

2 考察

■ 回答者について

性別については、男性が 45.7%、女性が 53.9%となっています。年齢については、70 歳以上が 22.0%と最も高くなっており、前回調査と同様の傾向となっています。家族構成については、全体の 55.7%が「核家族世帯（親と子ども）」と最も高くなっています。加古川市での居住年数については、全体の約 66.4%が「20 年以上」と最も高くなっています。

職業については、「会社員、公務員」が 39.0%、「無職（学生、専業主婦・主夫を除く）」が約 15.3%となっています。通勤・通学先については、全体の 31.9%が「加古川市内」となっています。普段利用する交通手段については、全体の 57.2%が「自動車」となっています。

結婚の状況と子どもの有無については、「結婚している」が全体の 65.9%、子どもが「いる」人が全体の約 66.9%となっています。

■ 市の政策に対する満足度・重要度について

満足度のスコアをみると、「下水道の整備」、「水道水の供給」、「消防や救急・救命体制」などが上位に挙がっています。一方で、「バスの便利さ」、「観光の振興」などのスコアが低くなっています。重要度については、「安心できる医療体制」、「消防や救急・救命体制」、「水道水の供給」などが上位に挙がっています。

重要度が高いが満足度が低い項目（重要度が平均以上かつ満足度が平均以下の項目）としては、「地域福祉の推進」「農業の振興」「商業・サービス業の振興」「就業機会の確保や働き方改革の推進」「ポイ捨てやペットのふん害防止」「幹線道路の整備」「結婚・出産・子育てに関する支援」「高齢者に対する支援」「公共交通機能の充実」「大気や水質などの環境対策」「生活に身近な道路の安全性や便利さ」「防災・防犯のための基盤の整備」「防犯・交通安全対策の推進」が挙げられます。

■ 防災対策・防犯対策について

防災対策については「何も取り組んでいるものはない」が 36.6%、防犯対策については「何も取り組んでいるものはない」が 32.2%となっており、いずれも前回調査と比較して大きな変化はみられません。今後は、こうした層の減少に向けた取組を検討していく必要があると考えられます。

■ 子育てと仕事に関することについて

加古川市が子育てしやすいまちだと感じるかについては、“感じる”（「感じる」と「やや感じる」の合計）が 61.8%、子育てと仕事の両立について理解が進んでいると思うかについては、“感じる”が 67.7%となっており、いずれも前回調査と比較すると大幅に上昇しています。

一方で、子育てしやすいまちと感ぜない理由としては、「こどもが遊べる場所がない」が 47.9%と最も高く、子育てと仕事の両立について理解が進んでいると感ぜない理由としては、「職場での理解や支援が不十分」が 49.1%と最も高くなっています。

■ 協働のまちづくりについて

市民活動の参加状況については、参加している人が全体の 11.6%となっています。

市民活動への参加意向については、“参加したい”（「ぜひ参加したい」と「機会があれば参加したい」の合計）の割合が 46.8%、“参加したくない”（「参加したくない」と「あまり参加したいとは思わない」）の割合が 53.2%となっています。

いずれの項目についても、前回調査と比較して大きな変化はみられません。市民活動への参加状況は低い水準にとどまっている一方で、「機会があれば参加したい」と考える人が一定数存在していることから、参加のきっかけとなる機会の創出や参加しやすい環境づくりが重要であると考えられます。

■ SDGsの取組について

SDGsの取組については、「よく知っていて、具体的な目標も理解している」が11.4%、「名前は聞いたことがあり、おおまかな内容を理解している」が47.5%となっており、内容を理解していると回答した人の合計は50%を超えています。男女ともに70歳以上では「知らない」の割合が他の性年代に比べて高い傾向がみられます。

また、SDGsを意識した行動を行っているかについては、「積極的に行っている」が10.2%、「時々行っている」が38.8%となっており、SDGsについて一定程度理解している層においては、何らかの行動につながっている傾向がうかがえます。

■ 市政などに関する情報の認知状況

市政に関する項目の認知度については、「見守りカメラ」の割合が79.6%と最も高く、次いで「棋士のまち加古川」の割合が67.3%、「みとろの丘（見土呂フルーツパーク）のリニューアル」の割合が58.0%となっています。

また、前回調査と比較すると、「権現総合公園のリニューアル」は27.3%から42.0%へ上昇している一方で、「みとろの丘（見土呂フルーツパーク）のリニューアル」や「子育てプラザ」については低下しています。リニューアル直後の事業については認知度が高まる傾向がみられる一方で、時間の経過とともに認知度が低下する可能性があることがうかがえます。