

令和7年度秦野市 Web アンケート調査
(第3回目)
報告書

令和8年3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	調査結果を見る上での注意事項	3
II	調査結果（第3回目）	5
1	属性	7
(1)	性別	7
(2)	年齢	7
(3)	居住地域	7
(4)	職業	8
2	認知症について	9
(1)	認知症の正しい理解状況	9
(2)	認知症に関する相談窓口の認知状況	10
(3)	認知症に関する相談相手の希望	11
(4)	認知症の際、安心して暮らせる地域	12
3	第46回秦野市市民の日について	13
(1)	第46回秦野市市民の日の参加状況	13
(2)	秦野市市民の日の情報入手方法	14
(3)	秦野市市民の日の好評イベント	15
4	秦野市長選挙について	16
(1)	秦野市長選挙の参加状況	16
(2)	投票に行った理由	17
(3)	投票に行かなかった理由	18
5	有機農産物について	19
(1)	有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物の購入時の意識	19
(2)	有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物の購入時の許容価格	20
(3)	有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物の選択希望	21
6	表丹沢の魅力づくりについて	22
(1)	「OMOTAN」ロゴマークの認知度	22
(2)	表丹沢の魅力づくりに対し希望する取組み	23
7	女子野球タウンについて	24
(1)	女子野球の普及推進の認知度	24
8	秦野市電子地域通貨・OMOTANコインについて	25
(1)	「OMOTANコインアプリ」に対し強化を希望する機能	25

9	残薬について.....	26
	（1） 「残薬」の認知状況	26
10	秦野市のデジタル化について.....	27
	（1） 市のデジタル化について希望する行政サービス	27
11	こころの健康状況について.....	28
	（1） こころの健康に関する事業の認知状況	28

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3000人
⑤ 調査方法	ネット調査
⑥ 調査期間	令和8年1月26日～2月5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 認知症について
- ② 第46回秦野市市民の日について
- ③ 秦野市長選挙について
- ④ 有機農産物について
- ⑤ 表丹沢の魅力づくりについて
- ⑥ 女子野球タウンについて
- ⑦ 秦野市電子地域通貨・OMOTANコインについて
- ⑧ 残薬について
- ⑨ 秦野市のデジタル化について
- ⑩ こころの健康状況について

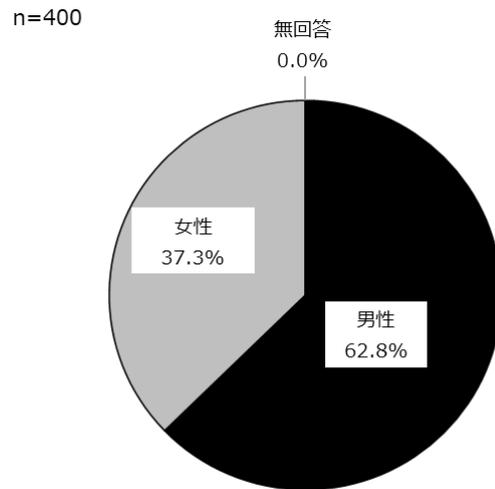
4 調査結果を見る上での注意事項

- 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。

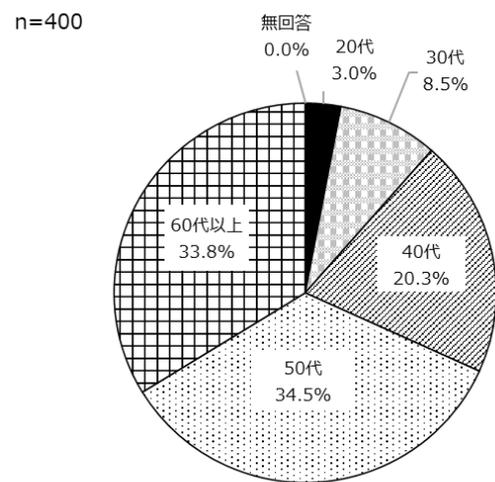
Ⅱ 調査結果（第3回目）

1 属性

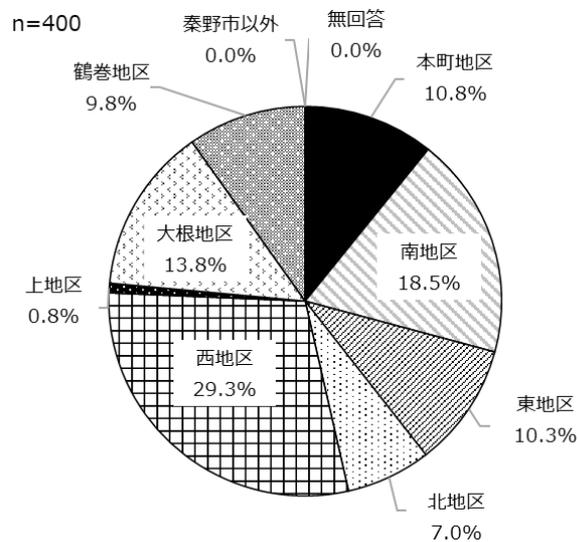
(1) 性別



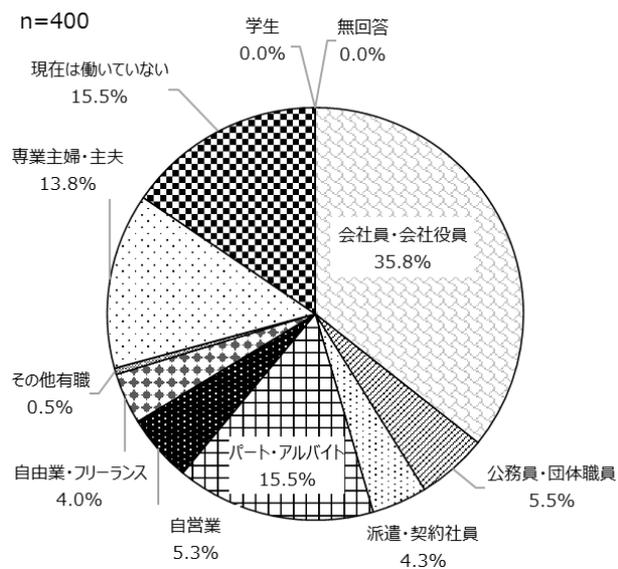
(2) 年齢



(3) 居住地域



(4) 職業



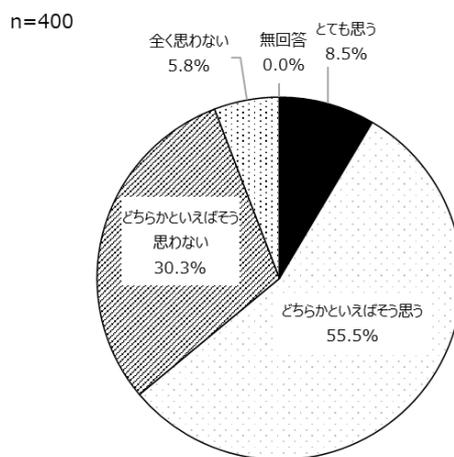
2 認知症について

急速な高齢化の進行に伴い、高齢者の5人に1人が認知症になると予測されており、支援体制の強化が必要となっています。認知症の方が、自分らしく暮らし続けられる社会の実現に向けて、認知症に関する認識や支援の在り方について調査するものです。

(1) 認知症の正しい理解状況

「どちらかといえばそう思う」が55.5%と最も高く、次いで「どちらかといえばそう思わない」が30.3%、「とても思う」が8.5%となっています。

□ Q1. 認知症について、正しく理解していると思いますか。[単一回答]



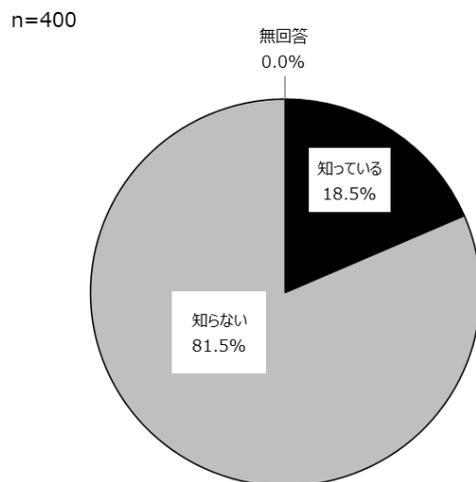
性別・年代別では大きな傾向差は見られませんでした。

	全体 (実数)	認知症の正しい理解状況				無回答
		とても思う	どちらかとい えばそう 思う	どちらかとい えばそう 思わない	全く思わ ない	
全体 (%)	400	8.5	55.5	30.3	5.8	-
性別						
男性	251	8.8	55.8	29.5	6.0	-
女性	149	8.1	55.0	31.5	5.4	-
年代						
20代	12	-	58.3	25.0	16.7	-
30代	34	8.8	41.2	35.3	14.7	-
40代	81	14.8	49.4	29.6	6.2	-
50代	138	5.1	58.0	33.3	3.6	-
60代以上	135	8.9	60.0	26.7	4.4	-
性別 × 年代						
男性計	251	8.8	55.8	29.5	6.0	-
20代	5	-	60.0	20.0	20.0	-
30代	12	8.3	41.7	50.0	-	-
40代	47	17.0	48.9	25.5	8.5	-
50代	90	3.3	58.9	33.3	4.4	-
60代以上	97	10.3	57.7	25.8	6.2	-
女性計	149	8.1	55.0	31.5	5.4	-
20代	7	-	57.1	28.6	14.3	-
30代	22	9.1	40.9	27.3	22.7	-
40代	34	11.8	50.0	35.3	2.9	-
50代	48	8.3	56.3	33.3	2.1	-
60代以上	38	5.3	65.8	28.9	-	-
職業						
会社員、公務員、団体職員	165	10.3	52.1	30.9	6.7	-
派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	7.6	57.0	30.4	5.1	-
自営業、自由業、その他	39	5.1	48.7	46.2	-	-
専業主婦・主夫	55	5.5	61.8	29.1	3.6	-
学生、無職	62	9.7	61.3	19.4	9.7	-

(2) 認知症に関する相談窓口の認知状況

「知っている」が18.5%、一方で、「知らない」が81.5%となっています。

□ Q2. 認知症に関する相談窓口を知っていますか。[単一回答]



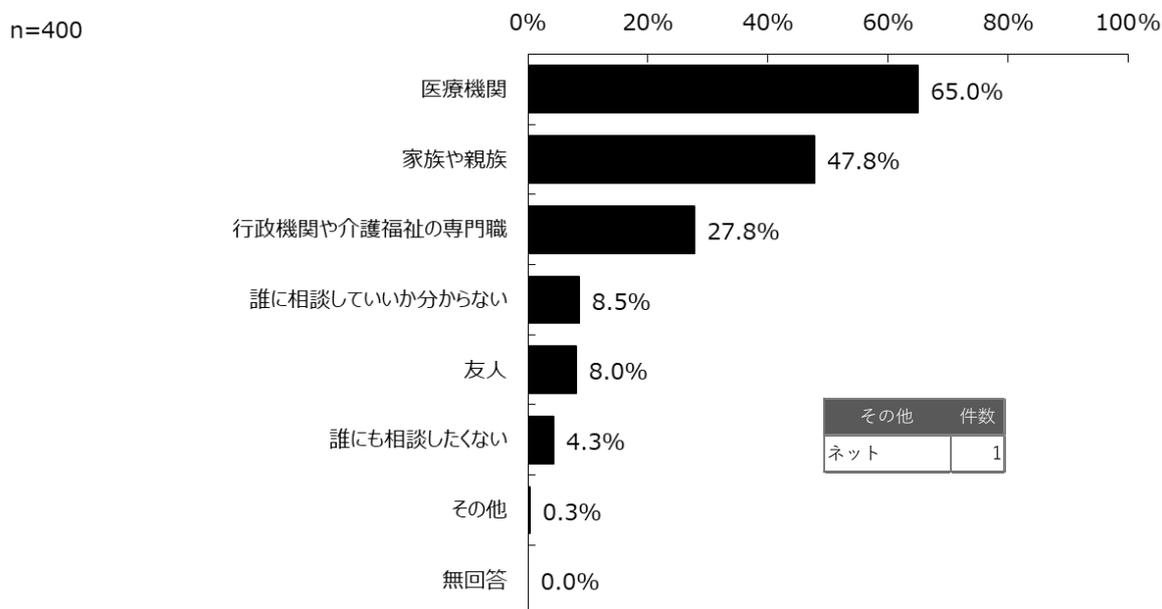
性別・年代別では大きな傾向差は見られませんでした。

		全体 (実数)	認知症に関する相談窓口の認知状況		
			知っている	知らない	無回答
		(%)			
全体		400	18.5	81.5	-
性別	男性	251	19.1	80.9	-
	女性	149	17.4	82.6	-
年代	20代	12	25.0	75.0	-
	30代	34	8.8	91.2	-
	40代	81	25.9	74.1	-
	50代	138	16.7	83.3	-
	60代以上	135	17.8	82.2	-
	性別×年代	男性計	251	19.1	80.9
性別×年代	20代	5	40.0	60.0	-
	30代	12	8.3	91.7	-
	40代	47	31.9	68.1	-
	50代	90	14.4	85.6	-
	60代以上	97	17.5	82.5	-
	女性計	149	17.4	82.6	-
	20代	7	14.3	85.7	-
	30代	22	9.1	90.9	-
	40代	34	17.6	82.4	-
	50代	48	20.8	79.2	-
60代以上	38	18.4	81.6	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	165	21.8	78.2	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	17.7	82.3	-
	自営業、自由業、その他	39	12.8	87.2	-
	専業主婦・主夫	55	16.4	83.6	-
	学生、無職	62	16.1	83.9	-

(3) 認知症に関する相談相手の希望

「医療機関」が65.0%と最も高く、次いで「家族や親族」が47.8%、「行政機関や介護福祉の専門職」が27.8%となっています。

□ Q3. あなた自身が「認知症かな」と思ったら、誰に相談したいですか。[複数回答]



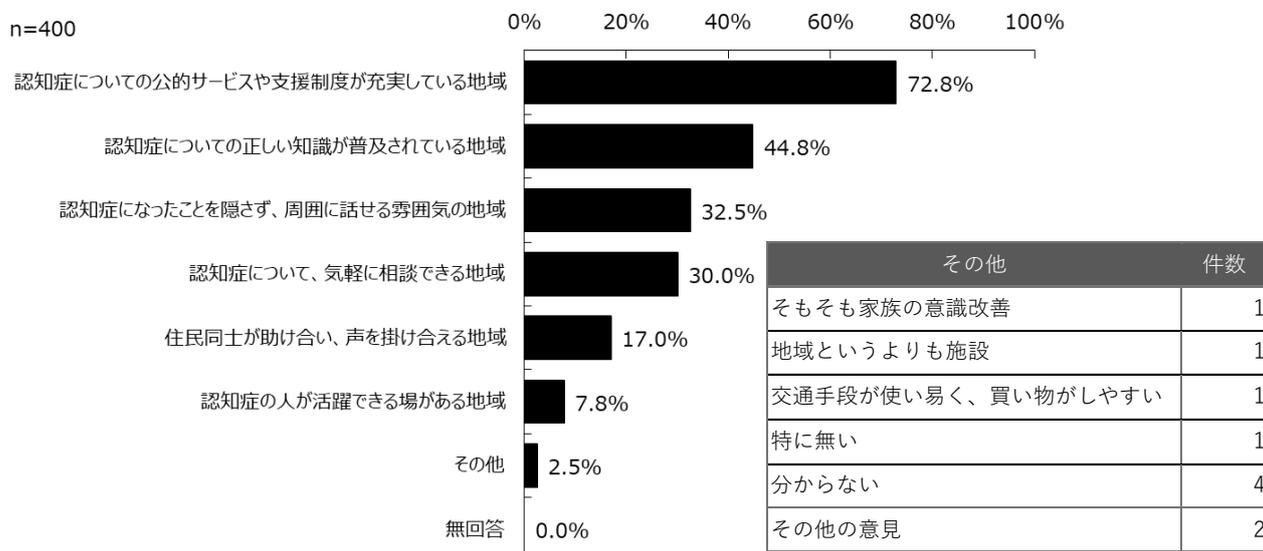
性別に見ると、「医療機関」は、男性の方が高くなっています。一方で、「家族や親族」、「行政機関や介護福祉の専門職」は、女性の方が高くなっています。

		全体 (実数)	認知症に関する相談相手の希望							
			医療機関	家族や親族	行政機関や 介護福祉の 専門職	誰に相談し ていいか わからない	友人	誰にも相談 したくない	その他	無回答
全体		400	65.0	47.8	27.8	8.5	8.0	4.3	0.3	-
性別	男性	251	66.9	44.6	25.5	8.8	7.2	4.0	0.4	-
	女性	149	61.7	53.0	31.5	8.1	9.4	4.7	-	-
年代	20代	12	41.7	58.3	16.7	41.7	8.3	-	-	-
	30代	34	67.6	50.0	32.4	5.9	14.7	2.9	-	-
	40代	81	61.7	51.9	32.1	14.8	9.9	2.5	-	-
	50代	138	66.7	45.7	22.5	6.5	9.4	7.2	0.7	-
	60代以上	135	66.7	45.9	30.4	4.4	3.7	3.0	-	-
	男性計	251	66.9	44.6	25.5	8.8	7.2	4.0	0.4	-
性別 × 年代	20代	5	40.0	40.0	20.0	60.0	-	-	-	-
	30代	12	75.0	66.7	41.7	-	25.0	-	-	-
	40代	47	63.8	46.8	27.7	17.0	8.5	-	-	-
	50代	90	68.9	43.3	20.0	6.7	10.0	7.8	1.1	-
	60代以上	97	67.0	42.3	27.8	5.2	2.1	3.1	-	-
	女性計	149	61.7	53.0	31.5	8.1	9.4	4.7	-	-
	20代	7	42.9	71.4	14.3	28.6	14.3	-	-	-
	30代	22	63.6	40.9	27.3	9.1	9.1	4.5	-	-
	40代	34	58.8	58.8	38.2	11.8	11.8	5.9	-	-
	50代	48	62.5	50.0	27.1	6.3	8.3	6.3	-	-
60代以上	38	65.8	55.3	36.8	2.6	7.9	2.6	-	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	165	67.3	53.3	27.9	7.9	10.3	1.8	-	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	62.0	44.3	35.4	10.1	7.6	7.6	-	-
	自営業、自由業、その他	39	61.5	38.5	15.4	17.9	10.3	2.6	2.6	-
	専業主婦・主夫	55	74.5	52.7	27.3	3.6	5.5	1.8	-	-
	学生、無職	62	56.5	38.7	25.8	6.5	3.2	9.7	-	-

(4) 認知症の際、安心して暮らせる地域

「認知症についての公的サービスや支援制度が充実している地域」が72.8%と最も高く、次いで「認知症についての正しい知識が普及されている地域」が44.8%、「認知症になったことを隠さず、周囲に話せる雰囲気」が32.5%となっています。

□ Q4. あなたや家族が認知症になっても安心して暮らせるのは、どんな地域だと思いますか。[3つまで選択可]



「認知症について、気軽に相談できる地域」は、女性の方が高くなっています。一方で、「認知症になったことを隠さず、周囲に話せる雰囲気の地域」は、男性の方が高くなっています。

年代別に見ると、「認知症について、気軽に相談できる地域」は、年代が上がるにつれて概ね高くなる傾向があります。

		全体 (実数)	認知症の際、安心して暮らせる地域							
			(%)	認知症についての公的サービスや支援制度が充実している地域	認知症についての正しい知識が普及されている地域	認知症になったことを隠さず、周囲に話せる雰囲気の地域	認知症について、気軽に相談できる地域	住民同士が助け合い、声を掛け合える地域	認知症の人が活躍できる場がある地域	その他
全体		400	72.8	44.8	32.5	30.0	17.0	7.8	2.5	-
性別	男性	251	70.9	44.6	34.7	26.7	15.5	8.4	1.6	-
	女性	149	75.8	45.0	28.9	35.6	19.5	6.7	4.0	-
年代	20代	12	41.7	83.3	-	16.7	-	33.3	-	-
	30代	34	79.4	44.1	44.1	26.5	11.8	8.8	-	-
	40代	81	64.2	45.7	29.6	27.2	23.5	9.9	2.5	-
	50代	138	76.8	47.1	31.9	29.0	13.8	5.8	2.9	-
	60代以上	135	74.8	38.5	34.8	34.8	19.3	5.9	3.0	-
性別×年代	男性計	251	70.9	44.6	34.7	26.7	15.5	8.4	1.6	-
	20代	5	60.0	100.0	-	-	-	60.0	-	-
	30代	12	75.0	41.7	58.3	8.3	16.7	8.3	-	-
	40代	47	55.3	48.9	31.9	23.4	23.4	12.8	-	-
	50代	90	76.7	46.7	31.1	26.7	12.2	5.6	1.1	-
	60代以上	97	73.2	38.1	38.1	32.0	15.5	6.2	3.1	-
	女性計	149	75.8	45.0	28.9	35.6	19.5	6.7	4.0	-
	20代	7	28.6	71.4	-	28.6	-	14.3	-	-
	30代	22	81.8	45.5	36.4	36.4	9.1	9.1	-	-
	40代	34	76.5	41.2	26.5	32.4	23.5	5.9	5.9	-
50代	48	77.1	47.9	33.3	33.3	16.7	6.3	6.3	-	
60代以上	38	78.9	39.5	26.3	42.1	28.9	5.3	2.6	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	165	70.9	47.3	32.7	24.8	19.4	5.5	1.8	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	70.9	44.3	35.4	38.0	10.1	11.4	2.5	-
	自営業、自由業、その他	39	69.2	30.8	23.1	28.2	17.9	17.9	2.6	-
	専業主婦・主夫	55	80.0	52.7	34.5	34.5	18.2	5.5	5.5	-
	学生、無職	62	75.8	40.3	32.3	30.6	17.7	4.8	1.6	-

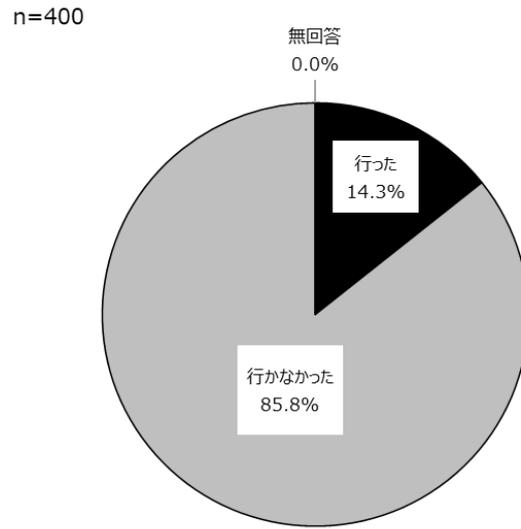
3 第46回秦野市市民の日について

11月3日に開催した秦野市市民の日について、市民の認知度及び情報収集の手段を調査するものです。

(1) 第46回秦野市市民の日の参加状況

「行った」が14.3%、一方で、「行かなかった」が85.8%となっています。

□ Q5. 第46回秦野市市民の日に行きましたか。[単一回答]



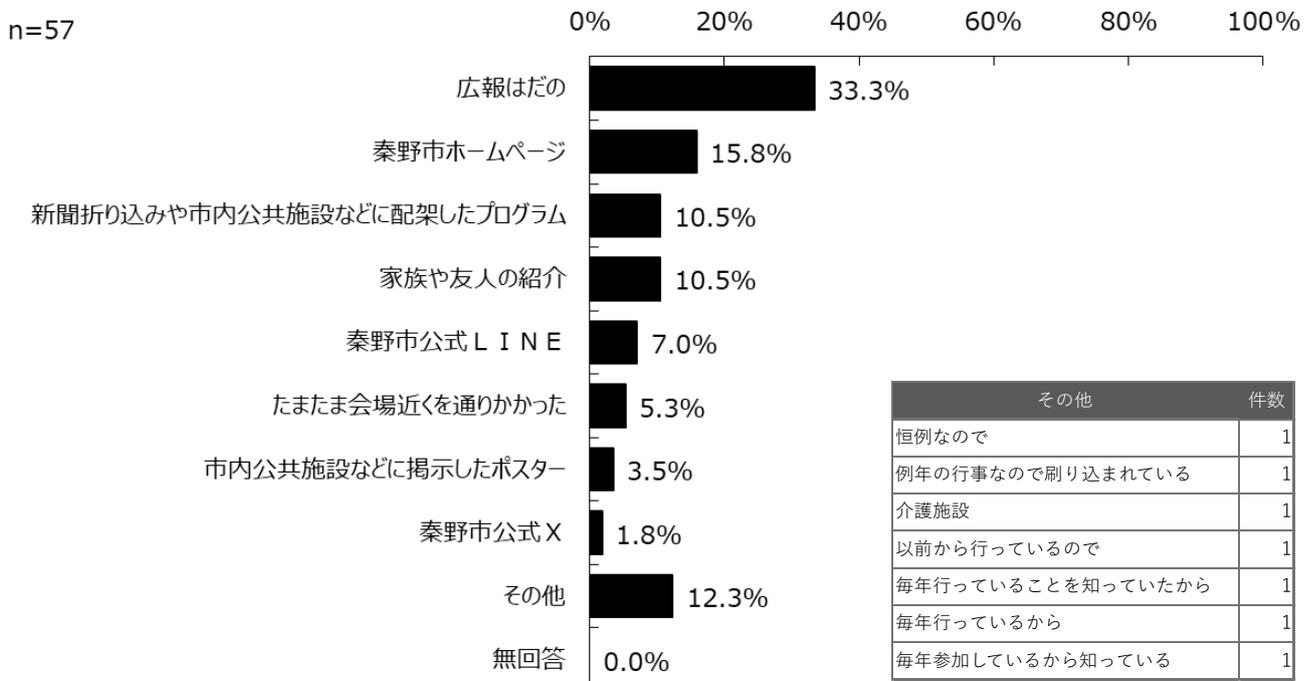
性別・年代別では大きな傾向差は見られませんでした。

	全体 (実数)	第46回秦野市市民の日の参加状況		
		行った	行かなかった	無回答
全体 (%)	400	14.3	85.8	-
性別				
男性	251	15.9	84.1	-
女性	149	11.4	88.6	-
年代				
20代	12	-	100.0	-
30代	34	17.6	82.4	-
40代	81	23.5	76.5	-
50代	138	10.9	89.1	-
60代以上	135	12.6	87.4	-
性別 × 年代				
男性計	251	15.9	84.1	-
20代	5	-	100.0	-
30代	12	33.3	66.7	-
40代	47	25.5	74.5	-
50代	90	12.2	87.8	-
60代以上	97	13.4	86.6	-
女性計	149	11.4	88.6	-
20代	7	-	100.0	-
30代	22	9.1	90.9	-
40代	34	20.6	79.4	-
50代	48	8.3	91.7	-
60代以上	38	10.5	89.5	-
職業				
会社員、公務員、団体職員	165	18.2	81.8	-
派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	13.9	86.1	-
自営業、自由業、その他	39	7.7	92.3	-
専業主婦・主夫	55	12.7	87.3	-
学生、無職	62	9.7	90.3	-

(2) 秦野市市民の日の情報入手方法

「広報はだの」が33.3%と最も高く、次いで「秦野市ホームページ」が15.8%、「新聞折り込みや市内公共施設などに配架したプログラム」、「家族や友人の紹介」が10.5%となっています。

□ Q6. Q5で「行った」を選択した方にお聞きします。秦野市市民の日を何で知りましたか。[単一回答]

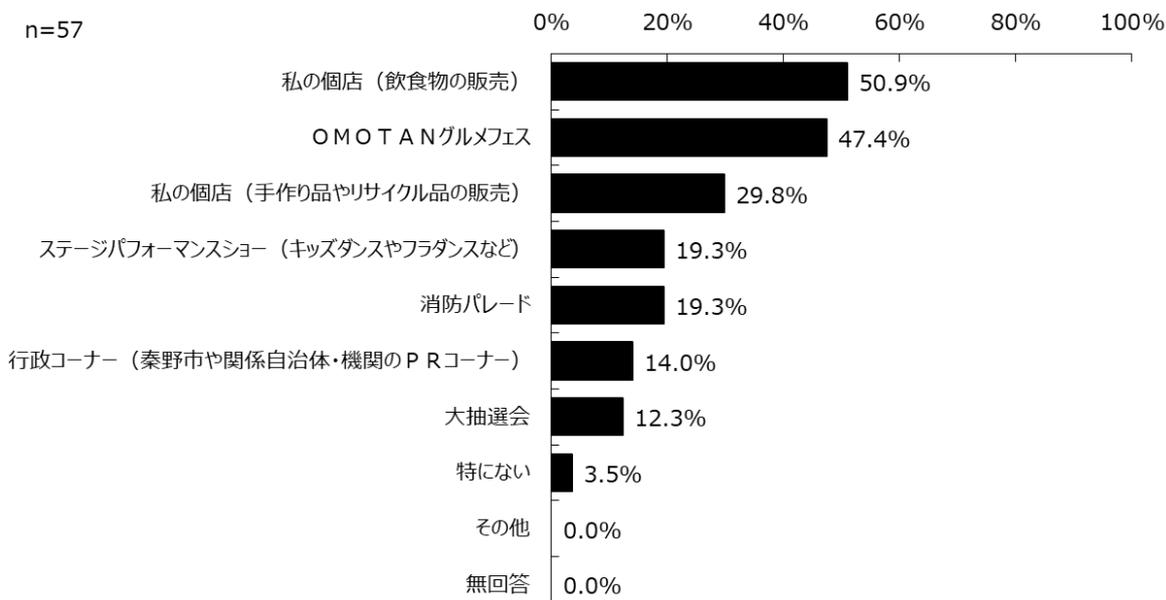


		全体 (実数)	秦野市市民の日の情報入手方法									
			広報はだの	秦野市 ホームページ	新聞折り込 みや市内公 共施設など に配架した プログラム	家族や友人 の紹介	秦野市公式 LINE	たまたま会 場近くを通り かかった	市内公共施 設などに掲 示した ポスター	秦野市公式 X	その他	無回答
全体		57	33.3	15.8	10.5	10.5	7.0	5.3	3.5	1.8	12.3	-
性別	男性	40	27.5	15.0	12.5	12.5	7.5	7.5	5.0	2.5	10.0	-
	女性	17	47.1	17.6	5.9	5.9	5.9	-	-	-	17.6	-
年代	20代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	30代	6	16.7	-	-	16.7	50.0	-	-	-	16.7	-
	40代	19	31.6	15.8	15.8	15.8	5.3	5.3	-	-	10.5	-
	50代	15	33.3	26.7	6.7	6.7	-	6.7	13.3	6.7	-	-
	60代以上	17	41.2	11.8	11.8	5.9	-	5.9	-	-	23.5	-
性別 × 年代	男性計	40	27.5	15.0	12.5	12.5	7.5	7.5	5.0	2.5	10.0	-
	20代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	30代	4	-	-	-	25.0	50.0	-	-	-	25.0	-
	40代	12	25.0	25.0	16.7	16.7	8.3	8.3	-	-	-	-
	50代	11	36.4	9.1	9.1	9.1	-	9.1	18.2	9.1	-	-
	60代以上	13	30.8	15.4	15.4	7.7	-	7.7	-	-	23.1	-
	女性計	17	47.1	17.6	5.9	5.9	5.9	-	-	-	17.6	-
	20代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	30代	2	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-
	40代	7	42.9	-	14.3	14.3	-	-	-	-	28.6	-
50代	4	25.0	75.0	-	-	-	-	-	-	-	-	
60代以上	4	75.0	-	-	-	-	-	-	-	25.0	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	30	36.7	10.0	16.7	6.7	10.0	6.7	6.7	3.3	3.3	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	11	45.5	9.1	-	9.1	-	9.1	-	-	27.3	-
	自営業、自由業、その他	3	-	33.3	-	33.3	-	-	-	-	33.3	-
	専業主婦・主夫	7	14.3	28.6	14.3	14.3	14.3	-	-	-	14.3	-
	学生、無職	6	33.3	33.3	-	16.7	-	-	-	-	16.7	-

(3) 秦野市市民の日の好評イベント

「私の個店（飲食物の販売）」が50.9%と最も高く、次いで「OMOTANグルメフェス」が47.4%、「私の個店（手作り品やリサイクル品の販売）」が29.8%となっています。

□ Q7. Q5で「行った」を選択した方にお聞きします。特に良かったと思うイベントは何ですか。【複数回答】



		全体 (実数)	秦野市市民の日の好評イベント								特にない	その他	無回答
			私の個店 (飲食物の 販売)	OMOTAN グルメ フェス	私の個店 (手作り品 やリサイク ル品の 販売)	ステージパ フォーマンス ショー (キッズダン スやフラダ ンスなど)	消防 パレード	行政コー ナー(秦野 市や関係自 治体・機関 のPR コーナー)	大抽選会				
全体		57	50.9	47.4	29.8	19.3	19.3	14.0	12.3	3.5	-	-	
性別	男性	40	50.0	50.0	27.5	22.5	12.5	12.5	15.0	5.0	-	-	
	女性	17	52.9	41.2	35.3	11.8	35.3	17.6	5.9	-	-	-	
年代	20代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	30代	6	50.0	50.0	16.7	16.7	33.3	-	-	-	-	-	
	40代	19	47.4	52.6	42.1	5.3	21.1	15.8	15.8	5.3	-	-	
	50代	15	66.7	46.7	20.0	26.7	20.0	26.7	13.3	-	-	-	
	60代以上	17	41.2	41.2	29.4	29.4	11.8	5.9	11.8	5.9	-	-	
性別 × 年代	男性計		40	50.0	50.0	27.5	22.5	12.5	12.5	15.0	5.0	-	-
	20代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		30代	4	50.0	75.0	25.0	-	25.0	-	-	-	-	-
		40代	12	41.7	58.3	33.3	8.3	16.7	8.3	25.0	8.3	-	-
		50代	11	63.6	45.5	18.2	27.3	18.2	27.3	9.1	-	-	-
		60代以上	13	46.2	38.5	30.8	38.5	-	7.7	15.4	7.7	-	-
	女性計		17	52.9	41.2	35.3	11.8	35.3	17.6	5.9	-	-	-
	20代	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		30代	2	50.0	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-
		40代	7	57.1	42.9	57.1	-	28.6	28.6	-	-	-	-
50代		4	75.0	50.0	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0	-	-	-	
60代以上		4	25.0	50.0	25.0	-	50.0	-	-	-	-	-	
職業	会社員、公務員、団体職員		30	56.7	56.7	30.0	16.7	13.3	16.7	10.0	3.3	-	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト		11	54.5	27.3	18.2	18.2	9.1	9.1	-	9.1	-	-
	自営業、自由業、その他		3	33.3	33.3	66.7	33.3	33.3	33.3	33.3	-	-	-
	専業主婦・主夫		7	42.9	42.9	28.6	14.3	57.1	14.3	14.3	-	-	-
	学生、無職		6	33.3	50.0	33.3	33.3	16.7	-	33.3	-	-	-

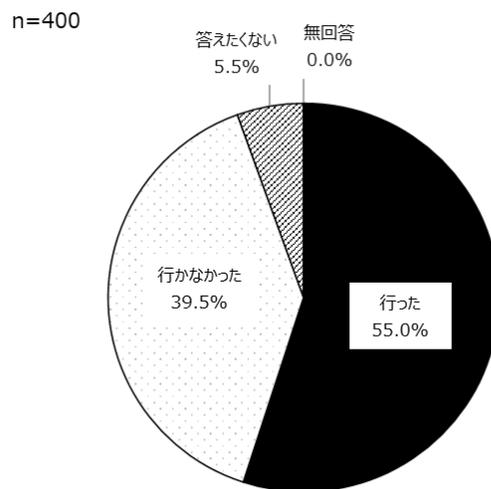
4 秦野市長選挙について

今後の秦野市長選挙の投票率向上に向けて、市民の投票状況や意向を調査するものです。

(1) 秦野市長選挙の参加状況

「行った」が55.0%と最も高く、次いで「行かなかった」が39.5%、「答えたくない」が5.5%となっています。

□ Q8. 令和8年1月25日の秦野市長選挙の投票に行きましたか。【単一回答】



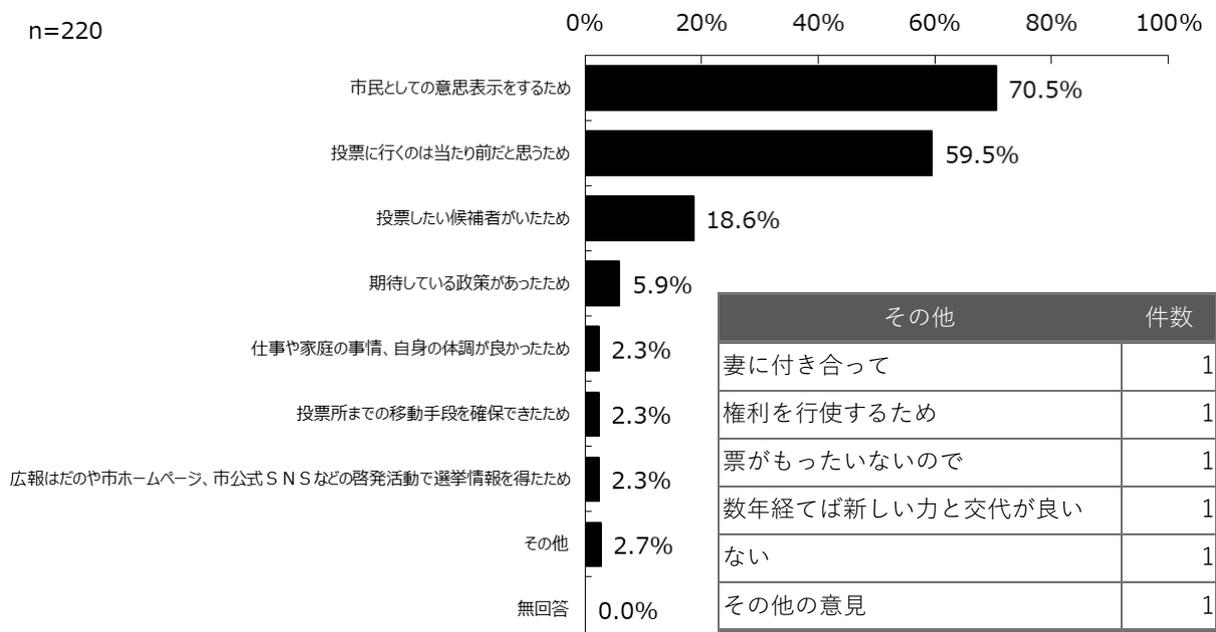
年代別に見ると、「行かなかった」は、年代が上がるにつれて概ね低くなる傾向があります。

		全体 (実数)	秦野市長選挙の参加状況			
			行った	行かなか った	答えたく ない	無回答
	(%)					
	全 体	400	55.0	39.5	5.5	-
性別	男性	251	56.2	38.2	5.6	-
	女性	149	53.0	41.6	5.4	-
年代	20代	12	33.3	50.0	16.7	-
	30代	34	44.1	47.1	8.8	-
	40代	81	58.0	39.5	2.5	-
	50代	138	51.4	39.9	8.7	-
	60代以上	135	61.5	36.3	2.2	-
性別 × 年代	男性計	251	56.2	38.2	5.6	-
	20代	5	20.0	60.0	20.0	-
	30代	12	58.3	25.0	16.7	-
	40代	47	57.4	40.4	2.1	-
	50代	90	52.2	40.0	7.8	-
	60代以上	97	60.8	36.1	3.1	-
	女性計	149	53.0	41.6	5.4	-
	20代	7	42.9	42.9	14.3	-
	30代	22	36.4	59.1	4.5	-
	40代	34	58.8	38.2	2.9	-
	50代	48	50.0	39.6	10.4	-
60代以上	38	63.2	36.8	-	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	165	55.8	39.4	4.8	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	50.6	44.3	5.1	-
	自営業、自由業、その他	39	61.5	33.3	5.1	-
	専業主婦・主夫	55	54.5	40.0	5.5	-
	学生、無職	62	54.8	37.1	8.1	-

(2) 投票に行った理由

「市民としての意思表示をするため」が70.5%と最も高く、次いで「投票に行くのは当たり前だと思うため」が59.5%、「投票したい候補者がいたため」が18.6%となっています。

□ Q9. Q8で「行った」を選択した方にお聞きします。投票に行った理由は何ですか。[3つまで選択可]



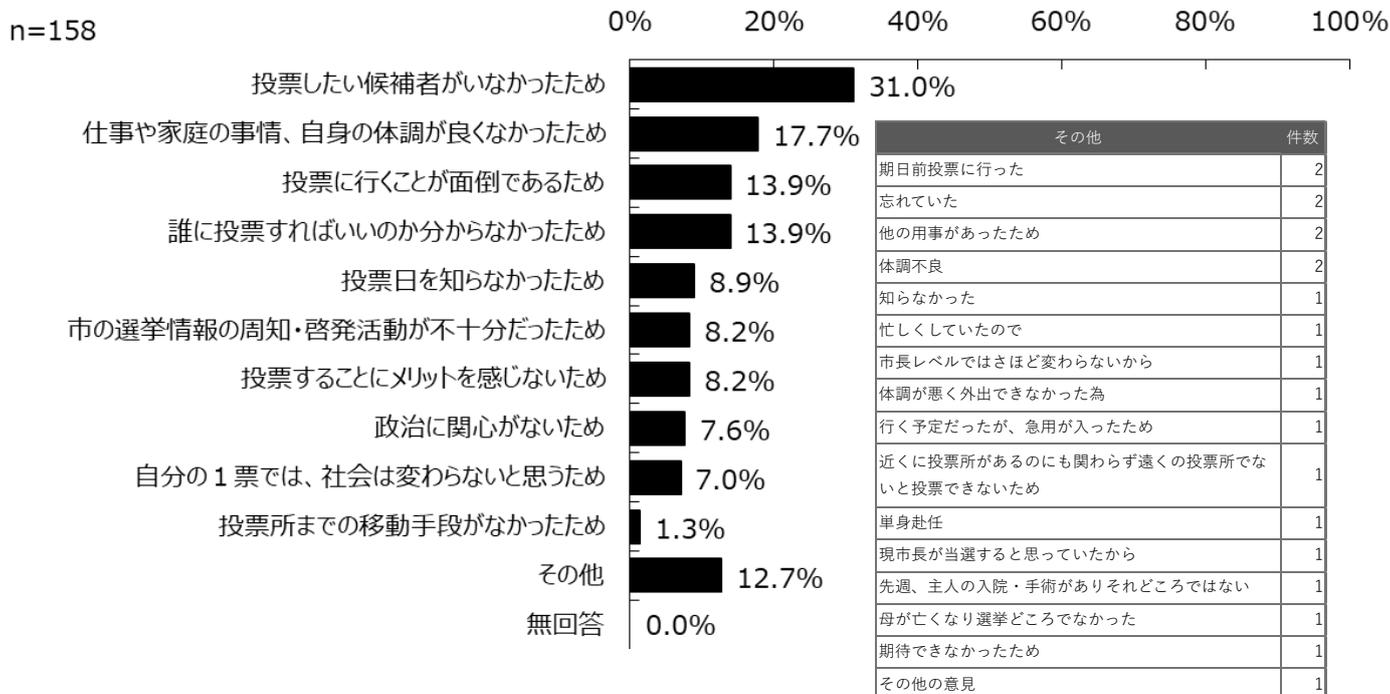
性別に見ると、「市民としての意思表示をするため」は、女性の方が高くなっています。

		投票に行った理由									
		全体 (実数)	市民としての 意思表示 をするため	投票に行く のは当たり前 と思う ため	投票したい 候補者が いたため	期待してい る政策が あったため	仕事や家庭 の事情、自 身の体調が 良かった ため	投票所まで の移動手段 を確保でき たため	広報はだの や市ホーム ページ、市 公式SNS などの啓発 活動で選挙 情報を得た ため	その他	無回答
	(%)										
	全体	220	70.5	59.5	18.6	5.9	2.3	2.3	2.3	2.7	-
性別	男性	141	67.4	58.9	19.9	7.1	1.4	1.4	2.8	2.8	-
	女性	79	75.9	60.8	16.5	3.8	3.8	3.8	1.3	2.5	-
年代	20代	4	50.0	75.0	-	-	25.0	-	-	-	-
	30代	15	60.0	60.0	6.7	-	13.3	-	-	6.7	-
	40代	47	78.7	46.8	21.3	4.3	2.1	2.1	-	2.1	-
	50代	71	69.0	54.9	15.5	7.0	-	4.2	4.2	1.4	-
	60代以上	83	69.9	69.9	22.9	7.2	1.2	1.2	2.4	3.6	-
性別 × 年代	男性計	141	67.4	58.9	19.9	7.1	1.4	1.4	2.8	2.8	-
	20代	1	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	30代	7	71.4	42.9	14.3	-	14.3	-	-	-	-
	40代	27	70.4	44.4	18.5	7.4	3.7	3.7	-	3.7	-
	50代	47	66.0	55.3	17.0	6.4	-	-	4.3	2.1	-
	60代以上	59	67.8	69.5	23.7	8.5	-	1.7	3.4	3.4	-
	女性計	79	75.9	60.8	16.5	3.8	3.8	3.8	1.3	2.5	-
	20代	3	66.7	66.7	-	-	33.3	-	-	-	-
	30代	8	50.0	75.0	-	-	12.5	-	-	12.5	-
	40代	20	90.0	50.0	25.0	-	-	-	-	-	-
50代	24	75.0	54.2	12.5	8.3	-	12.5	4.2	-	-	
60代以上	24	75.0	70.8	20.8	4.2	4.2	-	-	4.2	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	92	69.6	54.3	16.3	6.5	1.1	2.2	1.1	2.2	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	40	70.0	60.0	17.5	7.5	2.5	5.0	-	5.0	-
	自営業、自由業、その他	24	62.5	66.7	25.0	4.2	-	-	8.3	4.2	-
	専業主婦・主夫	30	80.0	60.0	20.0	3.3	10.0	3.3	3.3	3.3	-
	学生、無職	34	70.6	67.6	20.6	5.9	-	-	2.9	-	-

(3) 投票に行かなかった理由

「投票したい候補者がいなかったため」が31.0%と最も高く、次いで「仕事や家庭の事情、自身の体調が良くなかったため」が17.7%、「投票に行くことが面倒であるため」、「誰に投票すればいいのか分からなかったため」が13.9%となっています。

□ Q10. Q8で「行かなかった」を選択した方にお聞きします。投票に行かなかった理由は何ですか。【3つまで選択可】



性別に見ると、「投票したい候補者がいなかったため」は、男性の方が高くなっています。一方で、「誰に投票すればいいのか分からなかったため」、「市の選挙情報の周知・啓発活動が不十分だったため」は、女性の方が高くなっています。

	全体 (実数)	投票に行かなかった理由											
		投票したい候補者がいなかったため	仕事や家庭の事情、自身の体調が良くなかったため	投票に行くことが面倒であるため	誰に投票すればいいのか分からなかったため	投票日を知らなかったため	市の選挙情報の周知・啓発活動が不十分だったため	投票することにメリットを感じないため	政治に関心がないため	自分の1票では、社会は変わらないと思うため	投票所までの移動手段がなかったため	その他	無回答
全体	158	31.0	17.7	13.9	13.9	8.9	8.2	8.2	7.6	7.0	1.3	12.7	-
性別													
男性	96	35.4	18.8	15.6	9.4	8.3	4.2	8.3	8.3	5.2	1.0	14.6	-
女性	62	24.2	16.1	11.3	21.0	9.7	14.5	8.1	6.5	9.7	1.6	9.7	-
年代													
20代	6	16.7	16.7	-	16.7	16.7	-	16.7	16.7	16.7	-	16.7	-
30代	16	37.5	6.3	25.0	6.3	6.3	6.3	12.5	6.3	-	-	12.5	-
40代	32	25.0	21.9	9.4	6.3	15.6	-	6.3	6.3	-	-	12.5	-
50代	55	30.9	21.8	16.4	18.2	9.1	5.5	12.7	9.1	7.3	3.6	9.1	-
60代以上	49	34.7	14.3	12.2	16.3	4.1	8.2	6.1	6.1	8.2	-	16.3	-
性別×年代													
男性計	96	35.4	18.8	15.6	9.4	8.3	4.2	8.3	8.3	5.2	1.0	14.6	-
20代	3	33.3	33.3	-	33.3	-	-	-	-	33.3	-	33.3	-
30代	3	33.3	-	-	-	33.3	-	-	-	-	-	33.3	-
40代	19	26.3	10.5	15.8	-	21.1	10.5	-	-	-	-	21.1	-
50代	36	38.9	27.8	19.4	8.3	5.6	-	13.9	13.9	5.6	2.8	8.3	-
60代以上	35	37.1	14.3	14.3	14.3	2.9	5.7	8.6	5.7	5.7	-	14.3	-
女性計	62	24.2	16.1	11.3	21.0	9.7	14.5	8.1	6.5	9.7	1.6	9.7	-
20代	3	-	-	-	-	33.3	-	33.3	33.3	-	-	-	-
30代	13	38.5	7.7	30.8	7.7	-	7.7	15.4	7.7	-	-	7.7	-
40代	13	23.1	38.5	-	15.4	7.7	23.1	-	7.7	15.4	-	-	-
50代	19	15.8	10.5	10.5	36.8	15.8	10.5	-	10.5	5.3	-	10.5	-
60代以上	14	28.6	14.3	7.1	21.4	7.1	14.3	-	7.1	14.3	-	21.4	-
職業													
会社員、公務員、団体職員	65	29.2	23.1	9.2	9.2	10.8	7.7	4.6	7.7	4.6	-	13.8	-
派遣、契約社員、パート・アルバイト	35	34.3	17.1	17.1	20.0	-	5.7	20.0	5.7	11.4	-	8.6	-
自営業、自由業、その他	13	38.5	7.7	30.8	15.4	15.4	-	7.7	7.7	7.7	-	-	-
専業主婦・主夫	22	22.7	13.6	9.1	18.2	13.6	18.2	-	9.1	13.6	-	22.7	-
学生、無職	23	34.8	13.0	17.4	13.0	8.7	8.7	8.7	8.7	-	8.7	13.0	-

5 有機農産物について

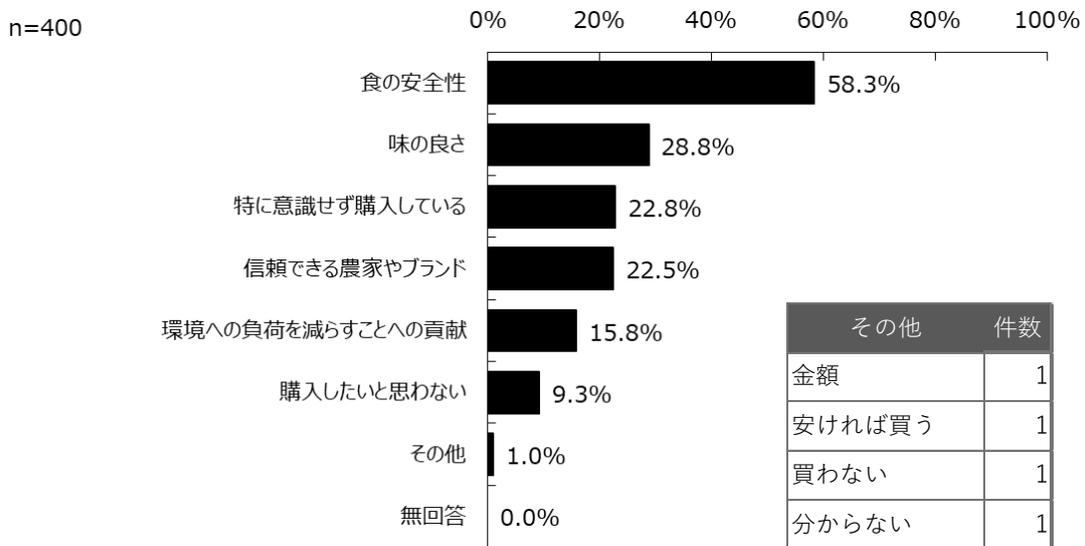
有機農産物※や化学農薬・肥料を低減した農産物に対する、市民の意識を調査するものです。

※化学的に合成された肥料や農薬、遺伝子組換え技術を利用せず、環境への負荷を低減する方法で栽培された農産物

(1) 有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物の購入時の意識

「食の安全性」が58.3%と最も高く、次いで「味の良さ」が28.8%、「特に意識せず購入している」が22.8%となっています。

□ Q11. 有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物を購入するときに、意識することは何ですか。【複数回答】



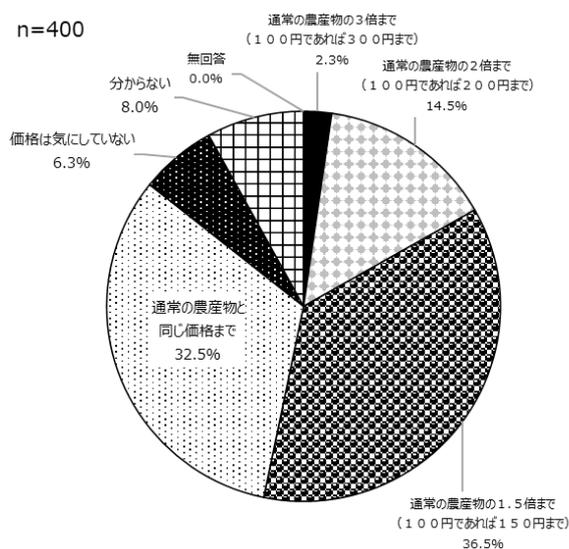
性別に見ると、「食の安全性」は、女性の方が高くなっています。一方で、「特に意識せず購入している」は、男性の方が高くなっています。

		全体 (実数)	有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物の購入時の意識							
			食の安全性	味の良さ	特に意識せず購入している	信頼できる農家やブランド	環境への負荷を減らすことへの貢献	購入したいと思わない	その他	無回答
全体		400	58.3	28.8	22.8	22.5	15.8	9.3	1.0	-
性別	男性	251	53.8	27.9	26.7	21.1	13.9	8.8	1.2	-
	女性	149	65.8	30.2	16.1	24.8	18.8	10.1	0.7	-
年代	20代	12	41.7	33.3	-	16.7	25.0	41.7	-	-
	30代	34	58.8	38.2	17.6	23.5	8.8	11.8	-	-
	40代	81	53.1	27.2	28.4	23.5	13.6	9.9	-	-
	50代	138	55.8	29.0	23.9	18.8	15.2	11.6	0.7	-
	60代以上	135	65.2	26.7	21.5	25.9	18.5	3.0	2.2	-
	男性計	251	53.8	27.9	26.7	21.1	13.9	8.8	1.2	-
性別 × 年代	20代	5	40.0	40.0	-	40.0	20.0	40.0	-	-
	30代	12	66.7	33.3	16.7	16.7	8.3	8.3	-	-
	40代	47	48.9	25.5	31.9	23.4	8.5	10.6	-	-
	50代	90	47.8	31.1	31.1	15.6	13.3	12.2	1.1	-
	60代以上	97	60.8	24.7	22.7	24.7	17.5	3.1	2.1	-
	女性計	149	65.8	30.2	16.1	24.8	18.8	10.1	0.7	-
	20代	7	42.9	28.6	-	-	28.6	42.9	-	-
	30代	22	54.5	40.9	18.2	27.3	9.1	13.6	-	-
	40代	34	58.8	29.4	23.5	23.5	20.6	8.8	-	-
	50代	48	70.8	25.0	10.4	25.0	18.8	10.4	-	-
60代以上	38	76.3	31.6	18.4	28.9	21.1	2.6	2.6	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	165	55.8	24.2	25.5	18.8	15.8	9.7	0.6	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	55.7	34.2	17.7	20.3	11.4	17.7	1.3	-
	自営業、自由業、その他	39	53.8	41.0	20.5	25.6	17.9	7.7	2.6	-
	専業主婦・主夫	55	65.5	30.9	23.6	25.5	16.4	1.8	1.8	-
	学生、無職	62	64.5	24.2	22.6	30.6	19.4	4.8	-	-

(2) 有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物の購入時の許容価格

「通常の農産物の1.5倍まで（100円であれば150円まで）」が36.5%と最も高く、次いで「通常の農産物と同じ価格まで」が32.5%、「通常の農産物の2倍まで（100円であれば200円まで）」が14.5%となっています。

□ Q12. 有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物を購入するときに、あなたが許容できる価格として最も当てはまるものはどれですか。[単一回答]



性別に見ると、「通常農産物と同じ価格まで」は、男性の方が高くなっています。一方で、「通常農産物の1.5倍まで（100円であれば150円まで）」は、女性の方が高くなっています。

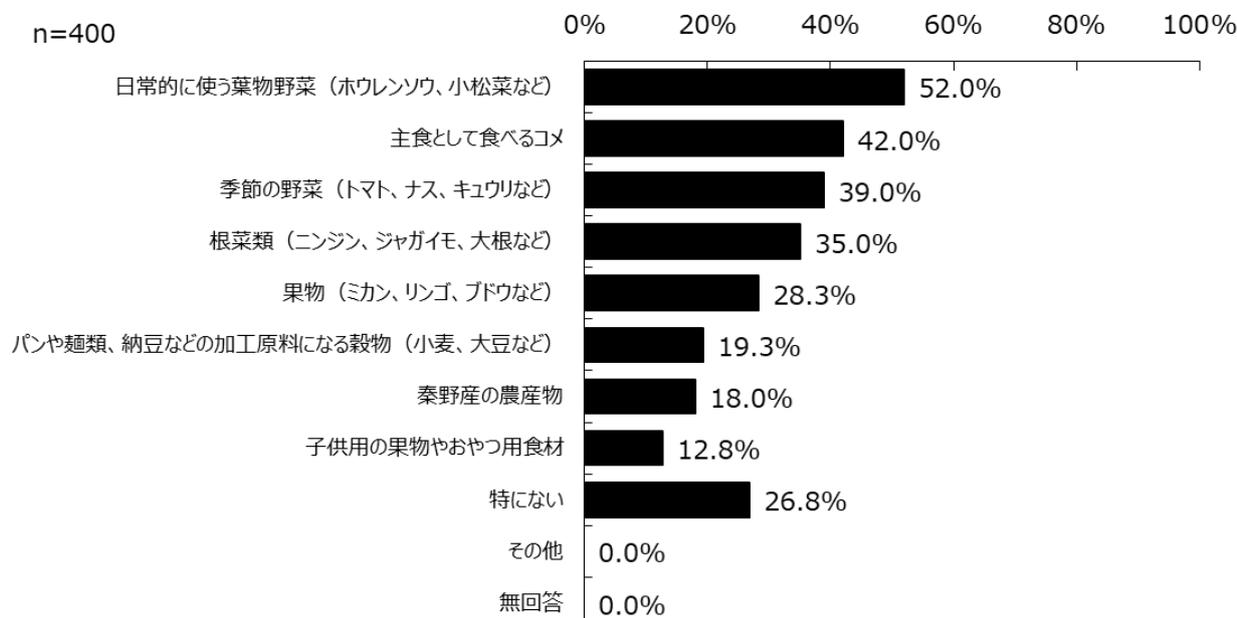
年代別に見ると、「通常農産物と同じ価格まで」は、年代が上がるにつれて概ね高くなる傾向があります。

		全体 (実数)	有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物の購入時の許容価格						
			通常農産物の3倍まで (100円であれば300円まで)	通常農産物の2倍まで (100円であれば200円まで)	通常農産物の1.5倍まで (100円であれば150円まで)	通常農産物と同じ 価格まで	価格は気に していない	分からない	無回答
全体		400	2.3	14.5	36.5	32.5	6.3	8.0	-
性別	男性	251	2.4	13.5	31.9	36.7	7.6	8.0	-
	女性	149	2.0	16.1	44.3	25.5	4.0	8.1	-
年代	20代	12	-	8.3	41.7	8.3	-	41.7	-
	30代	34	2.9	5.9	41.2	29.4	11.8	8.8	-
	40代	81	1.2	21.0	33.3	29.6	4.9	9.9	-
	50代	138	3.6	12.3	36.2	34.1	5.8	8.0	-
	60代以上	135	1.5	15.6	37.0	35.6	6.7	3.7	-
	男性計	251	2.4	13.5	31.9	36.7	7.6	8.0	-
性別× 年代	20代	5	-	20.0	20.0	20.0	-	40.0	-
	30代	12	8.3	-	50.0	25.0	16.7	-	-
	40代	47	2.1	19.1	23.4	31.9	6.4	17.0	-
	50代	90	2.2	12.2	30.0	37.8	7.8	10.0	-
	60代以上	97	2.1	13.4	36.1	40.2	7.2	1.0	-
	女性計	149	2.0	16.1	44.3	25.5	4.0	8.1	-
	20代	7	-	-	57.1	-	-	42.9	-
	30代	22	-	9.1	36.4	31.8	9.1	13.6	-
	40代	34	-	23.5	47.1	26.5	2.9	-	-
	50代	48	6.3	12.5	47.9	27.1	2.1	4.2	-
60代以上	38	-	21.1	39.5	23.7	5.3	10.5	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	165	3.0	16.4	40.0	28.5	4.2	7.9	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	-	11.4	34.2	34.2	10.1	10.1	-
	自営業、自由業、その他	39	2.6	10.3	35.9	35.9	10.3	5.1	-
	専業主婦・主夫	55	3.6	21.8	36.4	25.5	3.6	9.1	-
	学生、無職	62	1.6	9.7	30.6	45.2	6.5	6.5	-

(3) 有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物の選択希望

「日常的に使う葉物野菜（ホウレンソウ、小松菜など）」が52.0%と最も高く、次いで「主食として食べるコメ」が42.0%、「季節の野菜（トマト、ナス、キュウリなど）」が39.0%となっています。

□ Q13. 次の品目のうち、有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物を選びたいと思うのは何ですか。【複数回答】



性別に見ると、概ね女性の方が高くなっています。特に、「季節の野菜（トマト、ナス、キュウリなど）」は、女性の方が高くなっています。

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

		全体 (実数)	有機農産物や化学農薬・肥料を低減した農産物の選択希望										
			日常的に使う葉物野菜 (ホウレンソウ、小松菜 など)	主食として 食べるコメ	季節の野菜 (トマト、ナ ス、キュウ リなど)	根菜類(ニ ンジン、ジャ ガイモ、大 根など)	果物(ミカ ン、リンゴ、 ブドウなど)	パンや麺 類、納豆な どの加工原 料になる穀 物(小麦、 大豆など)	秦野産の 農産物	子供用の果 物やおやつ 用食材	特にない	その他	無回答
全体		400	52.0	42.0	39.0	35.0	28.3	19.3	18.0	12.8	26.8	-	-
性別	男性	251	49.8	39.0	33.5	33.1	23.5	15.5	15.5	9.6	28.7	-	-
	女性	149	55.7	47.0	48.3	38.3	36.2	25.5	22.1	18.1	23.5	-	-
年代	20代	12	50.0	33.3	33.3	16.7	25.0	16.7	8.3	33.3	41.7	-	-
	30代	34	26.5	26.5	20.6	20.6	26.5	5.9	17.6	14.7	38.2	-	-
	40代	81	37.0	39.5	32.1	29.6	32.1	9.9	16.0	17.3	30.9	-	-
	50代	138	53.6	44.9	37.7	36.2	26.1	22.5	18.1	12.3	26.8	-	-
	60代以上	135	65.9	45.2	49.6	42.2	28.9	25.2	20.0	8.1	20.0	-	-
	男性計	251	49.8	39.0	33.5	33.1	23.5	15.5	15.5	9.6	28.7	-	-
性別 × 年代	20代	5	60.0	20.0	40.0	-	20.0	20.0	-	40.0	40.0	-	-
	30代	12	41.7	25.0	16.7	33.3	25.0	8.3	16.7	8.3	25.0	-	-
	40代	47	23.4	34.0	19.1	25.5	19.1	8.5	17.0	10.6	42.6	-	-
	50代	90	48.9	41.1	31.1	33.3	24.4	16.7	15.6	10.0	31.1	-	-
	60代以上	97	63.9	42.3	44.3	38.1	24.7	18.6	15.5	7.2	19.6	-	-
	女性計	149	55.7	47.0	48.3	38.3	36.2	25.5	22.1	18.1	23.5	-	-
	20代	7	42.9	42.9	28.6	28.6	28.6	14.3	14.3	28.6	42.9	-	-
	30代	22	18.2	27.3	22.7	13.6	27.3	4.5	18.2	18.2	45.5	-	-
	40代	34	55.9	47.1	50.0	35.3	50.0	11.8	14.7	26.5	14.7	-	-
	50代	48	62.5	52.1	50.0	41.7	29.2	33.3	22.9	16.7	18.8	-	-
60代以上	38	71.1	52.6	63.2	52.6	39.5	42.1	31.6	10.5	21.1	-	-	
職業	会社員、公務員、団体職員	165	45.5	41.8	31.5	30.9	24.2	13.3	14.5	10.3	29.1	-	-
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	44.3	40.5	38.0	26.6	29.1	20.3	11.4	13.9	29.1	-	-
	自営業、自由業、その他	39	59.0	35.9	41.0	35.9	25.6	23.1	20.5	15.4	33.3	-	-
	専業主婦・主夫	55	65.5	49.1	54.5	50.9	40.0	27.3	32.7	23.6	14.5	-	-
	学生、無職	62	62.9	41.9	45.2	41.9	29.0	24.2	21.0	6.5	24.2	-	-

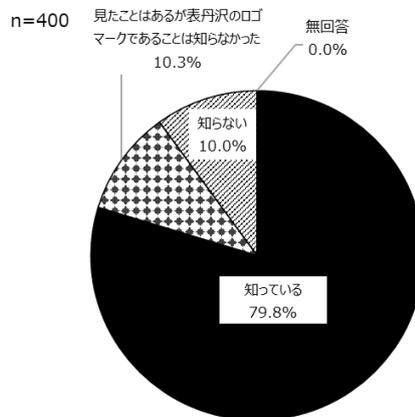
6 表丹沢の魅力づくりについて

表丹沢のさらなる魅力づくりに向けて、表丹沢に対する市民の認知度や期待する取組みを調査するものです。

(1) 「OMOTAN」ロゴマークの認知度

「知っている」が79.8%と最も高く、次いで「見たことはあるが表丹沢のロゴマークであることは知らなかった」が10.3%、「知らない」が10.0%となっています。

□ Q14. 表丹沢の魅力を象徴するロゴマーク「OMOTAN」(右図)を知っていますか。[単一回答]



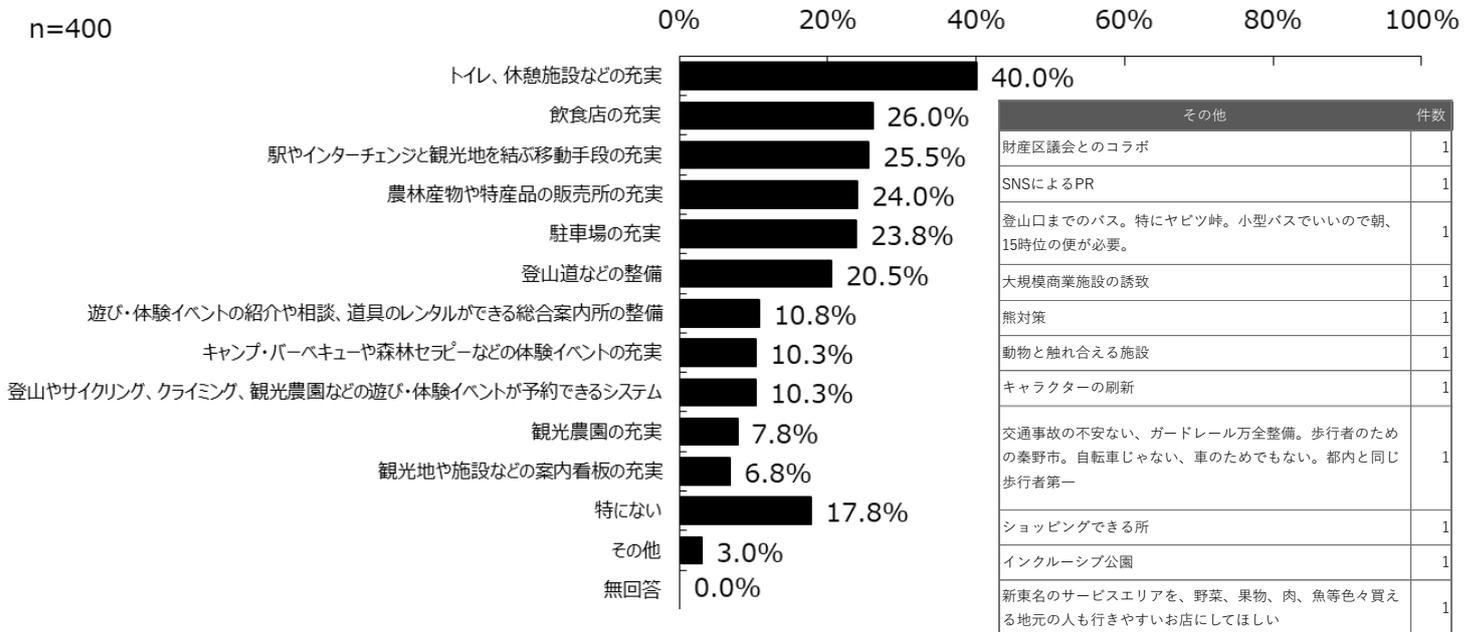
年代別に見ると、「見たことはあるが表丹沢のロゴマークであることは知らなかった」は、年代が上がるにつれて概ね高くなる傾向があります。

	全体 (実数)	「OMOTAN」ロゴマークの認知度			
		知っている	見たことはあるが表丹沢のロゴマークであることは知らなかった	知らない	無回答
全体	400	79.8	10.3	10.0	-
性別					
男性	251	78.9	10.8	10.4	-
女性	149	81.2	9.4	9.4	-
年代					
20代	12	66.7	-	33.3	-
30代	34	88.2	5.9	5.9	-
40代	81	77.8	7.4	14.8	-
50代	138	80.4	11.6	8.0	-
60代以上	135	79.3	12.6	8.1	-
性別 × 年代					
男性計	251	78.9	10.8	10.4	-
20代	5	80.0	-	20.0	-
30代	12	83.3	8.3	8.3	-
40代	47	76.6	6.4	17.0	-
50代	90	78.9	11.1	10.0	-
60代以上	97	79.4	13.4	7.2	-
女性計	149	81.2	9.4	9.4	-
20代	7	57.1	-	42.9	-
30代	22	90.9	4.5	4.5	-
40代	34	79.4	8.8	11.8	-
50代	48	83.3	12.5	4.2	-
60代以上	38	78.9	10.5	10.5	-
職業					
会社員、公務員、団体職員	165	78.8	8.5	12.7	-
派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	75.9	13.9	10.1	-
自営業、自由業、その他	39	84.6	7.7	7.7	-
専業主婦・主夫	55	85.5	9.1	5.5	-
学生、無職	62	79.0	12.9	8.1	-

(2) 表丹沢の魅力づくりに対し希望する取組み

「トイレ、休憩施設などの充実」が40.0%と最も高く、次いで「飲食店の充実」が26.0%、「駅やインターチェンジと観光地を結び移動手段の充実」が25.5%となっています。

□ Q15. 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みを期待しますか。[3つまで選択可]



性別に見ると、「トイレ、休憩所などの充実」は、男性の方が高くなっています。

		表丹沢の魅力づくりに対し希望する取組み														
		全体 (実数)	トイレ、休憩 施設などの 充実	飲食店の 充実	駅やイン ターチェ ンジと観光地 を結び移動 手段の充実	農林産物や 特産品の販 売所の充実	駐車場の 充実	登山道など の整備	遊び・体験 イベントの 紹介や相 談、道具の レンタルが できる総合 案内所の 整備	キャンプ・ バーベ キューや森 林セラピー などの体験 イベントの 充実	登山やサイ クリング、ク ライミング、 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	観光農園の 充実	観光地や施 設などの案 内看板の 充実	特にない	その他	無回答
		(%)														
全体		400	40.0	26.0	25.5	24.0	23.8	20.5	10.8	10.3	10.3	7.8	6.8	17.8	3.0	-
性別	男性	251	42.6	25.5	25.1	23.1	25.1	21.5	10.0	11.2	10.0	7.2	7.2	16.7	2.8	-
	女性	149	35.6	26.8	26.2	25.5	21.5	18.8	12.1	8.7	10.7	8.7	6.0	19.5	3.4	-
年代	20代	12	-	16.7	33.3	33.3	-	-	-	16.7	16.7	-	8.3	50.0	-	-
	30代	34	44.1	38.2	23.5	20.6	29.4	14.7	14.7	-	8.8	5.9	17.6	-	-	
	40代	81	29.6	32.1	18.5	21.0	14.8	16.0	9.9	14.8	12.3	9.9	7.4	17.3	4.9	-
	50代	138	37.7	24.6	30.4	23.9	27.5	23.9	10.1	12.3	11.6	7.2	3.6	15.9	2.9	-
	60代以上	135	51.1	21.5	24.4	25.9	25.9	23.0	11.9	7.4	7.4	8.1	9.6	17.0	3.0	-
性別 × 年代	男性計	251	42.6	25.5	25.1	23.1	25.1	21.5	10.0	11.2	10.0	7.2	7.2	16.7	2.8	-
	20代	5	-	40.0	40.0	40.0	-	-	-	-	40.0	-	20.0	40.0	-	-
	30代	12	75.0	33.3	8.3	16.7	58.3	16.7	16.7	-	16.7	8.3	-	-	-	-
	40代	47	31.9	31.9	17.0	19.1	8.5	17.0	12.8	12.8	8.5	8.5	8.5	21.3	2.1	-
	50代	90	37.8	24.4	34.4	21.1	27.8	24.4	7.8	15.6	13.3	4.4	3.3	14.4	3.3	-
	60代以上	97	50.5	21.6	21.6	26.8	27.8	22.7	10.3	8.2	5.2	9.3	10.3	17.5	3.1	-
	女性計	149	35.6	26.8	26.2	25.5	21.5	18.8	12.1	8.7	10.7	8.7	6.0	19.5	3.4	-
職業	20代	7	-	-	28.6	28.6	-	-	-	28.6	-	-	-	57.1	-	-
	30代	22	27.3	40.9	31.8	22.7	13.6	13.6	-	-	4.5	4.5	9.1	27.3	-	-
	40代	34	26.5	32.4	20.6	23.5	23.5	14.7	5.9	17.6	17.6	11.8	5.9	11.8	8.8	-
	50代	48	37.5	25.0	22.9	29.2	27.1	22.9	14.6	6.3	8.3	12.5	4.2	18.8	2.1	-
	60代以上	38	52.6	21.1	31.6	23.7	21.1	23.7	15.8	5.3	13.2	5.3	7.9	15.8	2.6	-
	会社員、公務員、団体職員	165	34.5	29.7	27.3	24.8	20.6	24.2	11.5	10.9	12.1	7.9	6.7	16.4	1.8	-
派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	35.4	35.4	21.5	22.8	22.8	10.1	10.1	11.4	7.6	10.1	5.1	20.3	7.6	-	
自営業、自由業、その他	39	48.7	20.5	30.8	23.1	28.2	12.8	10.3	15.4	10.3	7.7	12.8	10.3	5.1	-	
専業主婦・主夫	55	45.5	18.2	27.3	18.2	34.5	23.6	14.5	7.3	9.1	5.5	3.6	18.2	1.8	-	
学生、無職	62	50.0	14.5	21.0	29.0	21.0	25.8	6.5	6.5	9.7	6.5	8.1	22.6	-	-	

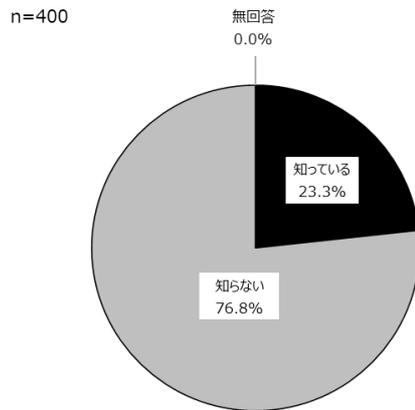
7 女子野球タウンについて

本市は、令和4年に全国で13番目、県内では初となる「女子野球タウン」に認定されてから、全国大会の開催や侍ジャパン女子代表の合宿を受け入れるなど、女子野球の普及推進に取り組んできました。このような取組みを進める中で、市民の「女子野球タウンはだの」に対する認知度を調査するものです。

(1) 女子野球の普及推進の認知度

「知っている」が23.3%、一方で、「知らない」が76.8%となっています。

□ Q16. 桑野市が県内唯一の「女子野球タウン」として、女子野球の普及推進に取り組んで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。

	全体 (実数)	女子野球の普及推進の認知度		
		知っている	知らない	無回答
全体 (%)	400	23.3	76.8	-
性別				
男性	251	27.5	72.5	-
女性	149	16.1	83.9	-
年代				
20代	12	-	100.0	-
30代	34	20.6	79.4	-
40代	81	19.8	80.2	-
50代	138	26.1	73.9	-
60代以上	135	25.2	74.8	-
性別 × 年代				
男性計	251	27.5	72.5	-
20代	5	-	100.0	-
30代	12	33.3	66.7	-
40代	47	23.4	76.6	-
50代	90	27.8	72.2	-
60代以上	97	29.9	70.1	-
女性計	149	16.1	83.9	-
20代	7	-	100.0	-
30代	22	13.6	86.4	-
40代	34	14.7	85.3	-
50代	48	22.9	77.1	-
60代以上	38	13.2	86.8	-
職業				
会社員、公務員、団体職員	165	20.6	79.4	-
派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	25.3	74.7	-
自営業、自由業、その他	39	28.2	71.8	-
専業主婦・主夫	55	23.6	76.4	-
学生、無職	62	24.2	75.8	-

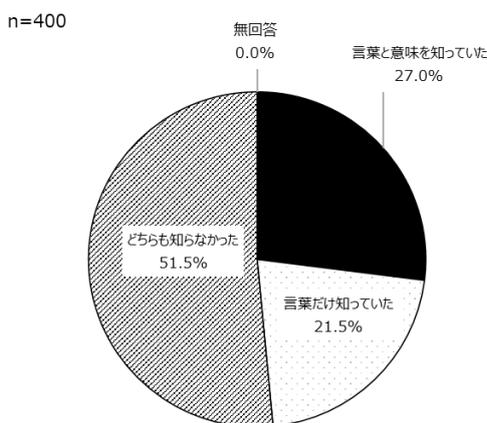
9 残薬について

予期せぬ副作用など、薬の誤った服用による身体への害の防止や医療費の適正化のため、市民の残薬に関する意識を調査するものです。（残薬とは、飲み忘れや飲み残しなどで家に余ってしまった薬のこと）

(1) 「残薬」の認知状況

「どちらも知らなかった」が51.5%と最も高く、次いで「言葉と意味を知っていた」が27.0%、「言葉だけ知っていた」が21.5%となっています。

□ Q18.「残薬」という言葉と意味を知っていましたか。【単一回答】



性別に見ると、「言葉と意味を知っていた」は、女性の方が高くなっています。一方、「どちらも知らなかった」は、男性の方が高くなっています。

	全体 (実数)	「残薬」の認知状況			
		言葉と意味 を知っていた	言葉だけ 知っていた	どちらも知 らなかった	無回答
全体 (%)	400	27.0	21.5	51.5	-
性別					
男性	251	23.5	21.1	55.4	-
女性	149	32.9	22.1	45.0	-
年代					
20代	12	-	25.0	75.0	-
30代	34	23.5	26.5	50.0	-
40代	81	29.6	23.5	46.9	-
50代	138	26.1	14.5	59.4	-
60代以上	135	29.6	25.9	44.4	-
性別 × 年代					
男性計	251	23.5	21.1	55.4	-
20代	5	-	40.0	60.0	-
30代	12	25.0	16.7	58.3	-
40代	47	29.8	23.4	46.8	-
50代	90	16.7	14.4	68.9	-
60代以上	97	27.8	25.8	46.4	-
女性計	149	32.9	22.1	45.0	-
20代	7	-	14.3	85.7	-
30代	22	22.7	31.8	45.5	-
40代	34	29.4	23.5	47.1	-
50代	48	43.8	14.6	41.7	-
60代以上	38	34.2	26.3	39.5	-
職業					
会社員、公務員、団体職員	165	22.4	21.8	55.8	-
派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	30.4	20.3	49.4	-
自営業、自由業、その他	39	25.6	10.3	64.1	-
専業主婦・主夫	55	32.7	29.1	38.2	-
学生、無職	62	30.6	22.6	46.8	-

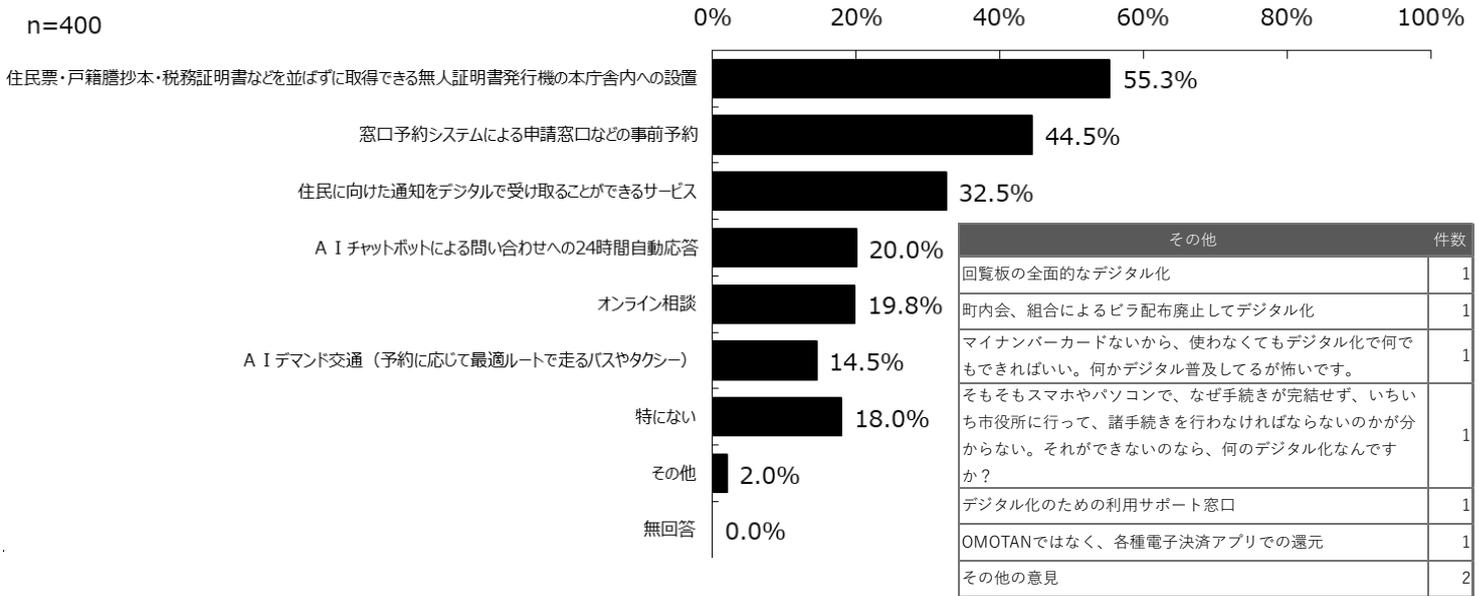
10 秦野市のデジタル化について

暮らしをより便利にするため、デジタルを活用した行政サービスのニーズを調査するものです。

(1) 市のデジタル化について希望する行政サービス

「住民票・戸籍謄抄本・税務証明書などを並ばずに取得できる無人証明書発行機の本庁舎内への設置」が55.3%と最も高く、次いで「窓口予約システムによる申請窓口などの事前予約」が44.5%、「住民に向けた通知をデジタルで受け取ることができるサービス」が32.5%となっています。

□ Q19. 今後、市のデジタル化を進める中で、あった方が良いと思う行政サービスは何ですか。[複数回答]



性別に見ると、「住民に向けた通知をデジタルで受け取ることができるサービス」は男性の方が高くなっています。一方、「特にない」は、女性の方が高くなっています。

		市のデジタル化について希望する行政サービス								
		全体 (実数)	住民票・戸籍謄抄本・税務証明書などを並ばずに取得できる無人証明書発行機の本庁舎内への設置	窓口予約システムによる申請窓口などの事前予約	住民に向けた通知をデジタルで受け取ることができるサービス	A Iチャットボットによる問い合わせへの24時間自動応答	オンライン相談	A Iデマンド交通(予約に応じて最適ルートで走るバスやタクシー)	特にない	その他
	(%)									
	全体	400	55.3	44.5	32.5	20.0	19.8	14.5	18.0	2.0
性別	男性	251	55.4	43.4	37.8	18.7	19.9	15.5	15.5	2.0
	女性	149	55.0	46.3	23.5	22.1	19.5	12.8	22.1	2.0
年代	20代	12	33.3	33.3	25.0	16.7	16.7	16.7	50.0	-
	30代	34	67.6	61.8	29.4	14.7	26.5	8.8	17.6	-
	40代	81	56.8	44.4	27.2	18.5	19.8	14.8	16.0	1.2
	50代	138	54.3	41.3	31.2	24.6	21.0	15.2	18.1	2.2
	60代以上	135	54.1	44.4	38.5	17.8	17.0	14.8	16.3	3.0
	男性計	251	55.4	43.4	37.8	18.7	19.9	15.5	15.5	2.0
性別×年代	20代	5	40.0	40.0	40.0	20.0	20.0	-	40.0	-
	30代	12	91.7	66.7	41.7	16.7	25.0	8.3	8.3	-
	40代	47	48.9	38.3	31.9	17.0	14.9	14.9	19.1	2.1
	50代	90	56.7	40.0	35.6	20.0	20.0	17.8	17.8	1.1
	60代以上	97	53.6	46.4	42.3	18.6	21.6	15.5	11.3	3.1
	女性計	149	55.0	46.3	23.5	22.1	19.5	12.8	22.1	2.0
	20代	7	28.6	28.6	14.3	14.3	14.3	28.6	57.1	-
	30代	22	54.5	59.1	22.7	13.6	27.3	9.1	22.7	-
	40代	34	67.6	52.9	20.6	20.6	26.5	14.7	11.8	-
	50代	48	50.0	43.8	22.9	33.3	22.9	10.4	18.8	4.2
60代以上	38	55.3	39.5	28.9	15.8	5.3	13.2	28.9	2.6	
職業	会社員、公務員、団体職員	165	55.8	49.7	33.9	21.2	20.6	15.2	16.4	1.8
	派遣、契約社員、パート・アルバイト	79	50.6	44.3	25.3	22.8	15.2	16.5	20.3	2.5
	自営業、自由業、その他	39	59.0	35.9	38.5	23.1	25.6	12.8	17.9	7.7
	専業主婦・主夫	55	61.8	41.8	25.5	18.2	18.2	10.9	18.2	-
	学生、無職	62	51.6	38.7	40.3	12.9	21.0	14.5	19.4	-

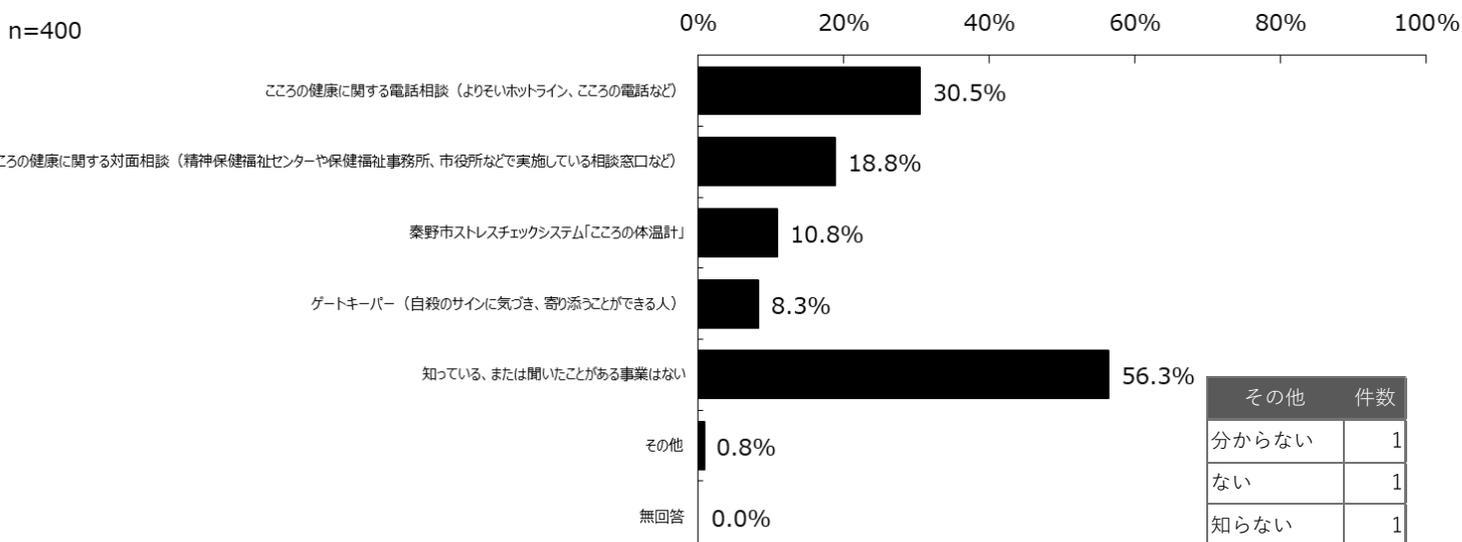
11 こころの健康状況について

心身共に、健康で生きがいを持って暮らすことのできる社会を実現するため、市民のこころの健康に関することについて調査するものです。

(1) こころの健康に関する事業の認知状況

「こころの健康に関する電話相談（よりそいホットライン、こころの電話など）」が30.5%と最も高く、次いで「こころの健康に関する対面相談（精神保健福祉センターや保健福祉事務所、市役所などで実施している相談窓口など）」が18.8%、「秦野市ストレスチェックシステム「こころの体温計」」が10.8%となっています。

□ Q20. 次のうち、あなたが知っている、または聞いたことがある事業は何ですか。〔複数回答〕



性別に見ると、「こころの健康に関する電話相談（よりそいホットライン、こころの電話など）」は、女性の方が高くなっています。

	全体 (実数)	こころの健康に関する事業の認知状況						その他	無回答
		こころの健康に関する電話相談（よりそいホットライン、こころの電話など）	こころの健康に関する対面相談（精神保健福祉センターや保健福祉事務所、市役所などで実施している相談窓口など）	秦野市ストレスチェックシステム「こころの体温計」	ゲートキーパー（自殺のサインに気づき、寄り添うことができる人）	知っている、または聞いたことがある事業はない	その他		
全体	400	30.5	18.8	10.8	8.3	56.3	0.8	-	
性別									
男性	251	27.5	18.7	9.6	8.8	58.6	0.4	-	
女性	149	35.6	18.8	12.8	7.4	52.3	1.3	-	
年代									
20代	12	16.7	8.3	16.7	16.7	66.7	-	-	
30代	34	35.3	8.8	8.8	2.9	55.9	-	-	
40代	81	28.4	24.7	13.6	11.1	50.6	2.5	-	
50代	138	31.2	21.7	7.8	8.0	56.3	-	-	
60代以上	135	31.1	15.6	10.4	7.4	58.5	0.7	-	
性別×年代									
男性計	251	27.5	18.7	9.6	8.8	58.6	0.4	-	
20代	5	20.0	20.0	-	20.0	80.0	-	-	
30代	12	25.0	16.7	16.7	8.3	58.3	-	-	
40代	47	29.8	23.4	12.8	12.8	46.8	2.1	-	
50代	90	23.3	21.1	7.8	7.8	62.2	-	-	
60代以上	97	30.9	14.4	9.3	7.2	59.8	-	-	
女性計	149	35.6	18.8	12.8	7.4	52.3	1.3	-	
20代	7	14.3	-	28.6	14.3	57.1	-	-	
30代	22	40.9	4.5	4.5	-	54.5	-	-	
40代	34	26.5	26.5	14.7	8.8	55.9	2.9	-	
50代	48	45.8	22.9	12.5	8.3	45.8	-	-	
60代以上	38	31.6	18.4	13.2	7.9	55.3	2.6	-	
職業									
全社員、公務員、団 派遣、契約社員、 自営業、自由業、そ 他	165	26.7	21.8	14.5	9.7	55.8	-	-	
派遣、契約社員、 自営業、自由業、そ 他	79	38.0	20.3	8.9	10.1	50.6	-	-	
専業主婦・主夫	39	28.2	7.7	2.6	7.7	66.7	2.6	-	
専業主婦・主夫	55	30.9	18.2	12.7	5.5	54.5	3.6	-	
学生、無職	62	32.3	16.1	6.5	4.8	59.7	-	-	