

平成26年度第1回 かわさき市民アンケート 概要版

調査の概要	
調査設計等	<ul style="list-style-type: none"> ◆調査対象 川崎市在住の満20歳以上の男女個人 ◆標本数 3,000標本 ◆標本抽出 住民基本台帳からの層化二段無作為抽出 ◆調査方法 郵送法 ◆調査期間 平成26年7月17日(木)～8月8日(金) ◆有効回収数 1,219標本 ◆有効回収率 40.6%
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> 1 川崎市総合計画について 2 選挙について 3 区民会議について 4 大気環境データの提供について

※基数となるべき実数（n）は、設問に対する回答者数である。また、本文中の「百分率」は小数点第2位を四捨五入しているため、あるいは複数回答のため、数値の合計が100にならない場合がある。

調査回答者の属性

1 性別

	基数（人）	構成比（%）
1 男性	554	45.4
2 女性	646	53.0
（無回答）	19	1.6
合計	1,219	100.0

2 居住区別

	基数（人）	構成比（%）
1 川崎区	162	13.3
2 幸区	143	11.7
3 中原区	200	16.4
4 高津区	188	15.4
5 宮前区	198	16.2
6 多摩区	167	13.7
7 麻生区	146	12.0
（無回答）	15	1.2
合計	1,219	100.0

3 性／年代別

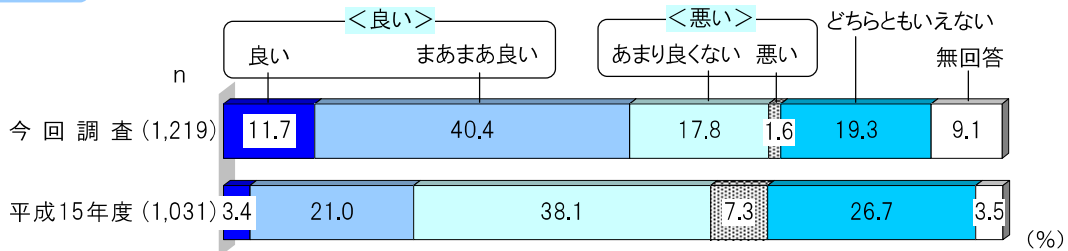
	全体		男性		女性		性別無回答	
	基数（人）	構成比（%）	基数（人）	構成比（%）	基数（人）	構成比（%）	基数（人）	構成比（%）
1 20歳代	106	8.7	46	8.3	60	9.3	-	-
2 30歳代	207	17.0	96	17.3	111	17.2	-	-
3 40歳代	271	22.2	104	18.8	167	25.9	-	-
4 50歳代	194	15.9	86	15.5	108	16.7	-	-
5 60歳代	233	19.1	128	23.1	105	16.3	-	-
6 70歳以上	188	15.4	94	17.0	94	14.6	-	-
（無回答）	20	1.6	-	-	1	0.2	19	100.0
合計	1,219	100.0	554	100.0	646	100.0	19	100.0

1 川崎市総合計画について

1 川崎市全体のイメージ

「良い」(11.7%)と「まあまあ良い」(40.4%)を合わせた<良い>は5割を超えており、平成15年度調査と比べて27.7ポイント高くなっています。一方「あまり良くない」(17.8%)と「悪い」(1.6%)を合わせた<悪い>はほぼ2割で、平成15年度調査と比べて26.0ポイント低くなっています。

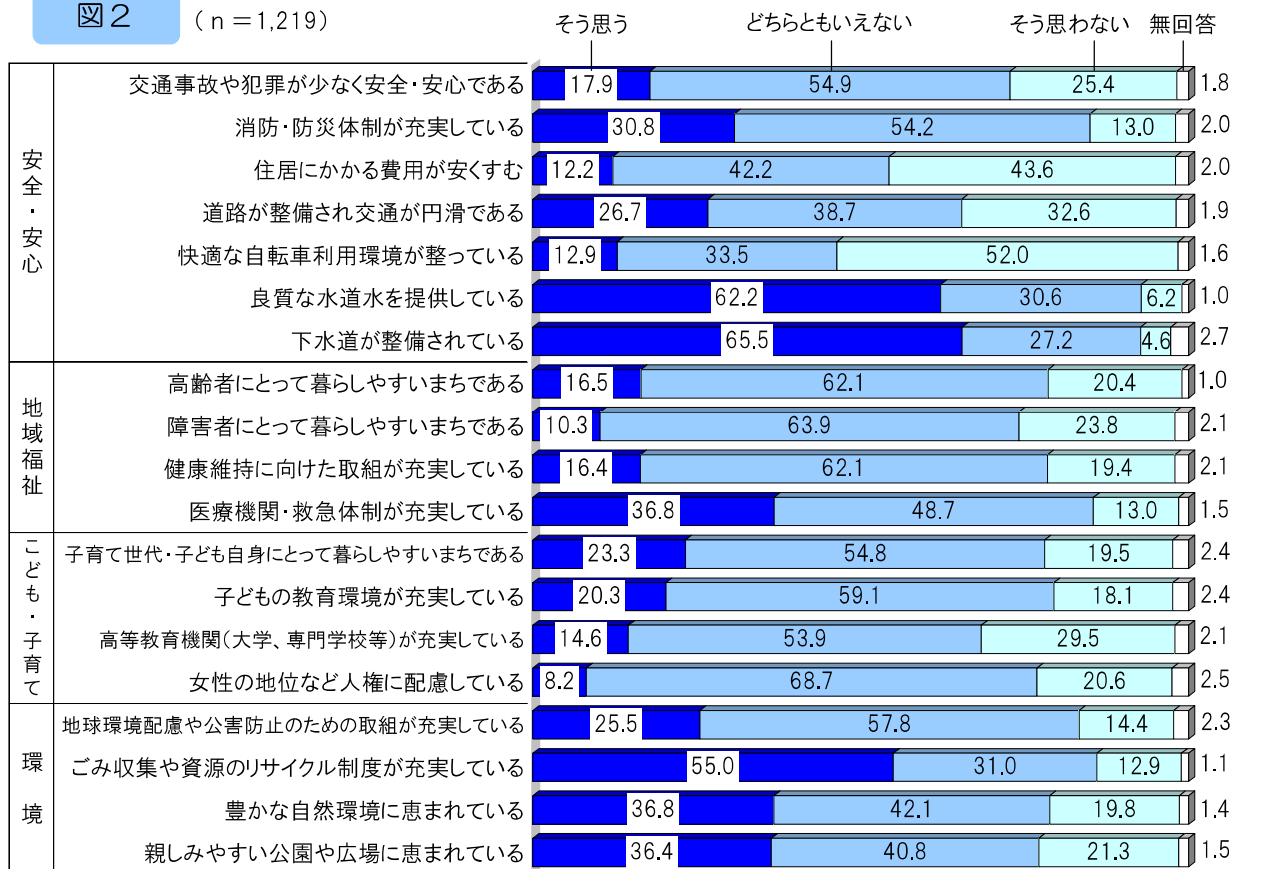
図1 (平成15年度との比較)



2 川崎市の魅力

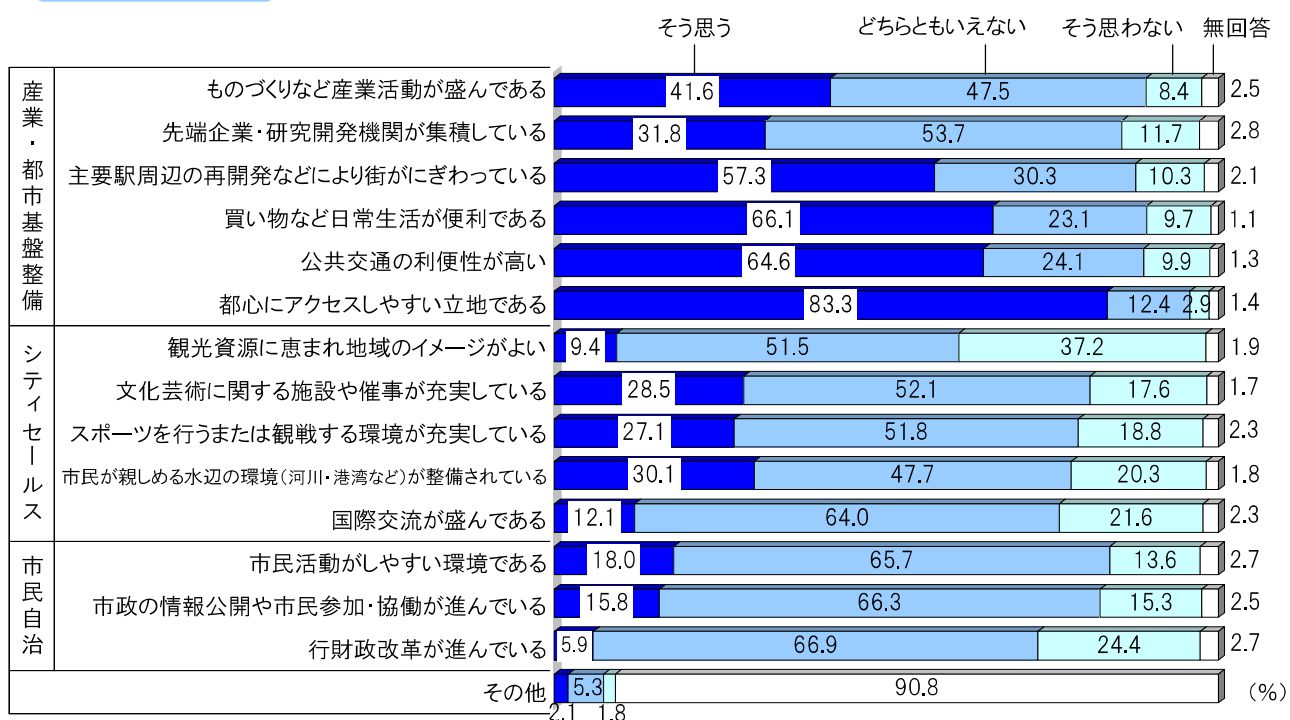
「そう思う」の割合が最も高いのは「都心にアクセスしやすい立地である」(83.3%)で、次いで「買い物など日常生活が便利である」(66.1%)、「下水道が整備されている」(65.5%)の順となっています。一方「そう思わない」の割合が最も高いのは「快適な自転車利用環境が整っている」(52.0%)で、次いで「住居にかかる費用が安くすむ」(43.6%)、「観光資源に恵まれ地域のイメージがよい」(37.2%)の順となっています。

図2 (n=1,219)



(%)

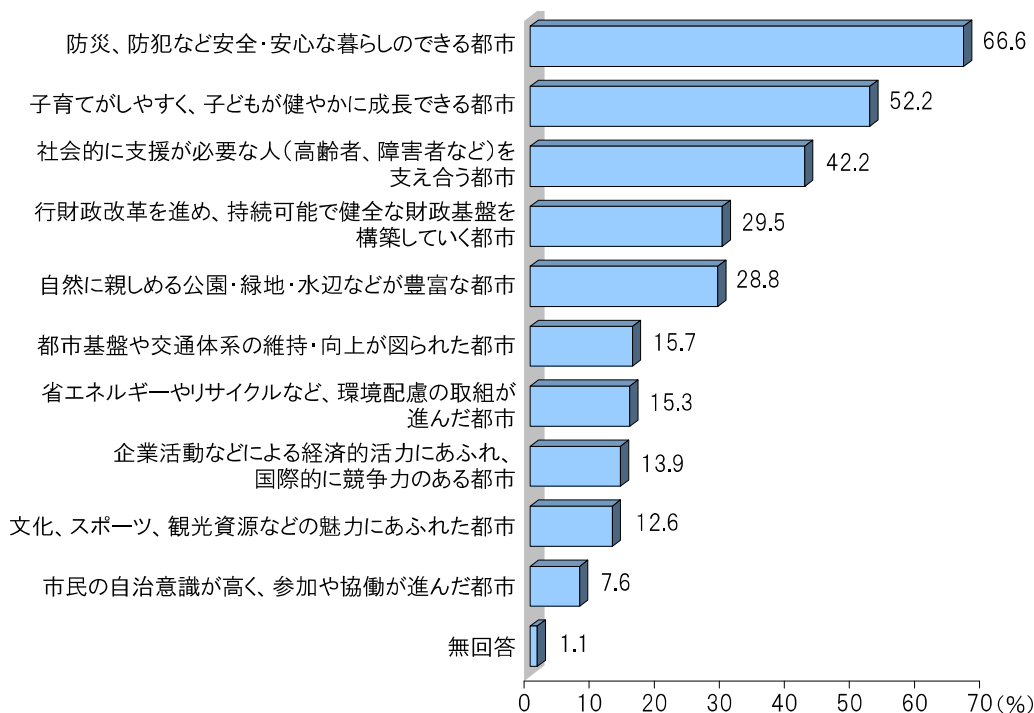
図2 (つづき) (n=1,219)



3 これからの10年で川崎市が目指すべき方向性・都市像

「防災、防犯など安全・安心な暮らしのできる都市」(66.6%) が最も高く、次いで「子育てがしやすく、子どもが健やかに成長できる都市」(52.2%)、「社会的に支援が必要な人(高齢者、障害者など)を支え合う都市」(42.2%) の順となっています。

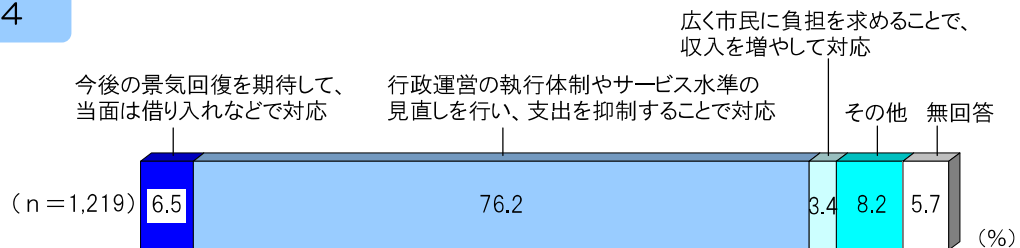
図3 (複数回答) (n=1,219)



4 川崎市の今後の財政運営の方向性

「行政運営の執行体制やサービス水準の見直しを行い、支出を抑制することで対応」(76.2%)が最も高く、次いで「今後の景気回復を期待して、当面は借り入れなどで対応」(6.5%)となっています。

図4

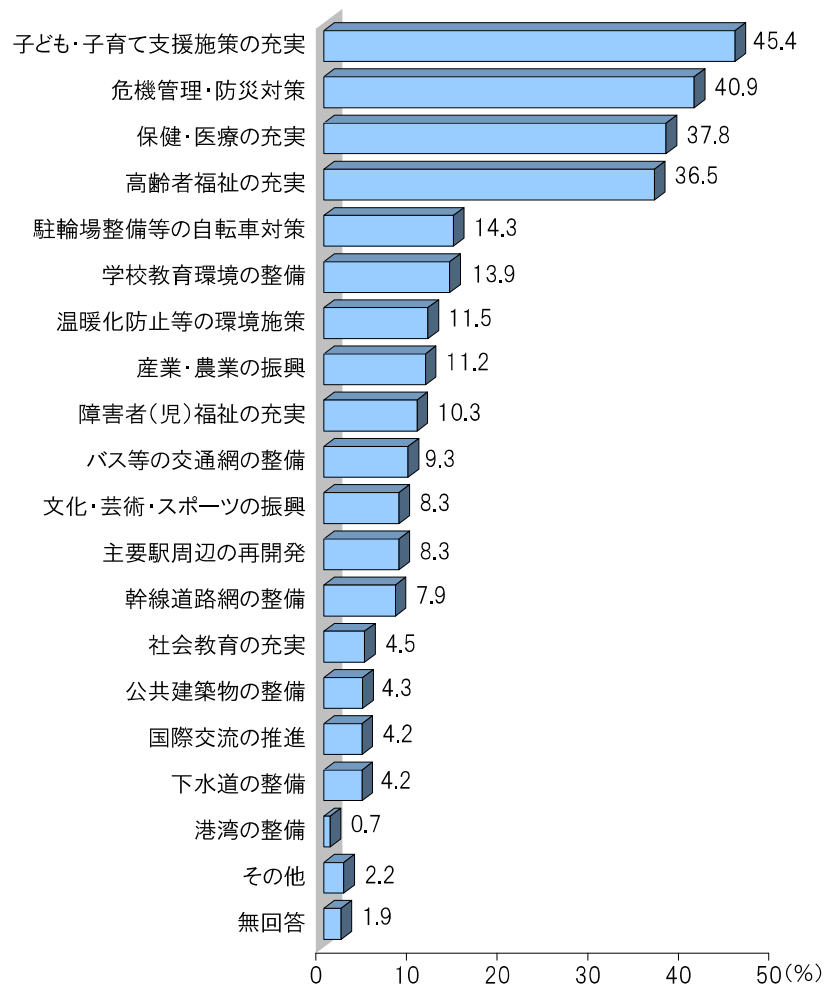


5 川崎市の事業の見直しを進める中でも、特に継続すべき事業・サービス

「子ども・子育て支援施策の充実」(45.4%)が最も高く、次いで「危機管理・防災対策」(40.9%)、「保健・医療の充実」(37.8%)、「高齢者福祉の充実」(36.5%)の順となっています。

図5

(複数回答) (n=1,219)

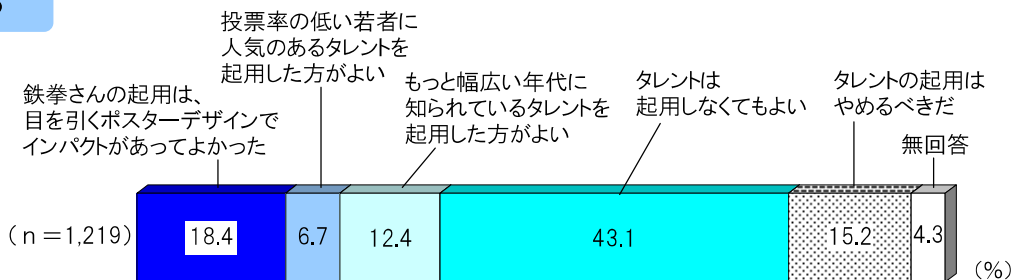


2 選挙について

1 選挙啓発イメージキャラクターとしてのタレント起用

平成25年10月の川崎市長選挙の啓発イメージキャラクターとしてお笑いタレントの鉄拳さんを起用したことについてどう思うか聞きました。「鉄拳さんの起用は、目を引くポスターデザインでインパクトがあってよかった」は18.4%でした。一方「タレントは起用しなくてもよい」(43.1%)と「タレントの起用はやめるべきだ」(15.2%)を合わせると約6割になりました。

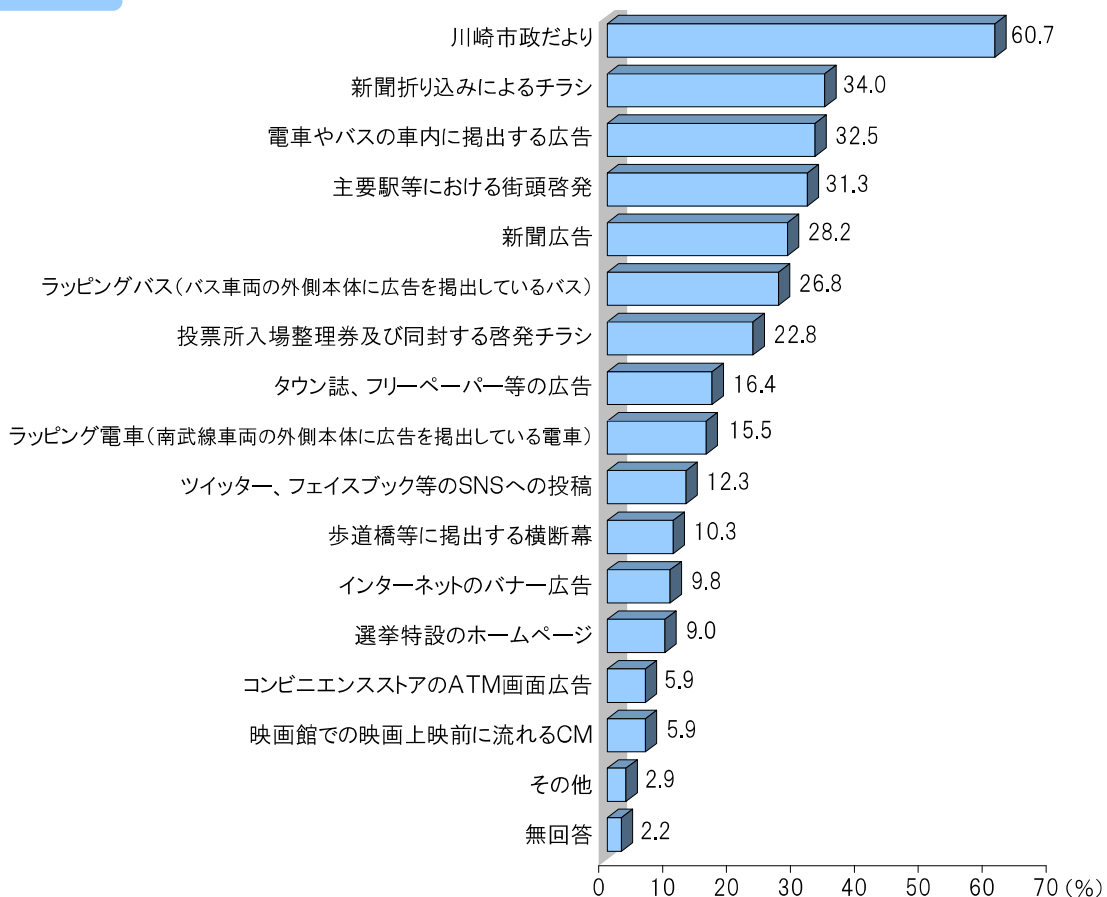
図6



2 今後の選挙で効果的だと思う周知手段

「川崎市政だより」(60.7%)が最も高く、次いで「新聞折り込みによるチラシ」(34.0%)、「電車やバスの車内に掲出する広告」(32.5%)の順となっています。

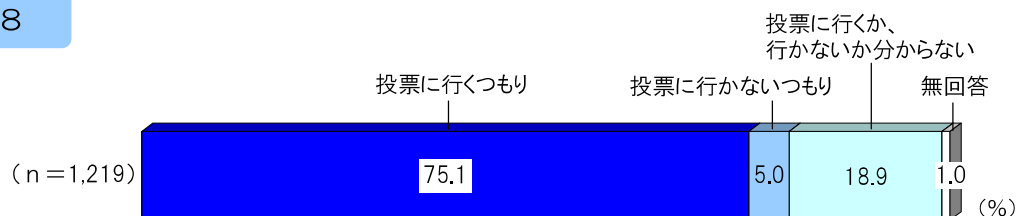
図7 (複数回答) (n=1,219)



3 平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の投票意向

「投票に行くつもり」(75.1%)が最も高く、次いで「投票に行くか、行かないか分からない」(18.9%)、「投票に行かないつもり」(5.0%)の順となっています。

図8

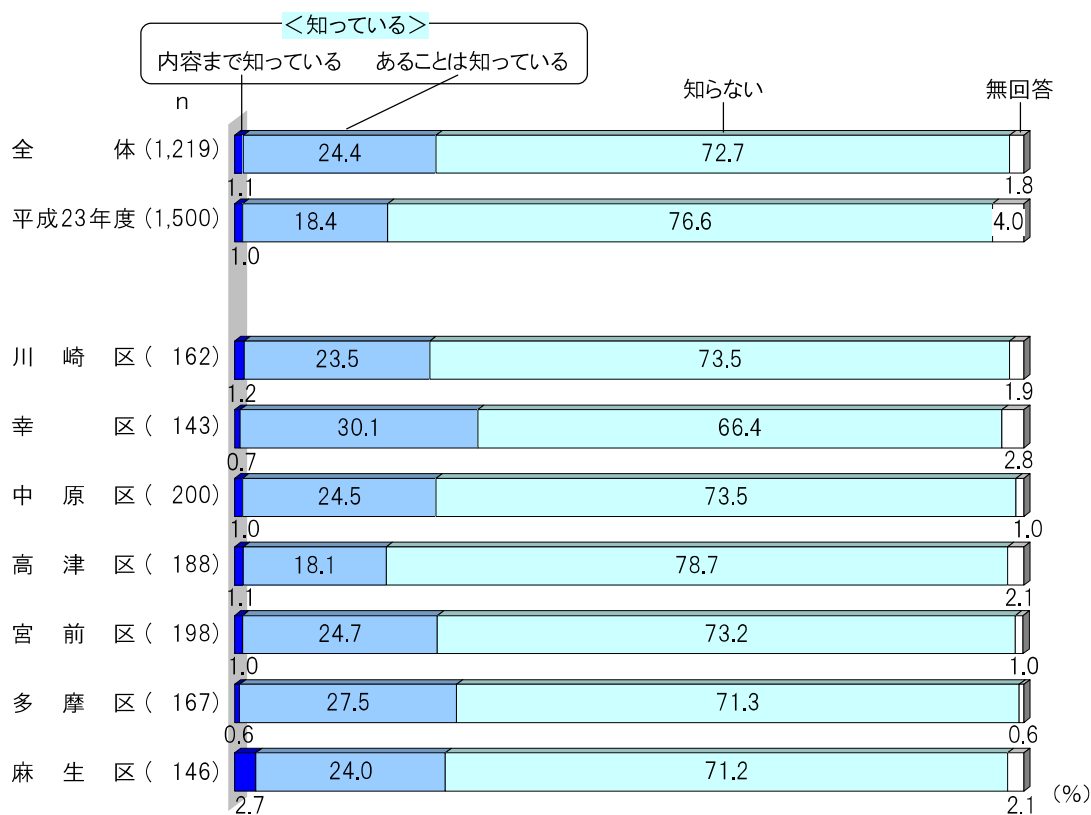


3 区民会議について

1 区民会議の認知状況

「内容まで知っている」(1.1%)と「あることは知っている」(24.4%)を合わせた<知っている>は25.5%で、平成23年度調査より6.1ポイント高くなっています。居住区別にみると、<知っている>は幸区(30.8%)で最も高くなっています。

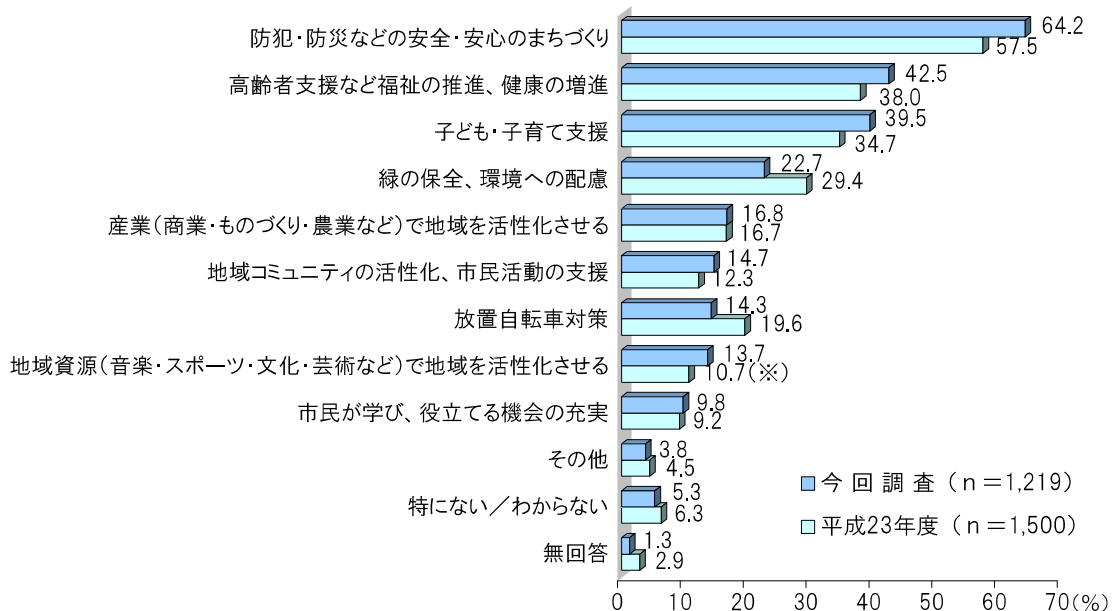
図9 (平成23年度との比較、居住区別)



2 区民会議で取り上げてほしい地域の課題

「防犯・防災などの安全・安心のまちづくり」(64.2%)が平成23年度調査と同様に最も高く、次いで「高齢者支援など福祉の推進、健康の増進」(42.5%)、「子ども・子育て支援」(39.5%)の順となっています。

図10 (複数回答、平成23年度との比較)

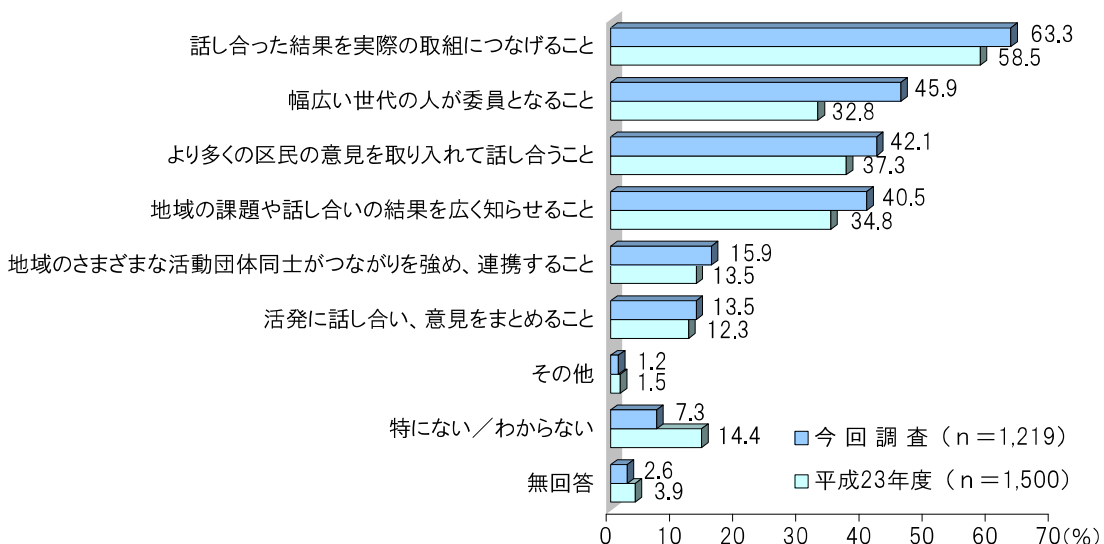


(※)「地域資源(音楽・スポーツ・文化・芸術など)で地域を活性化させる」の選択肢は、平成23年度調査では「歴史や文化、風景などの地域の魅力を高める」としていました。

3 区民会議に期待していること

「話し合った結果を実際の取組につなげること」(63.3%)が平成23年度調査と同様に最も高く、次いで「幅広い世代の人が委員となること」(45.9%)、「より多くの区民の意見を取り入れて話し合うこと」(42.1%)の順となっています。

図11 (複数回答、平成23年度との比較)

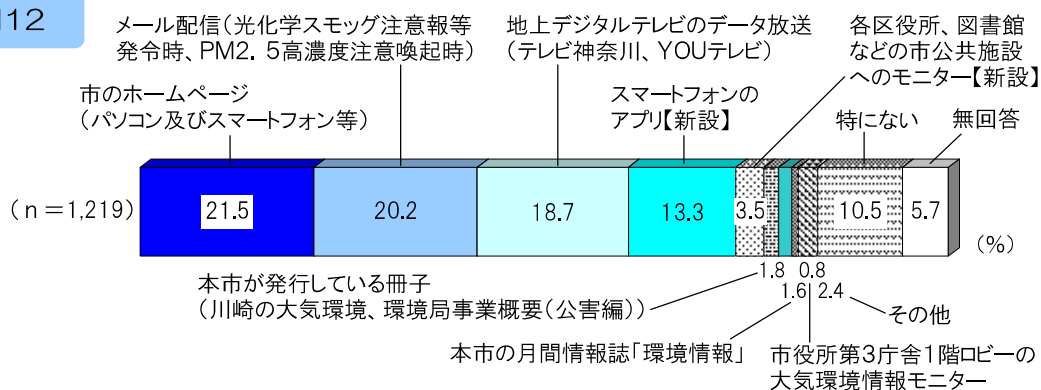


4 大気環境データの提供について

1 大気環境データを閲覧したい方法

「市のホームページ（パソコン及びスマートフォン等）」（21.5%）が最も高く、次いで「メール配信（光化学スモッグ注意報等発令時、PM2.5高濃度注意喚起時）」（20.2%）、「地上デジタルテレビのデータ放送（テレビ神奈川、YOUテレビ）」（18.7%）の順となっています。

図12

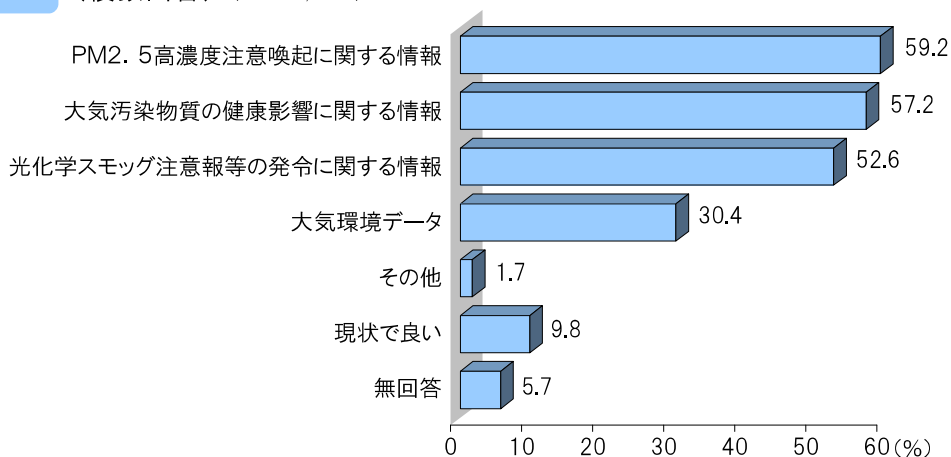


2 大気環境に関する情報で充実してほしいもの

「PM2.5高濃度注意喚起に関する情報」（59.2%）が最も高く、次いで「大気汚染物質の健康影響に関する情報」（57.2%）、「光化学スモッグ注意報等の発令に関する情報」（52.6%）の順となっています。

図13

（複数回答）（n=1,219）



平成26年度第1回かわさき市民アンケート概要版 平成26年10月

発行 川崎市総務局秘書部市民の声担当
 〒210-8577
 川崎市川崎区宮本町1番地
 電話 044-200-2291（直通）
 F A X 044-200-3919