

令和7年度 第1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7年8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ついて】	6
	Q1. 「さいたまスイーツ」の認知度	6
	Q1. 「さいたまスイーツ」の認知度（経年比較）	7
	Q2. 「さいたまスイーツ」の認知経路（複数回答）	8
	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）	10
	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）（経年比較）	11
	Q4. スイーツのイベントであったら参加してみたいイベント（複数回答）	12
	Q4. スイーツのイベントであったら参加してみたいイベント（複数回答）（経年比較）	13
	【低栄養の予防について】	14
	Q5. 1. 「フレイル」の認知度	14
	Q5. 2. 「低栄養」の認知度	15
	Q6. 人との食事の頻度	16
	Q7. 1日の食事回数	17
	【さいたま市市民保養施設について】	18
	Q8. 市民保養施設の利用	18
	Q9. 市民保養施設の認知経路（複数回答）	19
	Q10. 宿泊施設で重視すること（3つまで回答）	20
	Q11. 旅行の支出金額	21
	【さいたま市の温暖化対策について】	22
	Q12. 市の地球温暖化対策の認知度	22
	Q12. 市の地球温暖化対策の認知度（経年比較）	23
	Q13. 市の地球温暖化対策の認知経路（複数回答）	24
	Q13. 市の地球温暖化対策の認知経路（複数回答）（経年比較）	25
	Q14. 太陽光発電設備等共同購入事業「みんなのうちに太陽光」の認知度	26
	【犯罪被害者支援について】	27
	Q15. 「犯罪被害者等支援条例」の認知度	27
	Q16. 犯罪被害者支援総合対応窓口の認知度	28
	Q17. 犯罪被害者等支援条例、犯罪被害者支援総合対応窓口の認知経路（複数回答）	29
	Q18. 犯罪被害者支援制度の認知を広げる方法（3つまで回答）	30
	【自殺予防事業について】	32
	Q19. 身近な人から「死にたい」と打ち明けられたときの対応（複数回答）	32
	Q19. 身近な人から「死にたい」と打ち明けられたときの対応（複数回答）（経年比較）	33
	Q20. 死んでしまいたいほどの悩みを抱えたときの相談先（複数回答）	34
	Q20. 死んでしまいたいほどの悩みを抱えたときの相談先（複数回答）（経年比較）	35
3	調査票（アンケート画面）	37

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	11	4	9	11	3	38	10	5	9	5	4	33	71
北区	11	15	4	12	15	57	12	10	11	15	5	53	110
大宮区	13	8	12	5	7	45	14	15	9	8	7	53	98
見沼区	8	11	9	9	12	49	11	9	11	8	9	48	97
中央区	11	14	8	10	14	57	11	6	6	7	11	41	98
桜区	10	9	12	8	5	44	6	6	6	5	13	36	80
浦和区	9	9	18	7	16	59	12	14	18	17	15	76	135
南区	13	15	9	24	15	76	10	16	12	16	17	71	147
緑区	9	7	13	8	7	44	7	14	11	14	8	54	98
岩槻区	5	8	6	6	6	31	7	5	7	5	11	35	66
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7年7月4日（金）～7月23日（水）

1-7 調査実施機関

株式会社サーベイリサーチセンター

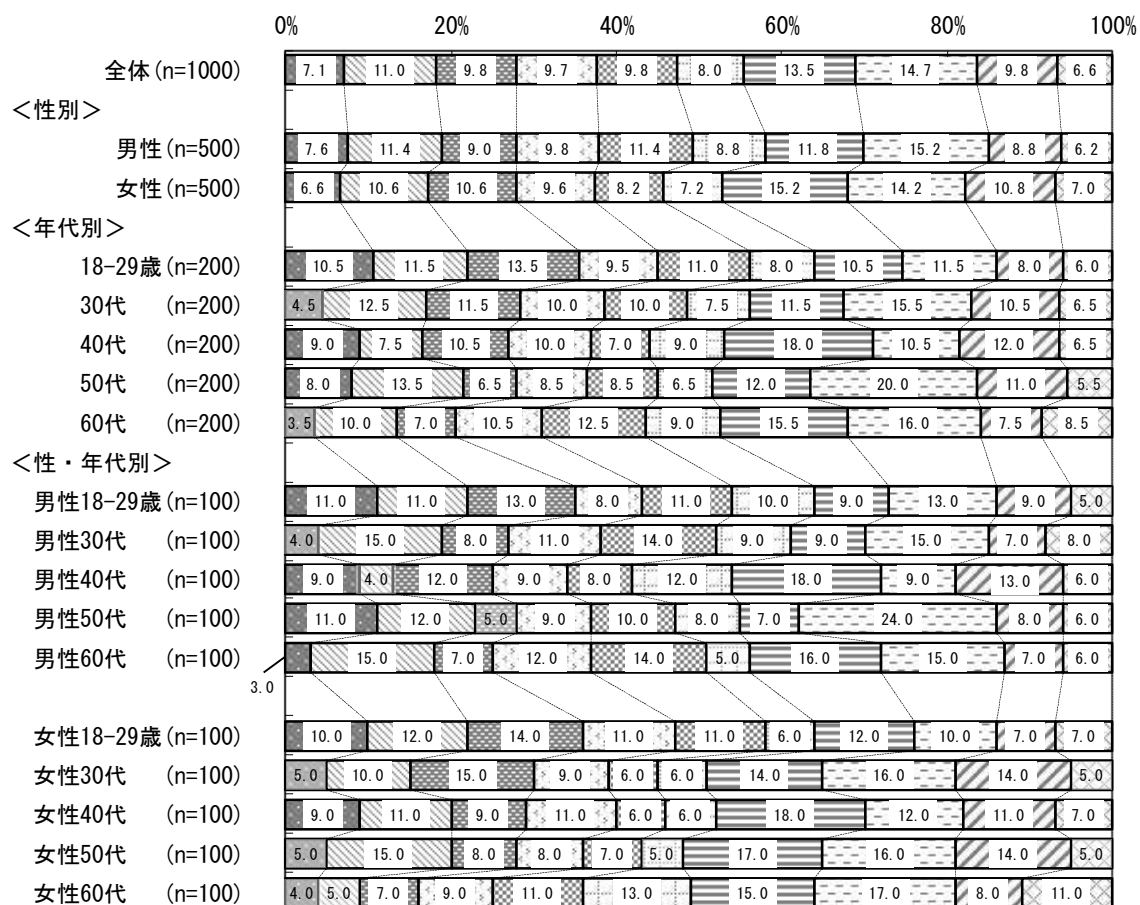
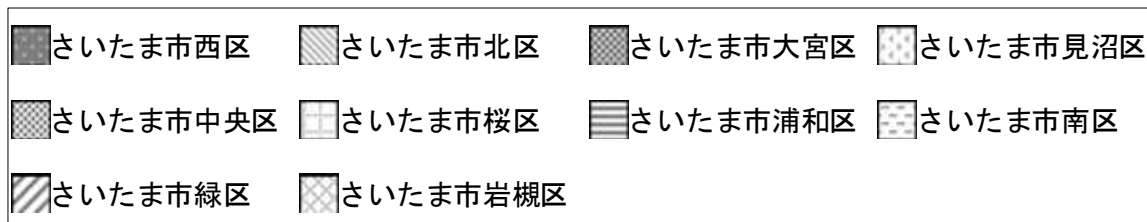
1-8 この報告書の見方

- (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。



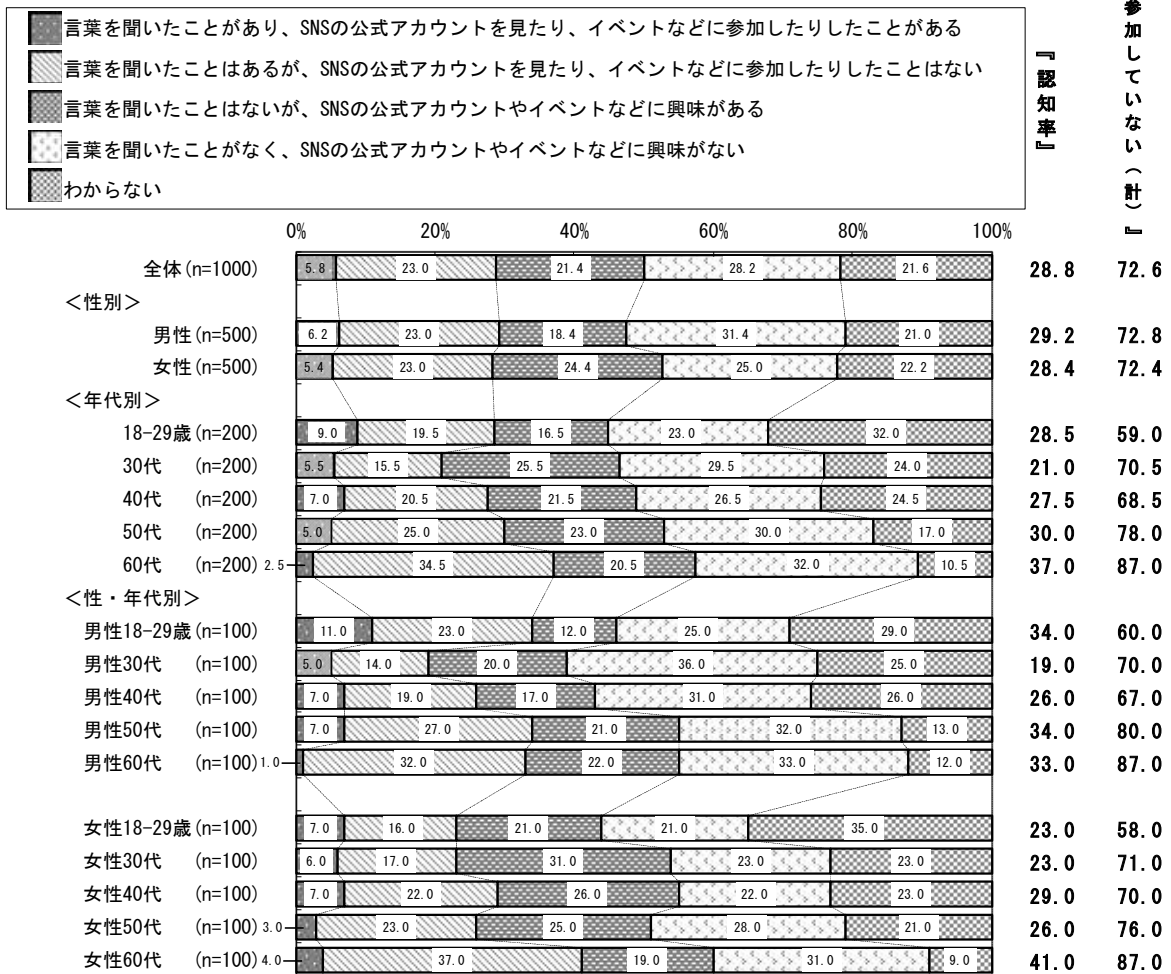
【さいたまスイーツについて】

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。



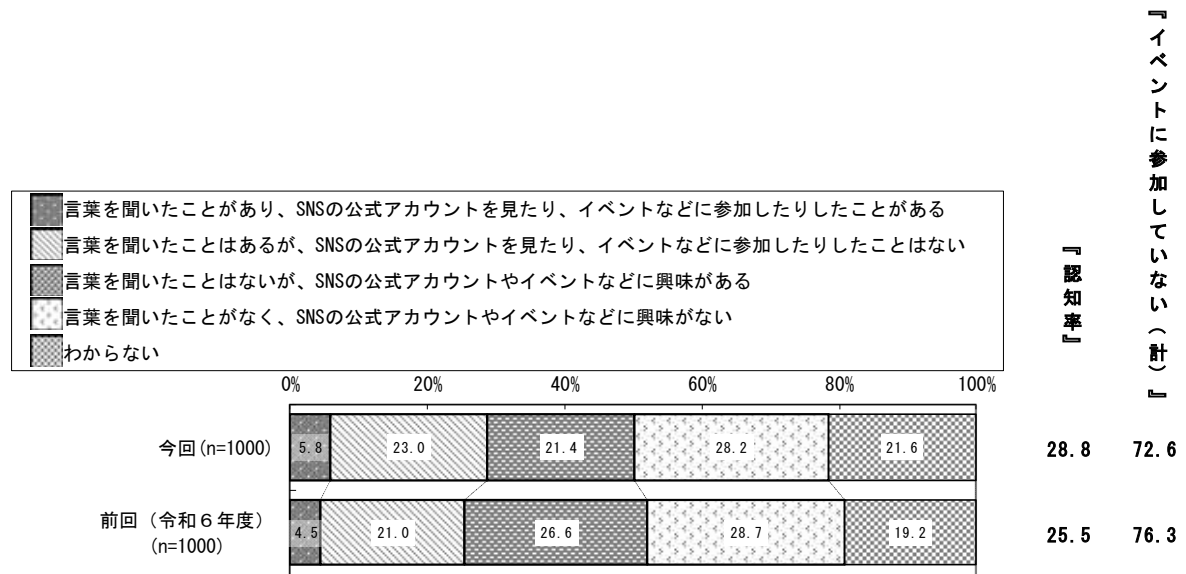
【全体結果】「言葉を聞いたことがあり、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことがある」(6%)と「言葉を聞いたことはあるが、SNSの公式アカウントを見たり、イベントなどに参加したりしたことはない」(23%)を合わせた『認知率』は、29%であった。

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」(23%)と「言葉を聞いたことはあるが、SNSの公式アカウントやイベントなどに興味がある」(21%)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」(28%)を合わせた『イベントに参加していない(計)』は、73%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、60代(87%)のみ8割を超えた。

◎性・年代別で見ると、『認知率』は、女性60代(41%)のみ4割を超えた。

Q 1. 「さいたまスイーツ」の認知度（経年比較）



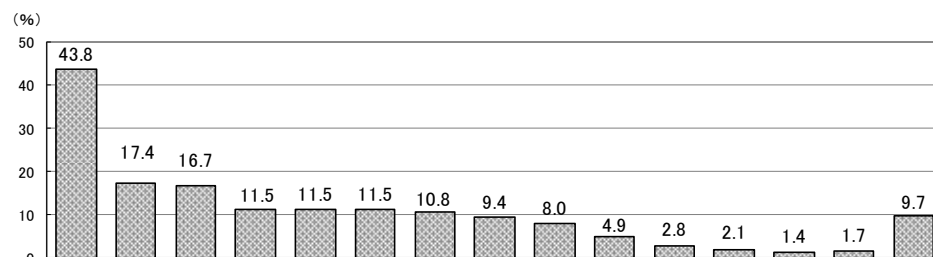
【比較結果】過去の同様の調査結果と比較すると、前回とほぼ同じであった。

（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（複数回答）

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、あてはまるものをすべて選んでください。



		「市報さいたま」	市のホームページ	さいたまスイーツのイベント・キャンペーンなど	X (旧 Twitter)	テレビ・ラジオ	タウン誌・フリーペーパー	さいたまスイーツウェブサイト	店頭のポスター・チラシ・ポップ	Instagram	家族や知人など	その他のSNS	Facebook	新聞	その他	覚えていない／わからない
全体(n=288)		43.8	17.4	16.7	11.5	11.5	11.5	10.8	9.4	8.0	4.9	2.8	2.1	1.4	1.7	9.7
性別	男性(n=146)	39.7	20.5	13.0	13.7	13.0	7.5	14.4	4.8	9.6	2.7	2.7	2.1	2.1	2.7	10.3
	女性(n=142)	47.9	14.1	20.4	9.2	9.9	15.5	7.0	14.1	6.3	7.0	2.8	2.1	0.7	0.7	9.2
年代別	18-29歳(n=57)	40.4	24.6	15.8	22.8	10.5	3.5	22.8	5.3	19.3	5.3	1.8	3.5	1.8	0.0	12.3
	30代 (n=42)	45.2	23.8	19.0	19.0	11.9	9.5	7.1	11.9	9.5	2.4	4.8	4.8	2.4	0.0	16.7
	40代 (n=55)	38.2	16.4	14.5	16.4	14.5	10.9	12.7	10.9	5.5	5.5	3.6	3.6	3.6	0.0	1.8
	50代 (n=60)	41.7	11.7	15.0	3.3	16.7	18.3	5.0	13.3	5.0	6.7	3.3	0.0	0.0	1.7	10.0
	60代 (n=74)	51.4	13.5	18.9	1.4	5.4	13.5	6.8	6.8	2.7	4.1	1.4	0.0	0.0	5.4	9.5
性・年代別	男性18-29歳(n=34)	38.2	26.5	14.7	26.5	11.8	2.9	26.5	2.9	20.6	2.9	0.0	2.9	2.9	0.0	11.8
	男性30代 (n=19)	47.4	31.6	10.5	15.8	10.5	5.3	5.3	5.3	10.5	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0	15.8
	男性40代 (n=26)	26.9	19.2	15.4	23.1	11.5	11.5	23.1	3.8	7.7	0.0	3.8	7.7	7.7	0.0	3.8
	男性50代 (n=34)	38.2	14.7	14.7	5.9	23.5	5.9	5.9	11.8	2.9	5.9	5.9	0.0	0.0	2.9	8.8
	男性60代 (n=33)	48.5	15.2	9.1	0.0	6.1	12.1	9.1	0.0	6.1	3.0	0.0	0.0	0.0	9.1	12.1
	女性18-29歳(n=23)	43.5	21.7	17.4	17.4	8.7	4.3	17.4	8.7	17.4	8.7	4.3	4.3	0.0	0.0	13.0
	女性30代 (n=23)	43.5	17.4	26.1	21.7	13.0	13.0	8.7	17.4	8.7	4.3	4.3	8.7	4.3	0.0	17.4
	女性40代 (n=29)	48.3	13.8	13.8	10.3	17.2	10.3	3.4	17.2	3.4	10.3	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	女性50代 (n=26)	46.2	7.7	15.4	0.0	7.7	34.6	3.8	15.4	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	11.5
	女性60代 (n=41)	53.7	12.2	26.8	2.4	4.9	14.6	4.9	12.2	0.0	4.9	2.4	0.0	0.0	2.4	7.3

【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（288人）に、その認知経路を聞いたところ、「市報さいたま」が44%で最も高く、「市のホームページ」、「さいたまスイーツのイベント・キャンペーンなど」（ともに17%）が続いた。

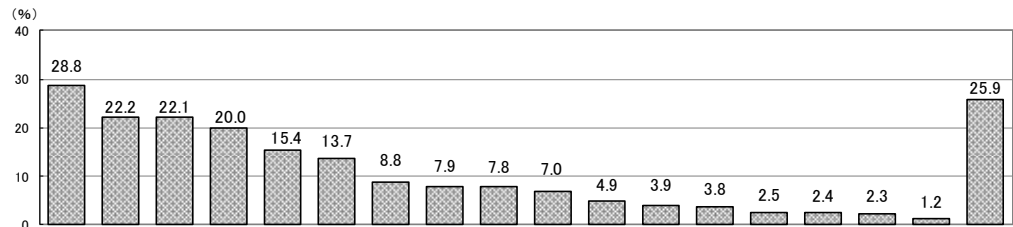
◎性別で見ると、「市報さいたま」、「タウン誌・フリーペーパー」、「店頭のポスター・チラシ・ポップ」は、女性が男性よりも8ポイント以上高かった。一方、「市のホームページ」、「X(旧Twitter)」、「さいたまスイーツウェブサイト」は、男性が女性よりも5ポイント以上高かった。

◎年代別で見ると、「市報さいたま」は、60代(51%)のみ5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、イトインで食べるとき、そのお店の情報を知る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。



		グルメ情報のウェブサイトやアプリ	Instagram	家族や知人など	店頭のポスター・チラシ・ポップ	X (旧 Twitter)	テレビ・ラジオ	「市報さいたま」	その他のSNS	タウン誌・フリーペーパー	折り込みチラシ	さいたまスイーツのイベント・キャンペーンなど	さいたまスイーツウェブサイト	市のホームページ	雑誌記事	新聞	Facebook	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)		28.8	22.2	22.1	20.0	15.4	13.7	8.8	7.9	7.8	7.0	4.9	3.9	3.8	2.5	2.4	2.3	1.2	25.9
性別	男性(n=500)	27.6	16.2	15.8	17.6	15.0	14.0	8.8	8.0	6.8	6.0	4.4	4.0	4.6	2.2	3.2	3.0	1.8	28.0
	女性(n=500)	30.0	28.2	28.4	22.4	15.8	13.4	8.8	7.8	8.8	8.0	5.4	3.8	3.0	2.8	1.6	1.6	0.6	23.8
年代別	18-29歳(n=200)	18.0	36.5	18.0	19.0	29.5	9.5	7.5	10.0	1.0	4.5	5.5	4.0	4.5	2.0	1.5	1.5	0.5	28.5
	30代 (n=200)	26.5	27.0	20.5	19.0	21.0	13.5	10.5	5.5	5.5	5.5	4.5	5.0	5.5	3.0	1.5	1.0	1.5	32.0
	40代 (n=200)	36.5	21.5	25.5	25.5	16.5	13.5	10.0	9.0	6.5	9.5	7.5	4.0	4.0	2.0	2.0	2.5	2.5	19.5
	50代 (n=200)	33.0	14.5	24.5	16.5	5.0	16.5	9.5	5.5	12.0	6.5	4.0	3.0	2.5	3.5	3.5	3.5	0.5	24.0
	60代 (n=200)	30.0	11.5	22.0	20.0	5.0	15.5	6.5	9.5	14.0	9.0	3.0	3.5	2.5	2.0	3.5	3.0	1.0	25.5
	男性18-29歳(n=100)	16.0	29.0	14.0	12.0	28.0	10.0	12.0	13.0	2.0	6.0	7.0	4.0	5.0	2.0	2.0	2.0	1.0	33.0
性・年代別	男性30代 (n=100)	28.0	19.0	23.0	17.0	21.0	14.0	9.0	6.0	3.0	2.0	3.0	4.0	6.0	1.0	2.0	1.0	3.0	34.0
	男性40代 (n=100)	28.0	10.0	12.0	22.0	16.0	15.0	8.0	7.0	5.0	9.0	6.0	3.0	4.0	3.0	1.0	1.0	2.0	29.0
	男性50代 (n=100)	34.0	13.0	21.0	14.0	6.0	18.0	9.0	5.0	11.0	9.0	3.0	4.0	4.0	3.0	7.0	6.0	1.0	20.0
	男性60代 (n=100)	32.0	10.0	9.0	23.0	4.0	13.0	6.0	9.0	13.0	4.0	3.0	5.0	4.0	2.0	4.0	5.0	2.0	24.0
	女性18-29歳(n=100)	20.0	44.0	22.0	26.0	31.0	9.0	3.0	7.0	0.0	3.0	4.0	4.0	4.0	2.0	1.0	1.0	0.0	24.0
	女性30代 (n=100)	25.0	35.0	18.0	21.0	21.0	13.0	12.0	5.0	8.0	9.0	6.0	6.0	5.0	5.0	1.0	1.0	0.0	30.0
	女性40代 (n=100)	45.0	33.0	39.0	29.0	17.0	12.0	12.0	11.0	8.0	10.0	9.0	5.0	4.0	1.0	3.0	4.0	3.0	10.0
	女性50代 (n=100)	32.0	16.0	28.0	19.0	4.0	15.0	10.0	6.0	13.0	4.0	5.0	2.0	1.0	4.0	0.0	1.0	0.0	28.0
	女性60代 (n=100)	28.0	13.0	35.0	17.0	6.0	18.0	7.0	10.0	15.0	14.0	3.0	2.0	1.0	2.0	3.0	1.0	0.0	27.0

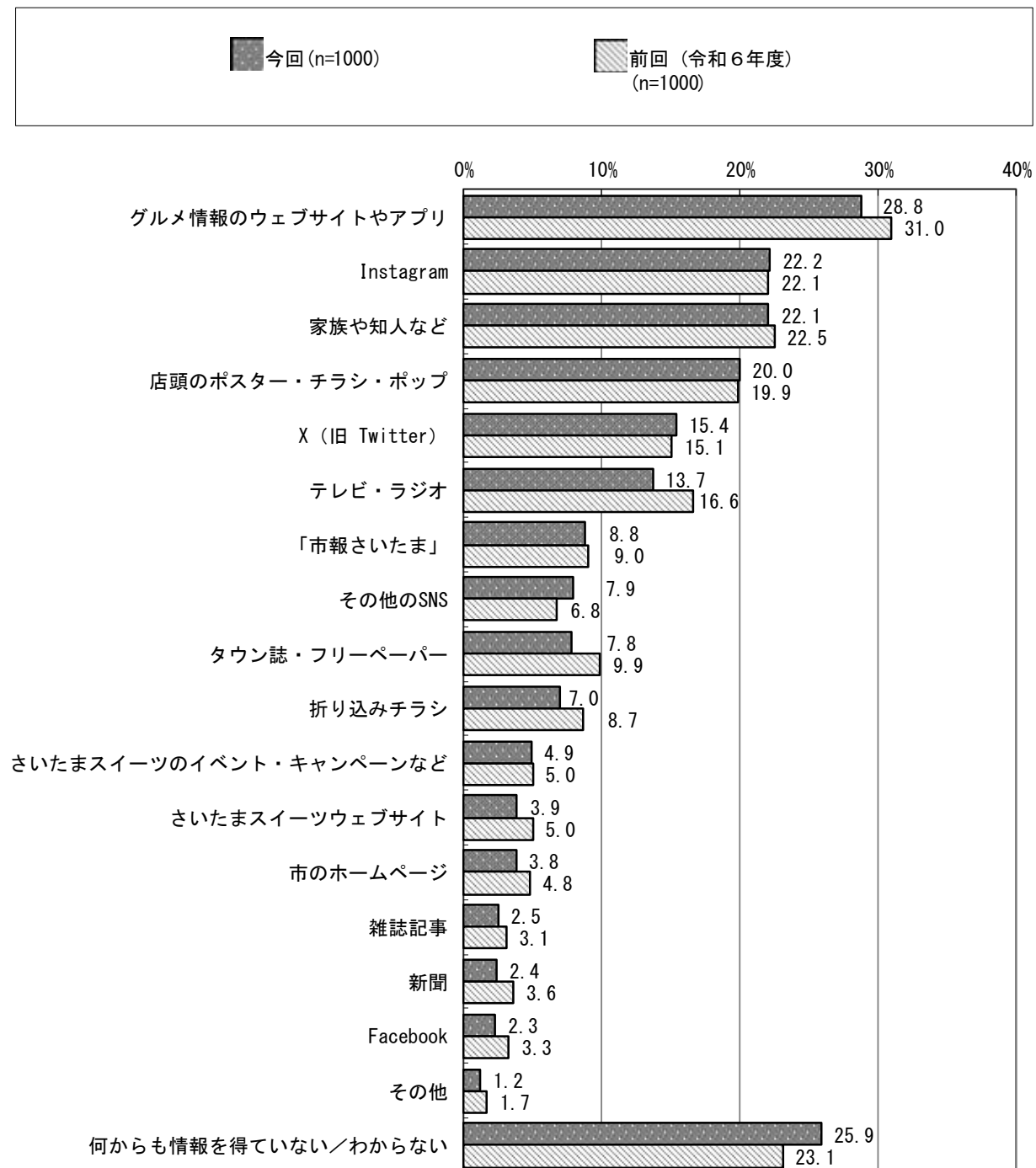
【全体結果】「グルメ情報のウェブサイトやアプリ」が29%で最も高く、「Instagram」、「家族や知人など」（ともに22%）、「店頭のポスター・チラシ・ポップ」（20%）が続いた。

◎性別で見ると、「Instagram」、「家族や知人など」は、女性が男性よりも12ポイント高かった。

◎年代別で見ると、「Instagram」は、年代が下がるにつれ高くなった。一方、「タウン誌・フリーペーパー」は、年代が上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、女性40代(45%)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）（経年比較）

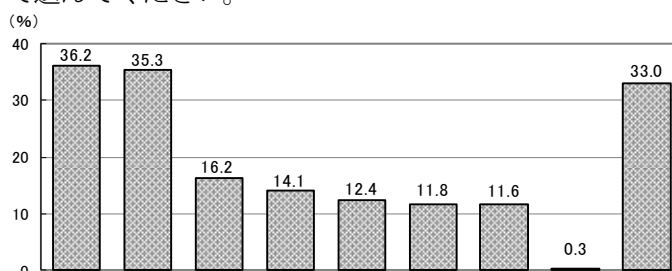


【比較結果】過去の同様の調査結果と比較すると、前回とほぼ同じであった。

Q4. スイーツのイベントであつたら参加してみたいイベント（複数回答）

あなたは、どのようなスイーツのイベントがあつ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。

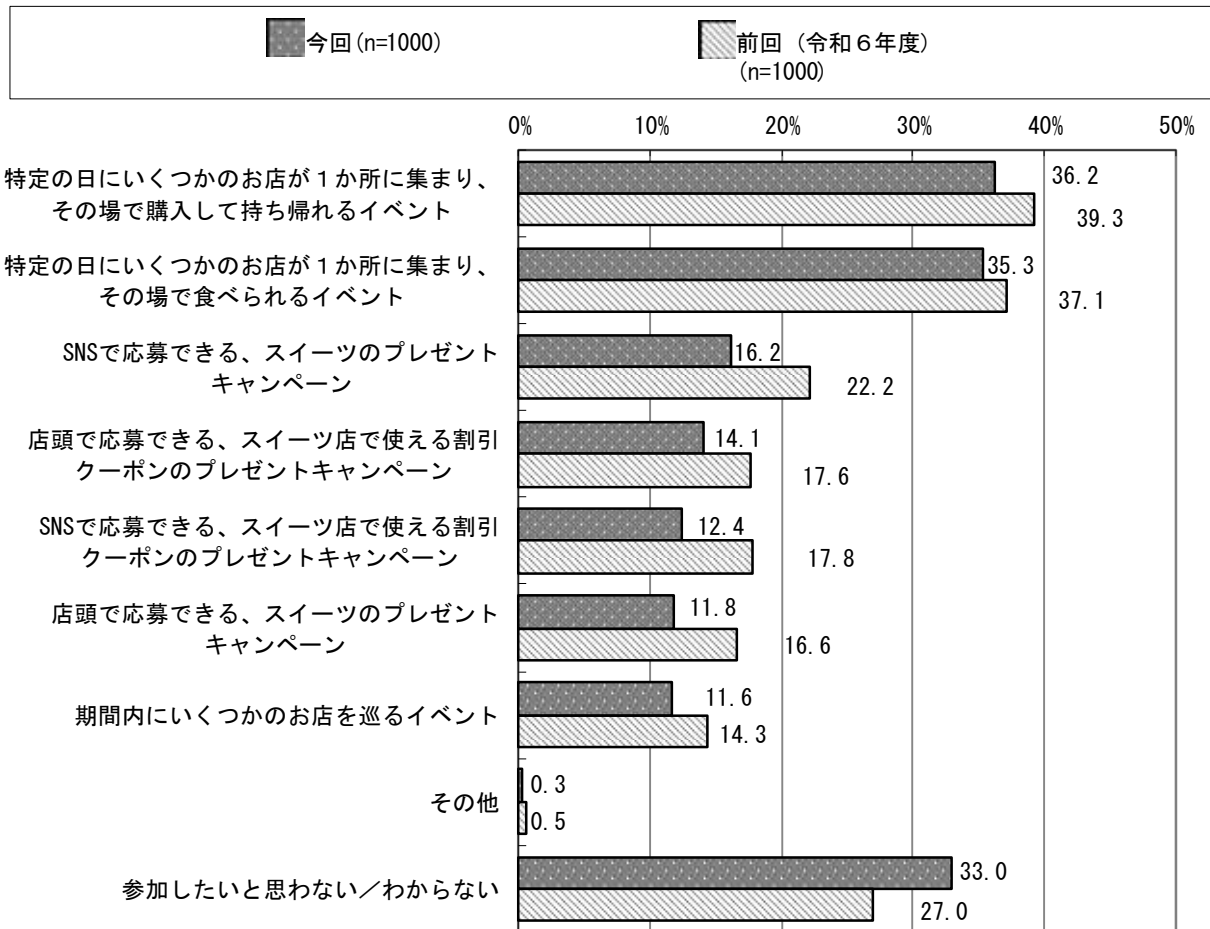


		イベント	特定の日 にいくつ かの場 で購 入し て持 ち帰 れる 所 に	特定の日 にいくつ かの場 で食 べら れる が1 か所 に	S N S で 応 募 で き る 、 ス イ ー ツ の プ レ ゼ ン ト キ ャ ン ペ ー ン	店 頭 で 応 募 で き る 、 ス イ ー ツ 店 で 使 え る 割 引 ク ー ポ ン の プ レ ゼ ン ト キ ャ ン ペ ー ン	S N S で 応 募 で き る 、 ス イ ー ツ 店 で 使 え る 割 引 ク ー ポ ン の プ レ ゼ ン ト キ ャ ン ペ ー ン	店 頭 で 応 募 で き る 、 ス イ ー ツ の プ レ ゼ ン ト キ ャ ン ペ ー ン	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)		36.2	35.3	16.2	14.1	12.4	11.8	11.6	0.3	33.0	
性別	男性(n=500)	31.6	35.2	13.4	10.2	10.2	8.2	11.6	0.2	36.0	
	女性(n=500)	40.8	35.4	19.0	18.0	14.6	15.4	11.6	0.4	30.0	
年代別	18-29歳(n=200)	35.5	40.0	16.0	10.0	15.0	8.0	11.5	0.0	32.0	
	30代 (n=200)	37.0	39.5	18.5	15.0	13.5	10.0	12.5	0.0	36.0	
	40代 (n=200)	43.0	37.5	16.0	16.0	10.5	14.0	11.0	0.0	28.0	
	50代 (n=200)	31.0	29.5	17.5	14.5	13.0	12.5	11.0	1.0	34.5	
	60代 (n=200)	34.5	30.0	13.0	15.0	10.0	14.5	12.0	0.5	34.5	
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	31.0	38.0	15.0	8.0	15.0	8.0	10.0	0.0	33.0	
	男性30代 (n=100)	31.0	39.0	14.0	10.0	8.0	7.0	11.0	0.0	42.0	
	男性40代 (n=100)	35.0	35.0	12.0	11.0	8.0	8.0	12.0	0.0	35.0	
	男性50代 (n=100)	28.0	35.0	17.0	11.0	13.0	9.0	10.0	1.0	29.0	
	男性60代 (n=100)	33.0	29.0	9.0	11.0	7.0	9.0	15.0	0.0	41.0	
	女性18-29歳(n=100)	40.0	42.0	17.0	12.0	15.0	8.0	13.0	0.0	31.0	
	女性30代 (n=100)	43.0	40.0	23.0	20.0	19.0	13.0	14.0	0.0	30.0	
	女性40代 (n=100)	51.0	40.0	20.0	21.0	13.0	20.0	10.0	0.0	21.0	
	女性50代 (n=100)	34.0	24.0	18.0	18.0	13.0	16.0	12.0	1.0	40.0	
	女性60代 (n=100)	36.0	31.0	17.0	19.0	13.0	20.0	9.0	1.0	28.0	

【全体結果】「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）」が36%で最も高く、「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）」(35%)が続いた。

- ◎性別で見ると、「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）」、「SNS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」は、女性が男性よりも6ポイント以上高かった。
- ◎年代別で見ると、「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）」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。
- ◎性・年代別で見ると、「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）」は、女性40代(51%)のみ5割を超えた。

Q 4. スイーツのイベントであつたら参加してみたいイベント（複数回答）（経年比較）



【比較結果】過去の同様の調査結果と比較すると、「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」、「店頭で応募できる、スイーツのプレゼントキャンペーン」は、前回の調査結果よりも5ポイント以上減少した。

【低栄養の予防について】

Q5. 1. 「フレイル」の認知度

あなたは、以下の言葉を知っていましたか。あてはまるものを1つだけ選んでください。



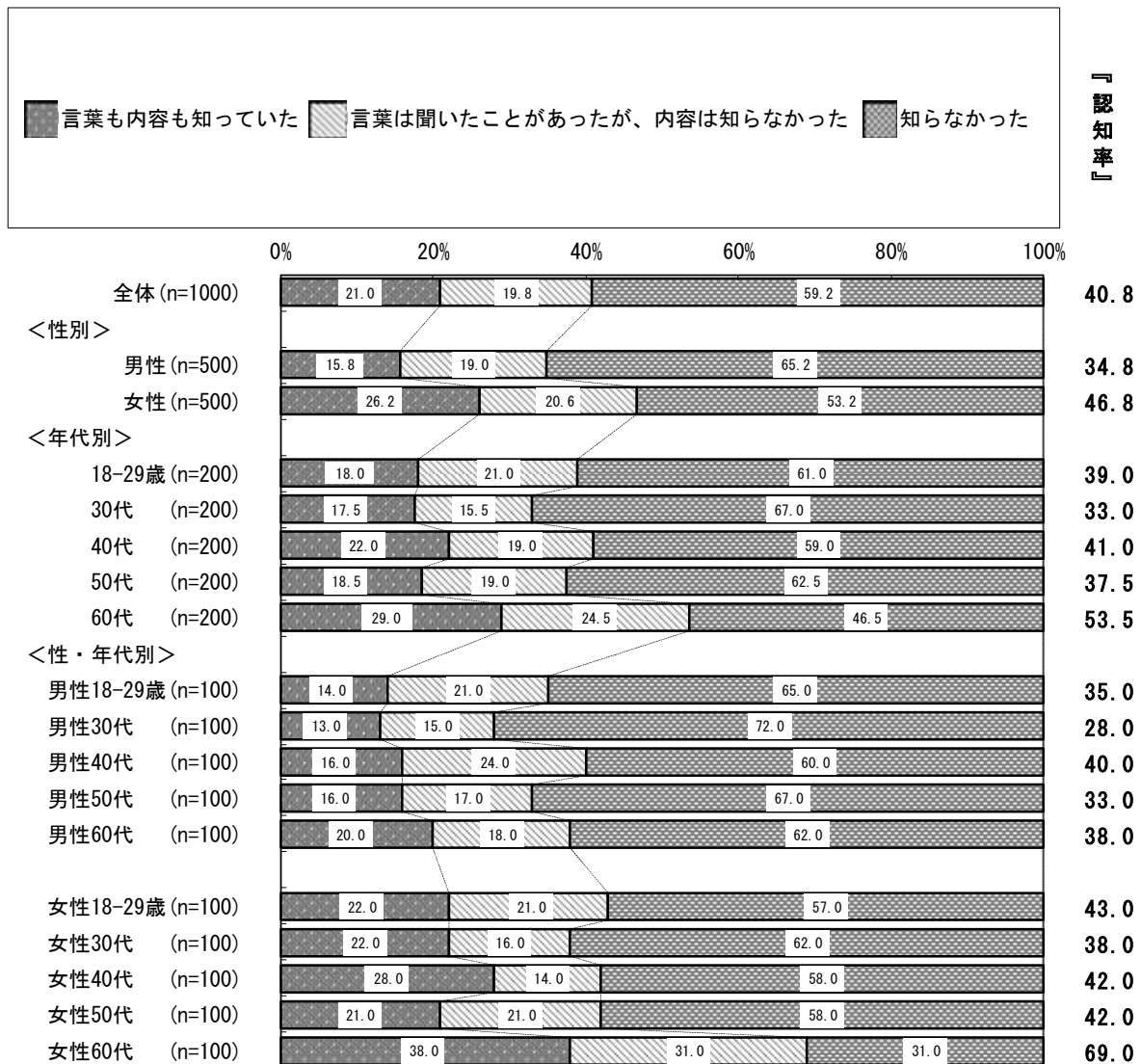
【全体結果】「言葉も内容も知っていた」(20%)と「言葉は聞いたことがあったが、内容は知らなかった」(16%)を合わせた『認知率』は、36%であった。

◎性別で見ると、『認知率』は、女性(42%)が男性(30%)よりも12ポイント高かった。

◎性・年代別で見ると、『認知率』は、女性60代(61%)のみ6割を超えた。

Q5. 2. 「低栄養」の認知度

あなたは、以下の言葉を知っていましたか。あてはまるものを1つだけ選んでください。



【全体結果】「言葉も内容も知っていた」(21%)と「言葉は聞いたことがあったが、内容は知らなかった」(20%)を合わせた『認知率』は、41%であった。

◎性別で見ると、『認知率』は、女性(47%)が男性(35%)よりも12ポイント高かった。

◎性・年代別で見ると、『認知率』は、女性60代(69%)のみ6割を超えた。

Q6. 人との食事の頻度

あなたは、誰かと一緒に食事をする機会がありますか。

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】「毎日ある」が45%で最も高く、「週に何度かある」が20%、「月に何度かある」が14%であった。

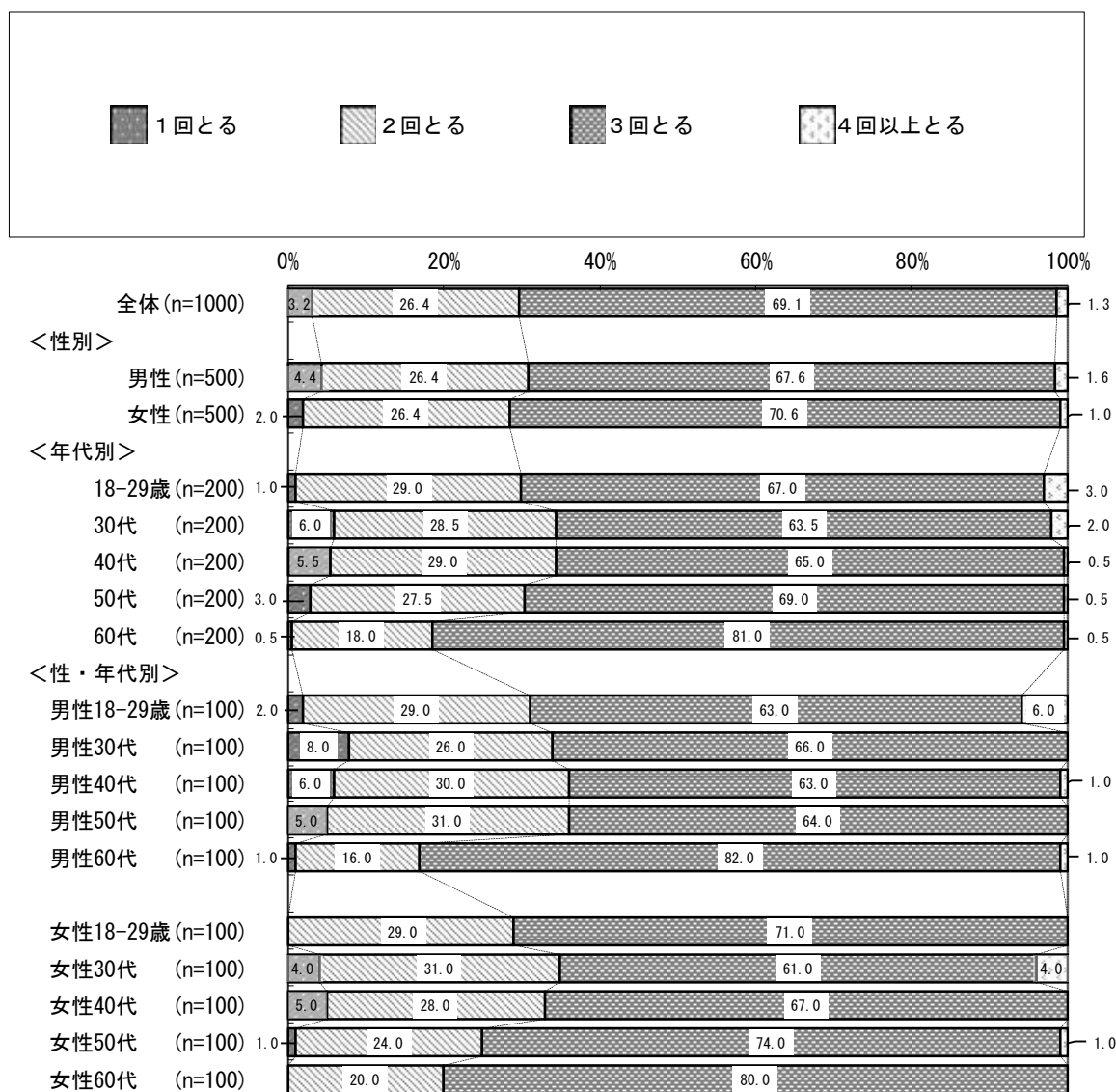
◎性別で見ると、「毎日ある」は、女性(51%)が男性(40%)よりも11ポイント高かった。

◎年代別で見ると、「毎日ある」は、年代が上がるにつれ高くなり、60代で50%となった。

Q7. 1日の食事回数

あなたは普段、食事を1日に何回とりますか。

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】「3回とる」が69%で最も高く、「2回とる」が26%、「1回とる」が3%であった。

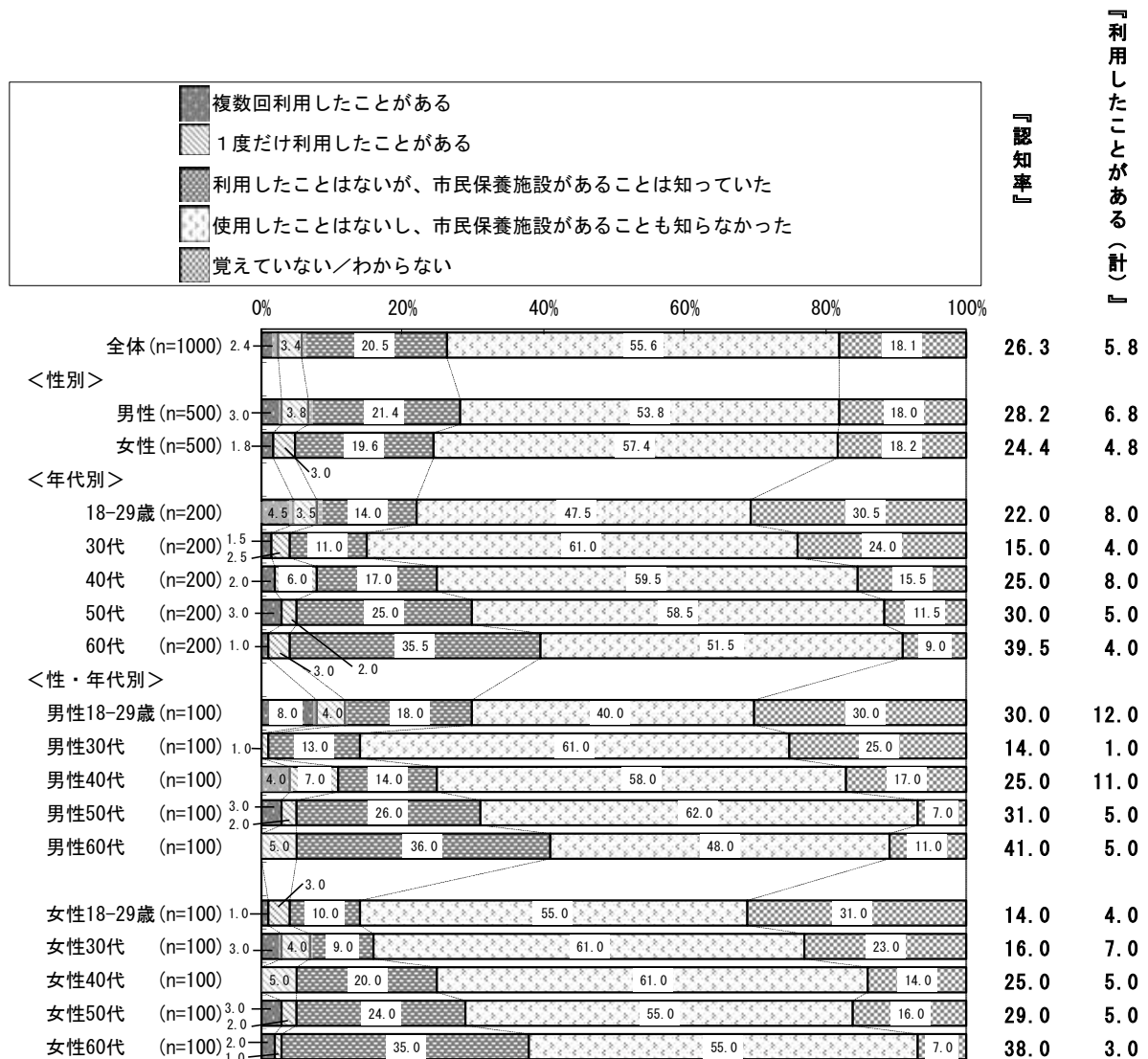
◎年代別で見ると、「3回とる」は、60代(81%)のみ8割を超えた。

【さいたま市市民保養施設について】

Q 8. 市民保養施設の利用

本市では市民の皆様の健康の増進及びレクリエーションの促進を図るため、市民保養施設を管理・運営しております。

あなたは、県外にある市民保養施設(さいたま市ホテル南郷(福島県南会津町)、さいたま市新治ファミリーランド(群馬県みなかみ町))を利用したことがありますか。



【全体結果】「複数回利用したことがある」(2%)と「1度だけ利用したことがある」(3%)と「利用したことはないが、市民保養施設があることは知っていた」(21%)を合わせた『認知率』は、26%であった。

また、「複数回利用したことがある」(2%)と「1度だけ利用したことがある」(3%)を合わせた『利用したことがある(計)』は、6%であった。

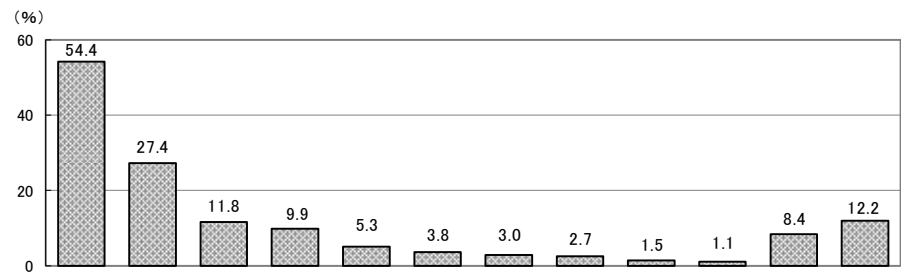
◎性・年代別で見ると、『認知率』は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、60代で38%となった。

(Q8で、「使用したことはないし、市民保養施設があることも知らなかった」、「覚えていない/わからない」以外を回答した人が対象)

Q9. 市民保養施設の認知経路(複数回答)

あなたは、市民保養施設のことを、何で知りましたか。

以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



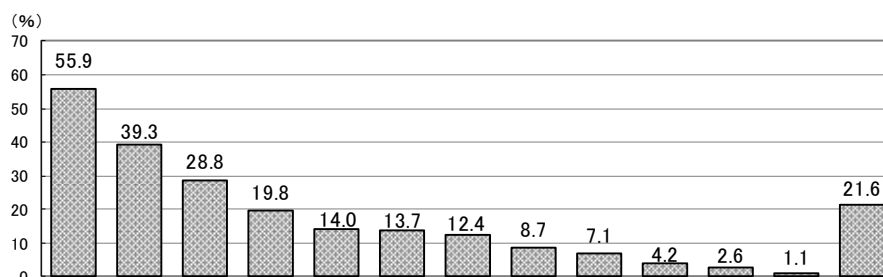
		「市報さいたま」	市のホームページ	自治会回覧	区役所等窓口の配架チラシ	各保養施設のホームページ	市が発信するSNS	YouTube	インターネットブログやまとめサイト	イベントでの啓発	各保養施設が発信するSNS	その他	覚えていない／わからない
全体(n=263)		54.4	27.4	11.8	9.9	5.3	3.8	3.0	2.7	1.5	1.1	8.4	12.2
性別	男性(n=141)	50.4	29.8	14.2	11.3	6.4	4.3	3.5	2.8	0.7	1.4	7.8	9.2
	女性(n=122)	59.0	24.6	9.0	8.2	4.1	3.3	2.5	2.5	2.5	0.8	9.0	15.6
年代別	18-29歳(n=44)	31.8	27.3	25.0	15.9	13.6	15.9	11.4	0.0	2.3	2.3	11.4	9.1
	30代 (n=30)	50.0	26.7	10.0	23.3	10.0	3.3	6.7	6.7	6.7	3.3	6.7	20.0
	40代 (n=50)	54.0	28.0	14.0	16.0	8.0	2.0	0.0	4.0	0.0	2.0	8.0	12.0
	50代 (n=60)	55.0	23.3	5.0	1.7	0.0	1.7	1.7	3.3	0.0	0.0	13.3	13.3
	60代 (n=79)	68.4	30.4	8.9	3.8	1.3	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	3.8	10.1
性・年代別	男性18-29歳(n=30)	30.0	23.3	30.0	10.0	13.3	16.7	13.3	0.0	0.0	3.3	10.0	6.7
	男性30代 (n=14)	57.1	35.7	0.0	28.6	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	7.1
	男性40代 (n=25)	48.0	32.0	20.0	24.0	12.0	0.0	0.0	4.0	0.0	4.0	8.0	8.0
	男性50代 (n=31)	48.4	22.6	6.5	3.2	0.0	3.2	3.2	6.5	0.0	0.0	12.9	16.1
	男性60代 (n=41)	65.9	36.6	9.8	4.9	2.4	0.0	0.0	2.4	2.4	0.0	2.4	7.3
	女性18-29歳(n=14)	35.7	35.7	14.3	28.6	14.3	14.3	7.1	0.0	7.1	0.0	14.3	14.3
	女性30代 (n=16)	43.8	18.8	18.8	18.8	12.5	6.3	12.5	12.5	12.5	6.3	6.3	31.3
	女性40代 (n=25)	60.0	24.0	8.0	8.0	4.0	4.0	0.0	4.0	0.0	0.0	8.0	16.0
	女性50代 (n=29)	62.1	24.1	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.8	10.3
	女性60代 (n=38)	71.1	23.7	7.9	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	13.2

【全体結果】さいたま市市民保養施設を知っていた人(263人)に、その認知経路を聞いたところ、「市報さいたま」が54%で最も高く、「市のホームページ」(27%)が続いた。

- ◎性別で見ると、「市報さいたま」は、女性(59%)が男性(50%)よりも9ポイント高かった。一方、「市のホームページ」、「自治会回覧」は、男性が女性よりも5ポイント高かった。
- ◎年代別で見ると、「市報さいたま」は、年代が上がるにつれ高くなり、60代で68%となった。

Q10. 宿泊施設で重視すること（3つまで回答）

あなたは、宿泊施設を検討する際に、何を重要視していますか。
以下の中から、あてはまるものを3つまで選んでください。



		宿泊金額	宿泊施設の魅力（清潔さや設備の充実度）	宿泊施設の魅力（サービスの内容や宿泊者の口コミ）	宿泊施設までのアクセス（手段）	温泉施設のある宿泊施設であるかどうか	食事の提供がある宿泊施設かどうか	宿泊施設までのアクセス（距離）	観光地にある宿泊施設であるかどうか	非日常性（高級施設サービスや豪華な料理等）	非日常性（居住地では体験できない自然体験等）	幼児や家族が楽しめるレジャーや体験サービスが宿泊施設や近隣にあるかどうか	その他	特になし／わからない
全体(n=1000)		55.9	39.3	28.8	19.8	14.0	13.7	12.4	8.7	7.1	4.2	2.6	1.1	21.6
性別	男性(n=500)	54.6	37.0	25.8	15.4	13.6	13.6	11.4	9.2	7.8	4.6	3.0	1.4	22.6
	女性(n=500)	57.2	41.6	31.8	24.2	14.4	13.8	13.4	8.2	6.4	3.8	2.2	0.8	20.6
年代別	18-29歳(n=200)	48.5	34.0	26.0	16.5	9.5	12.0	15.5	4.5	6.5	7.0	1.0	0.5	29.5
	30代 (n=200)	52.5	41.5	30.5	19.0	7.5	10.5	10.5	6.0	5.5	3.0	7.0	0.0	29.0
	40代 (n=200)	56.0	36.0	31.0	20.5	11.0	13.5	13.5	11.5	7.5	5.5	2.5	1.5	19.5
	50代 (n=200)	64.5	42.5	31.0	16.5	18.5	14.0	9.0	8.0	7.5	2.5	2.0	2.5	16.5
	60代 (n=200)	58.0	42.5	25.5	26.5	23.5	18.5	13.5	13.5	8.5	3.0	0.5	1.0	13.5
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	42.0	28.0	20.0	15.0	14.0	13.0	14.0	6.0	6.0	9.0	0.0	1.0	31.0
	男性30代 (n=100)	55.0	41.0	28.0	19.0	9.0	8.0	12.0	5.0	6.0	4.0	7.0	0.0	29.0
	男性40代 (n=100)	50.0	30.0	25.0	18.0	10.0	13.0	11.0	10.0	8.0	4.0	3.0	3.0	25.0
	男性50代 (n=100)	65.0	42.0	29.0	8.0	15.0	14.0	9.0	10.0	11.0	4.0	4.0	3.0	13.0
	男性60代 (n=100)	61.0	44.0	27.0	17.0	20.0	20.0	11.0	15.0	8.0	2.0	1.0	0.0	15.0
	女性18-29歳(n=100)	55.0	40.0	32.0	18.0	5.0	11.0	17.0	3.0	7.0	5.0	2.0	0.0	28.0
	女性30代 (n=100)	50.0	42.0	33.0	19.0	6.0	13.0	9.0	7.0	5.0	2.0	7.0	0.0	29.0
	女性40代 (n=100)	62.0	42.0	37.0	23.0	12.0	14.0	16.0	13.0	7.0	7.0	2.0	0.0	14.0
	女性50代 (n=100)	64.0	43.0	33.0	25.0	22.0	14.0	9.0	6.0	4.0	1.0	0.0	2.0	20.0
女性60代 (n=100)	55.0	41.0	24.0	36.0	27.0	17.0	16.0	12.0	9.0	4.0	0.0	2.0	12.0	

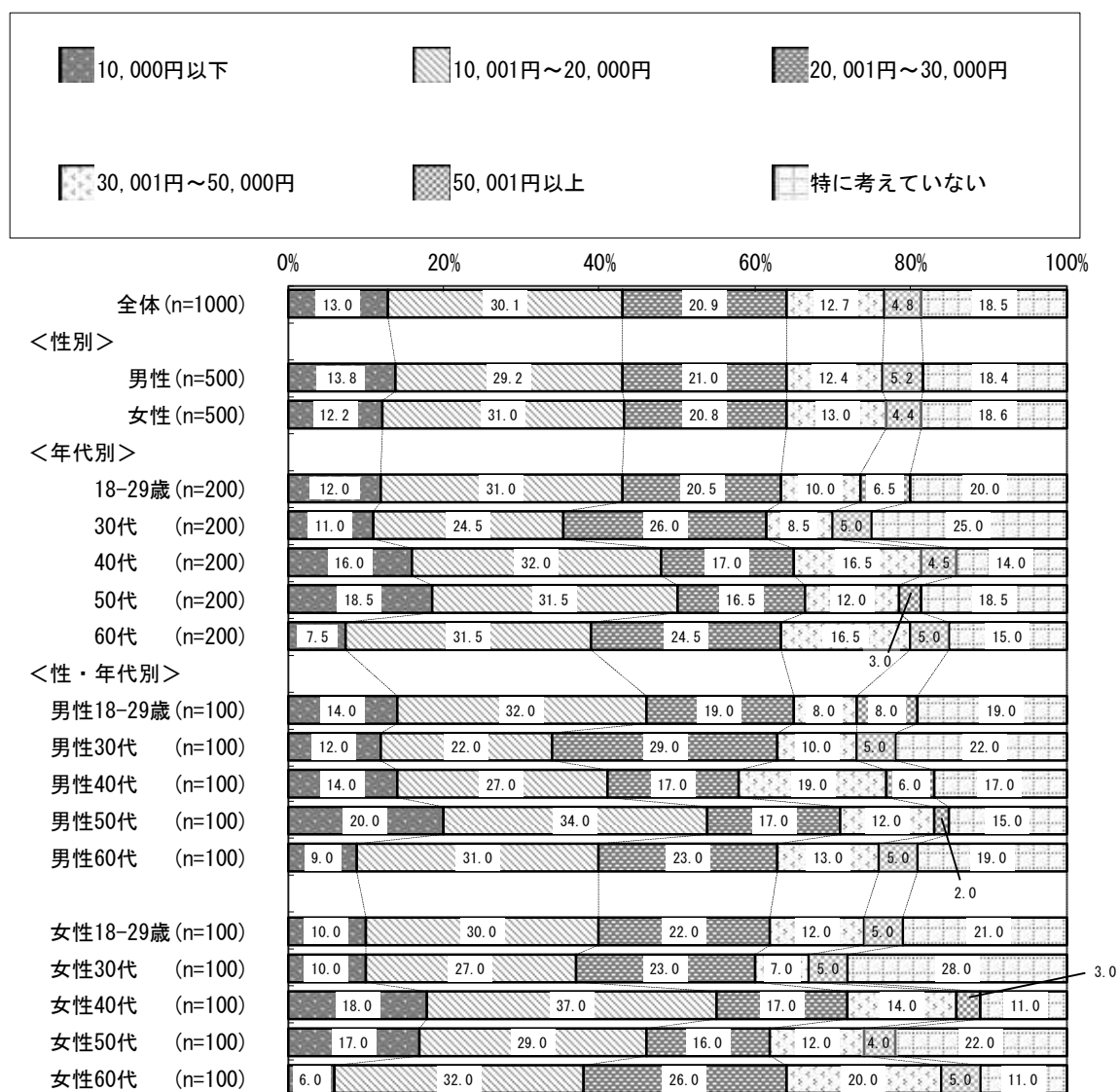
【全体結果】「宿泊金額」が56%で最も高く、「宿泊施設の魅力（清潔さや設備の充実度）」（39%）、「宿泊施設の魅力（サービスの内容や宿泊者の口コミ）」（29%）が続いた。

◎性別で見ると、「宿泊施設の魅力（清潔さや設備の充実度）」、「宿泊施設の魅力（サービスの内容や宿泊者の口コミ）」、「宿泊施設までのアクセス（手段）」は、女性が男性よりも5ポイント以上高かった。

◎性・年代別で見ると、「宿泊施設までのアクセス（手段）」、「温泉施設のある宿泊施設であるかどうか」は、女性では年代が上がるにつれ高くなった。

Q 1 1. 旅行の支出金額

あなたが旅行（宿泊費、交通費、食事代）をする際に目安としている1人当たりの支出金額について教えてください。



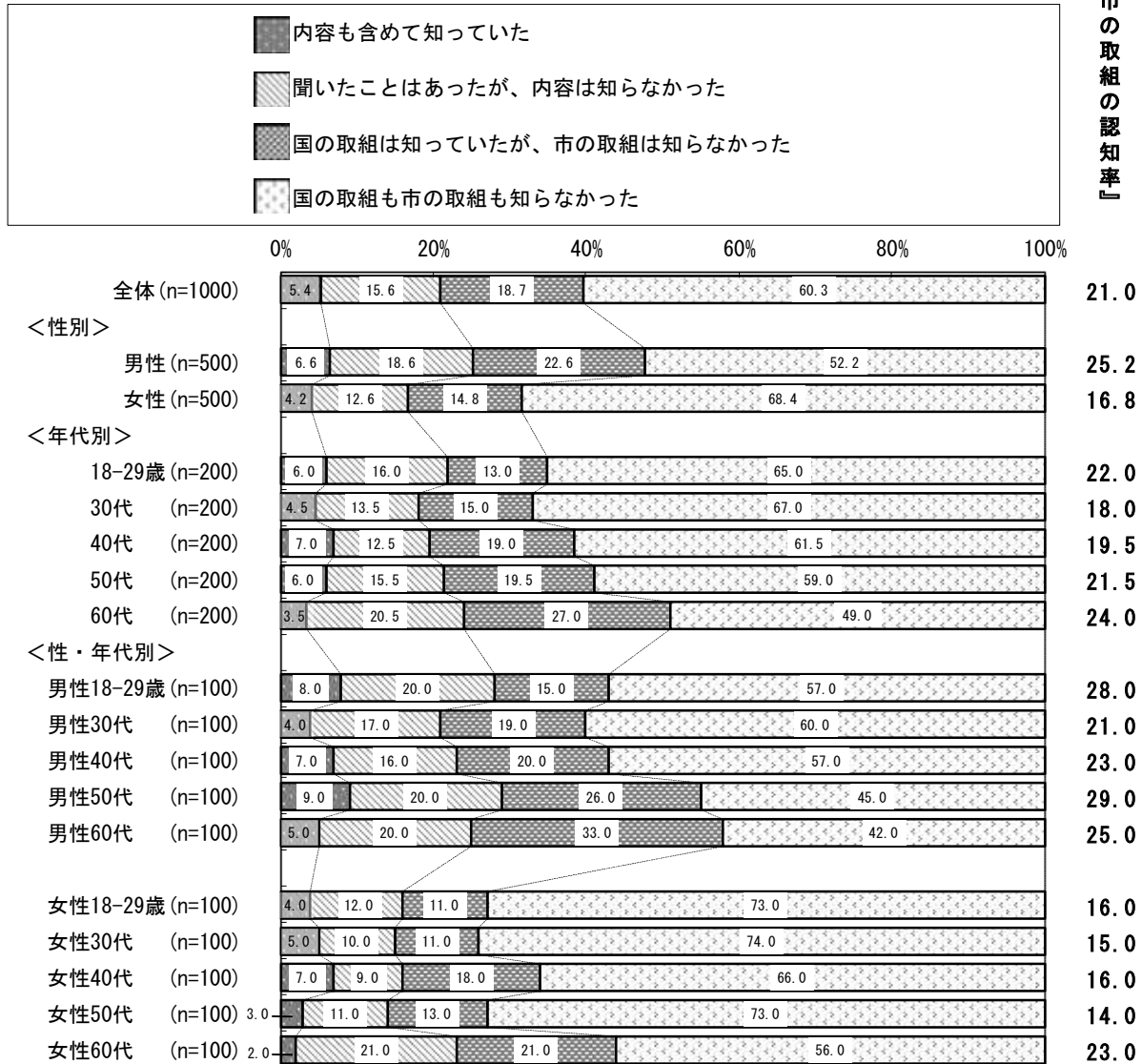
【全体結果】「10,001円～20,000円」が30%で最も高く、「20,001円～30,000円」が21%、「10,000円以下」、「30,001円～50,000円」がともに13%であった。

【さいたま市の温暖化対策について】

Q 1 2. 市の地球温暖化対策の認知度

あなたは、さいたま市のゼロカーボンシティへの取組やさいたま市気候非常事態宣言について知っていましたか。

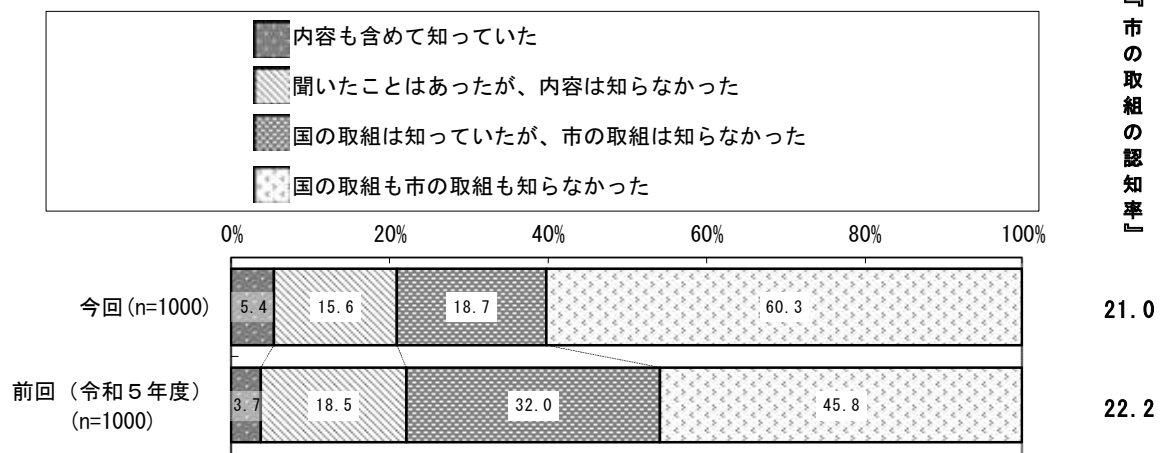
以下の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。



【全体結果】「内容も含めて知っていた」(5%)と「聞いたことはあったが、内容は知らなかった」(16%)を合わせた『市の取組の認知率』は、21%であった。

◎性別で見ると、『市の取組の認知率』は、男性(25%)が女性(17%)よりも8ポイント高かった。
 ◎性・年代別で見ると、「国の取組は知っていたが、市の取組は知らなかった」は、男性では年代が上がるにつれ高くなり、60代で33%となった。

Q 1 2. 市の地球温暖化対策の認知度（経年比較）



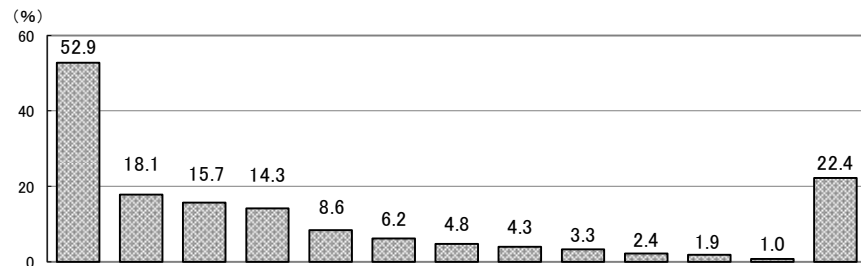
【比較結果】過去の同様の調査結果と比較すると、『市の取組の認知率』は、前回とほぼ同じであった。

(Q12で「内容も含めて知っていた」、「聞いたことはあったが、内容は知らなかった」を回答した人が対象)

Q13. 市の地球温暖化対策の認知経路（複数回答）

あなたは、さいたま市ゼロカーボンシティへの取組やさいたま市気候非常事態宣言のことを、これまで何によって見たり聞いたりしましたか。

以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

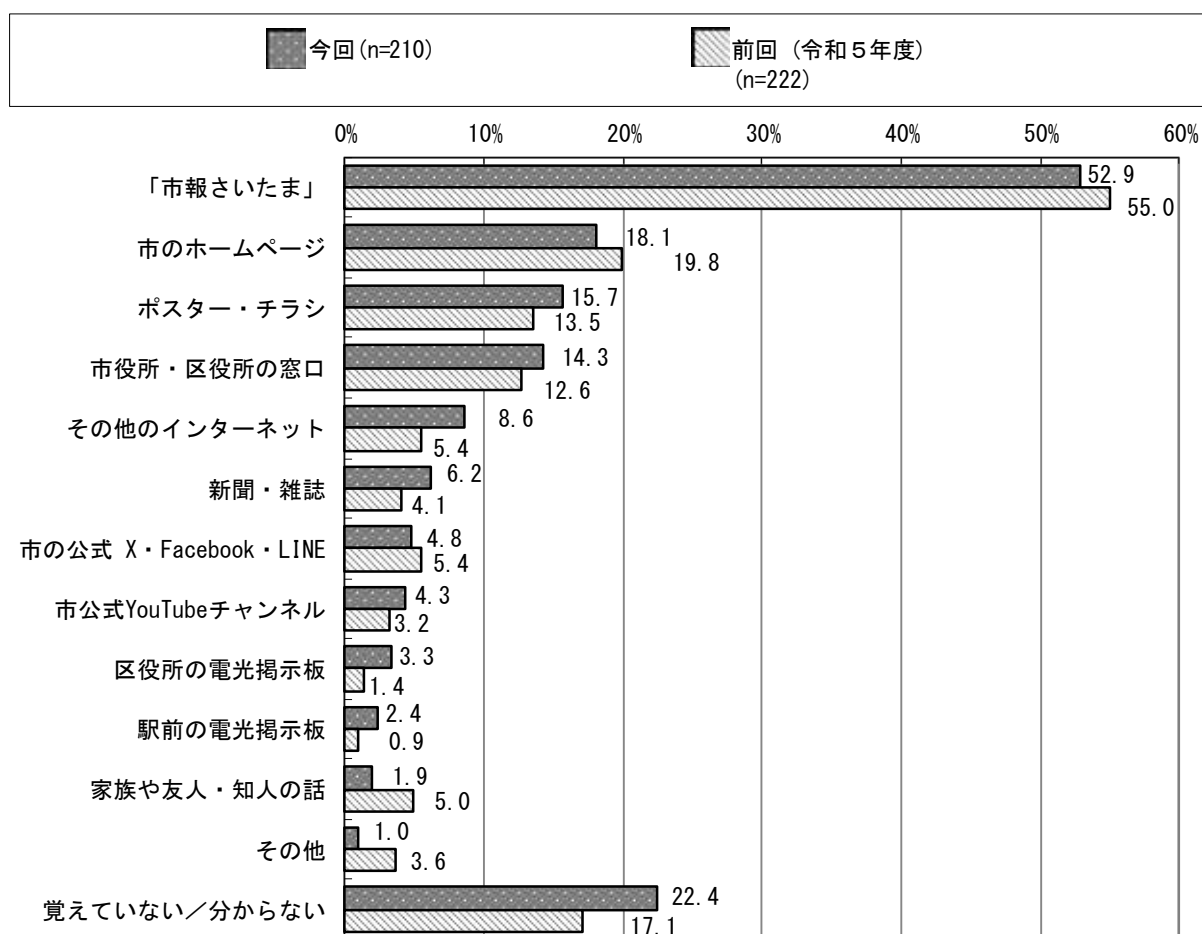


		「市報さいたま」	市のホームページ	ポスター・チラシ	市役所・区役所の窓口	その他のインターネット	新聞・雑誌	市の公式LINE・Facebook	市公式YouTubeチャンネル	区役所の電光掲示板	駅前の電光掲示板	家族や友人・知人の話	その他	覚えていない／分からない
全体(n=210)		52.9	18.1	15.7	14.3	8.6	6.2	4.8	4.3	3.3	2.4	1.9	1.0	22.4
性別	男性(n=126)	49.2	19.0	18.3	15.1	7.1	6.3	4.0	4.8	3.2	2.4	0.8	0.8	24.6
	女性(n=84)	58.3	16.7	11.9	13.1	10.7	6.0	6.0	3.6	3.6	2.4	3.6	1.2	19.0
年代別	18-29歳(n=44)	47.7	29.5	31.8	18.2	13.6	9.1	6.8	11.4	0.0	6.8	2.3	2.3	9.1
	30代 (n=36)	44.4	13.9	22.2	25.0	11.1	8.3	8.3	2.8	5.6	2.8	2.8	2.8	27.8
	40代 (n=39)	48.7	15.4	12.8	15.4	7.7	10.3	7.7	7.7	7.7	0.0	2.6	0.0	25.6
	50代 (n=43)	48.8	14.0	7.0	9.3	0.0	4.7	0.0	0.0	4.7	2.3	2.3	0.0	37.2
	60代 (n=48)	70.8	16.7	6.3	6.3	10.4	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.6
性・年代別	男性18-29歳(n=28)	46.4	28.6	28.6	14.3	14.3	10.7	7.1	14.3	0.0	7.1	0.0	3.6	10.7
	男性30代 (n=21)	33.3	14.3	23.8	19.0	9.5	4.8	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	38.1
	男性40代 (n=23)	52.2	13.0	21.7	26.1	4.3	8.7	4.3	8.7	8.7	0.0	4.3	0.0	17.4
	男性50代 (n=29)	44.8	17.2	6.9	10.3	0.0	6.9	0.0	0.0	6.9	3.4	0.0	0.0	37.9
	男性60代 (n=25)	68.0	20.0	12.0	8.0	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	女性18-29歳(n=16)	50.0	31.3	37.5	25.0	12.5	6.3	6.3	6.3	0.0	6.3	6.3	0.0	6.3
	女性30代 (n=15)	60.0	13.3	20.0	33.3	13.3	13.3	6.7	6.7	13.3	6.7	6.7	6.7	13.3
	女性40代 (n=16)	43.8	18.8	0.0	0.0	12.5	12.5	12.5	6.3	6.3	0.0	0.0	0.0	37.5
	女性50代 (n=14)	57.1	7.1	7.1	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	35.7
	女性60代 (n=23)	73.9	13.0	0.0	4.3	13.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.7

【全体結果】さいたま市の地球温暖化対策について、「内容も含めて知っていた」、「聞いたことはあったが、内容は知らなかった」と回答した人（210人）に、その認知経路を聞いたところ、「市報さいたま」が53%で最も高く、「市のホームページ」（18%）、「ポスター・チラシ」（16%）、「市役所・区役所の窓口」（14%）が続いた。

◎性別で見ると、「市報さいたま」は、女性(58%)が男性(49%)よりも9ポイント高かった。一方、「ポスター・チラシ」は、男性(18%)が女性(12%)よりも6ポイント高かった。

Q 1 3. 市の地球温暖化対策の認知経路（複数回答）（経年比較）

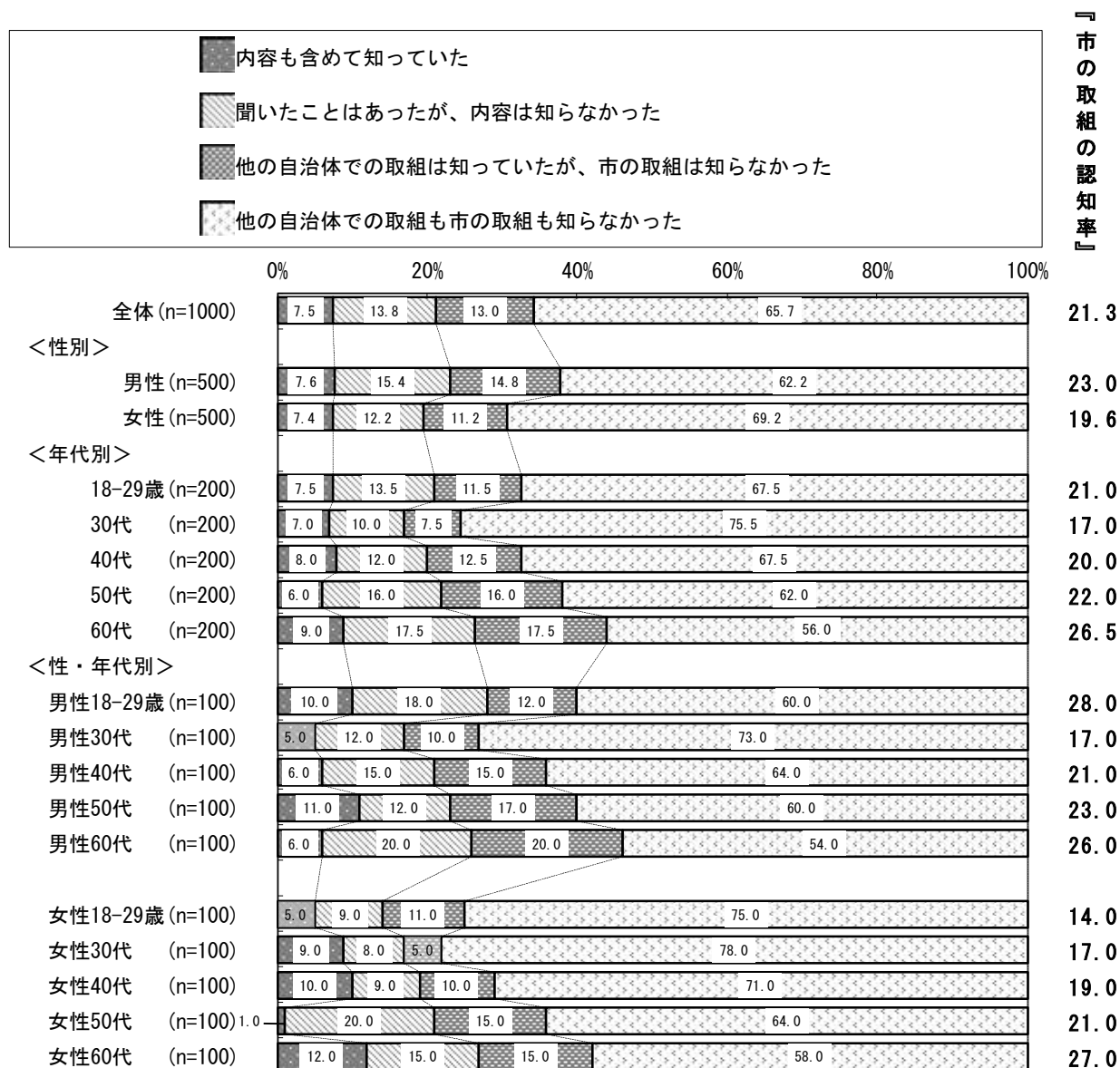


【比較結果】過去の同様の調査結果と比較すると、前回とほぼ同じであった。

Q 1 4. 太陽光発電設備等共同購入事業「みんなのうちに太陽光」の認知度

あなたは、さいたま市が実施している太陽光発電設備等共同購入事業「みんなのうちに太陽光」について知っていましたか。

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。



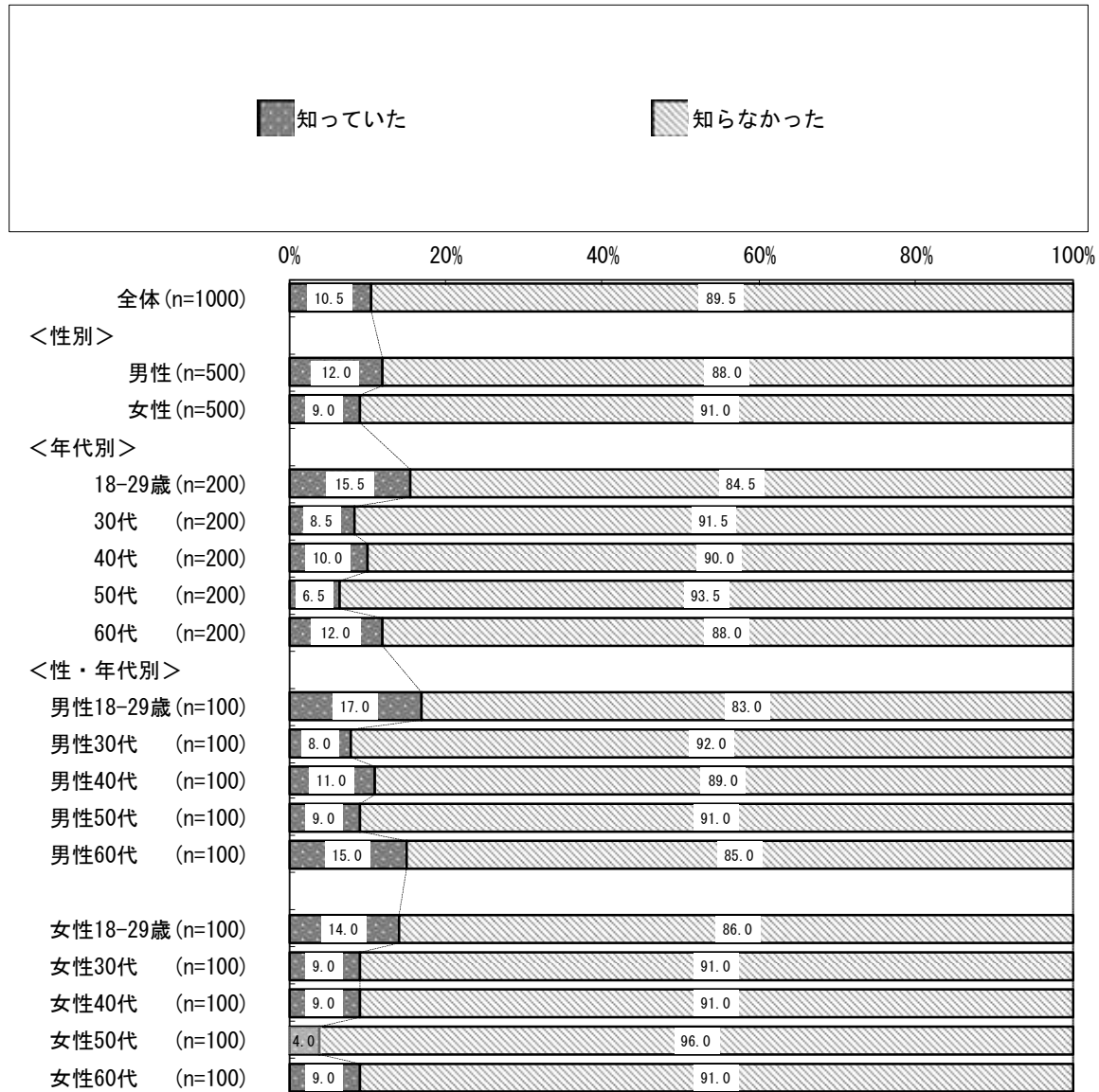
【全体結果】「内容も含めて知っていた」(8%)と「聞いたことはあったが、内容は知らなかった」(14%)を合わせた『市の取組の認知率』は、21%であった。

◎性・年代別で見ると、『市の取組の認知率』は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、60代で27%となった。

【犯罪被害者支援について】

Q 1 5. 「犯罪被害者等支援条例」の認知度

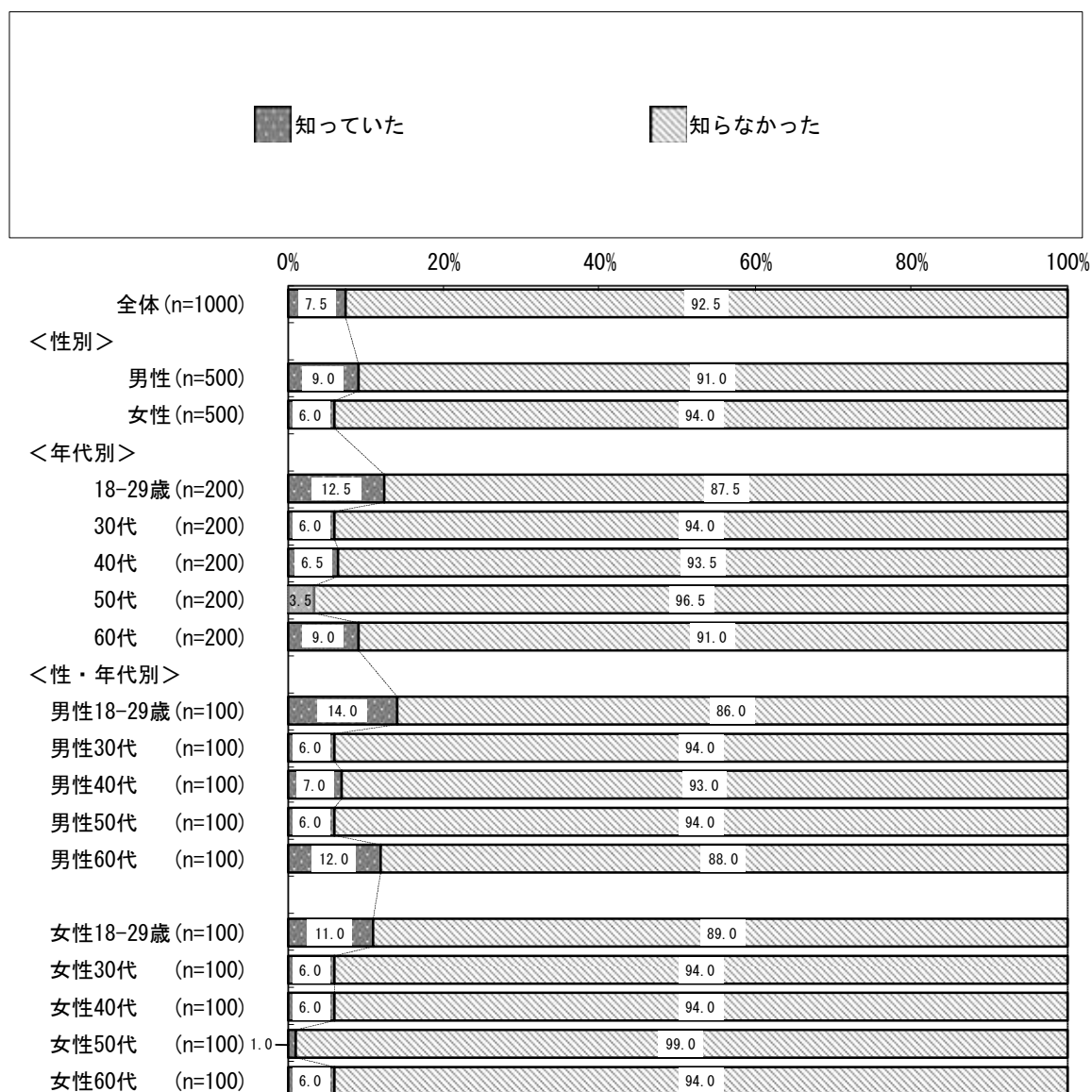
あなたは、さいたま市に「犯罪被害者等支援条例」があることを知っていましたか。
以下、あてはまるものを1つだけ選んでください。



【全体結果】「知らなかった」は90%であった。

Q 1 6. 犯罪被害者支援総合対応窓口の認知度

あなたは、さいたま市に犯罪被害者支援総合的対応窓口があることを知っていましたか。
以下、あてはまるものを1つだけ選んでください。

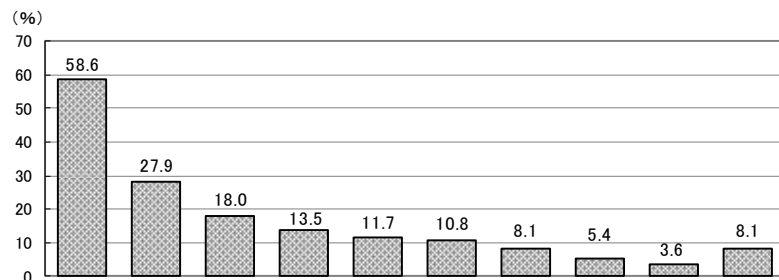


【全体結果】「知らなかった」は93%であった。

(Q15またはQ16で「知っていた」を選択した人が対象)

Q17. 犯罪被害者等支援条例、犯罪被害者支援総合対応窓口の認知経路（複数回答）

あなたは、さいたま市の「犯罪被害者等支援条例」、「犯罪被害者等支援総合対応窓口」を何で知りましたか。以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



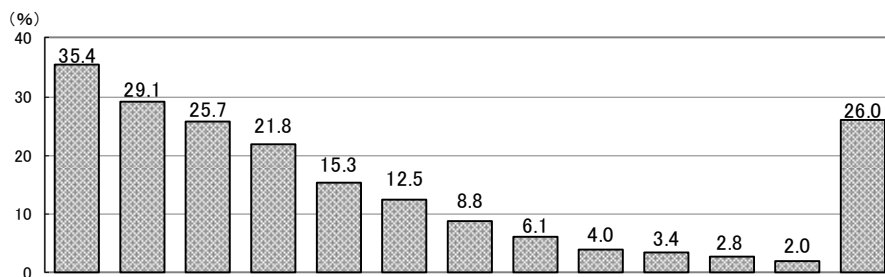
		「市報さいたま」	市のホームページ	SNS (X、LINE、Instagram など)	県や警察、国などの機関のホームページ	ポスターやチラシ	区役所の窓口	市民向けセミナー	家族や友人、知人など	その他	わからない
全体(n=111)		58.6	27.9	18.0	13.5	11.7	10.8	8.1	5.4	3.6	8.1
性別	男性(n=64)	54.7	32.8	17.2	17.2	9.4	9.4	7.8	1.6	3.1	4.7
	女性(n=47)	63.8	21.3	19.1	8.5	14.9	12.8	8.5	10.6	4.3	12.8
年代別	18-29歳(n=34)	38.2	29.4	29.4	11.8	14.7	17.6	14.7	8.8	5.9	14.7
	30代 (n=18)	61.1	38.9	22.2	27.8	16.7	11.1	11.1	5.6	0.0	5.6
	40代 (n=21)	66.7	28.6	19.0	9.5	4.8	4.8	9.5	4.8	4.8	4.8
	50代 (n=13)	69.2	23.1	7.7	15.4	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7
	60代 (n=25)	72.0	20.0	4.0	8.0	8.0	12.0	0.0	4.0	4.0	4.0
性・年代別	男性18-29歳(n=20)	30.0	45.0	35.0	15.0	15.0	15.0	15.0	0.0	10.0	5.0
	男性30代 (n=9)	55.6	44.4	11.1	33.3	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0
	男性40代 (n=11)	63.6	18.2	18.2	9.1	0.0	9.1	9.1	0.0	0.0	9.1
	男性50代 (n=9)	66.7	22.2	0.0	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性60代 (n=15)	73.3	26.7	6.7	13.3	0.0	6.7	0.0	6.7	0.0	6.7
	女性18-29歳(n=14)	50.0	7.1	21.4	7.1	14.3	21.4	14.3	21.4	0.0	28.6
	女性30代 (n=9)	66.7	33.3	33.3	22.2	11.1	11.1	11.1	11.1	0.0	11.1
	女性40代 (n=10)	70.0	40.0	20.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	0.0
	女性50代 (n=4)	75.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	女性60代 (n=10)	70.0	10.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	10.0	0.0

【全体結果】さいたま市の「犯罪被害者等支援条例」または「犯罪被害者支援総合対応窓口」を知っていた人（111人）に、その認知経路を聞いたところ、「市報さいたま」が59%で最も高く、「市のホームページ」（28%）、「SNS（X、LINE、Instagram など）」（18%）が続いた。

◎性別で見ると、「市のホームページ」、「県や警察、国などの機関のホームページ」は、男性が女性よりも8ポイント以上高かった。一方、「市報さいたま」、「ポスターやチラシ」、「家族や友人、知人など」は、女性が男性よりも6ポイント以上高かった。

Q 18. 犯罪被害者支援制度の認知を広げる方法（3つまで回答）

あなたは、本市の犯罪被害者支援制度を広く知っていただくには、どのような方法が有効だと思いますか。以下の中から、あてはまるものを3つまで選んでください。



		「市報さいたま」	SNS (X、LINE、Instagram)	ポスターやチラシ	市のホームページ	駅や商業施設のデジタルサイネージ	街頭啓発やキャンペーン	自治会回覧版	新聞や雑誌	ラジオ	区役所の電光掲示板	市民向けセミナー	その他	わからない
全体(n=1000)		35.4	29.1	25.7	21.8	15.3	12.5	8.8	6.1	4.0	3.4	2.8	2.0	26.0
性別	男性(n=500)	32.8	27.8	24.8	21.8	15.4	13.6	7.6	8.2	5.2	3.6	2.2	2.4	25.4
	女性(n=500)	38.0	30.4	26.6	21.8	15.2	11.4	10.0	4.0	2.8	3.2	3.4	1.6	26.6
年代別	18-29歳(n=200)	19.5	40.0	20.5	15.5	18.5	8.5	4.5	4.0	4.5	4.5	3.5	1.0	33.5
	30代 (n=200)	26.0	33.0	20.0	18.0	20.0	9.5	5.5	4.5	2.0	2.0	3.5	1.5	35.0
	40代 (n=200)	34.0	30.0	25.5	17.5	15.5	14.0	8.5	4.0	7.0	2.5	2.5	3.0	27.5
	50代 (n=200)	42.0	25.0	33.0	22.5	10.5	16.0	9.0	9.5	4.0	3.0	3.0	4.0	17.5
	60代 (n=200)	55.5	17.5	29.5	35.5	12.0	14.5	16.5	8.5	2.5	5.0	1.5	0.5	16.5
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	22.0	38.0	22.0	14.0	20.0	11.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	2.0	32.0
	男性30代 (n=100)	27.0	32.0	19.0	16.0	20.0	12.0	3.0	8.0	3.0	1.0	2.0	1.0	33.0
	男性40代 (n=100)	30.0	25.0	28.0	14.0	16.0	13.0	8.0	4.0	11.0	3.0	1.0	4.0	27.0
	男性50代 (n=100)	34.0	24.0	31.0	27.0	10.0	18.0	10.0	14.0	5.0	3.0	4.0	5.0	16.0
	男性60代 (n=100)	51.0	20.0	24.0	38.0	11.0	14.0	12.0	10.0	2.0	6.0	0.0	0.0	19.0
	女性18-29歳(n=100)	17.0	42.0	19.0	17.0	17.0	6.0	4.0	3.0	4.0	4.0	3.0	0.0	35.0
	女性30代 (n=100)	25.0	34.0	21.0	20.0	20.0	7.0	8.0	1.0	1.0	3.0	5.0	2.0	37.0
	女性40代 (n=100)	38.0	35.0	23.0	21.0	15.0	15.0	9.0	4.0	3.0	2.0	4.0	2.0	28.0
	女性50代 (n=100)	50.0	26.0	35.0	18.0	11.0	14.0	8.0	5.0	3.0	3.0	2.0	3.0	19.0
	女性60代 (n=100)	60.0	15.0	35.0	33.0	13.0	15.0	21.0	7.0	3.0	4.0	3.0	1.0	14.0

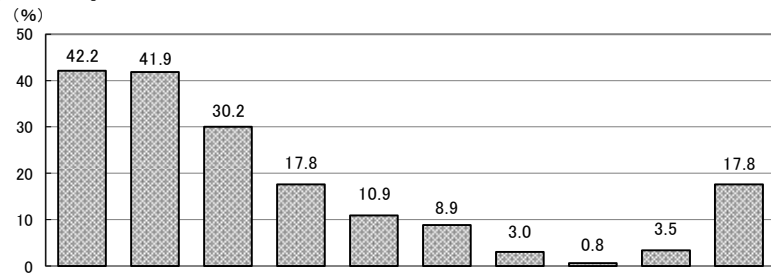
【全体結果】「市報さいたま」が35%で最も高く、「SNS (X、LINE、Instagram)」(29%)、「ポスターやチラシ」(26%)が続いた。

◎性別で見ると、「市報さいたま」は、女性(38%)が男性(33%)よりも5ポイント高かった。
 ◎年代別で見ると、「市報さいたま」は、年代が上がるにつれ高くなり、60代で56%となった。
 一方、「SNS (X、LINE、Instagram)」は、年代が下がるにつれ高くなり、18～29歳で40%となった。

【自殺予防事業について】

Q19. 身近な人から「死にたい」と打ち明けられたときの対応（複数回答）

もしも身近な人から「死にたい」と打ち明けられたら、あなたはどのように対応しますか。以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



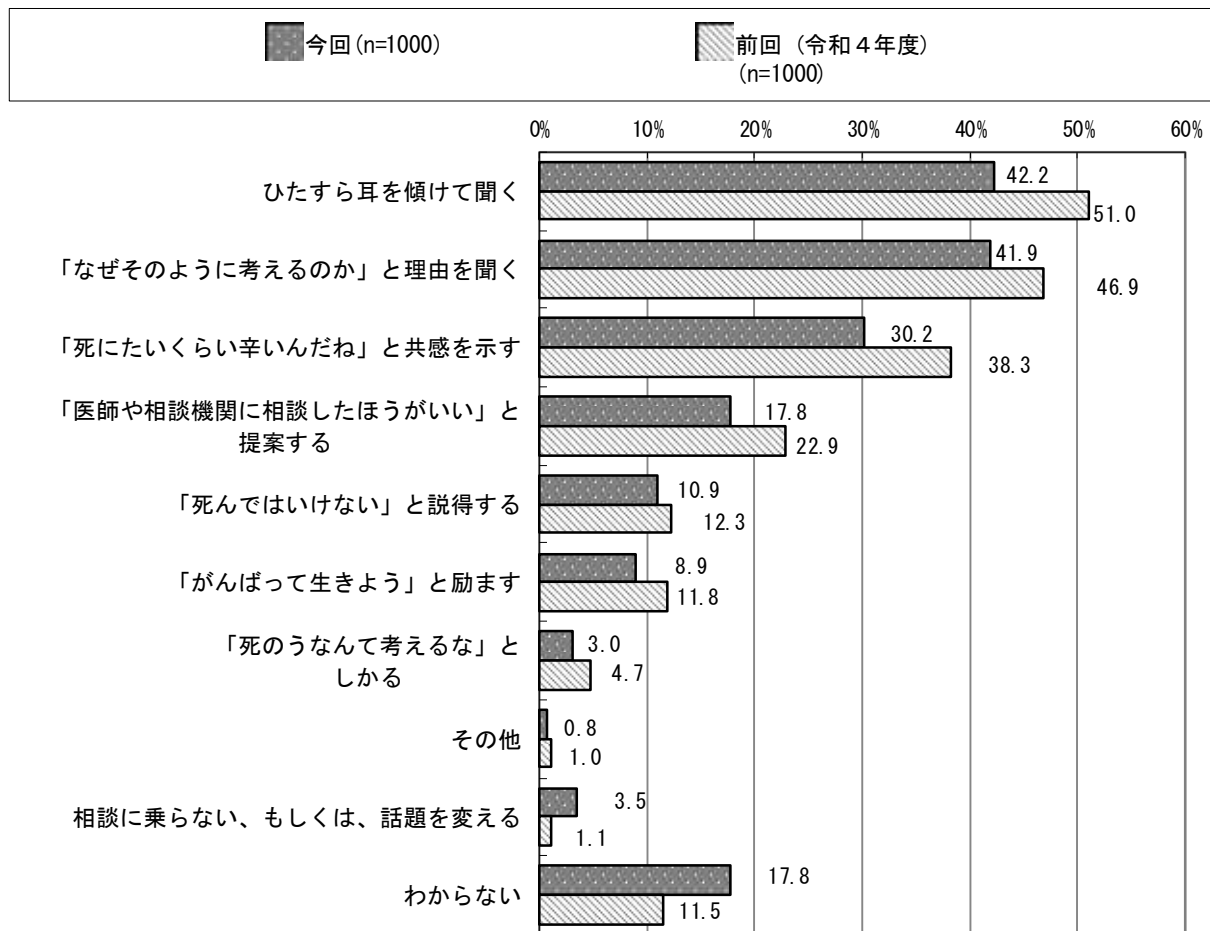
		ひたすら耳を傾けて聞く	「なぜそのような考えるのか」と理由を聞く	「死にたいくらい辛いんだね」と共感を示す	「医師や相談機関に相談したほうがいい」と提案する	「死んではいけない」と説得する	「がんばって生きよう」と励ます	「死のうなんて考えるな」としかる	その他	相談に乗らない、もしくは、話題を変える	わからない
全体(n=1000)		42.2	41.9	30.2	17.8	10.9	8.9	3.0	0.8	3.5	17.8
性別	男性(n=500)	38.2	38.4	24.2	15.0	13.4	10.8	3.8	1.0	4.6	18.4
	女性(n=500)	46.2	45.4	36.2	20.6	8.4	7.0	2.2	0.6	2.4	17.2
年代別	18-29歳(n=200)	42.0	37.5	28.5	15.0	8.0	8.0	3.0	1.0	4.0	19.5
	30代 (n=200)	38.0	42.0	28.5	20.5	6.5	5.5	4.0	0.0	4.5	22.5
	40代 (n=200)	41.0	41.5	31.0	21.0	11.0	9.0	3.0	2.0	3.0	19.0
	50代 (n=200)	43.0	43.5	29.5	16.0	12.5	9.5	2.5	1.0	2.0	15.0
	60代 (n=200)	47.0	45.0	33.5	16.5	16.5	12.5	2.5	0.0	4.0	13.0
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	40.0	34.0	20.0	14.0	14.0	12.0	5.0	1.0	5.0	19.0
	男性30代 (n=100)	41.0	44.0	30.0	19.0	9.0	6.0	3.0	0.0	5.0	21.0
	男性40代 (n=100)	32.0	34.0	23.0	19.0	7.0	7.0	3.0	3.0	5.0	21.0
	男性50代 (n=100)	40.0	41.0	22.0	13.0	18.0	12.0	5.0	1.0	3.0	14.0
	男性60代 (n=100)	38.0	39.0	26.0	10.0	19.0	17.0	3.0	0.0	5.0	17.0
	女性18-29歳(n=100)	44.0	41.0	37.0	16.0	2.0	4.0	1.0	1.0	3.0	20.0
	女性30代 (n=100)	35.0	40.0	27.0	22.0	4.0	5.0	5.0	0.0	4.0	24.0
	女性40代 (n=100)	50.0	49.0	39.0	23.0	15.0	11.0	3.0	1.0	1.0	17.0
	女性50代 (n=100)	46.0	46.0	37.0	19.0	7.0	7.0	0.0	1.0	1.0	16.0
	女性60代 (n=100)	56.0	51.0	41.0	23.0	14.0	8.0	2.0	0.0	3.0	9.0

【全体結果】「ひたすら耳を傾けて聞く」、「「なぜそのような考えるのか」と理由を聞く」がともに42%で最も高く、「死にたいくらい辛いんだね」と共感を示す（30%）が続いた。

◎性別で見ると、「ひたすら耳を傾けて聞く」、「「なぜそのような考えるのか」と理由を聞く」、「死にたいくらい辛いんだね」と共感を示す」は、女性が男性よりも7ポイント以上高かった。一方、「死んではいけない」と説得する」は、男性(13%)が女性(8%)よりも5ポイント高かった。

◎年代別で見ると、「「なぜそのような考えるのか」と理由を聞く」は、年代が上がるにつれ高くなる傾向があり、60代で45%となった。

Q19. 身近な人から「死にたい」と打ち明けられたときの対応（複数回答）（経年比較）

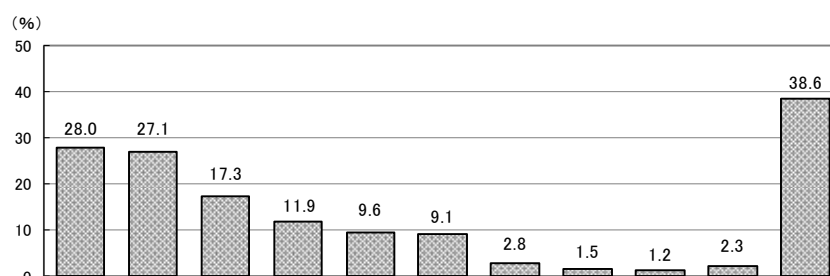


【比較結果】過去の同様の調査結果と比較すると、「ひたすら耳を傾けて聞く」、「「なぜそのような考えるのか」と理由を聞く」、「「死にたいくらい辛いんだね」と共感を示す」、「「医師や相談機関に相談した方がいい」と提案する」は、前回の調査結果よりも5ポイント以上減少した。

Q20. 死んでしまいたいほどの悩みを抱えたときの相談先（複数回答）

もしも、あなたが死んでしまいたいほどの悩みを抱えていたとしたら、あなたは、誰に相談したいと思いますか。

以下の中から、あてはまる人をすべて選んでください。

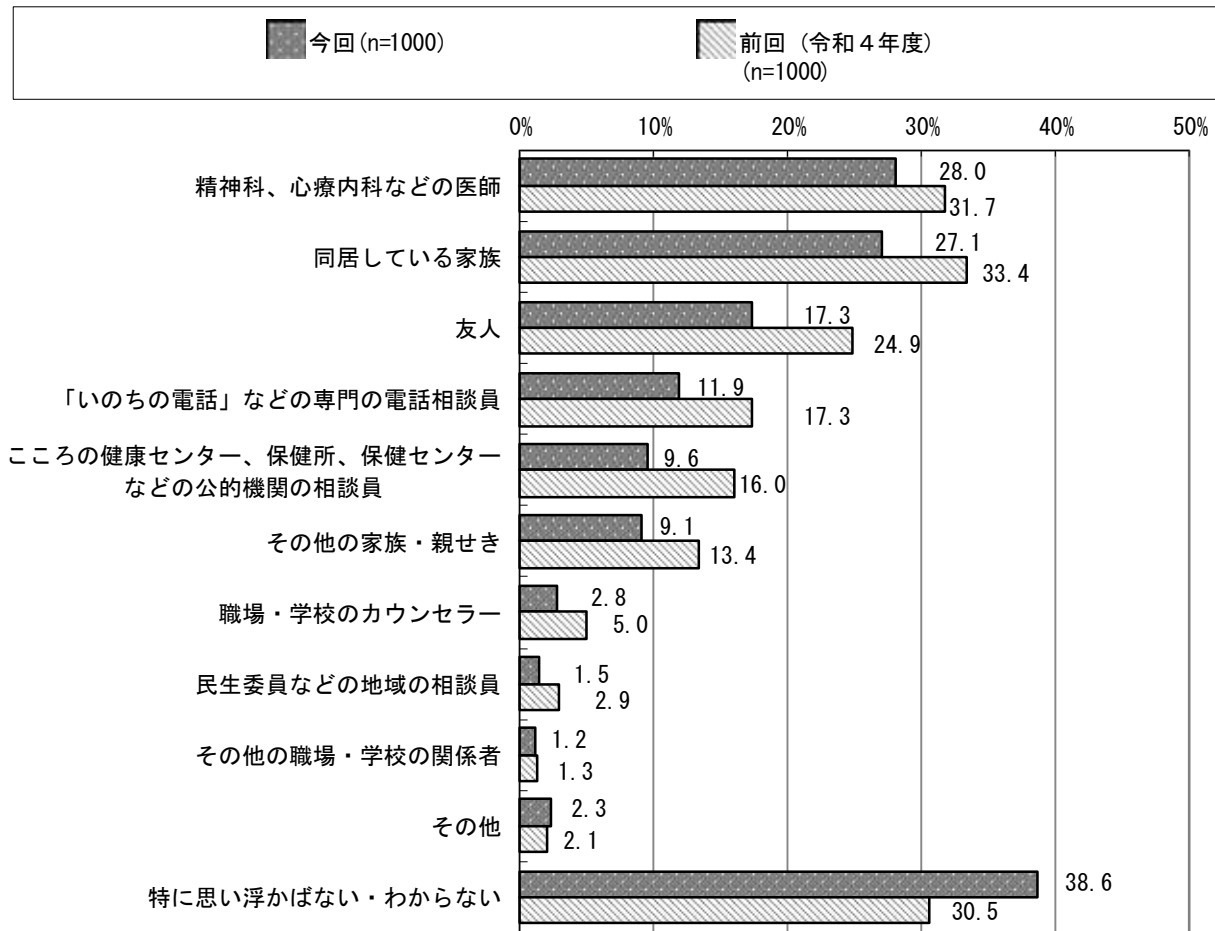


		精神科、心療内科などの医師	同居している家族	友人	「いのちの電話」などの専門の電話相談員	こころの健康センター、保健所の相談員	その他の家族・親せき	職場・学校のカウンセラー	民生委員などの地域の相談員	その他の職場・学校の関係者	その他	特に思い浮かばない・わからない
全体(n=1000)		28.0	27.1	17.3	11.9	9.6	9.1	2.8	1.5	1.2	2.3	38.6
性別	男性(n=500)	26.4	30.2	14.0	12.4	10.2	7.2	4.4	2.4	1.4	1.0	39.2
	女性(n=500)	29.6	24.0	20.6	11.4	9.0	11.0	1.2	0.6	1.0	3.6	38.0
年代別	18-29歳(n=200)	28.0	25.0	20.5	11.0	6.5	12.5	3.0	2.5	0.5	2.5	37.0
	30代 (n=200)	32.5	29.5	19.0	10.0	9.0	12.0	2.5	0.5	2.0	1.0	37.5
	40代 (n=200)	29.5	27.0	14.5	10.5	9.0	5.0	3.5	2.5	2.5	4.5	37.0
	50代 (n=200)	26.5	25.5	15.5	12.5	11.0	10.5	2.0	1.5	1.0	1.5	42.0
	60代 (n=200)	23.5	28.5	17.0	15.5	12.5	5.5	3.0	0.5	0.0	2.0	39.5
性・年代別	男性18-29歳(n=100)	21.0	28.0	20.0	14.0	8.0	10.0	4.0	5.0	1.0	1.0	39.0
	男性30代 (n=100)	33.0	33.0	20.0	9.0	10.0	11.0	4.0	0.0	3.0	0.0	35.0
	男性40代 (n=100)	31.0	32.0	9.0	10.0	10.0	4.0	6.0	4.0	2.0	3.0	37.0
	男性50代 (n=100)	28.0	28.0	9.0	14.0	12.0	5.0	4.0	2.0	1.0	1.0	42.0
	男性60代 (n=100)	19.0	30.0	12.0	15.0	11.0	6.0	4.0	1.0	0.0	0.0	43.0
	女性18-29歳(n=100)	35.0	22.0	21.0	8.0	5.0	15.0	2.0	0.0	0.0	4.0	35.0
	女性30代 (n=100)	32.0	26.0	18.0	11.0	8.0	13.0	1.0	1.0	1.0	2.0	40.0
	女性40代 (n=100)	28.0	22.0	20.0	11.0	8.0	6.0	1.0	1.0	3.0	6.0	37.0
	女性50代 (n=100)	25.0	23.0	22.0	11.0	10.0	16.0	0.0	1.0	1.0	2.0	42.0
	女性60代 (n=100)	28.0	27.0	22.0	16.0	14.0	5.0	2.0	0.0	0.0	4.0	36.0

【全体結果】「精神科、心療内科などの医師」が28%で最も高く、「同居している家族」(27%)、「友人」(17%)が続いた。

◎性別で見ると、「友人」は、女性(21%)が男性(14%)よりも7ポイント高かった。一方、「同居している家族」は、男性(30%)が女性(24%)よりも6ポイント高かった。

Q20. 死んでしまいたいほどの悩みを抱えたときの相談先（複数回答）（経年比較）



【比較結果】過去の同様の調査結果と比較すると、「同居している家族」、「友人」、「こころの健康センター、保健所、保健センターなどの公的機関の相談員」は、前回の調査結果よりも6ポイント以上減少した。

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 | ☐ 6. さいたま市桜区 |
| ☐ 2. さいたま市北区 | ☐ 7. さいたま市浦和区 |
| ☐ 3. さいたま市大宮区 | ☐ 8. さいたま市南区 |
| ☐ 4. さいたま市見沼区 | ☐ 9. さいたま市緑区 |
| ☐ 5. さいたま市中央区 | ☐ 10. さいたま市岩槻区 |
| | ☐ 11. その他（具体的に） <input type="text"/> |

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 | ☐ 9. 女性 18歳未満 |
| ☐ 2. 男性 18～29歳 | ☐ 10. 女性 18～29歳 |
| ☐ 3. 男性 30～39歳 | ☐ 11. 女性 30～39歳 |
| ☐ 4. 男性 40～49歳 | ☐ 12. 女性 40～49歳 |
| ☐ 5. 男性 50～59歳 | ☐ 13. 女性 50～59歳 |
| ☐ 6. 男性 60～69歳 | ☐ 14. 女性 60～69歳 |
| ☐ 7. 男性 70～79歳 | ☐ 15. 女性 70～79歳 |
| ☐ 8. 男性 80歳以上 | ☐ 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、あてはまるものをすべて選んでください。

- ☐ 1. 市のホームページ
- ☐ 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. 市のホームページ
- ☐ 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
- ☐ 2. 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
- ☐ 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

低栄養の予防について、質問します。

Q5 あなたは、以下の言葉を知っていましたか。
必須 あてはまるものをそれぞれ1つだけ選んでください。

1. 「フレイル」 ▲

- ☐ 1. 言葉も内容も知っていた
- ☐ 2. 言葉は聞いたことがあったが、内容は知らなかった
- ☐ 3. 知らなかった

2. 「低栄養」 ▲

- ☐ 1. 言葉も内容も知っていた
- ☐ 2. 言葉は聞いたことがあったが、内容は知らなかった
- ☐ 3. 知らなかった

Q6 あなたは、誰かと一緒に食事をする機会がありますか。
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. 毎日ある
- ☐ 2. 週に何度かある
- ☐ 3. 月に何度かある
- ☐ 4. 年に何度かある
- ☐ 5. ほとんどない

Q7 あなたは普段、食事を1日に何回とりますか。
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. 1回とる
- ☐ 2. 2回とる
- ☐ 3. 3回とる
- ☐ 4. 4回以上とる

さいたま市市民保養施設について、質問します。

Q8 必須 本市では市民の皆様の健康の増進及びレクリエーションの促進を図るため、市民保養施設を管理・運営しております。
あなたは、県外にある市民保養施設（さいたま市ホテル南郷（福島県南会津町）、さいたま市新治ファミリーランド（群馬県みなかみ町））を利用したことがありますか。

- ☐ 1. 複数回利用したことがある
- ☐ 2. 1度だけ利用したことがある
- ☐ 3. 利用したことはないが、市民保養施設があることは知っていた
- ☐ 4. 使用したことはないし、市民保養施設があることも知らなかった
- ☐ 5. 覚えていない／わからない

Q9 必須 あなたは、市民保養施設のことを、何で知りましたか。
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. 市のホームページ
- ☐ 2. 「市報さいたま」
- ☐ 3. 区役所等窓口の配架チラシ
- ☐ 4. 自治会回覧
- ☐ 5. 市が発信するSNS
- ☐ 6. 各保養施設のホームページ
- ☐ 7. 各保養施設が発信するSNS
- ☐ 8. YouTube
- ☐ 9. インターネットブログやまとめサイト
- ☐ 10. イベントでの啓発
- ☐ 11. その他（具体的に）
- ☐ 12. 覚えていない／わからない

Q10 あなたは、宿泊施設を検討する際に、何を重要視していますか。
必須 以下の中から、あてはまるものを3つまで選んでください。

- ☐ 1. 宿泊施設の魅力（清潔さや設備の充実度）
- ☐ 2. 宿泊施設の魅力（サービス内容や宿泊者の口コミ）
- ☐ 3. 宿泊金額
- ☐ 4. 食事の提供がある宿泊施設かどうか
- ☐ 5. 宿泊施設までのアクセス（手段）
- ☐ 6. 宿泊施設までのアクセス（距離）
- ☐ 7. 非日常性（高級施設サービスや豪華な料理等）
- ☐ 8. 非日常性（居住地では体験できない自然体験等）
- ☐ 9. 観光地にある宿泊施設であるかどうか
- ☐ 10. 温泉施設のある宿泊施設であるかどうか
- ☐ 11. 幼児や家族が楽しめるレジャーや体験サービスが宿泊施設や近隣にあるかどうか
- ☐ 12. その他（具体的に）
- ☐ 13. 特にない／わからない

Q11 あなたが旅行（宿泊費、交通費、食事代）をする際に目安としている1人当たりの支出金額について教えてください。
必須

- ☐ 1. 10,000円以下
- ☐ 2. 10,001円～20,000円
- ☐ 3. 20,001円～30,000円
- ☐ 4. 30,001円～50,000円
- ☐ 5. 50,001円以上
- ☐ 6. 特に考えていない

さいたま市の温暖化対策について、質問します。

さいたま市では、ゼロカーボンシティ実現に向け、様々な取組を行っています。

※さいたま市の取組の詳細は以下のサイトをご覧ください。

■ [さいたま市／ゼロカーボン推進（地球温暖化対策）](#)

また、令和3年5月に、さいたま市気候非常事態宣言を発出し、あらゆる主体に呼びかけを行って脱炭素社会に向けた持続可能な都市の実現を目指しています。

※さいたま市気候非常事態宣言の詳細は以下のサイトをご覧ください。

■ [さいたま市／さいたま市気候非常事態宣言](#)

Q12

必須

あなたは、さいたま市のゼロカーボンシティへの取組やさいたま市気候非常事態宣言について知っていましたか。

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。

- ☐ 1. 内容も含めて知っていた
- ☐ 2. 聞いたことはあったが、内容は知らなかった
- ☐ 3. 国の取組は知っていたが、市の取組は知らなかった
- ☐ 4. 国の取組も市の取組も知らなかった

Q13

必須

あなたは、さいたま市ゼロカーボンシティへの取組やさいたま市気候非常事態宣言のことを、これまで何によって見たり聞いたりしましたか。

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. 「市報さいたま」
- ☐ 2. 市役所・区役所の窓口
- ☐ 3. ポスター・チラシ
- ☐ 4. 新聞・雑誌
- ☐ 5. 市のホームページ
- ☐ 6. 市の公式 X・Facebook・LINE
- ☐ 7. 市公式YouTubeチャンネル
- ☐ 8. その他のインターネット
- ☐ 9. 区役所の電光掲示板
- ☐ 10. 駅前の電光掲示板
- ☐ 11. 家族や友人・知人の話
- ☐ 12. その他（具体的に）
- ☐ 13. 覚えていない／分からない

Q14
必須

あなたは、さいたま市が実施している太陽光発電設備等共同購入事業「みんなのうちに太陽光」について知っていましたか。
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。

※「みんなのうちに太陽光」の詳細は以下のサイトをご覧ください。
■ [さいたま市／太陽光パネル及び蓄電池の共同購入の参加者を募集しています](#)

- ☐ 1. 内容も含めて知っていた
- ☐ 2. 聞いたことはあったが、内容は知らなかった
- ☐ 3. 他の自治体での取組は知っていたが、市の取組は知らなかった
- ☐ 4. 他の自治体での取組も市の取組も知らなかった

犯罪被害者等支援について、質問します。

Q15 あなたは、さいたま市に「犯罪被害者等支援条例」があることを知っていましたか。
必須 以下、あてはまるものを1つだけ選んでください。

- ☐ 1. 知っていた
- ☐ 2. 知らなかった

Q16 あなたは、さいたま市に犯罪被害者支援総合的対応窓口があることを知っていましたか。
必須 以下、あてはまるものを1つだけ選んでください。

- ☐ 1. 知っていた
- ☐ 2. 知らなかった

Q17 あなたは、さいたま市の「犯罪被害者等支援条例」、「犯罪被害者等支援総合的対応窓口」を何で知りましたか。
必須 以下の中から、あてはまるものをすべて選んでください。

- ☐ 1. 「市報さいたま」
- ☐ 2. 市のホームページ
- ☐ 3. SNS (X、LINE、Instagramなど)
- ☐ 4. 市民向けセミナー
- ☐ 5. 県や警察、国などの機関のホームページ
- ☐ 6. 区役所の窓口
- ☐ 7. ポスターやチラシ
- ☐ 8. 家族や友人、知人など
- ☐ 9. その他（具体的に）
- ☐ 10. わからない

Q18 あなたは、本市の犯罪被害者支援制度を広く知っていただくには、どのような方法が有効だと思いますか。
必須 以下の中から、あてはまるものを3つまで選んでください。

- ☐ 1. 「市報さいたま」
- ☐ 2. 市のホームページ
- ☐ 3. SNS（X、LINE、Instagram）
- ☐ 4. 市民向けセミナー
- ☐ 5. 街頭啓発やキャンペーン
- ☐ 6. ポスターやチラシ
- ☐ 7. 駅や商業施設のデジタルサイネージ
- ☐ 8. 自治会回覧版
- ☐ 9. ラジオ
- ☐ 10. 区役所の電光掲示板
- ☐ 11. 新聞や雑誌
- ☐ 12. その他（具体的に）
- ☐ 13. わからない

自殺予防事業について、質問します。

Q19 必須 もしも身近な人から「死にたい」と打ち明けられたら、あなたはどのように対応しますか。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. 「死んではいけない」と説得する
- ☐ 2. 「死のうなんて考えるな」としかる
- ☐ 3. 「がんばって生きよう」と励ます
- ☐ 4. 「なぜそのような考えるのか」と理由を聞く
- ☐ 5. 「死にたいくらい辛いんだね」と共感を示す
- ☐ 6. 「医師や相談機関に相談したほうがいい」と提案する
- ☐ 7. ひたすら耳を傾けて聞く
- ☐ 8. その他（具体的に）
- ☐ 9. 相談に乗らない、もしくは、話題を変える
- ☐ 10. わからない

Q20 必須 もしも、あなたが死んでしまいたいほどの悩みを抱えていたとしたら、あなたは、誰に相談したいと思いますか。
以下の中から、あてはまる人をすべて選んでください。

- ☐ 1. 精神科、心療内科などの医師
- ☐ 2. こころの健康センター、保健所、保健センターなどの公的機関の相談員
- ☐ 3. 「いのちの電話」などの専門の電話相談員
- ☐ 4. 民生委員などの地域の相談員
- ☐ 5. 同居している家族
- ☐ 6. その他の家族・親せき
- ☐ 7. 友人
- ☐ 8. 職場・学校のカウンセラー
- ☐ 9. その他の職場・学校の関係者
- ☐ 10. その他（具体的に）
- ☐ 11. 特に思い浮かばない・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202万円です。