

町民満足度調査の結果《速報版》

「第6次二宮町総合計画」策定にあたり、今年7月、満18歳以上の各世代1,000名の方々を住民基本台帳から無作為抽出し、二宮町のまちづくりについてのアンケートを実施しました。

その結果、356名の方に回答いただいております。《速報版》として調査結果をお知らせします。

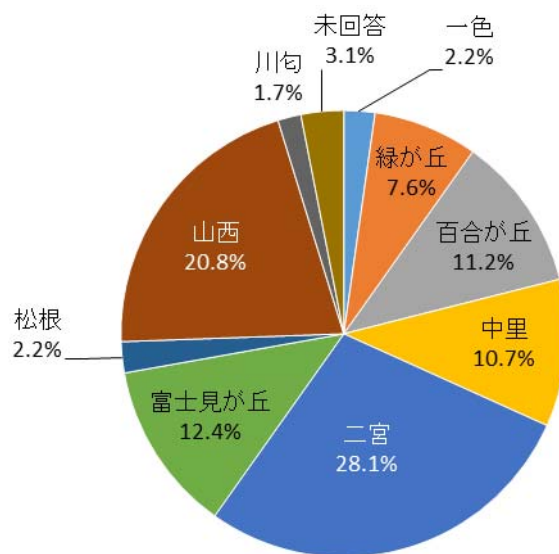
1. フェイスシート

回答者356名の属性は以下のとおりです。

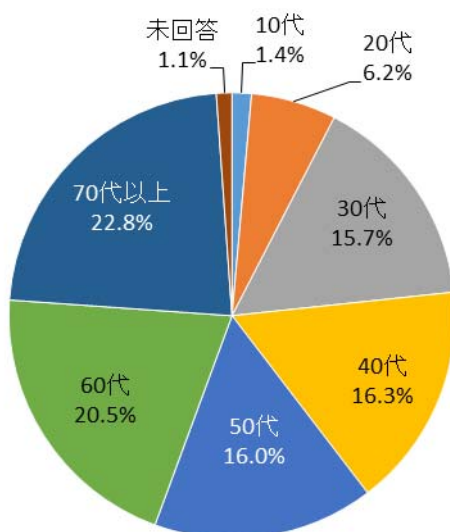
(1) 居住地

アンケート設問は20の地区区分で行いましたが、各地区の回答数が少ないため、9の町名ごとに集計しています。

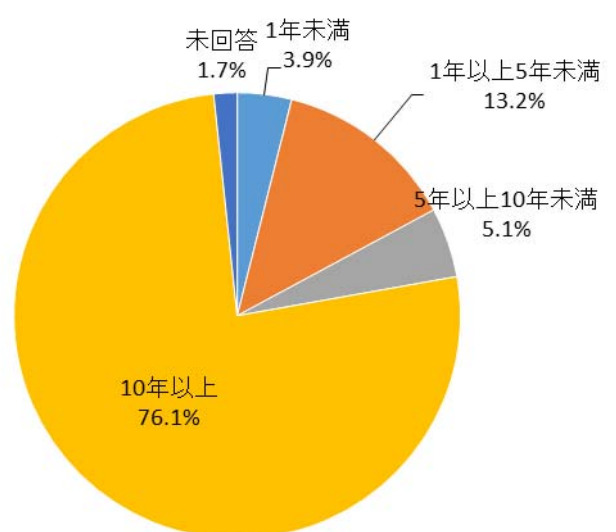
町名	地区名
一色	一色
緑が丘	緑が丘
百合が丘	百合が丘1・2・3丁目
中里	中里
二宮	元町北・南、上町、中町、下町
富士見が丘	富士見が丘1・2・3丁目
松根	松根
山西	梅沢、越地、茶屋、釜野
川匂	川匂



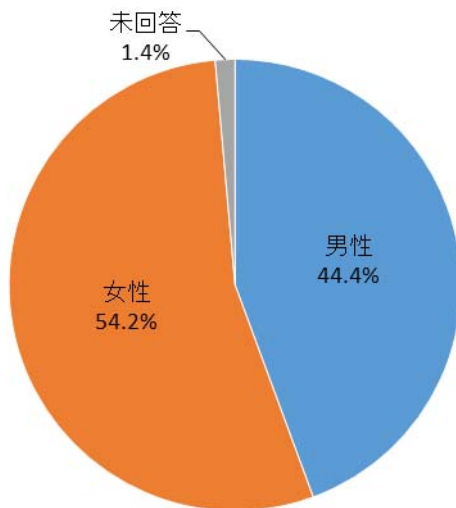
(2) 年齢



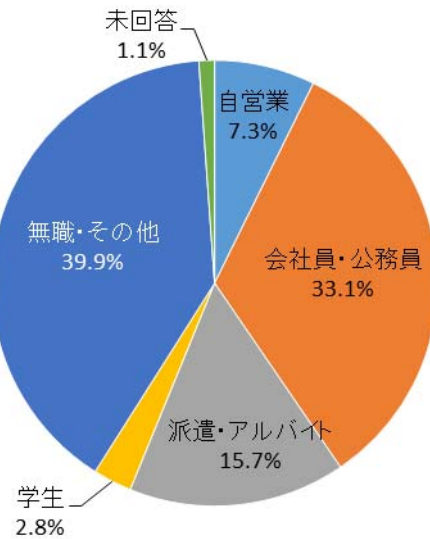
(3) 居住年数



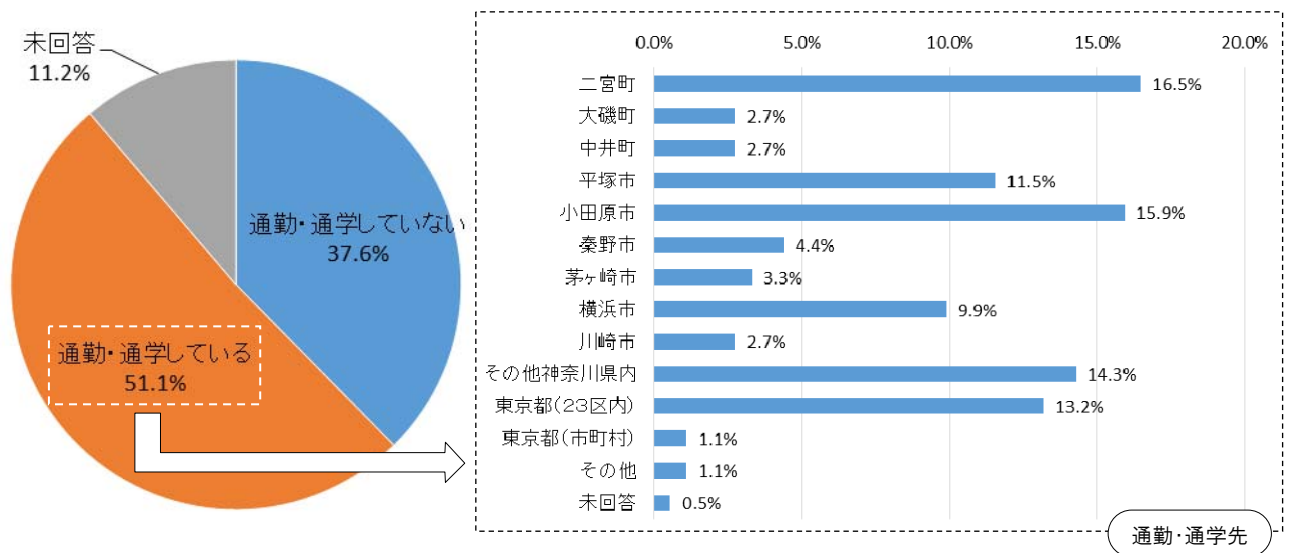
(4)性別



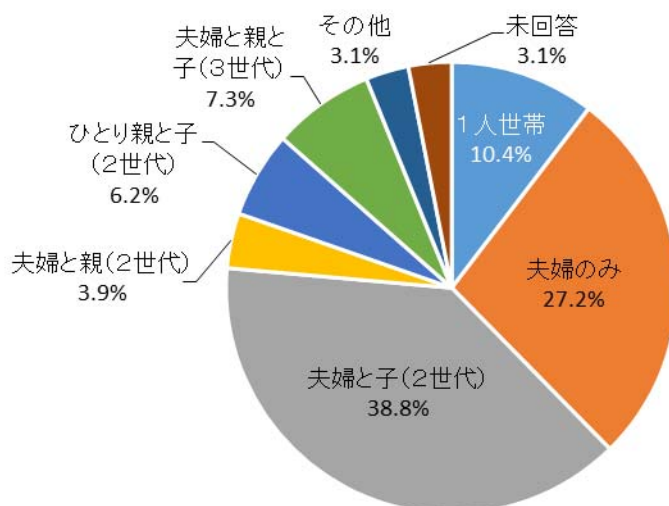
(5)職業



(6)通勤・通学の有無及び通勤・通学先



(7)家族構成



2. 二宮町の町政運営

「第5次二宮町総合計画後期基本計画(令和元年度～4年度)で進めている分野別の47施策について、次の5段階で評価を行っていただきました。(※点数化には「わからない」「未記入」を除く)

(点数化)	5	4	3	2	1
満足度	満足	やや満足	どちらとも言えない	やや不満	不満
重要度	重要	やや重要	どちらとも言えない	あまり重要ではない	重要ではない

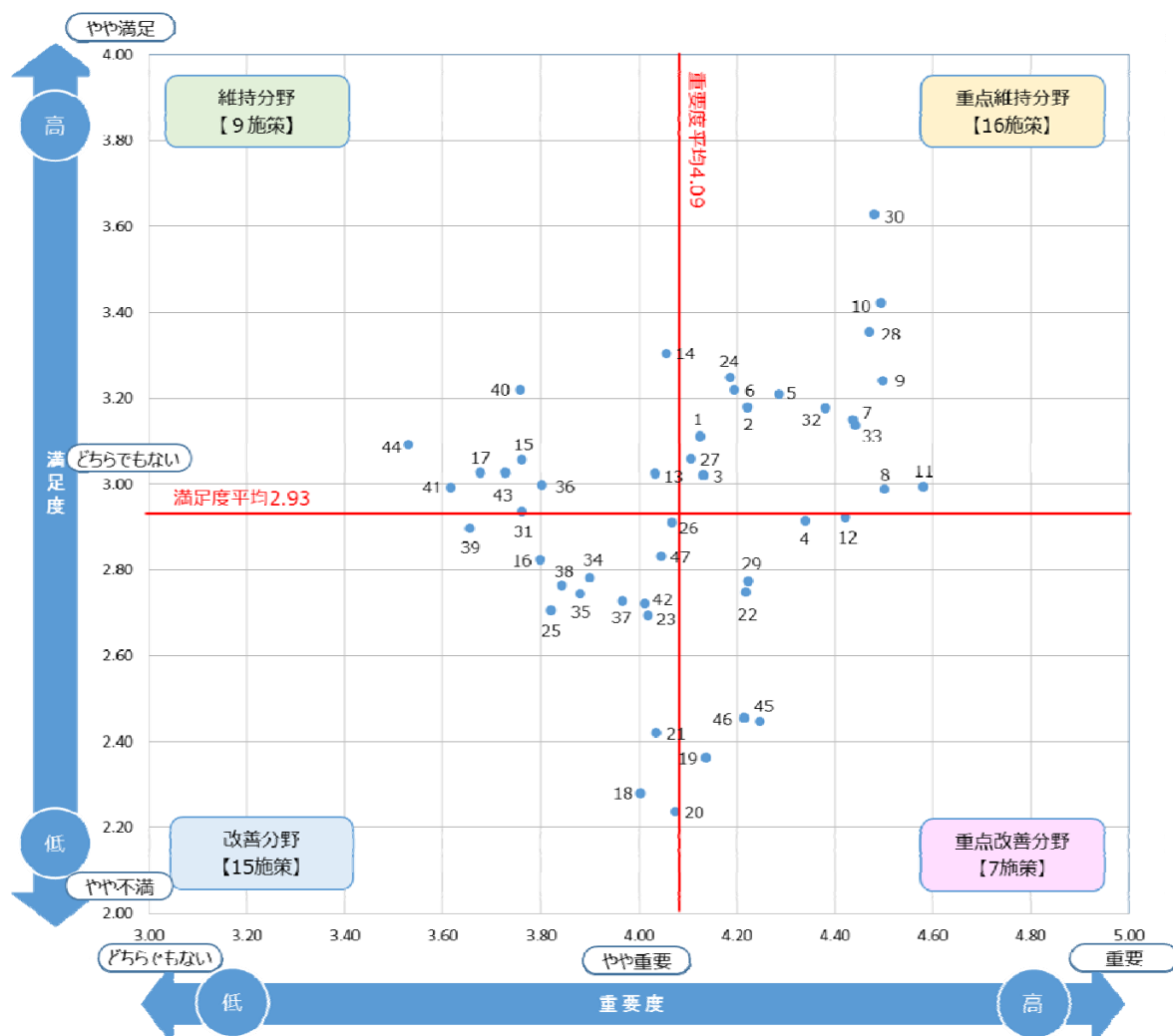
◆47 の分野別施策における「重要度」と「満足度」

分野	番号	施 策	満足度	重要度
福祉・健康・保健	1	地域福祉の充実(福祉団体の育成、民生委員児童委員・社会福祉協議会等との連携 等)	3.11	4.13
	2	地域包括支援センター(高齢者サービスの包括的な相談体制 等)	3.18	4.22
	3	介護予防・社会参加の促進(介護予防普及、地域の通いの場 等)	3.02	4.13
	4	介護サービスの充実(介護保険事業の充実 等)	2.91	4.34
	5	障害者福祉サービスの充実(障害福祉制度利用助成、医療費給付等)	3.21	4.29
	6	健康づくりの支援(健康づくり、未病改善、各種健診、国民健康保険等)	3.22	4.20
	7	地域医療の充実(地域医療(かかりつけ医、病院)との連携強化等)	3.15	4.44
	8	出産・子育て支援の充実(妊娠・出産、育児に係る相談・支援 等)	2.99	4.50
子育て・教育	9	保育サービスの充実(保育園、幼稚園、学童保育所等の支援、充実)	3.24	4.50
	10	子育て支援対策(小児医療費、児童手当、子育てサロン・一時預かり等)	3.42	4.49
	11	小中学校の学校教育の充実(教育内容・指導方法の充実等)	2.99	4.58
	12	学校施設の整備(小中学校)	2.92	4.42
	13	地域と連携した教育活動の充実(コミュニティ・スクール)	3.02	4.03
生涯学習・スポーツ、歴史・文化	14	生涯学習の振興(学習機会の充実、生涯学習センター・図書館等施設の充実等)	3.30	4.06
	15	青少年の健全育成(子ども会、社会活動、地域連携等)	3.06	3.76
	16	スポーツの振興(スポーツ活動の普及、体育施設の充実等)	2.82	3.80
	17	文化振興・歴史の継承(文化祭、文化財保護 等)	3.03	3.68
土地利用・都市基盤	18	土地利用(適切な土地利用への誘導・促進 等)	2.28	4.00
	19	空家対策(リフォーム助成、空き家バンク・相談等)	2.36	4.14
	20	中心市街地等の整備・誘導(中心市街地の環境整備 等)	2.24	4.08
	21	二宮海岸の砂浜の再生	2.42	4.04
	22	道路の整備(町道の整備、河川の維持管理 等)	2.75	4.22
	23	地域公共交通の確保(地域公共交通の充実、コミュニティバスの運行 等)	2.72	4.01
	24	公共下水道の整備と管理(下水道施設の整備 等)	3.25	4.19
	25	町有地の有効活用(東京大学二宮果樹園跡地等の有効活用)	2.71	3.82
	26	公園・緑地の整備(公園整備、緑化の推進 等)	2.91	4.07
環境、防災	27	自然環境の保全(美化活動、有害鳥獣対策、公害防止 等)	3.06	4.11
	28	ごみ処理・リサイクル等(ごみ収集、ごみ減量化、不法投棄防止 等)	3.35	4.47
	29	低炭素社会の形成(地球温暖化対策、再生可能エネルギー促進 等)	2.77	4.22
	30	消防・救急活動の充実(消防・救急体制の整備 等)	3.63	4.48
	31	消費者対策の充実(消費生活相談の充実 等)	2.93	3.76
	32	交通安全・防犯体制(交通安全の推進、防犯灯整備 等)	3.18	4.38
	33	防災・災害対策(耐震相談、防災訓練、資機材の整備 等)	3.14	4.44

分野	番号	施策	満足度	重要度
産業・経済	34	農林業振興(担い手の育成、農業生産基盤の整備、有害鳥獣対策 等)	2.78	3.90
	35	水産振興(漁港維持管理、養浜 等)	2.74	3.88
	36	特産品・地域ブランドの普及(特産物の栽培普及、二宮ブランドとの連携 等)	3.00	3.80
	37	商工業の振興(商店街・中小企業支援、融資制度、企業支援、二宮ブランド支援 等)	2.73	3.97
	38	資金雇用対策(融資制度、住宅利子補助、情報提供の充実 等)	2.76	3.84
	39	観光振興(観光パンフレット、観光協会への支援 等)	2.90	3.65
自治体経営	40	広報・広聴の充実(広報紙・HP作成、プロモーション事業、移動町長室 等)	3.22	3.76
	41	町民参画・協働(町民活動の育成・支援 等)	2.99	3.62
	42	職員の能力の向上(職員研修、人事評価制度 等)	2.69	4.02
	43	人権・平和の推進(人権教育、男女共同、戦没者追悼 等)	3.03	3.73
	44	コミュニティ活動支援(各地区への支援、高山村地域間交流 等)	3.09	3.53
	45	行財政改革(事業の見直し、業務の効率化、財政の健全化 等)	2.45	4.25
	46	公共施設の適正な維持管理・再編(施設の統廃合、老朽化対策 等)	2.45	4.22
	47	広域連携の推進(近隣市町村との協力、学校・民間事業者との連携 等)	2.83	4.05
平均点			2.93	4.09

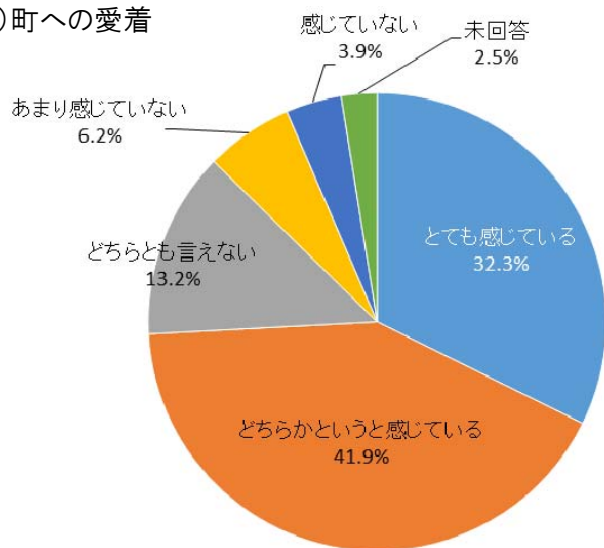
◆「満足度」×「重要度」の施策分布

「満足度」を縦軸、「重要度」を横軸にして、47施策の得点分布を表すと次のようになります。このうち、重要度が高く、満足度の低い7施策が特に改善の優先度が高い施策と言えます。



3. 二宮町への愛着や定住意向

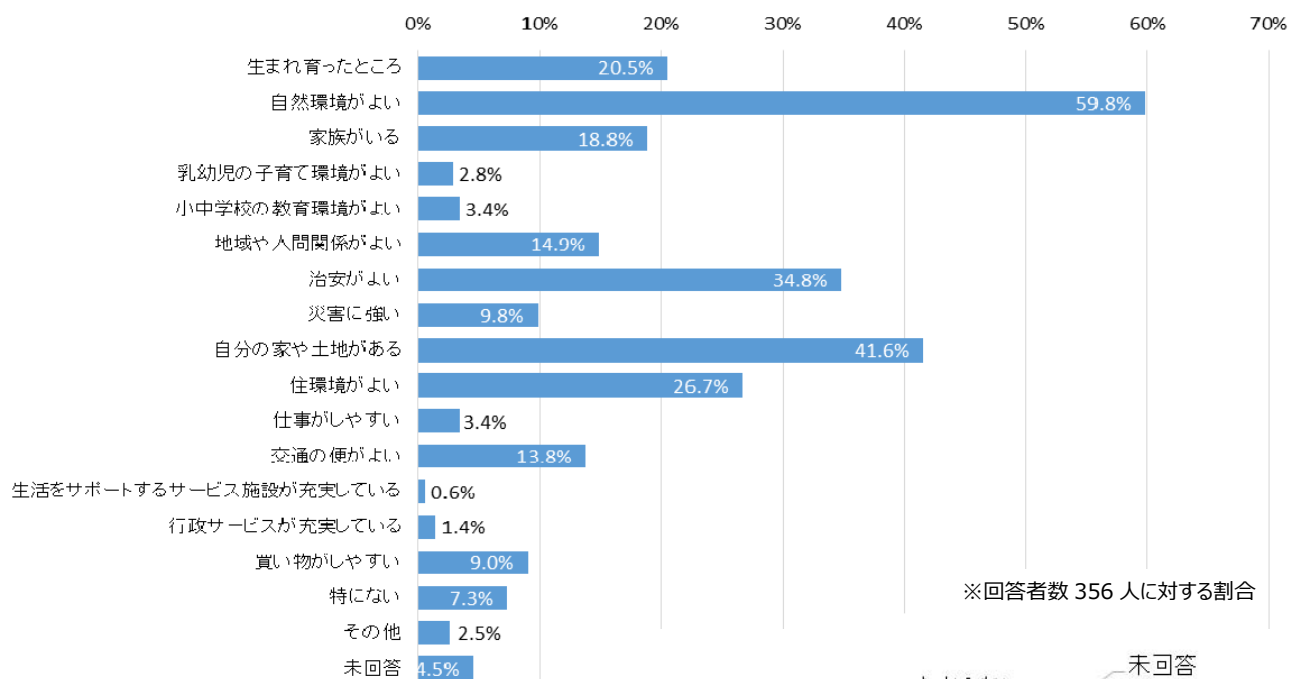
(1) 町への愛着



町への愛着を「とても感じている」人が約3割、「どちらかというと感じている」人が約4割と、町への愛着度が高いことがうかがえます。

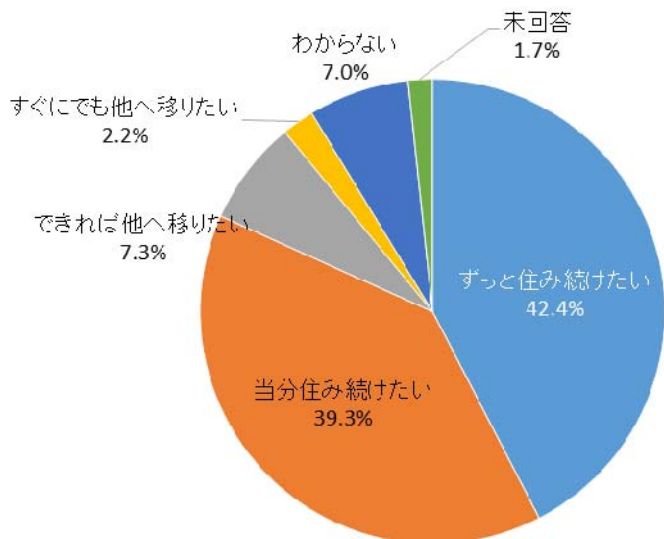
(2) 町の魅力

町の魅力としては、「自然環境がよい」と答えた人が約6割を占めるほか、「自分の家や土地がある」、「治安がよい」とする人がそれぞれ3割を超えています。



(3) 町への定住意向

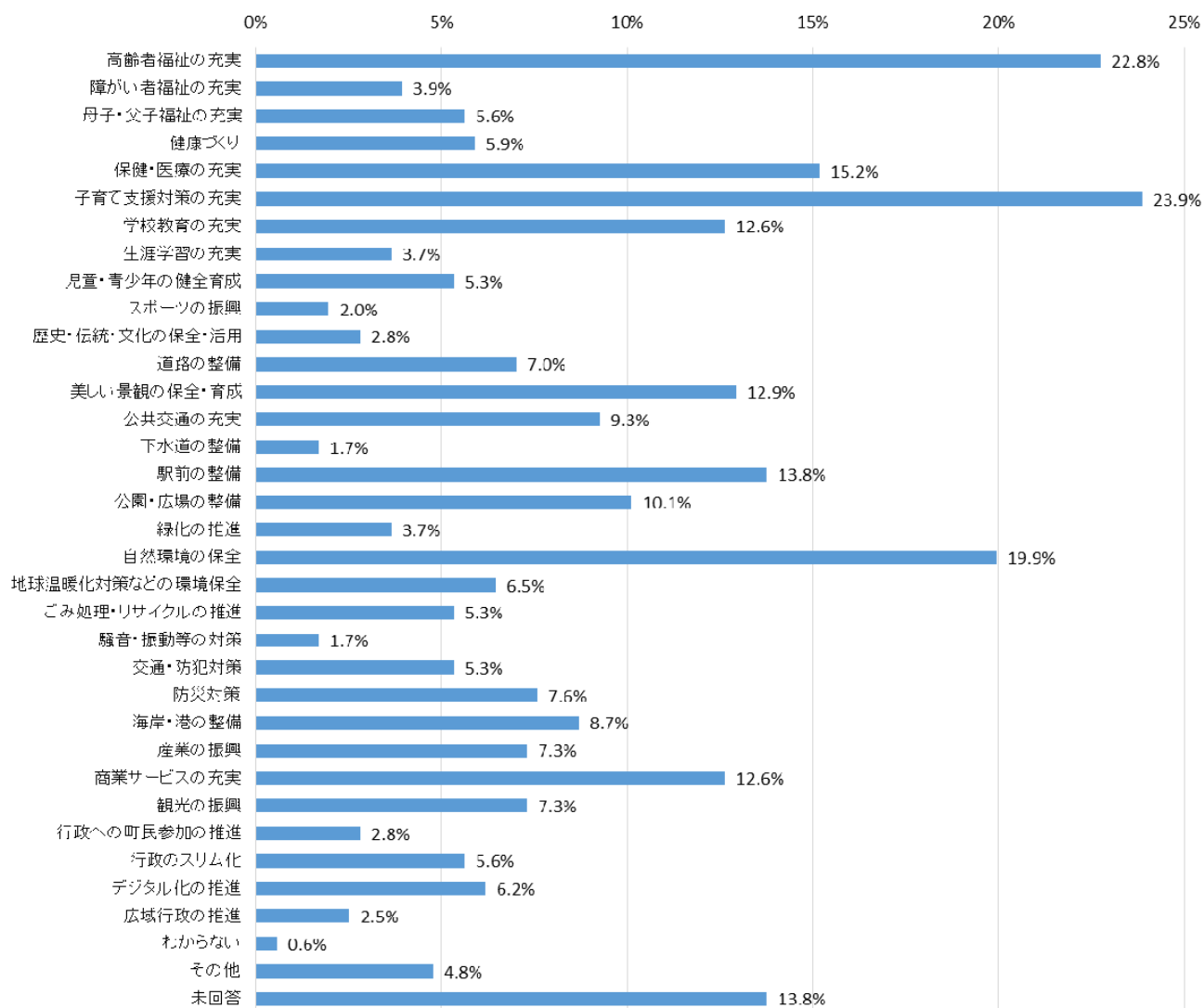
「ずっと住み続けたい」、「当分住み続けたい」と答えた人がそれぞれ約4割と、町への定住意向は高い値を維持しています。



4. 二宮町の今後の取組み

町が今後力を入れていくべき取組みとして、上位5項目は次のようになっています。

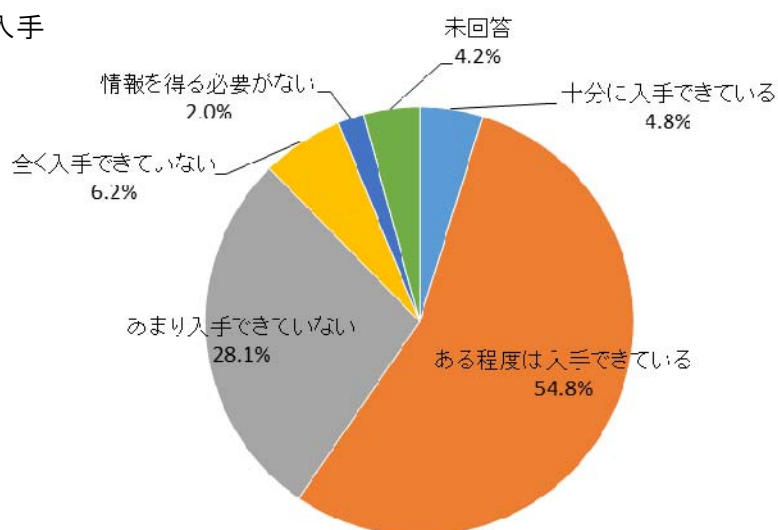
- ① 子育て支援対策の充実（23.9%）
- ② 高齢者福祉の充実（22.8%）
- ③ 自然環境の保全（19.9%）
- ④ 保健・医療の充実（15.2%）
- ⑤ 駅前の整備（13.8%）



5. 町民参加

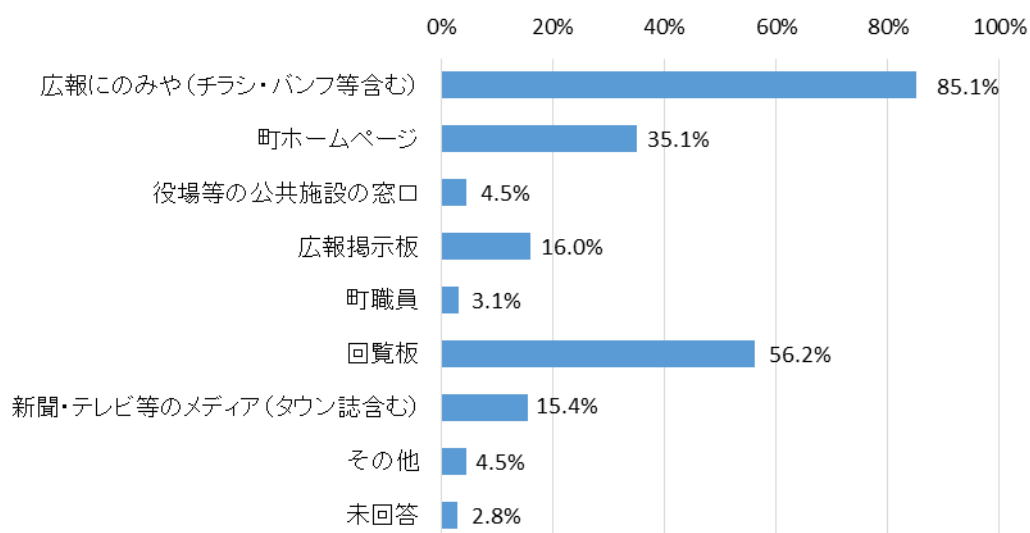
(1) 町行政や地域活動に関する情報の入手

町行政や地域活動に関する情報について、「入手できている」とする人が約6割ある一方、「入手できていない」とする人も3割強見られます。



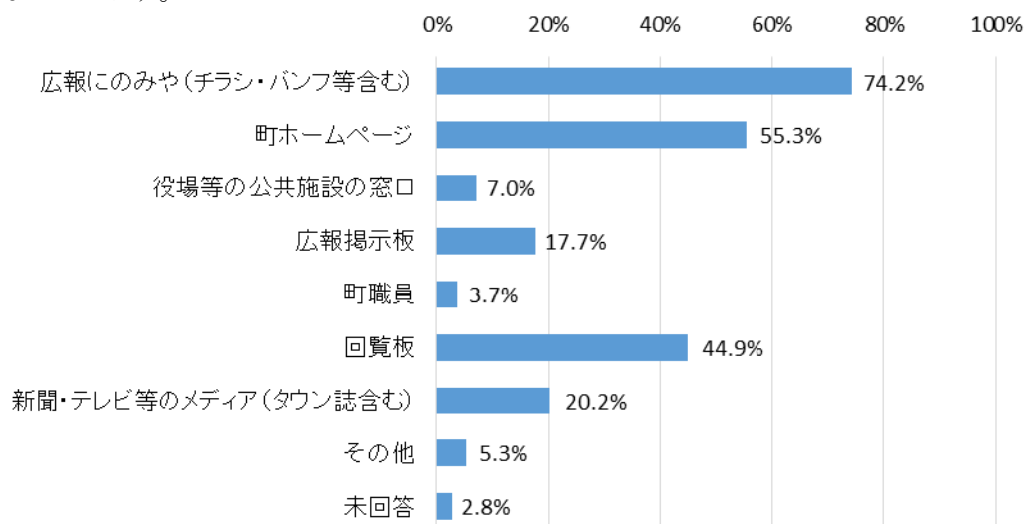
(2) 情報の入手先

情報の入手先としては、広報にのみやが8割以上を占めるほか、回覧板も5割以上となっています。



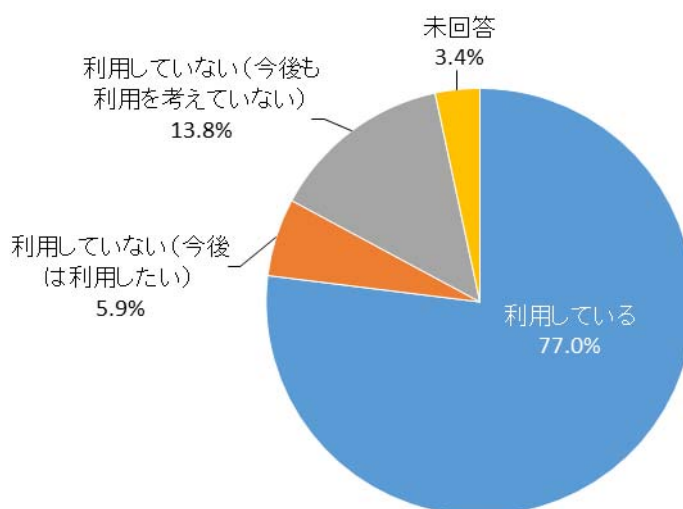
(3) 今後の情報入手先

情報の入手先としても広報にのみやに占める割合が最も大きく、現状では3番目だった町のホームページが2番目となっています。



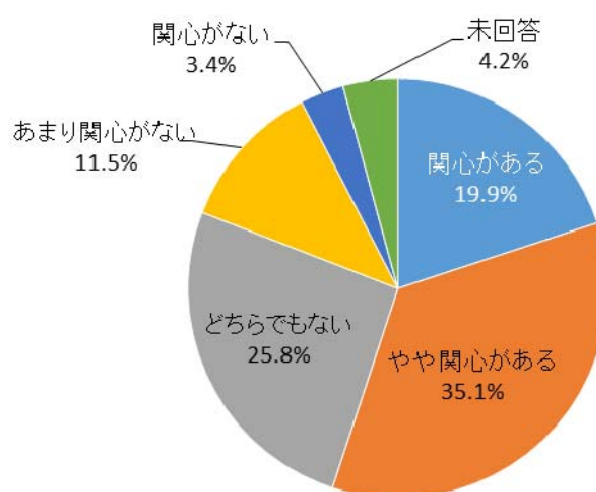
(4)インターネットの活用

情報入手等におけるインターネットの活用について、既に「利用している」人が8割近くあり、「今後利用したい」という人も含め、今後、情報入手の主要なアイテムになると想定されます。



(5)町政運営やまちづくりへの関心

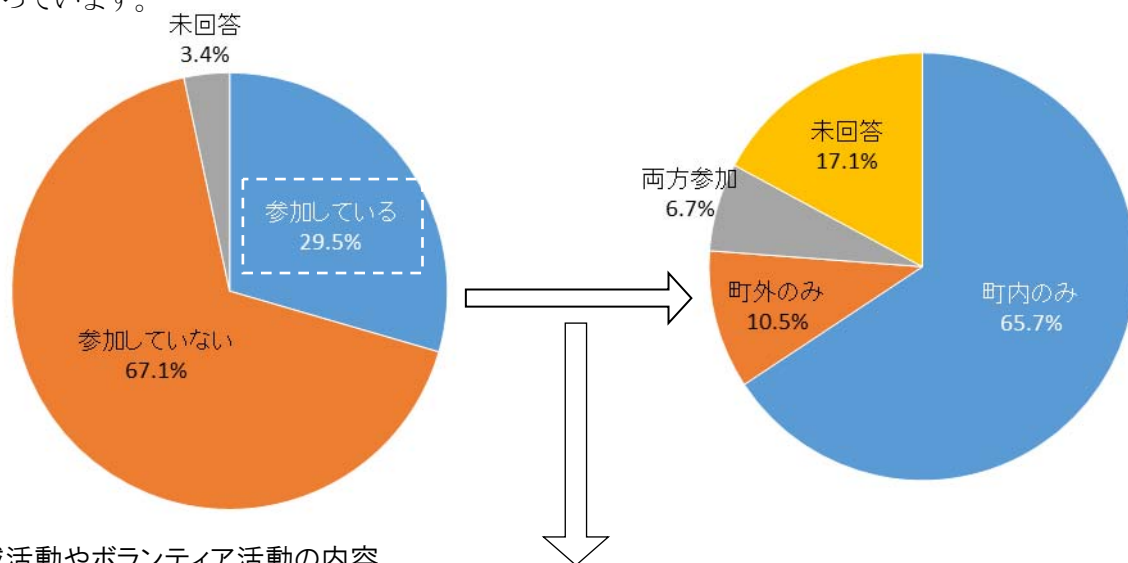
町政の運営やまちづくりへの関心度はや5割程度にとどまっており、今後、より幅広い世代での関心度を高めるため、情報発信手段の工夫も必要であると考えられます。



7. 地域活動

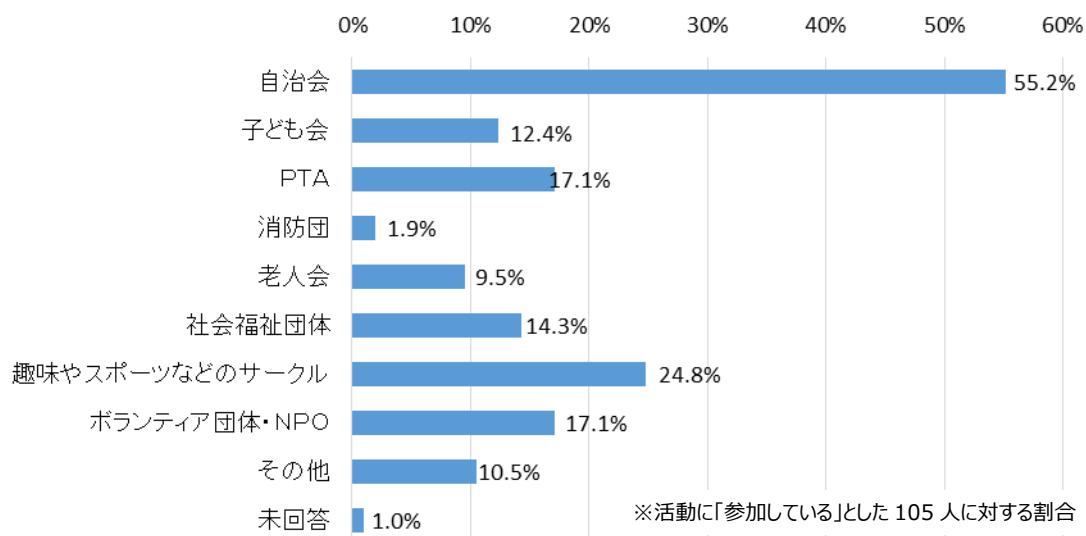
(1) 地域活動やボランティア活動への参加の有無とその主な活動エリア

約3割の人が地域活動やボランティア活動に参加しており、その活動場所として、「町内のみ」が7割弱となっています。



(2) 地域活動やボランティア活動の内容

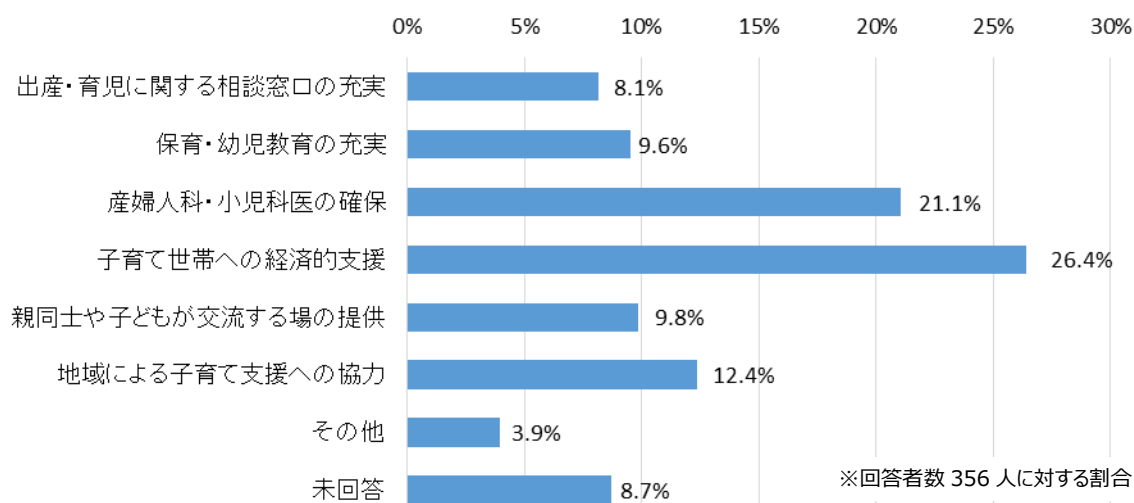
現在参加している人の活用内容として、5割以上の人が「自治会活動」としており、「趣味やスポーツなどのサークル活動」、「PTA活動」、「ボランティア団体・NPO活動」が続いています。



8. 福祉

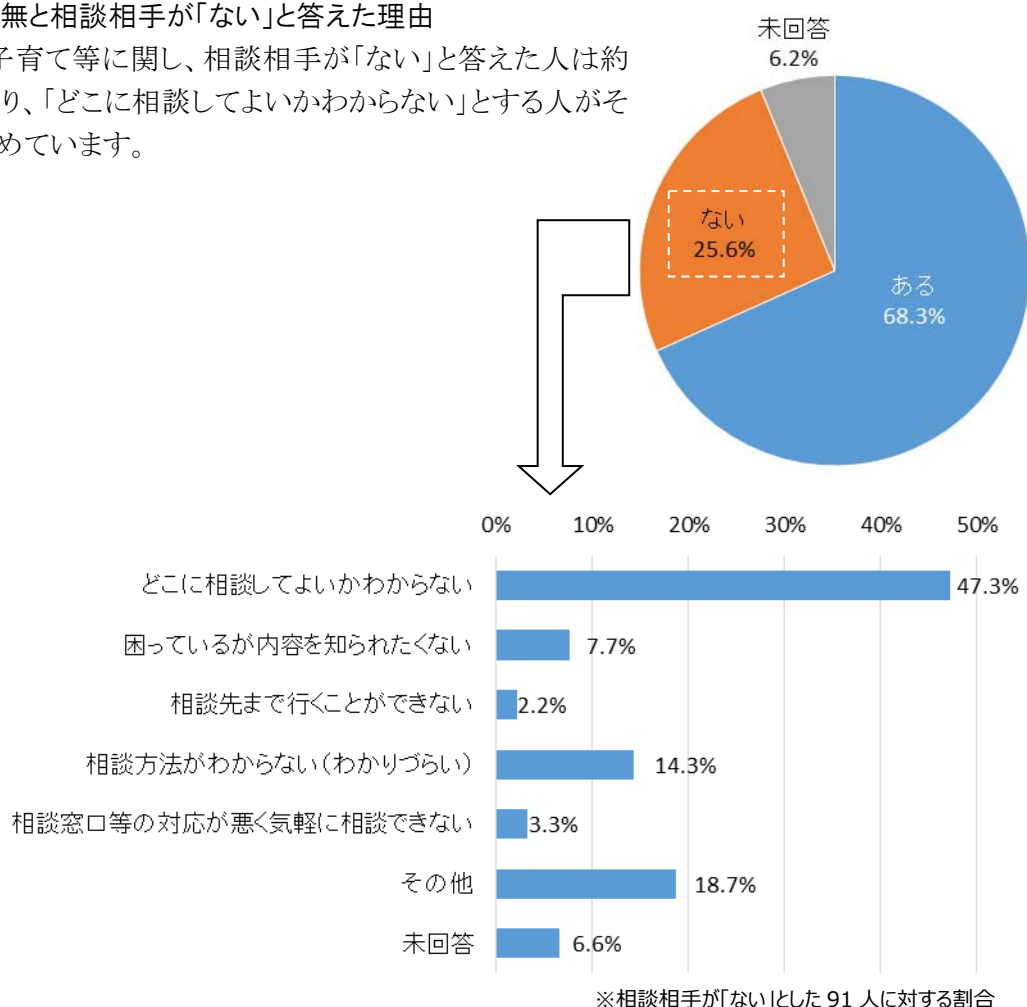
(1) 出産・育児・子育て支援のために重要な事項

出産・育児・子育て支援のために重要な事項としては、「子育て世帯への経済的支援」が最も多く、次いで「産婦人科・小児科医の確保」が2番目となっています。



(2) 相談相手の有無と相談相手が「ない」と答えた理由

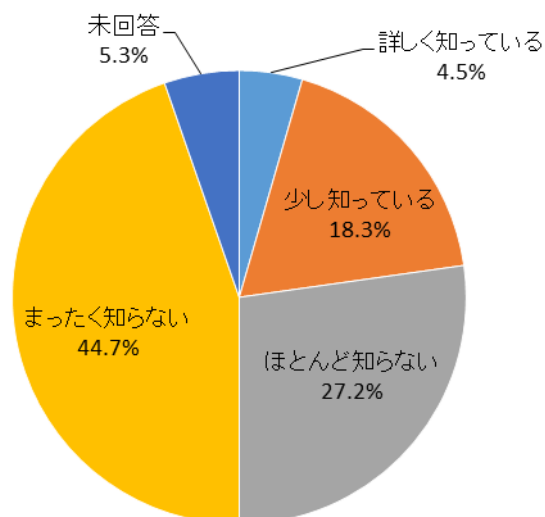
出産・育児・子育て等に関し、相談相手が「ない」と答えた人は約25%となっており、「どこに相談してよいかわからない」とする人がその半数近くを占めています。



9. 教育

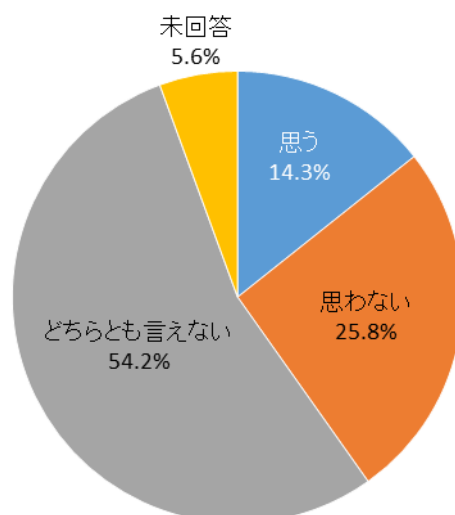
(1)「コミュニティ・スクール」(学校運営協議会制度)の認知度

「詳しく知っている」、「少し知っている」人は5%未満にとどまっており、7割以上の人が「知らない」として、認知度は低くなっています。



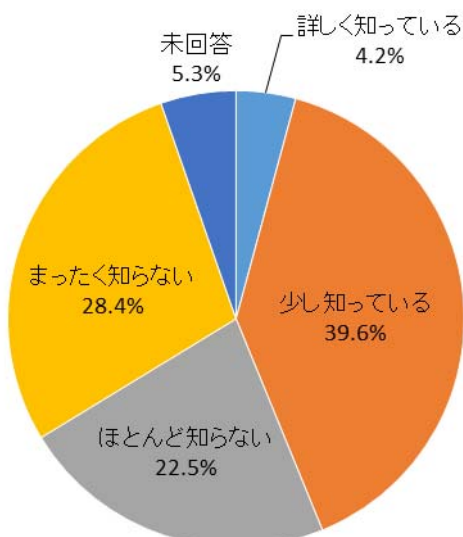
(2)地域の学校との関わり

地域の学校と積極的に関わりたいと「思う」人は 15%程度にとどまっており、地域と学校の結び付きは、まだ強いとは言えない状況です。



(3)小中一貫教育の認知度

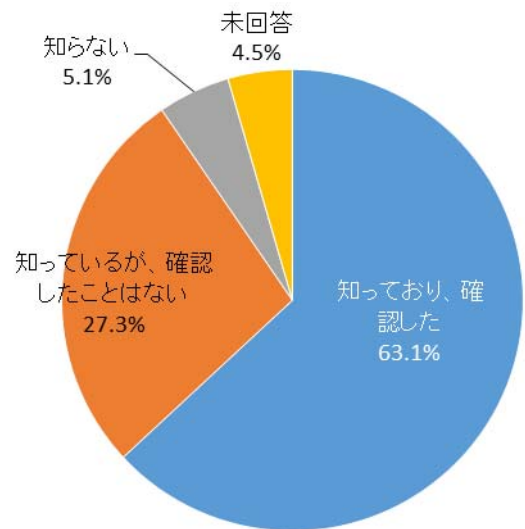
現在、町がより良い教育環境を目指して検討を進めている「小中一貫教育」について、「知っている」人は4割程度となっています。



10. 防災

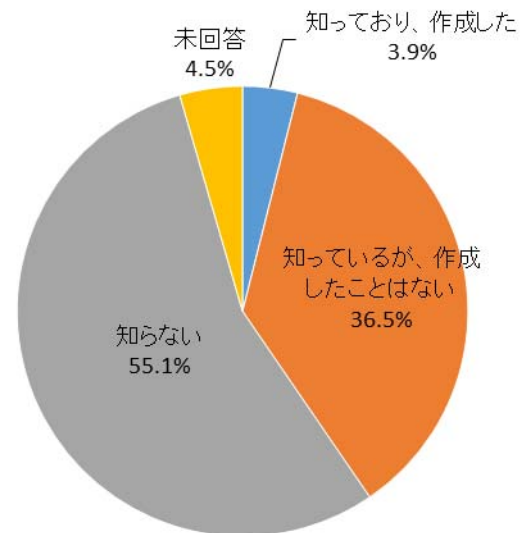
(1)「二宮町ハザードマップ」の認知度

「二宮町ハザードマップ」の認知度は高く、「知っている」人は9割以上となっています。実際に内容を確認した人も多く、防災に対する関心は高いと言えます。



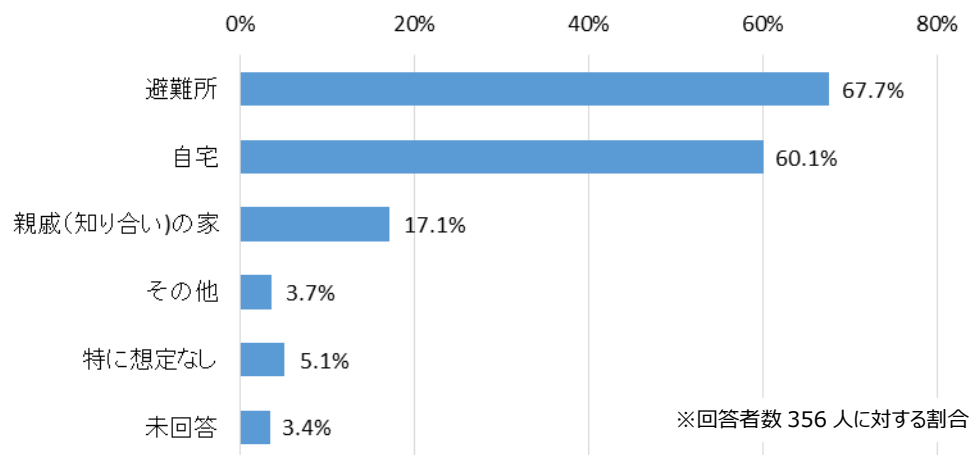
(2)「水害・土砂災害タイムライン」の認知度

水害や土砂災害時において、落ち着いて行動できるように作成する「水害・土砂災害マイタイムライン」の認知度は4割程度見られますが、実際に作成まで行った人はごく一部にとどまっています。



(3)災害時の避難場所

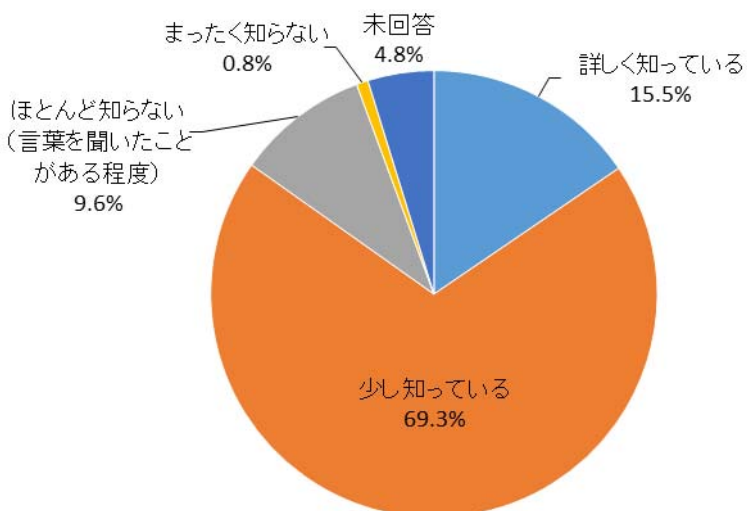
災害時の避難先として、「避難所」を想定している人は7割弱、「自宅」での在宅避難を想定している人が6割となっています。



11. 環境

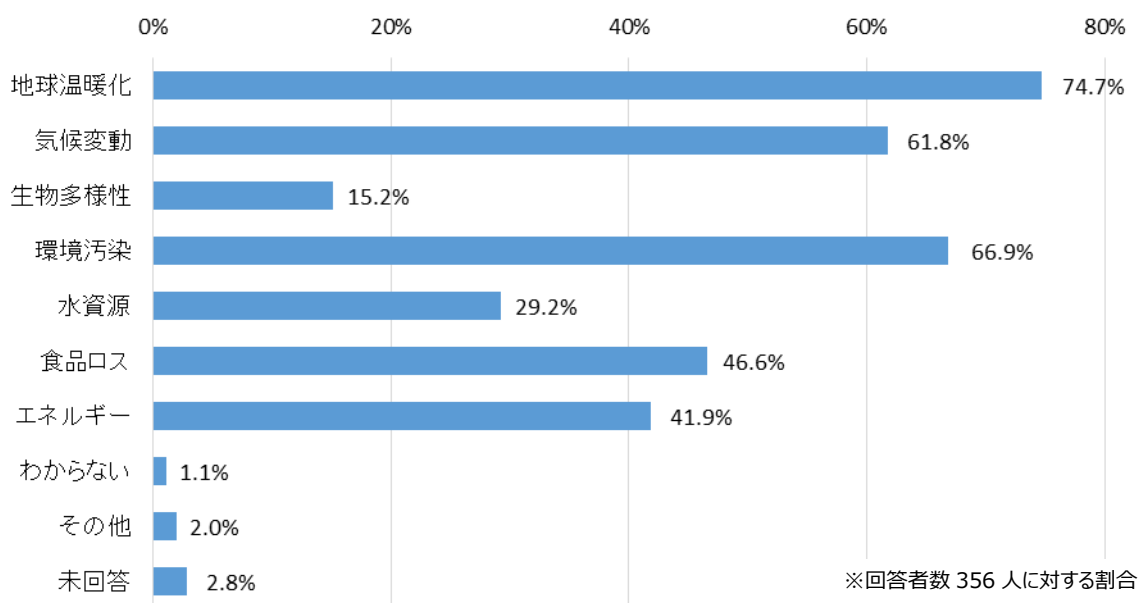
(1)「地球温暖化・気候変動」の認知度

「地球温暖化・気候変動」について、「詳しく知っている」、「少し知っている」人は8割を超えており、《防災》とあわせて、《環境》への関心は高いと言えます。



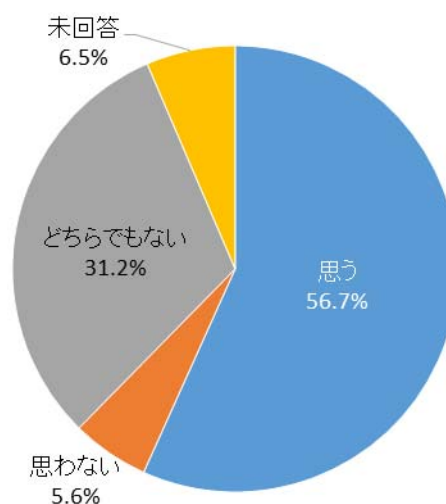
(2)環境問題を考える上で深刻だと思う事項

環境の課題は幅広く、「地球温暖化」や「環境汚染」、「気候変動」など、さまざまな課題を抱えていることがうかがえます。



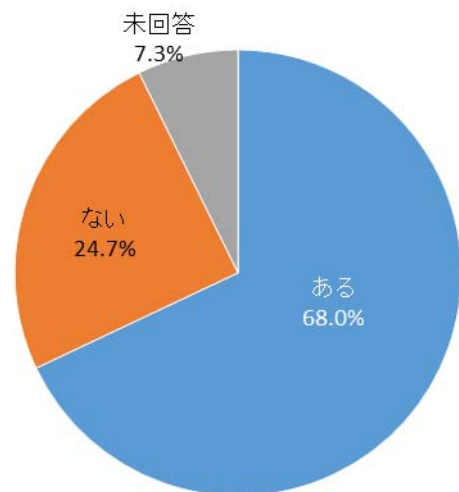
(3)地球温暖化や気候変動に影響する自身の生活の変化

環境に配慮した取組みとして、それぞれの生活の中でも意識しながら、生活を変えていく必要があると「思う」とする人が6割近く見られます。



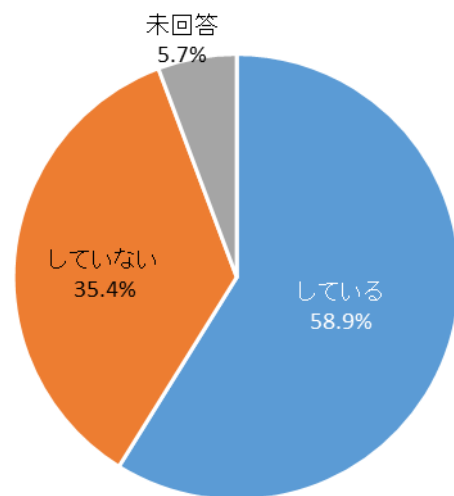
(4) 可燃ごみ削減の取組み

可燃ごみを減らすために取組んでいることが「ある」とする人が7割近く見られます。



(5) プラスチックごみの削減の取組み

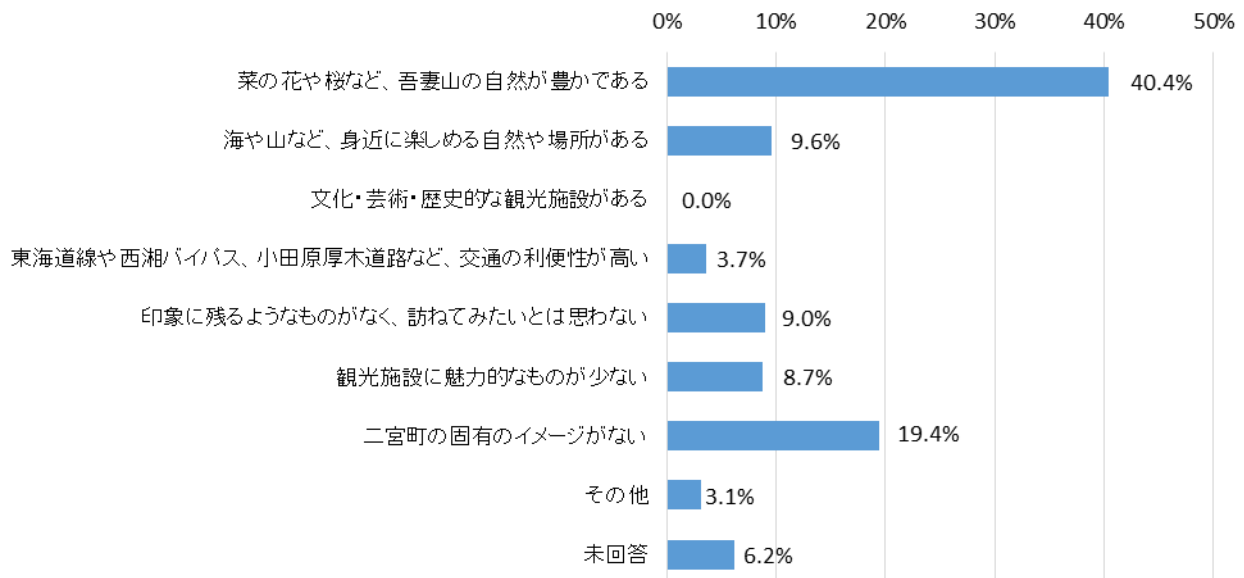
同様にプラスチックごみについても、約6割の人が、エコバックの使用やプラスチック包装商品の不買、ごみの分別など、環境を意識した取組みを行っています。



12. 観光

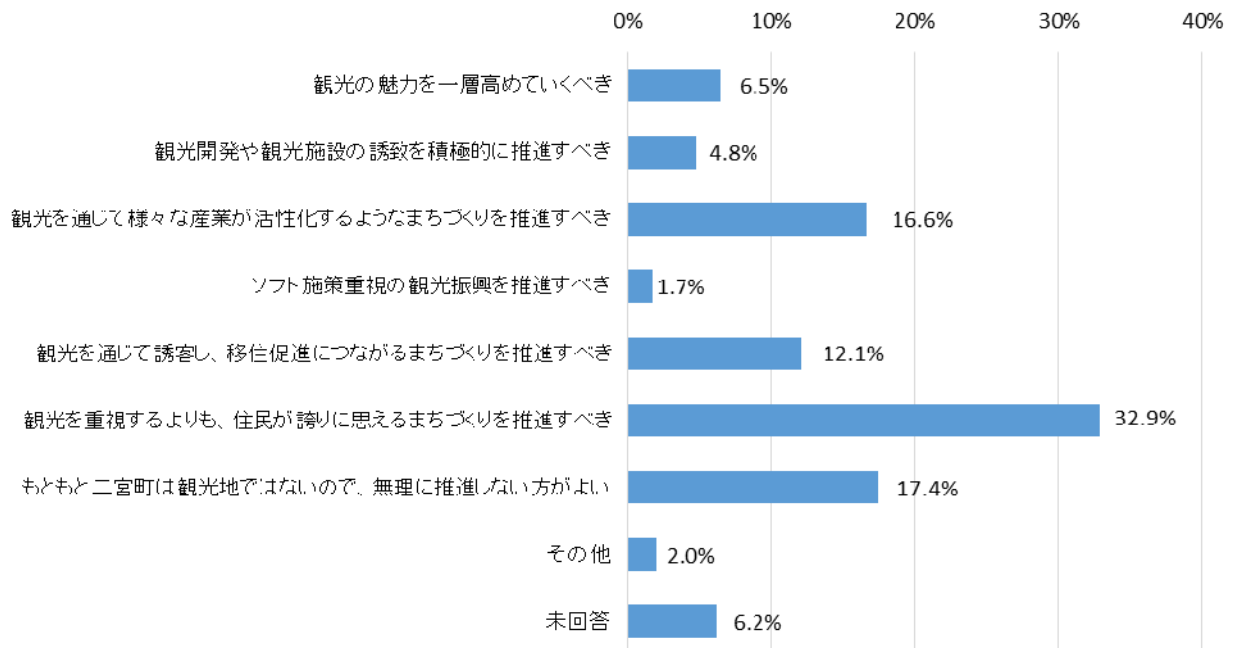
(1) 町外の人が待つ二宮町のイメージ

町の人が思う、町外の人が二宮町に持つイメージとして最も多いのが「菜の花や桜など、吾妻山の自然が豊かである」で約4割と高くなっていますが、「二宮町固有のイメージがない」とする人も2割程度見られます。



(2) 二宮町の観光まちづくりへの取組みの是非

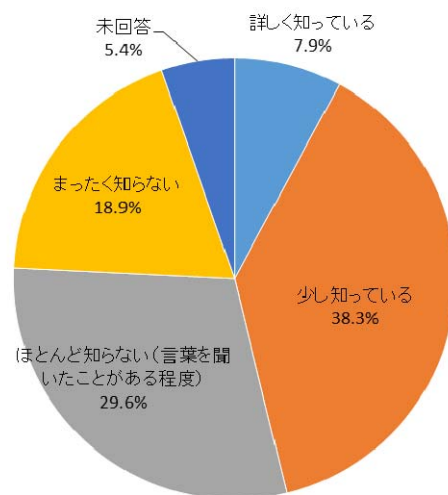
二宮町が観光まちづくりを目指すことについては、「観光を重視するよりも、住民が誇りに思えるまちづくりを推進すべき」、次いで「もともと観光地ではないので、無理に推進しない方がよい」とする一方、「観光を通じて様々な産業が活性化するようなまちづくりを推進すべき」という意見も見られます。



13. その他

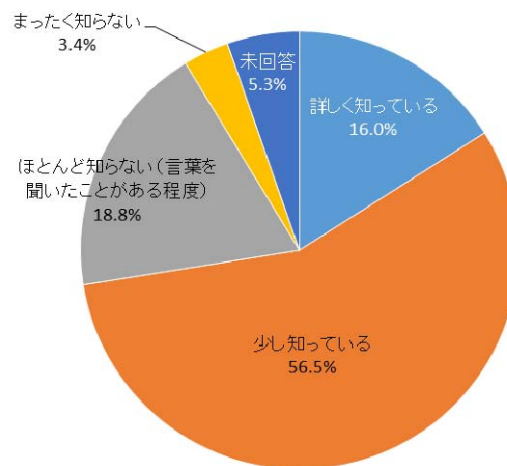
(1)「男女共同参画」の取組みの認知度

「男女共同参画」の取組みについて、「知っている」人と「知らない」人は半々程度となっています。



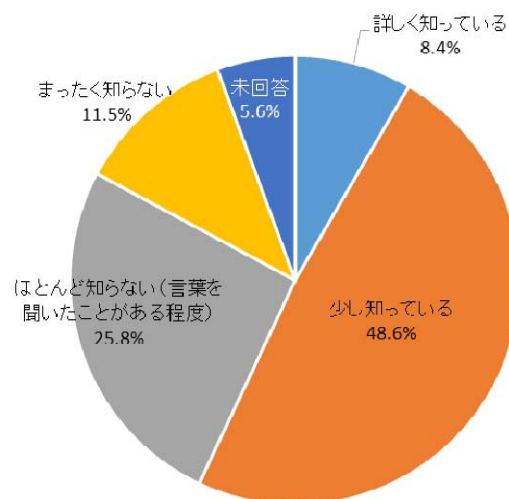
(2)「セクシャル・マイノリティ(性的少数者)」の取組みの認知度

「セクシャル・マイノリティ」の取組みについて、「詳しく知っている」、「少し知っている」を合わせると、7割強となっており、認知度は高いと言えます。その一方で、「知らない」人も2割近く見られます。



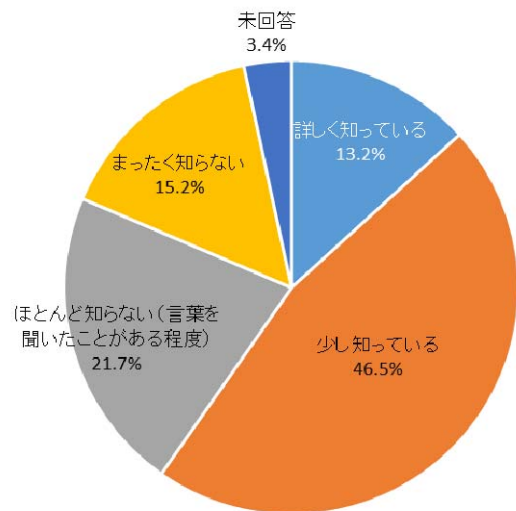
(3)「パートナーシップ宣誓制度」の取組みの認知度

セクシュアル・マイノリティのカップルなどを、自治体がパートナーとして公的に認め、自治体独自の証明書などを発行する「パートナーシップ宣誓制度」の取組みについて、「詳しく知っている」、「少し知っている」を合わせると6割弱である一方、「知らない」人も4割弱見られるなど、認知度が2分しています。



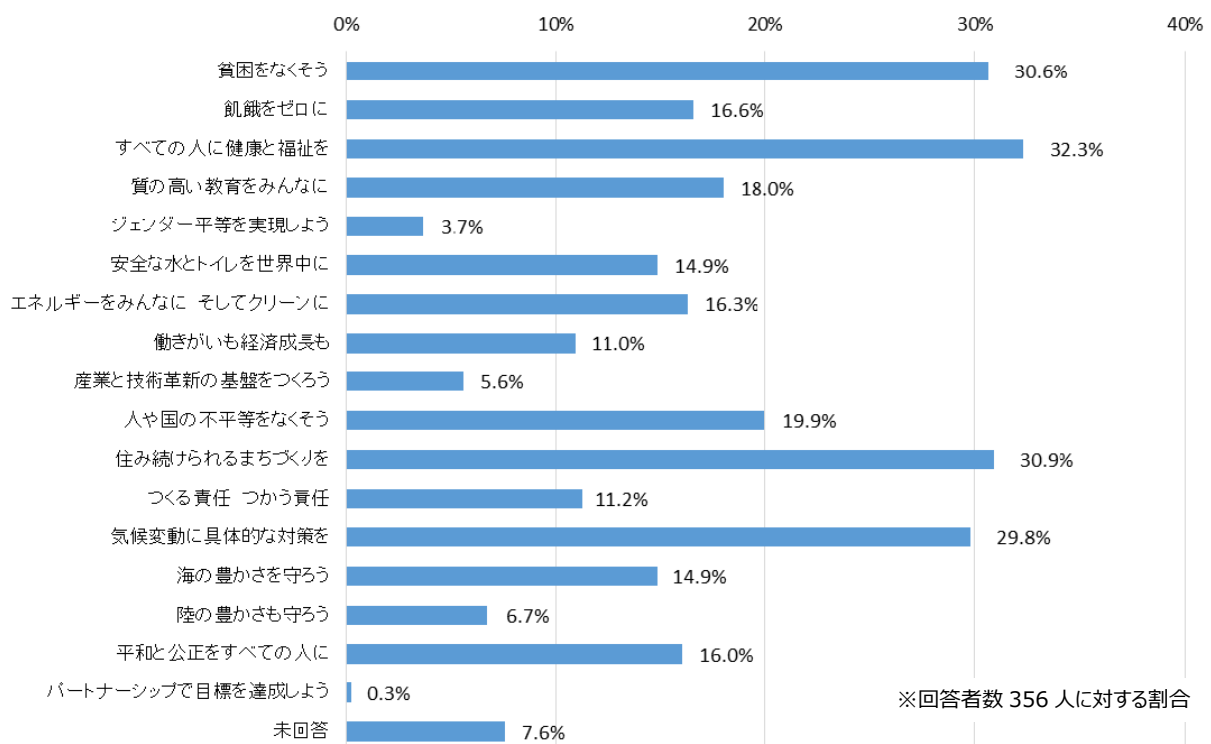
(4)「SDGs(持続可能な開発目標)」の取組みの認知度

「SDGs」の取組みについて、「詳しく知っている」、「少し知っている」を合わせると約6割である一方、「知らない」人も4割弱見られるなど、認知度が2分しています。



(5)SDGsの17の目標のうち関心が高い項目

「すべての人に健康と福祉を」、「住み続けられるまちづくりを」、「貧困をなくそう」、「気候変動に具体的な対策を」の4つの項目が、それぞれ約3割と高い値となっています。



(6)普段の買い物先

普段の買い物先を2つ挙げた場合、「町内の大型店」が約2/3、「町外の大型店」が約1/2と高く、「町内の小売店」は3割弱となっています。また、「ネット通販」も2割程度となっています。

