

令和元年度 市民意識調査 調査結果活用状況

調査内容	調査目的	活用状況
広報活動について (広報課)	広報活動を行うにあたり、市民が情報を入手する際の手段や市の情報を入手していない層を把握し、調査結果は広報活動の効果測定及び改善策の検討に活用するため。	広報ふなばしから市情報入手している人が半数を超えていたため、広報ふなばしの周知を行うとともに、配架場所を商業施設に1カ所追加した。また、ホームページや広報番組、Facebook、Twitter、YouTubeなど、さまざまな媒体で情報の発信を行った。
「電話de詐欺(振り込め詐欺等)」について (市民安全推進課)	本市の電話de詐欺による被害状況を鑑み、振り込め詐欺対策電話機等購入費の補助制度の認知度、及び市民が講じている電話de詐欺対策を把握し、本市の電話de詐欺対策に活用するため。	振り込め詐欺対策電話機等購入費の補助制度について、8割近くの人が知らないとの結果であった。また、詐欺対策機能を持つ機器を導入している方も1割と少ないということが判明した。このような結果から、市民に対し、振り込め詐欺対策電話機等購入費の補助制度のさらなる周知に努めた。
「動物の愛護及び管理」について (衛生指導課 動物愛護指導センター)	市民の動物に対する考え方を調査し、今後の動物愛護管理に係る施策形成、条例改正等を行う際の基礎資料とするため。	第10回船橋市動物愛護管理対策会議において、調査結果を資料として、令和3年7月1日施行予定である船橋市動物の愛護及び管理に関する条例の改正のための協議に活用した。約8割の方が犬のふん尿に困っているという調査結果や約2割の方が猫の屋内飼養の推進を求めていたという調査結果を受け、犬のふんの持ち帰りに関する規定の強化や猫の屋内飼養の努力義務を規定する条例改正を行った。 また、約半数の方が猫に困っているという調査結果もあり、船橋市動物愛護管理対策会議にて「船橋市猫の飼育管理に関するガイドライン」の改正のための協議を行っている。
「ごみ施策」について (資源循環課)	平成30年度と同じ内容で調査をかけることにより、施策の浸透度をはかるため。	フードドライブについては、寄付したことはないが機会があれば寄付したい方がアンケートを取った方の約半数と、関心の高さがうかがわれたが、実際に寄付をしたことがある方は約3%しかいなかつた。令和3年1月25日～2月26日まで市役所、公民館、メグスパで実施したフードドライブについては、回収場所が増えたこともあり過去最高の回収量であり、事業の認知と取り組みやすさが重要であることが改めて認識できたので、他の施策も含めアプローチ方法を検討していきたい。
災害への備えについて (危機管理課)	市民の日頃からの災害への備えや備蓄の状況などについて調査を行い、市民に自助の意識を醸成するための施策を検討するため。	日頃から災害への備えをしていない割合は、若年層の方が高くなる傾向があるため、Facebookや市公式アプリ「ふなっぷ」、YouTubeなどを活用した啓発を実施している。 「飲料水」または「食料品」を備蓄している市民のうち、6割の方が「3日分」を備蓄していることが把握できることから、「できれば1週間分」の備蓄を周知している。
市の施策について (政策企画課)	市の施策に対する市民意識について毎年度調査し、今後の施策検討の一助とするため。	市の施策に対する市民意識の経年変化を踏まえ、今後の市の施策検討の材料とする。