

令和5年度さいたま市インターネット市民意識調査 調査結果反映状況

		調査項目（調査実施課）	反映内容
第1回	1	見沼たんぼ （見沼田圃政策推進課）	○Q3 見沼たんぼであったら参加してみたいイベントについて、「夜桜のライトアップ」と回答した方が59.5%と最も多かったことから、令和6年3月に桜回廊のライトアップを企画した。桜の開花が遅れたため中止となったが、令和7年3月の開催についても検討を行っている。
	2	公民館の利用 （生涯学習総合センター）	○公民館を利用する目的や、利用していない理由を回答していただくとともに、公民館に設置されたSaitama City Free Wi-Fiの利用状況と利用目的を把握し、今後の公民館Wi-Fi設置計画の参考とした。
	3	地域の防犯 （市民生活安全課）	○「第4次さいたま市防犯のまちづくり推進計画」の策定に当たり、防犯施策の課題の把握や今後の取組に関する基礎資料とした。 ○住んでいる地域で巻き込まれる不安を感じる犯罪・場所として、50%以上が「空き巣や忍び込み」「路上」を挙げており、犯罪種別ごとの記載箇所等の参考とした。
	4	モビリティマネジメント （環境対策課）	○市内全区の異動受付窓口で、市へ転入した市民に対し紙のパンフレットを配布していたが、環境局内での事業の見直し及び当該調査の結果、市ホームページや区役所の電光掲示板、駅前の電光掲示板など、電子媒体による認知経路の比率が高かったことから、対費用効果を考え、紙のパンフレットの配布を取り止め、電子媒体による啓発を充実させることとした。 （「窓口配布」11.2%、「市のホームページ」25.5%、「区役所の電光掲示板」13.3%、「駅前の電光掲示板」7.1%）
	5	成年年齢引き下げに伴う契約 （消費生活総合センター）	○成年年齢引き下げにより18、19歳でも親等の同意なく自分で契約ができるようになったことの認知度が75.1%となったことから、啓発強化を図るため、二十歳の集いの会場で啓発アニメCMを放映したほか、市内市立中学2年生全員に被害防止啓発リーフレット配布、市立高校・市内大学の学生へのチラシ配布、イベント時におけるチラシ配布、出前講座での啓発、パネル展示、PTA協議会などへの広報活動を行った。
	6	さいたま市の情報発信 （広報課）	○さいたま市の情報をわかりやすくするために力を入れてほしい取組に、「簡潔な文章にする」という回答が32.1%と最も高かったため、ホームページ研修にて、ページ内容を端的に表す単語やフレーズを含め、わかりやすいタイトルを付けるなどを周知した。

令和5年度さいたま市インターネット市民意識調査 調査結果反映状況

		調査項目(調査実施課)	反映内容
第2回	1	さいたま市消費生活センターの認知度 (消費生活総合センター)	○さいたま市消費生活センターの認知度が令和4年度37.1%から令和5年度41.4%に上昇したことから、啓発強化を図るため、広報紙や市ホームページへの記事掲載や出前講座での啓発、イベント時においてのチラシ配布などこれまでの広報活動を継続するとともに、SNS広告など広報活動を展開し、引き続き周知・啓発を図った。
	2	さいたま市の温暖化対策 (ゼロカーボン推進戦略課)	○さいたま市地球温暖化対策実行計画(区域施策編・事務事業編)素案作成に活用した。 ○「市の取り組みの認知度」が22%であったことから、出前講座等の市民への周知啓発活動の参考とした。
	3	さいたま市のテレビ広報番組 (広報課)	○さいたま市のテレビ広報番組の認知率が26.8%であったことから、普及啓発を促すため、市公式SNSでの宣伝、イベント時においてのサイネージでのCM放映・ノベルティ配布などの広報活動を行った。
	4	市議会の広報 (秘書総務課)	○「市議会だよりさいたま(ロクマル)」を知らないと答えた人において、18-29歳の年代の割合が29%と最も高く、若年層への認知率が低かったことから、大学生を対象としたアンケートを実施して特集を組んだほか、協働により大学生が制作した定例会周知ポスターを公共施設などに掲出するなど、若い世代への認知度向上を図るための取組を行った。 ○テレビ広報番組「ようこそさいたま市議会へ」について、認知率が3割未満と低かったことから、YouTubeやSNSを活用した番組告知などを積極的に行った。また、SNSでは、番組内でのプレゼント企画についても掲載するなど、視聴者の拡大を図った。
	5	市ホームページの利便性 (広報課)	○市ホームページに望むことで、「情報が探しやすい」が43%で最も高いことから、令和6年1月のトップページのデザイン変更をした際に、アクセス数の多いゴミの情報や医療機関情報などを見やすい位置に配置し、オンラインでできる手続きや市への意見・提案を分かりやすく配置した。

		調査項目（調査実施課）	反映内容
第3回	1	景観の満足度 （都市計画課）	○調査結果を踏まえながら、景観計画の改定を検討中。
	2	公園内での禁煙化 （都市公園課）	○本市では、都市公園内における望まない受動喫煙を防止するため、令和5年4月1日から公園内の禁煙化を試行しているところ。試行の内容は、原則として4ヘクタール以上の面積の大きい公園は分煙、それ以外の面積の小さい公園は全面禁煙としている。 試行時の市民意見を把握するために、令和5年11月に市在住の1,000名の方を対象にインターネット市民意識調査を実施した。調査では、公園内での禁煙化についてどのように思うか、との質問に対して、「市内全ての公園内を全面禁煙にした方がよい」が約57%、「試行と同等もしくはそれ以上の分煙を望む」が約26%という結果となった。この結果から、全面禁煙を望む意見が過半数以上あることや、分煙を望む意見も一定数あることを改めて認識したところ。 このため、現在公園利用者の誰もが快適に過ごせるよう、試行で分煙としている公園において、民間企業に協力いただきながら、パーティション型の喫煙エリアを試験的に導入し、その分煙効果に対する市民意見を伺うなどの取組を検討しているところ。
	3	有機農産物 （農業政策課）	○「有機農産物の生産を推進した方がよいか」の質問に53%の方が推進の意向を示したことから、令和6年度から有機JAS適合資材等の資材の購入にかかる経費の一部補助を開始し、農薬や化学肥料の使用を抑え、環境への負荷を低減した農業の実施を推進している。
	4	先進技術を活用した生活サービス （未来都市推進部）	○インフルエンザ予報の認知度について、内閣府「未来技術社会実装」への報告に活用。
	5	自動体外式除細動器（AED） （地域医療課）	○Q15 AEDを使用する場面で不安に思うことについて、88.3%の市民が、AEDを使用する場面に何かしらの不安を感じていることから、救命事案に居合わせた方への支援について検討を予定している。 ○Q16 さいたま市内の公共施設にAEDが設置されていることの認知度について、63.4%の市民が、「設置されていることは知っていたが、施設内のどこにあるかは知らなかった」と回答しており、令和6年度以降に新規に市有施設に設置するAEDについては、「原則、トイレ付近」とし、設置場所の統一を図った。また、既存設置のAEDについても、順次、トイレ付近への移設を実施している。 併せて、「市有施設への自動体外式除細動器（AED）の設置に係る留意事項（施設管理者向け）」を整理した。
	6	がん検診 （健康支援課）	○がん検診を受診するために充実して欲しい内容の最も多い回答が「費用負担がない（無料）」の47.3%となったことから、受診勧奨方法として費用面のアピールをすることとした。

		調査項目(調査実施課)	反映内容
第4回	1	動画による広報 (広報課)	○動画においてさいたま市の知りたい情報は、「イベント情報」であり、49.9%と最も高かったため、イベントの開催風景を動画制作し、YouTubeやInstagramで情報発信を行った。
	2	さいたま市出前講座 (広報課)	○「さいたま市出前講座」への参加の有無への回答で、「認知率」が14.9%と低かったことから、市報「特集」や「クローズアップ」などの記事と一緒に、記事内容に関する出前講座を案内することで、認知度を高める取組みを行った。
	3	区役所における窓口サービス (区政推進部)	○土日に区役所が開いていると便利だと思う時間帯の「8:30～17:15」の回答が50.0%と、次点の「17:15～18:00」の回答(27.9%)と比較し大きく差があることから、令和7年度も引き続き平日と同じ時間での開設を検討している。
	4	福祉まるごと相談窓口 (生活福祉課)	○「福祉まるごと相談窓口」の認知度が全体の22%となったことから、普及啓発を促すため、広報紙や庁内、庁外の関係機関へのチラシ配架などの広報活動を行った。
	5	食品ロス (資源循環政策課)	○食品ロス削減のために行っている工夫の回答において、家庭内での取組に比して、店舗での購入時における取組を行っている割合が少なかった。また、食品ロス削減の取組における障害として「お金が掛かりそう」という回答が多かった。そのため、令和6年度は市内食品小売店等と連携して、消費期限の近い商品等にキャンペーンのシールを貼り、当該商品を購入し、シールを集めて応募すると抽選で賞品をプレゼントするキャンペーンを実施した。
	6	インターネット上における誹謗中傷等 (人権政策・男女共同参画課)	○Q19 インターネット上で誹謗中傷等を受けたことがあるかについて、「受けたことがある」とした回答が6.8%となっており、市民に潜在的な需要があることを把握することができた。 ○Q20 インターネット上の誹謗中傷等への対策として、今後力を入れるとよいと思う取組についての回答では「法律相談や心理相談等の相談窓口の開設」が42.8%、「警察等の他機関との連携促進」が45.4%であった。 この結果を踏まえ、相談窓口の開設に向けて、法律や心理など高度に専門性がある関係機関につなぐための検討を庁内と連携して行い、また、緊急時の警察への通報について、県警察本部と協議を行った。 今回の市民意識調査によって、インターネット上の誹謗中傷等に係る相談窓口における対応について、検討すべき内容が明確化し、円滑な相談窓口の開設につながったと考える。