

池田市シティプロモーション方針策定に関する
職員アンケート
結果報告書

令和3年12月

池 田 市

目次

1. 調査概要.....	2
1.1 調査目的.....	2
1.2 調査設計.....	2
1.3 回答状況.....	2
1.4 調査結果の表示方法.....	2
2. 回答結果.....	3
問1 性別.....	3
問2 年代.....	3
問3 現住所.....	4
問4 在住年数.....	4
問5 家族構成.....	5
問6-1 池田市の強みは何だと思えますか。(3つまで).....	6
問6-2 池田市の弱みは何だと思えますか。(3つまで).....	7
問7 池田の良い・魅力があると感じる度合いを10段階評価でお答えください。.....	8
問8 他市町村の方にお勧めしたい点は何ですか。(複数選択可).....	9
問9 他自治体に誇れる、または、知人にお勧めしたい地域資源は。(5つまで).....	10
問10 問9で選んだ中で、最もおすすめしたいものはどれですか。.....	11
問11 シティプロモーションはどの層をターゲットにすべきですか。(複数選択可).....	11
問11-1 市内・市外など.....	11
問11-2 世帯.....	12
問11-3 年代.....	12
問11-4 問11-1～3で回答した理由.....	13
問12 池田市の魅力を市内外にPRするためのアイデアをお聞かせください。.....	14

1. 調査概要

1.1 調査目的

日々、生活や仕事の場として過ごしている職員が考える「池田市の強み、魅力」についてどのような印象や意見、考えを持っているのかを知り、今後のシティプロモーションに反映するためにアンケートを実施したものです。

1.2 調査設計

対象者：市職員

方法：市ホームページ内のアンケートフォームにて実施

期間：令和3年3月24日～5月28日

1.3 回答状況

回答数：192件

1.4 調査結果の表示方法

(1)質問ごとの集計の母数(N)は、グラフ右下に「N=192」のように表示しています。

(2)本報告書中の質問本文や項目は、その趣旨を変えない程度で、表現の省略等をして掲載している場合があります。

(3)集計結果の百分率(%)は、小数点第2位を四捨五入しているため、数字の合計が100%にならない場合があります。

(4)複数回答の場合、その回答の比率の合計は100%を超える場合があります。

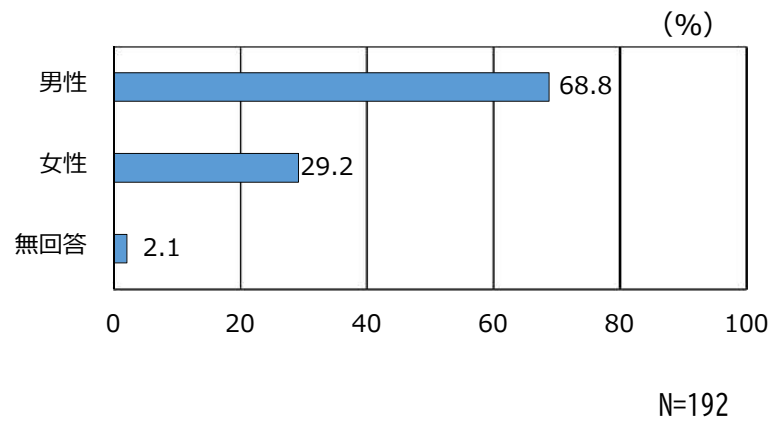
※(令和3年12月28日修正)

令和3年12月16日に市ホームページで公開した際には、複数回答の設問に関して、回答総数を母体とした割合を表記していましたが、どれだけの人々に支持されているかを表すため、回答者数を母体とする割合に修正しました。なお、順位に変動はありません。(対象：問6-1、問6-2、問8、問9、問11-1、問11-2、問11-3、問11-4)

2. 回答結果

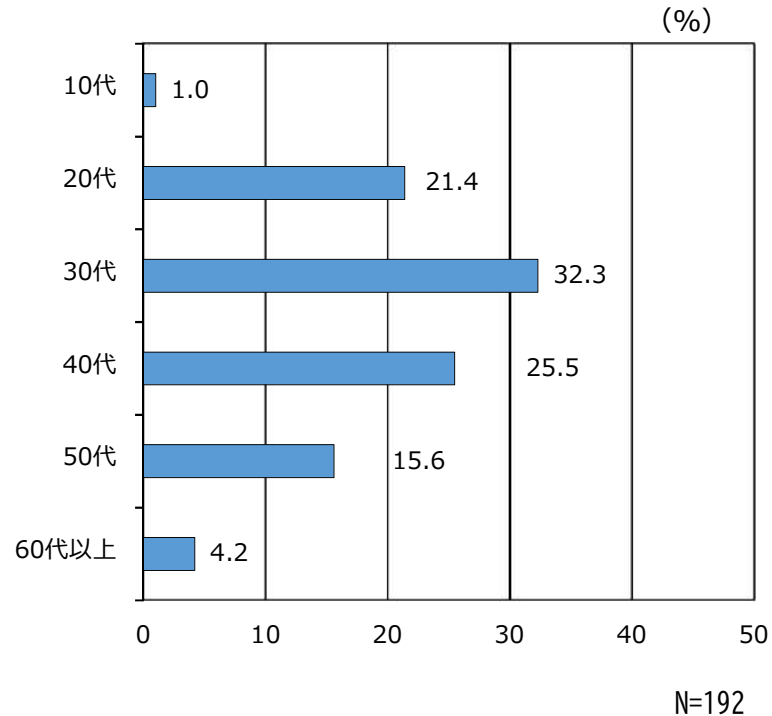
問1 性別

・回答者の性別は、「男性」が68.8%、「女性」が29.2%となっています。



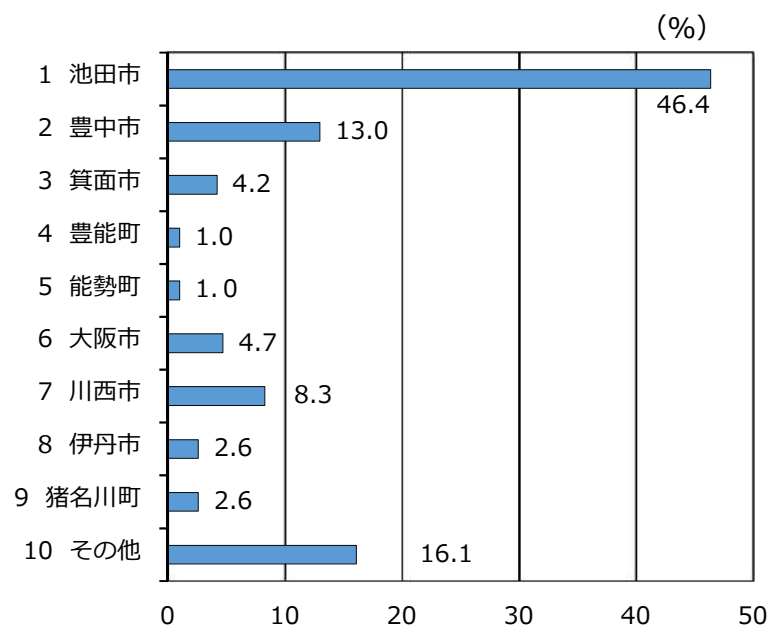
問2 年代

・回答者の年代は、「30代」が32.3%と最も多く、次いで「40代」が25.5%、「20 歳代」が21.4%などとなっています。



問3 現住所

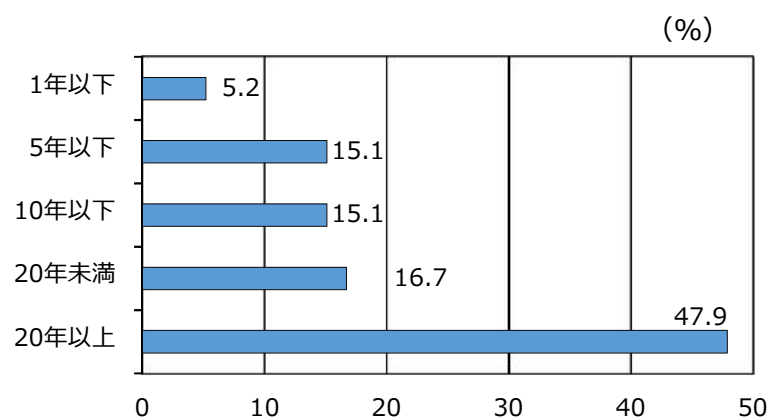
・回答者は市内の方が約半数となっており、次いで豊中市となっています。



N=192

問4 在住年数

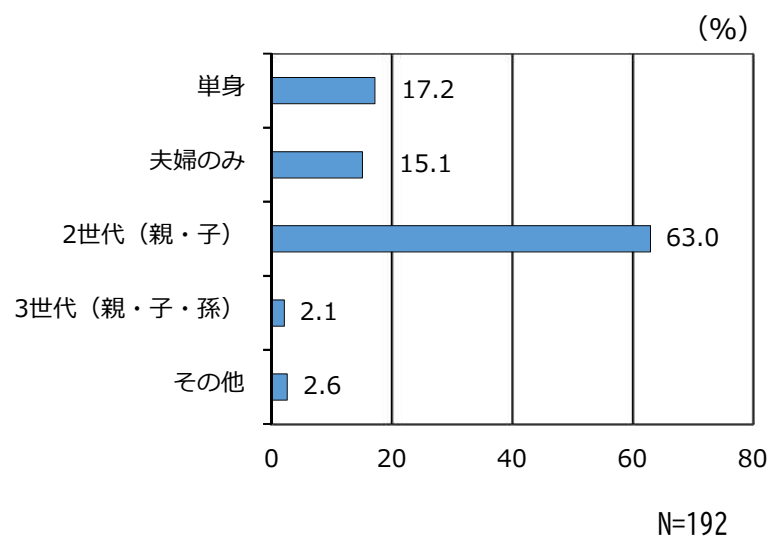
・20年以上お住まいの方が47.9%で半数を占めています。一方で1～10年以下の比較的短い在住年数の方が合計で35.4%となっています。



N=192

問5 家族構成

・2世代が63.0%、単身が17.2%、夫婦のみが15.1%となっています。



問 6-1 池田市の強みは何だと思いますか。(3つまで)

・強みと思う回答は、「自然環境(緑、水辺、公園など)」が68.8%と最も多く、次いで「電車や道路などの交通の利便性」が66.1%、「治安の良さ」が56.8%となっています。

順位	項目	割合 (%)
1	4 自然環境 (緑、水辺、公園など)	68.8
2	1 電車や道路などの交通の利便性	66.1
3	3 治安の良さ	56.8
4	2 住宅の条件 (価格、住環境など)	21.4
5	7 観光施設	13.5
5	9 学校の教育環境・施策	13.5
7	5 買い物など日常生活の利便性	13.0
8	6 歴史・文化施設	12.5
9	10 子育て支援策	8.3
10	8 地域のつながりなどの関係性	3.6
11	11 高齢者・障がい者等の福祉施策	2.6
12	12 医療施策・医療施設	2.1
12	15 その他	2.1
14	14 分からない	1.6
15	13 スポーツ施設	0.5

N=192

○その他の回答

- ・市役所・法務局・税務署が駅徒歩圏内
- ・大阪教育大附属小中学校・高校があること

問 6-2 池田市の弱みは何だと思えますか。(3つまで)

・弱みと思う回答は、「買い物などの日常生活の利便性」が39.1%と最も多く、次いで「観光施設」が28.6%、「住宅の条件(価格、住環境など)」が24.5%となっています。

順位	項目	割合 (%)
1	5 買い物など日常生活の利便性	39.1
2	7 観光施設	28.6
3	2 住宅の条件(価格、住環境など)	24.5
4	13 スポーツ施設	17.2
5	8 地域のつながりなどの関係性	13.5
5	12 医療施策・医療施設	13.5
7	10 子育て支援策	12.0
7	15 その他	12.0
9	1 電車や道路などの交通の利便性	11.5
10	11 高齢者・障がい者等の福祉施策	9.9
11	9 学校の教育環境・施策	8.3
12	14 分からない	6.8
13	6 歴史・文化施設	3.6
14	3 治安の良さ	1.6
15	4 自然環境(緑、水辺、公園など)	1.0

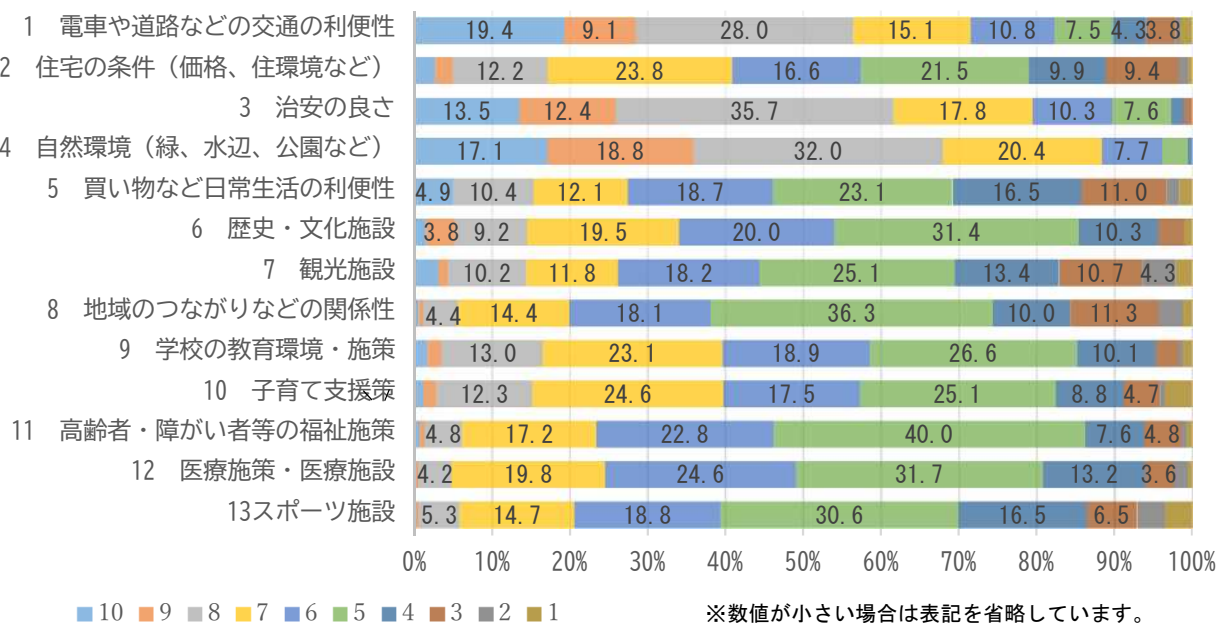
N=192

○その他の回答

- ・活気がない
- ・突出した強みがない、特にマイナスもないが秀でるものもない
- ・大型商業施設がない
- ・道路状況が悪い

問7 池田の良い・魅力があると感じる度合いを10段階評価でお答えください。

・7点以上のものが多かったものから順に、「4自然環境」が88.3%でトップ。次に「3治安の良さ」が79.4%、その後、「1電車や道路などの交通の利便性」が71.6%であり、この上位3項目が飛びぬけています。



※数値が小さい場合は表記を省略しています。下の「グラフの数値一覧表」でご確認ください。

N=192

グラフの数値一覧表 (%)

	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
1	19.4	9.1	28.0	15.1	10.8	7.5	4.3	3.8	0.5	1.6
2	2.8	2.2	12.2	23.8	16.6	21.5	9.9	9.4	1.1	0.6
3	13.5	12.4	35.7	17.8	10.3	7.6	1.6	1.1	0.0	0.0
4	17.1	18.8	32.0	20.4	7.7	3.3	0.6	0.0	0.0	0.0
5	4.9	0.0	10.4	12.1	18.7	23.1	16.5	11.0	1.6	1.6
6	1.6	3.8	9.2	19.5	20.0	31.4	10.3	3.2	0.0	1.1
7	3.2	1.1	10.2	11.8	18.2	25.1	13.4	10.7	4.3	2.1
8	0.6	0.6	4.4	14.4	18.1	36.3	10.0	11.3	3.1	1.3
9	1.8	1.8	13.0	23.1	18.9	26.6	10.1	3.0	0.6	1.2
10	1.2	1.8	12.3	24.6	17.5	25.1	8.8	4.7	0.6	3.5
11	0.7	0.7	4.8	17.2	22.8	40.0	7.6	4.8	0.7	0.7
12	0.0	0.6	4.2	19.8	24.6	31.7	13.2	3.6	1.8	0.6
13	0.0	0.6	5.3	14.7	18.8	30.6	16.5	6.5	3.5	3.5

問8 他市町村の方にお勧めしたい点は何ですか。(複数選択可)

・お勧めしたいと思う回答は、「自然環境(緑、水辺、公園など)」が58.3%と最も多く、次いで「電車や道路などの交通の利便性」が52.1%、「治安の良さ」が45.3%となっています。

順位	項目	割合 (%)
1	4 自然環境(緑、水辺、公園など)	58.3
2	1 電車や道路などの交通の利便性	52.1
3	3 治安の良さ	45.3
4	2 住宅の条件(価格、住環境など)	18.8
5	7 観光施設	11.5
6	5 買い物など日常生活の利便性	10.9
6	6 歴史・文化施設	10.9
8	9 学校の教育環境・施策	8.3
9	10 子育て支援策	5.7
10	8 地域のつながりなどの関係性	3.1
11	14 分からない	2.6
12	12 医療施策・医療施設	0.5
13	11 高齢者・障がい者等の福祉施策	0.0
13	13 スポーツ施設	0.0
13	15 その他	0.0

N=192

問9 他自治体に誇れる、または、知人にお勧めしたい地域資源は。(5つまで)

問9全文「池田市で、他自治体に誇れる、または、知人などにお勧めしたい具体的な地域資源は何ですか。(5つまで)」

・ベスト20を掲載しています。1番目が「カップヌードルミュージアム大阪池田」、2番目が「五月山の自然・公園」、3番目が「猪名川花火大会」となっています。

順位	項目	割合 (%)
1	カップヌードルミュージアム大阪池田	78.6
2	五月山の自然・公園	71.9
3	猪名川花火大会	68.2
4	呉春	63.5
5	交通の便(阪急電鉄、大阪国際空港、中国道・阪神高速)	53.6
6	ウォンバット	42.7
6	治安の良さ	42.7
8	小林一三記念館	40.6
9	がんがら火祭り・大文字・大一文字	40.1
10	逸翁美術館	39.6
11	猪名川	31.8
12	五月山公園	31.3
13	落語みゅーじあむ	18.2
14	細河の植木	17.7
15	池田城跡公園	17.2
16	ヒューモビリティワールド	15.6
16	池田炭	15.6
18	さくらまつり	15.1
18	ふくまるくん	15.1
20	図書館・石橋プラザ	13.0

N=192

問10 問9で選んだ中で、最もおすすめしたいものはどれですか。

問10全文「問9で選んだ中で、最もおすすめしたいものの番号を一つ選ぶとしたらどれですか。」

・ベスト10を掲載しています。1番目が「カップヌードルミュージアム大阪池田」、2番目が「交通の便」、3番目が「五月山の自然」となっています。

順位	項目	割合 (%)
1	カップヌードルミュージアム大阪池田	22.6
2	交通の便	17.0
3	五月山の自然	10.7
4	治安の良さ	9.4
5	猪名川花火大会	7.5
6	自然環境	5.7
7	ウォンバット	4.4
8	イベント・催し	3.8
9	五月山公園	3.1
10	小林一三記念館	2.5

N=159

問11 シティプロモーションはどの層をターゲットにすべきですか。(複数選択可)

問11-1 市内・市外など

・約7割の方が「市外在住者」で答えています。次に「市民」「法人」と続いています。

順位	項目	割合 (%)
1	2 市外在住者	68.8
2	1 市民	47.4
3	3 法人	14.1
4	4 その他	2.1

N=192

問 11-2 世帯

・8割以上の方が「子育て世帯」と答えています。次に「単身世帯」「学生」と続いています。

順位	項目	割合 (%)
1	3 子育て世帯	87.5
2	1 単身世帯	22.4
3	4 学生	20.8
4	2 高齢者世帯	8.3
5	5 その他	2.6

N=192

問 11-3 年代

・約6割の方が「20～30代」と答えています。次に「40～50代」「10代以下」と続いています。

順位	項目	割合 (%)
1	2 20～30代	89.1
2	3 40～50代	30.7
3	1 10代以下	15.1
4	4 60代	9.4
5	5 70代以上	5.2

N=192

問 11-4 問 11-1～3 で回答した理由

・「市外在住者—子育て世代」の組み合わせが47.4%と最多になっています。続いて「市内在住者—子育て世代」が32.3%、「市内在住—学生」が13.0%となっています。

順位	市内外法人—内容	割合 (%)	理由 (抜粋)
1	市外—子育て	47.4	<ul style="list-style-type: none"> ・定住につながる世代だから ・若年層を増やすため ・次代の担い手の確保のため
2	市内—子育て	32.3	<ul style="list-style-type: none"> ・まずは現在住者を支援すべき ・若年層を取り込み税収確保 ・市外 PR も期待が薄いため
3	市内—学生	13.0	<ul style="list-style-type: none"> ・シビックプライドを高める ・若い世代に魅力あるまちにしないと衰退する ・引っ越しを考える層をターゲットにすると効果的
4	市外—学生	12.0	<ul style="list-style-type: none"> ・定住促進につながる ・次世代につながる街づくりが必要だ
5	市外—単身	10.4	<ul style="list-style-type: none"> ・若い街づくりの必要性
6	市内—単身	8.3	<ul style="list-style-type: none"> ・長く居住する方が多いため
7	市内—高齢者	5.7	<ul style="list-style-type: none"> ・既存施設に合致しやすい
8	市外—高齢者	4.7	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者が楽しめる機会が必要

N=192

問 12 池田市の魅力を市内外にPRするためのアイデアをお聞かせください。

主な意見は下記の通りです。

- ・SNSの活用(SNSで拡散させる、バズらせる、こまめに発信を、など)
- ・テレビ、新聞、雑誌、地域のフリーペーパーなどのマスコミを活用する
- ・動画配信(プロモーション動画、WEBライターによる紹介、イベントの様子、分野別のサービス紹介、など)
- ・企業の活用・協働(駅・電車・バス内広告、地元企業との連携、)
- ・市民等の活用(本市出身の有名人による発信、インフルエンサーによる発信、クリエイターの市民による発信)
- ・ホームページの更なる活用
- ・戦略・ターゲットを定めての広報(コンサルによるブランド戦略、マーケティング、各世代別のPR方法が必要、など)
- ・紙媒体による広報(広報誌の充実、フリーペーパーの店舗などでの配布、など)
- ・子育て世代を呼び込むための広報(子育て施策のPR強化、住宅情報誌への掲載、在住者の声の発信、など)
- ・地道な努力(こまめにSNSを発信、など)