

令和6年度（2024）年度
西宮市民意識調査

西宮市

目 次

I	調査の概要	1
1.	調査の目的	1
2.	調査の設計	1
(1)	調査内容	1
(2)	調査方法	2
3.	回収結果	2
II	配布・回収結果	3
III	調査の結果	7
	文化芸術について	7
	今後の広報媒体の活用について	15
	「みどりの基本計画」中間年の市民意識調査について	31
	消費生活に関する情報発信について	43
IV	自由意見	54
V	使用した調査票	57

I 調査の概要

1. 調査の目的

本調査は、市政に対する市民の意識とその動向を把握するとともに、積極的に「市民の声」を聴き、今後の施策策定並びに市政運営上の基礎資料とするため、毎年実施している。

2. 調査の設計

(1) 調査内容

回答者の属性 (フェイスシート)	問1 居住するコミュニティ	問6 同居家族の構成
	問2 性別	問7 住まいの種別
	問3 年齢	問8 市内居住年数
	問4 職業	問9 現住所居住年数
	問5 同居家族の人数	問10 暮らし向き
文化芸術について	問11 鑑賞・参加経験 問12 鑑賞・参加場所 問13 文化的環境への満足度 問14 文化芸術体験に期待すること 問15 鑑賞・参加したいイベント	
今後の広報媒体の活用について	問16 普段の情報媒体 問17 小規模災害時の情報媒体 問18 大規模災害時の情報媒体 問19 市の情報媒体の利用状況 問20 なくなると困る情報媒体 問21 市の情報媒体の強み 問22 市の情報媒体に求めるもの	
「みどりの基本計画」中間年の市民意識調査について	問23 市全体の緑の量の満足度 問24 緑を守り育てる活動の実施状況 問25 市内の公園を利用する頻度 問26 日常生活で緑を感じられる場所	
消費生活に関する情報発信について	問27 市消費生活センターの認知状況 問28 市消費生活センターの事業の利用状況 問29 消費生活センターに発信して欲しい情報 問30 情報を提供してほしい手段 問31 効果的な情報発信方法	
自由意見(記述式)		

※本報告書では、問11～31を分析対象とした。問1～10は「属性別回収結果」として全体値のグラフを掲載している。

(2) 調査方法

調査地域：市内全域

調査対象：令和6年(2024)年8月1日現在の住民基本台帳に登録されている18歳以上の市民(外国人住民含む)

抽出方法：系統的無作為抽出(コンピューターによる等間隔抽出)

配布数：3,500

調査方法：郵送法(調査票の配布・回収はすべて郵送による)

調査期間：令和6年(2024年)9月1日～9月30日

3. 回収結果

調査対象者数：3,500(昨年度 3,500)

回収数：1,679(昨年度 1,688)

有効回収数：1,678(昨年度 1,688)

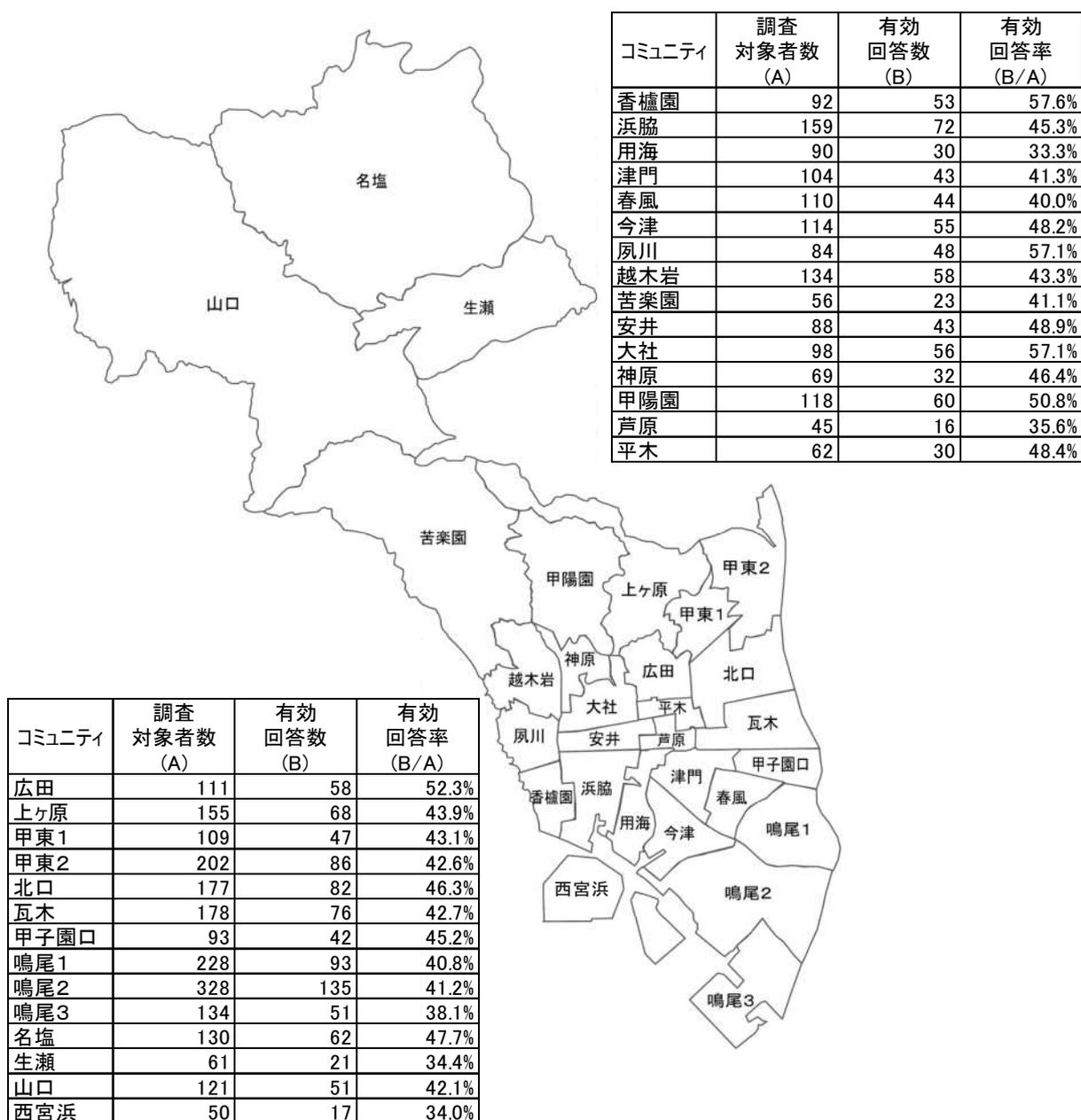
有効回収率：47.9%(昨年度 48.2%)

※有効回収数とは、回収数から白票などの無効票を除いた数

Ⅱ 配布・回収結果

- アンケート配布・回収結果における回答数n（number of casesの略）は、設問に対する有効回答者数を意味している。
- 各選択肢の構成比（％）は、小数点第2位以下を四捨五入しているため、構成比の合計が100%にならない場合がある。
- 無回答・非該当を除外して集計している。

■ 西宮市地域コミュニティ 町別エリア一覧と回収結果



※コミュニティ不明：126人

■年代別回収結果

年代	調査対象者数 (A)	有効回答数 (B)	有効回答率 (B/A)
総数	3,500	1,676	47.9%
18歳・19歳	96	28	29.2%
20～29歳	373	94	25.2%
30～39歳	470	167	35.5%
40～49歳	582	276	47.4%
50～59歳	747	366	49.0%
60～69歳	455	292	64.2%
70～79歳	430	266	61.9%
80歳以上	347	187	53.9%

■性別・年代別回収結果

男性	調査対象者数 (A)	有効回答数 (B)	有効回答率 (B/A)
総数	1,613	611	37.9%
18歳・19歳	57	13	22.8%
20～29歳	178	40	22.5%
30～39歳	230	55	23.9%
40～49歳	253	93	36.8%
50～59歳	370	138	37.3%
60～69歳	215	107	49.8%
70～79歳	194	111	57.2%
80歳以上	116	54	46.6%

女性	調査対象者数 (A)	有効回答数 (B)	有効回答率 (B/A)
総数	1,887	975	51.7%
18歳・19歳	39	13	33.3%
20～29歳	195	51	26.2%
30～39歳	240	102	42.5%
40～49歳	329	165	50.2%
50～59歳	377	213	56.5%
60～69歳	240	166	69.2%
70～79歳	236	142	60.2%
80歳以上	231	123	53.2%

■属性別回収結果

●コミュニティ (n=1,552)

コミュニティ	%
香櫨園	3.5%
浜脇	4.6%
用海	1.9%
津門	2.8%
春風	2.8%
今津	3.6%
夙川	3.1%
越木岩	3.8%
苦楽園	1.5%
安井	2.8%

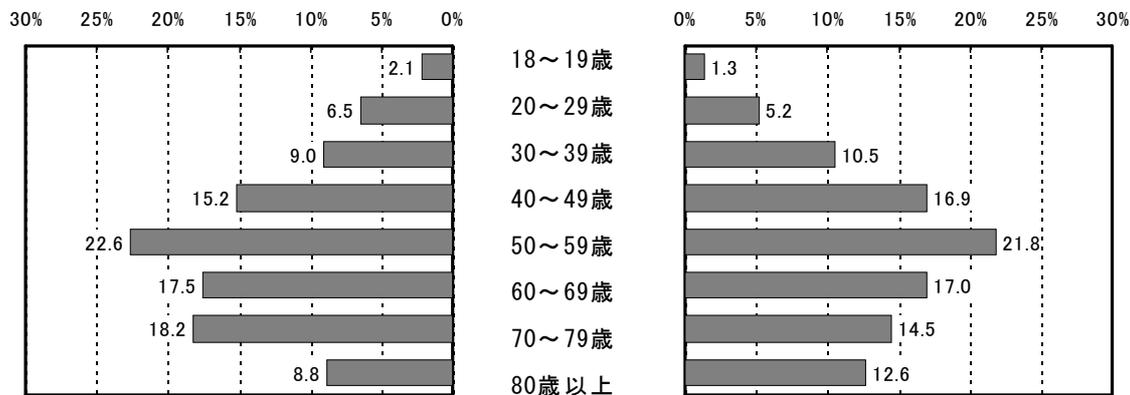
コミュニティ	%
大社	3.6%
神原	2.0%
甲陽園	3.9%
芦原	1.1%
平木	1.9%
広田	3.8%
上ヶ原	4.4%
甲東1	3.0%
甲東2	5.5%
北口	5.3%

コミュニティ	%
瓦木	4.9%
甲子園口	2.7%
鳴尾1	5.9%
鳴尾2	8.6%
鳴尾3	3.2%
名塩	4.0%
生瀬	1.4%
山口	3.2%
西宮浜	1.1%
合計	100.0%

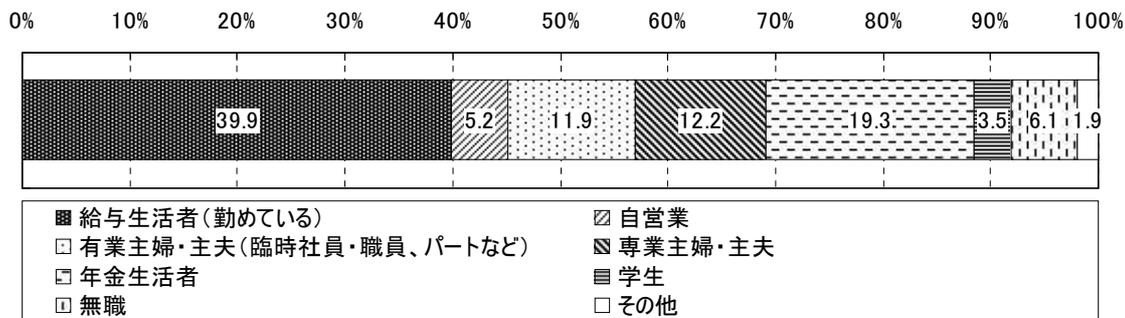
●性・年代

■男性 (n=611)

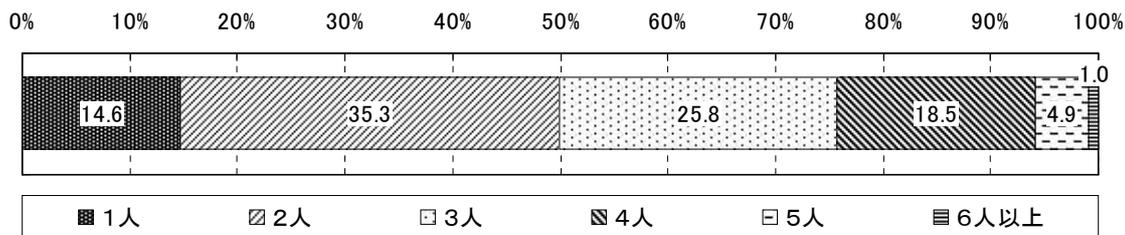
■女性 (n=975)



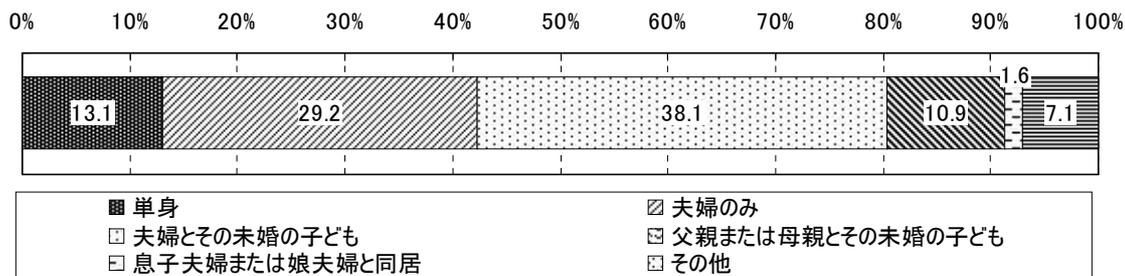
●職業 (n=1,668)



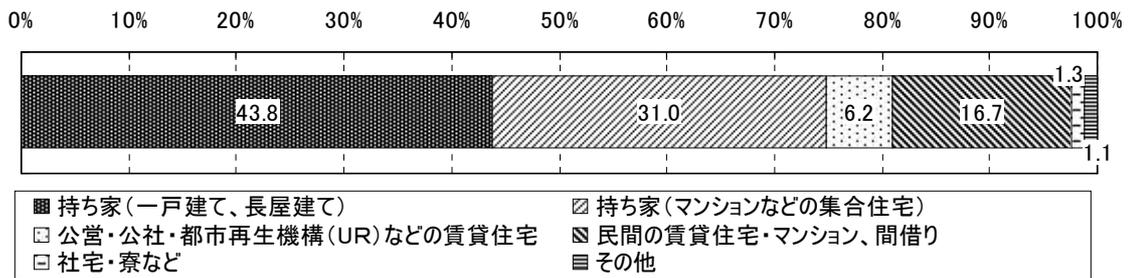
●同居家族人数 (n=1,668)



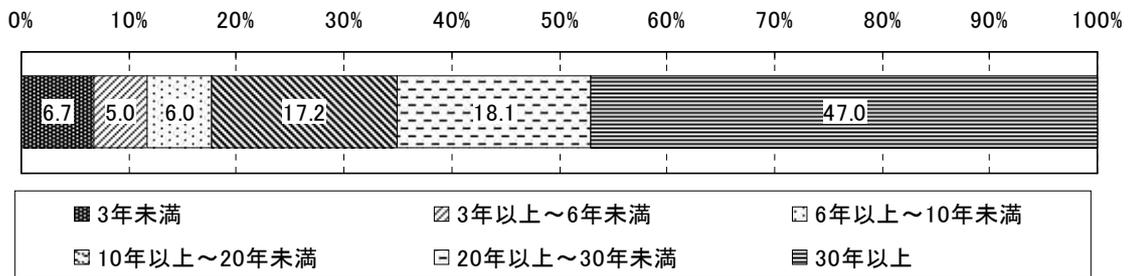
●同居家族構成 (n=1,651)



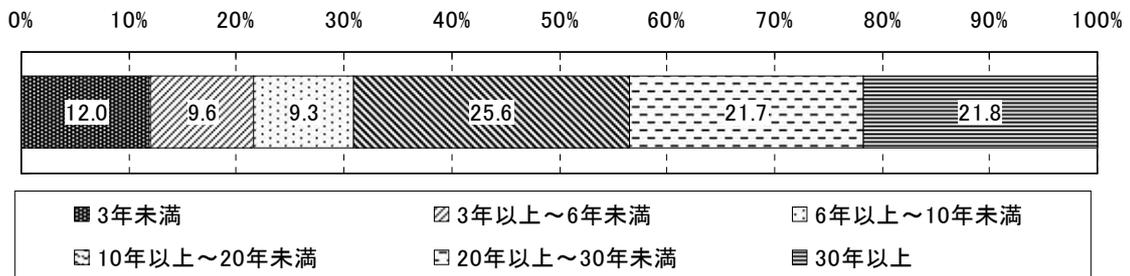
●住まいの種別 (n=1,667)



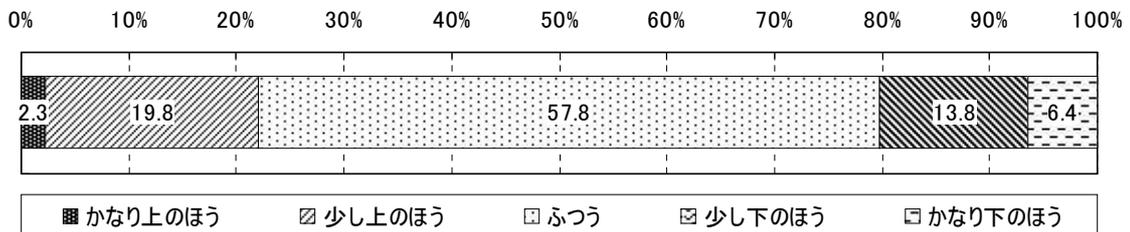
●市内居住年数 (n=1,642)



●現住所居住年数 (n=1,674)



●暮らし向き (n=1,655)



Ⅲ 調査の結果

- アンケート配布・回収結果における回答数n（number of casesの略）は、設問に対する有効回答者数を意味している。
- 各選択肢の構成比（％）は、小数点第2位以下を四捨五入しているため、構成比の合計が100%にならない場合がある。
- 無回答・非該当を除外して集計している。
- クロス集計結果は全て横％表で示している。
- 複数回答が可能な設問の場合、選択肢の構成比の合計が100%を超える場合がある。
- 性別のクロス集計における「その他」については、回答者数が少ない為、除外して分析している。
- 〈施策に向けての一言〉は、関西学院大学法学部・善教将大教授によるものである。

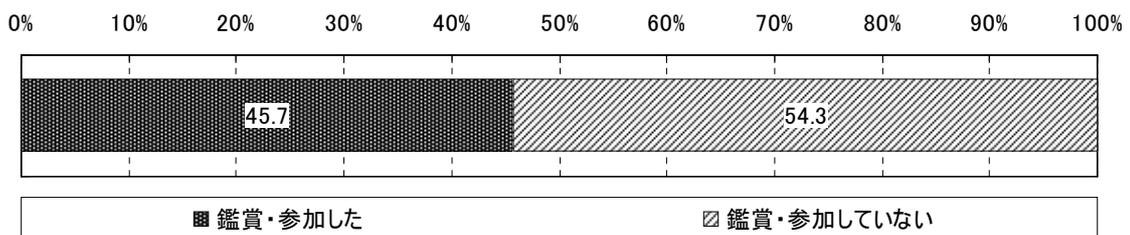
文化芸術について

今後の市の文化芸術施策の参考とするため、文化芸術鑑賞・参加状況や参加してみたい文化芸術に関するイベントについてお聞きします。

問11. あなたは、この1年間にコンサートや美術展、舞台公演、アートや音楽のフェスティバル等に直接鑑賞・参加したことはありますか。（1つ選んで○）

- 「鑑賞・参加した」が45.7%、「鑑賞・参加していない」が54.3%となっている。
- 性別にみると、「鑑賞・参加した」は女性で50.3%、男性で37.5%と差がある。
- 年齢別にみると、「鑑賞・参加した」は29歳までと40・50歳代で50%以上となっており、60歳以上は年齢が高くなるほど少なくなる傾向にある。
- 職業別にみると、「鑑賞・参加した」は専業主婦・主夫、学生、有業主婦・主夫で50%以上となっている。
- 市内を便宜上3つに分けた居住エリア別にみると、「鑑賞・参加した」は市の中部にあたるエリア2で49.7%と最も高く、次いでエリア1が43.4%、エリア3が41.1%となっている。

■ 鑑賞・参加経験（n=1,623）



■性別・年齢（7区分）別 鑑賞・参加経験

		n	鑑賞・参加した	鑑賞・参加していない
性別	男	590	37.5	62.5
	女	946	50.3	49.7
年齢別	18～29歳	122	50.8	49.2
	30～39歳	163	41.1	58.9
	40～49歳	270	51.9	48.1
	50～59歳	355	50.4	49.6
	60～69歳	286	46.2	53.8
	70～79歳	255	40.0	60.0
	80歳以上	171	34.5	65.5

■職業別 鑑賞・参加経験

		n	鑑賞・参加した	鑑賞・参加していない
職業	給与生活者(勤めている)	647	46.2	53.8
	自営業	85	41.2	58.8
	有業主婦・主夫(臨時社員・職員、パートなど)	193	53.4	46.6
	専業主婦・主夫	197	57.4	42.6
	年金生活者	306	36.3	63.7
	学生	58	56.9	43.1
	無職	97	34.0	66.0
	その他	31	29.0	71.0

■居住エリア別 鑑賞・参加経験

		n	鑑賞・参加した	鑑賞・参加していない
エリア	エリア1	615	43.4	56.6
	エリア2	762	49.7	50.3
	エリア3	129	41.1	58.9



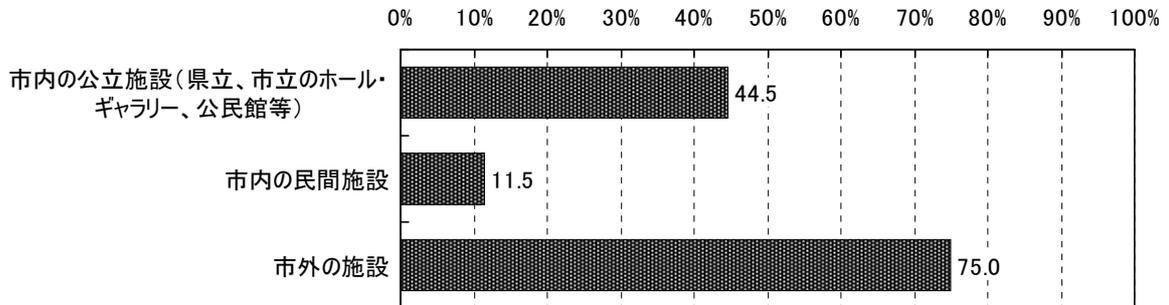
※右のエリアは、便宜的に3つに分けたものである。

問12. 問11で「1.鑑賞・参加した」と回答した方にお伺いします。

主にどのような場所で鑑賞・参加しましたか。(あてはまるものをすべて選んで○)

- 「市外の施設」が75.0%、「市内の公立施設（県立、市立のホール・ギャラリー、公民館等）」が44.5%、「市内の民間施設」が11.5%となっている。
- 年齢別にみると、「市外の施設」は39歳以下で90%前後であるのに対し、70歳以上では「市内の公立施設（県立、市立のホール・ギャラリー、公民館等）」が70%前後となっている。
- 居住エリア別にみると、「市外の施設」はエリア3、エリア1、エリア2の順、「市内の公立施設（県立、市立のホール・ギャラリー、公民館等）」はエリア2、エリア1、エリア3の順でそれぞれ回答割合が高い。

■鑑賞・参加場所（n=739）



■年齢（7区分）別 鑑賞・参加場所

		n	市内の公立施設（県立、市立のホール・ギャラリー、公民館等）	市内の民間施設	市外の施設
年齢別	18～29歳	62	16.1	6.5	90.3
	30～39歳	67	23.9	6.0	89.6
	40～49歳	140	41.4	13.6	74.3
	50～59歳	178	37.6	8.4	78.1
	60～69歳	132	52.3	15.9	79.5
	70～79歳	102	66.7	12.7	65.7
	80歳以上	58	70.7	15.5	39.7

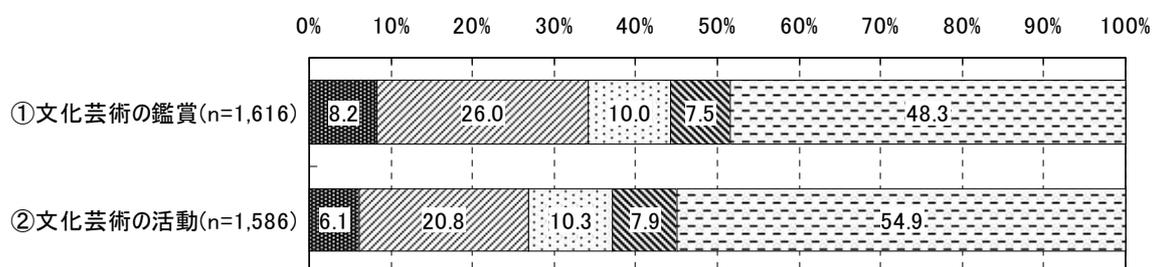
■居住エリア別 鑑賞・参加場所

		n	市内の公立施設（県立、市立のホール・ギャラリー、公民館等）	市内の民間施設	市外の施設
エリア	エリア1	267	42.3	13.1	77.9
	エリア2	378	47.4	11.6	72.5
	エリア3	52	36.5	3.8	80.8

問13. すべての人にお尋ねします。あなたは、文化芸術を鑑賞したり、活動（習い事、体験活動への参加、創作や出演など）をしたりするにあたり、西宮市の文化的な環境に満足していますか。

- ①文化芸術の鑑賞、②文化芸術の活動とも、「わからない」が最も多くを占めており、これに次いで「どちらかといえば満足している」との回答が多い。「満足している」と「どちらかといえば満足している」を合わせた割合は、①文化芸術の鑑賞が34.2%、②文化芸術の活動が26.9%となっている。
- 問11で鑑賞・参加した経験のある人に限ると、「満足している」と「どちらかといえば満足している」を合わせた割合は、①文化芸術の鑑賞が49.6%、②文化芸術の活動が36.0%となっている。

■文化的環境への満足度



■ 満足している ■ どちらかといえば満足している □ どちらかといえば満足していない ▨ 満足していない □ わからない

■鑑賞・参加経験別 文化的環境への満足度

①文化芸術の鑑賞

		n	満足している	どちらかといえば満足している	どちらかといえば満足していない	満足していない	わからない
鑑賞・参加経験	鑑賞・参加した	716	13.1	36.5	13.7	9.5	27.2
	鑑賞・参加していない	853	4.3	17.9	6.7	6.0	65.1

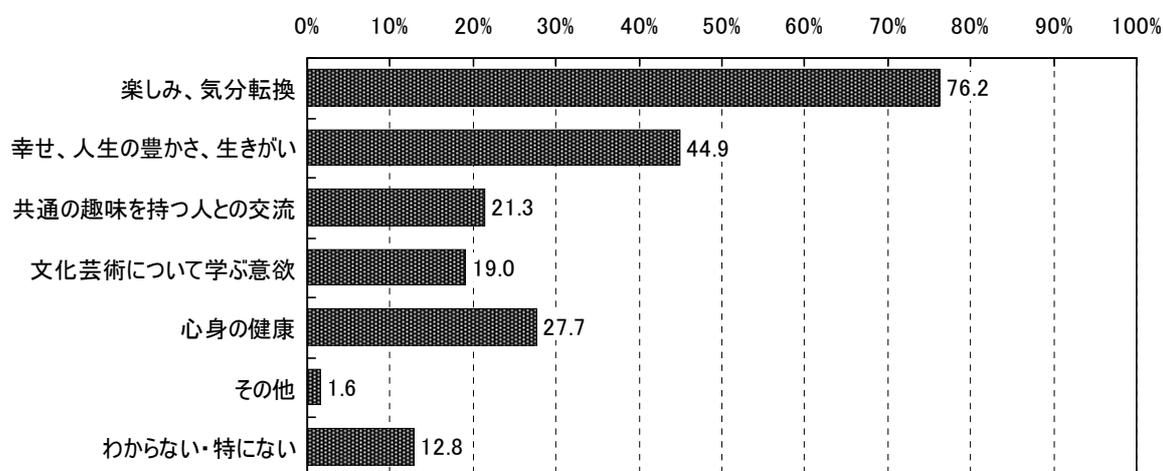
②文化芸術の活動

		n	満足している	どちらかといえば満足している	どちらかといえば満足していない	満足していない	わからない
鑑賞・参加経験	鑑賞・参加した	695	8.5	27.5	14.4	10.4	39.3
	鑑賞・参加していない	846	4.1	16.0	6.9	6.0	67.0

問14. あなたが文化芸術体験に期待することは何ですか。(あてはまるものを最大3つ選んで○)

- 「楽しみ、気分転換」が76.2%と最も多く、次いで「幸せ、人生の豊かさ、生きがい」が44.9%、「心身の健康」が27.7%、「共通の趣味を持つ人との交流」が21.3%、「文化芸術について学ぶ意欲」が19.0%と続いている。
- 年齢別にみると、「心身の健康」は60歳以上で33~38%となっている。
- 「その他」の回答では、「子どもを対象とするもの」「価格が安く手軽に楽しめるもの」などが挙げられている。

■文化芸術体験に期待すること (n=1,645)



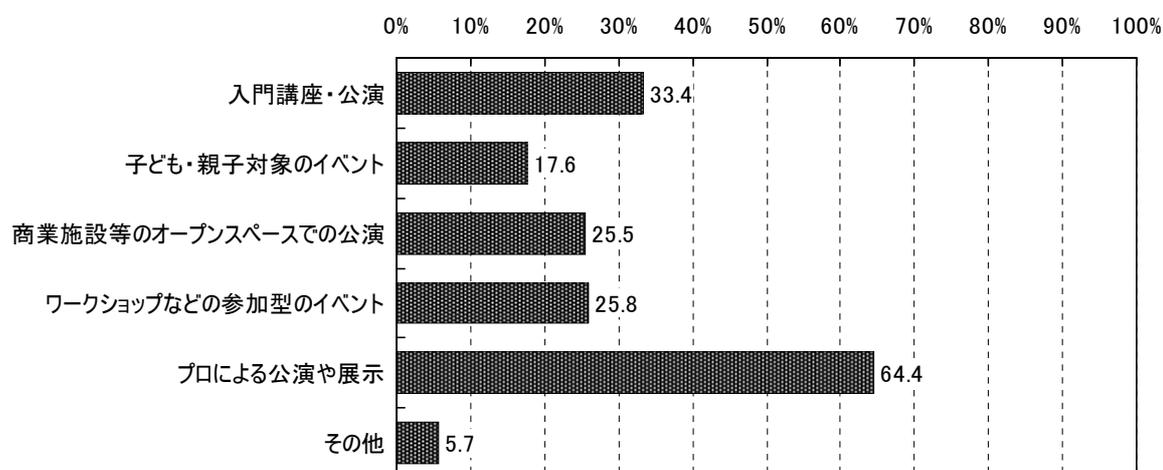
■年齢（7区分）別 文化芸術体験に期待すること

		n	楽しみ、気分転換	幸せ、人生の豊かさ、生きがい	共通の趣味を持つ人との交流	文化芸術について学ぶ意欲	心身の健康	その他	わからない・特にない
年齢別	18~29歳	122	77.9	45.1	26.2	13.9	23.0	0.8	12.3
	30~39歳	167	85.6	46.1	17.4	21.6	18.6	3.6	7.2
	40~49歳	275	81.5	50.2	18.9	17.8	21.5	1.5	10.5
	50~59歳	365	83.3	47.7	19.7	23.8	24.4	1.1	9.6
	60~69歳	288	77.8	44.4	22.6	21.9	33.0	1.4	9.4
	70~79歳	259	62.2	39.4	22.4	18.5	34.4	2.3	20.5
	80歳以上	168	60.7	38.1	25.0	7.7	38.1	0.6	23.2

問15. 市や市の外郭団体が実施する文化芸術に関するイベントについて、どのようなものを鑑賞・参加したいですか。(あてはまるものをすべて選んで○)

- 「プロによる公演や展示」が64.4%と最も多く、次いで「入門講座・公演」が33.4%、「ワークショップなどの参加型イベント」が25.8%、「商業施設等のオープンスペースでの公演」が25.5%、「子ども・親子対象のイベント」が17.6%と続いている。
- 年齢別にみると、「プロによる公演や展示」は50・60歳代で70%以上と多いほか、「子ども・親子対象のイベント」は30歳代で56.5%、40歳代で39.2%と多くみられる。
- 居住エリア別にみると、エリア2で「入門講座・公演」「子ども・親子対象のイベント」が他エリアより多くみられる。
- 鑑賞・参加経験別にみると、経験のある人で「プロによる公演や展示」「ワークショップなどの参加型イベント」が多い。
- 鑑賞・参加場所別にみると、市内の民間施設で鑑賞・参加した人で「商業施設等のオープンスペースでの公演」が42.2%となっている。
- 文化芸術体験に期待すること別にみると、文化芸術について学ぶ意欲と答えた人で「プロによる公演や展示」「入門講座・公演」が多い。
- 「その他」の回答では、「伝統芸能・文化」「学生や熱心に活動する素人の公演」「施設等への訪問」「関心・興味がない」などが挙げられている。

■鑑賞・参加したいイベント (n=1,517)



■年齢（7区分）別 鑑賞・参加したいイベント

		n	入門講座・公演	子ども・親子対象のイベント	商業施設等のオープンスペースでの公演	ワークショップなどの参加型のイベント	プロによる公演や展示	その他
年齢別	18～29歳	114	20.2	19.3	18.4	28.9	62.3	6.1
	30～39歳	161	20.5	56.5	29.8	36.0	50.9	1.2
	40～49歳	265	28.3	39.2	29.8	34.7	57.4	1.5
	50～59歳	347	38.3	6.9	27.4	24.2	70.3	5.5
	60～69歳	271	42.4	5.2	28.4	25.8	75.6	2.6
	70～79歳	226	38.1	3.5	20.8	17.3	61.5	11.1
	80歳以上	132	30.3	3.0	15.2	11.4	62.9	16.7

■居住エリア別 鑑賞・参加したいイベント

		n	入門講座・公演	子ども・親子対象のイベント	商業施設等のオープンスペースでの公演	ワークショップなどの参加型のイベント	プロによる公演や展示	その他
エリア	エリア1	563	30.4	15.8	27.4	26.8	62.2	6.0
	エリア2	732	36.2	20.2	26.0	26.1	66.4	4.4
	エリア3	121	33.9	6.6	20.7	24.8	67.8	11.6

■鑑賞・参加経験別 鑑賞・参加したいイベント

		n	入門講座・公演	子ども・親子対象のイベント	商業施設等のオープンスペースでの公演	ワークショップなどの参加型のイベント	プロによる公演や展示	その他
鑑賞・参加経験	鑑賞・参加した	712	35.3	16.6	25.4	30.3	76.0	3.2
	鑑賞・参加していない	762	31.8	18.9	25.7	21.9	54.2	7.9

■鑑賞・参加場所別 鑑賞・参加したいイベント

		n	入門講座・公演	子ども・親子対象のイベント	商業施設等のオープンスペースでの公演	ワークショップなどの参加型のイベント	プロによる公演や展示	その他
鑑賞・参加場所	市内の公立施設	314	39.2	16.9	26.8	32.5	79.0	3.5
	市内の民間施設	83	38.6	21.7	42.2	39.8	83.1	6.0
	市外の施設	536	35.8	15.7	25.6	32.1	77.2	2.6

■文化芸術体験に期待すること別 鑑賞・参加したいイベント

		n	入門講座・公演	子ども・親子対象のイベント	商業施設等のオープンスペースでの公演	ワークショップなどの参加型のイベント	プロによる公演や展示	その他
文化芸術体験に期待すること	楽しみ、気分転換	1,183	36.8	18.6	26.7	27.6	69.2	2.5
	幸せ、人生の豊かさ、生きがい	708	41.1	19.1	29.4	31.2	73.3	2.1
	共通の趣味を持つ人との交流	335	41.2	15.5	31.3	34.9	70.4	2.7
	文化芸術について学ぶ意欲	307	47.6	18.6	24.4	35.2	80.8	2.3
	心身の健康	425	40.0	12.7	29.2	27.5	69.4	3.1
	その他	26	19.2	23.1	23.1	26.9	61.5	15.4
	わからない・特にない	155	9.7	12.3	18.1	12.3	29.7	31.6

施策に向けての一言<文化芸術について>

2024年度西宮市民意識調査では、文化芸術の鑑賞およびそこへの参加状況の実態把握等を目的とし、文化芸術の参加経験、参加・経験した場所、文化環境への満足度、文化芸術への期待などを尋ねた。調査結果から見えてきたのは、多様な文化芸術に対する西宮市民の認識である。地域や世代等により異なる文化芸術へのニーズに、細やかに対応していくことが市には求められることを示唆する調査結果だといえるだろう。

これまでに芸術を鑑賞・参加した人の、西宮市の文化的環境への満足度を尋ねた結果を見ると（問13）、「わからない」が27%とやや多いものの、どちらかといえば、も含めて、「満足」と回答している人はおよそ50%と半数を占めていた。多くが現状に大きな不満を抱いているわけではないことが、ここからわかる。

しかし、その背景にある文化芸術への期待は、世代により大きく異なる。問14を用いた結果を見ると、多くの人々が「楽しみ、気分転換」を選択する一方で、70代以上になるとこの項目を選択する傾向が弱くなり、代わって「心身の健康」「特になし」を選択する傾向が強くなる。また、若年層と高齢層においては、「共通の趣味を持つ人との交流」を期待する人が相対的に多い点も、特徴的といえる。このように、高い満足度の一方で、文化芸術に期待するものには、明確な年齢差がある点に、注意する必要がある。

期待するものが異なるため、文化芸術に係る施策等へのニーズもまた、世代等により大きく異なる。この点を尋ねた問15の結果を見ると、「プロによる公演や展示」(64%)が最も多く選択されているが、他方で、30代・40代では「子ども・親子対象のイベント」を、また、60代以上では「入門講座・公演」を選ぶ傾向も見受けられる。文化・芸術に関する施策を実施したり、あるいはその内容について広報したりする場合は、その施策が実質的に対象とする人々の年齢層等を念頭におきつつ、どのような内容・広報とすべきかを検討しなければならない。以上を、この結果は示唆している。

文化・芸術関連施策の鑑賞・参加率には、わずかではあるが、地理的分布の偏りがある。問11の結果を見ると、「エリア2」に区分される市民の鑑賞・参加率が相対的に高い。もっとも、これは、広報の偏りによるものではなく、公共交通機関へのアクセスの問題に主として起因する。そのことは、市内ではなく市外の施設に赴く頻度が圧倒的に高い（問12）ことから推察できるだろう。極端な鑑賞・参加率の差があるわけではなく、早急に解決すべき課題ではないという留保はつくものの、仮に、文化・芸術イベントが行われる場所等に地域差がある場合は、そのような問題が生じないようにするなどの配慮が必要である。これもまた、地域の多様性に鑑み、施策展開の方向性だと考えられる。

（関西学院大学 善教 将大）

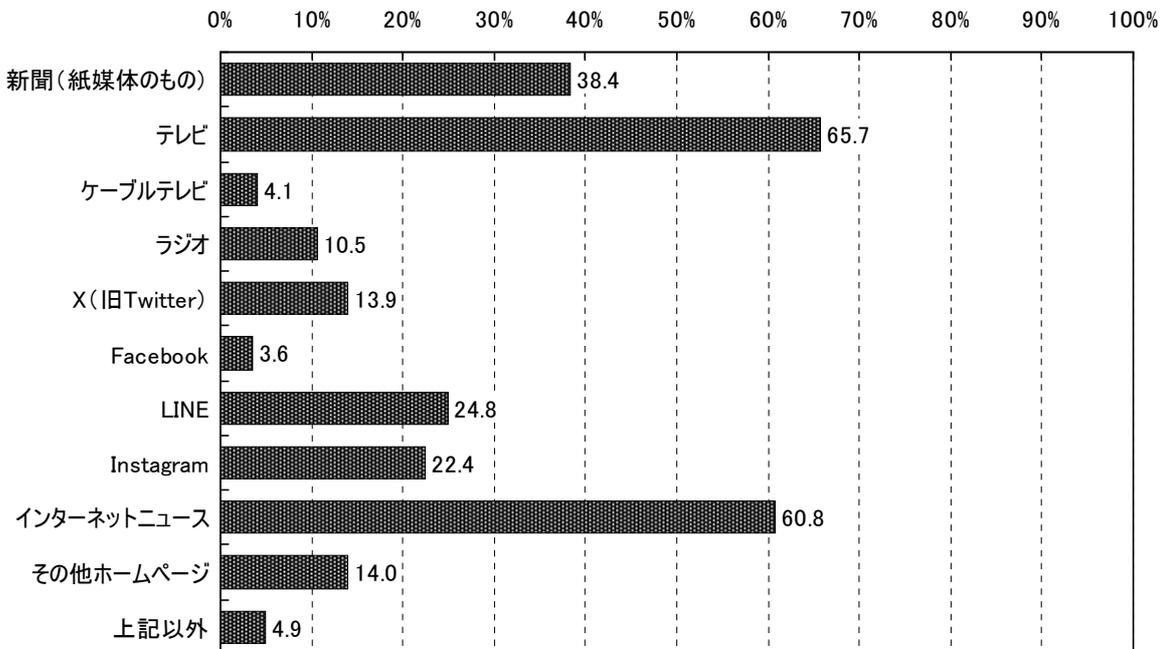
今後の広報媒体の活用について

西宮市では、さまざまな媒体を用いて「市からのお知らせ」をお届けしています。市民の皆さんが日頃からどのような媒体を用いて情報を取得しているかを伺い、今後の広報のあり方を考える参考とさせていただきます。

問16. あなたが普段、情報を取得する際に用いる媒体は次のうち、どれですか。(よく利用するものを3つ選んで○)

- 「テレビ」が65.7%と最も多く、「インターネットニュース」も60.8%と6割以上となっている。以下、「新聞(紙媒体のもの)」が38.4%、「LINE」が24.8%、「Instagram」が22.4%となっている。
- 年齢別にみると、「Instagram」「X(旧Twitter)」「LINE」については49歳以下、「インターネットニュース」は30～60歳代、「テレビ」は60歳以上、「新聞(紙媒体のもの)」と「ラジオ」は70歳以上でそれぞれ多くみられる。
- 職業別にみると、「テレビ」「新聞(紙媒体のもの)」「ラジオ」は年金生活者や無職、「インターネットニュース」は給与生活者や有業主婦・主夫、「X(旧Twitter)」「Instagram」は学生でそれぞれ多くみられる。
- 「上記以外」の回答では、「YouTube」「TikTok」「市政ニュース」「友人・知人」などが挙げられている。

■ 普段の情報媒体 (n=1,586)



■年齢（7区分）別 普段の情報媒体

		n	新聞(紙媒体のもの)	テレビ	ケーブルテレビ	ラジオ	X(旧Twitter)	Facebook	LINE	Instagram	インターネットニュース	その他ホームページ	上記以外
年齢別	18～29歳	114	4.4	43.9	1.8	1.8	55.3	2.6	37.7	63.2	53.5	4.4	4.4
	30～39歳	159	8.8	52.8	1.3	2.5	34.6	1.9	39.6	49.1	67.9	13.8	6.3
	40～49歳	256	21.1	48.0	2.7	3.9	18.8	7.4	32.4	36.3	78.9	10.9	2.7
	50～59歳	348	30.5	67.0	3.4	5.2	10.6	4.9	25.6	20.4	75.9	19.0	4.9
	60～69歳	277	41.5	78.7	5.4	10.1	4.3	3.6	20.9	11.9	69.0	20.9	4.0
	70～79歳	255	70.2	75.7	5.9	23.1	1.2	2.0	16.9	2.0	40.4	12.2	5.5
	80歳以上	176	76.7	80.1	6.8	26.1	1.1	0.0	8.0	1.7	19.3	6.8	8.0

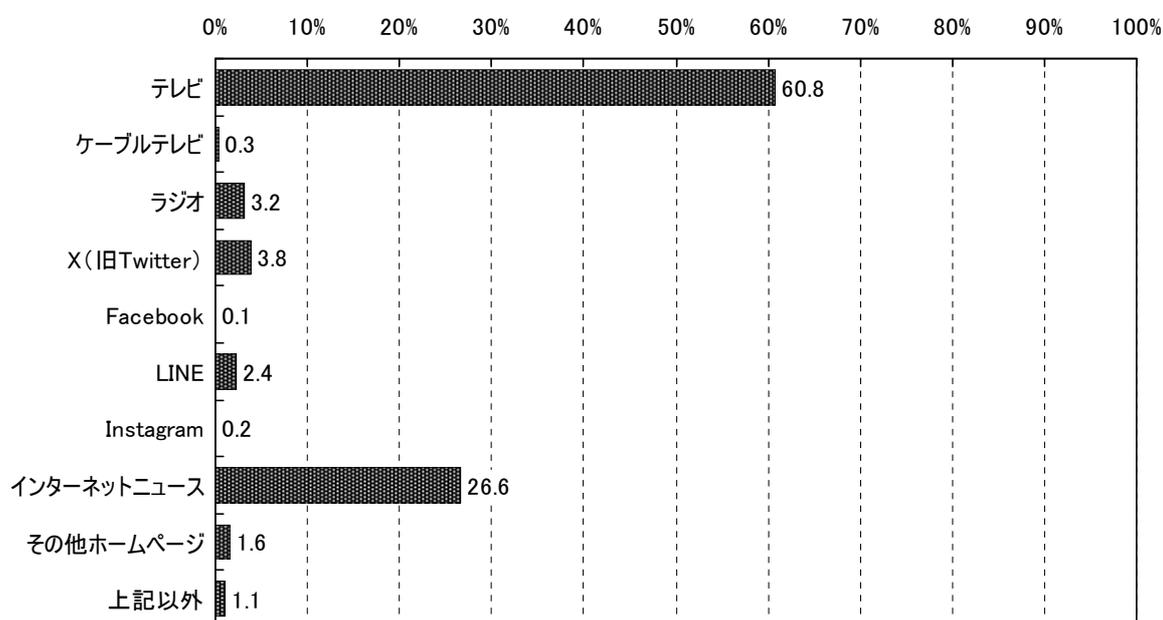
■職業別 普段の情報媒体

		n	新聞(紙媒体のもの)	テレビ	ケーブルテレビ	ラジオ	X(旧Twitter)	Facebook	LINE	Instagram	インターネットニュース	その他ホームページ	上記以外
職業	給与生活者	627	23.3	59.5	4.1	5.1	19.5	5.7	30.3	28.9	75.9	15.3	3.5
	自営業	81	37.0	54.3	7.4	7.4	12.3	6.2	21.0	23.5	54.3	17.3	8.6
	有業主婦・主夫	192	32.3	68.8	1.0	8.9	12.5	2.1	30.2	28.1	67.2	15.6	3.6
	専業主婦・主夫	196	45.9	68.9	3.6	10.2	7.7	2.6	29.1	23.5	55.6	11.7	4.1
	年金生活者	303	70.3	77.9	5.6	24.4	1.0	1.3	10.2	1.3	35.3	12.5	6.9
	学生	54	5.6	42.6	3.7	3.7	61.1	1.9	31.5	59.3	57.4	5.6	5.6
	無職	97	53.6	81.4	3.1	15.5	8.2	1.0	11.3	11.3	50.5	12.4	7.2
	その他	29	37.9	51.7	6.9	3.4	10.3	3.4	34.5	17.2	55.2	17.2	10.3

問17. 災害（大雨や台風、小規模な地震など）が発生したときに、情報を取得するために最初に使用する媒体は次のうち、どれですか。1つ選んで○をつけてください。

- 「テレビ」が60.8%と最も多く、次いで「インターネットニュース」が26.6%となっているが、普段の情報媒体と比べて大幅に少ない。また、この二者以外に10%を超える媒体はなかった。
- 年齢別にみると、「テレビ」は年齢が高くなるほど多くなり、「インターネットニュース」は59歳以下で、「X（旧Twitter）」は29歳以下で多い。
- 「上記以外」では、「防災・天気関係のアプリ」が挙げられている。

■小規模災害時の情報媒体（n=1,445）



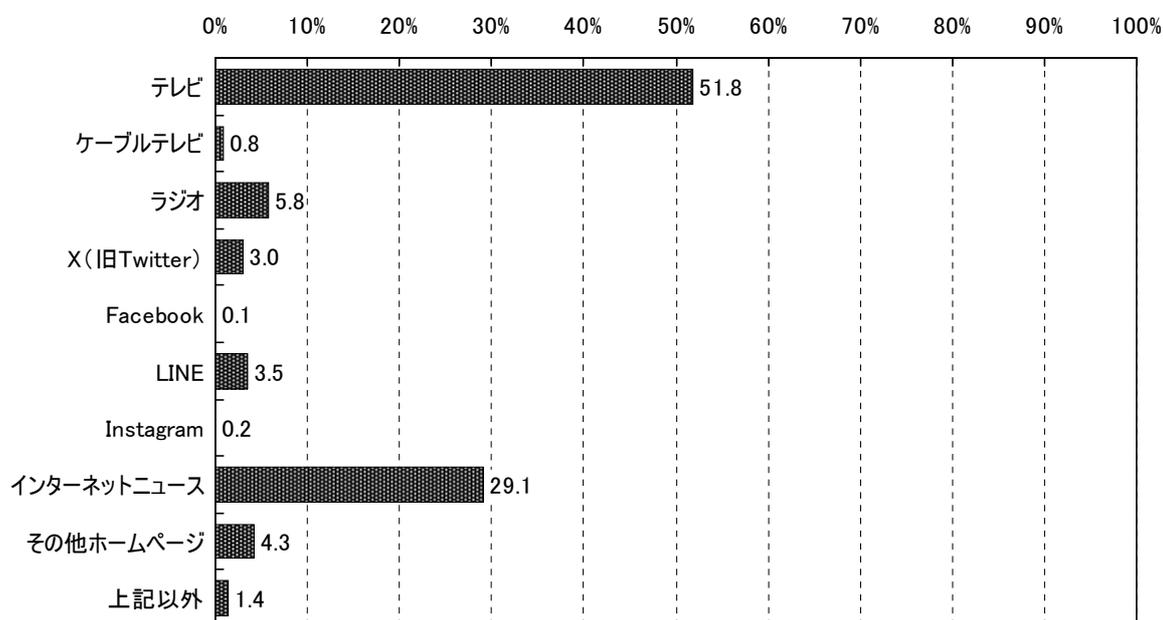
■年齢（7区分）別 小規模災害時の情報媒体

	年齢	n	テレビ	ケーブルテレビ	ラジオ	X(旧Twitter)	Facebook	LINE	Instagram	インターネットニュース	その他ホームページ	上記以外
	18～29歳	109	32.1	0.0	0.9	21.1	0.0	3.7	2.8	32.1	3.7	3.7
	30～39歳	149	40.9	0.7	0.7	10.7	0.0	2.7	0.0	40.9	2.0	1.3
	40～49歳	236	47.5	0.0	0.8	3.8	0.0	1.7	0.0	43.2	1.3	1.7
	50～59歳	310	54.8	0.0	2.9	1.3	0.0	1.3	0.0	35.8	2.6	1.3
	60～69歳	259	70.7	0.4	1.9	1.2	0.4	4.2	0.0	19.7	1.5	0.0
	70～79歳	222	77.5	0.9	8.6	0.0	0.0	2.7	0.0	9.9	0.5	0.0
	80歳以上	159	91.2	0.0	5.7	0.0	0.0	0.6	0.0	1.3	0.0	1.3

問18. 災害（大規模な災害で、自宅からの避難を検討する程度の地震など）が発生したときに、情報を取得するために最初に使用する媒体は次のうち、どれですか。1つ選んで○をつけてください。

- 「テレビ」が51.8%と最も多く、次いで「インターネットニュース」が29.1%となっているが、小規模災害時と同様に普段の情報媒体と比べて大幅に少ない。また、この二者以外に10%を超える媒体はなかった。
- 年齢別にみると、「テレビ」は年齢が高くなるほど多くなり、「インターネットニュース」は59歳以下で、「X（旧Twitter）」は29歳以下で多い。
- 「上記以外」では、「防災・天気関係のアプリ」が挙げられている。

■大規模災害時の情報媒体（n=1,520）



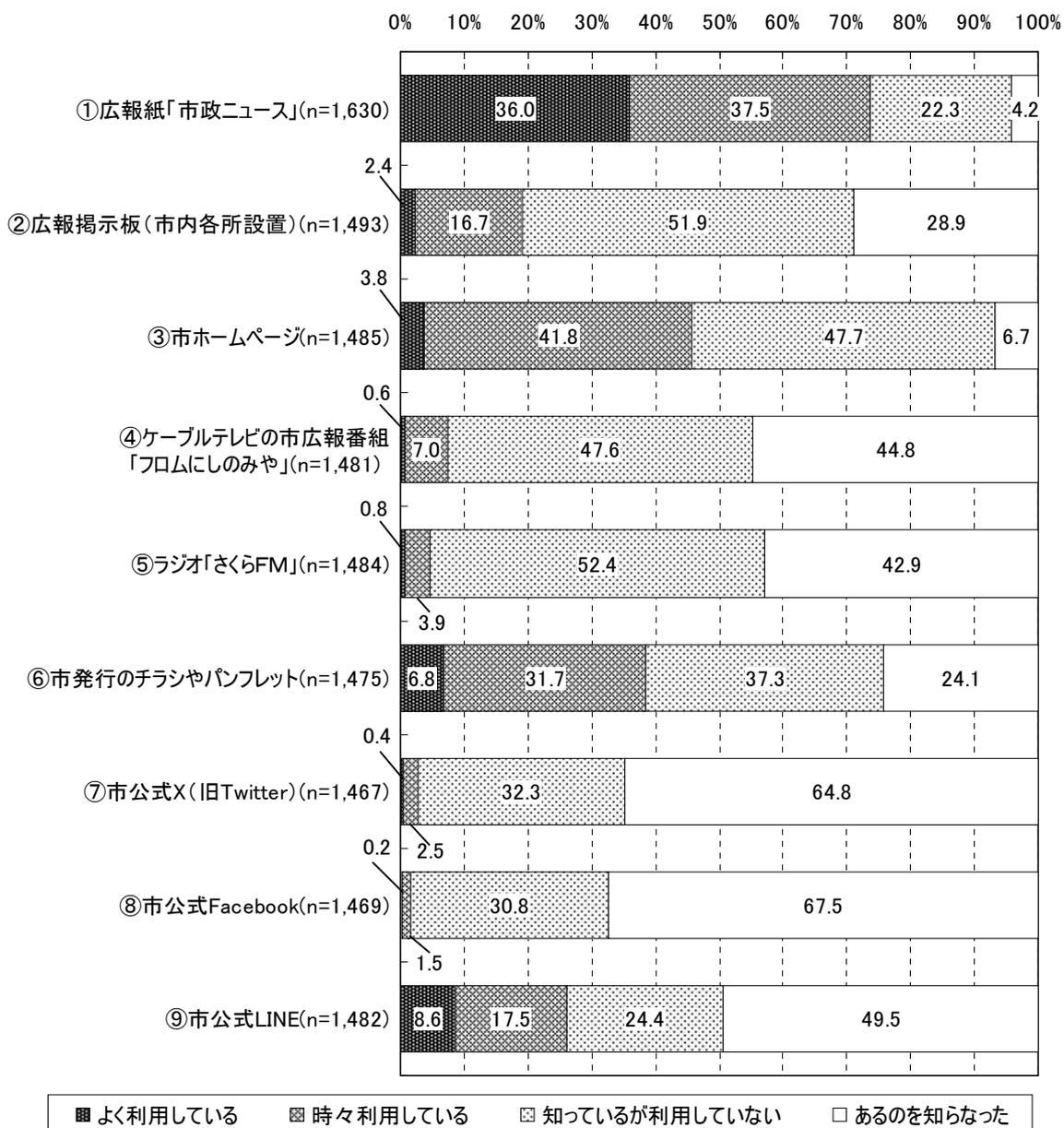
■年齢（7区分）別 大規模災害時の情報媒体

		n	テレビ	ケーブルテレビ	ラジオ	X(旧Twitter)	Facebook	LINE	Instagram	インターネットニュース	その他ホームページ	上記以外
年齢	18～29歳	115	40.0	0.0	2.6	13.0	0.0	1.7	2.6	32.2	4.3	3.5
	30～39歳	156	39.7	0.0	2.6	9.0	0.0	3.8	0.0	37.8	5.1	1.9
	40～49歳	250	39.2	0.0	3.6	2.8	0.0	3.2	0.0	46.0	4.0	1.2
	50～59歳	329	41.9	0.3	5.8	2.1	0.0	2.4	0.0	38.9	7.6	0.9
	60～69歳	269	55.4	1.1	5.9	1.1	0.4	5.9	0.0	24.5	5.2	0.4
	70～79歳	232	69.4	2.2	8.2	0.0	0.0	4.3	0.0	13.4	1.3	1.3
	80歳以上	168	79.2	1.8	10.7	0.0	0.0	1.8	0.0	4.2	0.0	2.4

問19. 西宮市では市政情報など「市からのお知らせ」を次のような方法でお届けしています。あなたはこれらをどの程度利用（読む、見る、聴くなど）されていますか。以下の各媒体それぞれについて1つ選んで○をつけてください。

- ①広報紙「市政ニュース」は、「よく利用している」が36.0%、「時々利用している」が37.5%と、合わせて73.5%が利用していると回答している。
- この他に利用しているとの回答が多いものは、③市ホームページ（よくと時々を合わせて45.6%）と、⑥市発行のチラシやパンフレット（同38.5%）、⑨市公式LINE（同26.1%）ぐらいである。

■市の情報媒体の利用状況



- 性別にみると、①広報紙「市政ニュース」は女性で「よく利用している」の割合が男性より多い。
- 年齢別にみると、①広報紙「市政ニュース」は70歳以上で「よく利用している」、③市ホームページは30～50歳代で「時々利用している」。⑤市公式LINEは30～50歳代の女性で「よく利用している」「時々利用している」と答える人が多い。

■性別 市の情報媒体の利用状況

①広報紙「市政ニュース」

		n	よく利用している	時々利用している	知っているが利用していない	あるのを知らなかった
性別	男	590	30.2	42.0	23.1	4.7
	女	952	40.4	34.9	20.7	4.0

■年齢（7区分）別 市の情報媒体の利用状況

①広報紙「市政ニュース」

		n	よく利用している	時々利用している	知っているが利用していない	あるのを知らなかった
年齢	18～29歳	120	9.2	19.2	42.5	29.2
	30～39歳	165	24.2	41.8	28.5	5.5
	40～49歳	273	34.8	39.9	21.2	4.0
	50～59歳	357	34.7	42.9	21.3	1.1
	60～69歳	291	39.5	39.5	19.9	1.0
	70～79歳	251	46.2	35.1	18.7	0.0
	80歳以上	172	49.4	32.0	15.1	3.5

②広報掲示板（市内各所設置）

		n	よく利用している	時々利用している	知っているが利用していない	あるのを知らなかった
年齢	18～29歳	120	0.0	12.5	40.8	46.7
	30～39歳	163	0.6	17.2	53.4	28.8
	40～49歳	262	1.9	11.1	49.2	37.8
	50～59歳	343	1.5	16.3	56.0	26.2
	60～69歳	267	3.0	16.1	56.2	24.7
	70～79歳	213	5.2	23.0	50.2	21.6
	80歳以上	124	4.8	24.2	49.2	21.8

③市ホームページ

		n	よく利用している	時々利用している	知っているが利用していない	あるのを知らなかった
年齢	18～29歳	119	2.5	29.4	53.8	14.3
	30～39歳	162	4.3	51.9	38.3	5.6
	40～49歳	264	6.1	47.3	42.8	3.8
	50～59歳	350	4.6	48.0	44.9	2.6
	60～69歳	271	3.0	42.1	48.3	6.6
	70～79歳	211	2.8	32.2	57.8	7.1
	80歳以上	107	0.9	23.4	55.1	20.6

④ケーブルテレビの市広報番組「フロムにしのみや」

		n	よく利用している	時々利用している	知っているが利用していない	あるのを知らなかった
年齢	18～29歳	120	0.0	1.7	23.3	75.0
	30～39歳	164	1.2	1.8	32.3	64.6
	40～49歳	264	0.8	4.5	47.7	47.0
	50～59歳	345	0.3	7.2	53.3	39.1
	60～69歳	268	0.4	11.2	55.2	33.2
	70～79歳	206	1.0	11.2	52.9	35.0
	80歳以上	113	0.9	7.1	49.6	42.5

⑤ラジオ「さくらFM」

		n	よく利用している	時々利用している	知っているが利用していない	あるのを知らなかった
年齢	18～29歳	119	0.0	1.7	27.7	70.6
	30～39歳	164	0.6	1.8	36.0	61.6
	40～49歳	265	1.1	3.0	55.1	40.8
	50～59歳	346	0.3	2.9	59.5	37.3
	60～69歳	269	1.1	4.1	62.8	32.0
	70～79歳	209	1.0	7.7	55.0	36.4
	80歳以上	111	1.8	7.2	44.1	46.8

⑥市発行のチラシやパンフレット

		n	よく利用している	時々利用している	知っているが利用していない	あるのを知らなかった
年齢	18～29歳	120	3.3	19.2	37.5	40.0
	30～39歳	162	3.1	37.7	36.4	22.8
	40～49歳	262	4.6	31.3	34.0	30.2
	50～59歳	341	3.8	29.3	39.9	27.0
	60～69歳	261	5.7	32.6	43.7	18.0
	70～79歳	209	12.9	38.3	35.9	12.9
	80歳以上	119	21.0	30.3	26.9	21.8

⑦市公式 X (旧 Twitter)

		n	よく利用している	時々利用している	知っているが利用していない	あるのを知らなかった
年齢	18～29歳	121	1.7	3.3	18.2	76.9
	30～39歳	163	0.0	3.7	22.7	73.6
	40～49歳	263	0.8	4.6	30.4	64.3
	50～59歳	342	0.3	2.6	35.7	61.4
	60～69歳	263	0.0	1.1	36.1	62.7
	70～79歳	202	0.5	0.0	42.1	57.4
	80歳以上	112	0.0	1.8	29.5	68.8

⑧市公式 Facebook

		n	よく利用している	時々利用している	知っているが利用していない	あるのを知らなかった
年齢	18～29歳	121	0.8	1.7	15.7	81.8
	30～39歳	163	0.0	1.2	17.2	81.6
	40～49歳	263	0.4	3.8	28.5	67.3
	50～59歳	343	0.0	0.6	35.3	64.1
	60～69歳	264	0.4	1.5	35.2	62.9
	70～79歳	202	0.0	0.5	42.1	57.4
	80歳以上	112	0.0	0.9	28.6	70.5

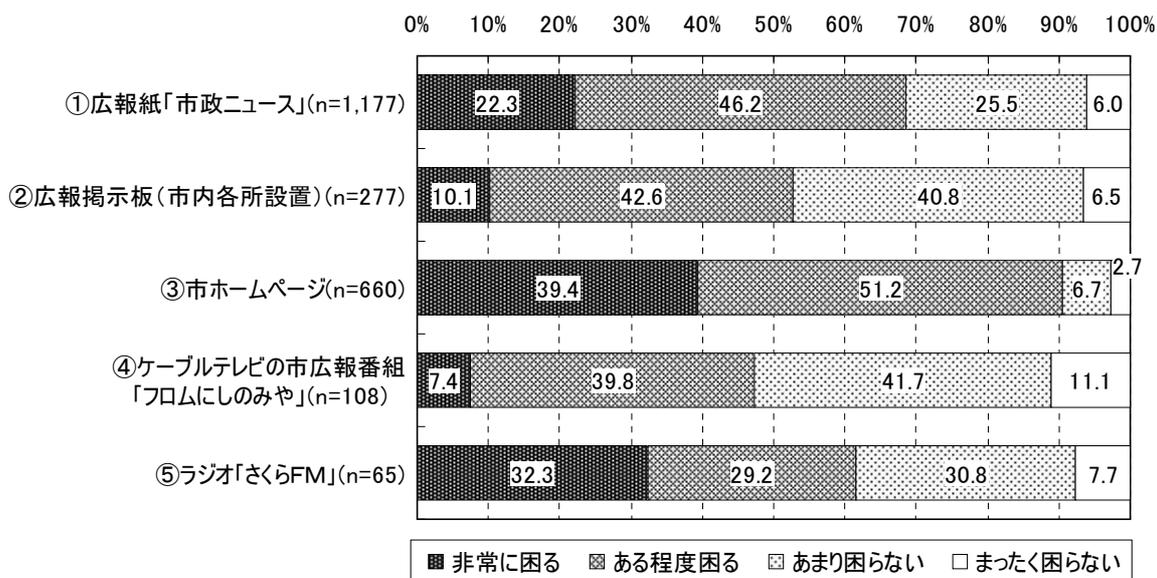
⑨市公式 LINE

		n	よく利用している	時々利用している	知っているが利用していない	あるのを知らなかった
性年齢別	男:18～29歳	53	7.5	13.2	15.1	64.2
	男:30～39歳	54	11.1	27.8	9.3	51.9
	男:40～49歳	86	9.3	18.6	23.3	48.8
	男:50～59歳	127	6.3	14.2	30.7	48.8
	男:60～69歳	100	3.0	9.0	30.0	58.0
	男:70～79歳	86	1.2	8.1	34.9	55.8
	男:80歳以上	32	0.0	0.0	40.6	59.4
	女:18～29歳	64	3.1	14.1	14.1	68.8
	女:30～39歳	101	14.9	32.7	10.9	41.6
	女:40～49歳	163	17.2	32.5	19.6	30.7
	女:50～59歳	207	12.1	20.3	23.7	44.0
	女:60～69歳	147	10.2	17.7	26.5	45.6
	女:70～79歳	108	2.8	10.2	39.8	47.2
	女:80歳以上	76	3.9	2.6	26.3	67.1

問20. 問19で「よく利用している」「時々利用している」を回答した方に伺います。その情報取得媒体がなくなってしまった場合、あなたはどのくらい困りますか。以下の各媒体それぞれについて1つ選んで〇をつけてください。

- ③市ホームページの利用者（n=660）では、「非常に困る」が39.4%、「ある程度困る」が51.2%と、合わせて90.6%が困ると答えている。同様に①広報紙「市政ニュース」の利用者（n=1,177）のうち68.5%、⑤ラジオ「さくらFM」の利用者（n=65）のうち61.5%が困ると答えている。
- 性別にみると、①広報紙「市政ニュース」は女性、③市ホームページは男性で「非常に困る」と答える人がやや多くみられる。
- 年齢別にみると、①広報紙「市政ニュース」や②広報掲示板（市内各所設置）は70歳以上で「非常に困る」と答える人が多くみられる。
- 職業別にみると、①広報紙「市政ニュース」は無職や年金生活者、専業主婦・主夫、③市ホームページは自営業や給与生活者、専業主婦・主夫で「非常に困る」と答える人がやや多くみられる。

■なくなると困る市の情報媒体



■性別 なくなると困る市の情報媒体

①広報紙「市政ニュース」

		n	非常に困る	ある程度困る	あまり困らない	まったく困らない
性別	男	423	19.6	43.5	29.8	7.1
	女	699	24.2	47.9	22.6	5.3

③市ホームページ

		n	非常に困る	ある程度困る	あまり困らない	まったく困らない
性別	男	250	41.6	48.4	6.4	3.6
	女	383	38.9	52.0	7.0	2.1

■年齢（7区分）別 なくなると困る市の情報媒体

①広報紙「市政ニュース」

		n	非常に困る	ある程度困る	あまり困らない	まったく困らない
年齢	18～29歳	33	12.1	36.4	39.4	12.1
	30～39歳	109	11.0	41.3	34.9	12.8
	40～49歳	200	15.0	49.0	29.0	7.0
	50～59歳	269	17.1	46.1	31.6	5.2
	60～69歳	227	22.0	46.3	27.3	4.4
	70～79歳	200	32.5	49.0	13.5	5.0
	80歳以上	138	39.9	44.2	12.3	3.6

②広報掲示板（市内各所設置）

		n	非常に困る	ある程度困る	あまり困らない	まったく困らない
年齢	18～29歳	15	6.7	26.7	53.3	13.3
	30～39歳	28	7.1	39.3	50.0	3.6
	40～49歳	34	2.9	41.2	47.1	8.8
	50～59歳	59	6.8	35.6	52.5	5.1
	60～69歳	51	7.8	47.1	39.2	5.9
	70～79歳	57	21.1	49.1	26.3	3.5
	80歳以上	33	12.1	48.5	27.3	12.1

③市ホームページ

		n	非常に困る	ある程度困る	あまり困らない	まったく困らない
年齢	18～29歳	36	41.7	41.7	8.3	8.3
	30～39歳	89	50.6	42.7	4.5	2.2
	40～49歳	137	46.0	46.7	4.4	2.9
	50～59歳	179	38.0	54.7	5.6	1.7
	60～69歳	121	39.7	49.6	8.3	2.5
	70～79歳	72	23.6	62.5	9.7	4.2
	80歳以上	25	12.0	72.0	16.0	0.0

■職業別 なくなると困る市の情報媒体

①広報紙「市政ニュース」

		n	非常に 困る	ある程度 困る	あまり困 らない	まったく困 らない
職業	給与生活者	445	14.4	43.4	33.5	8.8
	自営業	53	17.0	49.1	26.4	7.5
	有業主婦・主夫	159	13.2	51.6	30.8	4.4
	専業主婦・主夫	159	28.9	49.1	19.5	2.5
	年金生活者	244	34.4	48.4	13.1	4.1
	学生	15	6.7	26.7	60.0	6.7
	無職	73	37.0	43.8	15.1	4.1
	その他	22	27.3	45.5	13.6	13.6

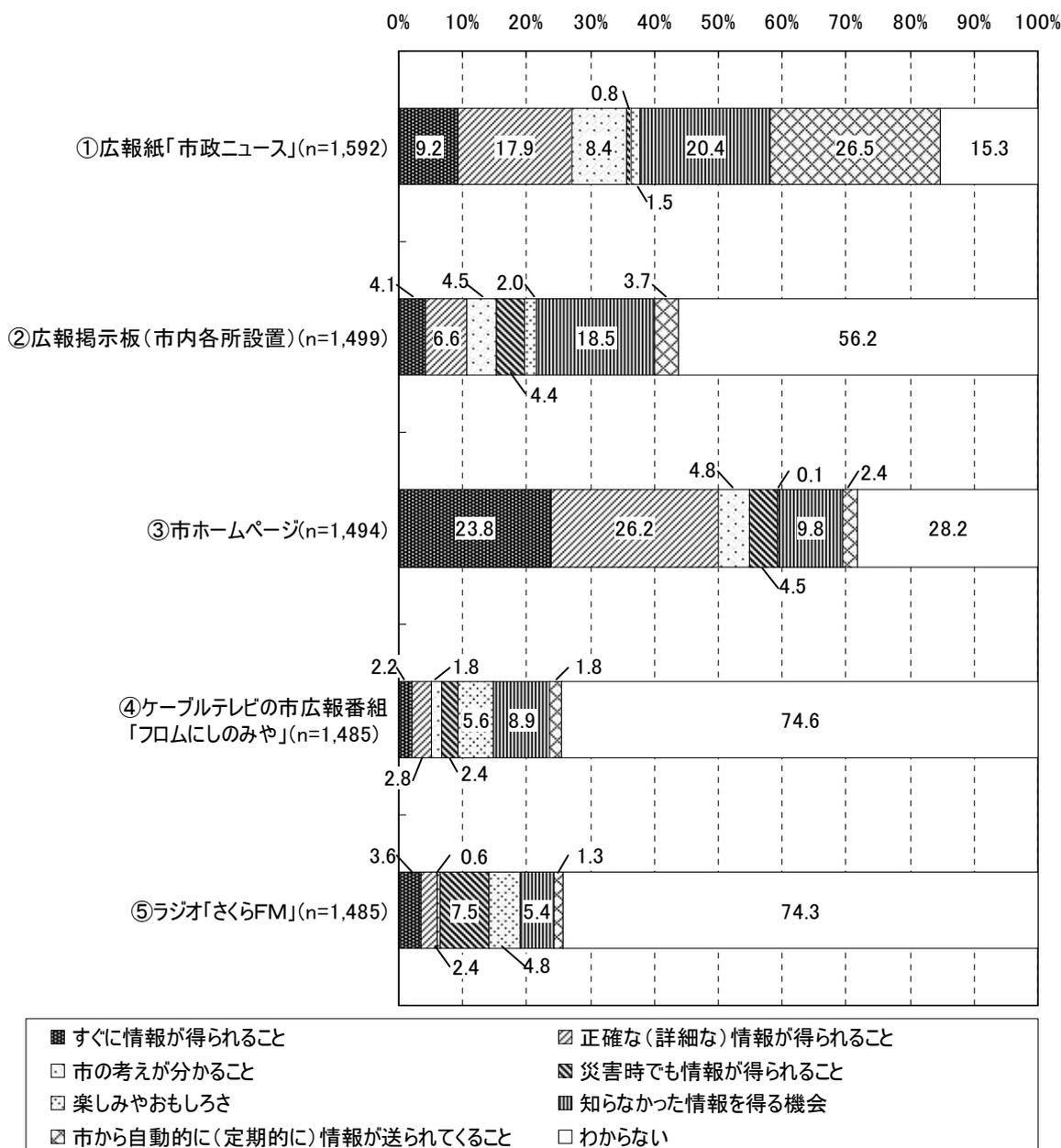
③市ホームページ

		n	非常に 困る	ある程度 困る	あまり困 らない	まったく困 らない
職業	給与生活者	309	43.4	48.5	6.1	1.9
	自営業	33	45.5	45.5	3.0	6.1
	有業主婦・主夫	98	39.8	49.0	8.2	3.1
	専業主婦・主夫	82	40.2	51.2	8.5	0.0
	年金生活者	76	25.0	63.2	7.9	3.9
	学生	15	20.0	46.7	13.3	20.0
	無職	30	30.0	66.7	0.0	3.3
	その他	11	54.5	45.5	0.0	0.0

問21. あなたは、西宮市の各媒体の強みは何だと思えますか。以下の各媒体について、それぞれ最も当てはまると思うものを1つずつ選んでください。

- ①広報紙「市政ニュース」については、「市から自動的に（定期的）情報が送られてくること」が26.5%、「知らなかった情報を得る機会」が20.4%、「正確な（詳細な）情報が得られること」が17.9%となっている。
- ③市ホームページについては、「正確な（詳細な）情報が得られること」が26.2%、「すぐに情報が得られること」が23.8%となっている。
- 他の情報媒体については「わからない」が最も多くを占めている。

■市の情報媒体の強み



●年齢別にみると、①広報紙「市政ニュース」については、70歳以上で「すぐに情報が得られること」、60歳代で「正確な（詳細な）情報が得られること」と答える人が多い。また、③市ホームページについては、59歳以下で「正確な（詳細な）情報が得られること」、40～60歳代で「すぐに情報が得られること」が多くみられる。

■年齢（7区分）別 市の情報媒体の強み

①広報紙「市政ニュース」

		n	すぐに情報が得られること	正確な（詳細な）情報が得られること	市の考えが分かること	災害時でも情報が得られること	楽しみやおもしろさ	知らなかった情報を得る機会	市から自動的に（定期的に）情報が送られてくること	わからない
年齢	18～29歳	120	2.5	12.5	9.2	0.0	3.3	6.7	21.7	44.2
	30～39歳	162	2.5	13.0	7.4	0.0	1.2	23.5	30.9	21.6
	40～49歳	273	3.3	15.0	8.1	0.7	2.6	25.3	28.9	16.1
	50～59歳	350	7.1	15.7	9.4	0.3	1.4	22.0	33.1	10.9
	60～69歳	286	8.4	25.2	5.6	1.7	1.7	22.0	25.2	10.1
	70～79歳	239	19.2	19.7	10.5	0.8	0.4	20.5	19.7	9.2
	80歳以上	161	22.4	21.1	9.3	1.2	0.0	12.4	19.3	14.3

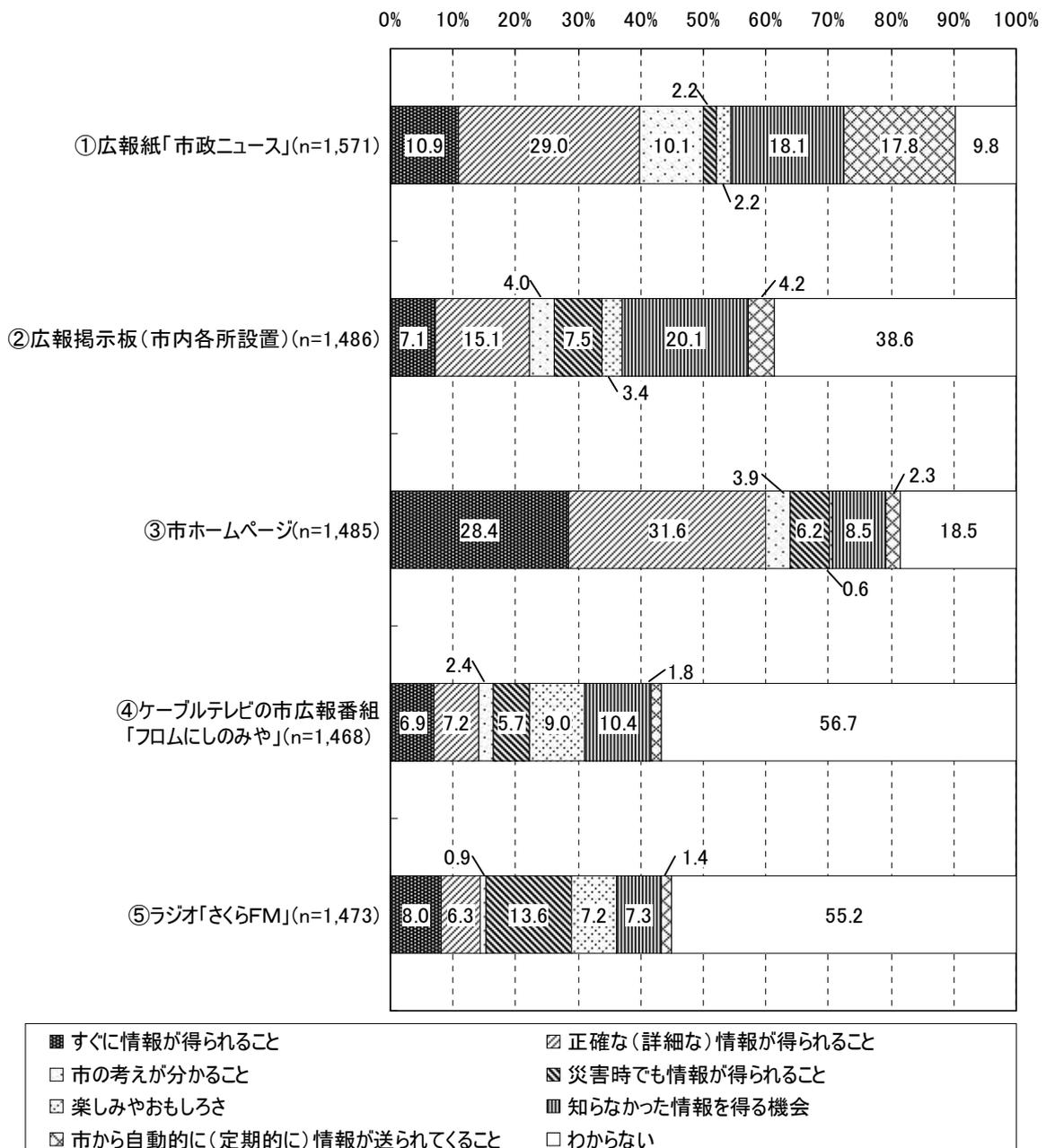
③市ホームページ

		n	すぐに情報が得られること	正確な（詳細な）情報が得られること	市の考えが分かること	災害時でも情報が得られること	楽しみやおもしろさ	知らなかった情報を得る機会	市から自動的に（定期的に）情報が送られてくること	わからない
年齢	18～29歳	121	19.8	29.8	3.3	2.5	0.0	5.8	0.8	38.0
	30～39歳	164	18.9	37.8	5.5	3.0	0.6	7.3	1.8	25.0
	40～49歳	269	28.3	31.6	3.7	5.9	0.0	8.9	1.9	19.7
	50～59歳	346	31.5	30.9	3.2	5.5	0.0	9.8	2.0	17.1
	60～69歳	271	25.1	21.4	7.4	5.2	0.0	11.4	3.0	26.6
	70～79歳	206	17.5	15.0	5.3	2.9	0.5	15.5	4.4	38.8
	80歳以上	116	10.3	10.3	6.0	3.4	0.0	6.0	2.6	61.2

問22. あなたが西宮市の各媒体に求めるものは何ですか。以下の各媒体について、それぞれ最も当てはまると思うものを1つずつ選んでください。

- ①広報紙「市政ニュース」については、「正確な（詳細な）情報が得られること」が29.0%と最も多く、次いで「知らなかった情報を得る機会」が18.1%、「市から自動的に（定期的に）情報が送られてくること」が17.8%となっている。
- ③市ホームページについても、「正確な（詳細な）情報が得られること」が31.6%と最も多く、次いで「すぐに情報が得られること」が28.4%となっている。
- ②広報掲示板については、「知らなかった情報を得る機会」が20.1%と最も多い。
- 他の情報媒体については「わからない」が半数以上を占めている。

■市の情報媒体に求めるもの



- 年齢別にみると、①広報紙「市政ニュース」については、70歳以上で「すぐに情報が得られること」、60歳代で「正確な（詳細な）情報が得られること」と答える人が多い。また、③市ホームページについては、30～50歳代で「正確な（詳細な）情報が得られること」、40～50歳代で「すぐに情報が得られること」が多くみられる。
- 職業別にみると、③市ホームページについては、給与生活者や学生などで「正確な（詳細な）情報が得られること」、年金生活者で「わからない」が多くみられる。

■年齢（7区分）別 市の情報媒体に求めるもの

①広報紙「市政ニュース」

		n	すぐに情報が得られること	正確な（詳細な）情報が得られること	市の考えが分かること	災害時でも情報が得られること	楽しみやおもしろさ	知らなかった情報を得る機会	市から自動的に（定期的に）情報が送られてくること	わからない
年齢	18～29歳	116	5.2	22.4	10.3	0.9	11.2	12.9	11.2	25.9
	30～39歳	159	6.9	20.1	13.2	3.8	3.8	20.1	21.4	10.7
	40～49歳	269	3.7	29.0	10.4	3.0	3.0	23.8	17.8	9.3
	50～59歳	353	9.6	26.3	11.0	0.6	0.8	21.2	21.2	9.1
	60～69歳	280	12.1	38.6	7.5	3.2	1.1	13.6	17.5	6.4
	70～79歳	242	19.0	31.0	8.7	2.1	0.0	17.8	14.5	7.0
	80歳以上	151	20.5	28.5	10.6	2.6	0.7	11.3	15.9	9.9

③市ホームページ

		n	すぐに情報が得られること	正確な（詳細な）情報が得られること	市の考えが分かること	災害時でも情報が得られること	楽しみやおもしろさ	知らなかった情報を得る機会	市から自動的に（定期的に）情報が送られてくること	わからない
年齢	18～29歳	118	27.1	31.4	6.8	7.6	1.7	6.8	0.8	17.8
	30～39歳	161	29.8	42.9	1.2	7.5	0.6	4.3	2.5	11.2
	40～49歳	270	34.1	36.7	2.6	6.7	0.4	6.7	2.6	10.4
	50～59歳	351	34.5	36.2	3.4	5.4	0.0	9.4	0.9	10.3
	60～69歳	268	28.7	31.0	5.6	7.5	1.1	7.8	3.0	15.3
	70～79歳	205	20.0	20.5	4.9	4.4	1.0	12.7	2.4	34.1
	80歳以上	111	9.9	10.8	3.6	3.6	0.0	11.7	5.4	55.0

■職業別 市の情報媒体に求めるもの

③市ホームページ

		n	すぐに情報が得られること	正確な（詳細な）情報が得られること	市の考えが分かること	災害時でも情報が得られること	楽しみやおもしろさ	知らなかった情報を得る機会	市から自動的に（定期的に）情報が送られてくること	わからない
職業	給与生活者	631	29.8	37.6	3.3	6.7	0.8	7.4	2.4	12.0
	自営業	81	23.5	33.3	2.5	8.6	0.0	8.6	4.9	18.5
	有業主婦・主夫	185	36.2	34.6	3.2	7.0	0.0	7.6	0.5	10.8
	専業主婦・主夫	185	30.3	32.4	2.7	5.9	0.0	8.1	2.2	18.4
	年金生活者	227	18.9	16.3	5.7	4.0	0.9	11.9	2.6	39.6
	学生	57	24.6	35.1	7.0	7.0	0.0	3.5	1.8	21.1
	無職	83	26.5	20.5	8.4	7.2	1.2	10.8	2.4	22.9
	その他	29	37.9	17.2	0.0	0.0	3.4	10.3	3.4	27.6

施策に向けての一言<今後の広報媒体の活用について>

西宮市は現在、さまざまな媒体を通じて、広報活動を行っている。そのため 2024 年度西宮市民意識調査では、情報を取得する際に用いる広報媒体、災害が発生した際に用いる媒体、市政情報を入手する媒体、各媒体の必要性認知などについて調査した。

普段、情報を入手する媒体を尋ねた問 16 の結果を見ると、「テレビ」の選択率が 66% であり、これが最も高い値となっているが、それに続く媒体として選択されたのは、「新聞（38%）」ではなく「インターネットニュース（61%）」であった。ソーシャルネットワークワーキングサービス（SNS）の「LINE」や「Instagram」を選択する人は 20% 以上いる。従来のテレビにくわえて、これらの新しい媒体を利用する頻度が全体として増加している。ただし、70 代以上では、「新聞」や「ラジオ」の選択率が相対的に高い。くわえて、災害時においては、それほど SNS は用いられず、「テレビ」もしくは「インターネットニュース」が用いられる傾向にある（問 17・問 18）。今日は SNS の時代と言われることもあるが、その利用率は現状において高くない。SNS に過度に依存するのは、その意味では好ましくないだろう。テレビとインターネット全般をうまく活用しつつ、効果的な広報をしていくことが望まれる。

市の情報媒体の利用状況を尋ねた問 19 を見ると、利用頻度がほとんどないものが散見される。「ケーブルテレビの市広報番組」「ラジオ「さくら FM」」「市公式 X」「市公式 Facebook」がその例に該当する。さらに、これらの利用頻度と年齢をクロスした分析結果を見たところ、すべての年齢層において、ほとんど利用がなされていない結果となっている。さらに、媒体の必要性に関する認識を尋ねた問 20 の結果を見ると、ケーブルテレビの市広報番組については、利用すると回答した人の中でも、「困る」（47%）より「困らない」（53%）が相対的に多い結果が得られた。

一人でも多くの人に情報を伝える必要性がある一方で、予算には制約があることも事実である。その現状を踏まえるならば、ケーブルテレビを利用した広報については、その是非を含め、今後の方向性を早急に検討すべきであろう。同時にラジオを利用した広報についても、同様の検討が必要であるように思われる。実際に、各媒体の強みを尋ねた質問の結果を見ると（問 21）、これら 2 つの広報媒体については「わからない」が 7 割を超える状態となっていた。さらに、市の情報媒体に求める項目を尋ねた問 22 の結果を見ても、これら 2 つの項目については「わからない」が 5 割程度となっていた。これら 2 つの媒体については、ほとんどの人が認知していないことは明らかである。これら 2 つの媒体を通じた市の広報を続けるとしても、何らかの改革の必要性が示唆される結果といえるだろう。

（関西学院大学 善教 将大）

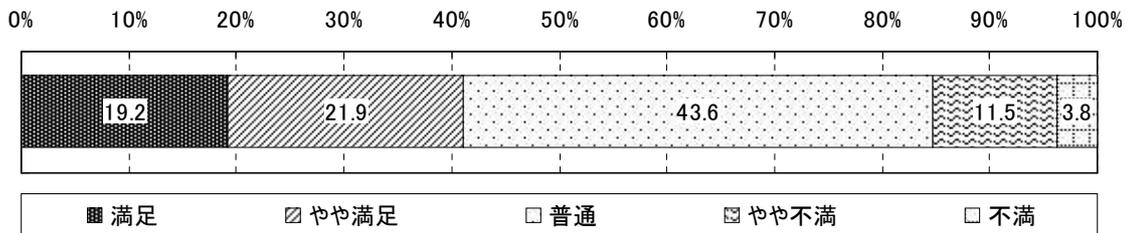
「みどりの基本計画」中間年の市民意識調査について

みどりの基本計画の目標年度は、令和11年度を設定しています。今回、計画の指標の一つである「市民のみどりの活用度」を調査し、中間年である今年度の数値を調査し、目標年度までの達成率を市民意識調査から把握します。

問23. 西宮市全体の緑の量についてあなたは満足していますか。(1つ選んで○)

- 「普通」が43.6%と最も多く、「満足」(19.2%)と「やや満足」(21.9%)を合わせて41.1%が満足感を示している。
- 後述の問25「市内の公園を利用する頻度」別にみると、ほぼ毎日など利用する頻度が高い人ほど満足感を示す人が多くみられる。

■市全体の緑の量の満足度 (n=1,608)



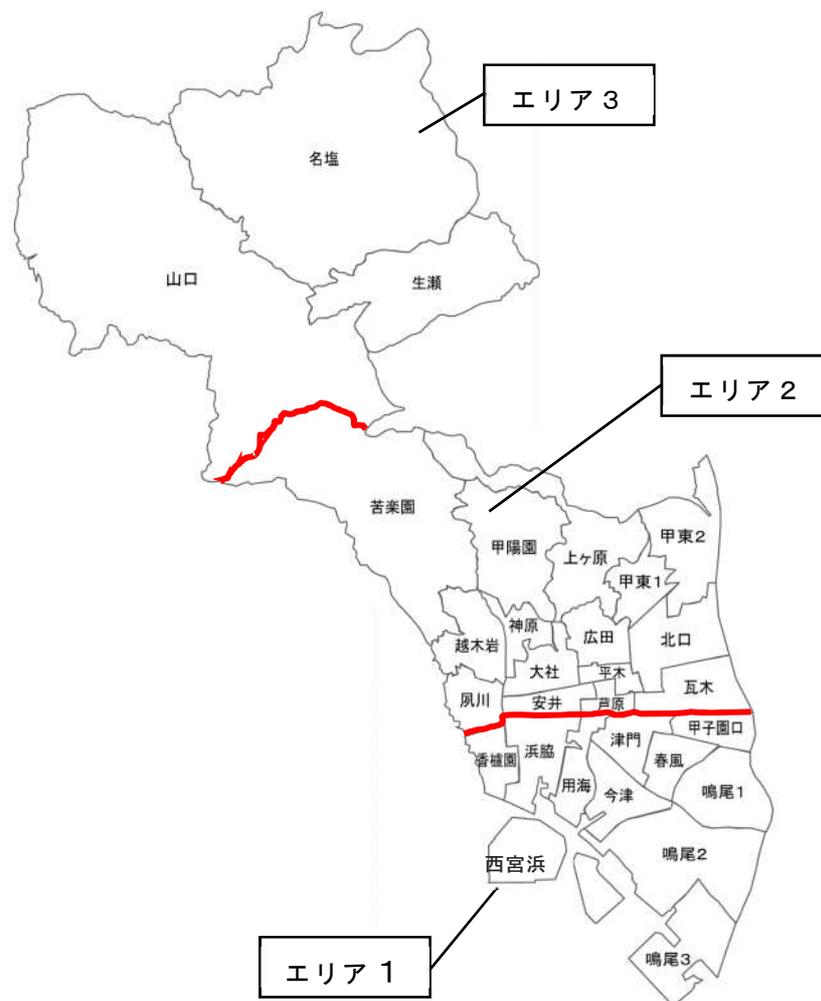
■市内の公園を利用する頻度別 市全体の緑の量の満足度

		n	満足	やや満足	普通	やや不満	不満
市内の公園を利用する頻度	ほぼ毎日	76	25.0	30.3	31.6	9.2	3.9
	週に2~3回	119	21.0	31.9	31.9	9.2	5.9
	週に1回程度	116	17.2	33.6	31.9	13.8	3.4
	月に1~3回	189	21.2	25.4	32.8	16.9	3.7
	数か月に1回程度	264	15.9	24.6	44.3	11.0	4.2
	ほとんど利用しない	804	19.3	16.5	50.4	10.3	3.5

●居住エリア別に見ると、市域の北部に向かうほど「満足」「やや満足」と答える人の割合が高くなっている。

■居住エリア別 市全体の緑の量の満足度

		n	満足	やや満足	普通	やや不満	不満
エリア	エリア1	610	17.5	19.5	48.2	11.6	3.1
	エリア2	754	20.2	23.6	39.7	12.3	4.2
	エリア3	129	21.7	24.0	46.5	5.4	2.3

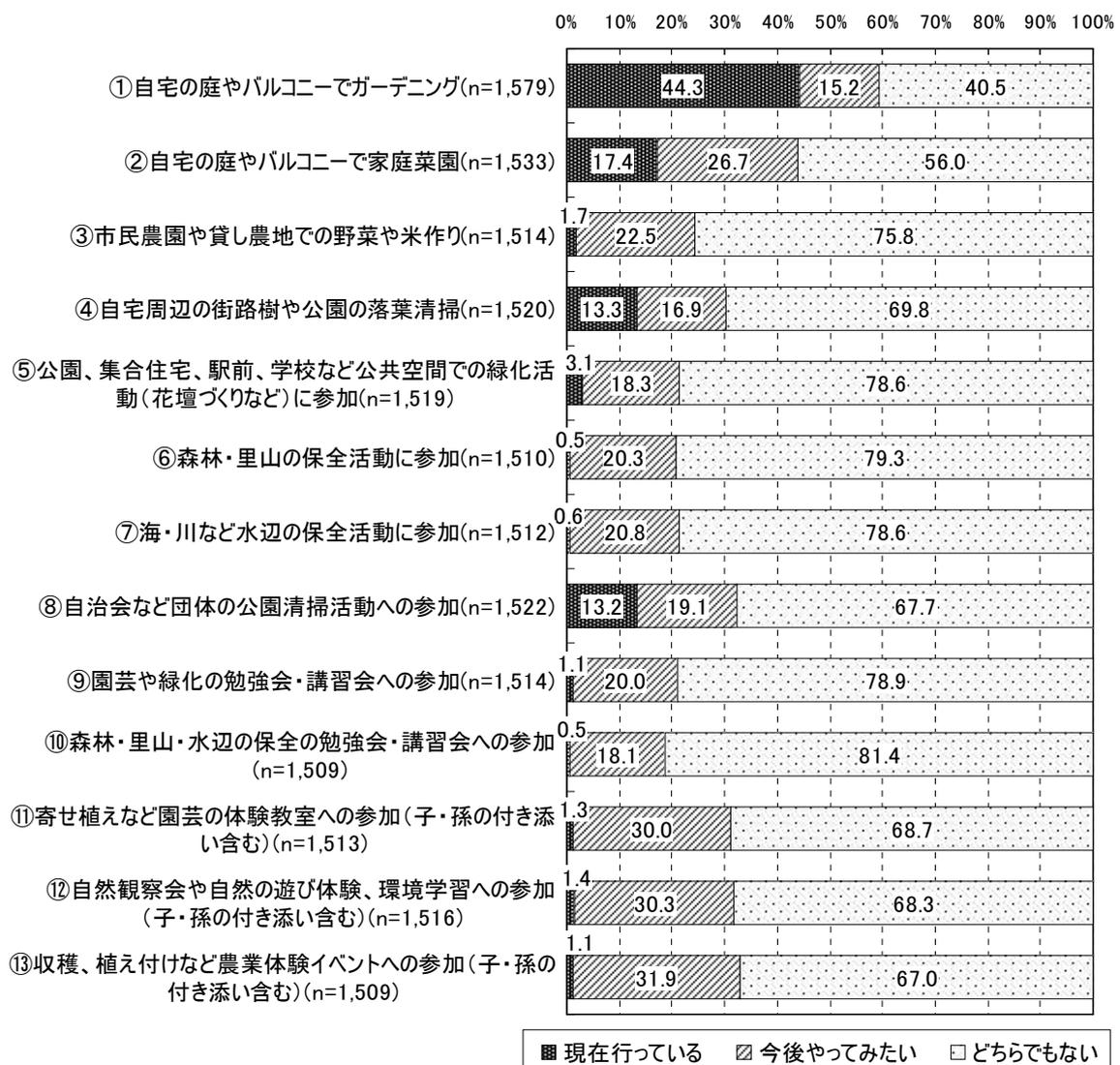


※上記エリアは、便宜的に3つに分けたものである。

問24. 以下の緑を守り育てる活動それぞれについて、あてはまるものを1つ選んで○をつけてください。

- 「現在行っている」と答える人で多いのは、「①自宅の庭やバルコニーでガーデニング」が44.3%、「②自宅の庭やバルコニーで家庭菜園」が17.4%、「④自宅周辺の街路樹や公園の落葉清掃」が13.3%、「⑧自治会など団体の公園清掃活動への参加」が13.2%などとなっている。
- 「今後やってみたい」と答える人で多いのは、「⑬収穫、植え付けなど農業体験イベントへの参加（子・孫の付き添い含む）」が31.9%、「⑫自然観察会や自然の遊び体験、環境学習への参加（子・孫の付き添い含む）」が30.3%、「⑪寄せ植えなど園芸の体験教室への参加（子・孫の付き添い含む）」が30.0%、「②自宅の庭やバルコニーで家庭菜園」が26.7%などとなっている。

■緑を守り育てる活動の実施状況



- 性別にみると、「⑦海・川など水辺の保全活動に参加」や「⑩森林・里山・水辺の保全の勉強会・講習会への参加」について男性で「今後やってみたい」という人が多く、「⑪寄せ植えなど園芸の体験教室への参加（子・孫の付き添い含む）」については女性で「今後やってみたい」という人が多くみられる。

■性別 緑を守り育てる活動の実施状況

⑦海・川など水辺の保全活動に参加

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
性別	男	554	1.1	25.6	73.3
	女	874	0.2	17.8	81.9

⑩森林・里山・水辺の保全の勉強会・講習会への参加

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
性別	男	553	0.9	22.2	76.9
	女	872	0.1	15.7	84.2

⑪寄せ植えなど園芸の体験教室への参加（子・孫の付き添い含む）

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
性別	男	551	0.5	24.0	75.5
	女	881	1.5	33.5	65.0

- 年齢別にみると、「自宅の庭やバルコニーでガーデニング」「②自宅の庭やバルコニーで家庭菜園」「④自宅周辺の街路樹や公園の落葉清掃」「⑧自治会など団体の公園清掃活動への参加」については70歳以上で「現在行っている」という人が多く、49歳以下では「今後やってみたい」という人が多くみられる。

■年齢（7区分）別 緑を守り育てる活動の実施状況

①自宅の庭やバルコニーでガーデニング

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
年齢	18～29歳	117	29.1	28.2	42.7
	30～39歳	165	23.0	18.8	58.2
	40～49歳	270	35.9	19.3	44.8
	50～59歳	354	42.4	18.1	39.5
	60～69歳	286	49.7	12.6	37.8
	70～79歳	239	61.5	7.1	31.4
	80歳以上	147	61.2	4.8	34.0

②自宅の庭やバルコニーで家庭菜園

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
年齢	18～29歳	119	13.4	33.6	52.9
	30～39歳	165	14.5	30.3	55.2
	40～49歳	269	15.2	32.3	52.4
	50～59歳	351	14.5	33.3	52.1
	60～69歳	278	17.6	25.5	56.8
	70～79歳	223	25.1	13.0	61.9
	80歳以上	127	22.8	11.8	65.4

④自宅周辺の街路樹や公園の落葉清掃

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
年齢	18～29歳	118	7.6	26.3	66.1
	30～39歳	165	7.3	18.8	73.9
	40～49歳	267	10.1	19.1	70.8
	50～59歳	350	10.3	16.6	73.1
	60～69歳	272	15.8	17.6	66.5
	70～79歳	217	21.2	12.9	65.9
	80歳以上	130	21.5	7.7	70.8

⑧自治会など団体の公園清掃活動への参加

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
年齢	18～29歳	118	2.5	22.9	74.6
	30～39歳	165	6.1	23.6	70.3
	40～49歳	267	10.1	24.0	65.9
	50～59歳	349	10.9	18.9	70.2
	60～69歳	275	13.8	19.3	66.9
	70～79歳	218	24.3	16.1	59.6
	80歳以上	129	24.0	5.4	70.5

⑪寄せ植えなど園芸の体験教室への参加（子・孫の付き添い含む）

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
年齢	18～29歳	118	0.0	21.2	78.8
	30～39歳	165	1.2	40.0	58.8
	40～49歳	265	1.1	39.6	59.2
	50～59歳	352	0.6	31.0	68.5
	60～69歳	274	2.2	30.7	67.2
	70～79歳	212	2.4	21.2	76.4
	80歳以上	126	0.8	15.1	84.1

⑫自然観察会や自然の遊び体験、環境学習への参加（子・孫の付き添い含む）

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
年齢	18～29歳	119	0.8	31.1	68.1
	30～39歳	165	1.2	52.1	46.7
	40～49歳	266	3.4	43.2	53.4
	50～59歳	352	0.6	29.3	70.2
	60～69歳	273	1.5	25.6	72.9
	70～79歳	216	0.9	15.7	83.3
	80歳以上	124	0.8	11.3	87.9

⑬収穫、植え付けなど農業体験イベントへの参加（子・孫の付き添い含む）

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
年齢	18～29歳	118	0.8	31.4	67.8
	30～39歳	165	1.2	51.5	47.3
	40～49歳	267	1.5	48.3	50.2
	50～59歳	350	1.1	33.4	65.4
	60～69歳	271	1.5	25.5	73.1
	70～79歳	213	0.5	16.4	83.1
	80歳以上	124	0.0	8.1	91.9

- 同居家族構成別にみると、「⑪寄せ植えなど園芸の体験教室への参加（子・孫の付き添い含む）」「⑫自然観察会や自然の遊び体験、環境学習への参加（子・孫の付き添い含む）」「⑬収穫、植え付けなど農業体験イベントへの参加（子・孫の付き添い含む）」について、夫婦とその未婚の子どもで暮らす世帯で「今後やってみたい」と答える人が多くみられる。

⑪寄せ植えなど園芸の体験教室への参加（子・孫の付き添い含む）

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
同居家族構成	単身	177	0.0	21.5	78.5
	夫婦のみ	435	1.6	26.9	71.5
	夫婦とその未婚の子ども	594	1.7	37.2	61.1
	父親または母親とその未婚の子ども	168	0.6	23.2	76.2
	息子夫婦または娘夫婦と同居	20	0.0	35.0	65.0
	その他	102	1.0	25.5	73.5

⑫自然観察会や自然の遊び体験、環境学習への参加（子・孫の付き添い含む）

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
同居家族構成	単身	177	0.6	16.9	82.5
	夫婦のみ	435	0.7	22.8	76.6
	夫婦とその未婚の子ども	597	2.3	43.2	54.4
	父親または母親とその未婚の子ども	169	0.6	22.5	76.9
	息子夫婦または娘夫婦と同居	19	0.0	36.8	63.2
	その他	102	1.0	21.6	77.5

⑬収穫、植え付けなど農業体験イベントへの参加（子・孫の付き添い含む）

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
同居家族構成	単身	176	0.0	23.3	76.7
	夫婦のみ	433	0.5	25.9	73.7
	夫婦とその未婚の子ども	596	2.0	44.0	54.0
	父親または母親とその未婚の子ども	166	1.2	20.5	78.3
	息子夫婦または娘夫婦と同居	20	0.0	25.0	75.0
	その他	102	0.0	21.6	78.4

- 住まいの種別ごとにみると、持ち家（一戸建て、長屋建て）の人で、緑を守り育てる活動を実施している人が多く、「①自宅の庭やバルコニーでガーデニング」を「現在行っている」人が61.6%、「②自宅の庭やバルコニーで家庭菜園」を「現在行っている」人が26.2%となっている。

■住まいの種別 緑を守り育てる活動の実施状況

①自宅の庭やバルコニーでガーデニング

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
住まいの種別	持ち家（一戸建て、長屋建て）	688	61.6	11.3	27.0
	持ち家（マンションなどの集合住宅）	493	38.3	15.6	46.0
	公営・公社・都市再生機構（UR）などの賃貸住宅	93	24.7	17.2	58.1
	民間の賃貸住宅・マンション、間借り	264	20.8	22.0	57.2
	社宅・寮など	19	5.3	36.8	57.9
	その他	16	37.5	6.3	56.3

②自宅の庭やバルコニーで家庭菜園

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
住まいの種別	持ち家（一戸建て、長屋建て）	664	26.2	27.6	46.2
	持ち家（マンションなどの集合住宅）	475	12.2	23.4	64.4
	公営・公社・都市再生機構（UR）などの賃貸住宅	91	7.7	19.8	72.5
	民間の賃貸住宅・マンション、間借り	262	9.2	32.1	58.8
	社宅・寮など	20	5.0	35.0	60.0
	その他	15	13.3	20.0	66.7

- 現住所居住年数別にみると、「①自宅の庭やバルコニーでガーデニング」については、居住年数が長い人ほど「現在行っている」と答える人が多くみられる。また、「⑫自然観察会や自然の遊び体験、環境学習への参加（子・孫の付き添い含む）」「⑬収穫、植え付けなど農業体験イベントへの参加（子・孫の付き添い含む）」については、比較的居住年数の短い人で「今後やってみたい」と答える人が多い。

■現住所居住年数別 緑を守り育てる活動の実施状況

①自宅の庭やバルコニーでガーデニング

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
現住所居住年数	3年未満	192	23.4	26.6	50.0
	3年以上～6年未満	154	31.8	18.8	49.4
	6年以上～10年未満	150	32.0	18.0	50.0
	10年以上～20年未満	408	45.6	15.2	39.2
	20年以上～30年未満	350	51.4	12.0	36.6
	30年以上	323	58.8	8.7	32.5

⑫自然観察会や自然の遊び体験、環境学習への参加（子・孫の付き添い含む）

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
現住所居住年数	3年未満	189	1.6	45.0	53.4
	3年以上～6年未満	152	1.3	44.7	53.9
	6年以上～10年未満	148	3.4	41.9	54.7
	10年以上～20年未満	396	1.0	29.5	69.4
	20年以上～30年未満	341	0.6	23.2	76.2
	30年以上	288	1.7	16.7	81.6

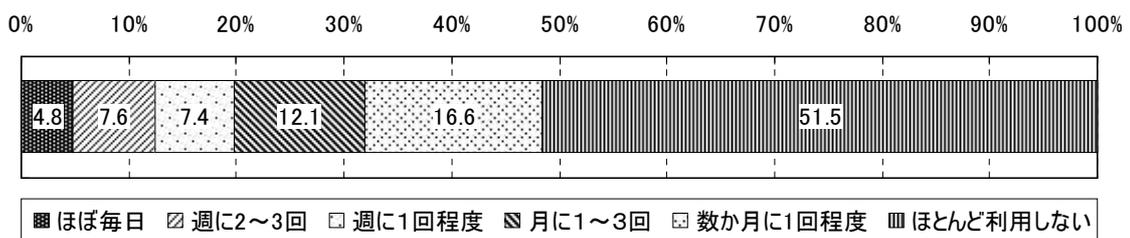
⑬収穫、植え付けなど農業体験イベントへの参加（子・孫の付き添い含む）

		n	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
現住所居住年数	3年未満	189	1.1	48.1	50.8
	3年以上～6年未満	150	0.7	48.7	50.7
	6年以上～10年未満	148	2.7	39.2	58.1
	10年以上～20年未満	396	0.8	34.1	65.2
	20年以上～30年未満	338	0.9	24.6	74.6
	30年以上	286	1.0	14.7	84.3

問25. あなたが西宮市内の公園を利用する頻度としてあてはまるものを1つ選んで○をつけてください。

- 「ほとんど利用しない」が51.5%と半数を占め、次いで「数か月に1回程度」が16.6%、「月に1～3回」が12.1%など、利用頻度が高くなるほど概ね少なくなる傾向にある。
- 年齢別にみると、30～40歳代や70歳代で利用頻度が他の世代より高い。
- 同居家族構成別にみると、夫婦とその未婚の子ども、息子夫婦または娘夫婦と同居と暮らす世帯の人で利用頻度が比較的高い。

■市内の公園を利用する頻度 (n=1,624)



■年齢（7区分）別 市内の公園を利用する頻度

		n	ほぼ毎日	週に2～3回	週に1回程度	月に1～3回	数か月に1回程度	ほとんど利用しない
年齢	18～29歳	121	0.8	3.3	5.0	19.8	12.4	58.7
	30～39歳	166	8.4	12.7	15.7	13.9	15.7	33.7
	40～49歳	274	2.2	9.5	12.4	16.4	17.5	42.0
	50～59歳	360	3.9	4.4	3.9	9.2	15.0	63.6
	60～69歳	287	4.5	5.9	4.9	9.1	19.5	56.1
	70～79歳	248	7.3	10.1	7.3	13.3	16.1	46.0
	80歳以上	167	7.2	8.4	4.8	7.8	18.0	53.9

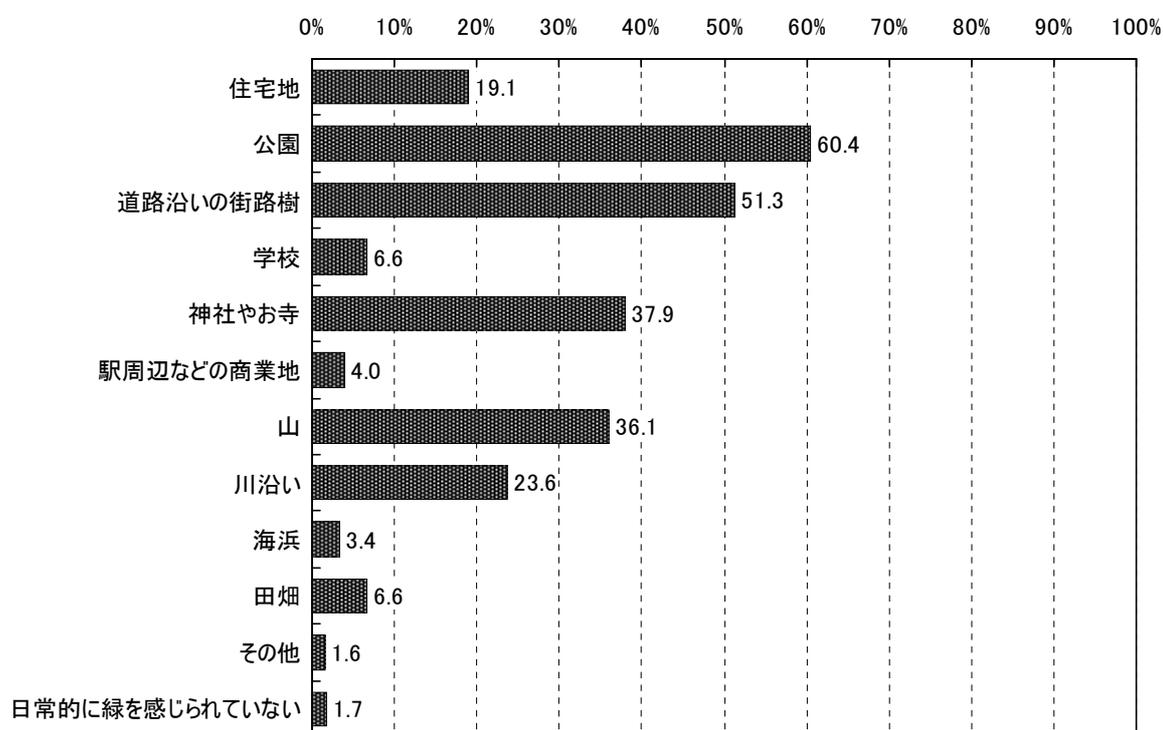
■同居家族構成別 市内の公園を利用する頻度

		n	ほぼ毎日	週に2～3回	週に1回程度	月に1～3回	数か月に1回程度	ほとんど利用しない
同居家族構成	単身	203	3.9	5.9	7.9	8.4	14.8	59.1
	夫婦のみ	469	6.2	8.5	5.5	10.0	17.9	51.8
	夫婦とその未婚の子ども	616	4.9	9.1	10.6	17.0	16.1	42.4
	父親または母親とその未婚の子ども	176	4.0	4.5	5.1	10.2	11.4	64.8
	息子夫婦または娘夫婦と同居	25	4.0	12.0	0.0	8.0	20.0	56.0
	その他	114	2.6	3.5	3.5	5.3	23.7	61.4

問26. あなたが日常生活において緑を感じられる場所について、あてはまるものを3つまで選んで○をつけてください。(あてはまるものがなければ12を選択)

- 「公園」が60.4%と最も多く、次いで「道路沿いの街路樹」が51.3%、「神社やお寺」が37.9%、「山」が36.1%、「川沿い」が23.6%、「住宅地」が19.1%となっている。
- 問23「市全体の緑の量の満足度」別にみると、満足度が高いほど「公園」や「住宅地」と答える人が多くみられる。
- 「その他」の回答では、「自宅の庭」「自宅の周り」「ゴルフ場」「森林公園や植物園」などが挙げられている。

■日常生活で緑を感じられる場所 (n=1,585)



■市全体の緑の量の満足度別 日常生活で緑を感じられる場所

		n	住宅地	公園	道路沿いの街路樹	学校	神社やお寺	駅周辺などの商業地	山	川沿い	海浜	田畑	その他	日常的に緑を感じられていない
市全体の緑の量の満足度	満足	291	28.5	65.3	55.3	7.9	32.0	5.5	40.2	21.6	3.4	4.5	2.4	1.0
	やや満足	339	22.1	64.9	56.3	6.5	40.4	2.7	38.6	28.3	2.1	5.0	1.2	0.3
	普通	667	16.3	59.2	50.5	6.7	37.8	3.7	32.2	21.3	3.4	7.5	1.5	1.8
	やや不満	168	10.7	56.5	44.6	4.2	43.5	4.2	36.3	24.4	4.8	7.7	1.8	4.2
	不満	60	11.7	45.0	35.0	6.7	40.0	6.7	43.3	21.7	6.7	8.3	0.0	3.3

施策に向けての一言<「みどりの基本計画」中間年の市民意識調査について>

西宮市が策定した『西宮しみどりの基本計画』は、その目標年度を令和 11 年（2029 年）に設定しており、2024 年は、ちょうどその中間年にあたる。目標年度までの達成率を把握すべく、本年度の西宮市民意識調査には、市民の市の緑に対する満足度、緑を守り育てる活動の頻度、公園を利用する頻度、緑を感じられる場所に関する質問を設けた。

まず、緑の量に対する満足度を調査した結果を見ると（問 23）、全体としては「満足」もしくは「普通」という回答が占めており、「不満」を感じている人は 2 割未満であった。地域による満足度の差はそれほど大きくない一方で、公園の利用頻度と満足度との間にはやや弱い相関関係があり、利用しないほど「満足」ではなく「普通」と回答する傾向が強まる。みどりに触れる機会の多さも、満足度と関連するということだろう。

緑を守り、育てる活動として「現在行っている」ものは（問 24）、圧倒的に「自宅の庭やバルコニーでのガーデニング（44%）」が多く、それに「自宅に庭やバルコニーでの家庭菜園（17%）」が続く。そのほか、自宅周辺や公園などの清掃の選択率も相対的に多い。言い換えると、これら以外の活動への参加率は低く、ほとんどが「今後やってみたい」と回答する程度にとどまる。ただ、ガーデニングを除くすべての項目について、「どちらでもない」、すなわちやりたいとは思わない人が半数以上を占めていることから、多くの方は、あまり緑を守り育てる活動に興味・関心がないと考えられる。なお、上述したガーデニングや家庭菜園、清掃活動については、年齢との相関関係があり、年齢が高くなるほど「現在行っている」の回答率も高まる傾向にある。また、ガーデニングの経験率は、住まいの種別とも強く関連しており、一戸建ての持ち家だと経験率が 62%であるのに対して、同じ持ち家でも集合住宅だと 38%に低下する。公園の利用率も平均的には低く（問 25）、30 代や 70 代以上など、特定の年代への利用者の偏りが見受けられる。いずれにせよ、西宮市のみどりに対する満足度は低くないが、他方でそれを守る活動が活発かというところではなく、これらをいかに高めるかが大きな課題の一つだといえる。

西宮市民が緑を感じる場所としてあげるのは「公園（60%）」「道路沿いの街路樹（51%）」「神社やお寺（38%）」「山（36%）」「川沿い（24%）」などである。公園と街路樹の選択の有無は、西宮のみどりに対する満足度と相関している。これら 2 項目については、西宮市民の満足度を規定している可能性が示唆される。また、山などよりも街路樹を上げる人が多い点は、西宮市の景観には、一定の好意的な評価が下されていることを示唆する結果といえる。これらの一方で、学校や商業地の選択率は 10%を下回る。これらの場所でも、緑を感じられるようになれば、さらに市民の満足度は向上するだろう。今後は、まだ不十分だと判断されうる場所などへの環境整備について、期待されるところである。

（関西学院大学 善教 将大）

消費生活に関する情報発信について

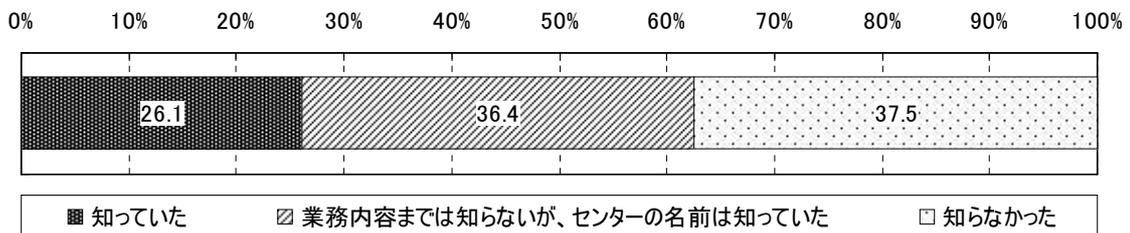
西宮市消費生活センターでは、商品・サービスに関する契約トラブルや悪質商法などの消費者トラブルに関する相談、消費者トラブル被害防止の啓発、暮らしに役立つ消費生活に関する講座などを実施しています。

消費者トラブルにあった際の相談先や、消費者トラブルの事例や対処法、消費生活に関する講座等の情報を発信することが、消費者被害の防止、自立した消費者の育成に重要となります。消費生活センターが策定している第2次消費者教育推進計画でも効果的な情報提供、情報発信を重点項目としており、今後の消費生活センターの情報発信に役立てていきたいと考えます。

問27. 西宮市消費生活センターの業務内容を知っていましたか。(1つ選んで○)

- 「知らなかった」が37.5%、「業務内容までは知らないが、センターの名前は知っていた」が36.4%、「知っていた」が26.1%となっている。
- 年齢別にみると、50～70歳代で「知っていた」が30%前後となっている。
- 職業別にみると、学生や給与生活者で「知らなかった」と答える人が多くみられる。

■市消費生活センターの認知状況 (n=1,633)



■年齢（7区分）別 市消費生活センターの認知状況

年齢	n	知っていた	業務内容までは知らないが、センターの名前は知っていた	知らなかった
		割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)
18～29歳	121	20.7	27.3	52.1
30～39歳	166	16.9	32.5	50.6
40～49歳	274	24.5	32.8	42.7
50～59歳	363	29.2	35.5	35.3
60～69歳	289	28.0	42.9	29.1
70～79歳	247	32.0	38.5	29.6
80歳以上	172	23.3	39.5	37.2

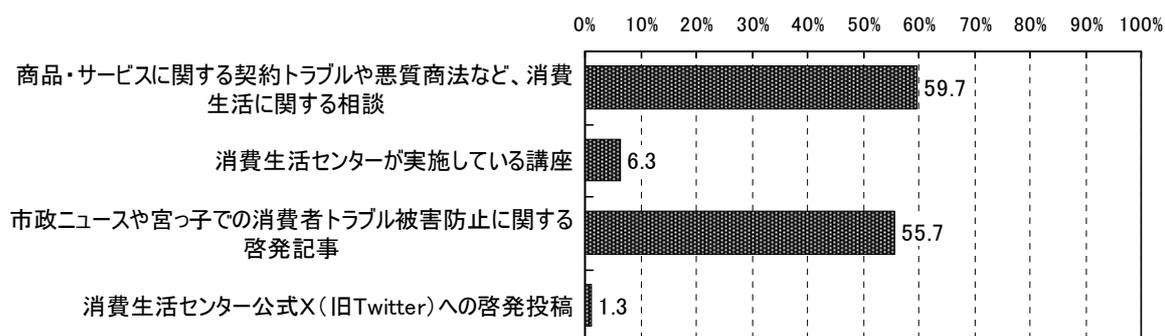
■職業別 市消費生活センターの認知状況

		n	知っていた	業務内容までは知らないが、センターの名前は知っていた	知らなかった
職業	給与生活者	657	23.4	33.5	43.1
	自営業	85	27.1	38.8	34.1
	有業主婦・主夫	199	28.1	43.7	28.1
	専業主婦・主夫	201	26.9	38.8	34.3
	年金生活者	297	29.3	37.4	33.3
	学生	57	22.8	29.8	47.4
	無職	100	29.0	36.0	35.0
	その他	29	20.7	27.6	51.7

問28. 西宮市消費生活センターで行っている事業で利用、または見たことがあるものはどれですか。(あてはまるものをすべて選んで○)

- 「商品・サービスに関する契約トラブルや悪質商法など、消費生活に関する相談」が59.7%、「市政ニュースや宮っ子での消費者トラブル被害防止に関する啓発記事」が55.7%となっている。
- 本設問への回答がなかったのは674名であり、この中には選択肢として掲げたいずれの事業も利用していないか、見たことがあるものはないという人が含まれている。
- 年齢別にみると、「商品・サービスに関する契約トラブルや悪質商法など、消費生活に関する相談」は49歳以下、「市政ニュースや宮っ子での消費者トラブル被害防止に関する啓発記事」は70歳以上で挙げる人が多い。
- 市消費生活センターの認知状況別にみると、センターの認知度が高いほど「商品・サービスに関する契約トラブルや悪質商法など、消費生活に関する相談」と答える人が多くみられる。

■市消費生活センターの事業の利用状況 (n=1,004)



■年齢（7区分）別 市消費生活センターの事業の利用状況

年齢	n	商品・サービスに関する契約トラブルや悪質商法など、消費生活に関する相談	消費生活センターが実施している講座	市政ニュースや宮っ子での消費者トラブル被害防止に関する啓発記事	消費生活センター公式X(旧Twitter)への啓発投稿
		割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)
18～29歳	56	66.1	7.1	37.5	7.1
30～39歳	72	65.3	8.3	47.2	0.0
40～49歳	146	72.6	4.8	41.8	2.1
50～59歳	235	61.7	7.2	54.9	1.3
60～69歳	203	60.6	4.9	56.7	0.5
70～79歳	185	50.8	8.1	65.4	0.5
80歳以上	106	44.3	3.8	72.6	0.9

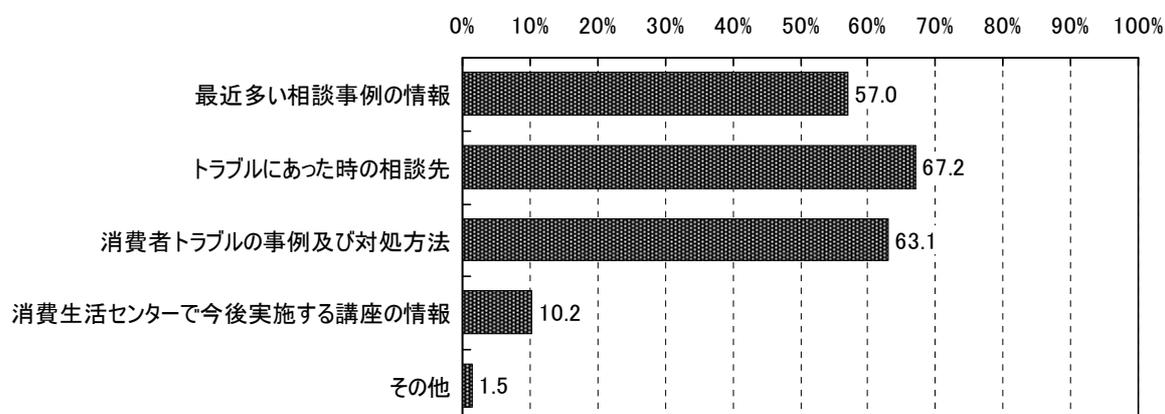
■市消費生活センターの認知状況別 市消費生活センターの事業の利用状況

		n	商品・サービスに関する契約トラブルや悪質商法など、消費生活に関する相談	消費生活センターが実施している講座	市政ニュースや宮っ子での消費者トラブル被害防止に関する啓発記事	消費生活センター公式X(旧Twitter)への啓発投稿
市消費生活センターの業務内容の周知度	知っていた	379	71.8	10.0	53.8	1.6
	業務内容までは知らないが、センターの名前は知っていた	456	58.1	4.2	55.0	0.4
	知らなかった	164	37.2	3.7	61.0	3.0

問29. 消費生活センターに発信して欲しい情報はどれですか。(あてはまるものをすべて選んで○)

- 「トラブルにあった時の相談先」が67.2%と最も多く、次いで「消費者トラブルの事例及び対処方法」が63.1%、「最近多い相談事例の情報」が57.0%となっている。
- 年齢別にみると、「トラブルにあった時の相談先」は30・40歳代、「消費者トラブルの事例及び対処方法」は60歳代で70%以上となっている。
- 同居家族構成別にみると、「トラブルにあった時の相談先」は、父親または母親とその未婚の子ども、夫婦のみで多くみられる。
- 住まいの種別ごとにみると、「消費者トラブルの事例及び対処方法」は公営・公社・都市再生機構（UR）などの賃貸住宅の居住者で多くみられる。

■消費生活センターに発信して欲しい情報（n=1,566）



■年齢（7区分）別 消費生活センターに発信して欲しい情報

年齢	n	最近多い相談事例の情報	トラブルにあった時の相談先	消費者トラブルの事例及び対処方法	消費生活センターで今後実施する講座の情報	その他
		割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)
18～29歳	113	46.0	53.1	56.6	3.5	0.9
30～39歳	159	59.1	70.4	63.5	7.5	1.9
40～49歳	268	58.6	72.8	55.6	10.1	0.7
50～59歳	352	63.6	65.9	66.5	11.9	0.9
60～69歳	283	56.5	68.2	70.7	11.3	1.4
70～79歳	240	55.0	67.1	65.0	10.4	1.7
80歳以上	150	48.7	65.3	55.3	11.3	4.0

■同居家族構成別 消費生活センターに発信して欲しい情報

		n	最近多い 相談事例 の情報	トラブルに あった時の 相談先	消費者ト ラブルの事 例及び対 処方法	消費生活 センターで 今後実施 する講座 の情報	その他
同居家族 構成	単身	189	56.6	63.5	53.4	10.6	2.6
	夫婦のみ	460	56.7	69.3	65.4	10.4	1.3
	夫婦とその未婚の子ども	601	57.4	66.2	61.9	11.6	1.2
	父親または母親とその未婚の子ども	167	58.1	68.3	70.7	6.0	0.6
	息子夫婦または娘夫婦と同居	22	31.8	68.2	59.1	4.5	4.5
	その他	106	61.3	67.9	66.0	8.5	2.8

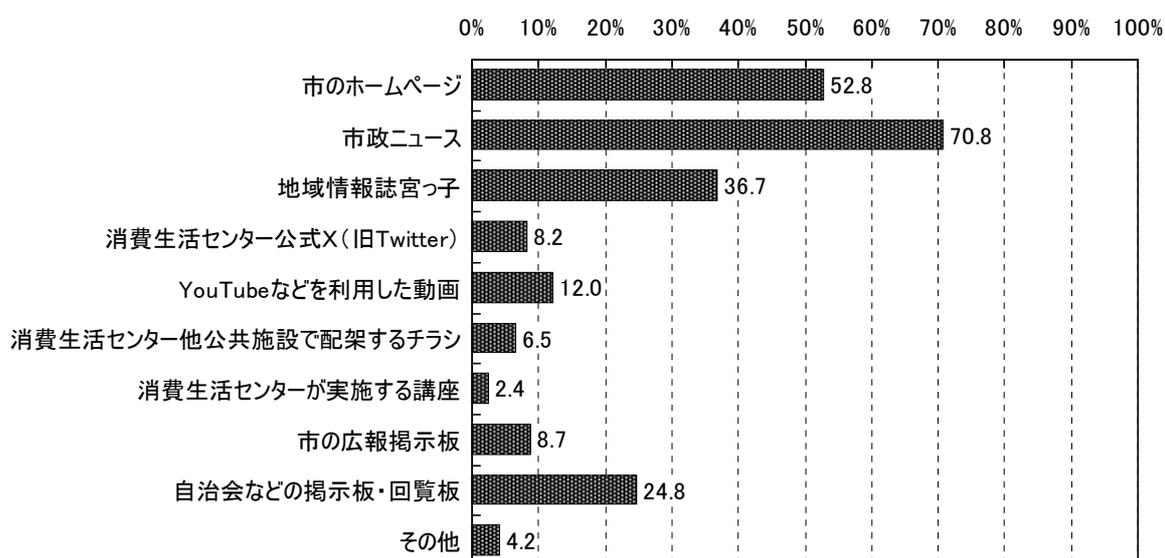
■住まいの種別 消費生活センターに発信して欲しい情報

		n	最近多い 相談事例 の情報	トラブルに あった時の 相談先	消費者ト ラブルの事 例及び対 処方法	消費生活 センターで 今後実施 する講座 の情報	その他
住まいの 種別	持ち家(一戸建て、長屋建て)	679	57.0	68.3	63.8	11.3	1.8
	持ち家(マンションなどの集合住宅)	494	56.1	66.8	64.2	9.9	1.2
	公営・公社・都市再生機構(UR)などの賃貸住宅	95	57.9	62.1	69.5	7.4	0.0
	民間の賃貸住宅・マンション、間借り	260	58.8	68.5	58.5	8.5	1.5
	社宅・寮など	19	57.9	47.4	47.4	10.5	0.0
	その他	11	45.5	72.7	45.5	9.1	9.1

問30. 問29の情報についてどのような方法で提供してほしいですか。(あてはまるものをすべて選んで○)

- 「市政ニュース」が70.8%と最も多く、次いで「市のホームページ」が52.8%、「地域情報誌宮っ子」が36.7%、「自治会などの掲示板・回覧板」が24.8%となっている。
- 年齢別にみると、60歳以上で「市政ニュース」「地域情報誌宮っ子」「自治会などの掲示板・回覧板」、59歳以下で「市のホームページ」が多いほか、「消費生活センター公式X(旧Twitter)」と「YouTubeなどを利用した動画」は29歳以下で多くみられる。
- 問29「消費生活センターに発信して欲しい情報」別にみると、消費生活センターで今後実施する講座の情報について「市政ニュース」「市のホームページ」で提供してほしいと答える人が多い。
- 「その他」の回答では、「市公式LINE」「SNS」などが挙げられている。

■情報を提供してほしい手段 (n=1,590)



■年齢（7区分）別 情報を提供してほしい手段

年齢	n	市のホームページ	市政ニュース	地域情報誌宮っ子	消費生活センター公式X(旧Twitter)	YouTubeなどを利用した動画	消費生活センター他公共施設で配架するチラシ	消費生活センターが実施する講座	市の広報掲示板	自治会などの掲示板・回覧板	その他
		18～29歳	116	59.5	32.8	18.1	30.2	29.3	8.6	1.7	12.1
30～39歳	161	56.5	51.6	26.7	14.9	13.0	5.6	1.2	6.8	14.3	8.1
40～49歳	269	62.5	64.3	29.0	14.1	18.2	5.9	1.1	9.7	17.8	6.7
50～59歳	353	64.3	72.0	37.7	5.4	13.6	6.2	2.0	6.8	20.4	2.5
60～69歳	283	57.2	80.9	42.0	3.9	10.2	6.4	3.5	8.1	29.7	2.1
70～79歳	245	39.2	88.2	46.1	1.6	3.3	6.9	3.3	11.8	36.7	1.6
80歳以上	162	16.7	80.9	46.9	0.0	1.2	7.4	3.7	7.4	35.8	4.3

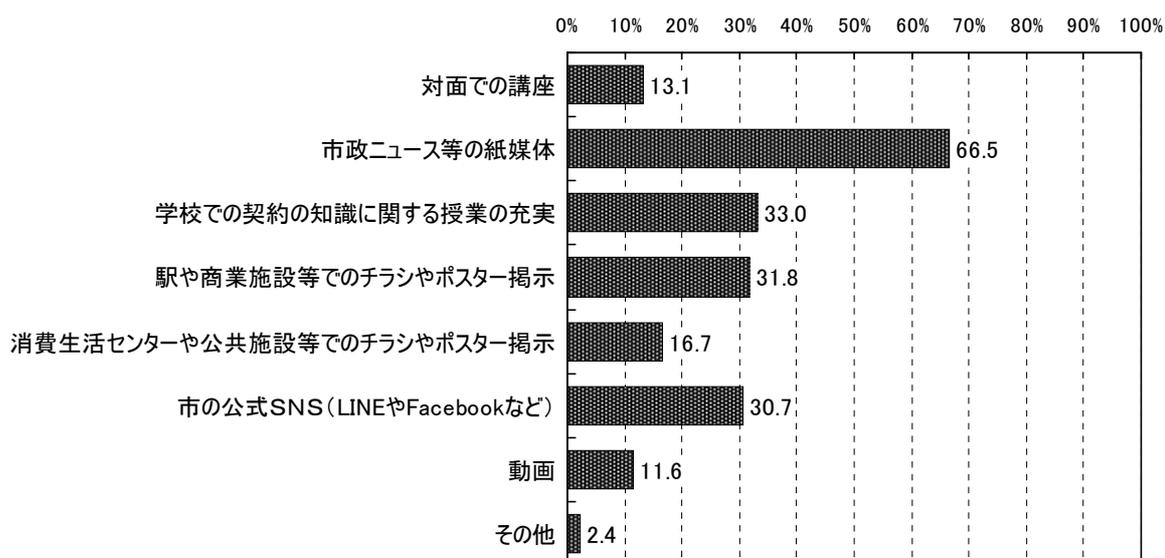
■消費生活センターに発信して欲しい情報別 情報を提供してほしい手段

	n	市のホームページ	市政ニュース	地域情報誌宮つ子	消費生活センター公式X(旧Twitter)	YouTubeなどを利用した動画	消費生活センター他公共施設で配架するチラシ	消費生活センターが実施する講座	市の広報掲示板	自治会などの掲示板・回覧板	その他	
消費生活センターに発信して欲しい情報	最近多い相談事例の情報	889	56.1	75.6	43.1	8.7	14.2	8.1	3.0	10.3	27.8	3.9
	トラブルにあった時の相談先	1,047	57.7	73.4	40.0	8.7	12.8	7.3	2.6	9.6	26.9	3.6
	消費者トラブルの事例及び対処方法	985	58.0	76.1	43.6	8.6	12.5	8.0	3.4	10.6	28.0	3.6
	消費生活センターで今後実施する講座の情報	159	61.0	83.0	56.6	8.8	15.7	16.4	15.1	21.4	36.5	5.7
	その他	22	22.7	40.9	31.8	4.5	9.1	9.1	4.5	9.1	18.2	68.2

問31. 消費者トラブル被害防止のための情報発信を行う方法はどれが効果的と思いますか。(あてはまるものをすべて選んで○)

- 「市政ニュース等の紙媒体」が66.5%と最も多く、次いで「学校での契約の知識に関する授業の充実」が33.0%、「駅や商業施設等でのチラシやポスター掲示」が31.8%、「市の公式SNS（LINEやFacebookなど）」が30.7%となっている。
- 年齢別にみると、「市政ニュース等の紙媒体」は年齢が高くなるほど、逆に「市の公式SNS（LINEやFacebookなど）」は年齢が低くなるほど答える人が多くみられる。また、「学校での契約の知識に関する授業の充実」は59歳以下で多い。
- 職業別にみると、「市政ニュース等の紙媒体」は年金生活者や無職、専業主婦・主夫で多くみられる。
- 同居家族構成別にみると、「市政ニュース等の紙媒体」は息子夫婦または娘夫婦と同居、夫婦のみで多くみられる。
- 「その他」の回答では、「市のホームページ」「回覧・掲示板」などが挙げられている。

■効果的な情報発信方法（n=1,562）



■年齢（7区分）別 効果的な情報発信方法

		n	対面での講座	市政ニュース等の紙媒体	学校での契約の知識に関する授業の充実	駅や商業施設等でのチラシやポスター掲示	消費生活センターや公共施設等でのチラシやポスター掲示	市の公式SNS（LINEやFacebookなど）	動画	その他
年齢	18～29歳	116	12.1	27.6	44.8	37.9	18.1	54.3	18.1	0.9
	30～39歳	162	9.9	51.2	38.9	27.8	11.1	45.7	8.6	1.2
	40～49歳	266	16.5	54.1	44.4	31.2	10.9	41.7	17.3	1.9
	50～59歳	349	12.0	69.6	39.0	34.1	16.6	35.0	12.3	2.6
	60～69歳	274	17.5	75.5	25.9	32.8	20.8	25.9	13.1	2.9
	70～79歳	242	12.0	82.2	24.4	28.5	20.7	13.6	7.0	1.7
	80歳以上	152	7.9	85.5	11.2	30.3	18.4	3.3	2.0	5.3

■職業別 効果的な情報発信方法

		n	対面での講座	市政ニュース等の紙媒体	学校での契約の知識に関する授業の充実	駅や商業施設等でのチラシやポスター掲示	消費生活センターや公共施設等でのチラシやポスター掲示	市の公式SNS（LINEやFacebookなど）	動画	その他
職業	給与生活者	639	14.6	58.2	35.5	31.9	13.6	38.2	15.0	1.7
	自営業	77	9.1	53.2	28.6	28.6	19.5	32.5	18.2	3.9
	有業主婦・主夫	190	14.2	69.5	45.8	31.6	14.7	41.6	10.0	0.5
	専業主婦・主夫	191	13.1	77.0	35.6	36.6	23.6	24.1	6.8	1.6
	年金生活者	279	11.1	81.7	20.4	30.8	18.3	11.1	5.7	3.2
	学生	55	7.3	29.1	45.5	36.4	16.4	49.1	16.4	0.0
	無職	96	8.3	80.2	19.8	20.8	19.8	15.6	8.3	6.3
	その他	28	25.0	75.0	28.6	35.7	14.3	39.3	14.3	14.3

■同居家族構成別 効果的な情報発信方法

		n	対面での講座	市政ニュース等の紙媒体	学校での契約の知識に関する授業の充実	駅や商業施設等でのチラシやポスター掲示	消費生活センターや公共施設等でのチラシやポスター掲示	市の公式SNS（LINEやFacebookなど）	動画	その他
同居家族構成	単身	192	14.1	64.1	24.0	30.7	17.7	25.0	14.1	4.7
	夫婦のみ	447	13.6	73.4	26.2	31.8	18.6	24.6	6.9	1.6
	夫婦とその未婚の子ども	606	14.0	64.0	40.3	30.9	14.7	35.0	10.9	1.7
	父親または母親とその未婚の子ども	171	8.8	56.1	39.2	36.3	18.7	42.1	22.2	2.9
	息子夫婦または娘夫婦と同居	20	0.0	80.0	30.0	35.0	15.0	10.0	5.0	10.0
	その他	106	14.2	72.6	30.2	30.2	15.1	28.3	17.0	3.8

施策に向けての一言＜消費生活に関する情報発信について＞

西宮市民意識調査では、近年、商品・サービスに関する契約トラブルや悪質商法などの消費者トラブルが急増している現状に鑑み、2024年度は消費生活に関する実態調査を実施した。具体的には、西宮市消費生活センターの認知度、当センターの業務に関する認知度、発信してほしい情報およびその手段、どのような広報が効果的か、などについてである。

まず、西宮市消費生活センターの認知度を調査したところ（問 27）、「知っていた」が 26%、「センターの名前は知っていた」まで含めると計 63%が、当センターを認知しているという結果であった。高齢になるほど認知度は上がるものの、その傾向は緩やかであり、かつ、10代の認知度も低くない（48%）。

消費生活センターの利用率については、設問の設計上、正確な値を知ることがやや難しいが、回答がなかった 674 名を含めて計算しても、「消費生活に関する相談」を認知している人が 36%、「啓発記事」の利用状況が 33%という結果となっている。当センターの提供する講座については、利用状況が極めて低いものの、相談等については、多くの人利用または認知している。認知度の高さも、そのような利用率の高さと関連するものと推察される。

消費生活センターに求められる情報発信については（問 29）、「相談先（67%）」「対処方法（63%）」「事例の情報（57%）」が多い一方で、講座情報の選択率は低い。情報の提供手段としては（問 30）、講座形式による情報伝達よりは、別の方法が望ましいと考えられているようである。なお、これらの情報発信に対するニーズは年齢と明確な関連性があり、年齢が高くなるほどニーズも強くなる傾向にある。逆にいうと若年層によるニーズはそれほど強くない。

消費者問題は、高齢層だけでなく、若年層を含む全世代に関わる問題である。その意味で、若年層がこの問題に敏感ではない状態は、あまり好ましい状況とはいえない。消費者問題に関する若年層啓発をさらに行うなどの措置が求められる。特に 20 代を対象とする啓発が必要かもしれない。

最後に、情報提供手段に関する調査結果を確認すると（問 30）、「市政ニュース（71%）」「市のホームページ（53%）」を多くの人選んでいる。地域情報誌（『宮っ子』）や掲示板・回覧板を選択している人も相対的には多いが、上位 2 つほどではない。ただし、この項目は世代差がはっきりしており、これら 2 つの広報媒体を希望するのは、やはり高齢層が中心である。若い世代の市民は「X」や「YouTube」など SNS による広報についても、強く期待しているようである。消費者問題の広報については、世代差を踏まえた検討が必要である。何が効果的かを調べた結果を見ると（問 31）、「紙媒体（67%）」を選んだ人が圧倒的に多い。ただ、これはあくまで、個人が主観的にどう考えるかを尋ねた結果である点には注意する必要がある。紙媒体による伝達が効果があるのかについては、別の検証が必要である。

（関西学院大学 善教 将大）

IV 自由意見

■主な自由回答意見

459人の回答者が自由意見を記述しており、意見の内容は598件となった。西宮市総合計画後期基本計画の施策体系に沿って意見内容を整理すると、次のとおりである。

1 住環境・自然環境 120件

(住環境、緑・自然、景観、市街地、公共交通)

○街路樹・植栽等の維持管理、落ち葉の処理について	21
○公園・緑地の維持管理について	17
○公園・広場の充実、利便性向上について	14
○路線バス等の運行、利便性向上について	14
○子供が遊べる公園に、スポーツができる公園にしてほしい	8
○駅周辺の整備、維持管理、再開発、土地区画整理について	8
○河川整備・維持管理、河川敷の活用について	6
○自然環境の保全、自然観察について	6
○市街地の緑化について	6
○バス停への待機場所、ベンチの設置について	5
○側溝の維持管理、ごみ対策について	3
○南北方向の移動手段の充実について	3
○市営住宅について	3
○ドッグランの設置について	2
○その他	4

2 子供・教育 78件

(子供・子育て支援、学校教育、青少年育成)

○子育て支援、結婚・出産対策、学生支援の充実について	37
○保育所(園)・学童保育の充実、待機児童の解消について	17
○教育機会、教育内容、教育施設・設備の充実について	7
○子供の遊び場(室内)について	5
○授業料、給食費の無償化について	5
○文教住宅都市について	3
○教育に力を入れてほしい	3
○その他	1

3 福祉・健康・共生 69件

(地域福祉、高齢者福祉、障害のある人の福祉、生活支援、医療保険・年金・医療費助成、医療サービス、健康増進・公衆衛生、人権・多文化共生・平和)

○高齢者福祉、介護保険事業等の充実について	17
○高齢者の移動・外出支援(バス運賃助成など)について	16
○障害福祉の充実について	8
○医療体制の充実について	6
○医療費助成の充実について	5
○在住外国人に対する対応、多文化共生について	3
○健康診査・がん検診について	3
○健康保険料・年金について	3
○生活保護について	3
○その他	5

4 都市の魅力・産業 59件

(生涯学習、文化芸術、スポーツ、都市ブランド、大学連携、産業、農業・食の流通、就業・労働)

○図書館サービスの充実について	13
○芸術文化を楽しめる機会や施設の充実について	11
○気軽に参加できるイベント、講座の充実について	11
○スポーツを楽しめる機会や施設の充実について	10
○西宮としての都市ブランドの発信について	5
○市民会館、ギャラリー、市民交流センター等について	4
○商業施設の充実、出店規制について	3
○その他	2

5 環境・都市基盤、安全・安心 96件

(環境保全、生活環境、水道、下水道、道路、防災・減災、消防、地域防犯・交通安全・消費者安全)

○ごみの収集、カラス・猪による被害対策について	12
○自転車マナーの向上、危険運転防止について	12
○道路整備、維持管理について	9
○交通安全対策について	7
○ごみの分別、資源ごみについて	6
○防災対策について	6
○指定ごみ袋について	5
○路上喫煙、ポイ捨て対策、喫煙場所の設置について	5
○自転車専用道の整備について	4
○歩道の整備について	3
○歩道・通学路の安全対策について	3

○鉄道の高架化、踏切対策について	3
○街灯の設置について	3
○騒音対策について	2
○地球温暖化対策、エネルギー政策について	2
○防犯対策について	2
○迷惑駐車・駐輪対策について	2
○信号機の設置について	2
○新駅の整備について	2
○その他	6

6 政策推進 121 件

(住民自治・地域行政、政策推進、執行体制)

○市政ニュースなど広報媒体について	18
○市長・議会など市政がめざす方向をもっと発信してほしい	17
○市政への評価、謝辞	13
○市の窓口対応、職員の資質について	11
○税金(高い、大切に使う)について	11
○「宮っ子」について	8
○南北格差、北部の活性化について	6
○デジタル化の推進、情報格差の解消(高齢者への配慮)について	5
○支所で行える手続きの拡充について	5
○財政健全化について	5
○議員定数の適正化、議員の資質について	4
○経済的な支援について	4
○市長への要望	3
○自治会について	2
○ふるさと納税について	2
○広聴、オンブズマン制度について	2
○オンライン手続きの導入について	2
○その他	3

7 その他 55 件

○アンケート(質問の内容、電子化、結果の施策への反映)について	13
○住みよいまちであるとの評価、満足感	12
○日常生活を送るうえでの思いや感想	10
○よりよいまちへ、あらゆる世代が暮らしやすいまちになってほしい	8
○兵庫県知事に対する苦言	6
○その他	6

V 使用した調査票

明日のまちづくりにあなたの声を
西宮市民意識調査 令和6年度 (2024年度)

市民のみなさまには、日頃から市政にご理解、ご協力をいただき、ありがとうございます。
この市民意識調査は、みなさまの声を明日の西宮市のまちづくりに反映させるため毎年行っている重要な調査です。今回の調査では「文化芸術」「今後の広報媒体の活用」「みどりの基本計画中間年の市民意識調査」「消費生活に関する情報発信」について、率直なご意見をおうかがいし、今後の市政推進のための資料とさせていただきます。
なお、この調査では、市内在住の18歳以上の市民のみなさまの中から無作為に3,500人の方々を選ばせていただいております。調査結果は、統計的に処理されますので、あなたの回答が公表されることはありません。また、調査結果の概要は、3月中旬頃に市ホームページに掲載する予定です。
まことに恐縮ですが、調査の趣旨をご理解の上、9月30日(月)までにご回答いただきますよう、ご協力をお願い申し上げます。
令和6年(2024年)9月

- 質問ごとにお願している方法に従って、あてはまる数字に○をつけたり、具体的な内容を枠内に記入して、お答えください。答えたくない質問や答えにくい質問は、回答せず、次の質問へお進みください。
- 調査についてのお問い合わせは 市民相談課 (0798) 35-3100 へお願いします。

西宮市長
石井登志郎

お答えいただく方について

問 1. お住まいのコミュニティ（お送りした封筒のお名前
右下の番号と地域名）をご記入ください。

コミュニティ番号	コミュニティ名
例: 1	例: 香櫨園

問 2. あなたの性別

1. 男性 2. 女性 3. その他

問 3. 令和6年(2024年)9月1日時点のあなたの年齢

1. 18歳・19歳 2. 20～29歳 3. 30～39歳 4. 40～49歳 5. 50～59歳
6. 60～64歳 7. 65～69歳 8. 70～79歳 9. 80歳以上

問 4. あなたの職業

1. 給与生活者(勤めている) 2. 自営業 3. 有業主婦・主夫(臨時社員・職員、パートなど) 4. 専業主婦・主夫
5. 年金生活者 6. 学生 7. 無職 8. その他

問 5. あなたを含めて、同居されているご家族の人数

1. 1人 2. 2人 3. 3人 4. 4人 5. 5人 6. 6人以上

問 6. 同居されているご家族の構成

1. 単身(ひとり暮らし) 2. 夫婦のみ 3. 夫婦とその未婚の子ども 4. 父親または母親とその未婚の子ども 5. 息子世帯または娘世帯と同居 6. その他()

問 7. あなたのお住まいの種別

1. 持ち家(一戸建て、長屋建て)
2. 持ち家(マンションなどの集合住宅)
3. 公営・公社・都市再生機構(UR)などの賃貸住宅
4. 民間の賃貸住宅・マンション、間借り
5. 社宅・寮など
6. その他()

問 8. 西宮市には通算して何年間住んでいますか。

1. 3年未満 2. 3年以上～6年未満 3. 6年以上～10年未満
4. 10年以上～20年未満 5. 20年以上～30年未満 6. 30年以上

問 9. 現在の場所には、何年間住んでいますか。

1. 3年未満 2. 3年以上～6年未満 3. 6年以上～10年未満
4. 10年以上～20年未満 5. 20年以上～30年未満 6. 30年以上

問 10. あなたのご家庭の暮らし向きについて、どのように感じていますか。

1. かなり上のほう 2. 少し上のほう 3. ふつう
4. 少し下のほう 5. かなり下のほう

文化芸術について

今後の市の文化芸術施策の参考とするため、文化芸術鑑賞・参加状況や参加してみたい文化芸術に関するイベントについてお聞きします。

問 11. あなたは、この1年間にコンサートや美術展、舞台公演、アートや音楽のフェスティバル等に直接鑑賞・参加したことはありますか。(1つ選んで○)

1. 鑑賞・参加した 2. 鑑賞・参加していない

→次ページ「問12」へ

→次ページ「問13」へ

問 12. 問 11 で「1.鑑賞・参加した」と回答した方にお伺いします。主にどのような場所で鑑賞・参加しましたか。(あてはまるものをすべて選んで○)

1. 市内の公立施設（県立、市立のホール・ギャラリー、公民館等）
2. 市内の民間施設
3. 市外の施設

問 13. すべての人にお尋ねします。あなたは、文化芸術を鑑賞したり、活動（習い事、体験活動への参加、創作や出演など）をしたりするにあたり、西宮市の文化的な環境に満足していますか。

	満足している	満足しているといえる	どちらかといえば満足している	満足していない	わからない
文化芸術の鑑賞	1	2	3	4	5
文化芸術の活動	1	2	3	4	5

問 14. あなたが文化芸術体験に期待することは何ですか。(あてはまるものを最大3つ選んで○)

1. 楽しみ、気分転換
2. 幸せ、人生の豊かさ、生きがい
3. 共通の趣味を持つ人との交流
4. 文化芸術について学ぶ意欲
5. 心身の健康
6. その他（ ）
7. わからない・特にない

問 15. 市や市の外郭団体が実施する文化芸術に関するイベントについて、どのようなものを鑑賞・参加したいですか。(あてはまるものをすべて選んで○)

1. 入門講座・公演
2. 子ども・親子対象のイベント
3. 商業施設等のオープンスペースでの公演
4. ワークショップなどの参加型のイベント
5. プロによる公演や展示
6. その他（ ）

今後の広報媒体の活用について

西宮市では、さまざまな媒体を用いて「市からのお知らせ」をお届けしています。市民の皆さんが日頃からどのような媒体を用いて情報を取得しているかを伺い、今後の広報のあり方を考える参考とさせていただきます。

問 16. あなたが普段、情報を取得する際に用いる媒体は次のうち、どれですか。(よく利用するものを3つ選んで○)

※ここでいう情報は「市からのお知らせ」ではありません。

1. 新聞（紙媒体のもの）
2. テレビ
3. ケーブルテレビ
4. ラジオ
5. X（旧 Twitter）
6. Facebook
7. LINE
8. Instagram
9. インターネットニュース
10. その他ホームページ
11. 上記以外（ ）

問 17. 災害（大雨や台風、小規模な地震など）が発生したときに、情報を取得するために最初に使用する媒体は次のうち、どれですか。1つ選んで○をつけてください。

1. テレビ
2. ケーブルテレビ
3. ラジオ
4. X（旧 Twitter）
5. Facebook
6. LINE
7. Instagram
8. インターネットニュース
9. その他ホームページ
10. 上記以外（ ）

問 18. 災害（大規模な災害で、自宅からの避難を検討する程度の地震など）が発生したときに、情報を取得するために最初に使用する媒体は次のうち、どれですか。1つ選んで○をつけてください。

1. テレビ
2. ケーブルテレビ
3. ラジオ
4. X（旧 Twitter）
5. Facebook
6. LINE
7. Instagram
8. インターネットニュース
9. その他ホームページ
10. 上記以外（ ）

問 19. 西宮市では市政情報など「市からのお知らせ」を次のような方法でお届けしています。あなたはこれらをどの程度利用（読む、見る、聴くなど）されていますか。以下の各媒体それぞれについて1つ選んで○をつけてください。

	しよ て い る 用	し 時 で 及 い る 用	い が 知 ら な い 用 い て い る	知 ら な い 用 い て い る
広報紙「市政ニュース」	1	2	3	4
広報掲示板（市内各所設置）	1	2	3	4
市ホームページ	1	2	3	4
ケーブルテレビの市広報番組「フロムにしのみや」	1	2	3	4
ラジオ「さくらFM」	1	2	3	4
市発行のチラシやパンフレット	1	2	3	4
市公式 X（旧 Twitter）	1	2	3	4
市公式 Facebook	1	2	3	4
市公式 LINE	1	2	3	4

問 20. 問 19 で「よく利用している」「時々利用している」を回答した方に伺います。その情報取得媒体がなくなってしまった場合、あなたはどのくらい困りますか。以下の各媒体それぞれについて1つ選んで○をつけてください。

	非 常 に 困 る	困 る 程 度	な い あ ま り 困 ら な い	ま つ た く 困 る
広報紙「市政ニュース」	1	2	3	4
広報掲示板（市内各所設置）	1	2	3	4
市ホームページ	1	2	3	4
ケーブルテレビの市広報番組「フロムにしのみや」	1	2	3	4
ラジオ「さくらFM」	1	2	3	4

※「ここでいう情報は「市からのお知らせ」ではありません。

問 21. あなたは、西宮市の各媒体の強みは何だと思えますか。以下の各媒体について、それぞれ最も当てはまると思うものを1つずつ選んでください。

	すぐに情報が得られること	正確な(詳細な)情報が得られること	市の考えが分かること	災害時でも情報が得られること	楽しみやおもしろみ	知らなかった情報を得る機会	市から自動的に(定期的)情報が送られてくること	わからない
広報紙「市政ニュース」	1	2	3	4	5	6	7	8
広報掲示板(市内各所設置)	1	2	3	4	5	6	7	8
市ホームページ	1	2	3	4	5	6	7	8
ケーブルテレビの市広報番組「フロムにしのみや」	1	2	3	4	5	6	7	8
ラジオ「さくらFM」	1	2	3	4	5	6	7	8

問 22. あなたが西宮市の各媒体に求めるものは何ですか。以下の各媒体について、それぞれ最も当てはまると思うものを1つずつ選んでください。

	すぐに情報が得られること	正確な(詳細な)情報が得られること	市の考えが分かること	災害時でも情報が得られること	楽しみやおもしろみ	知らなかった情報を得る機会	市から自動的に(定期的)情報が送られてくること	わからない
広報紙「市政ニュース」	1	2	3	4	5	6	7	8
広報掲示板(市内各所設置)	1	2	3	4	5	6	7	8
市ホームページ	1	2	3	4	5	6	7	8
ケーブルテレビの市広報番組「フロムにしのみや」	1	2	3	4	5	6	7	8
ラジオ「さくらFM」	1	2	3	4	5	6	7	8

「みどりの基本計画」中間年の市民意識調査について

みどりの基本計画の目標年度は、令和 11 年度を設定しています。今回、計画の指標の一つである「市民のみどりの活用度」を調査し、中間年である今年度の数値を調査し、目標年度までの達成率を市民意識調査から把握します。

問 23. 西宮市全体の緑の量についてあなたは満足していますか。(1つ選んで○)

- 満足
- やや満足
- 普通
- やや不満
- 不満

問 24. 以下の緑を守り育てる活動それぞれについて、あてはまるものを1つ選んで○をつけてください。

	現在行っている	今後やってみたい	どちらでもない
自宅の庭やバルコニーでガーデニング	1	2	3
自宅の庭やバルコニーで家庭菜園	1	2	3
市民農園や貸し農地での野菜や米作り	1	2	3
自宅周辺の街路樹や公園の落葉清掃	1	2	3
公園、集合住宅、駅前、学校など公共空間での緑化活動(花壇づくりなど)に参加	1	2	3
森林・里山の保全活動に参加	1	2	3
海・川など水辺の保全活動に参加	1	2	3
自治会など団体の公園清掃活動への参加	1	2	3
園芸や緑化の勉強会・講習会への参加	1	2	3
森林・里山・水辺の保全の勉強会・講習会への参加	1	2	3
寄せ植えなど園芸の体験教室への参加(子・孫の付き添い含む)	1	2	3
自然観察会や自然の遊び体験、環境学習への参加(子・孫の付き添い含む)	1	2	3
収穫、植え付けなど農業体験イベントへの参加(子・孫の付き添い含む)	1	2	3
その他			

※その他行っている活動や今後やってみたいと思う活動があればご記入ください

行っている活動	やってみたい活動
---------	----------

問 25. あなたが西宮市内の公園を利用する頻度としてあてはまるものを1つ選んで○をつけてください。

1. ほぼ毎日
2. 週に2～3回
3. 週に1回程度
4. 月に1～3回
5. 数か月に1回程度
6. ほとんど利用しない

問 26. あなたが日常生活において緑を感じられる場所について、あてはまるものを3つまで選んで○をつけてください。(あてはまるものがなければ12を選択)

1. 住宅地
2. 公園
3. 道路沿いの街路樹
4. 学校
5. 神社やお寺
6. 駅周辺などの商業地
7. 山
8. 川沿い
9. 海浜
10. 田畑
11. その他 ()
12. 日常的に緑を感じられていない

消費生活に関する情報発信について

西宮市消費生活センターでは、商品・サービスに関する契約トラブルや悪質商法などの消費者トラブルに関する相談、消費者トラブル被害防止の啓発、暮らしに役立つ消費生活に関する講座などを実施しています。消費者トラブルにあった際の相談先や、消費者トラブルの事例や対処法、消費生活に関する講座等の情報を発信することが、消費者被害の防止、自立した消費者の育成に重要となります。消費生活センターが策定している第2次消費者教育推進計画でも効果的な情報提供、情報発信を重点項目としており、今後の消費生活センターの情報発信に役立てていきたいと考えます。

問 27. 西宮市消費生活センターの業務内容を知っていましたか。(1つ選んで○)

1. 知っていた
2. 業務内容までは知らないが、センターの名前は知っていた
3. 知らなかった

問 28. 西宮市消費生活センターで行っている事業で利用、または見たことがあるものはどれですか。(あてはまるものをすべて選んで○)

1. 商品・サービスに関する契約トラブルや悪質商法など、消費生活に関する相談
2. 消費生活センターが実施している講座
3. 市政ニュースや宮っ子での消費者トラブル被害防止に関する啓発記事
4. 消費生活センター公式X(旧Twitter)への啓発投稿

問 29. 消費生活センターに発信して欲しい情報はどれですか。(あてはまるものをすべて選んで○)

1. 最近多い相談事例の情報
2. トラブルにあった時の相談先
3. 消費者トラブルの事例及び対処方法
4. 消費生活センターで今後実施する講座の情報
5. その他 ()

問 30. 問 29 の情報についてどのような方法で提供してほしいですか。(あてはまるものをすべて選んで○)

1. 市のホームページ
2. 市政ニュース
3. 地域情報誌宮っ子
4. 消費生活センター公式X(旧Twitter)
5. YouTube などを利用した動画
6. 消費生活センター他公共施設で配架するチラシ
7. 消費生活センターが実施する講座
8. 市の広報掲示板
9. 自治会などの掲示板・回覧板
10. その他 ()

問 31. 消費者トラブル被害防止のための情報発信を行う方法はどれが効果的だと思いますか。(あてはまるものをすべて選んで○)

1. 対面での講座
2. 市政ニュース等の紙媒体
3. 学校での契約の知識に関する授業の充実
4. 駅や商業施設等でのチラシやポスター掲示
5. 消費生活センターや公共施設等でのチラシやポスター掲示
6. 市の公式SNS(LINEやFacebookなど)
7. 動画
8. その他 ()

○ 明日の西宮のこと、市政に対するご意見などがありましたら、お書きください。(※記載内容への回答はいたしません)

調査にご協力いただき誠にありがとうございました。
同封の封筒に入れ、9月30日(月)までにご投函ください。



「西宮市キャラクター みやたん」

調査は以上です。ご協力ありがとうございました。

いただいたご意見については、集約の上、令和7年3月中旬ごろまでにHPにて公開予定です。

令和6年度（2024年度）

西宮市民意識調査

●発行

令和7年（2025年）3月

西宮市 政策局 市長室 市民相談課

西宮市六湛寺町10番3号

TEL : 0798-35-3100

<http://www.nishi.or.jp/>