

### Ⅲ 重点分析 地域とのつながりに基づくクロス分析

#### 3-1 重点分析の概要

##### ■クロス分析（クロス集計）とは

アンケートで得られた複数の設問や属性を掛け合わせて分析することで、単純集計では見えない傾向や相関を明らかにできる手法であり、調査結果を多角的に把握しやすく、視覚的に理解しやすいという特長がある。

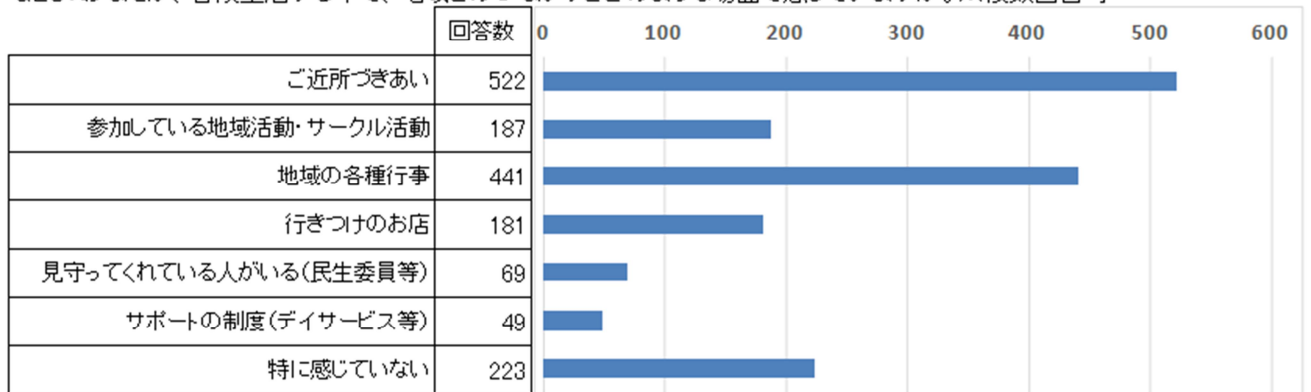
##### ■重点分析の手法

設問20「地域とのつながりの有無」を軸として、情報・魅力発信力、情報収集意欲、参加意欲にどのような影響が生じているか分析する。

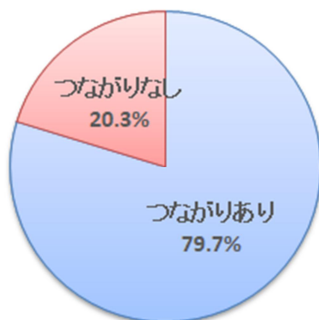
設問20 あなたが、普段生活する中で、地域とのつながりをどのような場面で感じていますか。（複数回答可）

	R 7 年度	(参考) R 4 年度
ご近所づきあい	50.0%	48.8%
地域の各種行事	42.2%	34.5%
特に感じていない	21.3%	26.5%
行きつけのお店	17.3%	20.5%
参加している地域活動・サークル活動	17.9%	17.2%
見守ってくれている人がいる	6.6%	6.5%
サポートの制度	4.7%	5.6%

Q20:あなたが、普段生活する中で、地域とのつながりをどのような場面で感じていますか。※複数回答可



回答者数 1,045 人



つながり有無	回答者数	%	(参考) R4 年度
あり	833	79.7%	74.6%
なし	212	20.3%	25.4%

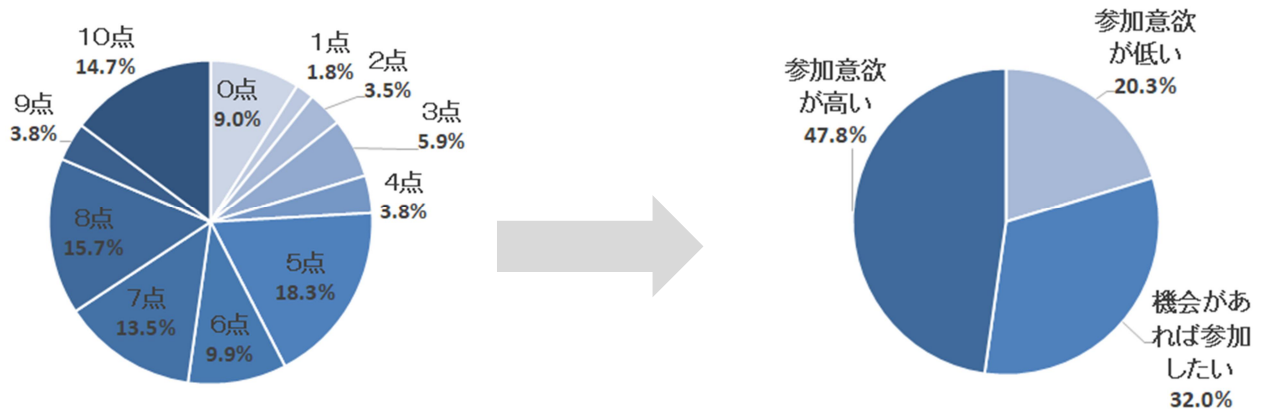
※「特に感じていない」と回答した人のうち、その他の項目にも回答している人は「あり」に換算

✓地域とのつながりを感じている人は全体の79%である。

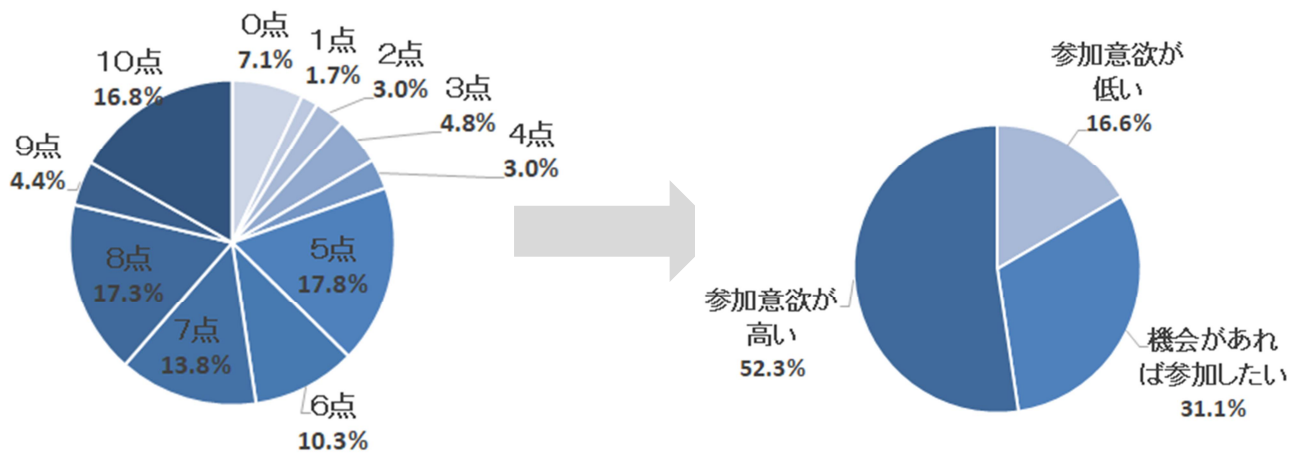
### 3-2 地域活動や催しへの参加意欲（11段階評価・傾向分析）

#### ■ 「つながりの有無」と「参加意欲」に関する分析

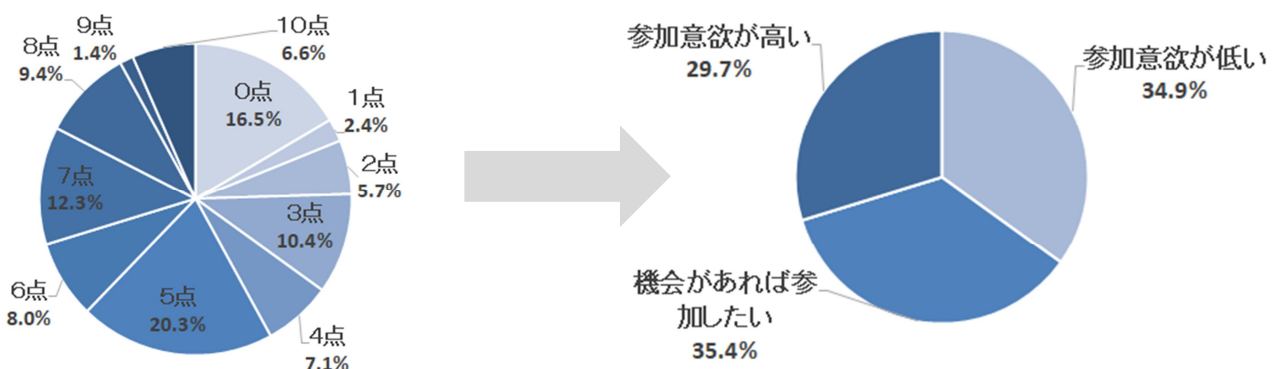
設問19 事前情報があったときの地域行事への参加意欲 11段階評価 回答者数1,045人



#### 地域とのつながり あり (833人)



#### 地域とのつながり なし (212人)



✓地域とのつながりがあると回答した人は、地域活動や催しへの参加意欲が高く、つながりの有無で地域活動への参加意欲に大きな差が出る結果となった。これは令和4年度と同様の傾向である。

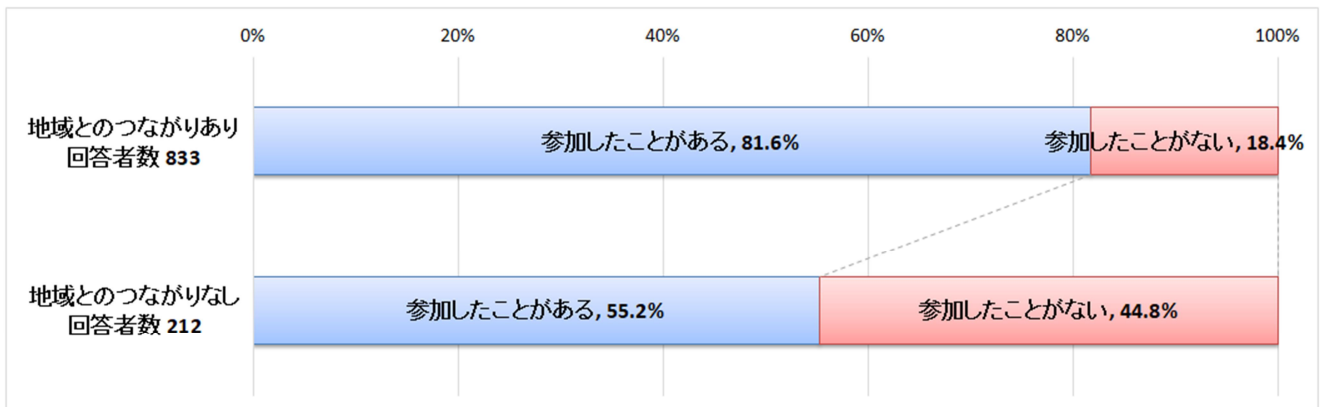
✓地域とのつながりがないと回答した人のうち、参加意欲の低い層は令和4年度と比較すると10ポイント近く減少、高い層が約3ポイント増、機会があれば参加したい層が7ポイント

ト増となり、参加に前向きな傾向となった。今後その機会を生み出すべく、情報発信に注力する必要がある。

### 3-3 地域活動への参加実績

■ 「つながりの有無」と「参加のきっかけ」に関する分析

設問18 地域活動への参加のきっかけ（複数回答可）回答者数 1,045 人



※参加のきっかけに関する設問のため、「参加したことがない」のみを選択した人以外は、全て「参加したことがある」と位置づけて分析した。

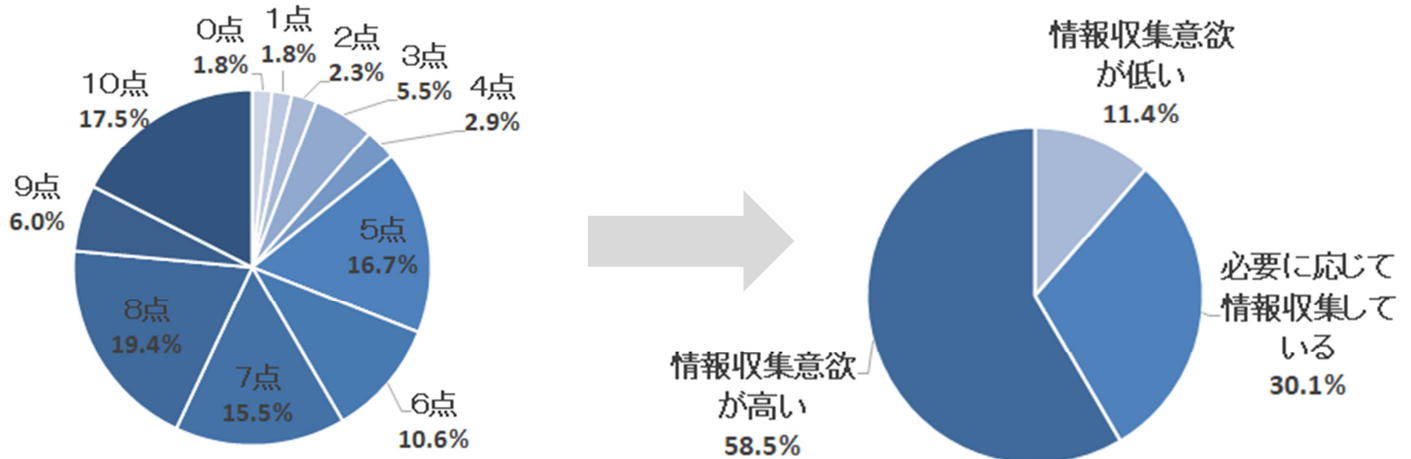
- ✓地域とのつながりがあると回答した人のうち81.6%が、地域の活動へ参加したことがある。また、地域とのつながりがないと回答した人のうち55.2%が地域活動へ参加したことがあるという結果になった。地域とのつながりの有無によって地域活動への参加に大きく影響を受けている。
- ✓地域とのつながりがないと回答した人で、参加したことがあると回答した人は、令和4年度の結果と比較すると、約12ポイント増となり、地域とのつながりを感じていない人でも参加する傾向となっている。

### 3-4 情報収集意欲（11段階評価・傾向分析）

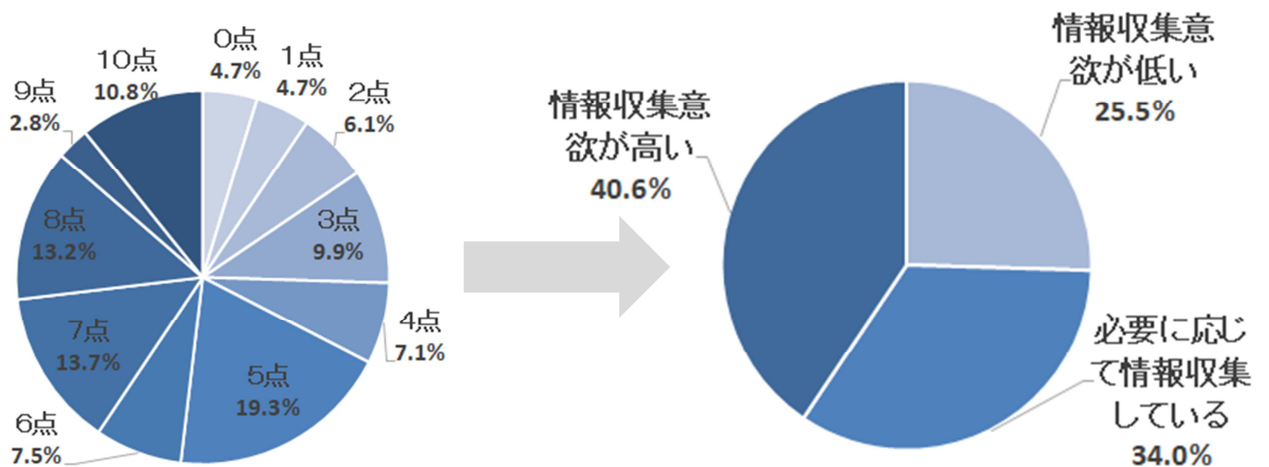
■「つながりの有無」と「情報収集意欲」に関する分析

設問16 地域情報の収集意欲 11段階評価 回答者数 1,045人

地域とのつながり あり（833人）



地域とのつながり なし（212人）



- ✓つながりの有無で、情報収集意欲に大きな差が出ている。
- ✓地域とのつながりがあると回答した人は、情報収集意欲が高く、その割合も令和4年度と同様の結果となった。
- ✓地域とのつながりがないと回答した人のうち、情報収集意欲の低い層は令和4年度の結果と比較すると、約6ポイント増となっており、情報意欲がやや低下している結果となった。

### 3-5 積極的に入手している地域の情報

■「つながりの有無」と「積極的に入手している地域の情報」に関する分析

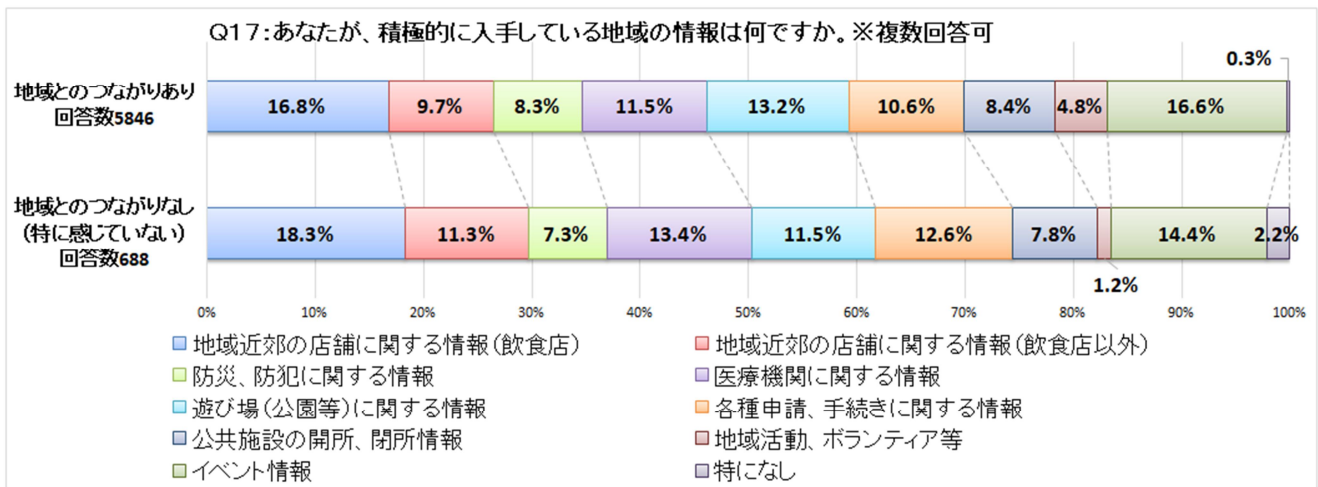
設問 17 積極的に入手している地域の情報（複数回答可） 回答者数 1,045 人

#### 地域とのつながりがあり(上位5)

地域近郊の店舗に関する情報(飲食店)	16.8%
イベント情報	16.6%
遊び場(公園等)に関する情報	13.2%
医療機関に関する情報	11.5%
各種申請・手続きに関する情報	10.6%

#### 地域とのつながりなし(上位5)

地域近郊の店舗に関する情報(飲食店)	18.3%
イベント情報	14.4%
医療機関に関する情報	13.4%
各種申請・手続きに関する情報	12.6%
遊び場(公園等)に関する情報	11.5%



- ✓ つながりの有無に関わらず、積極的に入手している地域情報の傾向は変わらない。
- ✓ つながりの有無に関わらず、地域活動・ボランティア等の情報を積極的に入手する人の割合は少なく、地域とのつながりがあると回答した人は、地域とのつながりがないと回答した人と比較して3ポイント多い。

### 3-6 地域情報の入手方法

■「つながりの有無」と「地域情報の入手方法」に関する分析

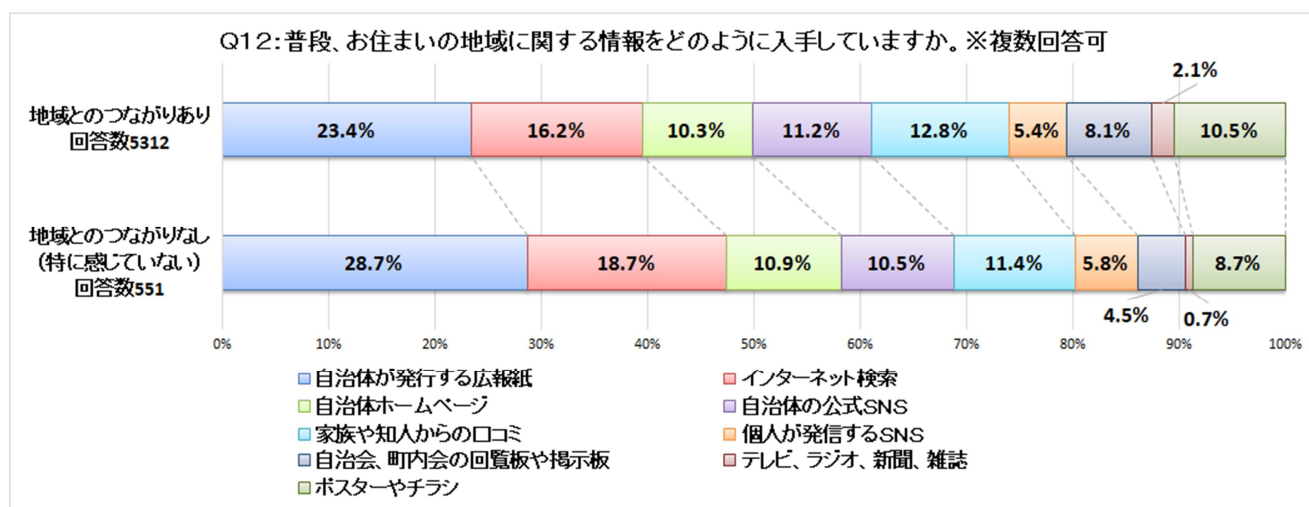
設問 1 2 地域情報の入手方法（複数回答可） 回答者数 1,045 人

#### 地域とのつながりあり(上位5)

自治体が発行する広報紙	23.4%
インターネット検索	16.2%
家族や知人からの口コミ	12.8%
自治体の公式 SNS	11.2%
ポスター・チラシ	10.5%

#### 地域とのつながりなし(上位5)

自治体が発行する広報紙	28.7%
インターネット検索	18.7%
家族や知人からの口コミ	11.4%
自治体ホームページ	10.9%
自治体の公式 SNS	10.5%



✓地域とのつながりの有無にかかわらず、自治体が発行した広報紙を地域情報の入手ツールとして活用している割合が高い。

✓地域とのつながりがあると回答した人は、つながりがないと回答した人よりも回覧板や掲示板、ポスターやチラシなどから情報を入手する割合が多い。

### 3-7 自治体からの情報発信に求めているもの

■「つながりの有無」と「自治体からの情報発信に求めているもの」に関する分析

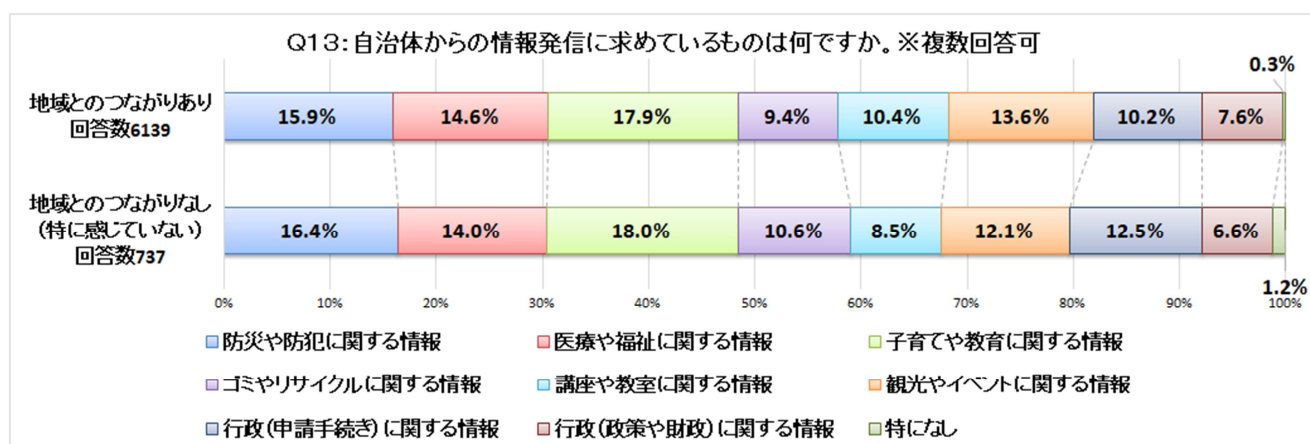
設問 13 自治体からの情報発信に求めているもの（複数回答可） 回答者数 1,045 人

#### 地域とのつながりあり(上位5)

子育てや教育に関する情報	17.9%
防災、防犯に関する情報	15.9%
医療や福祉に関する情報	14.6%
観光やイベントに関する情報	13.6%
講座や教室に関する情報	10.4%

#### 地域とのつながりなし(上位5)

子育てや教育に関する情報	18.0%
防災、防犯に関する情報	16.4%
医療や福祉に関する情報	14.0%
行政(申請手続き)に関する情報	12.5%
観光やイベントに関する情報	12.0%



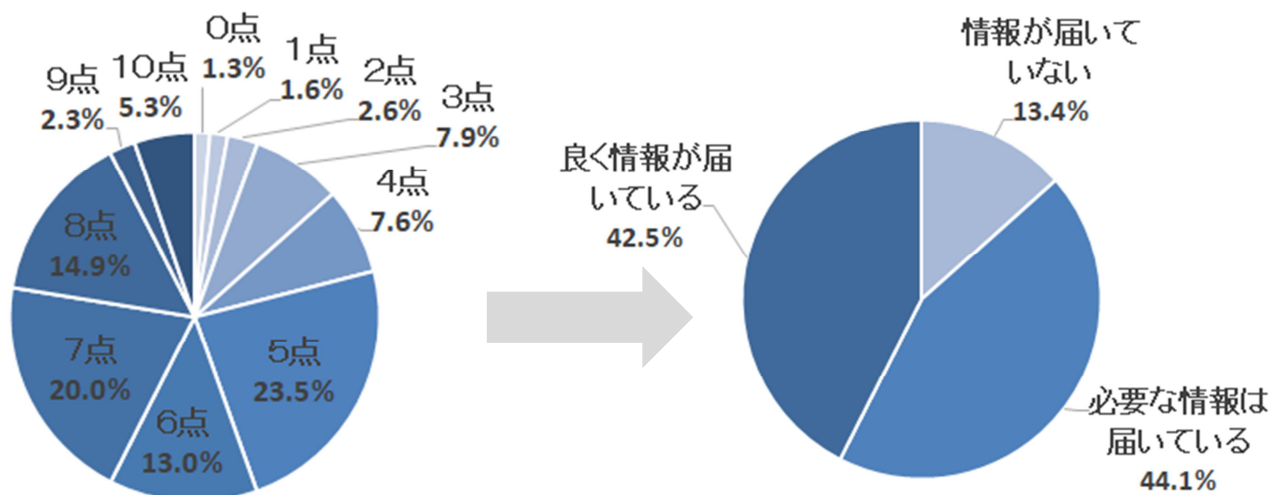
- ✓ 地域とのつながりの有無に関わらず、日常生活に関する内容を求める傾向にある。
- ✓ 地域とのつながりがないと回答した人は、講座や教室に関する情報を求める割合が少ない。

### 3-8 情報・魅力の発信力（11段階評価・傾向分析）

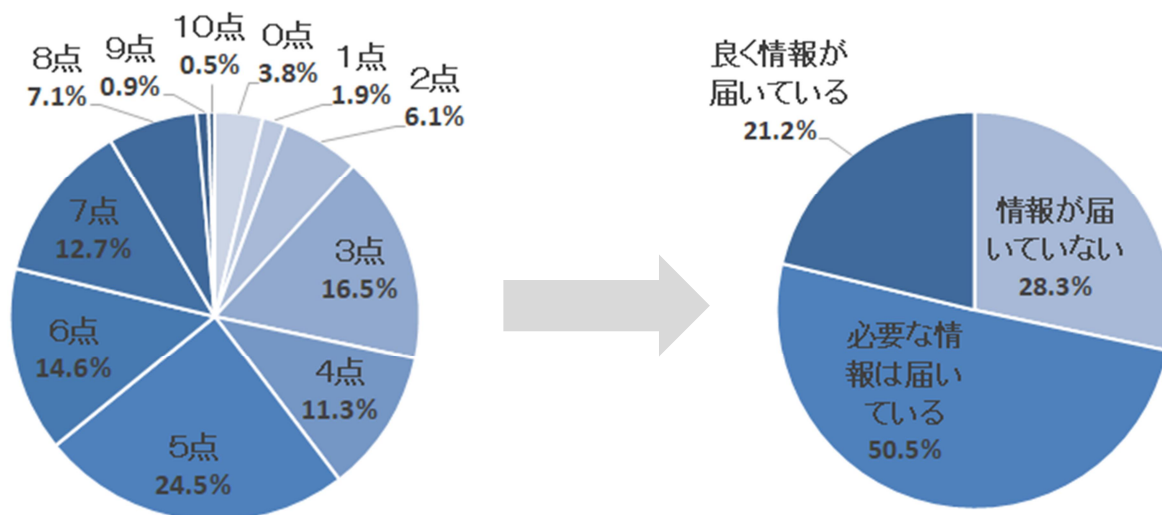
■「つながりの有無」と「情報・魅力の発信力」に関する分析

設問14 情報・魅力の発信力 11段階評価 回答者数 1,045人

地域とのつながり あり（833人）



地域とのつながり なし（212人）



- ✓地域とのつながりがあると回答した人は、情報や魅力が良く届いている。
- ✓地域とのつながりがないと回答した人のうち、情報が届いていない人の割合が、令和4年度と比較して4ポイント増となった。

### 3-9 情報発信の方向性（11段階評価・傾向分析）

■「つながりの有無」と「情報発信ツール」に関する分析

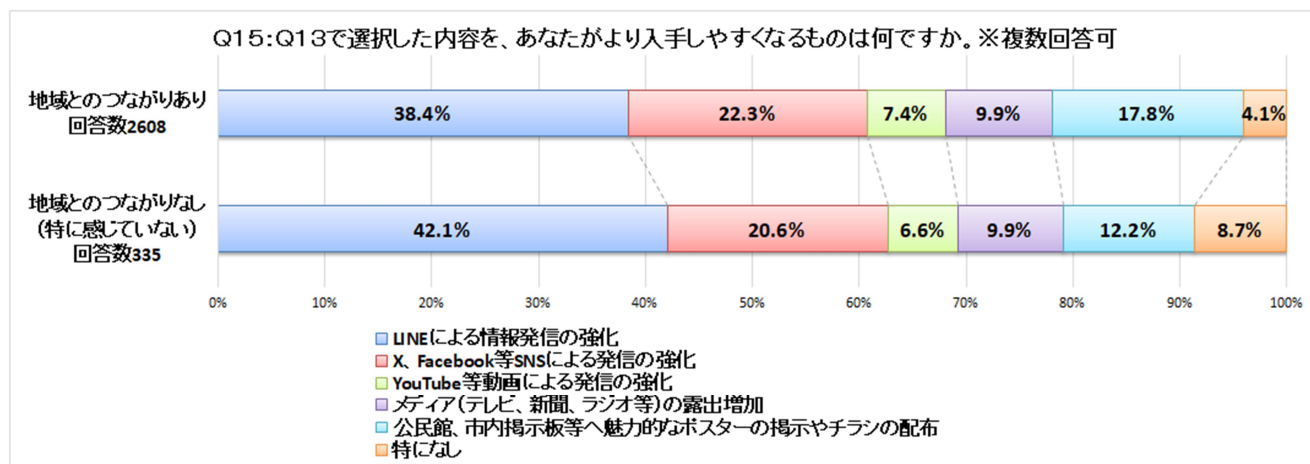
設問15 自治体からの情報をより入手しやすくなる方法（複数回答可） 回答者数 1,045人

#### 地域とのつながりあり(上位5)

LINEによる情報発信の強化	38.4%
X、Facebook等SNSによる発信の強化	22.3%
公民館、市内掲示板等へ魅力的なポスターの掲示やチラシの配布	17.8%
メディア(テレビ、新聞、ラジオ等)の露出増加	9.9%
YouTube等動画による発信の強化	7.4%
特になし	4.1%

#### 地域とのつながりなし(上位5)

LINEによる情報発信の強化	42.1%
X、Facebook等SNSによる発信の強化	19.4%
公民館、市内掲示板等へ魅力的なポスターの掲示やチラシの配布	11.5%
メディア(テレビ、新聞、ラジオ等)の露出増加	9.3%
YouTube等動画による発信の強化	6.2%
特になし	8.2%

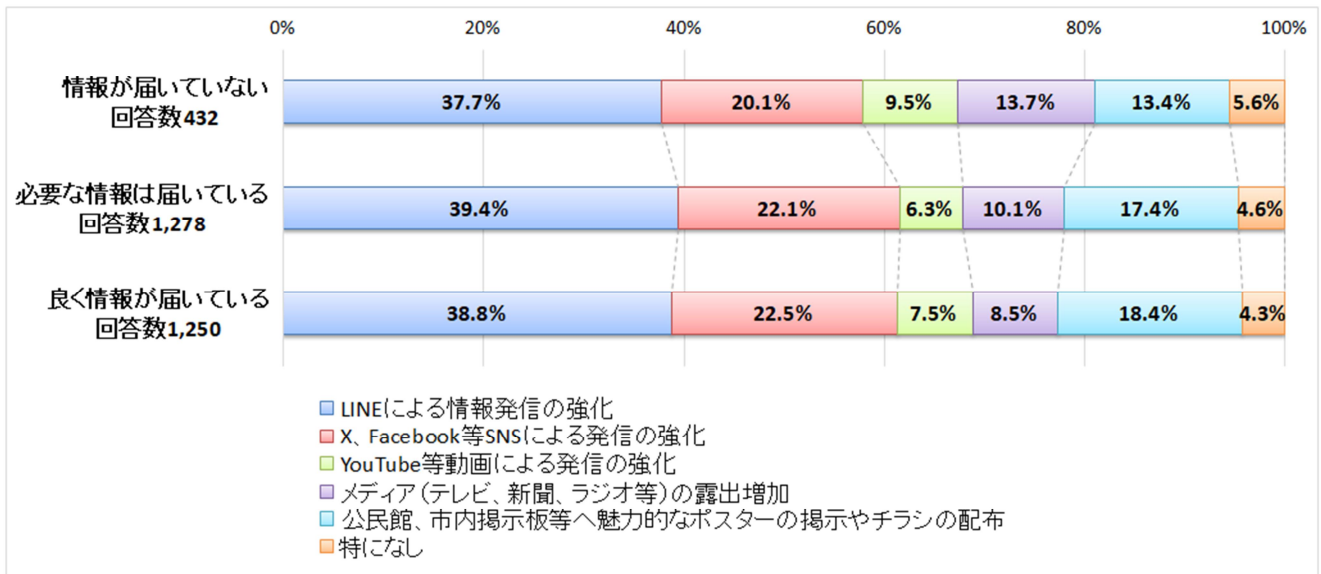


✓地域とのつながりの有無に関わらず、LINE及びSNSによる情報発信強化を求める声が多い  
 ✓地域とのつながりがないと回答した人の8.7%が「特になし」を選択するなど、無関心層であることがわかる。しかしながら、良い傾向として令和4年度の結果と比較し、無関心が2ポイント下がっている。

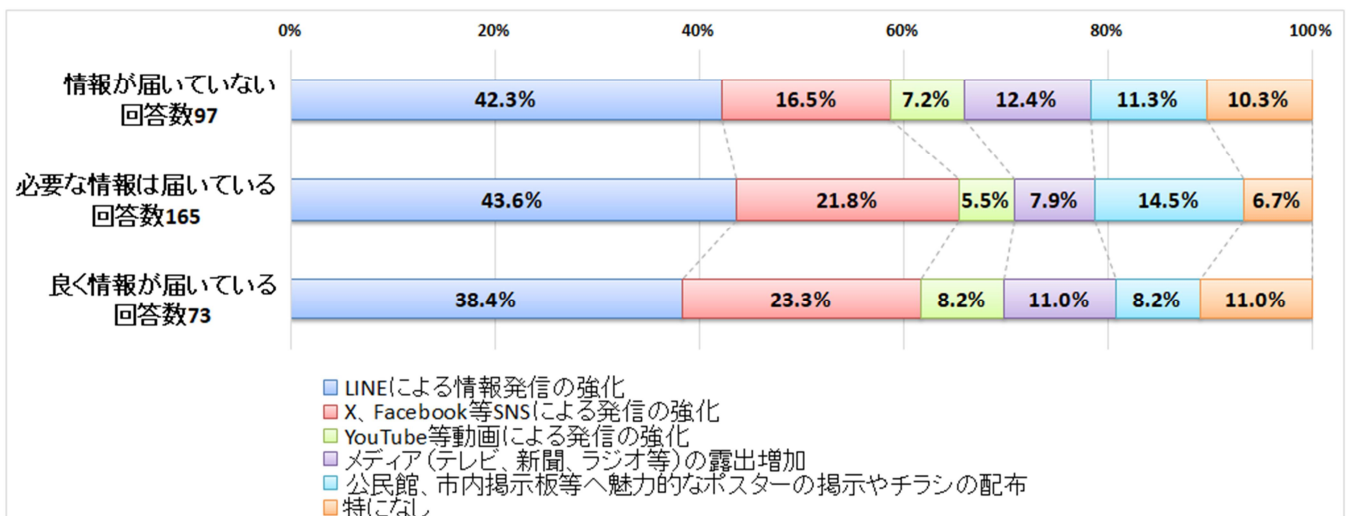
✓YouTube等動画による発信やメディア(テレビ、新聞、ラジオ等)は、情報入手手段として高くないことがわかる。

※つながりの有無と情報発信ツールに関して、情報到達度別に細分化し、分析

地域とのつながりありと答えた人



地域とのつながりなしと答えた人



- ✓地域とのつながりの有無、情報到達度に関わらず、「LINEによる情報発信の強化」を求める声  
が大きい
- ✓情報が届いていない層は、必要な情報は届いている層・良く情報が届いている層と比較すると、  
「SNSによる発信の強化」が少なく、「メディアの露出増加」を求める傾向にある。
- ✓つながりを感じていない人は、「特になし」の割合が多く、自治体からの情報に関し関心は低いこ  
とがわかる。

令和7年度朝霞市シティ・プロモーションアンケート実施報告書

令和8年4月発行

発行 朝霞市市長公室シティ・プロモーション課