

平成24・25年度

第6回城東区民モニターアンケート結果

「城東区におけるまちづくりと区役所の窓口サービス等について」



城東区マスコットキャラクター

「コスモちゃん」

平成26年3月

大阪市城東区役所

【1】調査の概要

1 調査の目的

城東区では、区における「施策の選択と集中」の全体像を示す方針として、区将来ビジョンや市政改革プランなどを踏まえ、毎年度、区運営方針を策定しています。運営方針は城東区の目標や使命、主な経営課題とともに課題解決のための事業戦略・具体的取組を示しており、職員一人ひとりがそれを共有し、成果を意識するとともに、区民の皆さんにその達成状況を明確にご説明することなどを目的として、その実践に取り組んでいます。

そこで、平成 25 年度区運営方針及び市政改革プランにおいて、それぞれの戦略や取組に設定している目標値の達成状況を把握するため、アンケートを実施します。

2 調査の実施状況

調査期間：平成 26 年 1 月 15 日～平成 26 年 1 月 31 日

方法：郵送及び電子申請アンケートシステム

対象：区民モニター登録者 788 人

回答者数：594 人（内訳：郵送 484 人 電子申請 110 人）

回答率：75.4%

3 区民モニター数及び回答者数

		区民モニター			回答者		
		男	女	計	男	女	計
計		313	475	788	221	373	594
年代別	20歳代以下	18	37	55	7	21	28
	30歳代	48	101	149	30	69	99
	40歳代	50	103	153	36	80	116
	50歳代	50	66	116	31	59	90
	60歳以上	147	168	315	117	144	261

参考：各設問のnについては、回答対象者、【 】については回答数です。

数値(%)は、各実数をもとに比例表示し、小数第2位を四捨五入しているため内訳の合計が全体の計に一致しないことがあります。

年齢については、平成 25 年 4 月 1 日を基準としています。

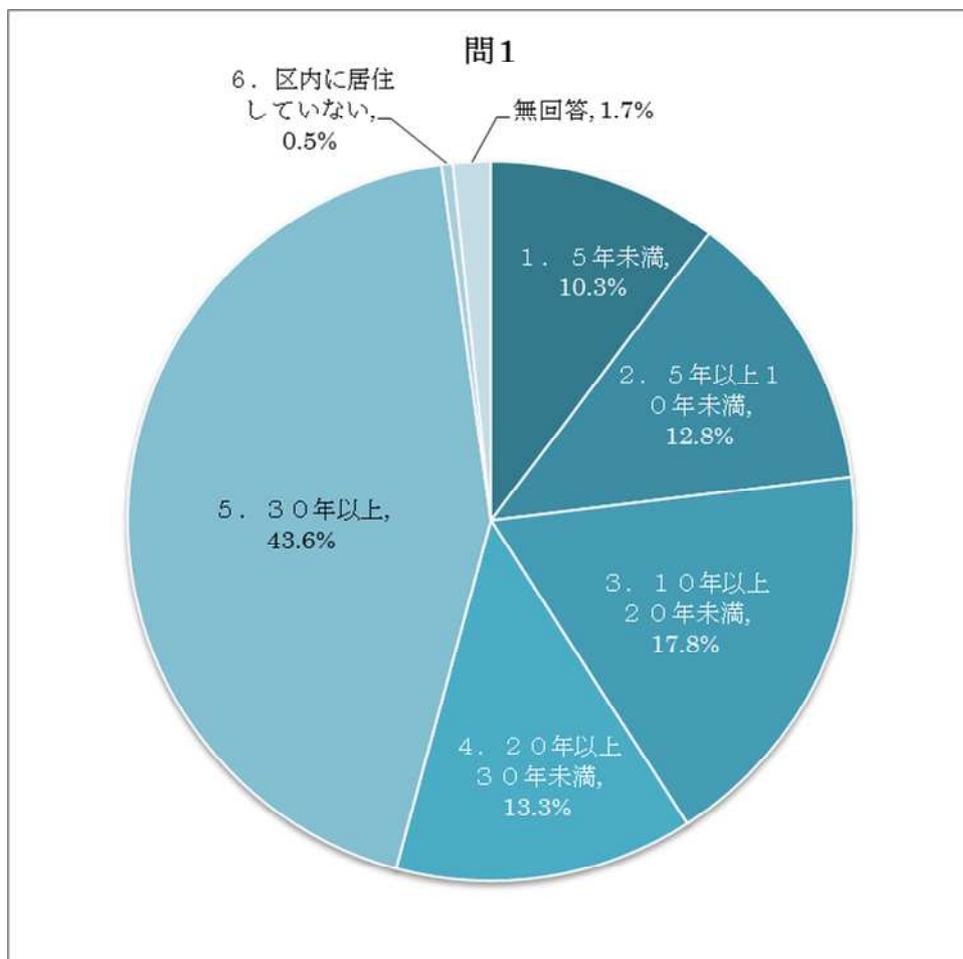
【2】調査結果の分析

・市政改革プランについて

問1 あなたは、城東区にお住まいになられてどれくらいになりますか。 (1つ選んでください)

1. 5年未満	10.3%	【61】
2. 5年以上10年未満	12.8%	【76】
3. 10年以上20年未満	17.8%	【106】
4. 20年以上30年未満	13.3%	【79】
5. 30年以上	43.6%	【259】
6. 区内に居住していない	0.5%	【3】
無回答	1.7%	【10】

n = 594



【分析・コメント】

城東区にお住まいになられてどれくらいになりますかとたずねたところ、一番多かったのは「30年以上」(43.6%)、次に「10年以上20年未満」(17.8%)、「20年以上30年未満」(13.3%)が多い順となっています。

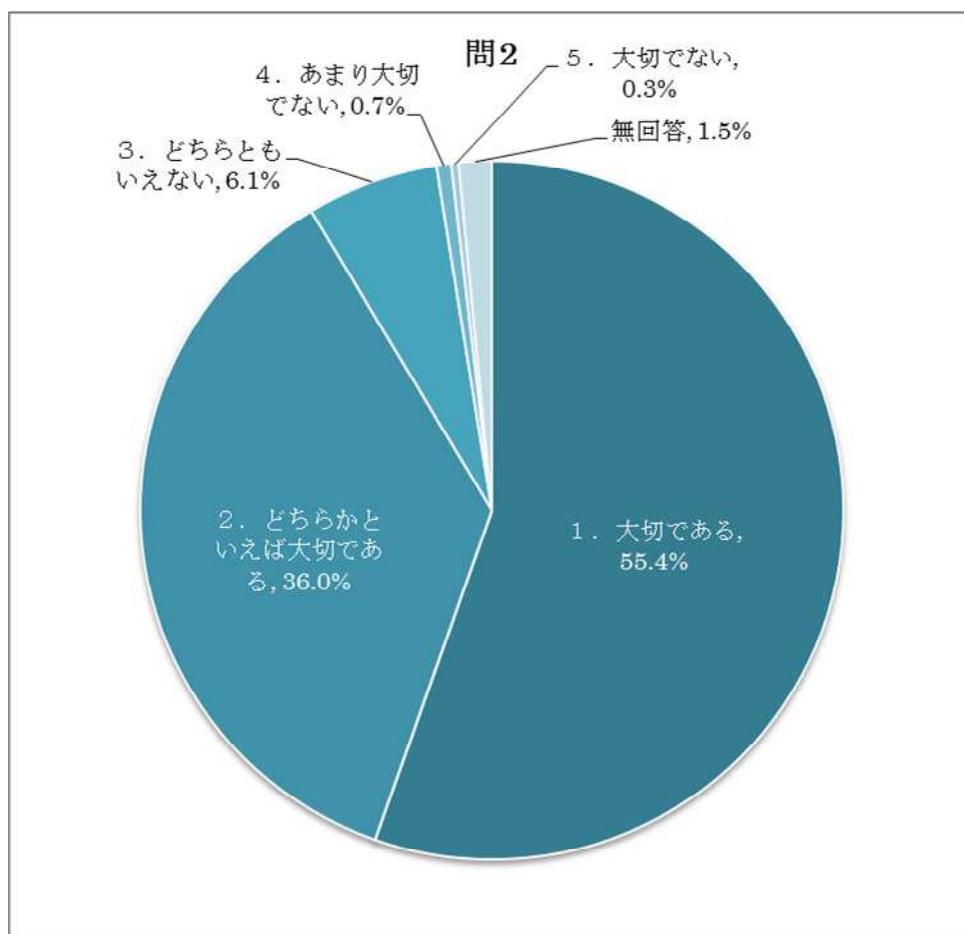
年代別で見ると、各年代別で一番多かったのは、20歳代以下では「20年以上30年未満」(35.7%)、30歳代では「5年以上10年未満」(34.3%)、40歳代では「10年以上20年未満」(44.8%)、50歳代・60歳以上では「30年以上」(50歳代 38.9%、60歳以上 71.6%)ということがわかりました。

問2 地域での住民同士の「つながり」や「きずな」について、あなたはどうお考えですか。

(1つ選んでください)

1. 大切である	55.4%	【329】
2. どちらかといえば大切である	36.0%	【214】
3. どちらともいえない	6.1%	【36】
4. あまり大切でない	0.7%	【4】
5. 大切でない	0.3%	【2】
無回答	1.5%	【9】

n = 594



【分析・コメント】

地域での住民同士の「つながり」や「きずな」についてどうお考えですかとたずねたところ、「大切である」(55.4%)と「どちらかといえば大切である」(36.0%)をあわせた9割の方は『大切』であると考えていることがわかりました。

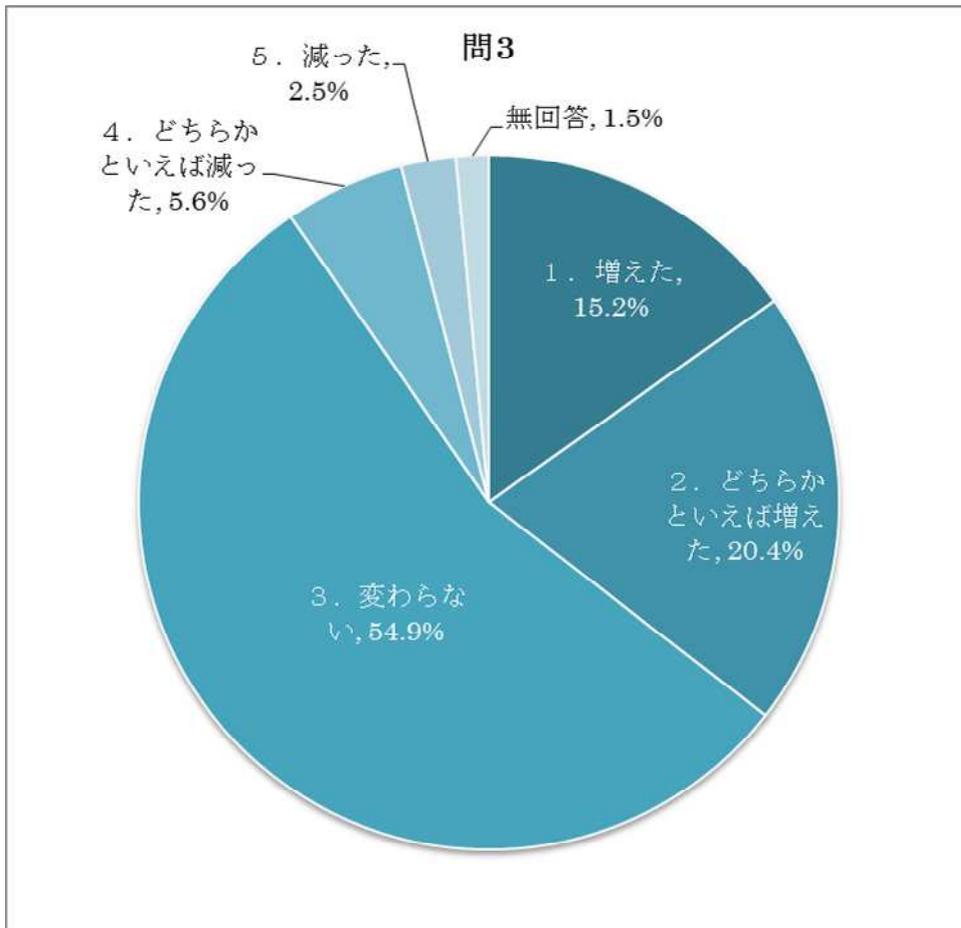
年代別でみると、「大切である」では60歳以上で高いことがわかりました。(20歳代以下 50.0%、30歳代 42.4%、40歳代 44.0%、50歳代 46.7%、60歳以上 69.0%)

問3 お住まいの地域でのご近所づきあいについて、平成 24 年 4 月までと比べて、日頃からあいさつや立ち話をする程度のおつき合いができる相手が増えたと感じますか。

(1 つ選んでください)

1 . 増えた	15 . 2 %	【 9 0 】
2 . どちらかといえば増えた	20 . 4 %	【 1 2 1 】
3 . 変わらない	54 . 9 %	【 3 2 6 】
4 . どちらかといえば減った	5 . 6 %	【 3 3 】
5 . 減った	2 . 5 %	【 1 5 】
無回答	1 . 5 %	【 9 】

n = 5 9 4



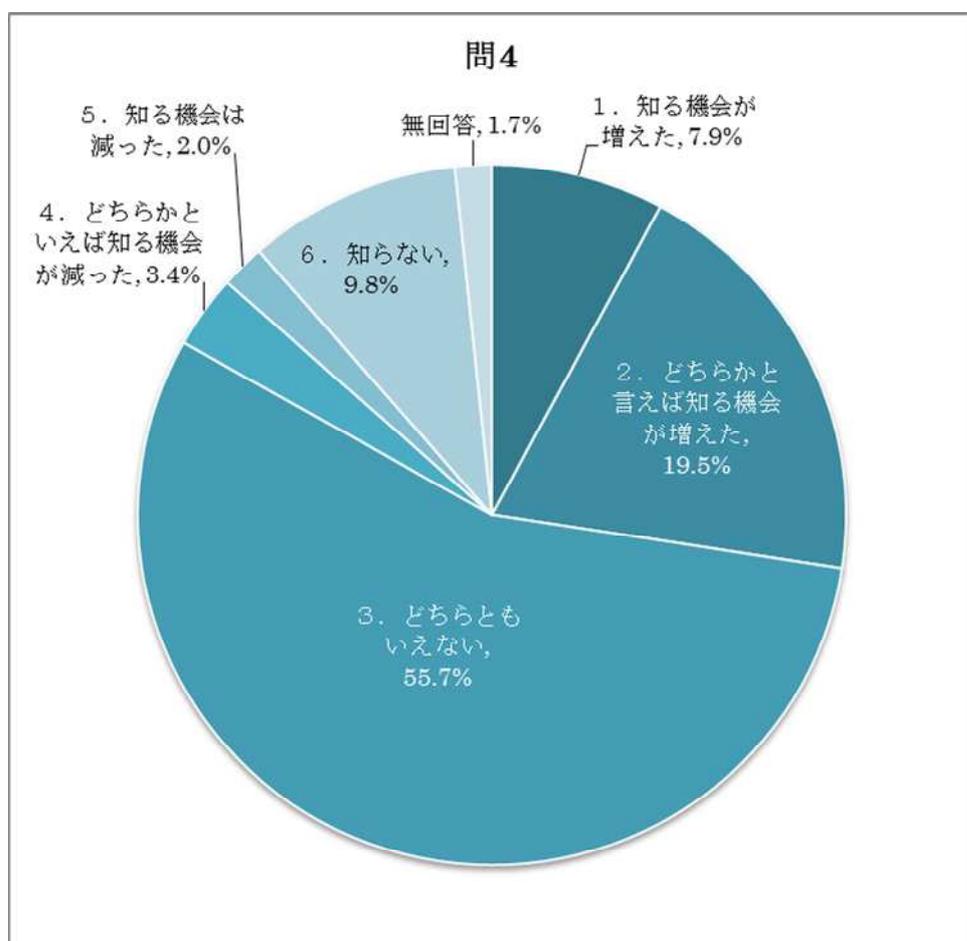
【分析・コメント】

日頃からあいさつや立ち話をする程度のおつき合いができる相手が増えたと感じますかとたずねたところ、5割の方は「変わらない」(54.9%)と答えました。次に「どちらかといえば増えた」(20.4%)と「増えた」(15.2%)をあわせた4割の方は『増えた』、「どちらかといえば減った」(5.6%)と「減った」(2.5%)をあわせた1割の方が『減った』と感じていることがわかりました。

問4 お住まいの地域（主に小学校エリア）で活動している地域団体の活動内容や会計報告が情報誌やHP、回覧板、掲示板など何らかの形で公表されていることを知る機会が平成24年4月までと比べて増えましたか。（1つ選んでください）

1. 知る機会が増えた	7.9%	【47】
2. どちらかと言えば知る機会が増えた	19.5%	【116】
3. どちらともいえない	55.7%	【331】
4. どちらかといえば知る機会が減った	3.4%	【20】
5. 知る機会は減った	2.0%	【12】
6. 知らない	9.8%	【58】
無回答	1.7%	【10】

n = 594



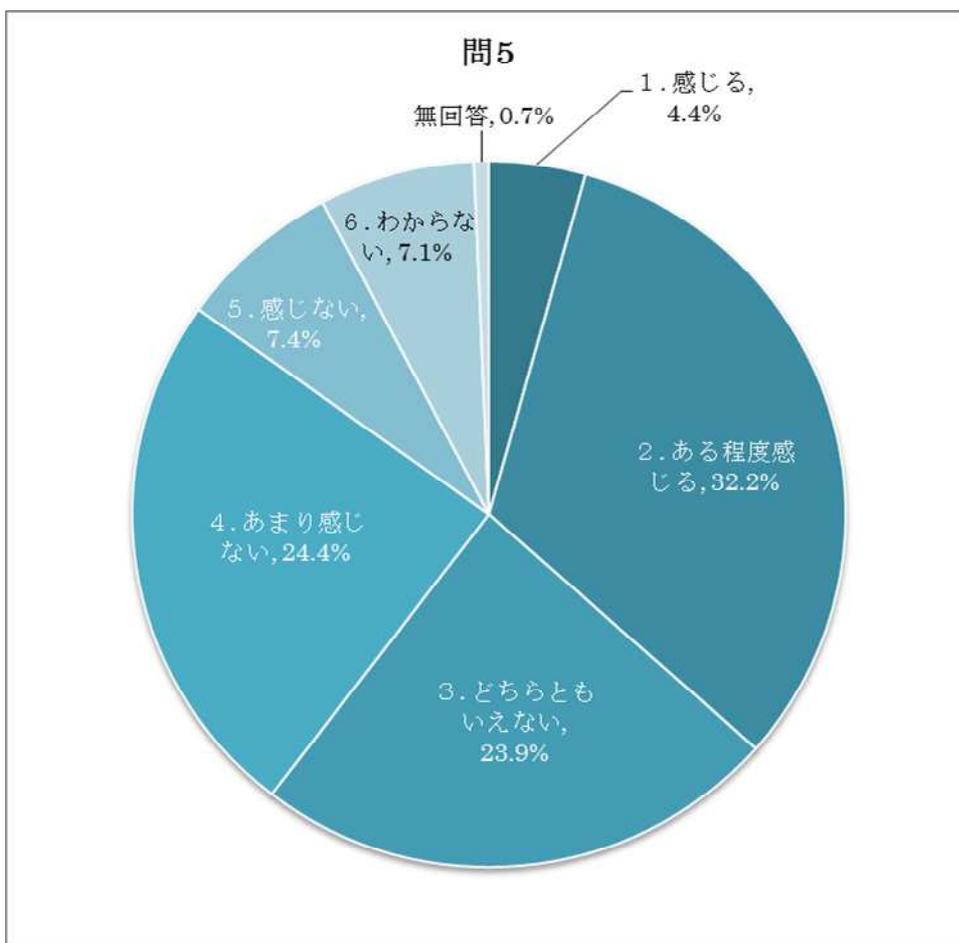
【分析・コメント】

お住まいの地域（主に小学校エリア）で活動している地域団体の活動内容や会計報告が情報誌やHP、回覧板、掲示板など何らかの形で公表されていることを知る機会が平成24年4月までと比べて増えましたかとたずねたところ、ほぼ半数の方が「どちらともいえない」（55.7%）と答えました。次に「知る機会が増えた」（7.9%）と「どちらかと言えば知る機会が増えた」（19.5%）をあわせた3割の方は増えたと感じており、「どちらかといえば知る機会が減った」（3.4%）と「知る機会は減った」（2.0%）をあわせた1割の方は減ったと感じていることがわかりました。また、1割の方は「知らない」（9.8%）という回答でした。

問5 大阪市では、区役所や関係機関により、広報紙やホームページ等を活用し情報発信を行っています。地域活動を始めたいときにどうすればいいかなど地域活動に参画しやすい環境が整っていると感じますか。 (1つ選んでください)

1. 感じる	4.4%	【26】
2. ある程度感じる	32.2%	【191】
3. どちらともいえない	23.9%	【142】
4. あまり感じない	24.4%	【145】
5. 感じない	7.4%	【44】
6. わからない	7.1%	【42】
無回答	0.7%	【4】

n = 594



【分析・コメント】

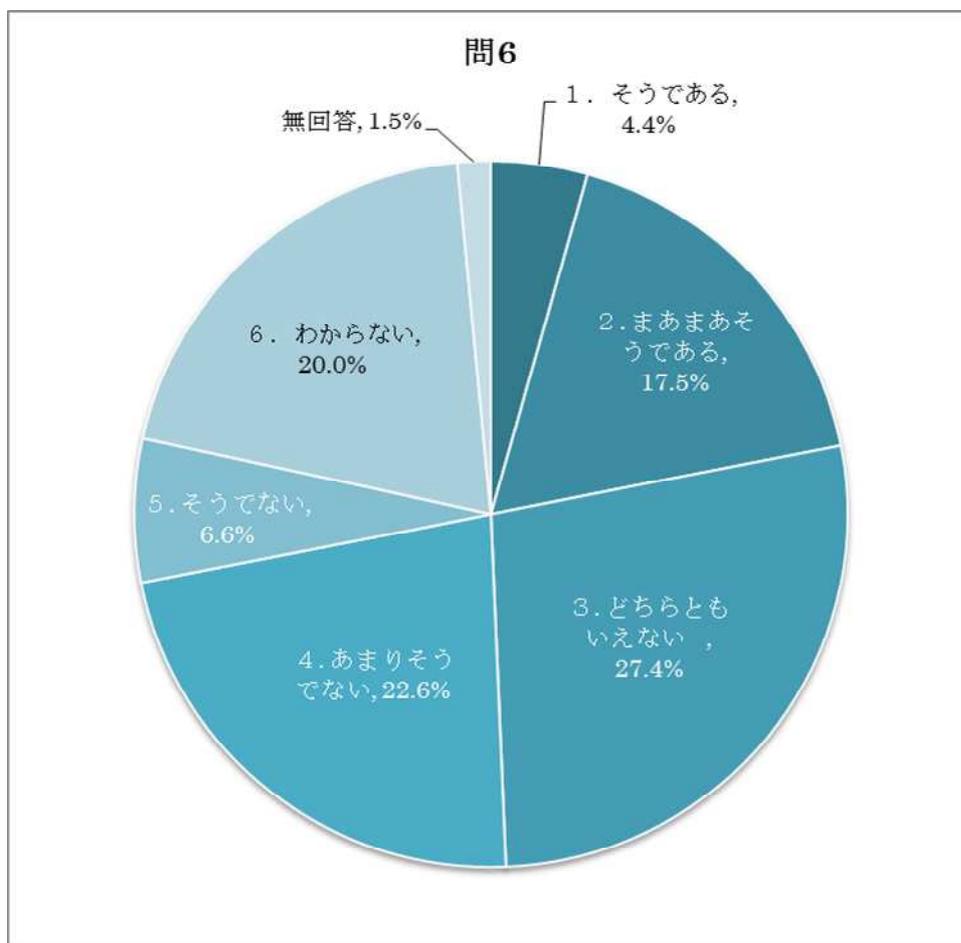
地域活動を始めたいときにどうすればいいかなど地域活動に参画しやすい環境が整っていると感じますかとたずねたところ、「感じる」(4.4%)と「ある程度感じる」(32.2%)をあわせた4割の方は整っていると感じていることがわかりました。また、「感じない」(7.4%)と「あまり感じない」(24.4%)をあわせた3割の方は環境が整っているとは感じておらず、2割の方は「どちらともいえない」(23.9%)、1割の方は「わからない」(7.1%)ということがわかりました。

問6 あなたのお住まいの地域では、地域のまちづくりに関する活動が地域団体や NPO、企業などいろんな団体が連携・協働して進められていると感じますか。

(1つ選んでください)

1. そうである	4.4%	【26】
2. まあまあそうである	17.5%	【104】
3. どちらともいえない	27.4%	【163】
4. あまりそうでない	22.6%	【134】
5. そうでない	6.6%	【39】
6. わからない	20.0%	【119】
無回答	1.5%	【9】

n = 594

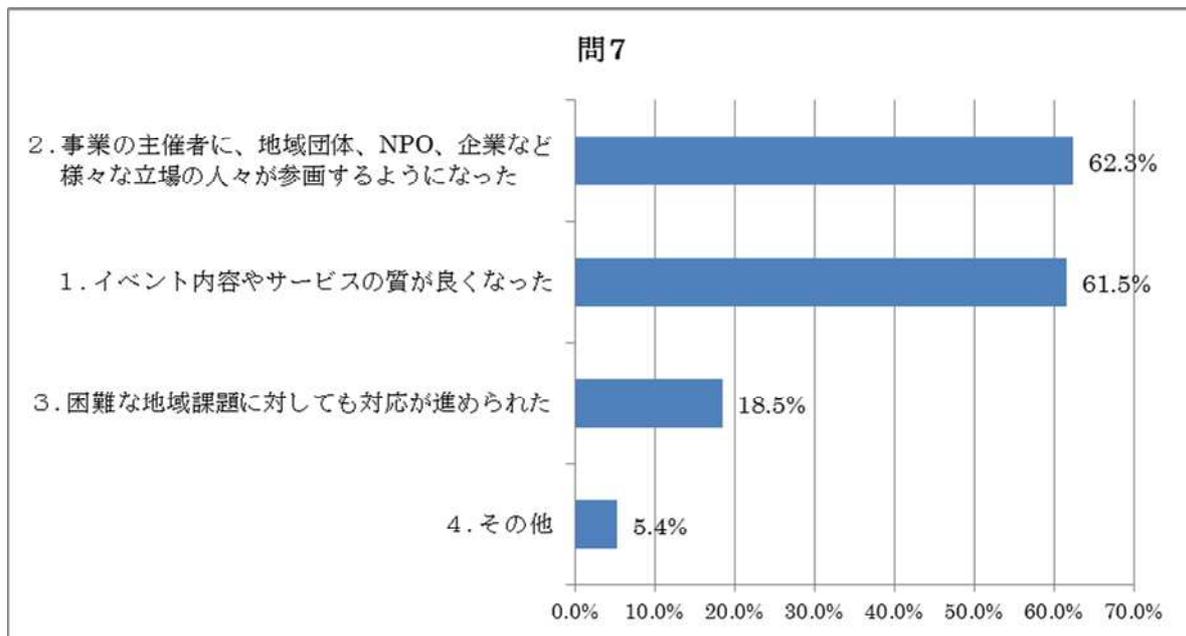


【分析・コメント】

地域のまちづくりに関する活動が地域団体や NPO、企業などいろんな団体が連携・協働して進められていると感じるかについてたずねたところ、3割の方は「どちらともいえない」(27.4%)と感じていることがわかりました。次に「そうでない」(6.6%)と「あまりそうでない」(22.6%)をあわせた3割の方は感じておらず、「そうである」(4.4%)と「まあまあそうである」(17.5%)をあわせた2割の方は感じているということがわかりました。また、2割の方は「わからない」(20.0%)と答えました。

問7 問6で「1. そうである」又は「2. まあまあそうである」と答えた方[130名]にお聞きしました。
 どのような時に、地域のまちづくりに関する活動がいろんな団体が連携・協働して進めていると感じましたか。
 (あてはまるものすべてを選んでください)

1. イベント内容やサービスの質が良くなった	61.5%	【80】
2. 事業の主催者に、地域団体、NPO、企業など様々な立場の人々が参画するようになった	62.3%	【81】
3. 困難な地域課題に対しても対応が進められた	18.5%	【24】
4. その他	5.4%	【7】
		n = 130



【分析・コメント】

問6で「1. そうである」又は「2. まあまあそうである」と答えた方に、どのような時に、地域のまちづくりに関する活動がいろんな団体が連携・協働して進めていると感じましたかとたずねたところ、一番多かったのは「事業の主催者に、地域団体、NPO、企業など様々な立場の人々が参画するようになった」(62.3%)、次に「イベント内容やサービスの質が良くなった」(61.5%)が多い順となっています。

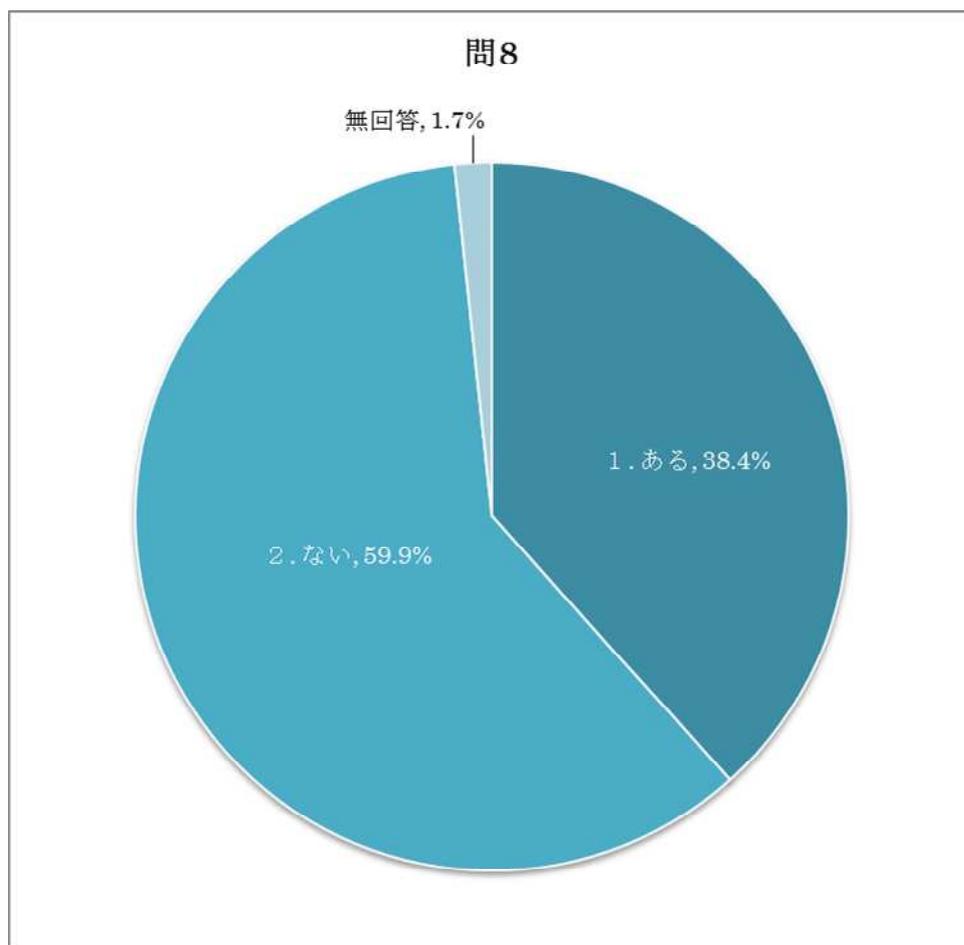
問8 あなたは、これまでに地域活動*に取り組んだことがありますか。

(1つ選んでください)

1. ある	38.4%	【228】
2. ない	59.9%	【356】
無回答	1.7%	【10】

n = 594

*地域活動：身近な地域の社会環境を良くするために、市民や地域の各種団体、NPO法人、ボランティア団体、事業者などが地域を中心に取組む公益的な活動のこと。



【分析・コメント】

これまでに地域活動に取り組んだことがありますかとたずねたところ、6割の方は「ない」(59.9%)、4割の方は「ある」(38.4%)ということがわかりました。

年代別で見ると、取り組んだことが「ある」方は年代が高くなるにつれて多いことがわかりました。(20歳代以下 7.1%、30歳代 14.1%、40歳代 26.7%、50歳代 42.2%、60歳以上 54.8%)

問9 大阪市では、地域のまちづくりを活性化させるため中立的な立場で、地域の話し合いを進め、人材・情報など地域の資源をコーディネートし、地域特性に応じた活動のマネジメントを行う「地域公共人材」の育成に取り組むこととしています。

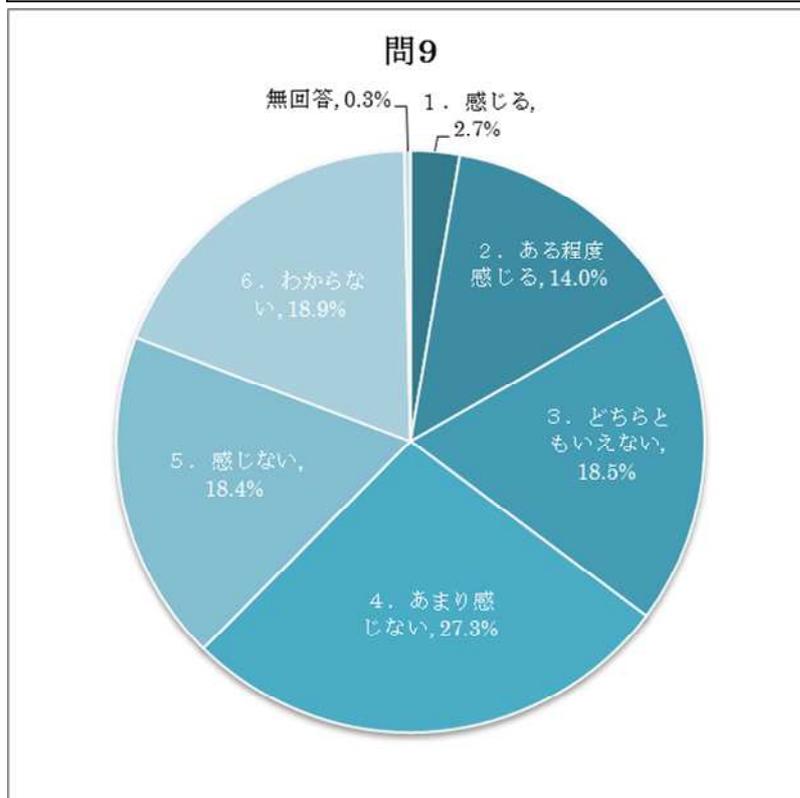
あなたのお住まいの地域の活動において、このようなコーディネート*やファシリテート*のできる人材が活躍していると感じますか。 (1つ選んでください)

1. 感じる	2. 7%	【16】
2. ある程度感じる	14.0%	【83】
3. どちらともいえない	18.5%	【110】
4. あまり感じない	27.3%	【162】
5. 感じない	18.4%	【109】
6. わからない	18.9%	【112】
無回答	0.3%	【2】

n = 594

*コーディネート：全体的な調和などを考えて調整し、組み合わせること。

*ファシリテート：容易にする・促進するという語彙で、組織や集団による問題解決や合意形成などにおいて、中立的な立場に立って、協働的・創造的な話し合いの手順や過程を設計・管理することをいう。



【分析・コメント】

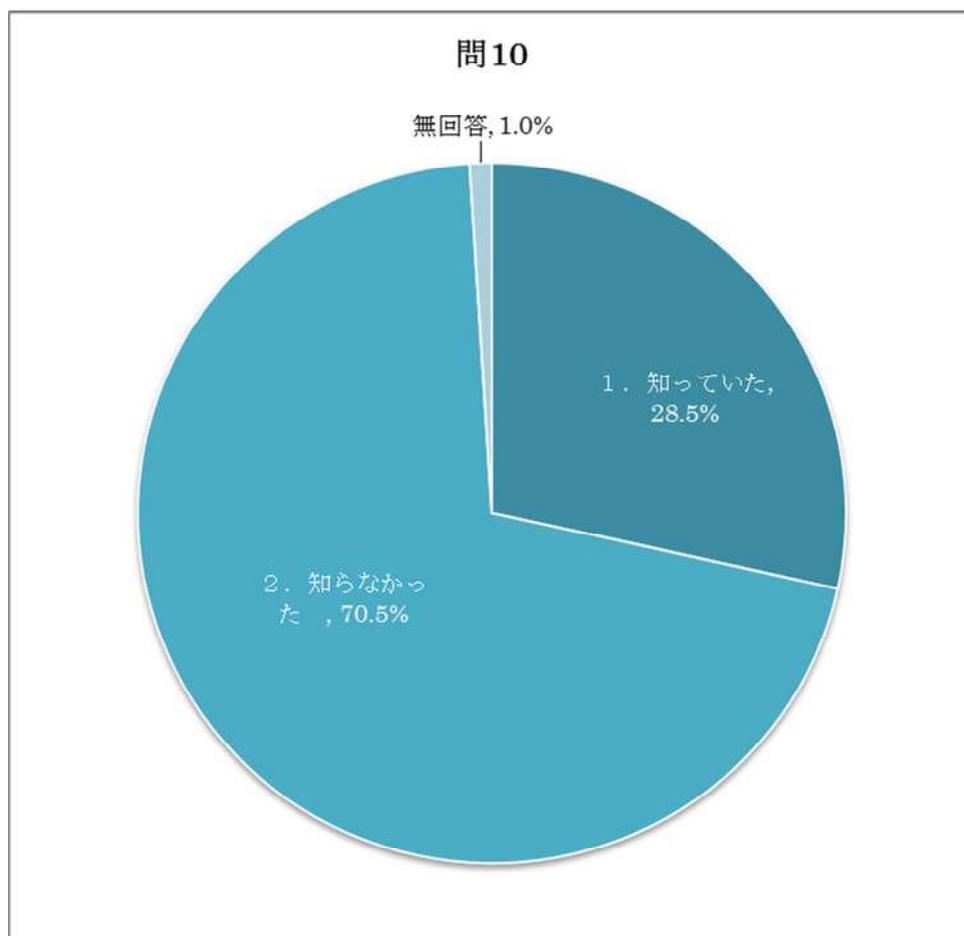
あなたのお住まいの地域の活動において、コーディネートやファシリテートのできる人材が活躍していると感じますかとたずねたところ、「感じない」(18.4%)と「あまり感じない」(27.3%)をあわせた5割の方は感じておらず、「感じる」(2.7%)と「ある程度感じる」(14.0%)をあわせた1割の方は感じているということがわかり、2割の方は「どちらともいえない」(18.5%)、「わからない」(18.9%)と答えました。

問10 大阪市では、公共を担う活力ある地域社会づくりに向けた取組のひとつとして、地域の利益の増大を目的にしたコミュニティ・ビジネス/ソーシャル・ビジネス(次頁参照)を地域が自律して事業化できるよう各種支援に取り組んでいます。コミュニティ・ビジネスやソーシャル・ビジネスという言葉をご存知でしたか。

(1つ選んでください)

1. 知っていた	28.5%	【169】
2. 知らなかった	70.5%	【419】
無回答	1.0%	【6】

n = 594



【分析・コメント】

コミュニティ・ビジネスやソーシャル・ビジネスという言葉をご存知ですかとたずねたところ、7割の方が知らなかった(70.5%)ということがわかりました。

【参考】コミュニティ・ビジネス/ソーシャル・ビジネスで取組まれる事業例

コミュニティ・ビジネス/ソーシャル・ビジネスとは、地域自らが地域の課題を解決するために、地域資源（ヒト・モノ・カネ・情報など）を活用しながらビジネス（有料サービス）として継続的に展開し、地域を元気にする事業で、地域の利益を目的にした取り組みです。

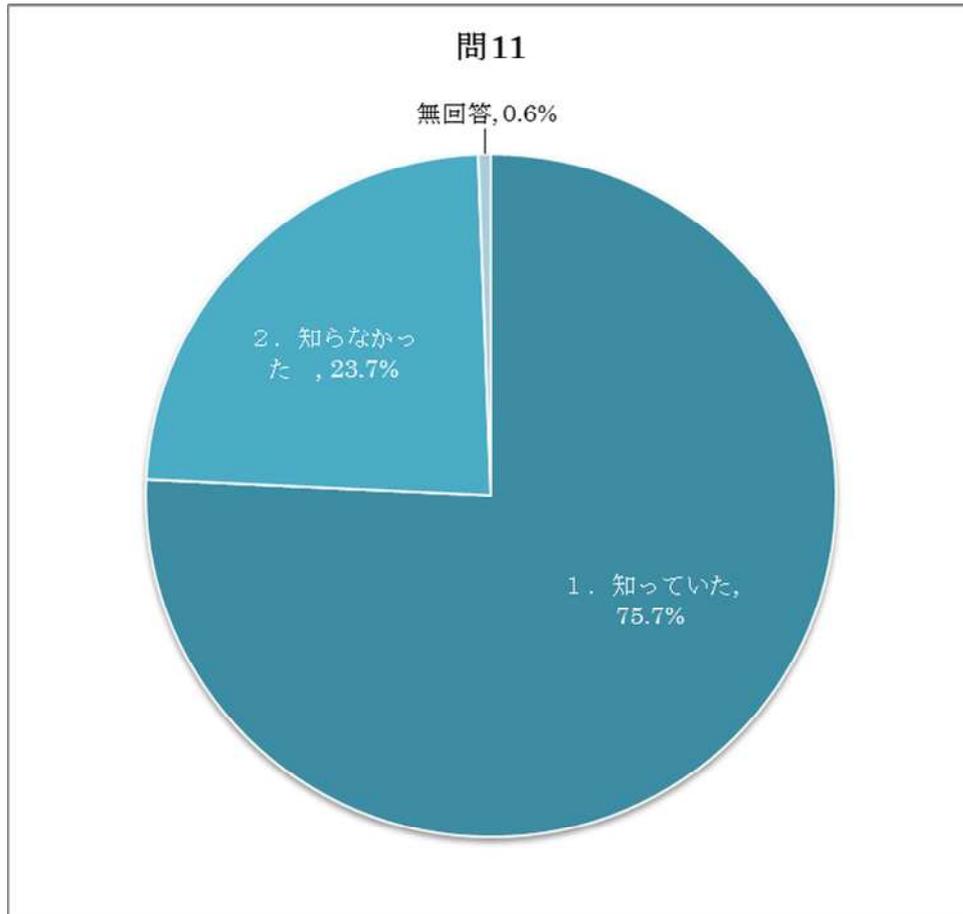
分野	具体例
福祉	各種給食サービス、在宅介護サービス、外出移送サービス、住宅改造サービス、買物代行サービス、家事支援、代行、出張理美容サービスなど
環境	リサイクル、環境美化、リサイクルショップなど
情報	地域情報誌の発行、コミュニティ FM 局の運営、IT を活用した情報サービス、地域文化資源の電子データ化など
観光・交流	観光イベントの企画運営、観光ボランティアガイド、国際交流、都市と農村の交流、異業種交流など
まちづくり	祭りやイベントの企画運営、商店街の空き店舗活用、商店街宅配サービス、まちづくりコンサルティングなど
ものづくり	食品加工、伝統工芸など
就労支援	女性・障がい者・高齢者の就労支援、職業訓練、研修など
子育て支援	保育サービス、病児保育、不登校児童スクールなど
生涯学習	趣味、おけいこごとなど
芸術文化・伝統の振興	芸術文化イベントの企画運営、伝統行事や祭りのサポート、映画・演劇等の上映、職人の技術を活かしたものづくりなど
施設管理	公共施設の管理運営など
コミュニティ・ビジネス支援	コミュニティ・ビジネス起業家支援、地域金融など

問11 問10で「1. 知っていた」と答えた方【169名】にお聞きしました。

コミュニティ・ビジネスやソーシャル・ビジネスが、地域で継続的に展開されていくことで、地域の活性化や地域の利益の増大につながるといった意義やメリットをご存知でしたか。
(1つ選んでください)

1. 知っていた	75.7%	【128】
2. 知らなかった	23.7%	【40】
無回答	0.6%	【1】

n = 169



【分析・コメント】

問10で「1. 知っていた」方に、コミュニティ・ビジネスやソーシャル・ビジネスが、地域で継続的に展開されていくことで、地域の活性化や地域の利益の増大につながるといった意義やメリットをご存知でしたかとたずねたところ、8割の方は「知っていた」(75.7%)、2割の方は「知らなかった」(23.7%)ということがわかりました。