

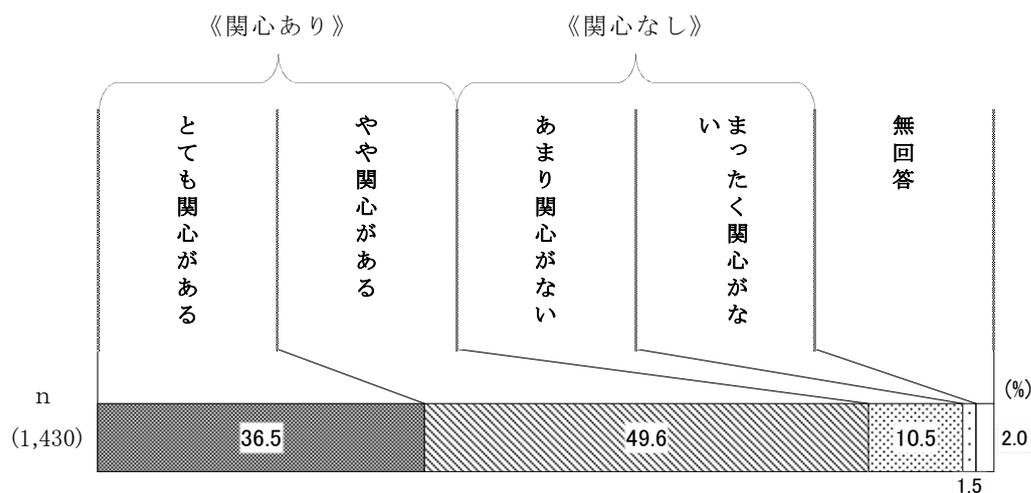
第7章 調査結果〔その他〕

1. 地域福祉について

(1) 福祉への関心

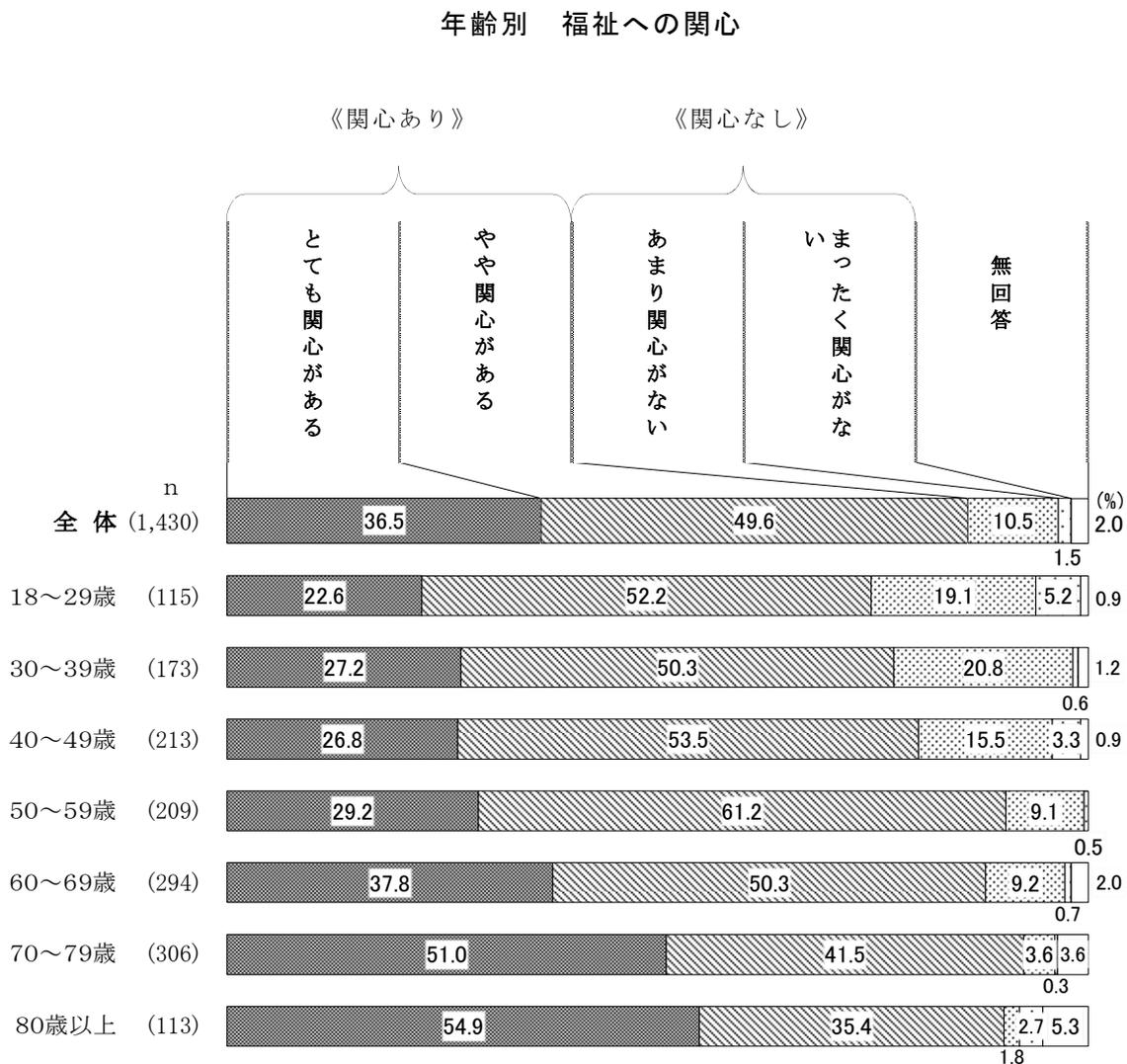
あなたは、福祉に関心がありますか。(○は1つ)

福祉への関心は、「とても関心がある」が36.5%、「やや関心がある」が49.6%で両者をあわせた《関心あり》は86.1%と多くなっている。一方、「まったく関心がない」と「あまり関心がない」をあわせた《関心なし》は12.0%となっている。



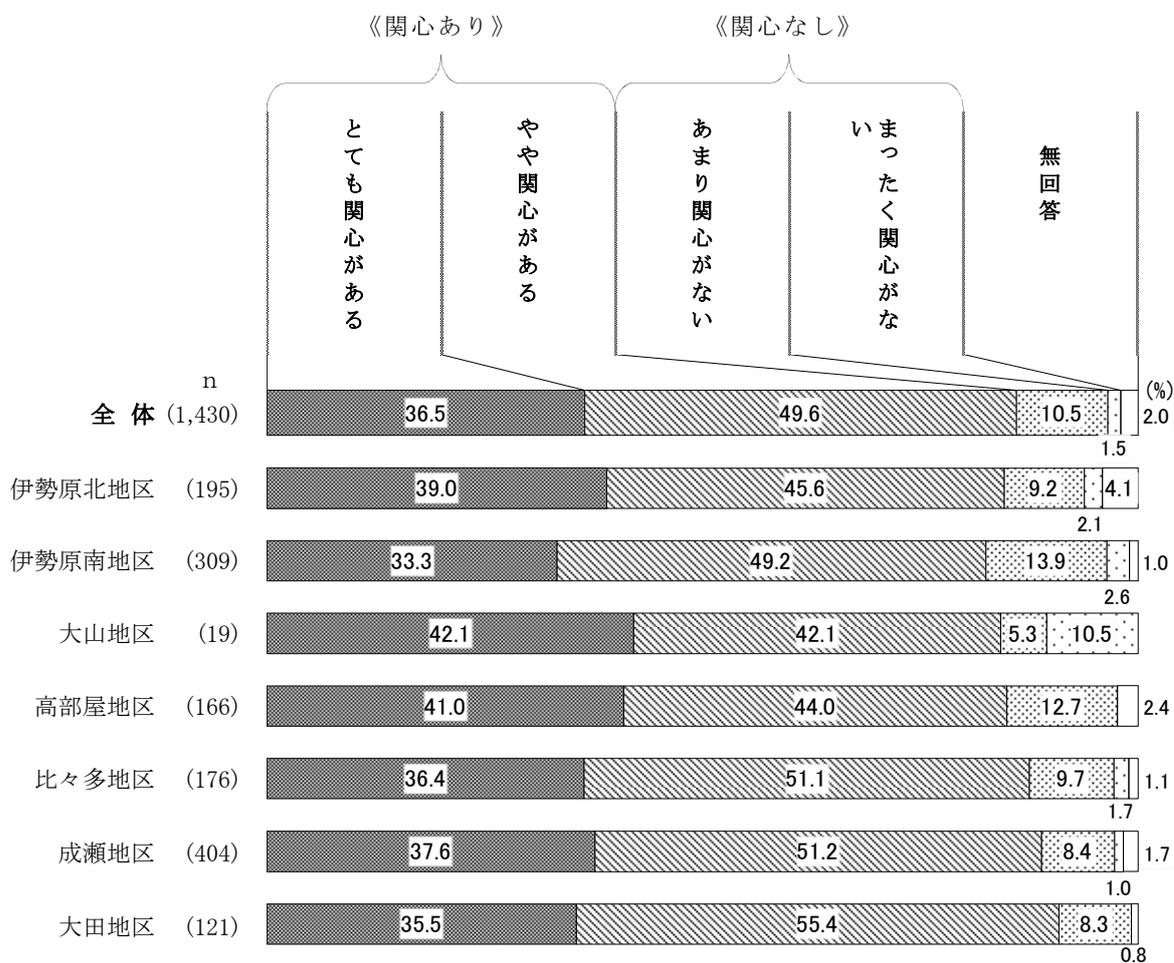
第7章 調査結果 [その他]

年齢別にみると、「とても関心がある」は年齢が高いほど多く、70～79歳以降では5割台となっている。《関心あり》ではいずれの年齢層でも7割以上と多く、40～49歳以降では8割以上となっている



地域別にみると、「とても関心がある」はすべての地区で3割以上となっており、大山地区、高部屋地区では4割台となっている。《関心あり》ではいずれの地区でも8割以上と多くなっている。

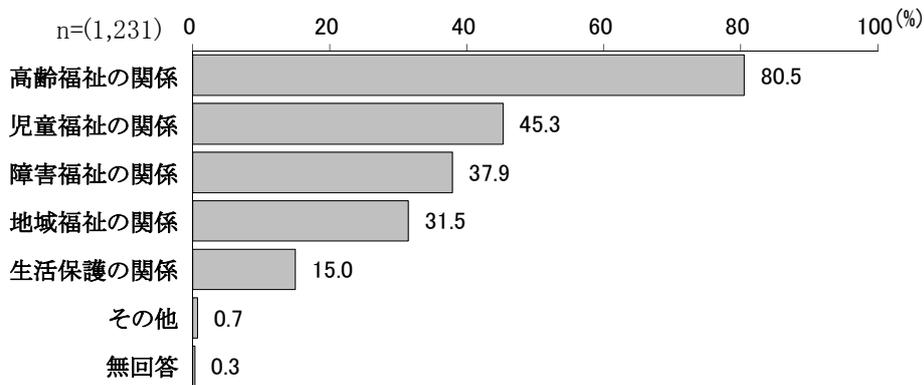
地域別 福祉への関心



(2) 関心のある福祉分野

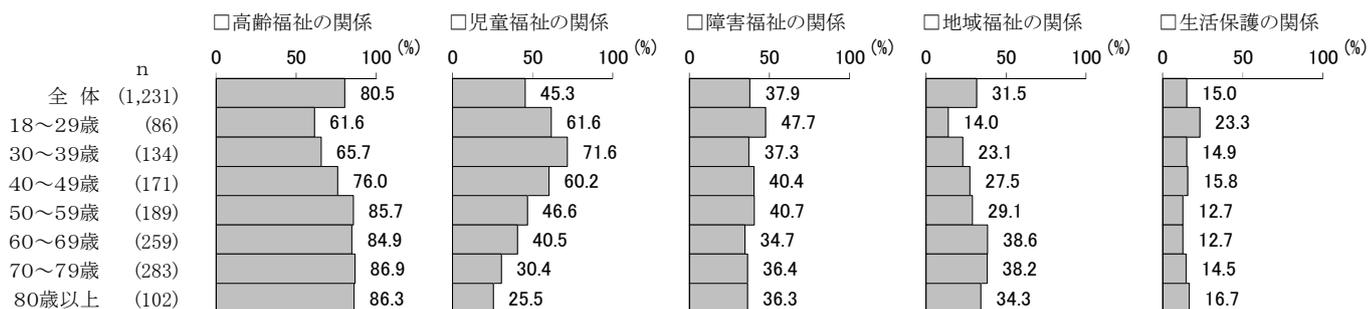
あなたは、どのような分野の福祉に関心がありますか。(〇はいくつでも)

関心のある福祉分野は、「高齢福祉の関係」が80.5%と特に多く、以下、「児童福祉の関係」が45.3%、「障害福祉の関係」(37.9%)、「地域福祉の関係」(31.5%)が3割台で続いている。



年齢別にみると、「高齢福祉の関係」はすべての年齢層で6割以上となっており、50～59歳以降では8割台となっている。「児童福祉の関係」は18～29歳から40～49歳が中心で6割から7割台となっている。「障害福祉の関係は」いずれの年齢層でも3割以上であるが、18～29歳が47.7%と他の年齢層よりやや多く、18～29歳ではこれに加えて「生活保護の関係」でも23.3%と他の年齢層より多い。また、「地域福祉の関係」は60～69歳以降で3割台であるが、年齢が下がるにつれて少なくなる。

年齢別 関心のある福祉分野

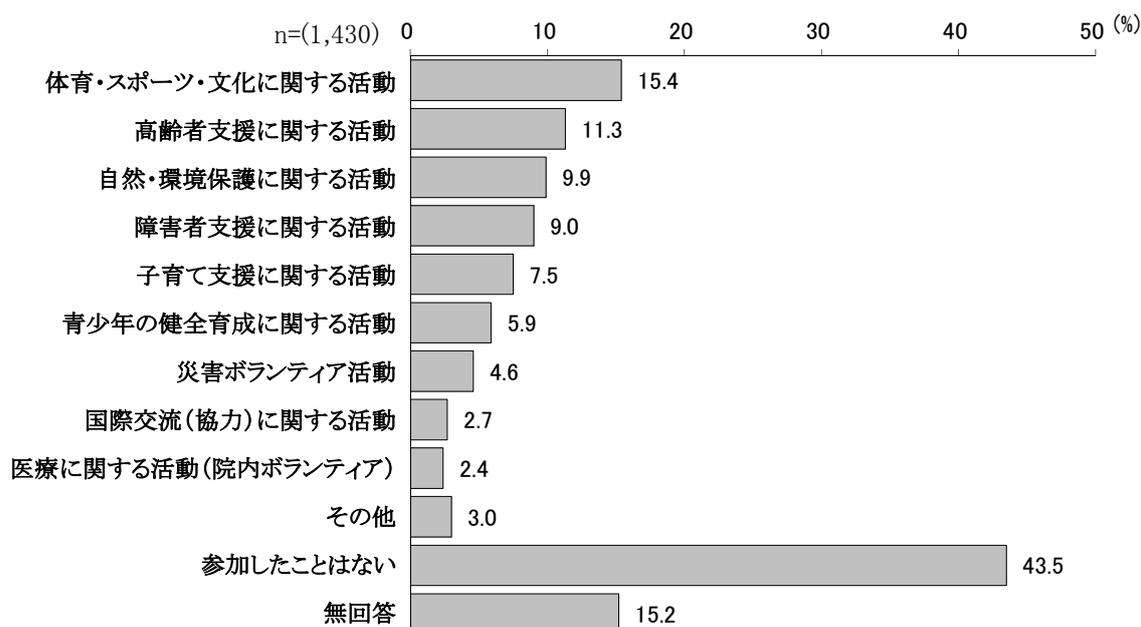


(3) 参加したことがあるボランティア活動

あなたはこれまで、どのようなボランティア活動に参加したことがありますか。

(○はいくつでも)

これまで参加したことがあるボランティア活動は、「体育・スポーツ・文化に関する活動」が15.4%で最も多く、以下、「高齢者支援に関する活動」(11.3%)、「自然・環境保護に関する活動」(9.9%)、「障害者支援に関する活動」(9.0%)が1割前後で続いている。一方、「参加したことはない」は43.5%と多くなっている。



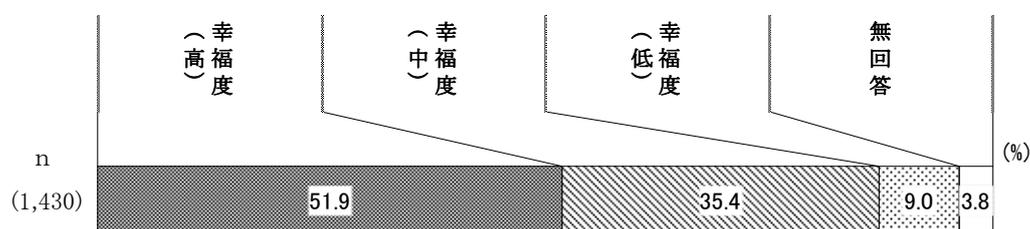
2. 幸福実感について

(1) 幸福の実感

現在、あなたは実感としてどの程度幸せですか。最高を10点、最低を0点とすると、何点くらいになると思いますか。いずれかの数字を1つだけ選び、○で囲んでください。

現在の幸福の実感の平均点は6.38であった。

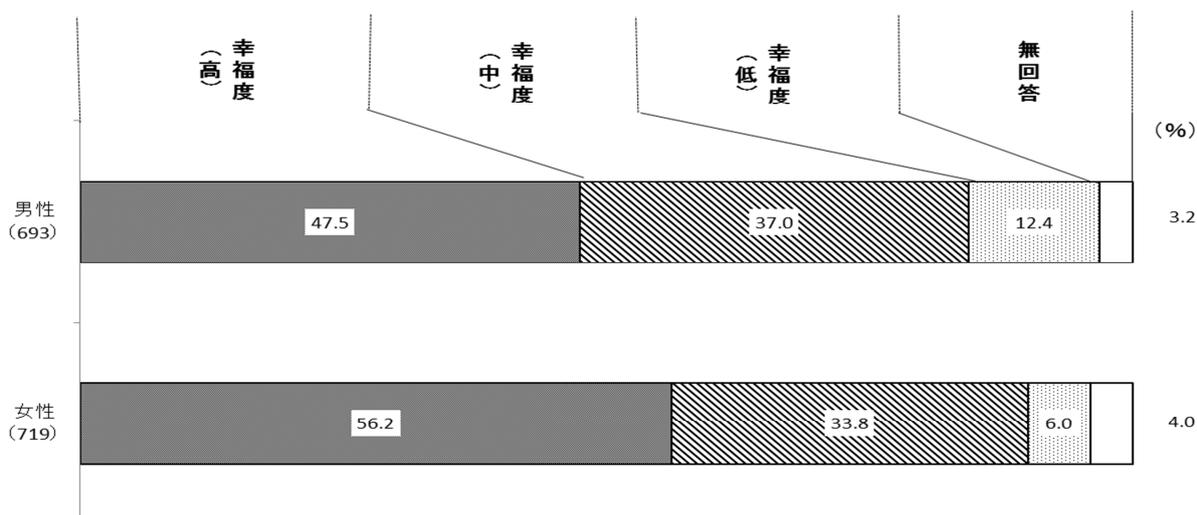
つけていただいた点数のうち、10～7点を「幸福度（高）」、6～4点を「幸福度（中）」、3～0点を「幸福度（低）」の3段階の区分で算出すると、「幸福度（高）」は51.9%、「幸福度（中）」は35.4%、「幸福度（低）」は9.0%となっている。



男女別にみると、幸福の実感の平均点は、男性 6.11、女性 6.62 と、女性の方が男性よりも幸福度が高くなっている。

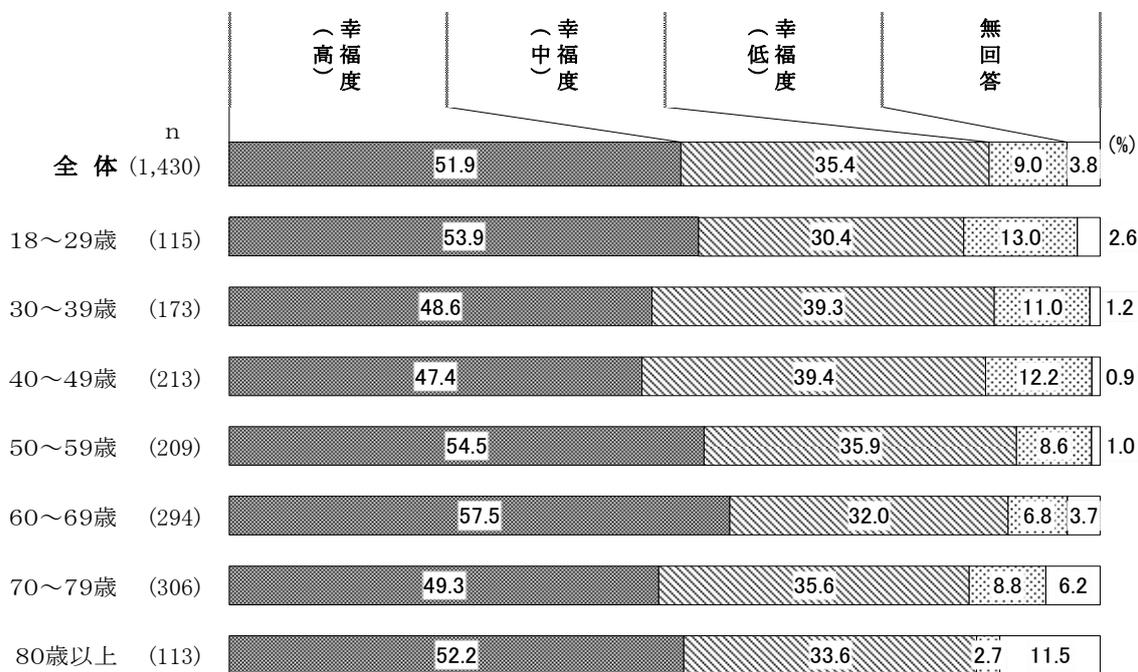
「幸福度（高）」と答えた人の割合は、男性が 47.5%なのに対し、女性は 56.2%と、約 9 ポイント高くなっている。また、「幸福度（低）」と答えた人の割合は、男性 12.4%、女性 6.0%であり、男性と女性で約 2 倍の差が生じている。

男女別 幸福の実感



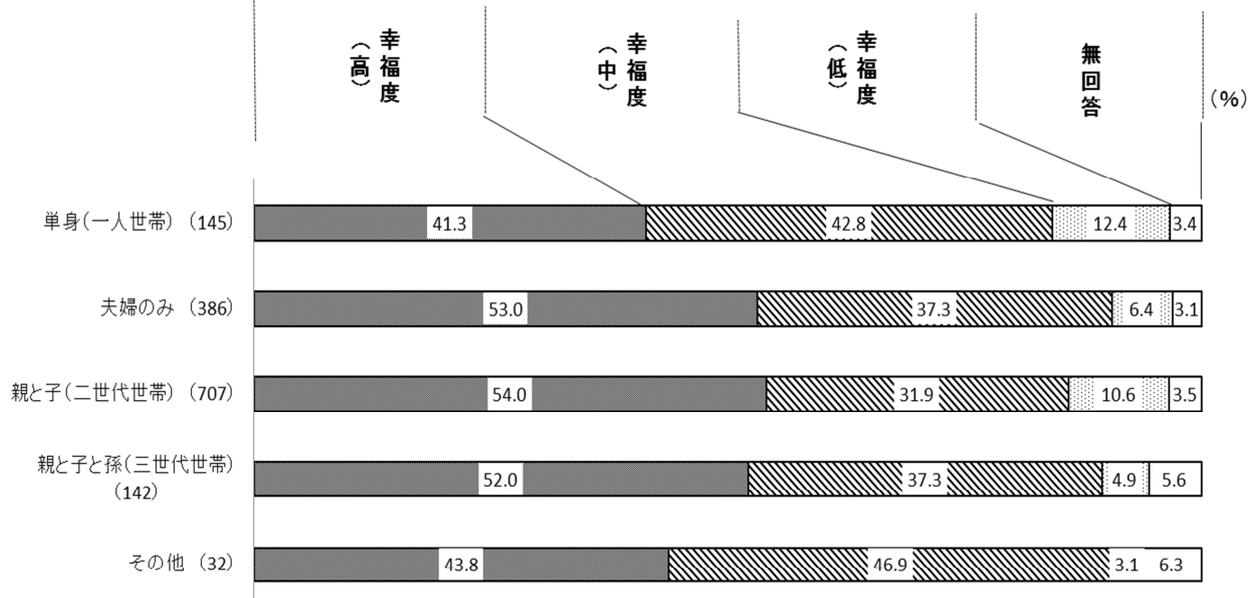
年齢別にみると、「幸福度（高）」はいずれの年齢層でも4割から5割台となっている。一方、「幸福度（低）」は18～29歳から40～49歳で1割台と比較的多くなっている。

年齢別 幸福の実感



世帯の状況別にみると、「幸福度（高）」は夫婦のみ、親と子（二世帯世帯）、親と子と孫（三世帯世帯）で5割台となっているが、単身（一人世帯）やその他の世帯では4割台となっていることから、配偶者や子どもなどの家族から得られる人間関係が幸福の実感にプラスの影響を与えていくものと考えられる。

世帯の状況別 幸福の実感

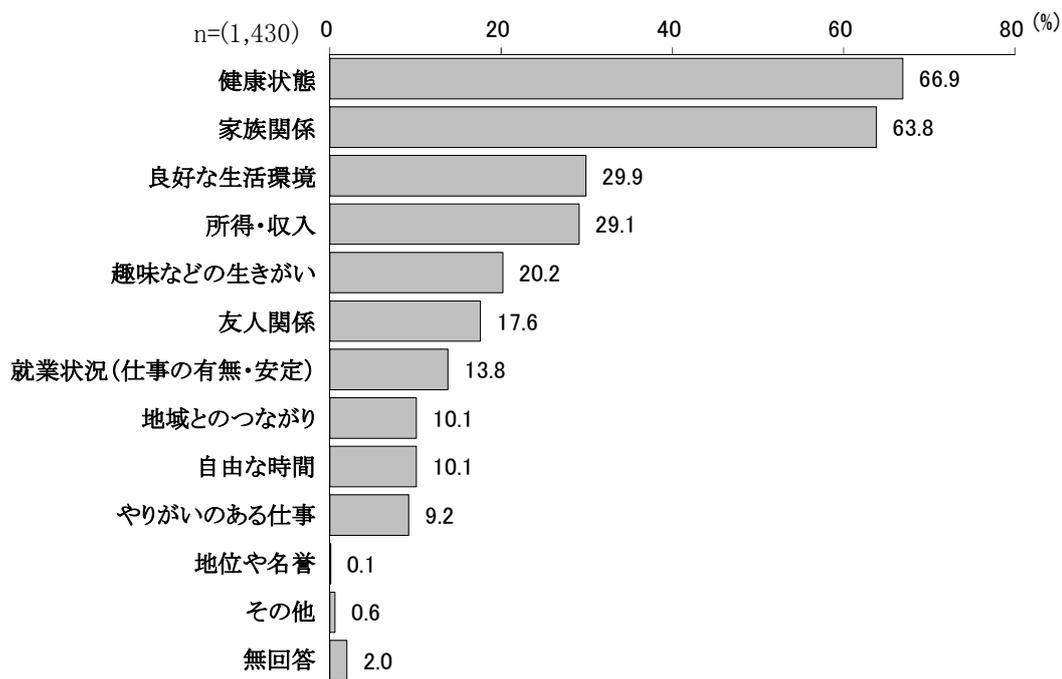


(2) 幸福実感を判断する上で重視した事項

幸福実感を判断する上で、あなたが重視した事項は何ですか。(〇は3つまで)

幸福実感を判断する上で重視した事項は、「健康状態」(66.9%)、「家族関係」(63.8%)の2項目が6割台で特に多く、以下、「良好な生活環境」(29.9%)、「所得・収入」(29.1%)、「趣味などの生きがい」(20.2%)が2割台で続いている。

「健康状態」や「家族関係」の項目が高いことから、本市においては、健康づくりや誰もが快適で安心して暮らせるまちづくりを進めることが、幸福の実感に対してプラスの影響を与えていくものと考えられる。



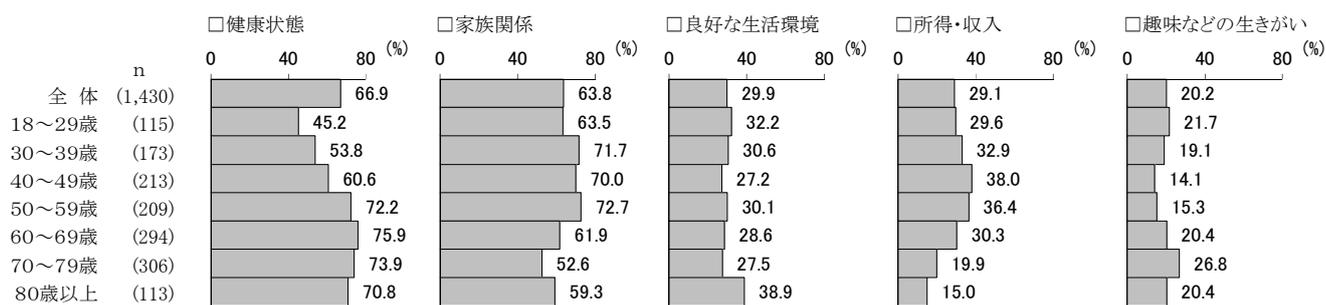
年齢別にみると、「健康状態」を選ぶ人は、年齢に比例して多くなる傾向にあり、50～59歳以降で7割台となっている。「家族関係」はいずれの年齢層でも5割以上で、30歳から50歳代で7割台と多くなっている。「所得・収入」は60～69歳以下の年齢層で概ね3割以上となっており、「趣味などの生きがい」は70～79歳で26.8%と他の年齢層よりやや多くなっている。

他の年齢構成と比較して18～29歳から40～49歳まででは、「家族関係」や「所得・収入」などの項目が高くなっており、子どもを安心して産み育てられる環境づくりや、安定した雇用の確保など、若い世代に選ばれる魅力あるまちづくりを進めることが重要であると考えられる。

一方で、50～59歳以降の世代では、「健康状態」や「趣味などの生きがい」の項目が高くっており、健康で生き生きと暮らすための健康づくりや生涯学習機会の充実などが幸福実感を高める上で重要であると考えられる。

このように、世代による価値観の変化が幸福実感に影響を与えることから、市民の幸福実感を高めるためには、幅広い分野の施策を推進することが必要になると考えられる。

年齢別 幸福実感を判断する上で重視した項目（上位5項目）



【参考】男女別の幸福実感

	全体	男性	女性
10点	57人 4.0%	20人 2.9%	34人 4.7%
9点	91人 6.4%	34人 4.9%	57人 7.9%
8点	293人 20.5%	126人 18.2%	165人 22.9%
7点	301人 21.0%	149人 21.5%	149人 20.7%
6点	193人 13.5%	103人 14.9%	87人 12.1%
5点	221人 15.5%	104人 15%	114人 15.9%
4点	92人 6.4%	49人 7.1%	42人 5.8%
3点	77人 5.4%	55人 7.9%	22人 3.1%
2点	26人 1.8%	17人 2.5%	9人 1.3%
1点	19人 1.3%	10人 1.4%	9人 1.3%
0点	6人 0.4%	4人 0.6%	2人 0.3%
無回答	54人 3.8%	22人 3.2%	29人 4.0%
回答数	1430人	693人	719人
平均点	6.38点	6.11点	6.62点

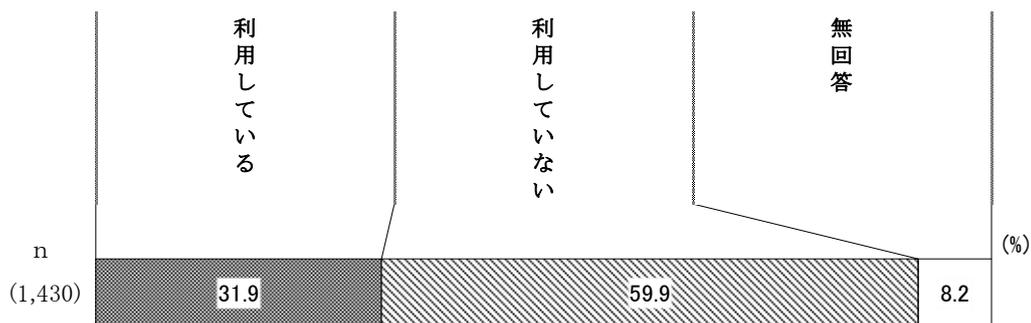
※平均点の算出には無回答者を含まない。

3. 市政情報について

(1) SNSの利用状況

あなたは、日頃SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）を利用していますか。
 * SNSとは、インターネット上の交流を通して、社会的なつながりを構築するサービスをいいます。
 代表的なものとして、フェイスブックやツイッター、LINEなどがあります。

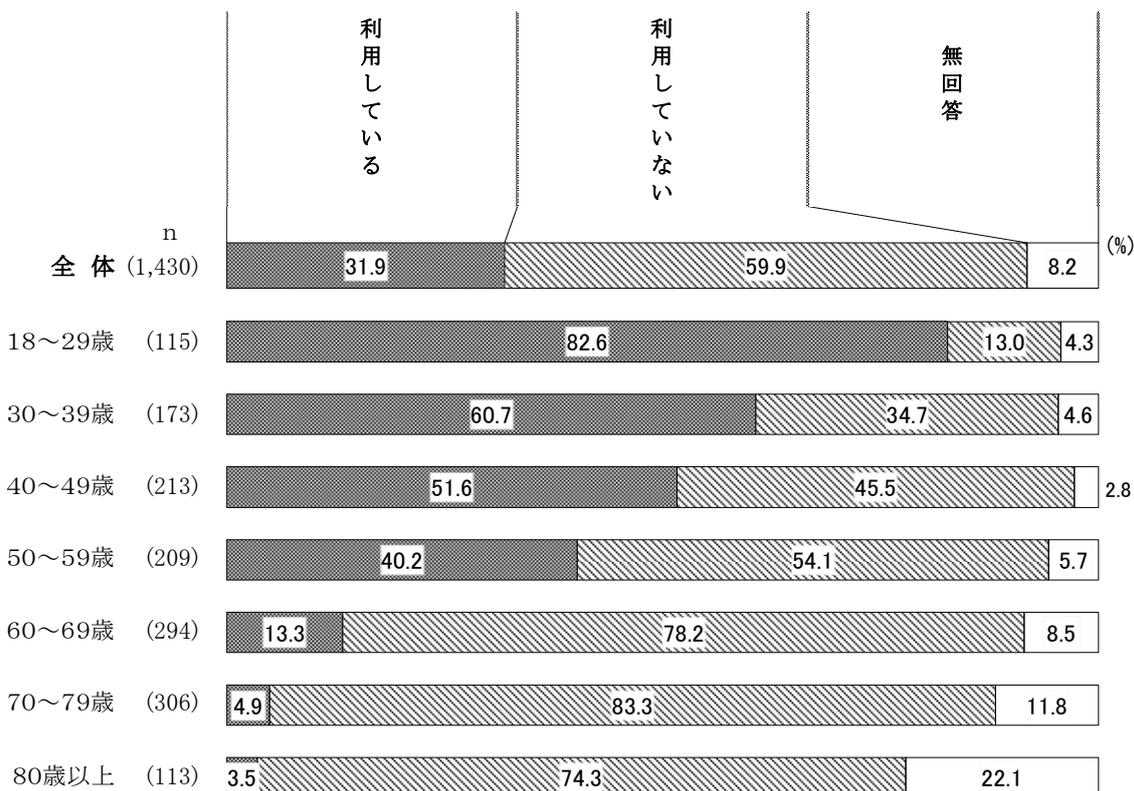
日頃SNSを「利用している」は31.9%、「利用していない」は59.9%となっている。



年齢別にみると、「利用している」は若い年齢層ほど多く、18～29歳で82.6%となっている。年齢層が上がるにつれて利用は少なくなり、50～59歳で逆転し、60～69歳以降では「利用していない」が7割以上となっている。

SNSについては、今後とも市民の利用状況を注視しつつ、情報伝達手段としての活用の検討が求められる。

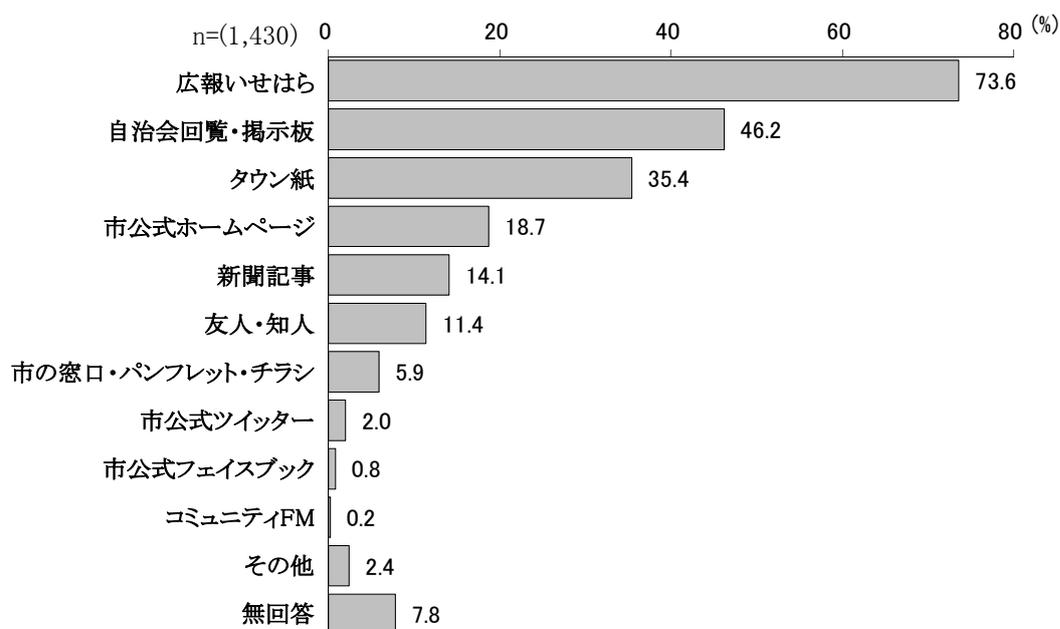
年齢別 SNSの利用状況



(2) 市からの情報の入手源

あなたは、市からの情報を、主に何から得ていますか。(〇は3つまで)

市からの情報の入手源は、「広報いせはら」が73.6%で最も多く、以下、「自治会回覧・掲示板」が46.2%、「タウン紙」が35.4%で続いている。また、「市の窓口・パンフレット・チラシ」や「市公式ツイッター」、「市公式フェイスブック」の利用者は1割未満となっている。



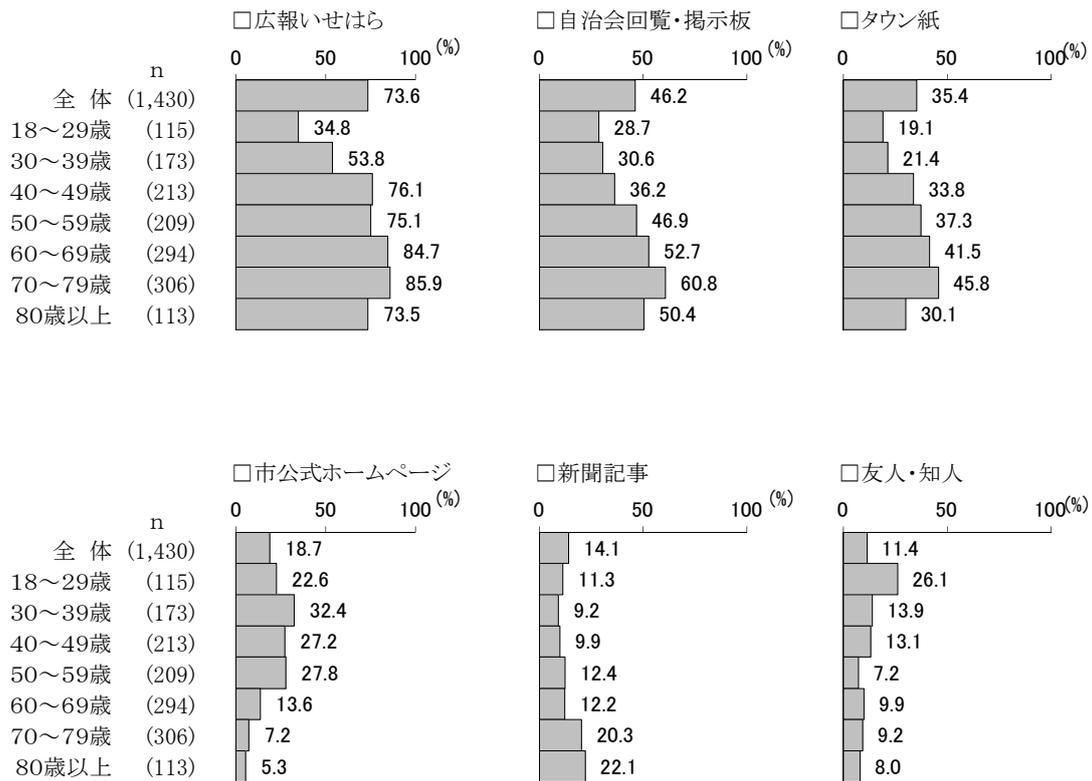
第7章 調査結果〔その他〕

年齢別にみると、「広報いせはら」は40～49歳以降で7割から8割台と多く、「自治会回覧・掲示板」は60～69歳以降で5割から6割台、「タウン紙」は60～69歳と70～79歳で4割台と多く、これらの情報入手源は年齢が上がるにつれて多くなる傾向にある。

「市公式ホームページ」は30～39歳で32.4%であるが、年齢が上がるにつれて少なくなる。

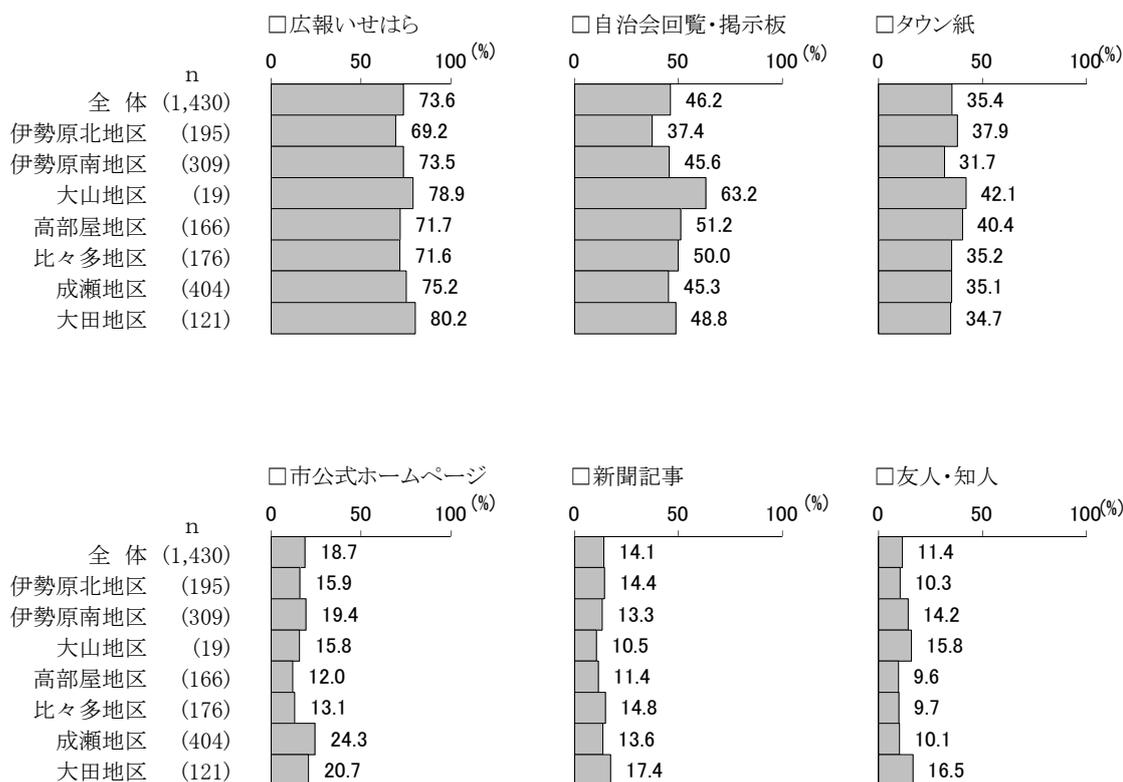
また、「新聞記事」は70～79歳と80歳以上で2割台、「友人・知人」は18～29歳で26.1%と他の年齢層より多くなっている。

年齢別 市からの情報の入手源（上位6項目）



地域別にみると、「広報いせはら」は大田地区の80.2%を筆頭に大部分の地区で7割以上となっている。「自治会回覧・掲示板」は大山地区で63.2%、高部屋地区、比々多地区でも5割台となっている。「タウン紙」は大山地区、高部屋地区で4割台、「市公式ホームページ」は成瀬地区で24.3%、大田地区、伊勢原南地区で2割前後と他の地域より多くなっている。

地域別 市からの情報の入手源（上位6項目）

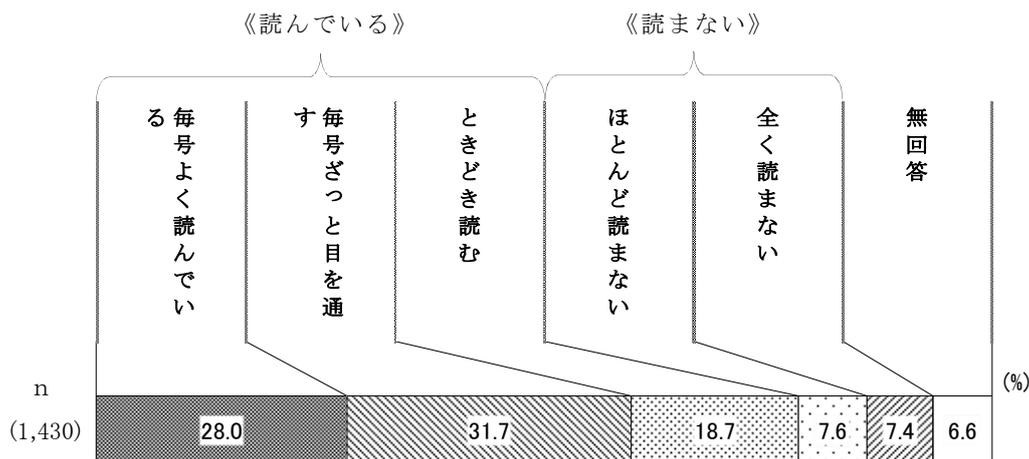


今後とも、情報源として最有力である「広報いせはら」を中心に、地域コミュニティに立脚する「自治会回覧・掲示板」、「タウン紙」の活用、SNSを活用した「市公式ツイッター」、「市公式フェイスブック」など、多様な情報媒体を複合的に活用していくことが必要である。

(3) 「広報いせはら」の閲読状況

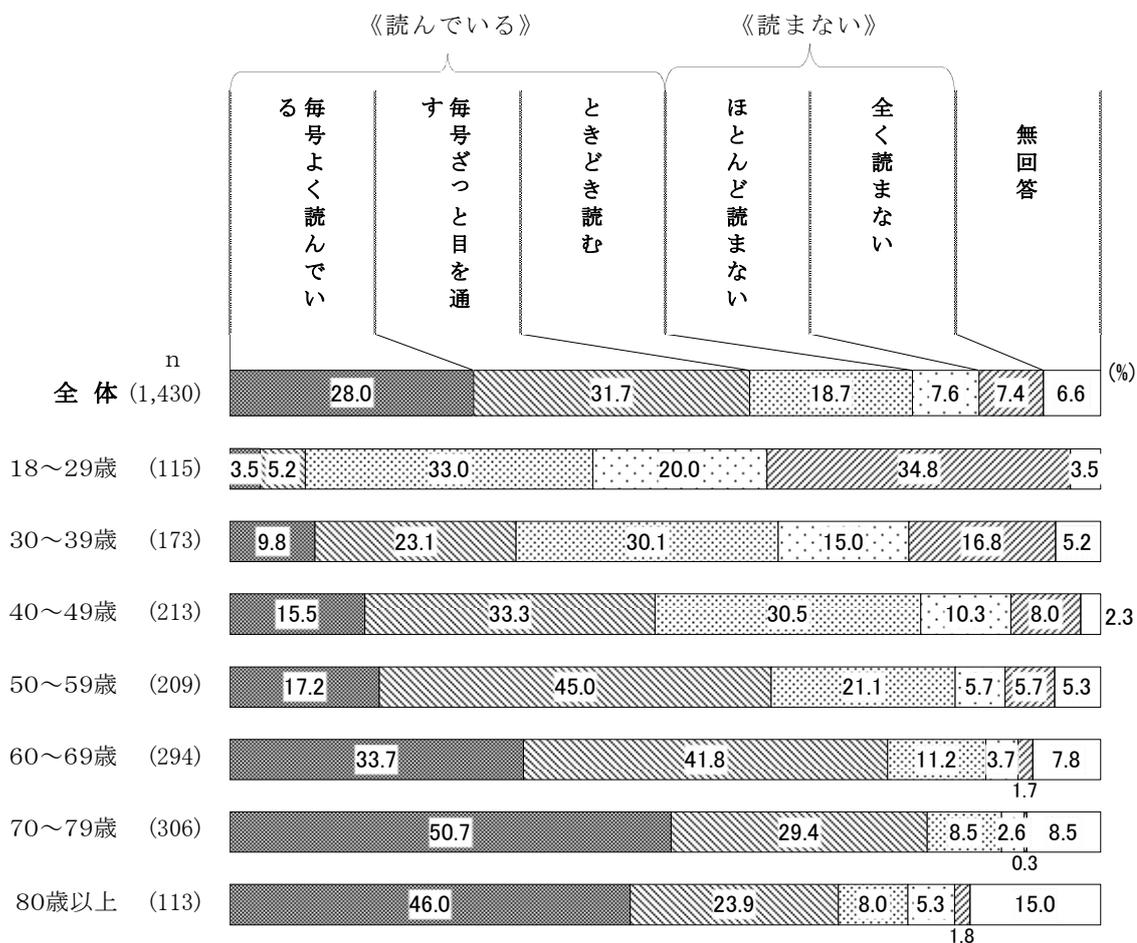
あなたは、「広報いせはら」をどの程度読んでいますか。(○は1つ)

「広報いせはら」の閲読状況としては、「毎号ざっと目を通す」が31.7%、「毎号よく読んでいます」が28.0%、「ときどき読む」が18.7%で、これらをあわせた《読んでいる》は78.4%となっている。一方、「全く読まない」(7.4%)と「ほとんど読まない」(7.6%)をあわせた《読まない》は15.0%となっている。



年齢別にみると、「毎号よく読んでいる」は70～79歳で50.7%、80歳以上で46.0%であるが、年齢が下がるにつれて少なくなる。「毎号ざっと目を通す」は50～59歳と60～69歳で4割台と多くなっている。《読んでいる》は、40～49歳以降で7割から8割台を占めている。一方、《読まない》は18～29歳で54.8%、30～39歳でも31.8%となっている。

年齢別 「広報いせはら」の閲読状況

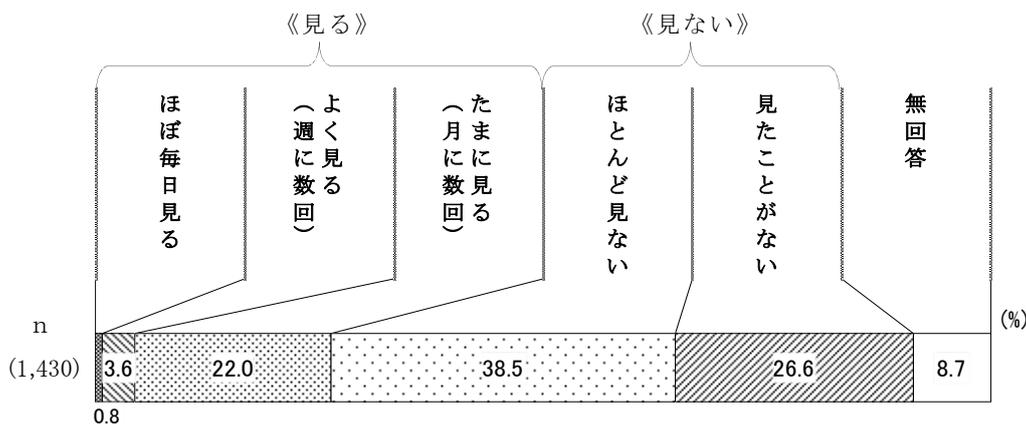


「広報いせはら」の閲読率を上げるため、さらに親しまれる紙面づくりに努めるとともに、新聞未購読世帯が増加傾向にある中で、新聞折り込みを補完するため、ポスティング配布の継続的な実施が求められる。

(4) 市のホームページの閲覧状況

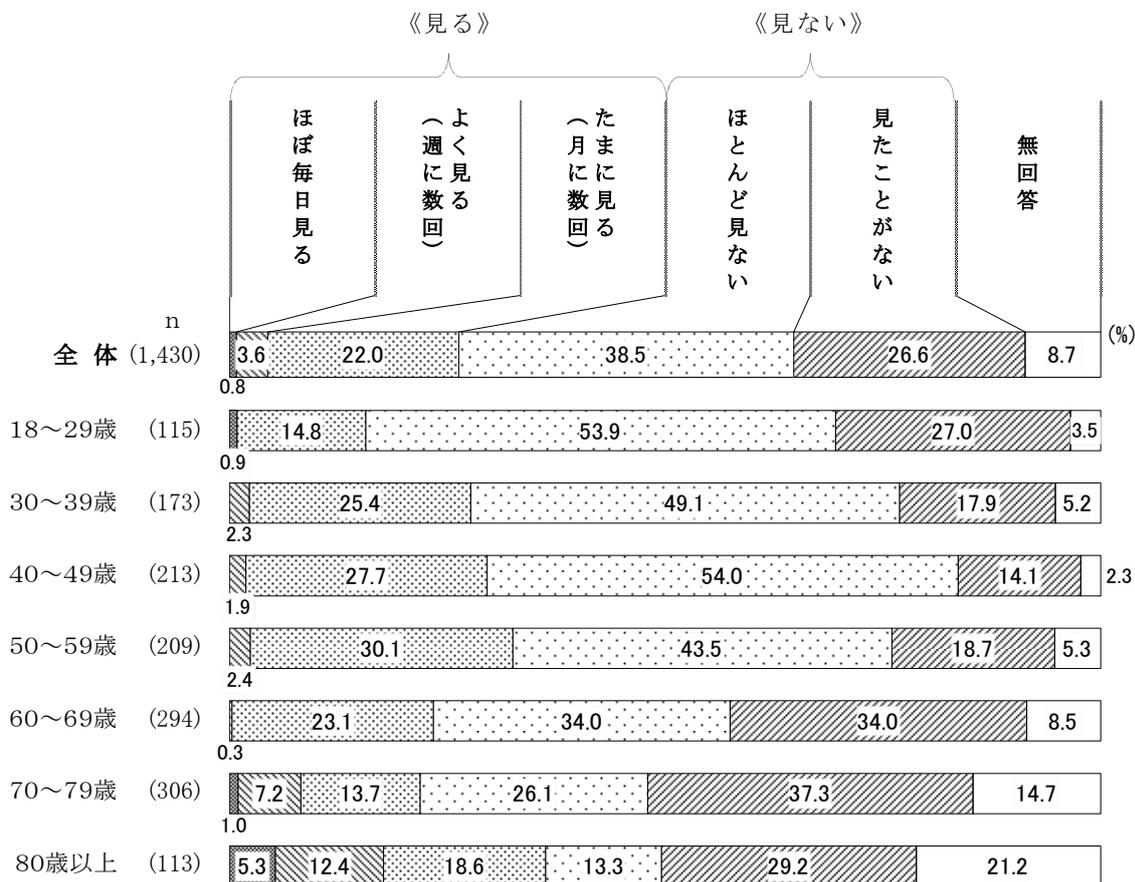
あなたは、市のホームページをどの程度見ますか。(〇は1つ)

市のホームページの閲覧状況は、「ほぼ毎日見る」(0.8%)、「よく見る(週に数回)」(3.6%)はわずかだが、「たまに見る(月に数回)」が22.0%となっており、これらをあわせた《見る》は26.4%となっている。一方、「見たことがない」(26.6%)と「ほとんど見ない」(38.5%)をあわせた《見ない》は65.1%となっている。



年齢別にみると、《見る》は80歳以上と50～59歳で3割以上と多くなっている。一方、《見ない》は、18～29歳が80.9%と多くなっている。

年齢別 市のホームページの閲覧状況

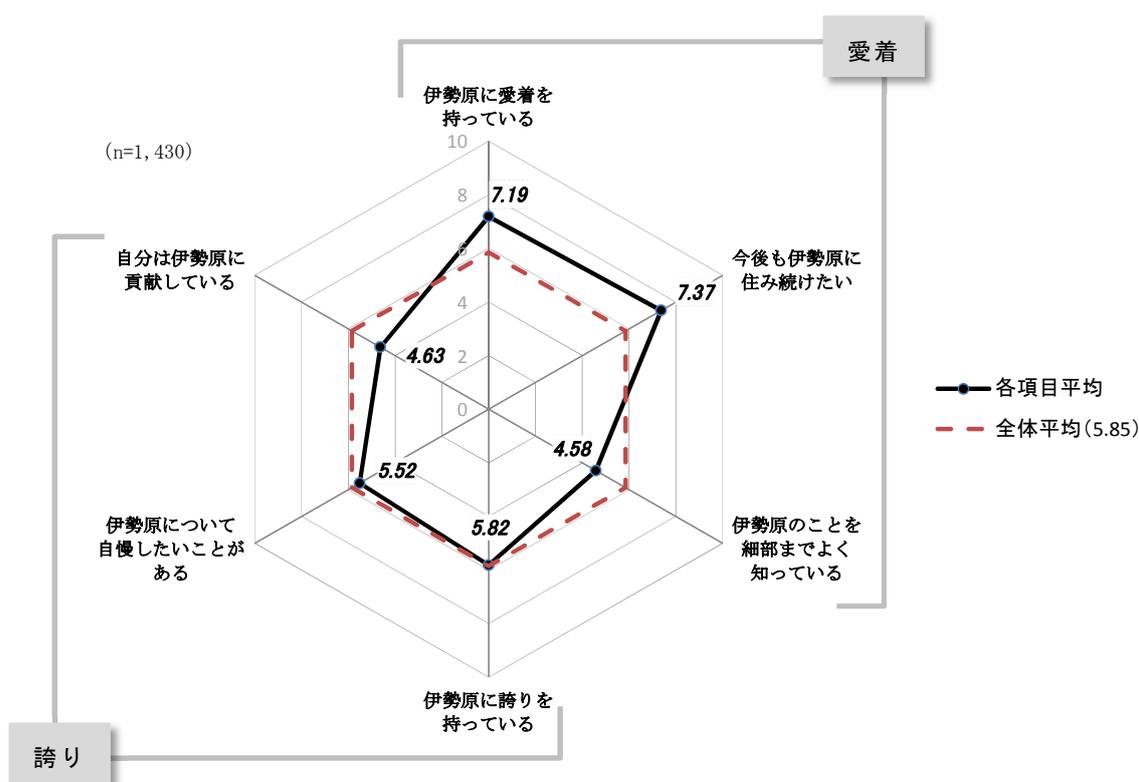


4. 伊勢原に対する愛着や誇り等について

以下の項目それぞれについて、あなたご自身はどのくらい感じていますか。最高を10点、最低を0点として、いずれかの数字を1つだけ選び、○で囲んでください。

(1) 伊勢原に対する愛着や誇り

伊勢原に対する愛着や誇りに関する6項目の点数の平均点をグラフ化したのが以下の図である。6項目中「今後も伊勢原に住み続けたい」(7.37)や「伊勢原に愛着を持っている」(7.19)の2項目は7点台と高く、平均値以上となっている。一方、「自分は伊勢原に貢献している」(4.63)、「伊勢原のことを細部までよく知っている」(4.58)は4点台にとどまっている。



全体の平均点 : 5.85

	項目	各項目平均点	分野別平均点
愛着	伊勢原に愛着を持っている	7.19	6.38
	今後も伊勢原に住み続けたい	7.37	
	伊勢原のことを細部までよく知っている	4.58	
誇り	伊勢原に誇りを持っている	5.82	5.32
	伊勢原について自慢したいことがある	5.52	
	自分は伊勢原に貢献している	4.63	

第7章 調査結果〔その他〕

年齢別にみると、「愛着」も「誇り」も80歳以上が最も高い評価を示し、60歳～69歳以上で平均点を上回っている。

若年層においては、「愛着」「誇り」とも18・19歳が比較的高い評価を示しており、これらの若者の意識を保持し、発展させていくための取組が求められる。

居住年数別にみると、「愛着」「誇り」とも、居住歴の長さで評価の高さが比例しており、21年以上の長期居住者が最も高い評価を示している。

年齢別 伊勢原に対する愛着や誇り

	全体	18・19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	80歳以上
「愛着」関連項目の分野別平均点	6.38	6.27	5.79	5.68	5.87	6.20	6.58	6.92	7.53
「誇り」関連項目の分野別平均点	5.32	4.98	4.29	4.50	4.88	5.20	5.54	5.99	6.45

居住年数別 伊勢原に対する愛着や誇り

	全体	1年未満	1～5年	6～10年	11～20年	21年以上
「愛着」関連項目の分野別平均点	6.38	5.09	5.24	5.12	5.72	6.88
「誇り」関連項目の分野別平均点	5.32	4.15	4.19	4.30	4.72	5.76

今後、「愛着」「誇り」関連項目において最も低評価であり、他の項目の評価向上に影響すると思われる「伊勢原のことを細部までよく知っている」を引き上げることに注力すべきであると考えられる。

（2）市外への推奨度

ネットプロモータースコア（NPS）の手法を用い、市外への「推奨度」を指標化するため、推奨意向を10（非常に薦めたい）～0（全く薦めたくない）の11段階のスケールで測定し、以下の例に基づいて「推奨者」、「中立者」、「批判者」に区分して、「推奨者－批判者」のスコアを算出する。

NPSの手法では、「推奨者」の配点構成が小さいことから、一般的に数値はマイナス寄りに算出される傾向となる。以下に例を示す。

例：設問ごとに“各点数をつけた人数”に着目し、

「推奨する立場」の人（推奨者）の構成比（8～10点をつけた割合）、

「推奨も批判もしない受動的な立場」の人（中立者）の構成比（5～7点をつけた割合）、

「批判的な立場」の人（批判者）の構成比（0～4点をつけた割合）を算出する。

ここでは、20.0%から25.0%を減じた数値マイナス5.0がNPSとなる。

点数	各点数をつけた人数		各立場の構成比
10点	◎人	「推奨する立場」 (推奨者)	20.0%
9点	◎人		
8点	◎人		
7点	△人	「推奨も批判もしない受動的な立場」 (中立者)	55.0%
6点	△人		
5点	△人		
4点	×人	「批判的な立場」 (批判者)	25.0%
3点	×人		
2点	×人		
1点	×人		
0点	×人		

上記の算出例に基づき、「推奨度」について算出したところ、「伊勢原の地場産品を購入したり、観光やレジャーなどで伊勢原を訪れたりすることを、友人・知人に薦めたい」が7.8、「伊勢原に住むことを友人・知人に薦めたい」がマイナス3.8となっている。

	各点数をつけた人数				各立場の構成比	スコア
伊勢原の地場産品を購入したり、観光やレジャーなどで伊勢原を訪れたりすることを、友人・知人に薦めたい	推奨 28.6%	中立 43.4%	批判 20.8%	無回答 7.2%	(推奨者－批判者)	7.8
伊勢原に住むことを友人・知人に薦めたい	推奨 21.6%	中立 45.7%	批判 25.4%	無回答 7.3%	(推奨者－批判者)	-3.8

第7章 調査結果〔その他〕

年齢別にみると、「伊勢原の地場産品を購入したり、観光やレジャーなどで伊勢原を訪れたりすることを、友人・知人に薦めたい」（以降「訪問を薦めたい」と略す）、「伊勢原に住むことを知人・友人に薦めたい」（以降「居住を薦めたい」と略す）ともに80歳以上で特に高い。

「訪問を薦めたい」は40～49歳までマイナス、50～59歳以降はプラスとなり、「居住を薦めたい」は60～69歳までマイナス、70～79歳以降はプラスと年代により分かれている。

居住年数別にみると、「訪問を薦めたい」「居住を薦めたい」とも21年以上の居住者でプラス、それ以外の年数ではマイナスとなっている。

「訪問を薦めたい」は1～5年でやや上昇するが、6～20年で再びマイナスが大きくなっている。

年齢別

	全体	18・19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	80歳以上
伊勢原の地場産品を購入したり、観光やレジャーなどで伊勢原を訪れたりすることを、友人・知人に薦めたい	7.8	-12.5	-29.3	-11.0	-0.9	4.8	12.2	25.2	34.5
伊勢原に住むことを友人・知人に薦めたい	-3.8	-25.0	-32.3	-22.0	-16.9	-4.8	-1.4	12.4	27.4

居住年数別

	全体	1年未満	1～5年	6～10年	11～20年	21年以上
伊勢原の地場産品を購入したり、観光やレジャーなどで伊勢原を訪れたりすることを、友人・知人に薦めたい	7.8	-10.7	-4.7	-13.0	-9.9	16.0
伊勢原に住むことを友人・知人に薦めたい	-3.8	-14.3	-23.4	-28.0	-21.2	5.9

今回初の試みとして、NPSの手法を用いて、市民による市外への「推奨度」を指標化し、現状の把握を行ったが、シティプロモーション活動の成果を検証する材料として、これらの項目について、今後の経年変化を捉えていくことも有効であると考えられる。