

働き・子育て世代に対する情報発信の調査を実施しました

～地域や地域活動に関心を持ってもらうためのヒントが得られました～

近年、各地区で地域活動の担い手不足が課題となっており、地域福祉保健計画の掲げる見守り・支え合いの地域づくりを進めていく上で、若い世代の参画を促していくことが求められています。

そこで、今後の地域活動の担い手として期待される世代(働き・子育て世代)を対象に、地域活動に関心を持ってもらうための取組や効果的に情報を届ける手法等について調査を行いました。調査結果をもとに、地域福祉保健計画の推進をはじめとする多様な地域活動支援に生かしてまいります。

調査結果のポイント

時間的ゆとりを持ちづらい働き・子育て世代の中にも、地域とつながりを持ちたい潜在層が一定程度いること、地域や地域活動に対する関心の高さに応じて異なるアプローチが効果的であること、参加しやすい環境づくりが必要であることが分かりました。

- 地域や地域活動に対して関心があまり高くない層(消極的潜在層)へのアプローチ
【働きかけ】 地域と関わることを自分事として捉えてもらうための発信
【情報発信】 「意図せず目に触れる機会を捉える」プッシュ型の発信
- 地域や地域活動に関心はあるが行動に至っていない層(積極的潜在層)へのアプローチ
【働きかけ】 活動への参加方法や活動の内容・雰囲気などを具体的に発信
【情報発信】 「情報収集時に必要な情報にアクセスできる」プル型の発信
- 働き・子育て世代が地域活動に参加しやすい運営体制の構築
イベント単位で担い手を募集するなど時間的負担に配慮した運営の工夫

▼調査結果をまとめた報告書を、旭区のホームページでご覧いただけます。

https://www.city.yokohama.lg.jp/asahi/kenko-iryo-fukushi/fukushi_kaigo/chiikifukushi/other/jyouchousa.html



HPはこちら

調査概要

ヒアリング調査

- 【調査対象】 旭区で地域活動を行う働き・子育て世代 26名
- 【調査期間】 令和5年6月(計4回)
- 【調査方法】 グループインタビュー形式
- 【調査項目】
 - ・地域活動を始めたきっかけ
 - ・地域活動を継続できている要因
 - ・地域に関心を持ってもらうために必要な働きかけ
 - ・地域活動に関する情報源や発信媒体 等

アンケート調査

- 【調査対象】 住民基本台帳から無作為抽出した、旭区内に居住する20歳から59歳までの区民 2,500名
- 【調査期間】 令和5年9月26日から10月16日まで
- 【調査方法】 回答用二次元コード付きの調査依頼はがきを郵送し、インターネット回答を実施
- 【調査項目】 25問(回答者基礎情報項目7問を含む)
- 【回収結果】 1,026票(回収率41.0%)

お問合せ先

旭区福祉保健課長 石津 雄一郎 Tel 045-954-6120

CITY OF YOKOHAMA

地域福祉保健の情報発信強化に向けた 調査報告書（概要版）

旭区福祉保健課

令和6年3月

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER

1. 調査の概要

1. 課題

地域人材の不足

近年、各地区で地域活動の担い手不足や高齢化が課題となっている。

地域福祉保健計画の掲げる見守り・支え合いの地域づくりを進めていく上で、若い世代の参画を促していくことが必要。

2. 調査の目的

若い世代の傾向を知る

調査対象

働き・子育て世代（20～50代）

調査目的

地域や地域活動に関心をもってもらうための取組や効果的に情報を届ける手法等について調査を行い、当該世代の意識や傾向を把握する。

3. ヒアリング調査

- a. 調査対象
旭区で地域活動を行う働き・子育て世代
26名を対象とした。
（30代3名、40代14名、50代9名）
- b. 調査期間
令和5年6月3日から6月11日まで（計4回）
- c. 調査方法
グループインタビュー形式
- d. 調査項目
 - ・地域活動を始めたきっかけ
 - ・地域活動を継続できている要因
 - ・地域に関心を持ってもらうために必要な働きかけ
 - ・地域活動に関する情報源・発信媒体 等

4. アンケート調査

- a. 調査対象
住民基本台帳から無作為抽出した、旭区内に居住する20歳から59歳までの区民2,500名
- b. 調査期間
令和5年9月26日から10月16日まで
- c. 調査方法
回答用二次元コード付きの調査依頼はがきを郵送し、インターネット回答で実施。
- d. 調査項目
25問（回答者基礎情報項目7問を含む）
- e. 回収結果
1,026票（回収率41.0%）

2. 調査結果のポイント

時間的ゆとりを持ちづらい働き・子育て世代の中にも、地域とつながりを持ちたい潜在層が一定程度いること、地域や地域活動に対する関心の高さに応じて異なるアプローチが効果的であること、参加しやすい環境づくりが必要であることが分かった。

そこで、潜在層を顕在化させるために必要なアプローチについて、次のとおり整理した。

○ 地域や地域活動に対して関心があまり高くない層（消極的潜在層）へのアプローチ

【働きかけ】 地域と関わることを自分事として捉えてもらうための発信

【情報発信】 「意図せず目に触れる機会を捉える」プッシュ型の発信

○ 地域や地域活動に関心はあるが行動に至っていない層（積極的潜在層）へのアプローチ

【働きかけ】 活動への参加方法や活動の内容・雰囲気などを具体的に発信

【情報発信】 「情報収集時に必要な情報にアクセスできる」プル型の発信

○ 働き・子育て世代が地域活動に参加しやすい運営体制の構築

イベント単位で担い手を募集するなど時間的負担に配慮した運営の工夫

地域活動に興味・関心を持ちづらい要因

ヒアリングで把握した代表的な意見

- ・地域に興味があっても、関わるとなると最初の1歩が重い。自治会に入ると役職がまわってくるから大変だという意識が根付いており最初の壁は高いが、実際に入ってみるとそうでもない。
- ・地域活動自体がよく周知されておらずボヤッとしていて、どのように関わって良いかわからないし、ウェルカムな雰囲気なのかもよくわからない。
- ・PTA役員を断る要因として、「子供が小さいから」という人が多いので、役員の集まりでは、子どもの遊び場を作って小さい子も来ても良いとしたら意外と皆来てくれた。参加できる環境を作ることも大切。

地域活動に関する情報源・発信媒体

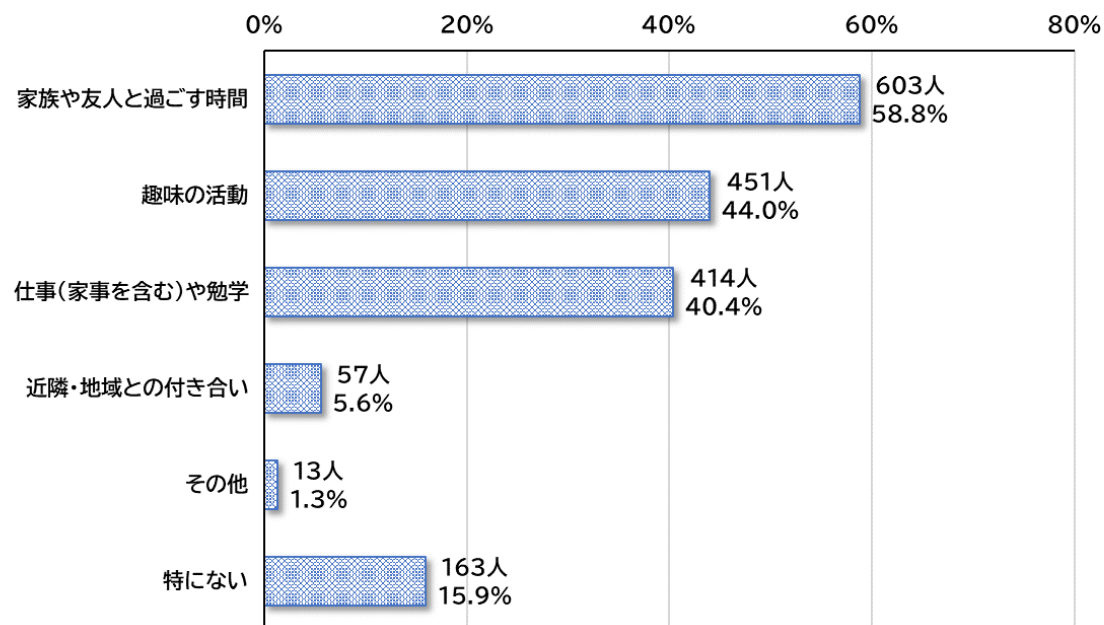
ヒアリングで把握した代表的な意見

- ・何かやりたいと思っている場合、本当にやりたいのなら自ら情報を取りに行く。例えば、子育てをしていて孤独だと思っていたら、隅から隅までチラシも広報も掲示板も見る。関心がない人にただ情報を流しても、響かないだろう。
- ・意図せずに目に触れる機会は意外と有効だと思う。関心があるから情報収集するのであって、関心がない人向けには、何気なく目に入る掲示板やSNS（Instagram等）が有効。
- ・Instagramは楽しそうな情報が伝わってくるし、情報交換もできる。発信している人の雰囲気が感じられたりするのが良い。

3. 調査結果【日常生活】充実していること、増やしたい時間

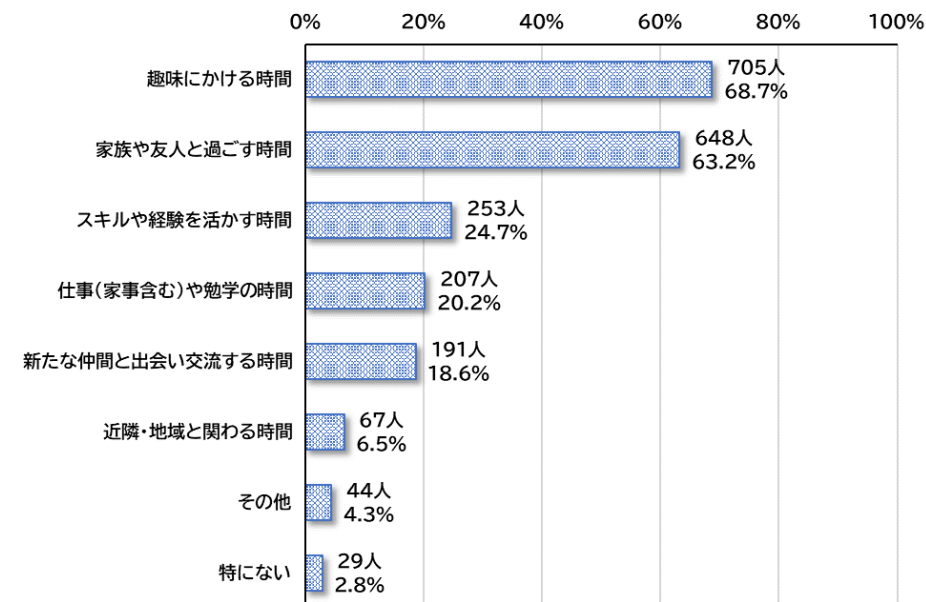
- 普段の生活で充実しているのは、「家族や友人と過ごす時間」（58.8%）が最も多く、次いで「趣味の活動」（44.0%）、「仕事（家事を含む）や勉強」（40.4%）が続く。
- 増やしたい時間は、「趣味にかける時間」（68.7%）が最も多く、次いで「家族や友人と過ごす時間」（63.2%）、「スキルや経験を活かす時間」（24.7%）が続く。

問1 普段の生活で充実していると感じていることはありますか



n=1,026人 ※複数回答

問3 どのような時間を増やしたいと思いますか



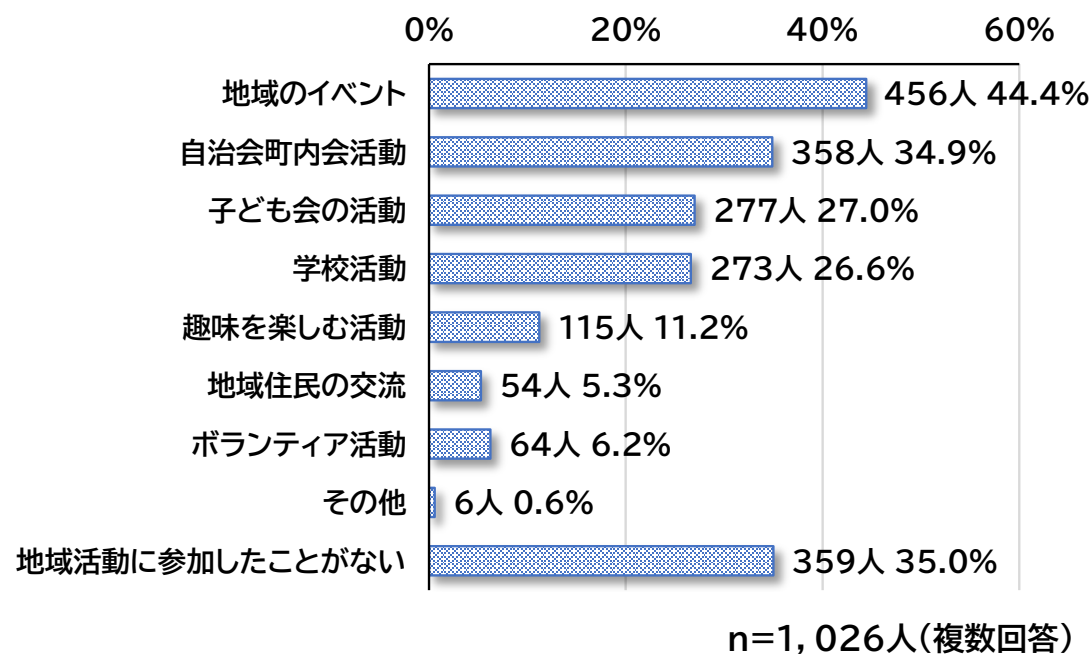
n=1,026人 ※複数回答

3. 調査結果【地域活動】参加経験がある地域活動、参加のきっかけ

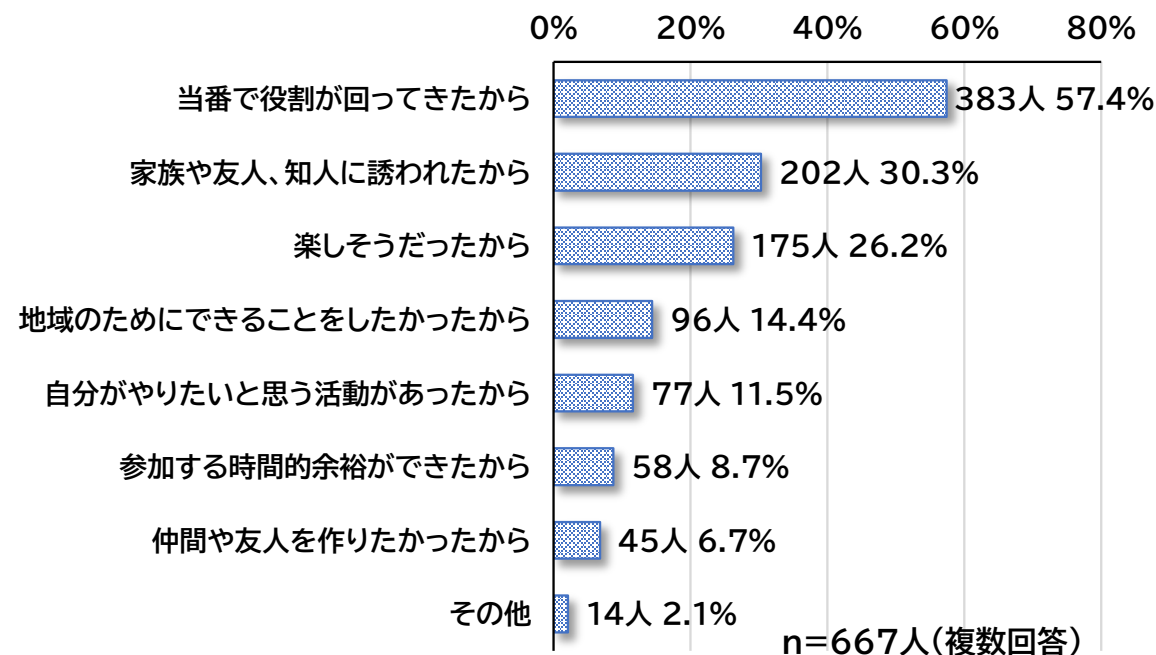
アンケート調査

- ・参加経験がある地域活動は、「地域のイベント」（44.4%）が最も多く、「自治会町内会活動」（34.9%）、「子ども会の活動」（27.0%）、「学校活動」（26.6%）が続く。
- ・参加のきっかけは、「当番で役割が回ってきたから」（57.4%）が最も多く、「家族や友人、知人に誘われたから」（30.3%）、「楽しそうだったから」（26.2%）が続く。

問7 現在参加している、これまで参加したことがある地域活動はありますか



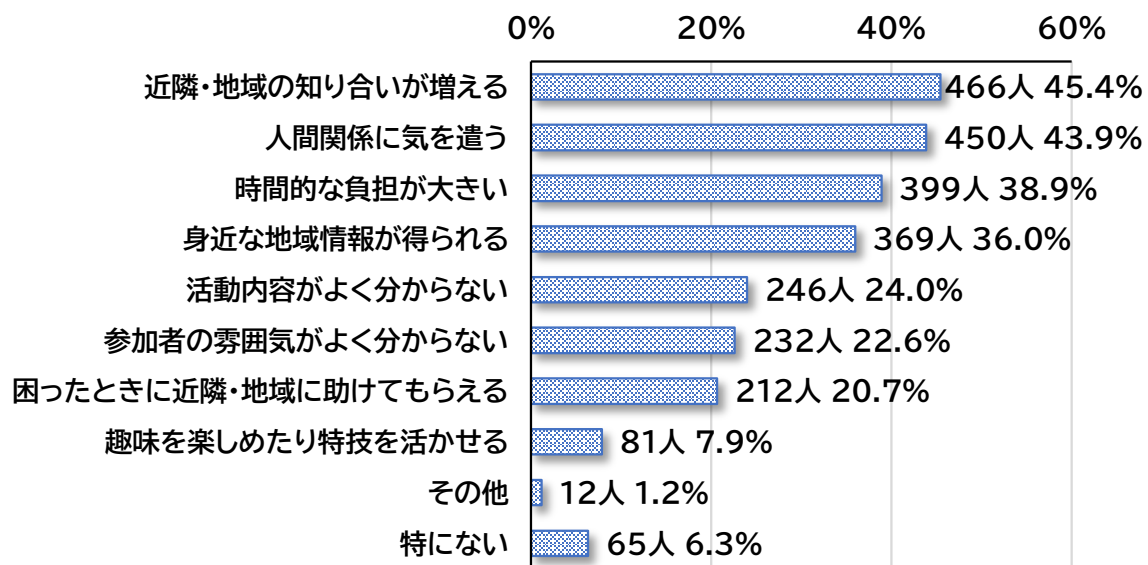
問8 地域活動に参加したきっかけは何ですか



3. 調査結果【地域活動】地域活動の印象、参加するための条件等

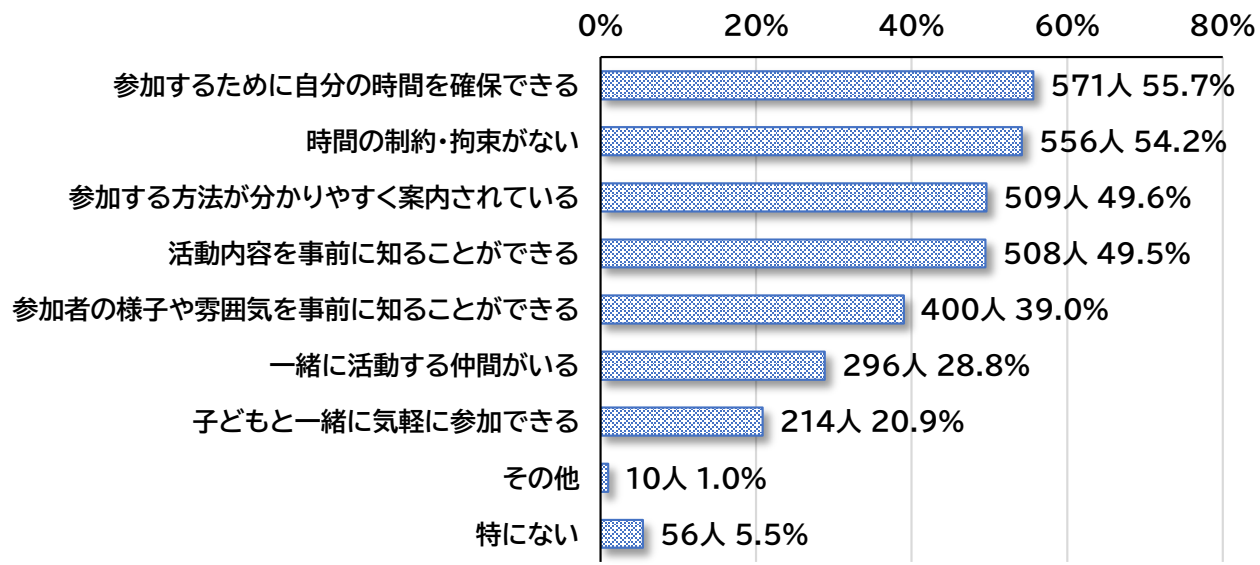
- ・ 地域活動の印象として、「近隣・地域の知り合いが増える」（45.4%）が最も多く、「人間関係に気を遣う」（43.9%）、「時間的な負担が大きい」（38.9%）が続く。
- ・ 参加するために大切な条件や環境では、「参加するために自分の時間を確保できる」（55.7%）が最も多く、次いで「時間の制約・拘束がない」（54.2%）、「参加する方法が分かりやすく案内されている」（49.6%）が続く。

問10 地域活動にどのような印象を持っていますか



n=1,026人(複数回答)

問12 地域活動に参加するためには、どのような条件や環境が大切だと思いますか



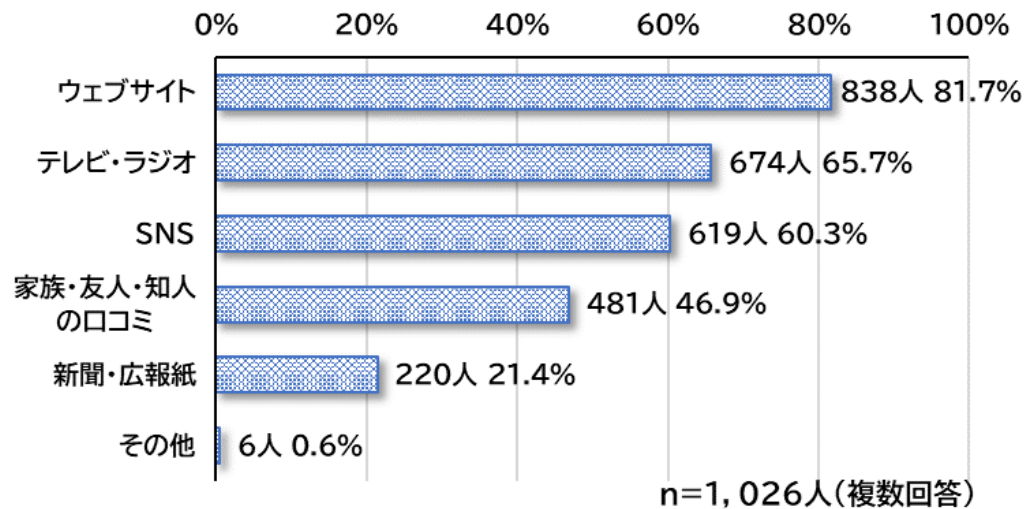
n=1,026人(複数回答)

3. 調査結果【情報発信】日頃利用している情報源、SNSの利用目的

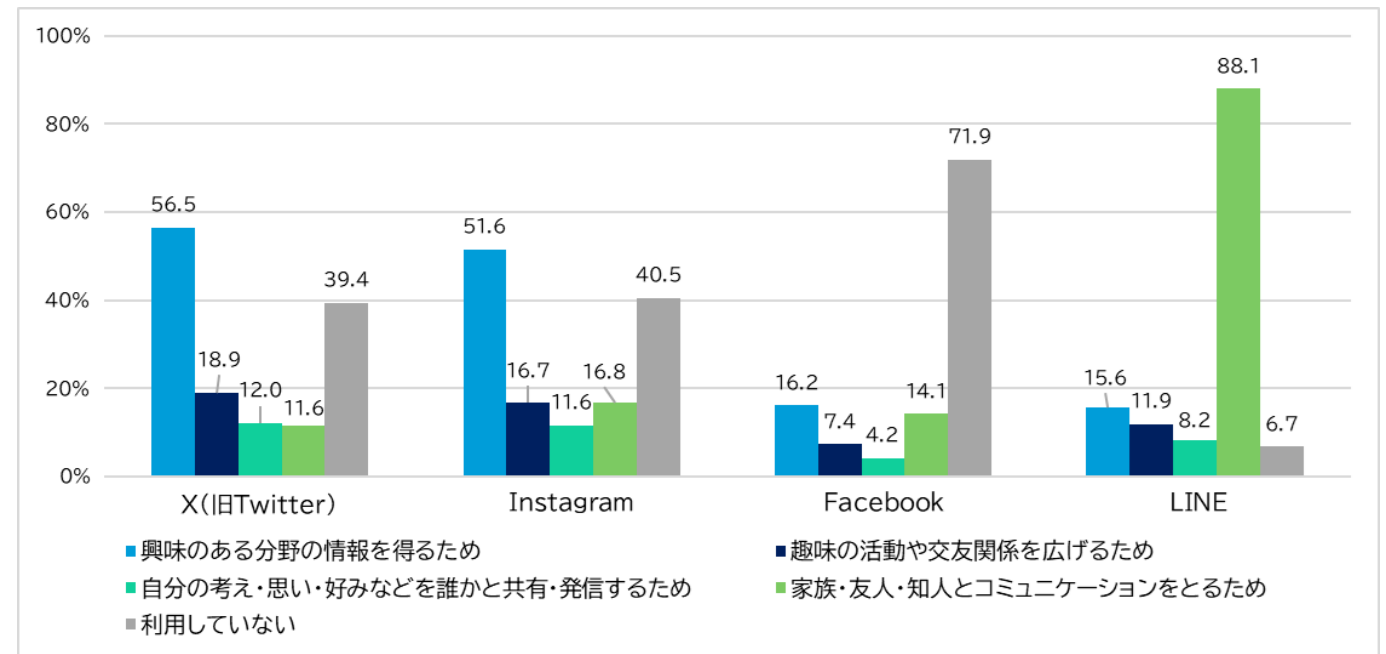
アンケート調査

- ・日頃利用している情報源は、「ウェブサイト」（81.7%）が最も多く、次いで「テレビ・ラジオ」（65.7%）、「SNS」（60.3%）が続く。
- ・「X（旧Twitter）」及び「Instagram」の利用目的は「興味のある分野の情報を得るため」が最も多く（56.5%、51.6%）、「LINE」の利用目的は「家族・友人・知人とコミュニケーションをとるため」（88.1%）が最も多い。

問13 日頃利用している情報源を教えてください



問14 SNSの利用目的について

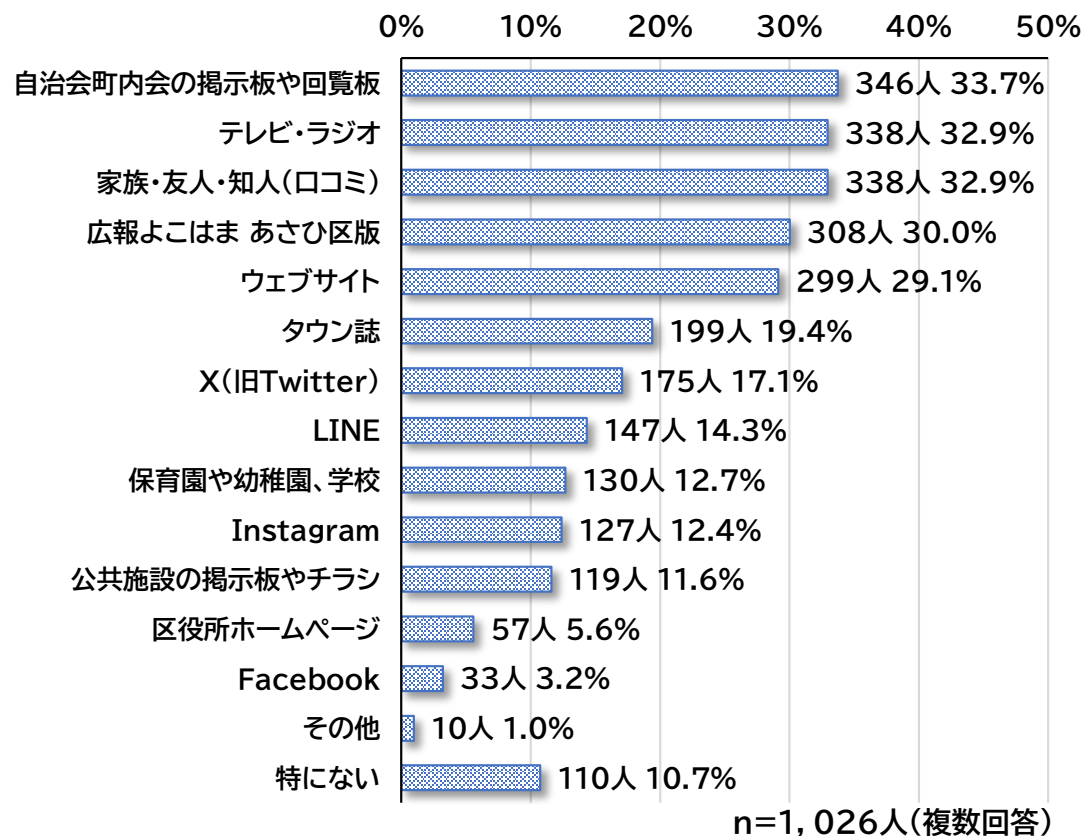


n=1,026 (複数回答)

3. 調査結果【情報発信】身近な地域情報の情報源

- ・身近な地域情報が得やすい情報発信源は、「自治会町内会の掲示板や回覧板」（37.6%）が最も多く、「広報よこはま あさひ区版」（36.6%）、「テレビ・ラジオ」（35.9%）が続く。

問15 身近な地域情報について、よく利用している情報源



問18 身近な地域情報について、どの情報源から発信されると情報を得やすいか

