 で「2 相談しない」と回答された方に伺います。

相談しない理由にあてはまるものをお答えください。

【複数選択可：いくつでも】

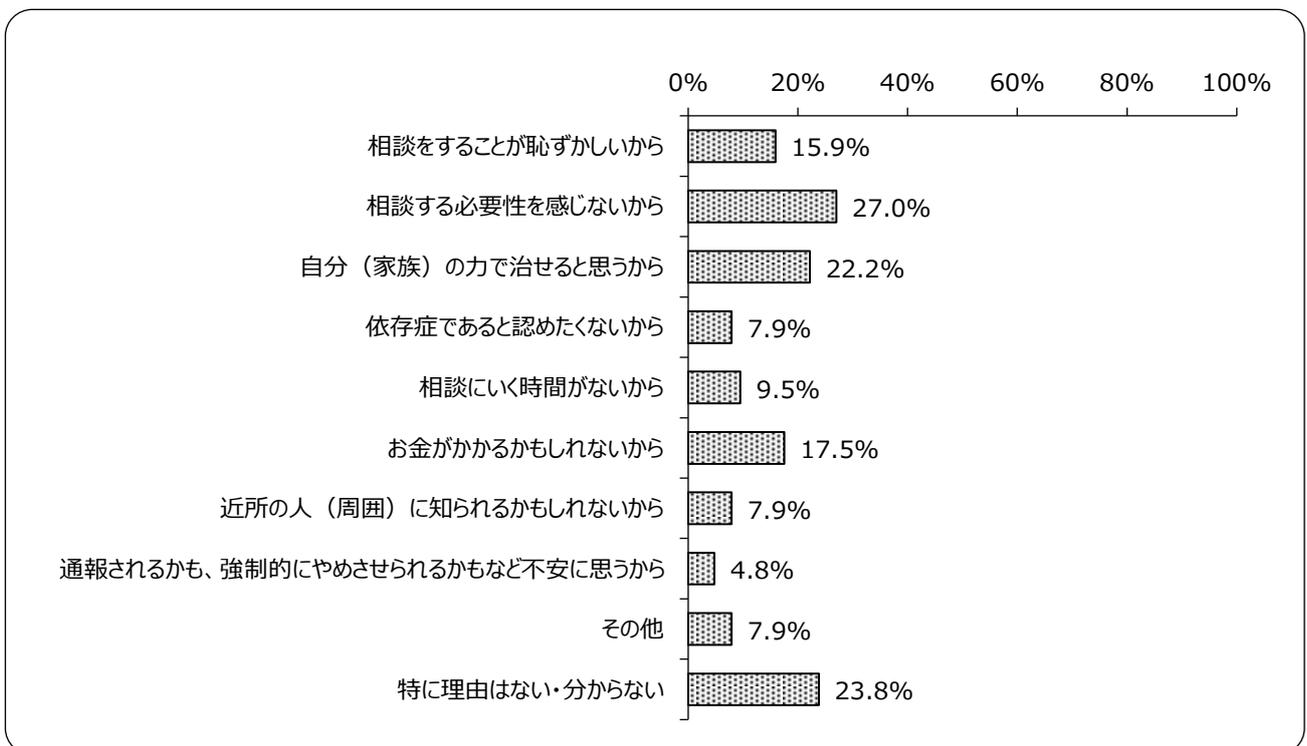
「相談をすることが恥ずかしいから」「依存症であると認めたくないから」と回答した方の割合はそれぞれ 15.9%、7.9%であり、令和 5 年度の 26.1%、18.5%から、10 ポイント以上減少した。

	選択項目 (n=63)	回答数	回答数/n
1	相談をすることが恥ずかしいから	10	15.9%
2	相談する必要性を感じないから	17	27.0%
3	自分（家族）の力で治せると思うから	14	22.2%
4	依存症であると認めたくないから	5	7.9%
5	相談に行く時間がないから	6	9.5%
6	お金がかかるかもしれないから	11	17.5%
7	近所の人（周囲）に知られるかもしれないから	5	7.9%
8	通報されるかも、強制的にやめさせられるかもなど不安に思うから	3	4.8%
9	その他	5	7.9%
10	特に理由はない・分からない	15	23.8%

[9 その他]

【主な回答】

- 相談の効果がないと思うから
- 病院が先決と思う。
- 相談機関の入退職があり、職歴が浅いから
- 医療機関にかかるから



### 3. 消費生活

#### 調査結果の概要

<b>テーマ</b>	消費生活
<b>担当課</b>	市民人権局 市民生活部 消費生活センター
<b>設問数</b>	15 問
<b>趣旨・目的</b>	<p>本市では、安全・安心な消費生活の実現をめざし、消費生活相談による被害の回復や、消費者トラブルを防止するための情報提供や啓発活動、消費者教育の支援などに取り組んでいます。</p> <p>今回のアンケートは、皆様の消費生活に関する意識などを調査することで、今後の消費者施策を検討する際に活用するものです。</p>
<b>調査結果</b>	各設問のページをご覧ください。
<b>調査結果に係る 担当課の所見</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・問 29 では、令和 5 年度に比べて消費生活センターの「名前は知っているが、役割までは知らない」「名前も役割も知らない」と回答した方の合計割合が増加する結果となったため、知名度・認知度を向上させることで遺漏なく相談対応ができるよう各種広報手段の活用や講座・地域イベントなどで積極的に周知します。</li><li>・問 30 では、消費生活センターを知ったきっかけが年代によって異なる結果となったことから、教育・啓発の対象に応じて適切な手段を選択し情報を発信します。</li><li>・問 36 では、消費者トラブルを防止するために全ての年代で消費者自身が知識を身に付けることが必要であるとの結果となりました。このようなニーズを的確に捉えた消費者教育・啓発を行うため、今後も地域や学校などとの連携をより深めます。</li></ul>

(1) 消費生活センターなど

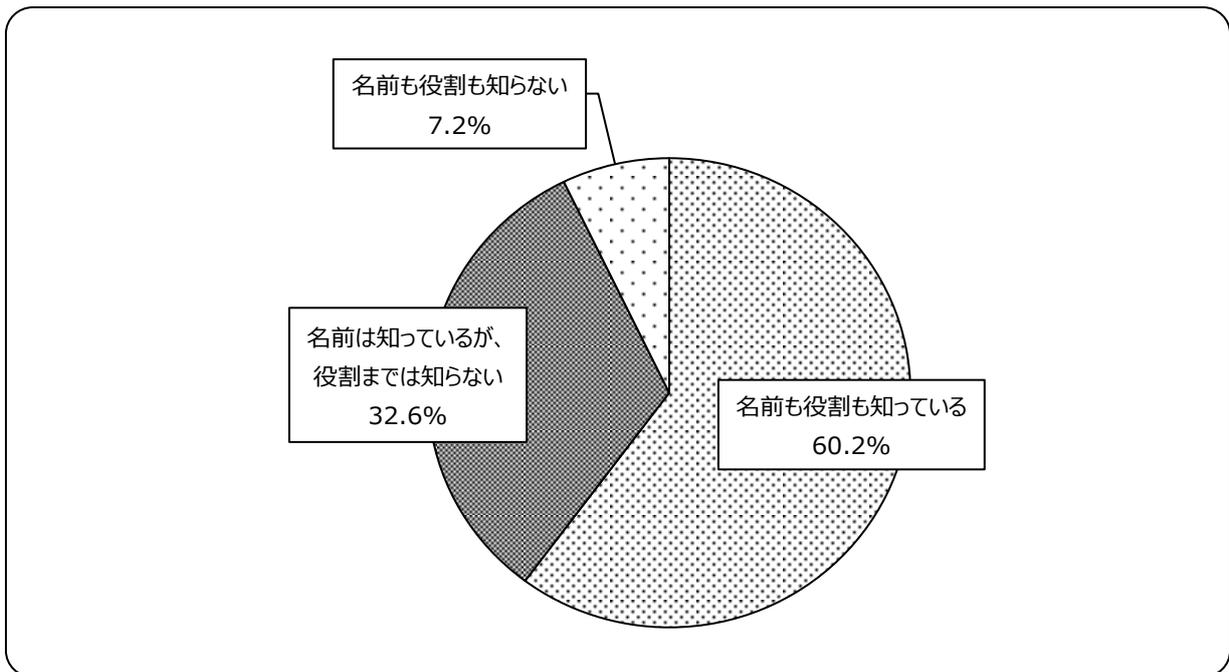
問 29. 消費生活センターでは、商品・サービスの契約トラブルなどに関する消費生活相談や消費者トラブルを未然に防止するための情報提供などを行っています。

消費生活センターの名前やこのような役割について知っていますか。

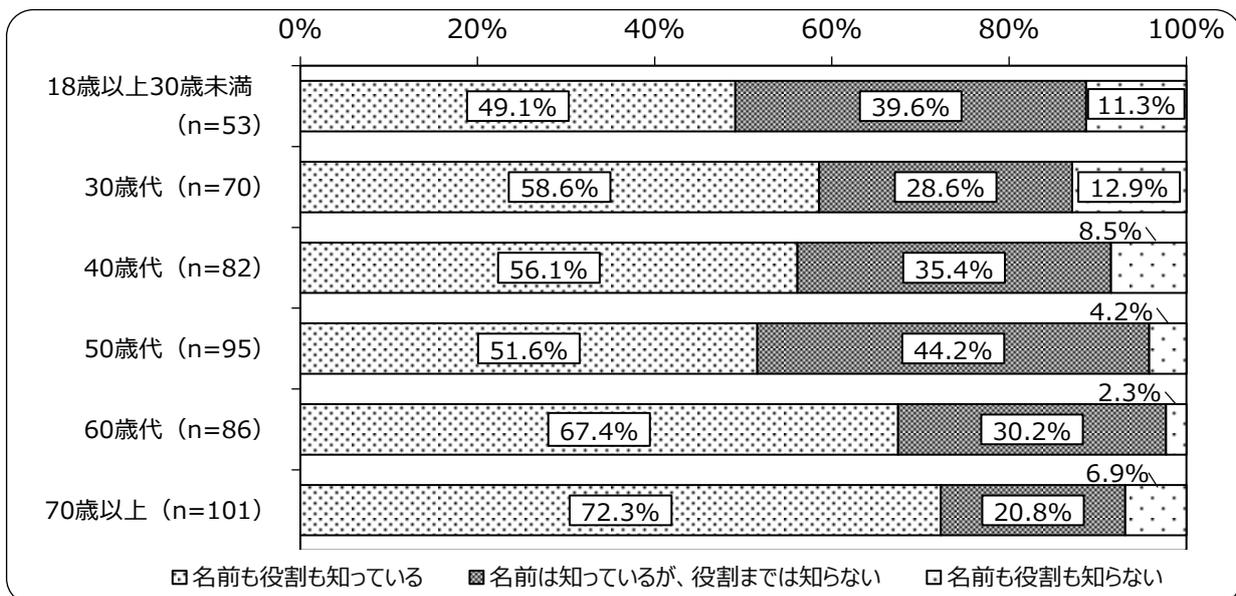
【1つ選択】

「名前は知っているが、役割までは知らない」「名前も役割も知らない」と回答した方の合計は 39.8%であり、令和 5 年度の 34.8%から増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	名前も役割も知っている	293	60.2%
2	名前は知っているが、役割までは知らない	159	32.6%
3	名前も役割も知らない	35	7.2%
	計 (回答総数)	487	100.0%



《年齢別》



問 30. 問 29 で「1 名前も役割も知っている」「2 名前は知っているが、役割までは知らない」と回答された方に伺います。

消費生活センターをどのようにして知りましたか。

【複数選択可：いくつでも】

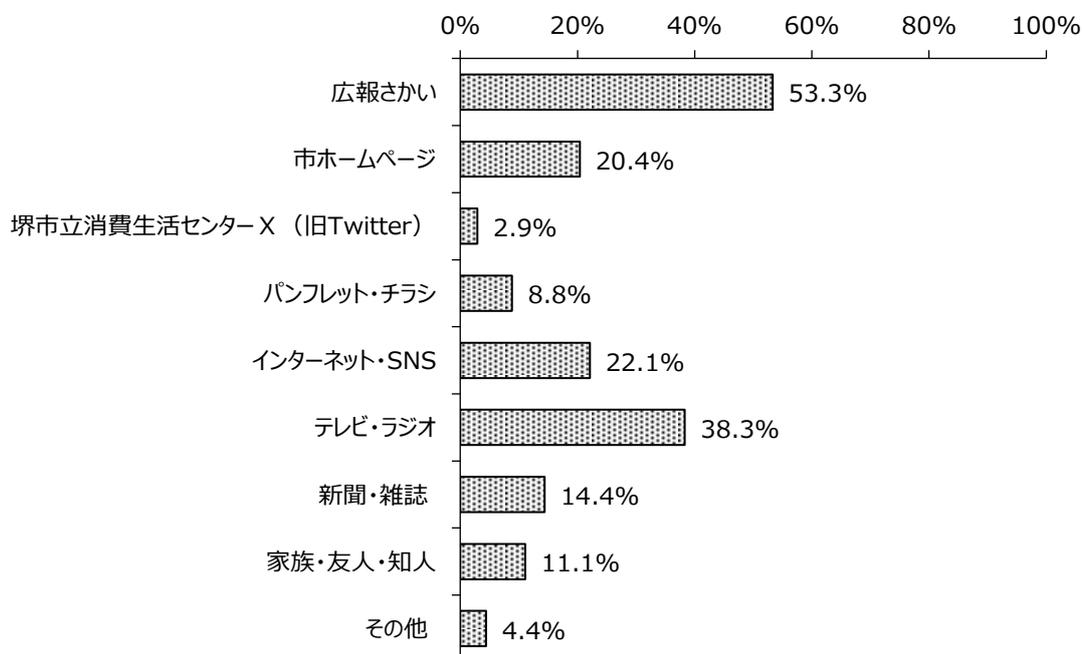
年齢別では、18 歳以上 30 歳未満が「インターネット・SNS」42.6%、30 歳代が「テレビ・ラジオ」37.7%と回答した方が最も多く、令和 5 年度はそれぞれ 29.4%、37.5%であった。40 歳代以上はいずれの年代も「広報さかい」と回答した方が最も多く、令和 5 年度は「広報さかい」と回答した方は 60 歳代、70 歳以上で最も多かった。

	選択項目 (n=452)	回答数	回答数/n
1	広報さかい	241	53.3%
2	市ホームページ	92	20.4%
3	堺市立消費生活センター X (旧Twitter)	13	2.9%
4	パンフレット・チラシ	40	8.8%
5	インターネット・SNS	100	22.1%
6	テレビ・ラジオ	173	38.3%
7	新聞・雑誌	65	14.4%
8	家族・友人・知人	50	11.1%
9	その他	20	4.4%

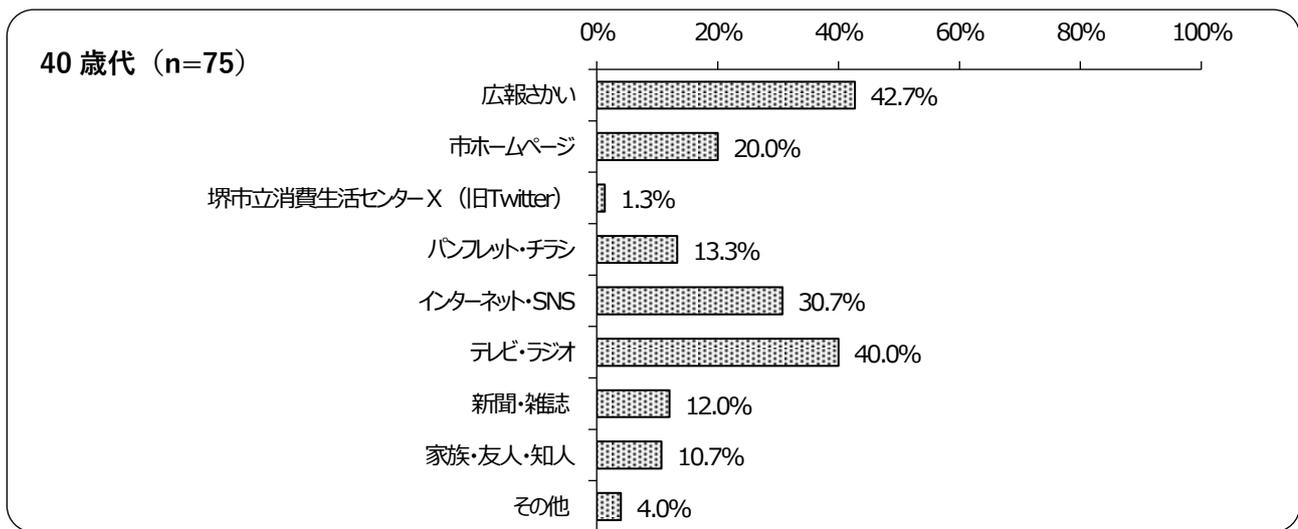
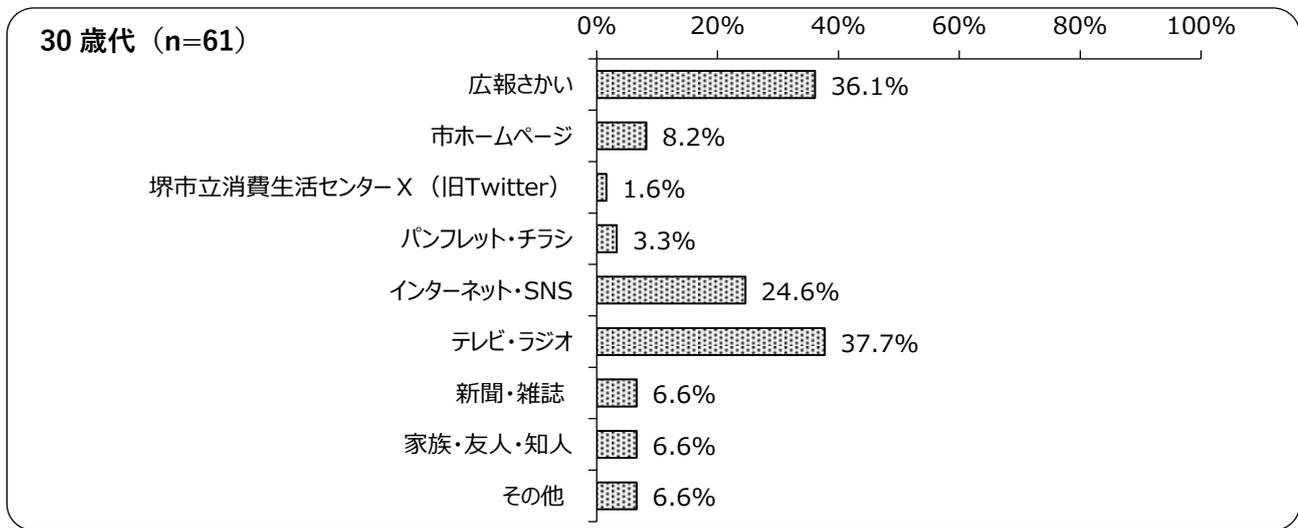
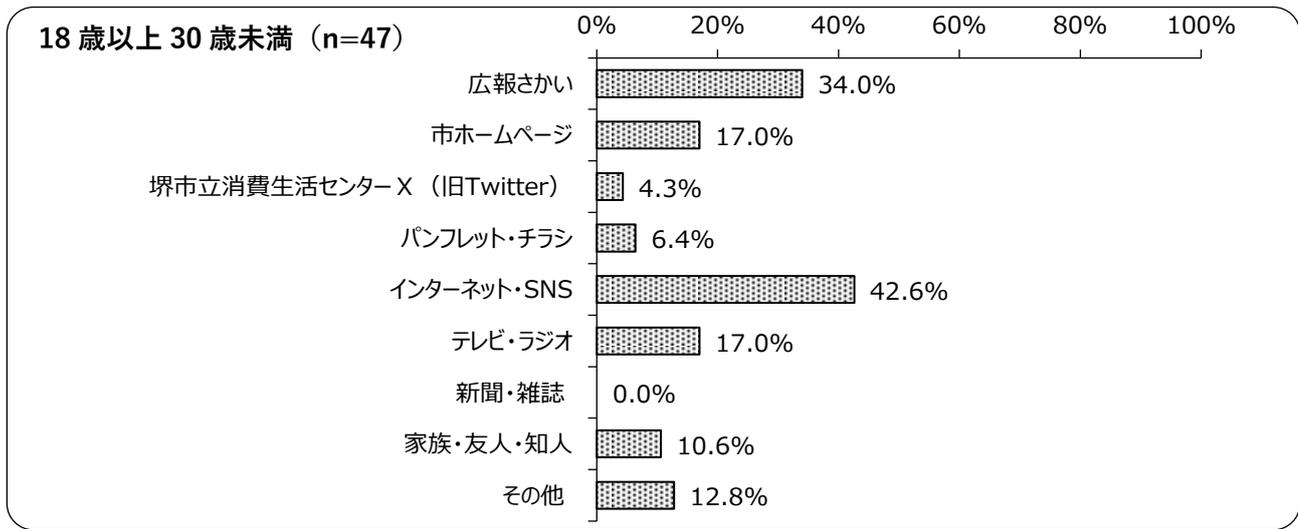
[9 その他]

【主な回答】

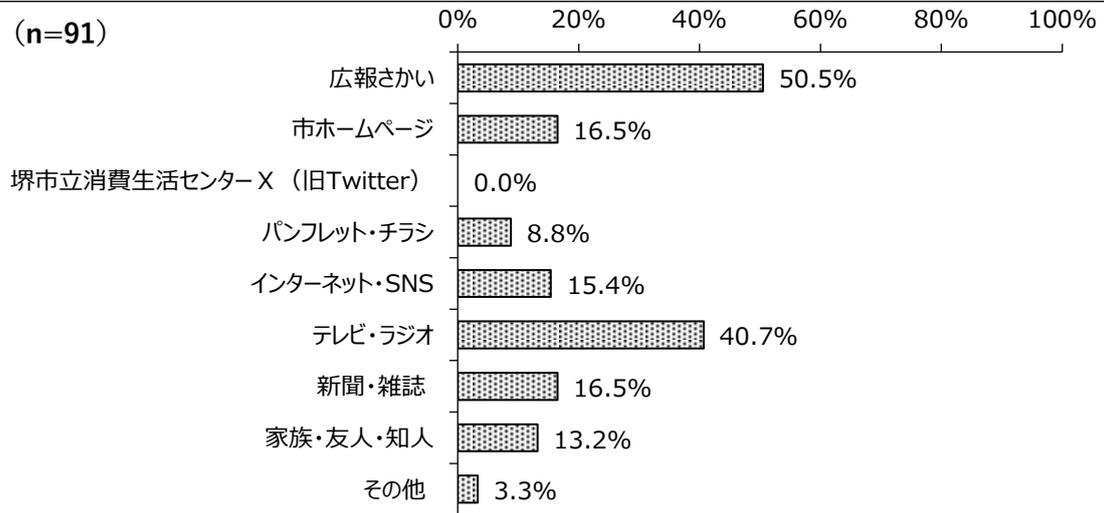
- 学校の授業
- 職場
- 周知の事実として認識している。



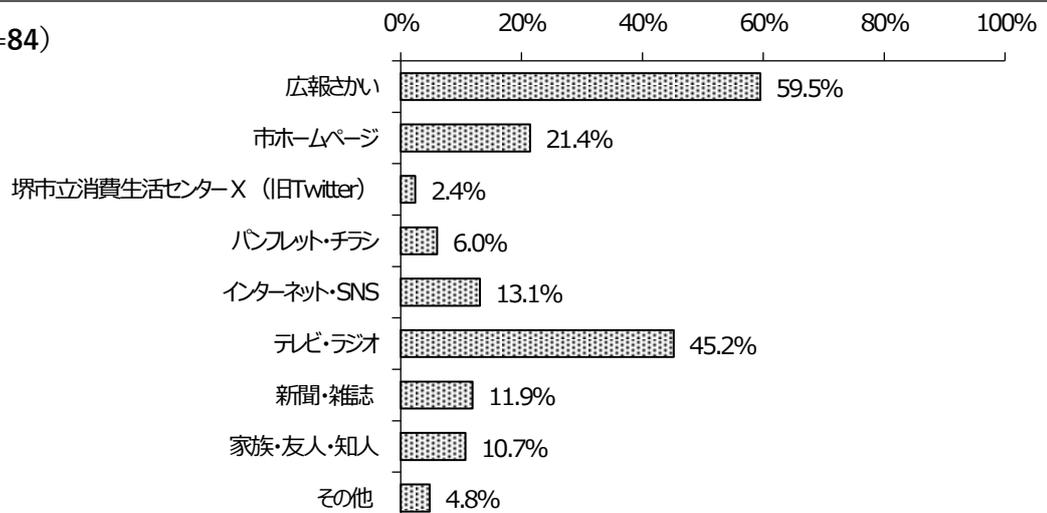
《年齢別》



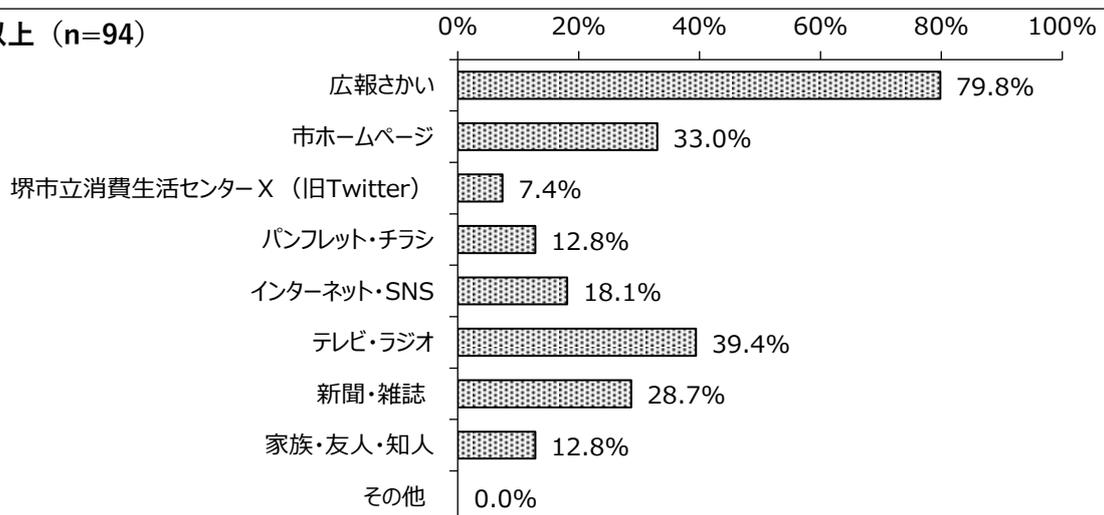
50 歳代 (n=91)



60 歳代 (n=84)



70 歳以上 (n=94)

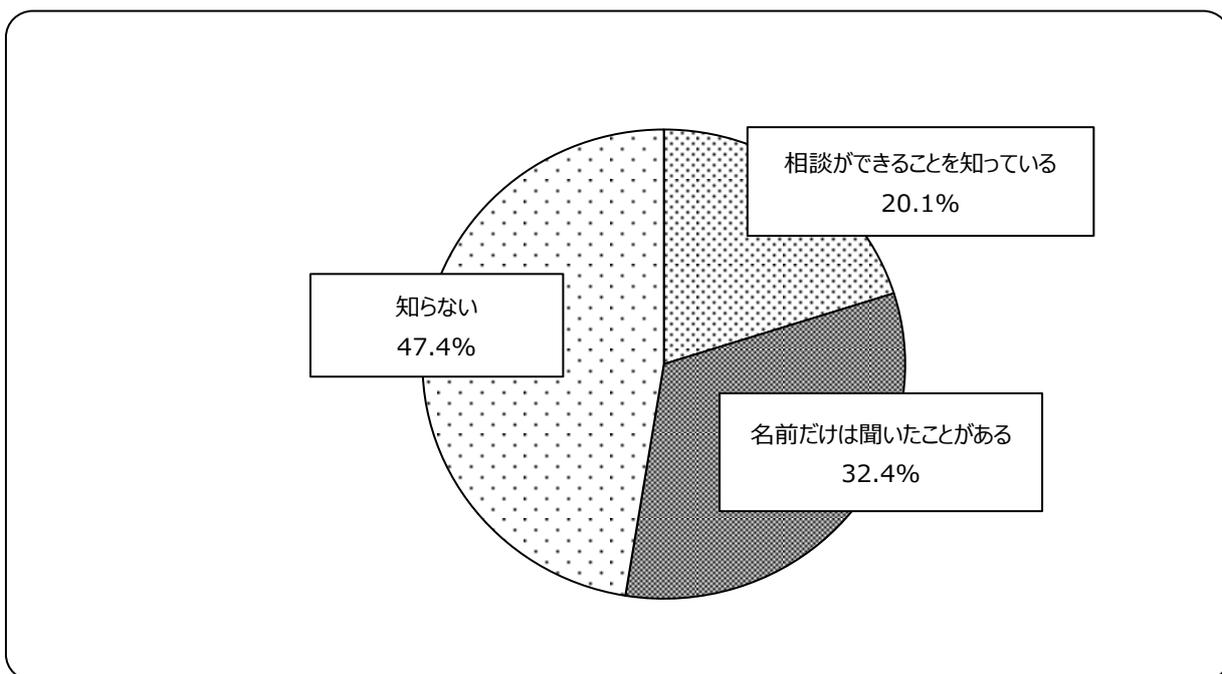


**問 31. 「消費者ホットライン（188(イヤヤ)）」※を知っていますか。**

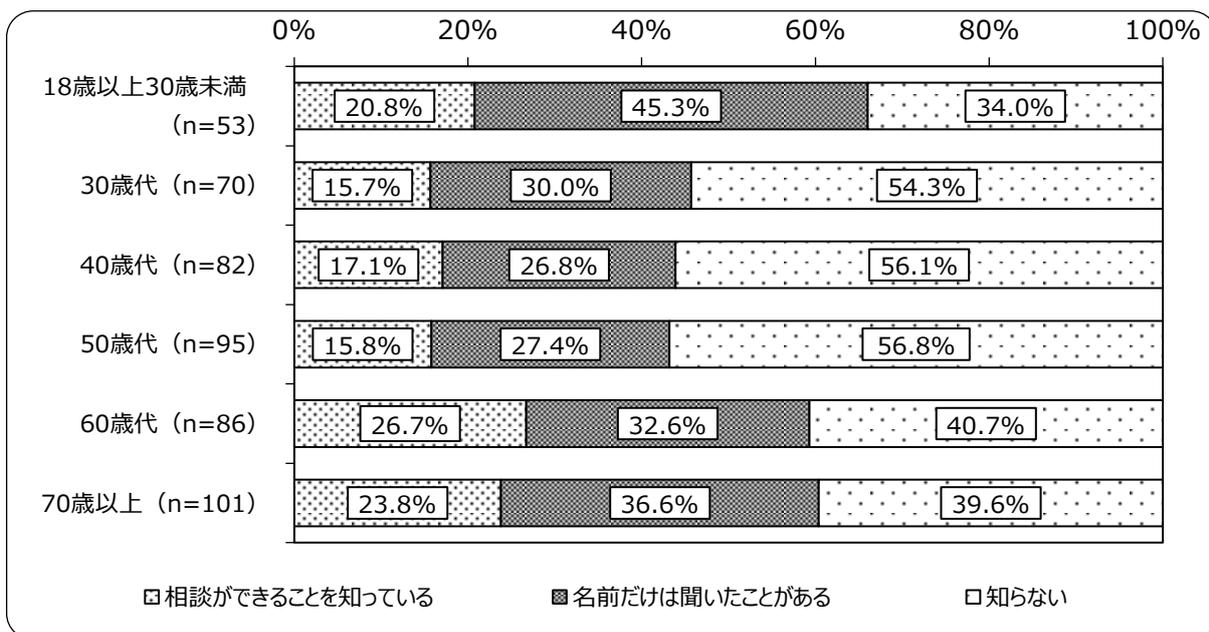
※「消費者ホットライン（188(イヤヤ)）」とは、消費生活におけるトラブルや困ったことについて相談したいときに、最寄りの消費生活センターなどを案内する全国共通の電話番号です。 【1つ選択】

「相談ができることを知っている」「名前だけは聞いたことがある」と回答した方の合計は 52.5%であり、令和 5 年度の 43.3%から 9.2 ポイント増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	相談ができることを知っている	98	20.1%
2	名前だけは聞いたことがある	158	32.4%
3	知らない	231	47.4%
	計 (回答総数)	487	100.0%



《年齢別》

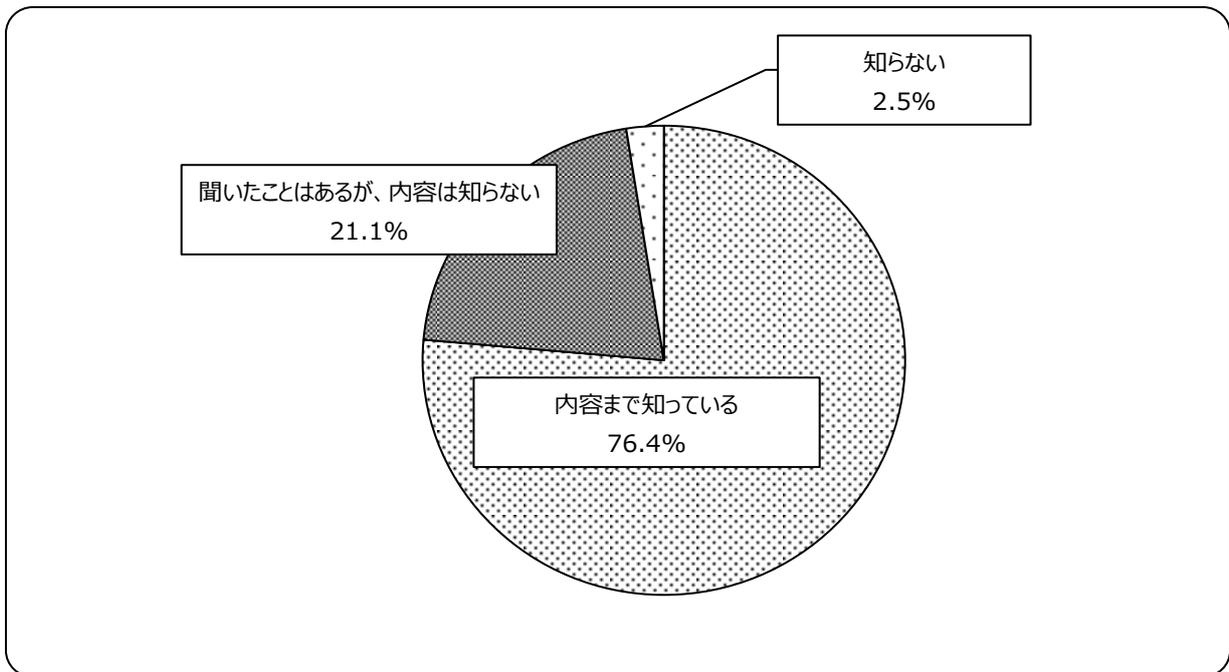


**問 32. 「クーリング・オフ」制度※を知っていますか。**

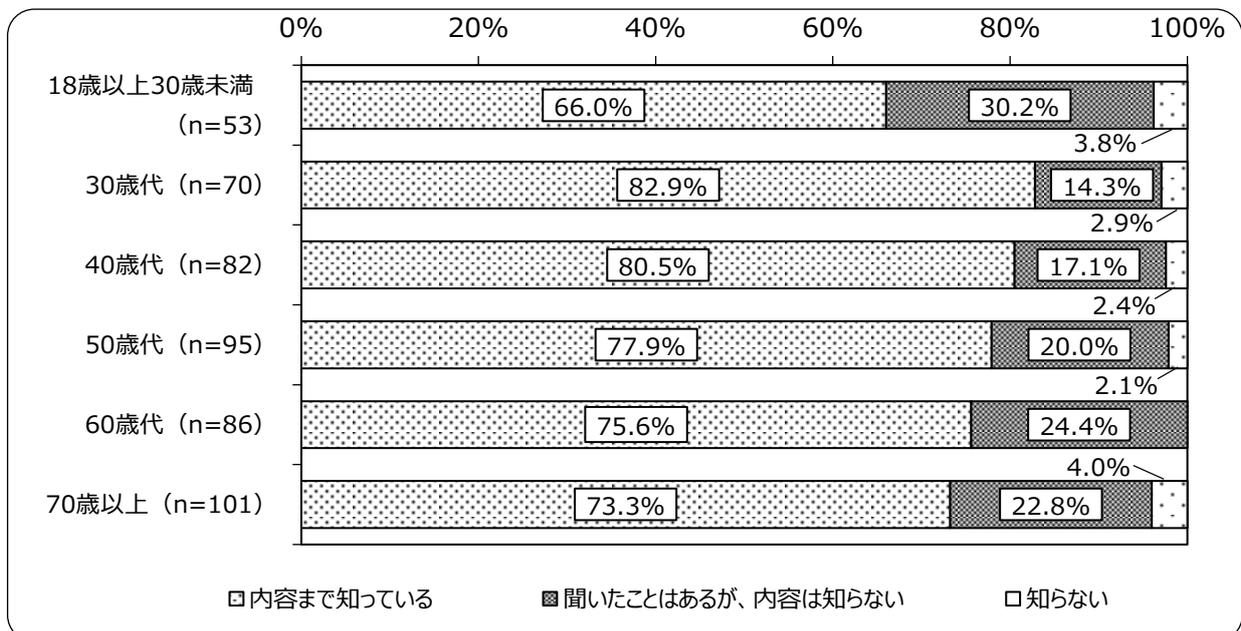
※「クーリング・オフ」制度とは、いったん契約の申込や締結をした場合でも、一定期間であれば理由を問わず、無条件で契約の申込を撤回したり、契約を解除したりできる制度です。ただし、インターネット通販やテレビショッピングなどの通信販売には適用されません。 **【1つ選択】**

「内容まで知っている」「聞いたことはあるが、内容は知らない」と回答した方の合計は 97.5%であり、令和 5 年度の 98.5%と比較しておおむね同様であった。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	内容まで知っている	372	76.4%
2	聞いたことはあるが、内容は知らない	103	21.1%
3	知らない	12	2.5%
	計 (回答総数)	487	100.0%



《年齢別》



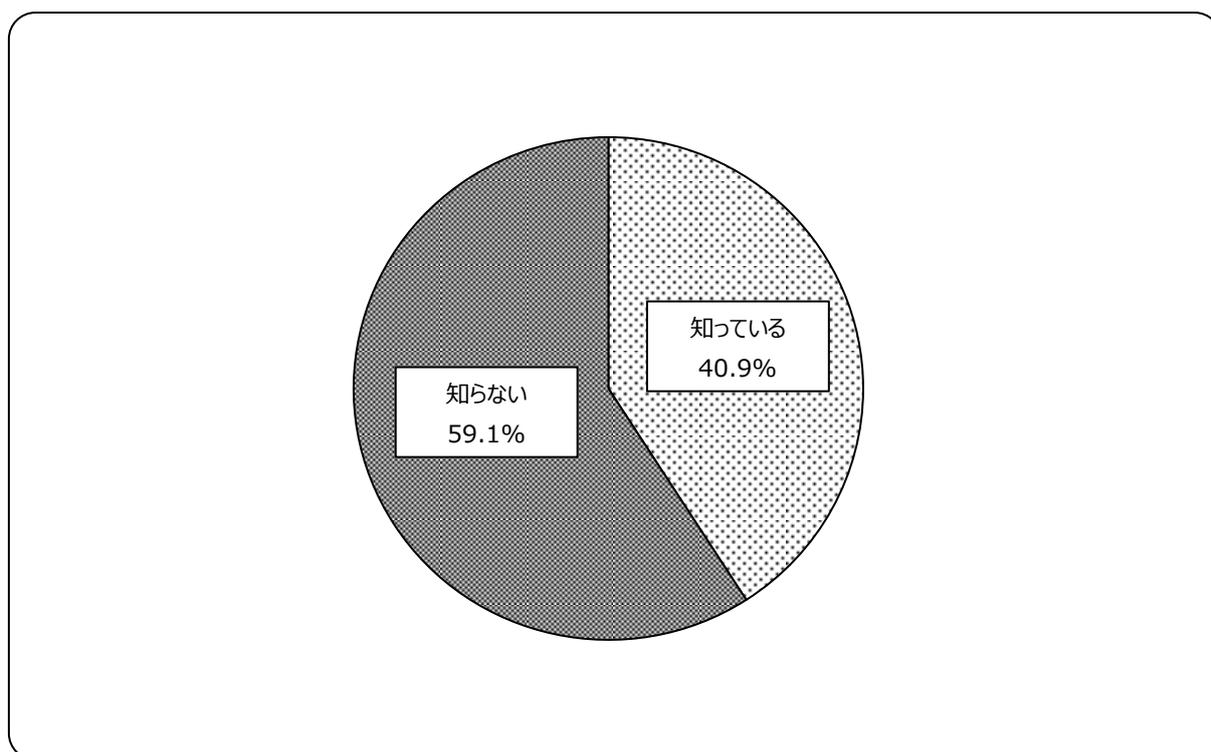
問 33. 問 32 で「1 内容まで知っている」と回答された方に伺います。

インターネットショッピングなどの通信販売は、「クーリング・オフ」制度<sup>\*</sup>の対象とならないことを知っていますか。

【1 つ選択】

「知っている」と回答した方は 40.9%であり、令和 5 年度の 37.7%から 3.2 ポイント増加した。

	選択項目 (n=372)	回答数	構成比
1	知っている	152	40.9%
2	知らない	220	59.1%
	計 (回答総数)	372	100.0%



問 34. 「エシカル消費」※について、日常で取り組んでいる内容を教えてください。

※「エシカル消費」とは、環境に良いものやサービスを選択したり、適正な価格のものやサービスを選択したりといった、地域の活性化や雇用なども含む、環境や人、社会に配慮した消費行動のことを表します。

【複数選択可：いくつでも】

「マイボトル、マイバッグの使用」と回答した方が 79.5%と最も多かった。

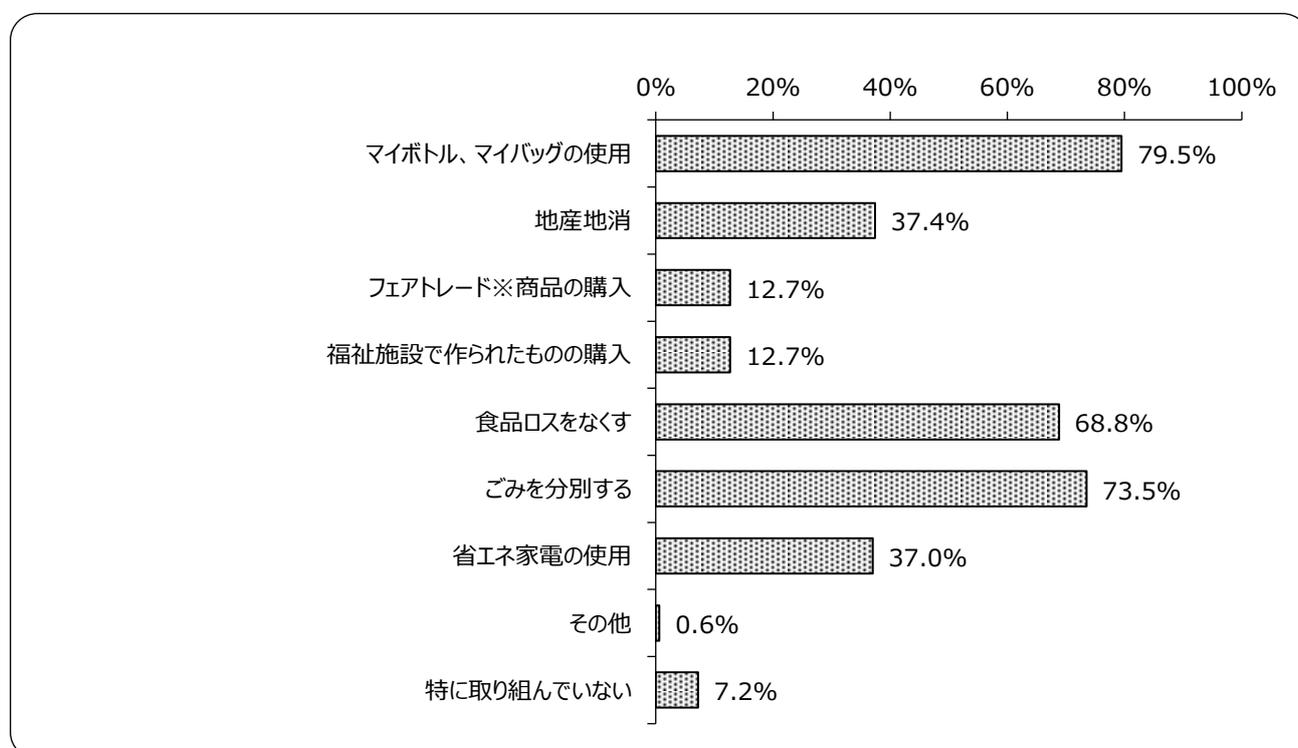
	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	マイボトル、マイバッグの使用	387	79.5%
2	地産地消	182	37.4%
3	フェアトレード※商品の購入	62	12.7%
4	福祉施設で作られたものの購入	62	12.7%
5	食品ロスをなくす	335	68.8%
6	ごみを分別する	358	73.5%
7	省エネ家電の使用	180	37.0%
8	その他	3	0.6%
9	特に取り組んでいない	35	7.2%

※フェアトレードとは、開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に取引し、貧困地域の労働者の生活向上をめざす取組のことを表します。

[8 その他]

【主な回答】

- 燃費に配慮して車を運転する。エアコンを適正温度に保つ。
- 簡易包装を心がける。
- 添加物の入っていない商品を選択する。



(2) 消費者教育など

問 35. 消費者トラブルにあった際、どこに相談しますか。

【複数選択可：いつでも】

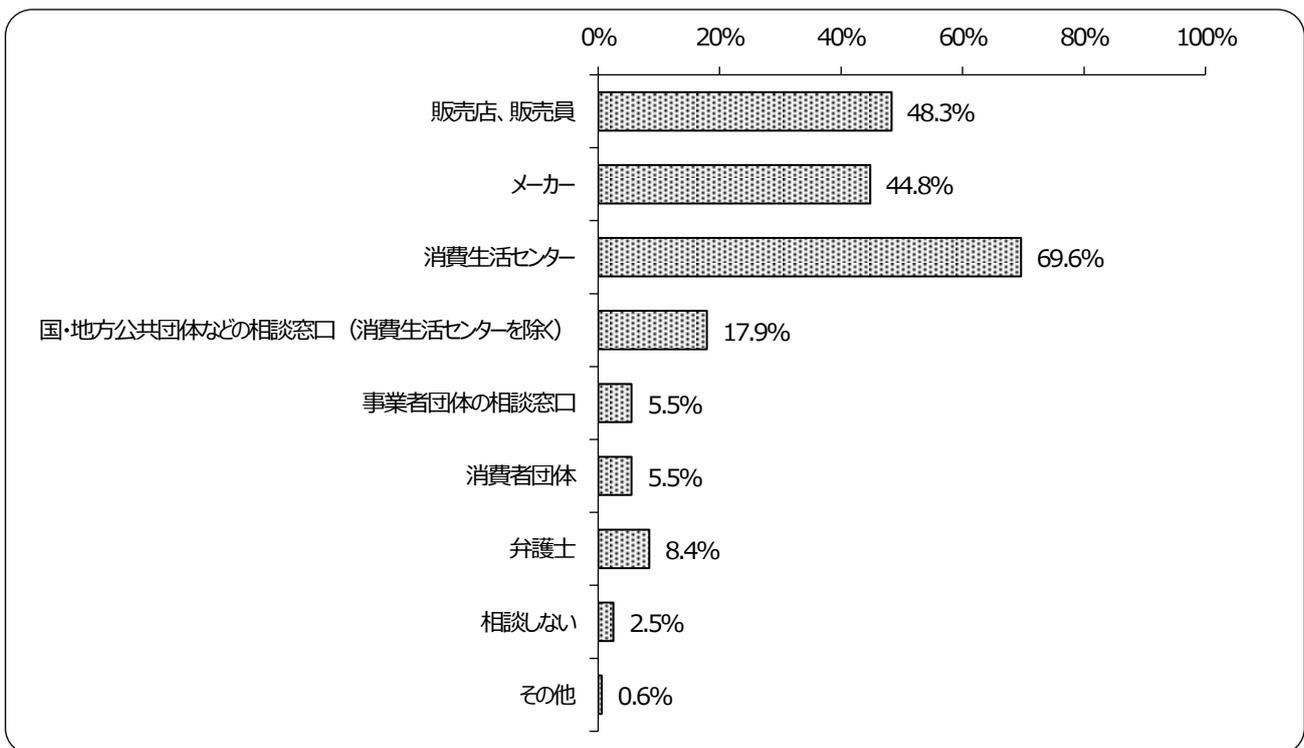
「消費生活センター」と回答した方が 69.6%と最も多かった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	販売店、販売員	235	48.3%
2	メーカー	218	44.8%
3	消費生活センター	339	69.6%
4	国・地方公共団体などの相談窓口（消費生活センターを除く）	87	17.9%
5	事業者団体の相談窓口	27	5.5%
6	消費者団体	27	5.5%
7	弁護士	41	8.4%
8	相談しない	12	2.5%
9	その他	3	0.6%

[9 その他]

【主な回答】

- 家族・友人・知人
- トラブルにあうごとに自分で調べる。



**問 36. 消費者トラブルを防止するためには何が重要だと思いますか。**

**重要だと思うものをお答えください。**

**【複数選択可：いくつでも】**

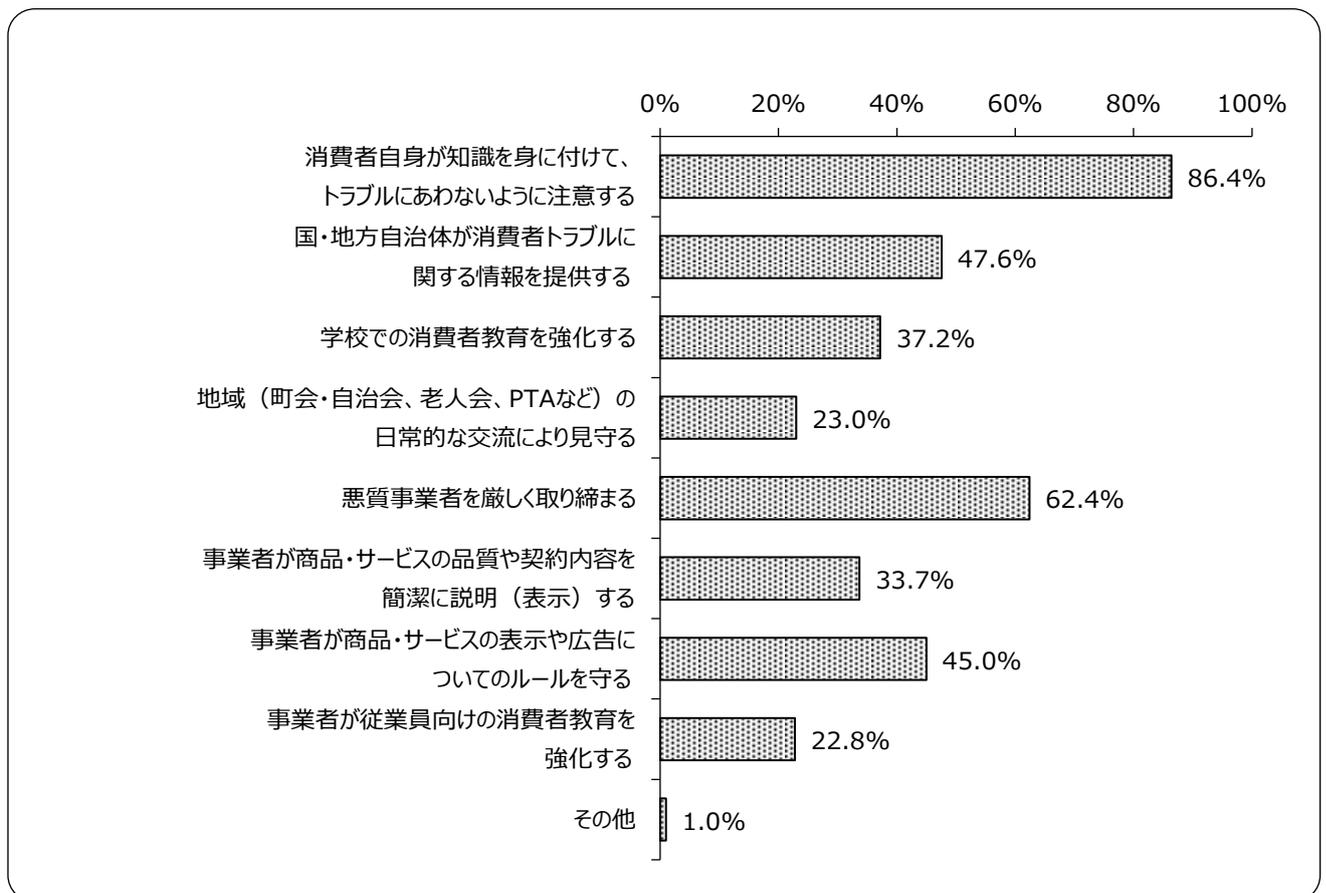
年齢別では、全ての年代で「消費者自身が知識を身に付けて、トラブルにあわないように注意する」と回答した方が最も多かった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	消費者自身が知識を身に付けて、トラブルにあわないように注意する	421	86.4%
2	国・地方自治体が消費者トラブルに関する情報を提供する	232	47.6%
3	学校での消費者教育を強化する	181	37.2%
4	地域（町会・自治会、老人会、PTAなど）の日常的な交流により見守る	112	23.0%
5	悪質事業者を厳しく取り締まる	304	62.4%
6	事業者が商品・サービスの品質や契約内容を簡潔に説明（表示）する	164	33.7%
7	事業者が商品・サービスの表示や広告についてのルールを守る	219	45.0%
8	事業者が従業員向けの消費者教育を強化する	111	22.8%
9	その他	5	1.0%

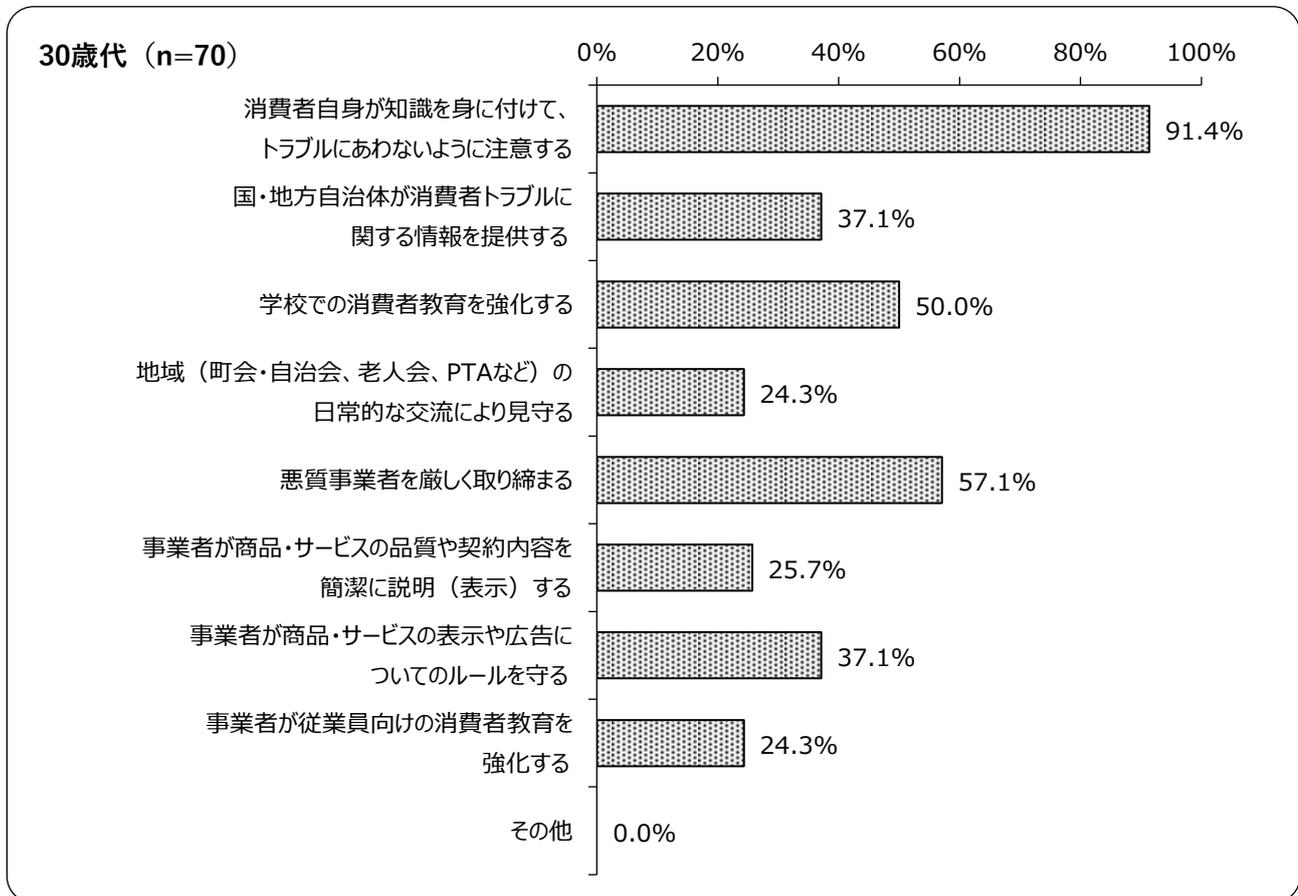
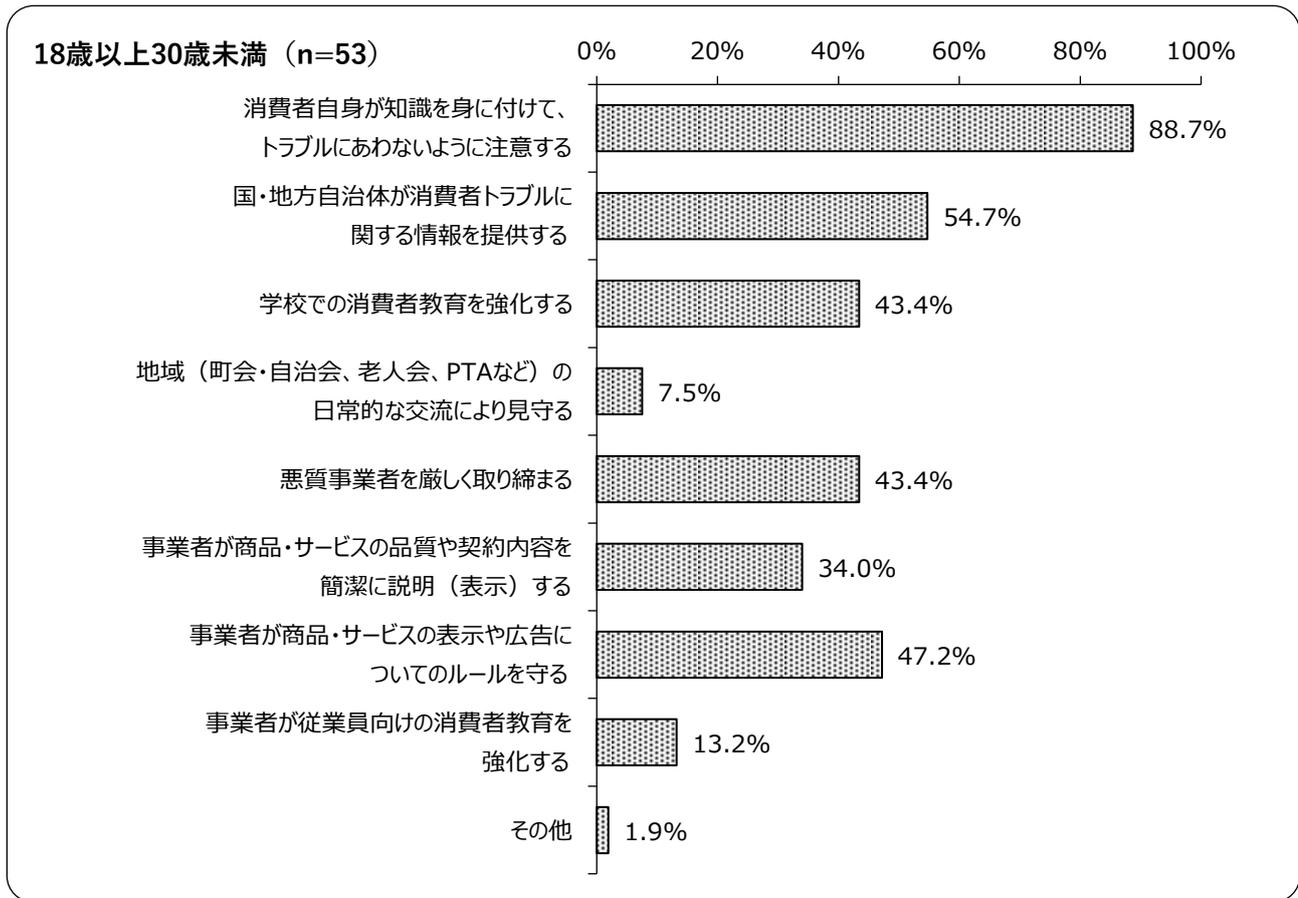
[9 その他]

**【主な回答】**

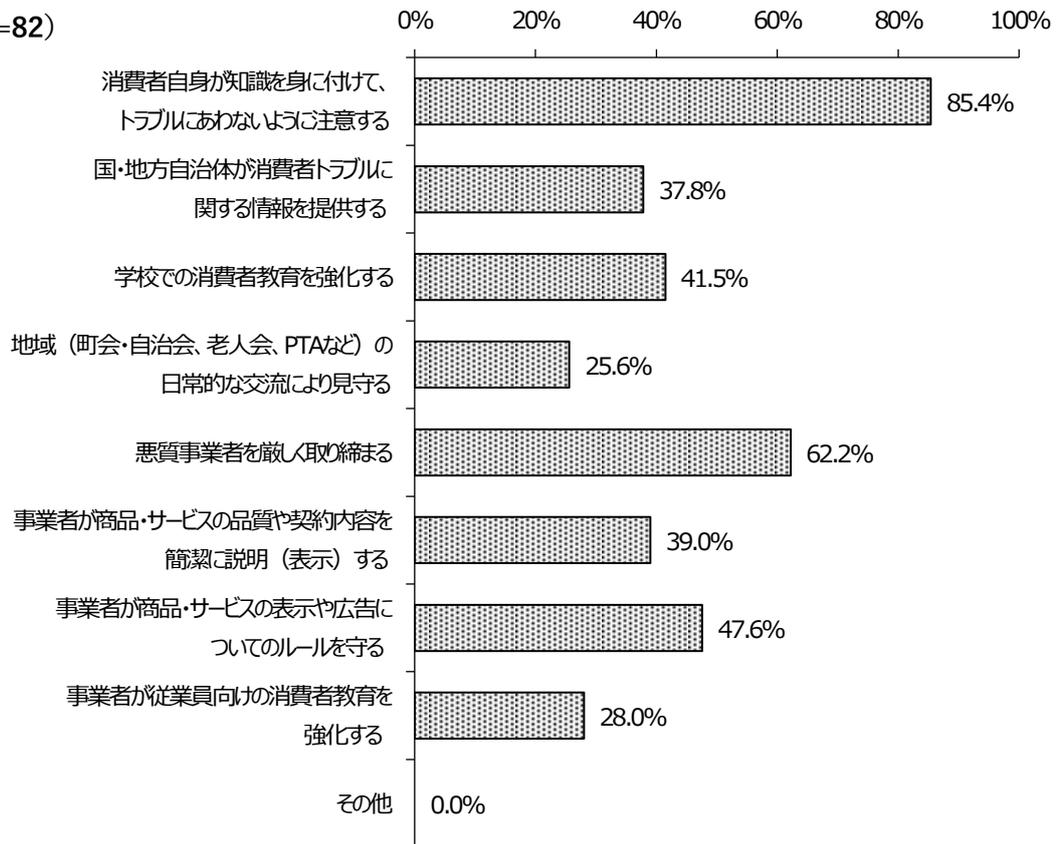
- 社会情勢が変わることが大切。
- 信用できる販売業者から購入する。
- 実際に品物を見て、販売業者と対面で契約する。
- 様々なトラブル事例などの情報を消費者が共有する。



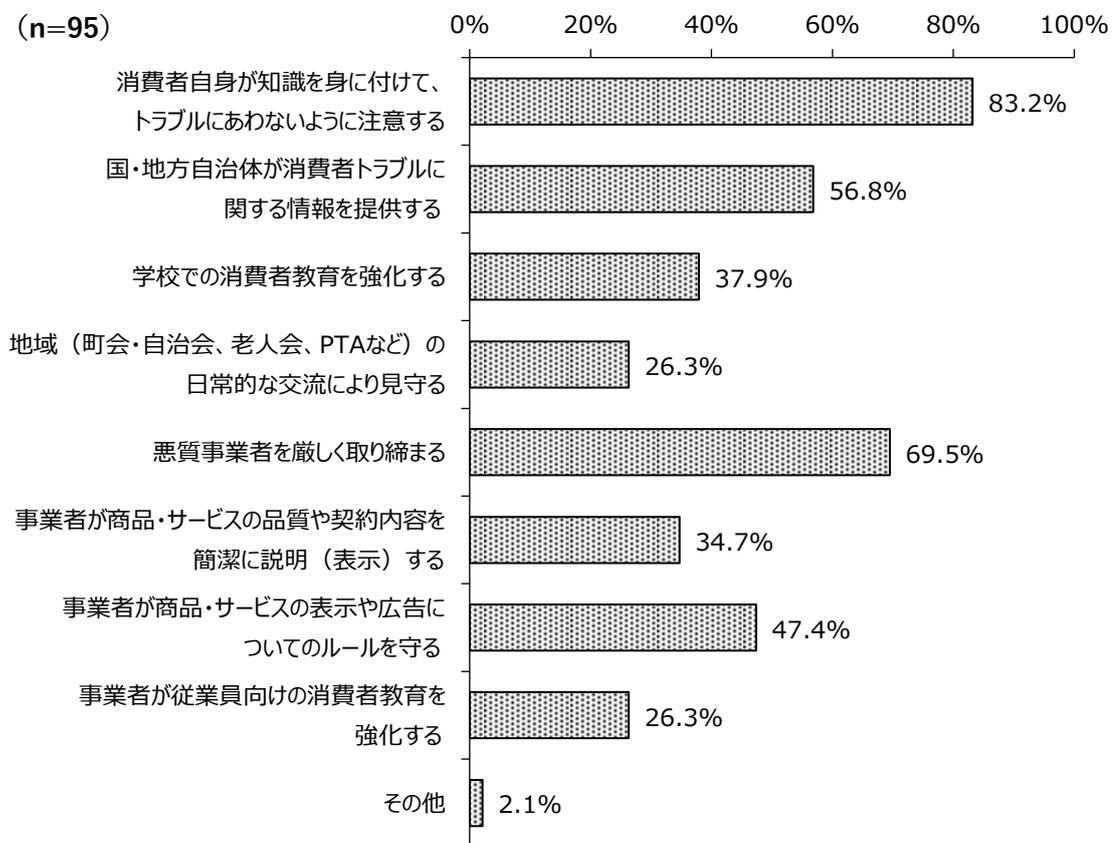
《年齢別》



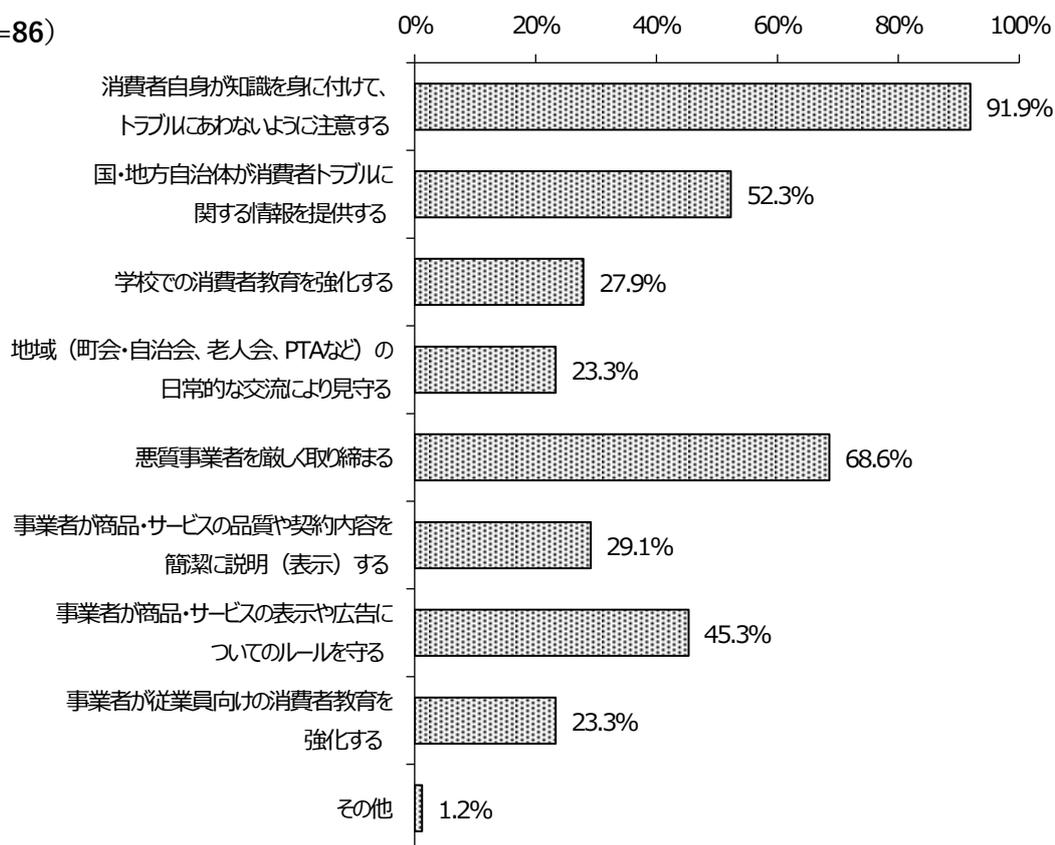
40歳代 (n=82)



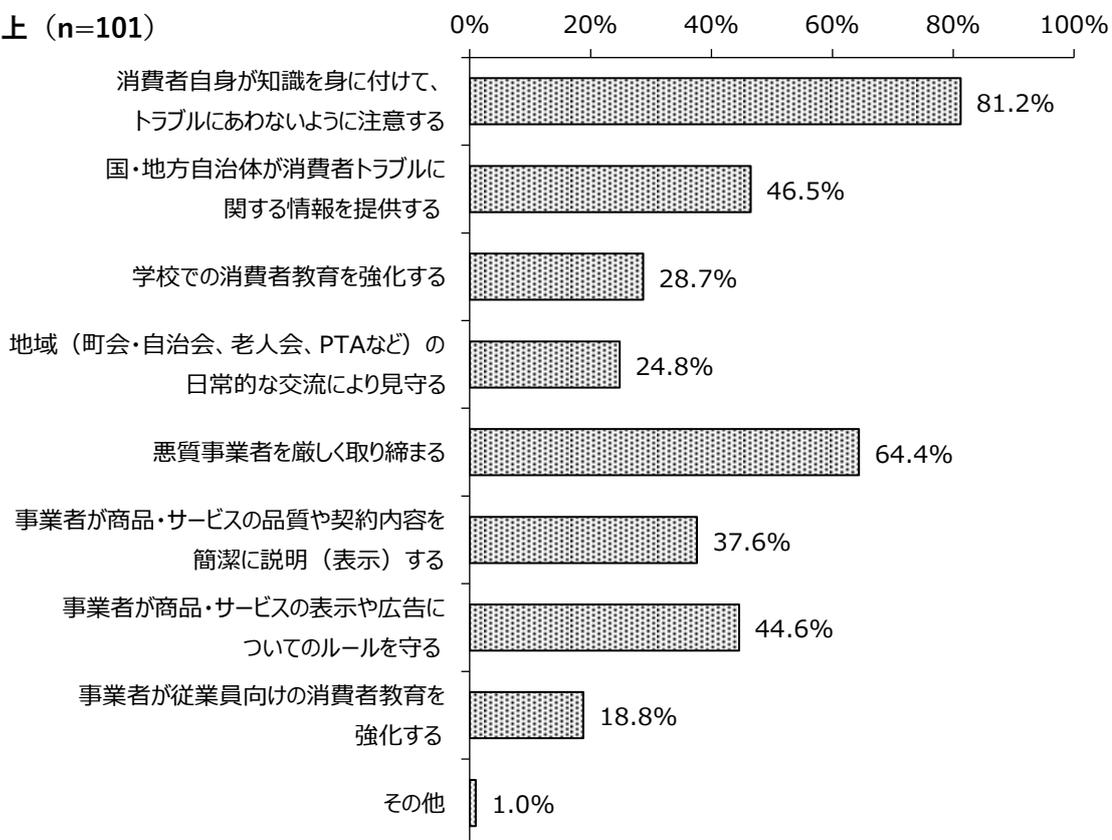
50歳代 (n=95)



60歳代 (n=86)



70歳以上 (n=101)

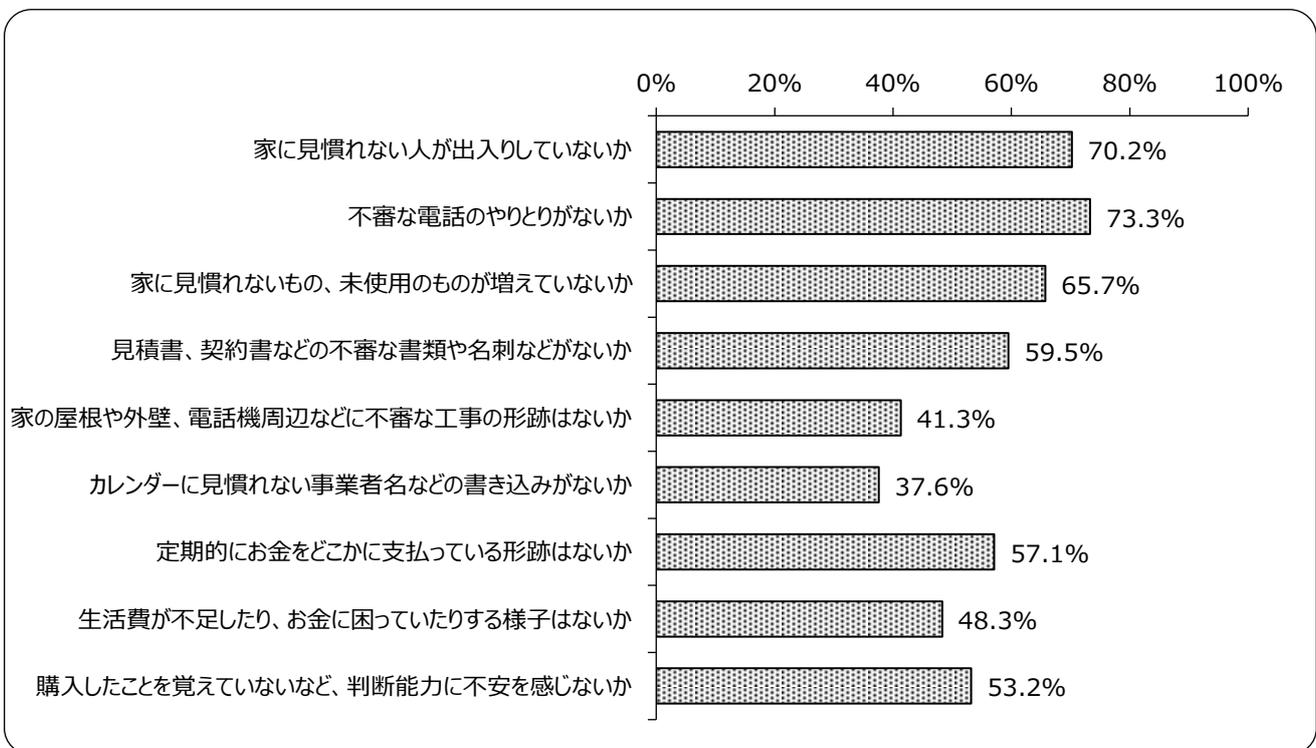


**問 37. 判断能力に不安のある高齢者や障害者などを狙った悪質商法や特殊詐欺が増加傾向にあり、地域住民が安心・安全に暮らせるよう、地域全体での見守りがますます重要となっています。**  
**判断能力に不安のある高齢者や障害者などを見守る中で何が重要だと思いますか。**

【複数選択可：いつでも】

「不審な電話のやりとりがないか」と回答した方が 73.3%で最も多かった。

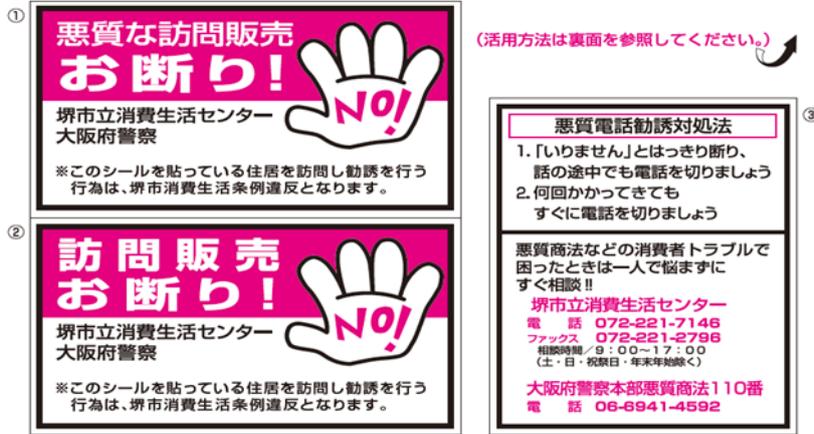
	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	家に見慣れない人が出入りしていないか	342	70.2%
2	不審な電話のやりとりがないか	357	73.3%
3	家に見慣れないもの、未使用のものが増えていないか	320	65.7%
4	見積書、契約書などの不審な書類や名刺などがないか	290	59.5%
5	家の屋根や外壁、電話機周辺などに不審な工事の形跡はないか	201	41.3%
6	カレンダーに見慣れない事業者名などの書き込みがないか	183	37.6%
7	定期的にお金をどこかに支払っている形跡はないか	278	57.1%
8	生活費が不足したり、お金に困っていたりする様子はないか	235	48.3%
9	購入したことを覚えていないなど、判断能力に不安を感じないか	259	53.2%



(3) 訪問販売お断りシール

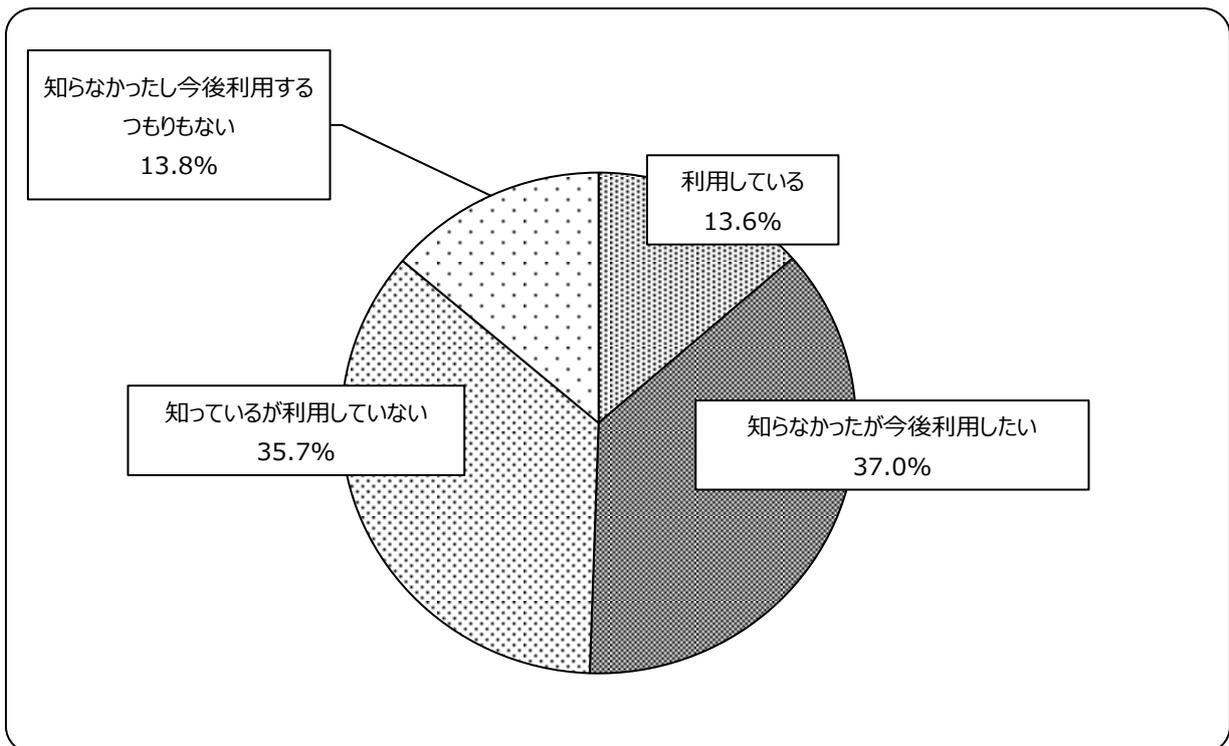
問 38. 本市では、望まない訪問販売による消費者被害を防ぐため、「訪問販売お断りシール」を作製し、各区役所などで配布しています。このシールを利用していますか。 【1 つ選択】

悪質な訪問販売による被害を防ぐための「訪問販売お断りシール」です。

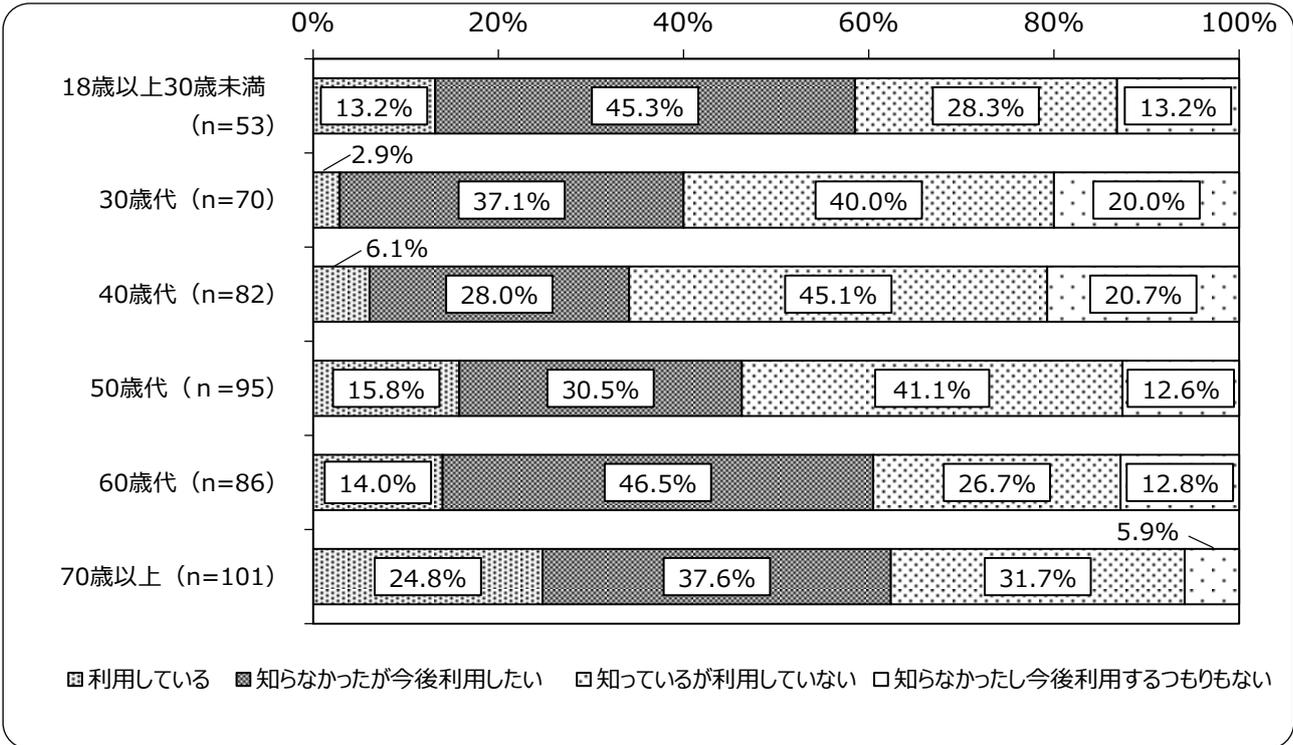


「利用している」「知らなかったが今後利用したい」と回答した方の合計は 50.6%であり、令和 5 年度の 46.3%から 4.2 ポイント増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	利用している	66	13.6%
2	知らなかったが今後利用したい	180	37.0%
3	知っているが利用していない	174	35.7%
4	知らなかったし今後利用するつもりもない	67	13.8%
	計 (回答総数)	487	100.0%



《年齢別》



問 39. 問 38 で「1 利用している」と回答された方に伺います。

訪問販売お断りシールを利用することによって、どのような効果を感じていますか。

【複数選択可：いくつでも】

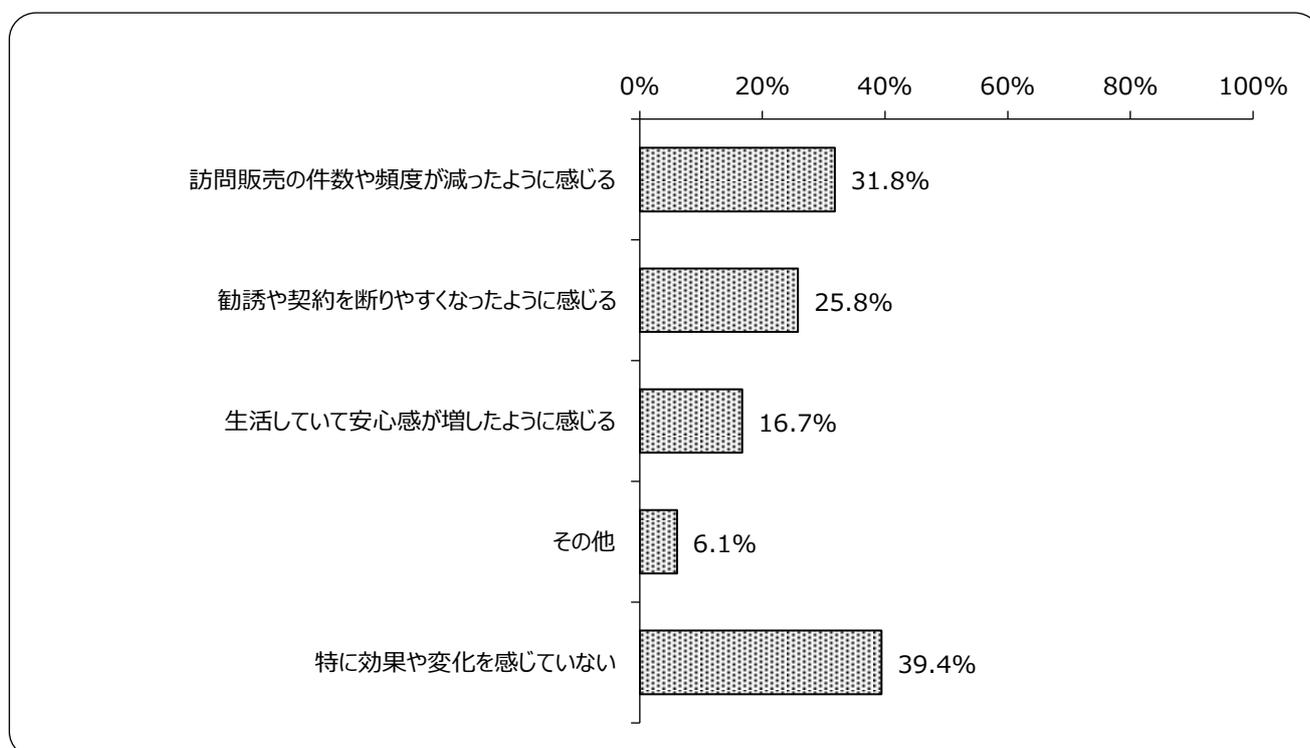
シールの利用により効果を実感された方の中では、「訪問販売の件数や頻度が減ったように感じる」と回答した方が 31.8%であり、令和 5 年度の 36.0%と同様、最も多かった。

	選択項目 (n=66)	回答数	回答数/n
1	訪問販売の件数や頻度が減ったように感じる	21	31.8%
2	勧誘や契約を断りやすくなったように感じる	17	25.8%
3	生活していて安心感が増したように感じる	11	16.7%
4	その他	4	6.1%
5	特に効果や変化を感じていない	26	39.4%

[4 その他]

【主な回答】

- 近所ぐるみでシールを貼ることで、意識が高い地域だと思われる。
- シールを貼っていても訪問販売を受けることがある。



問 40. 問 38 で「3 知っているが利用していない」「4 知らなかったし今後利用するつもりもない」と回答された方に伺います。

訪問販売お断りシールを利用していない（するつもりがない）理由について、あてはまるものはどれですか。

【複数選択可：いくつでも】

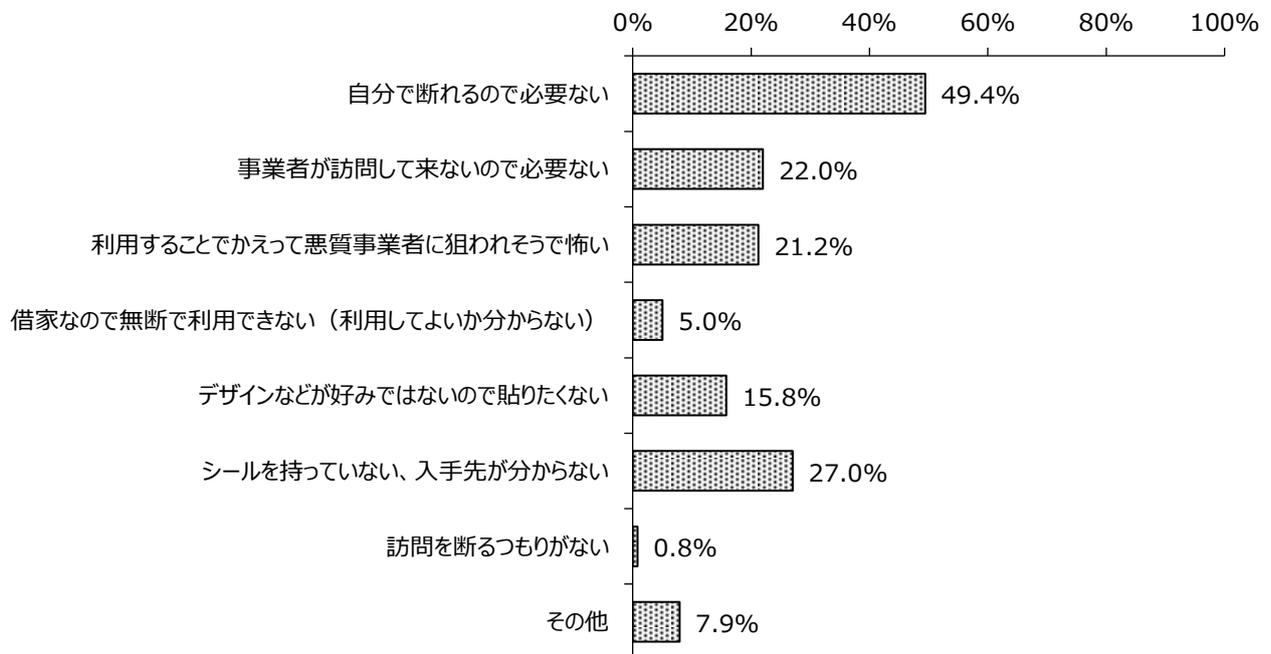
「自分で断れるので必要ない」と回答した方が 49.4%であり、令和 5 年度の 42.5%と同様、最も多かった。

	選択項目 (n=241)	回答数	回答数/n
1	自分で断れるので必要ない	119	49.4%
2	事業者が訪問して来ないので必要ない	53	22.0%
3	利用することでかえって悪質事業者に狙われそうで怖い	51	21.2%
4	借家なので無断で利用できない（利用してよいか分からない）	12	5.0%
5	デザインなどが好みではないので貼りたくない	38	15.8%
6	シールを持っていない、入手先が分からない	65	27.0%
7	訪問を断るつもりがない	2	0.8%
8	その他	19	7.9%

[8 その他]

【主な回答】

- 効果がなさそう、効果が分からない。
- 悪質業者には効果が薄い。
- 貼る場所がない、はがしにくい。
- 集合住宅の景観を損なう。
- 必要性がない。



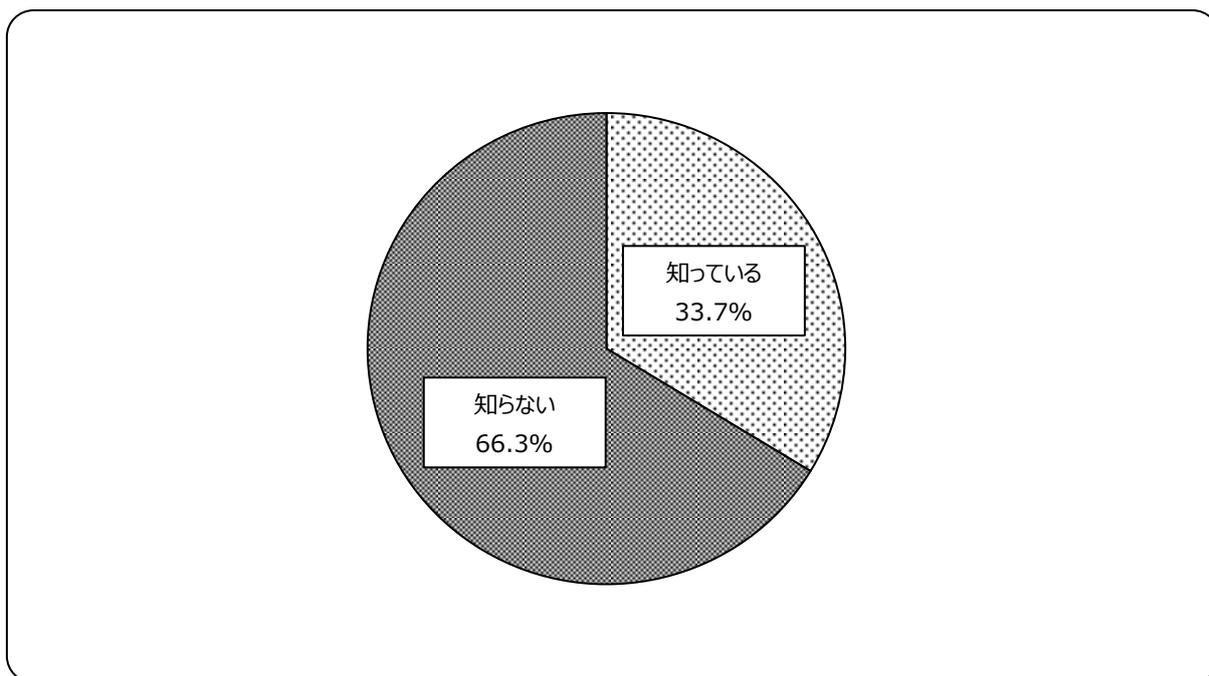
(4) 計量

問 41. 店舗での量り売りなどについては、「適正な計量」が重要です。

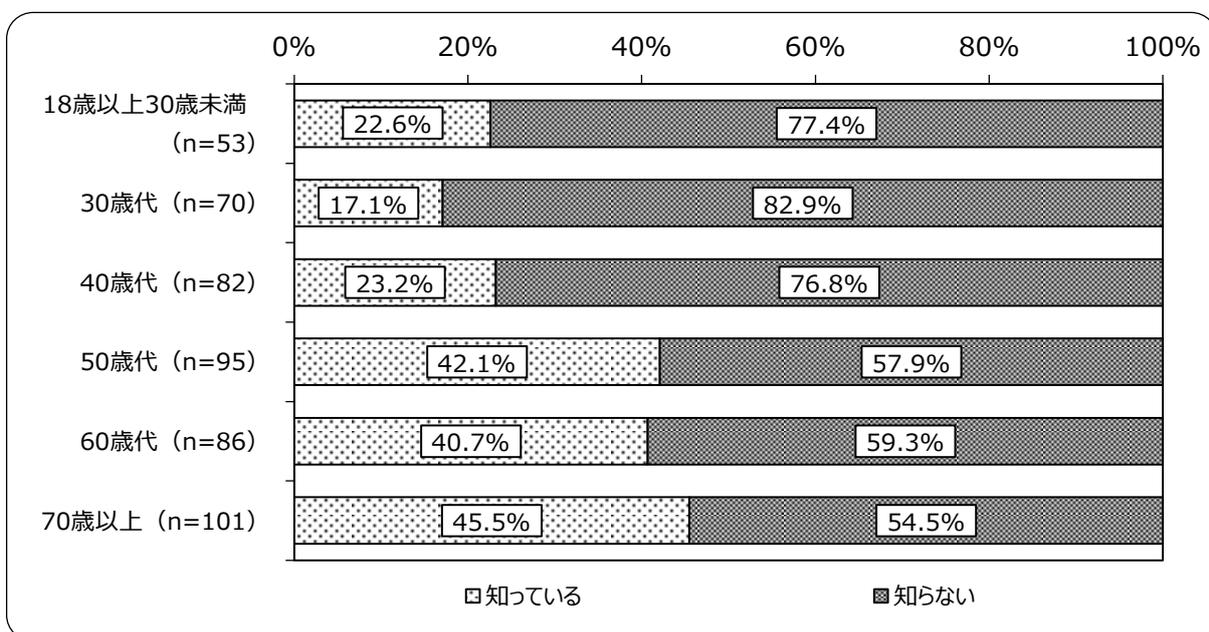
内容量表示が多い場合、法的な指導基準はありませんが、著しく不正確な計量については、指導・勧告の対象となり得ることをご存知ですか。 【1つ選択】

「知っている」と回答した方は、約 3 割に留まった。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	知っている	164	33.7%
2	知らない	323	66.3%
	計 (回答総数)	487	100.0%



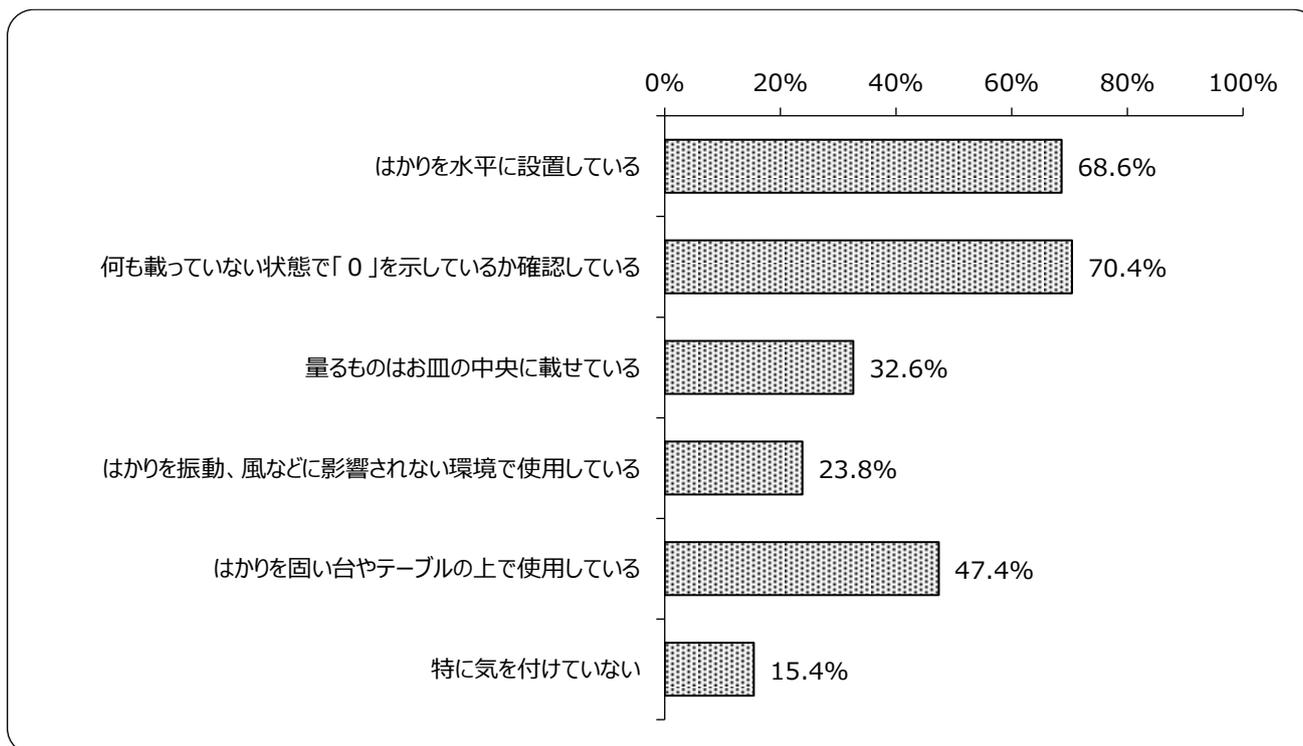
《年齢別》



**問 42. はかりは正しく設置されていなければ正しい値を示しません。普段、体重計やキッチンスケールなどを使用する際、気を付けていることはありますか。** 【複数選択可：いくつでも】

「何も載っていない状態で「0」を示しているか確認している」と回答した方が 70.4%と最も多かった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	はかりを水平に設置している	334	68.6%
2	何も載っていない状態で「0」を示しているか確認している	343	70.4%
3	量るものはお皿の中央に載せている	159	32.6%
4	はかりを振動、風などに影響されない環境で使用している	116	23.8%
5	はかりを固い台やテーブルの上で使用している	231	47.4%
6	特に気を付けていない	75	15.4%



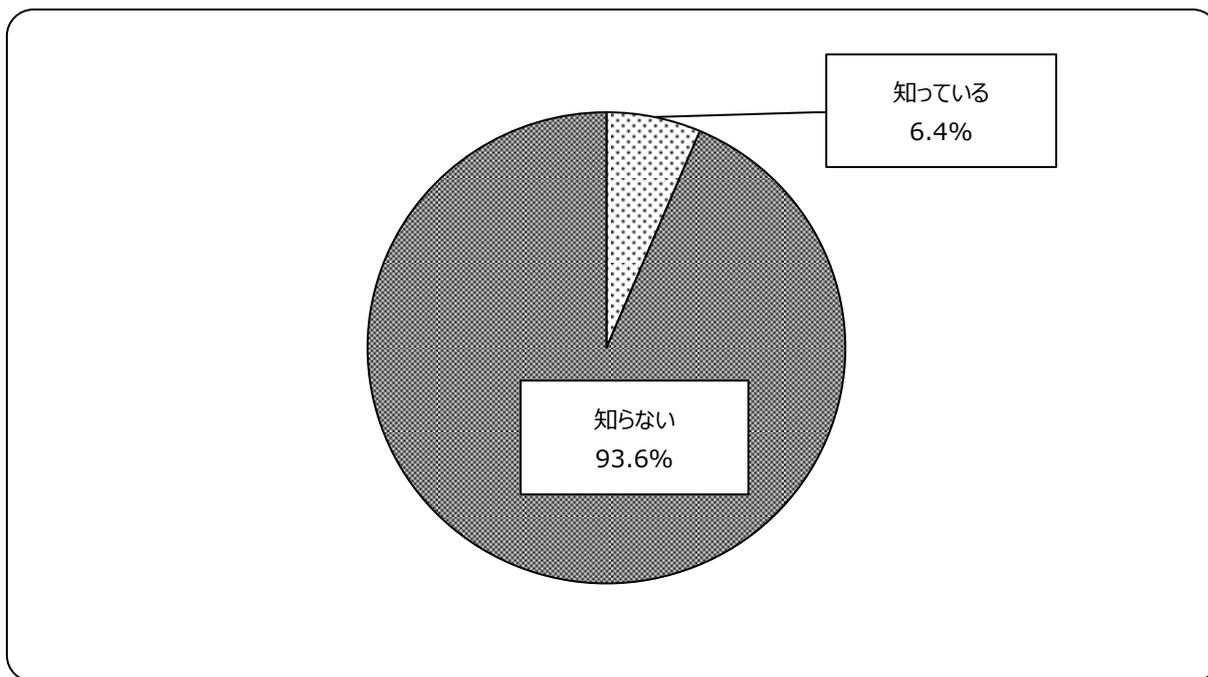
問 43. 11 月 1 日は計量記念日、11 月が「計量強調月間」とされ、計量制度に対する理解を広めるため全国的にイベントなどが催されています。

本市でも「一日計量士」イベントなどを行っているのをご存知ですか。

【1 つ選択】

「知らない」と回答した方が約 9 割を占めた。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	知っている	31	6.4%
2	知らない	456	93.6%
	計 (回答総数)	487	100.0%



## 4. 公共交通

### 調査結果の概要

<b>テーマ</b>	公共交通
<b>担当課</b>	建築都市局 交通部 公共交通担当
<b>設問数</b>	11 問
<b>趣旨・目的</b>	<p>人口減少・高齢化の進展などにより公共交通を取り巻く環境が変化する中、本市では令和 6 年 5 月に「堺市地域公共交通計画」を策定し、多様な関係者の連携・協働の下、持続可能な公共交通ネットワークの形成や利用しやすい移動サービスの充実に取り組んでいます。</p> <p>今回のアンケートは、公共交通の利用実態やニーズなどを調査し、効果的な施策の検討などに活用するものです。</p>
<b>調査結果</b>	各設問のページをご覧ください。
<b>調査結果に係る 担当課の所見</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・問 44 では、利用する方が多い「鉄道」「路線バス」を週 1 日以上利用する方が令和 4 年度から「鉄道」は 3.1 ポイント、「路線バス」は 1.0 ポイント増加しているため、公共交通の利用頻度は向上しています。</li><li>・問 45 では、利用が最も多い「鉄道」の主な利用目的は、「娯楽」「買い物」「通勤・通学」であり、令和 4 年度と同じ結果でした。</li><li>・問 49 では、公共交通を利用する上で、特に重要と思うものについて、「運行本数」が最も多く、次いで「定時性」となっており、令和 4 年度から「運行本数」は 10.0 ポイント「定時性」は 9.9 ポイント増加しています。</li><li>・アンケートの結果を踏まえ、引き続き、有識者や交通事業者などが参画する地域公共交通活性化協議会でも議論を行いながら、公共交通の利便性向上及び利用促進に取り組めます。</li></ul>

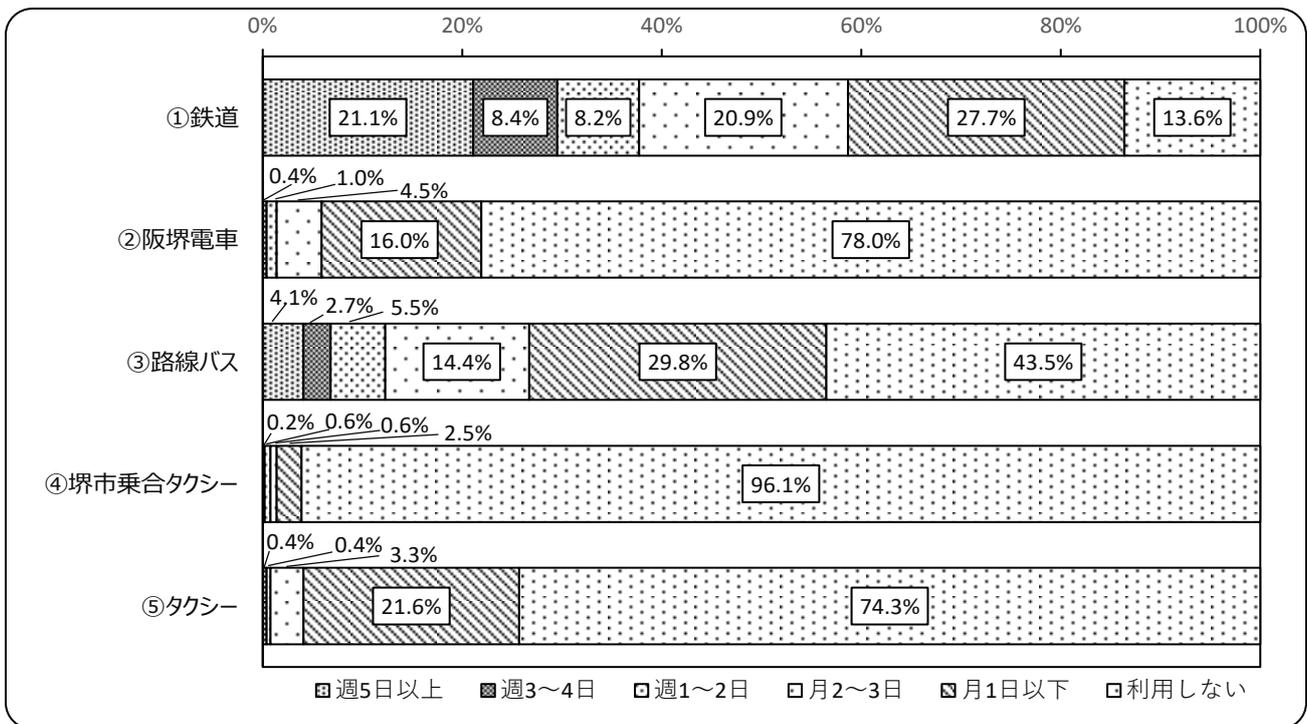
(1) 公共交通の利用状況

問 44. 日頃、次の公共交通をどの程度利用されていますか。

【各項目：1つ選択】

週1日以上利用する方は「鉄道」が37.7%と最も多く、令和4年度の34.6%から増加した。次いで「路線バス」が12.3%であり、令和4年度の11.3%から増加した。

選択項目 (n=487)	週5日以上	週3~4日	週1~2日	月2~3日	月1日以下	利用しない	計 (回答総数)
①鉄道	103 21.1%	41 8.4%	40 8.2%	102 20.9%	135 27.7%	66 13.6%	487 100.0%
②阪堺電車	0 0.0%	2 0.4%	5 1.0%	22 4.5%	78 16.0%	380 78.0%	487 100.0%
③路線バス	20 4.1%	13 2.7%	27 5.5%	70 14.4%	145 29.8%	212 43.5%	487 100.0%
④堺市乗合タクシー	0 0.0%	1 0.2%	3 0.6%	3 0.6%	12 2.5%	468 96.1%	487 100.0%
⑤タクシー	0 0.0%	2 0.4%	2 0.4%	16 3.3%	105 21.6%	362 74.3%	487 100.0%



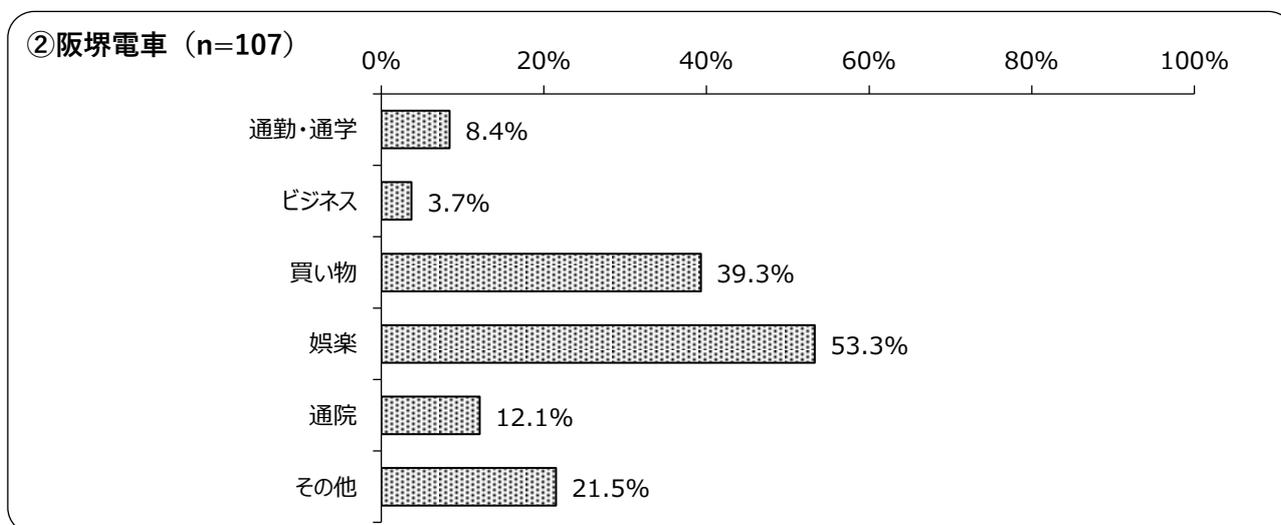
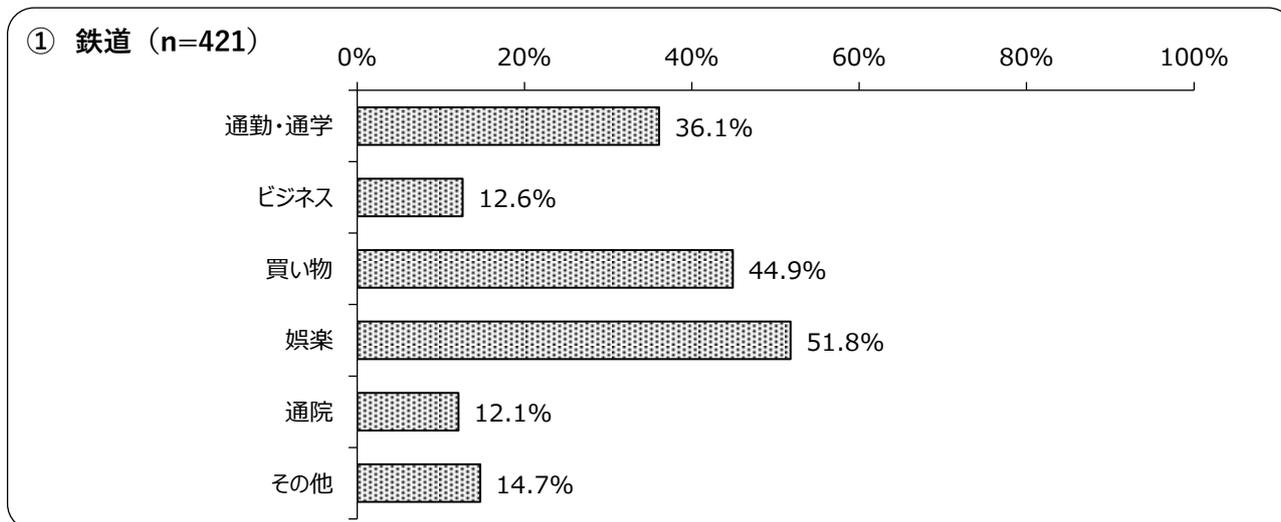
**問 45. 日頃、次の公共交通を利用される際、どのような目的で利用されていますか。**

※問 44 で「利用しない」を選択された項目については、回答不要です。

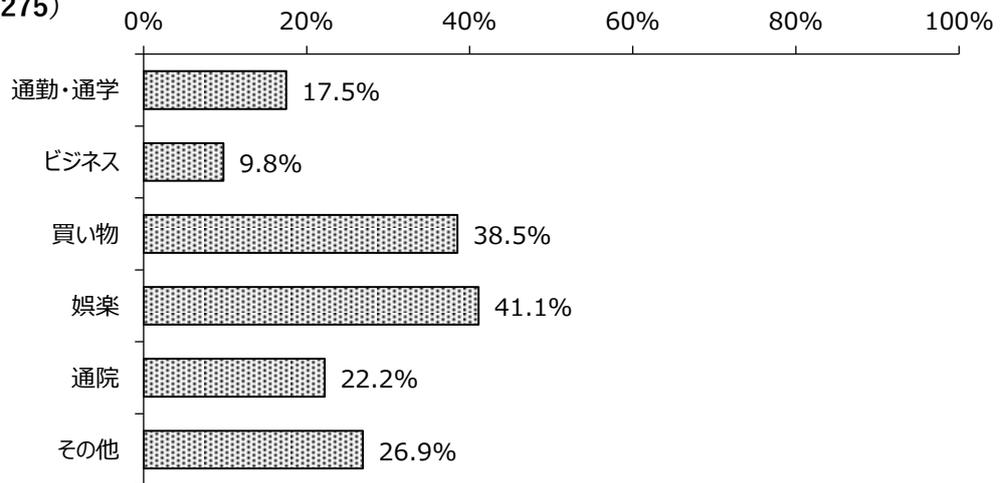
【各項目複数選択可：いくつでも】

利用が最も多い「鉄道」における主な利用目的は「娯楽」が 51.8%であり、令和 4 年度の 40.5%から増加した。また、「買い物」が 44.9%、「通勤・通学」が 36.1%であり、令和 4 年度はそれぞれ 39.0%、38.4%となった。

選択項目	通勤・通学	ビジネス	買い物	娯楽	通院	その他
①鉄道(n=421)	152 36.1%	53 12.6%	189 44.9%	218 51.8%	51 12.1%	62 14.7%
②阪堺電車(n=107)	9 8.4%	4 3.7%	42 39.3%	57 53.3%	13 12.1%	23 21.5%
③路線バス(n=275)	48 17.5%	27 9.8%	106 38.5%	113 41.1%	61 22.2%	74 26.9%
④堺市乗合タクシー(n=19)	0 0.0%	1 5.3%	3 15.8%	10 52.6%	3 15.8%	5 26.3%
⑤タクシー(n=125)	9 7.2%	17 13.6%	18 14.4%	38 30.4%	36 28.8%	38 30.4%

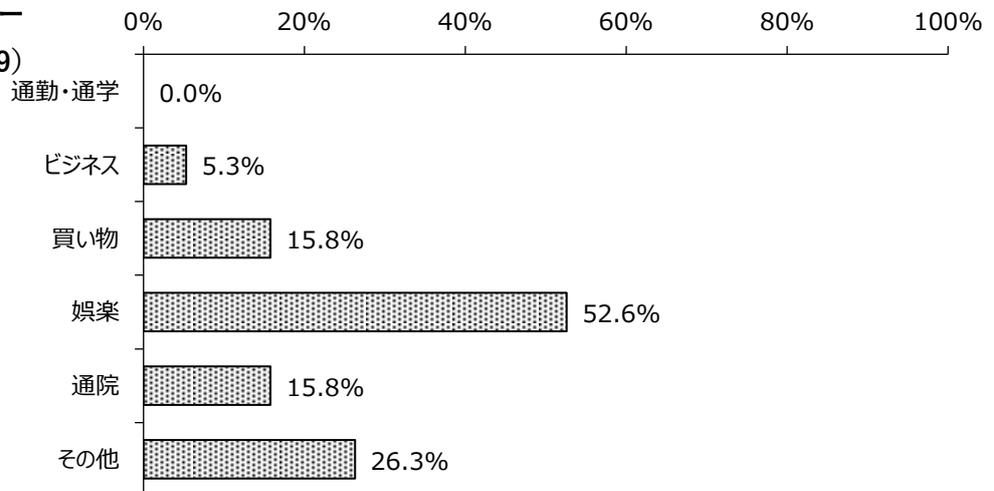


③ 路線バス (n=275)

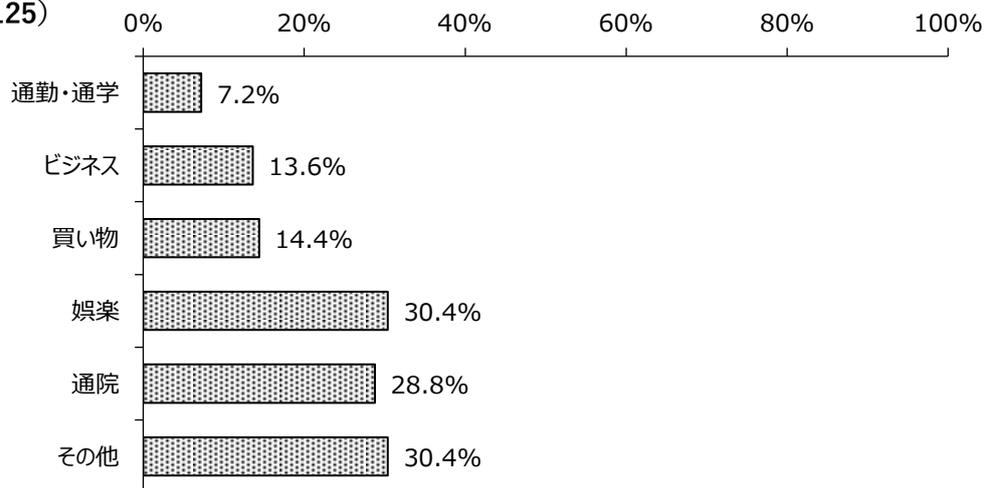


④ 堺市乗合タクシー

(n=19)



⑤ タクシー (n=125)



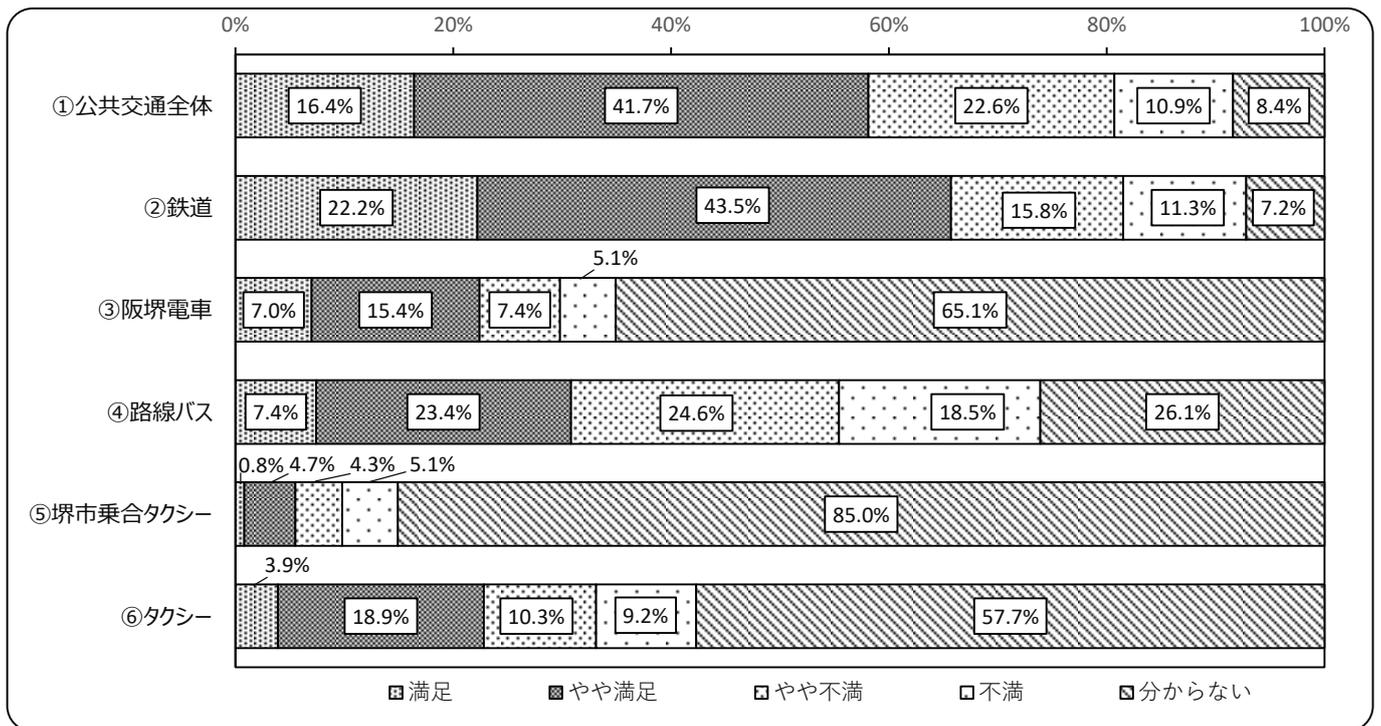
## (2) 公共交通の満足度

問 46. 現状の公共交通に対する満足度をお答えください。

【各項目：1つ選択】

「公共交通全体」に対して「満足」「やや満足」の合計は 58.1%であり、令和 4 年度の 56.2%から 1.9 ポイント増加した。中でも「鉄道」は 65.7%であり、令和 4 年度の 62.0%から 3.7 ポイント増加した。

選択項目 (n=487)	満足	やや満足	やや不満	不満	分からない	計 (回答総数)
①公共交通全体	80 16.4%	203 41.7%	110 22.6%	53 10.9%	41 8.4%	487 100.0%
②鉄道	108 22.2%	212 43.5%	77 15.8%	55 11.3%	35 7.2%	487 100.0%
③阪堺電車	34 7.0%	75 15.4%	36 7.4%	25 5.1%	317 65.1%	487 100.0%
④路線バス	36 7.4%	114 23.4%	120 24.6%	90 18.5%	127 26.1%	487 100.0%
⑤堺市乗合タクシー	4 0.8%	23 4.7%	21 4.3%	25 5.1%	414 85.0%	487 100.0%
⑥タクシー	19 3.9%	92 18.9%	50 10.3%	45 9.2%	281 57.7%	487 100.0%

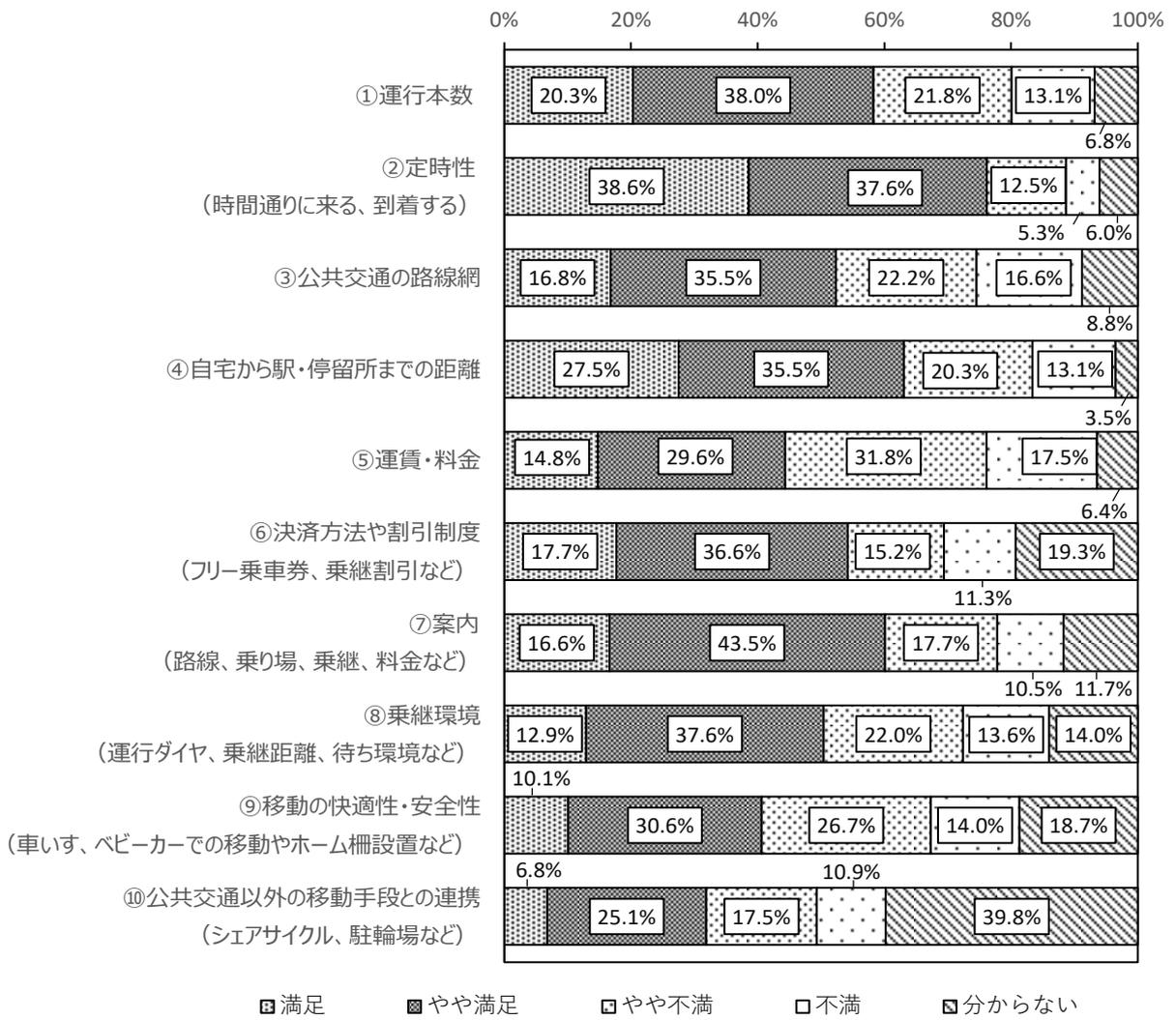


問 47. 公共交通全体の利用環境に関する各項目の満足度をお答えください。

【各項目：1つ選択】

満足、やや満足が多いものとして「定時性（時間通りに来る、到着する）」が76.2%、「自宅から駅・停留所までの距離」が63.0%、「案内（路線、乗り場、乗継、料金など）」が60.1%であり、令和4年度はそれぞれ75.6%、67.4%、55.2%であった。満足度の高いものは令和4年度の結果と同様であった。

選択項目 (n=487)	満足	やや満足	やや不満	不満	分からない	計 (回答総数)
①運行本数	99	185	106	64	33	487
	20.3%	38.0%	21.8%	13.1%	6.8%	100.0%
②定時性（時間通りに来る、到着する）	188	183	61	26	29	487
	38.6%	37.6%	12.5%	5.3%	6.0%	100.0%
③公共交通の路線網	82	173	108	81	43	487
	16.8%	35.5%	22.2%	16.6%	8.8%	100.0%
④自宅から駅・停留所までの距離	134	173	99	64	17	487
	27.5%	35.5%	20.3%	13.1%	3.5%	100.0%
⑤運賃・料金	72	144	155	85	31	487
	14.8%	29.6%	31.8%	17.5%	6.4%	100.0%
⑥決済方法や割引制度 (フリー乗車券、乗継割引など)	86	178	74	55	94	487
	17.7%	36.6%	15.2%	11.3%	19.3%	100.0%
⑦案内（路線、乗り場、乗継、料金など）	81	212	86	51	57	487
	16.6%	43.5%	17.7%	10.5%	11.7%	100.0%
⑧乗継環境 (運行ダイヤ、乗継距離、待ち環境など)	63	183	107	66	68	487
	12.9%	37.6%	22.0%	13.6%	14.0%	100.0%
⑨移動の快適性・安全性 (車いす、ベビーカーでの移動やホーム柵設置など)	49	149	130	68	91	487
	10.1%	30.6%	26.7%	14.0%	18.7%	100.0%
⑩公共交通以外の移動手段との連携 (シェアサイクル、駐輪場など)	33	122	85	53	194	487
	6.8%	25.1%	17.5%	10.9%	39.8%	100.0%



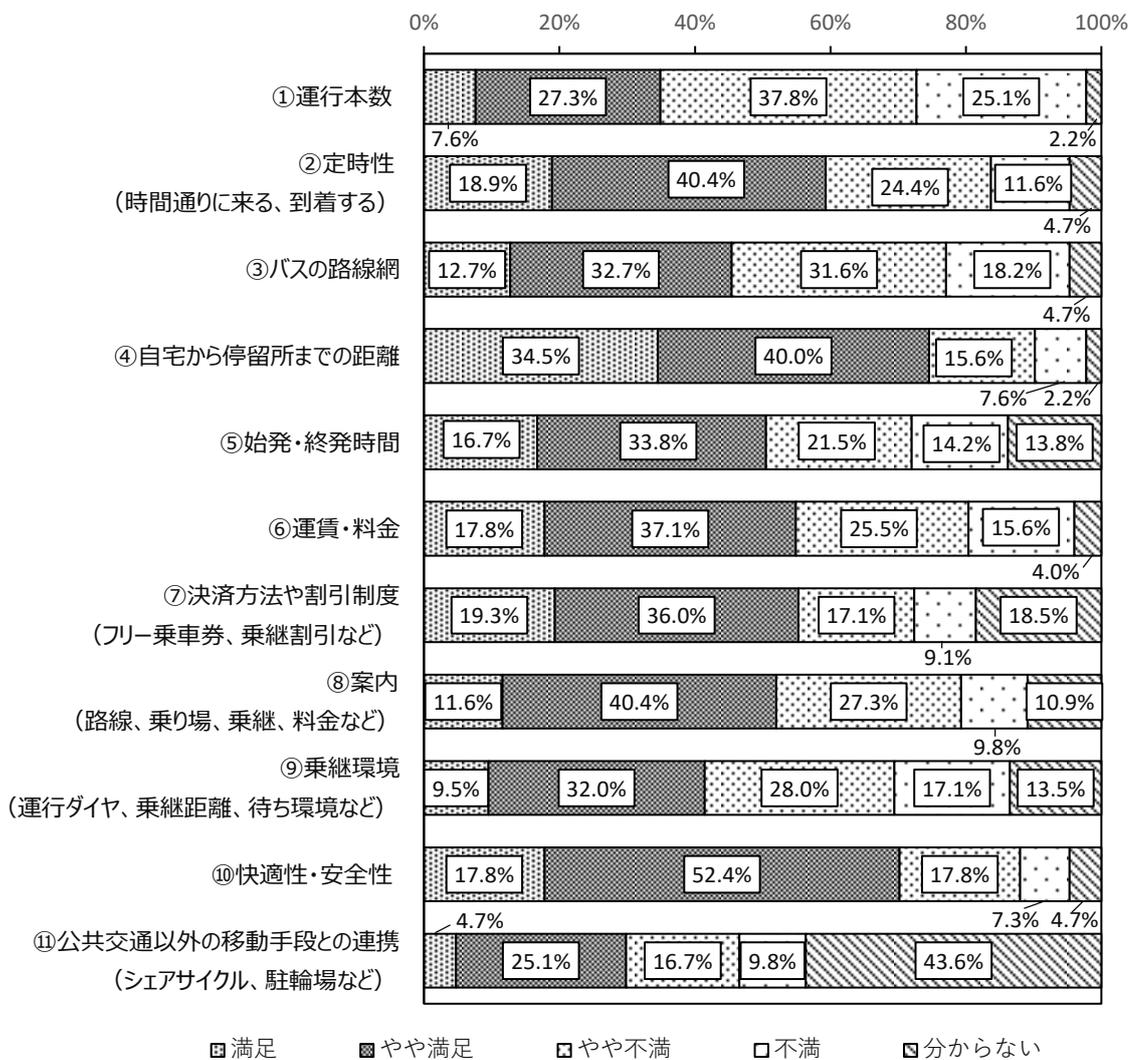
**問 48. 路線バスの利用環境に関する各項目の満足度をお答えください。**

※問 44③で「利用しない」を選択された方は回答不要です。

**【各項目：1つ選択】**

満足、やや満足が多いものとして「自宅から停留所までの距離」が 74.5%、「快適性・安全性」が 70.2%となった。不満、やや不満が多いものとして「運行本数」が 62.9%となった。

選択項目 (n=275)	満足	やや満足	やや不満	不満	分からない	計 (回答総数)
①運行本数	21 7.6%	75 27.3%	104 37.8%	69 25.1%	6 2.2%	275 100.0%
②定時性 (時間通りに来る、到着する)	52 18.9%	111 40.4%	67 24.4%	32 11.6%	13 4.7%	275 100.0%
③バスの路線網	35 12.7%	90 32.7%	87 31.6%	50 18.2%	13 4.7%	275 100.0%
④自宅から停留所までの距離	95 34.5%	110 40.0%	43 15.6%	21 7.6%	6 2.2%	275 100.0%
⑤始発・終発時間	46 16.7%	93 33.8%	59 21.5%	39 14.2%	38 13.8%	275 100.0%
⑥運賃・料金	49 17.8%	102 37.1%	70 25.5%	43 15.6%	11 4.0%	275 100.0%
⑦決済方法や割引制度 (フリー乗車券、乗継割引など)	53 19.3%	99 36.0%	47 17.1%	25 9.1%	51 18.5%	275 100.0%
⑧案内 (路線、乗り場、乗継、料金など)	32 11.6%	111 40.4%	75 27.3%	27 9.8%	30 10.9%	275 100.0%
⑨乗継環境 (運行ダイヤ、乗継距離、待ち環境など)	26 9.5%	88 32.0%	77 28.0%	47 17.1%	37 13.5%	275 100.0%
⑩快適性・安全性	49 17.8%	144 52.4%	49 17.8%	20 7.3%	13 4.7%	275 100.0%
⑪公共交通以外の移動手段との連携 (シェアサイクル、駐輪場など)	13 4.7%	69 25.1%	46 16.7%	27 9.8%	120 43.6%	275 100.0%

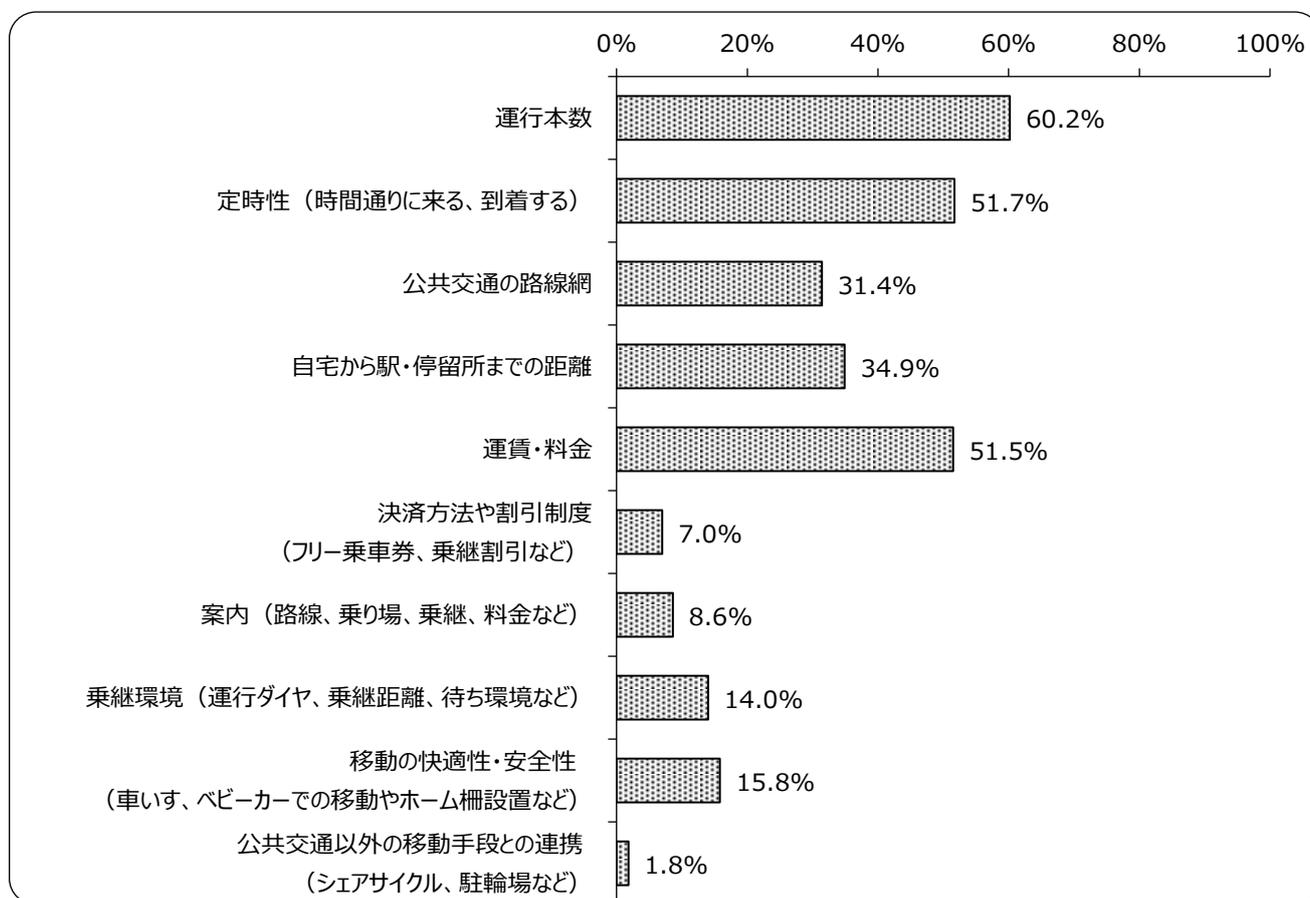


問 49. 公共交通を利用する上で、特に重要と思うものは何ですか。

【複数選択可：3 つまで】

「運行本数」が 60.2%と最も多く、次いで「定時性（時間通りに来る、到着する）」が 51.7%となった。「運行本数」は令和 4 年度の 50.2%から 10.0 ポイント増加し、「定時性（時間通りに来る、到着する）」は令和 4 年度の 41.8%から 9.9 ポイント増加した。

	選択項目（n=487）	回答数	回答数/n
1	運行本数	293	60.2%
2	定時性（時間通りに来る、到着する）	252	51.7%
3	公共交通の路線網	153	31.4%
4	自宅から駅・停留所までの距離	170	34.9%
5	運賃・料金	251	51.5%
6	決済方法や割引制度（フリー乗車券、乗継割引など）	34	7.0%
7	案内（路線、乗り場、乗継、料金など）	42	8.6%
8	乗継環境（運行ダイヤ、乗継距離、待ち環境など）	68	14.0%
9	移動の快適性・安全性（車いす、ベビーカーでの移動やホーム柵設置など）	77	15.8%
10	公共交通以外の移動手段との連携（シェアサイクル、駐輪場など）	9	1.8%



問 50. 問 49 の 1 から 10 の記載内容以外に公共交通を利用する上で、特に重要と思うものがあれば、ご記入ください。 【自由記述】

問 49 の記載内容以外では「バス停への上屋、ベンチの設置」との回答が多く、次いで「事故・災害時の対応、早期復旧」「混雑状況の案内」が意見として寄せられた。

**【施設整備】**

- バス停への上屋・ベンチの設置
- 東西の電車
- バスレーン整備
- 駅にエレベーター・エスカレーターを設置
- バス停前の道路の整備
- トイレの数・ごみ箱の設置
- ミストの設置
- 駅の近くにパーキングがあること
- 駅の駐輪場に 125cc 以上のバイクを停める場所が無いこと

**【対応】**

- 事故後の復旧速度
- 災害時の対応
- 接客態度
- シェアサイクルの子連れ向け対応
- 利用者のマナー
- バスやタクシーの安全な運転

**【利用環境】**

- 混雑具合
- 目的地までの乗車時間
- バスの乗車時間の短縮
- 踏切が少ない、または無いこと
- バスの車内温度
- 混雑緩和のための有料座席の設置
- ブランドイメージ・清潔感・先進性・単なる移動手段ではない楽しさ
- 衛生上の清潔さ
- 座席の数
- 防犯カメラ
- 阪和線の駅に駅員がいない
- 子どもが泣いたり騒いでも気兼ねなく利用できる環境

**【案内】**

- 混雑状況の案内
- 分かりやすい地図表示
- 交通に関するアプリの充実
- 移動時の足元案内表示
- ポケット時刻表
- 多言語表示

**【制度】**

- 回数券
- おでかけ応援制度
- 障害者への割引制度
- 駐輪場の無料化
- ポイント制度

**【その他】**

- 沿線でのイベントの有無

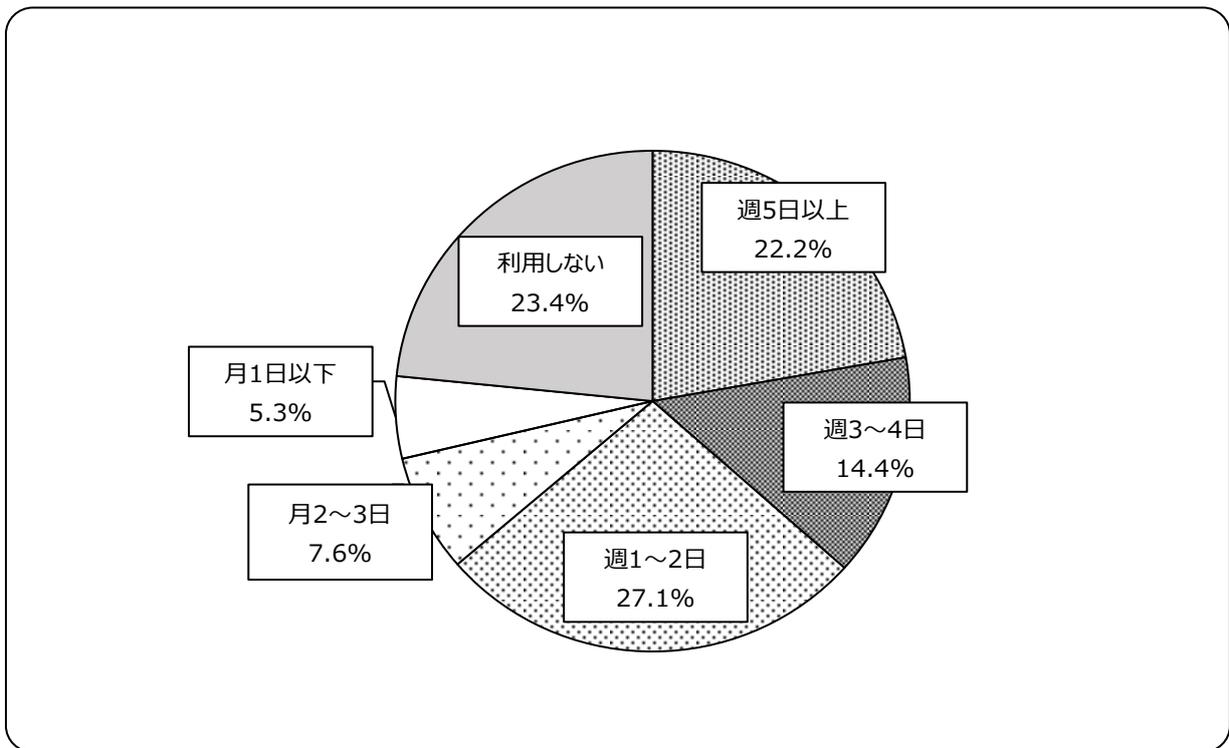
### (3) 自動車の利用

問 51. 日頃、自動車をどの程度利用していますか。

【1つ選択】

週1日以上自動車を利用する方は63.7%であり、令和4年度の61.2%から増加した。利用しない方は23.4%であり、令和4年度の28.1%から減少した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	週5日以上	108	22.2%
2	週3~4日	70	14.4%
3	週1~2日	132	27.1%
4	月2~3日	37	7.6%
5	月1日以下	26	5.3%
6	利用しない	114	23.4%
	計 (回答総数)	487	100.0%



問 52. 問 51 で 1 から 5 と選択された方に伺います。

自動車利用から公共交通利用に転換することについて、あなたの考えに最も近いものをお答えください。

【1つ選択】

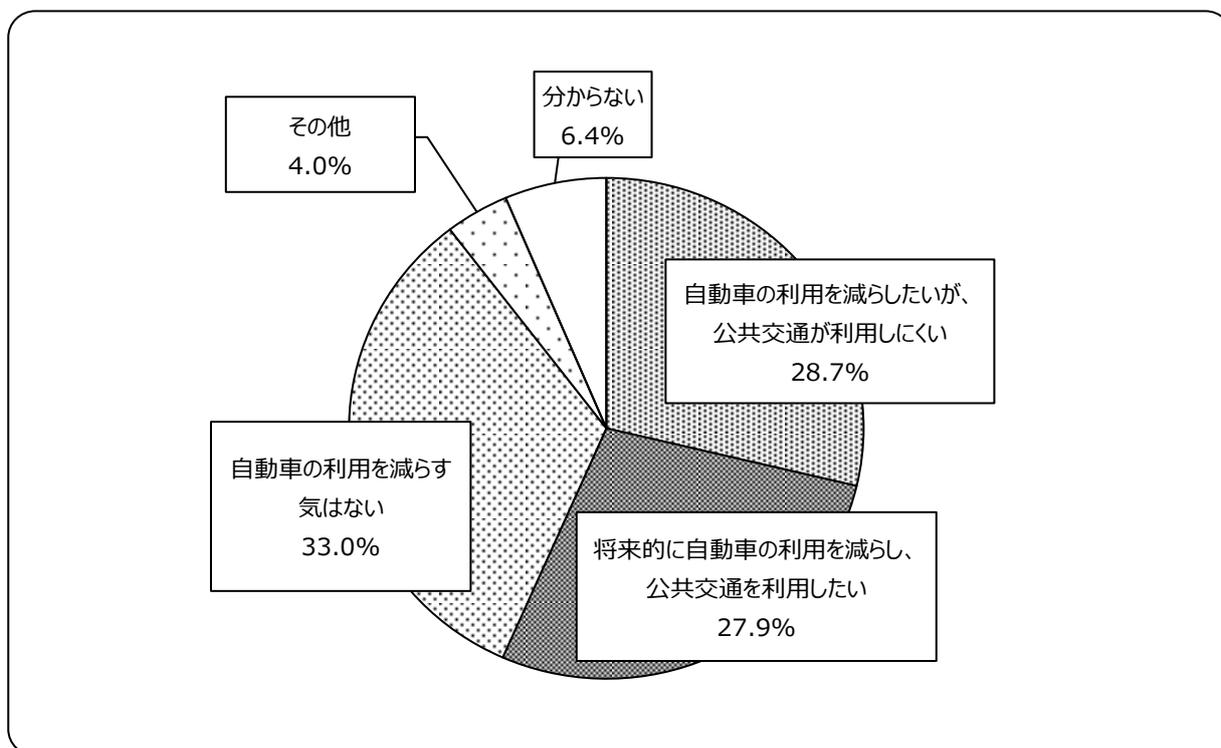
「自動車の利用を減らす気がない」と回答した方は 33.0%であり、令和 4 年度の 43.0%から減少した。「自動車の利用を減らしたいが、公共交通が利用しにくい」「将来的に自動車の利用を減らし、公共交通を利用したい」と回答した方は合計で 56.6%であり、令和 4 年度の 46.6%から増加した。

	選択項目 (n=373)	回答数	構成比
1	自動車の利用を減らしたいが、公共交通が利用しにくい	107	28.7%
2	将来的に自動車の利用を減らし、公共交通を利用したい	104	27.9%
3	自動車の利用を減らす気はない	123	33.0%
4	その他	15	4.0%
5	分からない	24	6.4%
	計 (回答総数)	373	100.0%

[4 その他]

【主な回答】

- こどもが小さいため自動車の利便性が高い。
- こどもの人数が多く、公共交通を利用することで時間とお金がかかる。
- 御堂筋線なかもず駅以遠の延長をしてくれば転換する。
- 荷物の多寡や移動先への利便性により使い分けている。
- 自動車利用は移動手段でなく荷物を運ぶことなので日頃から自転車に転換する。
- 目的地が駅から離れていると自動車を利用する。
- 津久野から美原までの公共交通が不便
- 自動車を所有していると、使わないともったいない面がある。



**(4) 公共交通の必要性**

**問 53. 公共交通の必要性について、公共交通のサービスが低下した（なくなった）場合※、あなたの考えに最も近いものをお答えください。** **【1つ選択】**

「日常生活（通勤・通学・通院・買い物など）に支障が出る」と回答した方が 47.0%と最も多く、次いで「今は困らないが、将来高齢になると困る」と回答した方が 34.9%となった。

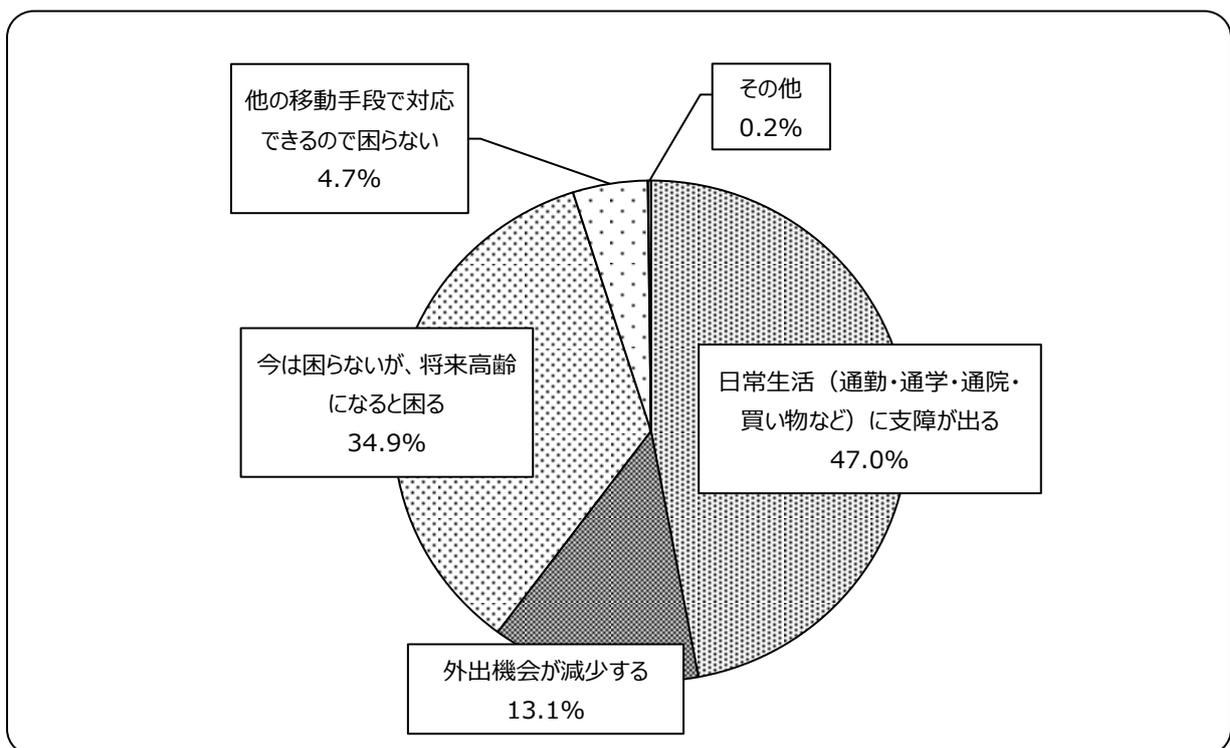
	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	日常生活（通勤・通学・通院・買い物など）に支障が出る	229	47.0%
2	外出機会が減少する	64	13.1%
3	今は困らないが、将来高齢になると困る	170	34.9%
4	他の移動手段で対応できるので困らない	23	4.7%
5	その他	1	0.2%
	計（回答総数）	487	100.0%

※サービスの低下した（なくなった）場合：運行本数の減便や路線の廃止、運賃の値上げなどが行われた場合

[5 その他]

**【回答】**

- 自動車に乗れなくなったら移動手段に困る。



## (5) 公共交通の維持・確保

問 54. 今後、人口減少や高齢化による利用者の減少に伴い公共交通を取り巻く環境は、より厳しくなることが想定されますが、現状の公共交通を維持・確保することについて、あなたの考えに最も近いものをお答えください。

【1つ選択】

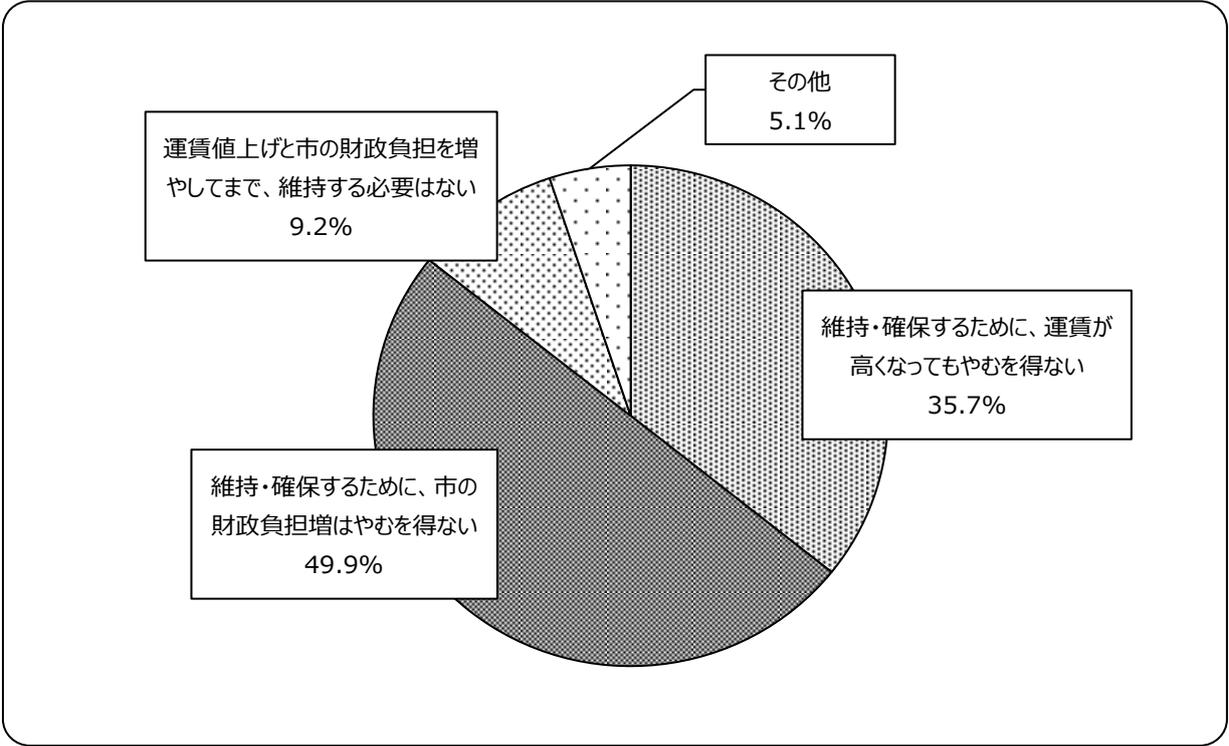
「維持・確保するために、運賃が高くなってもやむを得ない」「維持・確保するために、市の財政負担増はやむを得ない」と回答した方の合計が 85.6%であり、令和 4 年度の 78.3%から 7.3 ポイント増加した。「運賃値上げと市の財政負担を増やしてまで、維持する必要はない」と回答した方の合計が 9.2%であり、令和 4 年度の 16.3%から 7.1 ポイント減少した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	維持・確保するために、運賃が高くなってもやむを得ない	174	35.7%
2	維持・確保するために、市の財政負担増はやむを得ない	243	49.9%
3	運賃値上げと市の財政負担を増やしてまで、維持する必要はない	45	9.2%
4	その他	25	5.1%
	計 (回答総数)	487	100.0%

[4 その他]

### 【主な回答】

- 維持確保するために、運賃が高くなってもやむを得ないと思うが、低価じゃないと日常的には使いにくいので結局使用頻度を抑えることになってしまいそう。
- 維持・確保するために運賃が高くなってもやむを得ないが、市の財政負担増もまたやむを得ない。
- 通勤は値上げで通学は維持など価格差をつけてコストを抑制。
- 自動運転を進めるべき。
- 路線網の再構築など事業の見直しが必要。
- 維持・確保するために、運賃が高くなれば、利用するハードルが高くなってしまうため、代替のものを考えるなど工夫が必要。
- 若い世代が利用しやすい仕組みを作ることが必要。
- 公共交通維持のための値上げはやむを得ないが、主な使用層である高齢者に対する費用補助は不要と思われる。まずはそこから財源確保すべき。



## 5. 広報活動

### 調査結果の概要

<b>テーマ</b>	広報活動
<b>担当課</b>	市長公室 広報戦略部 広報課
<b>設問数</b>	15 問
<b>趣旨・目的</b>	<p>本市では、市民に開かれた市政、市民協働による取組を進めるため、現在、「広報さかい」「市ホームページ」「堺市の公式 SNS」などの各種媒体を使って広報活動を行い、広く市民と行政をつなぐ様々な情報の発信を行っています。</p> <p>今回のアンケートは、本市の広報活動についての市民の皆様の意識や意見を調査し、今後の広報活動の充実に活用するものです。</p>
<b>調査結果</b>	各設問のページをご覧ください。
<b>調査結果に係る 担当課の所見</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・問 56 では、市政に関する情報を得る方法として約 9 割の方が「広報さかい」を選択している一方、問 55 の結果から、市政に関する情報を「あまり得られていない」「ほとんど得られていない（不足している）」と回答した方の合計が約 4 割であり、市政に関する情報を市民の皆様に確実に伝えるためには広報さかいだけでは不十分である結果となりました。このことから、他の様々な媒体を使って、対象者（ターゲット）やタイミングなど各媒体の特性に応じた情報発信を強化します。</li><li>・問 65 の結果から、市ホームページを利用するきっかけとして「広報さかいの記事に興味を持ったとき」が最も多い結果となりました。このことから、利用者が必要な情報を得られるよう各担当課に対して広報さかいの宅配時期である毎月末を特に意識して市ホームページの内容を適切に更新するよう周知します。</li></ul>

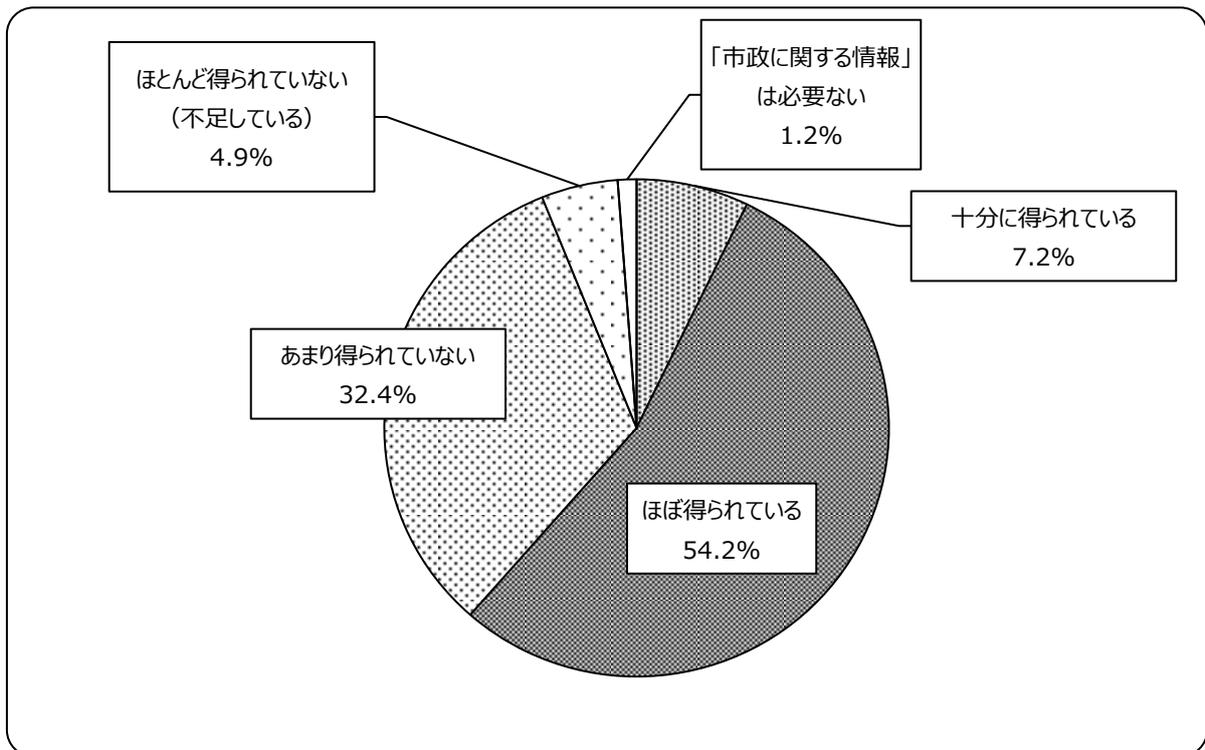
(1) 市政情報の入手

問 55. 「市政に関する情報」を得られていると思いますか。

【1つ選択】

「ほぼ得られている」と回答した方が 54.2%と最も多いが、「あまり得られていない」「ほとんど得られていない（不足している）」と回答した方の合計が 37.3%となった。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	十分に得られている	35	7.2%
2	ほぼ得られている	264	54.2%
3	あまり得られていない	158	32.4%
4	ほとんど得られていない（不足している）	24	4.9%
5	「市政に関する情報」は必要ない	6	1.2%
	計（回答総数）	487	100.0%



問 56. 「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】

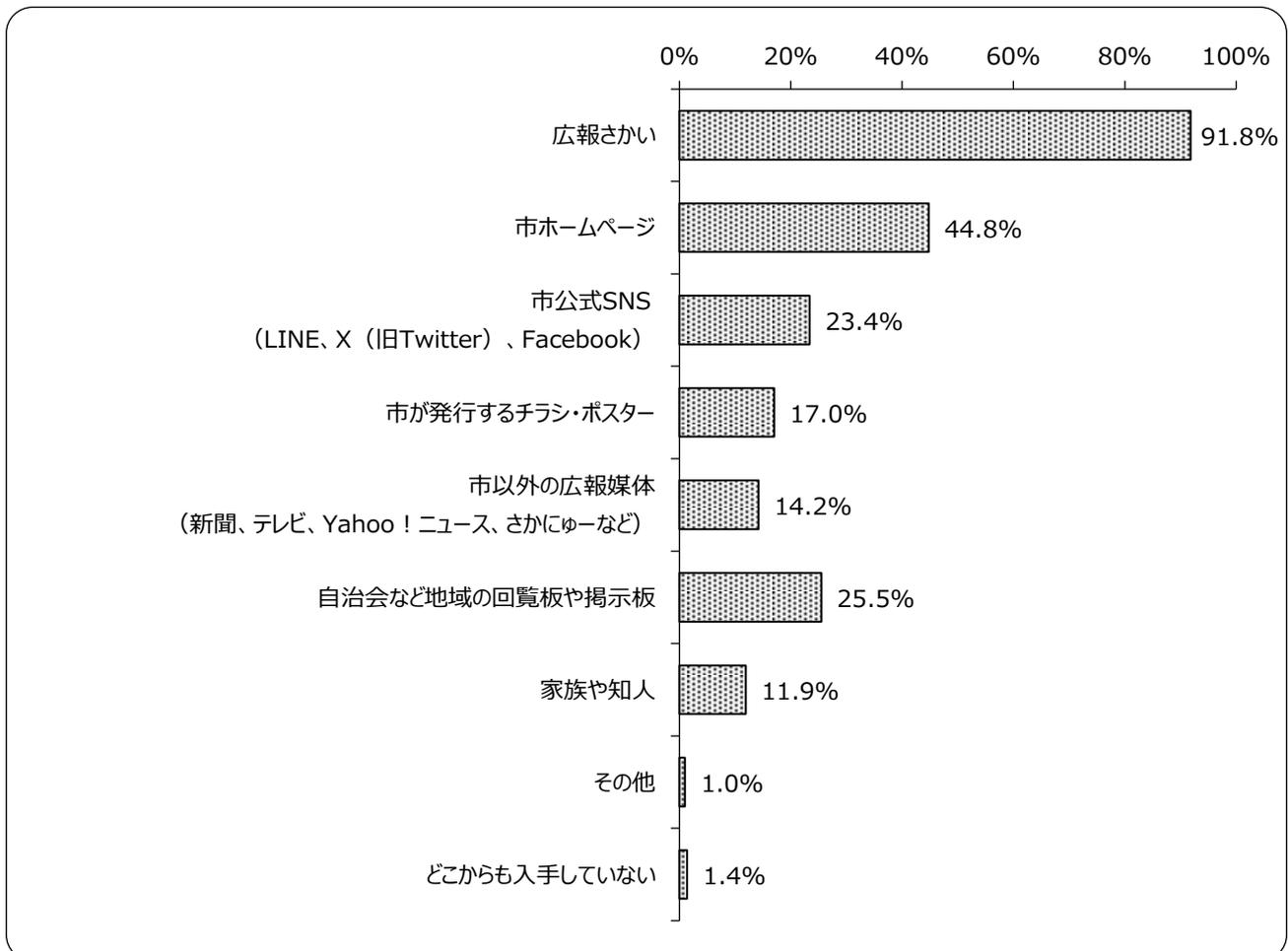
「広報さかい」と回答した方が 91.8%と最も多く、次いで「市ホームページ」と回答した方が 44.8%となった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	広報さかい	447	91.8%
2	市ホームページ	218	44.8%
3	市公式SNS (LINE、X (旧Twitter) 、Facebook)	114	23.4%
4	市が発行するチラシ・ポスター	83	17.0%
5	市以外の広報媒体 (新聞、テレビ、Yahoo! ニュース、さかにゅーなど)	69	14.2%
6	自治会など地域の回覧板や掲示板	124	25.5%
7	家族や知人	58	11.9%
8	その他	5	1.0%
9	どこからも入手していない	7	1.4%

8 [その他]

【主な回答】

- さかいっこアプリ
- 直接電話で確認



## (2) 広報さかい

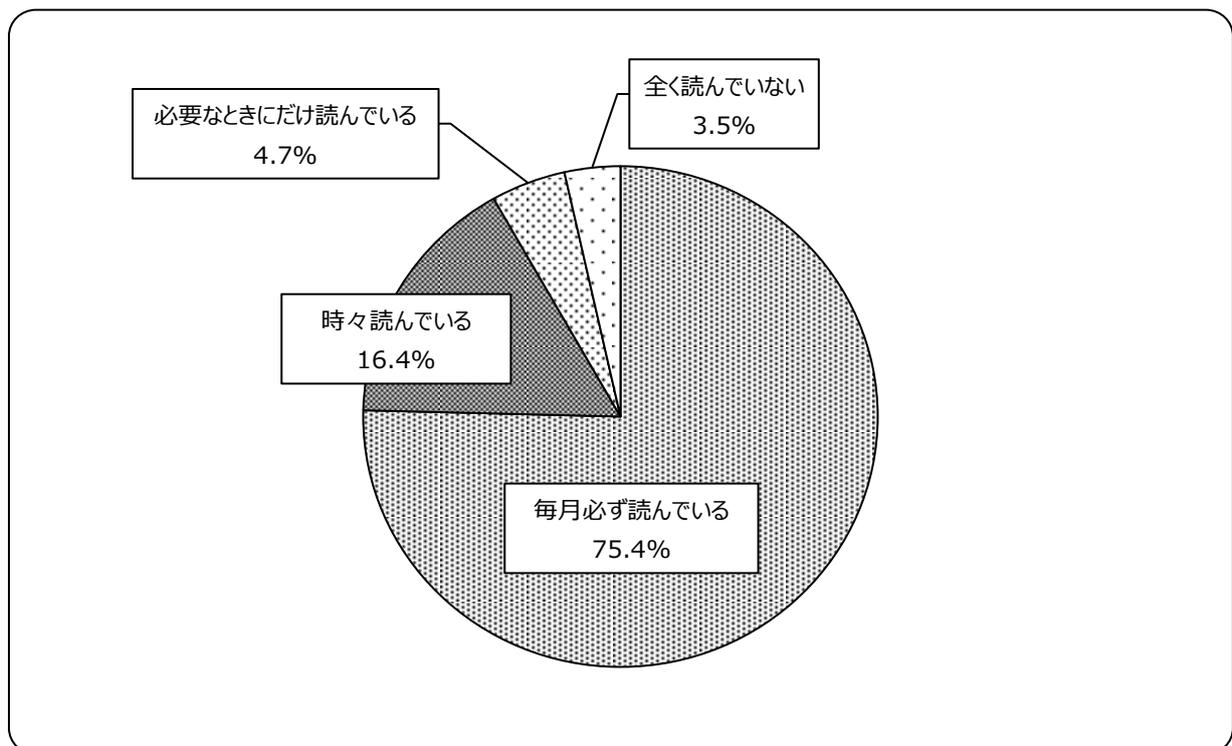
市では広報紙（「広報さかい」）を毎月発行し、ご自宅などにお届けしています。

問 57. 「広報さかい」を読んだことがありますか。

【1つ選択】

「毎月必ず読んでいる」と回答した方が 75.4%であり、令和 5 年度の 69.7%から増加した。また「全く読んでいない」と回答した方が 3.5%であり、令和 5 年度の 4.8%から減少した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	毎月必ず読んでいる	367	75.4%
2	時々読んでいる	80	16.4%
3	必要なときにだけ読んでいる	23	4.7%
4	全く読んでいない	17	3.5%
	計 (回答総数)	487	100.0%



問 58. 問 57 で 1 から 3 のいずれかを選択された方（「広報さかい」を読んでいる方）に伺います。

「広報さかい」はご自宅などにお届けするもののほか、市ホームページや「マチイロ」（広報紙配信アプリ）、「マイ広報紙」（広報紙配信サービス）などからもご覧になれます。

「広報さかい」をどのようなきっかけで読みますか。

【複数選択可：いくつでも】

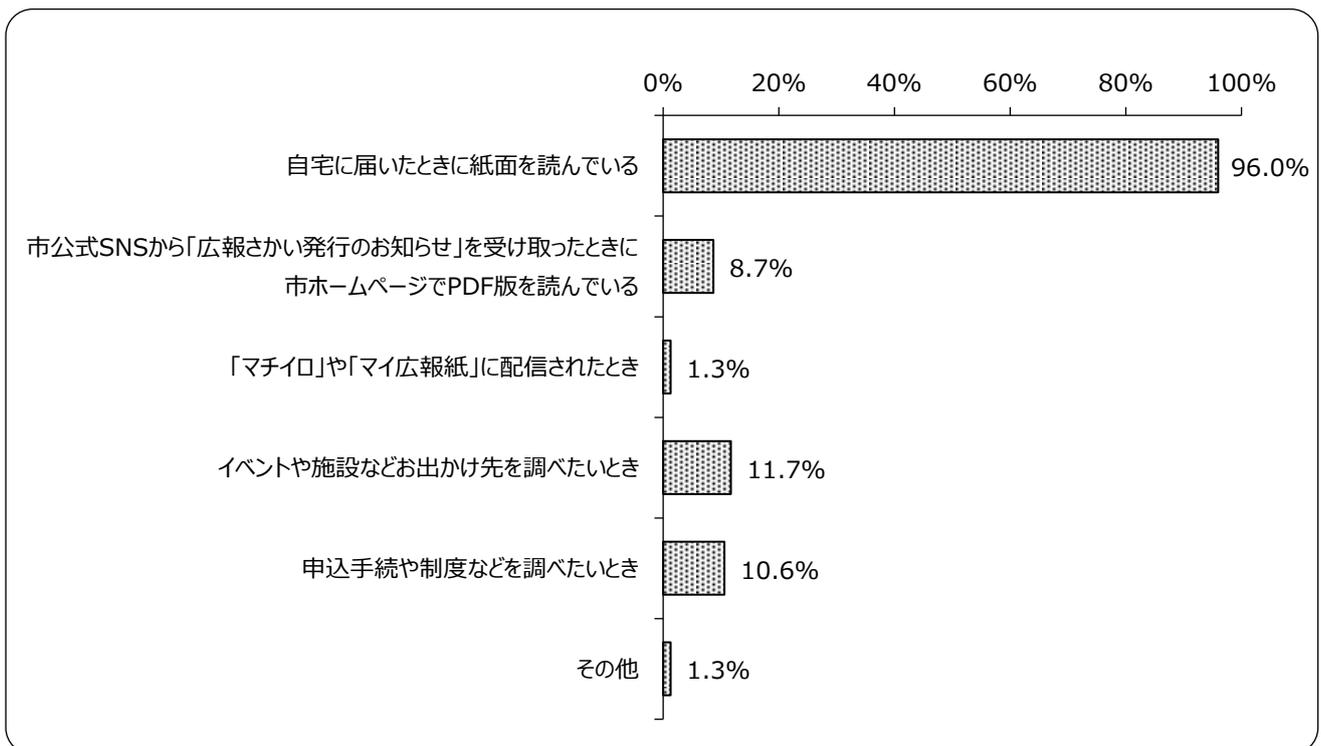
「自宅に届いたときに紙面を読んでいる」と回答した方は 96.0% を占めた。

	選択項目（n=470）	回答数	回答数/n
1	自宅に届いたときに紙面を読んでいる	451	96.0%
2	市公式SNSから「広報さかい発行のお知らせ」を受け取ったときに市ホームページでPDF版を読んでいる	41	8.7%
3	「マチイロ」や「マイ広報紙」に配信されたとき	6	1.3%
4	イベントや施設などお出かけ先を調べたいとき	55	11.7%
5	申込手続きや制度などを調べたいとき	50	10.6%
6	その他	6	1.3%

[6 その他]

【主な回答】

- 職場に置いている。
- 出先で見つけたら持ち帰り読む。
- 図書館で他の区の広報紙を手に入れている。



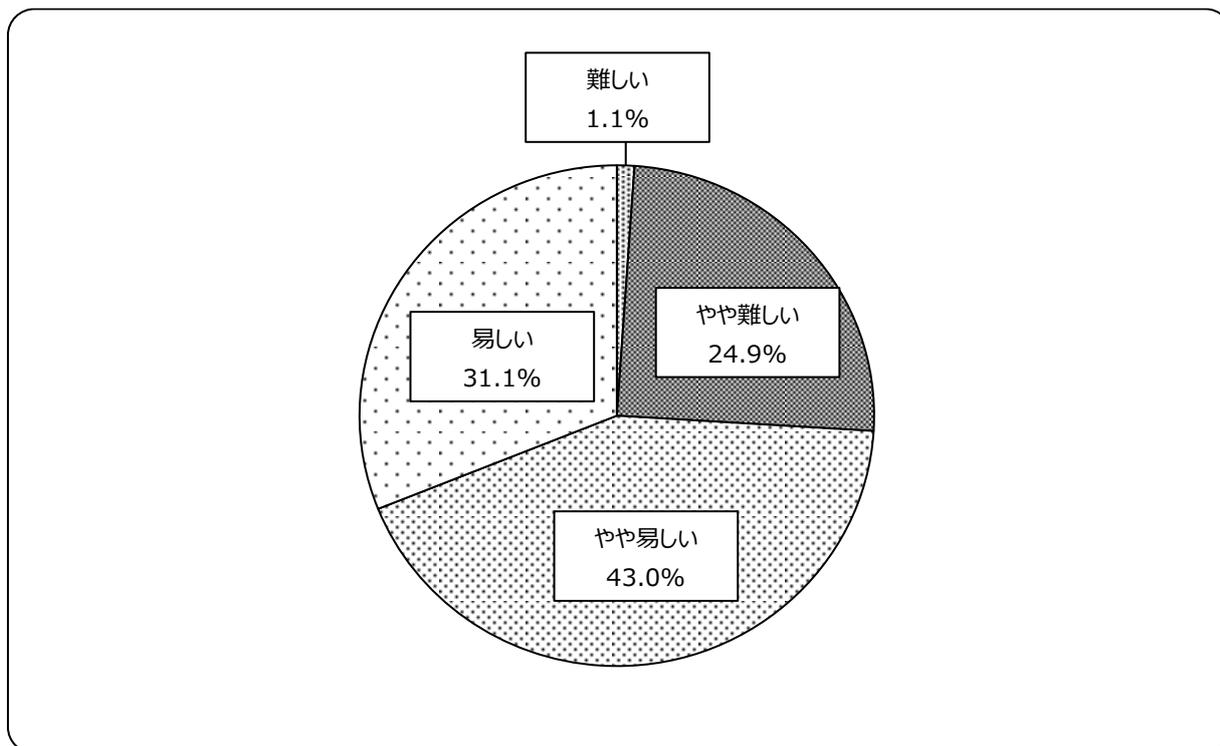
問 59. 問 57 で 1 から 3 と選択された方（「広報さかい」を読んでいる方）に伺います。

「広報さかい」の内容や文章表現について、どのように感じますか。

【1つ選択】

「易しい」「やや易しい」と回答した方が 74.1%であった。

	選択項目 (n=470)	回答数	構成比
1	難しい	5	1.1%
2	やや難しい	117	24.9%
3	やや易しい	202	43.0%
4	易しい	146	31.1%
	計 (回答総数)	470	100.0%

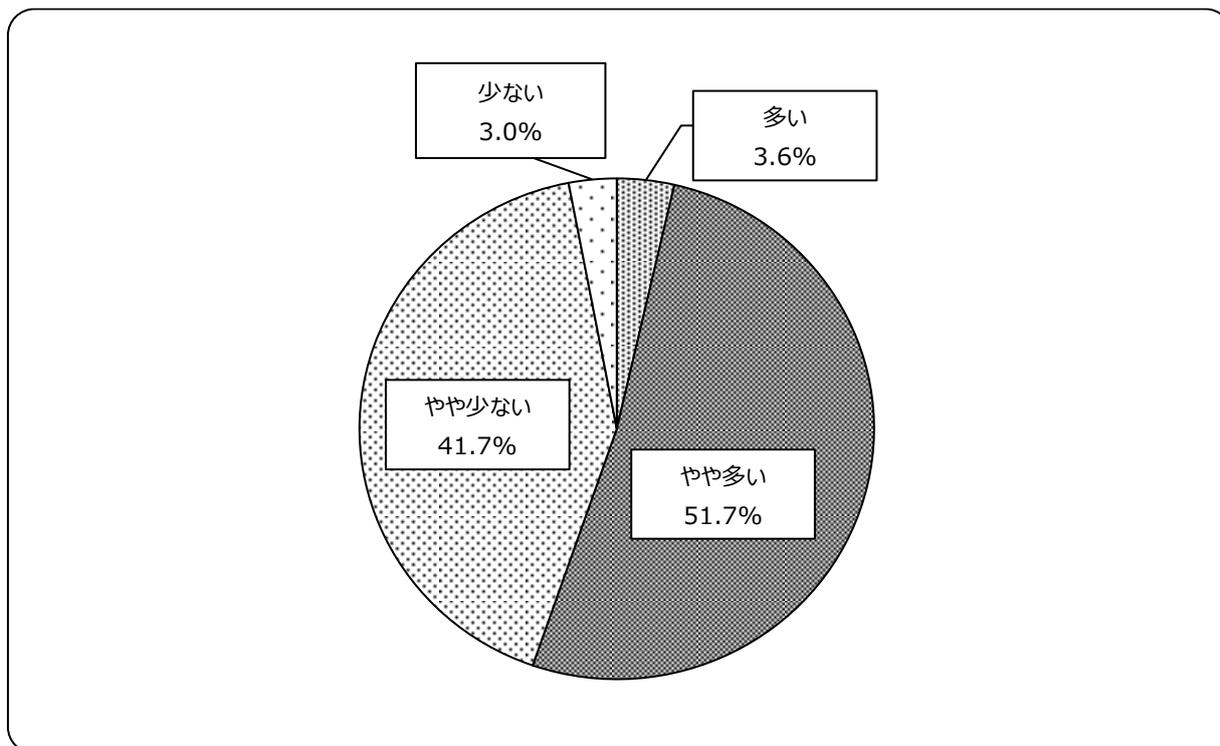


問 60. 問 57 で 1 から 3 と選択された方（「広報さかい」を読んでいる方）に伺います。

「広報さかい」の紙面の量（全 21 面+各区広報 3 面）について、どのように感じますか。 【1つ選択】

「やや多い」と回答した方が 51.7%と最も多く、次いで「やや少ない」と回答した方が 41.7%となった。

	選択項目（n=470）	回答数	構成比
1	多い	17	3.6%
2	やや多い	243	51.7%
3	やや少ない	196	41.7%
4	少ない	14	3.0%
	計（回答総数）	470	100.0%



問 61. 問 57 で 1 から 3 と選択された方（「広報さかい」を読んでいる方）に伺います。

広報さかいでは、毎月表紙と連動した巻頭特集記事を掲載しています。

広報さかい令和 6 年 5 月から 7 月号の巻頭特集記事がきっかけとなってイベントへの参加や申込など、実際の行動につながったことがありますか。 【各項目：1つ選択】

5月号



6月号

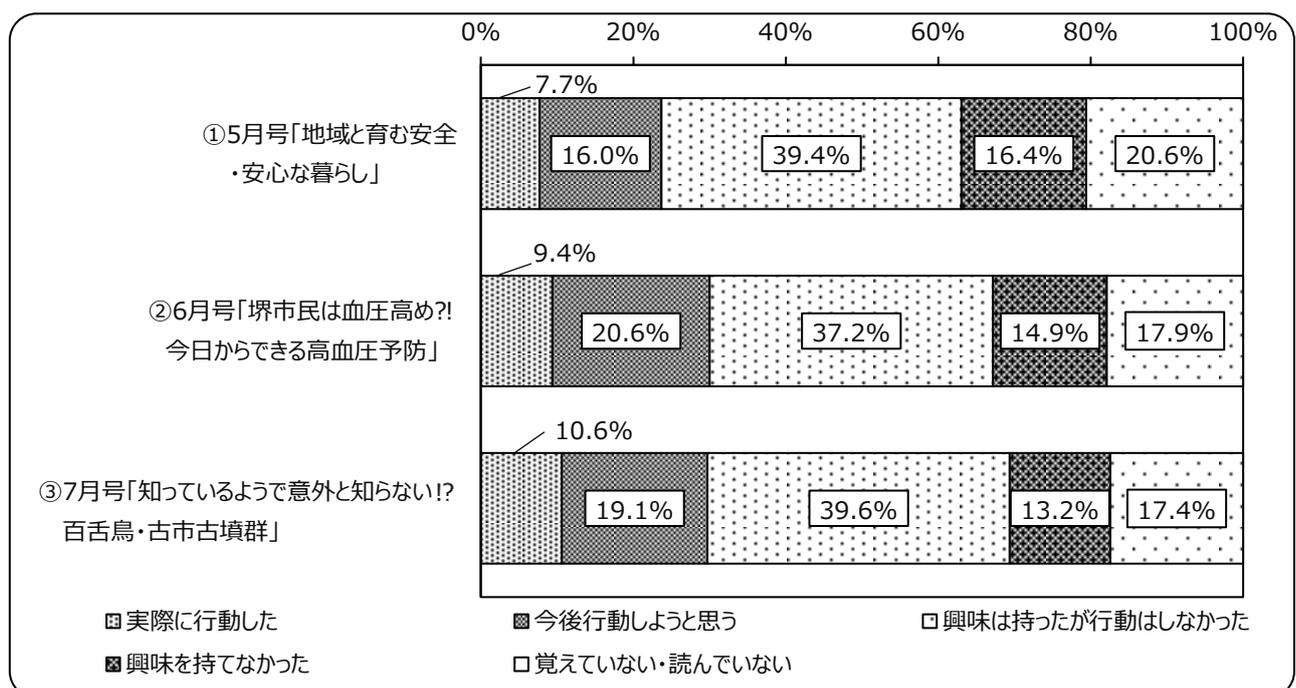


7月号



「興味は持ったが行動はしなかった」と回答した方が最も多く、それぞれ 5 月号で 39.4%、6 月号で 37.2%、7 月号で 39.6%であった。

選択項目 (n=470)	実際に行動した	今後行動しようと思う	興味は持ったが行動はしなかった	興味を持ってなかった	覚えていない・読んでいない	計 (回答総数)
①5月号「地域と育む安全・安心な暮らし」	36 7.7%	75 16.0%	185 39.4%	77 16.4%	97 20.6%	470
②6月号「堺市民は血圧高め?! 今日からできる高血圧予防」	44 9.4%	97 20.6%	175 37.2%	70 14.9%	84 17.9%	470
③7月号「知っているようで意外と知らない!? 百舌鳥・古市古墳群」	50 10.6%	90 19.1%	186 39.6%	62 13.2%	82 17.4%	470



問 62. 問 57 で 4 を選択された方（「広報さかい」を読んでいない方）に伺います。

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】

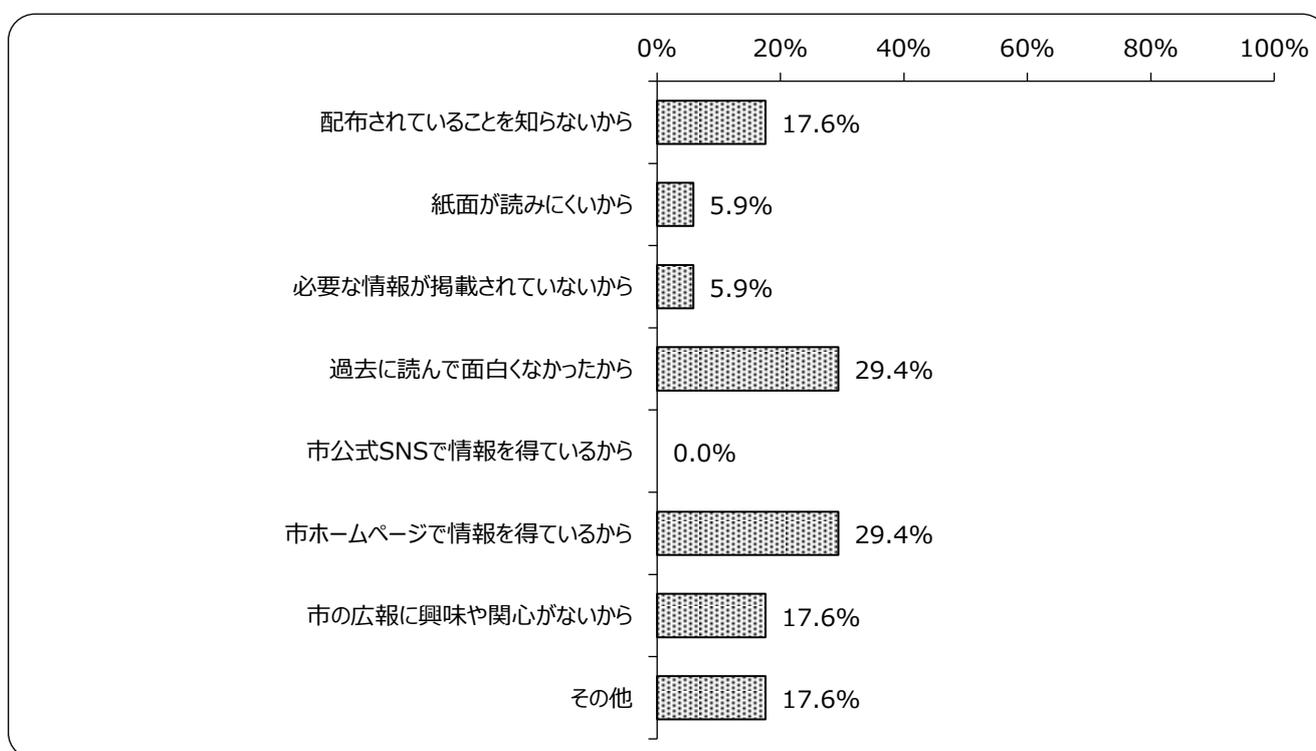
「市ホームページで情報を得ているから」「市公式 SNS で情報を得ているから」と回答した方は 29.4% であり、令和 5 年度の 21.7% から増加した。

	選択項目（n=17）	回答数	回答数/n
1	配布されていることを知らないから	3	17.6%
2	紙面が読みにくいから	1	5.9%
3	必要な情報が掲載されていないから	1	5.9%
4	過去に読んで面白くなかったから	5	29.4%
5	市公式 SNS で情報を得ているから	0	0.0%
6	市ホームページで情報を得ているから	5	29.4%
7	市の広報に興味や関心がないから	3	17.6%
8	その他	3	17.6%

[8 その他]

【主な回答】

- 情報量が多いので全て読むのが面倒に感じる。



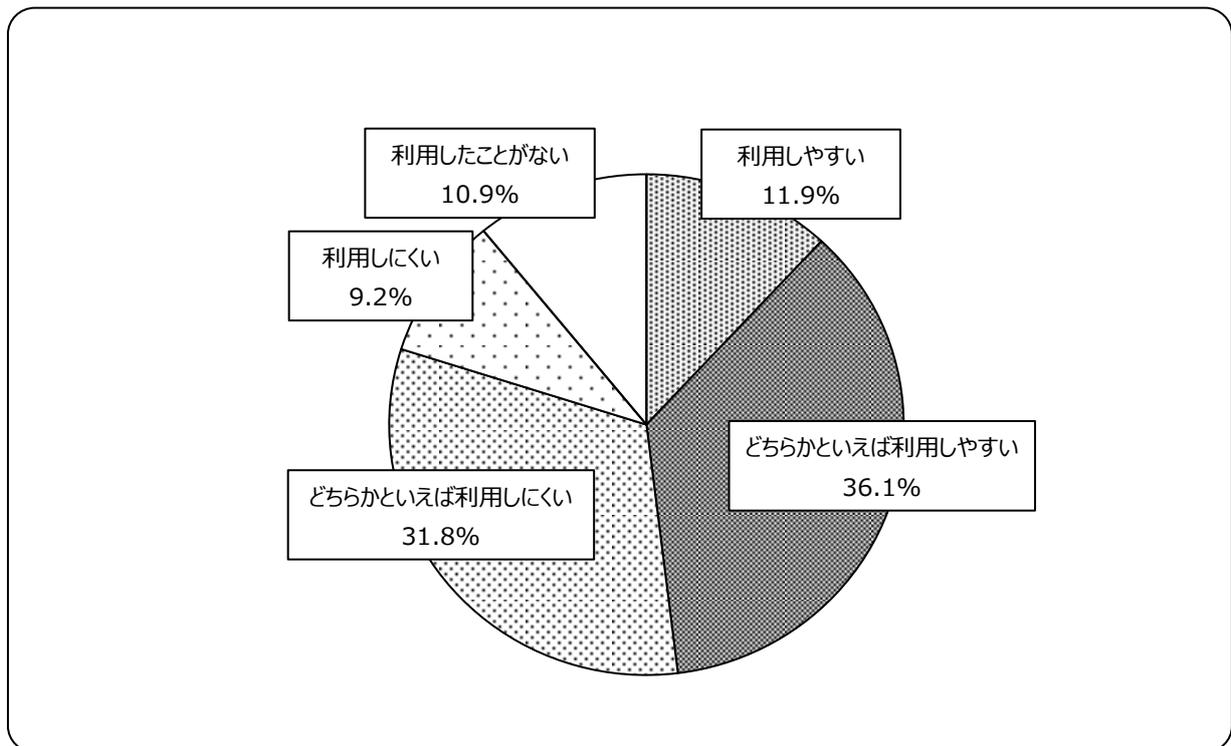
### (3) 市ホームページ

問 63. 市ホームページを利用しやすいと思いますか。

【1つ選択】

「利用しやすい」「どちらかといえば利用しやすい」と回答した方が 48.0%であり、「利用しにくい」「どちらかといえば利用しにくい」と回答した方が 41.0%であった。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	利用しやすい	58	11.9%
2	どちらかといえば利用しやすい	176	36.1%
3	どちらかといえば利用しにくい	155	31.8%
4	利用しにくい	45	9.2%
5	利用したことがない	53	10.9%
	計 (回答総数)	487	100.0%



問 64. 問 63 で 1 から 4 と選択された方（市ホームページを利用している方）に伺います。  
市ホームページを利用したいと思うのは、どのようなときですか。 【複数選択可：いくつでも】

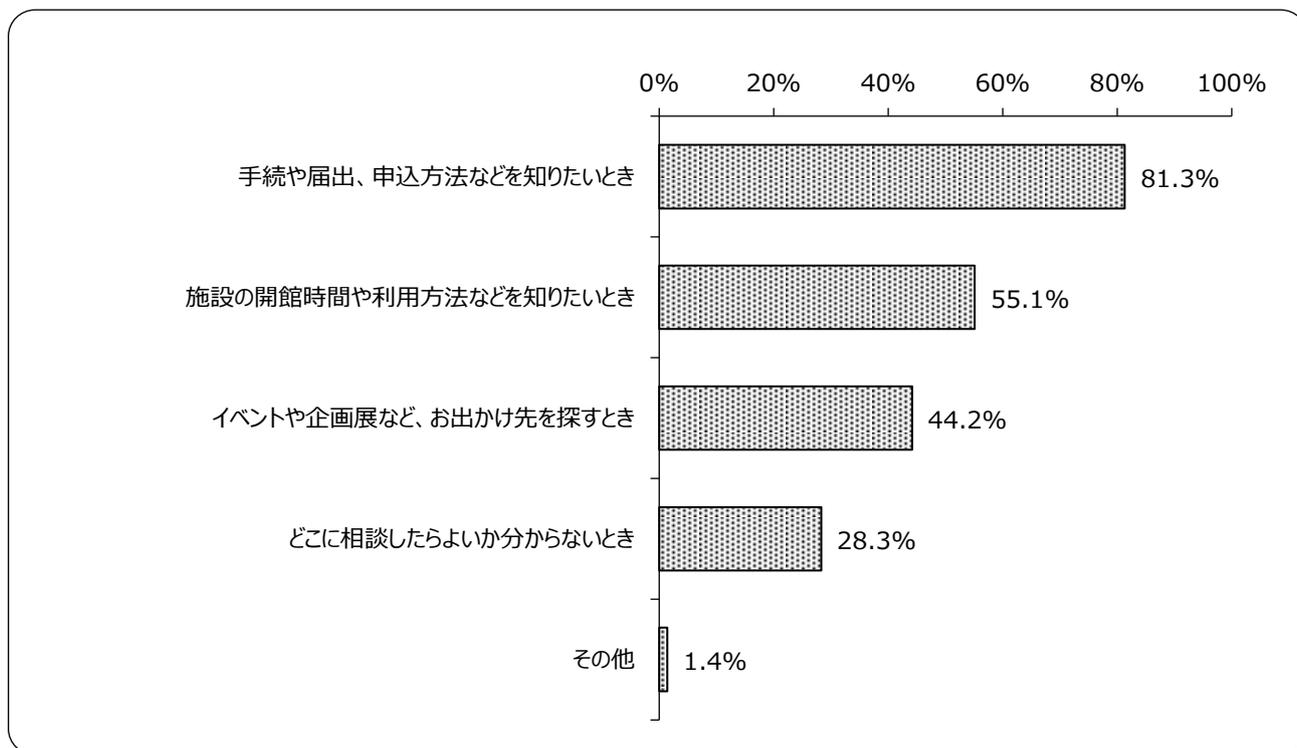
「手順や届出、申込方法などを知りたいとき」と回答した方は 81.3% であり、最も多かった。

	選択項目 (n=434)	回答数	回答数/n
1	手順や届出、申込方法などを知りたいとき	353	81.3%
2	施設の開館時間や利用方法などを知りたいとき	239	55.1%
3	イベントや企画展など、お出かけ先を探すとき	192	44.2%
4	どこに相談したらよいか分からないとき	123	28.3%
5	その他	6	1.4%

[5 その他]

【主な回答】

- 仕事で検索や様式を取得するとき
- 助成金を調べるとき
- ごみの分類など生活に必要な情報を知りたいとき
- 新型コロナウイルスワクチン接種のとき
- 市政の詳細を知りたいとき



問 65. 問 63 で 1 から 4 と選択された方（市ホームページを利用している方）に伺います。

市ホームページを利用するきっかけとして、当てはまるものを選んでください。 【複数選択可：いくつでも】

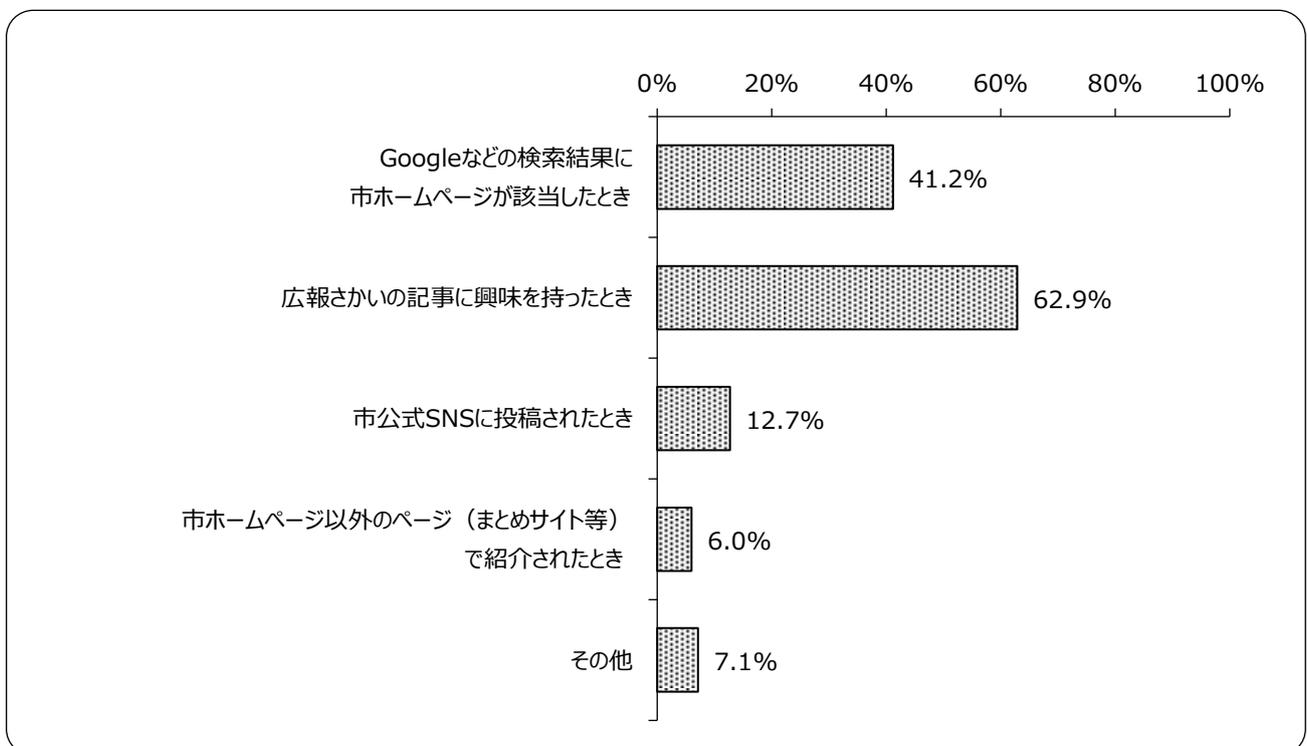
「広報さかいの記事に興味を持ったとき」と回答した方が 62.9%と最も多く、次いで「Google などの検索結果に市ホームページが該当したとき」と回答した方が 41.2%となった。

	選択項目（n=434）	回答数	回答数/n
1	Googleなどの検索結果に市ホームページが該当したとき	179	41.2%
2	広報さかいの記事に興味を持ったとき	273	62.9%
3	市公式SNSに投稿されたとき	55	12.7%
4	市ホームページ以外のページ（まとめサイト等）で紹介されたとき	26	6.0%
5	その他	31	7.1%

[5 その他]

【主な回答】

- 知りたいことができたとき
- 分からないことがあるとき
- 広報さかいに掲載されていない情報を調べたいとき
- 手続関連の確認をしたいとき
- 給付金などの情報を得たいとき
- 行政書類など必要なとき
- 生活で必要なとき
- 市に対する要望があるとき
- 転入のとき



問 66. 問 63 で 1 から 4 と選択された方（市ホームページを利用している方）に伺います。

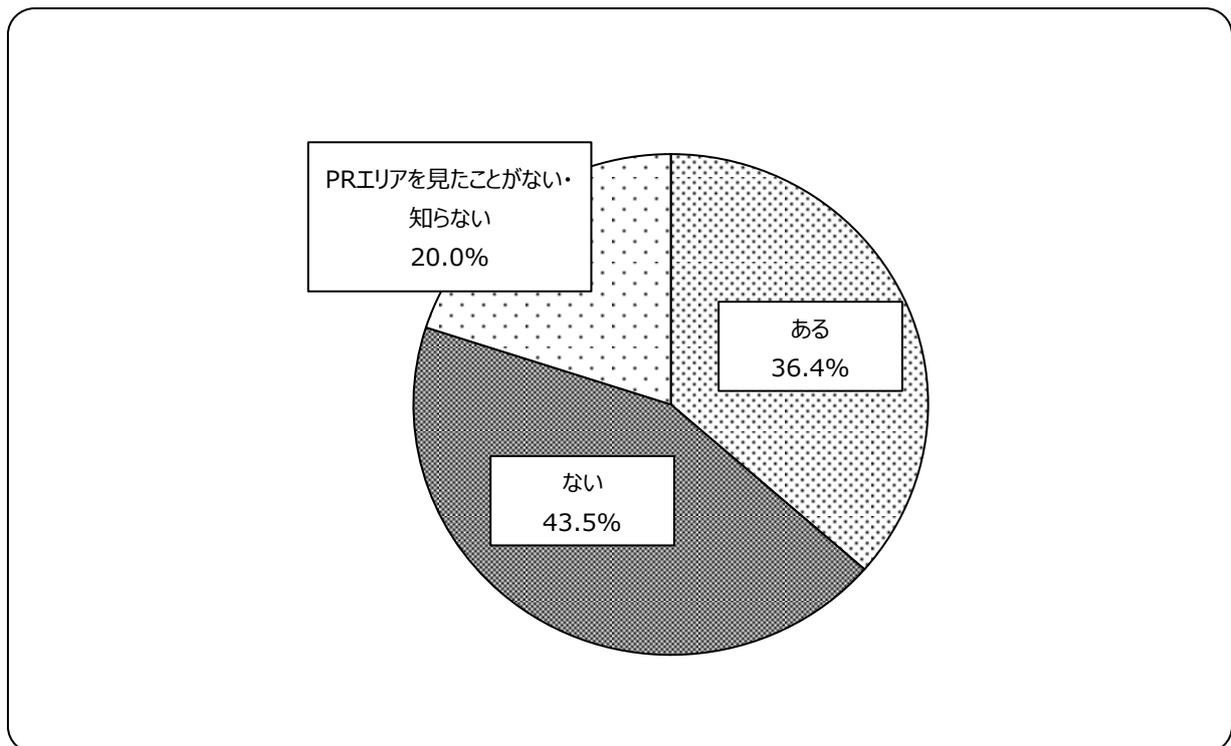
市ホームページのトップページには、大切なお知らせや本市の魅力、イベントなどを大きな画像で紹介する「PR エリア」があります。「PR エリア」の画像がきっかけとなって、イベントへの参加や申込など、実際の行動につながったことがありますか。 【1つ選択】

(PR エリアの画像の例)



「ない」と回答した方が 43.5%と最も多く、次いで「ある」と回答した方が 36.4%となった。

	選択項目 (n=434)	回答数	構成比
1	ある	158	36.4%
2	ない	189	43.5%
3	PRエリアを見たことがない・知らない	87	20.0%
	計 (回答総数)	434	100.0%



(4) 市の公式 SNS

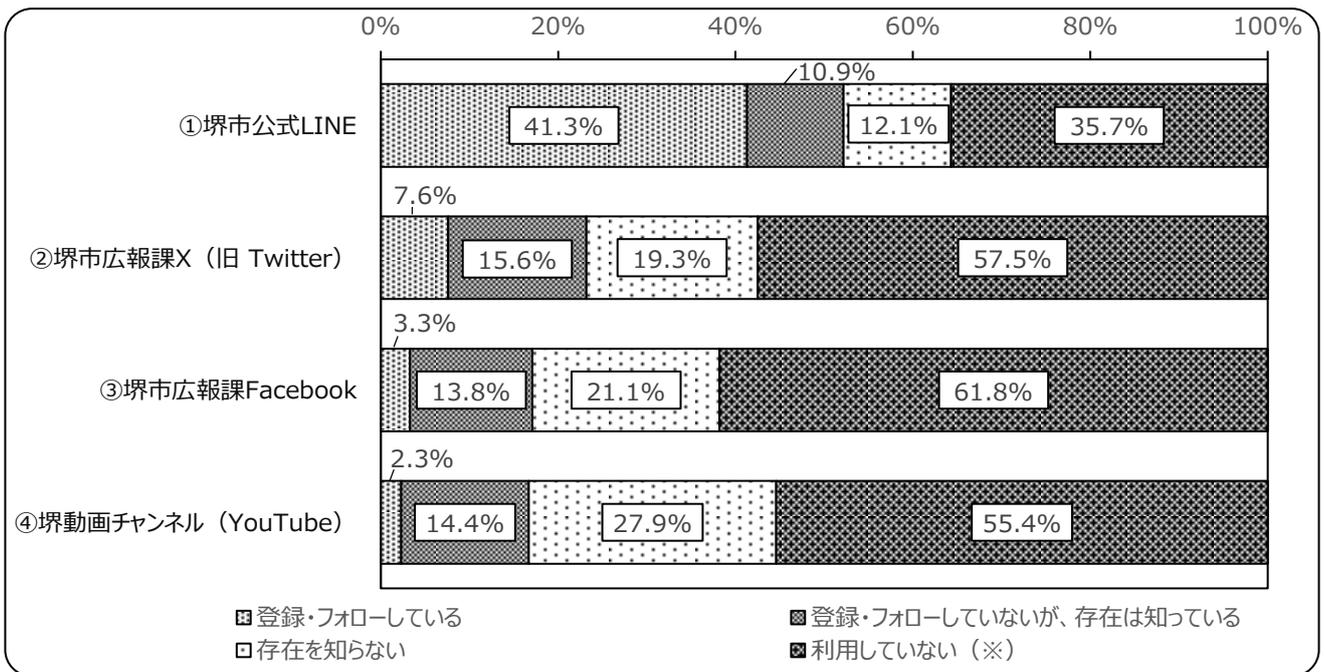
問 67. 本市では、市公式 SNS から「市政に関する情報」を発信しています。

次の市公式 SNS の利用状況についてお聞きかせください。

(※) 市公式 SNS の存在を知っていても、LINE・X (旧 Twitter) ・Facebook・YouTube の各 SNS そのものを利用していない場合は「4 利用していない」を選択してください。【各項目：1 つ選択】

堺市公式 LINE は「登録・フォローしている」と回答した方が 41.3%と最も多かったが、X (旧 Twitter) ・Facebook・YouTube は「利用していない」と回答した方が最も多く、それぞれ 57.5%、61.8%、55.4%であった。

選択項目 (n=487)	登録・フォローしている	登録・フォローしていないが、 存在は知っている	存在を知らない	利用していない(※)	計 (回答総数)
①堺市公式LINE	201 41.3%	53 10.9%	59 12.1%	174 35.7%	487 100.0%
②堺市広報課X (旧 Twitter)	37 7.6%	76 15.6%	94 19.3%	280 57.5%	487 100.0%
③堺市広報課 Facebook	16 3.3%	67 13.8%	103 21.1%	301 61.8%	487 100.0%
④堺動画チャンネル (YouTube)	11 2.3%	70 14.4%	136 27.9%	270 55.4%	487 100.0%



**問 68. SNS の発信がきっかけとなって、イベントへの参加や申込など、実際の行動につながったことがあるものを教えてください。** **【複数選択可：いくつでも】**

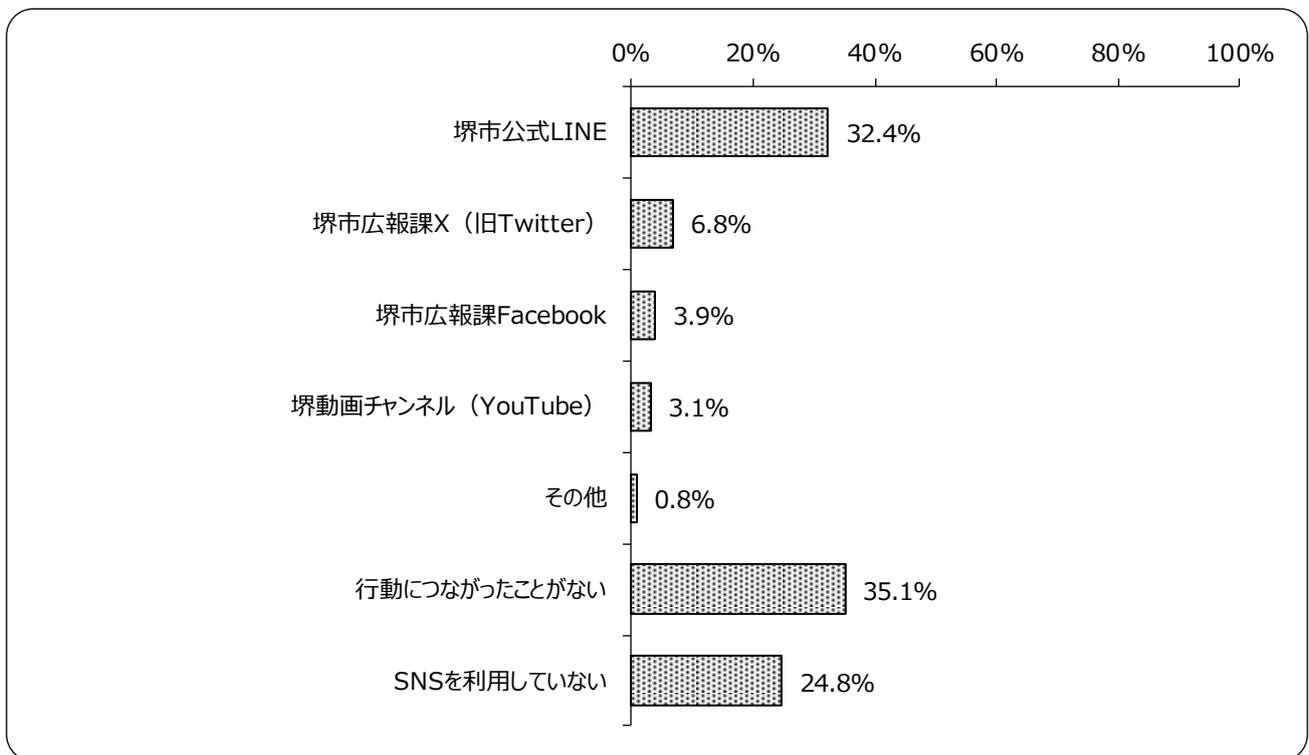
「行動につながったことがない」と回答した方が 35.1%と最も多く、次いで「堺市公式 LINE」と回答した方が 32.4%となった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	堺市公式LINE	158	32.4%
2	堺市広報課X (旧Twitter)	33	6.8%
3	堺市広報課Facebook	19	3.9%
4	堺動画チャンネル (YouTube)	15	3.1%
5	その他	4	0.8%
6	行動につながったことがない	171	35.1%
7	SNSを利用していない	121	24.8%

[5 その他]

**【主な回答】**

- 堺観光コンベンション協会の Instagram
- 堺市公式 Instagram
- 区長の X (旧 Twitter)



### (5) 市長記者会見

問 69. 本市では市長記者会見を開催し、その様子を堺動画チャンネル（YouTube）で生中継しています。  
市長記者会見を見たことがありますか。 【1つ選択】

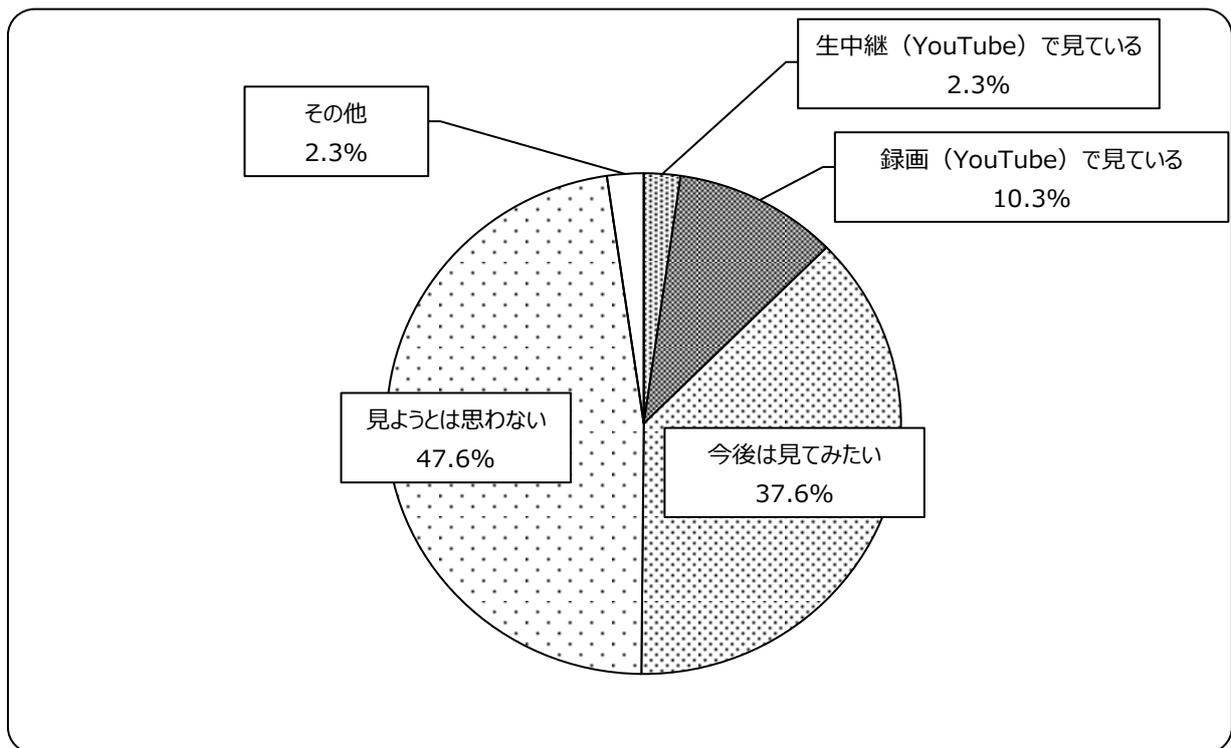
「見ようとは思わない」と回答した方が 47.6%と最も多く、次いで「今後は見てみたい」と回答した方が 37.6%となった。

	選択項目（n=487）	回答数	構成比
1	生中継（YouTube）で見ている	11	2.3%
2	録画（YouTube）で見ている	50	10.3%
3	今後は見てみたい	183	37.6%
4	見ようとは思わない	232	47.6%
5	その他	11	2.3%
	計（回答総数）	487	100.0%

[5 その他]

#### 【主な回答】

- 記者会見の内容による。
- 見て興味があれば継続してみるが、何も関係なければ見ない。
- 関心のあるテーマについて話しているかどうかで見る・見ないにつながる。
- 知らなかった。



## 6. 広聴活動

### 調査結果の概要

<b>テーマ</b>	広聴活動
<b>担当課</b>	市長公室 広報戦略部 市政情報課
<b>設問数</b>	5 問
<b>趣旨・目的</b>	<p>本市では、市民ニーズを的確に把握し、市民と市との信頼関係を構築することや市民の市政参加を促し、協働社会の実現をめざすため、様々な広聴活動に取り組んでいます。</p> <p>今回のアンケートは、本市の広聴活動についての市民の皆様意識や意見を調査し、今後の広聴活動の充実に活用するものです。</p>
<b>調査結果</b>	各設問のページをご覧ください。
<b>調査結果に係る 担当課の所見</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・問 71 では、パブリックコメント制度を知っている方が 53.8%となり、令和 5 年度の 47.9%から 5.9 ポイント増加した結果となりました。令和 6 年度広報さかい 8 月号にパブリックコメント制度周知の記事を新たに掲載したことで増加につながったと考えられます。引き続き、広報さかいへの掲載などの周知活動を行います。</li><li>・問 74 では、市民の声 Q&amp;A に記載の市の考え方を「よく理解できた」「理解できた」の合計が 79.6%であり、令和 5 年度の 80.0%と比較しておおむね同様でした。</li></ul> <p>市民の声 Q&amp;A は、市民からの提案などの内容を担当する課が作成しているため、担当課に対して研修などを通じて市民の皆様にとって理解しやすい文章を作成するよう周知します。また、当課としても専門用語を平易な言葉に言い換えるなど、公開内容の理解度を向上させる取組を行います。</p>

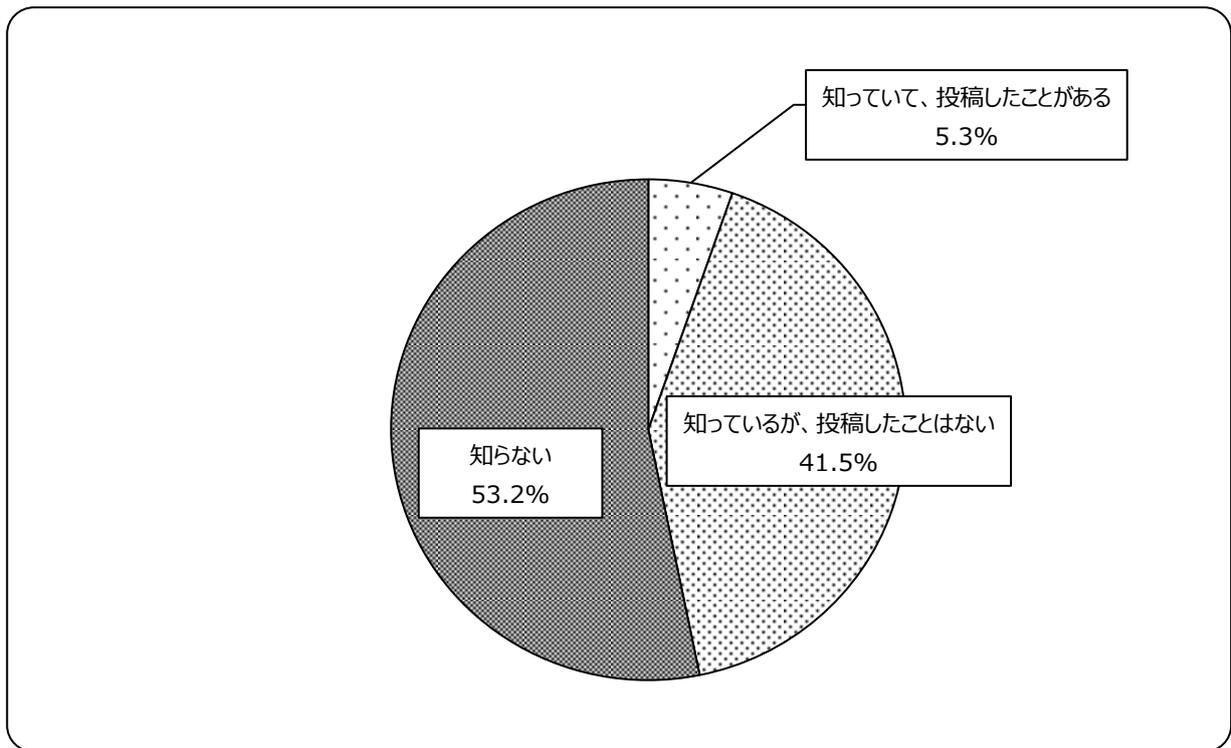
(1) 広聴

問 70. 本市では、市政に関する提案などを募集するために、「市政への提案箱」専用ポストを区役所や図書館などの市施設 30 か所に設置したり、市ホームページに提案フォームを掲載していますが、そのことを知っていますか。

【1 つ選択】

「知っているが、投稿したことはない」と回答した方は 41.5%であり、令和 5 年度の 41.4%と比較しておおむね同様であった。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	知っていて、投稿したことがある	26	5.3%
2	知っているが、投稿したことはない	202	41.5%
3	知らない	259	53.2%
	計 (回答総数)	487	100.0%

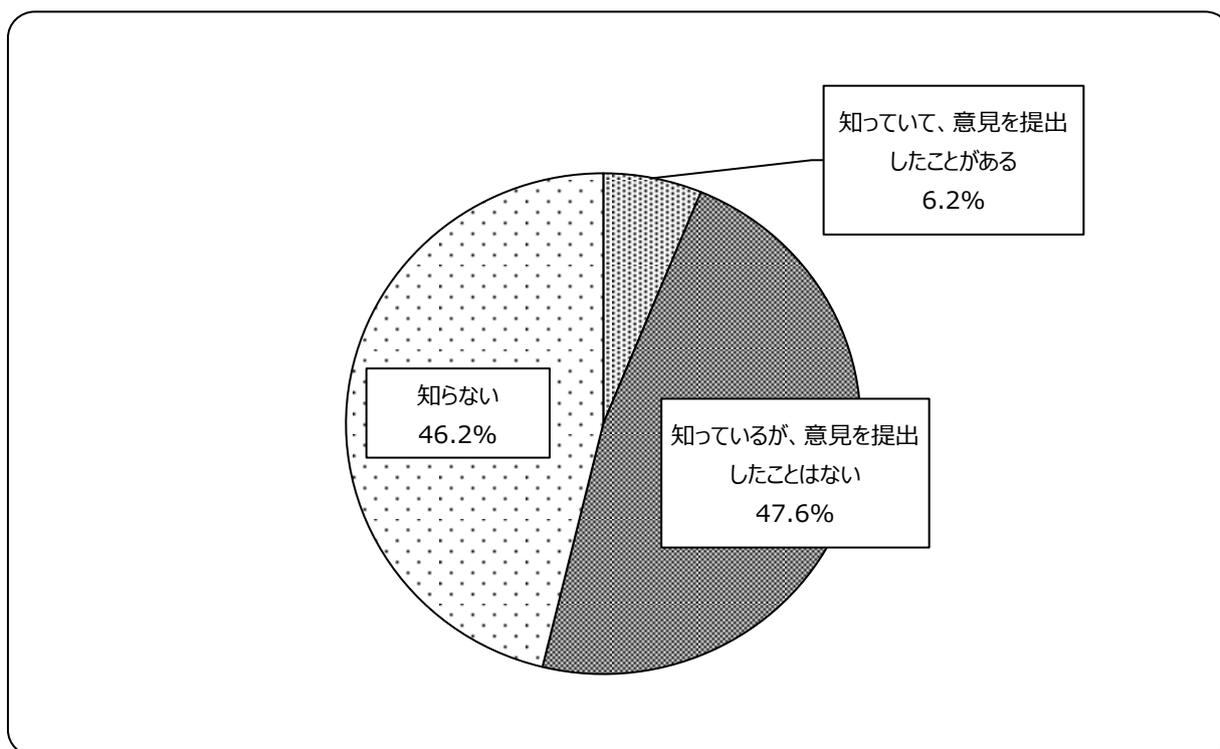


**問 71. パブリックコメント制度※を知っていますか。**

※パブリックコメント制度とは、市民生活に広く影響を及ぼす市政の基本的な計画などを立案する過程において、これらの案の趣旨、内容などを公表し、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のことです。 **【1つ選択】**

「知っている、意見を提出したことがある」「知っているが、意見を提出したことはない」の合計が 53.8%であり、令和 5 年度の 47.9%から 5.9 ポイント増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	知っている、意見を提出したことがある	30	6.2%
2	知っているが、意見を提出したことはない	232	47.6%
3	知らない	225	46.2%
	計 (回答総数)	487	100.0%



問 72. 問 71 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。 【複数選択可：いくつでも】

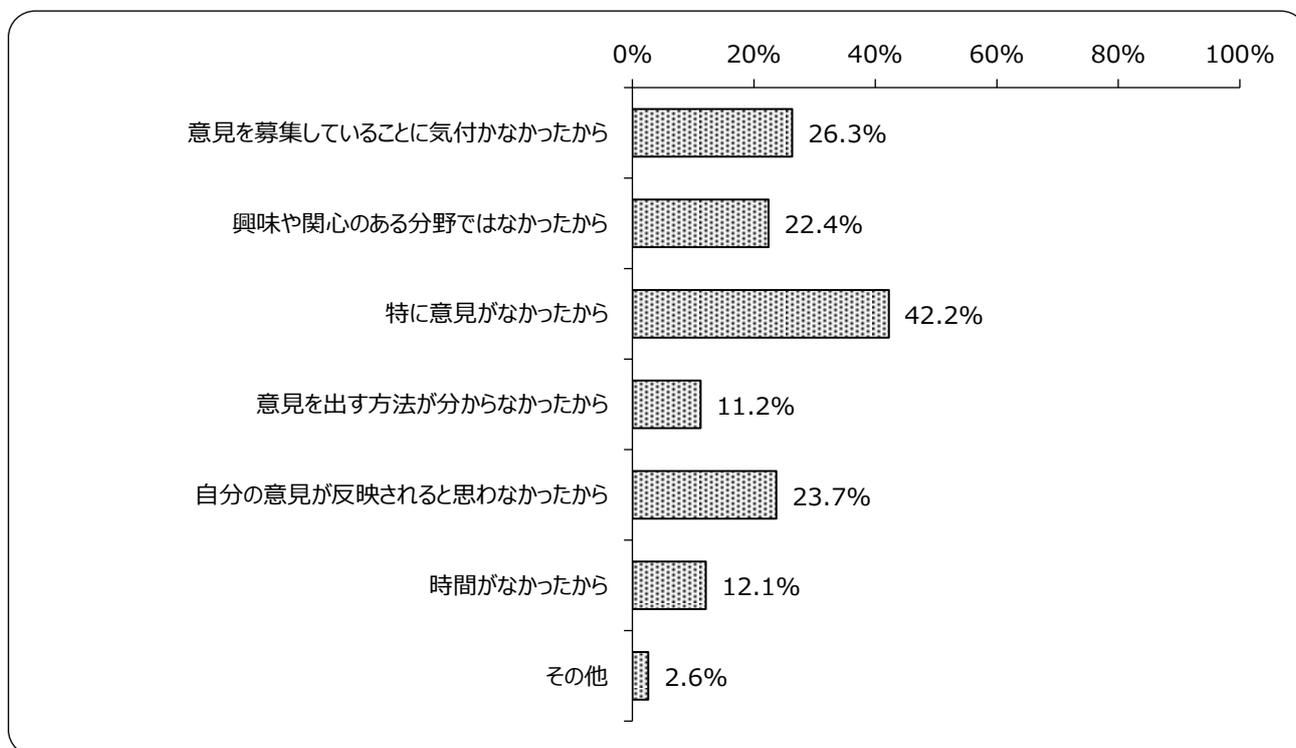
「特に意見がなかったから」が 42.2%であり、令和 5 年度の 43.2%と比較しておおむね同様であった。

	選択項目 (n=232)	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	61	26.3%
2	興味や関心のある分野ではなかったから	52	22.4%
3	特に意見がなかったから	98	42.2%
4	意見を出す方法が分からなかったから	26	11.2%
5	自分の意見が反映されると思わなかったから	55	23.7%
6	時間がなかったから	28	12.1%
7	その他	6	2.6%

[7 その他]

【主な回答】

- 内容がよく分からないから
- 意見を出した後のフォローがほしい。
- 文章化が難しい。

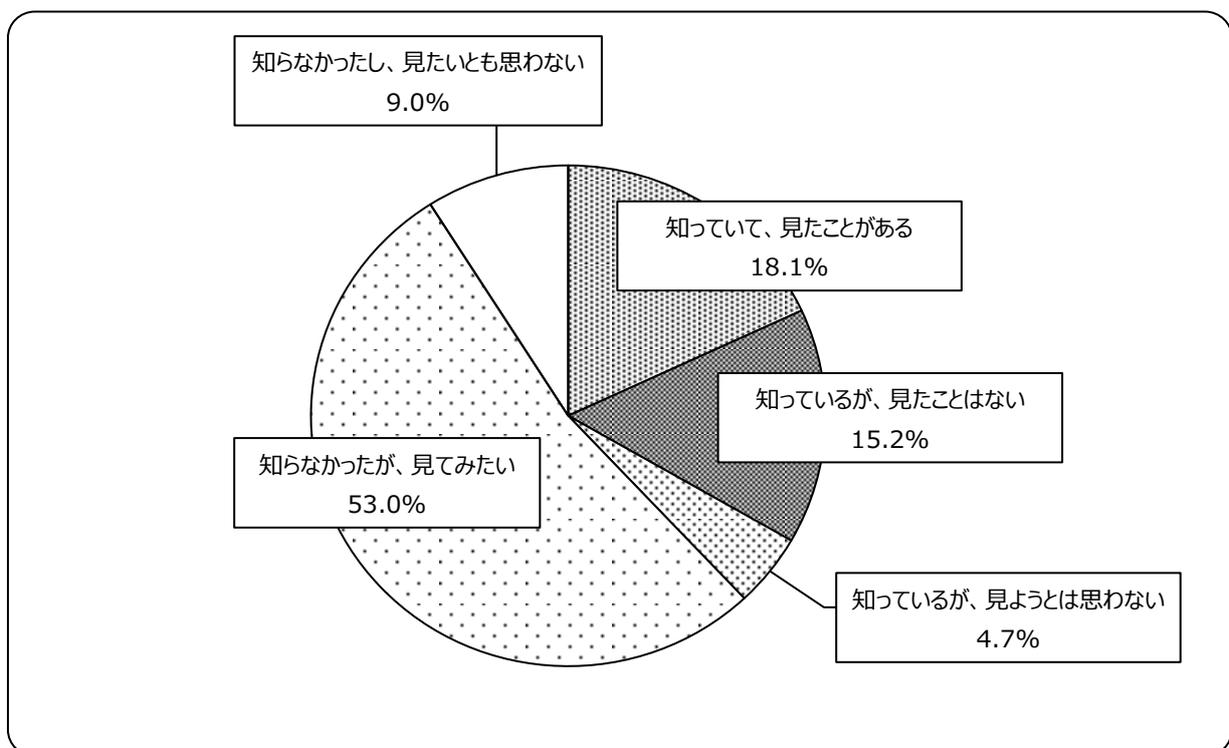


## (2) 「市民の声」の公表

問 73. 「市ホームページ」に市民の皆様から寄せられた提案・意見などの要旨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知っていますか。 【1つ選択】

「知っている、見たことがある」「知っているが、見たことはない」「知っているが、見ようとは思わない」と回答した方の合計が38.0%であり、令和5年度の42.1%から減少した。

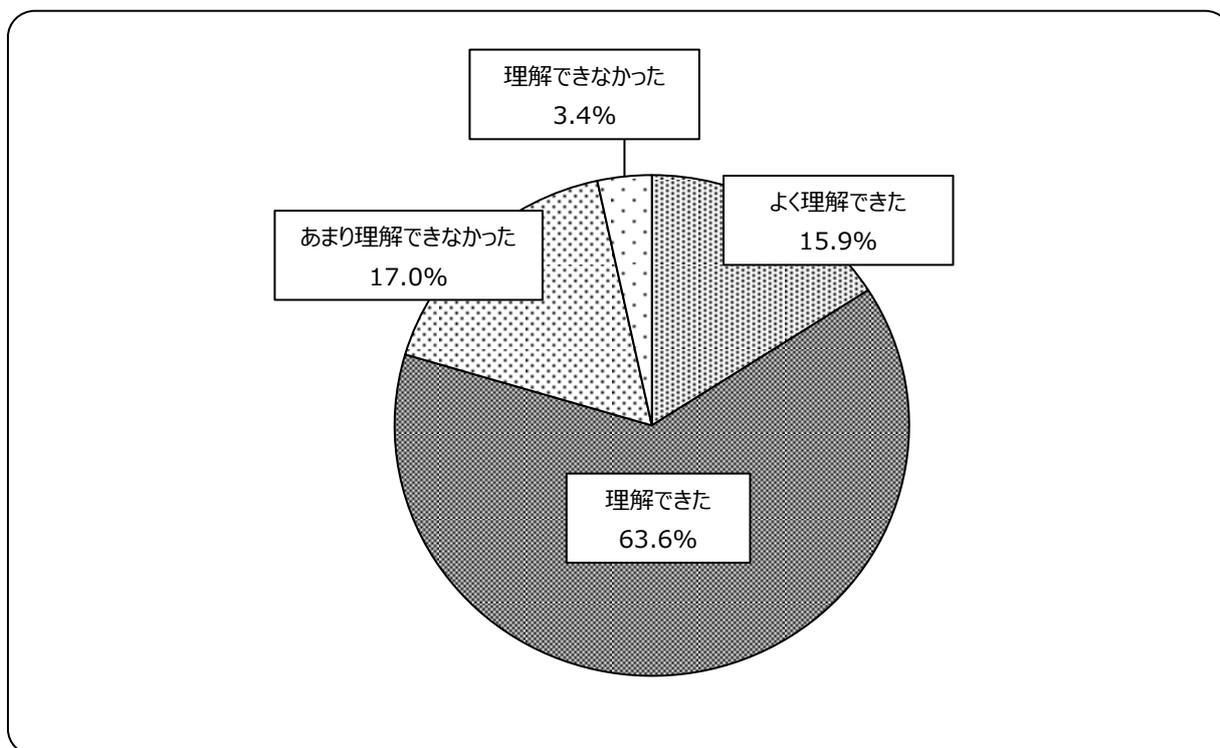
	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	知っている、見たことがある	88	18.1%
2	知っているが、見たことはない	74	15.2%
3	知っているが、見ようとは思わない	23	4.7%
4	知らなかったが、見てみたい	258	53.0%
5	知らなかったし、見たいとも思わない	44	9.0%
	計 (回答総数)	487	100.0%



問 74. 問 73 で「1 知っていて、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。 【1 つ選択】

「よく理解できた」「理解できた」と回答した方の合計は 79.6%であり、令和 5 年度の 80.0%と比較しておおむね同様であった。

	選択項目 (n=88)	回答数	構成比
1	よく理解できた	14	15.9%
2	理解できた	56	63.6%
3	あまり理解できなかった	15	17.0%
4	理解できなかった	3	3.4%
	計 (回答総数)	88	100.0%



## 令和6年度 第1回 市政モニターアンケート報告書

1. 文化芸術
2. 本市のこころの健康に関する活動（自殺対策・依存症対策）
3. 消費生活
4. 公共交通
5. 広報活動
6. 広聴活動

発行月 令和7年2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 - 24 - 0218