

平成30年度第1回

かわさき市民アンケート概要版



Colors, Future!
いろいろって、未来。
川崎市

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18歳以上の個人 ◆調査方法 インターネット調査 ◆標本抽出 インターネットモニター登録者から抽出 	<ul style="list-style-type: none"> ◆調査期間 平成30年8月31日(金)～9月10日(月) ◆有効回収数 1,500標本
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> 1 文化芸術の振興について 2 自治体等が保有しているデータの民間活用について 3 選挙について 	

※ 基数となるべき実数(n)は、設問に対する回答者数である。なお、調査項目「3選挙について」は、日本国籍の方を対象とした設問であるため、回答者数が1,500となっていない。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	774	51.6
2 女性	719	47.9
3 その他	7	0.5
合計	1,500	100.0

2 居住区別

	基数 (人)	構成比 (%)
1 川崎区	237	15.8
2 幸区	165	11.0
3 中原区	255	17.0
4 高津区	229	15.3
5 宮前区	227	15.1
6 多摩区	215	14.3
7 麻生区	172	11.5
合計	1,500	100.0

3 性/年代別

	全体		男性		女性		その他	
	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 18～19歳	24	1.6	10	1.3	14	1.9	0	0.0
2 20～29歳	187	12.5	68	8.8	118	16.4	1	14.3
3 30～39歳	306	20.4	168	21.7	135	18.8	3	42.9
4 40～49歳	376	25.1	219	28.3	156	21.7	1	14.3
5 50～59歳	267	17.8	132	17.1	134	18.6	1	14.3
6 60～69歳	228	15.2	105	13.6	122	17.0	1	14.3
7 70～79歳	112	7.5	72	9.3	40	5.6	0	0.0
合計	1,500	100.0	774	100.0	719	100.0	7	100.0

1 文化芸術の振興について

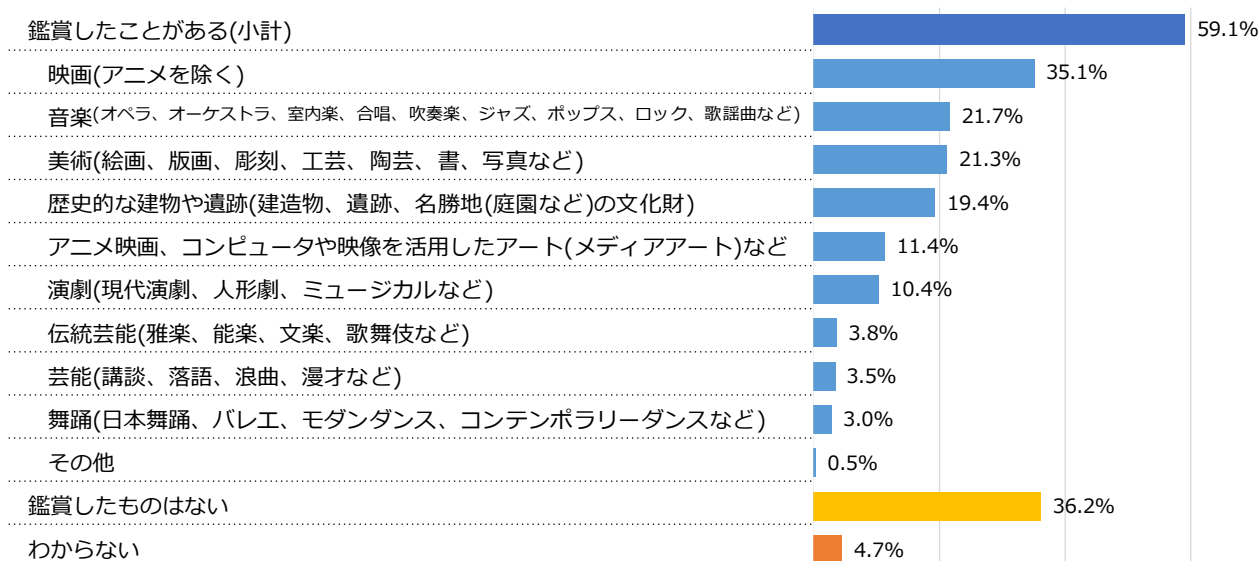
1 文化芸術の直接鑑賞経験

全体(n=1,500)の約6割が、過去1年間に、ホール・劇場、映画館、美術館・博物館などで直接、文化芸術を鑑賞していた。鑑賞した文化芸術の種類では、「映画(アニメを除く)」(35.1%)が最も高く、次いで「音楽(オペラ、オーケストラ、室内楽、合唱、吹奏楽、ジャズ、ポップス、ロック、歌謡曲など)」(21.7%)、「美術(絵画、版画、彫刻、工芸、陶芸、書、写真など)」(21.3%)、「歴史的な建物や遺跡(建造物、遺跡、名勝地(庭園など)の文化財)」(19.4%)の順であった。

■ 過去1年間に鑑賞した文化芸術(複数回答)

図1

n=1,500



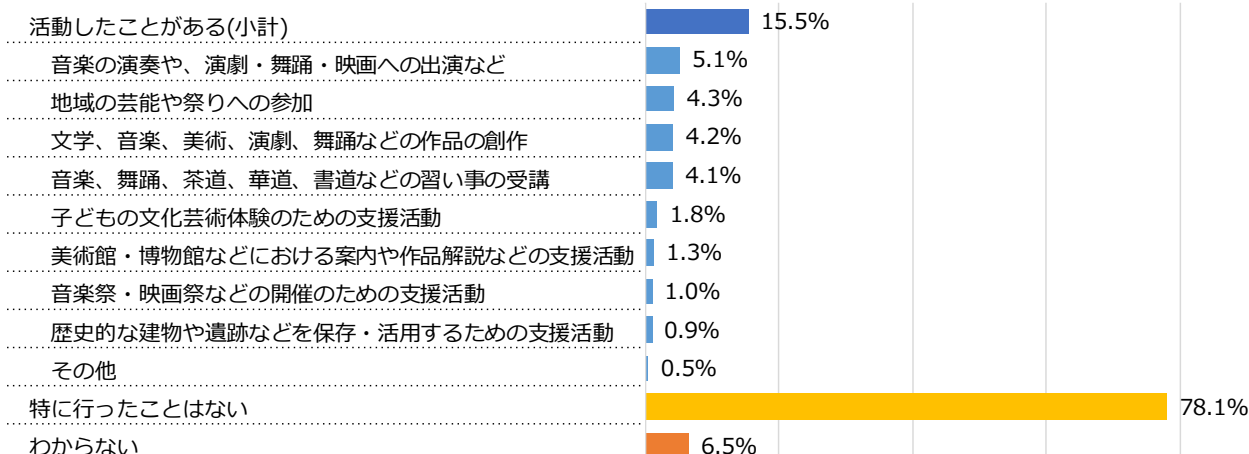
2 鑑賞を除く文化芸術活動の経験

過去1年間に、自分で作品を創作したり、習い事をしたり、ボランティアとして活動支援したりするなど、文化芸術に関わる鑑賞以外の活動をしたことがある方は、全体(n=1,500)の15.5%であった。

■ 過去1年間に行った文化芸術活動(複数回答)

図2

n=1,500



過去1年間において、いずれかの文化芸術について、活動または鑑賞したことがある方は、全体(n=1,500)の約6割であった。

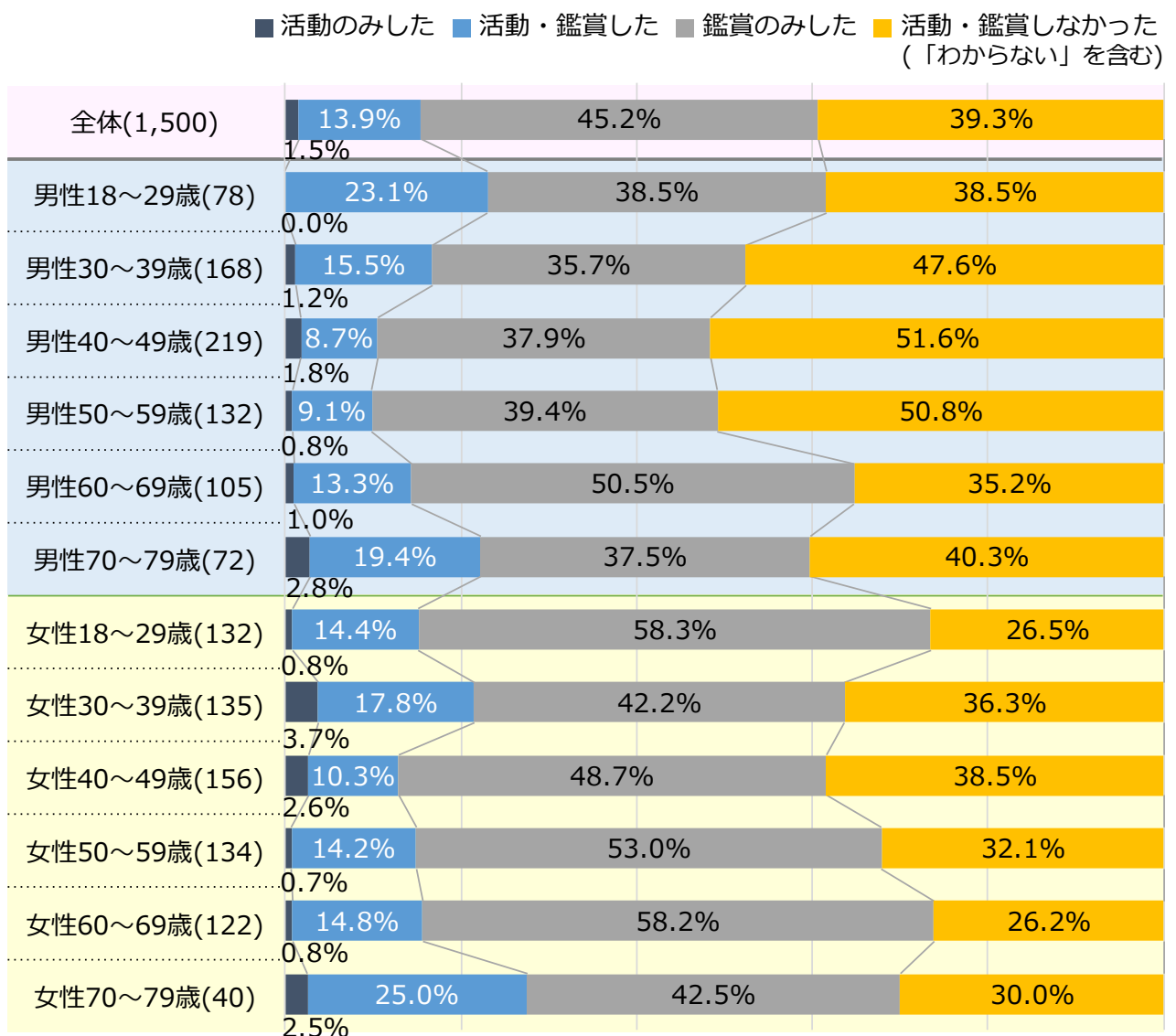
「活動し、かつ、鑑賞したことがある」方が13.9%、「活動のみしたことがある」方が1.5%で、「鑑賞のみしたことがある」方が45.2%であった。

性/年齢別では、すべての年代において、女性の方が男性よりも、活動または鑑賞したことがある方の割合が高かった。中でも、女性の18~29歳と60~69歳、70~79歳では、「活動または鑑賞した」方の割合が7割以上となった。

一方で、男性の30歳以上59歳以下の年代では、「活動または鑑賞した」方の割合が5割前後に留まった。

■ 過去1年間における文化芸術鑑賞・活動経験

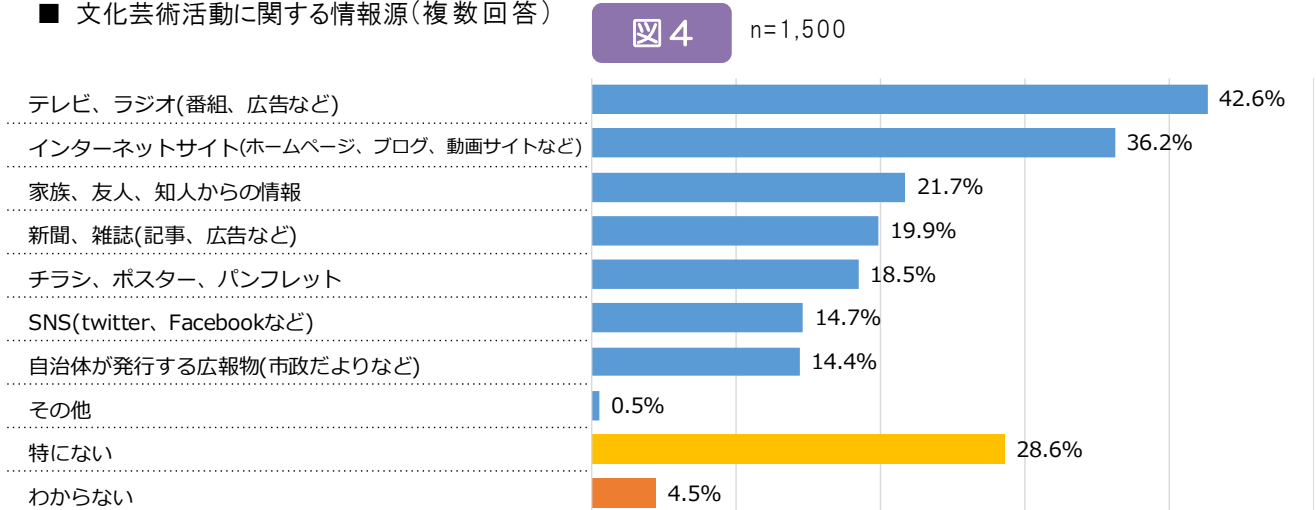
図3



3 文化芸術活動に関する情報源

文化芸術活動に関する情報源としては、「テレビ、ラジオ(番組、広告など)」(42.6%)が最も高く、次いで「インターネットサイト(ホームページ、ブログ、動画サイトなど)」(36.2%)の順であった。

■ 文化芸術活動に関する情報源(複数回答)



性/年齢別で最も参照されていた情報源は、男性の50歳以上と女性の40歳以上の年代では「テレビ、ラジオ」、男性の49歳以下の年代と女性の30～39歳では「インターネット」、そして、女性の18～29歳では「SNS」であった。

■ 文化芸術活動に関する情報源(上位3項目)
(複数回答)

表 1

	第1位	第2位	第3位
全体(1,500)	テレビ、ラジオ (42.6%)	インターネット (36.2%)	家族・友人など (21.7%)
男性 18～29歳(78)	インターネット (37.2%)	テレビ、ラジオ (34.6%)	SNS (28.2%)
男性 30～39歳(168)	インターネット (35.7%)	テレビ、ラジオ (31.0%)	SNS (19.0%)
男性 40～49歳(219)	インターネット (38.8%)	テレビ、ラジオ (36.1%)	チラシなど (15.1%)
男性 50～59歳(132)	テレビ、ラジオ (44.7%)	インターネット (34.8%)	新聞、雑誌 (18.2%)
男性 60～69歳(105)	テレビ、ラジオ (47.6%)	新聞、雑誌 (37.1%)	インターネット (36.2%)
男性 70～79歳(72)	テレビ、ラジオ (41.7%)	新聞、雑誌 (41.7%)	インターネット (38.9%)
女性 18～29歳(132)	SNS (42.4%)	テレビ、ラジオ (40.9%)	インターネット (28.8%)
女性 30～39歳(135)	インターネット (36.3%)	テレビ、ラジオ (34.8%)	SNS (19.3%) 家族、友人など(19.3%)
女性 40～49歳(156)	テレビ、ラジオ (46.2%)	インターネット (39.7%)	家族・友人など (26.3%)
女性 50～59歳(134)	テレビ、ラジオ (59.0%)	インターネット (38.1%)	家族・友人など (30.6%)
女性 60～69歳(122)	テレビ、ラジオ (56.6%)	家族・友人など (42.6%)	インターネット (36.9%)
女性 70～79歳(40)	テレビ、ラジオ (50.0%)	家族・友人など (40.0%)	新聞、雑誌 (40.0%)

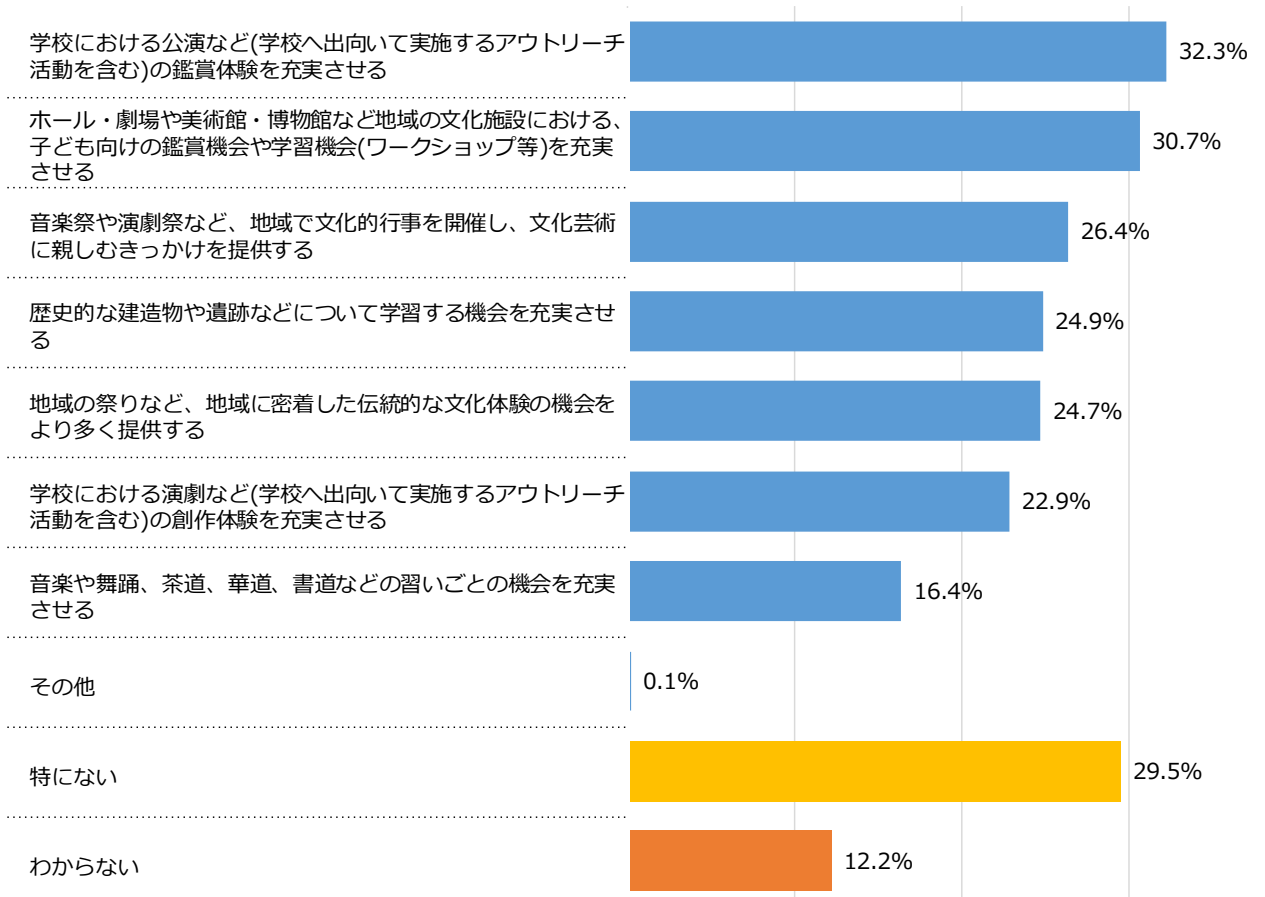
4 子どもや青少年の文化芸術体験について重要だと思うこと

子どもや青少年の文化芸術体験について重要だと思うこととしては、「学校における公演など(学校へ出向いて実施するアウトリーチ活動を含む)の鑑賞体験を充実させる」と「ホール・劇場や美術館・博物館など地域の文化施設における、子ども向けの鑑賞機会や学習機会(ワークショップ等)を充実させる」が3割を超えた。

■ 子どもや青少年の文化芸術体験について重要だと思うこと
(複数回答)

図5

n=1,500



5 障害のある方が文化芸術活動に親しめる環境づくりに向けた取組

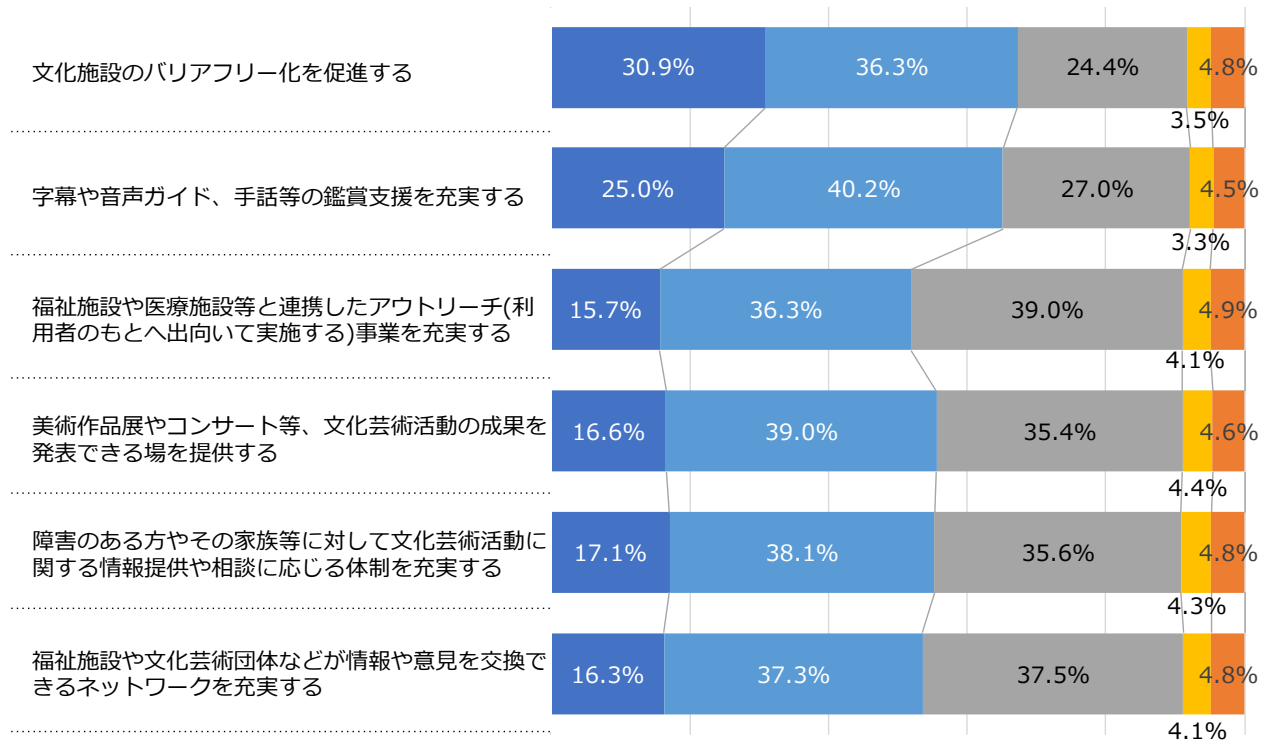
障害のある方が文化芸術活動に親しめる環境づくりに向けた各種の取組の中で「非常に重要」と「やや重要」を回答した方の割合が最も高かったのは「文化施設のバリアフリー化を促進する」(67.3%)で、次いで「字幕や音声ガイド、手話等の鑑賞支援を充実する」(65.2%)であった。

■ 障害のある方が文化芸術活動に親しめる環境づくりに向けた取組の重要度

図6

n=1,500

■ 非常に重要 ■ やや重要 ■ どちらともいえない ■ あまり重要でない ■ まったく重要でない



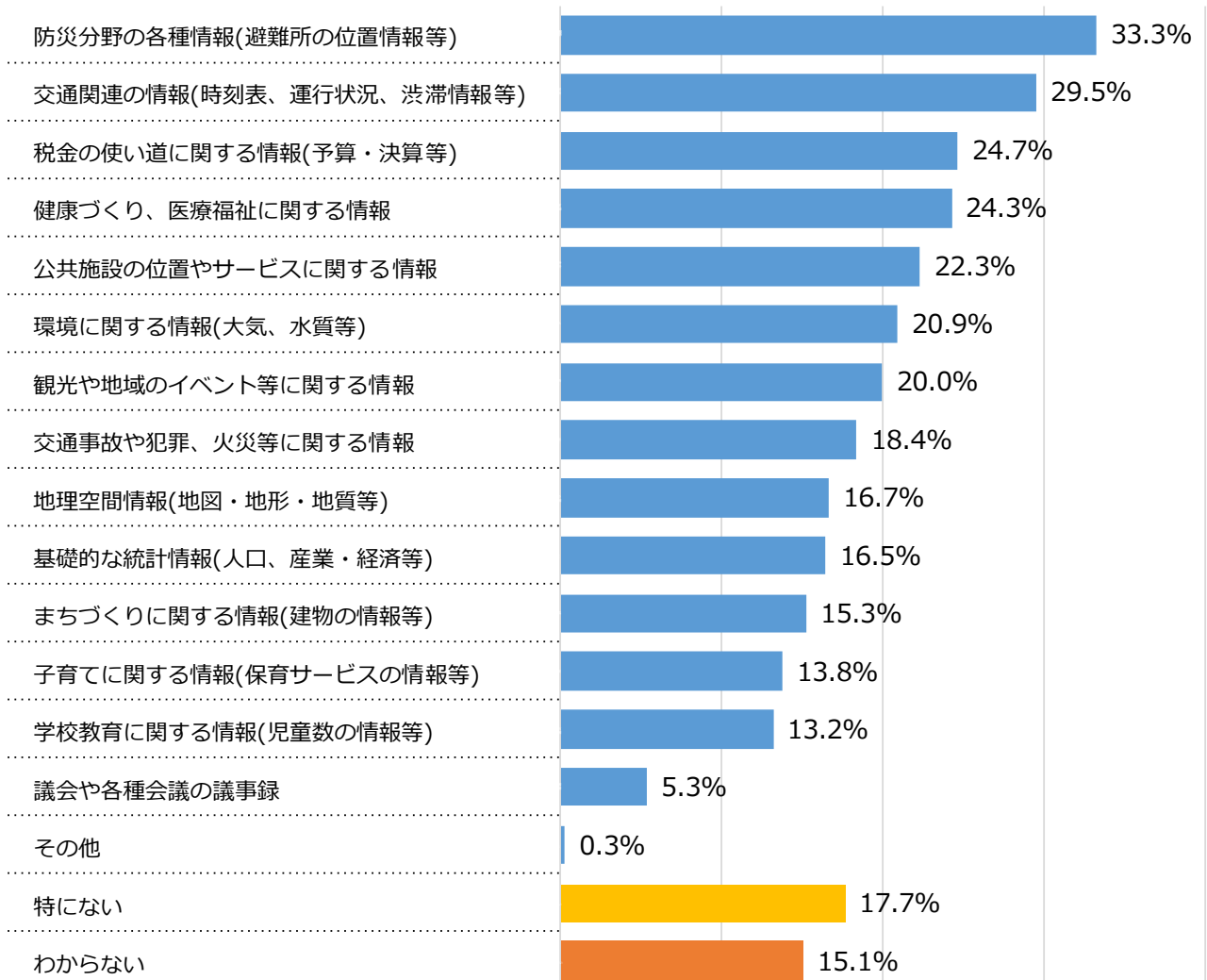
6 民間利用によるメリットがあると思う自治体等保有情報

大学をはじめとした研究機関や企業等が利活用することで、利便性や効率性、安全性が高まるなど、自身の生活にとってメリットがあると思う分野の自治体等保有の情報を聞いたところ、「防災分野の各種情報(避難所の位置情報等)」(33.3%)が最も高く、次いで「交通関連の情報(時刻表、運行状況、渋滞情報等)」(29.5%)、「税金の使い道に関する情報(予算・決算等)」(24.7%)、「健康づくり、医療福祉に関する情報」(24.3%)の順であった。

■ メリットがあると思う情報(複数回答)

図7

n=1,500

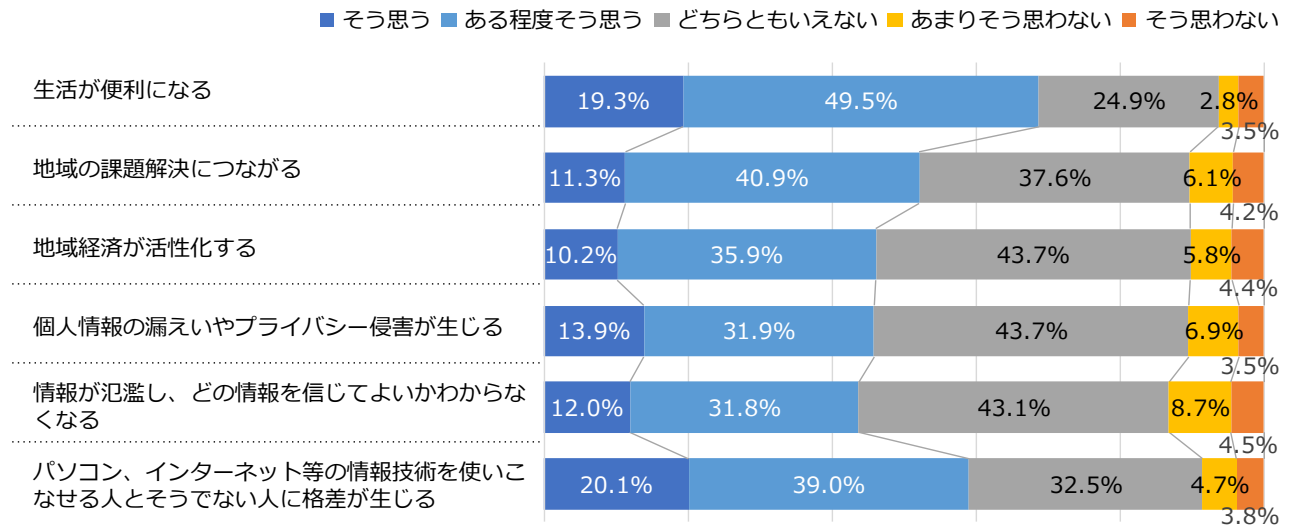


7 データの利活用の進展による暮らしへの効果や影響

データの利活用が進んでいくことで、暮らしにどのような効果や影響があるか聞いたところ、「生活が便利になる」について、68.7%の方が「そう思う」または「ある程度そう思う」と回答した。一方で、「パソコン、インターネット等の情報技術を使いこなせる人とそうでない人に格差が生じる」については、59.1%の方が「そう思う」または「ある程度そう思う」と回答した。

暮らしへの効果や影響

図8 n=1,500

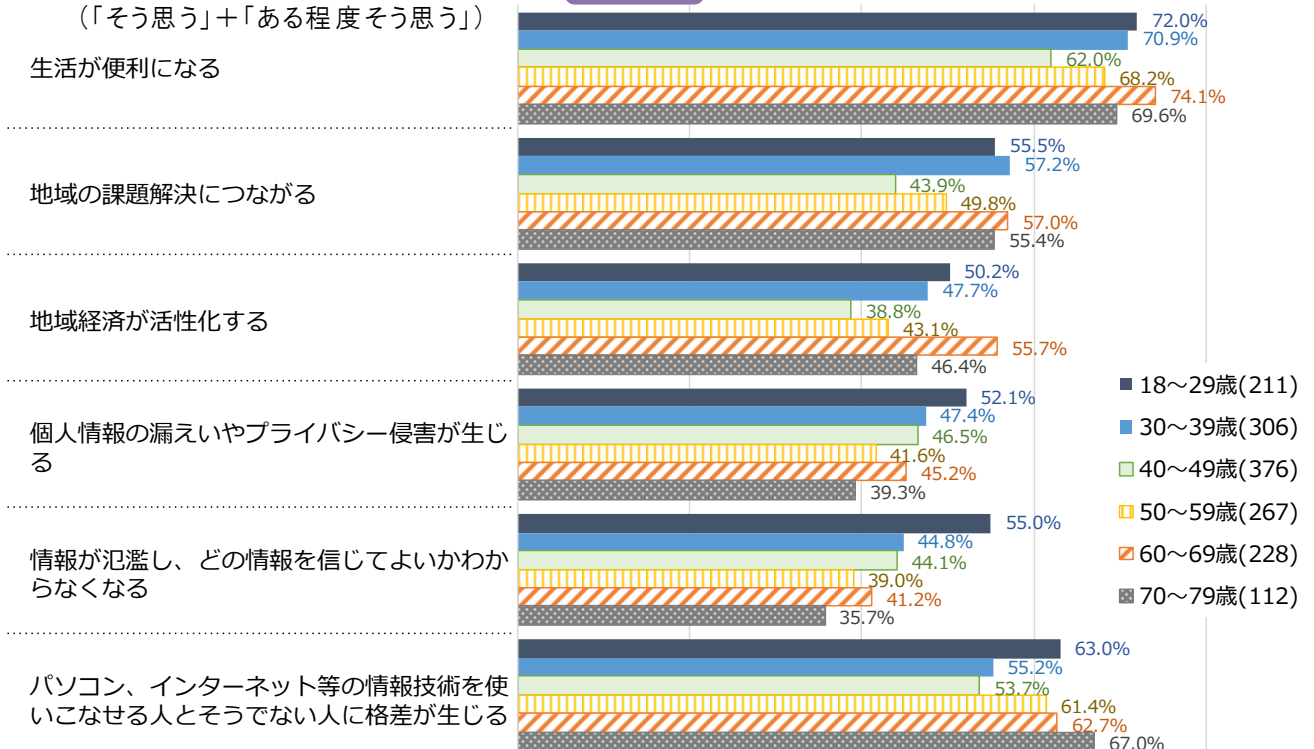


年代別では、「生活が便利になる」については、39歳以下の年代と60～69歳で、「そう思う」または「ある程度そう思う」と回答した方の割合が7割を超えた。一方、「パソコン、インターネット等の情報技術を使いこなせる人とそうでない人に格差が生じる」については、70～79歳で「そう思う」または「ある程度そう思う」と回答した方の割合が最も高く67.0%であった。

暮らしへの効果や影響

(「そう思う」+「ある程度そう思う」)

図9



3

選挙について

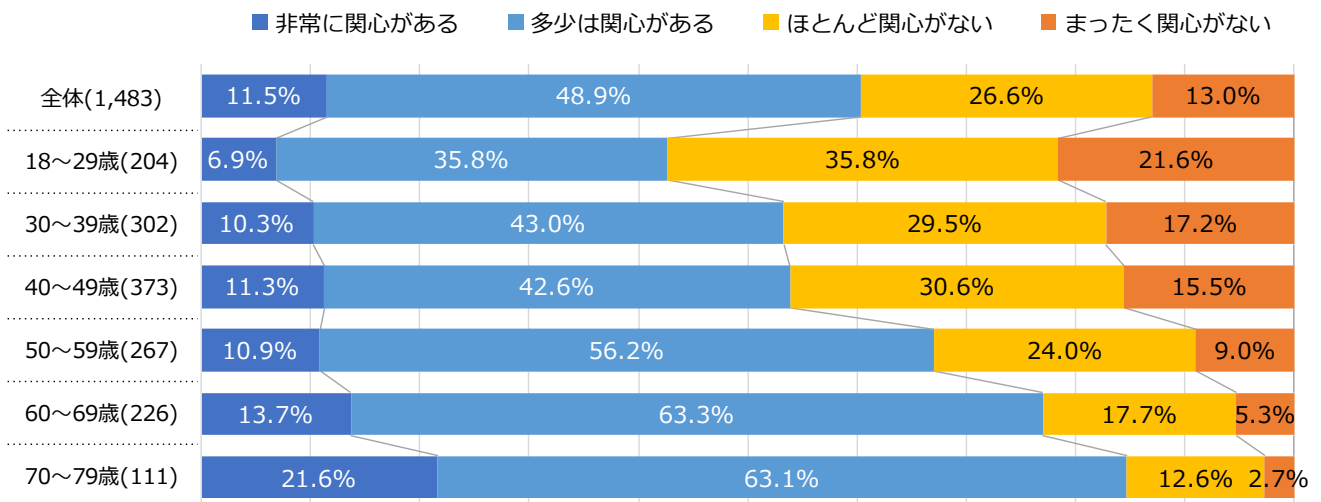
8 国や地方の政治への関心度

日本国籍の方に対して、ふだん国や地方の政治にどの程度関心があるかを聞いたところ、全体(n=1,483)では「非常に関心がある」(11.5%)、「多少は関心がある」(48.9%)となり、この2つを合わせた「関心がある」の合計は60.4%であった。

年代別では、18～29歳では「関心がある」方の割合は42.6%であったが、年代が高くなるにつれ、関心度が高くなり、70～79歳では84.7%であった。

■ 国や地方の政治への関心度

図 10



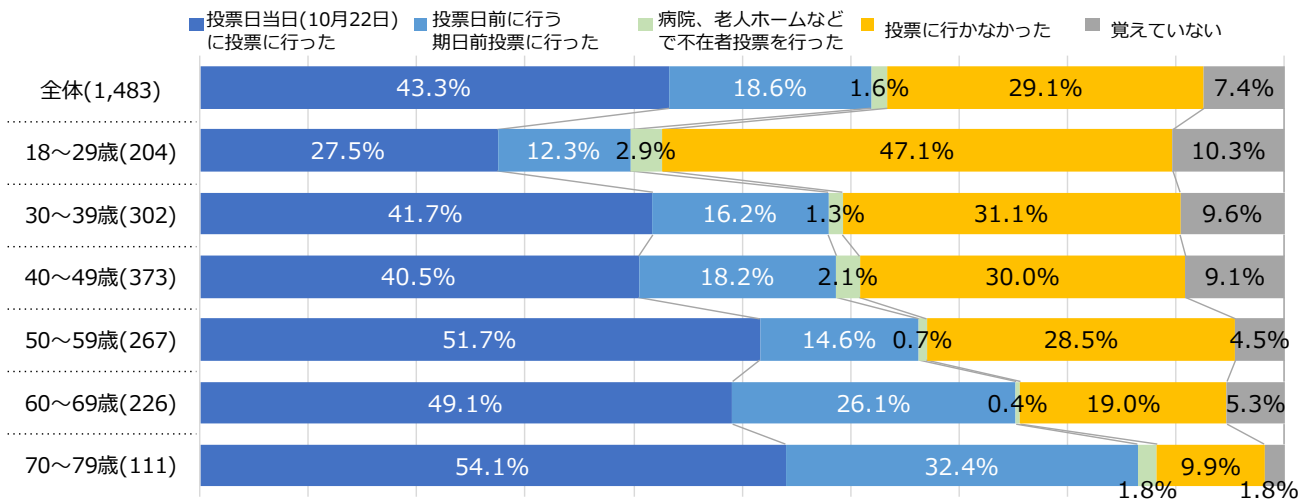
9 平成29年10月の川崎市長選挙等での投票行動

期日前投票や不在者投票をした方を含めて「投票に行った」方の割合は全体(n=1,483)の63.5%であった。

年代別では、18～29歳では「投票に行った」方の割合は42.6%であったが、年代が高くなるにつれ「投票に行った」方の割合が高くなり、70～79歳では88.3%であった。

■ 川崎市長選挙等での投票行動

図 11



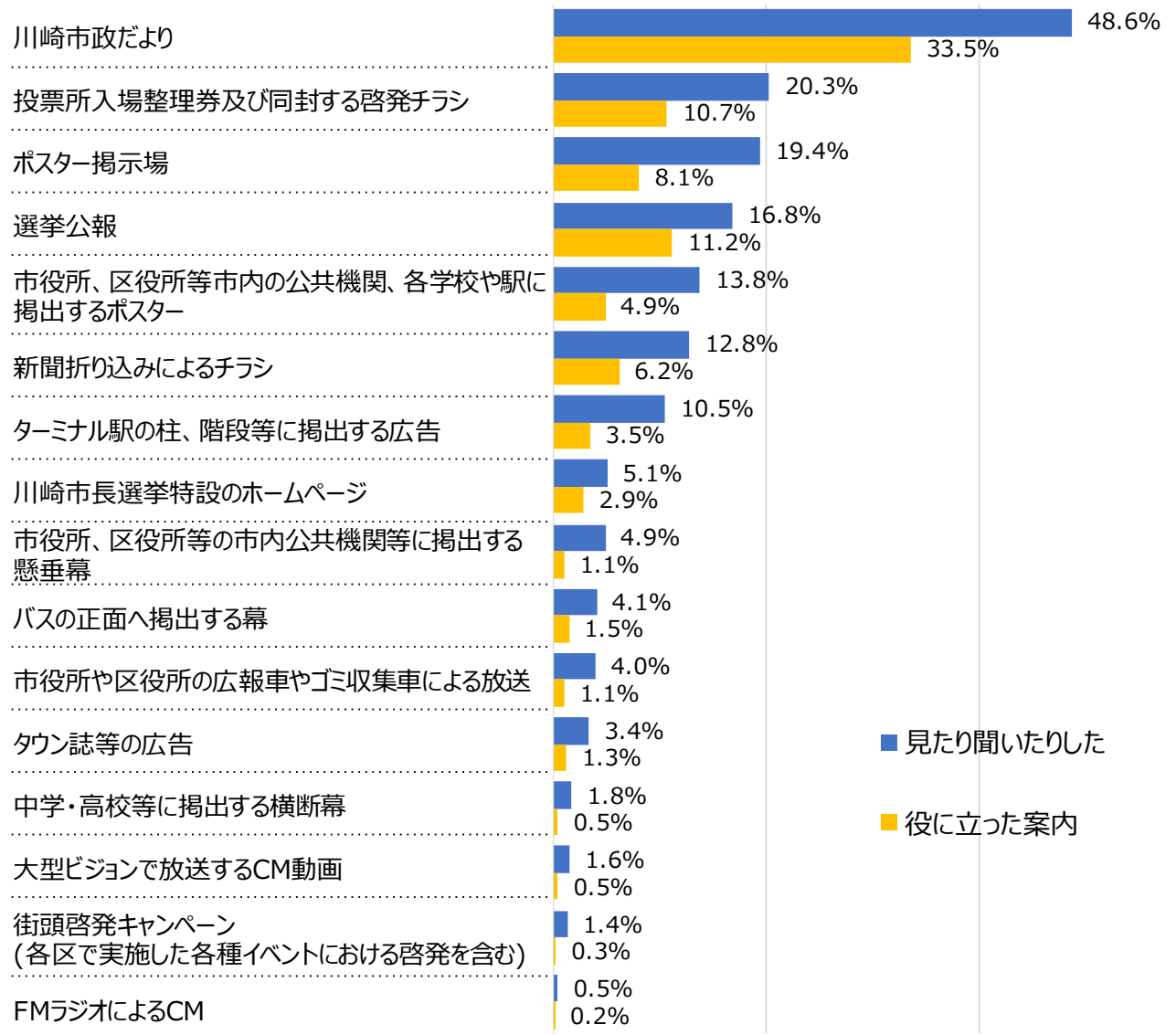
10 選挙に関する案内

投票日・投票の場所・制度や方法などの選挙に関する案内について、「見たり聞いたりした」と、その中で「役に立った」とものを聞いたところ、いずれも「川崎市政だより」が最も高く、「見たり聞いたりした」方の割合は48.6%、「役に立った」と思う方の割合は33.5%であった。

■ 見たり聞いたりした／役に立った選挙案内（複数回答）

図 12

n=1,483



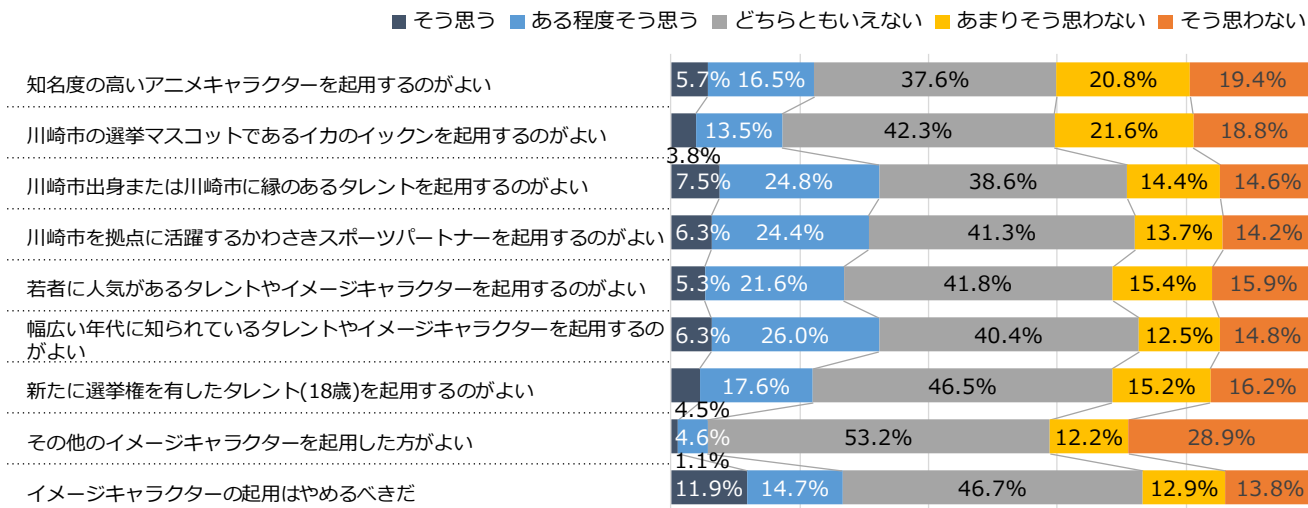
11 選挙の啓発イメージキャラクターの起用について

選挙の啓発イメージキャラクターの起用について聞いたところ、「そう思う」と「ある程度そう思う」方を合計した割合が約 3 割だったのは、「川崎市出身または川崎市に縁のあるタレントを起用するのがよい」と「川崎市を拠点に活躍するかわさきスポーツパートナーを起用するのがよい」と「幅広い年代に知られているタレントやイメージキャラクターを起用するのがよい」であった。しかしながら、3項目ともに「そう思わない」と「あまりそう思わない」方を合計した割合も 3 割近く、「どちらともいえない」が約 4 割になっていた。

■ 選挙の啓発イメージキャラクター

図 13

n=1,483



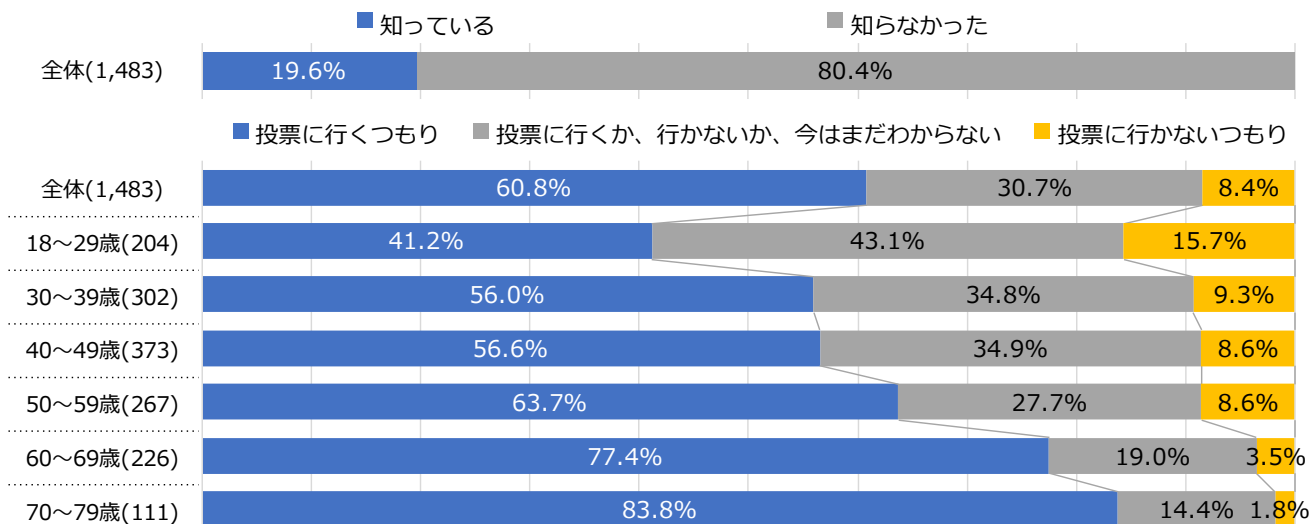
12 平成 31 年春実施予定選挙の認知状況と投票意向

平成 31 年春に川崎市議会議員選挙等が行われることを「知っている」方は、全体 (n=1,483) の 19.6% であった。また、投票意向について聞いたところ、全体 (n=1,483) の約 6 割の方が「投票に行くつもり」であると回答した。

年代別では、年代が高くなるにつれ、投票意向が高かった。

■ 平成 31 年春実施予定選挙の認知状況と投票意向

図 14

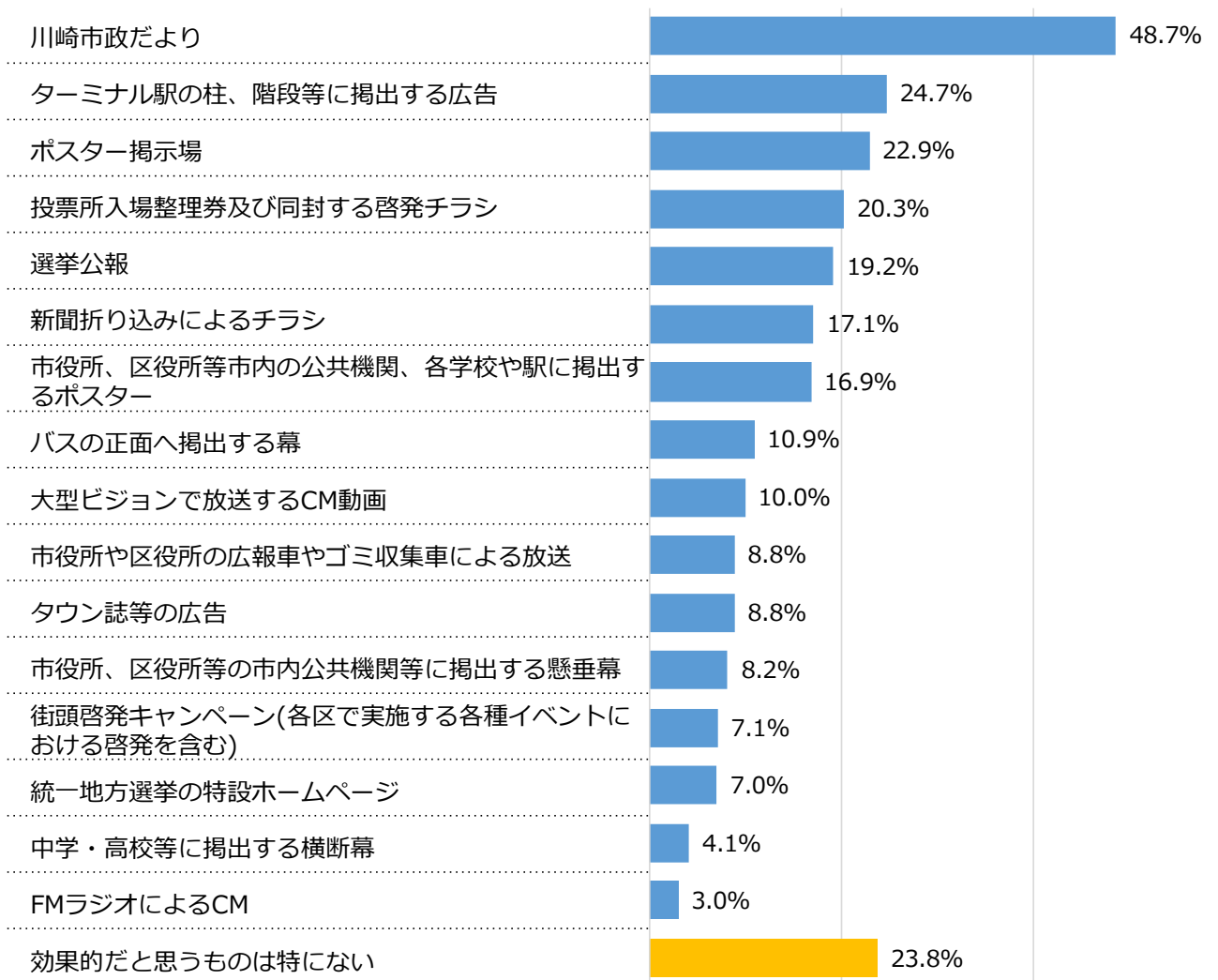


13 効果的だと思う選挙に関する案内手段

効果的だと思う選挙に関する案内手段は、「川崎市政だより」(48.7%)の他には、「ターミナル駅の柱、階段等に掲出する広告」(24.7%)などであった。

■ 効果的だと思う選挙に関する案内手段（複数回答）

図 15 n=1,483



平成 30 年度第 1 回かわさき市民アンケート概要版

平成 30 年 11 月

発行 川崎市総務企画局都市政策部企画調整課

〒210-8577

川崎市川崎区宮本町 1 番地

電話 044-200-2148 (直通)

F A X 044-200-3919