

西宮市民意識調査の結果

市では、毎年市民意識調査を実施し、みなさまの声を市政に反映するように努めています。
このたび、18 歳以上の方から無作為に選んだ 3,500 人を対象に、昨年 9 月に調査を行った結果がまとまりました。
今回は、「文化芸術について」、「今後の広報媒体の活用について」、「『みどりの基本計画』中間年の市民意識調査について」、「消費生活に関する情報発信について」の 4 つのテーマについておうかがいしました。
ご回答いただきましたみなさまには、厚くお礼申し上げます。

※有効回収率：47.9%

- 性 別 男性：38.5% 女性：61.5% その他 0.1%
- 年代別 10 歳代： 1.7% 20 歳代： 5.6% 30 歳代：10.0% 40 歳代：16.5%
50 歳代：21.8% 60 歳代：17.4% 70 歳代：15.9% 80 歳以上：11.2%

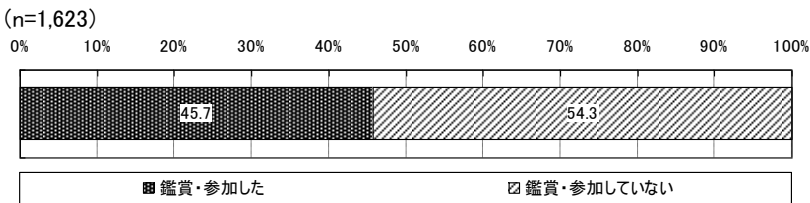
なお、市民意識調査結果報告書は、市のホームページ（市政情報→広報・広聴→市民意識調査）でご覧いただけます。

●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ます。このため構成比の合計が 100%にならない場合があります。

文化芸術について

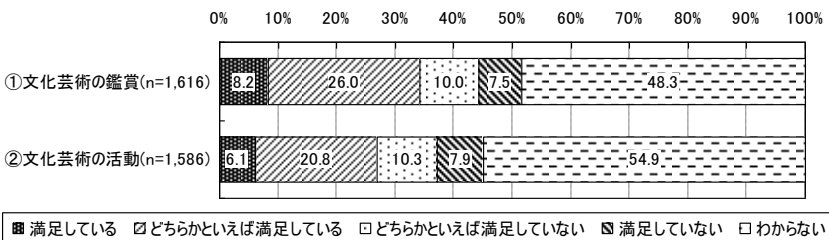
西宮市における今後の文化芸術施策の参考とするため、文化芸術鑑賞・参加状況や参加してみたい文化芸術に関するイベントについてお伺いしました。

問 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。
「鑑賞・参加した」と答える人は 45.7%となっています。



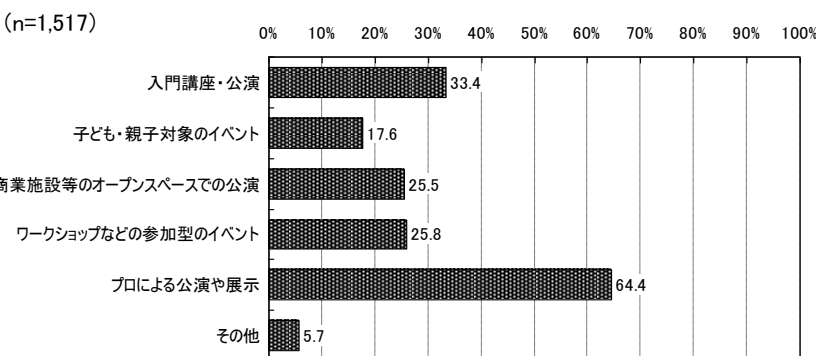
問 あなたは、文化芸術を鑑賞したり、活動をしたりするにあたり、西宮市の文化的な環境に満足していますか。

文化芸術の鑑賞・活動について、「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、文化芸術の鑑賞が 34.2%、文化芸術の活動が 26.9%となっています。



問 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。

「プロによる公演や展示」が 64.4%、「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%となっています。

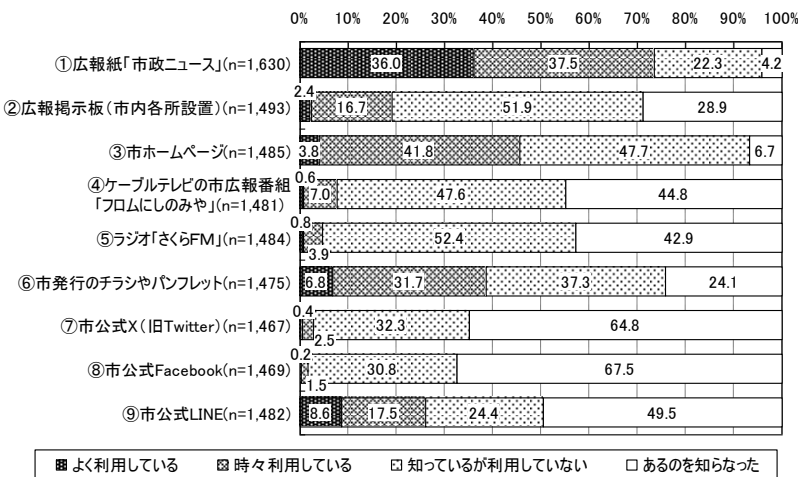


今後の広報媒体の活用について

西宮市における今後の広報のあり方を考える参考とするため、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お伺いしました。

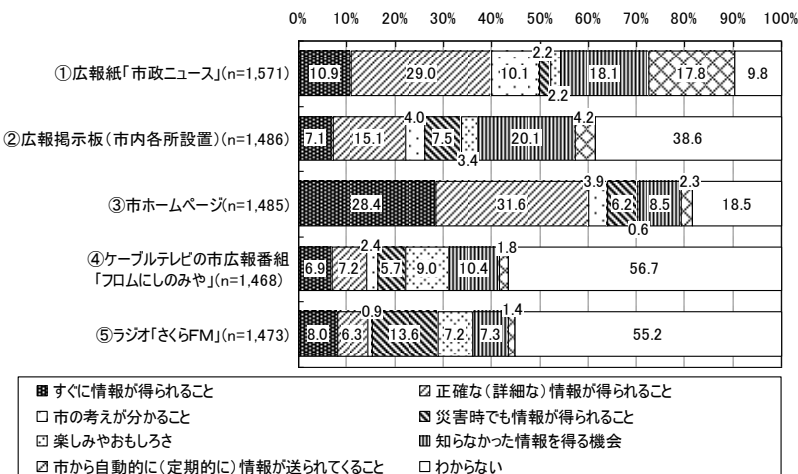
問 西宮市では市政情報など「市からのお知らせ」を次のような方法でお届けしています。あなたはこれらをどの程度利用（読む、見る、聴くなど）されていますか。

広報紙「市政ニュース」は、73.5%が利用していると答えているほか、市ホームページが 45.6%、市発行のチラシやパンフレットが 38.5%、市公式 LINE が 26.1%などとなっています。



問 あなたが西宮市の各媒体に求めるものは何ですか。

広報紙「市政ニュース」や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」が最も多くみられます。



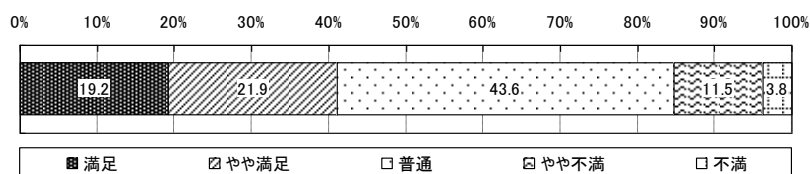
「みどりの基本計画」中間年の市民意識調査について

みどりの基本計画の指標の一つである「市民のみどりの活用度」を調査し、目標年度までの達成率を把握するために、みどりについての意識や活動状況をお伺いしました。

問 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。

「満足」と「やや満足」を合わせて41.1%が満足感を示しています。

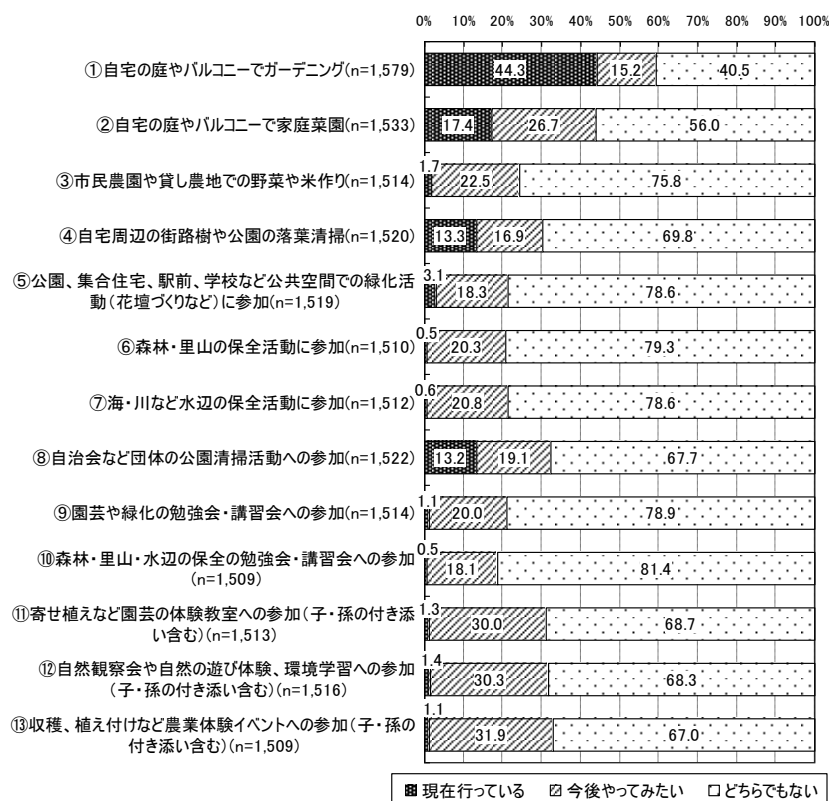
(n=1,608)



問 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。

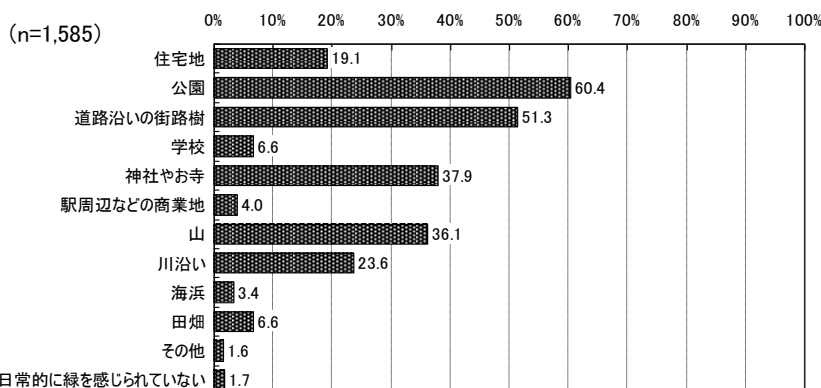
「現在行っている」ものは、「自宅の庭やバルコニーでガーデニング」が44.3%、「自宅の庭やバルコニーで家庭菜園」が17.4%、「自宅周辺の街路樹や公園の落葉清掃」が13.3%、「自治会など団体の公園清掃活動への参加」が13.2%などとなっています。

「今後やってみたい」ものは、「収穫、植え付けなど農業体験イベントへの参加」が31.9%、「自然観察会や自然の遊び体験、環境学習への参加」が30.3%、「寄せ植えなど園芸の体験教室への参加」が30.0%、「自宅の庭やバルコニーで家庭菜園」が26.7%などとなっています。



問 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。

「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%の順となっています。



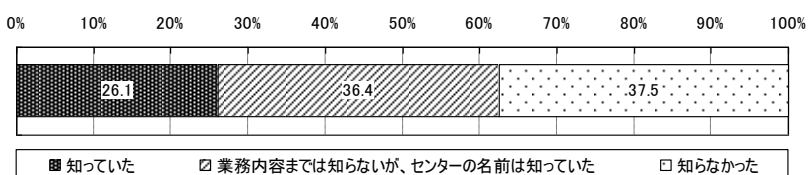
消費生活に関する情報発信について

西宮市消費生活センターでは、消費者トラブルの事例や対処法、消費生活に関連する講座等の情報を発信しており、今後の情報発信に役立てるため、情報の内容や周知方法等についての意識をお伺いしました。

問 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。

「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%となっています。

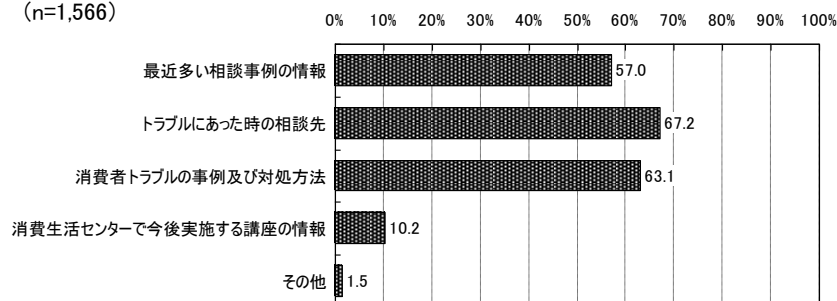
(n=1,633)



問 消費生活センターに発信して欲しい情報はどれですか。

「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%となっています。

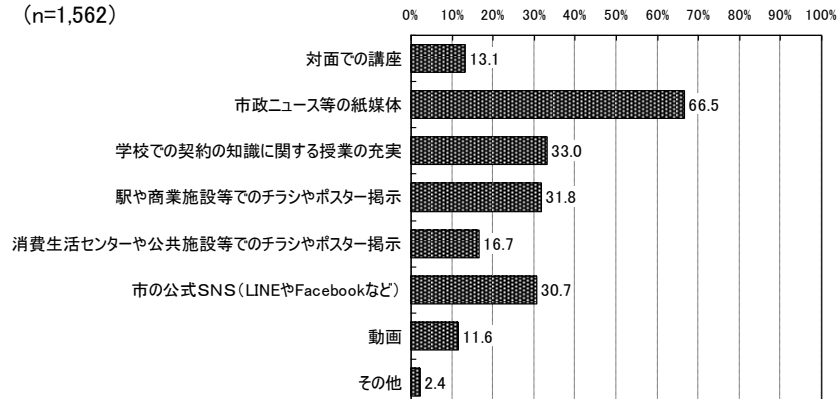
(n=1,566)



問 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。

「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%となっています。

(n=1,562)



市民意識調査の結果に関するお問い合わせは、
西宮市 政策局 市長室 市民相談課
(TEL : 0798-35-3100) まで