

# 「阪神市民文化社会ビジョン」阪神北地域フォローアップ指標(令和3年調査分)

## 目的

- ①「阪神市民文化社会ビジョン」(以下「地域ビジョン」という。)の実現度合いを測る「ものさし」として活用
- ②阪神北地域に住む県民の意識やその変化を把握する資料として活用
- ③阪神北地域の良さ(強み)や課題を知る資料として活用

## 指標の設定方法

○地域での生活に対する総合的満足度を測る3項目と地域ビジョンの4つの行動目標別に分けた83項目の計86項目を設定

- 「県民意識調査」の項目から地域ビジョンと関係のある56項目を設定
- 統計データ等各種調査から地域ビジョンと関連のある30項目を選定

## 阪神北地域の特徴

- ①総合的項目では、「これからも住み続けたい」「今の生活に満足している」と思う人の割合は昨年度を下回ったものの75%以上を維持している。
- ②「住んでいる地域のことに関心がある」人の割合は全県の中でも順位が高いが、「住んでいる地域をよりよくしたり、盛り上げたりする活動に参加している、又はしたい」と思う人の割合は低くなっている。
- ③「子育てがしやすい」と感じる人の割合は60.9%で全県の中で順位が高い。
- ④「自然環境は守られている」と思う人の割合は全県の中で順位が最も高い。
- ⑤「登録市民農園」数は全県で最も多い。「地元や県内でとれた農林水産物を買っている」人の割合は全県の中で順位が低い。

## 主な指標の動向

総合的項目	指標項目	R3調査値	R2との比較		全県値(R3)との比較		全県順位	昨年度全県順位	昨年順位との比較
			R2調査値	増減	全県値	比較			
総合的項目	・住んでいる地域に誇りや愛着を感じる	67.4%	72.1%	▼	66.8%	—	4位	1位	▼
	・住んでいる地域にこれからも住み続けたい	76.5%	81.2%	▼	75.9%	—	4位	1位	▼
	・全体として、今の生活に満足している	76.9%	84.7%	▼	77.0%	—	5位	1位	▼
多様で個性的なライフスタイルを はぐくむことができる社会をつくる	・住んでいる市町では、芸術文化に接する機会がある	40.3%	48.5%	▼	37.1%	△	2位	1位	▼
	・週1回以上のスポーツ実施率	64.9%	68.5%	▼	61.1%	△	3位	2位	▼
	・住んでいる地域の子どもは伸び伸びと育てている	65.9%	75.1%	▼	64.3%	△	5位	1位	▼
	・若者が希望を持てる社会だ	12.8%	14.0%	▼	11.5%	△	4位	3位	▼
	・ボランティアなどで社会のために活動している、又はしてみたい	32.4%	33.2%	—	32.6%	—	6位	7位	△
	・住んでいる地域をよりよくしたり、盛り上げたりする活動に参加している、又はしたい	32.1%	37.7%	▼	32.9%	—	9位	5位	▼
自律と協働による 温かいコミュニティをつくる	・住んでいる地域のことに関心がある	73.8%	72.9%	—	71.2%	△	2位	2位	—
	・住んでいる地域では、子育てがしやすい	60.9%	68.0%	▼	55.8%	△	2位	1位	▼
	・頼りになる知り合いが近所にいる	62.2%	66.2%	▼	62.4%	—	8位	5位	▼
	・住んでいる地域は、障害のある人にも暮らしやすい	33.0%	35.5%	▼	32.0%	—	4位	1位	▼
	・住んでいる地域は、高齢者にも暮らしやすい	53.8%	58.1%	▼	54.2%	—	4位	1位	▼
	・年齢や性別を問わず、働きやすい環境が整っている	9.5%	14.2%	▼	12.5%	▼	7位	1位	▼
	・心身とも健康であると感じる	64.1%	72.7%	▼	67.1%	▼	7位	2位	▼
	・家庭で災害に対する自主的な備えをしている	49.3%	50.6%	▼	43.3%	△	2位	1位	▼
自然と豊かに調和した安全・快適な都市環境を創造する	・住んでいる地域で災害に備えた話し合いや訓練に参加している	19.4%	20.8%	▼	21.5%	▼	7位	8位	△
	・山林や川、海などの自然環境を守るための取り組みに参加している、又はしたい	29.5%	28.8%	—	32.2%	▼	8位	7位	▼
	・住んでいる市町の自然環境は守られている	57.9%	64.6%	▼	47.5%	△	1位	1位	—
	・ごみの分別やリサイクルに取り組んでいる	90.5%	92.6%	▼	91.7%	▼	6位	4位	▼
	・住んでいる地域のまち並みはきれい	70.1%	78.8%	▼	66.0%	△	2位	1位	▼
	・住んでいる地域は買い物や通院に便利だ	63.2%	61.1%	△	63.7%	—	4位	5位	△
豊かさにとぎわいを創出する新たな阪神経済を展開する	・住んでいる地域は、治安が良く、安心して暮らせる	86.4%	90.4%	▼	79.6%	△	2位	1位	▼
	・住んでいる市町の企業に活気が感じられる	19.5%	26.2%	▼	22.6%	▼	8位	5位	▼
	・住んでいる市町の商店街や駅前に活気が感じられる	13.6%	23.0%	▼	21.1%	▼	5位	4位	▼
	・地元や県内の農林水産業に活気が感じられる	18.6%	21.0%	▼	22.5%	▼	8位	5位	▼
	・地元や県内でとれた農林水産物を買っている	62.6%	64.1%	▼	66.3%	▼	8位	9位	△
	・登録市民農園数	(R2) 87箇所	(R1) 85箇所	△	399箇所	—	1位	1位	—
	・住んでいる市町では、自慢したい地域の「宝」(風景や産物、文化など)がある	49.8%	54.6%	▼	54.3%	▼	7位	5位	▼
	・観光入込客数	(R1) 18,935千人	(H3) 19,944千人	▼	136,508千人	—	2位	2位	—
・商売、事業を新たに始めやすい環境になっている	10.9%	13.3%	▼	10.4%	—	4位	1位	▼	

・数値が上昇(増加)したものは「△」、低下(減少)したものは「▼」、差異が1ポイント未満のものは「—」で表示  
 ・全県順位は、県下10県民局・県民センター内の順位