

## 次期大田原市総合計画の策定に係る市民意識調査の結果概要について

### 1. 調査の目的

- 令和9年度を初年度とする次期大田原市総合計画基本構想及び前期基本計画の策定に当たり、市民意識や市の施策に対する満足度等を把握し、その分析結果を新たな計画に反映させることを目的として実施しました。

### 2. 調査の方法（総合計画策定業務委託先：株式会社日本政策総研）

- 調査内容は、回答者に関する性別、年齢、居住地区、居住年数、職業、勤務・通学先、家族構成等の基礎項目に始まり、「大田原市の暮らしについて」、「行政への関心について」、「大田原市の施策や事業について」、「今後のまちづくりについて」、「その他の自由意見」の調査項目で実施しました。
- 調査対象は、大田原市在住の18歳以上の3,000名を無作為に選出しました。
- 調査期間は、令和7年11月4日（火）から11月30日（日）までで実施し、回答方法は、郵送及びインターネットによるものとなりました。

### 3. 回収の状況

- 有効回答数は、1,870件で、そのうちインターネットによる回収は、760件（40.6%）、回収率は、62.3%でありました。  
※前回の状況：有効回答数1,655件、回収率55.2%  
※地区別、年齢別のクロス集計を行い、過去の結果との比較、詳細な分析を行い、総合計画に反映させます。

### 4. 調査結果の概要

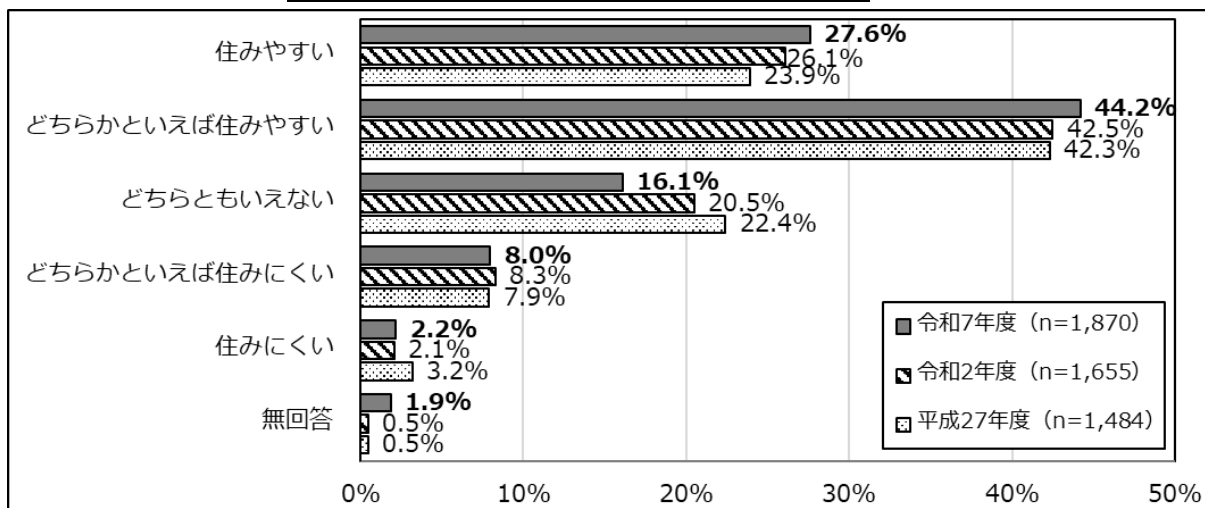
- 大田原市の暮らしについて（報告書P10～P34）

#### ・住み心地

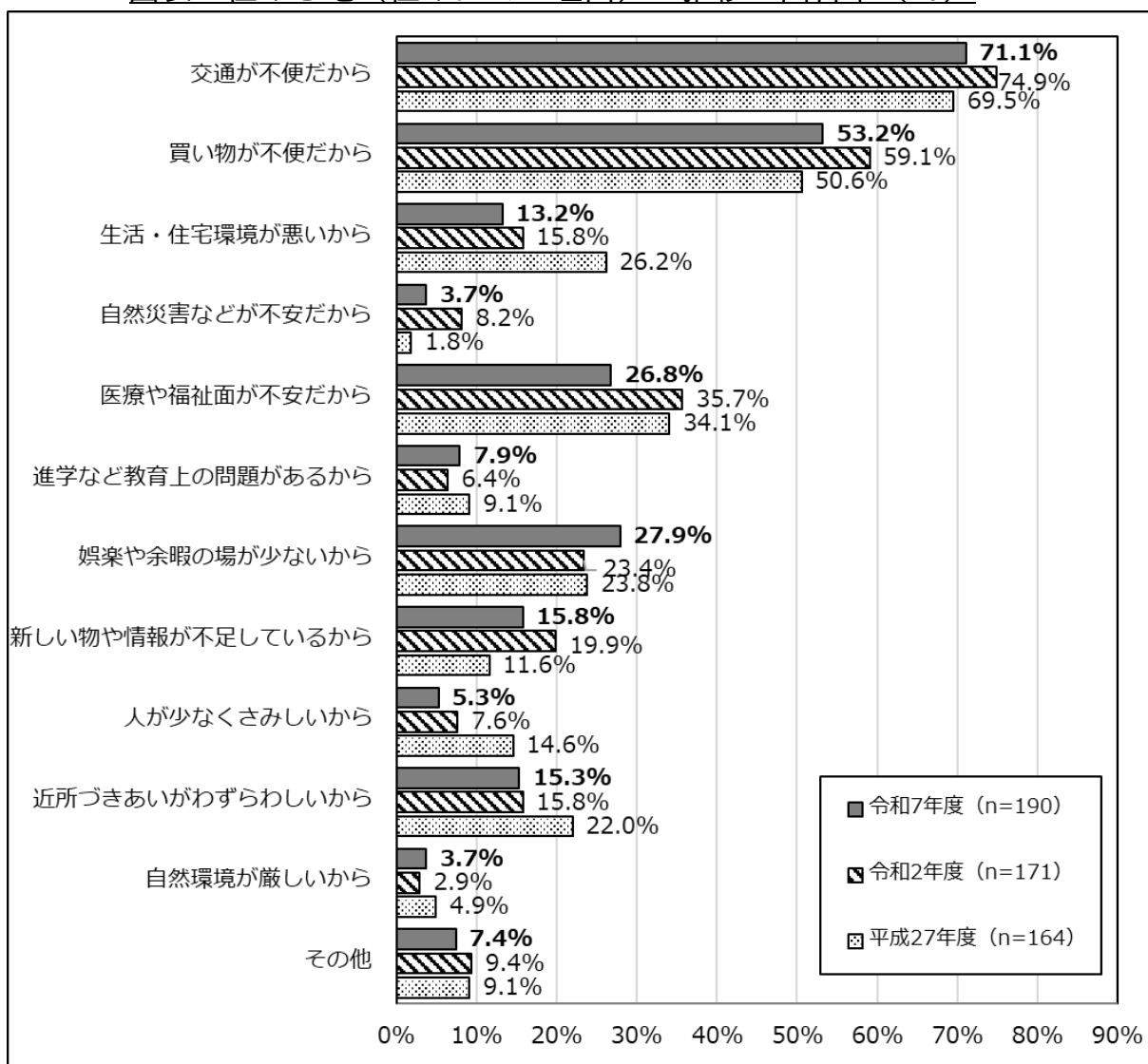
住み心地については、「住みやすい」、「どちらかといえば住みやすい」との回答は、71.8%、「住みにくい」、「どちらかといえば住みにくい」との回答は、10.2%でありました。5年前と比較して、「住みやすい」が増加し（68.6%→71.8%）、「住みにくい」が減少しており（10.4%→10.2%）、住み心地の評価は前回よりもさらに高くなっていることがわかります。

一方、住みにくい理由（3つまで回答可）としては、「交通が不便」が71.1%、「買い物が不便」が53.2%、「娯楽や余暇の場が少ない」が27.9%となっております。「医療や福祉面が不安」は、前回調査で上位でしたが、今回は8.9ポイント減少しました。

図表 住み心地の推移 回答率 (%)



図表 住み心地 (住みにくい理由) の推移 回答率 (%)

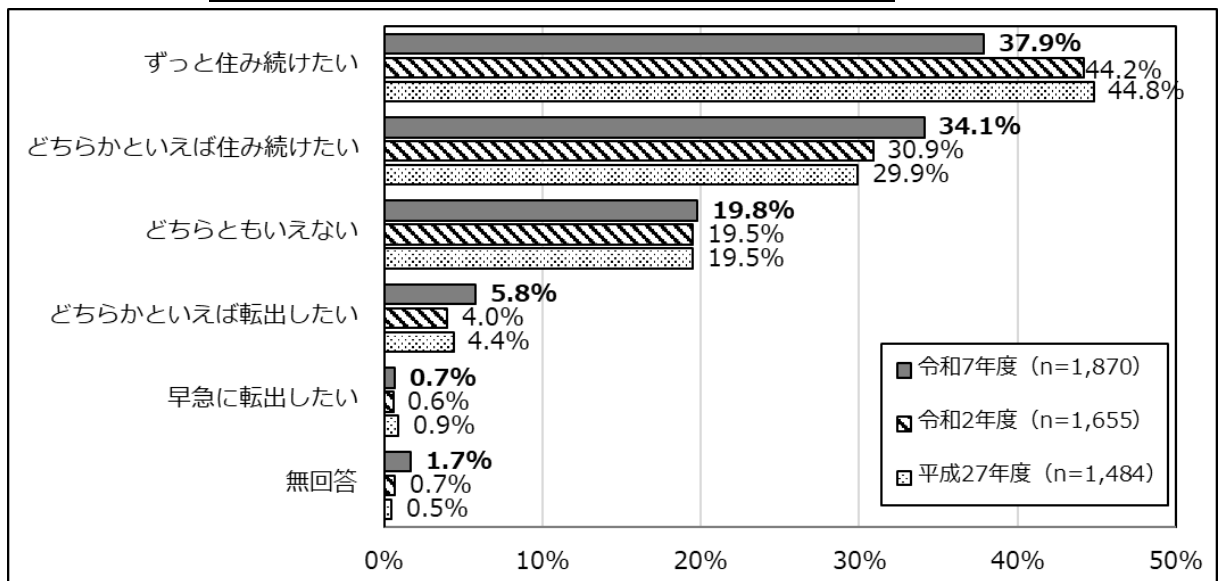


・居住継続の意思

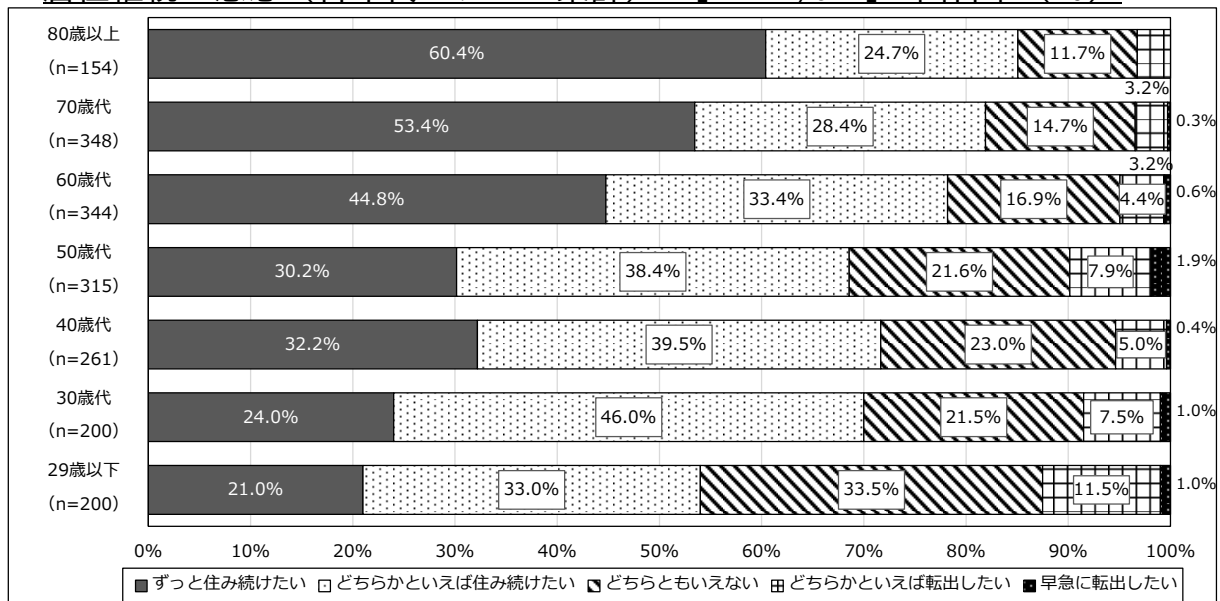
居住継続の意思については、「ずっと住み続けたい」、「どちらかといえば住み続けたい」との回答は、72.0%となっており、「早急に転出したい」、「どちらかといえば転出したい」との回答は、6.5%でありました。5年前と比較して、「住み続けたい」が3.1ポイント減少（75.1%→72.0%）し、「転出したい」が1.9ポイント増加（4.6%→6.5%）しましたが、居住継続の意思は引き続き高いと言えます。

また、年代別の回答を見ると、年齢が低くなるにつれて、居住継続の意思が低下しています。

図表 居住継続の意思の推移 回答率（%）



居住継続の意思（各年代のクロス集計） [n=1,822] 回答率（%）

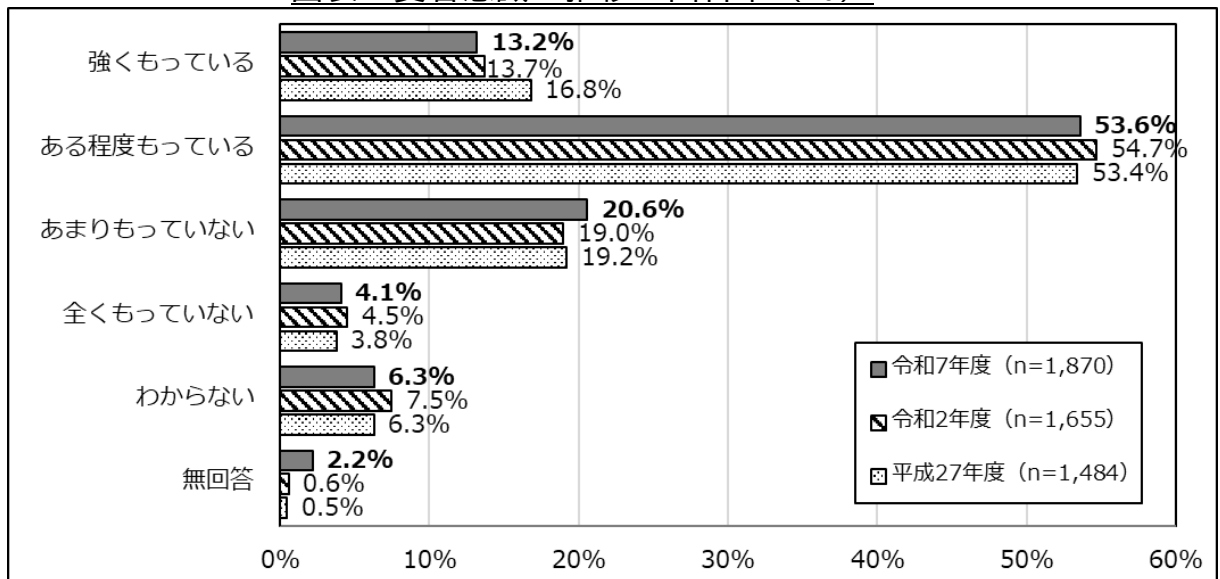


・愛着意識

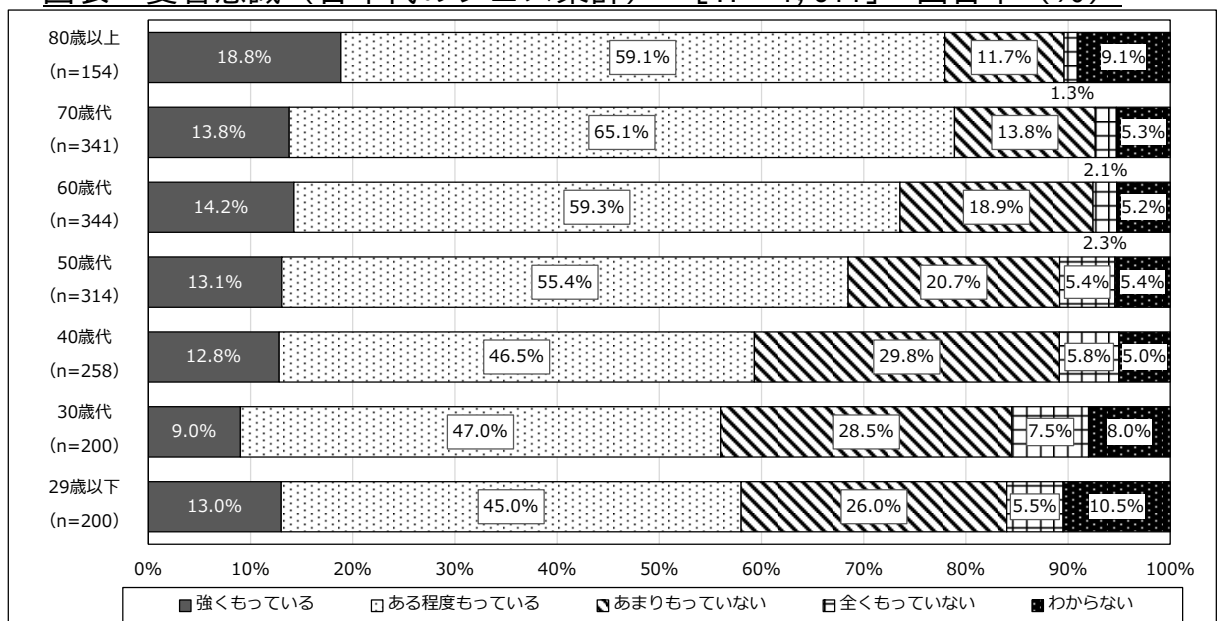
本市への愛着意識については、「強くもっている」、「ある程度もっている」との回答は、66.8%となっており、「全くもっていない」、「あまりもっていない」との回答は、24.7%でありました。5年前と比較して、「もっている」が1.6ポイント減少(68.4%→66.8%)し、「もっていない」が1.2ポイント増加(23.5%→24.7%)しましたが、愛着意識は引き続き高いと言えます。

また、年代別の回答を見ると、年齢が低くなるにつれて、愛着意識は低下していますが、20歳代以下では、若干の増加が見られます。

図表 愛着意識の推移 回答率 (%)



図表 愛着意識 (各年代のクロス集計) [n=1,811] 回答率 (%)

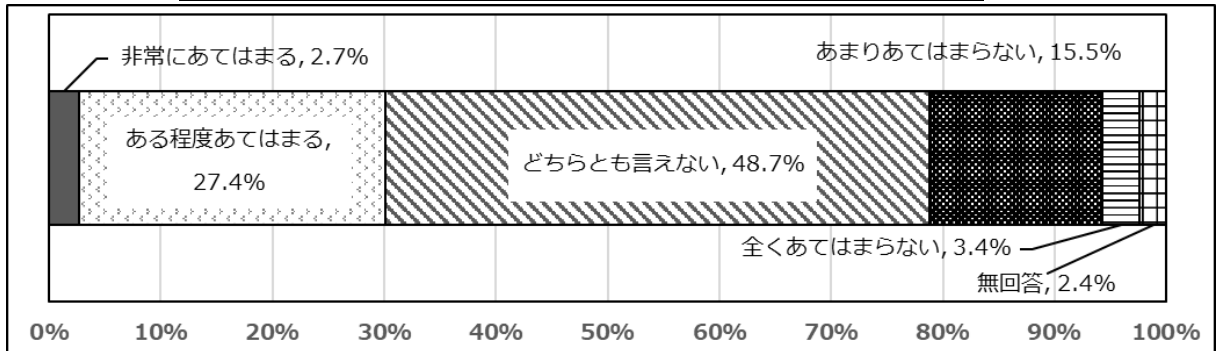


・活躍機会の有無

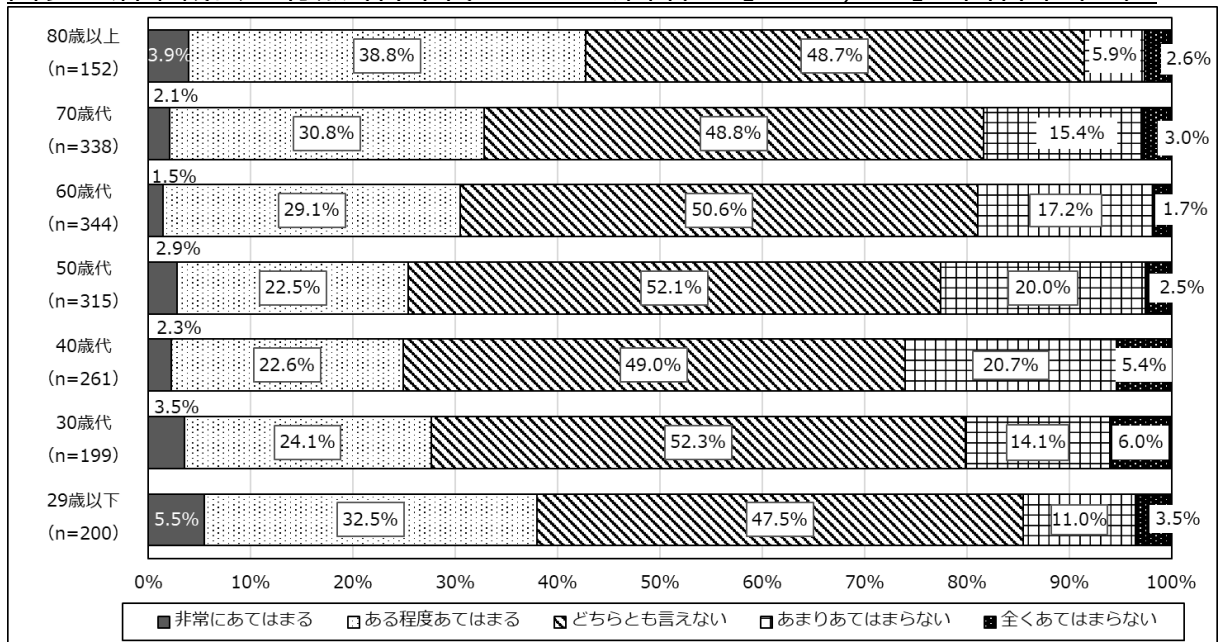
活躍しやすい雰囲気について、「非常にあてはまる」、「ある程度あてはまる」との回答は、30.1%となっており、「全くあてはまらない」、「あまりあてはまらない」との回答は、18.9%であり、地域において活躍しやすい雰囲気が比較的高めであることがわかります。

年代別の回答を見ると、80歳以上と29歳以下において、「あてはまる」との回答が他の年代と比較して高い一方、30歳代から50歳代の現役世代において、活躍しやすい雰囲気が低いとの回答が多くなっています。

図表 活躍機会の有無 [n=1,870] 回答率 (%)



図表 活躍機会の有無 (各年代のクロス集計) [n=1,809] 回答率 (%)



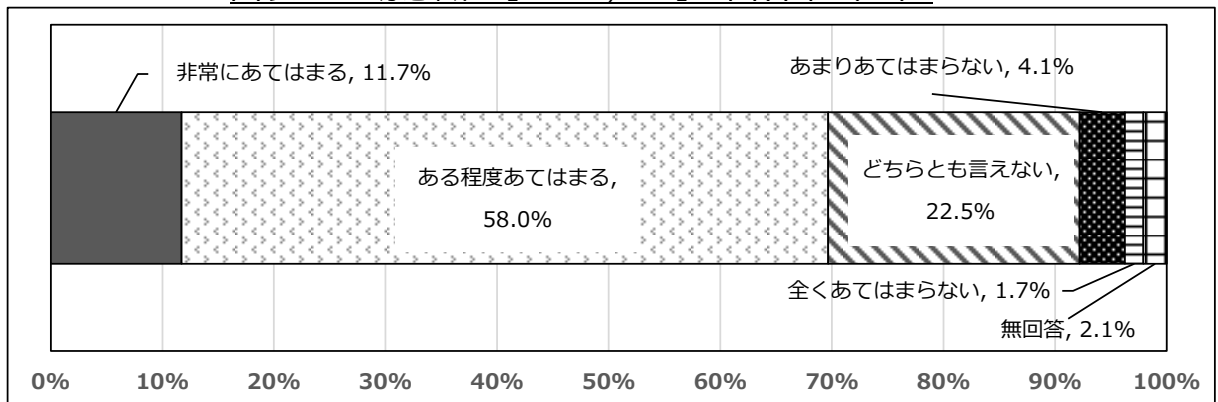
・互助意識

困ったときの助けをすることについては、「非常にあてはまる」、「ある程度あてはまる」との回答は、69.7%となっており、「全くあてはまらない」、「あまりあてはまらない」との回答は、5.8%でありました。全体的に、地域における互助意識は高いと言えます。

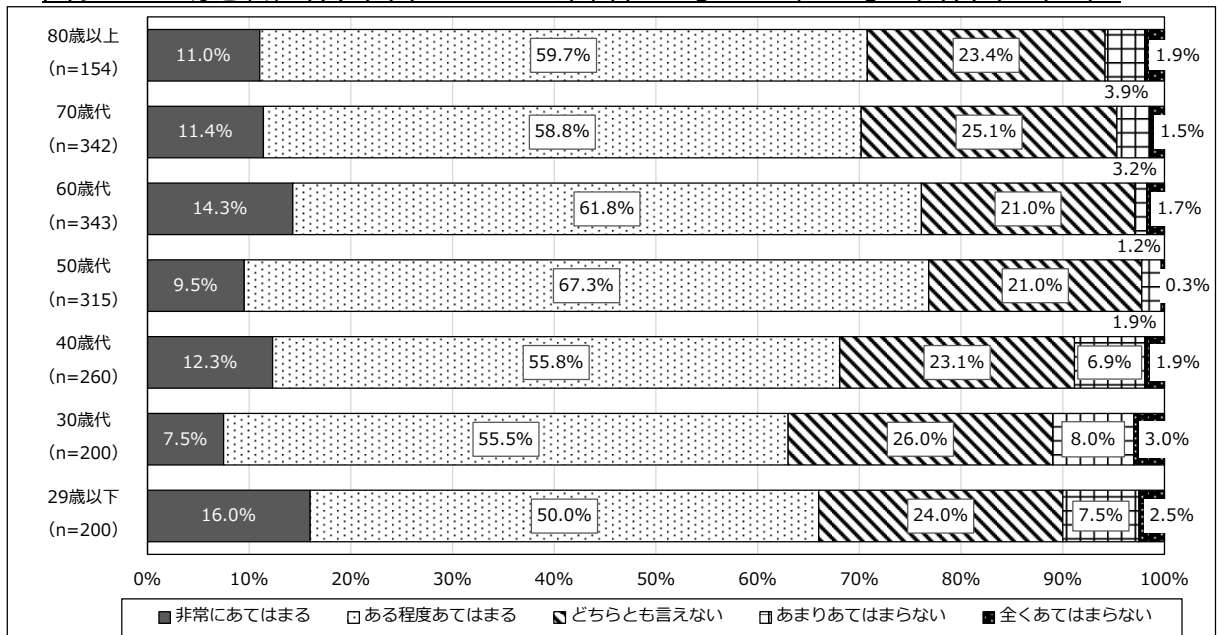
年代別に見ると、「あてはまる」との回答は50歳代(76.8%)、60歳代(76.1%)が高く、一方で、30歳代(63.0%)が最も低くな

っており、「あてはまらない」との回答も20歳代から40歳代までの若い世代で若干高め（8.8%～11.0%）になっています。

図表 互助意識 [n=1,870] 回答率 (%)



図表 互助意識（各年代のクロス集計） [n=1,814] 回答率 (%)



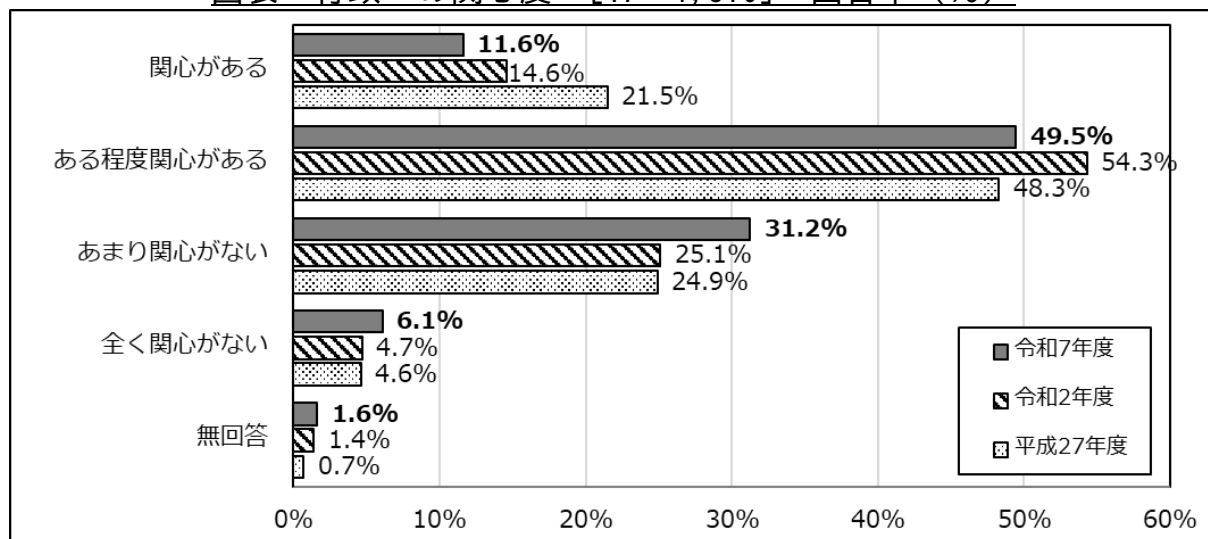
○行政への関心について（報告書P35～P41）

・行政への関心度

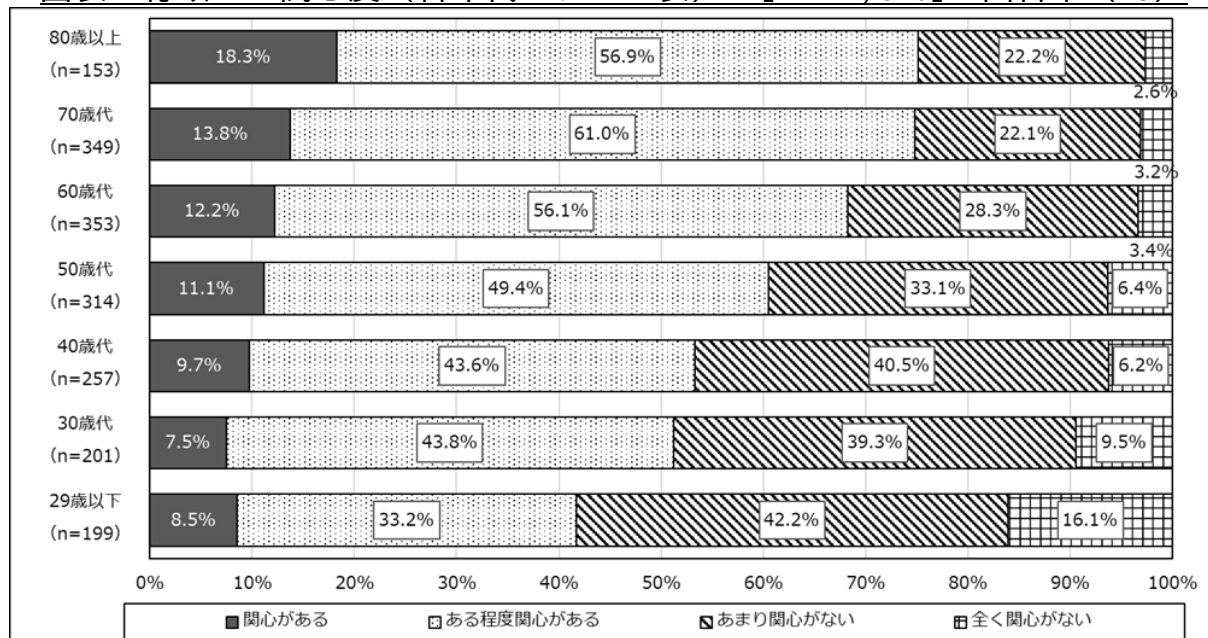
市政への関心については、「関心がある」、「ある程度関心がある」との回答は、61.1%となっており、「全く関心がない」、「あまり関心がない」との回答は、37.3%でありました。5年前と比較して、市政への関心がある人の割合が7.8ポイント減少し、関心がない人の割合が7.5ポイント増加しており、市政への関心度が下がっています。

また、この傾向は、年代が若くなるほど強く見られます。

図表 行政への関心度 [n=1,870] 回答率 (%)



図表 行政への関心度（各年代のクロス表） [n=1,826] 回答率 (%)

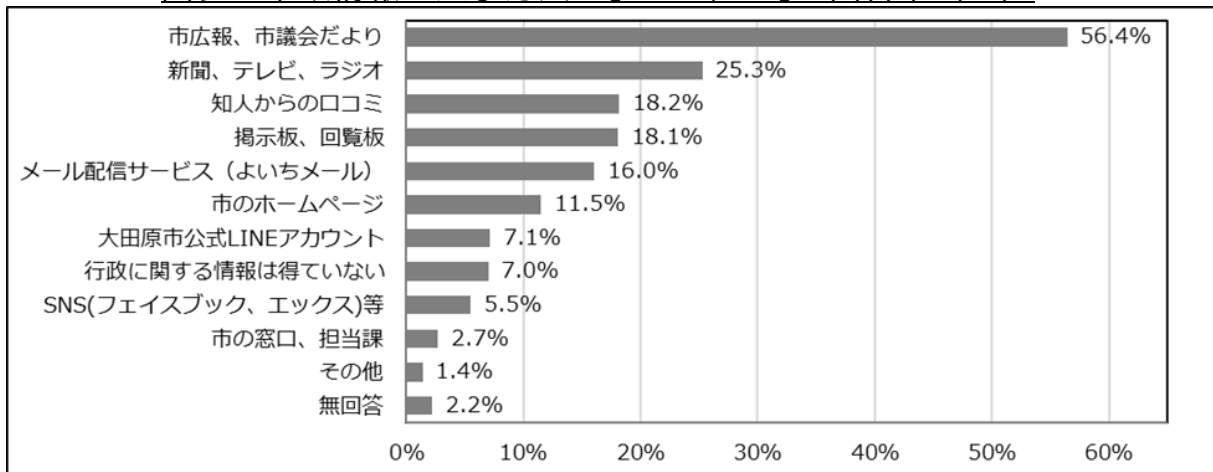


・ 市政情報の入手方法

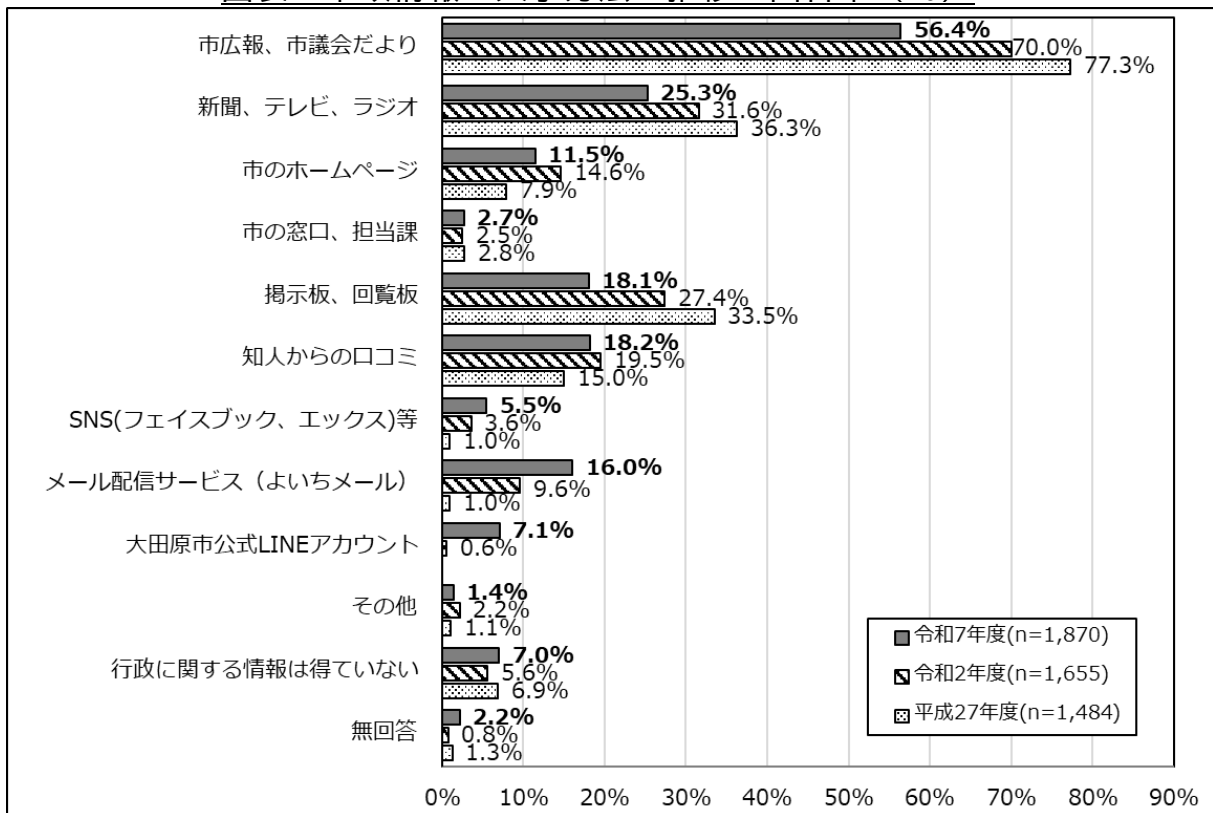
市政に関する情報入手方法について、「市広報、市議会だより」が56.4%と最も高く、次いで、「新聞、テレビ、ラジオ」が25.3%、「知人からの口コミ」が18.2%と続きます。

また、過去の調査結果と比較すると、「SNS」、「メール配信サービス（よいちメール）」、「市公式ラインアカウント」が増加しています。

図表 市政情報の入手方法 [n=1,870] 回答率 (%)



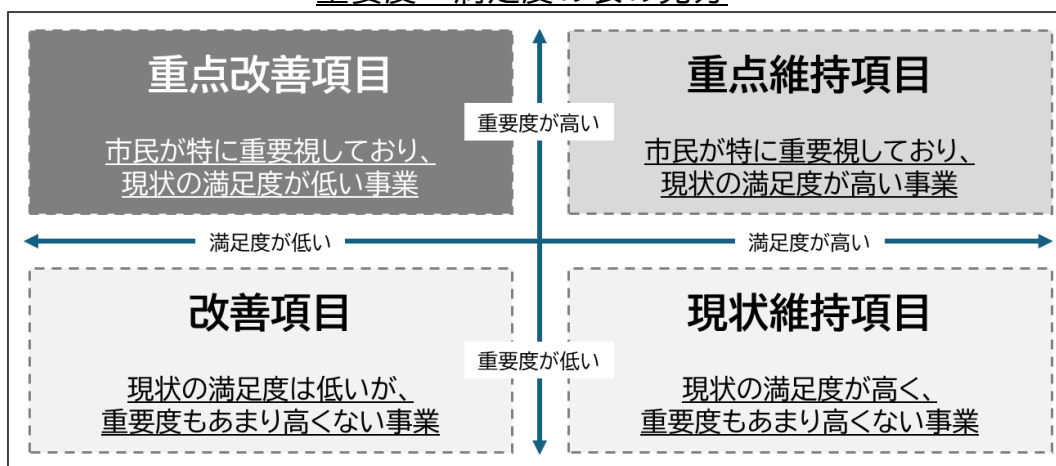
図表 市政情報の入手方法の推移 回答率 (%)



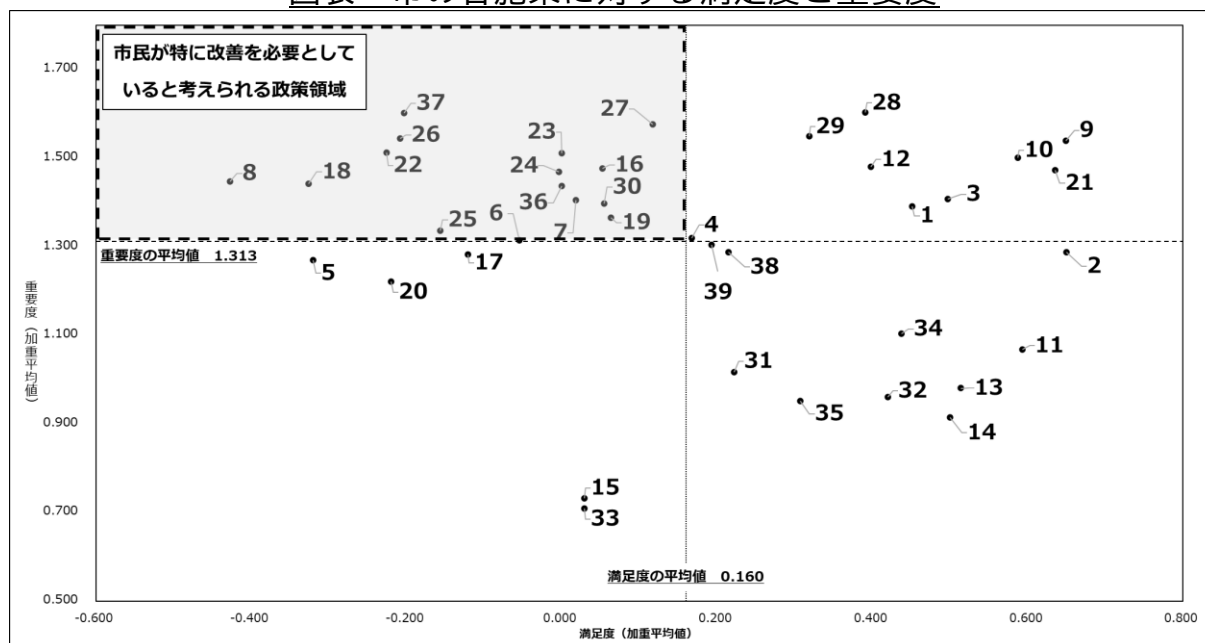
○大田原市の施策・事業等について（P42～P89）

分野ごとの施策（39項目）について、回答いただいた満足度及び重要度を加重点数化し、項目ごとに「満足度も重要度も高い＝重点維持項目」、「満足度が低く、重要度が高い＝重点改善項目」、「満足度が高く、重要度が低い＝現状維持項目」、「重要度も満足度も低い＝改善項目」の4つの領域に分類し、特に、「重点改善項目」は市民から見た優先的に取り組むべき課題として位置付ける必要があります。

重要度・満足度の表の見方



図表 市の各施策に対する満足度と重要度



※番号は設問中の施策の番号。縦軸は重要度、横軸は満足度を表し、点線はそれぞれの平均値。

重点改善項目に該当した項目は、⑥都市基盤の整備、⑦道路・河川の整備、⑧公共交通の整備、⑬農業の振興、⑭商業の振興、⑮工業の振興、⑯結婚支援と子育て支援の充実、⑰高齢者福祉の充実と介護保険事業の充実、⑱障害者にやさしいまちづくりの推進、⑲地域福祉の充実と生活困窮者への支援の充実、⑳社会保障の充実、㉑防犯体制と対策の充実、㉒消費者保護対策の充実、㉓行政の効率的・効果的運営、㉔財政の健全運営の15施策となります。

図表 施策の一覧

項番	施策	項番	施策
1	生活環境の向上	21	健康づくりの推進
2	自然環境の保全	22	結婚支援と子育て支援の充実
3	廃棄物対策の推進	23	高齢者福祉の充実と介護保険事業の充実
4	住宅の整備と多世代が微笑む生活の推進	24	障害者にやさしいまちづくりの推進
5	土地利用対策の推進	25	地域福祉の充実と生活困窮者への支援の充実
6	都市基盤の整備	26	社会保障の充実
7	道路・河川の整備	27	防犯体制と対策の充実
8	公共交通の整備	28	防災体制の充実
9	上水道の健全な運営	29	交通安全対策の推進
10	下水道の整備	30	消費者保護対策の充実
11	生涯学習社会づくりの推進	31	市民参加行政の推進
12	生きる力を育む学校教育の推進	32	広報広聴活動の充実
13	文化・芸術の振興	33	自治会・コミュニティの活性化
14	スポーツ・レクリエーションの振興	34	人権尊重意識の普及と高揚
15	国際化への対応と国内交流の推進	35	男女共同参画の推進
16	農業の振興	36	行政の効率的・効果的運営
17	林業の振興	37	財政の健全運営
18	商業の振興	38	広域連携の推進
19	工業の振興	39	地域情報化の推進
20	観光の振興	—	

※灰色に色付けている施策が「重点改善項目」に該当する施策

※この分析は全施策の中での市民の皆さんの認識をもとに分類・整理したものであり、図表左上の「重点改善項目」以外の施策が重要でないことを意味するものではありません。

### ○今後のまちづくりについて（P90～P99）

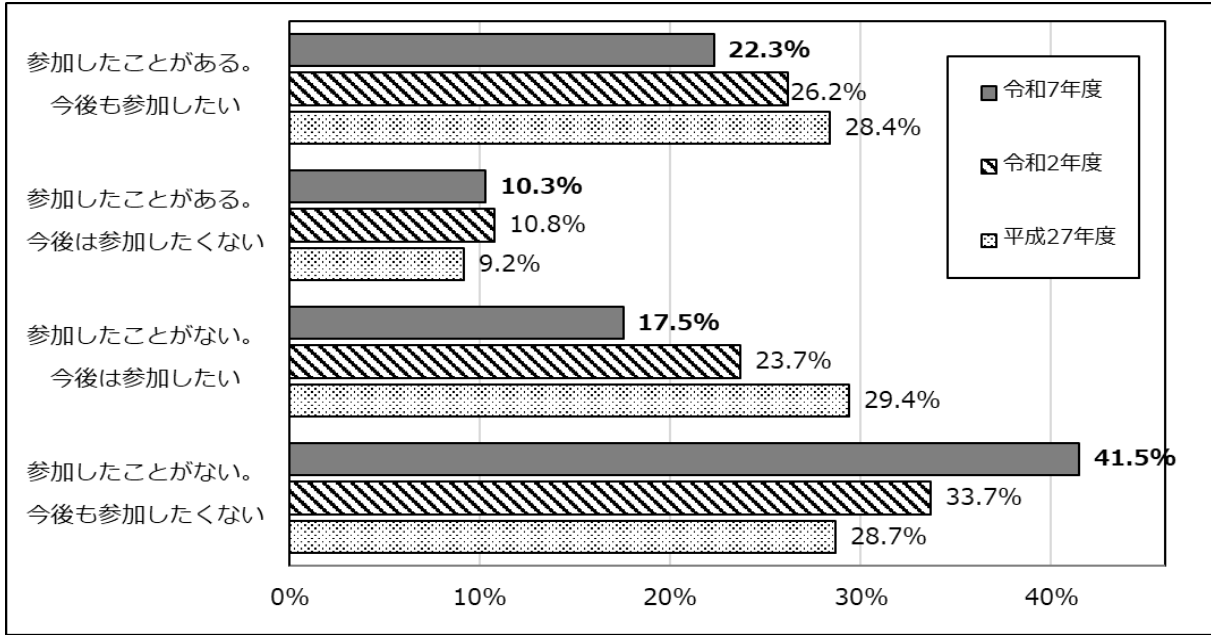
#### ・市民活動（市の事業等）への参加

市民活動への参加については、過去の調査結果と比較して、「今後参加したい」との回答が減少し、「今後参加したくない」との回答が増加しています。

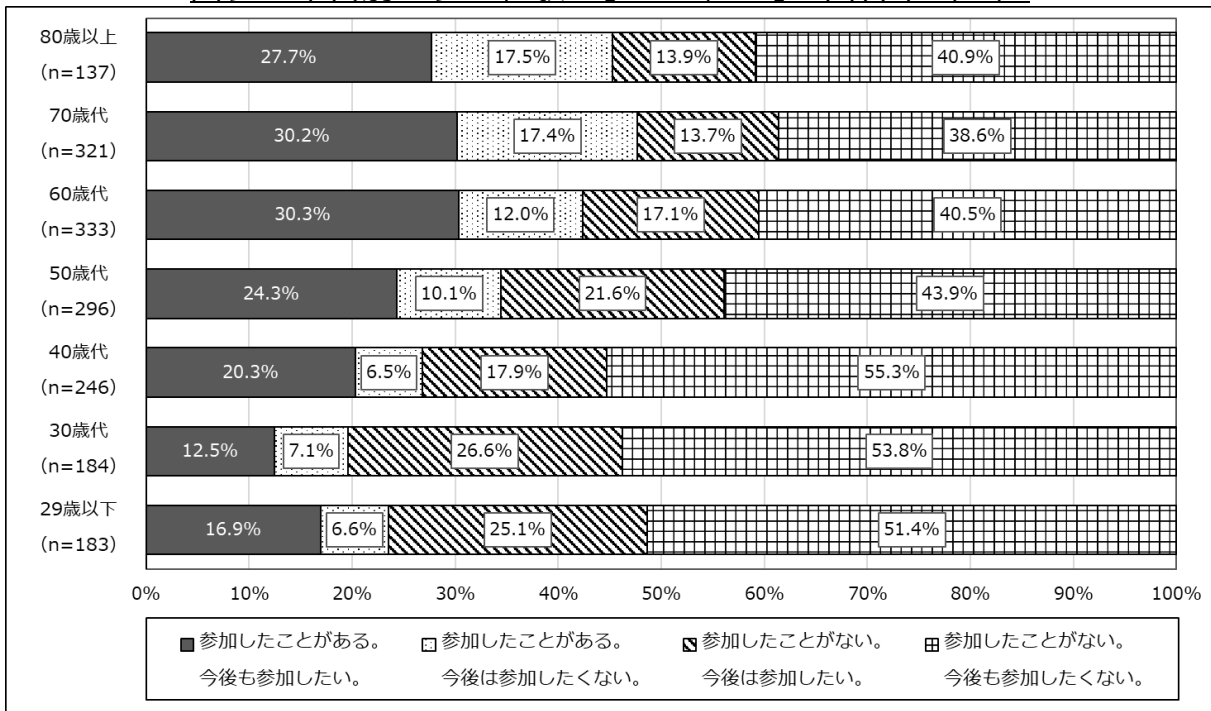
年代別では、特に20歳代から40歳代までの年代で「参加したことがない。今後も参加したくない。」との回答が50%を超えており、現役世代の市民活動への参加意向が低くなっています。

また、参加したくない理由は、「関心がないから」との回答が大きく増加しています。

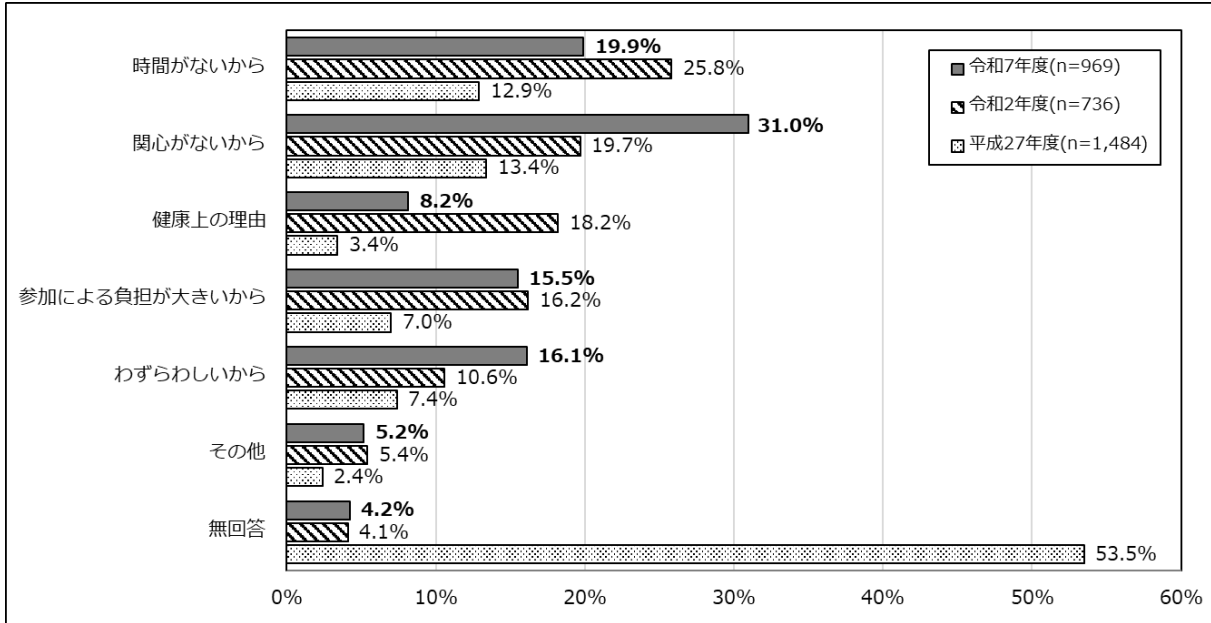
図表 参加経験の推移 回答率 (%)



図表 年代別の参加経験 [n=1,700] 回答率 (%)



図表 市民活動に参加したくない理由の推移 回答率 (%)



※平成27年度調査の集計は、全回答者に対する回答率となっております。

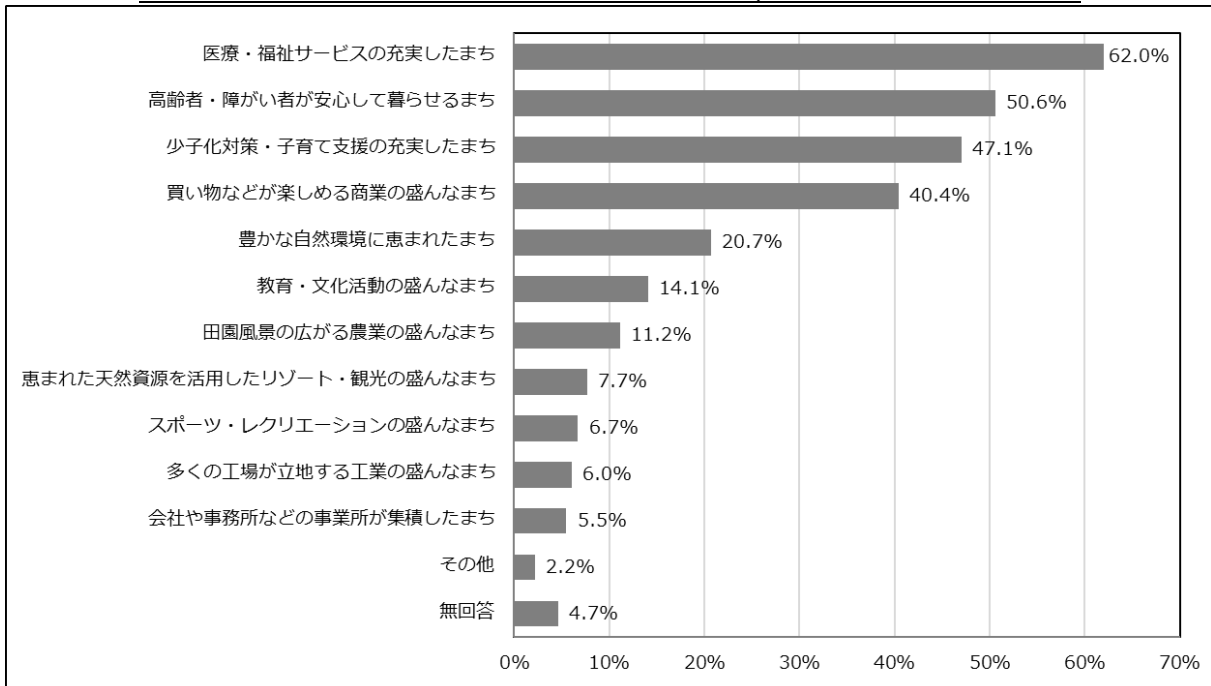
・ 今後の大田原市への期待

今後の大田原市への期待については、「医療・福祉サービスの充実したまち」との回答が最も多く、次いで、「高齢者・障害者が安心して暮らせるまち」、「少子化対策・子育て支援の充実したまち」と続きます。

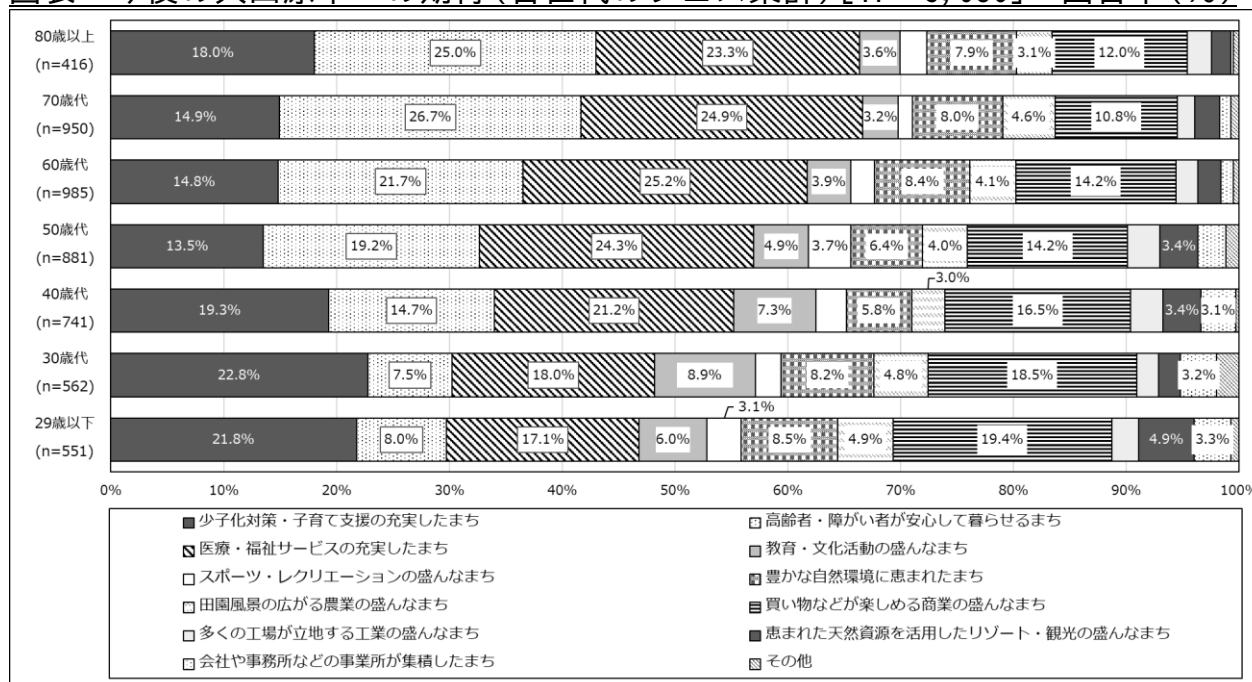
年代別に見ても、全ての年代で「医療・福祉サービスの充実したまち」が上位3位以内に入っており、広く期待されているまちづくりとなっています。

全体的に、商業以外の産業振興を望む声は少なく、福祉サービスの充実に望む声が多くなっています。

図表 今後の大田原市への期待 [n=1,870] 回答率 (%)



図表 今後の大田原市への期待(各世代のクロス集計)[n=5,086] 回答率(%)



注) グラフの見やすさに配慮し、3%未満は非表示としている。

	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上
少子化対策・子育て支援の充実したまち	21.8%	22.8%	19.3%	13.5%	14.8%	14.9%	18.0%
高齢者・障がい者が安心して暮らせるまち	8.0%	7.5%	14.7%	19.2%	21.7%	26.7%	25.0%
医療・福祉サービスの充実したまち	17.1%	18.0%	21.2%	24.3%	25.2%	24.9%	23.3%
教育・文化活動の盛んなまち	6.0%	8.9%	7.3%	4.9%	3.9%	3.2%	3.6%
スポーツ・レクリエーションの盛んなまち	3.1%	2.3%	2.7%	3.7%	2.1%	1.3%	2.4%
豊かな自然環境に恵まれたまち	8.5%	8.2%	5.8%	6.4%	8.4%	8.0%	7.9%
田園風景の広がる農業の盛んなまち	4.9%	4.8%	3.0%	4.0%	4.1%	4.6%	3.1%
買い物などが楽しめる商業の盛んなまち	19.4%	18.5%	16.5%	14.2%	14.2%	10.8%	12.0%
多くの工場が立地する工業の盛んなまち	2.4%	2.0%	2.8%	2.8%	1.9%	1.6%	2.2%
恵まれた天然資源を活用したリゾート・観光の盛んなまち	4.9%	2.0%	3.4%	3.4%	2.0%	2.2%	1.7%
会社や事務所などの事業所が集積したまち	3.3%	3.2%	3.1%	2.5%	1.1%	0.9%	0.2%
その他	0.7%	2.0%	0.3%	1.1%	0.5%	0.7%	0.5%

注) 表中の網掛けは、各属性の回答率の上位3番目までを指す。

### ・自由意見

今後のまちづくりや市政についてのご意見を551件いただきました。

29歳以下から40歳代では、東武百貨店の閉店に伴う商業施設の確保や子育てに関する経済的支援を求める意見が多く寄せられました。

50歳代から60歳代では、地域医療や地域福祉の充実、道路整備等の生活環境の充実に関する意見が多く寄せられました。

70歳代以上では、移動手段の確保やデジタルデバイドの解消等に関する意見が多く寄せられました。

## 5. 今後の対応

今後、本調査の分析結果を基本構想及び基本計画に反映させるとともに、庁内において情報共有し、各部局における施策検討に活用します。

本調査報告書については、市ホームページにおいて公表いたします。