

3 まとめ

I 回答者の属性について

調査の回答者の性別(問1)では女性の回答が男性よりも多くなっており、年齢(問2)では回答者全体の約3割(29.8%)が65歳以上となっている。

居住地域(問3)では、佐貫市街地を含む「馴染小学校区」が16.1%で最も高く、次いで龍ヶ岡市街地を含む「八原小学校区」が15.9%、龍ヶ崎市街地を含む「龍ヶ崎小学校区」が10.3%、北竜台市街地を含む「久保台小学校区」が8.2%の順となっている。

居住年数(問4)では、「20年以上」が64.8%、「10年以上20年未満」が19.3%と、回答者全体の約8割(84.1%)が居住年数10年以上となっている。

前住地(問7)では、「茨城県内(龍ヶ崎市以外)」が33.4%、「ずっと龍ヶ崎市」が22.0%、「千葉県」が16.5%となっている。なお、回答者全体の約8割(76.1%)が市外からの転入者となっている。

家族構成(問8)では、「1～6以外(18歳～64歳未満)の同居人の方」が36.7%、「65歳～74歳の方」が17.9%、「75歳以上の方」が12.0%となっている。なお、回答者全体の約3割(25.9%)が「就学前の乳幼児」、「小学生」、「中学生」、「高校生」の子どもがいる家族構成となっている。

就労状況(問9)では、「無職(主婦・夫、学生を含む)」が33.7%、「正社員」が31.4%、「パート・アルバイト」が18.1%となっている。なお、「正社員」と回答した人の勤務地(問10)では、「茨城県南部」が37.5%、「龍ヶ崎市内」が33.7%、「東京都」が13.0%となっており、通勤に利用する主な交通手段(問12)では、「車」が71.0%、「電車」が10.4%となっている。

II 市全体の印象について

龍ヶ崎市の住み心地(問13)では、住みよいと感じている人(「住みよい」・「どちらかといえば住みよい」)が84.5%と、前回調査(平成30年度)とほぼ同程度となっている。なお、今回調査では「住みよい」と回答した人が3割(30.7%)を超えており、調査毎に上昇傾向にある。年齢別にみると、すべての年齢層において、住みよいと感じている人が8割を超えているものの、「住みよい」だけでみると、「40～44歳」が最も高く45.0%となっているが、以降年齢が上がるにつれ減少傾向にあり、「70歳代以上」では23.7%となっている。

まちへの愛着度(問17)では、NPSの手法を参考に、推奨する立場の人(8～10)を「推奨者」、推奨も批判もしない受動的な立場の人(6～7)を「中立者」、批判的な立場の人(0～5)を「非推奨者」として集計した結果をみると、「推奨者」が24.7%、「中立者」が26.8%、「非推奨者」が48.5%で、NPSは-23.8となっている。一方まちの推奨意欲(問18)では、「推奨者」が11.9%、「中立者」が25.4%、「非推奨者」が62.7%でNPAは-50.8となっており、前回調査と比べ若干上昇しているものの、数値としては低い結果となっている。また、まちへの愛着があっても、市の「魅力」を勧める気持ちには至っていない状況がうかがえる。

龍ヶ崎市の良いところ好きなおところ(問14)では、「豊かな自然がある」、「買い物などの日常生活が便利である」、「災害の危険性が少ない」、「道路・上下水道・ガス等の都市(生活)基盤施設が整っている」が上位に挙げられている。なお、前回調査と比べると、「買い物などの日常生活が便利である」が最も増加(4.4ポイント)している一方、「災害の危険性が少ない」が最も減少(-11.3ポイント)しており、近年、全国各地で発生する自然災害の影響から、市民の防災・減災への意識の高まりが感じられる。

龍ヶ崎市の物足りないところ、嫌いなおところ(問15)では、「交通の便が悪い」、「将来の発展が期待できない」、「活気とにぎわいが少ない」、「都市としての個性や特徴がない」が上位に挙げられている。なお、「交通の便が悪い」(36.7%)については前回調査同様第1位であるものの、前回よりも最も減少(-10.8ポイント)している。なお、年齢別にみると、25～29歳、55歳～59歳といった自身や子の就職を考える年代において、3位に「多種多様な働く場がない」が挙げられている。このことから、市民が安心して住み続けるまちとなるためにも雇用の創出は重要な施策になるものと考えられる。

龍ヶ崎市への定住意向(問19)については、住み続けたいという人は平成22年度の調査以降、約8割で推移している。

Ⅲ 龍ヶ崎市での暮らしについて

現在の龍ヶ崎市での暮らしについて(問20AB)では、マトリクス図でみると『最優先改善項目』(=市の中でも優先的に改善が必要な項目)として、「駅や大規模商業施設などを中心としたまちづくり」が最も重要度が高く、次いで「市内の公共交通機関(鉄道やバスなど)の利便性」、「都心など市外への公共交通機関での利便性」といった、公共交通機関の利便性に関する項目が挙げられている。「駅や大規模商業施設などを中心としたまちづくり」については、龍ヶ崎市の良いところ好きなど(問14)で上位に「買い物などの日常生活が便利である」が挙げられていることを踏まえると、買い物環境向上よりも、龍ヶ崎市の物足りないところ、嫌いなところ(問15)で上位に挙げられていた、「活気とにぎわいが無い」、「都市としての個性や特徴がない」といった事が大きく影響していると考えられる。これらのことから、まちの活性化に寄与する拠点的なまちづくりを行う施策・事業が必要と考えられる。

また、公共交通機関の利便性に関しては、龍ヶ崎市の物足りないところ、嫌いなところ(問15)でも、上位1位が「交通の便が悪い」となっていること、また自由意見においても、コミュニティバスの充実や、車がなくても各施設へ移動できる交通網の整備などの意見が多くみられたことから、公共交通機関については、市民のニーズをきめ細やかに把握し、かつ、今後の地域の態様、社会情勢などを予測しながら、対応を進めていく必要がある。

Ⅳ 龍ヶ崎市のまちづくりについて

■子育てしやすいまちであるかについて

「子育てしやすいまちである」と感じるか(問21)では、子育てしやすい(「子育てしやすい」、「どちらかといえば子育てしやすい」と感じる人が48.3%と、前回調査に比べ5.5ポイント高くなっている。居住地域別にみると、子育てしやすいで、市の北東部に位置する、旧長戸小学校区(59.4%)・八原小学校区(58.4%)・城ノ内小学校区(58.3%)と、市のほぼ中心に位置する駒馬台小学校区(58.7%)でいずれも5割を超えている。なお、龍ヶ岡市街地を含む、八原小学校区・城ノ内小学校区においては、住み心地(問13)に対する評価も高くなっている。

一方、子育てしにくい(「どちらかといえば子育てしにくい」、「子育てしにくい」と感じる人は10.0%となっており、居住地域別にみると、川原代小学校区(19.1%)、大宮小学校区(16.3%)が他の居住地区に比べ高くなっている。これらにおいても、住み心地(問13)に対する評価との関連性がみとれる。

これらのことから、地域間での世代の偏りが進まないよう、子育てしにくいと感じられている地域については、多世代循環が行えるよう、若い世代が入居しやすい施策を講じるとともに、地域の暮らし全体の魅力向上を図ることが必要である。

■市民活動やボランティア活動、まちを良くする活動について

参加したことのある市民活動・ボランティア活動(問22)では、「清掃・環境美化活動」が47.6%、「区・自治会・町内会等の活動」が40.9%、「子ども会活動」が21.6%となっている。居住地域別にみると、「清掃・環境美化活動」では旧長戸小学校区が75.0%と他の地域と比較して高い割合となっている。

龍ヶ崎市をよくする活動にどの程度の気持ちで参加したいと思うか(問23)では、「推奨者」が15.8%、「中立者」が29.8%、「非推奨者」が54.4%で、NPSは-38.6となっている。一方、龍ヶ崎市をよくする活動に取り組んでいる人たちにどの程度の気持ちで感謝をしているか(問24)では、「推奨者」が63.3%、「中立者」が20.6%、「非推奨者」が16.2%で、NPSは47.1となっている。感謝意欲が高い数値である一方、参加意欲が低い傾向にあるため、このような活動への理解、興味は高いものの、自身がプレーヤー、参加者となるところまでは昇華できていない状況がみられることから、まちづくりを「自分ごと」化し、参加の意欲を増すような施策・事業に取り組む必要がある。

■龍ヶ崎で一番好きな場所やモノと、将来なっほしいまちのイメージ

龍ヶ崎で一番好きな場所やモノ(問25)では、前回調査と変わらず、「龍ヶ岡公園(たつのこ山、山から見える景色含む)」、「牛久沼(沼から見える夕日、富士山含む)」、「たつのこまち龍ヶ崎モール」、「たつのこアリーナ」が上位に挙げられており、依然龍ヶ岡市街地の人気の高さがうかがえる。

龍ヶ崎市が将来なっほしいまちのイメージ(問26)では、「医療体制や福祉サービスが充実したまち」が63.5%、「交通や買い物などが便利なまち」が53.3%、「災害に強く、犯罪が少ないまち」が47.4%、「子育て環境や教育環境が整ったまち」が28.8%となっており、前回調査同様、まちでの暮らし(問20AB)での結果と同じような傾向がみられ、また居住地域別でも同様の結果となっている。

V その他、個別の課題について

■市役所からの情報発信等について

市役所から発信される情報のうち、必要とする情報は十分に得られているか(問27)では、得られている(「十分に得られている」、「おおむね得られている」)が67.5%と、前回調査に比べて8.9ポイント高くなっている。新型コロナウイルス感染症により、情報発信の頻度、機会が増え、また、受信する側の市民もそのような情報を求めていることなどから、数値が上昇しているものと考えられる。

市役所から発信される情報を得る主な手段(問28)では、「広報龍ヶ崎「りゅうほー」」が90.5%、「防災無線」が31.0%、「市公式ホームページ」が26.9%、「メール配信サービス」が23.7%となっている。なお、防災無線については、上位に挙げられているものの、聞きづらいという声も比較的に見られたことから、防災無線の音声の改善や防災無線のテレホンサービス、戸別受信機・防災ラジオの配布などの代替手段の確保について継続的に取り組んでいく必要がある。

災害に備えて、3日以上の水と食料を備蓄しているか(問29)では、「備蓄している」が47.2%と、前回調査に比べ8.5ポイント高くなっている。年齢別にみると、「備蓄していない」は、年齢が低くなるにつれ割合が高くなる傾向があり、また、家族構成別にみても、「就学前の乳幼児」、「小学生」、「中学生」、「高校生」がいる家族で高い割合となっている。なお、若い世代では仕事や育児等で備蓄について考える時間的な余裕・経済的な余裕がないことが関連しているという研究結果もあることから、農林水産省でも勧めている、普段使う食品を多めに買い置きし、古いものから消費し、消費したら買い足すローリングストック法など、若い年代でも取り入れやすい備蓄方法を周知していくことが必要と考えられる。

■流通経済大学との連携事業(龍・流連携事業)について

龍・流連携事業の認知度(問30)では、「知っている」が36.6%と、前回調査に比べ4.4ポイント低くなっているが、参加の有無(問31)では、参加したことがある(「定期的に参加している」、「定期的ではないが参加したことがある」)が13.9%と、若干ではあるものの、前々回調査(平成28年度)以降増加している。年齢別にみると、「関心はあるが参加したことがない」では60歳～70歳代以上で高くなっている。これら年代については、一般的にも他年代に比べ比較的時間に余裕があること、また実際に、参加したことがある市民活動・ボランティア活動(問22)では65～70歳代以上で全体的に参加率が高いということからも、年代やライフスタイル等、市民ニーズに沿った講座を実施することで参加率を高めていくことが必要と考えられる。

■SDGsについて

SDGsの認知度(問32)では、知っている(「よく知っている」、「おおむね知っている」)が約3割(31.7%)となっており、また、SDGsを意識した生活や行動(問33)についても、意識している(「いつも意識している」、「まれに意識している」)と回答した人が約3割(31.5%)となっている。

就労状況別にみると、知らない(「あまり知らない」、「全く知らない」)では、パート・アルバイト(74.0%)、自営業(72.3%)で7割を超えており、企業全体としての浸透率や中小企業での認知度はまだ低いと考えられる。一方、SDGsについては、普段行っていることが、実はSDGsの取組となっているということもあることから、身近なことからSDGsについて知り・学べるような機会を提供し、認知度を向上させていくことが必要と考えられる。

VI 新型コロナウイルス感染症による生活への影響について

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により「困っている・心配と感じている」こと(問34)では、「外出制限による交流機会等の減少」、「医療が思うように受けられない」、「スポーツや文化活動の機会の減少」、「収入の減少(失業や経営不振などによる)」が上位に挙げられている。年齢別にみると、全体で4位の「収入の減少(失業や経営不振などによる)」が、18歳～19歳、25歳～39歳、45歳～54歳で2位に、全体で7位の「支出の増加」が、25歳～39歳では3位に挙げられており、若者世代や子育て世代での経済的困窮や不安が見て取れる。また、今後も新型コロナウイルス感染症の影響が数年間続くと仮定した場合に、重点的に実施してほしいこと(問35)においても、この世代では生活支援・経済支援が求められている傾向があることから、世代や各家庭の経済的状況に応じた施策・事業を検討していく必要がある。

一方、60歳～70歳代以上においては、「感染状況や感染防止対策などの情報が得られない」が上位に挙げられていることから、このようなインターネット等の情報収集に不安を感じやすい高齢者、そして、障がい者、外国人居住者といった情報弱者への積極的な情報提供が必要と考えられる。一方、市役所からの情報を得る手段(問28)みると、50歳以上では「メール配信サービス」の割合が低く、スピード感のある情報は受けづらい状況であることが見て取れる。よって、メール配信サービスやアプリの登録の推進等、市民へ必要な情報を迅速に伝えていくための施策が重要である。