

令和6年度 第2回
さいたま市インターネット市民意識調査
【調査報告書】

令和6年9月

さいたま市市長公室秘書広報部広聴課

インターネット市民意識調査 【調査報告書】

目次

1	調査企画とサンプル構成	1
2	調査結果	3
	SC1. 居住地	4
	【さいたまスイーツに関する質問】	5
	Q1. 「さいたまスイーツ」の認知度	5
	Q2. 「さいたまスイーツ」の認知経路	6
	Q3. 菓子の購入やイトインを利用する際の店舗情報を得る媒体（複数回答）	7
	Q4. あったら参加してみたいスイーツのイベント（複数回答）	8
	【家庭での災害時の備えに関する質問】	9
	Q5. 災害に対して日ごろから行っている備え（複数回答）	9
	Q6. 地震の備えとして行っている工夫（複数回答）	10
	Q7. 地震の備えとして行っている対策（複数回答）	11
	Q8. 地震の備えとして対策を行ううえで、妨げとなるもの（複数回答）	12
	【さいたま市の緊急（災害）の情報の取得に関する質問】	13
	Q9. 市からのお知らせや情報を目にする頻度	13
	Q10. 市からの緊急情報や避難情報の入手状況	14
	Q11. 市からの緊急情報や避難情報の入手経路（複数回答）	15
	Q12. 発信を強化すると市からの緊急情報や避難情報を入手しやすくなる媒体（複数回答）	18
	【さいたま市の温暖化対策に関する質問】	21
	Q13. さいたま市が実施している温暖化対策事業の認知度（複数回答）	21
	Q14. さいたま市に実施してほしい温暖化対策事業（複数回答）	22
	Q15. 地球温暖化の防止に向けて取り組んでいること（複数回答）	23
	【市議会の広報に関する質問】	24
	Q16. 「市議会だよりさいたま（ロクマル）」をどれくらい読んでいるか	24
	Q16. 「市議会だよりさいたま（ロクマル）」をどれくらい読んでいるか（経年比較）	25
	Q17. 「市議会だよりさいたま（ロクマル）」を読んでいない理由（複数回答）	26
	Q18. 「市議会だよりさいたま（ロクマル）」で特に見たい、または充実させてほしい情報（複数回答）	27
	Q19. テレビ広報番組「ようこそさいたま市議会へ」を見たことがあるか	28
	Q19. テレビ広報番組「ようこそさいたま市議会へ」を見たことがあるか（経年比較）	29
	Q20. 「ようこそさいたま市議会へ」で特に見たい、または充実させてほしいもの（複数回答）	30
3	調査票（アンケート画面）	31

1 調査企画とサンプル構成

1-1 調査目的

市が事業を推進するにあたり、迅速に市民意識を把握することができるよう、インターネットを活用した市民意識調査を実施する。

1-2 調査地域

さいたま市

1-3 調査対象者

対象者条件：さいたま市在住の18歳～69歳の男女

18～29歳、30代、40代、50代、60代の5年齢層において、各年齢層の男女各100サンプル、合計1,000サンプルを対象とする。

1-4 有効回答数

無作為配信により、合計1,000サンプルを回収した。

(人)

	18～29歳	30代	40代	50代	60代	合計
男性	100	100	100	100	100	500
女性	100	100	100	100	100	500
合計	200	200	200	200	200	1,000

(参考) なお、各区の有効回答数は下表の通りである。

(人)

さいたま市	男性						女性						合計
	18-29歳	30代	40代	50代	60代	計	18-29歳	30代	40代	50代	60代	計	
西区	10	3	10	5	1	29	5	9	8	8	6	36	65
北区	7	17	14	19	15	72	15	14	14	12	14	69	141
大宮区	11	11	12	4	11	49	13	11	7	4	7	42	91
見沼区	5	9	8	14	15	51	8	14	10	10	15	57	108
中央区	12	13	6	3	8	42	12	4	10	10	3	39	81
桜区	8	4	6	4	4	26	7	4	3	8	6	28	54
浦和区	9	13	13	17	18	70	14	18	16	16	13	77	147
南区	18	14	10	14	16	72	16	12	13	13	16	70	142
緑区	12	9	15	14	8	58	7	10	10	12	10	49	107
岩槻区	8	7	6	6	4	31	3	4	9	7	10	33	64
合計	100	100	100	100	100	500	100	100	100	100	100	500	1,000

1-5 調査方法

インターネット調査（調査会社の登録モニターによるWEB調査）

1-6 実施時期

令和6年8月1日（木）～8月15日（木）

1-7 調査実施機関

株式会社サーベイリサーチセンター

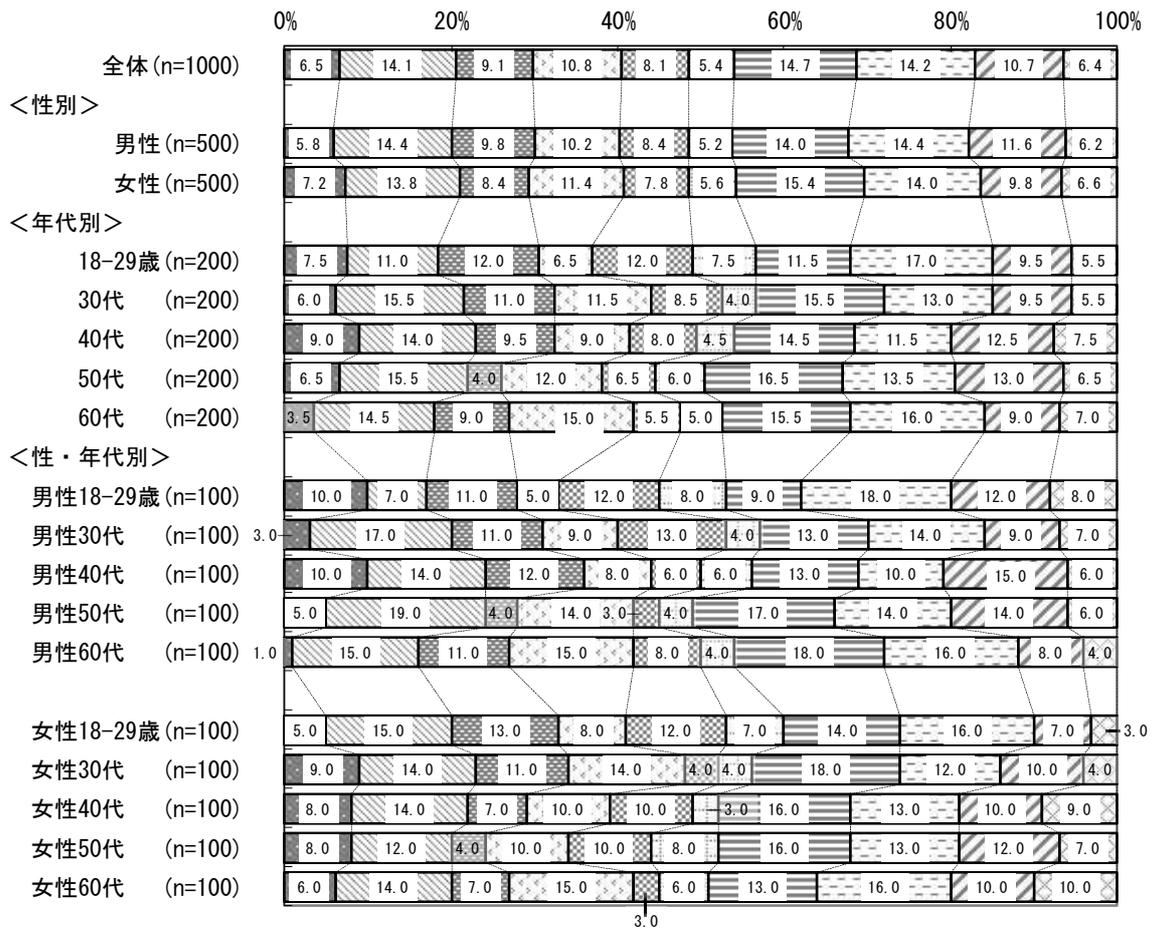
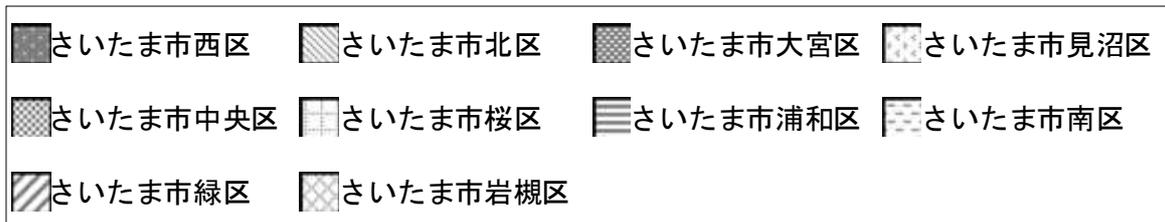
1-8 この報告書の見方

- (1) 図表中の「n」（number of case の略）は、各設問の回答者数を示し、比率算出の基数である。複数回答の設問では、すべての比率を合計すると100.0%を超える。
- (2) 図表中の調査結果の比率は、小数第2位を四捨五入して算出した。そのため、すべての比率を合計したときに100.0%にならないなど、各項目の比率と、その合計が一致しないことがある。
- (3) 図表中の選択肢の表記は、場合によっては語句を一部簡略化してある。
- (4) 【全体結果】及び【比較結果】における調査結果の比率は、図表中の調査結果の少数第1位を四捨五入して算出した。そのため、すべての比率を合計したときに100.0%にならないなど、各項目の比率と、その合計が一致しないことがある。

2 調査結果

SC1. 居住地

あなたのお住まいをお答えください。



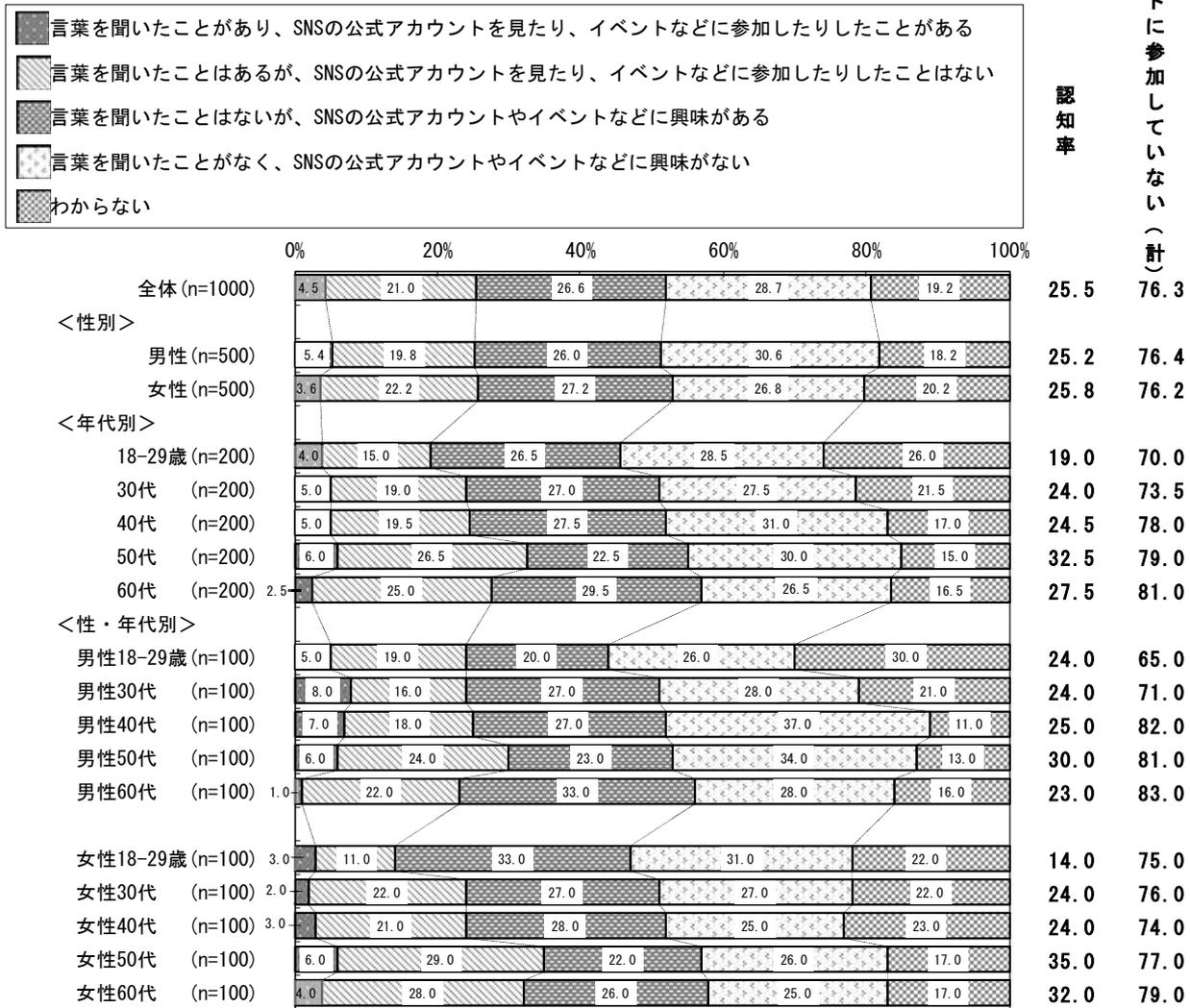
【さいたまスイーツに関する質問】

Q1. 「さいたまスイーツ」の認知度

さいたま市では、「市内で作られたおやつ」を「さいたまスイーツ」としてPRしています。

あなたは、「さいたまスイーツ」という言葉を聞いたことがありますか。

以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。



【全体結果】「言葉を聞いたことがあり、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことがある」(5%)と「言葉を聞いたことはあるが、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことはない」(21%)を合わせた『認知率』は、26%であった。

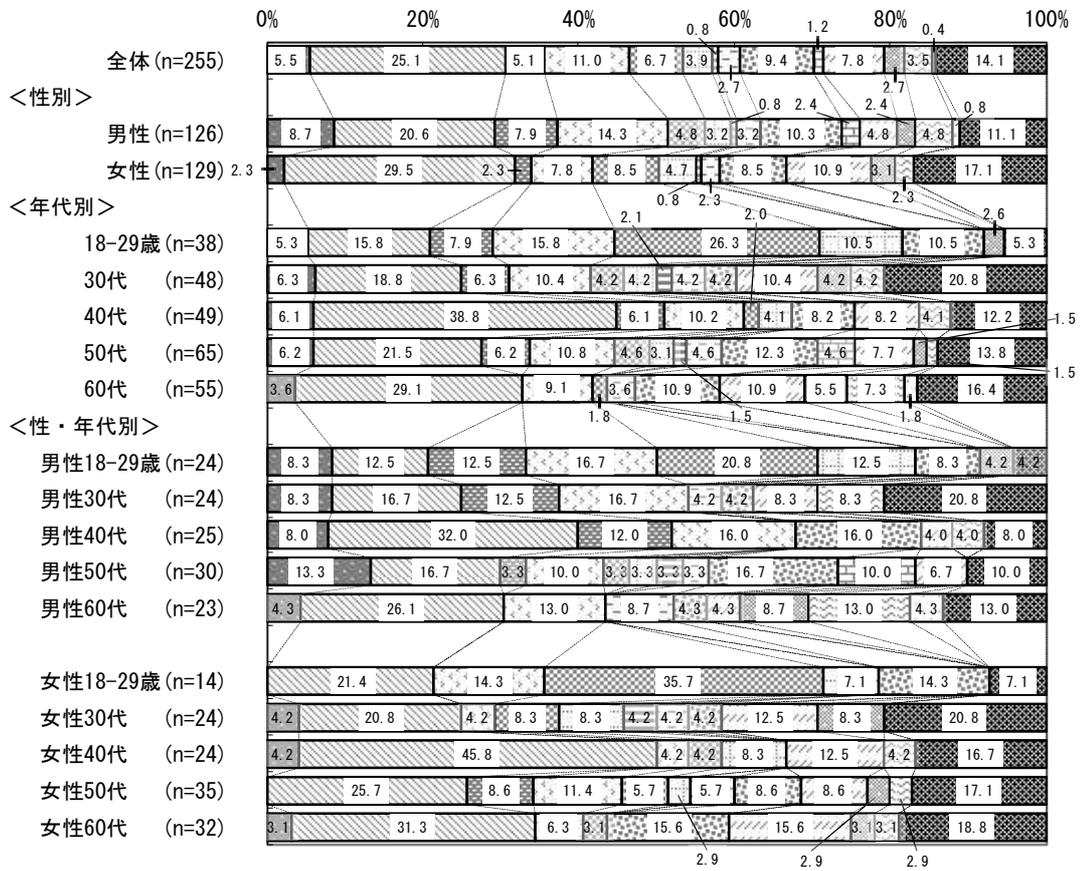
また、「言葉を聞いたことはあるが、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことはない」(21%)と「言葉を聞いたことはないが、SNSの公式アカウントやイベントなどに興味がある」(27%)と「言葉を聞いたことがなく、SNSの公式アカウントやイベントなどに興味がない」(29%)を合わせた『イベントに参加していない(計)』は、76%であった。

◎年代別で見ると、『イベントに参加していない(計)』は、年代が上がるにつれ高くなり、60代で81%となった。

(Q1で、「言葉を聞いたことがあり、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことがある」または「言葉を聞いたことはあるが、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことはない」を回答した人が対象)

Q2. 「さいたまスイーツ」の認知経路

あなたは、「さいたまスイーツ」という言葉を何で知りましたか。
以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。



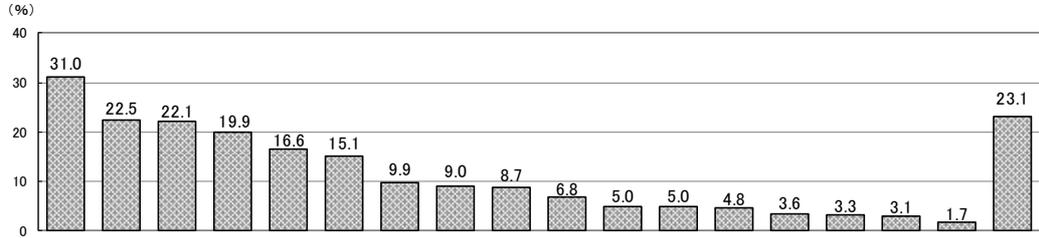
【全体結果】「さいたまスイーツ」について、「言葉を聞いたことがあり、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことがある」、「言葉を聞いたことはあるが、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことはない」と回答した人(255人)に、その認知経路を聞いたところ、「市報さいたま」が25%で最も高く、「さいたまスイーツのイベント・キャンペーンなど」(11%)、「テレビ・ラジオ」(9%)であった。

◎性・年代別で見ると、「市報さいたま」は、女性40代(46%)のみ4割を超えた。

Q3. 菓子の購入やイトインを利用する際の店舗情報を得る媒体（複数回答）

あなたやあなたの家族が菓子を購入するときや、イトインで食べる時、そのお店の情報を知るのどのような媒体からですか。

以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



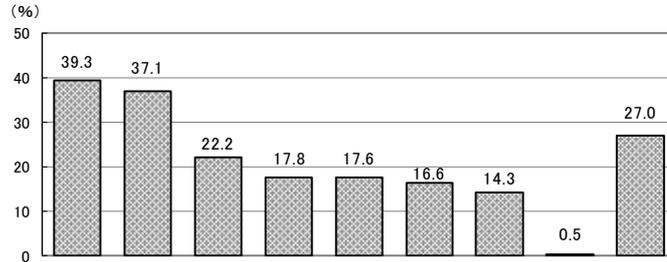
	グルメ情報のウェブサイトやアプリ	家族や知人など	Instagram	店頭のポスター・チラシ・ポップ	テレビ・ラジオ	X (旧 Twitter)	タウン誌・フリーペーパー	市報さいたま	折り込みチラシ	その他の SNS	さいたまスイーツウェブサイト	さいたまスイーツのイベント・キャンペーンなど	市ホームページ	新聞	Facebook	雑誌記事	その他	い何からも情報を得ていない／わからない	
全体(n=1000)	31.0	22.5	22.1	19.9	16.6	15.1	9.9	9.0	8.7	6.8	5.0	5.0	4.8	3.6	3.3	3.1	1.7	23.1	
性別																			
男性(n=500)	32.0	17.6	14.6	17.4	19.4	16.6	7.8	9.4	8.0	7.6	5.8	5.8	5.8	4.8	4.6	3.2	0.8	24.6	
女性(n=500)	30.0	27.4	29.6	22.4	13.8	13.6	12.0	8.6	9.4	6.0	4.2	4.2	3.8	2.4	2.0	3.0	2.6	21.6	
年代別																			
18-29歳(n=200)	24.0	16.0	37.5	16.5	13.0	29.5	2.5	7.5	5.0	9.5	5.5	5.0	4.0	2.0	1.5	1.0	0.5	30.0	
30代 (n=200)	28.0	22.5	30.0	21.0	12.0	20.5	7.5	9.0	4.5	4.5	5.0	3.5	4.5	2.0	4.0	2.0	1.0	22.5	
40代 (n=200)	34.5	22.5	20.5	16.0	15.0	13.5	8.5	9.0	7.0	6.0	5.5	5.0	8.0	1.0	1.5	4.5	2.0	22.5	
50代 (n=200)	29.0	21.5	14.0	21.0	18.5	7.5	13.5	9.0	11.5	8.0	4.5	5.5	4.5	4.5	5.0	4.5	2.0	22.5	
60代 (n=200)	39.5	30.0	8.5	25.0	24.5	4.5	17.5	10.5	15.5	6.0	4.5	6.0	3.0	8.5	4.5	3.5	3.0	18.0	
性・年代別																			
男性18-29歳(n=100)	25.0	12.0	29.0	15.0	16.0	28.0	4.0	7.0	3.0	10.0	7.0	5.0	4.0	3.0	3.0	0.0	1.0	32.0	
男性30代 (n=100)	27.0	19.0	16.0	21.0	15.0	25.0	8.0	13.0	6.0	6.0	9.0	4.0	6.0	1.0	6.0	1.0	0.0	22.0	
男性40代 (n=100)	36.0	18.0	12.0	18.0	17.0	16.0	8.0	7.0	8.0	9.0	7.0	8.0	9.0	2.0	1.0	6.0	0.0	22.0	
男性50代 (n=100)	27.0	15.0	9.0	12.0	20.0	7.0	9.0	12.0	11.0	7.0	4.0	6.0	7.0	6.0	6.0	5.0	1.0	26.0	
男性60代 (n=100)	45.0	24.0	7.0	21.0	29.0	7.0	10.0	8.0	12.0	6.0	2.0	6.0	3.0	12.0	7.0	4.0	2.0	21.0	
女性18-29歳(n=100)	23.0	20.0	46.0	18.0	10.0	31.0	1.0	8.0	7.0	9.0	4.0	5.0	4.0	1.0	0.0	2.0	0.0	28.0	
女性30代 (n=100)	29.0	26.0	44.0	21.0	9.0	16.0	7.0	5.0	3.0	3.0	1.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	2.0	23.0	
女性40代 (n=100)	33.0	27.0	29.0	14.0	13.0	11.0	9.0	11.0	6.0	3.0	4.0	2.0	7.0	0.0	2.0	3.0	4.0	23.0	
女性50代 (n=100)	31.0	28.0	19.0	30.0	17.0	8.0	18.0	6.0	12.0	9.0	5.0	5.0	2.0	3.0	4.0	4.0	3.0	19.0	
女性60代 (n=100)	34.0	36.0	10.0	29.0	20.0	2.0	25.0	13.0	19.0	6.0	7.0	6.0	3.0	5.0	2.0	3.0	4.0	15.0	

【全体結果】「グルメ情報のウェブサイトやアプリ」が 31%で最も高く、「家族や知人など」(23%)、「Instagram」(22%)が続いた。

- ◎性別で見ると、「Instagram」は、女性(30%)が男性(15%)よりも15ポイント高かった。
- ◎年代別で見ると、「Instagram」、「X (旧 Twitter)」は、年代が下がるにつれ高くなった。
- ◎性・年代別で見ると、「グルメ情報のウェブサイトやアプリ」は、男性60代(45%)のみ4割を超えた。

Q4. あったら参加してみたいスイーツのイベント（複数回答）

あなたは、どのようなスイーツのイベントがあったら参加したいと思いますか。
以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



		イベント	特定の日（特定の日にいくつかのお店が1か所に集まり、その場で購入して持ち帰れるイベント）	特定の日（特定の日にいくつかのお店が1か所に集まり、その場で食べられるイベント）	SNSで応募できる、スイーツのプレゼントキャンペーン	SNSで応募できる、スイーツ店で使える割引クーポンのプレゼントキャンペーン	SNSで応募できる、スイーツ店で使える割引クーポンのプレゼントキャンペーン	店頭で応募できる、スイーツのプレゼントキャンペーン	店頭で応募できる、スイーツのプレゼントキャンペーン	期間内にいくつかのお店を巡るイベント	その他	参加したいと思わない／わからない
全体(n=1000)			39.3	37.1	22.2	17.8	17.6	16.6	14.3	0.5	27.0	
性別	男性(n=500)		37.4	35.4	17.2	12.4	14.0	13.2	15.0	0.6	29.2	
	女性(n=500)		41.2	38.8	27.2	23.2	21.2	20.0	13.6	0.4	24.8	
年代別	18-29歳(n=200)		37.0	40.0	23.0	17.5	12.5	12.5	16.5	0.0	31.0	
	30代 (n=200)		42.0	40.5	21.5	16.5	15.0	17.5	13.0	0.5	26.0	
	40代 (n=200)		37.5	41.0	20.0	16.5	14.5	14.0	12.0	0.5	26.0	
	50代 (n=200)		39.0	33.0	21.0	19.5	21.0	16.5	12.0	0.0	28.5	
	60代 (n=200)		41.0	31.0	25.5	19.0	25.0	22.5	18.0	1.5	23.5	
性・年代別	男性18-29歳(n=100)		39.0	38.0	21.0	15.0	9.0	12.0	20.0	0.0	29.0	
	男性30代 (n=100)		37.0	36.0	16.0	17.0	15.0	12.0	16.0	1.0	29.0	
	男性40代 (n=100)		39.0	46.0	16.0	8.0	10.0	9.0	12.0	0.0	27.0	
	男性50代 (n=100)		32.0	28.0	14.0	10.0	16.0	14.0	11.0	0.0	35.0	
	男性60代 (n=100)		40.0	29.0	19.0	12.0	20.0	19.0	16.0	2.0	26.0	
	女性18-29歳(n=100)		35.0	42.0	25.0	20.0	16.0	13.0	13.0	0.0	33.0	
	女性30代 (n=100)		47.0	45.0	27.0	16.0	15.0	23.0	10.0	0.0	23.0	
	女性40代 (n=100)		36.0	36.0	24.0	25.0	19.0	19.0	12.0	1.0	25.0	
女性50代 (n=100)		46.0	38.0	28.0	29.0	26.0	19.0	13.0	0.0	22.0		
女性60代 (n=100)		42.0	33.0	32.0	26.0	30.0	26.0	20.0	1.0	21.0		

【全体結果】「特定の日（特定の日にいくつかのお店が1か所に集まり、その場で購入して持ち帰れるイベント）」が39%で最も高く、「特定の日（特定の日にいくつかのお店が1か所に集まり、その場で食べられるイベント）」(37%)が続いた。

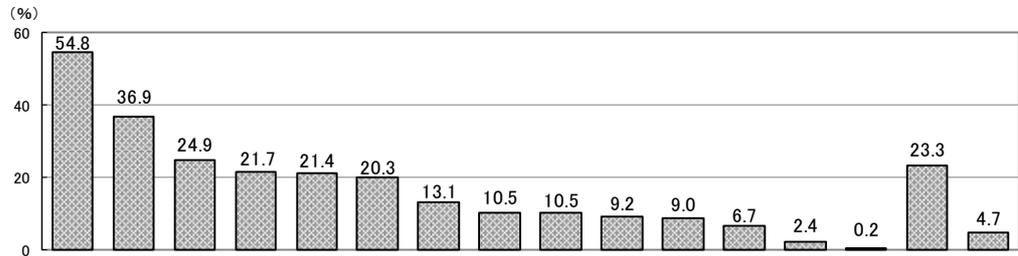
◎性別で見ると、「SNS で応募できる、スイーツのプレゼントキャンペーン」、「SNS で応募できる、スイーツ店で使える割引クーポンのプレゼントキャンペーン」は、女性が男性よりも10ポイント以上高かった。

【家庭での災害時の備えに関する質問】

Q5. 災害に対して日ごろから行っている備え（複数回答）

あなたの家庭で災害に対して日ごろから行っている備えはありますか。

以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



	食料品や飲料水を準備している	携帯ラジオ・懐中電灯を準備している	携帯電話やスマートフォンなどの予備電池を準備している	非常時に必要なものを持ち出せるようしている（食料、水、貴重品、衣類、毛布など）	家族の状況に応じた必要な生活用品を準備している	トイレが使えない場合に備え、簡易トイレ・携帯トイレを準備している	地震発生時にケガをしたり、避難経路がふさがれたりしないよう、家具の転倒防止対策や設置場所の工夫をしている	停電時に自動で点灯する足元灯を設置している	家族と離ればなれになった時の連絡方法を決めていく	地震や風水害など、災害の種類に応じて避難する場所を決めている	断水に備え、風呂の残り湯を貯めおいている	家の中や家の周囲で災害時に危険になりそうな場所を調べていく	地震火災に備え、感震ブレーカーを設置している	その他	特に何もしていない	わからない
全体(n=1000)	54.8	36.9	24.9	21.7	21.4	20.3	13.1	10.5	10.5	9.2	9.0	6.7	2.4	0.2	23.3	4.7
性別																
男性(n=500)	52.6	37.8	28.2	23.6	18.8	16.4	12.8	12.6	8.0	8.6	7.6	6.8	3.0	0.0	23.6	4.4
女性(n=500)	57.0	36.0	21.6	19.8	24.0	24.2	13.4	8.4	13.0	9.8	10.4	6.6	1.8	0.4	23.0	5.0
年代別																
18-29歳(n=200)	47.5	24.5	20.5	20.0	22.0	15.5	10.0	8.0	6.5	10.0	5.5	6.0	2.5	0.0	27.0	8.5
30代 (n=200)	54.0	31.0	19.0	20.0	23.0	15.5	10.0	7.5	6.0	5.5	4.5	5.0	1.0	0.0	23.0	7.0
40代 (n=200)	55.0	32.0	25.5	22.5	22.5	19.5	11.0	10.5	8.5	6.0	4.0	4.0	0.5	0.5	26.5	3.5
50代 (n=200)	56.5	41.5	25.0	22.0	19.5	24.0	12.5	11.5	13.0	10.0	11.5	6.0	4.0	0.0	21.5	3.0
60代 (n=200)	61.0	55.5	34.5	24.0	20.0	27.0	22.0	15.0	18.5	14.5	19.5	12.5	4.0	0.5	18.5	1.5
性・年代別																
男性18-29歳(n=100)	49.0	28.0	22.0	22.0	18.0	19.0	10.0	9.0	6.0	12.0	6.0	7.0	3.0	0.0	25.0	9.0
男性30代 (n=100)	50.0	34.0	24.0	25.0	21.0	13.0	15.0	11.0	5.0	7.0	3.0	6.0	1.0	0.0	24.0	5.0
男性40代 (n=100)	54.0	34.0	28.0	26.0	20.0	16.0	10.0	12.0	5.0	8.0	5.0	4.0	1.0	0.0	26.0	2.0
男性50代 (n=100)	50.0	39.0	31.0	23.0	14.0	14.0	10.0	13.0	12.0	9.0	11.0	6.0	4.0	0.0	21.0	4.0
男性60代 (n=100)	60.0	54.0	36.0	22.0	21.0	20.0	19.0	18.0	12.0	7.0	13.0	11.0	6.0	0.0	22.0	2.0
女性18-29歳(n=100)	46.0	21.0	19.0	18.0	26.0	12.0	10.0	7.0	7.0	8.0	5.0	5.0	2.0	0.0	29.0	8.0
女性30代 (n=100)	58.0	28.0	14.0	15.0	25.0	18.0	5.0	4.0	7.0	4.0	6.0	4.0	1.0	0.0	22.0	9.0
女性40代 (n=100)	56.0	30.0	23.0	19.0	25.0	23.0	12.0	9.0	12.0	4.0	3.0	4.0	0.0	1.0	27.0	5.0
女性50代 (n=100)	63.0	44.0	19.0	21.0	25.0	34.0	15.0	10.0	14.0	11.0	12.0	6.0	4.0	0.0	22.0	2.0
女性60代 (n=100)	62.0	57.0	33.0	26.0	19.0	34.0	25.0	12.0	25.0	22.0	26.0	14.0	2.0	1.0	15.0	1.0

【全体結果】「食料品や飲料水を準備している」が55%で最も高く、「携帯ラジオ・懐中電灯を準備している」(37%)、「携帯電話やスマートフォンなどの予備電池を準備している」(25%)が続いた。

◎性別で見ると、「家族の状況に応じた必要な生活用品を準備している」、「トイレが使えない場合に備え、簡易トイレ・携帯トイレを準備している」は、女性が男性よりも5ポイント以上高かった。一方、「携帯電話やスマートフォンなどの予備電池を準備している」は、男性(28%)が女性(22%)よりも6ポイント高かった。

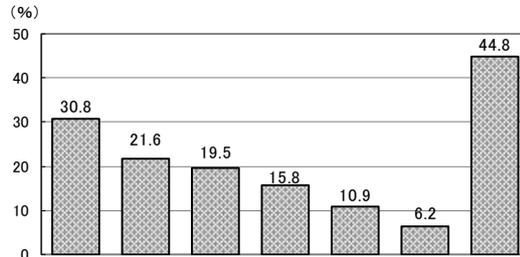
◎年代別で見ると、「食料品や飲料水を準備している」、「携帯ラジオ・懐中電灯を準備している」は、年代が上がるにつれ高くなった。

Q6. 地震の備えとして行っている工夫（複数回答）

家での地震への備えとして、居住スペースと収納スペースを分けたり、家具の配置を工夫したりすることで、家の中に安全なスペースを確保することが有効です。

あなたの家庭では、以下のような工夫を行っていますか。

以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



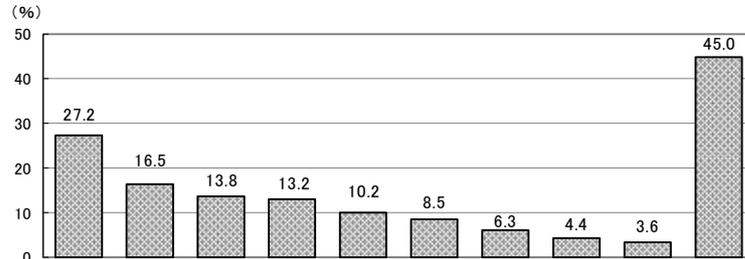
		寝るところやふだん座る場所には、家具の転倒でケガをしないようにしている	家具の転倒や移動により、部屋の出入り口や避難通路をふさがないように配置にしている	造り付けの家具やクローゼットを活用し、室内に背の高い家具を配置しないようにしている	家具の重量や転倒しにくい・移動しやすさに配慮している	地震発生時にケガをしないよう、家中に安全なスペースを確保している	袋や底の厚い履物を用意している	あてはまるものはない
全体(n=1000)		30.8	21.6	19.5	15.8	10.9	6.2	44.8
性別	男性(n=500)	29.2	19.4	17.8	16.6	12.8	6.2	46.2
	女性(n=500)	32.4	23.8	21.2	15.0	9.0	6.2	43.4
年代別	18-29歳(n=200)	30.0	16.5	21.0	13.5	11.5	5.5	45.5
	30代 (n=200)	28.5	23.5	18.0	13.5	8.5	7.5	48.0
	40代 (n=200)	27.5	18.5	17.5	13.5	8.5	4.5	48.0
	50代 (n=200)	28.5	20.0	21.0	14.0	11.5	5.5	45.0
	60代 (n=200)	39.5	29.5	20.0	24.5	14.5	8.0	37.5
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	31.0	18.0	20.0	14.0	15.0	6.0	42.0
	男性30代 (n=100)	35.0	27.0	21.0	20.0	14.0	10.0	42.0
	男性40代 (n=100)	24.0	14.0	11.0	17.0	9.0	4.0	49.0
	男性50代 (n=100)	20.0	13.0	18.0	13.0	11.0	6.0	53.0
	男性60代 (n=100)	36.0	25.0	19.0	19.0	15.0	5.0	45.0
	女性18-29歳(n=100)	29.0	15.0	22.0	13.0	8.0	5.0	49.0
	女性30代 (n=100)	22.0	20.0	15.0	7.0	3.0	5.0	54.0
	女性40代 (n=100)	31.0	23.0	24.0	10.0	8.0	5.0	47.0
女性50代 (n=100)	37.0	27.0	24.0	15.0	12.0	5.0	37.0	
女性60代 (n=100)	43.0	34.0	21.0	30.0	14.0	11.0	30.0	

【全体結果】「寝るところやふだん座る場所には、家具の転倒でケガをしないようにしている」が31%で最も高く、「家具の転倒や移動により、部屋の出入り口や避難通路をふさがないように配置にしている」(22%)、「造り付けの家具やクローゼットを活用し、室内に背の高い家具を配置しないようにしている」(20%)が続いた。

◎性・年代別で見ると、「家具の転倒や移動により、部屋の出入り口や避難通路をふさがないように配置にしている」は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、60代で34%となった。

Q7. 地震の備えとして行っている対策（複数回答）

地震発生時には、家具の転倒などにより思わぬケガをしたり、避難経路がふさがれたりすることがあります。あなたの家庭では、家具・家電について、以下のような対策を行っていますか。以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



		タンスや棚などの家具を固定している	家具の重心が安定するよう、収納物は重いものを下に置き、転倒しにくくしている	テレビや電子レンジなどの家電を固定している	物が落下しないよう、家具の上に物を置いていない	開放を防ぐ器具を設置している	収納物が散乱しないよう、家具に扉のう、下皿の設置やキャスターをロックしている	キャスター付きの家具が動かないよう、飛散防止フィルムを貼っている	食器棚などガラス部分がある家具には、飛散防止フィルムを貼っている	水槽やウォーターサーバーなどの水を貯めるものは、台と壁も固定している	吊り下げ式の照明は、ワイヤーによる固定で、揺れを防いでいる	あてはまるものはない
全体(n=1000)		27.2	16.5	13.8	13.2	10.2	8.5	6.3	4.4	3.6	45.0	
性別	男性(n=500)	29.4	15.8	14.2	14.0	10.6	7.2	7.2	5.6	5.0	42.8	
	女性(n=500)	25.0	17.2	13.4	12.4	9.8	9.8	5.4	3.2	2.2	47.2	
年代別	18-29歳(n=200)	24.5	15.5	10.5	15.0	9.0	8.5	6.5	7.0	5.5	47.5	
	30代 (n=200)	22.5	12.5	11.0	9.0	8.0	6.5	6.0	5.5	3.0	50.5	
	40代 (n=200)	23.5	16.5	13.5	13.5	9.5	7.5	4.0	5.5	4.5	47.0	
	50代 (n=200)	27.5	14.5	12.5	13.5	11.0	9.5	7.5	2.5	3.0	42.0	
	60代 (n=200)	38.0	23.5	21.5	15.0	13.5	10.5	7.5	1.5	2.0	38.0	
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	28.0	15.0	13.0	17.0	9.0	9.0	10.0	7.0	7.0	42.0	
	男性30代 (n=100)	28.0	14.0	14.0	8.0	11.0	9.0	7.0	8.0	5.0	45.0	
	男性40代 (n=100)	27.0	17.0	16.0	17.0	9.0	6.0	6.0	8.0	5.0	42.0	
	男性50代 (n=100)	24.0	15.0	12.0	15.0	12.0	9.0	7.0	4.0	5.0	43.0	
	男性60代 (n=100)	40.0	18.0	16.0	13.0	12.0	3.0	6.0	1.0	3.0	42.0	
	女性18-29歳(n=100)	21.0	16.0	8.0	13.0	9.0	8.0	3.0	7.0	4.0	53.0	
	女性30代 (n=100)	17.0	11.0	8.0	10.0	5.0	4.0	5.0	3.0	1.0	56.0	
	女性40代 (n=100)	20.0	16.0	11.0	10.0	10.0	9.0	2.0	3.0	4.0	52.0	
女性50代 (n=100)	31.0	14.0	13.0	12.0	10.0	10.0	8.0	1.0	1.0	41.0		
女性60代 (n=100)	36.0	29.0	27.0	17.0	15.0	18.0	9.0	2.0	1.0	34.0		

【全体結果】「タンスや棚などの家具を固定している」が27%で最も高く、「家具の重心が安定するよう、収納物は重いものを下に置き、転倒しにくくしている」(17%)、「テレビや電子レンジなどの家電を固定している」(14%)が続いた。

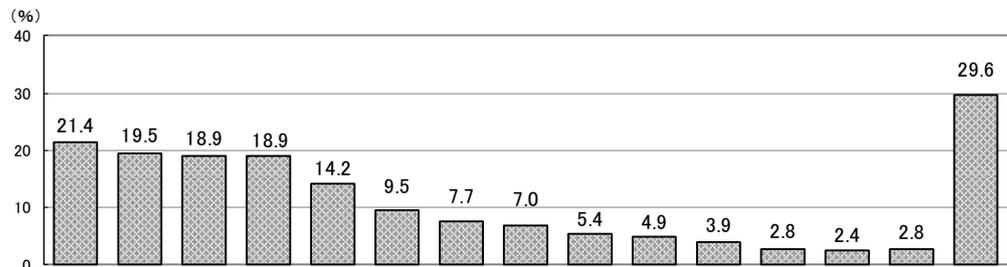
◎性・年代別で見ると、「タンスや棚などの家具を固定している」は、男性60代のみ4割となった。

Q8. 地震の備えとして対策を行ううえで、妨げとなるもの（複数回答）

地震発生時に、家の中でケガをしたり、避難経路をふさがれたりしないための対策は、家具の転倒防止、家具の固定、家具の設置場所の変更などさまざまです。

あなたが、これらの対策を行う上で妨げとなるもの、または、対策を行っていない理由は何ですか。

以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



	転倒防止器具の取り付けに手間がかかる	家具や壁に傷がつく	転倒防止器具の購入にお金がかかる	家具の設置場所を変更するのが難しい	面倒だから	転倒防止器具の取り付けが、自分にはできないと思う	転倒防止器具の取り付けがわからない	家具の転倒防止の方法がわからない	対策しても家具の転倒を防止できないと思う	家具が転倒してもどうにかなると思う	対策しなくても家具は転倒しないと思う	家具の転倒防止の対策が必要なことを知らなかった	家族の誰かがやると思っている	その他	特に理由はない / なんとなく	
全体(n=1000)	21.4	19.5	18.9	18.9	14.2	9.5	7.7	7.0	5.4	4.9	3.9	2.8	2.4	2.8	29.6	
性別	男性(n=500)	20.2	17.8	20.2	17.0	14.2	6.2	7.0	4.6	5.4	4.2	3.8	1.8	2.4	31.2	
	女性(n=500)	22.6	21.2	17.6	20.8	14.2	12.8	8.4	7.0	6.2	4.4	3.6	1.8	3.0	28.0	
年代別	18-29歳(n=200)	25.5	21.5	23.0	16.0	16.0	8.5	8.5	12.0	4.0	6.0	3.0	5.5	3.5	1.5	32.5
	30代 (n=200)	23.5	26.5	26.0	15.0	17.0	8.5	11.0	8.0	6.5	3.5	5.0	6.0	4.0	1.5	25.5
	40代 (n=200)	26.0	24.0	15.5	18.5	14.5	9.5	8.5	7.0	3.0	6.0	5.0	1.5	1.5	2.5	29.0
	50代 (n=200)	17.0	14.5	16.0	18.0	11.5	9.5	6.5	4.5	5.5	3.5	2.5	0.5	2.0	3.5	30.0
	60代 (n=200)	15.0	11.0	14.0	27.0	12.0	11.5	4.0	3.5	8.0	5.5	4.0	0.5	1.0	5.0	31.0
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	24.0	16.0	23.0	16.0	15.0	7.0	10.0	13.0	5.0	5.0	3.0	8.0	3.0	1.0	33.0
	男性30代 (n=100)	23.0	27.0	29.0	12.0	12.0	7.0	13.0	5.0	6.0	5.0	6.0	7.0	4.0	1.0	25.0
	男性40代 (n=100)	27.0	20.0	15.0	21.0	15.0	6.0	4.0	6.0	2.0	4.0	4.0	3.0	1.0	1.0	28.0
	男性50代 (n=100)	14.0	11.0	21.0	14.0	11.0	7.0	5.0	7.0	4.0	4.0	4.0	1.0	0.0	5.0	34.0
	男性60代 (n=100)	13.0	15.0	13.0	22.0	18.0	4.0	3.0	4.0	6.0	9.0	4.0	0.0	1.0	4.0	36.0
	女性18-29歳(n=100)	27.0	27.0	23.0	16.0	17.0	10.0	7.0	11.0	3.0	7.0	3.0	3.0	4.0	2.0	32.0
	女性30代 (n=100)	24.0	26.0	23.0	18.0	22.0	10.0	9.0	11.0	7.0	2.0	4.0	5.0	4.0	2.0	26.0
	女性40代 (n=100)	25.0	28.0	16.0	16.0	14.0	13.0	13.0	8.0	4.0	8.0	6.0	0.0	2.0	4.0	30.0
	女性50代 (n=100)	20.0	18.0	11.0	22.0	12.0	12.0	8.0	2.0	7.0	3.0	1.0	0.0	4.0	2.0	26.0
	女性60代 (n=100)	17.0	7.0	15.0	32.0	6.0	19.0	5.0	3.0	10.0	2.0	4.0	1.0	1.0	6.0	26.0

【全体結果】「転倒防止器具の取り付けに手間がかかる」が21%で最も高く、「家具や壁に傷が付く」(20%)、「転倒防止器具の購入にお金がかかる」、「家具の設置場所を変更するのが難しい」(ともに19%)が続いた。

◎性別で見ると、「転倒防止器具の取り付けが、自分にはできないと思う」は、女性(13%)が男性(6%)よりも7ポイント高かった。

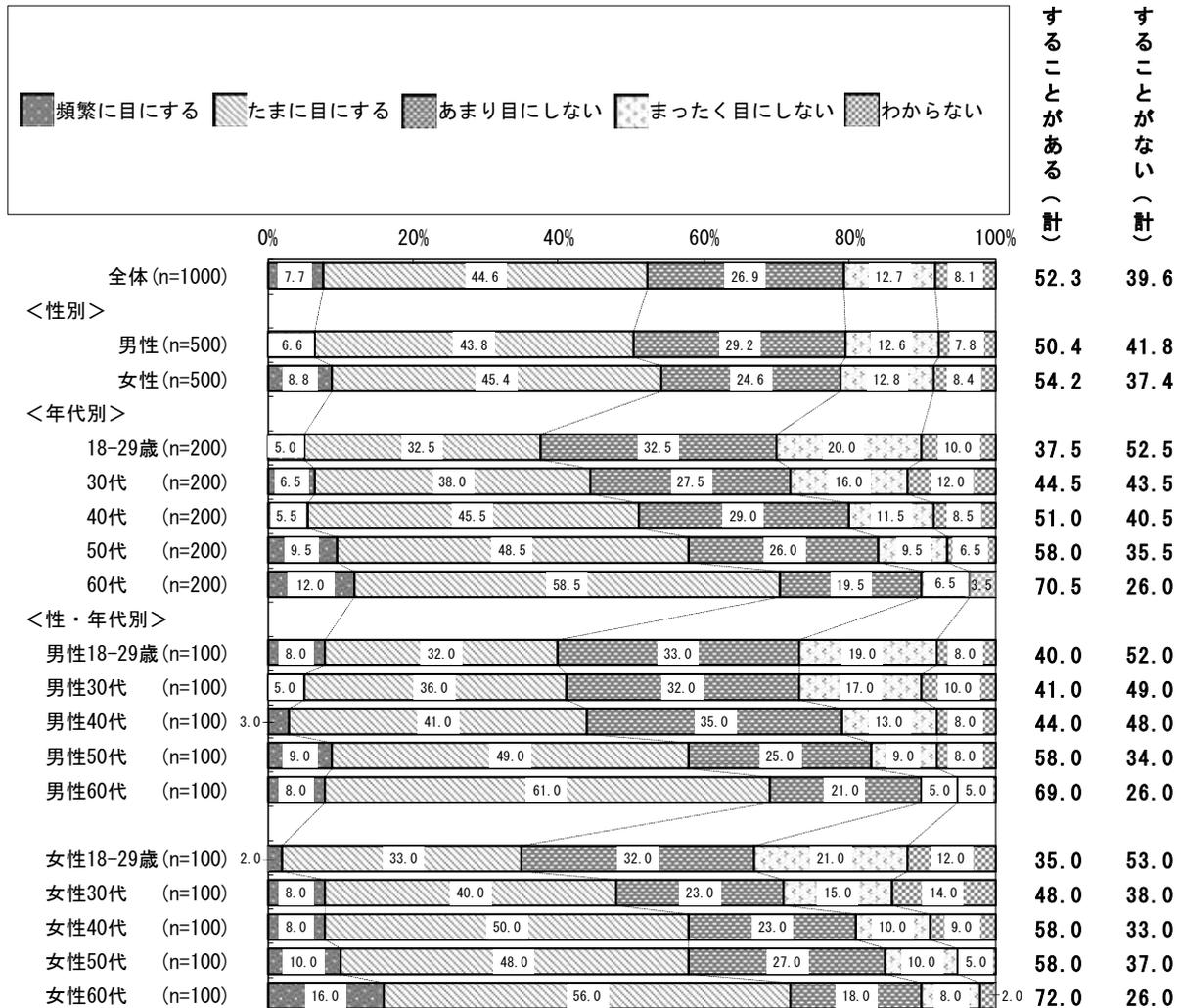
◎性・年代別で見ると、「転倒防止器具の取り付けに手間がかかる」は、女性では年代が下がるにつれ高くなる傾向があり、18-29歳では27%となった。

【さいたま市の緊急（災害）の情報の取得に関する質問】

Q9. 市からのお知らせや情報を目にする頻度

日頃、市からのお知らせや情報を目にすることがありますか。

以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。



【全体結果】「頻繁に目にする」(8%)と「たまに目にする」(45%)を合わせた『目にする
 ことがある(計)』は、52%であった。
 また、「あまり目にしない」(27%)と「まったく目にしない」(13%)を合わせた『目に見
 えない(計)』は、40%であった。

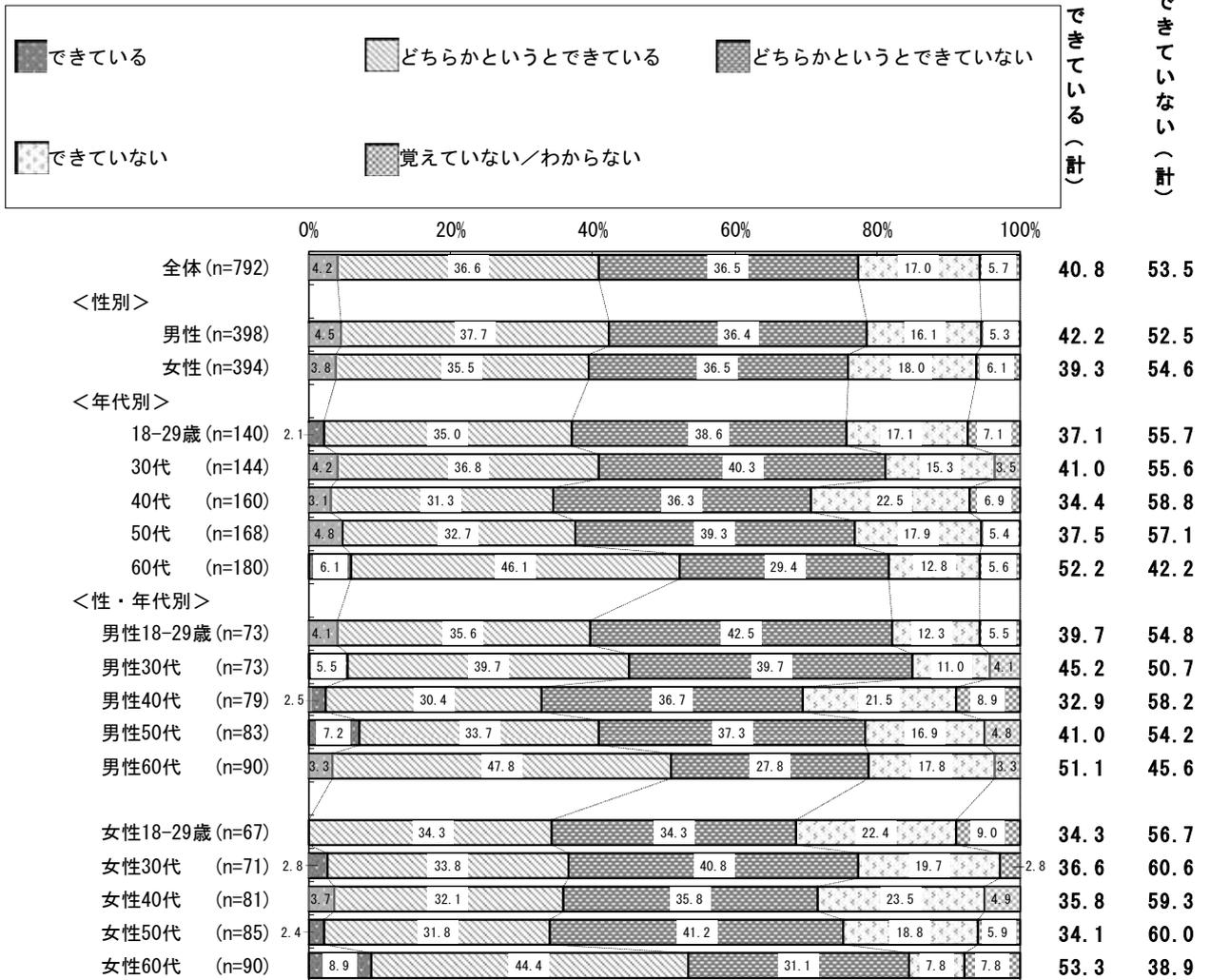
◎年代別で見ると、『目にする（計）』は、年代が上がるにつれ高くなり、60代で
 71%となった。

(Q9で、「頻繁に目にする」または「たまに目にする」、「あまり目にしない」を回答した人が対象)

Q10. 市からの緊急情報や避難情報の入手状況

災害時や災害発生前後において、市から必要な緊急情報や避難情報などの防災情報を得ることができていますか。

以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。



【全体結果】市からののお知らせや情報について、「頻繁に目にする」、「たまに目にする」、「あまり目にしない」と回答した人(792人)に、市からの緊急情報や避難情報の入手状況を聞いたところ、「できている」(4%)と「どちらかというのできている」(37%)を合わせた『できている(計)』は、41%であった。
 また、「どちらかというのできていない」(37%)と「できていない」(17%)を合わせた『できていない(計)』は、54%であった。

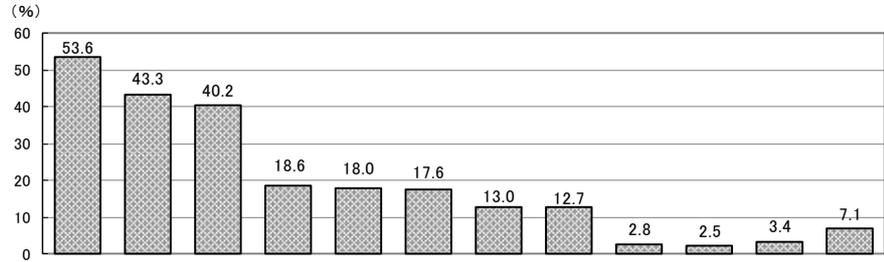
◎年代別で見ると、『できている(計)』は、60代(52%)のみ5割を超えた。

(Q10で、「できている」または「どちらかというどできている」を回答した人が対象)

Q11. 市からの緊急情報や避難情報の入手経路（複数回答）

災害時や災害発生前後において、市から必要な緊急情報や避難情報などの防災情報をどのような手法で取得していますか。以下の表の中から、それぞれ、あてはまるものをすべて選んでください。

1. 発災が予測される時



	市や区のホームページ	テレビ番組	市や区のSNS	自治会や町内会の回覧板・掲示板	市や区の広報誌（紙）	ラジオ番組	全国・地方新聞紙	市や区のチラシ	市や区の窓口への訪問	市や区への電話	その他	わからない	
全体(n=323)	53.6	43.3	40.2	18.6	18.0	17.6	13.0	12.7	2.8	2.5	3.4	7.1	
性別	男性(n=168)	58.3	38.7	34.5	18.5	19.6	17.3	13.1	13.7	4.8	3.6	3.0	5.4
	女性(n=155)	48.4	48.4	46.5	18.7	16.1	18.1	12.9	11.6	0.6	1.3	3.9	9.0
年代別	18-29歳(n=52)	55.8	48.1	40.4	19.2	11.5	21.2	17.3	11.5	1.9	5.8	0.0	3.8
	30代 (n=59)	50.8	32.2	49.2	16.9	16.9	13.6	3.4	5.1	0.0	0.0	1.7	8.5
	40代 (n=55)	61.8	40.0	41.8	20.0	10.9	16.4	9.1	9.1	7.3	3.6	1.8	5.5
	50代 (n=63)	54.0	46.0	33.3	17.5	19.0	19.0	14.3	15.9	4.8	4.8	3.2	9.5
	60代 (n=94)	48.9	47.9	38.3	19.1	25.5	18.1	18.1	18.1	1.1	0.0	7.4	7.4
性・年代別	男性18-29歳(n=29)	55.2	48.3	37.9	27.6	17.2	27.6	17.2	13.8	3.4	6.9	0.0	3.4
	男性30代 (n=33)	54.5	24.2	45.5	12.1	15.2	9.1	6.1	6.1	0.0	0.0	3.0	6.1
	男性40代 (n=26)	69.2	34.6	38.5	23.1	11.5	11.5	3.8	7.7	11.5	3.8	0.0	3.8
	男性50代 (n=34)	64.7	41.2	26.5	11.8	20.6	14.7	11.8	11.8	8.8	8.8	2.9	2.9
	男性60代 (n=46)	52.2	43.5	28.3	19.6	28.3	21.7	21.7	23.9	2.2	0.0	6.5	8.7
	女性18-29歳(n=23)	56.5	47.8	43.5	8.7	4.3	13.0	17.4	8.7	0.0	4.3	0.0	4.3
	女性30代 (n=26)	46.2	42.3	53.8	23.1	19.2	19.2	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	11.5
	女性40代 (n=29)	55.2	44.8	44.8	17.2	10.3	20.7	13.8	10.3	3.4	3.4	3.4	6.9
女性50代 (n=29)	41.4	51.7	41.4	24.1	17.2	24.1	17.2	20.7	0.0	0.0	3.4	17.2	
女性60代 (n=48)	45.8	52.1	47.9	18.8	22.9	14.6	14.6	12.5	0.0	0.0	8.3	6.3	

【全体結果】市からの緊急情報や避難情報を入手できている人（323人）に、その入手経路を聞いたところ、「市や区のホームページ」が54%で最も高く、「テレビ番組」（43%）、「市や区のSNS」（40%）が続いた。

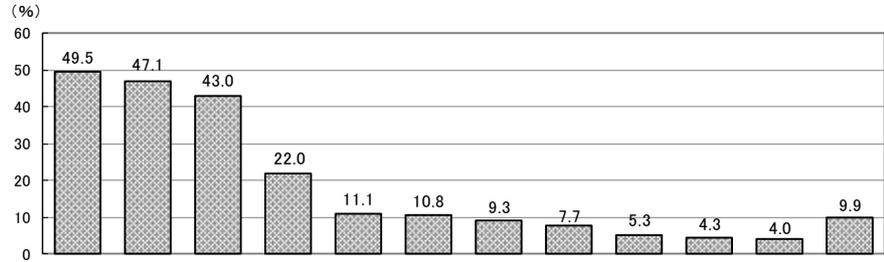
◎性別で見ると、「市や区のホームページ」は、男性(58%)が女性(48%)よりも10ポイント高かった。一方、「テレビ番組」、「市や区のSNS」は、女性が男性よりも9ポイント以上高かった。

(Q10で、「できている」または「どちらかというできている」を回答した人が対象)

Q11. 市からの緊急情報や避難情報の入手経路（複数回答）

災害時や災害発生前後において、市から必要な緊急情報や避難情報などの防災情報をどのような手法で取得していますか。以下の表の中から、それぞれ、あてはまるものをすべて選んでください。

2. 発災時



		市や区のホームページ	テレビ番組	市や区のSNS	ラジオ番組	全国・地方新聞紙	市や区の広報誌(紙)	自治会や町内会の回覧板・掲示板	市や区のチラシ	市や区への電話	市や区の窓口への訪問	その他	わからない
全体(n=323)		49.5	47.1	43.0	22.0	11.1	10.8	9.3	7.7	5.3	4.3	4.0	9.9
性別	男性(n=168)	53.0	44.6	39.9	22.6	12.5	13.1	10.7	8.3	5.4	6.0	4.2	7.7
	女性(n=155)	45.8	49.7	46.5	21.3	9.7	8.4	7.7	7.1	5.2	2.6	3.9	12.3
年代別	18-29歳(n=52)	53.8	46.2	42.3	23.1	15.4	11.5	9.6	9.6	7.7	9.6	0.0	3.8
	30代 (n=59)	40.7	37.3	55.9	18.6	3.4	6.8	10.2	5.1	1.7	3.4	3.4	13.6
	40代 (n=55)	54.5	41.8	45.5	16.4	9.1	5.5	10.9	3.6	3.6	0.0	1.8	7.3
	50代 (n=63)	47.6	38.1	34.9	17.5	11.1	12.7	3.2	7.9	6.3	3.2	4.8	15.9
	60代 (n=94)	51.1	62.8	39.4	29.8	14.9	14.9	11.7	10.6	6.4	5.3	7.4	8.5
性・年代別	男性18-29歳(n=29)	55.2	51.7	37.9	27.6	10.3	13.8	13.8	10.3	6.9	13.8	0.0	3.4
	男性30代 (n=33)	45.5	30.3	54.5	15.2	6.1	9.1	9.1	6.1	3.0	6.1	6.1	15.2
	男性40代 (n=26)	57.7	38.5	42.3	11.5	11.5	11.5	15.4	3.8	7.7	0.0	0.0	7.7
	男性50代 (n=34)	58.8	32.4	29.4	14.7	8.8	11.8	2.9	5.9	2.9	2.9	5.9	5.9
	男性60代 (n=46)	50.0	63.0	37.0	37.0	21.7	17.4	13.0	13.0	6.5	6.5	6.5	6.5
	女性18-29歳(n=23)	52.2	39.1	47.8	17.4	21.7	8.7	4.3	8.7	8.7	4.3	0.0	4.3
	女性30代 (n=26)	34.6	46.2	57.7	23.1	0.0	3.8	11.5	3.8	0.0	0.0	0.0	11.5
	女性40代 (n=29)	51.7	44.8	48.3	20.7	6.9	0.0	6.9	3.4	0.0	0.0	3.4	6.9
女性50代 (n=29)	34.5	44.8	41.4	20.7	13.8	13.8	3.4	10.3	10.3	3.4	3.4	27.6	
女性60代 (n=48)	52.1	62.5	41.7	22.9	8.3	12.5	10.4	8.3	6.3	4.2	8.3	10.4	

【全体結果】市からの緊急情報や避難情報を入手できている人 (323 人) に、その入手経路を聞いたところ、「市や区のホームページ」が 50%で最も高く、「テレビ番組」(47%)、「市や区の SNS」(43%)が続いた。

◎性別で見ると、「市や区のホームページ」は、男性(53%)が女性(46%)よりも7ポイント高かった。一方、「市や区の SNS」は、女性(47%)が男性(40%)よりも7ポイント高かった。

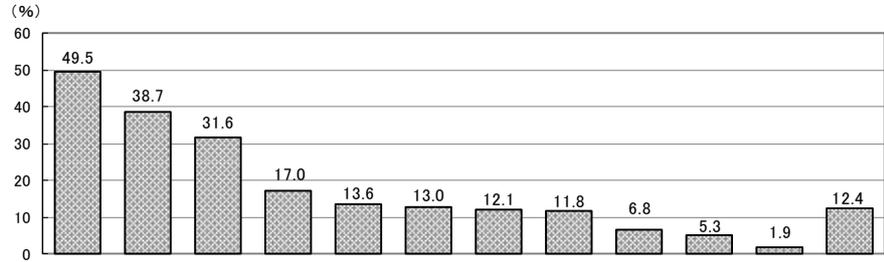
◎年代別で見ると、「テレビ番組」は、60代(63%)のみ6割を超えた。

(Q10で、「できている」または「どちらかというできている」を回答した人が対象)

Q11. 市からの緊急情報や避難情報の入手経路（複数回答）

災害時や災害発生前後において、市から必要な緊急情報や避難情報などの防災情報をどのような手法で取得していますか。以下の表の中から、それぞれ、あてはまるものをすべて選んでください。

3. 発災後1週間程度



	市や区のホームページ	テレビ番組	市や区のSNS	ラジオ番組	自治会や町内会の回覧板・掲示板	全国・地方新聞紙	市や区の広報誌(紙)	市や区のチラシ	市や区の窓口への訪問	市や区への電話	その他	わからない	
全体(n=323)	49.5	38.7	31.6	17.0	13.6	13.0	12.1	11.8	6.8	5.3	1.9	12.4	
性別	男性(n=168)	55.4	37.5	28.0	17.9	13.1	14.3	13.1	11.3	6.5	4.8	1.2	9.5
	女性(n=155)	43.2	40.0	35.5	16.1	14.2	11.6	11.0	12.3	7.1	5.8	2.6	15.5
年代別	18-29歳(n=52)	50.0	44.2	40.4	21.2	9.6	17.3	7.7	9.6	5.8	3.8	0.0	9.6
	30代 (n=59)	40.7	30.5	39.0	10.2	11.9	3.4	5.1	5.1	5.1	3.4	1.7	15.3
	40代 (n=55)	50.9	36.4	32.7	16.4	14.5	12.7	7.3	10.9	3.6	3.6	0.0	9.1
	50代 (n=63)	49.2	30.2	23.8	14.3	14.3	7.9	20.6	11.1	9.5	3.2	3.2	17.5
	60代 (n=94)	54.3	47.9	26.6	21.3	16.0	20.2	16.0	18.1	8.5	9.6	3.2	10.6
性・年代別	男性18-29歳(n=29)	51.7	44.8	31.0	20.7	13.8	13.8	10.3	10.3	6.9	3.4	0.0	10.3
	男性30代 (n=33)	48.5	24.2	42.4	6.1	9.1	6.1	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	12.1
	男性40代 (n=26)	61.5	34.6	34.6	19.2	19.2	19.2	7.7	15.4	7.7	7.7	0.0	7.7
	男性50代 (n=34)	55.9	29.4	20.6	11.8	2.9	5.9	17.6	5.9	5.9	0.0	2.9	5.9
	男性60代 (n=46)	58.7	50.0	17.4	28.3	19.6	23.9	21.7	19.6	8.7	8.7	0.0	10.9
	女性18-29歳(n=23)	47.8	43.5	52.2	21.7	4.3	21.7	4.3	8.7	4.3	4.3	0.0	8.7
	女性30代 (n=26)	30.8	38.5	34.6	15.4	15.4	0.0	7.7	7.7	7.7	3.8	0.0	19.2
	女性40代 (n=29)	41.4	37.9	31.0	13.8	10.3	6.9	6.9	6.9	0.0	0.0	0.0	10.3
女性50代 (n=29)	41.4	31.0	27.6	17.2	27.6	10.3	24.1	17.2	13.8	6.9	3.4	31.0	
女性60代 (n=48)	50.0	45.8	35.4	14.6	12.5	16.7	10.4	16.7	8.3	10.4	6.3	10.4	

【全体結果】市からの緊急情報や避難情報を入手できている人(323人)に、その入手経路を聞いたところ、「市や区のホームページ」が50%で最も高く、「テレビ番組」(39%)、「市や区のSNS」(32%)が続いた。

◎性別で見ると、「市や区のホームページ」は、男性(55%)が女性(43%)よりも12ポイント高かった。一方、「市や区のSNS」は、女性(36%)が男性(28%)よりも8ポイント高かった。

◎年代別で見ると、「市や区のSNS」は、年代が下がるにつれ高くなる傾向があり、18-29歳で40%となった。

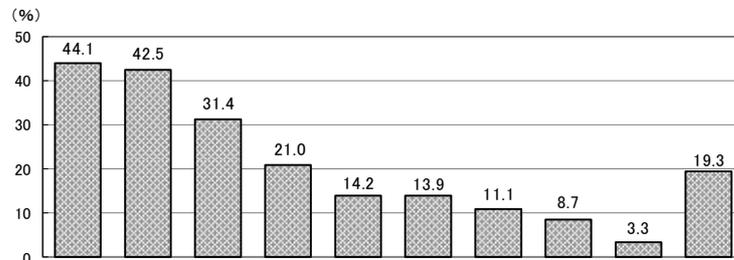
(Q10で、「どちらかというとできていない」または「できていない」を回答した人が対象)

Q12. 発信を強化すると市からの緊急情報や避難情報を入手しやすくなる媒体 (複数回答)

災害時や災害発生前後において、どの媒体からの発信を強化すると、必要としている市の緊急情報や避難情報などの防災情報を得やすいですか。

以下の表の中から、それぞれ、あてはまるものをすべて選んでください。

1. 発災が予測される時



		テレビ番組	市や区のホームページ	市や区のSNS	ラジオ番組	市や区の広報誌(紙)	自治会や町内会の回覧板・掲示板	市や区のチラシ	全国・地方新聞紙	その他	わからない
全体(n=424)		44.1	42.5	31.4	21.0	14.2	13.9	11.1	8.7	3.3	19.3
性別	男性(n=209)	44.5	47.8	32.1	21.1	12.0	17.2	11.5	8.6	2.9	17.2
	女性(n=215)	43.7	37.2	30.7	20.9	16.3	10.7	10.7	8.8	3.7	21.4
年代別	18-29歳(n=78)	32.1	35.9	28.2	14.1	9.0	16.7	7.7	10.3	3.8	28.2
	30代 (n=80)	46.3	45.0	41.3	28.8	18.8	18.8	11.3	8.8	3.8	16.3
	40代 (n=94)	41.5	50.0	35.1	16.0	10.6	11.7	9.6	3.2	1.1	16.0
	50代 (n=96)	46.9	38.5	29.2	21.9	14.6	9.4	12.5	8.3	3.1	19.8
	60代 (n=76)	53.9	42.1	22.4	25.0	18.4	14.5	14.5	14.5	5.3	17.1
性・年代別	男性18-29歳(n=40)	35.0	30.0	25.0	15.0	2.5	17.5	5.0	7.5	5.0	30.0
	男性30代 (n=37)	54.1	59.5	43.2	32.4	27.0	29.7	21.6	16.2	0.0	10.8
	男性40代 (n=46)	32.6	54.3	37.0	15.2	8.7	15.2	8.7	2.2	0.0	15.2
	男性50代 (n=45)	48.9	46.7	28.9	24.4	8.9	11.1	8.9	4.4	2.2	13.3
	男性60代 (n=41)	53.7	48.8	26.8	19.5	14.6	14.6	14.6	14.6	7.3	17.1
	女性18-29歳(n=38)	28.9	42.1	31.6	13.2	15.8	15.8	10.5	13.2	2.6	26.3
	女性30代 (n=43)	39.5	32.6	39.5	25.6	11.6	9.3	2.3	2.3	7.0	20.9
	女性40代 (n=48)	50.0	45.8	33.3	16.7	12.5	8.3	10.4	4.2	2.1	16.7
女性50代 (n=51)	45.1	31.4	29.4	19.6	19.6	7.8	15.7	11.8	3.9	25.5	
女性60代 (n=35)	54.3	34.3	17.1	31.4	22.9	14.3	14.3	14.3	2.9	17.1	

【全体結果】市からの緊急情報や避難情報を入手できていない人(424人)に、発信を強化すると入手しやすくなる媒体を聞いたところ、「テレビ番組」が44%で最も高く、「市や区のホームページ」(43%)、「市や区のSNS」(31%)が続いた。

◎性別で見ると、「市や区のホームページ」は、男性(48%)が女性(37%)よりも11ポイント高かった。

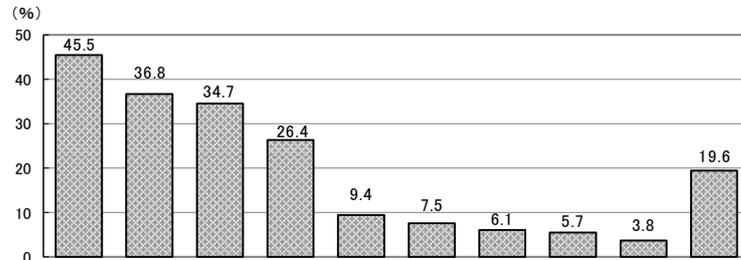
(Q10で、「どちらかというとできていない」または「できていない」を回答した人が対象)

Q12. 発信を強化すると市からの緊急情報や避難情報を入手しやすくなる媒体 (複数回答)

災害時や災害発生前後において、どの媒体からの発信を強化すると、必要としている市の緊急情報や避難情報などの防災情報を得やすいですか。

以下の表の中から、それぞれ、あてはまるものをすべて選んでください。

2. 発災時



		テレビ番組	市や区のホームページ	市や区のSNS	ラジオ番組	自治会や町内会の回覧板・掲示板	全国・地方新聞紙	市や区のチラシ	市や区の広報誌(紙)	その他	わからない
全体(n=424)		45.5	36.8	34.7	26.4	9.4	7.5	6.1	5.7	3.8	19.6
性別	男性(n=209)	46.9	40.7	33.5	27.3	11.0	9.1	4.8	5.3	3.8	17.7
	女性(n=215)	44.2	33.0	35.8	25.6	7.9	6.0	7.4	6.0	3.7	21.4
年代別	18-29歳(n=78)	41.0	37.2	28.2	17.9	10.3	7.7	6.4	7.7	2.6	26.9
	30代 (n=80)	47.5	40.0	47.5	33.8	17.5	10.0	8.8	8.8	3.8	15.0
	40代 (n=94)	38.3	43.6	37.2	24.5	7.4	3.2	7.4	3.2	1.1	16.0
	50代 (n=96)	46.9	31.3	33.3	22.9	6.3	7.3	5.2	7.3	5.2	20.8
	60代 (n=76)	55.3	31.6	26.3	34.2	6.6	10.5	2.6	1.3	6.6	19.7
性・年代別	男性18-29歳(n=40)	42.5	37.5	27.5	17.5	12.5	10.0	5.0	10.0	5.0	30.0
	男性30代 (n=37)	56.8	48.6	54.1	37.8	24.3	18.9	16.2	8.1	0.0	8.1
	男性40代 (n=46)	32.6	43.5	30.4	26.1	6.5	0.0	2.2	4.3	2.2	15.2
	男性50代 (n=45)	46.7	37.8	31.1	20.0	4.4	4.4	0.0	2.2	4.4	15.6
	男性60代 (n=41)	58.5	36.6	26.8	36.6	9.8	14.6	2.4	2.4	7.3	19.5
	女性18-29歳(n=38)	39.5	36.8	28.9	18.4	7.9	5.3	7.9	5.3	0.0	23.7
	女性30代 (n=43)	39.5	32.6	41.9	30.2	11.6	2.3	2.3	9.3	7.0	20.9
	女性40代 (n=48)	43.8	43.8	43.8	22.9	8.3	6.3	12.5	2.1	0.0	16.7
	女性50代 (n=51)	47.1	25.5	35.3	25.5	7.8	9.8	9.8	11.8	5.9	25.5
	女性60代 (n=35)	51.4	25.7	25.7	31.4	2.9	5.7	2.9	0.0	5.7	20.0

【全体結果】市からの緊急情報や避難情報を入手できていない人(424人)に、発信を強化すると入手しやすくなる媒体を聞いたところ、「テレビ番組」が46%で最も高く、「市や区のホームページ」(37%)、「市や区のSNS」(35%)が続いた。

◎性別で見ると、「市や区のホームページ」は、男性(41%)が女性(33%)よりも8ポイント高かった。

◎性・年代別で見ると、「市や区のSNS」は、男性30代(54%)のみ5割を超えた。

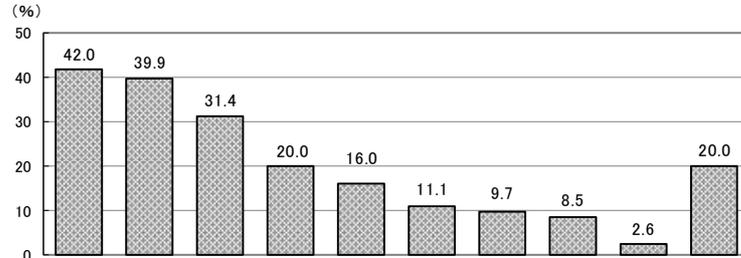
(Q10で、「どちらかというとできていない」または「できていない」を回答した人が対象)

Q12. 発信を強化すると市からの緊急情報や避難情報を入手しやすくなる媒体 (複数回答)

災害時や災害発生前後において、どの媒体からの発信を強化すると、必要としている市の緊急情報や避難情報などの防災情報を得やすいですか。

以下の表の中から、それぞれ、あてはまるものをすべて選んでください。

3. 発災後1週間程度



		テレビ番組	市や区のホームページ	市や区のSNS	ラジオ番組	自治会や町内会の回覧板・掲示板	市や区の広報誌(紙)	市や区のチラシ	全国・地方新聞紙	その他	わからない
全体(n=424)		42.0	39.9	31.4	20.0	16.0	11.1	9.7	8.5	2.6	20.0
性別	男性(n=209)	44.0	40.7	31.1	22.0	15.8	10.5	10.0	5.7	2.9	16.7
	女性(n=215)	40.0	39.1	31.6	18.1	16.3	11.6	9.3	11.2	2.3	23.3
年代別	18-29歳(n=78)	37.2	34.6	26.9	11.5	11.5	9.0	12.8	6.4	2.6	26.9
	30代 (n=80)	41.3	46.3	37.5	23.8	21.3	15.0	8.8	7.5	3.8	16.3
	40代 (n=94)	37.2	45.7	33.0	19.1	12.8	4.3	6.4	3.2	0.0	18.1
	50代 (n=96)	40.6	36.5	29.2	16.7	17.7	17.7	11.5	12.5	3.1	18.8
	60代 (n=76)	55.3	35.5	30.3	30.3	17.1	9.2	9.2	13.2	3.9	21.1
性・年代別	男性18-29歳(n=40)	42.5	30.0	22.5	15.0	15.0	10.0	15.0	5.0	5.0	27.5
	男性30代 (n=37)	48.6	54.1	40.5	29.7	24.3	16.2	13.5	5.4	2.7	10.8
	男性40代 (n=46)	34.8	43.5	30.4	21.7	10.9	4.3	6.5	2.2	0.0	17.4
	男性50代 (n=45)	40.0	35.6	31.1	15.6	11.1	11.1	8.9	4.4	2.2	11.1
	男性60代 (n=41)	56.1	41.5	31.7	29.3	19.5	12.2	7.3	12.2	4.9	17.1
	女性18-29歳(n=38)	31.6	39.5	31.6	7.9	7.9	7.9	10.5	7.9	0.0	26.3
	女性30代 (n=43)	34.9	39.5	34.9	18.6	18.6	14.0	4.7	9.3	4.7	20.9
	女性40代 (n=48)	39.6	47.9	35.4	16.7	14.6	4.2	6.3	4.2	0.0	18.8
	女性50代 (n=51)	41.2	37.3	27.5	17.6	23.5	23.5	13.7	19.6	3.9	25.5
	女性60代 (n=35)	54.3	28.6	28.6	31.4	14.3	5.7	11.4	14.3	2.9	25.7

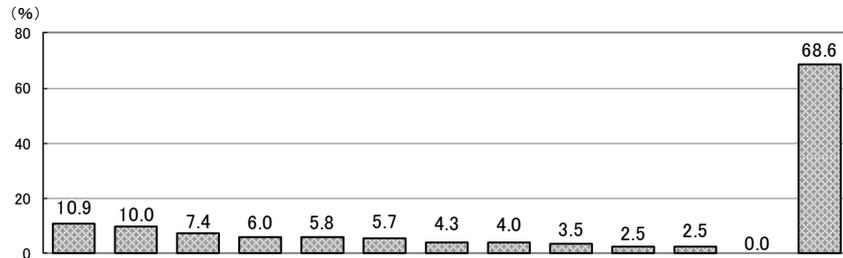
【全体結果】市からの緊急情報や避難情報を入手できていない人(424人)に、発信を強化すると入手しやすくなる媒体を聞いたところ、「テレビ番組」が42%で最も高く、「市や区のホームページ」(40%)、「市や区のSNS」(31%)が続いた。

◎性・年代別で見ると、「テレビ番組」は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、60代で54%となった。

【さいたま市の温暖化対策に関する質問】

Q13. さいたま市が実施している温暖化対策事業の認知度（複数回答）

あなたは、さいたま市が行っている地球温暖化対策の事業について知っていますか。
以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



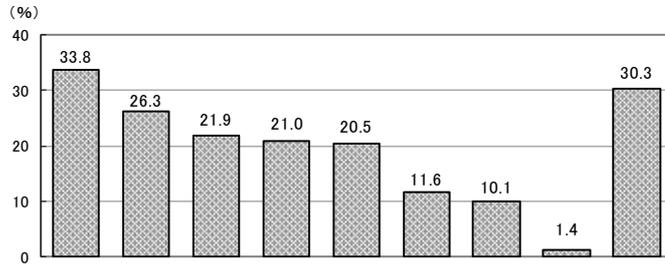
	さいたま市「エコでスマートなライフスタイルの推進」キャンペーン	ごみ焼却余熱の有効利用の推進	さいたま市電気自動車等普及促進対策補助金	スマートホーム設置補助金	公用車への次世代自動車の率先導入	市有施設への太陽光発電設備等の設置	メガソーラー推進事業	脱炭素先行地域づくり事業	市ホームページ上での再エネ設備導入状況等の「見える化」	市有施設の屋根貸しによる太陽光発電推進事業	出前講座の実施	その他	知っているものはない	
全体(n=1000)	10.9	10.0	7.4	6.0	5.8	5.7	4.3	4.0	3.5	2.5	2.5	0.0	68.6	
性別	男性(n=500)	12.6	9.6	8.0	7.8	6.2	6.2	5.2	4.8	3.8	2.8	2.0	0.0	65.8
	女性(n=500)	9.2	10.4	6.8	4.2	5.4	5.2	3.4	3.2	3.2	2.2	3.0	0.0	71.4
年代別	18-29歳(n=200)	13.5	6.5	8.5	8.5	5.0	6.5	7.0	7.0	6.0	5.5	2.0	0.0	66.5
	30代 (n=200)	10.5	7.0	8.5	6.5	5.0	5.5	4.0	4.0	5.0	2.5	3.0	0.0	69.0
	40代 (n=200)	9.0	8.0	7.5	6.5	2.5	5.0	3.5	4.0	2.0	1.0	2.5	0.0	71.0
	50代 (n=200)	12.5	11.5	5.0	4.5	8.0	5.5	3.5	2.5	3.0	0.5	1.5	0.0	67.0
	60代 (n=200)	9.0	17.0	7.5	4.0	8.5	6.0	3.5	2.5	1.5	3.0	3.5	0.0	69.5
性別・年代別	男性18-29歳(n=100)	16.0	8.0	12.0	9.0	6.0	9.0	8.0	9.0	5.0	5.0	2.0	0.0	63.0
	男性30代 (n=100)	14.0	9.0	11.0	12.0	4.0	8.0	7.0	3.0	7.0	4.0	3.0	0.0	60.0
	男性40代 (n=100)	12.0	8.0	8.0	8.0	4.0	4.0	5.0	6.0	2.0	2.0	3.0	0.0	66.0
	男性50代 (n=100)	14.0	13.0	5.0	6.0	11.0	6.0	5.0	4.0	4.0	0.0	2.0	0.0	61.0
	男性60代 (n=100)	7.0	10.0	4.0	4.0	6.0	4.0	1.0	2.0	1.0	3.0	0.0	0.0	79.0
	女性18-29歳(n=100)	11.0	5.0	5.0	8.0	4.0	4.0	6.0	5.0	7.0	6.0	2.0	0.0	70.0
	女性30代 (n=100)	7.0	5.0	6.0	1.0	6.0	3.0	1.0	5.0	3.0	1.0	3.0	0.0	78.0
	女性40代 (n=100)	6.0	8.0	7.0	5.0	1.0	6.0	2.0	2.0	2.0	0.0	2.0	0.0	76.0
	女性50代 (n=100)	11.0	10.0	5.0	3.0	5.0	5.0	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	0.0	73.0
	女性60代 (n=100)	11.0	24.0	11.0	4.0	11.0	8.0	6.0	3.0	3.0	3.0	7.0	0.0	60.0

【全体結果】「さいたま市「エコでスマートなライフスタイルの推進」キャンペーン」が11%で最も高く、「ごみ焼却余熱の有効利用の推進」(10%)、「さいたま市電気自動車等普及促進対策補助金」(7%)が続いた。
一方、「知っているものはない」は、69%であった。

◎年代別で見ると、「ごみ焼却余熱の有効利用の推進」は、年代が上がるにつれ高くなり、60代で17%となった。

Q14. さいたま市に実施してほしい温暖化対策事業（複数回答）

地球温暖化対策のための市民向けの取組として、市に積極的に取り組んでほしい事業はありますか。以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



		設備設置に関する支援の拡充	再エネ電力への切り替えに関する支援	太陽光発電設備等の再エネ設備設置に関する支援の拡充	高効率給湯器等の省エネ機器設置に関する支援の拡充	電気自動車等の環境に配慮した車両購入に対する支援の拡充	ZEH住宅等の環境に配慮した住宅購入に対する支援の拡充	イベント等での普及啓発	その他	取り組んでほしいものはない
全体(n=1000)		33.8	26.3	21.9	21.0	20.5	11.6	10.1	1.4	30.3
性別	男性(n=500)	33.0	25.0	22.4	23.2	21.0	12.4	10.6	1.6	31.4
	女性(n=500)	34.6	27.6	21.4	18.8	20.0	10.8	9.6	1.2	29.2
年代別	18-29歳(n=200)	38.0	17.0	22.0	15.0	15.0	14.5	9.0	1.0	35.0
	30代 (n=200)	37.0	24.0	23.0	18.5	17.5	18.5	7.5	0.5	34.5
	40代 (n=200)	32.5	28.0	20.0	23.5	23.5	9.0	11.0	2.0	28.5
	50代 (n=200)	29.0	28.0	21.5	19.5	20.0	7.0	11.0	1.5	30.0
	60代 (n=200)	32.5	34.5	23.0	28.5	26.5	9.0	12.0	2.0	23.5
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	35.0	18.0	26.0	20.0	20.0	17.0	11.0	2.0	33.0
	男性30代 (n=100)	38.0	22.0	24.0	25.0	14.0	24.0	7.0	1.0	36.0
	男性40代 (n=100)	37.0	32.0	24.0	27.0	22.0	11.0	13.0	2.0	22.0
	男性50代 (n=100)	25.0	25.0	16.0	17.0	21.0	5.0	12.0	0.0	33.0
	男性60代 (n=100)	30.0	28.0	22.0	27.0	28.0	5.0	10.0	3.0	33.0
	女性18-29歳(n=100)	41.0	16.0	18.0	10.0	10.0	12.0	7.0	0.0	37.0
	女性30代 (n=100)	36.0	26.0	22.0	12.0	21.0	13.0	8.0	0.0	33.0
	女性40代 (n=100)	28.0	24.0	16.0	20.0	25.0	7.0	9.0	2.0	35.0
	女性50代 (n=100)	33.0	31.0	27.0	22.0	19.0	9.0	10.0	3.0	27.0
女性60代 (n=100)	35.0	41.0	24.0	30.0	25.0	13.0	14.0	1.0	14.0	

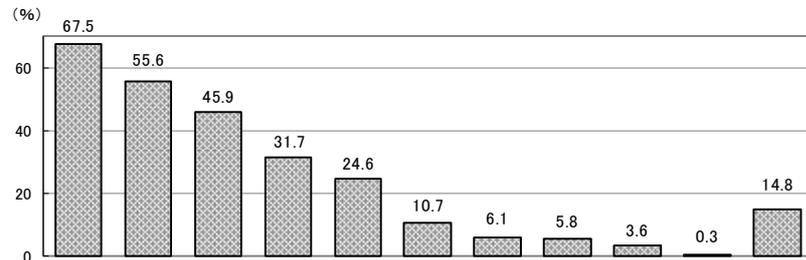
【全体結果】「宅配ボックス等の再配達削減に資する設備設置に関する支援の拡充」が34%で最も高く、「再エネ電力への切り替えに関する支援の拡充」(26%)、「太陽光発電設備等の再エネ設備設置に関する支援の拡充」(22%)が続いた。

◎年代別で見ると、「再エネ電力への切り替えに関する支援の拡充」は、年代が上がるにつれ高くなる傾向があり、60代で35%となった。

◎性・年代別で見ると、「高効率給湯器等の省エネ機器設置に関する支援の拡充」は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、60代で30%となった。

Q15. 地球温暖化の防止に向けて取り組んでいること（複数回答）

あなたは、地球温暖化の防止に向けて取り組んでいることはありますか。
以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



		マイバッグを持参している	節電を心掛けている	リサイクルできるようにごみの分別を徹底している	宅配ボックスや置き配など再配達防止に努めている	機関や自転車などを利用している	テレワーク、オンライン会議を行っている	自宅に太陽光パネルを設置している	自宅でグリーンカーテンを作っている	自宅はZEH住宅である	その他	取り組んでいるものはない
全体(n=1000)		67.5	55.6	45.9	31.7	24.6	10.7	6.1	5.8	3.6	0.3	14.8
性別	男性(n=500)	59.2	50.2	40.4	25.8	22.4	12.8	7.2	6.0	4.2	0.2	17.6
	女性(n=500)	75.8	61.0	51.4	37.6	26.8	8.6	5.0	5.6	3.0	0.4	12.0
年代別	18-29歳(n=200)	56.0	41.5	30.5	26.0	21.5	9.0	7.0	2.5	7.0	0.0	21.5
	30代 (n=200)	60.5	46.0	32.5	28.5	21.5	13.0	7.0	3.0	4.5	0.0	20.0
	40代 (n=200)	65.5	55.0	43.5	33.5	21.0	11.5	9.0	6.0	4.5	0.0	13.5
	50代 (n=200)	73.5	63.0	55.0	28.5	28.0	8.5	3.5	7.0	1.0	0.0	10.5
	60代 (n=200)	82.0	72.5	68.0	42.0	31.0	11.5	4.0	10.5	1.0	1.5	8.5
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	46.0	39.0	31.0	18.0	24.0	11.0	9.0	3.0	8.0	0.0	25.0
	男性30代 (n=100)	58.0	46.0	30.0	20.0	19.0	13.0	10.0	4.0	5.0	0.0	20.0
	男性40代 (n=100)	59.0	53.0	41.0	27.0	19.0	13.0	12.0	8.0	6.0	0.0	13.0
	男性50代 (n=100)	61.0	50.0	41.0	23.0	22.0	11.0	3.0	8.0	1.0	0.0	15.0
	男性60代 (n=100)	72.0	63.0	59.0	41.0	28.0	16.0	2.0	7.0	1.0	1.0	15.0
	女性18-29歳(n=100)	66.0	44.0	30.0	34.0	19.0	7.0	5.0	2.0	6.0	0.0	18.0
	女性30代 (n=100)	63.0	46.0	35.0	37.0	24.0	13.0	4.0	2.0	4.0	0.0	20.0
	女性40代 (n=100)	72.0	57.0	46.0	40.0	23.0	10.0	6.0	4.0	3.0	0.0	14.0
女性50代 (n=100)	86.0	76.0	69.0	34.0	34.0	6.0	4.0	6.0	1.0	0.0	6.0	
女性60代 (n=100)	92.0	82.0	77.0	43.0	34.0	7.0	6.0	14.0	1.0	2.0	2.0	

【全体結果】「マイバックを持参している」が68%で最も高く、「節電を心掛けている」(56%)、「リサイクルできるようにごみの分別を徹底している」(46%)が続いた。

◎性別で見ると、「マイバックを持参している」、「節電を心掛けている」、「リサイクルできるようにごみの分別を徹底している」などは、女性が男性よりも11ポイント以上高かった。

◎年代別で見ると、「マイバックを持参している」、「節電を心掛けている」、「リサイクルできるようにごみの分別を徹底している」は、年代が上がるにつれ高くなった。

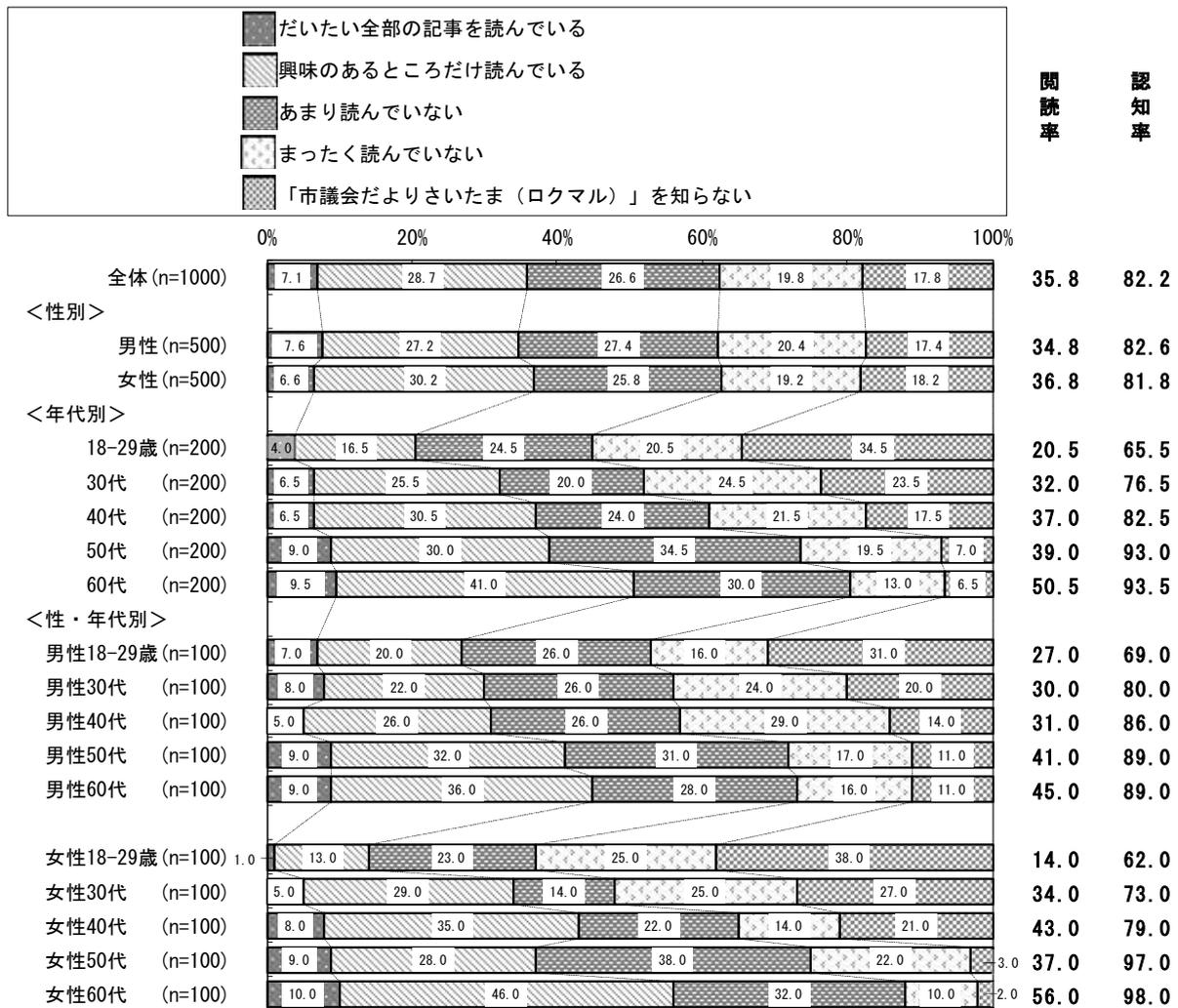
◎性・年代別で見ると、「マイバックを持参している」は、女性60代(92%)のみ9割を超えた。

【市議会の広報に関する質問】

Q16. 「市議会だよりさいたま（ロクマル）」をどれくらい読んでいるか

さいたま市議会では、広報紙「市議会だよりさいたま（ロクマル）」を年4回発行し、市内の全世帯に配布しています。

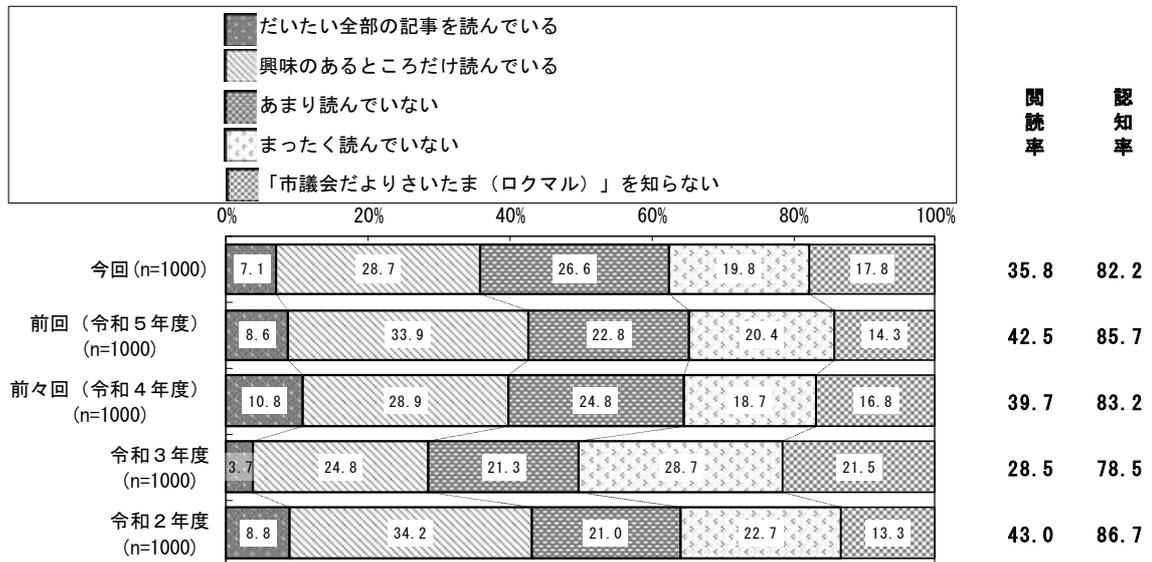
あなたは、ふだん、「市議会だよりさいたま（ロクマル）」をどれくらい読んでいますか。
以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。



【全体結果】「だいたい全部の記事を読んでいる」(7%)と「興味のあるところだけ読んでいる」(29%)を合わせた『閲読率』は、36%であった。
また、「だいたい全部の記事を読んでいる」(7%)と「興味のあるところだけ読んでいる」(29%)と「あまり読んでいない」(27%)と「まったく読んでいない」(20%)を合わせた『認知率』は、82%であった。

◎年代別で見ると、『認知率』は、年代が上がるにつれ高くなり、60代で94%となった。

Q16. 「市議会だよりさいたま（ロクマル）」をどれくらい読んでいるか（経年比較）



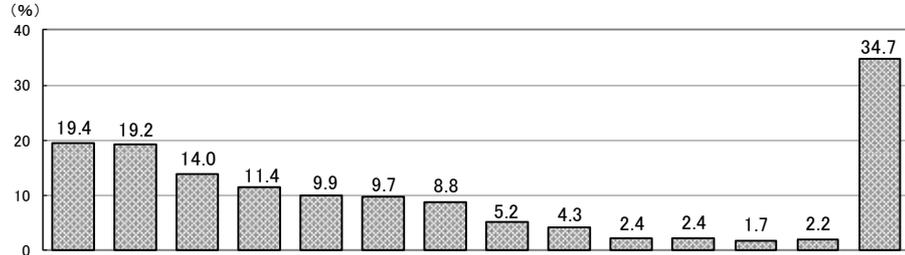
【比較結果】過去の同様の調査結果と比較すると、前回とほぼ同じであった。

(Q16で、「あまり読んでいない」または「まったく読んでいない」を回答した人が対象)

Q17. 「市議会だよりさいたま (ロクマル)」を読んでいない理由 (複数回答)

あなたが、「市議会だよりさいたま (ロクマル)」を読んでいない理由は何ですか。

以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



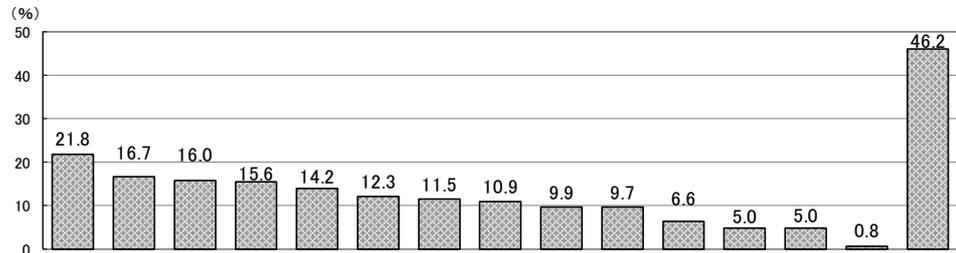
	内容が面白くないから	市議会に興味がないから	文章が長すぎて、読む気をなくすから	自分に関係のある情報が書かれていないから	知りたい情報が書かれていないから	どこに何が書かれているかがわかりにくいから	「市議会だよりさいたま (ロクマル)」に何が書かれているかを知らないから	文字が小さく見づらいから	書かれている内容が難しい、または理解できない用語があるから	すでに知っている情報しか書かれていないから	書かれている情報が最新のものでないから	市議会の手段で入手しているから	その他	特に理由はない / なんとなく	
全体(n=464)	19.4	19.2	14.0	11.4	9.9	9.7	8.8	5.2	4.3	2.4	2.4	1.7	2.2	34.7	
性別	男性(n=239)	17.2	17.6	12.6	9.6	11.7	9.2	3.8	4.6	2.9	3.3	1.7	2.5	35.6	
	女性(n=225)	21.8	20.9	15.6	13.3	8.0	10.2	6.7	4.0	1.8	1.3	1.8	1.8	33.8	
年代別	18-29歳(n=90)	14.4	23.3	16.7	8.9	11.1	7.8	7.8	5.6	8.9	1.1	3.3	0.0	1.1	31.1
	30代 (n=89)	13.5	20.2	15.7	11.2	11.2	14.6	9.0	10.1	3.4	0.0	2.2	3.4	2.2	38.2
	40代 (n=91)	25.3	20.9	11.0	7.7	11.0	6.6	13.2	2.2	1.1	2.2	1.1	2.2	2.2	34.1
	50代 (n=108)	20.4	18.5	12.0	13.0	3.7	5.6	7.4	2.8	5.6	2.8	1.9	0.9	2.8	40.7
	60代 (n=86)	23.3	12.8	15.1	16.3	14.0	15.1	7.0	5.8	2.3	5.8	3.5	2.3	2.3	27.9
性別・年代別	男性18-29歳(n=42)	14.3	21.4	14.3	9.5	9.5	2.4	14.3	7.1	11.9	2.4	7.1	0.0	0.0	38.1
	男性30代 (n=50)	4.0	20.0	14.0	12.0	14.0	14.0	6.0	6.0	4.0	0.0	4.0	4.0	4.0	36.0
	男性40代 (n=55)	23.6	18.2	9.1	9.1	12.7	3.6	10.9	0.0	0.0	3.6	1.8	1.8	3.6	34.5
	男性50代 (n=48)	16.7	14.6	8.3	6.3	6.3	8.3	4.2	2.1	6.3	4.2	2.1	2.1	0.0	43.8
	男性60代 (n=44)	27.3	13.6	18.2	11.4	15.9	18.2	11.4	4.5	2.3	4.5	2.3	0.0	4.5	25.0
	女性18-29歳(n=48)	14.6	25.0	18.8	8.3	12.5	12.5	2.1	4.2	6.3	0.0	0.0	0.0	2.1	25.0
	女性30代 (n=39)	25.6	20.5	17.9	10.3	7.7	15.4	12.8	15.4	2.6	0.0	0.0	2.6	0.0	41.0
	女性40代 (n=36)	27.8	25.0	13.9	5.6	8.3	11.1	16.7	5.6	2.8	0.0	0.0	2.8	0.0	33.3
	女性50代 (n=60)	23.3	21.7	15.0	18.3	1.7	3.3	10.0	3.3	5.0	1.7	1.7	0.0	5.0	38.3
	女性60代 (n=42)	19.0	11.9	11.9	21.4	11.9	11.9	2.4	7.1	2.4	7.1	4.8	4.8	0.0	31.0

【全体結果】「市議会だよりさいたま (ロクマル)」を読んでいない人 (464 人) にその理由を聞いたところ、「内容が面白くないから」、「市議会に興味がないから」がともに19%で最も高く、「文章が長すぎて、読む気をなくすから」(14%)、「自分に関係のある情報が書かれていないから」(11%)が続いた。一方、「特に理由はない / なんとなく」は、35%であった。

◎性別で見ると、「内容が面白くないから」は、女性(22%)が男性(17%)よりも5ポイント高かった。

Q18. 「市議会だよりさいたま（ロクマル）」で特に見たい、または充実させてほしい情報（複数回答）

「市議会だよりさいたま（ロクマル）」で、あなたが、特に見たい、または充実させてほしいと思う情報は何か。以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



	市議会に提出された議案と議決結果	議員と市の間で行われた質疑内容	市議会で行われた議論の市政への反映状況	政務活動費の交付額と使途	議案に対する各議員の賛成・反対の表明	市議会の各委員会の活動状況	市議会議員の報酬額	若者向けの企画	市議会の仕組み	市議会改革の取組内容	市議会議員のプロフィール	市議会の傍聴案内	請願や陳情の提出方法	その他	特に見たい／わからない	
全体(n=1000)	21.8	16.7	16.0	15.6	14.2	12.3	11.5	10.9	9.9	9.7	6.6	5.0	5.0	0.8	46.2	
性別	男性(n=500)	23.8	17.2	18.6	16.2	18.0	15.6	12.8	11.6	12.0	8.8	8.4	6.0	7.0	1.2	40.2
	女性(n=500)	19.8	16.2	13.4	15.0	10.4	9.0	10.2	10.2	7.8	10.6	4.8	4.0	3.0	0.4	52.2
年代別	18-29歳(n=200)	13.5	13.0	14.0	13.0	10.5	11.0	12.5	16.5	14.0	7.5	6.0	4.5	8.0	0.0	49.0
	30代 (n=200)	18.5	10.0	13.0	14.0	13.0	8.5	10.5	14.0	10.0	6.0	6.5	6.0	4.5	1.0	48.5
	40代 (n=200)	21.5	19.5	16.5	12.0	13.0	11.5	6.5	10.5	10.0	9.0	5.5	5.0	3.0	0.0	49.5
	50代 (n=200)	22.5	17.5	15.0	12.5	12.0	8.0	9.5	7.0	6.5	10.5	5.5	3.0	3.0	0.5	48.5
	60代 (n=200)	33.0	23.5	21.5	26.5	22.5	22.5	18.5	6.5	9.0	15.5	9.5	6.5	6.5	2.5	35.5
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	19.0	18.0	22.0	15.0	16.0	17.0	18.0	17.0	13.0	7.0	6.0	7.0	14.0	0.0	39.0
	男性30代 (n=100)	20.0	11.0	16.0	15.0	19.0	13.0	12.0	13.0	14.0	5.0	10.0	9.0	7.0	2.0	42.0
	男性40代 (n=100)	22.0	21.0	19.0	14.0	14.0	16.0	6.0	13.0	12.0	7.0	3.0	4.0	4.0	0.0	42.0
	男性50代 (n=100)	25.0	15.0	14.0	10.0	15.0	9.0	9.0	7.0	8.0	8.0	8.0	2.0	2.0	1.0	46.0
	男性60代 (n=100)	33.0	21.0	22.0	27.0	26.0	23.0	19.0	8.0	13.0	17.0	15.0	8.0	8.0	3.0	32.0
	女性18-29歳(n=100)	8.0	8.0	6.0	11.0	5.0	5.0	7.0	16.0	15.0	8.0	6.0	2.0	2.0	0.0	59.0
	女性30代 (n=100)	17.0	9.0	10.0	13.0	7.0	4.0	9.0	15.0	6.0	7.0	3.0	3.0	2.0	0.0	55.0
	女性40代 (n=100)	21.0	18.0	14.0	10.0	12.0	7.0	7.0	8.0	8.0	11.0	8.0	6.0	2.0	0.0	57.0
	女性50代 (n=100)	20.0	20.0	16.0	15.0	9.0	7.0	10.0	7.0	5.0	13.0	3.0	4.0	4.0	0.0	51.0
	女性60代 (n=100)	33.0	26.0	21.0	26.0	19.0	22.0	18.0	5.0	5.0	14.0	4.0	5.0	5.0	2.0	39.0

【全体結果】「市議会に提出された議案と議決結果」が22%で最も高く、「議員と市の間で行われた質疑内容」(17%)、「市議会で行われた議論の市政への反映状況」、「政務活動費の交付額と使途」(ともに16%)が続いた。

◎性別で見ると、「市議会で行われた議論の市政への反映状況」、「議案に対する各議員の賛成・反対の表明」、「市議会の各委員会の活動状況」は、男性が女性よりも6ポイント以上高かった。

◎年代別で見ると、「市議会に提出された議案と議決結果」は、年代が上がるにつれ高くなり、60代で33%となった。

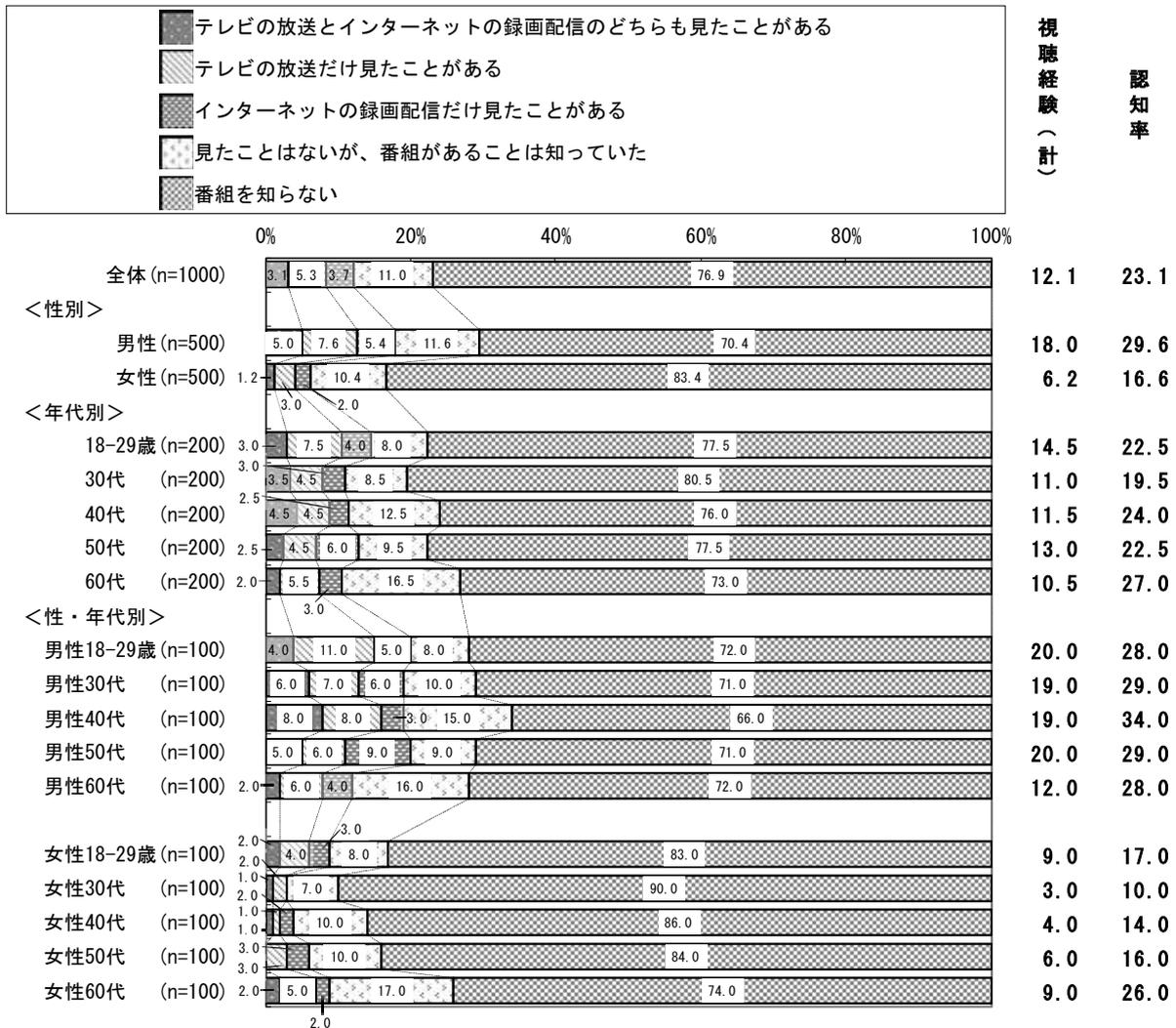
◎性・年代別で見ると、「議員と市の間で行われた質疑内容」、「市議会で行われた議論の市政への反映状況」は、女性では年代が上がるにつれ高くなった。

Q19. テレビ広報番組「ようこそさいたま市議会へ」を見たことがあるか

さいたま市議会では、テレビ広報番組「ようこそさいたま市議会へ」をテレビ埼玉で年4回放送しています。また、インターネット（市議会のホームページやYouTube）での録画配信も行っています。

あなたは、「ようこそさいたま市議会へ」を見たことがありますか。

以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。



【全体結果】「テレビの放送とインターネットの録画配信のどちらもみたことがある」(3%)と「テレビの放送だけみたことがある」(5%)と「インターネットの録画配信だけ見たことがある」(4%)を合わせた『視聴経験(計)』は、12%であった。

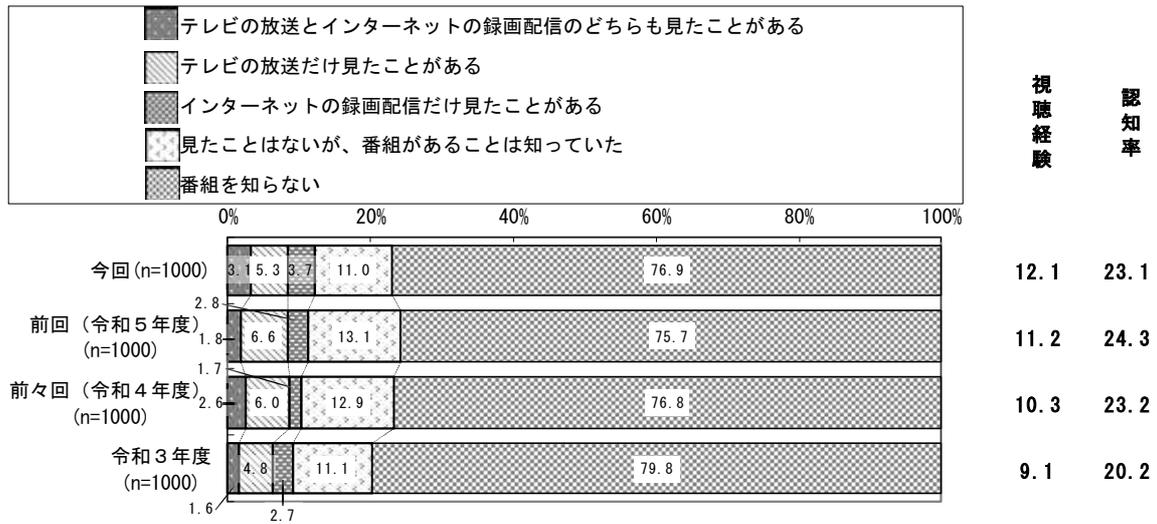
また、「テレビの放送とインターネットの録画配信のどちらもみたことがある」(3%)と「テレビの放送だけみたことがある」(5%)と「インターネットの録画配信だけ見たことがある」(4%)と「見たことはないが、番組があることは知っていた」(11%)を合わせた『認知率』は、23%であった。

◎性別で見ると、『視聴経験(計)』、『認知率』は、男性が女性よりも12ポイント以上高かった。

◎年代別で見ると、『認知率』は、60代(27%)のみ3割を超えた。

◎性・年代別で見ると、『視聴経験(計)』は、男性では年代が下がるにつれ高くなる傾向があり、18-29歳で15%となった。

Q19. テレビ広報番組「ようこそさいたま市議会へ」を見たことがあるか（経年比較）

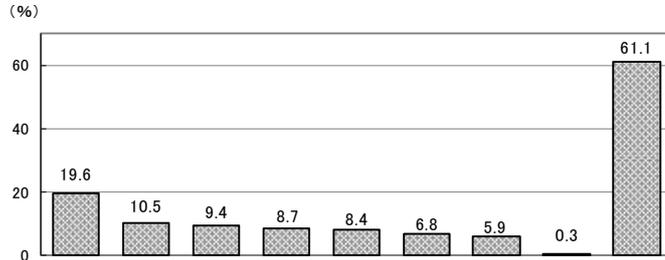


【比較結果】 過去の同様の調査結果と比較すると、前回とほぼ同じであった。

Q20. 「ようこそさいたま市議会へ」で特に見たい、または充実させてほしいもの（複数回答）

テレビ広報番組「ようこそさいたま市議会へ」で、あなたが、特に見たい、または充実させてほしいと思うものは何ですか。

以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



		定例会のダイジェスト（提出された主な議案、議決結果など）	委員会（分野ごとに議案などを詳しく審査する場）の様子	議会の仕組みなどの解説	議員へのインタビュー	市民が登場する企画	議員同士の対談	議員と著名人の対談	その他	特にない／わからない
全体(n=1000)		19.6	10.5	9.4	8.7	8.4	6.8	5.9	0.3	61.1
性別	男性(n=500)	22.6	13.0	10.6	11.6	8.4	9.2	7.6	0.4	54.6
	女性(n=500)	16.6	8.0	8.2	5.8	8.4	4.4	4.2	0.2	67.6
年代別	18-29歳(n=200)	19.0	9.5	9.5	10.5	8.5	9.5	9.0	0.0	60.5
	30代 (n=200)	11.5	7.5	6.0	12.0	8.0	7.0	7.0	0.0	68.5
	40代 (n=200)	21.0	9.0	10.0	8.0	6.0	4.0	6.0	0.0	59.5
	50代 (n=200)	17.5	8.5	10.5	4.5	9.5	4.0	3.5	1.0	61.5
	60代 (n=200)	29.0	18.0	11.0	8.5	10.0	9.5	4.0	0.5	55.5
性別・年代別	男性18-29歳(n=100)	21.0	14.0	8.0	16.0	10.0	13.0	11.0	0.0	52.0
	男性30代 (n=100)	13.0	10.0	9.0	17.0	10.0	11.0	11.0	0.0	61.0
	男性40代 (n=100)	27.0	9.0	14.0	9.0	6.0	6.0	8.0	0.0	50.0
	男性50代 (n=100)	19.0	11.0	11.0	7.0	6.0	6.0	6.0	1.0	57.0
	男性60代 (n=100)	33.0	21.0	11.0	9.0	10.0	10.0	2.0	1.0	53.0
	女性18-29歳(n=100)	17.0	5.0	11.0	5.0	7.0	6.0	7.0	0.0	69.0
	女性30代 (n=100)	10.0	5.0	3.0	7.0	6.0	3.0	3.0	0.0	76.0
	女性40代 (n=100)	15.0	9.0	6.0	7.0	6.0	2.0	4.0	0.0	69.0
女性50代 (n=100)	16.0	6.0	10.0	2.0	13.0	2.0	1.0	1.0	66.0	
女性60代 (n=100)	25.0	15.0	11.0	8.0	10.0	9.0	6.0	0.0	58.0	

【全体結果】「定例会のダイジェスト(提出された主な議案、議決結果など)」が 20%で最も高く、「委員会(分野ごとに議案などを詳しく審査する場)の様子」(11%)、「議会の仕組みなどの解説」、「議員へのインタビュー」(ともに9%)が続いた。

◎性別で見ると、「定例会のダイジェスト(提出された主な議案、議決結果など)」、「委員会(分野ごとに議案などを詳しく審査する場)の様子」、「議員へのインタビュー」は、男性が女性よりも5ポイント以上高かった。

3 調査票（アンケート画面）

SC1
必須

あなたのお住まいをお答えください。

- 1. さいたま市西区
- 2. さいたま市北区
- 3. さいたま市大宮区
- 4. さいたま市見沼区
- 5. さいたま市中央区
- 6. さいたま市桜区
- 7. さいたま市浦和区
- 8. さいたま市南区
- 9. さいたま市緑区
- 10. さいたま市岩槻区
- 11. その他（具体的に）

SC2
必須

あなたの性別と年齢をお答えください。

- 1. 男性 18歳未満
- 2. 男性 18～29歳
- 3. 男性 30～39歳
- 4. 男性 40～49歳
- 5. 男性 50～59歳
- 6. 男性 60～69歳
- 7. 男性 70～79歳
- 8. 男性 80歳以上
- 9. 女性 18歳未満
- 10. 女性 18～29歳
- 11. 女性 30～39歳
- 12. 女性 40～49歳
- 13. 女性 50～59歳
- 14. 女性 60～69歳
- 15. 女性 70～79歳
- 16. 女性 80歳以上

「さいたまスイーツ」について、質問します。

Q1 さいたま市では、「市内で作られたおやつ」を「さいたまスイーツ」としてPRしています。
必須 あなたは、「さいたまスイーツ」という言葉を聞いたことがありますか。
 以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。

- 1. 言葉を聞いたことがあり、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことがある
- 2. 言葉を聞いたことはあるが、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことはない
- 3. 言葉を聞いたことはないが、SNSの公式アカウントやイベントなどに興味がある
- 4. 言葉を聞いたことがなく、SNSの公式アカウントやイベントなどに興味がない
- 5. わからない

Q2 あなたは、「さいたまスイーツ」という言葉を何で知りましたか。
必須 以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。

- 1. 市ホームページ
- 2. 市報さいたま
- 3. さいたまスイーツウェブサイト
- 4. さいたまスイーツのイベント・キャンペーンなど
- 5. X (旧Twitter)
- 6. Instagram
- 7. Facebook
- 8. その他のSNS
- 9. テレビ・ラジオ
- 10. 新聞
- 11. タウン誌・フリーペーパー
- 12. 家族や知人など
- 13. 店頭のポスター・チラシ・ポップ
- 14. その他（具体的に）
- 15. 覚えていない/わからない

Q3 あなたやあなたの家族が菓子を購入するときや、イートインで食べる時、そのお店の情報を知る
必須 のはどのような媒体からですか。
以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. グルメ情報のウェブサイトやアプリ
- 2. 市ホームページ
- 3. 市報さいたま
- 4. さいたまスイーツウェブサイト
- 5. さいたまスイーツのイベント・キャンペーンなど
- 6. X（旧Twitter）
- 7. Instagram
- 8. Facebook
- 9. その他のSNS
- 10. テレビ・ラジオ
- 11. 新聞
- 12. 折り込みチラシ
- 13. 雑誌記事
- 14. タウン誌・フリーペーパー
- 15. 家族や知人など
- 16. 店頭のポスター・チラシ・ポップ
- 17. その他（具体的に）
- 18. 何かからも情報を得ていない／わからない

Q4 あなたは、どのようなスイーツのイベントがあったら参加したいと思いますか。
必須 以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. 特定の日いくつかのお店が1か所に集まり、その場で食べられるイベント
- 2. 特定の日いくつかのお店が1か所に集まり、その場で購入して持ち帰れるイベント
- 3. 期間内にいくつかのお店を巡るイベント
- 4. SNSで応募できる、スイーツのプレゼントキャンペーン
- 5. SNSで応募できる、スイーツ店で使える割引クーポンのプレゼントキャンペーン
- 6. 店頭で応募できる、スイーツのプレゼントキャンペーン
- 7. 店頭で応募できる、スイーツ店で使える割引クーポンのプレゼントキャンペーン
- 8. その他（具体的に）
- 9. 参加したいと思わない／わからない

「家庭での災害時の備え」について、質問します。

Q5 あなたの家庭で災害に対して日ごろから行っている備えはありますか。
必須 以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. 食料品や飲料水を準備している
- 2. 家族の状況に応じた必要な生活用品を準備している（常備薬、おむつ、生理用品、下着、眼鏡、入歯洗浄剤など）
- 3. 非常時に必要なものを持ち出せるようにしている（食料、水、貴重品、衣類、毛布など）
- 4. 携帯ラジオ・懐中電灯を準備している
- 5. 携帯電話やスマートフォンなどの予備電池を準備している
- 6. 停電時に自動で点灯する足元灯を設置している
- 7. 地震発生時にケガをしたり、避難経路がふさがれたりしないよう、家具の転倒防止対策や設置場所の工夫をしている
- 8. 地震火災に備え、感震ブレーカーを設置している
- 9. 断水に備え、風呂の残り湯を貯めおいている
- 10. トイレが使えない場合に備え、簡易トイレ・携帯トイレを準備している
- 11. 家の中や家の周囲で災害時に危険になりそうな場所を調べている
- 12. 地震や風水害など、災害の種類に応じて避難する場所を決めている
- 13. 家族と離ればなれになった時の連絡方法を決めている
- 14. その他（具体的に）
- 15. 特に何もしていない
- 16. わからない

Q6 家での地震への備えとして、居住スペースと収納スペースを分けたり、家具の配置を工夫したりすることで、家の中に安全なスペースを確保することが有効です。
必須 あなたの家庭では、以下のような工夫を行っていますか。
以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. 造り付けの家具やクローゼットを活用し、室内に背の高い家具を配置しないようにしている
- 2. 家具の転倒や移動により、部屋の出入り口や避難通路をふさがらないような配置にしている
- 3. 寝るところやふだん座る場所には、家具の転倒でケガをしないようにしている（家具を配置しない、背の低い家具を配置、配置の方向を工夫など）
- 4. 家具が屋外に落下しないよう、窓際には重量物や転倒・落下・移動しやすい家具を配置していない
- 5. 地震発生時にケガをしないよう、家の中に安全なスペースを確保している
- 6. 家の外に避難する際に、屋内に散乱した物でのケガを避けるため、厚手の手袋や底の厚い履物を用意している
- 7. あてはまるものはない

Q7 必須 地震発生時には、家具の転倒などにより思わぬケガをしたり、避難経路がふさがれたりすることがあります。
あなたの家庭では、家具・家電について、以下のような対策を行っていますか。
以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. タンスや棚などの家具を固定している
- 2. テレビや電子レンジなどの家電を固定している
- 3. 吊り下げ式の照明は、ワイヤーによる固定で、揺れを防いでいる
- 4. 水槽やウォーターサーバーなどの水を貯めるものは、台とその上に乗っている物を固定し、さらに台と壁も固定している
- 5. 物が落下しないよう、家具の上に物を置いていない
- 6. 食器棚などガラス部分がある家具には、飛散防止フィルムを貼っている
- 7. 収納物が散乱しないよう、家具に扉の開放を防ぐ器具を設置している
- 8. 家具の重心が安定するよう、収納物は重いものを下に置き、転倒しにくくしている
- 9. キャスター付きの家具が動かないよう、下皿の設置やキャスターをロックしている
- 10. あてはまるものはない

Q8 必須 地震発生時に、家の中でケガをしたり、避難経路をふさがれたりしないための対策は、家具の転倒防止、家具の固定、家具の設置場所の変更などさまざまです。あなたが、これらの対策を行う上で妨げとなるもの、または、対策を行っていない理由は何ですか。以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. 家具の転倒防止の方法がわからない
- 2. 転倒防止器具の取り付けに手間がかかる
- 3. 転倒防止器具の取り付けかたがわからない
- 4. 転倒防止器具の取り付けが、自分にはできないと思う
- 5. 家具の転倒防止の対策が必要なことを知らなかった
- 6. 転倒防止器具の購入にお金がかかる
- 7. 家具の設置場所を変更するのが難しい
- 8. 家具や壁に傷がつく
- 9. 対策しても家具の転倒を防止できないと思う
- 10. 家具が転倒してもどうにかなると思う
- 11. 対策しなくても家具は転倒しないと思う
- 12. 家族の誰かがやと思っている
- 13. 面倒だから
- 14. その他（具体的に）
- 15. 特に理由はない/なんとなく

「さいたま市の緊急（災害）情報の取得」について、質問します。

Q9 日頃、市からのお知らせや情報を目にすることがありますか。
必須 以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。

- 1. 頻繁に目にする
- 2. たまに目にする
- 3. あまり目にしない
- 4. まったく目にしない
- 5. わからない

Q10 災害時や災害発生前後において、市から必要な緊急情報や避難情報などの防災情報を得ることが
必須 できていますか。
以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。

- 1. できている
- 2. どちらかというとできている
- 3. どちらかというとできていない
- 4. できていない
- 5. 覚えていない／わからない

Q11
必須

災害時や災害発生前後において、市から必要な緊急情報や避難情報などの防災情報をどのような手法で取得していますか。
以下の表の中から、それぞれ、あてはまるものをすべて選んでください。



	1. 発災が予測される時 ↓	2. 発災時 ↓	3. 発災後1週間程度 ↓
1. 市や区のホームページ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 自治会や町内会の回覧板・掲示板	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 市や区のSNS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 市や区の広報誌（紙）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 全国・地方新聞紙	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 市や区のチラシ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. テレビ番組	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ラジオ番組	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 市や区への電話	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 市や区の窓口への訪問	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. その他（具体的に） <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. わからない	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q12
必須

災害時や災害発生前後において、どの媒体からの発信を強化すると、必要としている市の緊急情報や避難情報などの防災情報を得やすいですか。
以下の表の中から、それぞれ、あてはまるものをすべて選んでください。



	1. 発災が予測される時 ↓	2. 発災時 ↓	3. 発災後1週間程度 ↓
1. 市や区のホームページ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 自治会や町内会の回覧板・掲示板	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 市や区のSNS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 市や区の広報誌（紙）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 全国・地方新聞紙	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 市や区のチラシ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. テレビ番組	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ラジオ番組	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. その他（具体的に） <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. わからない	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

「さいたま市の温暖化対策」について、質問します。

Q13 あなたは、さいたま市が行っている地球温暖化対策の事業について知っていますか。
必須 以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. 「スマートホーム推進・創って減らす」機器設置補助金
- 2. さいたま市電気自動車等普及促進対策補助金
- 3. さいたま市「エコでスマートなライフスタイルの推進」キャンペーン
- 4. 市有施設への太陽光発電設備等の設置
- 5. 市ホームページ上での再エネ設備導入状況等の「見える化」
- 6. メガソーラー推進事業
- 7. 市有施設の屋根貸しによる太陽光発電推進事業
- 8. 公用車への次世代自動車の率先導入
- 9. 脱炭素先行地域づくり事業
- 10. ごみ焼却余熱の有効利用の推進
- 11. 出前講座の実施
- 12. その他（具体的に）
- 13. 知っているものはない

Q14 地球温暖化対策のための市民向けの取組として、市に積極的に取り組んでほしい事業はありますか。
必須 以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. 太陽光発電設備等の再エネ設備設置に関する支援の拡充
- 2. 高効率給湯器等の省エネ機器設置に関する支援の拡充
- 3. 宅配ボックス等の再配達削減に資する設備設置に関する支援の拡充
- 4. 再エネ電力への切り替えに関する支援の拡充
- 5. ZEH住宅等の環境に配慮した住宅購入に対する支援の拡充
- 6. 電気自動車等の環境に配慮した車両購入に対する支援の拡充
- 7. イベント等での普及啓発
- 8. その他（具体的に）
- 9. 取り組んでほしいものはない

Q15
必須

あなたは、地球温暖化の防止に向けて取り組んでいることはありますか。
以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. 節電を心掛けている
- 2. リサイクルできるようにごみの分別を徹底している
- 3. 自宅でグリーンカーテンを作っている
- 4. マイバッグを持参している
- 5. 宅配ボックスや置き配など再配達防止に努めている
- 6. 自宅に太陽光パネルを設置している
- 7. 自宅はZEH住宅である
- 8. テレワーク、オンライン会議を行っている
- 9. できるだけ自動車を使わず、公共交通機関や自転車などを利用している
- 10. その他（具体的に）
- 11. 取り組んでいるものはない

「市議会の広報」について、質問します。

Q16
必須

さいたま市議会では、広報紙「市議会だよりさいたま（ロクマル）」を年4回発行し、市内の全世帯に配布しています。
あなたは、ふだん、「市議会だよりさいたま（ロクマル）」をどれくらい読んでいますか。
以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。

※詳しくは、以下のサイトをご覧ください。

■さいたま市ホームページ「市議会だよりさいたま（ロクマル）」

- 1. だいたい全部の記事を読んでいる
- 2. 興味のあるところだけ読んでいる
- 3. あまり読んでいない
- 4. まったく読んでいない
- 5. 「市議会だよりさいたま（ロクマル）」を知らない

Q17 あなたが、「市議会だよりさいたま（ロクマル）」を読んでいない理由は何ですか。
必須 以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. 市議会の情報は、市のホームページなど別の手段で入手しているから
- 2. 知りたい情報が書かれていないから
- 3. 自分に関係のある情報が書かれていないから
- 4. すでに知っている情報しか書かれていないから
- 5. 書かれている情報が最新のものでないから
- 6. どこに何が書かれているかがわかりにくいから
- 7. 書かれている内容が難しい、または理解できない用語があるから
- 8. 文章が長すぎて、読む気をなくすから
- 9. 文字が小さく見づらいから
- 10. 内容が面白くないから
- 11. 市議会に興味がないから
- 12. 「市議会だよりさいたま（ロクマル）」に何が書かれているかを知らないから
- 13. その他（具体的に）
- 14. 特に理由はない／なんとなく

Q18
必須

「市議会だよりさいたま（ロクマル）」で、あなたが、特に見たい、または充実させてほしいと思う情報は何か。
以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. 市議会に提出された議案と議決結果
- 2. 議案に対する各議員の賛成・反対の表明
- 3. 議員と市の間で行われた質疑内容
- 4. 市議会で行われた議論の市政への反映状況
- 5. 市議会の各委員会の活動状況
- 6. 市議会の仕組み
- 7. 市議会の傍聴案内
- 8. 請願や陳情の提出方法
- 9. 市議会議員のプロフィール
- 10. 市議会議員の報酬額
- 11. 政務活動費の交付額と使途
- 12. 市議会改革の取組内容
- 13. 若者向けの企画
- 14. その他（具体的に）
- 15. 特にない／わからない

Q19 **必須** さいたま市議会では、テレビ広報番組「ようこそさいたま市議会へ」をテレビ埼玉で年4回放送しています。また、インターネット（市議会のホームページやYouTube）での録画配信も行っています。

あなたは、「ようこそさいたま市議会へ」を見たことがありますか。
以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。

※詳しくは、以下のサイトをご覧ください。

■ [さいたま市ホームページ「ようこそさいたま市議会へ」](#)

- 1. テレビの放送とインターネットの録画配信のどちらも見たことがある
- 2. テレビの放送だけ見たことがある
- 3. インターネットの録画配信だけ見たことがある
- 4. 見たことはないが、番組があることは知っていた
- 5. 番組を知らない

Q20 **必須** テレビ広報番組「ようこそさいたま市議会へ」で、あなたが、特に見たい、または充実させてほしいと思うものは何ですか。

以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- 1. 定例会のダイジェスト（提出された主な議案、議決結果など）
- 2. 委員会（分野ごとに議案などを詳しく審査する場）の様子
- 3. 議員へのインタビュー
- 4. 議員同士の対談
- 5. 議員と著名人の対談
- 6. 市民が登場する企画
- 7. 議会の仕組みなどの解説
- 8. その他（具体的に）
- 9. 特にない／わからない

このさいたま市インターネット市民意識調査業務の委託に要する経費は218万円です。