

調査結果の要約

I. 市の広報活動について

●市政に関する情報の入手先は、「市政だより」が8割弱（問7【複数回答】）

市政に関する情報の入手先は、「市政だより」が77.1%と最も高く、次いで、「自治会の回覧板」が38.7%、「新聞などのマスコミ関係」が26.3%、「人づて（家族・知人・友人）」が22.8%となっている。

●「東大阪市政だより」を読む習慣は、「ときどき読む」が4割弱（問8）

「東大阪市政だより」を読む習慣は、「ときどき読む」が39.9%で最も高く、次いで、「必ず毎号読む」が38.5%、「読まない」が12.8%、「届かないので読む機会がない」が7.2%となっている。

●広報番組「虹色ねっとわーく」の視聴状況は、「見ていない」が6割弱（問9）

広報番組「虹色ねっとわーく」の視聴状況は、「見ていない」が56.3%で最も高く、次いで、「ケーブルテレビを視聴することができない」が23.8%、「月に数回」が12.0%、「週に数回」が5.4%、「ほとんど毎日」が0.5%となっている。

●東大阪市のウェブサイトのアクセス経験は、「アクセスしたことがない」が7割強（問10）

東大阪市のウェブサイトのアクセス経験は、「アクセスしたことがない」が71.0%で最も高く、次いで、「何度かアクセスしたことがある」が23.7%、「よくアクセスしている」が1.5%となっている。

●東大阪市のウェブサイトで探した情報は、「子育て支援に関すること」が3割強（問10-1【複数回答】）

東大阪市のウェブサイトで探した情報は、「子育て支援に関すること」が31.7%で最も高く、以下、「住民票や戸籍に関すること」が30.5%、「環境（地球温暖化対策・ごみ・リサイクルなど）に関すること」が23.9%となっている。

●東大阪市のウェブサイトでの情報の見つけ方は、「関連ページを探し、数回の画面展開で見つけることができた」が4割弱（問10-2【複数回答】）

東大阪市のウェブサイトでの情報の見つけ方は、「関連ページを探し、数回の画面展開で見つけることができた」が38.0%と最も高く、以下、「市のウェブサイトの項目から簡単に見つけることができた」が29.2%、「Yahoo!などの検索サイトから直接、見つけることができた」が20.9%となっている。

Ⅱ. 自治会について

●自治会への加入は、「加入している」が7割強（問11）

自治会への加入は、「加入している」が71.5%で、「加入していない」が26.3%となっている。

●自治会の役割認知は、「防犯活動・交通安全」が6割弱（問12【複数回答】）

自治会の役割認知は、「防犯活動・交通安全」が57.3%で最も高く、以下、「ゴミ置き場の管理・環境美化」が38.6%、「地域の親睦づくり」が37.1%となっている。

●街頭犯罪の不安感は、「どちらかといえば不安」が4割強（問13）

街頭犯罪の不安感は、「どちらかといえば不安」が42.8%で最も高く、次いで、「不安」が27.7%、「どちらかといえば安心」が24.1%となっている。

●街頭犯罪以外で不安に思うことは、「街灯が少なく、夜道が暗い」が5割弱（問14【複数回答】）

街頭犯罪以外で不安に思うことは、「街灯が少なく、夜道が暗い」が49.0%で最も高く、以下、「不審者が多い」が26.4%、「若者のうろつき」が25.8%となっている。

●安心感を感じることは、「街灯が多く夜道が明るい」が4割弱（問15【複数回答】）

安心感を感じることは、「街灯が多く夜道が明るい」が38.3%で最も高く、以下、「防犯カメラが設置してある」が29.9%、「警察車両のパトロールが多い」が22.8%となっている。

Ⅲ. お住まいの場所の利便性について

●施設利用の便利さ（商業施設）は、「身近に利用できる」が7割強（問16-A）

施設利用の便利さ（商業施設）は、「身近に利用できる」が73.3%で最も高く、次いで、「少し不便だ」が14.0%、「どちらともいえない」が8.4%となっている。

●施設利用の便利さ（医療施設）は、「身近に利用できる」が約6割（問16-B）

施設利用の便利さ（医療施設）は、「身近に利用できる」が60.3%で最も高く、次いで、「少し不便だ」が17.7%、「どちらともいえない」が16.2%となっている。

●施設利用の便利さ（福祉施設）は、「利用することがない」が3割半（問16-C）

施設利用の便利さ（福祉施設）は、「利用することがない」が35.2%で最も高く、次いで、「身近に利用できる」が24.0%、「どちらともいえない」が22.7%となっている。

●施設利用の便利さ（子育て施設）は、「利用することがない」が4割強（問16-D）

施設利用の便利さ（子育て施設）は、「利用することがない」が41.4%で最も高く、次いで、「身近に利用できる」「どちらともいえない」がいずれも17.7%となっている。

●あると便利な場所（商業施設）は、「住まいの近く」が8割弱（問17-A）

あると便利な場所（商業施設）は、「住まいの近く」が79.4%で最も高く、次いで、「最寄駅の近く」が12.9%となっている。

●あると便利な場所（医療施設）は、「住まいの近く」が8割弱（問17-B）

あると便利な場所（医療施設）は、「住まいの近く」が78.6%で最も高く、次いで、「最寄駅の近く」が12.0%となっている。

●あると便利な場所（福祉施設）は、「住まいの近く」が6割強（問17-C）

あると便利な場所（福祉施設）は、「住まいの近く」が63.0%で最も高く、次いで、「最寄駅の近く」が15.0%となっている。

●あると便利な場所（子育て施設）は、「住まいの近く」が5割強（問17-D）

あると便利な場所（子育て施設）は、「住まいの近く」が51.2%で最も高く、次いで、「最寄駅の近く」が12.4%、「職場や学校の近く」が9.7%となっている。

●利用する際の交通手段（商業施設）は、「自転車・バイク」が5割強（問18-A）

利用する際の交通手段（商業施設）は、「自転車・バイク」が51.8%で最も高く、次いで、「徒歩」が27.4%、「自家用車」が15.7%となっている。

●利用する際の交通手段（医療施設）は、「自転車・バイク」が5割弱（問18-B）

利用する際の交通手段（医療施設）は、「自転車・バイク」が47.9%で最も高く、次いで、「徒歩」が21.3%、「自家用車」が20.3%となっている。

●**利用する際の交通手段（福祉施設）は、「自転車・バイク」が2割半（問18-C）**

利用する際の交通手段（福祉施設）は、無回答を除くと「自転車・バイク」が25.5%で最も高く、次いで、「自家用車」が16.0%、「施設の送迎バス」が12.8%となっている。

●**利用する際の交通手段（子育て施設）は、「自転車・バイク」が3割強（問18-D）**

利用する際の交通手段（子育て施設）は、無回答を除くと「自転車・バイク」が33.8%で最も高く、次いで、「徒歩」が12.9%、「自家用車」が10.2%となっている。

●**交通機関利用の便利さは、「身近に利用できている」が6割弱（問19）**

交通機関利用の便利さは、「身近に利用できている」が56.7%で最も高く、次いで、「少し遠いが、我慢できる範囲なので、利用している」が32.3%となっている。

●**公共交通利用の理由は、「自宅から鉄道駅やバス停までのアクセスがよい」が5割半（問20【複数回答】）**

公共交通利用の理由は、「自宅から鉄道駅やバス停までのアクセスがよい」が55.6%で最も高く、以下、「時間どおりに目的地へ到着できる」が51.8%、「鉄道駅やバス停から目的地までのアクセスがよい」が38.1%となっている。

IV. 病院などの受診状況

●「かかりつけ医」の有無は、「ある」が7割弱（問21）

「かかりつけ医」の有無は、「ある」が67.2%で、「ない」が29.6%となっている。

●「かかりつけ医」の専門外の症状が出た時の行動は、「痛みや症状に関する専門医院（耳鼻咽喉科、皮膚科など）を受診する」が4割強（問22）

「かかりつけ医」の専門外の症状が出た時の行動は、「痛みや症状に関する専門医院（耳鼻咽喉科、皮膚科など）を受診する」が43.3%で最も高く、次いで「まずは、『かかりつけ医（医院・診療所など）』を受診し、相談する」が31.6%、「色々な診療科目のある大きな病院へ行く」が19.9%となっている。

●他の病院の受診が必要な場合の病院を選ぶ視点は、「医師に勧められた病院に行く」が6割半（問23【複数回答】）

他の病院の受診が必要な場合の病院を選ぶ視点は、「医師に勧められた病院に行く」が65.1%で最も高く、以下、「病院への通いやすさを優先する」が43.6%、「対象となる診療科目の評判を聞いて（調べて）決める」が37.2%、「病院の総合的な評判やイメージ」が34.8%となっている。

●市立総合病院の受診の状況は、「利用したことはない」が3割半、「かかりつけ医や近所の医院などに紹介された」が3割弱（問24【複数回答】）

市立総合病院の受診の状況は、「利用したことはない」が34.6%で最も高く、以下、「かかりつけ医や近所の医院などに紹介された」が26.7%、「紹介状はなく、自らの意思で受診した」が22.6%となっている。

●市立総合病院に期待する取組みは、「救急患者の受け入れ体制の充実」が6割強（問25【複数回答】）

市立総合病院に期待する取組みは、「救急患者受け入れ体制の充実」が63.1%で最も高く、以下、「高度な検査・診断機能の充実」が49.7%、「一般外来の充実」が39.9%となっている。

V. 市の「モノづくり」について

●「東大阪ブランド」の認知は、「知らない」が7割弱（問26）

「東大阪ブランド」の認知は、「知っている」は24.9%で、「知らない」が69.3%となっている。

●「東大阪ブランド」の認知経路は、「市政だより」が7割強（問27【複数回答】）

「東大阪ブランド」の認知経路は、「市政だより」が71.0%で最も高く、以下、「東大阪市役所内展示ブース」が32.3%、「ケーブルテレビ」が11.5%となっている。

●「地域内工業製品展示場」の認知は、「知らない」が6割強（問28）

「地域内工業製品展示場」の認知は、「知らない」が61.5%で最も高く、次いで、「見たことがある」が17.8%、「知っているが、見たことはない」が14.1%となっている。

●「地域内工業製品展示場」を見た場所は、「布施駅前リージョンセンター『夢広場』」が4割弱（問29【複数回答】）

「地域内工業製品展示場」を見た場所は、「布施駅前リージョンセンター『夢広場』」が36.7%で最も高く、以下、「四条リージョンセンター『やまなみプラザ』」が19.2%、「若江岩田駅前リージョンセンター『くすのきプラザ』」が14.9%となっている。

●「地域内工業製品展示場」の訪問意欲は、「どちらともいえない」が5割強、「行ってみたいと思う」が2割半（問30）

「地域内工業製品展示場」の訪問意欲は、「どちらともいえない」が54.4%で最も高く、次いで、「行ってみたいと思う」が24.7%、「行ってみたいと思わない」が13.9%となっている。

VI. 食育について

●「食育」への関心は、「どちらかといえば関心がある」が4割弱（問31）

「食育」への関心は、「関心がある」は32.0%、「どちらかといえば関心がある」が36.2%で、“関心がある計”は68.2%となっている。

●食品選びの知識の有無は、「ある程度あると思う」が5割弱（問32）

食品選びの知識の有無は、「かなりあると思う」が10.4%、「ある程度あると思う」が46.2%で、“あると思う計”は56.6%となっている。

●自分で調理し食事をつくる頻度は、「毎日」が4割強（問33-1）

自分で調理し食事をつくる頻度は、「毎日」が42.5%で最も高く、次いで、「ほとんどない」が26.4%、「週に5～6日」が8.9%、「週に1～2日」が8.4%となっている。

●自分で食品や弁当などを購入する頻度は、「週に1～2日」が2割強（問33-2）

自分で食品や弁当などを購入する頻度は、「週に1～2日」が24.3%で最も高く、次いで、「週に3～4日」が17.7%、「ほとんどない」が16.7%、「毎日」が16.5%となっている。

●外食をする頻度は、「月に1～2日」が4割強（問33-3）

外食をする頻度は、「月に1～2日」が42.5%で最も高く、次いで、「ほとんどない」が24.9%、「週に1～2日」が21.4%となっている。

●よくかんで味わって食べているかは、「よくかんで味わって食べている」が5割弱（問34）

よくかんで味わって食べているかは、「よくかんで味わって食べている」が49.7%、「そうとはいえない」が49.2%と、ほぼ同等となっている。

●食物の栽培体験の有無は、「ある」が5割強（問35-1）

食物の栽培体験の有無は、「ある」が52.2%と過半数を占め、「ない」が47.3%となっている。

●栽培体験への参加意欲は、「内容によっては参加したいと思う」が5割弱（問35-2）

栽培体験への参加意欲は、「内容によっては参加したいと思う」が49.2%で最も高く、次いで、「参加したいと思わない」が40.1%となっている。「ぜひ参加したいと思う」は9.4%で、“参加したいと思う計”は58.6%となっている。