

パートナーシップのまちづくり  
市民アンケート調査報告書

令和 5 年 7 月

大野城市役所コミュニティ文化課

## 目 次

|                    |    |
|--------------------|----|
| I 調査概要             | 3  |
| 1. 目的              |    |
| 2. 実施期間            |    |
| 3. 調査対象者           |    |
| 4. 調査方法            |    |
| 5. 回収結果            |    |
| 6. 分析規則            |    |
| II 基礎情報            | 4  |
| 1. 性別              |    |
| 2. 年齢              |    |
| 3. 職業              |    |
| 4. 世帯構成            |    |
| 5. 居住形態            |    |
| 6. 居住地域            |    |
| 7. 居住年数            |    |
| 8. 愛郷心             |    |
| 9. 居留意欲            |    |
| 10. 行政サービスのあり方     |    |
| 11. クロス分析          |    |
| III 分野別調査（公益活動）    | 11 |
| 1. 活動実績（直近1年）      |    |
| 2. 活動内容（実績）        |    |
| 3. 活動拠点            |    |
| 4. 活動理由            |    |
| 5. 活動意欲            |    |
| 6. 活動内容（意向）        |    |
| 7. 不参加理由（複数回答）     |    |
| 8. 活性化の方策          |    |
| 9. 参加意欲（課題解決型公益活動） |    |
| 10. 得意分野           |    |
| 11. 得意分野（複数回答）     |    |
| 12. コロナによる意識の変化    |    |
| 13. コミュニケーションツール   |    |
| 14. ツール活用の方策（複数回答） |    |
| 15. クロス分析          |    |

|                     |    |
|---------------------|----|
| IV 分野別調査（公民館）       | 27 |
| 1. 利用頻度             |    |
| 2. 利用日時             |    |
| 3. 低利用理由            |    |
| 4. 開館時間             |    |
| 5. 休館日              |    |
| 6. 情報提供             |    |
| V 分野別調査（コミュニティセンター） | 30 |
| 1. 利用頻度             |    |
| 2. 低利用理由            |    |
| 3. 情報提供             |    |
| VI 分野別調査（コミュニティ施策）  | 33 |
| 1. 事業認知度・利用度        |    |
| 2. コミュニティによるまちづくり   |    |
| 3. パートナーシップによるまちづくり |    |
| VII 総合分析            | 38 |
| 1. 現状分析             |    |
| 2. 今後の検討事項          |    |
| 調査票                 | 41 |

## I 調査概要

### 1. 目的

平成 29 年度に策定したコミュニティ構想 Ver.2 に基づくこれまでの施策の成果のほか、パートナーシップのまちづくりに対する市民の意識や実態の現状及び変化を確認し、コミュニティ構想 Ver.2 の評価及びシン・コミュニティ構想に反映するための基礎資料とするもの。

### 2. 実施期間

令和 5 年 7 月 3 日（月）から令和 5 年 7 月 17 日（月）まで

### 3. 調査対象者

コミュニティごとの人口に着目した層化無作為抽出方式による 16 歳以上の市民

### 4. 調査方法

1,500 件を郵送にて送付・回収※

※アンケート用紙に QR コードを設定し WEB での回答も可とする

### 5. 回収結果

WEB 143 件（回収率 9.5%）

郵送 492 件（回収率 32.8%）

---

合計 635 件（回収率 42.3%）

### 6. 分析規則

集計結果における百分率の表記については小数点第二位を四捨五入することとする。そのため、百分率の合計は 100.0%にならない場合がある。

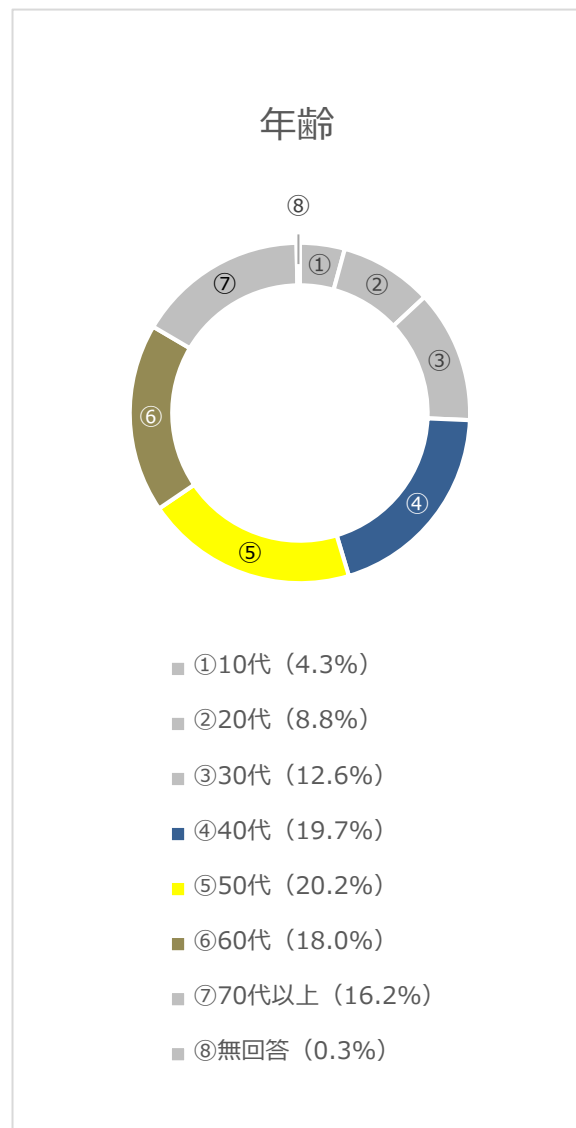
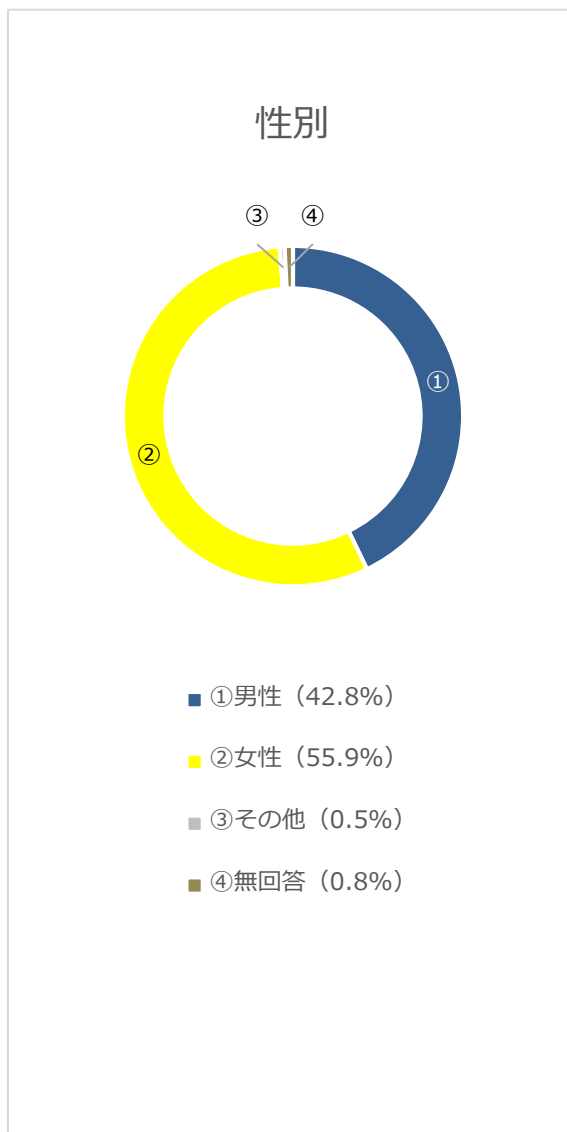
## Ⅱ 基礎情報

### 1. 性別

|     |     |
|-----|-----|
| 男性  | 272 |
| 女性  | 355 |
| その他 | 3   |
| 無回答 | 5   |

### 2. 年齢（回答数/発送数）

|       |         |             |
|-------|---------|-------------|
| 10代   | 27/82   | （回収率 32.9%） |
| 20代   | 56/194  | （回収率 28.9%） |
| 30代   | 80/236  | （回収率 33.9%） |
| 40代   | 125/298 | （回収率 41.9%） |
| 50代   | 128/280 | （回収率 45.7%） |
| 60代   | 114/210 | （回収率 54.3%） |
| 70代以上 | 103/200 | （回収率 51.5%） |
| 無回答   | 2       |             |



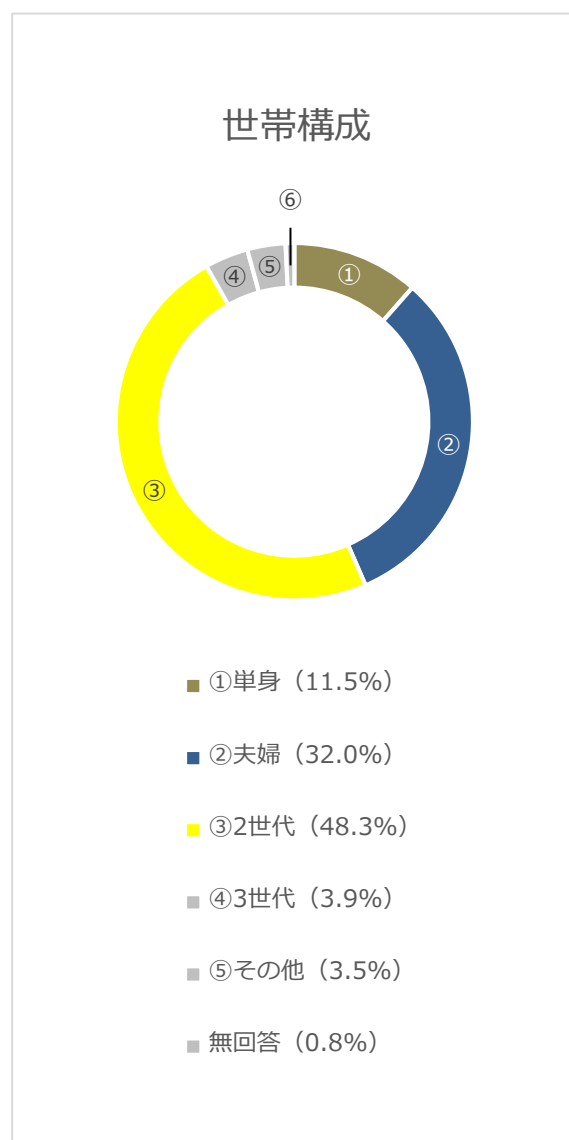
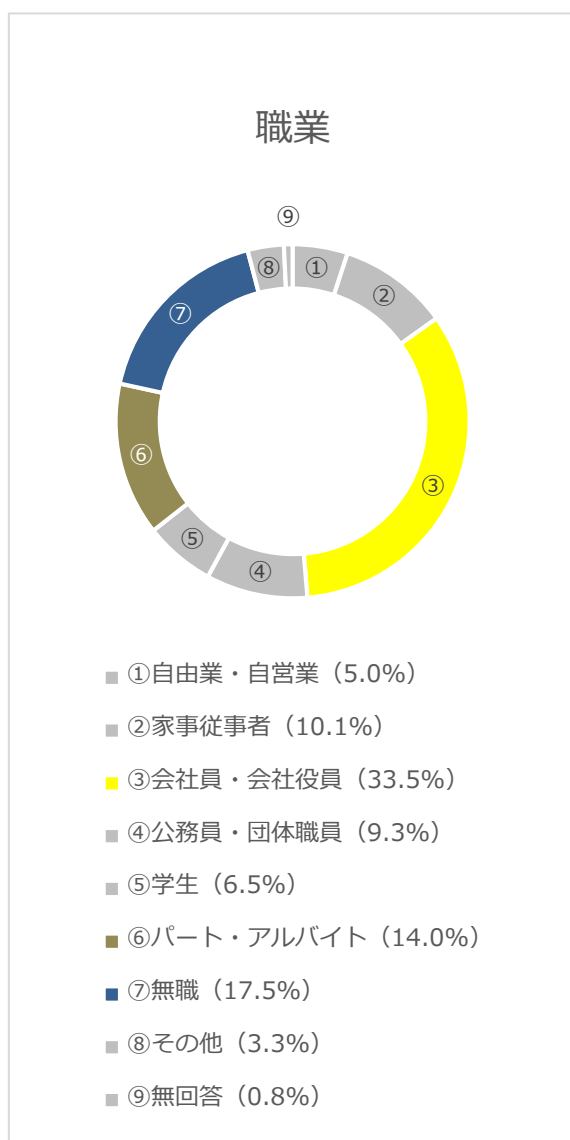
- 性別については、「女性」の回答者が多い。
- 年齢については、「50代」までは、年代が上がるに連れて回収率は上昇する傾向にある。「50代」を超えると、年代が上がるに連れて回収率は減少する傾向にある。

### 3. 職業

|           |     |
|-----------|-----|
| 自由業・自営業   | 32  |
| 家事従事者     | 64  |
| 会社員・会社役員  | 213 |
| 公務員・団体職員  | 59  |
| 学生        | 41  |
| パート・アルバイト | 89  |
| 無職        | 111 |
| その他       | 21  |
| 無回答       | 5   |

### 4. 世帯構成

|     |     |
|-----|-----|
| 単身  | 73  |
| 夫婦  | 203 |
| 2世代 | 307 |
| 3世代 | 25  |
| その他 | 22  |
| 無回答 | 5   |



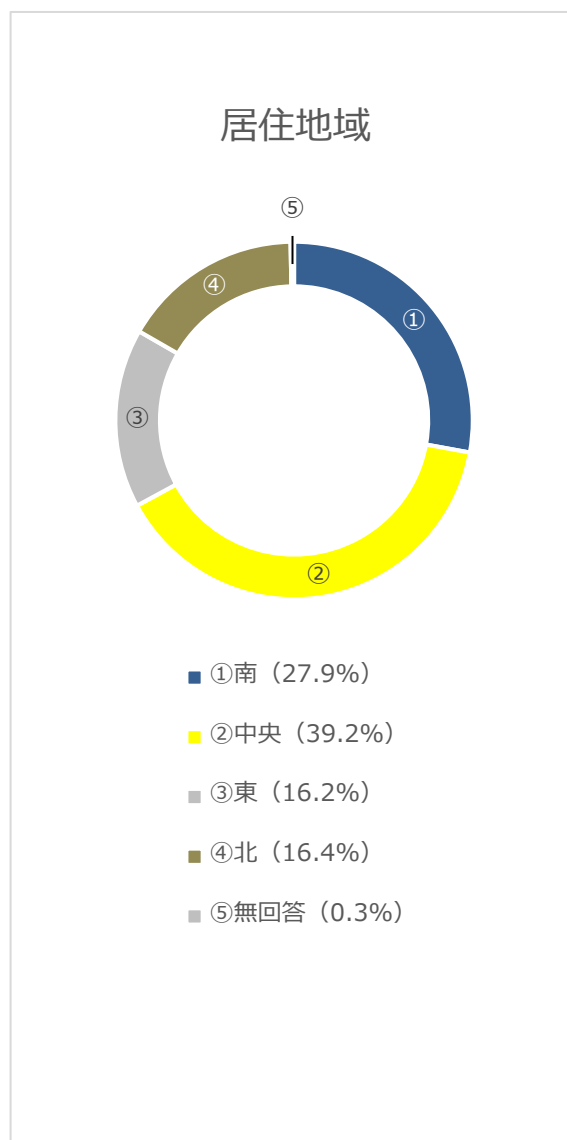
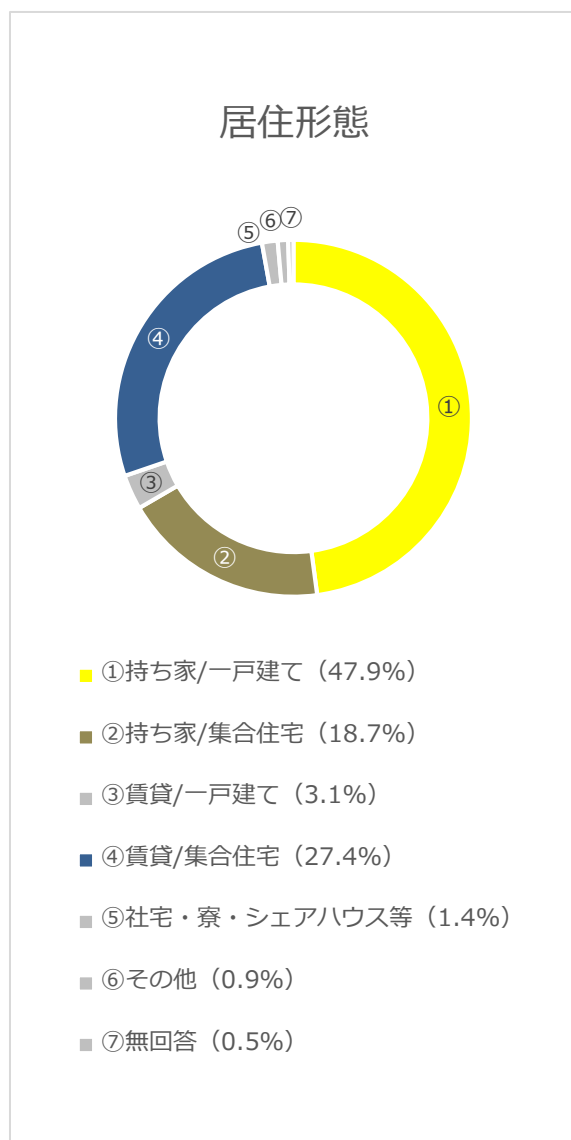
- 職業については、「会社員・会社役員」が最も多く、「無職」、「パートアルバイト」も多い。
- 世帯構成については、「2世代」が最も多く、約50%を占めている。

## 5. 居住形態

|              |     |
|--------------|-----|
| 持ち家/一戸建て     | 304 |
| 持ち家/集合住宅     | 119 |
| 賃貸/一戸建て      | 20  |
| 賃貸/集合住宅      | 174 |
| 社宅・寮・シェアハウス等 | 9   |
| その他          | 6   |
| 無回答          | 3   |

## 6. 居住地域

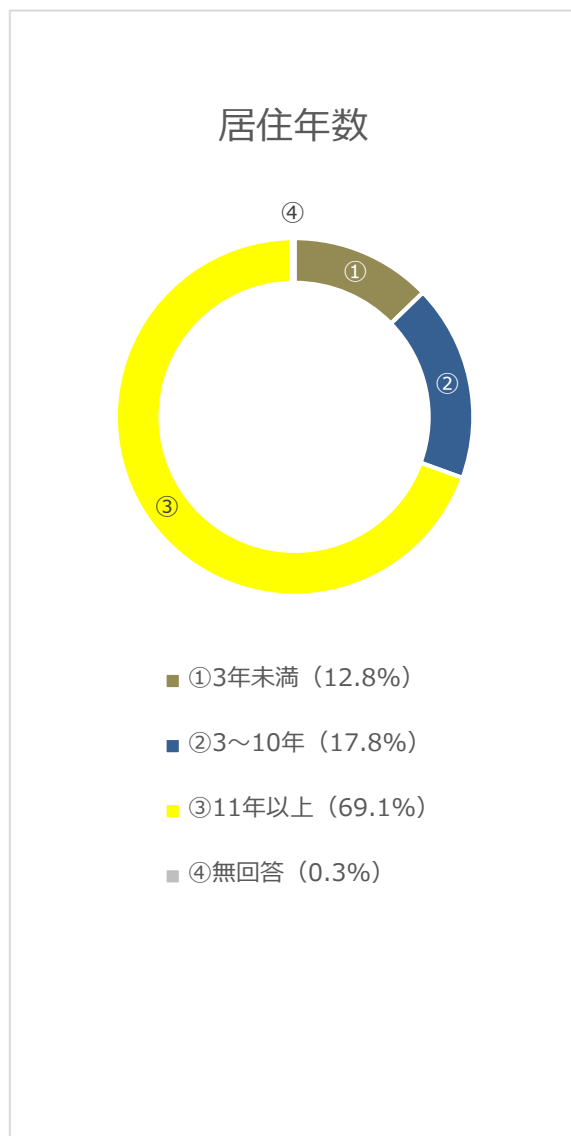
|     |     |
|-----|-----|
| 南   | 177 |
| 中央  | 249 |
| 東   | 103 |
| 北   | 104 |
| 無回答 | 2   |



- 居住形態については、「持ち家/一戸建て」が最も多く、約半数を占めている。
- 居住地区については、人口比に併せて「中央」、「南」が多い。

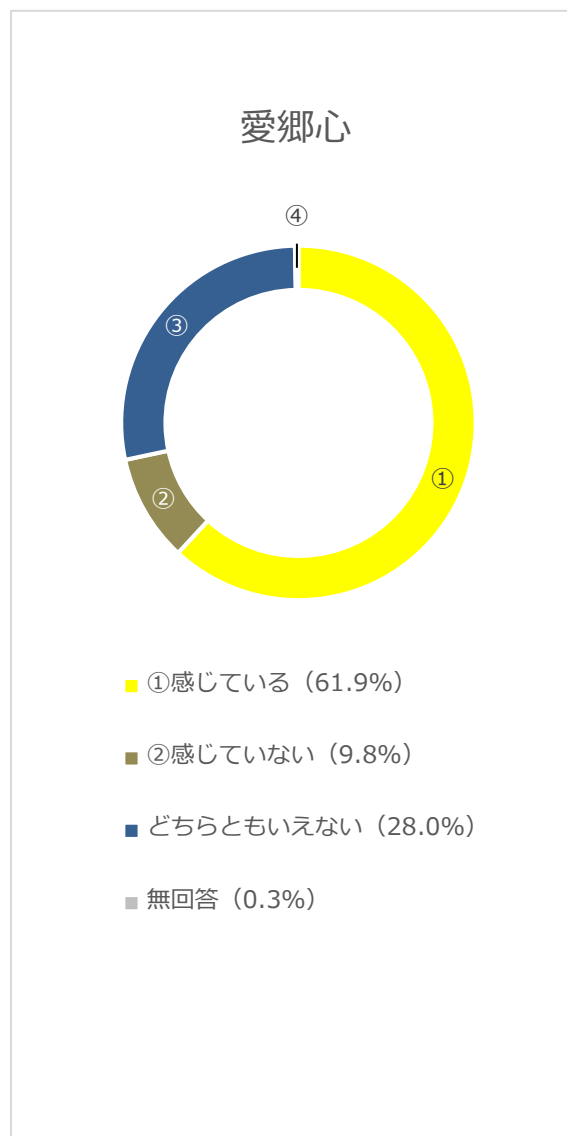
## 7. 居住年数

|       |     |
|-------|-----|
| 3年未満  | 81  |
| 3～10年 | 113 |
| 11年以上 | 439 |
| 無回答   | 2   |



## 8. 愛郷心

|           |     |
|-----------|-----|
| 感じている     | 393 |
| 感じていない    | 62  |
| どちらともいえない | 178 |
| 無回答       | 2   |



- 居住年数については、「11 年以上」が最も多く、約 70%を占めている。
- 愛郷心については、大野城市に愛着を「感じている」割合が最も高く、約 60%以上占めている。



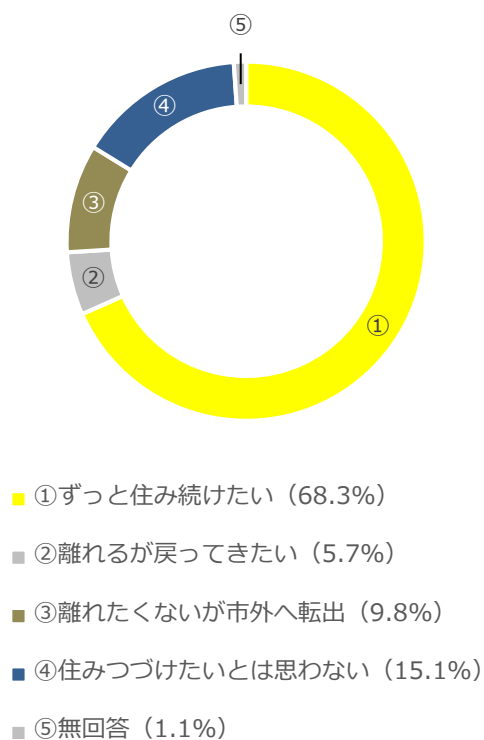
## 9. 居留意欲

|              |     |
|--------------|-----|
| ずっと住み続けたい    | 434 |
| 離れるが戻ってきたい   | 36  |
| 離れたくないが市外へ転出 | 62  |
| 住み続けたいとは思わない | 96  |
| 無回答          | 7   |

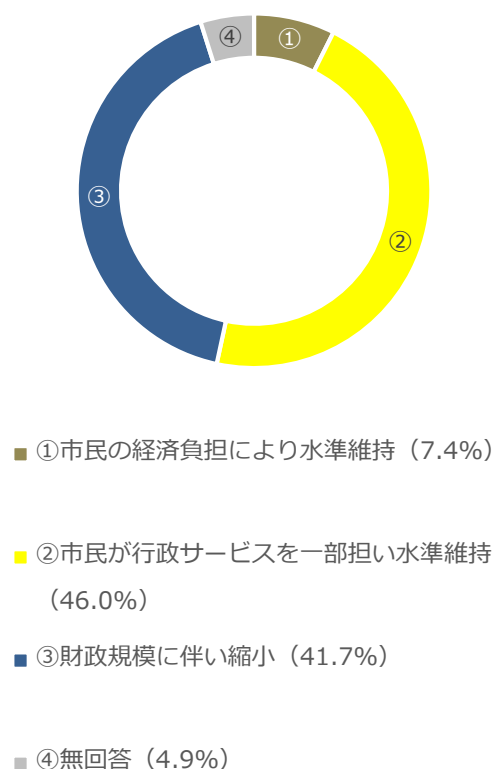
## 10. 行政サービスのあり方

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 市民の経済負担により水準維持      | 47  |
| 市民が行政サービスの一部を担い水準維持 | 292 |
| 財政規模に伴い縮小           | 265 |
| 無回答                 | 31  |

居留意欲

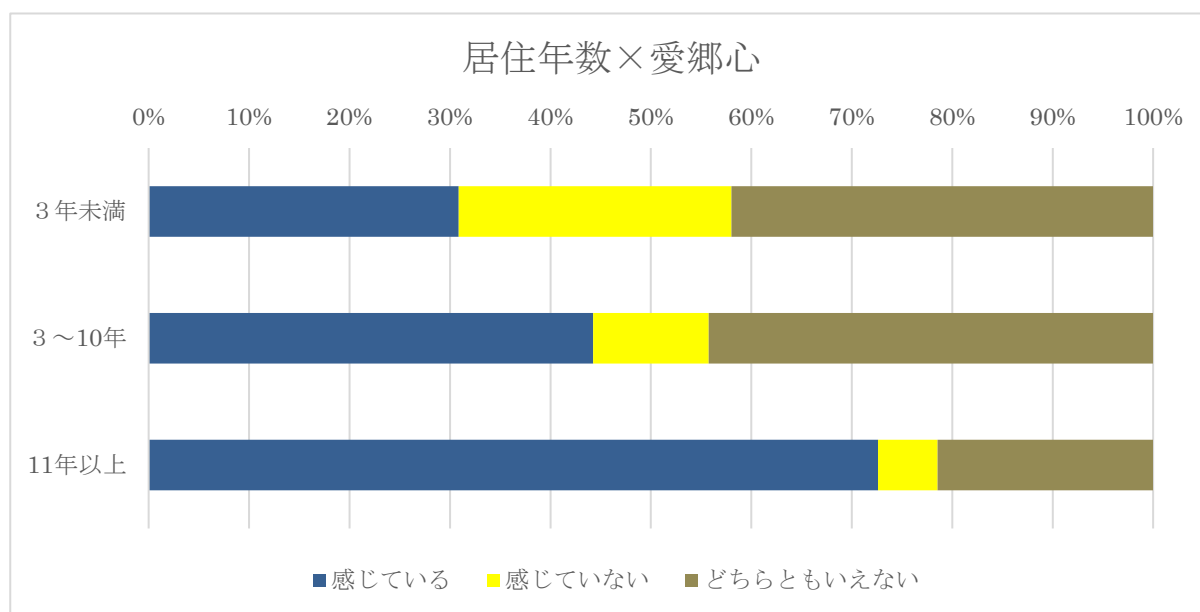


行政サービスのあり方

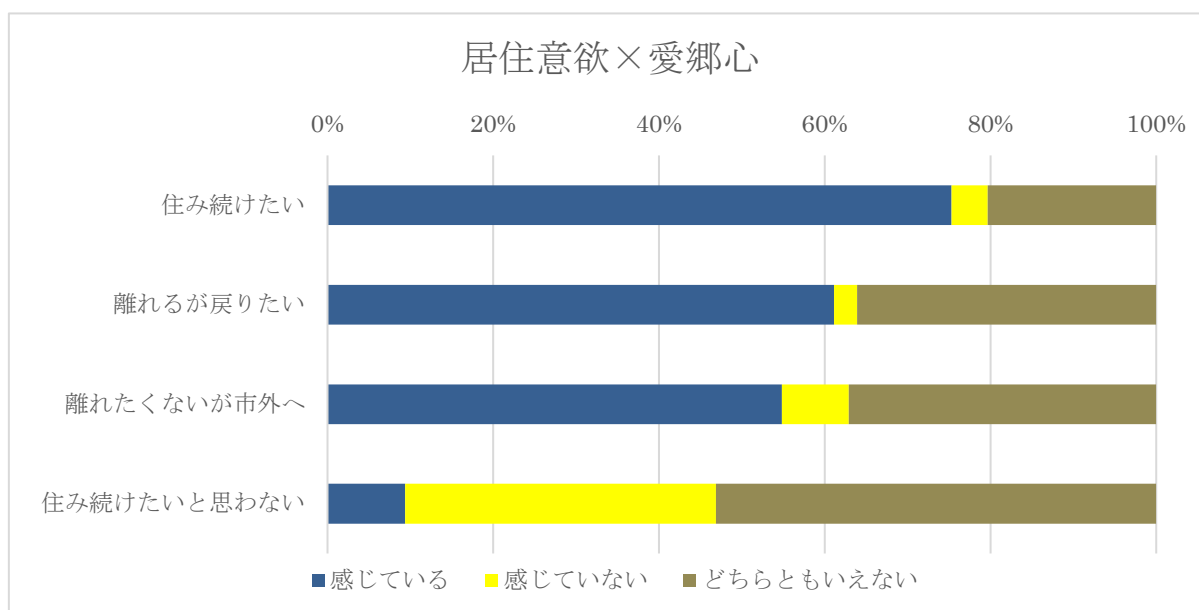


- 居留意欲については、「これからもずっと住み続けたい」が最も多く、約 70%を占めている。
- 行政サービスのあり方については、「市民が行政の一部を担ってサービスの水準を保つ」が最も多く、46%を占めている。

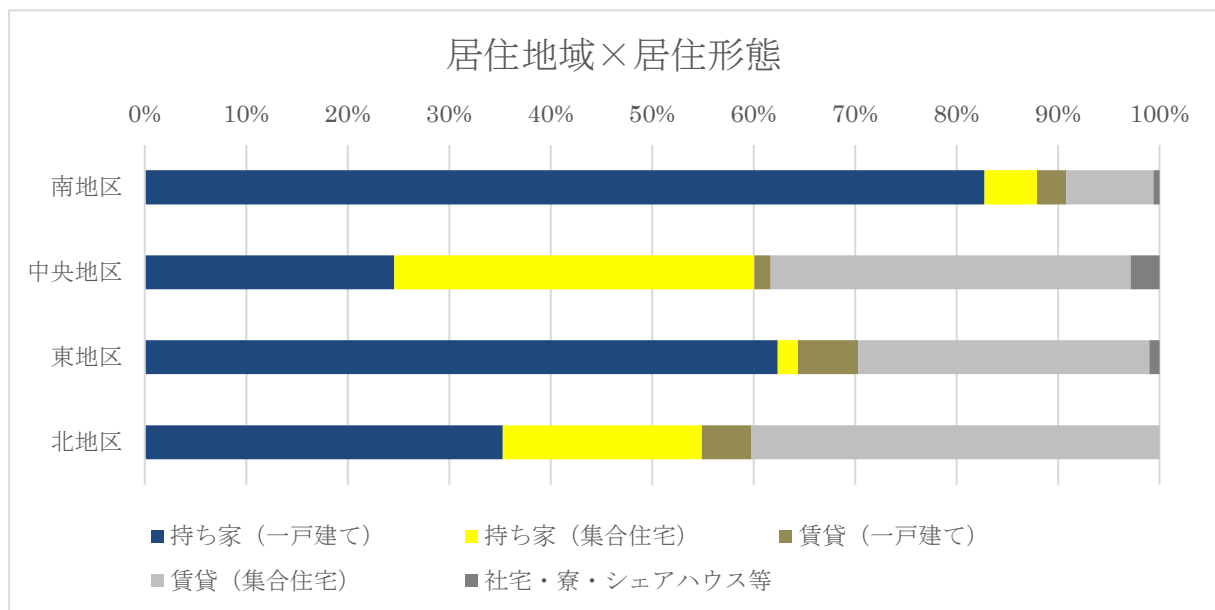
## 11. クロス分析



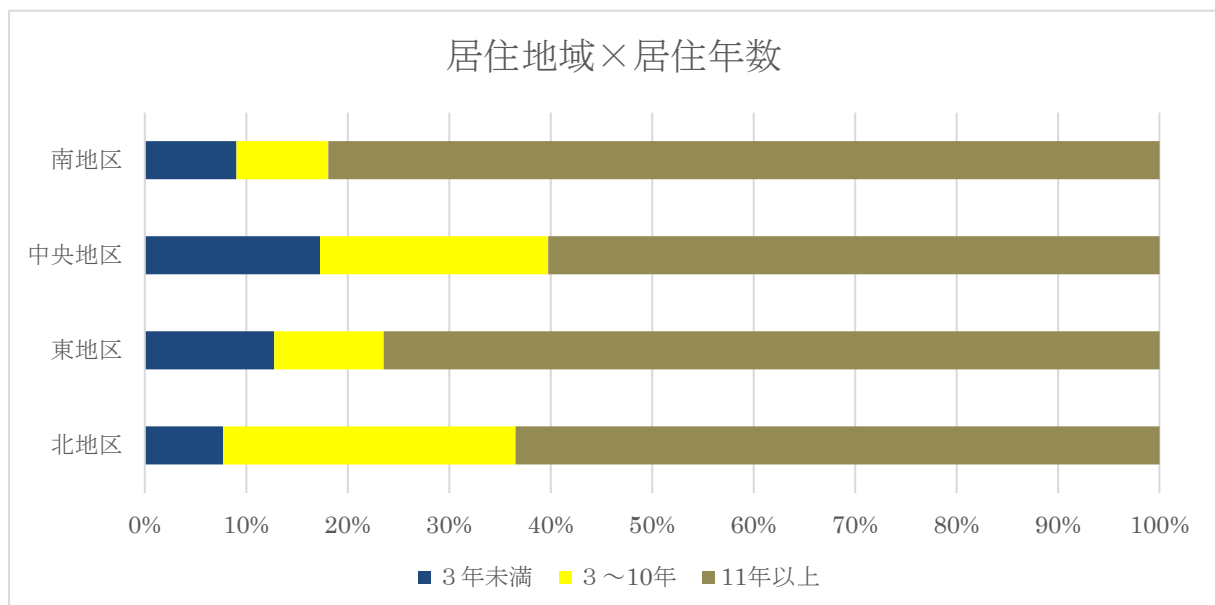
- 居住年数と愛郷心は比例しており、居住年数が長くなるほど、愛郷心は高まる傾向にある。



- 居留意欲と愛郷心は比例しており、愛郷心が高くなるほど、居留意欲も高まる傾向にある。



- 居住地域によって居住形態の傾向は異なっている。
- 南地区は、持ち家（一戸建て）の割合が高く、80%を超えている。
- 中央地区は、持ち家（集合住宅）、賃貸（集合住宅）の割合が高い。
- 東地区は、持ち家（一戸建て）の割合が高い。
- 北地区は、持ち家（一戸建て）、賃貸（集合住宅）の割合が高い。



- いずれの居住地域も「11年以上」の割合が一番高いが、傾向は異なる。
- 南地区は、「11年以上」の割合が高く、80%を超えている。
- 中央地区は、「3年未満」、「3～10年」の割合が比較的高い。
- 東地区は、「3年未満」、「11年以上」の割合が比較的高い。
- 北地区は、「3～10年」の割合が比較的高い。

### Ⅲ 分野別調査（公益活動）

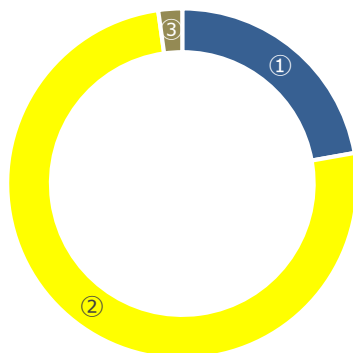
#### 1. 活動実績（直近1年）

|     |     |
|-----|-----|
| 参加  | 141 |
| 不参加 | 480 |
| 無回答 | 14  |

#### 2. 活動内容（実績）

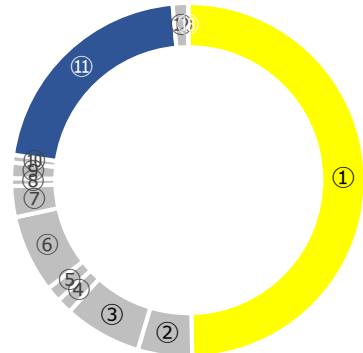
|       |    |           |    |
|-------|----|-----------|----|
| 地域づくり | 70 | 障がい者支援    | 1  |
| 芸術文化  | 7  | 健康・医療     | 2  |
| スポーツ  | 10 | 防犯・防災     | 1  |
| 国際交流  | 2  | 環境美化・動物愛護 | 30 |
| 青少年育成 | 2  | その他       | 2  |
| 子育て支援 | 10 | 無回答       | 0  |
| 高齢者支援 | 4  |           |    |

活動実績（直近1年）



- ①参加(22.2%)
- ②不参加(75.6%)
- ③無回答(2.2%)

活動内容（実績）

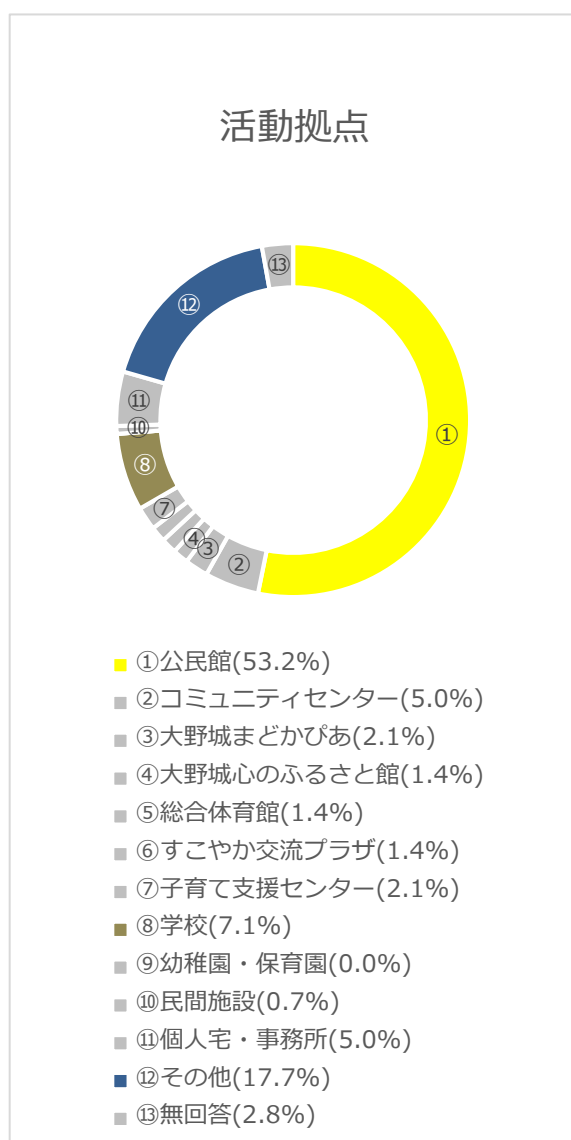


- ①地域づくり(49.6%)
- ②芸術文化(5.0%)
- ③スポーツ(7.1%)
- ④国際交流(1.4%)
- ⑤青少年育成(1.4%)
- ⑥子育て支援(7.1%)
- ⑦高齢者支援(2.8%)
- ⑧障がい者支援(0.7%)
- ⑨健康・医療(1.4%)
- ⑩防犯・防災(0.7%)
- ⑪環境美化・動物愛護(21.3%)
- ⑫その他(1.4%)
- ⑬無回答(0.0%)

- 公益活動に「参加」している市民は、約 22%に留まっている。いまだ新型コロナウイルスの影響を受けていると思われるが、前回（R3）の 17%（118 人）より増加している。
- 公益活動に「参加」した市民の活動内容については、「地域のための活動」が半数を占め、次いで「環境美化」の割合が多い。それ以外は様々な分野に分散している。

### 3. 活動拠点

|            |    |         |    |
|------------|----|---------|----|
| 公民館        | 75 | 幼稚園・保育園 | 0  |
| コミュニティセンター | 7  | 民間施設    | 1  |
| 大野城まどかぴあ   | 3  | 個人宅・事務所 | 7  |
| 大野城心のふるさと館 | 2  | その他     | 25 |
| 総合体育館      | 2  | 無回答     | 4  |
| すこやか交流プラザ  | 2  |         |    |
| 子育て支援センター  | 3  |         |    |
| 学校         | 10 |         |    |



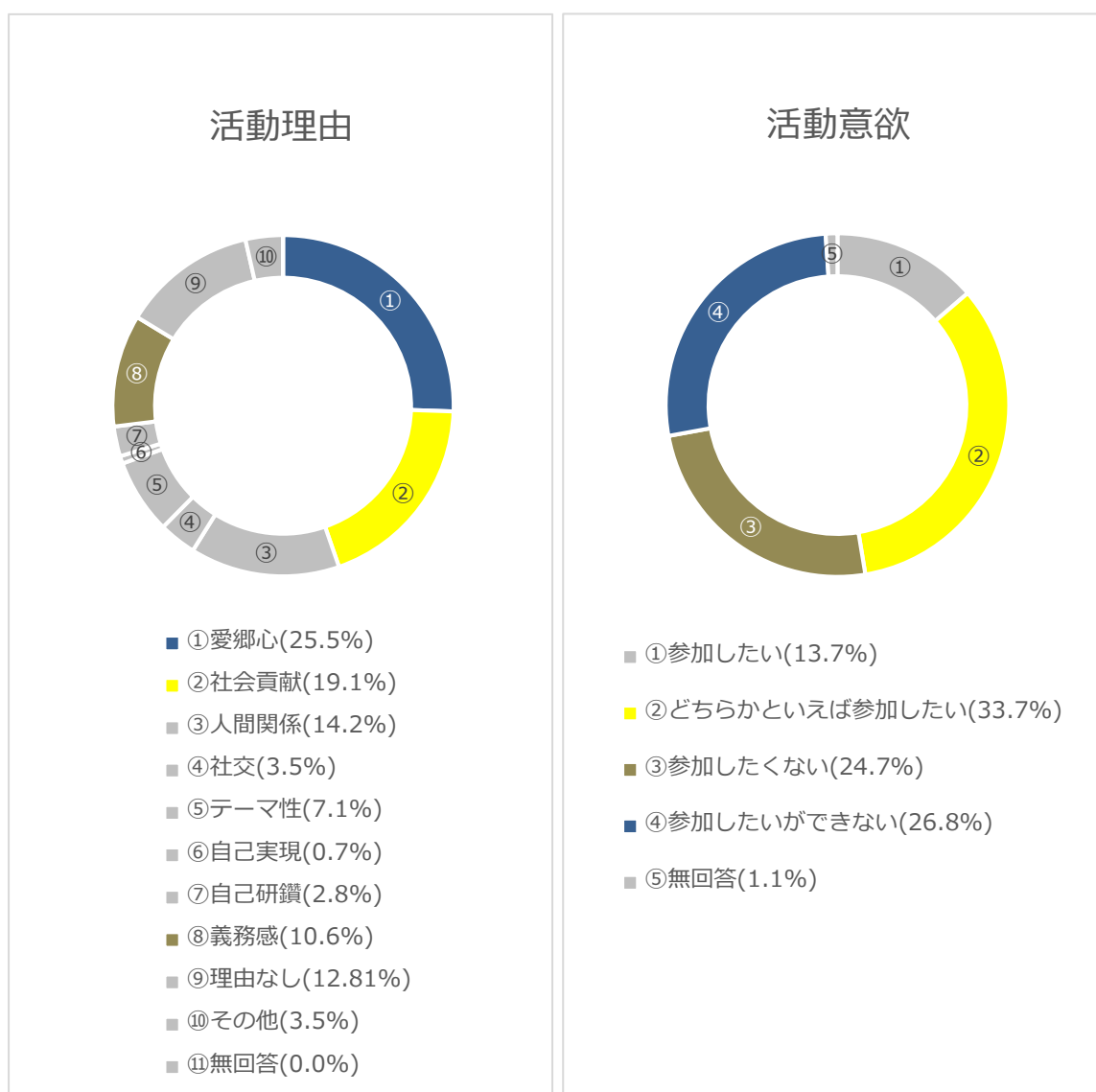
- 活動の拠点については、「公民館」が最も多く、半数以上である。「その他」については、「環境美化」活動における「公園」という意見が多く見られた。

#### 4. 活動理由

|      |    |      |    |
|------|----|------|----|
| 愛郷心  | 36 | 理由なし | 18 |
| 社会貢献 | 27 | その他  | 5  |
| 人間関係 | 20 | 無回答  | 0  |
| 社交   | 5  |      |    |
| テーマ性 | 10 |      |    |
| 自己実現 | 1  |      |    |
| 自己研鑽 | 4  |      |    |
| 義務感  | 15 |      |    |

#### 5. 活動意欲

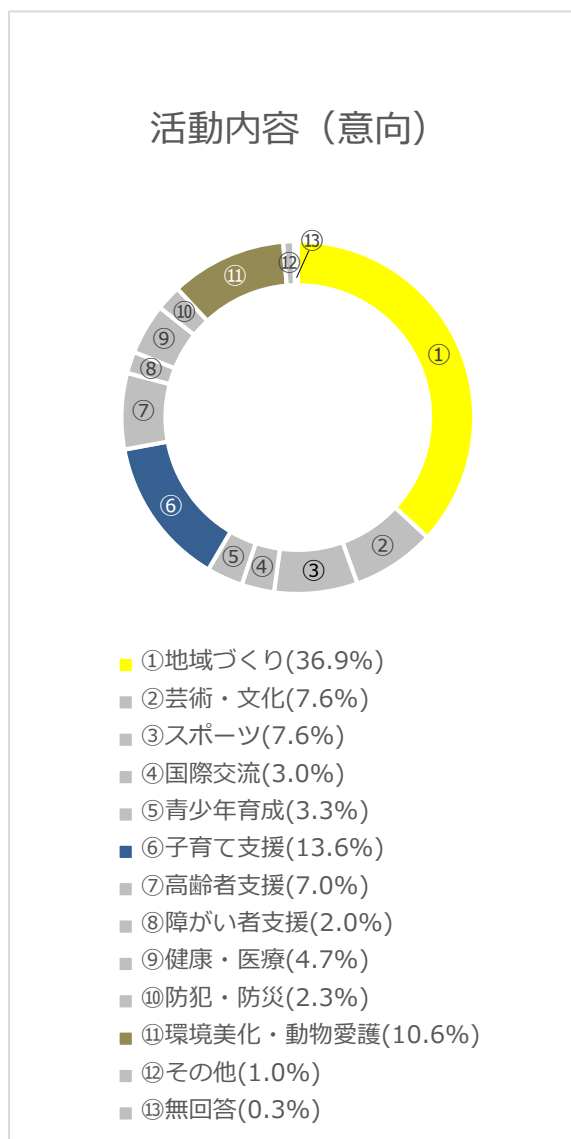
|               |     |
|---------------|-----|
| 参加したい         | 87  |
| どちらかといえば参加したい | 214 |
| 参加したくない       | 157 |
| 参加したいができない    | 170 |
| 無回答           | 7   |



- 活動参加の理由については、「愛郷心」、「社会貢献」、「人間関係」が多い。一方で、「義務感」や「理由なし」も一定数回答があった。
- 活動の参加意欲については、「参加したい」、「どちらかといえば参加したい」の割合が約半数を占めており、活動実績と比較して、より多くの市民が活動に参加したいと考えている。

## 6. 活動内容（意欲）

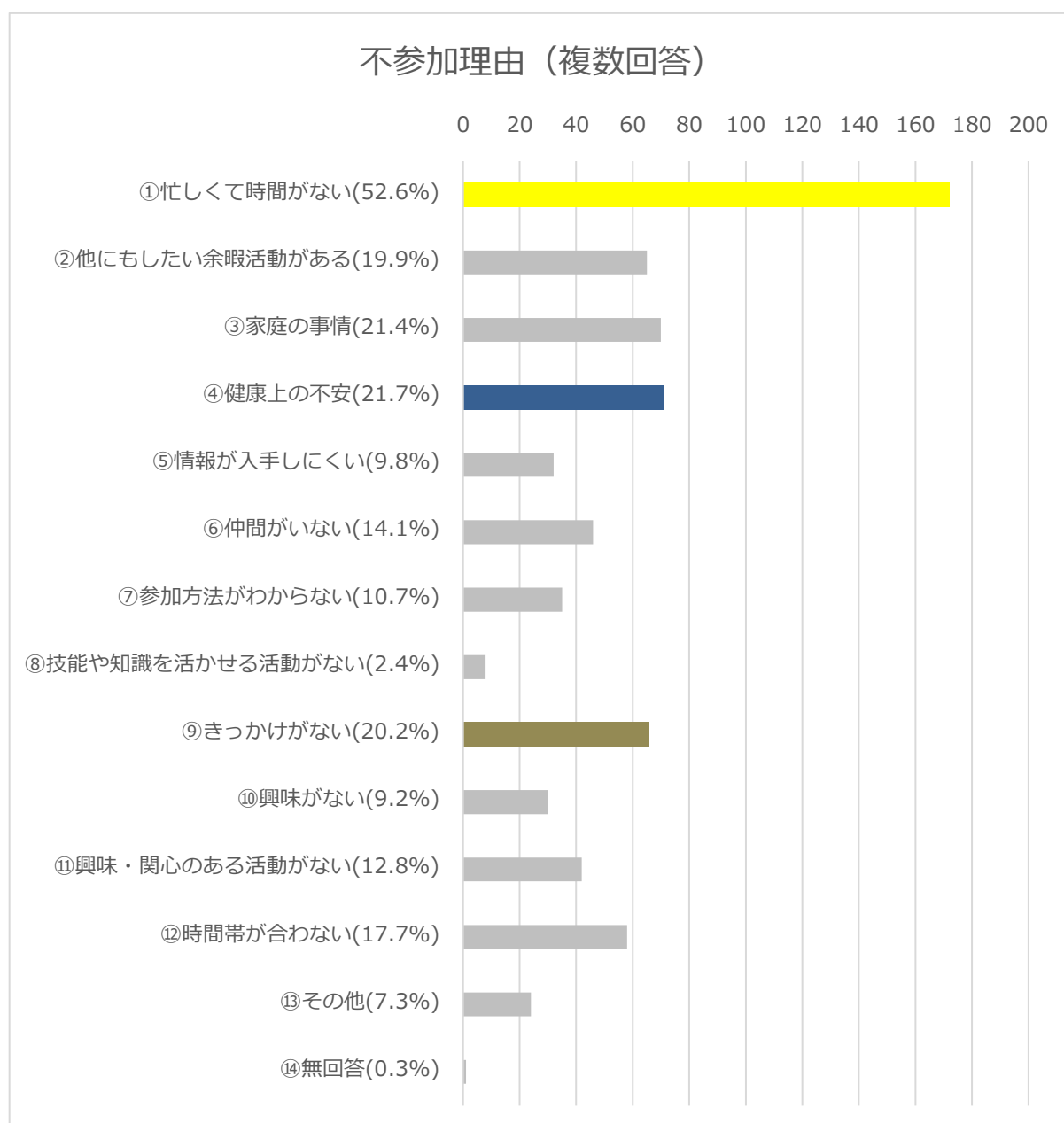
|       |     |           |    |
|-------|-----|-----------|----|
| 地域づくり | 111 | 障がい者支援    | 6  |
| 芸術文化  | 23  | 健康・医療     | 14 |
| スポーツ  | 23  | 防犯・防災     | 7  |
| 国際交流  | 9   | 環境美化・動物愛護 | 32 |
| 青少年育成 | 10  | 動物愛護      | 3  |
| 子育て支援 | 41  | その他       | 1  |
| 高齢者支援 | 21  | 無回答       | 1  |



- 「参加したい」、「どちらかといえば参加したい」活動の内容については、活動実績とともに「地域のための活動」が最も多い。活動実績と比べると、「子育て支援」、「環境美化・動物愛護」の割合が高い。
- その他、活動実績よりも様々な分野に分散している。

## 7. 不参加理由（複数回答）

|                 |     |               |    |
|-----------------|-----|---------------|----|
| 忙しくて時間がない       | 172 | きっかけがない       | 66 |
| 他にもしたい余暇活動がある   | 65  | 興味がない         | 30 |
| 家庭の事情           | 70  | 興味・関心のある活動がない | 42 |
| 健康上の不安          | 71  | 時間帯が合わない      | 58 |
| 情報が入手しにくい       | 32  | その他           | 24 |
| 仲間がいない          | 46  | 無回答           | 1  |
| 参加方法がわからない      | 35  |               |    |
| 技能や知識を活かせる活動がない | 8   |               |    |

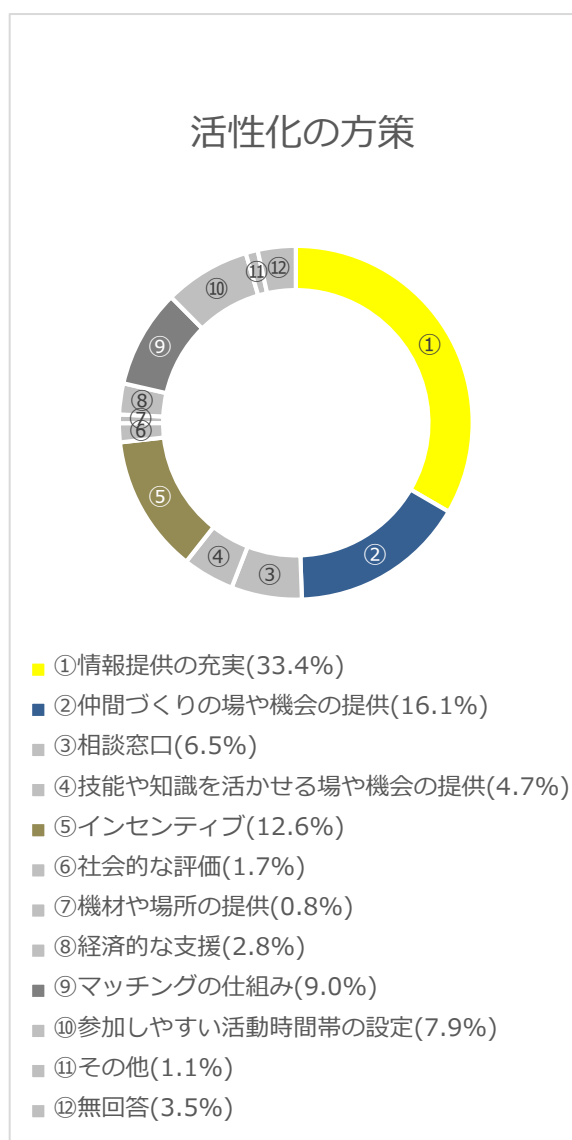


- 「参加したくない」、「参加したいができない」理由については、「忙しくて時間がない」が最も高い。そのほか、「健康上の不安」、「家庭の事情」、「きっかけがない」等の回答も多い。



## 8. 活性化の方策

|                       |     |                |    |
|-----------------------|-----|----------------|----|
| 情報提供の充実               | 212 | 経済的な支援         | 18 |
| 仲間づくりの場や機会の提供         | 102 | マッチングの仕組み      | 57 |
| 相談窓口                  | 41  | 参加しやすい活動時間帯の設定 | 50 |
| 技能や知識を活かせる場や<br>機会の提供 | 30  | その他            | 7  |
| インセンティブ               | 80  | 無回答            | 22 |
| 社会的な評価                | 11  |                |    |
| 機材や場所の提供              | 5   |                |    |



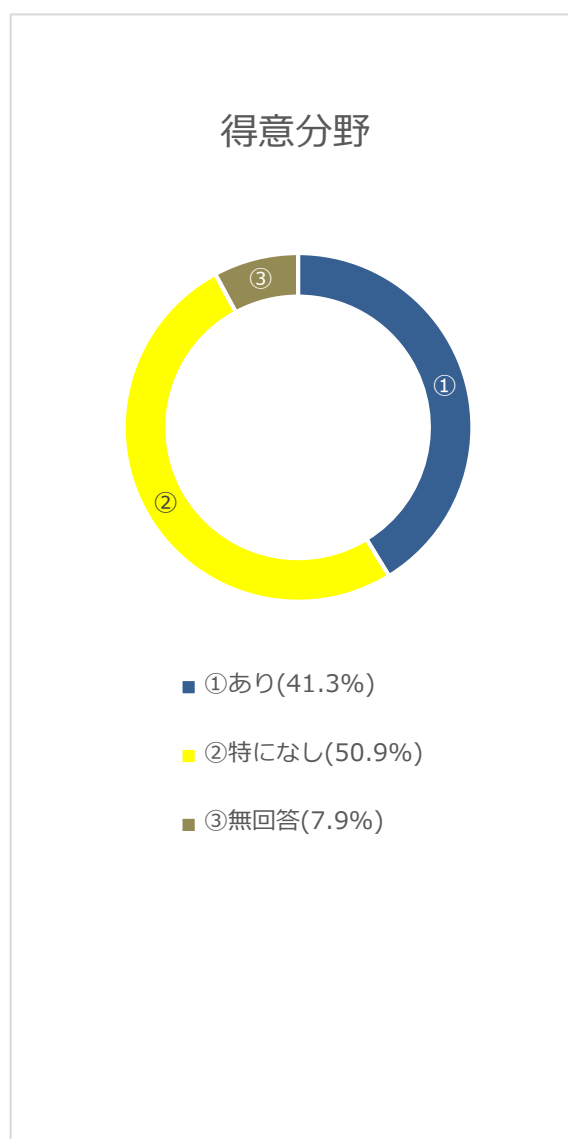
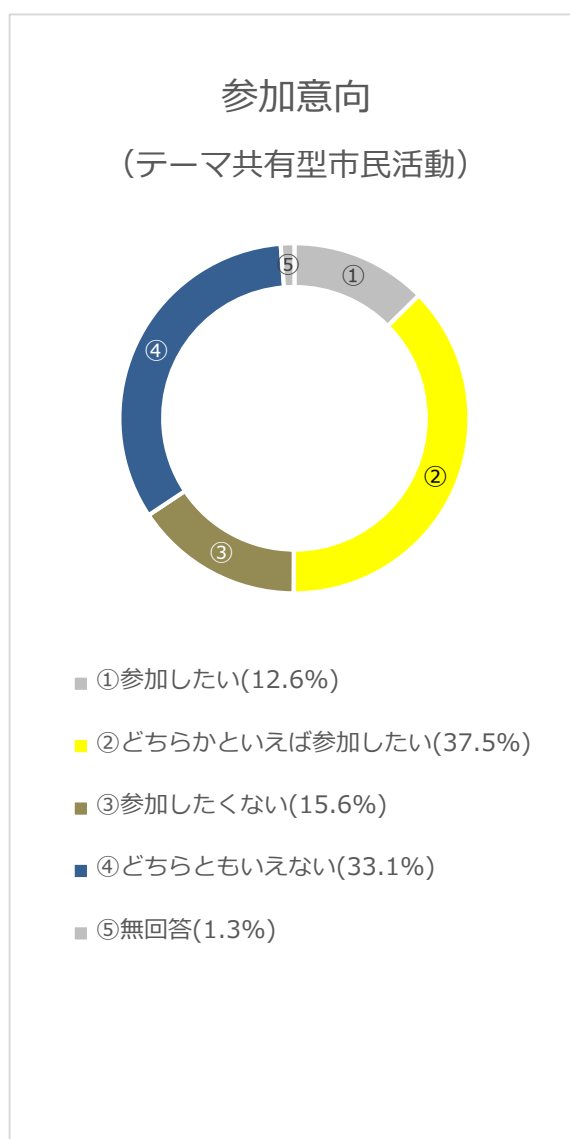
- 活動が活性化していくために必要な方策については、「情報提供の充実」が最も多く、次いで「仲間づくりの場や機会の提供」、「インセンティブ（動機付け）」が多い。

## 9. 参加意欲（課題解決型公益活動）

|               |     |
|---------------|-----|
| 参加したい         | 80  |
| どちらかといえば参加したい | 238 |
| 参加したくない       | 99  |
| どちらともいえない     | 210 |
| 無回答           | 8   |

## 10. 得意分野

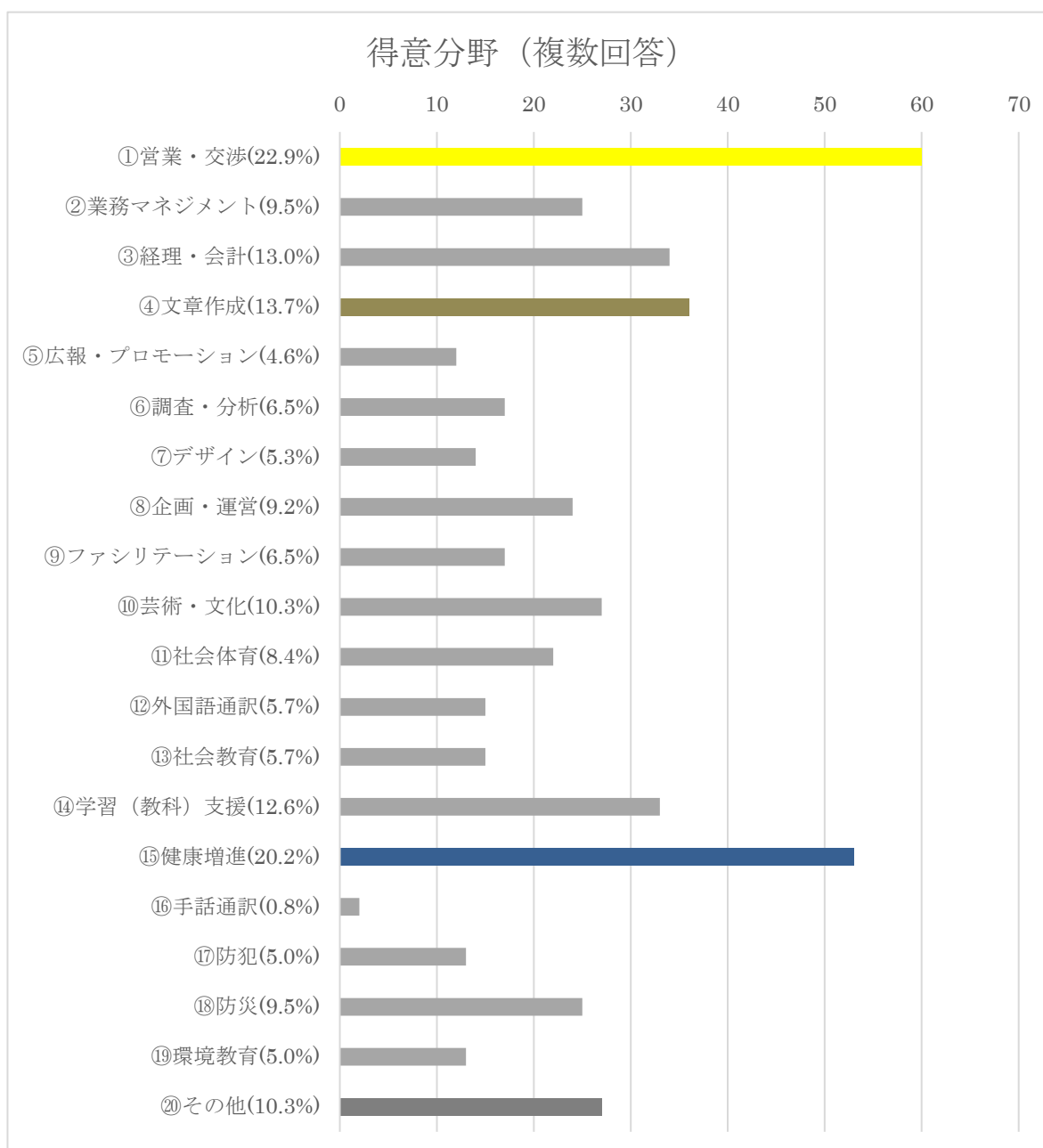
|      |     |
|------|-----|
| あり   | 262 |
| 特になし | 323 |
| 無回答  | 50  |



- 自身が興味あるテーマについて、話し合ったり、活動を考えたりする場や機会等については、「参加したい」、「どちらかといえば参加したい」の割合が50%となっており、通常の活動と比較して、参加意欲が少し高い傾向である。
- 公益活動に活かそうな得意分野については、41%が「あり」と回答している。

## 11. 得意分野（複数回答）

|            |    |           |    |      |    |
|------------|----|-----------|----|------|----|
| 営業・交渉      | 60 | ファシリテーション | 17 | 防犯   | 13 |
| 業務マネジメント   | 25 | 芸術・文化     | 27 | 防災   | 25 |
| 経理・会計      | 34 | 社会体育      | 22 | 環境教育 | 13 |
| 文章作成       | 36 | 外国語通訳     | 15 | その他  | 27 |
| 広報・プロモーション | 12 | 社会教育      | 15 |      |    |
| 調査・分析      | 17 | 学習（教科）支援  | 33 |      |    |
| デザイン       | 14 | 健康増進      | 53 |      |    |
| 企画・運営      | 24 | 手話通訳      | 2  |      |    |



- 得意分野の内訳については、「営業・交渉」、「健康増進」等が多く、多岐に渡っている。その他については、「文書作成」、「経理・会計」、「学習（教科）支援」等、職業上の資格やスキルが多い

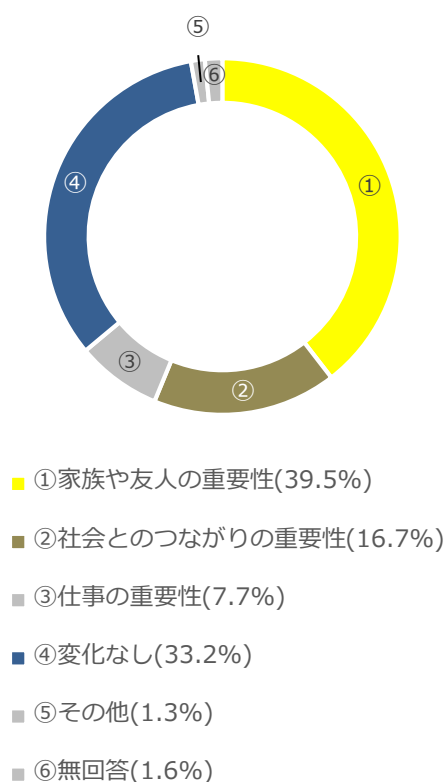
## 12. コロナによる意識の変化

|              |     |
|--------------|-----|
| 家族や友人の重要性    | 251 |
| 社会とのつながりの重要性 | 106 |
| 仕事の重要性       | 49  |
| 変化なし         | 211 |
| その他          | 8   |
| 無回答          | 10  |

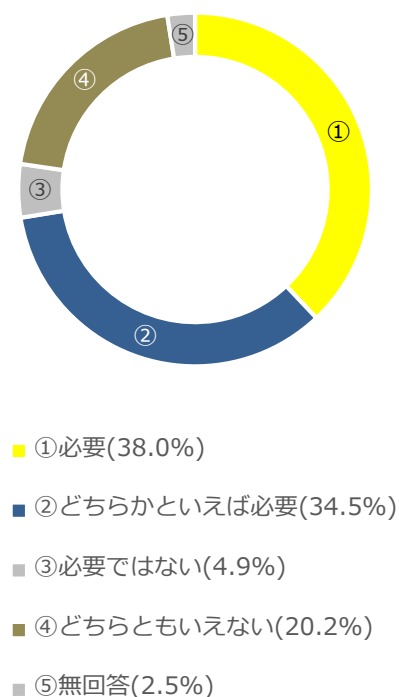
## 13. コミュニケーションツール

|            |     |
|------------|-----|
| 必要         | 241 |
| どちらかといえば必要 | 219 |
| 必要ではない     | 31  |
| どちらともいえない  | 128 |
| 無回答        | 16  |

コロナによる意識の変化



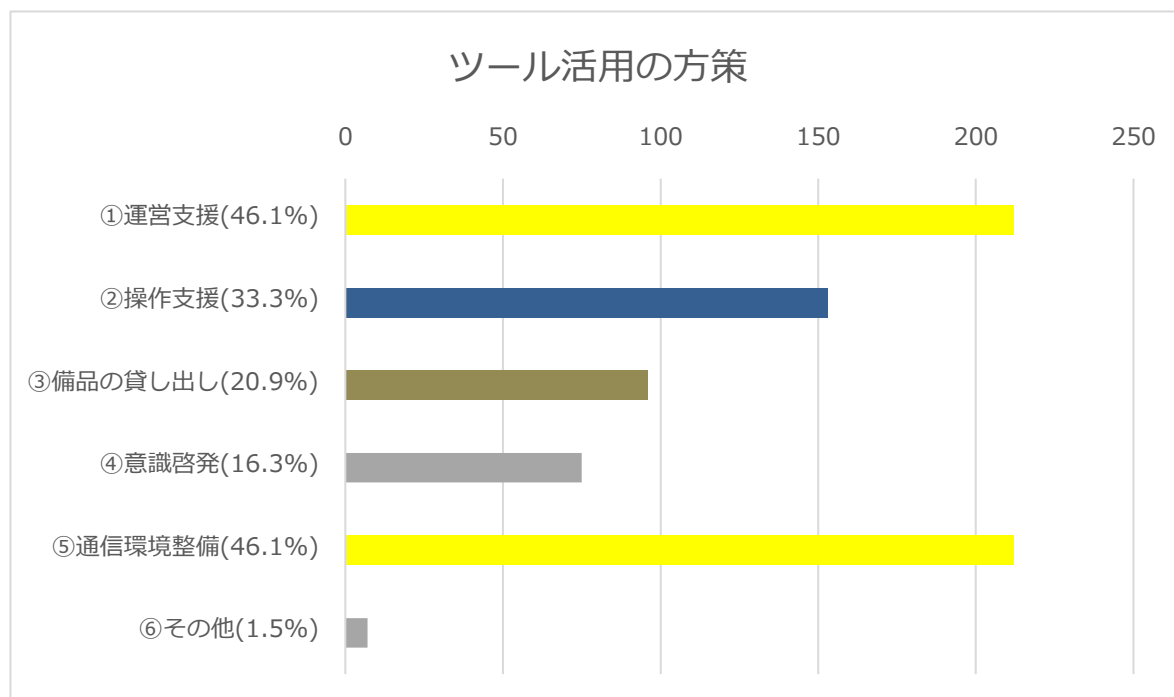
コミュニケーション  
ツール



- 新型コロナウイルスの影響による意識の変化については、全体として約60%が意識に変化があったと回答している。「家族や友人の重要性」の割合が最も多い。
- コロナ禍におけるコミュニケーションツールの活用については、「必要」、「どちらかといえば必要」と回答した割合が約72%となっている。

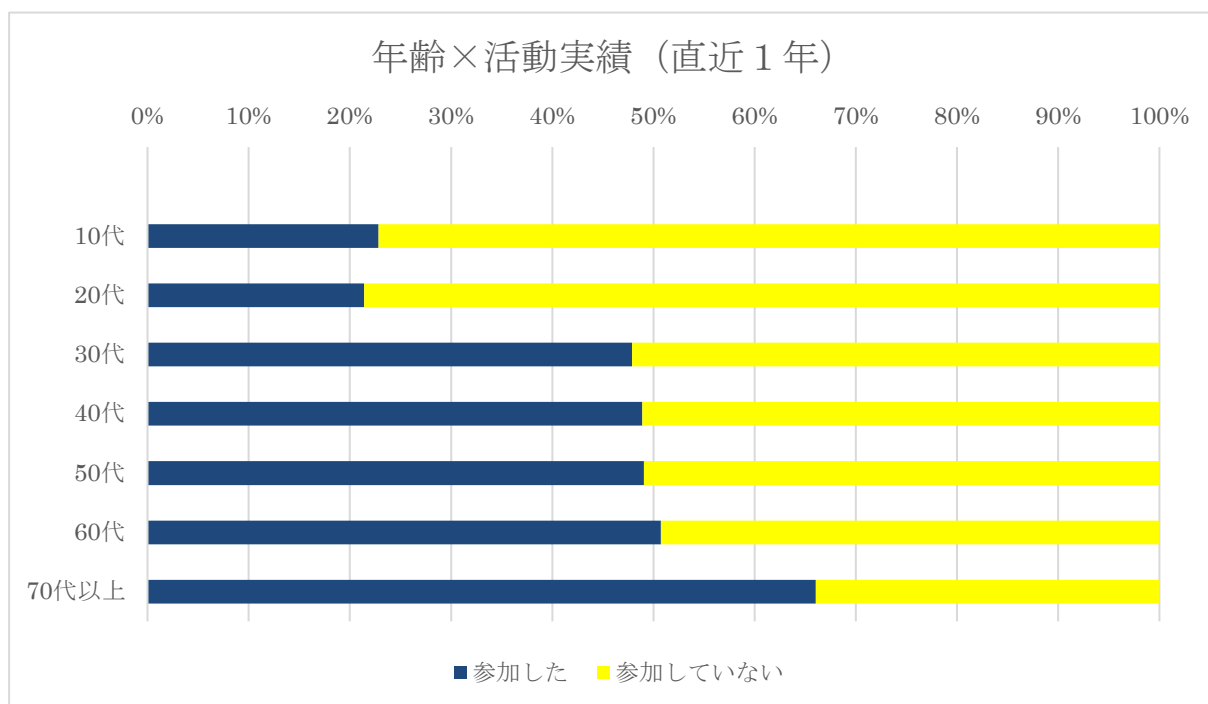
#### 14. ツール活用の方策（複数回答）

|         |     |
|---------|-----|
| 運営支援    | 212 |
| 操作支援    | 153 |
| 備品の貸し出し | 96  |
| 意識啓発    | 75  |
| 通信環境整備  | 212 |
| その他     | 7   |

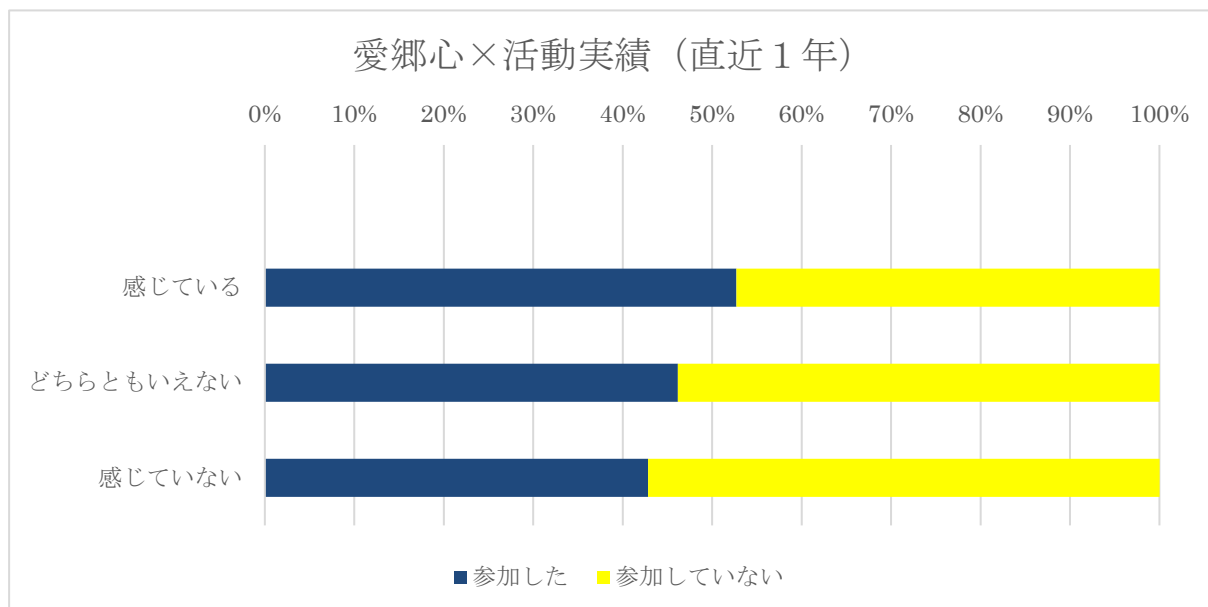


- コミュニケーションツールが活用されていくために必要な方策については、「運用支援」、「通信環境整備」が多く、「操作支援」や「備品の貸し出し」、「意識啓発」も一定数回答している。

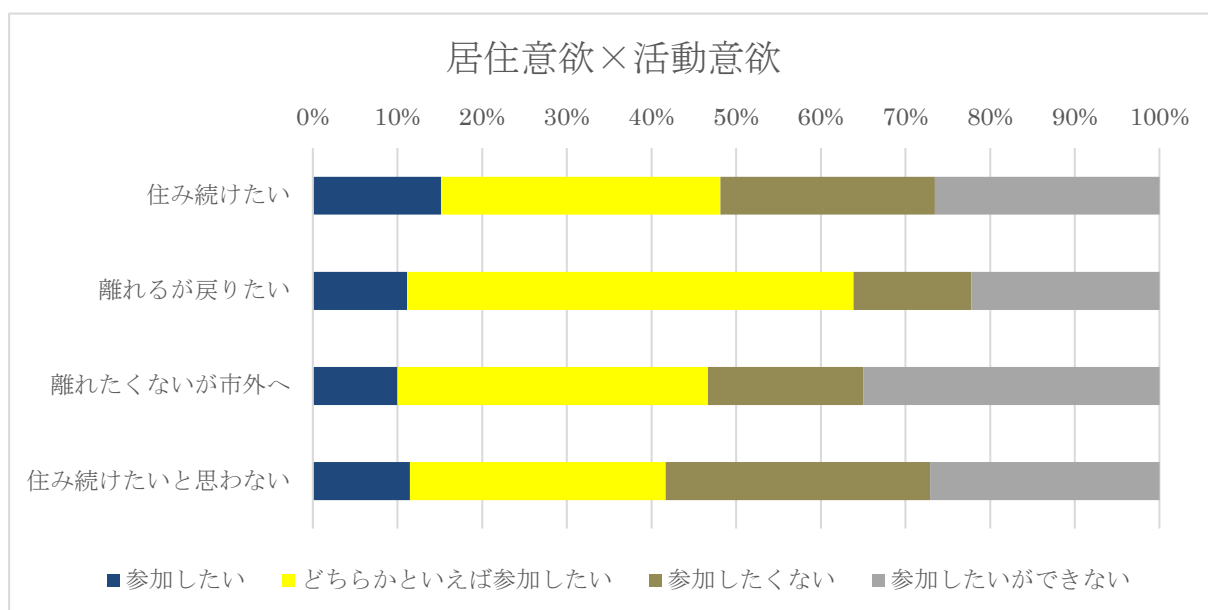
## 15. クロス分析



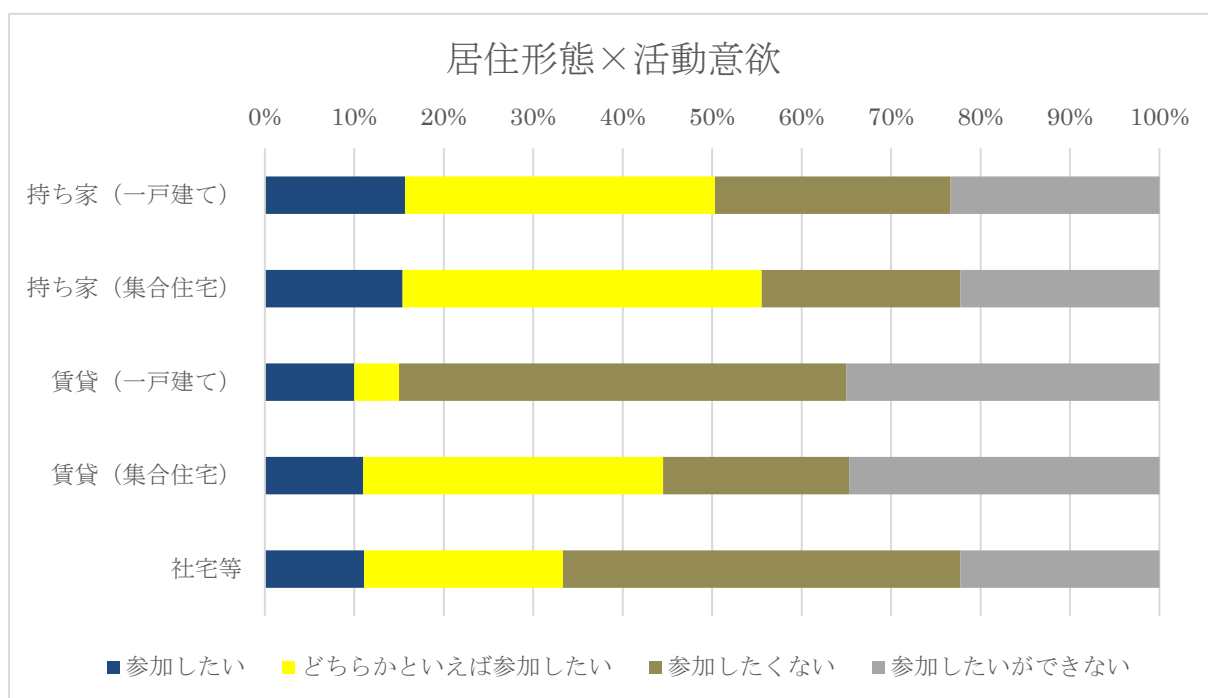
- 活動の実績と年代は概ね比例しており、「70代以上」の割合が高い。
- 働き世代である「30代」から「60代」はほぼ横ばいである。
- 「10代」「20代」は割合が極めて低い。



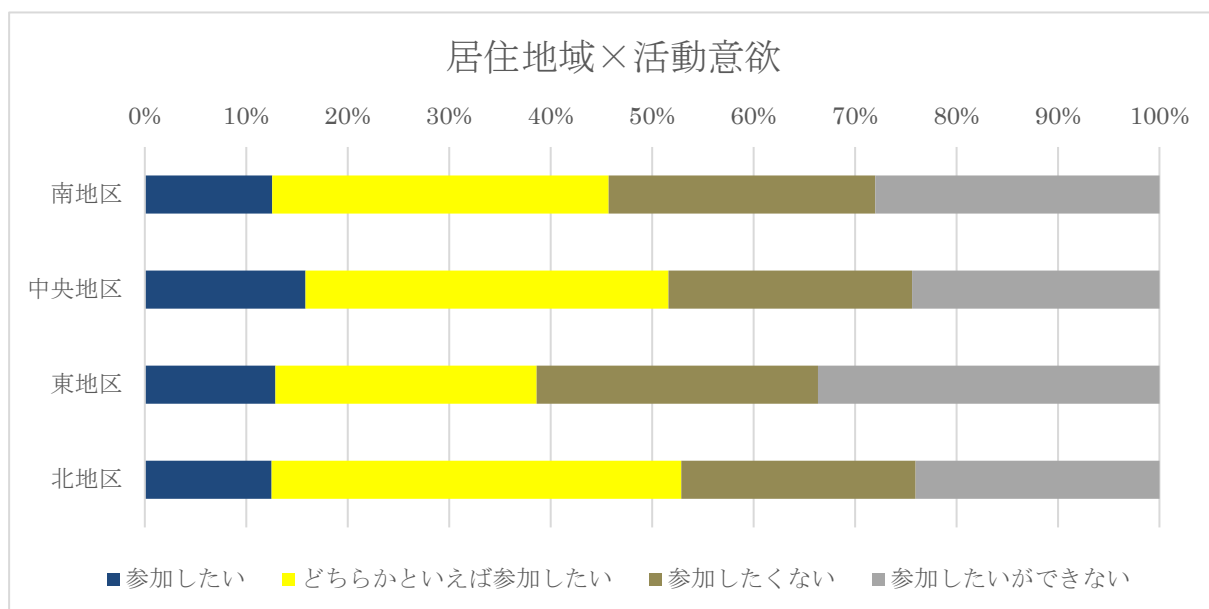
- 愛郷心と活動の実績は比例しており、愛郷心が高くなるほど、活動に参加する割合が高くなっている。



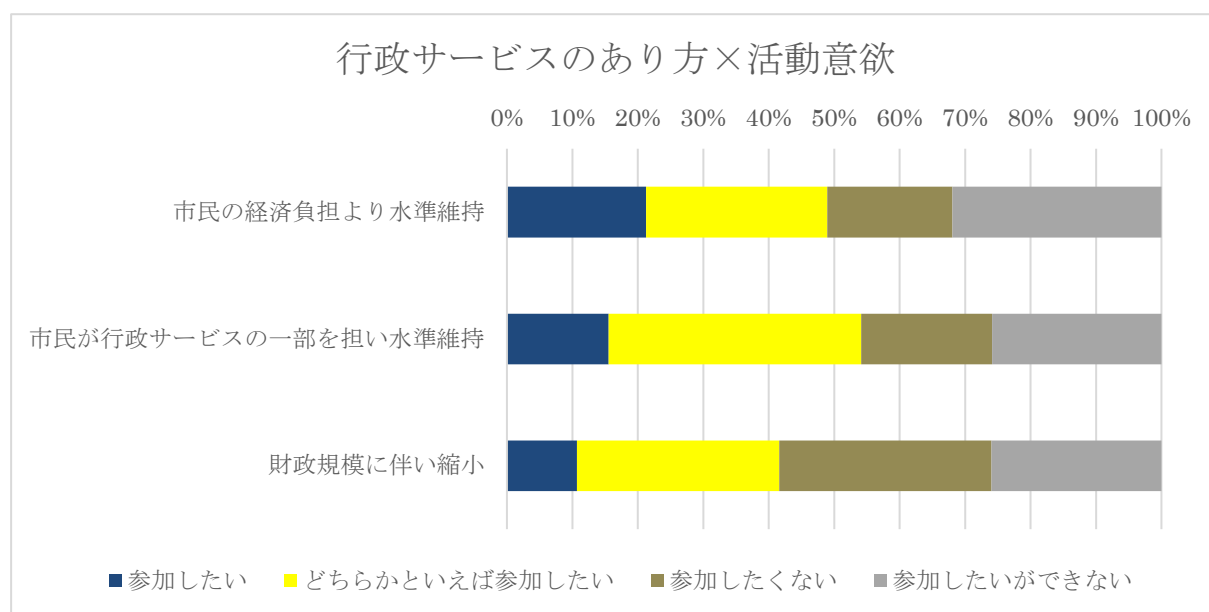
- 居注意欲と活動の参加意欲は比例しており、居注意欲が高くなるほど、参加意欲も高くなる傾向にある。



- 活動の参加意欲は居住形態によって異なり、持ち家が最も参加したいと思う割合が高い。
- 賃貸（一戸建て）が最も参加したいと思う割合が低い。

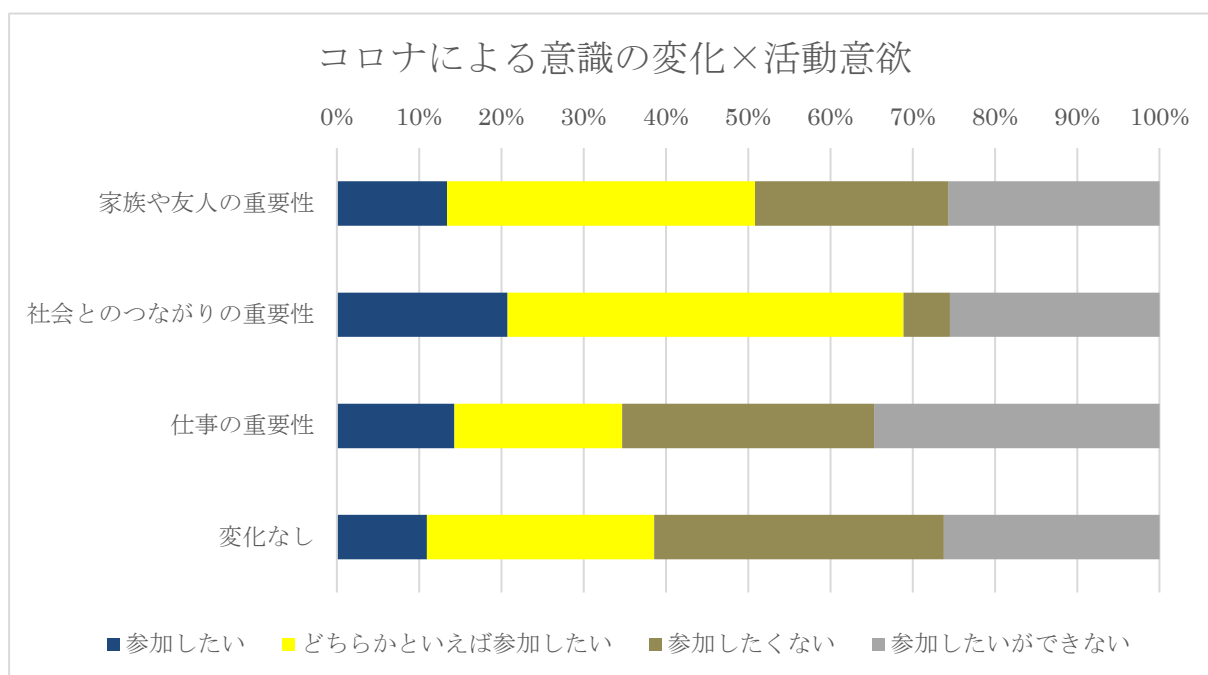


- 公益活動の参加意欲は居住地域によって異なり、「中央」と「北」は比較的高く、「南」と「東」は比較的低い傾向にある。

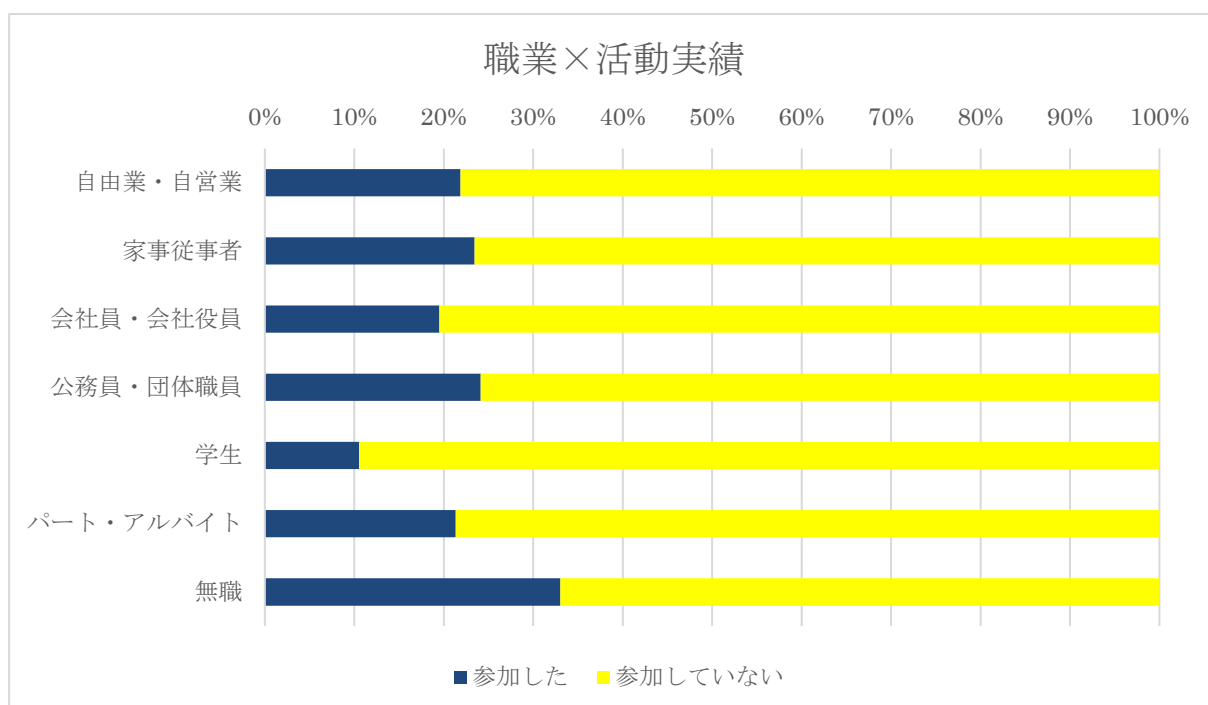


- 行政サービスのあり方として、「市民の経済負担より水準維持」、「市民が行政サービスの一部を担い水準維持」と回答した市民は、活動の参加意欲も高い傾向にある。

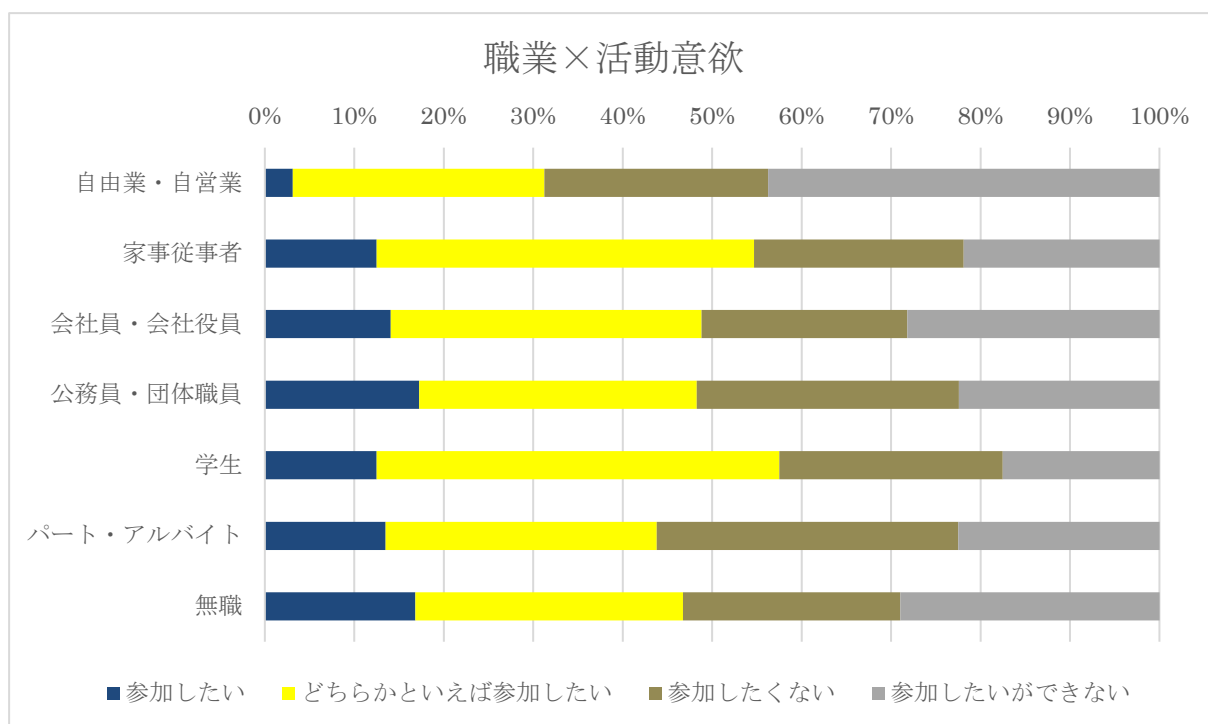




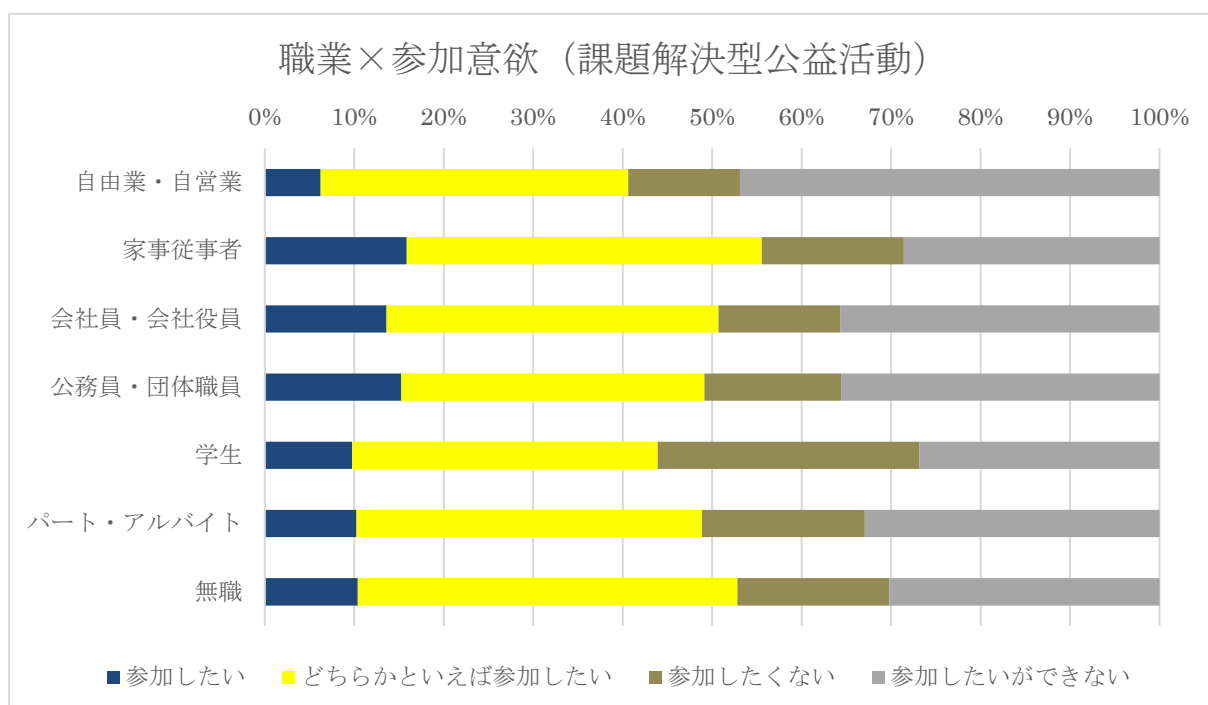
- 新型コロナウイルスの影響による意識の変化について、「家族や友人の重要性」、「社会とのつながりの重要性」の意識の変化があった市民は、活動への参加意欲も高い傾向にある。



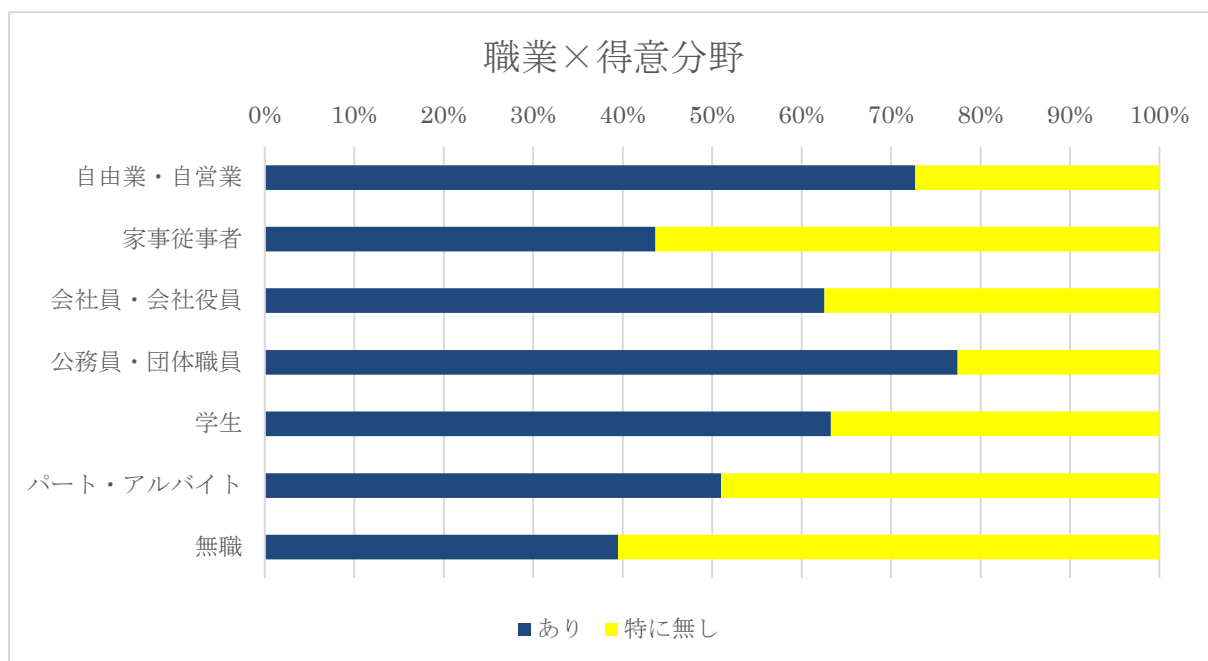
- 活動への参加実績は職業によって異なっており、「自由業・自営業」や「家事従事者」等、日中の時間の融通が比較的利きやすい職業のほうが活動参加の割合が高い。
- 「会社員・会社役員」、「学生」は活動に参加している割合が低い。



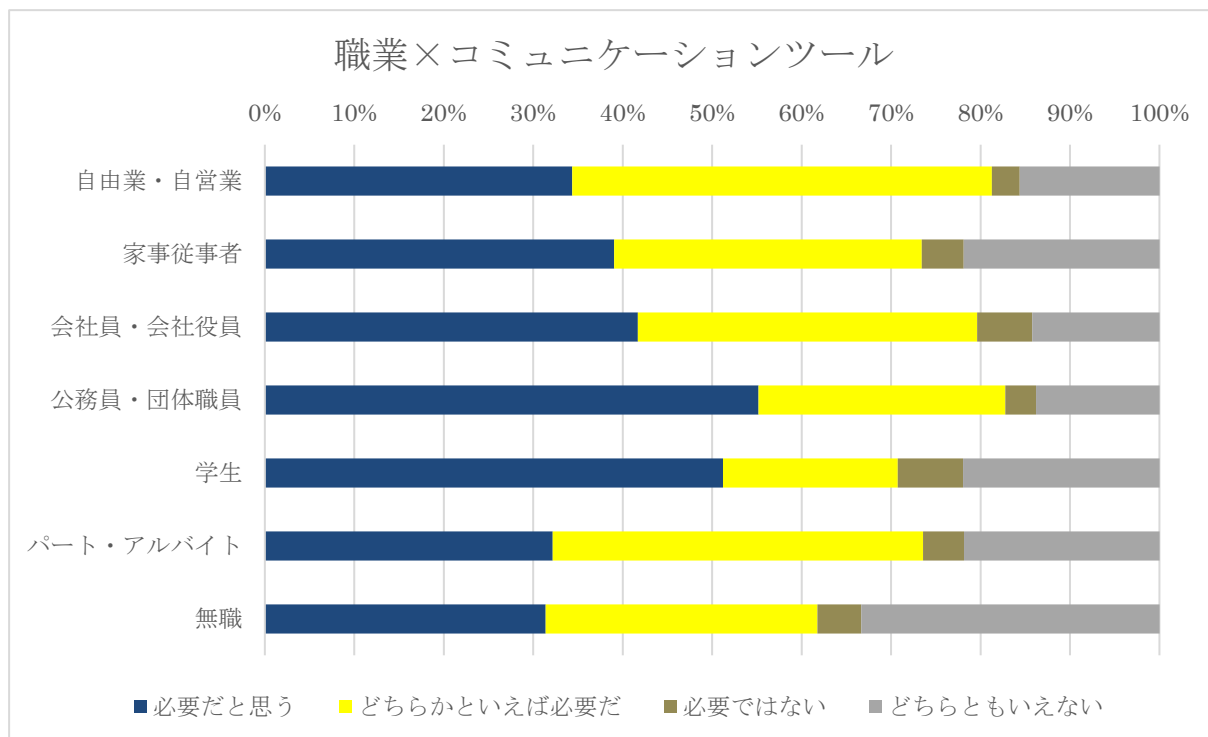
- 活動への参加意欲は職業によって異なっており、活動実績と差異が生じている。
- 「公務員・団体職員」、「会社員・会社役員」、「学生」、「パート・アルバイト」等は、活動実績と比較して、参加意欲が高い傾向であり、潜在的なニーズは高いと思考する。



- 課題解決型の公益活動（自身が興味・関心のあるテーマについて同じ想いを持つ市民同士が集まって話し合ったり、活動を考えたりする場や機会）の参加意欲は、通常の活動と比較して参加意欲が高い傾向であり、課題解決型の公益活動のニーズは高いと思考する。



- 職業によって得意分野の有無は異なっており、「自由業・自営業」や「公務員・団体職員」、「会社員・会社役員」、「学生」の割合が高くなっている。

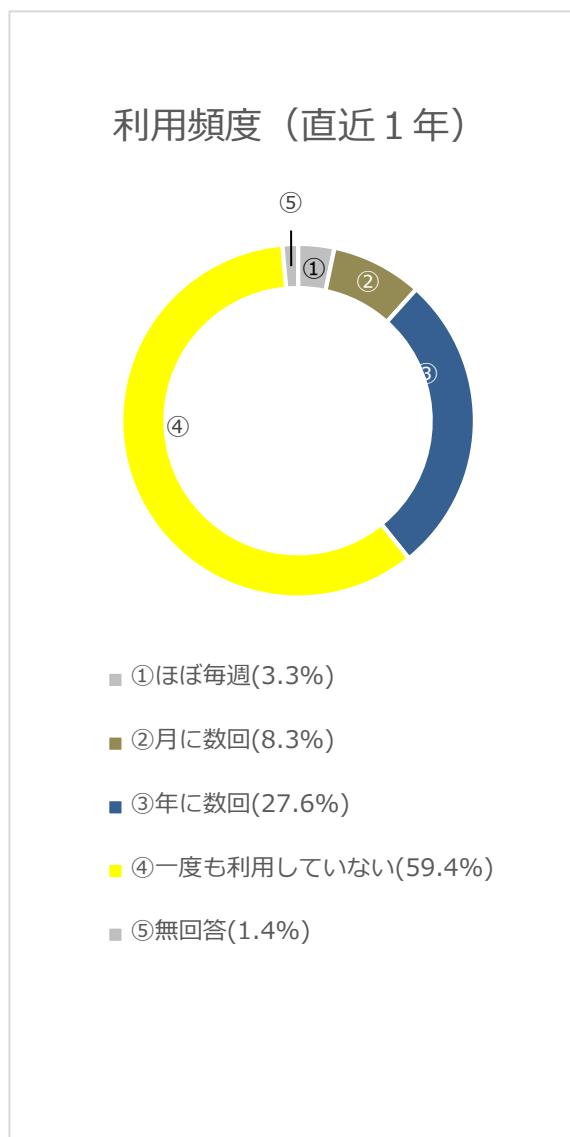


- コミュニケーションツールの必要性は職業によって異なっており、「自由業・自営業」や「公務員・団体職員」、「会社員・会社役員」の割合が高い。

#### IV 分野別調査（公民館）

##### 1. 利用頻度（直近1年）

|            |     |
|------------|-----|
| ほぼ毎週       | 21  |
| 月に数回       | 53  |
| 年に数回       | 175 |
| 一度も利用していない | 377 |
| 無回答        | 9   |

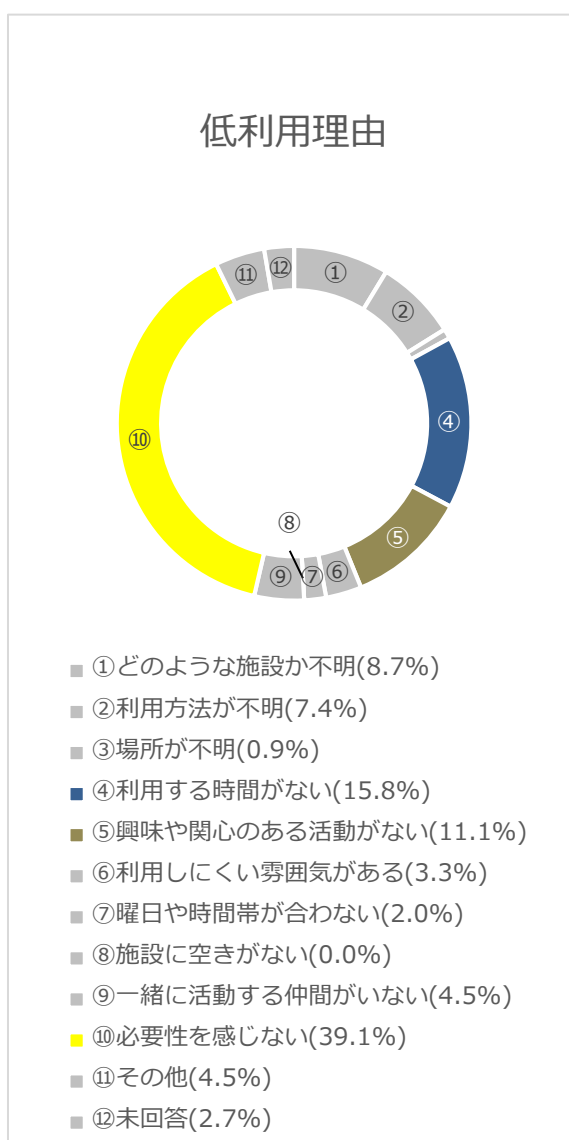


- 公民館の利用頻度については、新型コロナウイルスの影響が少なくなってきたため、前回実施時より、「ほぼ毎週」、「月に数回」利用する割合が約11%と増加している。（前回は約9%）

「一度も利用していない」割合も59.4%と前回より減少している。（前回は約69%）

## 2. 低利用理由

|               |    |               |     |
|---------------|----|---------------|-----|
| どのような施設か不明    | 48 | 曜日や時間帯が合わない   | 11  |
| 利用方法が不明       | 41 | 施設に空きがない      | 0   |
| 場所が不明         | 5  | 一緒に活動する仲間がいない | 25  |
| 利用する時間がない     | 87 | 必要性を感じない      | 216 |
| 興味や関心のある活動がない | 61 | その他           | 25  |
| 利用しにくい雰囲気がある  | 18 | 未回答           | 15  |

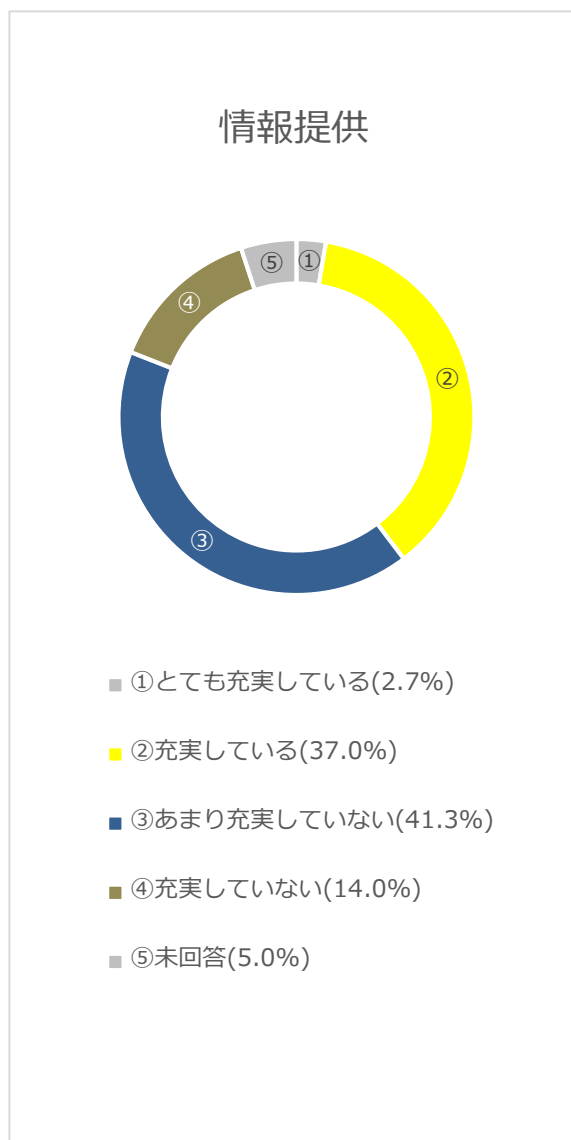


■ 公民館を利用していない理由については、「必要性を感じない」が最も多く、約40%を占めている。

次点で「利用する時間がない」の割合が多く、「その他」においても、「忙しい」等の時間に関する意見が見られた。

### 3. 情報提供

|            |     |
|------------|-----|
| とても充実している  | 17  |
| 充実している     | 235 |
| あまり充実していない | 262 |
| 充実していない    | 89  |
| 未回答        | 32  |

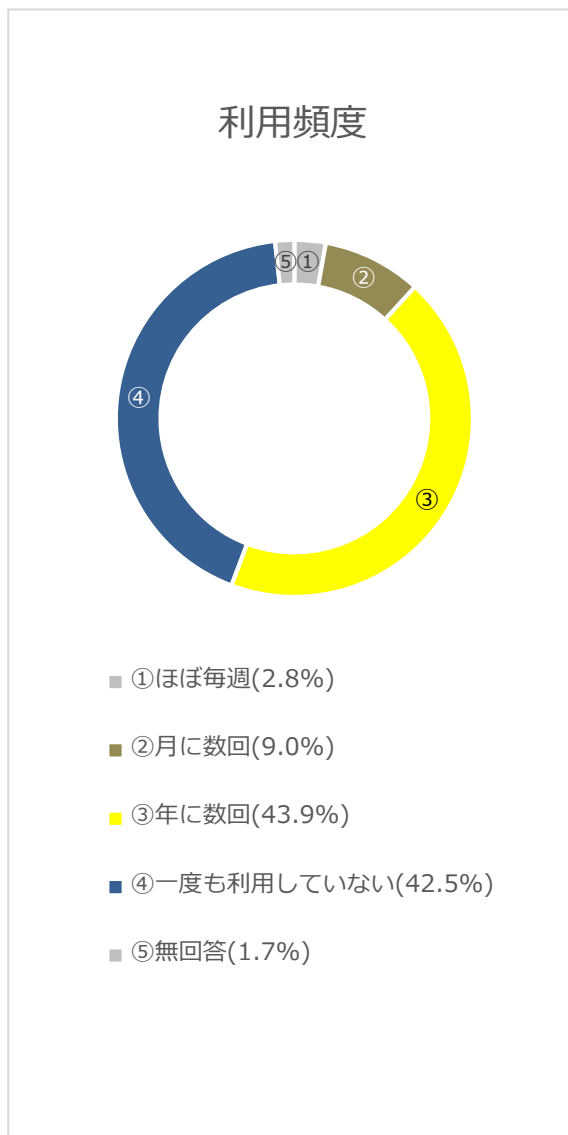


- 公民館からの情報提供手段については、「とても充実している」、「充実している」割合が「あまり充実していない」、「充実していない」割合を下回っている状況である。

## V 分野別調査（コミュニティセンター）

### 1. 利用頻度（直近1年）

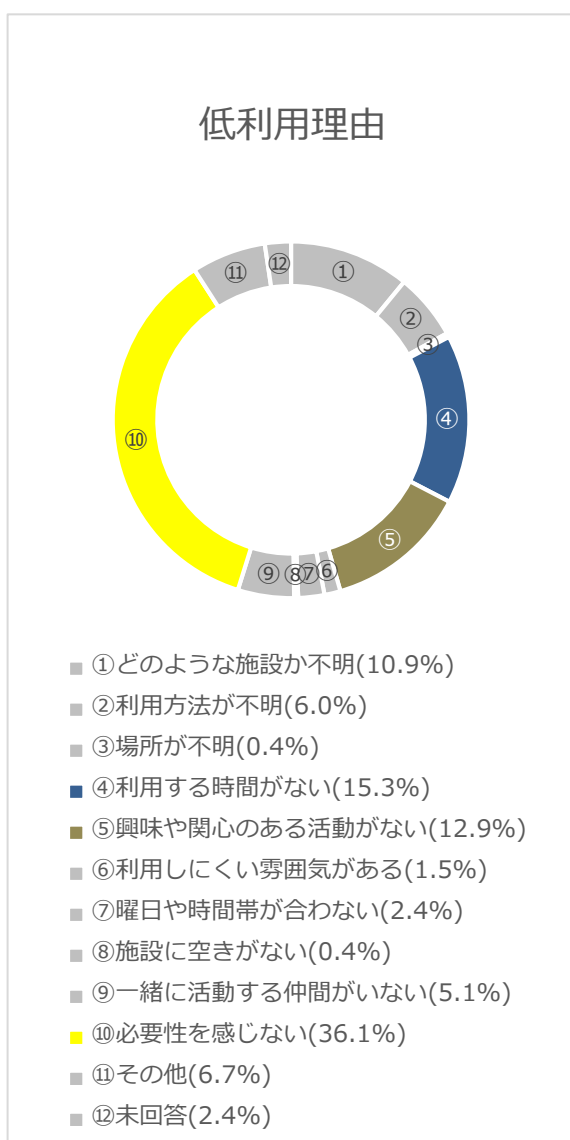
|            |     |
|------------|-----|
| ほぼ毎週       | 18  |
| 月に数回       | 57  |
| 年に数回       | 279 |
| 一度も利用していない | 270 |
| 無回答        | 11  |



- コミュニティセンターの利用頻度については、新型コロナウイルスの影響が少なくなってきたため、前回実施時より、「ほぼ毎週」、「月に数回」利用する割合が約12%と増加している。（前回は約8%）  
「一度も利用していない」割合も42%と前回より減少している。（前回は約49%）

## 2. 低利用理由

|               |    |               |     |
|---------------|----|---------------|-----|
| どのような施設か不明    | 60 | 曜日や時間帯が合わない   | 13  |
| 利用方法が不明       | 33 | 施設に空きがない      | 2   |
| 場所が不明         | 2  | 一緒に活動する仲間がいない | 28  |
| 利用する時間がない     | 84 | 必要性を感じない      | 198 |
| 興味や関心のある活動がない | 71 | その他           | 37  |
| 利用しにくい雰囲気がある  | 8  | 未回答           | 13  |



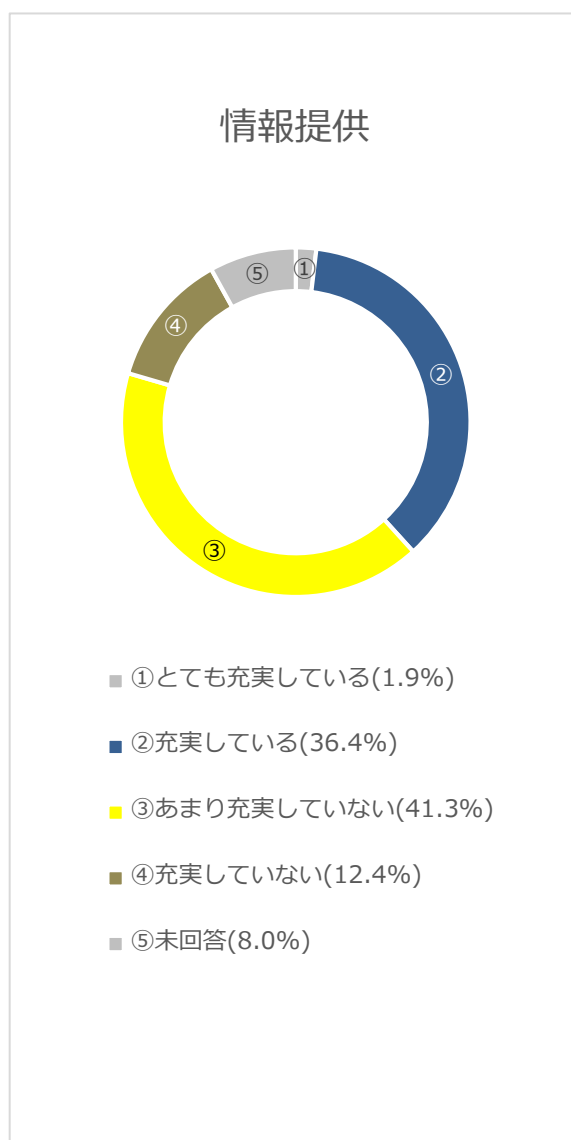
- コミュニティセンターを利用していない理由については、「必要性を感じない」が最も多く、約 36%を占めている。

「その他」では、「移動手段がない」、「遠い」等の手段、場所に関する意見が多く見られた。



### 3. 情報提供

|            |     |
|------------|-----|
| とても充実している  | 12  |
| 充実している     | 231 |
| あまり充実していない | 262 |
| 充実していない    | 79  |
| 未回答        | 51  |



- コミュニティセンターからの情報提供手段については、「とても充実している」、「充実している」割合が「あまり充実していない」、「充実していない」割合を下回っている状況である。

## VI 分野別調査（コミュニティ施策）

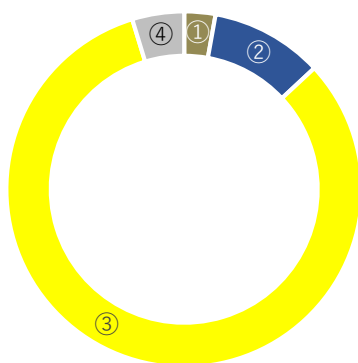
### 1. 市民公益活動促進プラットフォーム

|           |     |
|-----------|-----|
| 利用したことがある | 18  |
| 知っている     | 65  |
| 知らない      | 522 |
| 無回答       | 30  |

### 2. 使ってバンク事業

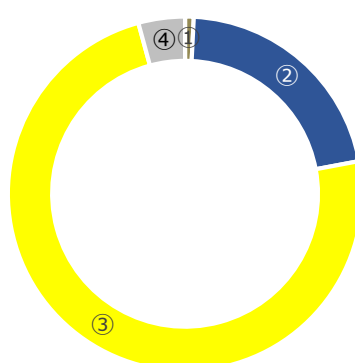
|           |     |
|-----------|-----|
| 利用したことがある | 5   |
| 知っている     | 135 |
| 知らない      | 468 |
| 無回答       | 27  |

市民公益活動促進  
プラットフォーム



- ①利用したことがある(2.8%)
- ②知っている(10.2%)
- ③知らない(82.2%)
- ④無回答(4.7%)

使ってバンク事業

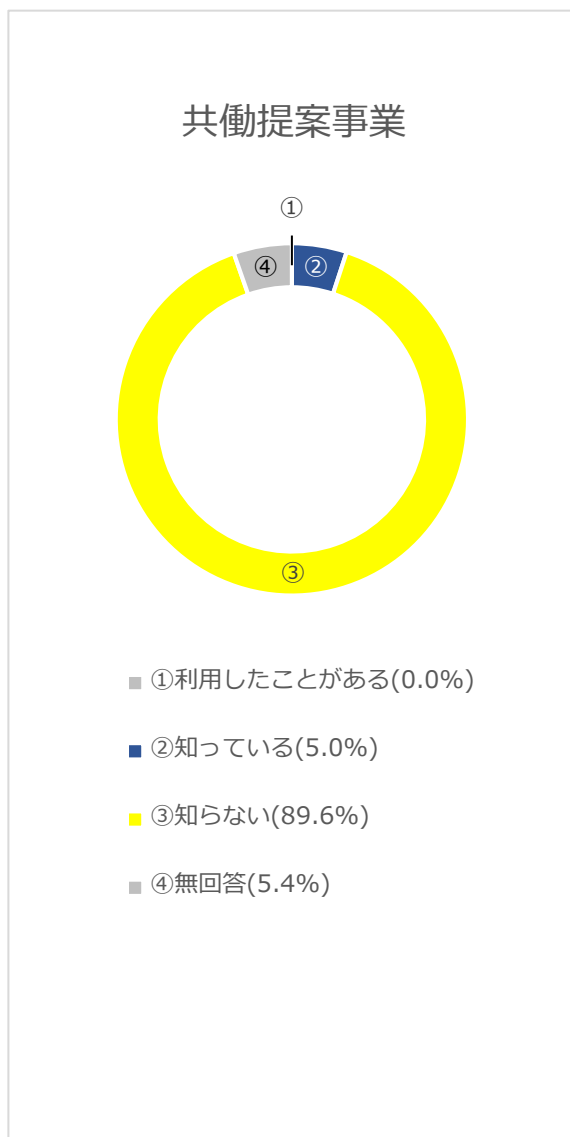


- ①利用したことがある(0.8%)
- ②知っている(21.3%)
- ③知らない(73.7%)
- ④無回答(4.3%)

- 市民公益活動促進プラットフォームについては、「利用したことがある」、「知っている」割合は13%であるが、認知者に対する利用者の割合は高く、潜在的なニーズは高いといえる。
- 使ってバンク事業については、「利用したことがある」、「知っている」割合は22%となっており、認知度は比較的高い。一方で、認知者に対する利用者の割合は低い。

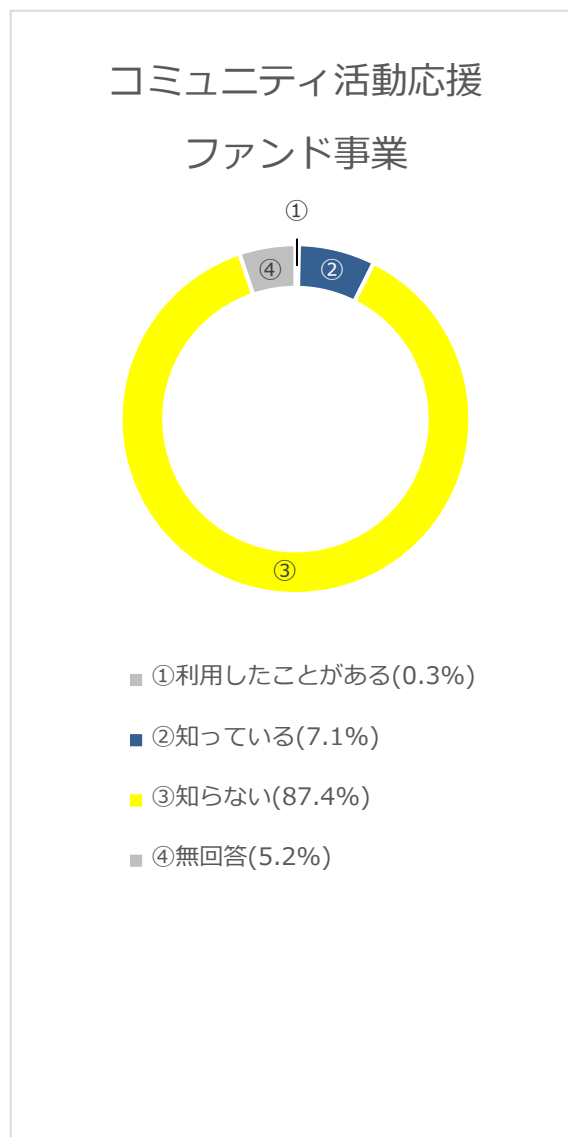
### 3. 共働提案事業

|           |     |
|-----------|-----|
| 利用したことがある | 0   |
| 知っている     | 32  |
| 知らない      | 569 |
| 無回答       | 34  |



### 4. コミュニティ活動応援ファンド事業

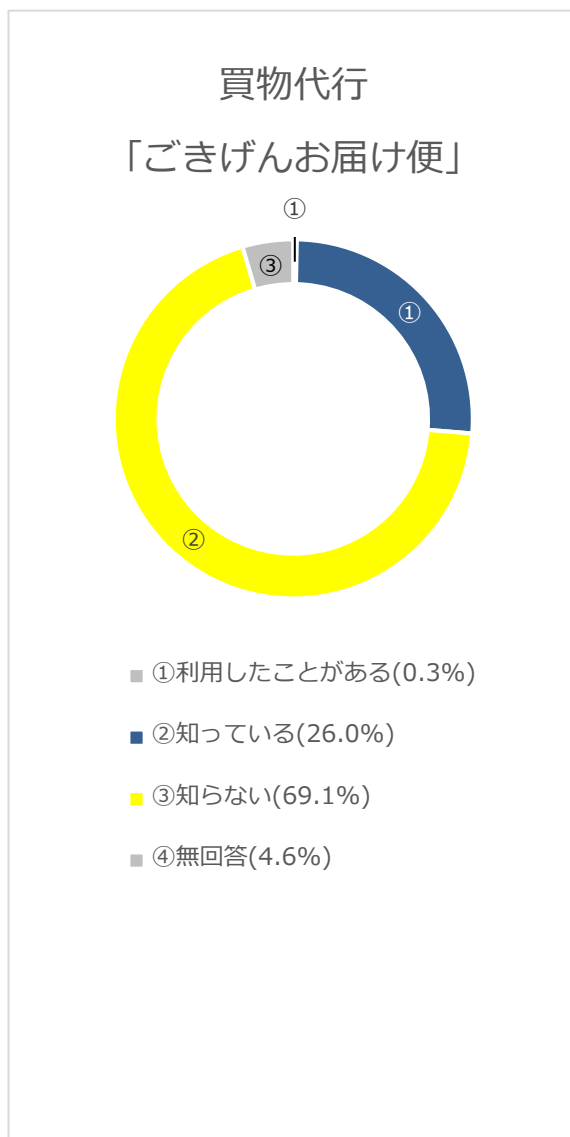
|           |     |
|-----------|-----|
| 利用したことがある | 2   |
| 知っている     | 45  |
| 知らない      | 555 |
| 無回答       | 33  |



- 共働提案事業については、「利用したことがある」、「知っている」割合は5%に留まっている。また、利用対象者が限定的であるため、認知者に対する利用者の割合も低い。
- コミュニティ活動応援ファンド事業については、「利用したことがある」、「知っている」割合は約7%に留まっている。また、利用者が限定的であるため、認知者に対する利用者の割合も低い。

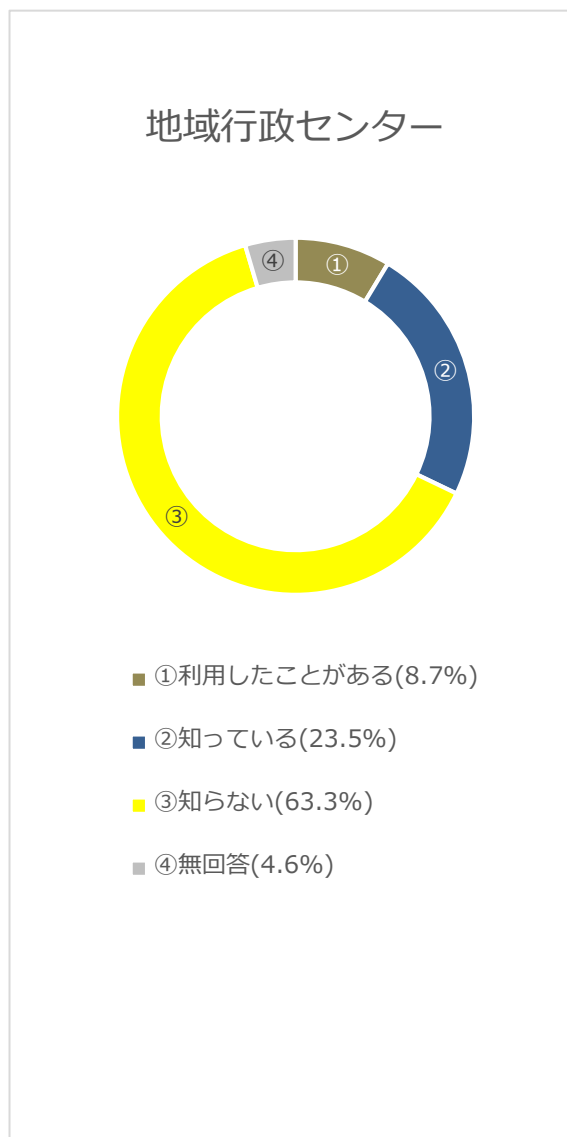
## 5. 買物代行「ごきげんお届け便」

|           |     |
|-----------|-----|
| 利用したことがある | 2   |
| 知っている     | 165 |
| 知らない      | 439 |
| 無回答       | 29  |



## 6. 地域行政センター

|           |     |
|-----------|-----|
| 利用したことがある | 55  |
| 知っている     | 149 |
| 知らない      | 402 |
| 無回答       | 29  |



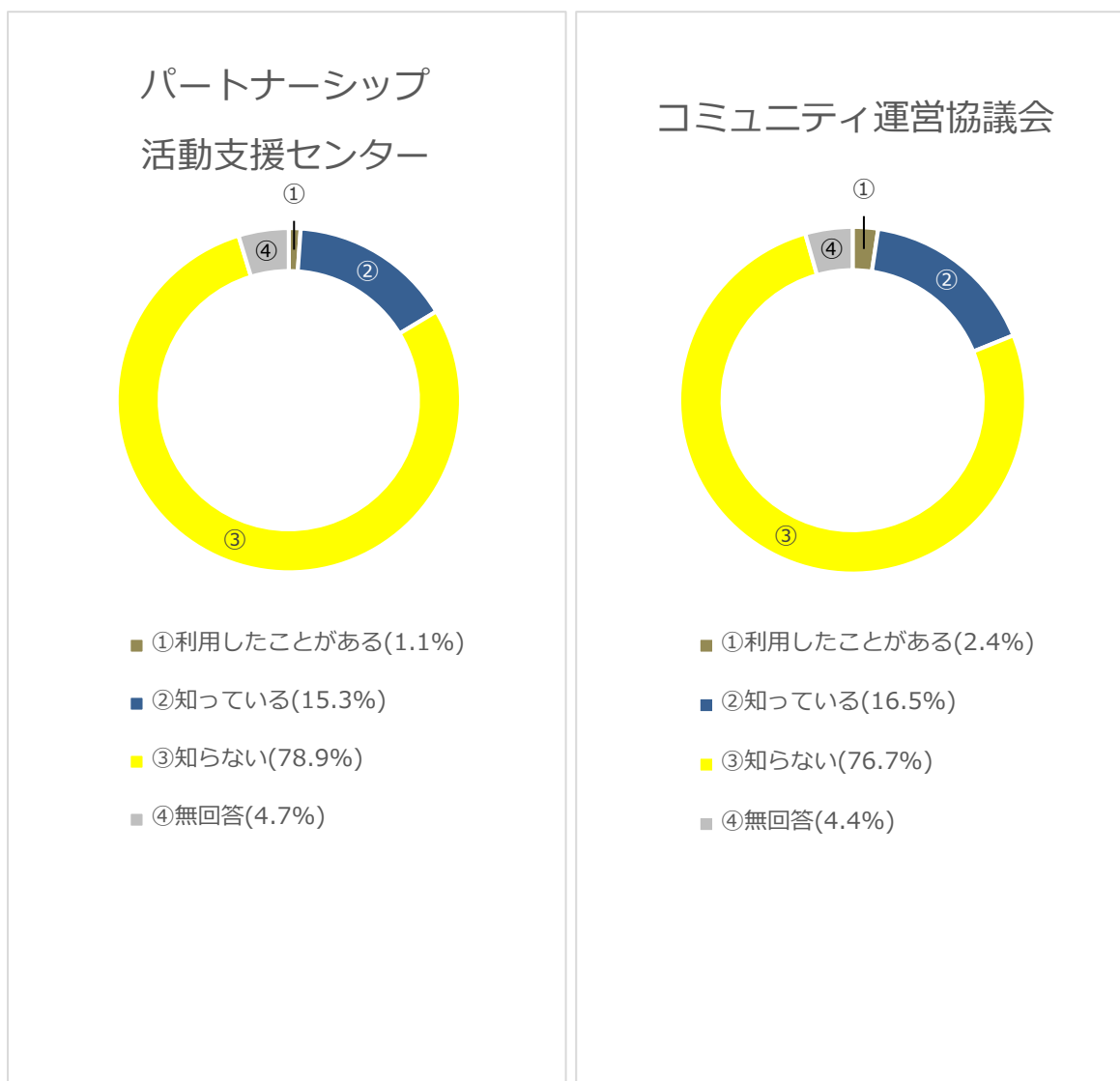
- 買物代行「ごきげんお届け便」については、「利用したことがある」、「知っている」割合は26%となっており、認知度は比較的高い。一方で、認知者に対する利用者の割合は低い。
- 地域行政センターについては、「利用したことがある」、「知っている」割合は32%となっており、認知度は比較的高い。一方で、認知者に対する利用者の割合は低い。

## 7. パートナーシップ活動支援センター

|           |     |
|-----------|-----|
| 利用したことがある | 7   |
| 知っている     | 97  |
| 知らない      | 501 |
| 無回答       | 30  |

## 8. コミュニティ運営協議会

|           |     |
|-----------|-----|
| 利用したことがある | 15  |
| 知っている     | 105 |
| 知らない      | 487 |
| 無回答       | 28  |



- パートナーシップ活動支援センターについては、「利用したことがある」、「知っている」割合は16%となっており、認知度は比較的高い。一方で、認知者に対する利用者の割合は低い。
- コミュニティ運営協議会については、「利用したことがある」、「知っている」割合は19%となっており、認知度は比較的高い。

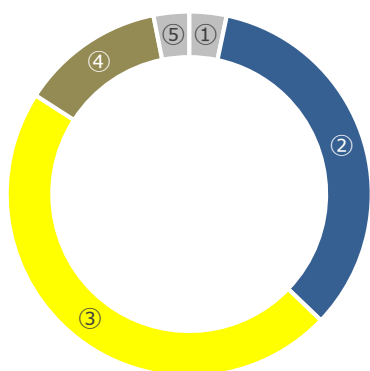
## 9. コミュニティによるまちづくり

|         |     |
|---------|-----|
| とても感じる  | 21  |
| やや感じる   | 215 |
| あまり感じない | 298 |
| 全く感じない  | 81  |
| 無回答     | 20  |

## 10. パートナーシップによるまちづくり

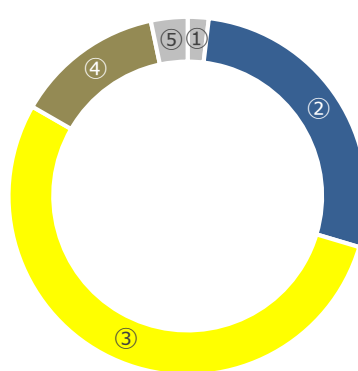
|         |     |
|---------|-----|
| とても感じる  | 12  |
| やや感じる   | 176 |
| あまり感じない | 341 |
| 全く感じない  | 85  |
| 無回答     | 21  |

コミュニティによる  
まちづくり



- ①とても感じる(3.3%)
- ②やや感じる(33.9%)
- ③あまり感じない(46.9%)
- ④全く感じない(12.8%)
- ⑤無回答(3.1%)

パートナーシップによる  
まちづくり



- ①とても感じる(1.9%)
- ②やや感じる(27.7%)
- ③あまり感じない(53.7%)
- ④全く感じない(13.4%)
- ⑤無回答(3.3%)

- 「地区コミュニティが一体となってまちづくりに取り組んでいる」と感じているかについては、「とても感じる」、「やや感じる」割合が 37.2%となっており、「あまり感じない」、「全く感じない」より低い状況である。
- 「市民と行政のパートナーシップによるまちづくりが進められている」と感じているかについては、「とても感じる」、「やや感じる」割合が 30.0%となっており、「あまり感じない」、「全く感じない」より低い状況である。

## VII 総合分析

### 1. 現状分析

#### (1) 公益活動の実態

新型コロナウイルス禍で活動が制限されていたことも要因ではありますが、直近1年間で公益活動に参加した市民は一部に留まっております。しかしながら、活動意欲がある市民は多く、今後の潜在的ニーズは高いといえます。

また、活動内容としては実績と今後の活動意欲共に「地域づくり」の割合が極めて高く、本市では地縁型の公益活動がまちづくりの基盤となっていることが理解できます。その一方で、「地域づくり」以外では、参加したい活動に大きな偏りはなく、市民が多様なテーマに対して興味・関心を持っていることもわかりました。

なお、活動拠点としては「公民館」の割合が極めて高く、住民の地域活動の拠点施設として十分に機能している反面、コミュニティセンターと同様に利用者は限定的であり、広く市民に利用されている施設とは言い難い状況です。

#### (2) 好循環モデルの実証

公益活動の参加理由については「愛郷心」や「社会貢献」が多くを占めており、公益活動と愛郷心、居住年数、居留意欲は相関関係にあることが確認できました。このことから、公益活動の参加→愛郷心の形成→居留意欲の醸成→定住化→公益活動の参加→・・・といった好循環モデルを如何に形成していくかが重要であるといえます。

#### (3) 居住地域別の傾向

居住地域によって、居住形態や居住年数が異なっており、ひいては公益活動の参加実績や意欲にも差異が生じています。今後は地区コミュニティの構成や実情に応じて、より効果的な事業展開を検討していく必要があります。

| 地区 | 居住形態                | 居住年数 | 参加実績 | 参加意欲 |
|----|---------------------|------|------|------|
| 南  | 持ち家/一戸建て            | 長    | 高    | 低    |
| 中央 | 持ち家/集合住宅<br>賃貸/集合住宅 | 短・長  | 低    | 高    |
| 東  | 持ち家/一戸建て            | 長    | 高    | 低    |
| 北  | 持ち家/一戸建て<br>賃貸/集合住宅 | 短    | 低    | 高    |

#### （４）公益活動の潜在ニーズと阻害要因

現在は、「自由業・自営業」や「家事従事者」等、日中の時間の融通が比較的利きやすい職業の市民が公益活動に参加しており、「学生」や「会社員・会社役員」等は参加していない（できていない）状況です。一方、今後の参加意欲については、実績と比較して「会社員・会社役員」、「公務員・団体職員」、「学生」等は参加意欲が大きく向上しており、職種によって潜在的なニーズを掘り起こせていない状況があるものと思料します。

また、全体的に通常の公益活動と比較して、課題解決型の公益活動（自身が興味・関心のあるテーマについて同じ想いを持つ市民同士が集まって話し合ったり、活動を考えたりする場や機会）の参加意欲が高い傾向にあることも分かっており、仕事上で得たスキルやノウハウ等、公益活動に活かせる得意分野を持っている割合も高い傾向にあります。

なお、公益活動の阻害要因としては、「家庭の事情」や「健康上の不安」等の行政の施策で対応が難しいものを除き、「きっかけがない」や「仲間がいない」、「時間帯が合わない」、「忙しくて時間がない」等の割合が高い状況となっています。

#### （５）コロナの影響

新型コロナウイルスの影響により、公益活動や拠点施設の利用等に制限が生じている状況があり、いまだ活動実績等は回復しておりませんが、一方で、「家族や友人の重要性」や「社会とのつながりの重要性」等、多くの市民に意識の変化が見られ、今後の公益活動の参加意欲の向上にもつながっていることがわかりました。新型コロナウイルスの影響が少なくなってきたことを好機に、参加意欲のある市民を活動参加に繋げることが重要になっております。

また、このことと併せて、SNS 等による地域情報の回覧やビデオ会議、オンラインによるイベント等の多様なコミュニケーションツールの活用に対するニーズも高まっています。特に「学生」や「会社員・会社役員」等、現在活動を行っていないが今後活動したいと考えている層のニーズが高く、潜在ニーズの掘り起こしにも有効と考えます。

#### （６）コミュニティ施策に対する認識

「地区コミュニティが一体となってまちづくりに取り組んでいる」と感じる市民は半数を下回っており、「市民と行政のパートナーシップによるまちづくりが進められている」と感じる市民の割合は更に低い状況となっています。市民にまちづくりの施策を実感してもらえるような事業展開を改めて考えていく必要があるものと思料します。

また、事業の認知度及び利用度については事業毎に差はあるものの、いずれも半数を下回っており、効果的な周知がされているとは言い難い状況です。また、認知度に対する利用者の割合も事業によって異なっているため、従来の全方位的な事業展開や周知活動ではなく、利用者の伸びしろがある事業に対して経営資源を重点的に投下する等、選択と集中を行っていく必要があるものと考えます。



## 2. 今後の検討事項

### (1) 好循環モデルの推進

公益活動の好循環を生み出していくために、市民の「社会貢献」や「愛郷心」の想いを大切にしながら、「多様な主体が活躍できる環境づくり」や「テーマ型公益活動の促進」等、事業や施策同士が有機的に連動するような全体設計を検討します。

### (2) 多様な主体が活躍できる環境づくり

家事従事者等、これまで公益活動の担い手と考えられていた層だけではなく、潜在的なニーズがある会社員や学生等に向けた施策の展開や支援等を通して、多様な主体が様々な機会や場で力を発揮し、活躍できる環境づくりを検討します。

### (3) 課題解決型公益活動の促進

現在主流となっている地縁型の公益活動を軸としながら、地域の中で多様な主体が多彩な活動を展開できるように、公民館やコミュニティセンターの利活用も含めて、興味・関心のあるテーマに基づく課題解決型の公益活動の促進や各種団体等への支援策を検討し、コミュニティによるまちづくりとパートナーシップのまちづくりの更なる深化を進めます。

### (4) ターゲットの明確化・事業の選択と集中

従来型の全市民に向けた全方位的な事業展開ではなく、地区毎の特徴も踏まえ、事業毎のターゲットをより明確にした上で、それぞれに合った周知や実施方法等を再度整理するほか、時代の潮流やニーズに即した既存事業のスクラップと新規事業のビルドを進めるなど、新陳代謝を図りながら、最小限の経営資源で最大の効果を発揮できる事業展開を検討します。

### (5) 新たな公益活動のあり方

新型コロナウイルスの影響も少なくなっており、これからのまちづくりの契機として捉え、潜在ニーズの掘り起こしも含めて、コミュニケーションツールも活用した新たな公益活動のあり方を検討します。