

平成 25 年度秦野市 Web アンケート調査
(第 1・2 回目)
報告書

平成 25 年 7 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1・2回目）	5
1	属性	7
(1)	性別	7
(2)	年齢	7
(3)	居住地区	7
2	商店街の活動について	8
(1)	商店街のイベントへの参加状況	8
(2)	商店街が行うイベントの効果について	9
(3)	商店街の取り組みとして効果があると思うもの	10
(4)	商店街の活性化のために最も重要だと思うこと	12
(5)	地元商店が繁盛するために必要だと思うこと	14
(6)	市内にあると良いと思う店	15
3	秦野駅北口周辺のまちづくりについて	16
(1)	秦野駅北口地区・駅前通り地区の問題点	16
(2)	秦野駅北口地区・駅前通り地区の将来像	19
(3)	秦野駅北口地区・駅前通り地区にあると良い、又は充実した方が良い施設	22
(4)	設備・維持費がかかることよりもサービスの重要度を優先して設置すべき公共的施設	25
4	住宅用火災警報器設置状況について	28
(1)	住宅用火災警報器の設置有無	28
(2)	住宅用火災警報器を設置していない理由	29
5	省エネルギー・エコライフについて	30
(1)	省エネ・エコライフを意識して行動しているか	30
(2)	現在よりも省エネ型生活にすることができるか	31
(3)	現在行っている省エネ・エコライフ行動	32
(4)	今後取り組みたい省エネ・エコライフ行動	34
6	災害対策について	36
(1)	秦野市の災害対策として必要だと思うもの	36
(2)	家具転倒防止対策の取り組み状況	38
(3)	家具転倒防止器具を設置する条件	39

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する。

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ある。

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 抽出方法	全数
⑥ 調査方法	ネット調査
⑦ 調査期間	平成25年6月28日～7月16日
⑧ 調査機関	一般社団法人輿論科学協会

3 アンケートの調査項目

商店街の活動、秦野駅北口周辺のまちづくり、住宅用火災警報器設置状況、省エネルギー・エコライフ、災害対策について調査項目を設定した。

4 調査結果をみる上での注意事項

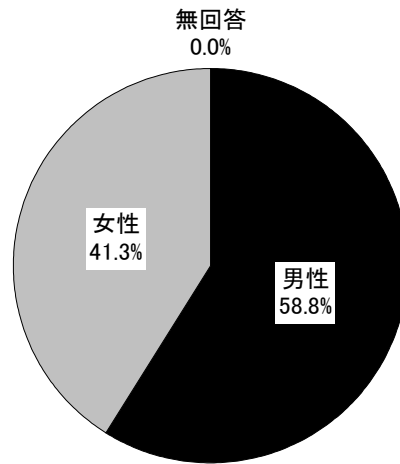
- ① 回答はn（有効回収数）を基準とした百分率で表わし、小数点第2位を四捨五入した。
このため、百分率の合計が100%にならない場合がある。
- ② 集計結果の表やグラフでは、コンピューター入力の都合上、回答の選択肢の言葉を短縮して表現している場合がある。

Ⅱ 調査結果（第1・2回目）

1 属性

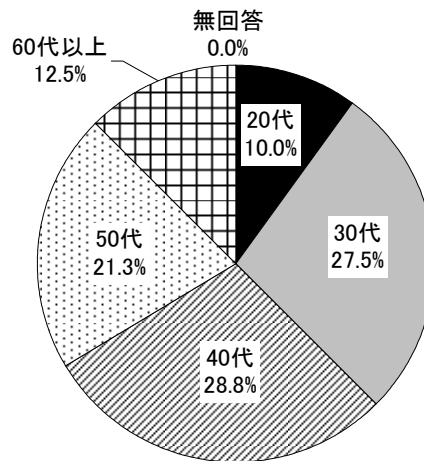
(1) 性別

n=400



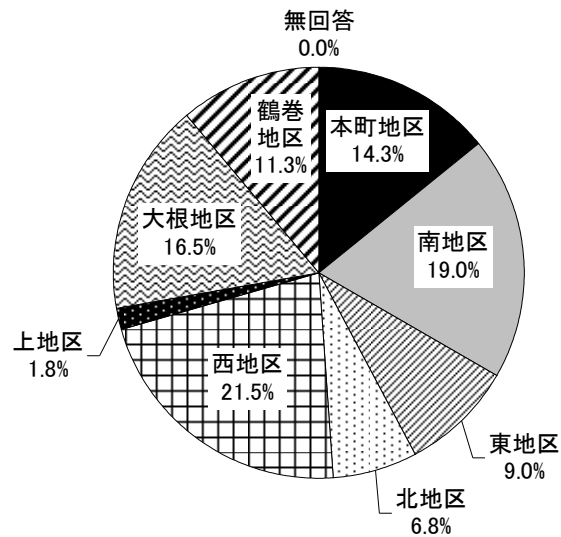
(2) 年齢

n=400



(3) 居住地区

n=400



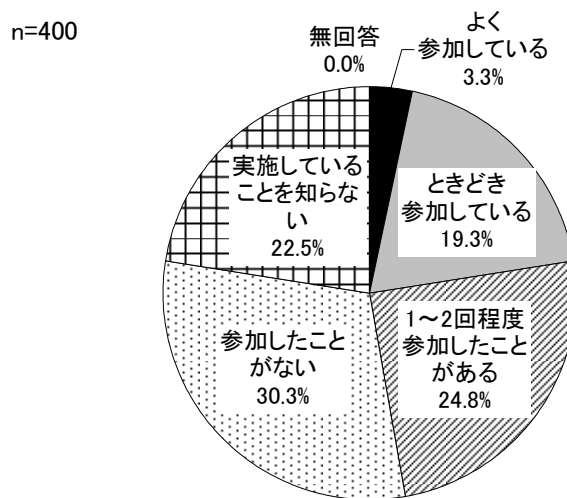
2 商店街の活動について

(1) 商店街のイベントへの参加状況

商店街のイベントへの参加状況については、「よく参加している」(3.3%)、「ときどき参加している」(19.3%)、「1～2回程度参加したことがある」(24.8%)を合わせた『参加経験あり(計)』が47.4%となっている。一方、「参加したことがない」は30.3%、「実施していることを知らない」は22.5%となっている。

□ Q1. 秦野市では、中心市街地の活性化を図るため、商店街等が実施する納涼祭や売り出し、利益還元イベントなど、販売促進のためのイベントなどについて支援しています。

あなたは、市内の商店街が実施しているイベントに参加したことがありますか。



性別では、大きな差はみられない。

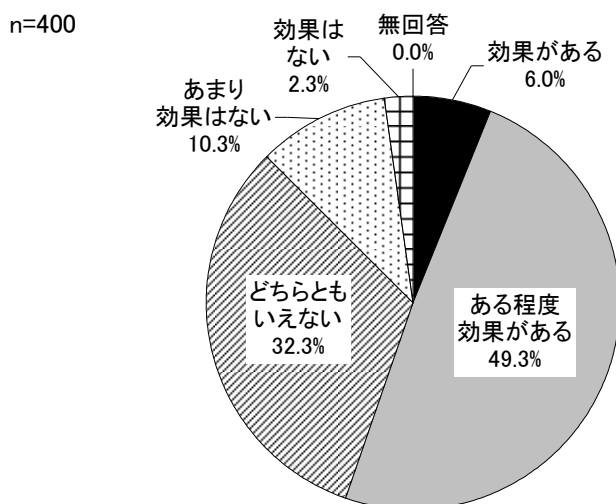
年代別でみると、『参加経験あり(計)』は、60代以上(62.0%)で6割を超え最も高くなっている。

		商店街のイベントへの参加状況							
		全体 (実数)	参加経験 あり(計)	よく参加 している	ときどき参 加している	1～2回程 度参加し たことがあ る	参加したこ とがない	実施して いること を知らない	無回答
(%)									
全体		400	47.4	3.3	19.3	24.8	30.3	22.5	0.0
性別	男性	235	48.1	3.0	20.4	24.7	29.4	22.6	0.0
	女性	165	46.0	3.6	17.6	24.8	31.5	22.4	0.0
年代	20代	40	40.0	2.5	10.0	27.5	22.5	37.5	0.0
	30代	110	42.8	5.5	17.3	20.0	27.3	30.0	0.0
	40代	115	46.9	3.5	19.1	24.3	34.8	18.3	0.0
	50代	85	48.2	1.2	23.5	23.5	32.9	18.8	0.0
	60代以上	50	62.0	2.0	24.0	36.0	28.0	10.0	0.0
性別 × 年代	男性計	235	48.1	3.0	20.4	24.7	29.4	22.6	0.0
	20代	18	38.9	5.6	11.1	22.2	22.2	38.9	0.0
	30代	57	47.5	5.3	21.1	21.1	24.6	28.1	0.0
	40代	65	41.5	4.6	16.9	20.0	36.9	21.5	0.0
	50代	60	45.0	0.0	23.3	21.7	35.0	20.0	0.0
	60代以上	35	71.4	0.0	25.7	45.7	17.1	11.4	0.0
	女性計	165	46.0	3.6	17.6	24.8	31.5	22.4	0.0
	20代	22	40.9	0.0	9.1	31.8	22.7	36.4	0.0
	30代	53	37.8	5.7	13.2	18.9	30.2	32.1	0.0
	40代	50	54.0	2.0	22.0	30.0	32.0	14.0	0.0
50代	25	56.0	4.0	24.0	28.0	28.0	16.0	0.0	
60代以上	15	40.0	6.7	20.0	13.3	53.3	6.7	0.0	

(2) 商店街が行うイベントの効果について

商店街が行うイベントの効果については、「ある程度効果がある」(49.3%)が5割近くで最も高く、「効果がある」(6.0%)を合わせた『効果がある(計)』は55.3%となっている。一方、「あまり効果はない」(10.3%)と「効果はない」(2.3%)を合わせた『効果はない(計)』は12.6%となっている。

□ Q2. 商店街で実施しているイベントは、商店街の活性化や販売促進、個店の繁栄に効果があると思いますか。



性別では、大きな差はみられない。

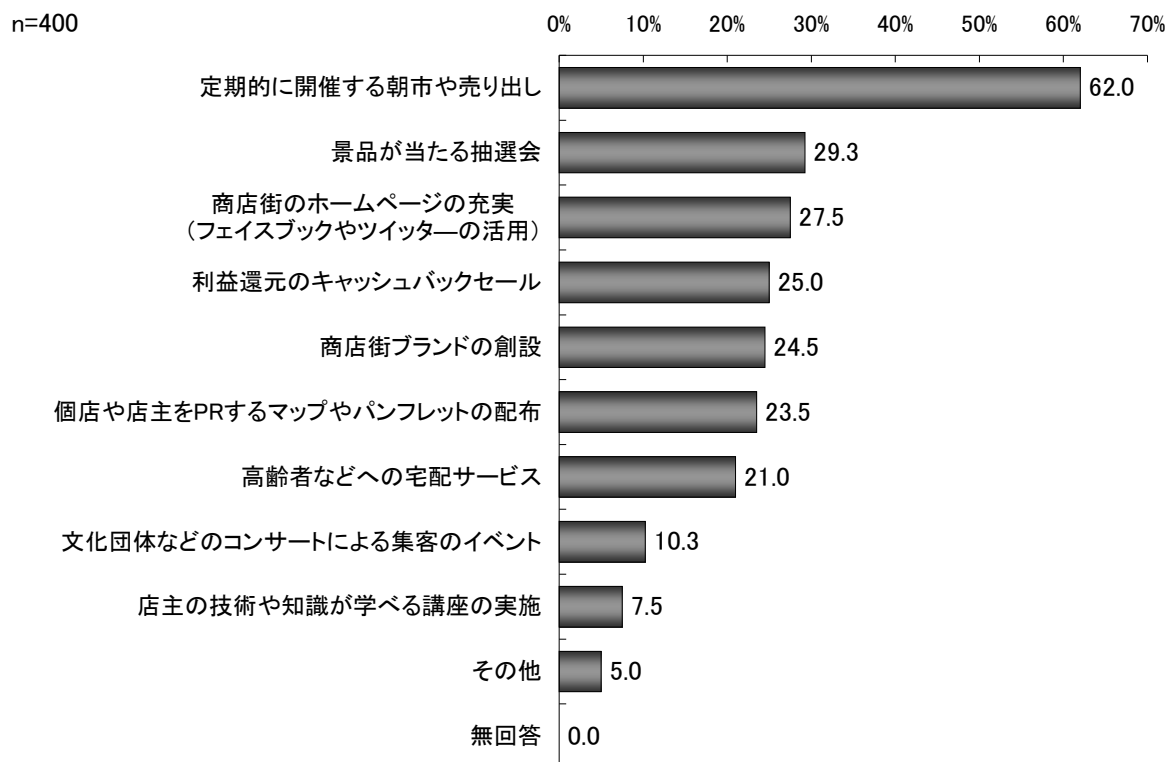
年代別でみると、『効果がある(計)』は、60代以上(60.0%)が6割で最も高くなっている。

		商店街が行うイベントの効果について								
		全体 (実数)	効果が ある(計)	効果が ある	ある程度 効果が ある	どちらとも いえない	効果は ない(計)	あまり 効果は ない	効果は ない	無回答
全体		400	55.3	6.0	49.3	32.3	12.6	10.3	2.3	0.0
性別	男性	235	54.5	6.0	48.5	32.3	13.2	11.5	1.7	0.0
	女性	165	56.4	6.1	50.3	32.1	11.5	8.5	3.0	0.0
年代	20代	40	47.5	7.5	40.0	42.5	10.0	10.0	0.0	0.0
	30代	110	57.3	6.4	50.9	30.0	12.7	9.1	3.6	0.0
	40代	115	53.9	3.5	50.4	32.2	13.9	9.6	4.3	0.0
	50代	85	55.3	7.1	48.2	31.8	12.9	12.9	0.0	0.0
	60代以上	50	60.0	8.0	52.0	30.0	10.0	10.0	0.0	0.0
性別 × 年代	男性計	235	54.5	6.0	48.5	32.3	13.2	11.5	1.7	0.0
	20代	18	33.4	5.6	27.8	50.0	16.7	16.7	0.0	0.0
	30代	57	54.4	5.3	49.1	31.6	14.0	10.5	3.5	0.0
	40代	65	52.3	3.1	49.2	32.3	15.4	12.3	3.1	0.0
	50代	60	56.6	8.3	48.3	31.7	11.7	11.7	0.0	0.0
	60代以上	35	65.7	8.6	57.1	25.7	8.6	8.6	0.0	0.0
	女性計	165	56.4	6.1	50.3	32.1	11.5	8.5	3.0	0.0
	20代	22	59.1	9.1	50.0	36.4	4.5	4.5	0.0	0.0
	30代	53	60.3	7.5	52.8	28.3	11.3	7.5	3.8	0.0
	40代	50	56.0	4.0	52.0	32.0	12.0	6.0	6.0	0.0
50代	25	52.0	4.0	48.0	32.0	16.0	16.0	0.0	0.0	
60代以上	15	46.7	6.7	40.0	40.0	13.3	13.3	0.0	0.0	

(3) 商店街の取り組みとして効果があると思うもの

商店街が活性化し個々のお店が繁盛するためには、商店街としてどのような取り組みをしたら効果があると思うかたずねたところ、「定期的を開催する朝市や売り出し」(62.0%)が6割を超え最も高くなっている。次いで、「景品が当たる抽選会」(29.3%)、「商店街のホームページの充実(フェイスブックやツイッターの活用)」(27.5%)の順となっている。

□ Q3. 商店街が活性化し、個々のお店が繁盛するためには、商店街としてどのような取り組みをしたら効果があると思いますか。(3つまで)



性別で見ると、「商店街のホームページの充実」「商店街ブランドの創設」「個店や店主をPRするマップやパンフレットの配布」は男性の方が高く、「景品が当たる抽選会」「利益還元のカッシュバックセール」は女性の方が高くなっている。

年代別で見ると、「定期的に開催する朝市や売り出し」は年代が上がるにつれ割合が高くなる傾向となっている。「景品が当たる抽選会」「商店街のホームページの充実」は、20～30代で高くなっている。

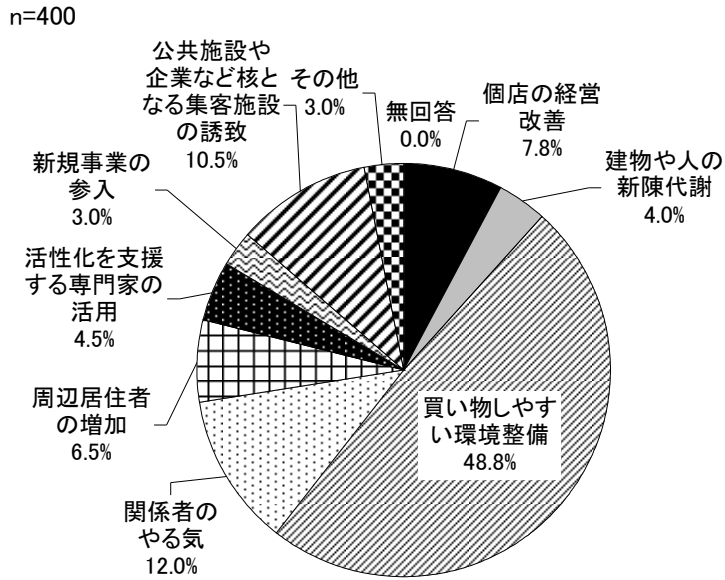
		商店街の取り組みとして効果があると思うもの							
		全体 (実数) (%)	定期的 に開催する 朝市や 売り出し	景品が 当たる 抽選会	商店街の ホーム ページの 充実	利益還元 のキャッ シュバック セール	商店街 ブランドの 創設	個店や 店主をPR する マップや パンフ レットの 配布	高齢者な どへの 宅配 サービス
全体		400	62.0	29.3	27.5	25.0	24.5	23.5	21.0
性別	男性	235	61.7	26.8	30.6	21.7	28.1	26.0	19.6
	女性	165	62.4	32.7	23.0	29.7	19.4	20.0	23.0
年代	20代	40	47.5	40.0	35.0	22.5	30.0	17.5	17.5
	30代	110	50.9	39.1	35.5	30.0	23.6	22.7	13.6
	40代	115	64.3	20.0	26.1	17.4	21.7	25.2	20.0
	50代	85	70.6	24.7	16.5	28.2	25.9	27.1	28.2
	60代以上	50	78.0	28.0	26.0	28.0	26.0	20.0	30.0
性別 × 年代	男性計	235	61.7	26.8	30.6	21.7	28.1	26.0	19.6
	20代	18	44.4	27.8	38.9	16.7	38.9	22.2	22.2
	30代	57	42.1	35.1	40.4	24.6	31.6	22.8	10.5
	40代	65	61.5	16.9	29.2	15.4	27.7	27.7	18.5
	50代	60	73.3	26.7	21.7	25.0	23.3	28.3	26.7
	60代以上	35	82.9	31.4	28.6	25.7	25.7	25.7	22.9
	女性計	165	62.4	32.7	23.0	29.7	19.4	20.0	23.0
	20代	22	50.0	50.0	31.8	27.3	22.7	13.6	13.6
	30代	53	60.4	43.4	30.2	35.8	15.1	22.6	17.0
	40代	50	68.0	24.0	22.0	20.0	14.0	22.0	22.0
50代	25	64.0	20.0	4.0	36.0	32.0	24.0	32.0	
60代以上	15	66.7	20.0	20.0	33.3	26.7	6.7	46.7	

		全体 (実数) (%)	文化団体 などのコン サートによ る集客の イベント	店主の技 術や知識 が学べる 講座の 実施	その他	無回答
全体		400	10.3	7.5	5.0	0.0
性別	男性	235	11.1	6.8	5.5	0.0
	女性	165	9.1	8.5	4.2	0.0
年代	20代	40	10.0	2.5	2.5	0.0
	30代	110	9.1	5.5	5.5	0.0
	40代	115	9.6	10.4	5.2	0.0
	50代	85	12.9	10.6	2.4	0.0
	60代以上	50	10.0	4.0	10.0	0.0
性別 × 年代	男性計	235	11.1	6.8	5.5	0.0
	20代	18	11.1	5.6	5.6	0.0
	30代	57	10.5	3.5	5.3	0.0
	40代	65	13.8	10.8	4.6	0.0
	50代	60	8.3	10.0	3.3	0.0
	60代以上	35	11.4	0.0	11.4	0.0
	女性計	165	9.1	8.5	4.2	0.0
	20代	22	9.1	0.0	0.0	0.0
	30代	53	7.5	7.5	5.7	0.0
	40代	50	4.0	10.0	6.0	0.0
50代	25	24.0	12.0	0.0	0.0	
60代以上	15	6.7	13.3	6.7	0.0	

(4) 商店街の活性化のために最も重要だと思うこと

商店街が活性化するために何が最も重要だと思うかたずねたところ、「買い物しやすい環境整備」(48.8%) が5割近くで最も高くなっている。次いで、「関係者のやる気」(12.0%)、「公共施設や企業など核となる集客施設の誘致」(10.5%)、「個店の経営改善」(7.8%)の順となっている。

□ Q4. 商店街が活性化するためには何が最も重要だと思いますか。次の中から1つお選びください。



性別でみると、「買い物しやすい環境整備」は女性（53.9%）の方が高くなっている。

年代別でみると、「買い物しやすい環境整備」は20代（60.0%）が6割で最も高くなっている。「関係者のやる気」は、50代（17.6%）が最も高くなっている。

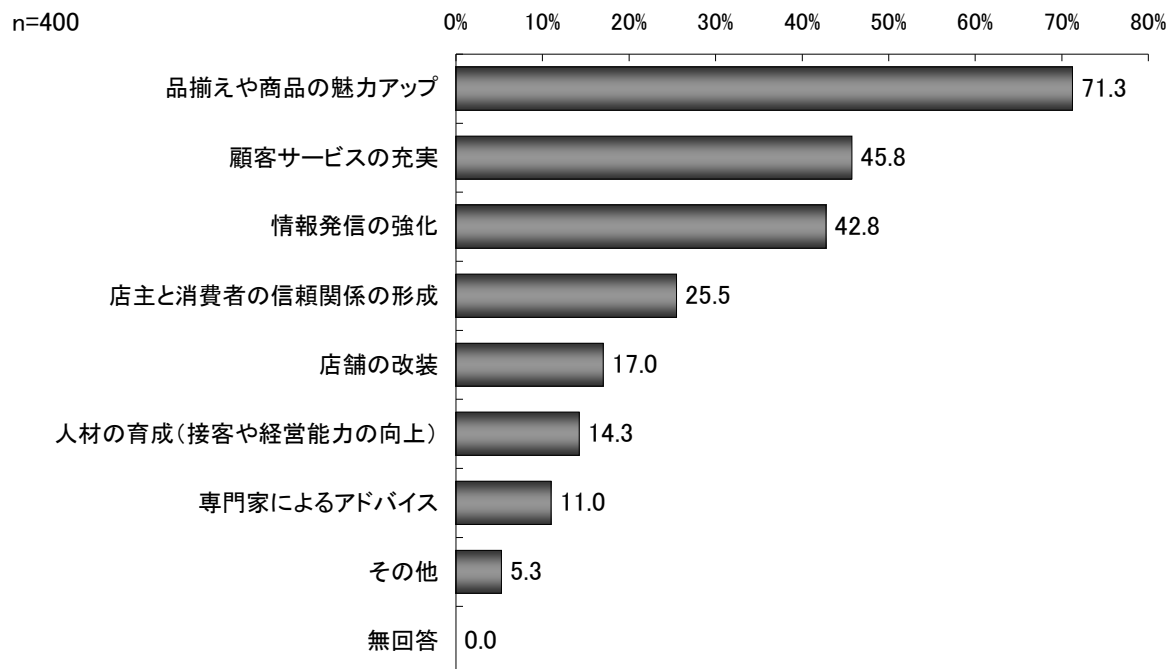
		商店街の活性化のために最も重要だと思うこと							
		全体 (実数)	個店の 経営改善	建物や 人の 新陳代謝	買い物 しやすい 環境整備	関係者の やる気	周辺 居住者の 増加	活性化を 支援する 専門家の 活用	新規事業 の参入
全体		400	7.8	4.0	48.8	12.0	6.5	4.5	3.0
性別	男性	235	8.1	3.8	45.1	12.8	7.7	4.3	3.0
	女性	165	7.3	4.2	53.9	10.9	4.8	4.8	3.0
年代	20代	40	5.0	5.0	60.0	5.0	10.0	0.0	2.5
	30代	110	10.0	4.5	48.2	10.0	3.6	4.5	5.5
	40代	115	5.2	4.3	49.6	11.3	9.6	5.2	1.7
	50代	85	9.4	3.5	43.5	17.6	7.1	4.7	2.4
	60代以上	50	8.0	2.0	48.0	14.0	2.0	6.0	2.0
性別 × 年代	男性計	235	8.1	3.8	45.1	12.8	7.7	4.3	3.0
	20代	18	11.1	5.6	38.9	11.1	16.7	0.0	0.0
	30代	57	10.5	1.8	47.4	10.5	5.3	3.5	5.3
	40代	65	4.6	4.6	43.1	12.3	12.3	6.2	1.5
	50代	60	8.3	5.0	45.0	16.7	5.0	3.3	3.3
	60代以上	35	8.6	2.9	48.6	11.4	2.9	5.7	2.9
	女性計	165	7.3	4.2	53.9	10.9	4.8	4.8	3.0
	20代	22	0.0	4.5	77.3	0.0	4.5	0.0	4.5
	30代	53	9.4	7.5	49.1	9.4	1.9	5.7	5.7
	40代	50	6.0	4.0	58.0	10.0	6.0	4.0	2.0
50代	25	12.0	0.0	40.0	20.0	12.0	8.0	0.0	
60代以上	15	6.7	0.0	46.7	20.0	0.0	6.7	0.0	

		全体 (実数)	公共施設 や企業な ど核となる 集客施設 の誘致	その他	無回答
全体		400	10.5	3.0	0.0
性別	男性	235	11.5	3.8	0.0
	女性	165	9.1	1.8	0.0
年代	20代	40	10.0	2.5	0.0
	30代	110	10.9	2.7	0.0
	40代	115	10.4	2.6	0.0
	50代	85	10.6	1.2	0.0
	60代以上	50	10.0	8.0	0.0
性別 × 年代	男性計	235	11.5	3.8	0.0
	20代	18	11.1	5.6	0.0
	30代	57	12.3	3.5	0.0
	40代	65	12.3	3.1	0.0
	50代	60	11.7	1.7	0.0
	60代以上	35	8.6	8.6	0.0
	女性計	165	9.1	1.8	0.0
	20代	22	9.1	0.0	0.0
	30代	53	9.4	1.9	0.0
	40代	50	8.0	2.0	0.0
50代	25	8.0	0.0	0.0	
60代以上	15	13.3	6.7	0.0	

(5) 地元商店が繁盛するために必要だと思うこと

地元商店が繁盛するために何が必要だと思うかたずねたところ、「品揃えや商品の魅力アップ」(71.3%)が7割を超え最も高くなっている。次いで、「顧客サービスの充実」(45.8%)、「情報発信の強化」(42.8%)の順となっている。

□ Q5. 地元商店が繁盛するためには、何が必要だと思いますか。(3つまで)



性別でみると、「品揃えや商品の魅力アップ」「店舗の改装」は女性の方が高く、「情報発信の強化」「店主と消費者の信頼関係の形成」は男性の方が高くなっている。

年代別でみると、「店主と消費者の信頼関係の形成」は年代が上がるにつれ割合が高くなる傾向となっている。「店舗の改装」は20代(32.5%)が最も高くなっている。

		地元商店が繁盛するために必要だと思うこと									
		全体 (実数) (%)	品揃えや 商品の 魅力 アップ	顧客 サービス の 充実	情報発信 の強化	店主と 消費者の 信頼関係 の形成	店舗の 改装	人材の 育成 (接客や 経営能力 の向上)	専門家による アドバイス	その他	無回答
全体		400	71.3	45.8	42.8	25.5	17.0	14.3	11.0	5.3	0.0
性別	男性	235	67.7	45.1	44.7	30.2	14.9	14.0	10.2	6.4	0.0
	女性	165	76.4	46.7	40.0	18.8	20.0	14.5	12.1	3.6	0.0
年代	20代	40	75.0	50.0	47.5	12.5	32.5	12.5	5.0	2.5	0.0
	30代	110	73.6	43.6	40.9	21.8	17.3	16.4	6.4	3.6	0.0
	40代	115	64.3	40.0	46.1	27.8	14.8	12.2	13.0	4.3	0.0
	50代	85	71.8	48.2	36.5	29.4	17.6	14.1	15.3	9.4	0.0
	60代以上	50	78.0	56.0	46.0	32.0	8.0	16.0	14.0	6.0	0.0
性別 × 年代	男性計	235	67.7	45.1	44.7	30.2	14.9	14.0	10.2	6.4	0.0
	20代	18	66.7	44.4	50.0	11.1	44.4	5.6	0.0	5.6	0.0
	30代	57	70.2	38.6	33.3	31.6	21.1	15.8	8.8	1.8	0.0
	40代	65	58.5	41.5	52.3	35.4	6.2	15.4	9.2	6.2	0.0
	50代	60	70.0	50.0	43.3	30.0	11.7	13.3	13.3	10.0	0.0
	60代以上	35	77.1	54.3	48.6	28.6	11.4	14.3	14.3	8.6	0.0
	女性計	165	76.4	46.7	40.0	18.8	20.0	14.5	12.1	3.6	0.0
	20代	22	81.8	54.5	45.5	13.6	22.7	18.2	9.1	0.0	0.0
	30代	53	77.4	49.1	49.1	11.3	13.2	17.0	3.8	5.7	0.0
	40代	50	72.0	38.0	38.0	18.0	26.0	8.0	18.0	2.0	0.0
50代	25	76.0	44.0	20.0	28.0	32.0	16.0	20.0	8.0	0.0	
60代以上	15	80.0	60.0	40.0	40.0	0.0	20.0	13.3	0.0	0.0	

(6) 市内にあると良いと思う店

市内にどのような店があれば良いと思うか、自由回答でたずねたところ、「ショッピングモール」(23件)、「雑貨店」(15件)、「映画館」(12件)、「秦野ならではの店、地元のを扱う店」(12件)、「おしゃれな店(カフェ・レストラン等)」(11件)、「アウトレット」(8件)などの回答が多くみられた。

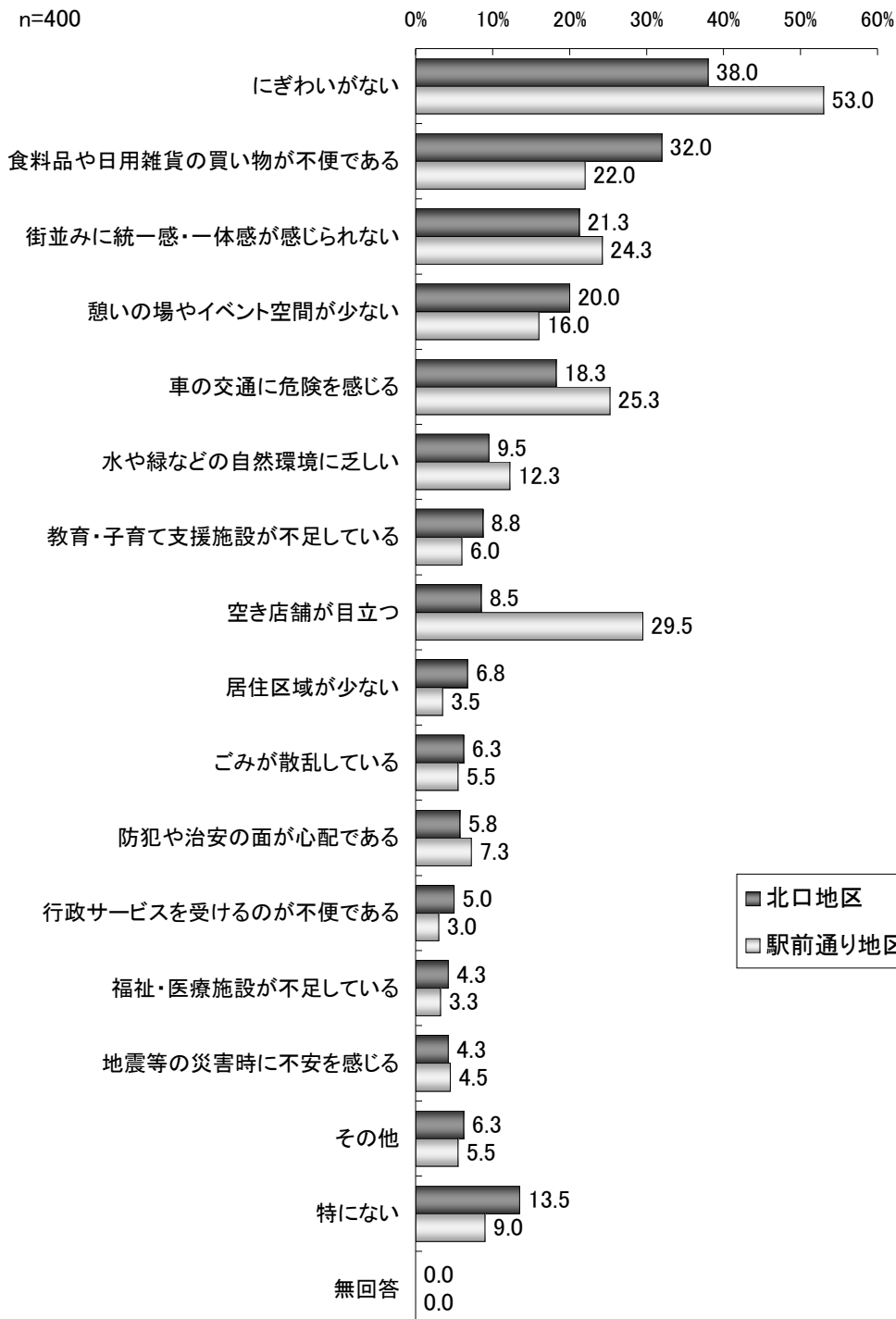
3 秦野駅北口周辺のまちづくりについて

(1) 秦野駅北口地区・駅前通り地区の問題点

秦野駅北口地区の問題点については、「にぎわいが無い」(38.0%)が最も高く、次いで「食料品や日用雑貨の買い物が不便である」(32.0%)、「街並みに統一感・一体感が感じられない」(21.3%)の順となっている。

秦野駅前通り地区の問題点については、「にぎわいが無い」(53.0%)が最も高く、次いで「空き店舗が目立つ」(29.5%)、「車の交通に危険を感じる」(25.3%)の順となっている。

□ Q7. 秦野駅北口地区及び秦野駅前通り沿道地区にはどのような問題点があると思いますか。
それぞれの地区で該当するものを3つまで選んでください。(それぞれ3つまで)



北口地区について、性別でみると、「街並みに統一感・一体感が感じられない」「憩いの場やイベント空間が少ない」は男性の方が高く、「空き店舗が目立つ」は女性の方が高くなっている。

年代別でみると、「にぎわいが無い」は60代以上（54.0%）で5割を超え最も高くなっている。

		秦野駅北口地区の問題点									
		全体 (実数) (%)	にぎわいが ない	食料品や 日用雑貨 の買い物 が不便で ある	街並みに 統一感・ 一体感が 感じられ ない	憩いの場 やイベン ト空間が 少ない	車の交通 に危険を 感じる	水や緑な どの自然 環境に 乏しい	教育・子 育て支援 施設が 不足して いる	空き店舗 が目立つ	居住区域 が少ない
全体		400	38.0	32.0	21.3	20.0	18.3	9.5	8.8	8.5	6.8
性別	男性	235	37.4	31.5	24.3	21.7	18.7	11.1	9.4	6.4	6.4
	女性	165	38.8	32.7	17.0	17.6	17.6	7.3	7.9	11.5	7.3
年代	20代	40	35.0	20.0	25.0	22.5	10.0	12.5	10.0	7.5	2.5
	30代	110	40.0	33.6	11.8	21.8	18.2	7.3	12.7	7.3	6.4
	40代	115	33.0	36.5	21.7	20.9	19.1	9.6	6.1	8.7	7.0
	50代	85	34.1	24.7	27.1	17.6	22.4	8.2	8.2	11.8	10.6
	60代以上	50	54.0	40.0	28.0	16.0	16.0	14.0	6.0	6.0	4.0
性別 × 年代	男性計	235	37.4	31.5	24.3	21.7	18.7	11.1	9.4	6.4	6.4
	20代	18	50.0	16.7	44.4	16.7	11.1	16.7	11.1	5.6	5.6
	30代	57	35.1	35.1	15.8	28.1	12.3	8.8	17.5	5.3	5.3
	40代	65	30.8	35.4	24.6	23.1	20.0	7.7	4.6	7.7	6.2
	50代	60	35.0	23.3	25.0	20.0	28.3	10.0	8.3	10.0	10.0
	60代以上	35	51.4	40.0	25.7	14.3	14.3	20.0	5.7	0.0	2.9
	女性計	165	38.8	32.7	17.0	17.6	17.6	7.3	7.9	11.5	7.3
	20代	22	22.7	22.7	9.1	27.3	9.1	9.1	9.1	9.1	0.0
	30代	53	45.3	32.1	7.5	15.1	24.5	5.7	7.5	9.4	7.5
	40代	50	36.0	38.0	18.0	18.0	18.0	12.0	8.0	10.0	8.0
50代	25	32.0	28.0	32.0	12.0	8.0	4.0	8.0	16.0	12.0	
60代以上	15	60.0	40.0	33.3	20.0	20.0	0.0	6.7	20.0	6.7	

		全体 (実数) (%)	ごみが 散乱して いる	防犯や 治安の面 が心配で ある	行政 サービス を受ける のが不便 である	福祉・ 医療施設 が不足 している	地震等の 災害時に 不安を 感じる	その他	特にな い	無回答
全体		400	6.3	5.8	5.0	4.3	4.3	6.3	13.5	0.0
性別	男性	235	6.4	6.0	6.0	4.7	4.3	6.4	13.2	0.0
	女性	165	6.1	5.5	3.6	3.6	4.2	6.1	13.9	0.0
年代	20代	40	15.0	7.5	2.5	0.0	2.5	2.5	22.5	0.0
	30代	110	2.7	7.3	2.7	5.5	3.6	5.5	12.7	0.0
	40代	115	7.0	6.1	6.1	4.3	6.1	5.2	12.2	0.0
	50代	85	8.2	4.7	9.4	4.7	4.7	5.9	14.1	0.0
	60代以上	50	2.0	2.0	2.0	4.0	2.0	14.0	10.0	0.0
性別 × 年代	男性計	235	6.4	6.0	6.0	4.7	4.3	6.4	13.2	0.0
	20代	18	16.7	11.1	5.6	0.0	0.0	5.6	11.1	0.0
	30代	57	3.5	7.0	3.5	8.8	5.3	3.5	15.8	0.0
	40代	65	4.6	7.7	4.6	4.6	6.2	4.6	12.3	0.0
	50代	60	10.0	3.3	11.7	3.3	3.3	6.7	13.3	0.0
	60代以上	35	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	14.3	11.4	0.0
	女性計	165	6.1	5.5	3.6	3.6	4.2	6.1	13.9	0.0
	20代	22	13.6	4.5	0.0	0.0	4.5	0.0	31.8	0.0
	30代	53	1.9	7.5	1.9	1.9	1.9	7.5	9.4	0.0
	40代	50	10.0	4.0	8.0	4.0	6.0	6.0	12.0	0.0
50代	25	4.0	8.0	4.0	8.0	8.0	4.0	16.0	0.0	
60代以上	15	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	13.3	6.7	0.0	

駅前通り地区について、性別でみると、「にぎわいが無い」「空き店舗が目立つ」「防犯や治安の面が心配である」は女性の方が高く、「車の交通に危険を感じる」「街並みに統一感・一体感が感じられない」「水や緑などの自然環境に乏しい」は男性の方が高くなっている。

年代別でみると、「にぎわいが無い」は30代(59.1%)で、「空き店舗が目立つ」は50～60代で、「街並みに統一感・一体感が感じられない」は60代以上(48.0%)で高くなっている。

		秦野駅前通り沿道地区の問題点									
		全体 (実数) (%)	にぎわいが ない	空き店舗 が目立つ	車の交通 に危険を 感じる	街並みに 統一感・ 一体感が 感じられ ない	食料品や 日用雑貨 の買い物 が不便で ある	憩いの場 やイベン ト空間が 少ない	水や緑な どの自然 環境に 乏しい	防犯や 治安の面 が心配で ある	教育・子 育て支援 施設が 不足して いる
全体		400	53.0	29.5	25.3	24.3	22.0	16.0	12.3	7.3	6.0
性別	男性	235	51.1	27.7	27.2	28.5	23.0	17.0	14.0	4.7	6.0
	女性	165	55.8	32.1	22.4	18.2	20.6	14.5	9.7	10.9	6.1
年代	20代	40	45.0	25.0	22.5	15.0	17.5	20.0	7.5	7.5	12.5
	30代	110	59.1	24.5	27.3	9.1	23.6	20.9	10.9	10.0	6.4
	40代	115	50.4	27.8	27.0	24.3	26.1	10.4	13.0	7.8	6.1
	50代	85	56.5	36.5	21.2	34.1	18.8	15.3	15.3	4.7	3.5
	60代以上	50	46.0	36.0	26.0	48.0	18.0	16.0	12.0	4.0	4.0
性別 × 年代	男性計	235	51.1	27.7	27.2	28.5	23.0	17.0	14.0	4.7	6.0
	20代	18	50.0	27.8	27.8	22.2	22.2	16.7	11.1	5.6	5.6
	30代	57	50.9	22.8	26.3	12.3	24.6	26.3	12.3	8.8	8.8
	40代	65	53.8	27.7	26.2	24.6	27.7	10.8	13.8	3.1	7.7
	50代	60	55.0	30.0	25.0	36.7	20.0	16.7	18.3	3.3	3.3
	60代以上	35	40.0	31.4	34.3	51.4	17.1	14.3	11.4	2.9	2.9
	女性計	165	55.8	32.1	22.4	18.2	20.6	14.5	9.7	10.9	6.1
	20代	22	40.9	22.7	18.2	9.1	13.6	22.7	4.5	9.1	18.2
	30代	53	67.9	26.4	28.3	5.7	22.6	15.1	9.4	11.3	3.8
	40代	50	46.0	28.0	28.0	24.0	24.0	10.0	12.0	14.0	4.0
50代	25	60.0	52.0	12.0	28.0	16.0	12.0	8.0	8.0	4.0	
60代以上	15	60.0	46.7	6.7	40.0	20.0	20.0	13.3	6.7	6.7	

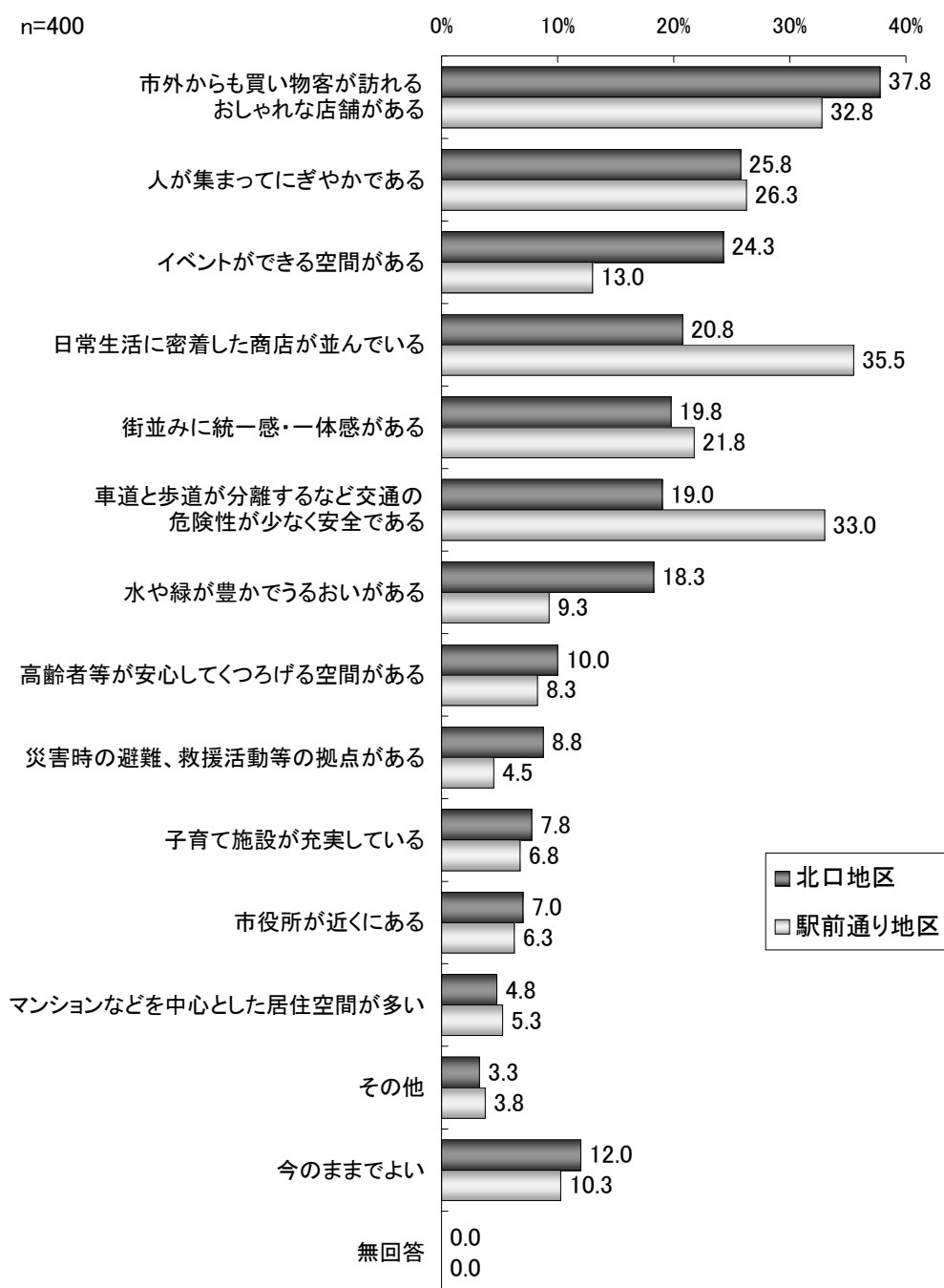
		全体 (実数) (%)	ごみが 散乱して いる	地震等の 災害時に 不安を 感じる	居住区域 が少ない	福祉・医 療施設が 不足して いる	行政 サービス を受ける のが不便 である	その他	特にな い	無回答
全体		400	5.5	4.5	3.5	3.3	3.0	5.5	9.0	0.0
性別	男性	235	6.4	6.0	3.0	3.8	2.6	5.1	8.1	0.0
	女性	165	4.2	2.4	4.2	2.4	3.6	6.1	10.3	0.0
年代	20代	40	12.5	0.0	2.5	2.5	2.5	0.0	17.5	0.0
	30代	110	2.7	4.5	2.7	5.5	0.9	6.4	8.2	0.0
	40代	115	6.1	7.8	6.1	2.6	4.3	5.2	6.1	0.0
	50代	85	4.7	3.5	1.2	3.5	3.5	4.7	10.6	0.0
	60代以上	50	6.0	2.0	4.0	0.0	4.0	10.0	8.0	0.0
性別 × 年代	男性計	235	6.4	6.0	3.0	3.8	2.6	5.1	8.1	0.0
	20代	18	22.2	0.0	5.6	5.6	5.6	0.0	11.1	0.0
	30代	57	5.3	7.0	1.8	8.8	0.0	5.3	8.8	0.0
	40代	65	4.6	10.8	6.2	1.5	4.6	1.5	3.1	0.0
	50代	60	5.0	3.3	1.7	3.3	1.7	6.7	10.0	0.0
	60代以上	35	5.7	2.9	0.0	0.0	2.9	11.4	11.4	0.0
	女性計	165	4.2	2.4	4.2	2.4	3.6	6.1	10.3	0.0
	20代	22	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.7	0.0
	30代	53	0.0	1.9	3.8	1.9	1.9	7.5	7.5	0.0
	40代	50	8.0	4.0	6.0	4.0	4.0	10.0	10.0	0.0
50代	25	4.0	4.0	0.0	4.0	8.0	0.0	12.0	0.0	
60代以上	15	6.7	0.0	13.3	0.0	6.7	6.7	0.0	0.0	

(2) 秦野駅北口地区・駅前通り地区の将来像

秦野駅北口地区及び駅前通り地区について将来どのようになれば良いと思うかたずねたところ、北口地区では、「市外からも買い物客が訪れるおしゃれな店舗がある」(37.8%)が最も高く、次いで「人が集まってにぎやかである」(25.8%)、「イベントができる空間がある」(24.3%)の順となっている。

駅前通り地区では、「日常生活に密着した商店が並んでいる」(35.5%)が最も高く、次いで「車道と歩道が分離するなど交通の危険性が少なく安全である」(33.0%)、「市外からも買い物客が訪れるおしゃれな店舗がある」(32.8%)の順となっている。

□ Q8. 秦野駅北口地区及び秦野駅前通り沿道地区は、将来どのようになれば良いと思いますか。それぞれの地区で該当するものを3つまで選んでください。(それぞれ3つまで)



北口地区について、性別で見ると、「市外からも買い物客が訪れるおしゃれな店舗がある」「日常生活に密着した商店が並んでいる」は女性の方が高く、「人が集まってにぎやかである」「イベントができる空間がある」は男性の方が高くなっている。

年代別で見ると、「市外からも買い物客が訪れるおしゃれな店舗がある」は30代以上でほぼ4割と高くなっている一方、20代（25.0%）は2割半ばにとどまっている。なお、20代では「人が集まってにぎやかである」（30.0%）が「市外からも買い物客が訪れるおしゃれな店舗がある」を上回っている。

		秦野駅北口地区の将来像								
		全体 (実数)	市外からも 買い物客が訪 れるおしゃ れな店舗が ある	人が 集まって にぎやか である	イベン トがで きる空 間があ る	日常生 活に密 着した 商店が 並んで いる	街並み に統一 感・一 体感が ある	車道と歩 道が分 離する など交 通の危 険性が 少なく 安全で ある	水や緑 が豊か でうお いがあ る	高齢者 等が安 心して くつろ げる空 間があ る
		(%)								
全体		400	37.8	25.8	24.3	20.8	19.8	19.0	18.3	10.0
性別	男性	235	34.5	30.2	29.4	18.7	20.9	17.4	18.7	8.9
	女性	165	42.4	19.4	17.0	23.6	18.2	21.2	17.6	11.5
年代	20代	40	25.0	30.0	20.0	12.5	12.5	12.5	20.0	10.0
	30代	110	40.0	26.4	25.5	25.5	19.1	20.0	19.1	6.4
	40代	115	38.3	21.7	27.0	21.7	15.7	20.0	13.9	8.7
	50代	85	38.8	29.4	27.1	17.6	25.9	20.0	18.8	9.4
	60代以上	50	40.0	24.0	14.0	20.0	26.0	18.0	24.0	22.0
	男性計	235	34.5	30.2	29.4	18.7	20.9	17.4	18.7	8.9
性別 × 年代	20代	18	16.7	33.3	27.8	11.1	22.2	11.1	22.2	11.1
	30代	57	33.3	29.8	29.8	24.6	24.6	19.3	21.1	1.8
	40代	65	36.9	26.2	35.4	15.4	12.3	16.9	10.8	10.8
	50代	60	40.0	35.0	30.0	16.7	23.3	16.7	21.7	6.7
	60代以上	35	31.4	28.6	17.1	22.9	25.7	20.0	22.9	20.0
	女性計	165	42.4	19.4	17.0	23.6	18.2	21.2	17.6	11.5
	20代	22	31.8	27.3	13.6	13.6	4.5	13.6	18.2	9.1
	30代	53	47.2	22.6	20.8	26.4	13.2	20.8	17.0	11.3
	40代	50	40.0	16.0	16.0	30.0	20.0	24.0	18.0	6.0
	50代	25	36.0	16.0	20.0	20.0	32.0	28.0	12.0	16.0
	60代以上	15	60.0	13.3	6.7	13.3	26.7	13.3	26.7	26.7

		全体 (実数)	災害時の 避難、救 援活動等 の拠点が ある	子育て 施設が 充実して いる	市役所が 近くに ある	マンシ ョンなど を中心と した居住 空間が多 い	その他	今のま までよい	無回答
		(%)							
全体		400	8.8	7.8	7.0	4.8	3.3	12.0	0.0
性別	男性	235	8.9	6.8	7.7	5.1	3.0	10.6	0.0
	女性	165	8.5	9.1	6.1	4.2	3.6	13.9	0.0
年代	20代	40	15.0	12.5	2.5	5.0	0.0	22.5	0.0
	30代	110	7.3	11.8	6.4	5.5	1.8	11.8	0.0
	40代	115	9.6	6.1	6.1	6.1	1.7	12.2	0.0
	50代	85	8.2	4.7	14.1	3.5	2.4	8.2	0.0
	60代以上	50	6.0	4.0	2.0	2.0	14.0	10.0	0.0
	男性計	235	8.9	6.8	7.7	5.1	3.0	10.6	0.0
性別 × 年代	20代	18	22.2	5.6	5.6	11.1	0.0	11.1	0.0
	30代	57	1.8	10.5	7.0	3.5	0.0	15.8	0.0
	40代	65	13.8	6.2	6.2	9.2	1.5	10.8	0.0
	50代	60	10.0	5.0	15.0	1.7	1.7	6.7	0.0
	60代以上	35	2.9	5.7	0.0	2.9	14.3	8.6	0.0
	女性計	165	8.5	9.1	6.1	4.2	3.6	13.9	0.0
	20代	22	9.1	18.2	0.0	0.0	0.0	31.8	0.0
	30代	53	13.2	13.2	5.7	7.5	3.8	7.5	0.0
	40代	50	4.0	6.0	6.0	2.0	2.0	14.0	0.0
	50代	25	4.0	4.0	12.0	8.0	4.0	12.0	0.0
	60代以上	15	13.3	0.0	6.7	0.0	13.3	13.3	0.0

駅前通り地区について、性別で見ると、「日常生活に密着した商店が並んでいる」「市外からも買い物客が訪れるおしゃれな店舗がある」は女性の方が高く、「車道と歩道が分離するなど交通の危険性が少なく安全である」「人が集まってにぎやかである」「街並みに統一感・一体感がある」「イベントができる空間がある」は男性の方が高くなっている。

年代別で見ると、60代以上では「日常生活に密着した商店が並んでいる」(26.0%)よりも「市外からも買い物客が訪れるおしゃれな店舗がある」(44.0%)、「車道と歩道が分離するなど交通の危険性が少なく安全である」(42.0%)の方が高く、他の年代と異なる傾向を示している。

		秦野駅前通り沿道地区の将来像								
		全体 (実数)	日常生活に密着した商店が並んでいる	車道と歩道が分離するなど交通の危険性が少なく安全である	市外からも買い物客が訪れるおしゃれな店舗がある	人が集まってにぎやかである	街並みに統一感・一体感がある	イベントができる空間がある	水や緑が豊かであるおいがある	高齢者等が安心してくつろげる空間がある
全体		400	35.5	33.0	32.8	26.3	21.8	13.0	9.3	8.3
性別	男性	235	32.8	36.6	31.1	29.4	24.7	15.3	9.8	6.4
	女性	165	39.4	27.9	35.2	21.8	17.6	9.7	8.5	10.9
年代	20代	40	37.5	25.0	27.5	15.0	10.0	10.0	12.5	5.0
	30代	110	36.4	32.7	32.7	24.5	19.1	12.7	14.5	5.5
	40代	115	35.7	34.8	30.4	30.4	18.3	13.0	4.3	8.7
	50代	85	38.8	29.4	31.8	28.2	32.9	10.6	10.6	8.2
	60代以上	50	26.0	42.0	44.0	26.0	26.0	20.0	4.0	16.0
性別×年代	男性計	235	32.8	36.6	31.1	29.4	24.7	15.3	9.8	6.4
	20代	18	38.9	27.8	27.8	16.7	16.7	16.7	11.1	0.0
	30代	57	31.6	40.4	33.3	26.3	22.8	15.8	15.8	3.5
	40代	65	35.4	38.5	26.2	32.3	20.0	12.3	4.6	9.2
	50代	60	36.7	30.0	31.7	33.3	31.7	11.7	11.7	5.0
	60代以上	35	20.0	42.9	37.1	28.6	28.6	25.7	5.7	11.4
	女性計	165	39.4	27.9	35.2	21.8	17.6	9.7	8.5	10.9
	20代	22	36.4	22.7	27.3	13.6	4.5	4.5	13.6	9.1
	30代	53	41.5	24.5	32.1	22.6	15.1	9.4	13.2	7.5
	40代	50	36.0	30.0	36.0	28.0	16.0	14.0	4.0	8.0
	50代	25	44.0	28.0	32.0	16.0	36.0	8.0	8.0	16.0
60代以上	15	40.0	40.0	60.0	20.0	20.0	6.7	0.0	26.7	

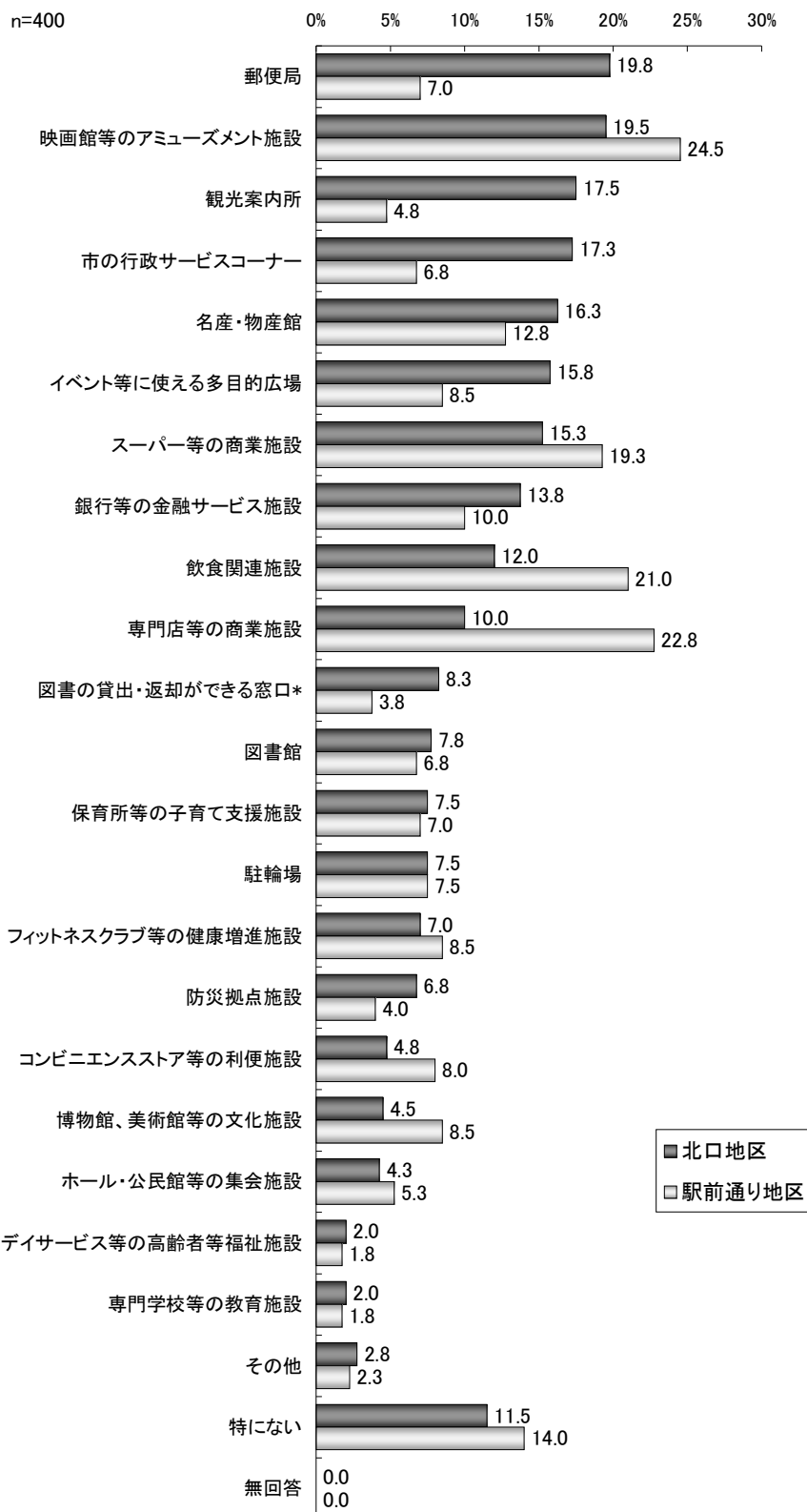
		全体 (実数)	子育て施設が充実している	市役所が近くにある	マンションなどを中心とした居住空間が多い	災害時の避難、救援活動等の拠点がある	その他	今のままでよい	無回答
全体		400	6.8	6.3	5.3	4.5	3.8	10.3	0.0
性別	男性	235	5.5	5.5	3.8	4.3	3.8	8.9	0.0
	女性	165	8.5	7.3	7.3	4.8	3.6	12.1	0.0
年代	20代	40	10.0	7.5	5.0	10.0	2.5	20.0	0.0
	30代	110	12.7	2.7	6.4	4.5	2.7	9.1	0.0
	40代	115	5.2	5.2	7.0	4.3	2.6	10.4	0.0
	50代	85	2.4	11.8	1.2	2.4	2.4	9.4	0.0
	60代以上	50	2.0	6.0	6.0	4.0	12.0	6.0	0.0
性別×年代	男性計	235	5.5	5.5	3.8	4.3	3.8	8.9	0.0
	20代	18	0.0	16.7	0.0	16.7	5.6	11.1	0.0
	30代	57	10.5	3.5	3.5	3.5	0.0	10.5	0.0
	40代	65	6.2	3.1	6.2	4.6	3.1	7.7	0.0
	50代	60	3.3	8.3	1.7	1.7	1.7	10.0	0.0
	60代以上	35	2.9	2.9	5.7	2.9	14.3	5.7	0.0
	女性計	165	8.5	7.3	7.3	4.8	3.6	12.1	0.0
	20代	22	18.2	0.0	9.1	4.5	0.0	27.3	0.0
	30代	53	15.1	1.9	9.4	5.7	5.7	7.5	0.0
	40代	50	4.0	8.0	8.0	4.0	2.0	14.0	0.0
	50代	25	0.0	20.0	0.0	4.0	4.0	8.0	0.0
60代以上	15	0.0	13.3	6.7	6.7	6.7	6.7	0.0	

(3) 秦野駅北口地区・駅前通り地区にあると良い、又は充実した方が良い施設

秦野駅北口地区・駅前通り地区にあると良い、又は充実した方が良いと思う施設をたずねたところ、秦野駅北口地区は、「郵便局」（19.8%）、「映画館等のアミューズメント施設」（19.5%）が2割近くで高くなっている。

駅前通り地区は、「映画館等のアミューズメント施設」（24.5%）が2割半ばで最も高く、次いで「専門店等の商業施設」（22.8%）、「飲食関連施設」（21.0%）の順となっている。

□ Q9. 秦野駅北口地区及び秦野駅前通り沿道地区にあると良い、又はより充実した方が良いと思う施設はありますか。それぞれの地区で該当するものを3つまで選んでください。（それぞれ3つまで）



*図書の貸出・返却ができる窓口：
図書館の本の返却や、予約した本を受け取れる図書館以外の施設

北口地区について、性別で見ると、「郵便局」は女性の方が高く、「映画館等のアミューズメント施設」「観光案内所」は男性の方が高くなっている。

年代別で見ると、「郵便局」は60代以上（24.0%）が最も高く、「映画館等のアミューズメント施設」は40代（25.2%）が最も高くなっている。「観光案内所」は50代（23.5%）・60代以上（26.0%）が2割を超え高くなっている。

		秦野駅北口地区にあると良い、又は充実した方が良い施設												
		全体 (実数) (%)	郵便局	映画館等 の アミューズメント 施設	観光 案内所	市の行政 サービス コーナー	名産・ 物産館	イベント 等に使える 多目的 広場	スーパー 等の 商業施設	銀行等の 金融サー ビス施設	飲食関連 施設	専門店等 の 商業施設	図書の貸 出・返却 ができる 窓口	図書館
全体		400	19.8	19.5	17.5	17.3	16.3	15.8	15.3	13.8	12.0	10.0	8.3	7.8
性別	男性	235	17.4	23.8	21.3	18.7	19.1	17.9	12.3	12.3	9.4	9.4	6.4	6.0
	女性	165	23.0	13.3	12.1	15.2	12.1	12.7	19.4	15.8	15.8	10.9	10.9	10.3
年代	20代	40	20.0	22.5	12.5	20.0	10.0	20.0	10.0	12.5	12.5	5.0	7.5	10.0
	30代	110	20.0	20.0	14.5	17.3	20.0	10.0	19.1	13.6	12.7	11.8	7.3	8.2
	40代	115	17.4	25.2	13.9	14.8	9.6	16.5	13.0	12.2	13.9	10.4	11.3	8.7
	50代	85	20.0	16.5	23.5	20.0	20.0	21.2	17.6	11.8	9.4	7.1	7.1	4.7
	60代以上	50	24.0	8.0	26.0	16.0	22.0	14.0	12.0	22.0	10.0	14.0	6.0	8.0
	男性計	235	17.4	23.8	21.3	18.7	19.1	17.9	12.3	12.3	9.4	9.4	6.4	6.0
性別 × 年代	20代	18	16.7	22.2	5.6	22.2	11.1	16.7	16.7	11.1	5.6	5.6	5.6	5.6
	30代	57	10.5	24.6	14.0	17.5	21.1	12.3	14.0	10.5	10.5	15.8	3.5	7.0
	40代	65	20.0	32.3	21.5	13.8	13.8	13.8	7.7	10.8	13.8	10.8	7.7	9.2
	50代	60	18.3	21.7	26.7	23.3	20.0	28.3	15.0	16.7	6.7	5.0	8.3	1.7
	60代以上	35	22.9	11.4	31.4	20.0	28.6	17.1	11.4	11.4	5.7	5.7	5.7	5.7
	女性計	165	23.0	13.3	12.1	15.2	12.1	12.7	19.4	15.8	15.8	10.9	10.9	10.3
	20代	22	22.7	22.7	18.2	18.2	9.1	22.7	4.5	13.6	18.2	4.5	9.1	13.6
	30代	53	30.2	15.1	15.1	17.0	18.9	7.5	24.5	17.0	15.1	7.5	11.3	9.4
	40代	50	14.0	16.0	4.0	16.0	4.0	20.0	20.0	14.0	14.0	10.0	16.0	8.0
	50代	25	24.0	4.0	16.0	12.0	20.0	4.0	24.0	0.0	16.0	12.0	4.0	12.0
	60代以上	15	26.7	0.0	13.3	6.7	6.7	6.7	13.3	46.7	20.0	33.3	6.7	13.3

		秦野駅北口地区にあると良い、又は充実した方が良い施設												
		全体 (実数) (%)	保育所等 の子育て 支援施設	駐輪場	フィットネ スクラブ 等の健康 増進施設	防災拠点 施設	コンビニ エンス ストア等 の 便利施設	博物館、 美術館等 の 文化施設	ホール・ 公民館等 の 集会施設	デイベ リス等 の高 齢者等 福祉施設	専門学 校等 の 教育施設	その他	特にな い	無回答
全体		400	7.5	7.5	7.0	6.8	4.8	4.5	4.3	2.0	2.0	2.8	11.5	0.0
性別	男性	235	3.4	8.1	6.4	7.7	3.8	5.5	3.8	1.7	2.1	3.0	11.1	0.0
	女性	165	13.3	6.7	7.9	5.5	6.1	3.0	4.8	2.4	1.8	2.4	12.1	0.0
年代	20代	40	12.5	2.5	10.0	5.0	0.0	2.5	0.0	2.5	2.5	0.0	20.0	0.0
	30代	110	9.1	6.4	10.0	6.4	5.5	2.7	2.7	0.0	1.8	2.7	10.9	0.0
	40代	115	6.1	11.3	7.8	8.7	6.1	5.2	4.3	2.6	3.5	1.7	9.6	0.0
	50代	85	7.1	7.1	1.2	3.5	3.5	4.7	7.1	3.5	1.2	0.0	15.3	0.0
	60代以上	50	4.0	6.0	6.0	10.0	6.0	8.0	6.0	2.0	0.0	12.0	4.0	0.0
	男性計	235	3.4	8.1	6.4	7.7	3.8	5.5	3.8	1.7	2.1	3.0	11.1	0.0
性別 × 年代	20代	18	0.0	0.0	16.7	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0
	30代	57	7.0	5.3	12.3	7.0	3.5	5.3	1.8	0.0	3.5	3.5	14.0	0.0
	40代	65	3.1	13.8	3.1	7.7	4.6	9.2	4.6	3.1	4.6	1.5	7.7	0.0
	50代	60	1.7	6.7	1.7	5.0	5.0	1.7	6.7	1.7	0.0	0.0	15.0	0.0
	60代以上	35	2.9	8.6	5.7	11.4	2.9	8.6	2.9	2.9	0.0	11.4	2.9	0.0
	女性計	165	13.3	6.7	7.9	5.5	6.1	3.0	4.8	2.4	1.8	2.4	12.1	0.0
	20代	22	22.7	4.5	4.5	0.0	0.0	4.5	0.0	4.5	4.5	0.0	22.7	0.0
	30代	53	11.3	7.5	7.5	5.7	7.5	0.0	3.8	0.0	0.0	1.9	7.5	0.0
	40代	50	10.0	8.0	14.0	10.0	8.0	0.0	4.0	2.0	2.0	2.0	12.0	0.0
	50代	25	20.0	8.0	0.0	0.0	0.0	12.0	8.0	8.0	4.0	0.0	16.0	0.0
	60代以上	15	6.7	0.0	6.7	6.7	13.3	6.7	13.3	0.0	0.0	13.3	6.7	0.0

駅前通り地区について、性別で見ると、上位項目では男性の方が高い項目がやや多いものの、全体的には大きな傾向の違いはみられない。

年代別で見ると、「映画館等のアミューズメント施設」は30～40代と60代以上が2割台後半で高くなっている。「専門店等の商業施設」は50代（27.1%）が最も高く、「スーパー等の商業施設」「名産・物産館」は30代が最も高くなっている。

		秦野駅前通り沿道地区にあると良い、又は充実した方が良い施設												
		全体 (実数)	映画館等 の アミューズ メント 施設	専門店等 の 商業施設	飲食関連 施設	スーパー 等の 商業施設	名産・ 物産館	銀行等 の 金融サー ビス施設	博物館、 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	イベント 等に使える 多目的 広場	コンビニ エンスト ア等の 利便施設	駐輪場	郵便局
		(%)												
全体		400	24.5	22.8	21.0	19.3	12.8	10.0	8.5	8.5	8.5	8.0	7.5	7.0
性別	男性	235	26.0	24.3	22.6	18.7	14.0	10.2	8.5	7.7	10.2	9.4	8.5	6.4
	女性	165	22.4	20.6	18.8	20.0	10.9	9.7	8.5	9.7	6.1	6.1	6.1	7.9
年代	20代	40	15.0	20.0	20.0	15.0	10.0	7.5	10.0	17.5	5.0	2.5	10.0	5.0
	30代	110	27.3	24.5	18.2	28.2	18.2	9.1	7.3	7.3	9.1	10.0	3.6	9.1
	40代	115	27.0	19.1	23.5	13.9	9.6	11.3	6.1	7.8	8.7	8.7	7.8	4.3
	50代	85	21.2	27.1	20.0	18.8	10.6	12.9	11.8	7.1	8.2	7.1	10.6	8.2
	60代以上	50	26.0	22.0	24.0	16.0	14.0	6.0	10.0	8.0	10.0	8.0	8.0	8.0
性別 × 年代	男性計	235	26.0	24.3	22.6	18.7	14.0	10.2	8.5	7.7	10.2	9.4	8.5	6.4
	20代	18	22.2	16.7	11.1	16.7	11.1	5.6	11.1	22.2	11.1	0.0	11.1	0.0
	30代	57	26.3	28.1	21.1	26.3	17.5	5.3	5.3	8.8	10.5	8.8	3.5	8.8
	40代	65	32.3	18.5	23.1	15.4	13.8	13.8	7.7	6.2	7.7	10.8	10.8	4.6
	50代	60	16.7	28.3	21.7	20.0	11.7	16.7	10.0	5.0	10.0	10.0	10.0	6.7
	60代以上	35	31.4	25.7	31.4	11.4	14.3	2.9	11.4	5.7	14.3	11.4	8.6	8.6
	女性計	165	22.4	20.6	18.8	20.0	10.9	9.7	8.5	9.7	6.1	6.1	6.1	7.9
	20代	22	9.1	22.7	27.3	13.6	9.1	9.1	9.1	13.6	0.0	4.5	9.1	9.1
	30代	53	28.3	20.8	15.1	30.2	18.9	13.2	9.4	5.7	7.5	11.3	3.8	9.4
	40代	50	20.0	20.0	24.0	12.0	4.0	8.0	4.0	10.0	10.0	6.0	4.0	4.0
50代	25	32.0	24.0	16.0	16.0	8.0	4.0	16.0	12.0	4.0	0.0	12.0	12.0	
60代以上	15	13.3	13.3	6.7	26.7	13.3	13.3	6.7	13.3	0.0	0.0	6.7	6.7	

		全体 (実数)	保育所等 の子育て 支援施設	市の行政 サービス コーナー	図書館	ホール・ 公民館等 の 集会施設	観光 案内所	防災拠点 施設	図書の貸 出・返却 ができる 窓口	デイサー ビス等 の高齢者 等 福祉施設	専門学校 等の 教育施設	その他	特にな い	無回答
		(%)												
全体		400	7.0	6.8	6.8	5.3	4.8	4.0	3.8	1.8	1.8	2.3	14.0	0.0
性別	男性	235	6.0	6.0	6.0	5.1	4.7	5.1	2.6	1.7	1.7	1.7	12.3	0.0
	女性	165	8.5	7.9	7.9	5.5	4.8	2.4	5.5	1.8	1.8	3.0	16.4	0.0
年代	20代	40	5.0	5.0	15.0	2.5	7.5	7.5	2.5	2.5	7.5	0.0	22.5	0.0
	30代	110	10.0	5.5	4.5	2.7	4.5	2.7	3.6	0.0	0.0	1.8	10.9	0.0
	40代	115	7.0	6.1	8.7	5.2	4.3	5.2	6.1	1.7	1.7	1.7	13.0	0.0
	50代	85	7.1	14.1	4.7	9.4	3.5	3.5	3.5	1.2	2.4	0.0	14.1	0.0
	60代以上	50	2.0	0.0	4.0	6.0	6.0	2.0	0.0	6.0	0.0	10.0	16.0	0.0
性別 × 年代	男性計	235	6.0	6.0	6.0	5.1	4.7	5.1	2.6	1.7	1.7	1.7	12.3	0.0
	20代	18	0.0	5.6	0.0	0.0	11.1	16.7	0.0	0.0	5.6	0.0	22.2	0.0
	30代	57	14.0	5.3	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	0.0	0.0	1.8	12.3	0.0
	40代	65	4.6	3.1	9.2	4.6	4.6	6.2	3.1	1.5	3.1	0.0	7.7	0.0
	50代	60	5.0	13.3	6.7	10.0	3.3	3.3	3.3	1.7	1.7	0.0	15.0	0.0
	60代以上	35	0.0	0.0	5.7	2.9	5.7	2.9	0.0	5.7	0.0	8.6	11.4	0.0
	女性計	165	8.5	7.9	7.9	5.5	4.8	2.4	5.5	1.8	1.8	3.0	16.4	0.0
	20代	22	9.1	4.5	27.3	4.5	4.5	0.0	4.5	4.5	9.1	0.0	22.7	0.0
	30代	53	5.7	5.7	5.7	1.9	5.7	1.9	3.8	0.0	0.0	1.9	9.4	0.0
	40代	50	10.0	10.0	8.0	6.0	4.0	4.0	10.0	2.0	0.0	4.0	20.0	0.0
50代	25	12.0	16.0	0.0	8.0	4.0	4.0	4.0	0.0	4.0	0.0	12.0	0.0	
60代以上	15	6.7	0.0	0.0	13.3	6.7	0.0	0.0	6.7	0.0	13.3	26.7	0.0	

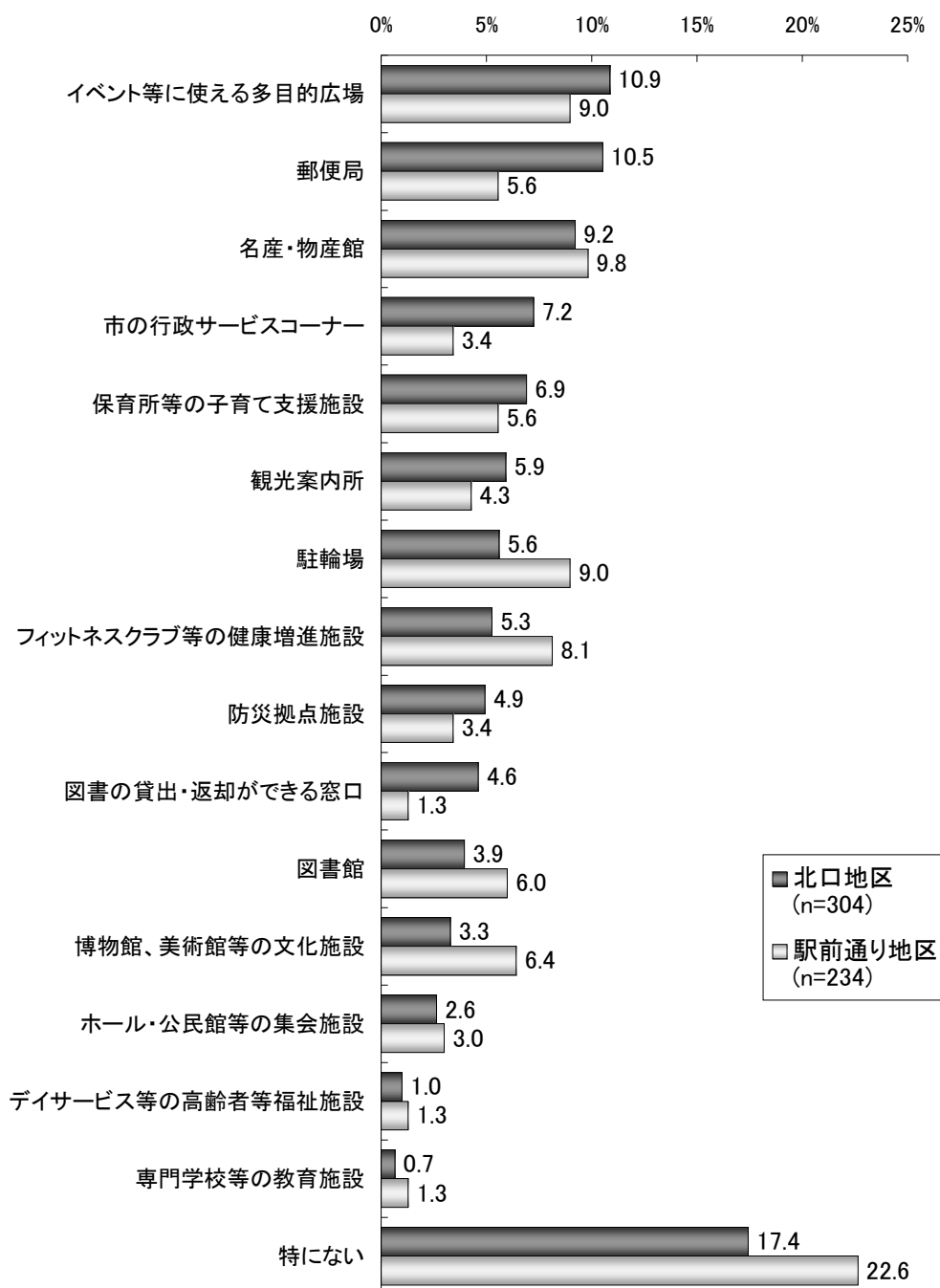
(4) 設備・維持費がかかることよりもサービスの重要度を優先して設置すべき公共的施設

設備投資や維持管理費がかかることよりもサービスの重要度を優先して設置すべき（充実させるべき）公共的施設について、北口地区では、「イベント等に使える多目的広場」（10.9%）が最も高く、次いで「郵便局」（10.5%）、「名産・物産館」（9.2%）となっている。

駅前通り地区では、「名産・物産館」（9.8%）が最も高く、次いで「イベント等に使える多目的広場」「駐輪場」（それぞれ9.0%）となっている。

なお、「特にない」は、北口地区で17.4%、駅前通り地区で22.6%となっている。

□ Q10. Q9 で選択された公共的施設についてお伺いします。これらの公共的施設を置く場合（より充実させる場合）、設備投資や維持管理費がかかることよりも公共的サービスの重要度を優先して設置すべき（充実させるべき）と思うものはありますか。該当するものを1つだけ選んでください。



(単数回答設問であるが、便宜上棒グラフで示している。)

北口地区について、性別でみると、「イベント等に使える多目的広場」「名産・物産館」「市の行政サービスコーナー」は男性の方が高く、「郵便局」「保育所等の子育て支援施設」は女性の方が高くなっている。

年代別でみると、「イベント等に使える多目的広場」は40～50代が1割半ばと他の年代に比べ高くなっている。「郵便局」は30代（15.9%）、「名産・物産館」は60代以上（22.5%）がそれぞれ最も高くなっている。

		設備・維持費がかかることよりもサービスの重要度を優先して設置すべき公共的施設(北口地区)									
		全体 (実数) (%)	イベント 等に使える 多目的 広場	郵便局	名産・ 物産館	市の行政 サービス コーナー	保育所等 の子育て 支援施設	観光 案内所	駐輪場	フィットネ スクラブ 等の健康 増進施設	防災拠点 施設
全体		304	10.9	10.5	9.2	7.2	6.9	5.9	5.6	5.3	4.9
性別	男性	183	14.8	8.7	10.9	9.3	3.8	6.0	6.0	5.5	4.9
	女性	121	5.0	13.2	6.6	4.1	11.6	5.8	5.0	5.0	5.0
年代	20代	28	3.6	0.0	3.6	14.3	17.9	3.6	3.6	10.7	3.6
	30代	82	8.5	15.9	9.8	3.7	9.8	6.1	6.1	7.3	3.7
	40代	89	13.5	11.2	5.6	4.5	4.5	4.5	5.6	4.5	5.6
	50代	65	15.4	10.8	7.7	13.8	4.6	9.2	4.6	1.5	3.1
	60代以上	40	7.5	5.0	22.5	5.0	2.5	5.0	7.5	5.0	10.0
性別 × 年代	男性計	183	14.8	8.7	10.9	9.3	3.8	6.0	6.0	5.5	4.9
	20代	13	7.7	0.0	0.0	23.1	0.0	0.0	0.0	15.4	7.7
	30代	42	14.3	7.1	7.1	2.4	9.5	7.1	7.1	11.9	4.8
	40代	52	13.5	13.5	9.6	7.7	1.9	5.8	5.8	1.9	1.9
	50代	47	21.3	10.6	8.5	14.9	2.1	8.5	4.3	2.1	4.3
	60代以上	29	10.3	3.4	27.6	6.9	3.4	3.4	10.3	3.4	10.3
	女性計	121	5.0	13.2	6.6	4.1	11.6	5.8	5.0	5.0	5.0
	20代	15	0.0	0.0	6.7	6.7	33.3	6.7	6.7	6.7	0.0
	30代	40	2.5	25.0	12.5	5.0	10.0	5.0	5.0	2.5	2.5
	40代	37	13.5	8.1	0.0	0.0	8.1	2.7	5.4	8.1	10.8
	50代	18	0.0	11.1	5.6	11.1	11.1	11.1	5.6	0.0	0.0
60代以上	11	0.0	9.1	9.1	0.0	0.0	9.1	0.0	9.1	9.1	

		全体 (実数) (%)	図書の貸 出・返却 ができる 窓口	図書館	博物館、 美術館等 の 文化施設	ホール・ 公民館等 の 集会施設	デイサー ビス等 の高 齢者等 福祉施設	専門学 校等 の 教育施設	特 に な い	無 回 答
全体		304	4.6	3.9	3.3	2.6	1.0	0.7	17.4	0.0
性別	男性	183	2.7	3.8	4.4	2.2	1.1	1.1	14.8	0.0
	女性	121	7.4	4.1	1.7	3.3	0.8	0.0	21.5	0.0
年代	20代	28	3.6	3.6	3.6	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0
	30代	82	6.1	7.3	2.4	0.0	0.0	1.2	12.2	0.0
	40代	89	7.9	4.5	3.4	3.4	2.2	1.1	18.0	0.0
	50代	65	0.0	1.5	1.5	6.2	1.5	0.0	18.5	0.0
	60代以上	40	2.5	0.0	7.5	2.5	0.0	0.0	17.5	0.0
性別 × 年代	男性計	183	2.7	3.8	4.4	2.2	1.1	1.1	14.8	0.0
	20代	13	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	38.5	0.0
	30代	42	2.4	7.1	4.8	0.0	0.0	2.4	11.9	0.0
	40代	52	5.8	5.8	5.8	3.8	3.8	1.9	11.5	0.0
	50代	47	0.0	0.0	2.1	4.3	0.0	0.0	17.0	0.0
	60代以上	29	3.4	0.0	6.9	0.0	0.0	0.0	10.3	0.0
	女性計	121	7.4	4.1	1.7	3.3	0.8	0.0	21.5	0.0
	20代	15	6.7	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
	30代	40	10.0	7.5	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0
	40代	37	10.8	2.7	0.0	2.7	0.0	0.0	27.0	0.0
	50代	18	0.0	5.6	0.0	11.1	5.6	0.0	22.2	0.0
60代以上	11	0.0	0.0	9.1	9.1	0.0	0.0	36.4	0.0	

駅前通り地区について、性別で見ると、「イベント等に使える多目的広場」「駐輪場」は男性の方が高く、「郵便局」は女性の方が高くなっている。

年代別で見ると、「名産・物産館」は30代（15.6%）が最も高くなっている。「イベント等に使える多目的広場」は60代以上（15.4%）、「駐輪場」は50代（14.0%）、「フィットネスクラブ等の健康増進施設」は30代（10.9%）がそれぞれ最も高くなっている。

		設備・維持費がかかることよりもサービスの重要度を優先して設置すべき公共的施設（駅前通り地区）									
		全体 (実数) (%)	名産・ 物産館	イベント 等に使える 多目的 広場	駐輪場	フィットネ スクラブ 等の健康 増進施設	博物館、 美術館等 の 文化施設	図書館	郵便局	保育所等 の子育て 支援施設	観光 案内所
全体		234	9.8	9.0	9.0	8.1	6.4	6.0	5.6	5.6	4.3
性別	男性	136	10.3	11.8	11.0	8.8	8.1	5.1	2.9	5.1	2.9
	女性	98	9.2	5.1	6.1	7.1	4.1	7.1	9.2	6.1	6.1
年代	20代	27	3.7	3.7	7.4	7.4	3.7	11.1	3.7	3.7	3.7
	30代	64	15.6	9.4	6.3	10.9	6.3	3.1	7.8	9.4	3.1
	40代	67	9.0	7.5	7.5	6.0	4.5	11.9	1.5	6.0	4.5
	50代	50	8.0	10.0	14.0	8.0	12.0	2.0	6.0	4.0	6.0
	60代以上	26	7.7	15.4	11.5	7.7	3.8	0.0	11.5	0.0	3.8
	性別× 年代	男性計	136	10.3	11.8	11.0	8.8	8.1	5.1	2.9	5.1
	20代	13	0.0	7.7	7.7	15.4	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	30代	32	15.6	12.5	6.3	15.6	6.3	3.1	3.1	12.5	0.0
	40代	38	13.2	5.3	13.2	5.3	5.3	13.2	0.0	2.6	2.6
	50代	35	8.6	14.3	11.4	5.7	14.3	2.9	2.9	5.7	5.7
	60代以上	18	5.6	22.2	16.7	5.6	5.6	0.0	11.1	0.0	5.6
	女性計	98	9.2	5.1	6.1	7.1	4.1	7.1	9.2	6.1	6.1
	20代	14	7.1	0.0	7.1	0.0	0.0	21.4	7.1	7.1	7.1
	30代	32	15.6	6.3	6.3	6.3	6.3	3.1	12.5	6.3	6.3
	40代	29	3.4	10.3	0.0	6.9	3.4	10.3	3.4	10.3	6.9
	50代	15	6.7	0.0	20.0	13.3	6.7	0.0	13.3	0.0	6.7
	60代以上	8	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0

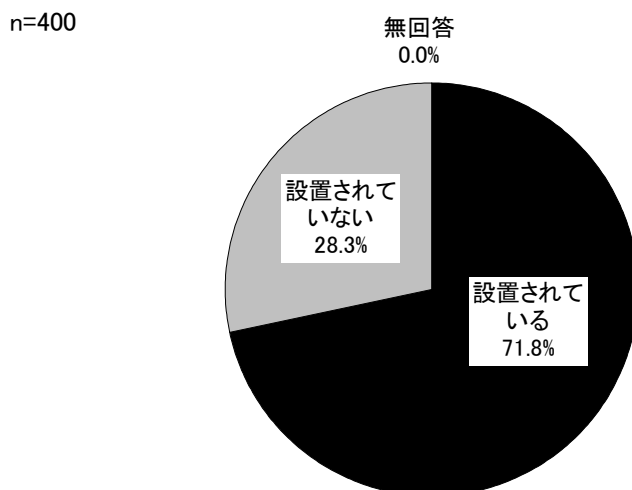
		全体 (実数) (%)	市の行政 サービス コーナー	防災拠点 施設	ホール・ 公民館等 の 集会施設	デイサー ビス等 の高 齢者等 福祉施設	図書の貸 出・返却 ができる 窓口	専門学校 等の 教育施設	特にな い	無回答
全体		234	3.4	3.4	3.0	1.3	1.3	1.3	22.6	0.0
性別	男性	136	2.2	4.4	2.2	1.5	0.7	0.7	22.1	0.0
	女性	98	5.1	2.0	4.1	1.0	2.0	2.0	23.5	0.0
年代	20代	27	3.7	7.4	3.7	0.0	0.0	11.1	25.9	0.0
	30代	64	1.6	3.1	1.6	0.0	3.1	0.0	18.8	0.0
	40代	67	4.5	3.0	3.0	1.5	1.5	0.0	28.4	0.0
	50代	50	6.0	2.0	4.0	2.0	0.0	0.0	16.0	0.0
	60代以上	26	0.0	3.8	3.8	3.8	0.0	0.0	26.9	0.0
	性別× 年代	男性計	136	2.2	4.4	2.2	1.5	0.7	0.7	22.1
	20代	13	7.7	15.4	0.0	0.0	0.0	7.7	30.8	0.0
	30代	32	0.0	3.1	3.1	0.0	3.1	0.0	15.6	0.0
	40代	38	0.0	2.6	2.6	2.6	0.0	0.0	31.6	0.0
	50代	35	5.7	2.9	2.9	2.9	0.0	0.0	14.3	0.0
	60代以上	18	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2	0.0
	女性計	98	5.1	2.0	4.1	1.0	2.0	2.0	23.5	0.0
	20代	14	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	14.3	21.4	0.0
	30代	32	3.1	3.1	0.0	0.0	3.1	0.0	21.9	0.0
	40代	29	10.3	3.4	3.4	0.0	3.4	0.0	24.1	0.0
	50代	15	6.7	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
	60代以上	8	0.0	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	37.5	0.0

4 住宅用火災警報器設置状況について

(1) 住宅用火災警報器の設置有無

住宅用火災警報器の設置有無については、「設置されている」が71.8%となっており、7割を超えている。

□ Q11. 全ての住宅に住宅用火災警報器の設置が義務づけられて、2年が経過しましたが、あなたの家には、住宅用火災警報器(または自動火災報知設備)が設置されていますか。



性別では、大きな差はみられない。

年代別でみると、「設置されている」は30代(79.1%)が8割近くで最も高く、50代(63.5%)・60代以上(66.0%)が6割台で他の年代に比べ低くなっている。

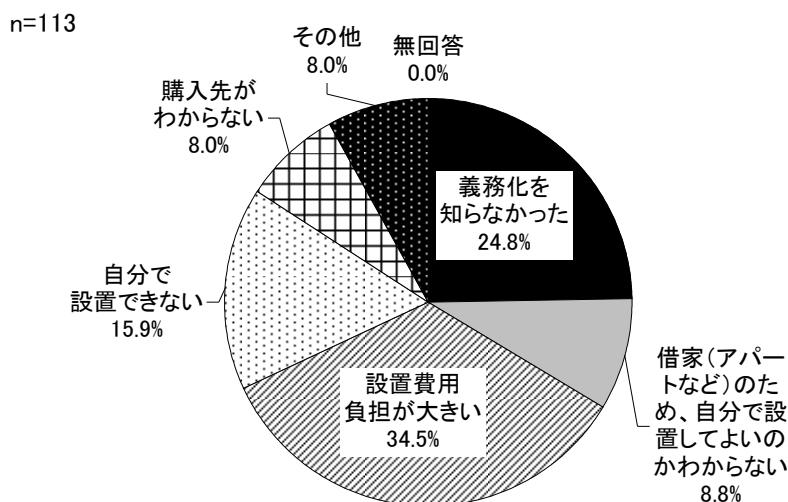
		住宅用火災警報器の設置有無			
		全体 (実数)	設置されて いる	設置されて いない	無回答
全体		400	71.8	28.3	0.0
性別	男性	235	70.6	29.4	0.0
	女性	165	73.3	26.7	0.0
年代	20代	40	75.0	25.0	0.0
	30代	110	79.1	20.9	0.0
	40代	115	72.2	27.8	0.0
	50代	85	63.5	36.5	0.0
	60代以上	50	66.0	34.0	0.0
	男性計	235	70.6	29.4	0.0
性別 × 年代	20代	18	77.8	22.2	0.0
	30代	57	77.2	22.8	0.0
	40代	65	70.8	29.2	0.0
	50代	60	61.7	38.3	0.0
	60代以上	35	71.4	28.6	0.0
	女性計	165	73.3	26.7	0.0
	20代	22	72.7	27.3	0.0
	30代	53	81.1	18.9	0.0
	40代	50	74.0	26.0	0.0
	50代	25	68.0	32.0	0.0
	60代以上	15	53.3	46.7	0.0

(2) 住宅用火災警報器を設置していない理由

未設置者に設置していない理由をたずねたところ、「設置費用負担が大きい」(34.5%)が最も高くなっている。次いで、「義務化を知らなかった」(24.8%)、「自分で設置できない」(15.9%)の順となっている。

□ Q12. ■前問で、「設置されていない」と回答された方にお伺いします■

住宅用火災警報器(または自動火災報知設備)を設置していない理由は何ですか。最も大きな理由を1つお選びください。



性別で見ると、「自分で設置できない」は女性(22.7%)の方が高くなっている。年代別では、サンプル数が少ないため、参考値とする。

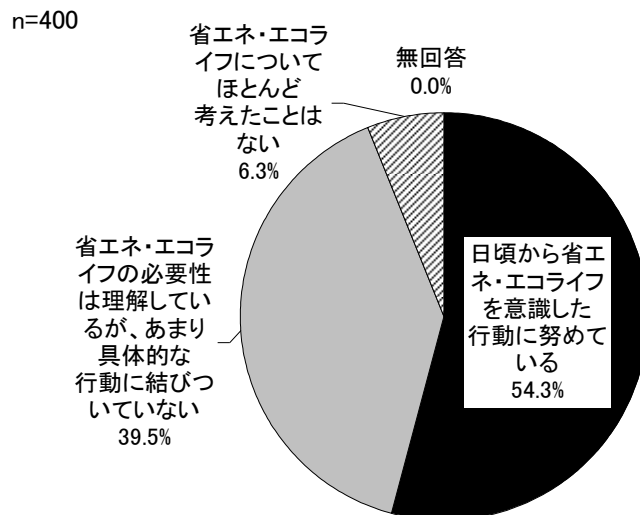
		住宅用火災警報器を設置していない理由							
		全体 (実数)	義務化を 知らなかった	借家(アパ ートなど)のた め、自分で 設置してよい のかわから ない	設置 費用負担が 大きい	自分で 設置 できない	購入先が わからない	その他	無回答
		(%)							
全体		113	24.8	8.8	34.5	15.9	8.0	8.0	0.0
性別	男性	69	24.6	10.1	34.8	11.6	7.2	11.6	0.0
	女性	44	25.0	6.8	34.1	22.7	9.1	2.3	0.0
年代	20代	10	50.0	10.0	20.0	10.0	10.0	0.0	0.0
	30代	23	30.4	8.7	30.4	21.7	8.7	0.0	0.0
	40代	32	15.6	15.6	46.9	6.3	9.4	6.3	0.0
	50代	31	19.4	3.2	32.3	19.4	9.7	16.1	0.0
	60代以上	17	29.4	5.9	29.4	23.5	0.0	11.8	0.0
性別 × 年代	男性計	69	24.6	10.1	34.8	11.6	7.2	11.6	0.0
	20代	4	25.0	0.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	30代	13	30.8	15.4	30.8	15.4	7.7	0.0	0.0
	40代	19	21.1	15.8	47.4	5.3	5.3	5.3	0.0
	50代	23	21.7	4.3	26.1	17.4	8.7	21.7	0.0
	60代以上	10	30.0	10.0	30.0	10.0	0.0	20.0	0.0
	女性計	44	25.0	6.8	34.1	22.7	9.1	2.3	0.0
	20代	6	66.7	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	30代	10	30.0	0.0	30.0	30.0	10.0	0.0	0.0
	40代	13	7.7	15.4	46.2	7.7	15.4	7.7	0.0
50代	8	12.5	0.0	50.0	25.0	12.5	0.0	0.0	
60代以上	7	28.6	0.0	28.6	42.9	0.0	0.0	0.0	

5 省エネルギー・エコライフについて

(1) 省エネ・エコライフを意識して行動しているか

省エネ・エコライフを意識して行動しているかたずねたところ、「日頃から省エネ・エコライフを意識した行動に努めている」が54.3%、「省エネ・エコライフの必要性は理解しているが、あまり具体的な行動に結びついていない」が39.5%、「省エネ・エコライフについてほとんど考えたことはない」は6.3%となっている。

□ Q13. あなたは、日頃の生活において省エネ・エコライフを意識して行動していますか。あてはまるものを1つお選びください。



性別でみると、「日頃から省エネ・エコライフを意識した行動に努めている」は女性（61.8%）の方が高くなっている。

年代別でみると、「日頃から省エネ・エコライフを意識した行動に努めている」は60代以上（74.0%）が7割を超え最も高く、20代（42.5%）が4割台で最も低くなっている。

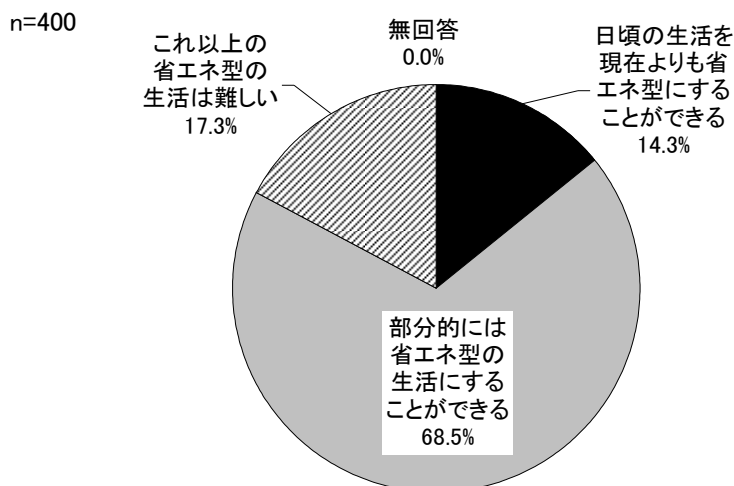
		省エネ・エコライフを意識して行動しているか				
		全体 (実数) (%)	日頃から省エネ・エコライフを意識した行動に努めている	省エネ・エコライフの必要性は理解しているが、あまり具体的な行動に結びついていない	省エネ・エコライフについてほとんど考えたことはない	無回答
全体		400	54.3	39.5	6.3	0.0
性別	男性	235	48.9	41.7	9.4	0.0
	女性	165	61.8	36.4	1.8	0.0
年代	20代	40	42.5	50.0	7.5	0.0
	30代	110	53.6	38.2	8.2	0.0
	40代	115	49.6	43.5	7.0	0.0
	50代	85	55.3	41.2	3.5	0.0
	60代以上	50	74.0	22.0	4.0	0.0
性別 × 年代	男性計	235	48.9	41.7	9.4	0.0
	20代	18	38.9	44.4	16.7	0.0
	30代	57	42.1	42.1	15.8	0.0
	40代	65	44.6	46.2	9.2	0.0
	50代	60	48.3	48.3	3.3	0.0
	60代以上	35	74.3	20.0	5.7	0.0
	女性計	165	61.8	36.4	1.8	0.0
	20代	22	45.5	54.5	0.0	0.0
	30代	53	66.0	34.0	0.0	0.0
	40代	50	56.0	40.0	4.0	0.0
50代	25	72.0	24.0	4.0	0.0	
60代以上	15	73.3	26.7	0.0	0.0	

(2) 現在よりも省エネ型生活にすることができるか

現在よりも省エネ型生活にすることができるかたずねたところ、「部分的には省エネ型の生活にすることができる」が68.5%と7割近くを占めている。「日頃の生活を現在よりも省エネ型にすることができる」の14.3%を合わせると、8割以上の方が一層の省エネ型生活が可能と回答している。

一方、「これ以上の省エネ型の生活は難しい」は17.3%となっている。

□ Q14. あなたは、現在の電気、ガスなどのエネルギー消費量を削減して、一層の省エネ型生活にすることができますか。あてはまるものを1つお選びください。



性別で見ると、「日頃の生活を現在よりも省エネ型にすることができる」は男性（17.4%）の方が高くなっている。

年代別で見ると、「日頃の生活を現在よりも省エネ型にすることができる」は30代（20.0%）が最も高くなっている。

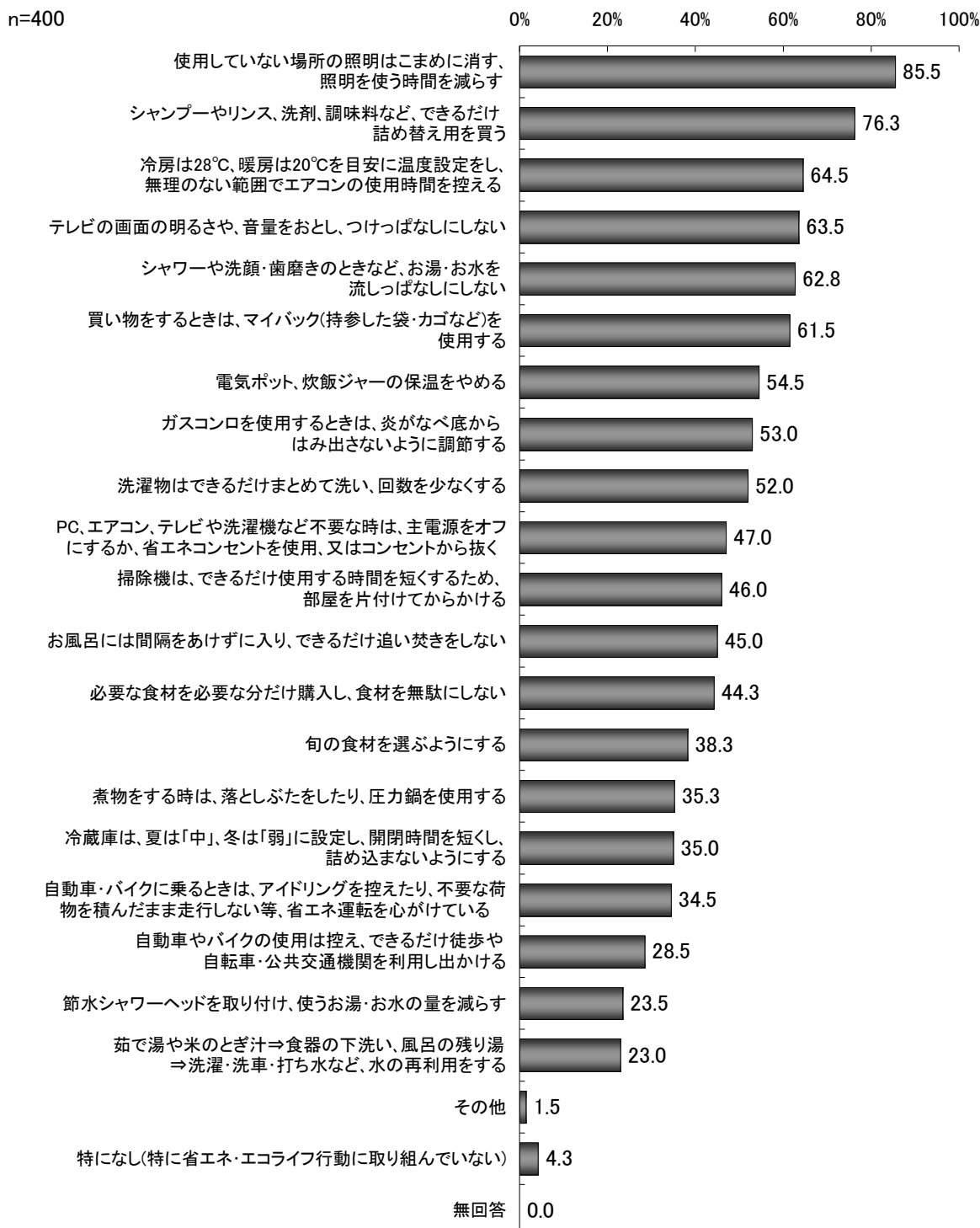
		現在よりも省エネ型生活にすることができるか				
		全体 (実数)	日頃の生活を現在 よりも省エネ型に することができる	部分的には 省エネ型の生活に することができる	これ以上の 省エネ型の生活は 難しい	無回答
全体		400	14.3	68.5	17.3	0.0
性別	男性	235	17.4	65.1	17.4	0.0
	女性	165	9.7	73.3	17.0	0.0
年代	20代	40	17.5	65.0	17.5	0.0
	30代	110	20.0	60.0	20.0	0.0
	40代	115	14.8	69.6	15.7	0.0
	50代	85	3.5	80.0	16.5	0.0
	60代以上	50	16.0	68.0	16.0	0.0
	男性計	235	17.4	65.1	17.4	0.0
性別 × 年代	20代	18	27.8	50.0	22.2	0.0
	30代	57	24.6	54.4	21.1	0.0
	40代	65	21.5	63.1	15.4	0.0
	50代	60	5.0	78.3	16.7	0.0
	60代以上	35	14.3	71.4	14.3	0.0
	女性計	165	9.7	73.3	17.0	0.0
	20代	22	9.1	77.3	13.6	0.0
	30代	53	15.1	66.0	18.9	0.0
	40代	50	6.0	78.0	16.0	0.0
	50代	25	0.0	84.0	16.0	0.0
	60代以上	15	20.0	60.0	20.0	0.0

(3) 現在行っている省エネ・エコライフ行動

現在行っている省エネ・エコライフ行動については、「照明はこまめに消す、照明を使う時間を減らす」(85.5%)が8割半ばで最も高く、次いで「シャンプーや洗剤、調味料など、できるだけ詰め替え用を買う」(76.3%)となっている。以下、「冷房は28℃、暖房は20℃を目安に設定をし、エアコンの使用時間を控える」(64.5%)、「テレビの画面の明るさや、音量をおとし、つけっぱなしにしない」(63.5%)、「シャワーや洗顔・歯磨きのときなど、お湯・お水を流しっぱなしにしない」(62.8%)と続いている。

□ Q15. 具体的な省エネ・エコライフ行動についてお聞きます。

(1) 現在、どのような省エネ・エコライフ行動を行っていますか。(いくつでも)



性別でみると、上位15項目はすべて女性の方が高くなっている。

年代別でみると、「シャンプーや洗剤、調味料など、できるだけ詰め替え用を買う」「冷房は28℃、暖房は20℃を目安に設定をし、エアコンの使用時間を控える」は60代以上が最も高くなっている。「シャワーや洗顔・歯磨きのときなど、お湯・お水を流しっぱなしにしない」は20代(70.0%)が最も高くなっている。

		現在行っている省エネ・エコライフ行動 [上位15項目]								
		全体 (実数)	照明はこまめに消す、照明を使う時間を減らす	シャンプーや洗剤、調味料など、できるだけ詰め替え用を買う	冷房28℃、暖房20℃を目安に設定をし、エアコンの使用時間を控える	テレビの画面の明るさや、音量をおとし、つけっぱなしにしない	シャワーや洗顔・歯磨きのときなど、お湯・お水を流しっぱなしにしない	買い物をするときは、マイバック(持参した袋・カゴなど)を使用する	電気ポット、炊飯ジャーの保温をやめる	ガスコンロを使用するときは、炎がなべ底からはみ出さないように調節する
(%)										
全体		400	85.5	76.3	64.5	63.5	62.8	61.5	54.5	53.0
性別	男性	235	82.6	72.3	61.3	57.9	54.0	49.8	45.5	46.4
	女性	165	89.7	81.8	69.1	71.5	75.2	78.2	67.3	62.4
年代	20代	40	82.5	67.5	62.5	65.0	70.0	55.0	45.0	50.0
	30代	110	85.5	74.5	65.5	62.7	61.8	67.3	54.5	47.3
	40代	115	88.7	80.0	62.6	65.2	63.5	53.9	57.4	53.0
	50代	85	82.4	72.9	60.0	61.2	60.0	57.6	48.2	48.2
	60代以上	50	86.0	84.0	76.0	64.0	62.0	78.0	66.0	76.0
	男性計	235	82.6	72.3	61.3	57.9	54.0	49.8	45.5	46.4
性別×年代	20代	18	77.8	55.6	61.1	61.1	61.1	44.4	38.9	33.3
	30代	57	78.9	66.7	61.4	52.6	50.9	52.6	49.1	42.1
	40代	65	89.2	78.5	58.5	58.5	55.4	38.5	43.1	41.5
	50代	60	81.7	71.7	56.7	58.3	53.3	48.3	38.3	43.3
	60代以上	35	80.0	80.0	74.3	62.9	54.3	71.4	60.0	74.3
	女性計	165	89.7	81.8	69.1	71.5	75.2	78.2	67.3	62.4
	20代	22	86.4	77.3	63.6	68.2	77.3	63.6	50.0	63.6
	30代	53	92.5	83.0	69.8	73.6	73.6	83.0	60.4	52.8
	40代	50	88.0	82.0	68.0	74.0	74.0	74.0	76.0	68.0
	50代	25	84.0	76.0	68.0	68.0	76.0	80.0	72.0	60.0
60代以上	15	100.0	93.3	80.0	66.7	80.0	93.3	80.0	80.0	

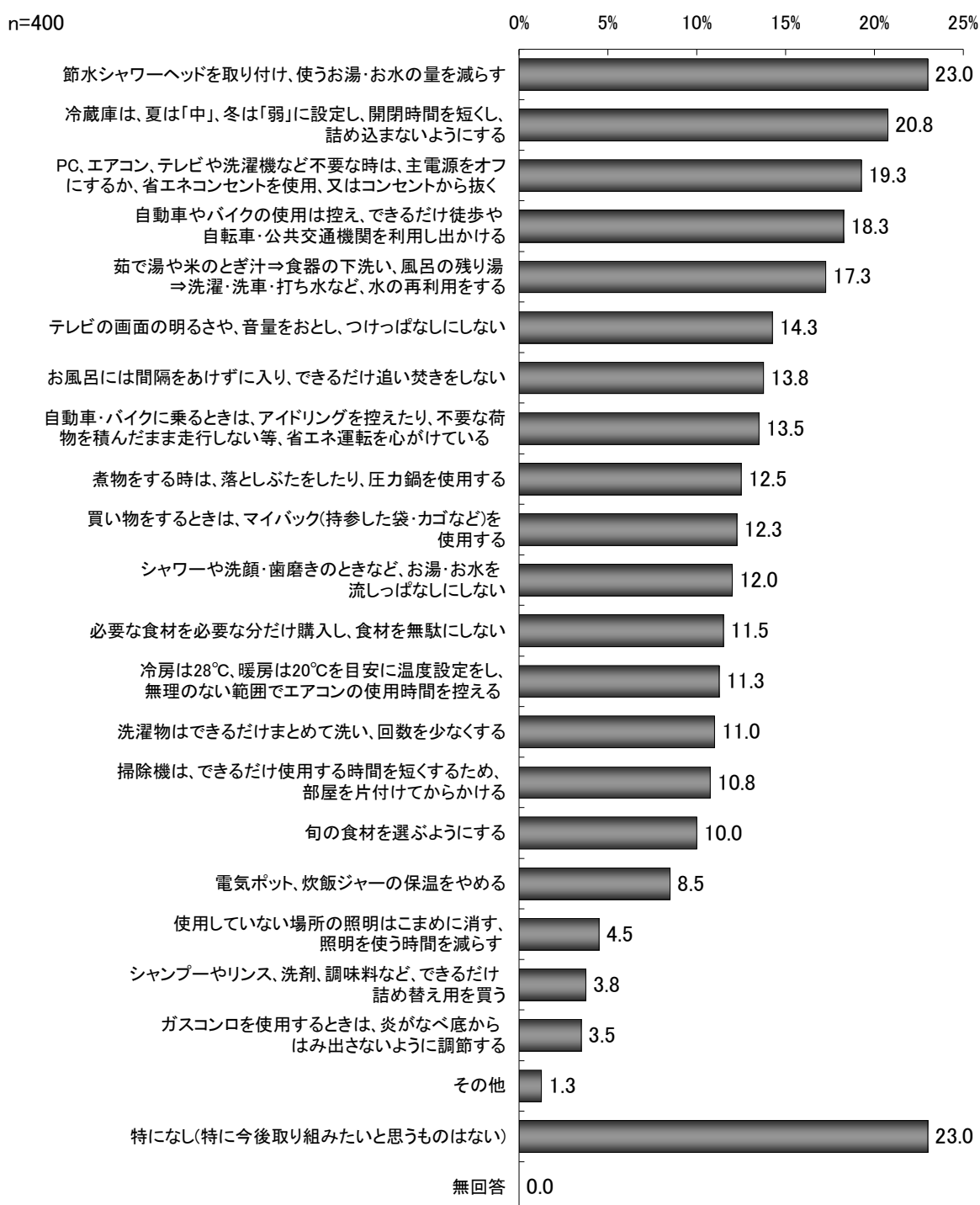
		全体 (実数)	洗濯物はできるだけまとめて洗い、回数を少なくする	PC、エアコン、テレビ等不要な時は、主電源をオフにするか、省エネコンセントを使用、又はコンセントから抜く	掃除機は、できるだけ使用する時間を短くするため、部屋を片付けてからかける	お風呂には間隔をあけずに入り、できるだけ追い焚きをしない	必要な食材を必要な分だけ購入し、食材を無駄にしない	旬の食材を選ぶようにする	煮物をする時は、落としぶたをしたり、圧力鍋を使用する	無回答
(%)										
全体		400	52.0	47.0	46.0	45.0	44.3	38.3	35.3	0.0
性別	男性	235	46.8	41.3	36.6	39.1	38.7	30.2	27.7	0.0
	女性	165	59.4	55.2	59.4	53.3	52.1	49.7	46.1	0.0
年代	20代	40	57.5	50.0	45.0	42.5	45.0	32.5	37.5	0.0
	30代	110	51.8	49.1	48.2	50.0	46.4	35.5	37.3	0.0
	40代	115	49.6	47.0	45.2	40.9	39.1	33.9	32.2	0.0
	50代	85	43.5	41.2	42.4	40.0	42.4	37.6	29.4	0.0
	60代以上	50	68.0	50.0	50.0	54.0	54.0	60.0	46.0	0.0
	男性計	235	46.8	41.3	36.6	39.1	38.7	30.2	27.7	0.0
性別×年代	20代	18	66.7	38.9	44.4	27.8	38.9	27.8	27.8	0.0
	30代	57	45.6	40.4	40.4	47.4	40.4	29.8	31.6	0.0
	40代	65	40.0	43.1	32.3	36.9	33.8	26.2	24.6	0.0
	50代	60	38.3	38.3	31.7	31.7	35.0	26.7	23.3	0.0
	60代以上	35	65.7	45.7	42.9	48.6	51.4	45.7	34.3	0.0
	女性計	165	59.4	55.2	59.4	53.3	52.1	49.7	46.1	0.0
	20代	22	50.0	59.1	45.5	54.5	50.0	36.4	45.5	0.0
	30代	53	58.5	58.5	56.6	52.8	52.8	41.5	43.4	0.0
	40代	50	62.0	52.0	62.0	46.0	46.0	44.0	42.0	0.0
	50代	25	56.0	48.0	68.0	60.0	60.0	64.0	44.0	0.0
60代以上	15	73.3	60.0	66.7	66.7	60.0	93.3	73.3	0.0	

(4) 今後取り組みたい省エネ・エコライフ行動

今後取り組みたい省エネ・エコライフ行動については、「節水シャワーヘッドを取り付け、使うお湯・お水の量を減らす」(23.0%)が最も高く、次いで「冷蔵庫は、夏は「中」、冬は「弱」に設定し、開閉時間を短くし、詰め込まないようにする」(20.8%)となっている。以下、「PC、エアコン、テレビ等不要な時は、主電源をオフにするか、省エネコンセントを使用、又はコンセントから抜く」(19.3%)、「自動車やバイクの使用は控え、できるだけ徒歩や自転車・公共交通機関を利用し出かける」(18.3%)、「茹で湯や米のとき汁⇒食器の下洗い、風呂の残り湯⇒洗濯・洗車・打ち水など、水の再利用をする」(17.3%)と続いている。

□ Q15. 具体的な省エネ・エコライフ行動についてお聞きます。

(2) 今後、新たに取り組みたいと考えているものはありますか。(いくつでも)



性別でみると、「節水シャワーヘッドを取り付け、使うお湯・お水の量を減らす」「PC、エアコン、テレビ等不要な時は、主電源をオフにするか、省エネコンセントを使用、又はコンセントから抜く」は女性の方が高く、「冷蔵庫は、夏は「中」、冬は「弱」に設定し、開閉時間を短くし、詰め込まないようにする」は男性の方が高くなっている。

年代別でみると、「節水シャワーヘッドを取り付け、使うお湯・お水の量を減らす」は30～40代が2割台後半で高く、「PC、エアコン、テレビ等不要な時は、主電源をオフにするか、省エネコンセントを使用、又はコンセントから抜く」は20代（25.0%）が最も高くなっている。

		今後取り組みたい省エネ・エコライフ行動 [上位15項目]								
		全体 (実数)	節水シャ ワーヘッドを 取り付け、使 うお湯・お水 の量を 減らす	冷蔵庫は、夏 は「中」、冬 は「弱」に設 定し、開閉時 間を短くし、 詰め込まない ように する	PC、エア コン、テレビ等 不要な時は、 主電源をオ フにするか、 省エネコン セントを使用、 又はコンセ ントから抜く	自動車やバ イクの使用 は控え、でき るだけ徒歩 や自転車・公 共交通機関 を利用し出 かける	茹で湯や米 のとぎ汁⇒ 食器の下洗 い、風呂の残 り湯⇒洗濯・ 洗車・打ち水 など、水の再 利用をする	テレビの画 面の明るさ や、音量をお とし、つけっ ぱなしに しない	お風呂には 間隔をあけ ずに入り、で きるだけ追い 焚きをしない	自動車・バイ クに乗るとき は、アイドリ ングを控える など、省エネ 運転を心が けている
		(%)								
全体		400	23.0	20.8	19.3	18.3	17.3	14.3	13.8	13.5
性別	男性	235	20.4	22.1	17.0	19.6	17.4	14.9	14.9	10.6
	女性	165	26.7	18.8	22.4	16.4	17.0	13.3	12.1	17.6
年代	20代	40	15.0	22.5	25.0	10.0	17.5	10.0	5.0	12.5
	30代	110	27.3	19.1	19.1	14.5	11.8	16.4	8.2	16.4
	40代	115	27.0	22.6	19.1	24.3	19.1	15.7	19.1	7.8
	50代	85	18.8	22.4	16.5	16.5	16.5	11.8	12.9	15.3
	60代以上	50	18.0	16.0	20.0	22.0	26.0	14.0	22.0	18.0
	男性計	235	20.4	22.1	17.0	19.6	17.4	14.9	14.9	10.6
性別 × 年代	20代	18	16.7	22.2	22.2	22.2	5.6	5.6	5.6	
	30代	57	26.3	22.8	19.3	14.0	14.0	21.1	8.8	14.0
	40代	65	21.5	21.5	12.3	23.1	18.5	16.9	15.4	3.1
	50代	60	15.0	25.0	18.3	16.7	15.0	11.7	15.0	13.3
	60代以上	35	20.0	17.1	17.1	25.7	22.9	11.4	28.6	17.1
	女性計	165	26.7	18.8	22.4	16.4	17.0	13.3	12.1	17.6
	20代	22	13.6	22.7	27.3	0.0	13.6	13.6	4.5	18.2
	30代	53	28.3	15.1	18.9	15.1	9.4	11.3	7.5	18.9
	40代	50	34.0	24.0	28.0	26.0	20.0	14.0	24.0	14.0
	50代	25	28.0	16.0	12.0	16.0	20.0	12.0	8.0	20.0
	60代以上	15	13.3	13.3	26.7	13.3	33.3	20.0	6.7	20.0

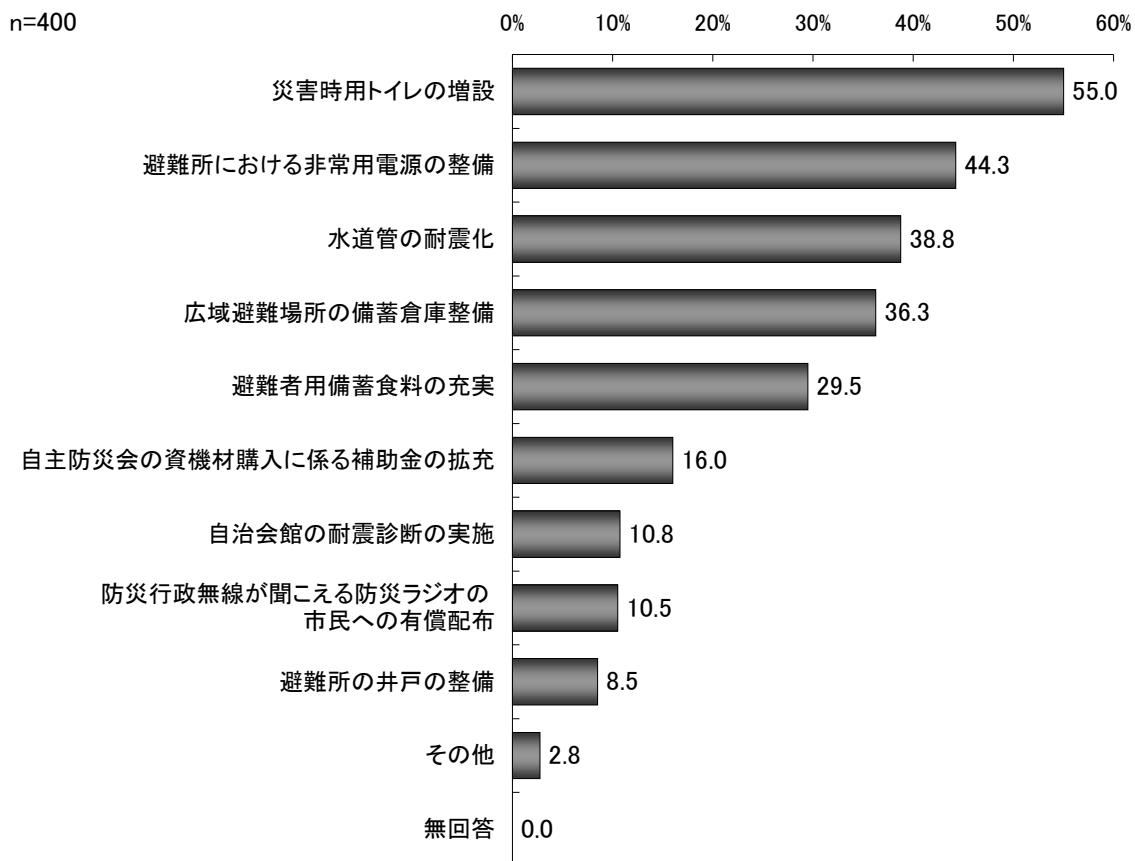
		全体 (実数)	煮物をする 時は、落とし ぶたをしたり、 圧力鍋を 使用する	買い物をする ときは、マイ バック(持 参した袋・カ ゴなど)を使用 する	シャワーや 洗顔・歯磨き のときなど、 お湯・お水を 流しっぱなし にしない	必要な食材 を必要な分 だけ購入し、 食材を無駄 にしない	冷房28℃、 暖房20℃を 目安に設定 をし、エア コンの使用時 間を控える	洗濯物はで きるだけまと めて洗い、回 数を少なく する	掃除機は、で きるだけ使 用する時間 を短くするた め、部屋を片 付けてから かける	無回答
		(%)								
全体		400	12.5	12.3	12.0	11.5	11.3	11.0	10.8	0.0
性別	男性	235	12.3	15.7	15.7	11.1	11.9	10.6	11.5	0.0
	女性	165	12.7	7.3	6.7	12.1	10.3	11.5	9.7	0.0
年代	20代	40	12.5	7.5	0.0	5.0	15.0	5.0	7.5	0.0
	30代	110	9.1	9.1	12.7	6.4	10.9	9.1	11.8	0.0
	40代	115	13.9	20.0	12.2	12.2	13.9	15.7	13.0	0.0
	50代	85	10.6	9.4	8.2	14.1	10.6	10.6	3.5	0.0
	60代以上	50	20.0	10.0	26.0	22.0	4.0	10.0	18.0	0.0
	男性計	235	12.3	15.7	15.7	11.1	11.9	10.6	11.5	0.0
性別 × 年代	20代	18	11.1	5.6	0.0	5.6	11.1	0.0	5.6	0.0
	30代	57	8.8	14.0	19.3	5.3	10.5	5.3	15.8	0.0
	40代	65	10.8	24.6	13.8	12.3	15.4	18.5	13.8	0.0
	50代	60	10.0	11.7	10.0	13.3	13.3	10.0	3.3	0.0
	60代以上	35	25.7	14.3	31.4	17.1	5.7	11.4	17.1	0.0
	女性計	165	12.7	7.3	6.7	12.1	10.3	11.5	9.7	0.0
	20代	22	13.6	9.1	0.0	4.5	18.2	9.1	9.1	0.0
	30代	53	9.4	3.8	5.7	7.5	11.3	13.2	7.5	0.0
	40代	50	18.0	14.0	10.0	12.0	12.0	12.0	12.0	0.0
	50代	25	12.0	4.0	4.0	16.0	4.0	12.0	4.0	0.0
	60代以上	15	6.7	0.0	13.3	33.3	0.0	6.7	20.0	0.0

6 災害対策について

(1) 秦野市の災害対策として必要だと思うもの

秦野市の災害対策として必要だと思うものについては、「災害時用トイレの増設」(55.0%)が5割半ばで最も高くなっている。次いで、「避難所における非常用電源の整備」(44.3%)、「水道管の耐震化」(38.8%)の順となっている。

□ Q16. 秦野市の災害対策として必要なのはどのようなものだとお考えですか。特に必要と思われるものを3つまでお選びください。
(3つまで)



性別で見ると、「災害時用トイレの増設」「広域避難場所の備蓄倉庫整備」は女性の方が高く、「自主防災会の資機材購入に係る補助金の拡充」は男性の方が高くなっている。

年代別で見ると、「避難所における非常用電源の整備」「広域避難場所の備蓄倉庫整備」は20代が最も高く、「水道管の耐震化」「避難者用備蓄食料の充実」は60代以上が最も高くなっている。

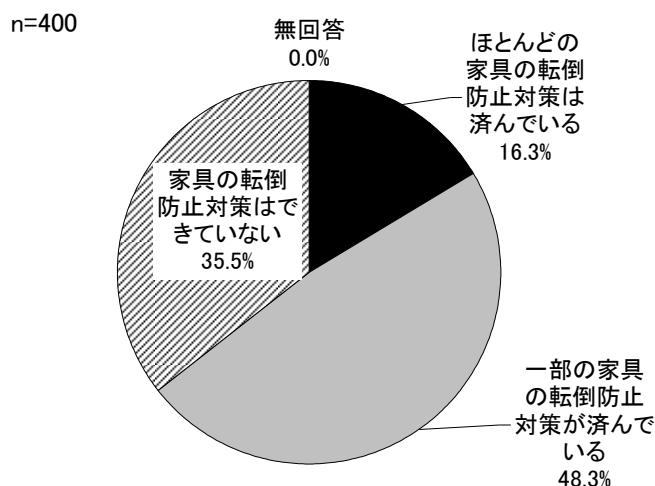
		秦野市の災害対策として必要なもの						
		全体 (実数) (%)	災害時用 トイレの増設	避難所 における非常用 電源の整備	水道管の 耐震化	広域避難場 所の備蓄 倉庫整備	避難者用 備蓄食料の 充実	自主防災会 の資機材購 入に係る補助 金の拡充
全体		400	55.0	44.3	38.8	36.3	29.5	16.0
性別	男性	235	50.6	43.8	40.0	34.0	28.5	18.3
	女性	165	61.2	44.8	37.0	39.4	30.9	12.7
年代	20代	40	40.0	62.5	42.5	55.0	30.0	20.0
	30代	110	56.4	48.2	36.4	27.3	25.5	21.8
	40代	115	59.1	37.4	34.8	44.3	27.8	10.4
	50代	85	52.9	38.8	32.9	40.0	30.6	16.5
	60代以上	50	58.0	46.0	60.0	16.0	40.0	12.0
性別 × 年代	男性計	235	50.6	43.8	40.0	34.0	28.5	18.3
	20代	18	33.3	72.2	33.3	50.0	27.8	27.8
	30代	57	50.9	52.6	35.1	24.6	21.1	24.6
	40代	65	53.8	38.5	40.0	41.5	27.7	12.3
	50代	60	53.3	36.7	36.7	40.0	26.7	18.3
	60代以上	35	48.6	37.1	57.1	17.1	45.7	14.3
	女性計	165	61.2	44.8	37.0	39.4	30.9	12.7
	20代	22	45.5	54.5	50.0	59.1	31.8	13.6
	30代	53	62.3	43.4	37.7	30.2	30.2	18.9
	40代	50	66.0	36.0	28.0	48.0	28.0	8.0
50代	25	52.0	44.0	24.0	40.0	40.0	12.0	
60代以上	15	80.0	66.7	66.7	13.3	26.7	6.7	

		全体 (実数) (%)	自治会館の 耐震診断の 実施	防災行政無 線が聞こえる 防災ラジオの 市民への 有償配布	避難所の 井戸の整備	その他	無回答
全体		400	10.8	10.5	8.5	2.8	0.0
性別	男性	235	13.2	9.4	9.8	1.7	0.0
	女性	165	7.3	12.1	6.7	4.2	0.0
年代	20代	40	10.0	7.5	0.0	2.5	0.0
	30代	110	16.4	10.9	8.2	1.8	0.0
	40代	115	7.8	11.3	7.8	4.3	0.0
	50代	85	5.9	12.9	11.8	2.4	0.0
	60代以上	50	14.0	6.0	12.0	2.0	0.0
性別 × 年代	男性計	235	13.2	9.4	9.8	1.7	0.0
	20代	18	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	30代	57	19.3	8.8	8.8	0.0	0.0
	40代	65	10.8	12.3	6.2	3.1	0.0
	50代	60	6.7	11.7	13.3	1.7	0.0
	60代以上	35	17.1	5.7	17.1	2.9	0.0
	女性計	165	7.3	12.1	6.7	4.2	0.0
	20代	22	4.5	13.6	0.0	4.5	0.0
	30代	53	13.2	13.2	7.5	3.8	0.0
	40代	50	4.0	10.0	10.0	6.0	0.0
50代	25	4.0	16.0	8.0	4.0	0.0	
60代以上	15	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	

(2) 家具転倒防止対策の取り組み状況

家具転倒防止対策の取り組み状況については、「ほとんどの家具の転倒防止対策は済んでいる」は16.3%、「一部の家具の転倒防止対策が済んでいる」は48.3%となっている。一方、「家具の転倒防止対策はできていない」は35.5%となっている。

□ Q17. あなたがお住まいの住宅の、家具転倒防止対策の取り組み状況について、あてはまるものを1つお選びください。



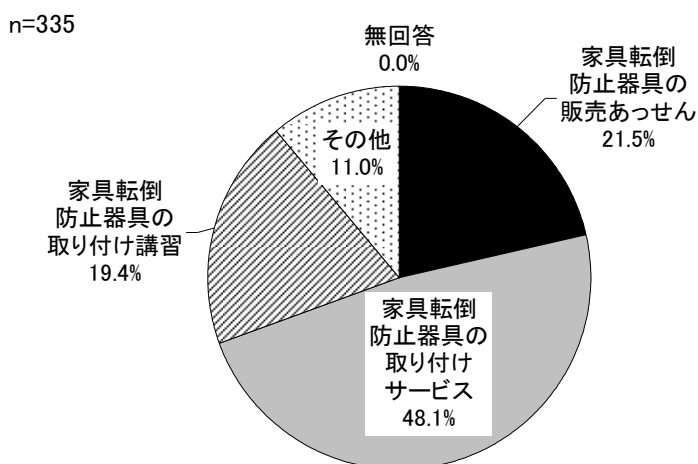
性別で見ると、「家具の転倒防止対策はできていない」は男性（37.4%）の方が高くなっている。年代別で見ると、「ほとんどの家具の転倒防止対策は済んでいる」は60代以上（22.0%）が最も高く、「家具の転倒防止対策はできていない」は30代（42.7%）が最も高くなっている。

		家具転倒防止対策の取り組み状況				
		全体 (実数) (%)	ほとんどの家具の 転倒防止対策は 済んでいる	一部の家具の 転倒防止対策が 済んでいる	家具の 転倒防止対策は できていない	無回答
全体		400	16.3	48.3	35.5	0.0
性別	男性	235	15.3	47.2	37.4	0.0
	女性	165	17.6	49.7	32.7	0.0
年代	20代	40	15.0	50.0	35.0	0.0
	30代	110	16.4	40.9	42.7	0.0
	40代	115	13.0	56.5	30.4	0.0
	50代	85	17.6	43.5	38.8	0.0
	60代以上	50	22.0	52.0	26.0	0.0
	男性計	235	15.3	47.2	37.4	0.0
性別 × 年代	20代	18	11.1	50.0	38.9	0.0
	30代	57	14.0	40.4	45.6	0.0
	40代	65	15.4	52.3	32.3	0.0
	50代	60	15.0	43.3	41.7	0.0
	60代以上	35	20.0	54.3	25.7	0.0
	女性計	165	17.6	49.7	32.7	0.0
	20代	22	18.2	50.0	31.8	0.0
	30代	53	18.9	41.5	39.6	0.0
	40代	50	10.0	62.0	28.0	0.0
	50代	25	24.0	44.0	32.0	0.0
	60代以上	15	26.7	46.7	26.7	0.0

(3) 家具転倒防止器具を設置する条件

どのような条件がそろえば器具の設置をすると思うかたずねたところ、「家具転倒防止器具の取り付けサービス」(48.1%)が5割近くで最も高くなっている。「家具転倒防止器具の販売あつせん」(21.5%)、「家具転倒防止器具の取り付け講習」(19.4%)は、それぞれほぼ2割となっている。

□ Q18.前問で「2.一部の家具の転倒防止対策が済んでいる」「3.家具の転倒防止対策はできていない」とお答えの方にお伺いします。次のうちのどの条件がそろえば器具の設置をすると考えられますか。最も良いと思うものを1つお選びください。



性別でみると、「家具転倒防止器具の取り付けサービス」は女性 (55.9%)の方が高く、「家具転倒防止器具の販売あつせん」は男性 (25.6%)の方が高くなっている。

年代別でみると、「家具転倒防止器具の取り付けサービス」は60代以上 (23.1%)のみ2割台で低くなっている。

		家具転倒防止器具を設置する条件					
		全体 (実数)	家具転倒 防止器具の 販売あつせん	家具転倒 防止器具の 取り付け サービス	家具転倒 防止器具の 取り付け講習	その他	無回答
全体 (%)		335	21.5	48.1	19.4	11.0	0.0
性別	男性	199	25.6	42.7	19.6	12.1	0.0
	女性	136	15.4	55.9	19.1	9.6	0.0
年代	20代	34	23.5	55.9	17.6	2.9	0.0
	30代	92	16.3	52.2	18.5	13.0	0.0
	40代	100	19.0	48.0	21.0	12.0	0.0
	50代	70	24.3	52.9	15.7	7.1	0.0
	60代以上	39	33.3	23.1	25.6	17.9	0.0
性別 × 年代	男性計	199	25.6	42.7	19.6	12.1	0.0
	20代	16	25.0	43.8	25.0	6.3	0.0
	30代	49	18.4	44.9	20.4	16.3	0.0
	40代	55	23.6	43.6	20.0	12.7	0.0
	50代	51	23.5	52.9	15.7	7.8	0.0
	60代以上	28	46.4	17.9	21.4	14.3	0.0
	女性計	136	15.4	55.9	19.1	9.6	0.0
	20代	18	22.2	66.7	11.1	0.0	0.0
	30代	43	14.0	60.5	16.3	9.3	0.0
	40代	45	13.3	53.3	22.2	11.1	0.0
50代	19	26.3	52.6	15.8	5.3	0.0	
60代以上	11	0.0	36.4	36.4	27.3	0.0	