



【中学生以上対象】
東淀川区における
10年後の地域につなげる
インターネットアンケート報告
(全体版)



表1

今のあなたの年齢を教えてください

N=583

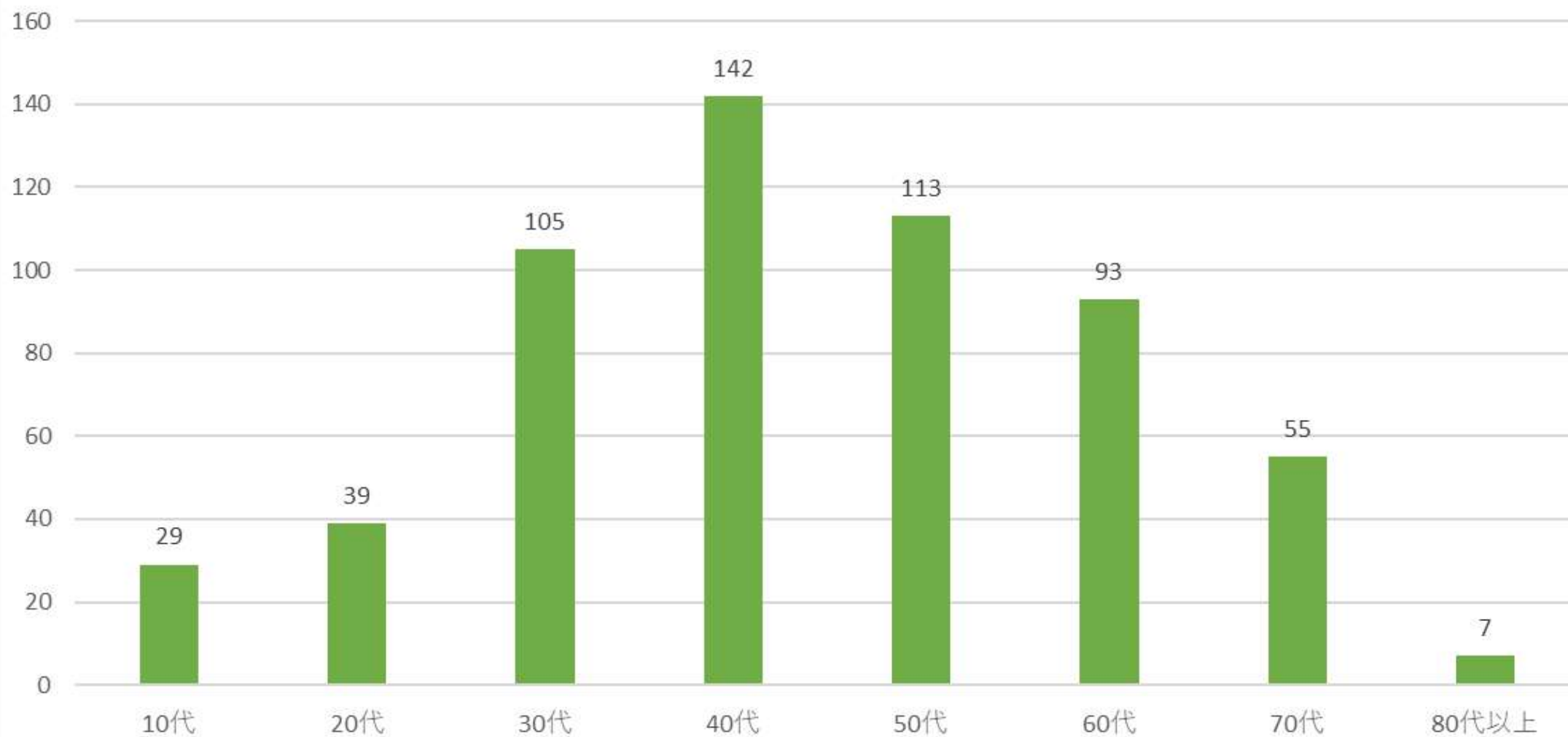




表1

- 今回のアンケートは、インターネットによる回答という性格上、スマートフォンやパソコンを日常的に活動されている世代の方、つまり、40～50代のミドル世代を中心とした、働き盛りの世代の皆さんに多くご回答いただきました。
- また、この世代は、地域活動に興味関心があったとしても、なかなか行事に参加できず、地域活動にもっとも遠い世代という側面も持ち合わせています。
- その意味では、普段、地域活動についてご意見をお聴きすることがなかなかできない皆さんの、率直なご意見をお寄せいただくことができたのではないかと考えています。

表2

あなたの性別を教えてください。

N=583

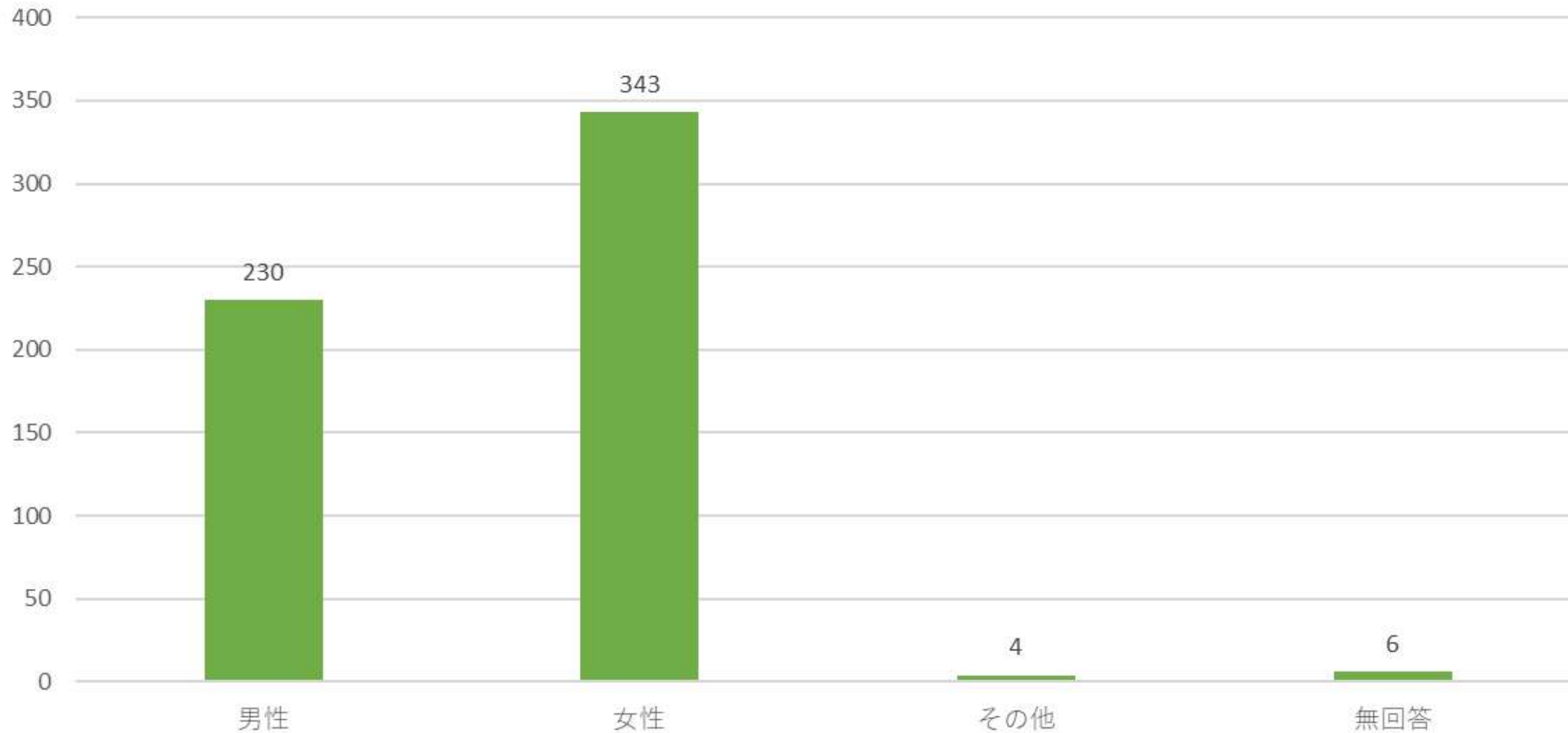




表2

- この設問では、回答の男女比について知ることができます。概ね、男性40%女性60%であることがわかります。
- 1世帯1回答では、世帯の中の代表者1名の意見のみが反映されますが、このアンケートでは、中学生以上の全住民を対象としているため、老若男女を問わず、家族全員が回答することができます。
- その意味では、表1同様に、普段、ご意見をお聴きすることができない皆さんのお声を聴けたのではないかと思います。

表3-1

N=583 複数回答=616

このアンケートをどちらでお知りになりましたか？

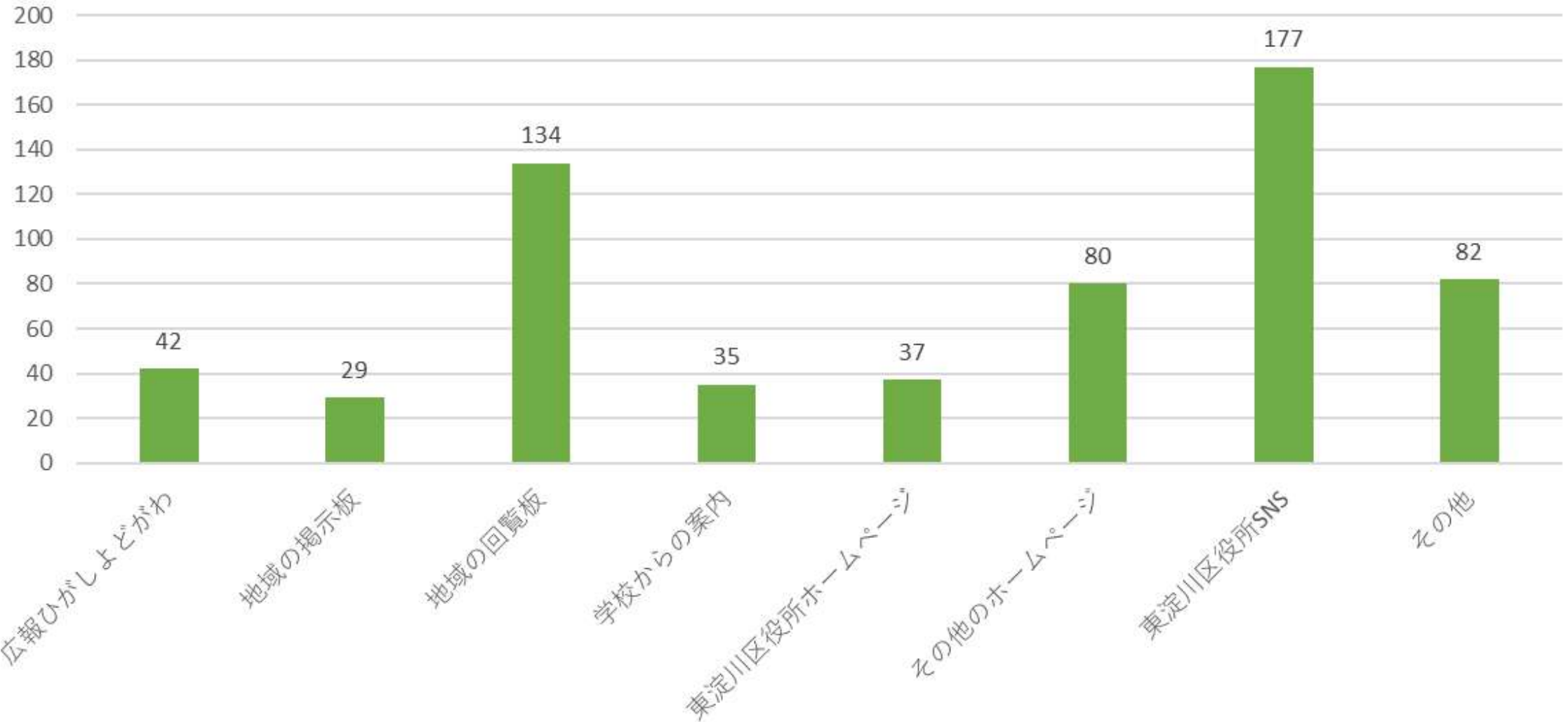
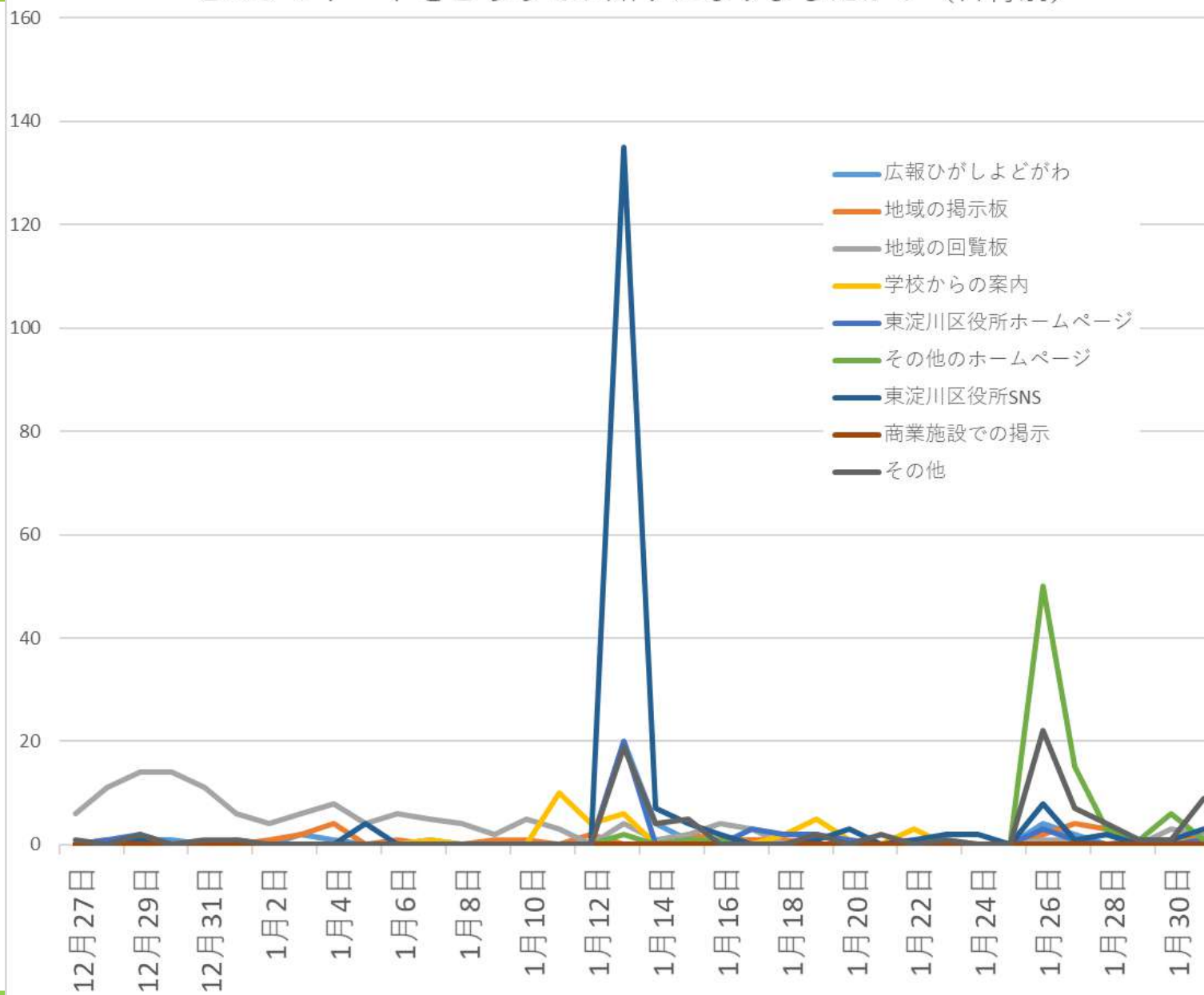


表3-2

このアンケートをどちらでお知りになりましたか？（日付別）

N=583 複数回答=616






表3-1、2

- この設問では、「情報の広がり方、メディアの選び方」について、学ぶことができます。
- 表3-1によると、最も多くの方に届いたメディアは「東淀川区役所SNS」であり、次いで「地域の回覧板」であることが見てとれます。また「ホームページ」よりも「回覧板」の方が効果的であることから、「プル型（見に来てもらう）」よりも「プッシュ型（手元に届く）」の方が効果的であることがわかります。
- 更に、表3-2では、日毎の拡がりが見てとれます。「SNS」は瞬時に大拡散し、「掲示板」は1ヶ月かけてゆっくりと拡散します。日常の情報共有は「回覧板」、緊急性の高い情報は「SNS」というように、メディアの使い分けにも工夫が必要です。

表4

あなたがお住いの地域名を教えてください。

N=583

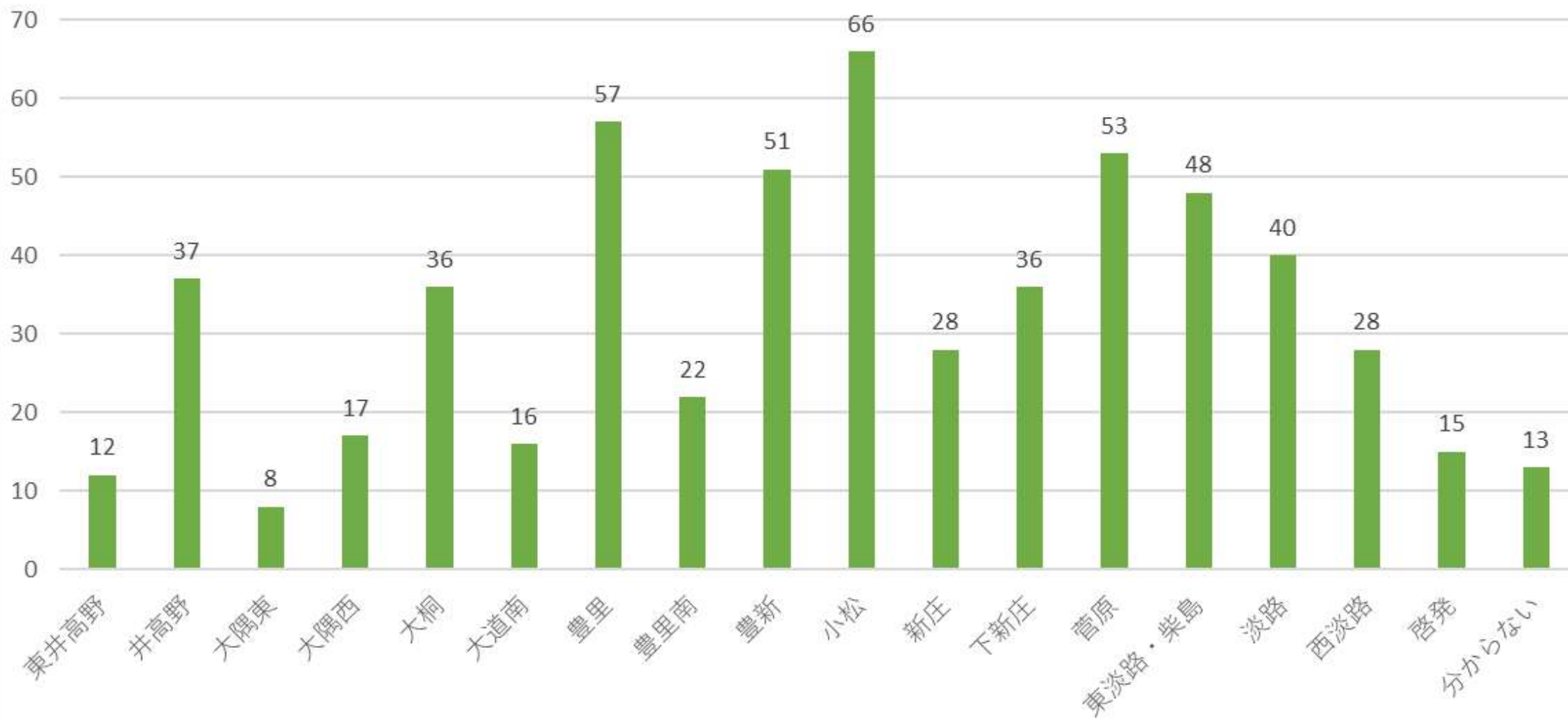




表4

- この設問では、回答者が現在お住いのエリアについて、小学校区単位（連合別）で把握することができます。
- 小松、豊里、菅原の順で回答数が多くなっています。これは、地域内にマンションなど、集合住宅が多く、ファミリー世帯が多いことが、回答数に反映されているのではないかと考えられます。
- ただし、もともとの世帯数、住人数にばらつきがあるため、単純比較では、多い少ないを判断できないこともあり、参考としてお考えください。

表5

今のお住いについてお聞きします。

N=583

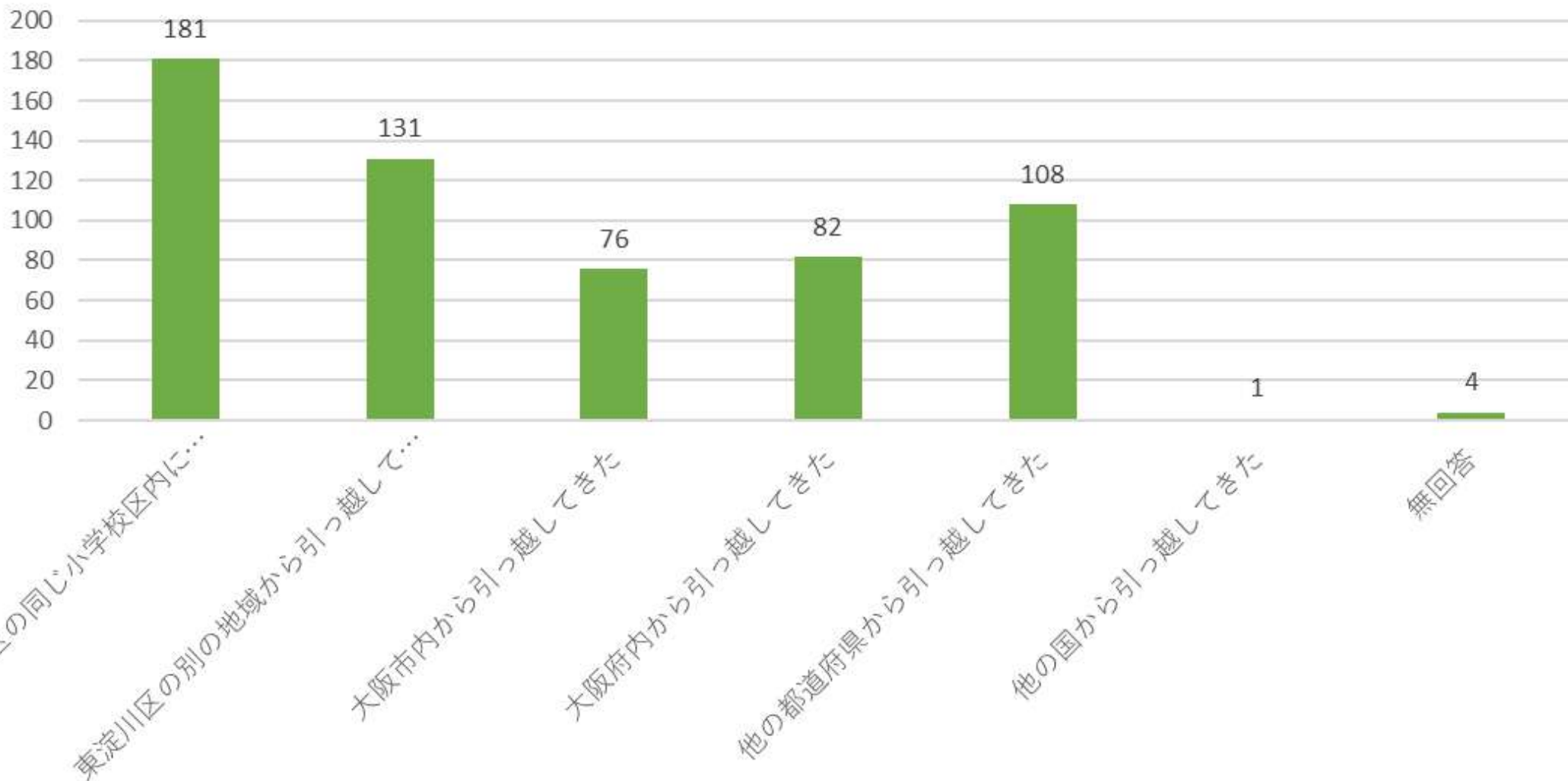




表5

- この設問からは、回答者がどの程度長く、東淀川区住んでいるかを把握することができます。
- 「東淀川区の同じ小学校区に昔から住んでいる」「他の小学校区から引っ越してきた」が上位の回答です。
- これは、今回のアンケートのテーマが「10年後の地域について考える」ということもあり、長年東淀川区に住み、地域への愛着をお持ちの方が、比較的多くご回答いただけたのではないかと、想像しています。

表6-1

あなたは、10年後も東淀川区に住んでいると思いますか？

N=583

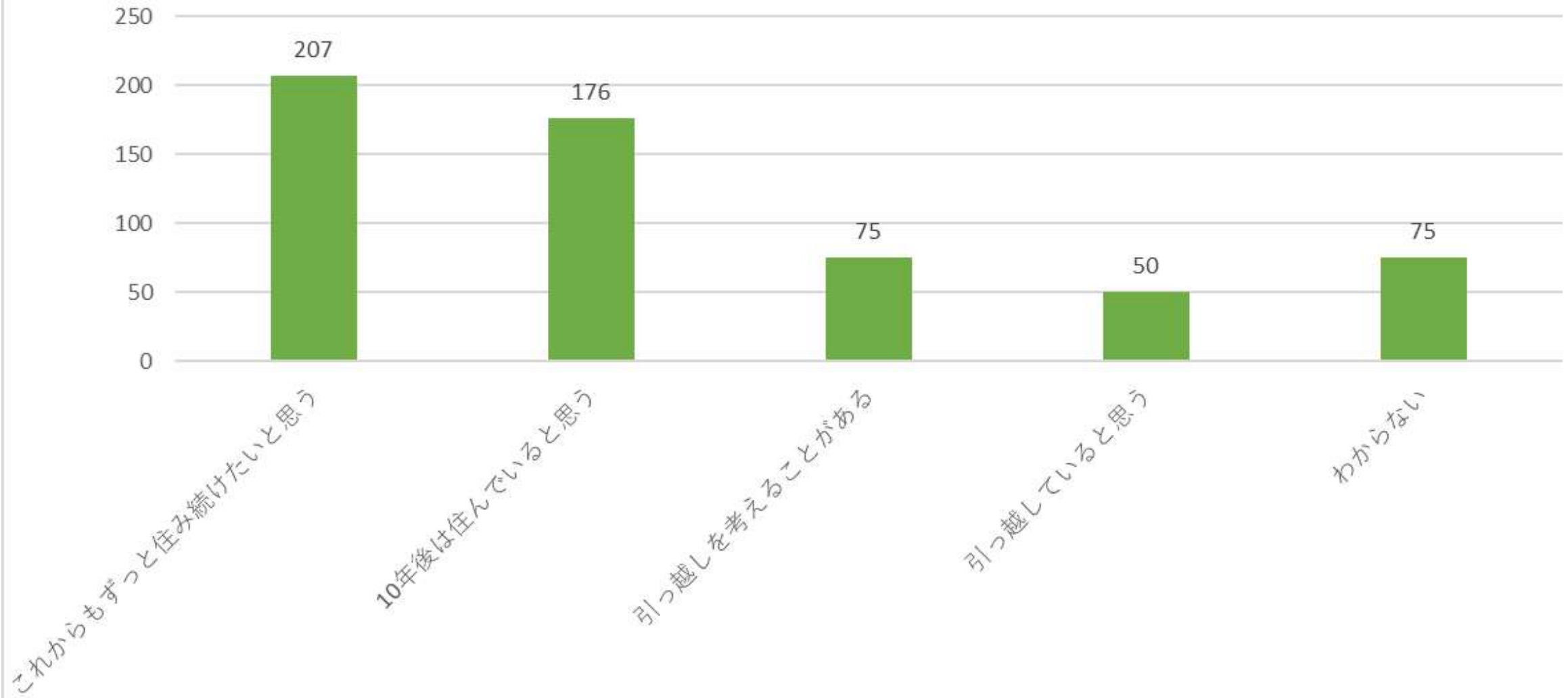
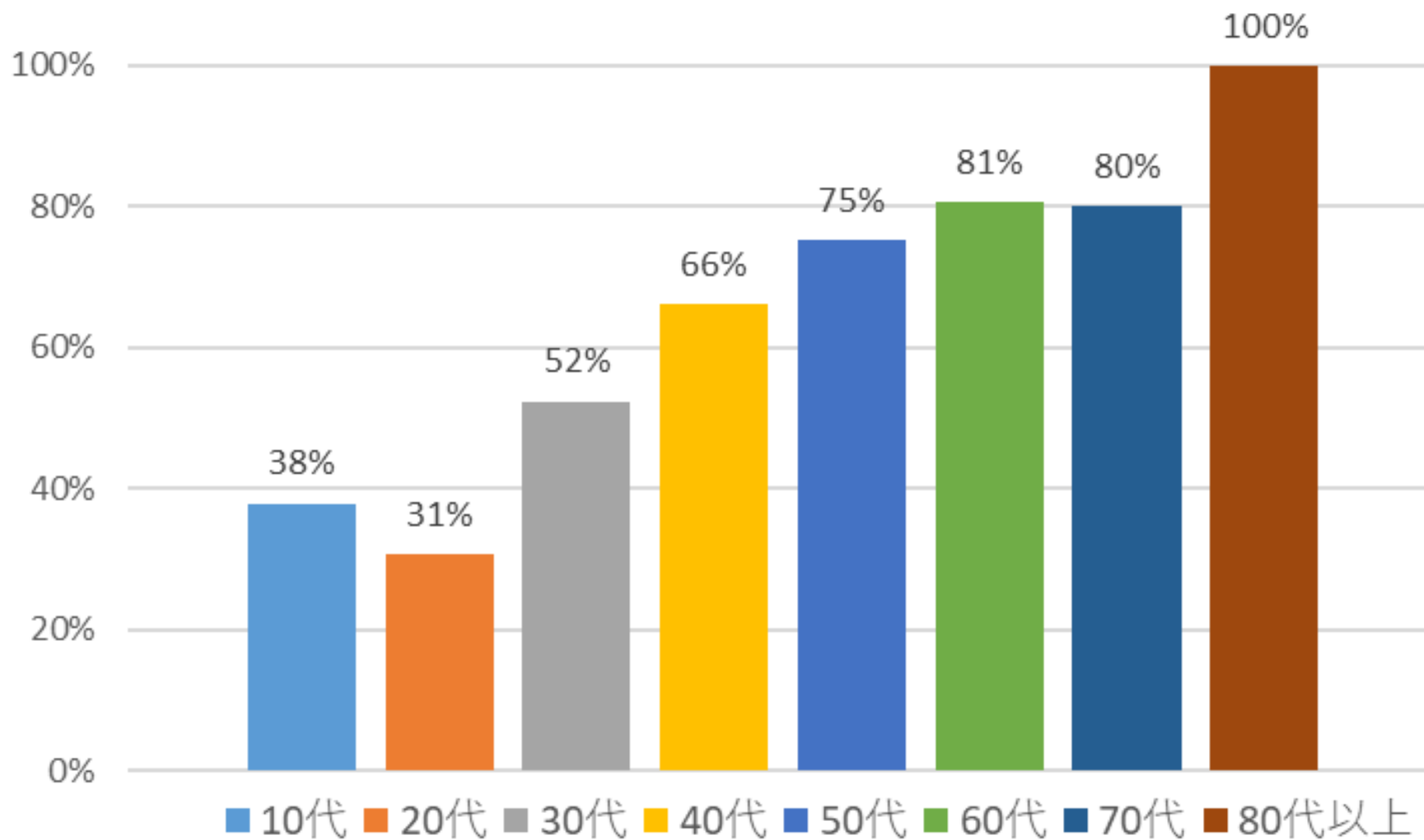


表6-2

10年後も東淀川区に住んでいると思う N=583






表6-1、2

- この設問からは、東淀川区への愛着について、見てとることができます。
- 表6-1では、「これからもずっと住みつづけたいと思う」「10年後は住んでいると思う」の上位2回答が圧倒的に多いことがわかります。今回のアンケートにご回答いただいた方の属性として、東淀川区への愛着をお持ちの多くの方が「東淀川区の将来のためなら」との思いをもって、ご回答いただいたのではないかと想像しています。
- 但し、表6-2の通り、各世代別の「10年後も東淀川区に住んでいると思う」の比率を見た時、20代の約3割、10代の約4割、30代の約5割しか、「住んでいる」と答えていない点には注意が必要です。
- 子育て真っ只中世代にとって「東淀川区はどう映っているのか」私たち区役所は「同世代のニーズを把握しているのか」検証が必要かもしれません。

表7-1

仕事や学校の、休みの日はいつですか？

N=583
複数回答=1073

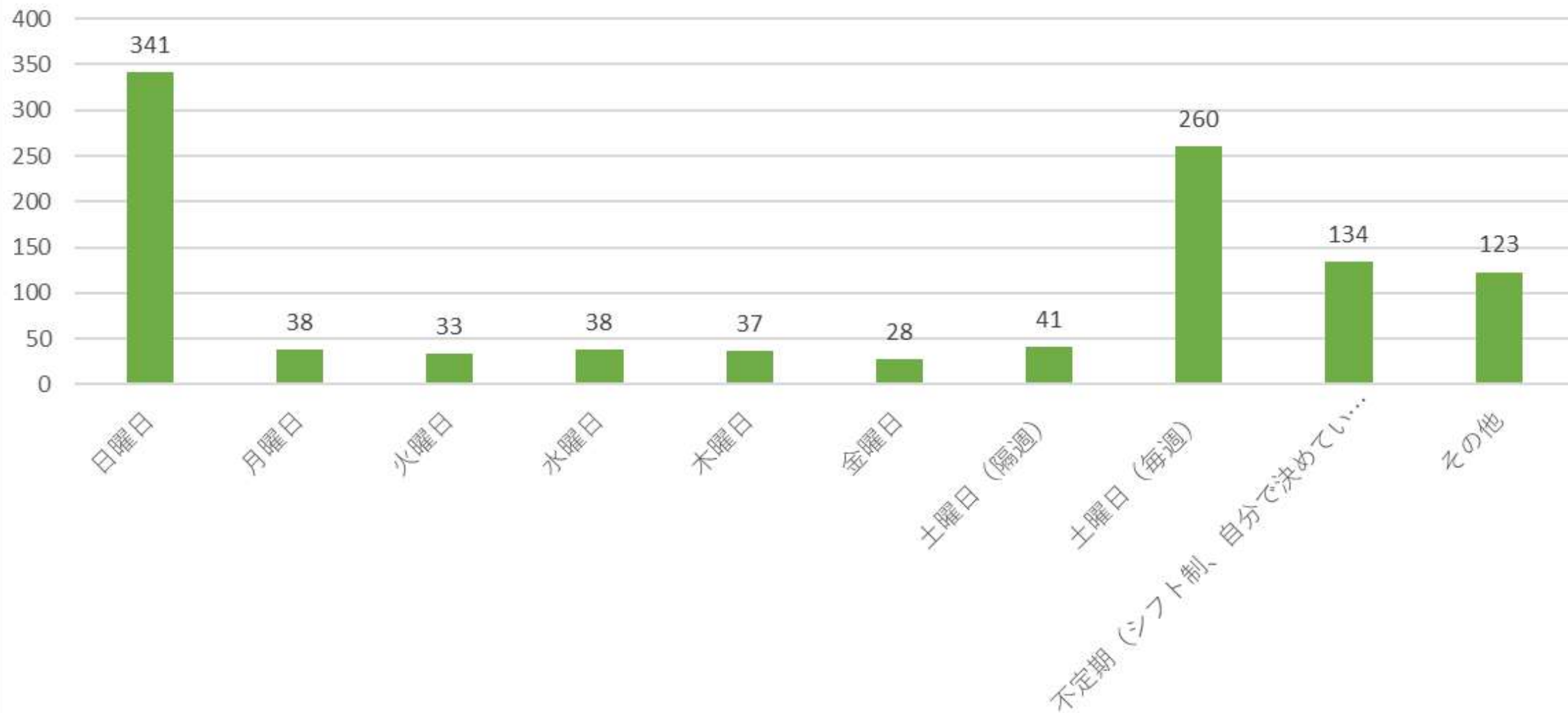
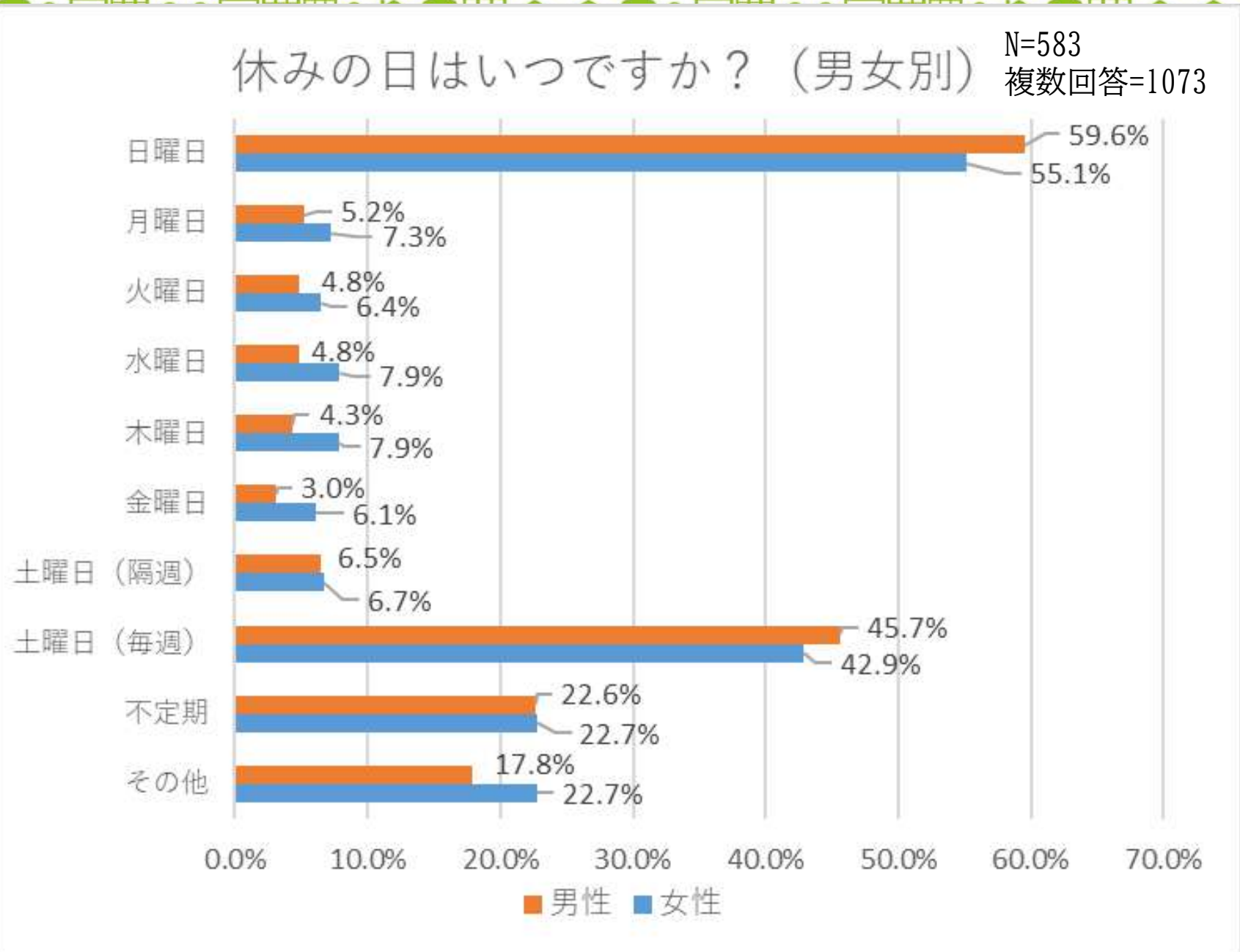


表7-2






表7-1、2

- この設問では「仕事や学校が休みの日」についてお聞きしています。
- 「毎週土・日」が圧倒的に高くなっている反面、「月～金と不定期」を足すと約350となり、日曜日と同等になります。「働き方・ライフスタイルの多様化」を感じるアンケートとなりました。また、男女別で集計したところ、土日は男性が高く、平日は女性が高い結果となりました。
- 厚生労働省の調査でも「医療・福祉」業界や「小売り業」が女性の雇用数が多い職場であるとの報告があることから、地域行事の開催日時についても、今後検討が必要かもしれません。

日頃、インターネット（メール・SNS・スマホアプリ・動画等含む）を使っていますか？

N=583 複数回答= 1128

表8-1

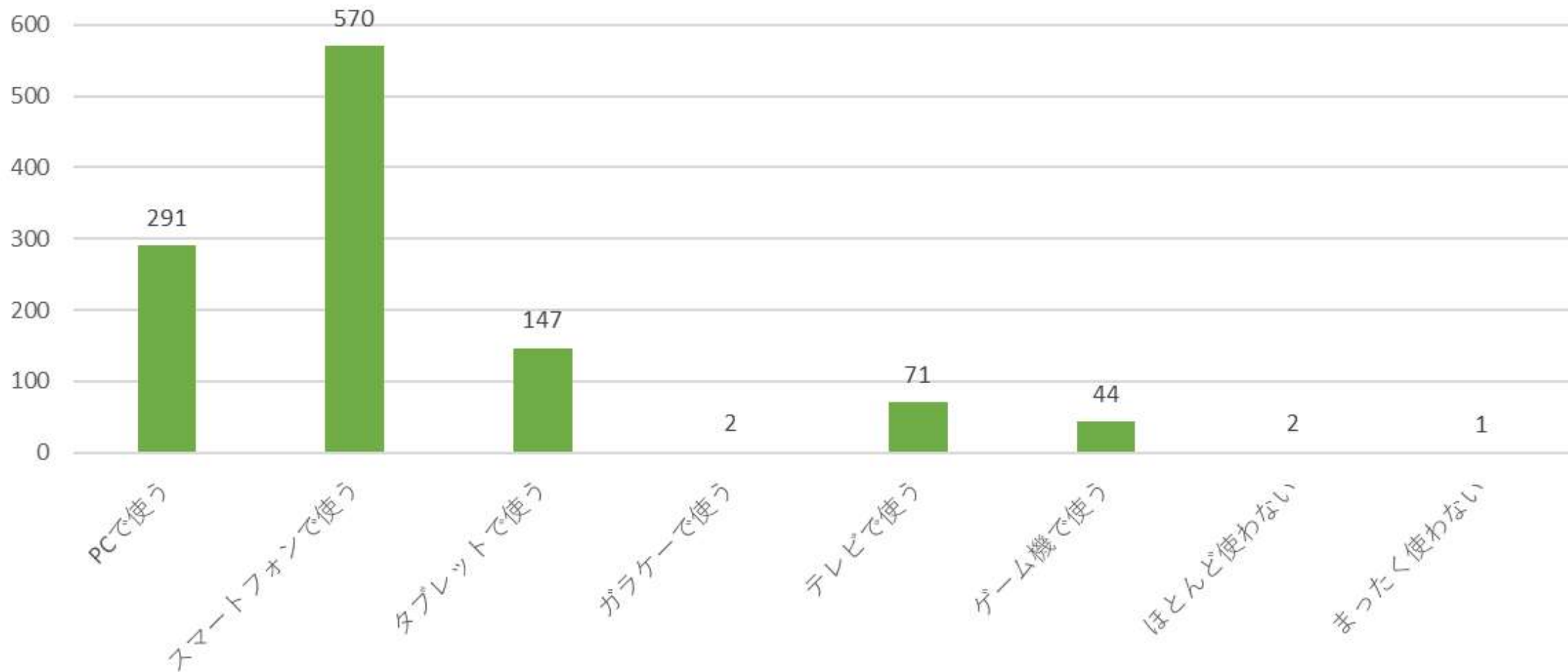
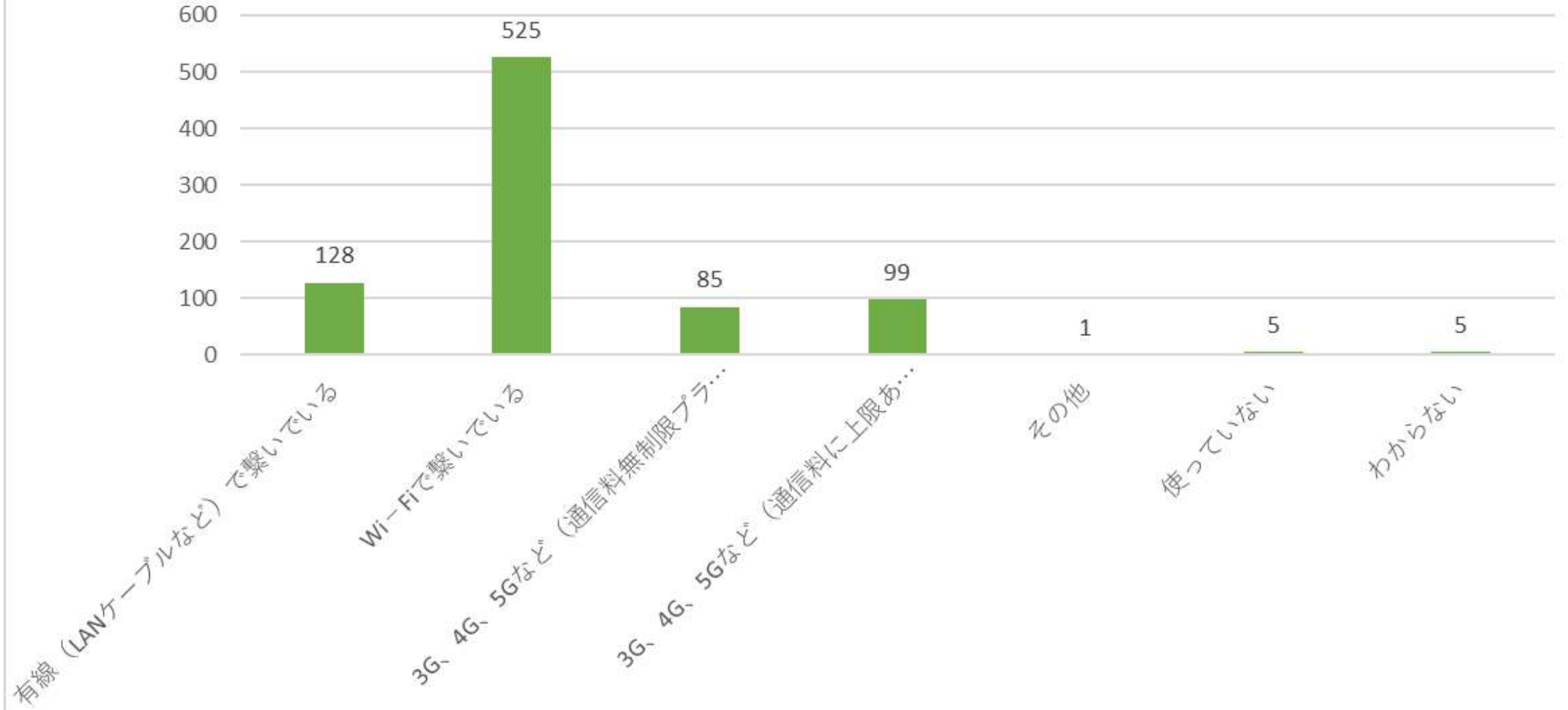


表8-2

ご自宅でのインターネットの接続方法を教えてください。

N=583

複数回答= 848






表8-1、2

- この設問では、普段のインターネットの活用について把握することができます。
- 「スマートフォンで使う」とお答えの方が、「PCで使う」とお答えの方の約2倍であることから、インターネット閲覧の主流が、PCからスマートフォンに移っていることがわかります。「防災や見守り」「コミュニティづくり」など、今後、スマートフォンを活用したサービスも益々増加するでしょう。
- スマートフォン教室も、無料で開催されているところも多くあります。ご興味をお持ちの方は、受講されてみてはいかがでしょうか。
- 地域活動の情報共有として、スマートフォンを活用したいとお考えの方は、各地域担当か地域づくりアドバイザーまで、ご連絡ください。

表9

日頃の買い物で、電子マネーはどの程度利用されていますか？

N=583

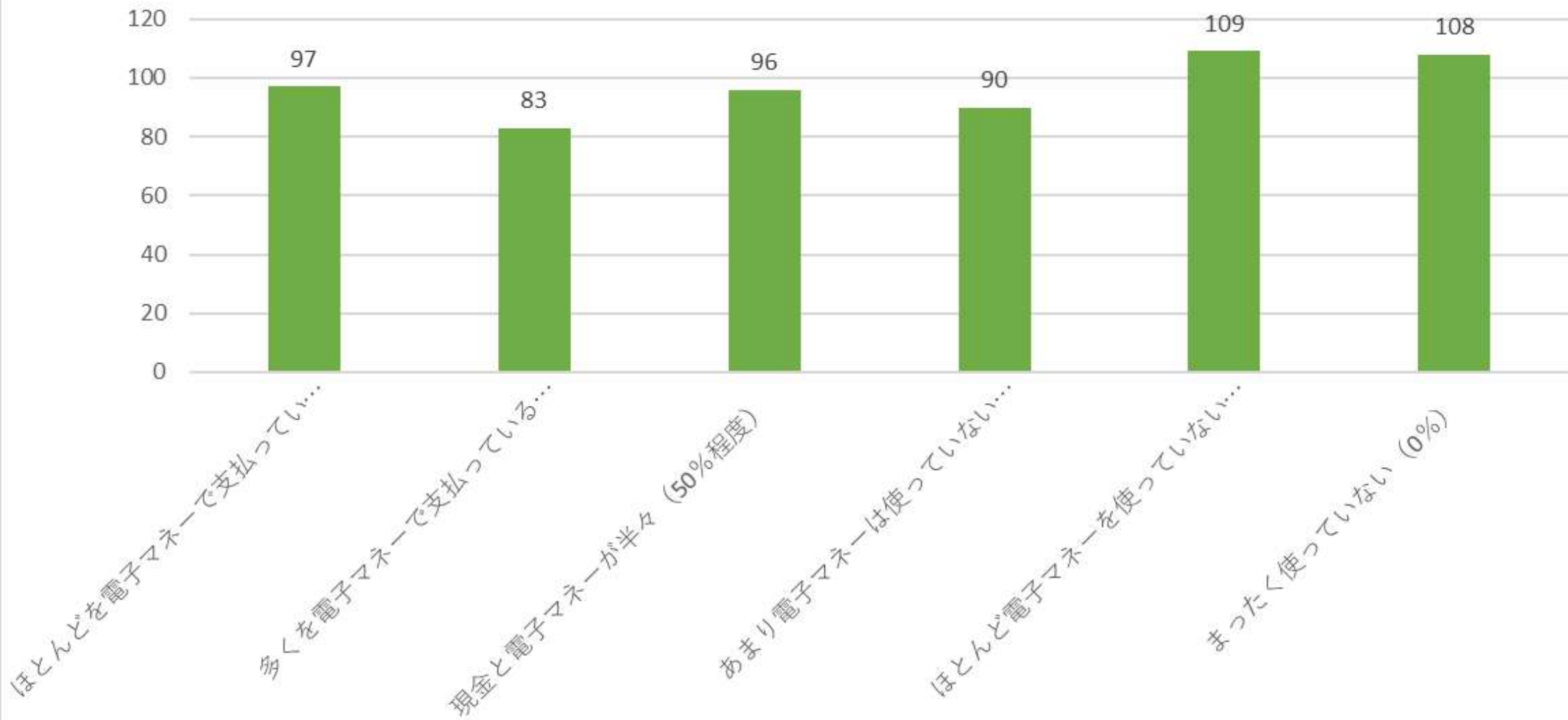




表 9

- この設問では、電子マネー（QRコード決済・交通系など含む）の活用度を見てとることができます。
- 「ほとんどを電子マネーで支払っている」から「まったく使っていない」まで、ほぼ横並びであることがわかります。「始まったばかりの新しい技術であること」「リアルなお金の受け渡しではないこと」などもあり、「もう少し様子を、、、」とお考えの方も多いのかもしれませんが。
- マイナンバーカードとの連携、ネットショッピング、スーパーマーケットやコンビニエンスストアなど、普段使いでどこまで活用できるようになるのか、今後の発展に注目です。

表10-1

地域活動に関心がありますか？

N=583

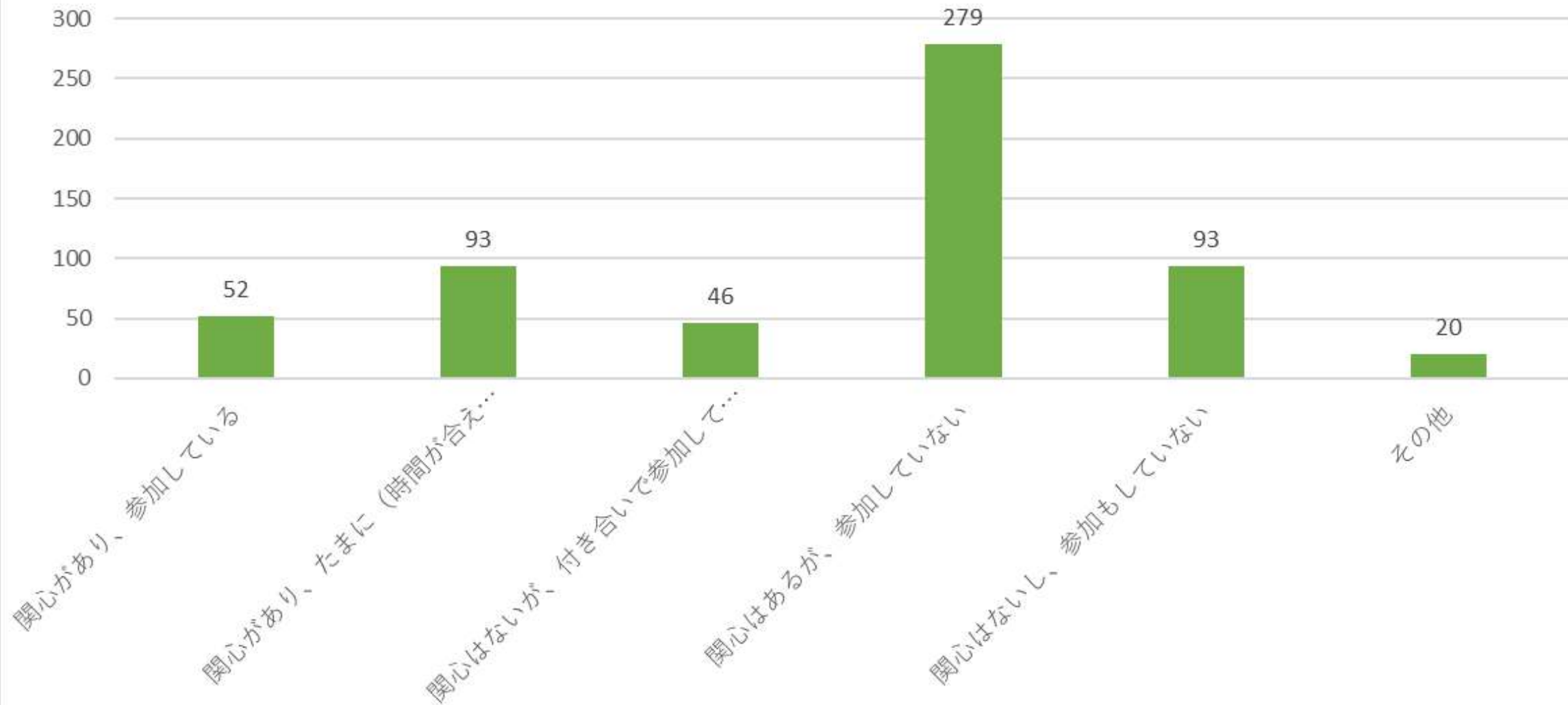


表10-2

	関心があり、参加している	関心があり、たまに（時間が合えば）参加している	関心はないが、付き合いで参加している	関心はあるが、参加していない	関心はないし、参加もしていない	その他
10代	6.9%	17.2%	6.9%	41.4%	27.6%	0.0%
	合計 31.0%					
20代	2.6%	10.3%	0.0%	48.7%	23.1%	7.7%
	合計 12.8%					
30代	1.0%	16.2%	1.9%	58.1%	21.9%	1.0%
	合計 19.0%					
40代	3.5%	13.4%	9.9%	51.4%	15.5%	4.2%
	合計 26.8%					
50代	8.8%	12.4%	8.8%	45.1%	15.9%	5.3%
	合計 30.1%					
60代	12.9%	16.1%	11.8%	45.2%	6.5%	1.1%
	合計 40.9%					
70代	25.5%	25.5%	9.1%	25.5%	5.5%	3.6%
	合計 60.6%					
80代	42.9%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	14.3%
	合計 71.4%					

N=583



表10-1、2

- この設問では、地域活動への関心について、お聞きしています。
- 「関心はあるが、参加していない」が圧倒的に多い結果となりました。10-2の表を見ると、年代が上がる程、参加率が上がる傾向にあることがわかります。ライフスタイルにより活動日時と合わなかったり、世代によっては興味を持つ内容でなかったり、様々な理由がありそうです。
- 注目すべきは「10代」です。もともとの回答数が少ないことはありますが、参加していると答えた数は、80代、70代、60代に次いで、4位です。中高生・大学生などが主役になれる取り組みがもっと増えると、参加数も増えるのではないのでしょうか？

表 1 1 東淀川区内で開催されている次の行事や活動で、知っているものはありますか？

N=583 複数回答= 3080

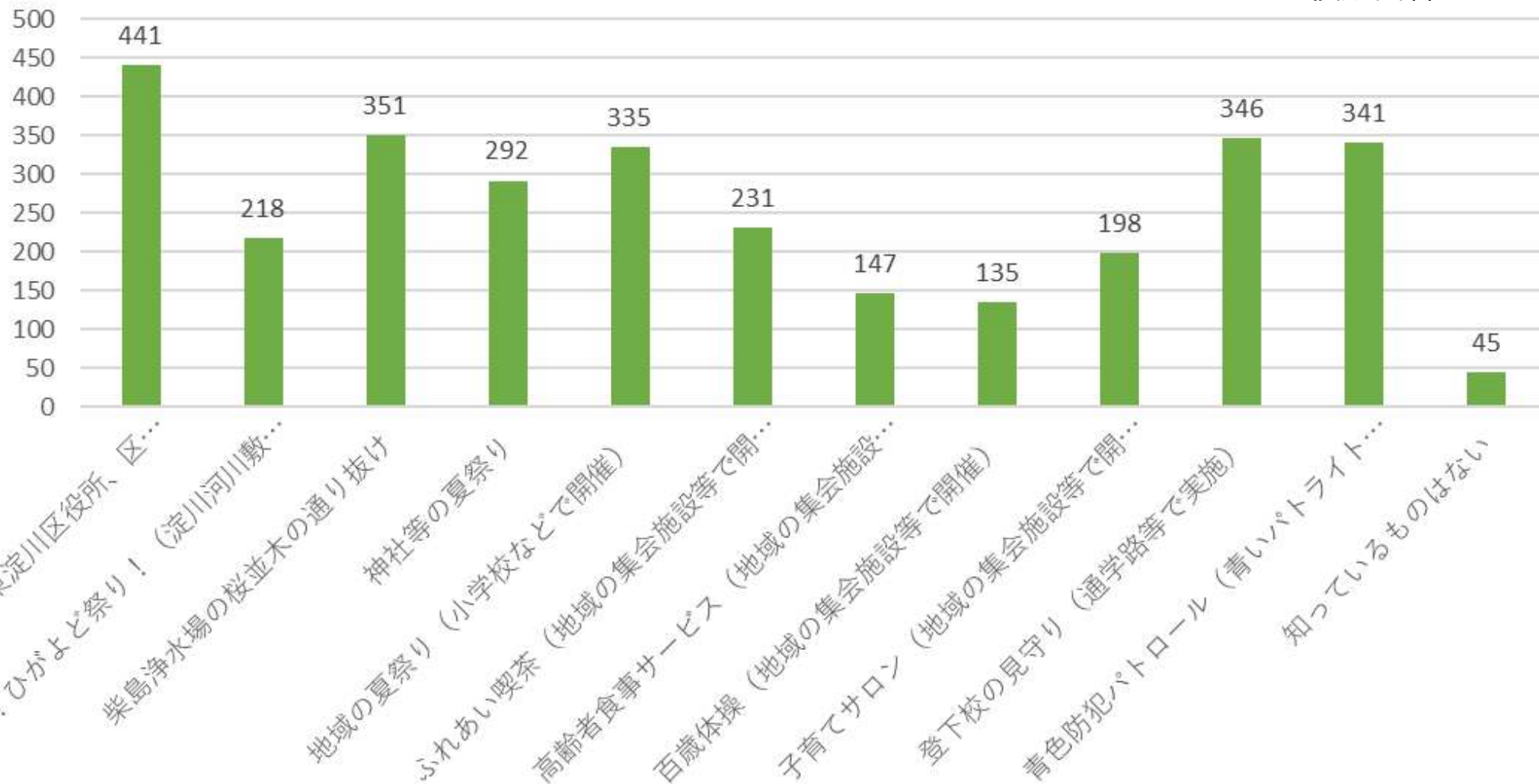




表 1 1

- この設問では、東淀川区内の「様々な活動の認知度」を見てとることができます。
- 「東淀川区民まつり」や「柴島浄水場の桜並木の通り抜け」と、広く区民の皆さんが参加される行事が1～2位を占めています。
- 次いで多いのは各地域ごとの取り組みである「青色防犯パトロール」「登下校の見守り」となっています。この2つの活動の共通点としては、「日頃から街中で見受けられる活動である」という点です。目にする機会が多いほど、認知度が高まる傾向があり、平均的な区民の皆さんの地域活動の代名詞は、「青色防犯パトロール」「登下校の見守り」なのかもしれません。



これからの地域での活動に「もっと取り入れたら良いと思う意見」について教えてください。

N=583
複数回答=2529

表 1 2

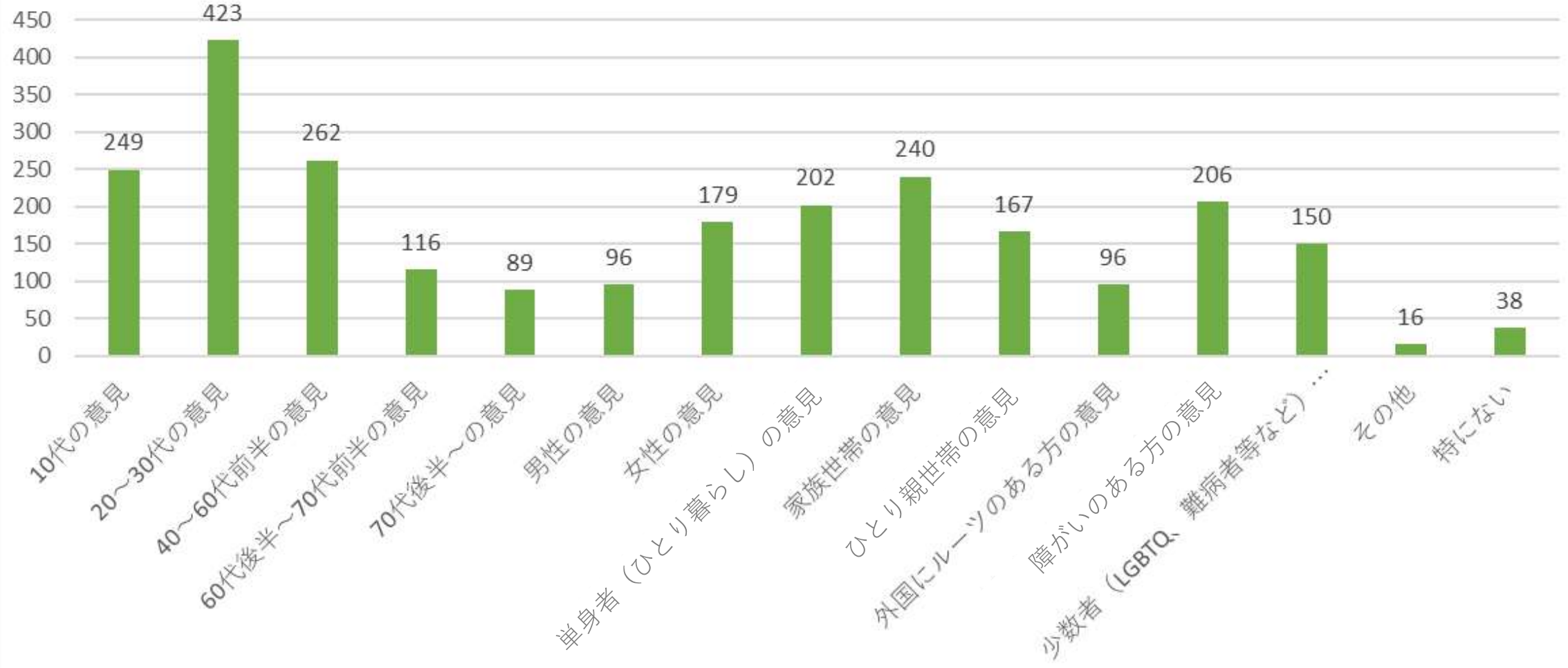




表 1 2

- この設問から、世代では「20～30代の意見」、男女では「女性の意見」、環境では、大きな差はありませんが「家族世帯」「障がいのある方」「ひとり暮らしの方」の意見が、上位であることがわかりました。
- 以上の要素を合わせると「家族世帯」の「20～30代」の「女性」の意見を取り入れた方が良いとのご意見が多いことになります。
- これは、6-2で示された課題への1つのヒント（アプローチ）ではないかと考えられます。

表13

これからの地域づくりで「とても大切だと思うテーマ」はなんですか？

N=583

複数回答=4518

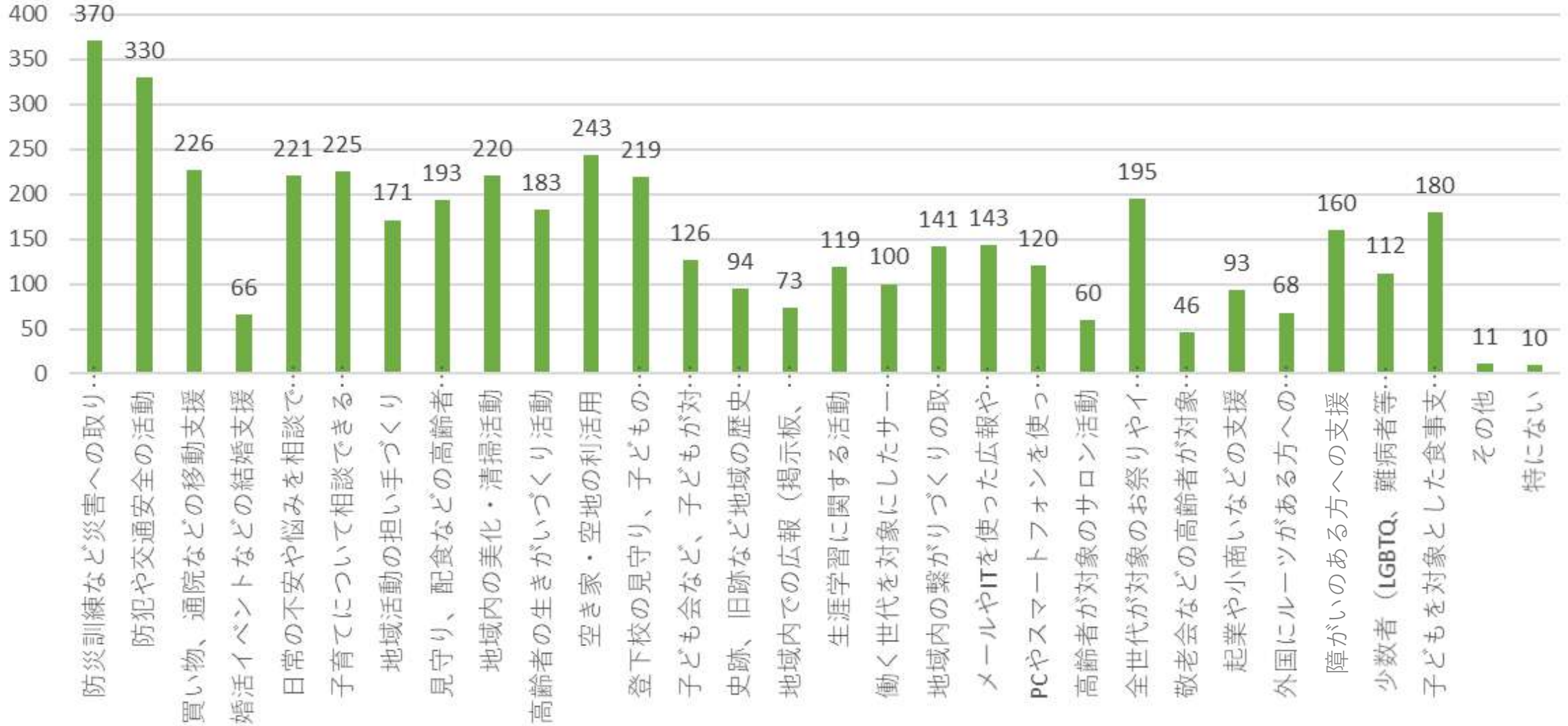




表13

- 表13-1からは、「防災訓練など災害への取り組み」「防犯や交通安全の取り組み」の2項目が他の項目と比べて「大切だ」と感じられていることが見てとれます。
- 次いで「空き家・空き地の利活用」「買い物、通院などの移動支援」「子育てについて相談できる場所」が上位にきています。
- それぞれの世代の「目の前の課題」に対応しながら「未来への投資」をしていく。その舵取りとバランス感覚が求められていると感じています。

表 1 4

暮らしの中で「不安なこと、困っていること」はありますか？

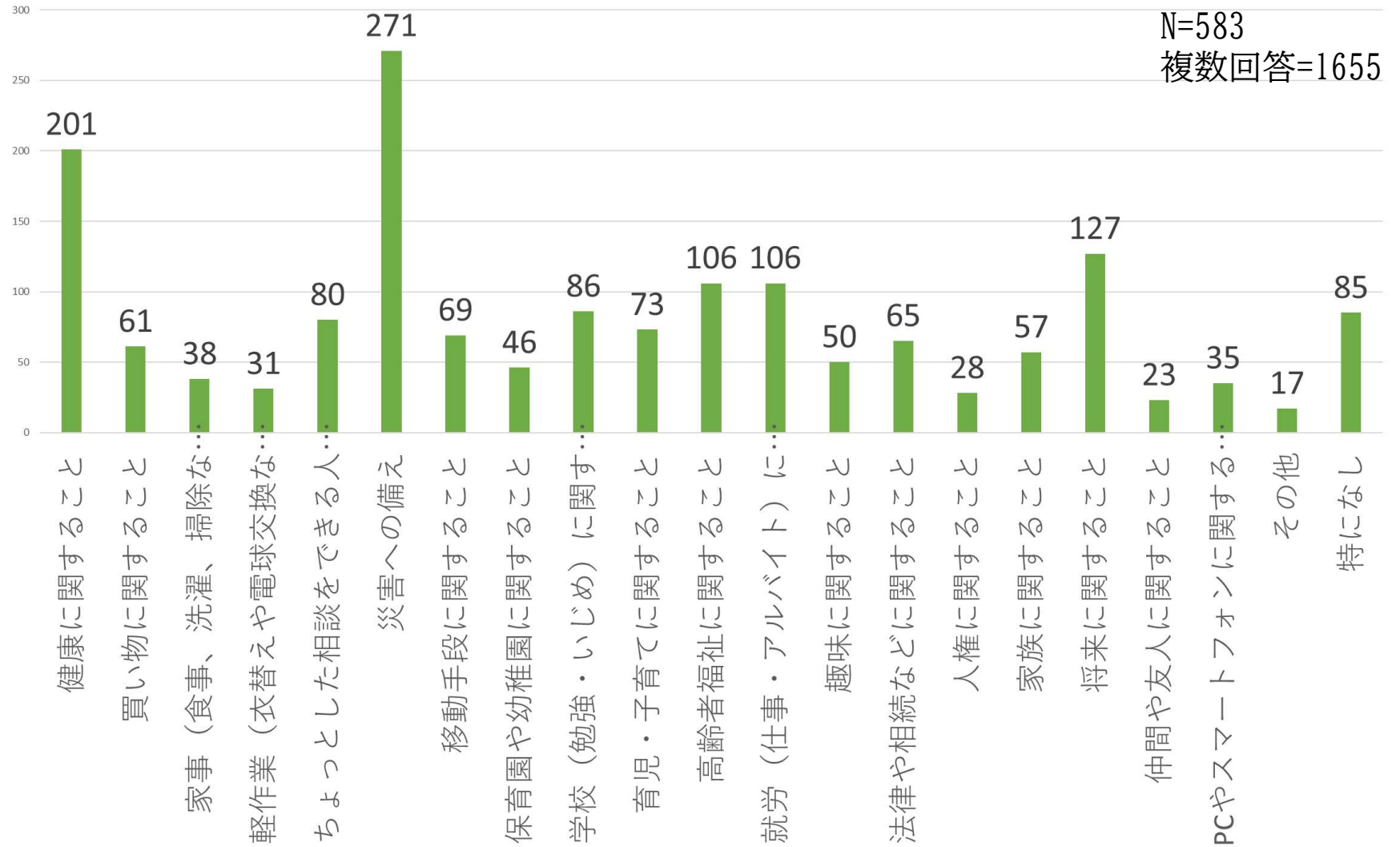




表14

- この設問からは、「災害への備え」「健康に関すること」の2項目が、他の項目と比べ格段に高いことが見てとれます。近く訪れるといわれている「南海トラフ地震」や「2年以上続くコロナ禍」などが大きく影響しているのではないかと考えられます。
- 更には、「将来に関すること」「就労に関すること」「高齢者福祉に関すること」など、「withコロナ・afterコロナ」の生活への不安・将来への不安などといった見通しの立たない不安について、比較的高い数値となっています。

表 1 5

ご近所で困っている人がいた場合、あなたが「少しならお手伝いできそうだ」と
思うことはなんですか？

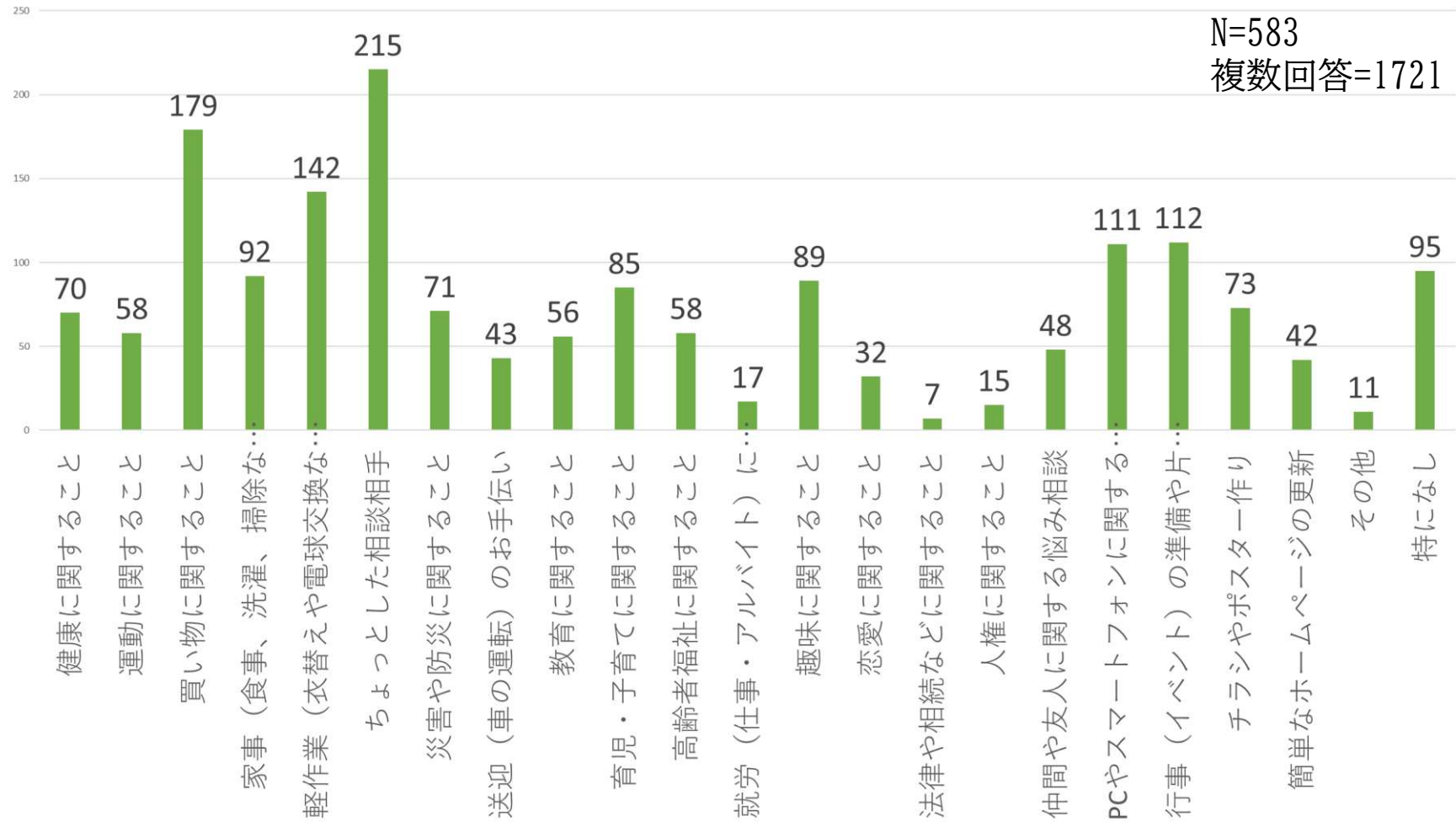




表15

- 最後にご報告するのは、「どのようなことならお手伝いできるか」をお聴きした項目です。
- 「ちょっとした相談相手」「買い物に関すること」「軽作業」の上位3項目に続き、「行事の準備や片づけ」「PCやスマートフォンに関すること」が高くなっています。
- 高齢化が進む地域社会において、「買い物・軽作業」へのサポートは地域活動の新しい取り組みとしても注目です。更に、生活サービスの多くがスマートフォンで対応可能になる社会においては、その機器の使い方のサポートは必要不可欠です。そして何より、「誰かに相談するだけで」「心に寄り添うだけで」不安や悩みは軽減されます。東淀川区のコミュニティは、まだまだ捨てたもんじゃありません。



最後に

- 今回のアンケートからは、多くのヒントをいただくことができました。東淀川区を想う皆さんが繋がり、ひとりひとりの得意を活かしながら、一緒にまちの未来について考える。そんな縁側のよ
うな取り組みを、つくっていきたいと思います。
- 末筆ではございますが、今回、ご協力いただきました皆さん、あ
りがとうございました。このアンケート結果は、今後の地域活動
のサポートへ活用させていただきます。
- また、地域づくりに関するご相談などがございましたら、地域課
地域づくりアドバイザーまで、ご連絡ください。

TEL 4809-9509

メール higashiyodo-advisor@city.osaka.lg.jp