

令和4年度秦野市 Web アンケート調査
(第3回目)
報告書

令和5年2月

秦野市

目 次

I 調査の概要	1
1 調査の目的	3
2 調査の設計及び回収結果	3
3 アンケートの調査項目	3
4 調査結果をみる上での注意事項	3
II 調査結果（第3回目）	5
1 属性	7
（1）性別	7
（2）年齢	7
（3）居住地区	7
（4）職業	8
2 こころの健康づくり	9
（1）ストレス解消法の有無	9
（2）認知されている事業	10
3 秦野の魅力づくり	11
（1）にぎわい創造の取組の周知度	11
（2）にぎわい創造の取組のための施設の要望	12
（3）表丹沢の魅力づくりのために期待する取組	13
（4）「OMOTAN」の認知度	15
（5）「OMOTAN」総合ホームページの認知度	16
4 スポーツの実施状況	17
（1）日常生活における実施状況	17
（2）出来ない・行いたいと思わない理由	18
（3）充実してほしい施設等	19
（4）期待するスポーツ施策の方向性	21
5 電子地域通貨	22
（1）買物をする際に利用する支払方法	22
（2）スマートフォンによる決済を利用しない理由	24
（3）スマートフォンによる決済の月の平均利用額	25
（4）電子地域通貨に付随するサービスの要望	26
6 地球温暖化対策	27
（1）地球温暖化対策における「生物多様性」の認識	27
（2）地球温暖化対策に向けた行動	29
（3）生活の質の向上意識	30
（4）実践している取組	31

(5) 地球温暖化対策に関する情報の周知	33
----------------------------	----

I 調査の概要

1 調査の目的

この調査は秦野市の行政サービスの向上と、市民の行政に対する意識向上のための基礎資料とするために実施しています。

2 調査の設計及び回収結果

本調査の実施方法は以下のとおりです。

① 調査地域	市内全域
② 調査対象	秦野市のネット調査会社の登録者
③ 対象者数	400人（回収ベース）
④ 母集団	秦野市のネット調査会社の登録者約2700人
⑤ 調査方法	ネット調査
⑥ 調査期間	令和5年1月27日～2月7日
⑦ 調査機関	株式会社サーベイリサーチセンター

3 アンケートの調査項目

- ① こころの健康づくり
- ② 秦野の魅力づくり
- ③ スポーツの実施状況
- ④ 電子地域通貨
- ⑤ 地球温暖化対策

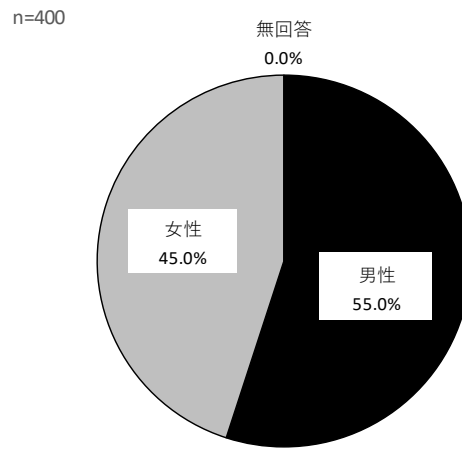
4 調査結果をみる上での注意事項

- ① 回答はn（有効回収数）を基準とした百分率で表わし、小数点第2位を四捨五入しました。
このため、百分率の合計が100%にならない場合があります。
- ② 集計結果の表やグラフでは、コンピューター入力の都合上、回答の選択肢の言葉を短縮して表現している場合があります。

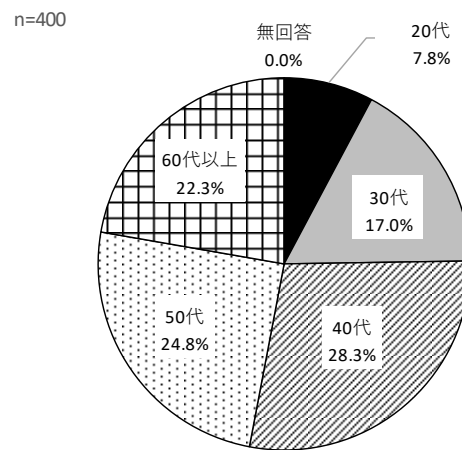
Ⅱ 調査結果（第3回目）

1 属性

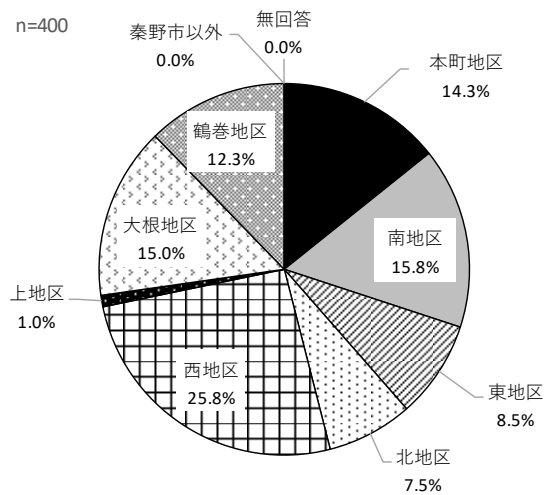
(1) 性別



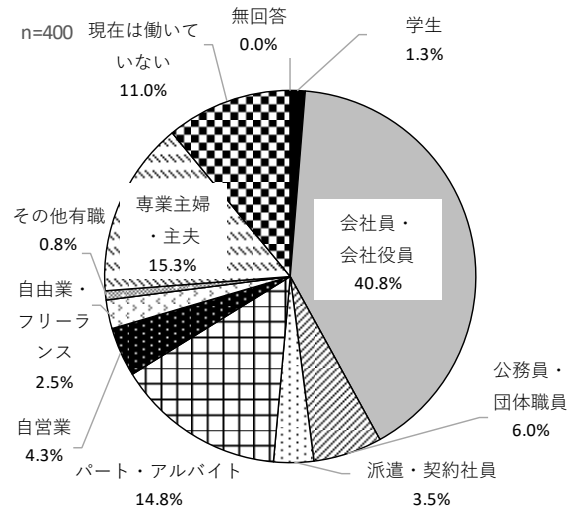
(2) 年齢



(3) 居住地区



(4) 職業



その他	件数
私学教員	1
保育士	1
教育	1

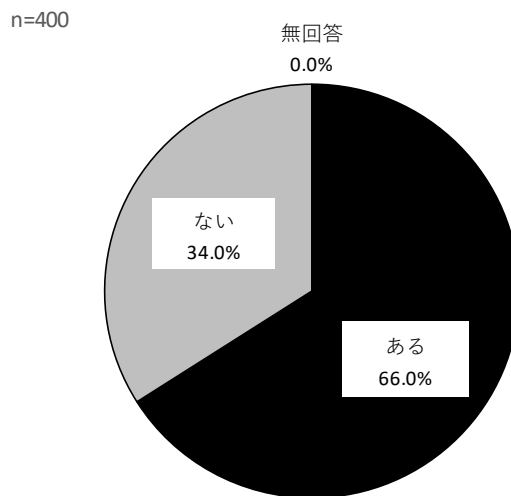
2 こころの健康づくり

こころの健康づくりを推進するに当たり、市が普及啓発する相談窓口の認知度を調査し、また、こころの健康を維持するためには、自分に合ったストレス解消法を複数持つことが重要であることから、合わせて、ストレス解消法の有無について調査するものです。

(1) ストレス解消法の有無

「ある」が66.0%、「ない」が34.0%となっています。

□ Q1. あなたが実践するストレス解消法はありますか。[単一回答]



性別に見ると、「ある」は女性の方が高くなっています。

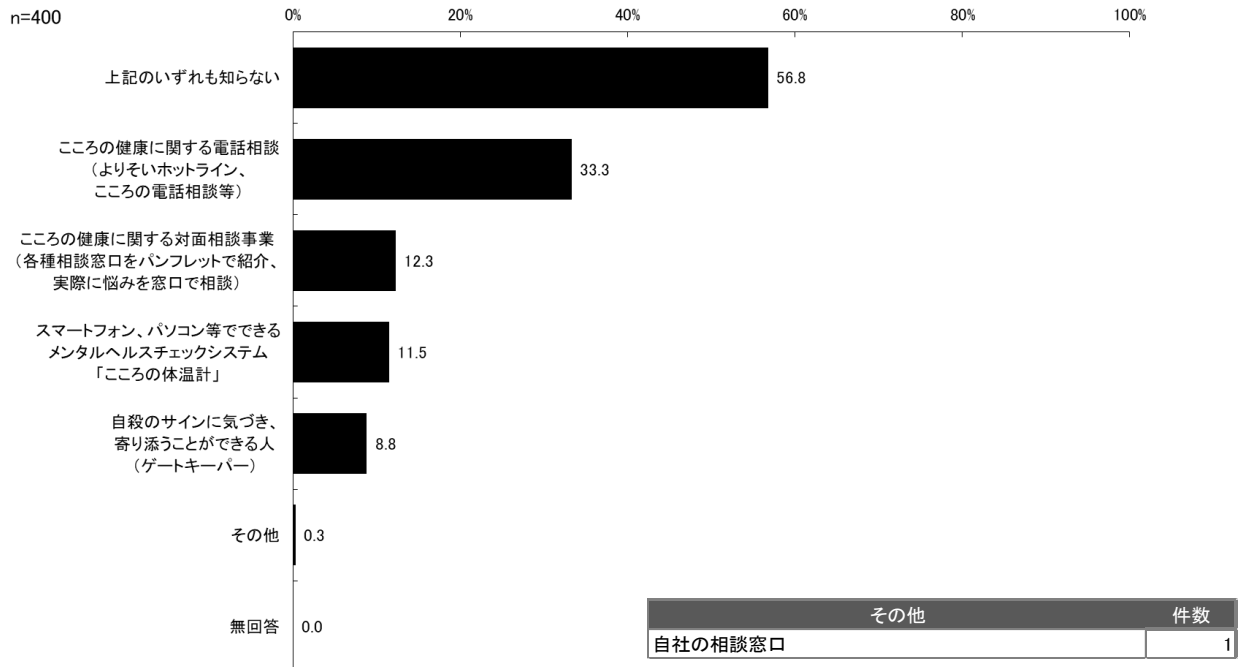
年代別に見ると、「ある」は年代が上がるにつれて概ね低くなる傾向があります。

		ストレス解消法の有無			
		全体 (実数)	ある	ない	無回答
		(%)			
全体		400	66.0	34.0	-
性別	男性	220	64.1	35.9	-
	女性	180	68.3	31.7	-
年代	20代	31	71.0	29.0	-
	30代	68	72.1	27.9	-
	40代	113	69.9	30.1	-
	50代	99	62.6	37.4	-
	60代以上	89	58.4	41.6	-
	男性計	220	64.1	35.9	-
性別 × 年代	20代	12	75.0	25.0	-
	30代	25	72.0	28.0	-
	40代	58	72.4	27.6	-
	50代	62	54.8	45.2	-
	60代以上	63	60.3	39.7	-
	女性計	180	68.3	31.7	-
	20代	19	68.4	31.6	-
	30代	43	72.1	27.9	-
職業	40代	55	67.3	32.7	-
	50代	37	75.7	24.3	-
	60代以上	26	53.8	46.2	-
	会社員、公務員、団体職員	187	68.4	31.6	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	63.0	37.0	-
	自営業・自由業、その他	30	70.0	30.0	-
専業主婦・主夫	61	73.8	26.2	-	
学生、無職	49	49.0	51.0	-	

(2) 認知されている事業

「上記のいずれも知らない」(56.8%)が最も高く、次いで「こころの健康に関する電話相談（よりそいホットライン、こころの電話相談等）」(33.3%)、「こころの健康に関する対面相談事業（各種相談窓口をパンフレットで紹介、実際に悩みを窓口で相談）」(12.3%)の順になっています。

□ Q2. あなたが知っている、または、聞いたことがある事業はありますか。[複数回答可]



性別に見ると、「上記のいずれも知らない」は男性の方が高くなっています。一方で、「こころの健康に関する電話相談（よりそいホットライン、こころの電話相談等）」は女性の方が高くなっています。

年代別に見ると、「上記のいずれも知らない」は年代が上がるにつれて高くなる傾向があります。

		認知されている事業							無回答
		全体 (実数)	こころの健康 に関する電話 相談(よりそ いホットライ ン、こころの 電話相談等)	スマートフォ ン、パソコン 等のできるメ ンタルヘルス チェックシス テム「こころ の体温計」	こころの健康 に関する対 面相談事業(各 種相談窓口を パンフレットで 紹介、実際に 悩みを窓口で 相談)	自殺のサイン に気づき、寄 り添うことが できる人 (ゲートキー パー)	上記のいづ れも知らない	その他	
		(%)							
全体		400	33.3	11.5	12.3	8.8	56.8	0.3	-
性別	男性	220	26.4	11.4	12.7	9.1	63.6	0.5	-
	女性	180	41.7	11.7	11.7	8.3	48.3	-	-
年代	20代	31	45.2	12.9	6.5	19.4	38.7	-	-
	30代	68	45.6	17.6	14.7	11.8	39.7	-	-
	40代	113	35.4	12.4	15.0	9.7	55.8	-	-
	50代	99	26.3	9.1	13.1	9.1	63.6	1.0	-
	60代以上	89	24.7	7.9	7.9	1.1	69.7	-	-
	男性計	220	26.4	11.4	12.7	9.1	63.6	0.5	-
性別 × 年代	20代	12	33.3	25.0	8.3	25.0	41.7	-	-
	30代	25	36.0	12.0	16.0	20.0	48.0	-	-
	40代	58	34.5	13.8	20.7	13.8	53.4	-	-
	50代	62	21.0	8.1	12.9	6.5	71.0	1.6	-
	60代以上	63	19.0	9.5	4.8	-	76.2	-	-
	女性計	180	41.7	11.7	11.7	8.3	48.3	-	-
	20代	19	52.6	5.3	5.3	15.8	36.8	-	-
	30代	43	51.2	20.9	14.0	7.0	34.9	-	-
職業	会社員・公務員、団体職員	187	33.2	15.5	12.8	11.8	54.0	0.5	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	34.2	5.5	16.4	5.5	54.8	-	-
	自営業・自由業、その他	30	43.3	16.7	13.3	16.7	53.3	-	-
	専業主婦・主夫	61	37.7	9.8	11.5	3.3	52.5	-	-
	学生、無職	49	20.4	4.1	4.1	4.1	77.6	-	-

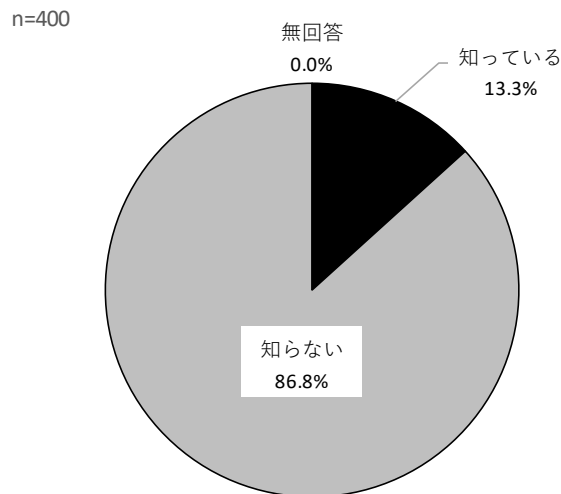
3 秦野の魅力づくり

駅周辺のにぎわいの創出に向けた今後の取組の進め方の検討や、秦野の魅力づくりに向けて、表丹沢の認知度を調査するものです。

(1) にぎわい創造の取組の周知度

「知っている」が13.3%、「知らない」が86.8%となっています。

□ Q3. 駅周辺のにぎわい創造の取組について、シンポジウムなどを実施していることを知っていますか。[単一回答]



性別に見ると、「知っている」は男性の方が高くなっています。

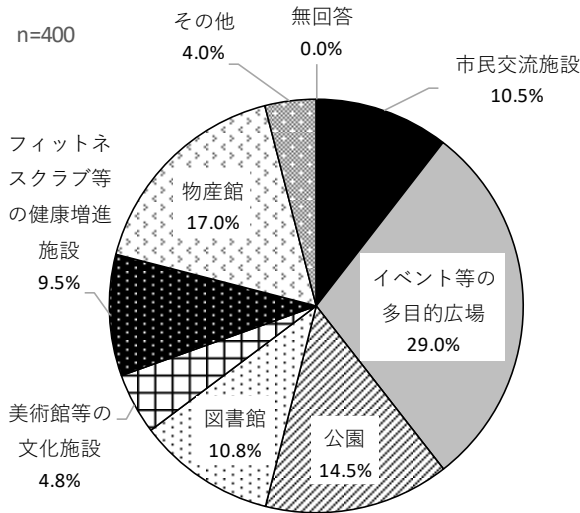
年代別に見ると、「知っている」は年代が上がるにつれて概ね低くなる傾向があります。

		にぎわい創造の取組の周知度			
		全体 (実数)	知っている	知らない	無回答
		(%)			
全体		400	13.3	86.8	-
性別	男性	220	16.4	83.6	-
	女性	180	9.4	90.6	-
年代	20代	31	19.4	80.6	-
	30代	68	16.2	83.8	-
	40代	113	14.2	85.8	-
	50代	99	10.1	89.9	-
	60代以上	89	11.2	88.8	-
	男性計	220	16.4	83.6	-
性別 × 年代	20代	12	50.0	50.0	-
	30代	25	24.0	76.0	-
	40代	58	17.2	82.8	-
	50代	62	12.9	87.1	-
	60代以上	63	9.5	90.5	-
	女性計	180	9.4	90.6	-
	20代	19	-	100.0	-
	30代	43	11.6	88.4	-
職業	会社員、公務員、団体職員	187	14.4	85.6	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	13.7	86.3	-
	自営業・自由業、その他	30	10.0	90.0	-
	専業主婦・主夫	61	13.1	86.9	-
	学生、無職	49	10.2	89.8	-

(2) にぎわい創造の取組のための施設の要望

「イベント等の多目的広場」(29.0%)が最も高く、次いで「物産館」(17.0%)、「公園」(14.5%)の順になっています。

□ Q4. 駅周辺のにぎわい創造の取組のためにはどのような施設があると良いと思いますか。[単一回答]



その他	件数
商店街・ショッピングモール	4
植物園のような施設	1
スポーツイベントが開催できる施設	1
学校 若い世代が多く集まれば、自然とお店も増えるはず	1
保育園など、子どもの関係の施設	1
自然を生かした施設	1
飲食店	1
教育施設。学校では無い、多種多様なスクール	1
商業施設	1
ららぽーとのような商業施設、赤ちゃんのための設備、遊び場が整った場所	1
ドックラン	1
映画館	1
わからない	1

「イベント等の多目的広場」は男性の方が高くなっています。一方で、「公園」と「物産館」は女性の方が高くなっています。

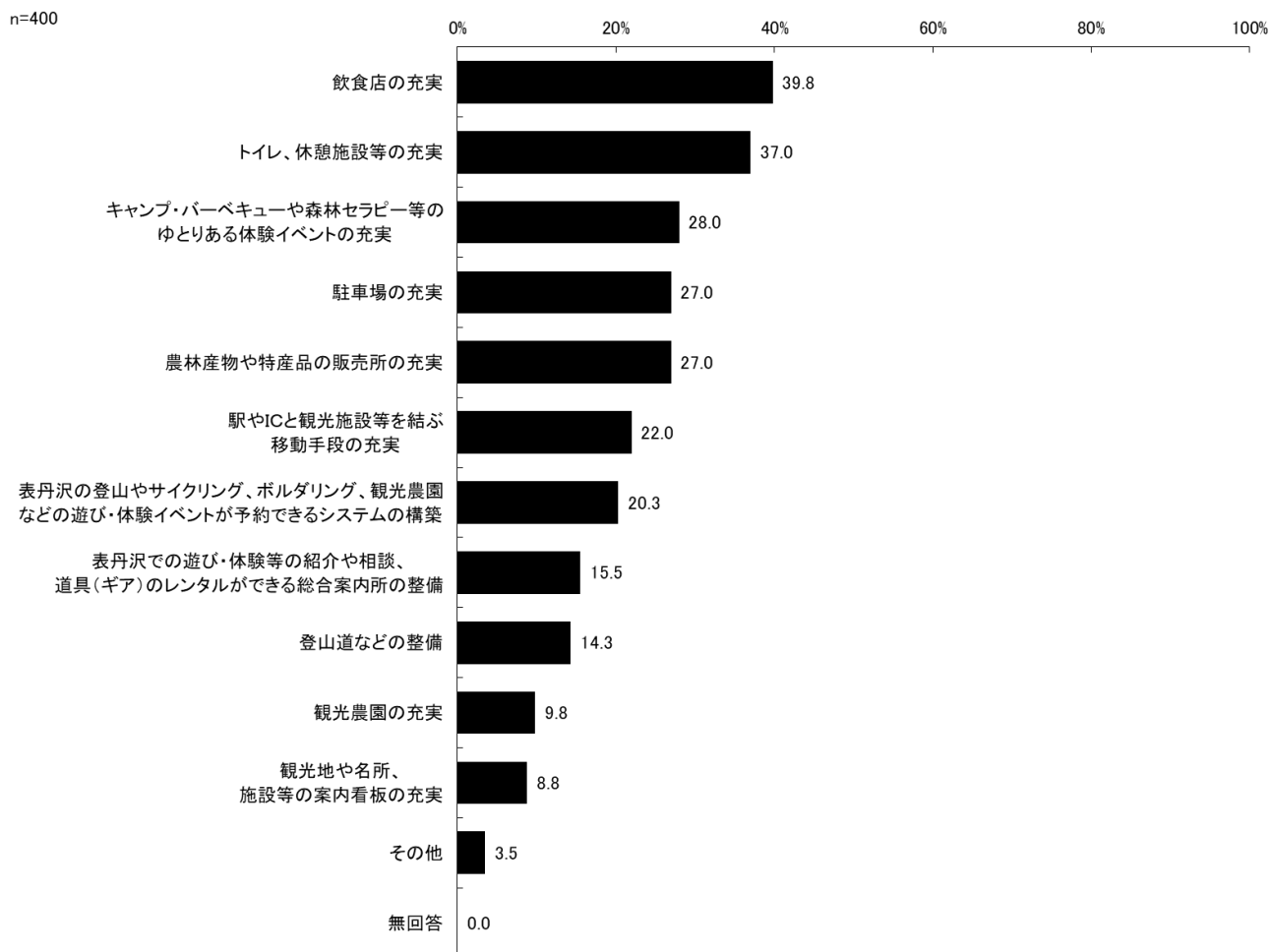
年代別では大きな傾向差は見られませんでした。

		にぎわい創造の取組のための施設の要望									
		全体 (実数)	市民交流 施設	イベント等 の多目的 広場	公園	図書館	美術館等 の文化施 設	フィットネ スクラブ等 の健康増 進施設	物産館	その他	無回答
全体 (%)		400	10.5	29.0	14.5	10.8	4.8	9.5	17.0	4.0	-
性別	男性	220	9.1	31.4	11.8	11.4	5.9	10.5	14.5	5.5	-
	女性	180	12.2	26.1	17.8	10.0	3.3	8.3	20.0	2.2	-
年代	20代	31	6.5	19.4	19.4	22.6	-	22.6	9.7	-	-
	30代	68	13.2	39.7	17.6	10.3	2.9	5.9	4.4	5.9	-
	40代	113	7.1	28.3	16.8	12.4	0.9	14.2	17.7	2.7	-
	50代	99	12.1	27.3	6.1	11.1	5.1	7.1	25.3	6.1	-
	60代以上	89	12.4	27.0	16.9	4.5	12.4	4.5	19.1	3.4	-
	男性計	220	9.1	31.4	11.8	11.4	5.9	10.5	14.5	5.5	-
性別 × 年代	20代	12	8.3	8.3	16.7	41.7	-	25.0	-	-	-
	30代	25	16.0	24.0	16.0	24.0	4.0	8.0	-	8.0	-
	40代	58	1.7	43.1	13.8	8.6	-	15.5	12.1	5.2	-
	50代	62	9.7	29.0	3.2	12.9	6.5	8.1	24.2	6.5	-
	60代以上	63	12.7	30.2	15.9	1.6	12.7	6.3	15.9	4.8	-
	女性計	180	12.2	26.1	17.8	10.0	3.3	8.3	20.0	2.2	-
	20代	19	5.3	26.3	21.1	10.5	-	21.1	15.8	-	-
	30代	43	11.6	48.8	18.6	2.3	2.3	4.7	7.0	4.7	-
	40代	55	12.7	12.7	20.0	16.4	1.8	12.7	23.6	-	-
	50代	37	16.2	24.3	10.8	8.1	2.7	5.4	27.0	5.4	-
60代以上	26	11.5	19.2	19.2	11.5	11.5	-	26.9	-	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	187	7.5	33.7	12.8	10.7	3.7	11.8	15.0	4.8	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	12.3	27.4	17.8	6.8	6.8	9.6	13.7	5.5	-
	自営業・自由業、その他	30	10.0	30.0	20.0	6.7	-	6.7	26.7	-	-
	専業主婦・主夫	61	16.4	14.8	13.1	16.4	4.9	6.6	26.2	1.6	-
	学生、無職	49	12.2	30.6	14.3	12.2	8.2	6.1	12.2	4.1	-

(3) 表丹沢の魅力づくりのために期待する取組

「飲食店の充実」(39.8%)が最も高く、次いで「トイレ、休憩施設等の充実」(37.0%)、「キャンプ・バーベキューや森林セラピー等のゆとりある体験イベントの充実」(28.0%)の順になっています。

□ Q5. 令和4年4月に開通した新東名高速道路を千載一遇のチャンスととらえ、表丹沢の魅力づくりを進めるうえで、今後どのような取組を期待しますか。[3 つまで]



性別に見ると、「駐車場の充実」は男性の方が高くなっています。一方で、「キャンプ・バーベキューや森林セラピー等のゆとりある体験イベントの充実」は女性の方が高くなっています。

年代別に見ると、「キャンプ・バーベキューや森林セラピー等のゆとりある体験イベントの充実」は年代が上がるにつれて低くなる傾向があります。

		表丹沢の魅力づくりのために期待する取組													
		全体 (実数)	駐車場の 充実	トイレ、休 憩施設等 の充実	登山道など の整備	農林産物 や特産品 の販売所 の充実	飲食店の 充実	観光農園 の充実	キャンプ・ バーベ キューや森 林セラピー 等のゆとり ある体験イ ベントの充 実	駅やICと観 光施設等を 結ぶ移動 手段の充 実	観光地や 名所、施設 等の案内 看板の充 実	表丹沢の 登山やサイ クリング、 ホルダリン グ、観光農 園などの遊 び・体験イ ベントが予 約できるシ ステムの構 築	表丹沢で の遊び・体 験等の紹 介や相談、 道具(ギア)のレンタ ルができる 総合案内 所の整備	その他	無回答
		(%)													
全体		400	27.0	37.0	14.3	27.0	39.8	9.8	28.0	22.0	8.8	20.3	15.5	3.5	-
性別	男性	220	31.8	37.7	15.9	25.5	38.6	10.9	23.6	23.6	8.2	18.6	15.5	2.7	-
	女性	180	21.1	36.1	12.2	28.9	41.1	8.3	33.3	20.0	9.4	22.2	15.6	4.4	-
年代	20代	31	25.8	38.7	6.5	16.1	29.0	12.9	41.9	12.9	16.1	3.2	12.9	6.5	-
	30代	68	32.4	38.2	13.2	25.0	50.0	8.8	32.4	23.5	7.4	23.5	10.3	1.5	-
	40代	113	17.7	31.9	20.4	23.0	38.9	7.1	29.2	16.8	5.3	30.1	20.4	3.5	-
	50代	99	28.3	36.4	8.1	31.3	45.5	10.1	24.2	23.2	8.1	16.2	15.2	5.1	-
	60代以上	89	33.7	42.7	16.9	32.6	30.3	12.4	22.5	29.2	12.4	15.7	14.6	2.2	-
	男性計	220	31.8	37.7	15.9	25.5	38.6	10.9	23.6	23.6	8.2	18.6	15.5	2.7	-
性別 × 年代	20代	12	25.0	50.0	8.3	-	25.0	16.7	33.3	16.7	8.3	-	8.3	-	-
	30代	25	44.0	32.0	12.0	16.0	52.0	8.0	24.0	28.0	4.0	24.0	12.0	-	-
	40代	58	22.4	32.8	24.1	24.1	31.0	8.6	24.1	20.7	6.9	29.3	20.7	1.7	-
	50代	62	29.0	32.3	8.1	29.0	46.8	9.7	27.4	21.0	6.5	16.1	17.7	6.5	-
	60代以上	63	39.7	47.6	19.0	31.7	34.9	14.3	17.5	28.6	12.7	12.7	11.1	1.6	-
	女性計	180	21.1	36.1	12.2	28.9	41.1	8.3	33.3	20.0	9.4	22.2	15.6	4.4	-
	20代	19	26.3	31.6	5.3	26.3	31.6	10.5	47.4	10.5	21.1	5.3	15.8	10.5	-
	30代	43	25.6	41.9	14.0	30.2	48.8	9.3	37.2	20.9	9.3	23.3	9.3	2.3	-
	40代	55	12.7	30.9	16.4	21.8	47.3	5.5	34.5	12.7	3.6	30.9	20.0	5.5	-
	50代	37	27.0	43.2	8.1	35.1	43.2	10.8	18.9	27.0	10.8	16.2	10.8	2.7	-
	60代以上	26	19.2	30.8	11.5	34.6	19.2	7.7	34.6	30.8	11.5	23.1	23.1	3.8	-
	職業	会社員、公務員、団体職員	187	27.3	33.2	15.0	24.1	42.2	9.1	29.9	22.5	8.6	19.8	17.1	3.2
派遣、契約社員、パート・アルバイト		73	21.9	34.2	12.3	26.0	47.9	8.2	32.9	23.3	2.7	21.9	11.0	5.5	-
自営業・自由業、その他		30	26.7	46.7	26.7	26.7	33.3	6.7	40.0	16.7	16.7	23.3	16.7	3.3	-
専業主婦・主夫		61	16.4	34.4	9.8	37.7	29.5	13.1	18.0	19.7	11.5	27.9	18.0	4.9	-
学生、無職		49	46.9	53.1	12.2	26.5	34.7	12.2	18.4	24.5	10.2	8.2	12.2	-	-

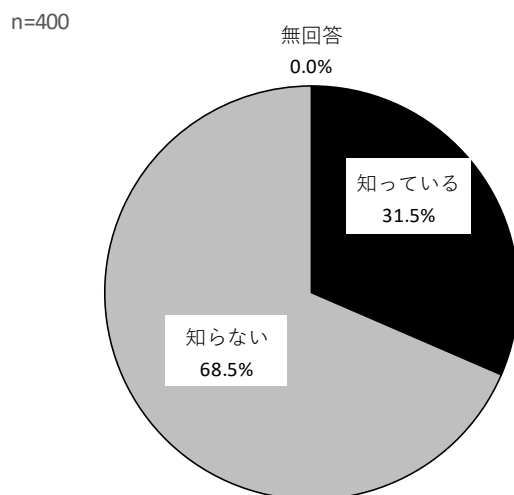
その他	件数
温泉施設	2
観光より企業誘致 財政面の施策を期待します	1
集客を行うことで自然環境が破壊されないことを望む	1
住民参加型の自然を生かした整備(農業体験、林業体験、水を生かした体験など、など)	1
御殿場アウトレットの様な車での来店中心の大規模商業施設	1
子育て支援	1
外部へのPR	1
観光客だけでなく地元民も楽しめるような施設	1
ドックラン	1
わからない	1
特になし	3

(4)「OMOTAN」の認知度

「知っている」が31.5%、「知らない」が68.5%となっています。

□ Q6. 昨年4月に表丹沢のロゴマーク「OMOTAN」を作成しましたが、「OMOTAN」という名称を知っていますか。

[単一回答]



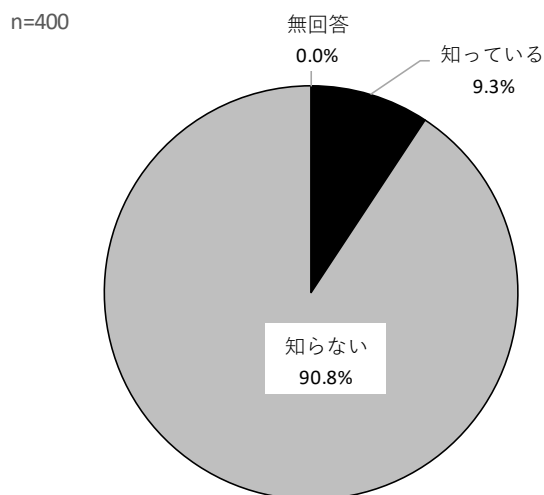
性別・年代別では大きな傾向差は見られませんでした。

		「OMOTAN」の認知度			
		全体 (実数)	知っている	知らない	無回答
		(%)			
全体		400	31.5	68.5	-
性別	男性	220	31.8	68.2	-
	女性	180	31.1	68.9	-
年代	20代	31	29.0	71.0	-
	30代	68	25.0	75.0	-
	40代	113	38.1	61.9	-
	50代	99	24.2	75.8	-
	60代以上	89	37.1	62.9	-
性別 × 年代	男性計	220	31.8	68.2	-
	20代	12	50.0	50.0	-
	30代	25	20.0	80.0	-
	40代	58	39.7	60.3	-
	50代	62	19.4	80.6	-
	60代以上	63	38.1	61.9	-
	女性計	180	31.1	68.9	-
	20代	19	15.8	84.2	-
	30代	43	27.9	72.1	-
	40代	55	36.4	63.6	-
50代	37	32.4	67.6	-	
60代以上	26	34.6	65.4	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	187	30.5	69.5	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	35.6	64.4	-
	自営業・自由業、その他	30	23.3	76.7	-
	専業主婦・主夫	61	32.8	67.2	-
	学生、無職	49	32.7	67.3	-

(5)「OMOTAN」総合ホームページの認知度

「知っている」が9.3%、「知らない」が90.8%となっています。

□ Q7. 昨年8月に表丹沢の観光スポットやグルメ・お土産、遊び・体験などの魅力を発信するために開設した「OMOTAN」総合ホームページを知っていますか。[単一回答]



性別に見ると、「知っている」は男性の方が高くなっています。

年代別に見ると、「知っている」は年代が上がるにつれて概ね低くなる傾向にあります。

		「OMOTAN」総合ホームページの認知度			
		全体 (実数)	知っている	知らない	無回答
		(%)			
全体		400	9.3	90.8	-
性別	男性	220	12.3	87.7	-
	女性	180	5.6	94.4	-
年代	20代	31	16.1	83.9	-
	30代	68	14.7	85.3	-
	40代	113	9.7	90.3	-
	50代	99	4.0	96.0	-
	60代以上	89	7.9	92.1	-
	男性計	220	12.3	87.7	-
性別 × 年代	20代	12	41.7	58.3	-
	30代	25	24.0	76.0	-
	40代	58	13.8	86.2	-
	50代	62	4.8	95.2	-
	60代以上	63	7.9	92.1	-
	女性計	180	5.6	94.4	-
	20代	19	-	100.0	-
	30代	43	9.3	90.7	-
	40代	55	5.5	94.5	-
	50代	37	2.7	97.3	-
60代以上	26	7.7	92.3	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	187	11.2	88.8	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	9.6	90.4	-
	自営業・自由業、その他	30	3.3	96.7	-
	専業主婦・主夫	61	6.6	93.4	-
	学生、無職	49	8.2	91.8	-

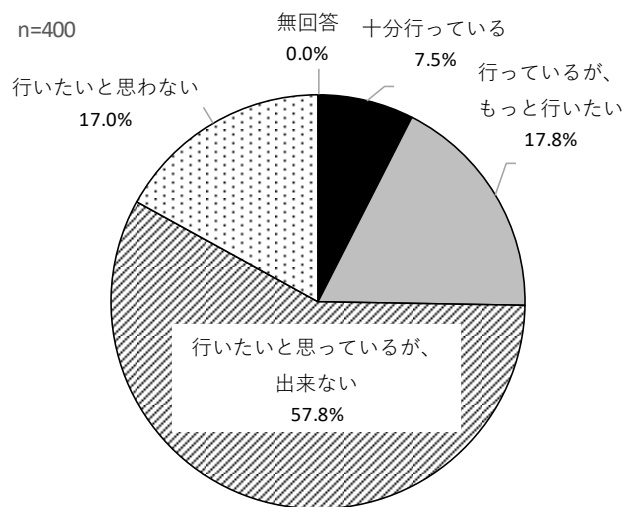
4 スポーツの実施状況

スポーツの嗜好等について、今後のスポーツ事業の企画やスポーツ施設の維持管理・整備等の参考とするため調査するものです。

(1) 日常生活における実施状況

「行いたいと思っているが、出来ない」が57.8%と最も高く、「行っているが、もっと行いたい」が17.8%、「行いたいと思わない」が17.0%となっています。

□ Q8. 日常生活でどのくらいスポーツを行っていますか。[単一回答]



性別に見ると、「十分行っている」と「行っているが、もっと行いたい」は男性の方が高くなっています。

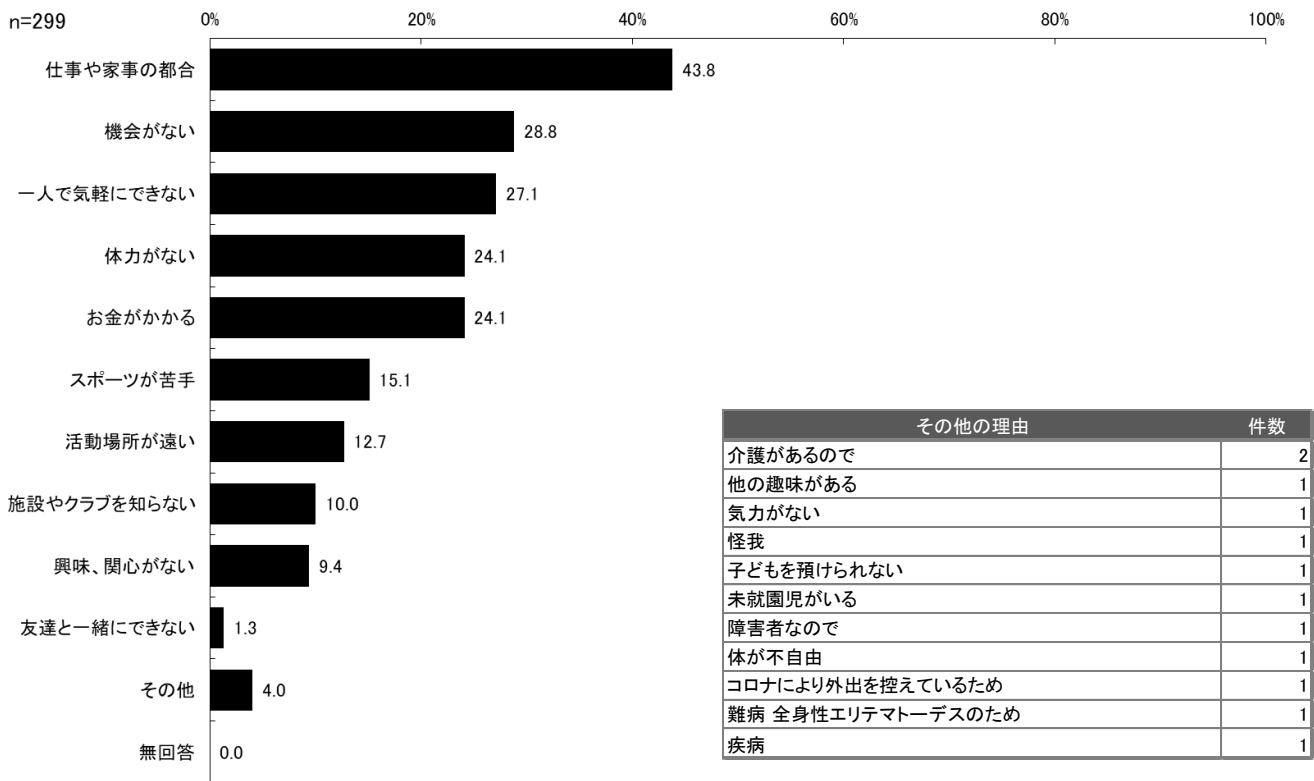
年代別に見ると、「行いたいと思わない」は年代が上がるにつれて概ね高くなる傾向があります。

		日常生活における実施状況					無回答
		全体 (実数)	十分行っている	行っているが、もっと行いたい	行いたいと思っているが、出来ない	行いたいと思わない	
		(%)					
全体		400	7.5	17.8	57.8	17.0	-
性別	男性	220	10.0	24.5	51.4	14.1	-
	女性	180	4.4	9.4	65.6	20.6	-
年代	20代	31	9.7	25.8	54.8	9.7	-
	30代	68	7.4	16.2	63.2	13.2	-
	40代	113	9.7	17.7	58.4	14.2	-
	50代	99	7.1	17.2	52.5	23.2	-
	60代以上	89	4.5	16.9	59.6	19.1	-
	男性計	220	10.0	24.5	51.4	14.1	-
性別 × 年代	20代	12	25.0	41.7	33.3	-	-
	30代	25	12.0	36.0	40.0	12.0	-
	40代	58	17.2	24.1	48.3	10.3	-
	50代	62	3.2	21.0	56.5	19.4	-
	60代以上	63	6.3	20.6	57.1	15.9	-
	女性計	180	4.4	9.4	65.6	20.6	-
	20代	19	-	15.8	68.4	15.8	-
	30代	43	4.7	4.7	76.7	14.0	-
	40代	55	1.8	10.9	69.1	18.2	-
	50代	37	13.5	10.8	45.9	29.7	-
60代以上	26	-	7.7	65.4	26.9	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	187	9.1	21.4	55.1	14.4	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	5.5	12.3	60.3	21.9	-
	自営業・自由業、その他	30	6.7	23.3	56.7	13.3	-
	専業主婦・主夫	61	4.9	9.8	65.6	19.7	-
	学生、無職	49	8.2	18.4	55.1	18.4	-

(2) 出来ない・行いたいと思わない理由

「仕事や家事の都合」が43.8%と最も高く、「機会がない」が28.8%、「一人で気軽にできない」が27.1%となっています。

□ Q9. Q8で「行いたいと思っているが、出来ない」「行いたいと思わない」とお答えの方にお聞きます。出来ない・行いたいと思わない理由は何ですか。[3つまで]



性別に見ると、「機会がない」、「施設やクラブを知らない」と「一人で気軽にできない」は男性の方が高くなっています。一方で、「体力がない」、「お金がかかる」と「スポーツが苦手」は女性の方が高くなっています。

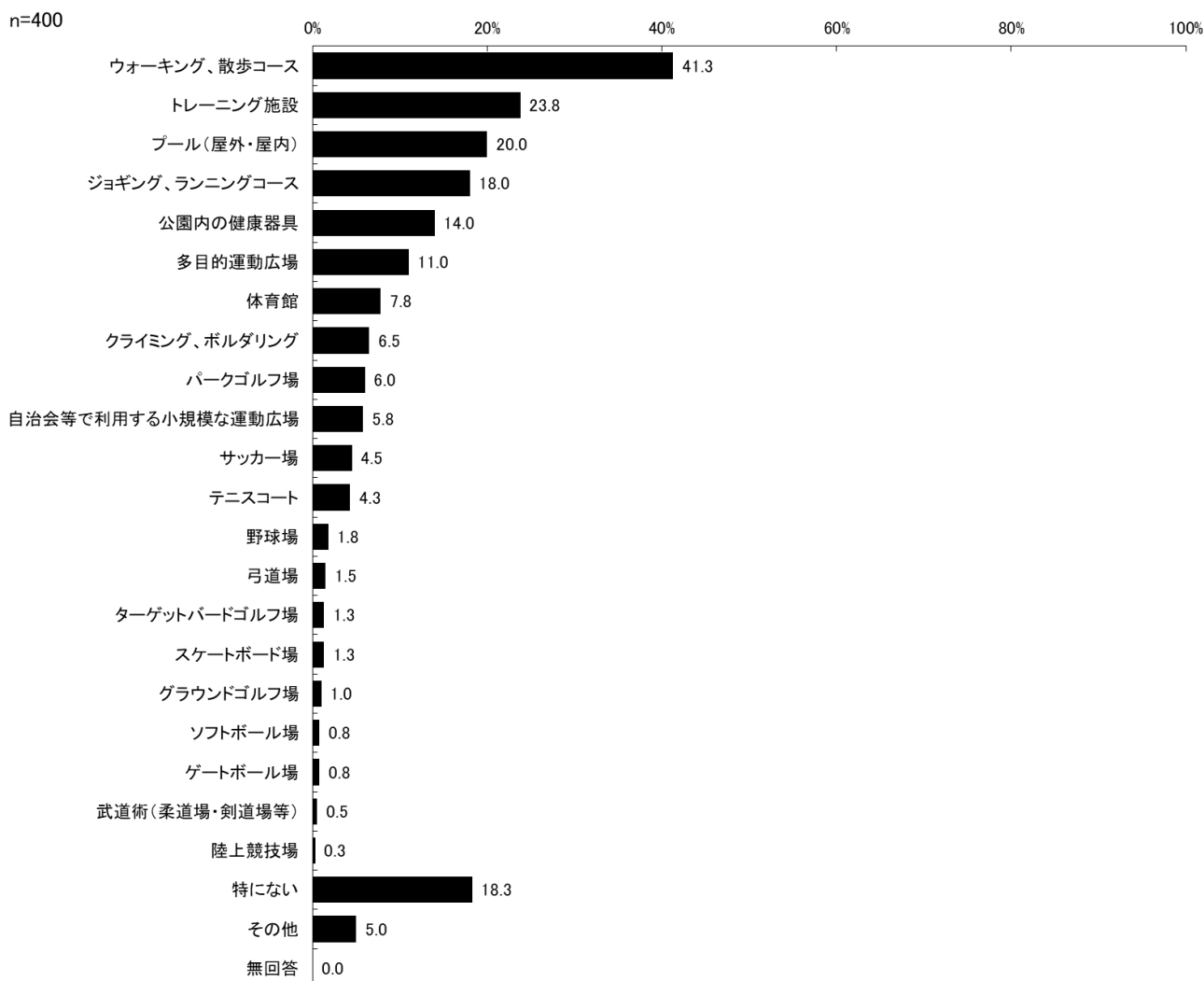
年代別では大きな傾向差は見られませんでした。

		出来ない・行いたいと思わない理由												
		全体 (実数)	仕事や家 事の都合	機会がな い	施設やクラ ブを知らな い	体力がな い	お金がか かる	興味、関心 がない	友達と一緒 にできない	スポーツが 苦手	活動場所 が遠い	一人で気 軽にできな い	その他	無回答
全体 (%)		299	43.8	28.8	10.0	24.1	24.1	9.4	1.3	15.1	12.7	27.1	4.0	-
性別	男性	144	43.1	31.3	12.5	19.4	21.5	9.0	1.4	10.4	13.2	30.6	2.8	-
	女性	155	44.5	26.5	7.7	28.4	26.5	9.7	1.3	19.4	12.3	23.9	5.2	-
年代	20代	20	40.0	45.0	10.0	20.0	20.0	10.0	-	20.0	10.0	20.0	5.0	-
	30代	52	59.6	21.2	7.7	23.1	26.9	5.8	-	13.5	15.4	25.0	1.9	-
	40代	82	54.9	30.5	6.1	22.0	28.0	4.9	1.2	17.1	13.4	23.2	3.7	-
	50代	75	45.3	24.0	9.3	25.3	22.7	12.0	-	14.7	10.7	29.3	2.7	-
	60代以上	70	18.6	32.9	17.1	27.1	20.0	14.3	4.3	12.9	12.9	32.9	7.1	-
	男性計	144	43.1	31.3	12.5	19.4	21.5	9.0	1.4	10.4	13.2	30.6	2.8	-
性別 × 年代	20代	4	50.0	50.0	-	25.0	25.0	-	-	25.0	25.0	25.0	-	-
	30代	13	53.8	7.7	7.7	15.4	30.8	7.7	-	23.1	7.7	15.4	7.7	-
	40代	34	55.9	38.2	2.9	8.8	20.6	5.9	2.9	8.8	17.6	23.5	-	-
	50代	47	53.2	25.5	12.8	14.9	19.1	10.6	-	4.3	10.6	36.2	2.1	-
	60代以上	46	19.6	37.0	21.7	32.6	21.7	10.9	2.2	13.0	13.0	34.8	4.3	-
	女性計	155	44.5	26.5	7.7	28.4	26.5	9.7	1.3	19.4	12.3	23.9	5.2	-
	20代	16	37.5	43.8	12.5	18.8	18.8	12.5	-	18.8	6.3	18.8	6.3	-
30代	39	61.5	25.6	7.7	25.6	25.6	5.1	-	10.3	17.9	28.2	-	-	
40代	48	54.2	25.0	8.3	31.3	33.3	4.2	-	22.9	10.4	22.9	6.3	-	
50代	28	32.1	21.4	3.6	42.9	28.6	14.3	-	32.1	10.7	17.9	3.6	-	
60代以上	24	16.7	25.0	8.3	16.7	16.7	20.8	8.3	12.5	12.5	29.2	12.5	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	130	60.0	29.2	6.9	18.5	23.8	7.7	-	9.2	13.8	23.1	1.5	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	60	41.7	31.7	15.0	31.7	31.7	8.3	1.7	23.3	15.0	23.3	3.3	-
	自営業・自由業、その他	21	42.9	33.3	4.8	19.0	19.0	19.0	9.5	19.0	14.3	28.6	4.8	-
	専業主婦・主夫	52	34.6	21.2	11.5	21.2	21.2	7.7	1.9	15.4	9.6	32.7	7.7	-
	学生、無職	36	2.8	30.6	13.9	38.9	19.4	13.9	-	19.4	8.3	38.9	8.3	-

(3) 充実してほしい施設等

「ウォーキング、散歩コース」が41.3%と最も高く、「トレーニング施設」が23.8%、「プール（屋外・屋内）」が20.0%となっています。

□ Q10. 充実してほしいスポーツ施設等は何ですか。[3 つまで]



性別に見ると、「ジョギング、ランニングコース」、「多目的運動広場」と「トレーニング施設」は男性の方が高くなっています。一方で、「ウォーキング、散歩コース」と「公園内の健康器具」は女性の方が高くなっています。

年代別に見ると、「体育館」は年代が上がるにつれて低くなる傾向があります。

		充実してほしい施設等													
		全体 (実数)	ジョギング、 ランニングコース	ウォーキング、 散歩コース	野球場	ソフトボ ール場	多目的運 動広場	テニスコ ート	陸上競技 場	プール(屋 外・屋内)	サッカー場	グラウンド ゴルフ場	ターゲット バードゴル フ場	ゲートボ ール場	
全体		(%)	400	18.0	41.3	1.8	0.8	11.0	4.3	0.3	20.0	4.5	1.0	1.3	0.8
性別	男性		220	22.7	37.7	2.7	0.9	13.6	6.8	0.5	19.5	5.9	0.5	2.3	0.5
	女性		180	12.2	45.6	0.6	0.6	7.8	1.1	-	20.6	2.8	1.7	-	1.1
年代	20代		31	16.1	32.3	-	6.5	19.4	9.7	-	19.4	9.7	3.2	-	3.2
	30代		68	20.6	27.9	2.9	-	13.2	4.4	-	20.6	2.9	2.9	2.9	1.5
	40代		113	27.4	47.8	-	-	6.2	2.7	0.9	19.5	7.1	-	0.9	-
	50代		99	15.2	35.4	2.0	-	11.1	5.1	-	23.2	4.0	1.0	1.0	-
	60代以上		89	7.9	52.8	3.4	1.1	12.4	3.4	-	16.9	1.1	-	1.1	1.1
	男性計		220	22.7	37.7	2.7	0.9	13.6	6.8	0.5	19.5	5.9	0.5	2.3	0.5
性別 × 年代	20代		12	16.7	16.7	-	8.3	16.7	25.0	-	16.7	25.0	-	-	8.3
	30代		25	28.0	24.0	8.0	-	20.0	12.0	-	16.0	4.0	4.0	8.0	-
	40代		58	43.1	41.4	-	-	8.6	3.4	1.7	19.0	10.3	-	1.7	-
	50代		62	16.1	30.6	3.2	-	14.5	8.1	-	21.0	3.2	-	1.6	-
	60代以上		63	9.5	50.8	3.2	1.6	14.3	3.2	-	20.6	1.6	-	1.6	-
	女性計		180	12.2	45.6	0.6	0.6	7.8	1.1	-	20.6	2.8	1.7	-	1.1
	20代		19	15.8	42.1	-	5.3	21.1	-	-	21.1	-	5.3	-	-
	30代		43	16.3	30.2	-	-	9.3	-	-	23.3	2.3	2.3	-	2.3
	40代		55	10.9	54.5	-	-	3.6	1.8	-	20.0	3.6	-	-	-
	50代		37	13.5	43.2	-	-	5.4	-	-	27.0	5.4	2.7	-	-
60代以上		26	3.8	57.7	3.8	-	7.7	3.8	-	7.7	-	-	-	3.8	
職業	会社員、公務員、団体職員		187	28.3	33.2	2.1	-	9.1	5.3	0.5	19.8	4.8	1.1	2.1	1.1
	派遣、契約社員、パート・アルバイト		73	6.8	34.2	1.4	1.4	9.6	4.1	-	19.2	6.8	1.4	1.4	-
	自営業・自由業、その他		30	6.7	60.0	3.3	-	20.0	3.3	-	33.3	6.7	-	-	-
	専業主婦・主夫		61	6.6	50.8	-	1.6	9.8	1.6	-	21.3	1.6	1.6	-	1.6
	学生、無職		49	16.3	59.2	2.0	2.0	16.3	4.1	-	12.2	2.0	-	-	-

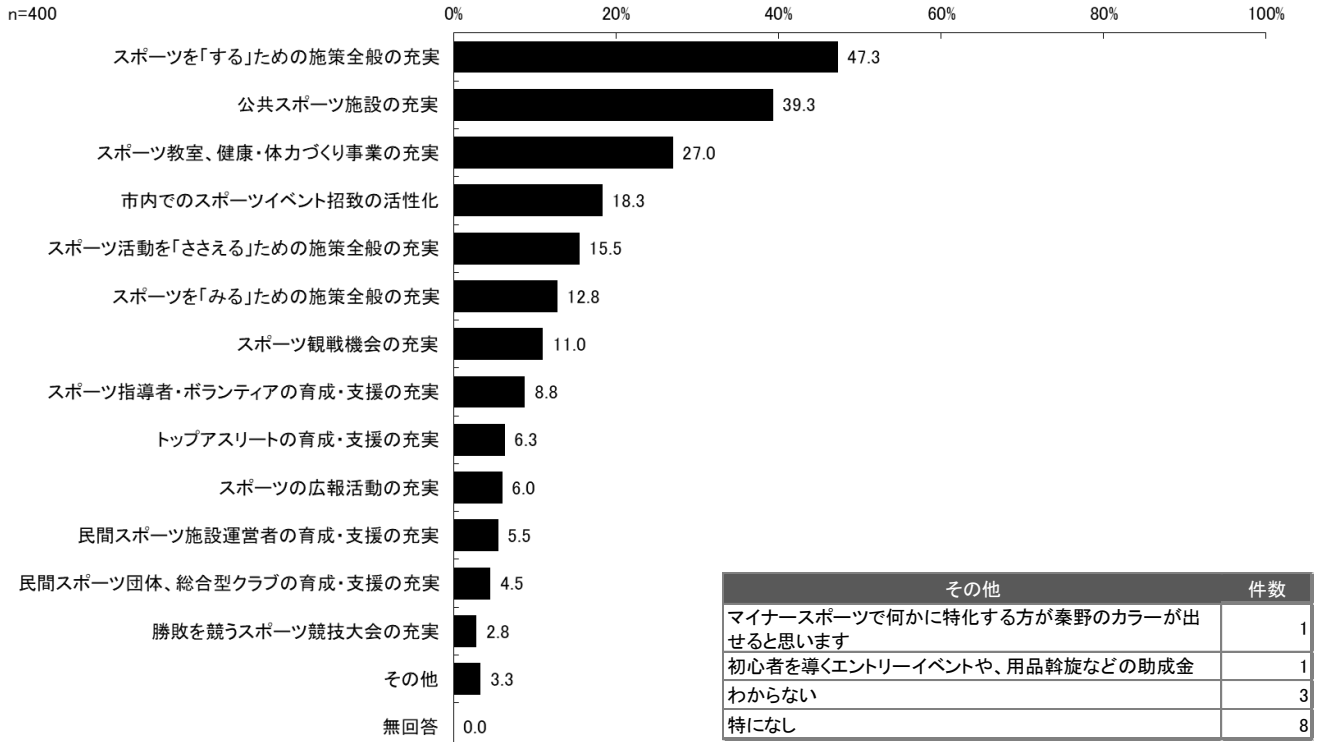
		充実してほしい施設等												
		パークゴルフ場	スケート ボード場	自治会等 で利用する 小規模な 運動広場	体育館	武道術(柔 道場・剣道 場等)	弓道場	トレーニ ング施設	クライミ ング、ボル ダリング	公園内の 健康器具	特にな い	その他	無回答	
全体		(%)	6.0	1.3	5.8	7.8	0.5	1.5	23.8	6.5	14.0	18.3	5.0	-
性別	男性		7.7	0.5	5.0	7.7	0.9	-	28.6	4.5	10.0	17.7	5.0	-
	女性		3.9	2.2	6.7	7.8	-	3.3	17.8	8.9	18.9	18.9	5.0	-
年代	20代		6.5	3.2	6.5	12.9	-	-	25.8	9.7	16.1	9.7	3.2	-
	30代		2.9	1.5	10.3	10.3	-	2.9	27.9	8.8	11.8	16.2	5.9	-
	40代		5.3	1.8	3.5	8.0	-	1.8	24.8	12.4	11.5	13.3	4.4	-
	50代		5.1	1.0	3.0	6.1	1.0	1.0	24.2	1.0	12.1	27.3	8.1	-
	60代以上		10.1	-	7.9	5.6	1.1	1.1	18.0	2.2	20.2	19.1	2.2	-
	男性計		7.7	0.5	5.0	7.7	0.9	-	28.6	4.5	10.0	17.7	5.0	-
性別 × 年代	20代		16.7	8.3	-	8.3	-	-	25.0	-	-	8.3	-	-
	30代		8.0	-	8.0	8.0	-	-	32.0	8.0	8.0	12.0	8.0	-
	40代		3.4	-	1.7	6.9	-	-	34.5	13.8	3.4	10.3	5.2	-
	50代		4.8	-	1.6	8.1	1.6	-	25.8	-	6.5	29.0	9.7	-
	60代以上		12.7	-	11.1	7.9	1.6	-	25.4	-	22.2	17.5	-	-
	女性計		3.9	2.2	6.7	7.8	-	3.3	17.8	8.9	18.9	18.9	5.0	-
	20代		-	-	10.5	15.8	-	-	26.3	15.8	26.3	10.5	5.3	-
	30代		-	2.3	11.6	11.6	-	4.7	25.6	9.3	14.0	18.6	4.7	-
	40代		7.3	3.6	5.5	9.1	-	3.6	14.5	10.9	20.0	16.4	3.6	-
	50代		5.4	2.7	5.4	2.7	-	2.7	21.6	2.7	21.6	24.3	5.4	-
60代以上		3.8	-	-	-	-	3.8	-	7.7	15.4	23.1	7.7	-	
職業	会社員、公務員、団体職員		4.3	0.5	3.2	9.6	0.5	1.1	30.5	8.0	5.3	18.2	5.9	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト		6.8	2.7	6.8	8.2	1.4	2.7	20.5	4.1	16.4	24.7	4.1	-
	自営業・自由業、その他		10.0	3.3	6.7	-	-	-	30.0	6.7	23.3	6.7	3.3	-
	専業主婦・主夫		6.6	1.6	9.8	4.9	-	1.6	9.8	6.6	32.8	16.4	4.9	-
	学生、無職		8.2	-	8.2	8.2	-	2.0	16.3	4.1	14.3	18.4	4.1	-

その他	件数
ドックラン	3
サイクリング場	2
バスケットボールのゴールやフットサルができる常設の施設があれば、ふらっとボールを持ち込んでも身体を動かせると思えます	1
馬術競技場	1
カート場	1
キャンプ場	1
スケートリンク	1
筋トレなどのフィットネスジム	1
ランステ	1
インドア ゴルフ	1
バスケの3on3が出来る公園	1
バスケットコート	1
ヨガ	1
公園内でできるヨガスペース	1
登山	1
ヨガホットヨガスタジオ	1
卓球場	1

(4) 期待するスポーツ施策の方向性

「スポーツを「する」ための施策全般の充実」が47.3%と最も高く、「公共スポーツ施設の充実」が39.3%、「スポーツ教室、健康・体力づくり事業の充実」が27.0%となっています。

□ Q11. 秦野市のスポーツ施策の方向性として、あなたが期待することは何ですか。[3つまで]



性別に見ると、「スポーツを「みる」ための施策全般の充実」、「スポーツ観戦機会の充実」と「市内でのスポーツイベント招致の活性化」は男性の方が高くなっています。一方で、「スポーツ教室、健康・体力づくり事業の充実」は女性の方が高くなっています。

年代別では大きな傾向差は見られませんでした。

		期待するスポーツ施策の方向性																
		全体 (実数)	スポーツを「する」ための施策全般の充実	スポーツを「みる」ための施策全般の充実	スポーツ活動を「ささえる」ための施策全般の充実	公共スポーツ施設の充実	勝敗を競うスポーツ競技大会の充実	スポーツ教室、健康・体力づくり事業の充実	民間スポーツ施設運営者の育成・支援の充実	スポーツ観戦機会の充実	スポーツの広報活動の充実	スポーツ指導者・ボランティアの育成・支援の充実	民間スポーツ団体、総合型クラブの育成・支援の充実	トップアスリートの育成・支援の充実	市内でのスポーツイベント招致の活性化	その他	無回答	
		(%)																
全体		400	47.3	12.8	15.5	39.3	2.8	27.0	5.5	11.0	6.0	8.8	4.5	6.3	18.3	3.3	-	
性別	男性	220	48.6	16.4	14.1	39.5	4.5	23.6	6.4	13.6	6.8	8.2	5.9	6.8	20.5	3.6	-	
	女性	180	45.6	8.3	17.2	38.9	0.6	31.1	4.4	7.8	5.0	9.4	2.8	5.6	15.6	2.8	-	
年代	20代	31	35.5	12.9	16.1	45.2	3.2	19.4	6.5	6.5	6.5	9.7	9.7	3.2	16.1	3.2	-	
	30代	68	55.9	2.9	13.2	39.7	1.5	30.9	7.4	5.9	1.5	8.8	4.4	4.4	11.8	2.9	-	
	40代	113	50.4	19.5	15.9	36.3	0.9	25.7	6.2	10.6	3.5	6.2	4.4	8.8	15.9	0.9	-	
	50代	99	45.5	16.2	13.1	36.4	6.1	23.2	4.0	14.1	5.1	12.1	4.0	7.1	23.2	4.0	-	
	60代以上	89	42.7	7.9	19.1	43.8	2.2	32.6	4.5	13.5	13.5	7.9	3.4	4.5	21.3	5.6	-	
	男性計	220	48.6	16.4	14.1	39.5	4.5	23.6	6.4	13.6	6.8	8.2	5.9	6.8	20.5	3.6	-	
性別 × 年代	20代	12	25.0	16.7	25.0	25.0	8.3	25.0	16.7	16.7	8.3	8.3	25.0	-	16.7	-	-	
	30代	25	48.0	8.0	8.0	36.0	4.0	36.0	8.0	8.0	4.0	12.0	8.0	4.0	16.0	8.0	-	
	40代	58	51.7	22.4	13.8	37.9	1.7	20.7	6.9	12.1	3.4	6.9	6.9	10.3	17.2	1.7	-	
	50代	62	45.2	19.4	12.9	38.7	8.1	14.5	4.8	21.0	6.5	9.7	3.2	8.1	25.8	3.2	-	
	60代以上	63	54.0	11.1	15.9	46.0	3.2	30.2	4.8	9.5	11.1	6.3	3.2	4.8	20.6	4.8	-	
	女性計	180	45.6	8.3	17.2	38.9	0.6	31.1	4.4	7.8	5.0	9.4	2.8	5.6	15.6	2.8	-	
	20代	19	42.1	10.5	10.5	57.9	-	15.8	-	4.7	-	5.3	10.5	-	5.3	15.8	5.3	-
	30代	43	60.5	-	16.3	41.9	-	27.9	7.0	4.7	-	7.0	2.3	4.7	9.3	-	-	
	40代	55	49.1	16.4	18.2	34.5	-	30.9	5.5	9.1	3.6	5.5	1.8	7.3	14.5	-	-	
	50代	37	45.9	10.8	13.5	32.4	2.7	37.8	2.7	2.7	2.7	16.2	5.4	5.4	18.9	5.4	-	
	60代以上	26	15.4	-	26.9	38.5	-	38.5	3.8	23.1	19.2	11.5	3.8	3.8	23.1	7.7	-	
	職業	会社員、公務員、団体職員	187	48.7	15.5	12.8	36.4	2.7	23.0	6.4	12.8	4.3	8.0	5.9	8.6	18.7	3.2	-
派遣、契約社員、パート・アルバイト		73	42.5	8.2	13.7	43.8	4.1	30.1	5.5	9.6	8.2	9.6	5.5	5.5	13.7	4.1	-	
自営業・自由業、その他		30	60.0	20.0	36.7	53.3	3.3	26.7	-	3.3	-	13.3	3.3	3.3	16.7	-	-	
専業主婦・主夫		61	41.0	6.6	16.4	31.1	-	34.4	3.3	14.8	4.9	9.8	3.3	6.6	23.0	1.6	-	
学生、無職		49	49.0	12.2	14.3	44.9	4.1	28.6	8.2	6.1	14.3	6.1	-	-	18.4	6.1	-	

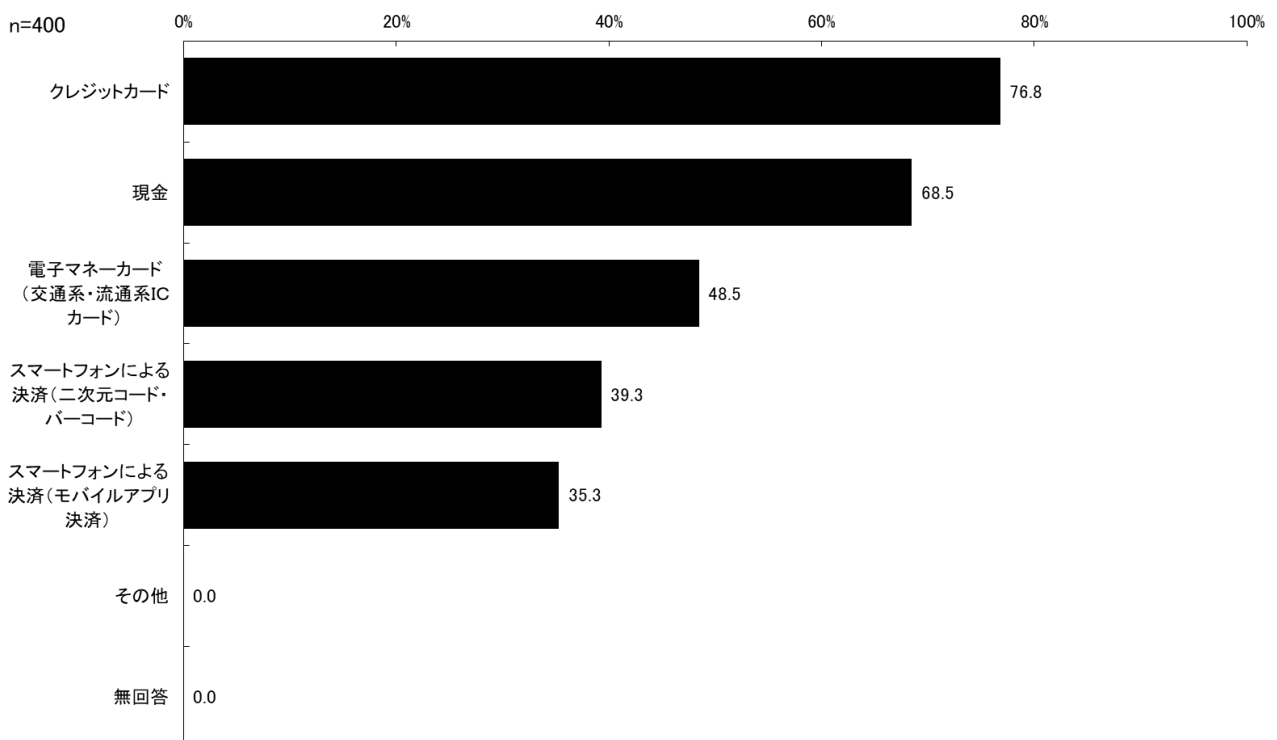
5 電子地域通貨

電子地域通貨について 電子地域通貨導入に向けて今後の施策の参考とするため、利用状況や市民のニーズ等を調査するものです。

(1) 買物をする際に利用する支払方法

「クレジットカード」が76.8%と最も高く、「現金」が68.5%、「電子マネーカード（交通系・流通系ICカード）」が48.5%となっています。

□ Q12. あなたが買物をする際の決済方法は何ですか。[複数回答可]



性別では大きな傾向差は見られませんでした。

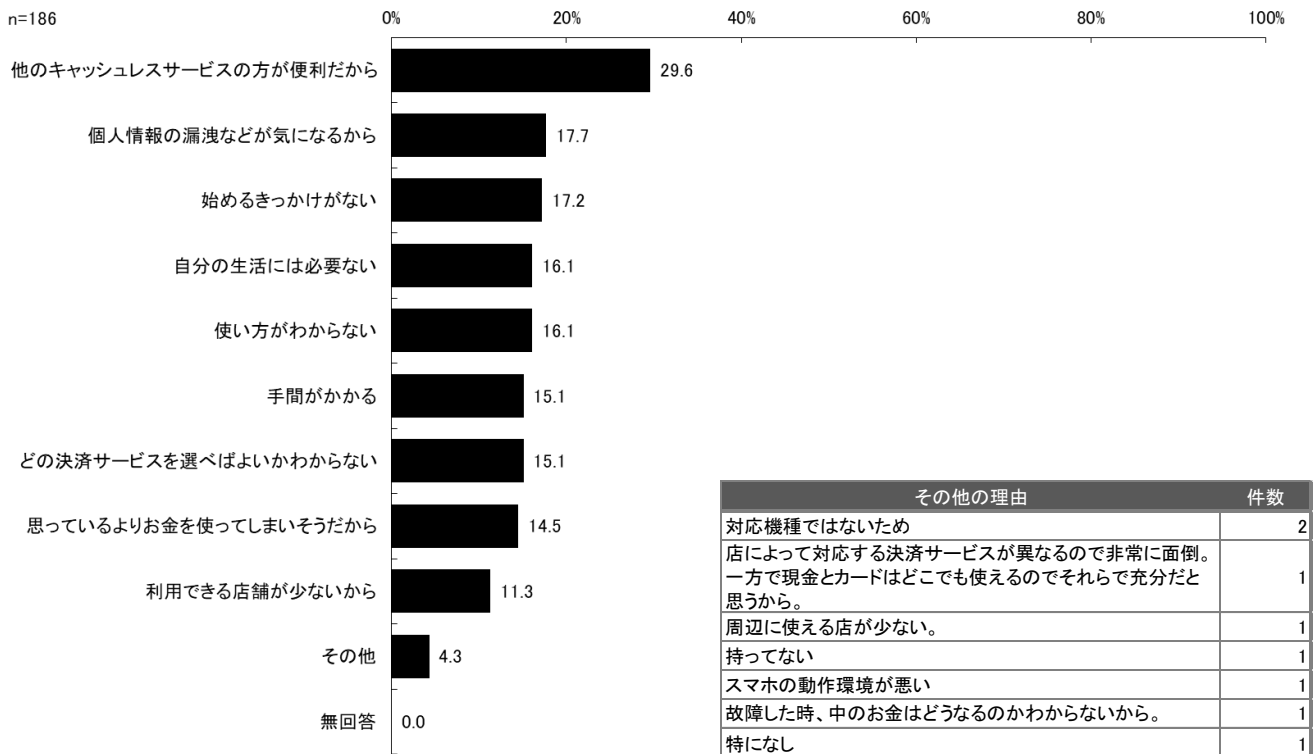
年代別に見ると、「現金」は50代、60代以上で特に高い傾向にあります。

		買物をする際に利用する支払方法							
		全体 (実数)	現金	クレジット カード	電子マネー カード(交 通系・流通 系ICカー ド)	スマート フォンによ る決済(モ バイルア プリ決済)	スマート フォンによ る決済(二 次元コー ド・バー コード)	その他	無回答
		(%)							
全体		400	68.5	76.8	48.5	35.3	39.3	-	-
性別	男性	220	67.3	77.7	50.0	36.4	39.1	-	-
	女性	180	70.0	75.6	46.7	33.9	39.4	-	-
年代	20代	31	61.3	77.4	48.4	32.3	25.8	-	-
	30代	68	58.8	72.1	47.1	36.8	41.2	-	-
	40代	113	64.6	72.6	40.7	35.4	37.2	-	-
	50代	99	73.7	78.8	51.5	39.4	46.5	-	-
	60代以上	89	77.5	83.1	56.2	30.3	37.1	-	-
	男性計	220	67.3	77.7	50.0	36.4	39.1	-	-
性別 × 年代	20代	12	50.0	66.7	41.7	33.3	16.7	-	-
	30代	25	56.0	88.0	52.0	20.0	32.0	-	-
	40代	58	62.1	67.2	43.1	41.4	39.7	-	-
	50代	62	69.4	80.6	53.2	38.7	48.4	-	-
	60代以上	63	77.8	82.5	54.0	36.5	36.5	-	-
	女性計	180	70.0	75.6	46.7	33.9	39.4	-	-
	20代	19	68.4	84.2	52.6	31.6	31.6	-	-
	30代	43	60.5	62.8	44.2	46.5	46.5	-	-
	40代	55	67.3	78.2	38.2	29.1	34.5	-	-
	50代	37	81.1	75.7	48.6	40.5	43.2	-	-
	60代以上	26	76.9	84.6	61.5	15.4	38.5	-	-
職業	会社員、公務員、団体職員	187	59.4	75.9	47.1	36.4	41.2	-	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	75.3	80.8	46.6	38.4	38.4	-	-
	自営業・自由業、その他	30	73.3	73.3	56.7	43.3	43.3	-	-
	専業主婦・主夫	61	70.5	72.1	42.6	32.8	41.0	-	-
	学生、無職	49	87.8	81.6	59.2	24.5	28.6	-	-

(2) スマートフォンによる決済を利用しない理由

「他のキャッシュレスサービスの方が便利だから」(29.6%)が最も高く、次いで「個人情報の漏洩などが気になるから」(17.7%)、「始めるきっかけがない」(17.2%)の順になっています。

□ Q13. スマートフォンによる決済を利用しない方に伺います。利用しない理由は何ですか。[複数回答可]



性別に見ると、「始めるきっかけがない」と「手間がかかる」は男性の方が高くなっています。一方で、「どの決済サービスを選べばよいかわからない」と「思っているよりお金を使ってしまいそうだから」は女性の方が高くなっています。

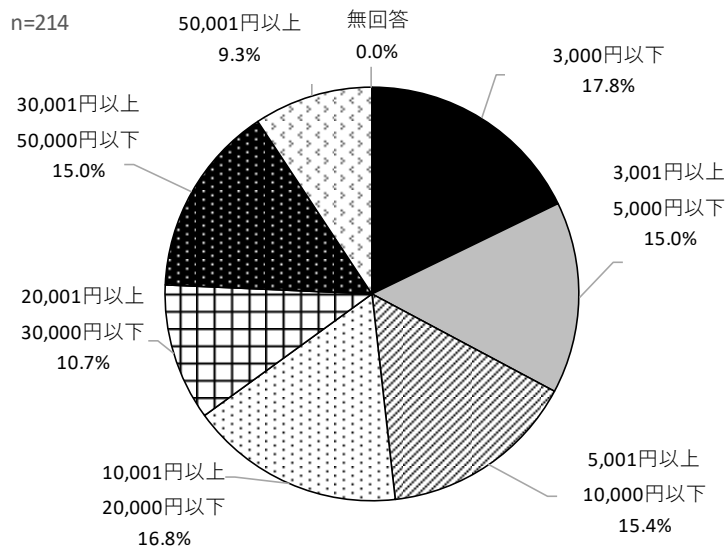
年代別に見ると、「自分の生活には必要ない」、「使い方がわからない」と「個人情報の漏洩などが気になるから」は年代が上がるにつれて概ね高くなる傾向があります。

		スマートフォンによる決済を利用しない理由											
		全体 (実数)	自分の生活には必要ない	使い方がわからない	始めるきっかけがない	他のキャッシュレスサービスの方が便利だから	手間がかかる	どの決済サービスを選べばよいかわからない	個人情報の漏洩などが気になるから	思っているよりお金を使ってしまいそうだから	利用できる店舗が少ないから	その他	無回答
全体		186	16.1	16.1	17.2	29.6	15.1	15.1	17.7	14.5	11.3	4.3	-
性別	男性	107	16.8	17.8	19.6	29.0	18.7	12.1	18.7	9.3	11.2	5.6	-
	女性	79	15.2	13.9	13.9	30.4	10.1	19.0	16.5	21.5	11.4	2.5	-
年代	20代	17	5.9	11.8	17.6	29.4	17.6	11.8	5.9	23.5	17.6	-	-
	30代	28	7.1	14.3	17.9	32.1	7.1	21.4	3.6	21.4	14.3	3.6	-
	40代	51	19.6	15.7	13.7	39.2	13.7	15.7	11.8	11.8	5.9	5.9	-
	50代	40	15.0	15.0	17.5	22.5	15.0	12.5	20.0	15.0	17.5	-	-
	60代以上	50	22.0	20.0	20.0	24.0	20.0	14.0	34.0	10.0	8.0	8.0	-
	男性計	107	16.8	17.8	19.6	29.0	18.7	12.1	18.7	9.3	11.2	5.6	-
性別 × 年代	20代	7	-	14.3	28.6	42.9	14.3	-	-	14.3	28.6	-	-
	30代	15	6.7	20.0	20.0	46.7	6.7	20.0	-	13.3	6.7	6.7	-
	40代	24	20.8	16.7	16.7	41.7	20.8	12.5	12.5	4.2	4.2	8.3	-
	50代	26	11.5	19.2	15.4	19.2	15.4	7.7	15.4	7.7	19.2	-	-
	60代以上	35	25.7	17.1	22.9	17.1	25.7	14.3	37.1	11.4	8.6	8.6	-
	女性計	79	15.2	13.9	13.9	30.4	10.1	19.0	16.5	21.5	11.4	2.5	-
	20代	10	10.0	10.0	10.0	20.0	20.0	20.0	10.0	30.0	10.0	-	-
	30代	13	7.7	7.7	15.4	15.4	7.7	23.1	7.7	30.8	23.1	-	-
	40代	27	18.5	14.8	11.1	37.0	7.4	18.5	11.1	18.5	7.4	3.7	-
	50代	14	21.4	7.1	21.4	28.6	14.3	21.4	28.6	28.6	14.3	-	-
60代以上	15	13.3	26.7	13.3	40.0	6.7	13.3	26.7	6.7	6.7	6.7	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	85	11.8	16.5	23.5	36.5	14.1	9.4	12.9	11.8	9.4	2.4	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	28	17.9	10.7	10.7	17.9	10.7	17.9	28.6	28.6	21.4	3.6	-
	自営業・自由業、その他	12	8.3	8.3	-	50.0	16.7	16.7	8.3	8.3	-	8.3	-
	専業主婦・主夫	28	21.4	10.7	10.7	25.0	14.3	21.4	21.4	21.4	10.7	-	-
	学生、無職	33	24.2	27.3	18.2	18.2	21.2	21.2	21.2	6.1	12.1	12.1	-

(3) スマートフォンによる決済の月の平均利用額

「3,000 円以下」(17.8%)が最も高く、次いで「10,001 円以上 20,000 円以下」(16.8%)、
「5,001 円以上 10,000 円以下」(15.4%)の順になっています。

□ Q14. Q12 で「スマートフォンによる決済(二次元コード・バーコード)」「スマートフォンによる決済(モバイルアプリ決済)」選
択した方にお聞きます。月の平均利用額(決済金額)はいくらですか。[単一回答]



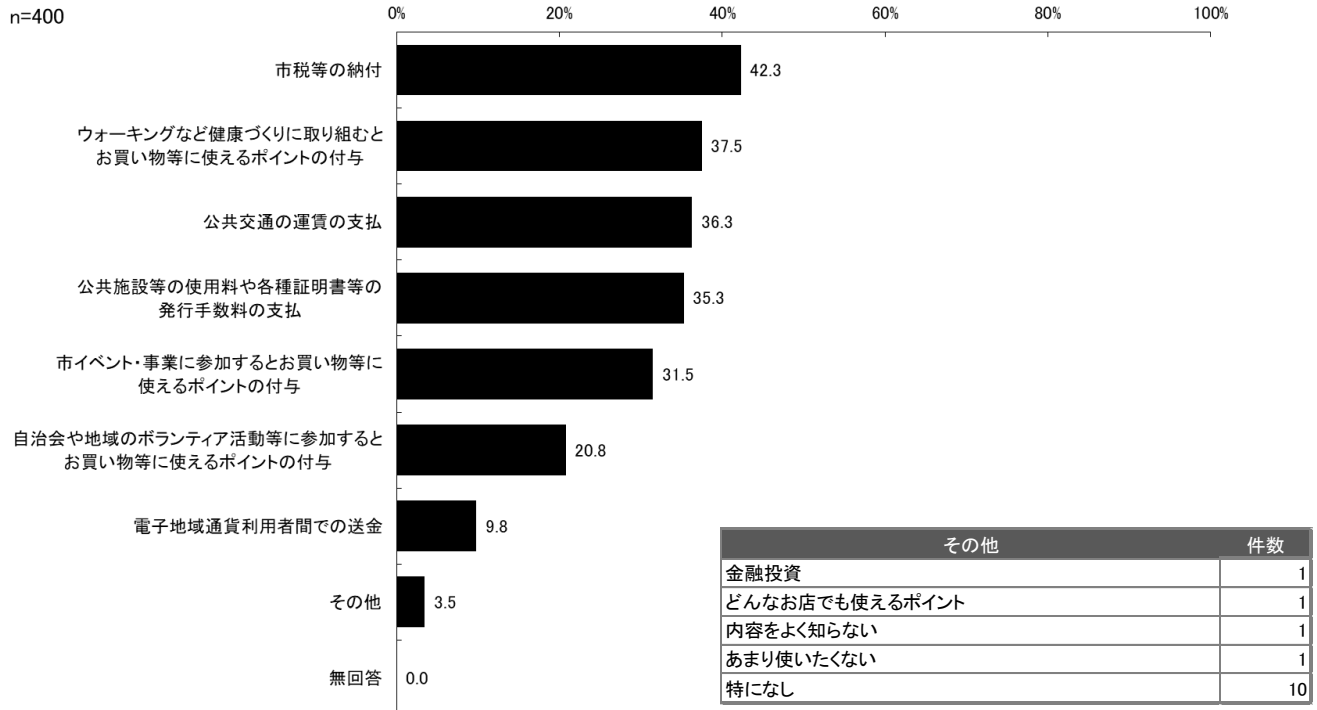
性別に見ると、「3,000 円以下」は女性の方が高くなっています。
年代別では大きな傾向差は見られませんでした。

		スマートフォンによる決済の月の平均利用額								
		全体 (実数)	3,000円 以下	3,001円 以上 5,000円 以下	5,001円 以上 10,000円 以下	10,001円 以上 20,000円 以下	20,001円 以上 30,000円 以下	30,001円 以上 50,000円 以下	50,001円 以上	無回答
全体		214	17.8	15.0	15.4	16.8	10.7	15.0	9.3	-
性別	男性	113	15.0	15.0	15.9	15.9	12.4	15.9	9.7	-
	女性	101	20.8	14.9	14.9	17.8	8.9	13.9	8.9	-
年代	20代	14	35.7	14.3	-	21.4	-	21.4	7.1	-
	30代	40	17.5	7.5	20.0	17.5	10.0	20.0	7.5	-
	40代	62	14.5	16.1	14.5	12.9	14.5	16.1	11.3	-
	50代	59	16.9	11.9	16.9	18.6	10.2	13.6	11.9	-
	60代以上	39	17.9	25.6	15.4	17.9	10.3	7.7	5.1	-
	男性計	113	15.0	15.0	15.9	15.9	12.4	15.9	9.7	-
性別 × 年代	20代	5	-	20.0	-	60.0	-	20.0	-	-
	30代	10	10.0	-	20.0	10.0	20.0	30.0	10.0	-
	40代	34	11.8	14.7	14.7	14.7	11.8	20.6	11.8	-
	50代	36	19.4	11.1	16.7	16.7	11.1	13.9	11.1	-
	60代以上	28	17.9	25.0	17.9	10.7	14.3	7.1	7.1	-
	女性計	101	20.8	14.9	14.9	17.8	8.9	13.9	8.9	-
	20代	9	55.6	11.1	-	-	-	22.2	11.1	-
	30代	30	20.0	10.0	20.0	20.0	6.7	16.7	6.7	-
	40代	28	17.9	17.9	14.3	10.7	17.9	10.7	10.7	-
	50代	23	13.0	13.0	17.4	21.7	8.7	13.0	13.0	-
60代以上	11	18.2	27.3	9.1	36.4	-	9.1	-	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	102	11.8	11.8	15.7	19.6	12.7	17.6	10.8	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	45	24.4	15.6	17.8	6.7	13.3	17.8	4.4	-
	自営業・自由業、その他	18	22.2	11.1	16.7	33.3	5.6	5.6	5.6	-
	専業主婦・主夫	33	21.2	21.2	15.2	18.2	3.0	12.1	9.1	-
	学生、無職	16	25.0	25.0	6.3	6.3	12.5	6.3	18.8	-

(4) 電子地域通貨に付随するサービスの要望

「市税等の納付」(42.3%)が最も高く、次いで「ウォーキングなど健康づくりに取り組むとお買い物等に使えるポイントの付与」(37.5%)、「公共交通の運賃の支払」(36.3%)の順になっています。

□ Q15. 電子地域通貨に付随するサービス等で利用したいものは何ですか。【複数回答可】



性別に見ると、「公共施設等の使用料や各種証明書等の発行手数料の支払」、「自治会や地域のボランティア活動等に参加するとお買い物等に使えるポイントの付与」と「電子地域通貨利用者間での送金」は男性の方が高くなっています。一方で、「ウォーキングなど健康づくりに取り組むとお買い物等に使えるポイントの付与」は女性の方が高くなっています。

年代別では大きな傾向差は見られませんでした。

		電子地域通貨に付随するサービスの要望									
		全体 (実数)	市税等の納付	公共施設等の使用料や各種証明書等の発行手数料の支払	市イベント・事業に参加するとお買い物等に使えるポイントの付与	自治会や地域のボランティア活動等に参加するとお買い物等に使えるポイントの付与	ウォーキングなど健康づくりに取り組むとお買い物等に使えるポイントの付与	電子地域通貨利用者間での送金	公共交通の運賃の支払	その他	無回答
全体		400	42.3	35.3	31.5	20.8	37.5	9.8	36.3	3.5	-
性別	男性	220	43.6	39.5	32.7	23.6	33.2	12.7	37.7	4.1	-
	女性	180	40.6	30.0	30.0	17.2	42.8	6.1	34.4	2.8	-
年代	20代	31	32.3	25.8	25.8	22.6	32.3	19.4	32.3	3.2	-
	30代	68	48.5	33.8	36.8	17.6	44.1	4.4	29.4	1.5	-
	40代	113	46.9	37.2	26.5	19.5	37.2	9.7	40.7	1.8	-
	50代	99	43.4	36.4	29.3	17.2	38.4	8.1	43.4	6.1	-
	60代以上	89	33.7	36.0	38.2	28.1	33.7	12.4	29.2	4.5	-
	男性計	220	43.6	39.5	32.7	23.6	33.2	12.7	37.7	4.1	-
性別×年代	20代	12	33.3	50.0	33.3	33.3	25.0	16.7	-	-	-
	30代	25	52.0	40.0	36.0	16.0	32.0	8.0	28.0	4.0	-
	40代	58	46.6	41.4	25.9	22.4	27.6	13.8	46.6	1.7	-
	50代	62	46.8	35.5	29.0	22.6	35.5	11.3	50.0	4.8	-
	60代以上	63	36.5	39.7	41.3	27.0	36.5	12.7	25.4	6.3	-
	女性計	180	40.6	30.0	30.0	17.2	42.8	6.1	34.4	2.8	-
	20代	19	31.6	10.5	21.1	15.8	31.6	15.8	42.1	5.3	-
	30代	43	46.5	30.2	37.2	18.6	51.2	2.3	30.2	-	-
	40代	55	47.3	32.7	27.3	16.4	47.3	5.5	34.5	1.8	-
	50代	37	37.8	37.8	29.7	8.1	43.2	2.7	32.4	8.1	-
60代以上	26	26.9	26.9	30.8	30.8	26.9	11.5	38.5	-	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	187	47.6	39.6	27.8	19.8	33.2	12.3	39.0	3.2	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	34.2	26.0	38.4	21.9	34.2	6.8	30.1	6.8	-
	自営業・自由業、その他	30	36.7	33.3	43.3	30.0	56.7	6.7	16.7	3.3	-
	専業主婦・主夫	61	42.6	34.4	31.1	19.7	45.9	9.8	41.0	-	-
	学生、無職	49	36.7	34.7	28.6	18.4	36.7	6.1	40.8	4.1	-

6 地球温暖化対策

第3次秦野市環境基本計画及び秦野市地球温暖化対策実行計画に掲げた数値目標の経年変化を把握するため調査するものです。

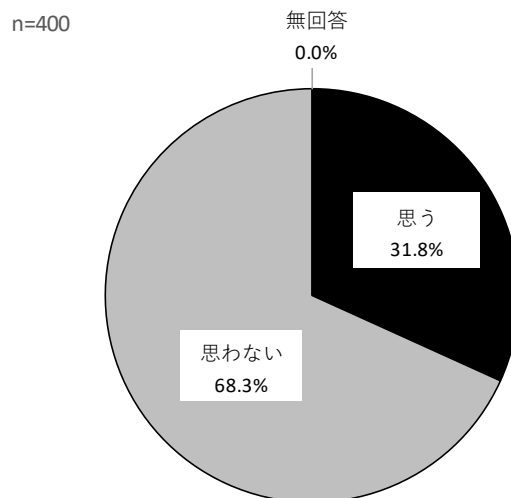
(1) 地球温暖化対策における「生物多様性」の認識

「生物多様性」とは、生きものたちの豊かな個性とつながりです。地球上の生きものは長い歴史の中で、さまざまな環境に適応して進化し、多様な生きものが生まれました。わたしたち人類も生きものであり、他のたくさんの生きものとのつながり、支えられて生きています。豊かな生物多様性は、自然の恵みとして、私たちの暮らしを支えています。

「思う」が31.8%、一方で「思わない」が68.3%となっています。

□ Q16. 本市の地球温暖化対策の周知の取組として、「生物多様性」の言葉とその意味がきちんと伝わっていると思いますか。

【単一回答】



性別に見ると、「思う」は女性の方が高くなっています。

年代別に見ると「思う」は年代が上がるにつれて低くなる傾向があります。

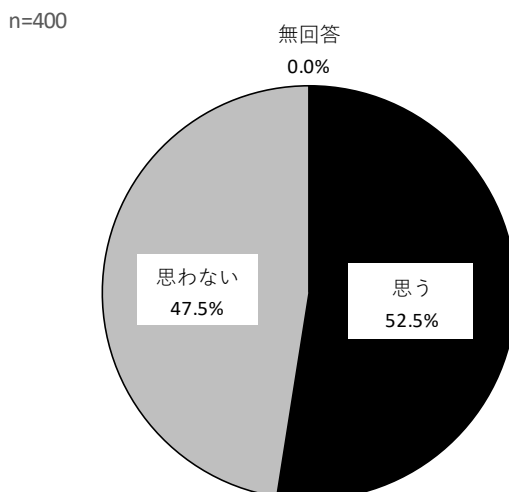
		地球温暖化対策における「生物多様性」の認識			
		全体 (実数)	思う	思わない	無回答
		(%)			
全体		400	31.8	68.3	-
性別	男性	220	28.6	71.4	-
	女性	180	35.6	64.4	-
年代	20代	31	48.4	51.6	-
	30代	68	45.6	54.4	-
	40代	113	31.0	69.0	-
	50代	99	27.3	72.7	-
	60代以上	89	21.3	78.7	-
	男性計	220	28.6	71.4	-
性別 × 年代	20代	12	66.7	33.3	-
	30代	25	48.0	52.0	-
	40代	58	27.6	72.4	-
	50代	62	22.6	77.4	-
	60代以上	63	20.6	79.4	-
	女性計	180	35.6	64.4	-
	20代	19	36.8	63.2	-
	30代	43	44.2	55.8	-
	40代	55	34.5	65.5	-
	50代	37	35.1	64.9	-
60代以上	26	23.1	76.9	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	187	34.2	65.8	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	28.8	71.2	-
	自営業・自由業、その他	30	10.0	90.0	-
	専業主婦・主夫	61	37.7	62.3	-
	学生、無職	49	32.7	67.3	-

(2) 地球温暖化対策に向けた行動

地球温暖化対策では、温室効果ガスの排出の抑制や今後の地球温暖化による影響や被害への備えの取組が進められています。 【備えの取組例】 農産物の高温障害対策、豪雨災害対策、熱中症予防等

「思う」が52.5%、一方で「思わない」が47.5%となっています。

□ Q17. あなたは、日常生活の中で、どんな小さなことでも構いませんので、備えの取組による地球温暖化対策に向けた行動が取れていると思いますか。[単一回答]



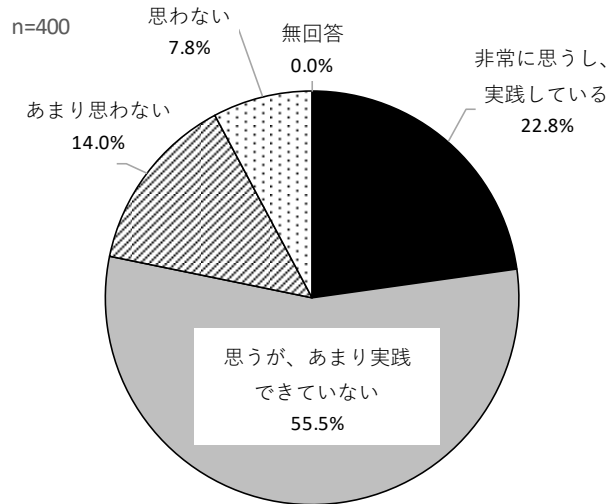
性別に見ると、「思う」は女性の方が高くなっています。
年代別では大きな傾向差は見られませんでした。

		地球温暖化対策に向けた行動			
		全体 (実数)	思う	思わない	無回答
		(%)			
全体		400	52.5	47.5	-
性別	男性	220	50.0	50.0	-
	女性	180	55.6	44.4	-
年代	20代	31	45.2	54.8	-
	30代	68	63.2	36.8	-
	40代	113	57.5	42.5	-
	50代	99	42.4	57.6	-
	60代以上	89	51.7	48.3	-
	男性計	220	50.0	50.0	-
性別 × 年代	20代	12	50.0	50.0	-
	30代	25	60.0	40.0	-
	40代	58	55.2	44.8	-
	50代	62	40.3	59.7	-
	60代以上	63	50.8	49.2	-
	女性計	180	55.6	44.4	-
	20代	19	42.1	57.9	-
	30代	43	65.1	34.9	-
職業	40代	55	60.0	40.0	-
	50代	37	45.9	54.1	-
	60代以上	26	53.8	46.2	-
	会社員、公務員、団体職員	187	51.9	48.1	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	50.7	49.3	-
自営業・自由業、その他	30	50.0	50.0	-	
専業主婦・主夫	61	57.4	42.6	-	
学生、無職	49	53.1	46.9	-	

(3) 生活の質の向上意識

「思うが、あまり実践できていない」(55.5%)が最も高く、次いで「非常に思うし、実践している」(22.8%)、「あまり思わない」(14.0%)の順になっています。

□ Q18. 地球温暖化対策では、各家庭でも一人ひとりのライフスタイルの転換が求められていますが、省エネやエコドライブといった環境配慮行動が生活の質を高める行動だと思いますか。[単一回答]



性別では大きな傾向差は見られませんでした。

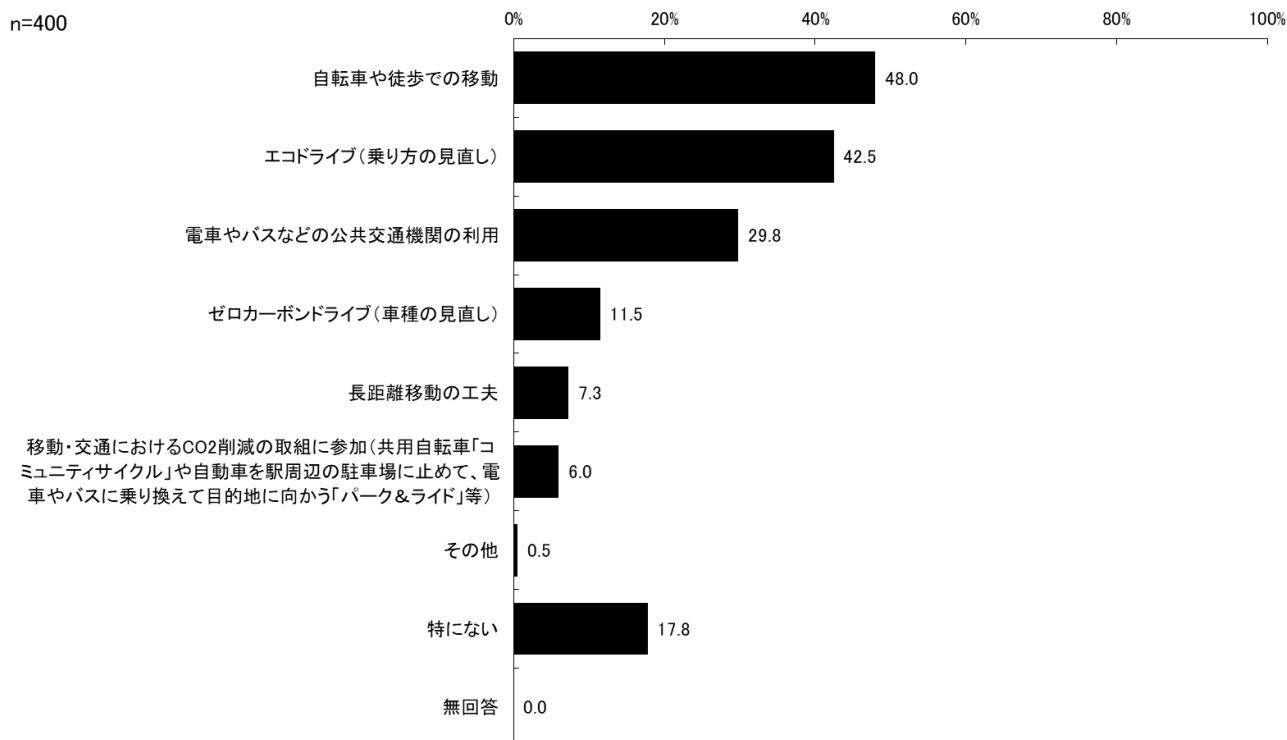
年代別に見ると「思わない」は特に20代で高くなっています。

		生活の質の向上意識					無回答
		全体 (実数)	非常に思うし、実践している	思うが、あまり実践できていない	あまり思わない	思わない	
		(%)					
全体		400	22.8	55.5	14.0	7.8	-
性別	男性	220	23.6	55.5	13.2	7.7	-
	女性	180	21.7	55.6	15.0	7.8	-
年代	20代	31	9.7	61.3	12.9	16.1	-
	30代	68	14.7	60.3	17.6	7.4	-
	40代	113	27.4	47.8	15.9	8.8	-
	50代	99	26.3	51.5	15.2	7.1	-
	60代以上	89	23.6	64.0	7.9	4.5	-
	男性計	220	23.6	55.5	13.2	7.7	-
性別×年代	20代	12	16.7	66.7	-	16.7	-
	30代	25	28.0	44.0	20.0	8.0	-
	40代	58	29.3	43.1	17.2	10.3	-
	50代	62	21.0	53.2	16.1	9.7	-
	60代以上	63	20.6	71.4	6.3	1.6	-
	女性計	180	21.7	55.6	15.0	7.8	-
	20代	19	5.3	57.9	21.1	15.8	-
	30代	43	7.0	69.8	16.3	7.0	-
	40代	55	25.5	52.7	14.5	7.3	-
	50代	37	35.1	48.6	13.5	2.7	-
60代以上	26	30.8	46.2	11.5	11.5	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	187	20.3	56.7	14.4	8.6	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	24.7	52.1	12.3	11.0	-
	自営業・自由業、その他	30	16.7	63.3	13.3	6.7	-
	専業主婦・主夫	61	27.9	52.5	14.8	4.9	-
	学生、無職	49	26.5	55.1	14.3	4.1	-

(4) 実践している取組

「自転車や徒歩での移動」(48.0%)が最も高く、次いで「エコドライブ(乗り方の見直し)」(42.5%)、「電車やバスなどの公共交通機関の利用」(29.8%)の順になっています。

- Q19. 地球温暖化対策のために、自動車運転の際にふんわりアクセルやアイドリングストップ等のエコドライブ(乗り方の見直し)をはじめ、ゼロカーボンドライブ(エコカー車種の見直し)、スマートムーブ(環境に優しい移動手段の見直し)の取組を推進することで、公共交通機関の利便性が向上します。あなたが実践している取組は何ですか。[複数回答可]



性別に見ると、「エコドライブ（乗り方の見直し）」と「長距離移動の工夫」は男性の方が高くなっています。一方で、「自転車や徒歩での移動」は女性の方が高くなっています。

年代別に見ると「エコドライブ（乗り方の見直し）」は年代が上がるにつれて高くなる傾向があります。

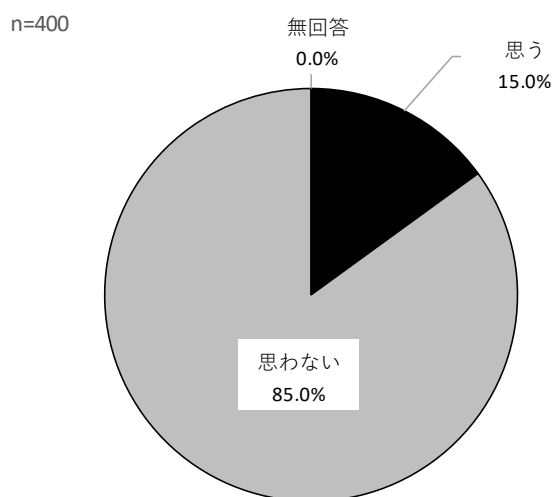
		実践している取組									
		全体 (実数)	エコドライブ (乗り方の 見直し)	ゼロカーボ ンドライブ (車種の見 直し)	電車やバス などの公 共交通機 関の利用	自転車や 徒歩での 移動	長距離移 動の工夫	移動・交通 における CO2削減 の取組に 参加(共用)	その他	特にな い	無回答
全体 (%)		400	42.5	11.5	29.8	48.0	7.3	6.0	0.5	17.8	-
性別	男性	220	50.0	12.3	28.6	45.5	10.0	8.2	0.9	17.3	-
	女性	180	33.3	10.6	31.1	51.1	3.9	3.3	-	18.3	-
年代	20代	31	25.8	16.1	29.0	54.8	16.1	6.5	-	22.6	-
	30代	68	30.9	2.9	32.4	50.0	7.4	2.9	-	22.1	-
	40代	113	41.6	11.5	30.1	52.2	8.0	4.4	-	16.8	-
	50代	99	46.5	18.2	29.3	42.4	4.0	8.1	-	19.2	-
	60代以上	89	53.9	9.0	28.1	44.9	6.7	7.9	2.2	12.4	-
	男性計	220	50.0	12.3	28.6	45.5	10.0	8.2	0.9	17.3	-
性別 × 年代	20代	12	25.0	33.3	33.3	50.0	25.0	16.7	-	25.0	-
	30代	25	36.0	4.0	40.0	52.0	12.0	8.0	-	16.0	-
	40代	58	50.0	17.2	31.0	48.3	13.8	6.9	-	12.1	-
	50代	62	53.2	11.3	22.6	43.5	6.5	8.1	-	24.2	-
	60代以上	63	57.1	7.9	27.0	41.3	6.3	7.9	3.2	14.3	-
	女性計	180	33.3	10.6	31.1	51.1	3.9	3.3	-	18.3	-
	20代	19	26.3	5.3	26.3	57.9	10.5	-	-	21.1	-
	30代	43	27.9	2.3	27.9	48.8	4.7	-	-	25.6	-
	40代	55	32.7	5.5	29.1	56.4	1.8	1.8	-	21.8	-
	50代	37	35.1	29.7	40.5	40.5	-	8.1	-	10.8	-
60代以上	26	46.2	11.5	30.8	53.8	7.7	7.7	-	7.7	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	187	43.9	11.8	30.5	50.8	10.2	5.9	-	17.1	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	37.0	11.0	34.2	45.2	4.1	6.8	-	17.8	-
	自営業・自由業、その他	30	43.3	13.3	30.0	36.7	-	6.7	-	20.0	-
	専業主婦・主夫	61	44.3	13.1	26.2	57.4	4.9	3.3	-	11.5	-
	学生、無職	49	42.9	8.2	24.5	36.7	8.2	8.2	4.1	26.5	-

その他	件数
自動車免許の自主返納	1
自動車を所有していたときはエコドライブに心がけていたが現在は免許も返納しているので運転はしない	1

(5) 地球温暖化対策に関する情報の周知

「思う」が15.0%、一方で「思わない」が85.0%となっています。

□ Q20. 本市の地球温暖化対策に関する情報が、十分に周知されていると思いますか。[単一回答]



性別では大きな傾向差は見られませんでした。

年代別に見ると「思う」は年代が上がるにつれて概ね低くなる傾向があります。

		地球温暖化対策に関する情報の周知			
		全体 (実数)	思う	思わない	無回答
		(%)			
全体		400	15.0	85.0	-
性別	男性	220	15.9	84.1	-
	女性	180	13.9	86.1	-
年代	20代	31	29.0	71.0	-
	30代	68	16.2	83.8	-
	40代	113	15.0	85.0	-
	50代	99	12.1	87.9	-
	60代以上	89	12.4	87.6	-
	男性計	220	15.9	84.1	-
性別 × 年代	20代	12	50.0	50.0	-
	30代	25	28.0	72.0	-
	40代	58	20.7	79.3	-
	50代	62	6.5	93.5	-
	60代以上	63	9.5	90.5	-
	女性計	180	13.9	86.1	-
	20代	19	15.8	84.2	-
	30代	43	9.3	90.7	-
	40代	55	9.1	90.9	-
	50代	37	21.6	78.4	-
60代以上	26	19.2	80.8	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	187	15.5	84.5	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	73	16.4	83.6	-
	自営業・自由業、その他	30	6.7	93.3	-
	専業主婦・主夫	61	16.4	83.6	-
	学生、無職	49	14.3	85.7	-