

令和7年度 市政アンケート調査 第3回結果報告(概要版)

1. 市政アンケート調査の概要

- | | |
|-----------|--|
| (1) 目的 | ①本市の施策や事業に関するアンケートを実施し、施策推進のための参考とする。
②アンケート調査を通じ、市民の市政への関心や理解を深める。 |
| (2) 調査対象者 | 福岡市内に居住する満18歳以上の市民636人(就任時)
①選考方法: 住民基本台帳から無作為に抽出した市民の中から承諾を得て依頼
②任期 : 令和7年4月4日から令和8年3月31日まで |
| (3) 調査方法 | 【案内: 郵送・メール、回答: 郵送・インターネット】 |
| (4) 調査主体 | 福岡市 市長室 広聴課 |

2. 第3回調査の概要

- | | |
|------------|---|
| (1) 調査時期 | 令和7年7月25日から8月8日まで |
| (2) 調査対象者数 | 631人 |
| (3) 回答者数 | 521人 |
| (4) 有効回答率 | 82. 6% |
| (5) 調査テーマ | ①「情報通信の利用状況」について
②「地域の福祉活動」について
③「消費生活」について
④「博多湾の海底ごみ」について
⑤「文化芸術」について |

3. 注意点

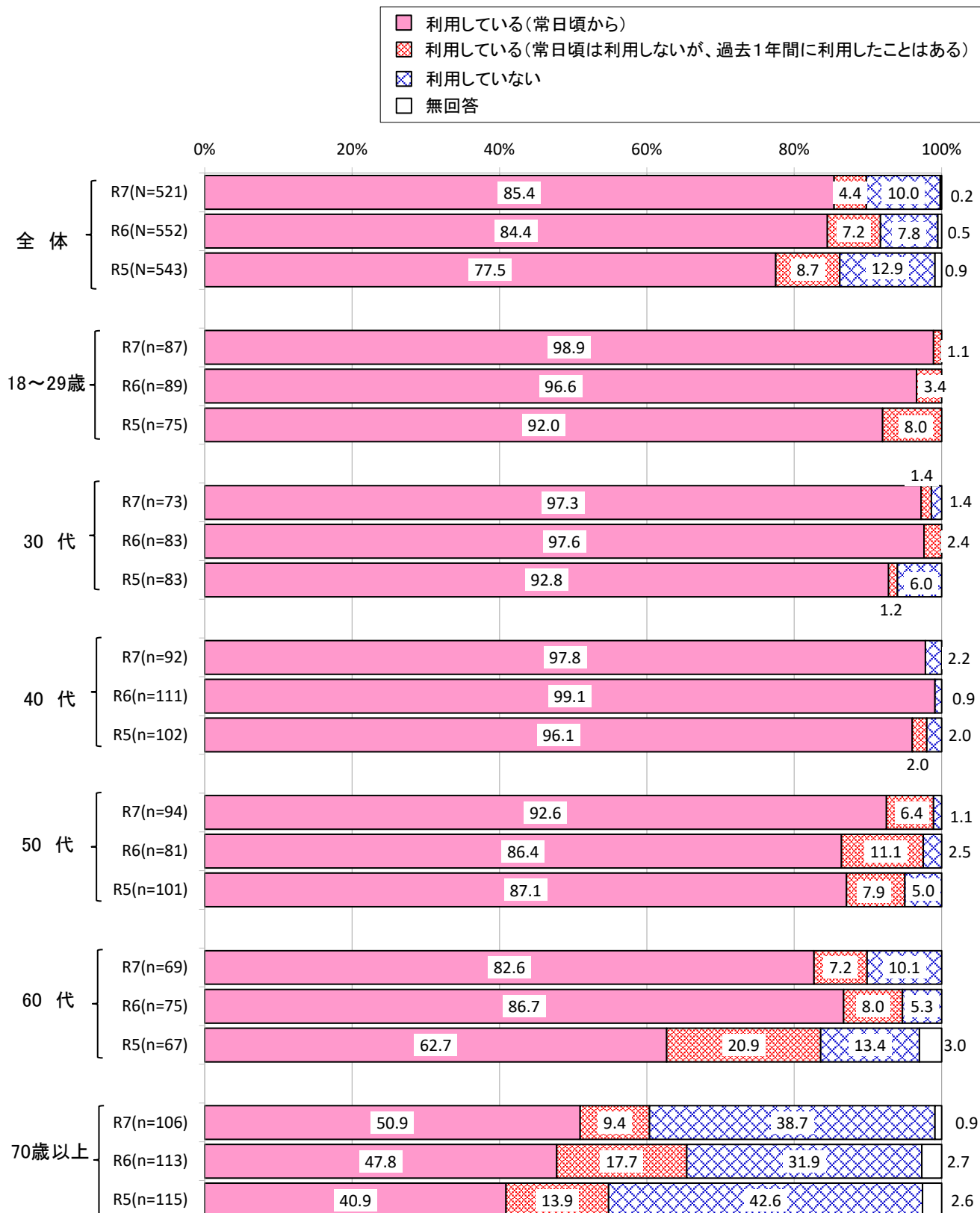
- (1) 各設問の母数(調査の元になる数)は、(N=)または(n=)で表記しています。ただし、グラフ中に特に表記がないものについての母数は、各テーマ横にある(N=)の数字となります。
- (2) 小数点第2位を四捨五入しているため、百分率の合計が100%にならない場合があります。
- (3) 複数回答ができる設問では、回答率の合計が100%を超えることがあります。
- (4) 今回の調査結果の詳細についてのお問い合わせは、各事業の所管課にお願いします。

①「情報通信の利用状況」について(N=521)

※『 』は2つ以上の選択肢を合計して表したものと

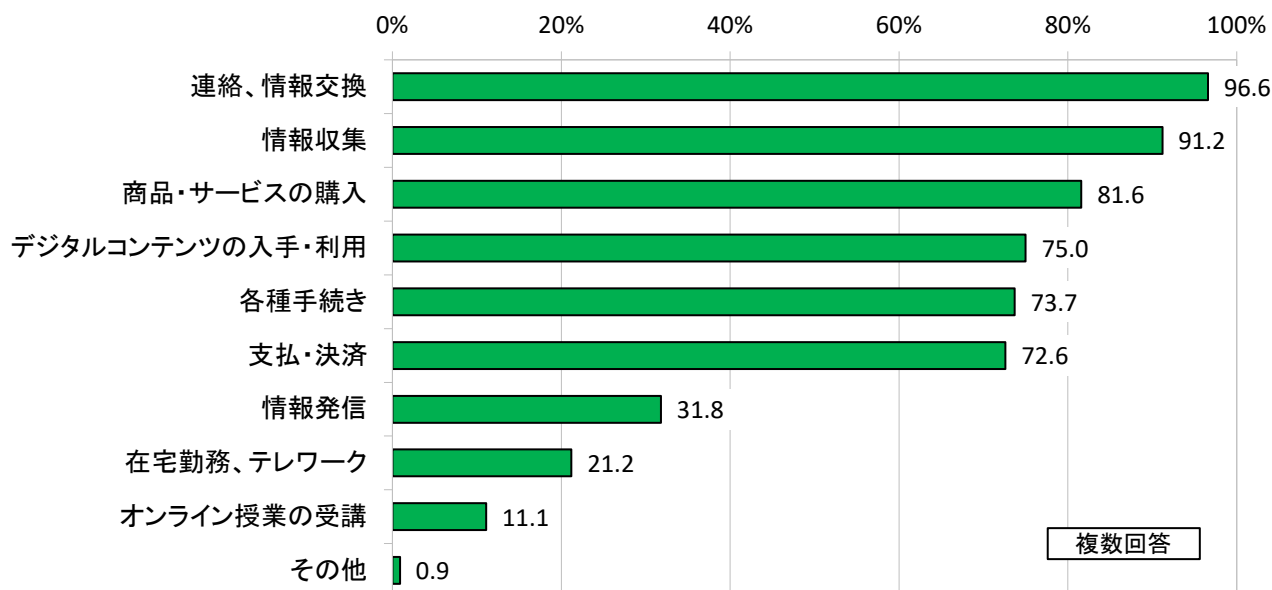
例:『優先したい』=「優先したい」+「どちらかといえば優先したい」

《インターネットの利用状況》年代別(過去3年間の調査と比較)



令和7年度の調査では、全体の89.8%がインターネットを『利用している』と回答しました。

《インターネットの利用目的》 ※『利用している』方が回答(n=468)

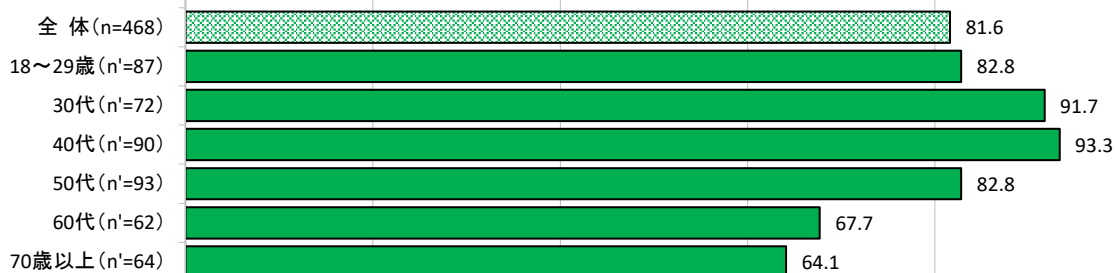


◆年代別(一部抜粋)

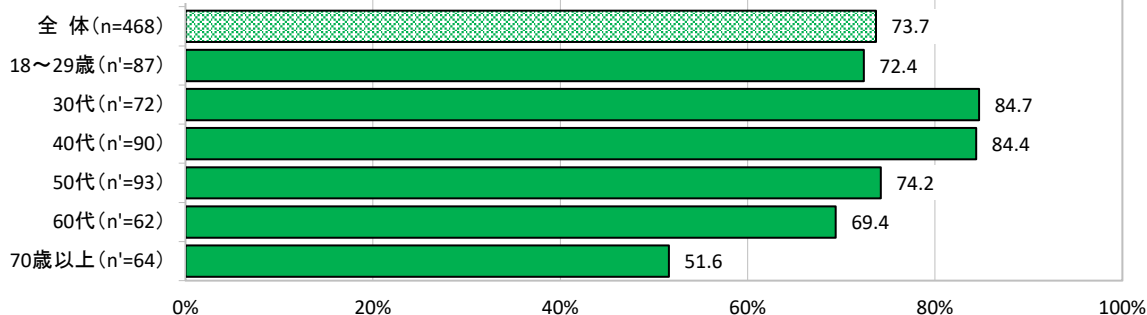
■情報収集



■商品・サービスの購入

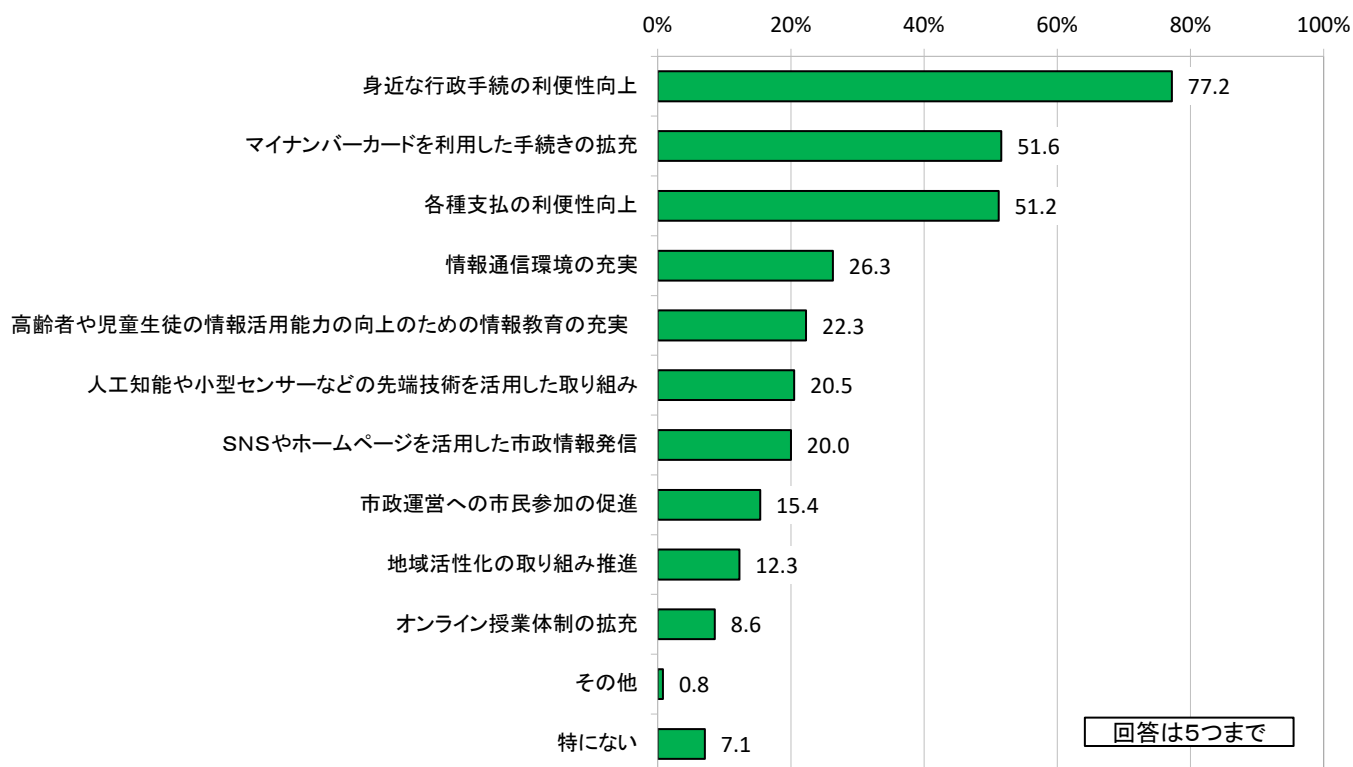


■各種手続き



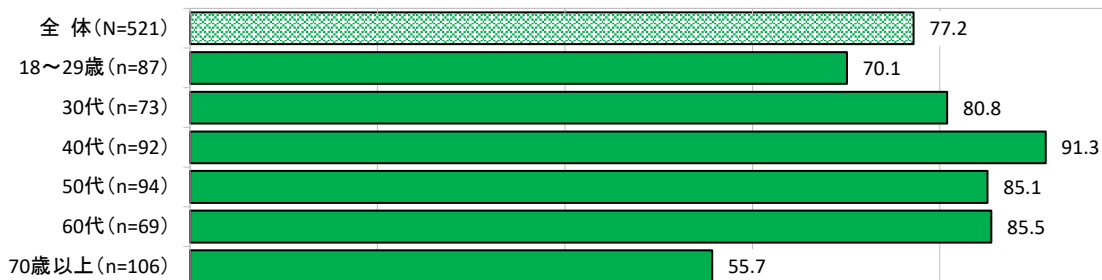
年代別にみると、「情報収集」はいずれの年代においても8割を超える結果となりました。「商品・サービスの購入」では40代が93.3%、「各種手続き」では30代が84.7%と最も高い割合となりました。

《今後期待する福岡市のインターネットを利用した情報化の取り組み》

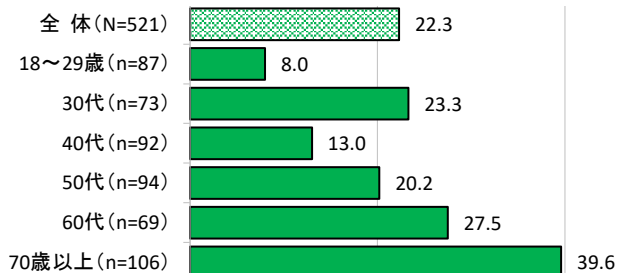


◆年代別（一部抜粋）

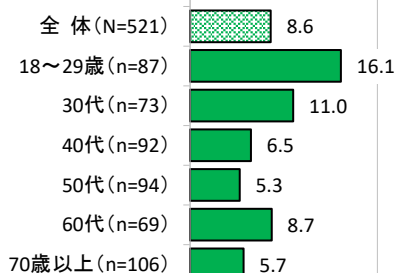
■身近な行政手続の利便性向上



■高齢者や児童生徒の情報活用能力の向上のための情報教育の充実



■オンライン授業体制の拡充

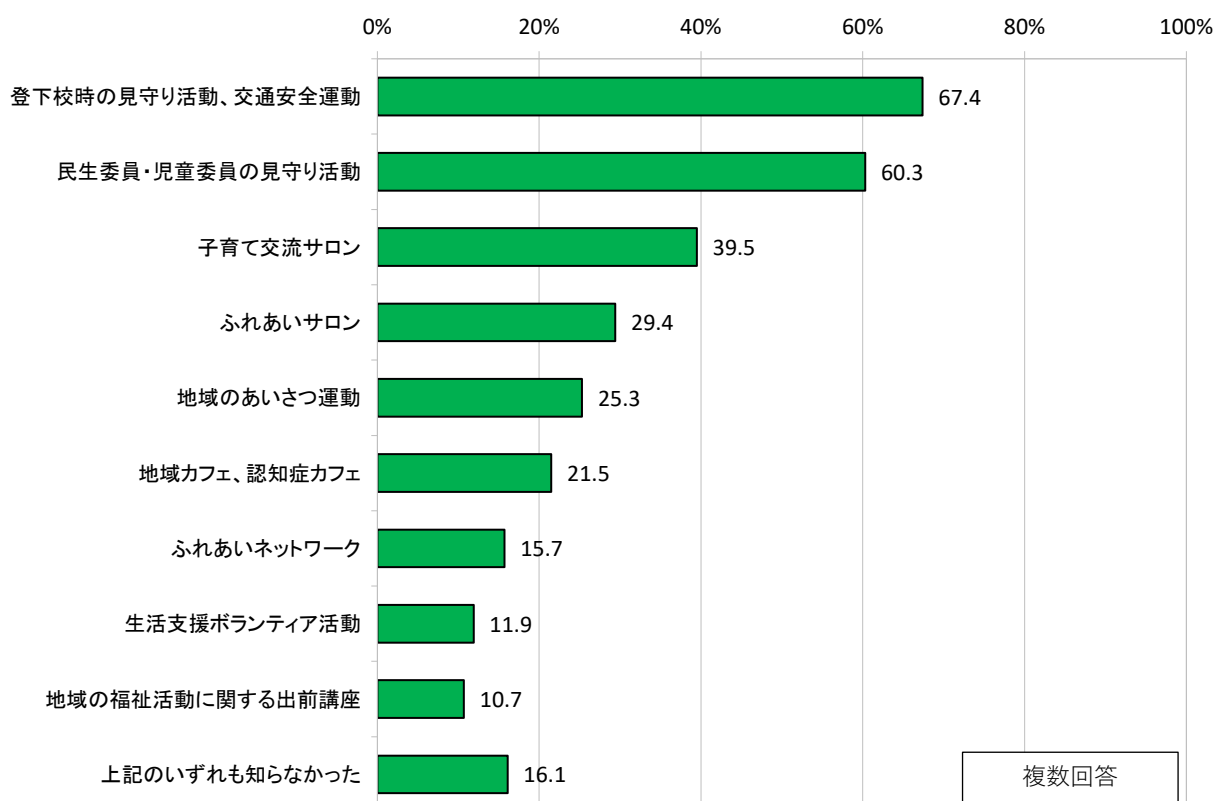


年代別にみると、「身近な行政手続の利便性向上」は、いずれの年代においても5割を超える結果となりました。
 「高齢者や児童生徒の情報活用能力の向上のための情報教育の充実」は、70歳以上の割合が39.6%と最も高くなっています。
 「オンライン授業体制の拡充」は、18～29歳の割合が16.1%と最も高くなっています。

0% 20% 40% 60% 80% 100%

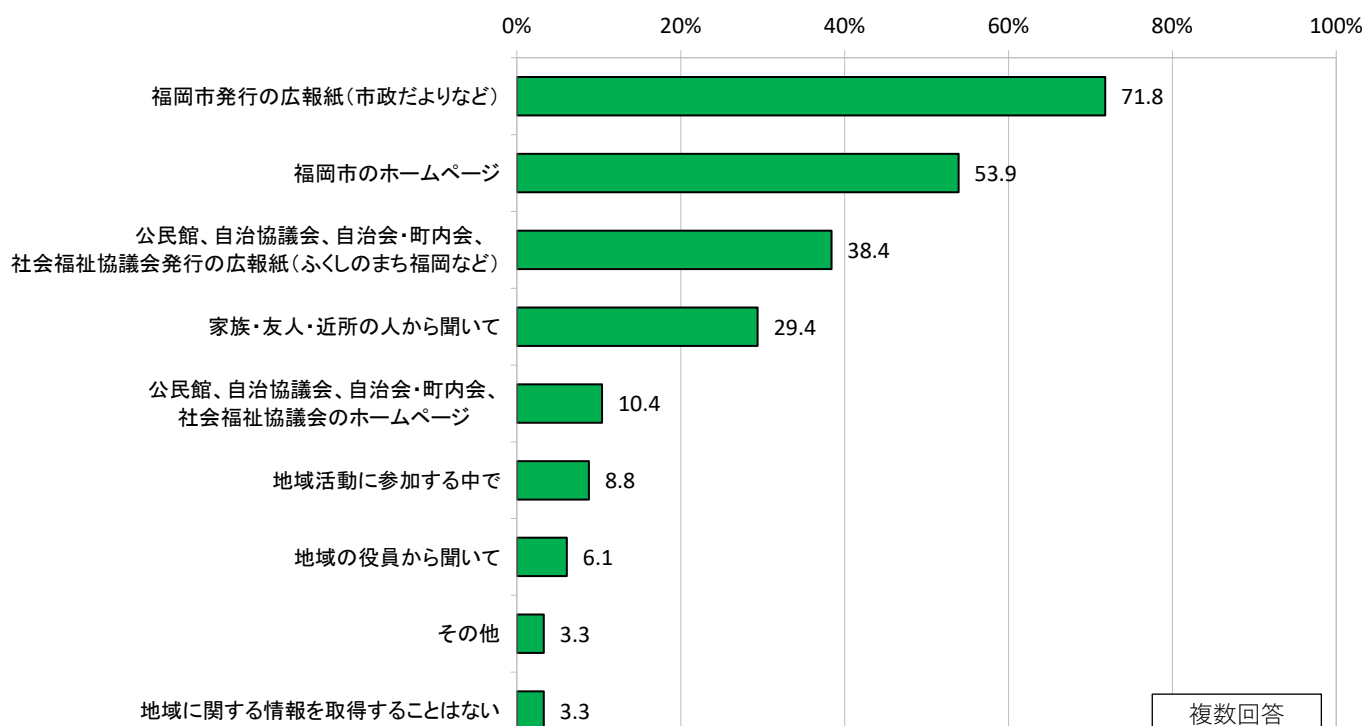
②「地域の福祉活動」について(N=521)

《地域の福祉活動のうち知っているもの》



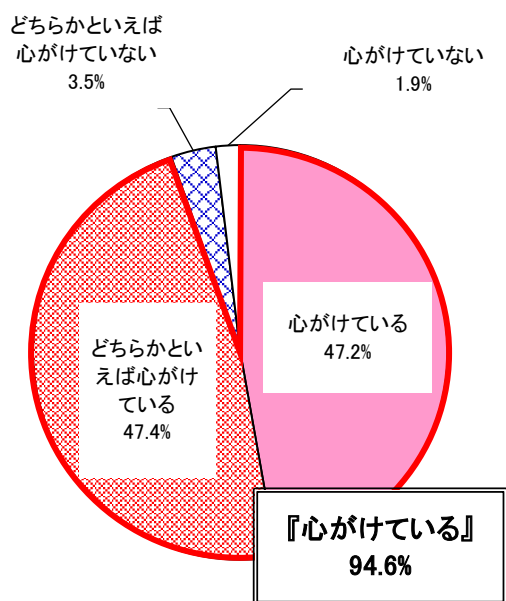
「登下校時の見守り活動、交通安全運動」と回答した方が67.4%と最も多く、次いで「民生委員・児童委員の見守り活動」と回答した方が60.3%となりました。

《地域に関する情報をどのような方法で取得するか》

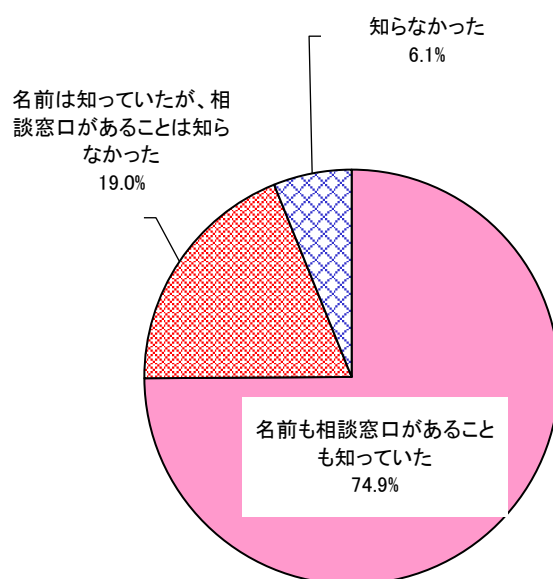


③「消費生活」について(N=521)

《トラブル回避を心がけている割合》

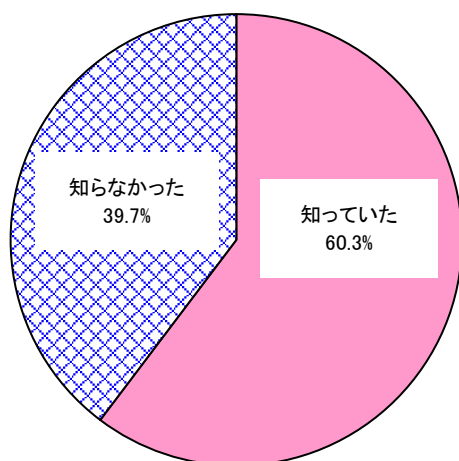


《消費生活センターの認知度》



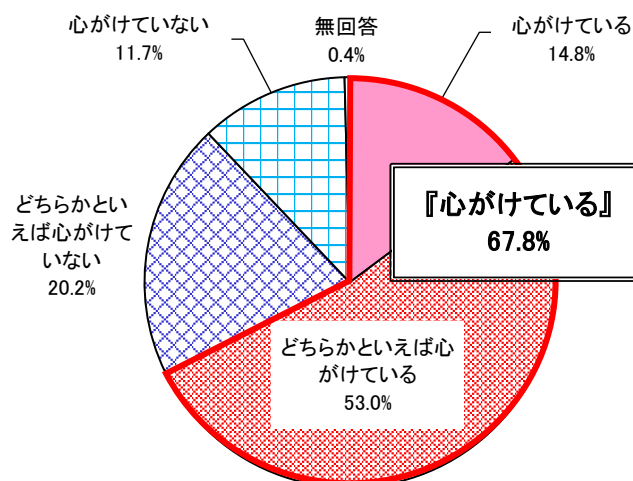
消費生活のトラブル回避を『心がけている』と回答した方は94.6%でした。
また、消費生活センターの「名前も相談窓口があることも知っていた」と回答した方は74.9%でした。

《クーリング・オフができる条件※の認知度》



※ クーリング・オフは一定期間であれば、消費者が一方的に無条件で契約を解除できる制度ですが、利用できる取引は法律で定められています。店舗や通信販売で購入・利用契約をした場合は、クーリング・オフができません。

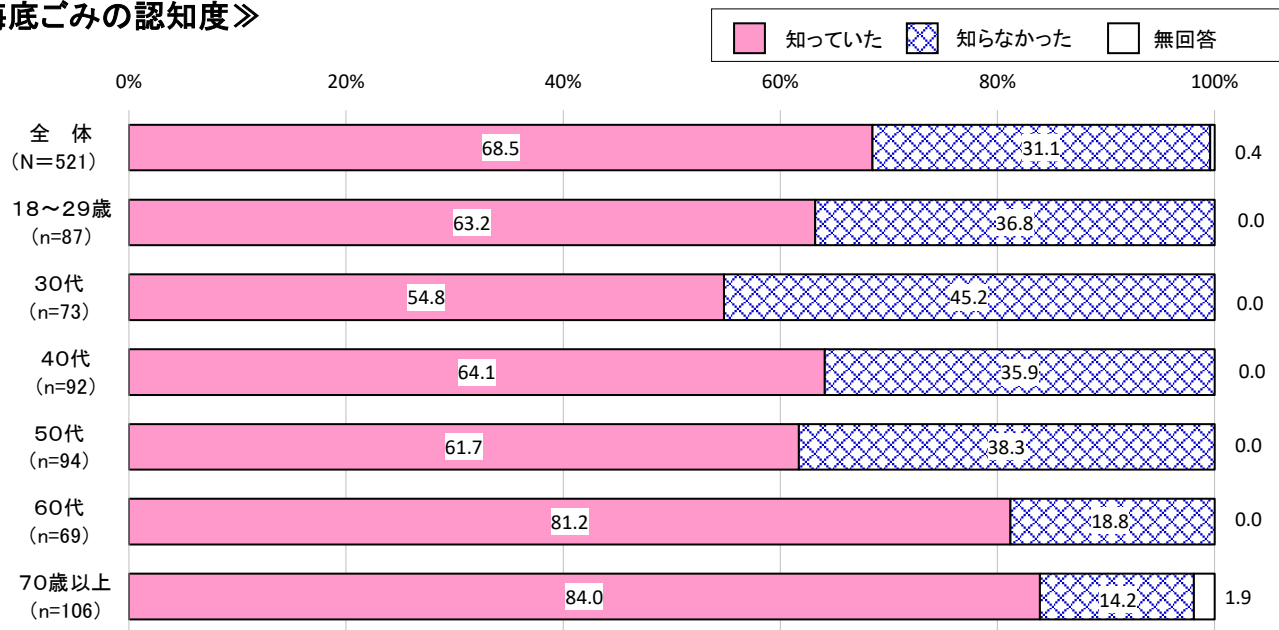
《エシカル消費※を心がけている割合》



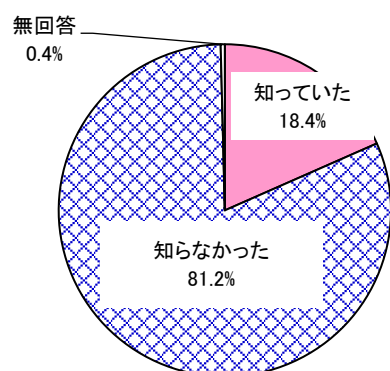
※ 地産地消、食品ロスの削減、被災地の復興支援の商品、フェアトレード商品の購入など、人や社会、環境に配慮した消費行動を「エシカル消費」と言います。

④「博多湾の海底ごみ」について(N=521)

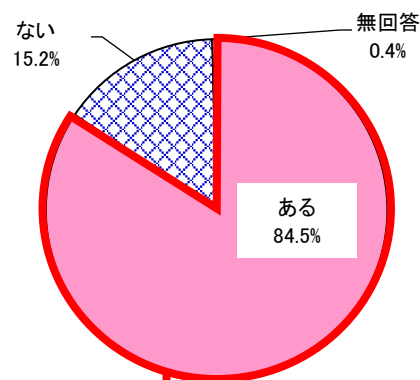
《海底ごみの認知度》



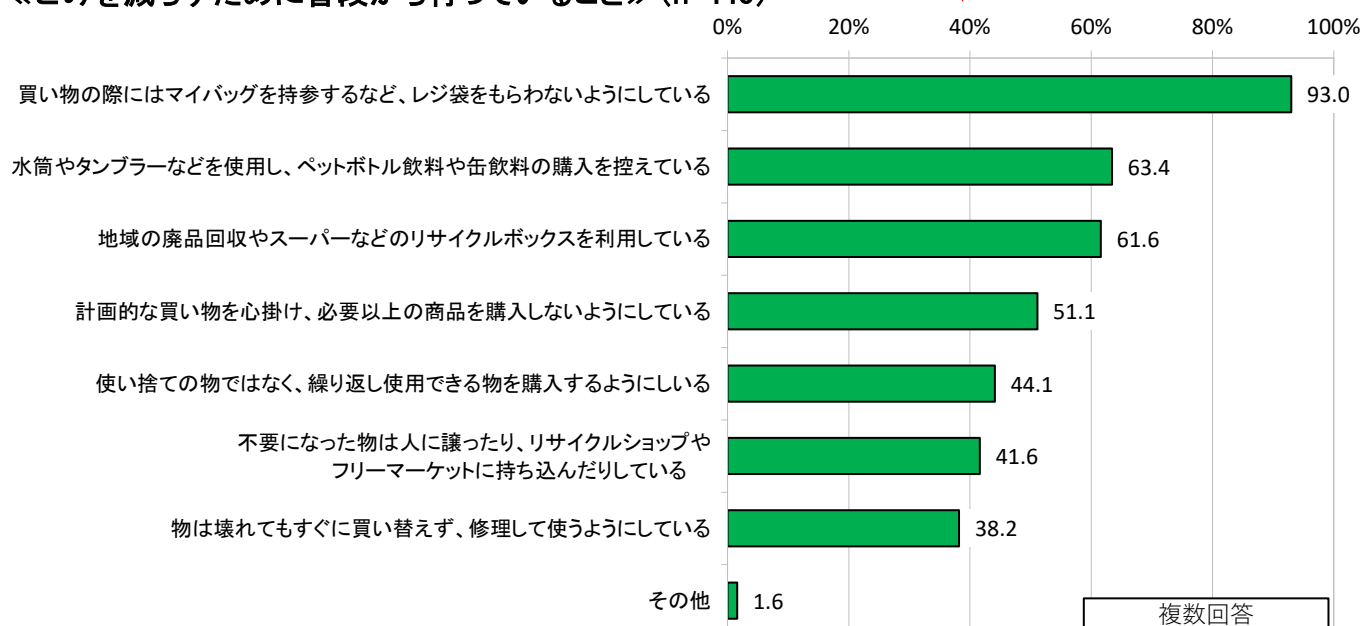
《漁業者による海底ごみ回収の認知度》



《ごみを減らす行動の有無》

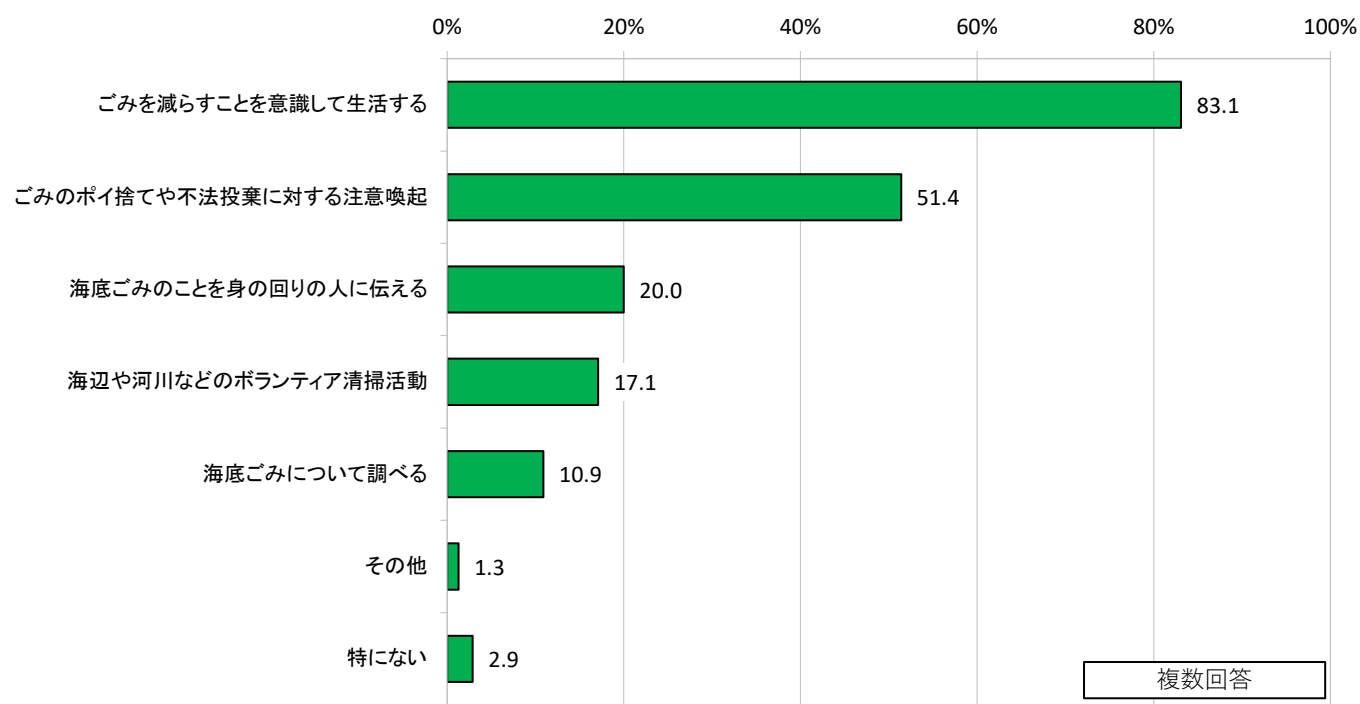


《ごみを減らすために普段から行っていること》(n=440)



「買い物の際にはマイバッグを持参するなど、レジ袋をもらわないようにしている」と回答した方が93.0%と最も多く、次いで「水筒やタンブラーなどを使用し、ペットボトル飲料や缶飲料の購入を控えている」と回答した方が63.4%となりました。

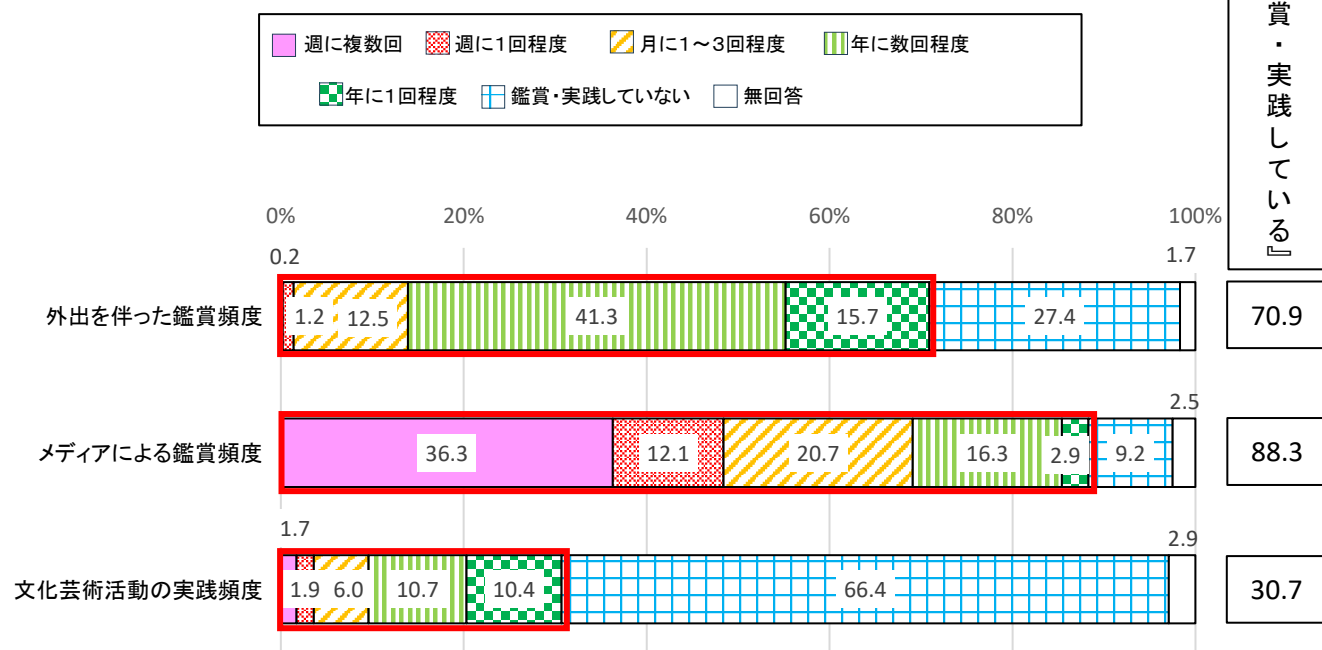
《海底ごみを減らすために取り組みたいこと》



「ごみを減らすことを意識して生活する」と回答した方が83.1%と最も多く、次いで「ごみのポイ捨てや不法投棄に対する注意喚起」と回答した方が51.4%となりました。

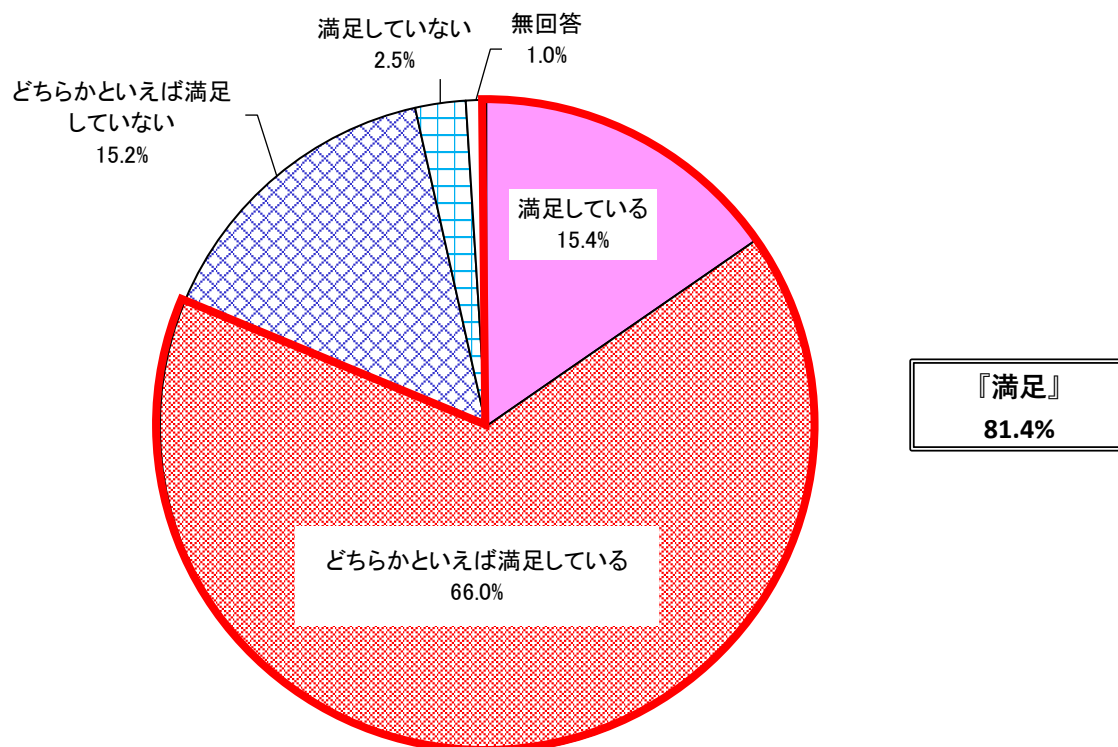
⑤「文化芸術」について(N=521)

《文化芸術の鑑賞・実践頻度》



外出を伴った文化芸術を『鑑賞している』と回答した方は70.9%でした。
 また、メディア(書籍、テレビ、ラジオ、CD・DVD、インターネット配信等)により文化芸術を『鑑賞している』と回答した方は88.3%でした。

《福岡市の文化的な環境に対する満足度》



福岡市の文化芸術に関する環境への満足度について、『満足』と回答した方は81.4%となりました。