

令和3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

実施時	項番	調査名(調査実施課)	反映状況
第1回	1	さいたま市のテレビ広報番組 (広報課)	<p>○番組を知ったきっかけを「市報さいたま」と回答した方が最も多かったため、市報さいたまに番組の周知記事を掲載した(市報さいたま令和4年7月号8ページ)。</p> <p>○見たいと思う番組のテーマで、「各区の見どころや魅力の紹介」「季節に合わせたおすすめスポットの紹介」と回答した割合が多かったため、令和4年度の放送テーマで取り上げた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・桜区のみどころスポット(令和4年5月15日・22日放送) ・大宮の新名所 大宮門街・Bibli(令和4年6月19日・26日放送) ・夏休みは楽しく学ぼう! 宇宙と科学(令和4年8月7日・14日放送) ・さいたま市の真ん中 中央区を散策!(令和4年9月18日・25日放送)
	2	さいたま市総合振興計画 (都市経営戦略部)	○令和3年4月からスタートした総合振興計画を知っていると回答したもののうち、以前の総合振興計画を知らないと回答したものが、どのような経路で総合振興計画を認知したかの結果を、今後の総合振興計画の周知に係る業務の参考とした。
	3	民生委員・児童委員 (福祉総務課)	<p>○若年層からの認知度が低いこと、若年層の相談したい内容が子育て、妊娠、出産等に関することだったことから、子育て支援政策課が取り扱っている子育て応援ブック及びさいたま子育てWEBに、相談先の1つとして民生委員を掲載した。</p> <p>○気軽に相談に行ける存在というイメージの少なさから、市報で民生委員について周知する際、気軽に安心して相談してもらえるような内容を掲載した。</p>
	4	消防団 (消防団活躍推進室)	○さいたま市消防団充実強化計画内基礎資料の時点修正に使用した。
	5	道路に設置されたベンチ (道路環境課)	○『道路内ベンチ設置検討マニュアル』の作成にあたり、設置場所の検討を本調査結果を踏まえて行っている。
	6	水道に関する手続き・問い合わせ (営業課)	○インターネットを用いた使用水量・請求金額の確認や支払い方法変更等のお手続きを望む回答が多かったことから、令和5年1月よりこれらのサービスを提供する「さいたま市水道局アプリ」の運用を開始した。

令和3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

実施時	項番	調査名(調査実施課)	反映状況
第2回	1	新型コロナウイルス感染症や新しい生活様式を踏まえた、今後の住まい方 (住宅政策課)	○新しい生活様式で求められる住宅性能や住宅の改修及び住み替え意向などの把握をもとに、既存住宅流通の促進に向けた施策を検討する際の参考資料とした。
	2	中古住宅 (住宅政策課)	○中古住宅のイメージや中古住宅への住み替え意向などの把握をもとに、既存住宅流通の促進に向けた施策を検討する際の参考資料とした。
	3	キャッシュレス決済 (出納課)	○納付書のスマートフォン決済等の導入 「保険料等の納付書での支払いにキャッシュレス決済を利用したいと思うか」の回答が55.5%であったことが、令和5年度から、介護保険料、後期高齢者医療保険料、保育料等の5科目において、キャッシュレス決済を導入する意思決定の一因となった。 ○窓口におけるキャッシュレス決済の拡大 「手数料等の支払いにキャッシュレス決済を利用したいと思うか」の回答が59.0%であったことが、令和4年12月から、全ての区役所区民課、支所、市民の窓口、市税の総合窓口、市税の窓口において、住民票の写し、税証明等の交付手数料について、キャッシュレス決済を導入する意思決定の一因となった。 また、「手数料等の支払いに利用したいキャッシュレス決済」でQRコード決済が60.2%であったことが、令和4年12月から、大宮盆栽美術館、岩槻人形博物館等の4施設において、QRコード決済を導入する意思決定の一因となった。
	4	アーバンスポーツ (スポーツ政策室)	市民のアーバンスポーツの認知度や実施状況の確認ができたため、今後のアーバンスポーツに係る業務の参考とした。
	5	さいたま市出前講座 (広報課)	○出前講座の認知率が9%となったため、認知度向上のため、周知方法を検討。出前講座を何でしたかの質問に、市報でしたとの回答が多く、また、受講者の年代的にも市報で周知するのが効果的と判断し、市報にて周知を図った。
	6	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28%となったことから、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イベント時における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広告など新たな広報活動を展開し、周知・啓発を図った。

実施時	項番	調査名(調査実施課)	反映状況
第3回	1	区役所における窓口サービス (区政推進部)	○休日窓口の認知率が56%、区役所が開いていると便利だと思う時間帯(土日)にて、8:30~17:15が全体の53%と最も高い割合であったことから、現状の市民ニーズに即した休日開設であると捉え、引き続き毎月最終日曜日※に区役所窓口の休日開設を実施した。※3月は最終土曜日も開設 ○また、開設する窓口は、次の比較的ニーズの高い区民課、保険年金課、支援課の窓口に絞った。
	2	さいたま市の景観 (都市計画課)	○アンケート結果より、自然景観に対して魅力を感じる市民が多かったこと、並びに、景観に配慮した公共施設の整備を求める回答が最も高かったことから、今後予定している「景観計画」の改定の中で、さらなる自然景観の保全や質の高い公共施設の整備が推進できるよう検討を進めている。 ○また、子供たちに向けた景観啓発・教育の充実を要望する回答を受け、令和4年度より本市の景観重要建造物及び景観重要樹木を題材とした「さいたま市景観かるた」を作成し、岩槻小学校において景観教室を開催した。次年度以降も開催を希望する小学校等を対象に実施していく予定である。
	3	公園のルール (都市公園課)	○約半数以上の方が公園内全面禁煙を望んでいることや、約半数の方が条例等による法的な規制を望んでいることから、試験的に4公園を全面禁煙とする実証実験を実施するなど、更なる検討を進めた。 ○ボール遊びが出来るエリアを決めてあればよい、やわらかいボール遊びであればよい等の回答が比較的多かったことから、試験的に2公園において、やわらかいボール遊びが出来るような看板を掲示するなど、更なる検討を進めた。
	4	がん検診 (地域保健支援課)	○がん検診を受診しない理由で、「費用がかかる」「予約が面倒」という回答が上位にあがっていたことを受け、SNSの受診勧奨やがん検診のパネル展示の際に、費用面や予約(受診)方法について情報発信を行った。
	5	成年年齢引き下げに伴う契約 (消費生活総合センター)	○成年年齢引下げにより18、19歳でも親等の同意なく契約できるようになることの認知率が38.6%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、パネル展示などの広報活動を行った。
	6	さいたま市の情報発信 (広報課)	○各媒体(特に市報さいたま)において、簡潔な文章や行政用語の言い換えなどを意識し、広報を行った。 ○市報さいたまにおいて、二次元コードの掲載を増やし、情報へのアクセス向上を図った。

令和3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

実施時	項番	調査名(調査実施課)	反映状況
第4回	1	市ホームページの利便性 (広報課)	○「市ホームページから知りたい情報を入手できているか」の回答である「いつも入手できている」と「たまに入手できないことがある」を合わせた『大体入手できている』が81.0%となったことから、「ホームページ改善計画」を策定した際に目標値を85.0%として設定した。 ○「市ホームページから情報を入手できなかった理由」及び「市ホームページに望むこと」に対する回答を参考に、「ホームページ改善」における課題と対応策を設定した。
	2	さいたま市への愛着 (シティセールス推進課)	○さいたま市誕生20周年事業の達成度として利用した。 さいたま市に愛着を感じている市民の割合 R2年度78%→R3年度84%と目標を設定し、結果67.5% さいたま市が20周年であることを知っている市民の割合 R2年度35%→R3年度78%と目標を設定し結果47.8%
	3	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)」をあまり読んでいない、またはまったく読んでいないと答えた人(500人)に、その理由を聞いたところ、「市議会に興味がないから」が24.4%で最も高かったことから、令和4年度は、市議会本会議や委員会の仕組みをわかりやすく解説する特集記事の企画など、市民の興味と関心を引くような記事の掲載に努めた。 ○テレビ広報番組「ようこそさいたま市議会へ」について、特に20代・30代・40代の認知率が2割未満と低かったことから、「ロクマル」でテレビ広報番組の制作現場の裏側を紹介する特集記事を掲載したほか、YouTubeやSNSを活用した番組告知などを積極的に行った。
	4	新型コロナウイルスワクチン追加接種(3回目接種) (新型コロナウイルスワクチン対策室)	○「3回目のワクチン接種意向」について、「接種する」または「おそらく接種する」と回答した30代以下の割合が低かったことから、仕事や学校帰りに接種を受けやすくなるよう夜間帯まで集団接種会場の受付時間を延長するとともに、急な空き時間にも接種できるよう当日予約接種及び予約なし接種を実施した。 ○「3回目のワクチン接種をしない理由」として、「接種直後の副反応や健康被害が心配」という声が43%と最も高かったことから、市報等で副反応の相談窓口についての情報提供を行うとともに、接種後に体調が悪くなった際にも迅速に対応できるよう接種会場の体制や手順等について再確認を行った。 ○今後のワクチン接種意向で「おそらく接種しない」または「接種しない」と回答した割合が87%と高かったことから、ファイザー社やモデルナ社のワクチンで1・2回目を接種できる会場を継続するとともに、武田社(ノババックス)のワクチンで1・2回目接種ができる集団接種会場を開設し、また、その情報をホームページだけでなくSNSに掲載する等広報活動を強化することで、接種率の向上を図った。
	5	食品ロス (資源循環政策課)	○さいたま市の食品ロス削減施策の認知度がいずれも数パーセントと低いことから、普及啓発を促すため、食品ロス削減全国大会を開催した。