

## 市民アンケート調査 実施概要

### 1. 調査の狙い

このアンケート調査は、尼崎版人口ビジョン及び総合戦略の策定において人口の将来展望を検討するうえで必要な調査分析を実施する。

### 2. 調査対象と調査内容

既存のアンケートや人口動態調査から判明したことを前提として、特に20代から40代の若年夫婦世帯と子育て世帯（15歳未満の子どもがいる世帯）を対象とし、転入者・転出者・市内間転居者のカテゴリーごとに住民基本台帳よりサンプルを抽出し、調査を実施する。

サンプルは過去5年間における対近隣市（神戸・西宮・伊丹・豊中・大阪※）からの転入・近隣市への転出者のなかから無作為抽出とする。

※大阪市については市全域か一部の区（西淀川区等の近隣区）に絞るかは要検討。

#### (1) 転入した若年夫婦世帯

①調査内容 居住地を選んだ理由、親の市内居住、将来居留意向、将来子どもを持つ意向、持ち家か賃貸か、義務教育時の尼崎居住歴等、若年夫婦世帯の実態を把握する。

②調査対象 近隣市から尼崎市に転入してきた若年夫婦世帯

#### (2) 転入した子育て世帯

①調査内容 （簡易アンケート調査で把握したことを前提に）西宮・伊丹・大阪市等の近隣市町と比較して尼崎に転入した理由、市内での居住地を決めた理由等を把握する。

②調査対象 近隣市から尼崎市に転入してきた子育て世帯

#### (3) 転出した子育て世帯

①調査内容 （簡易アンケート調査で把握したことを前提に）子どもが就学前に世帯で転出する理由、転居先として西宮・伊丹・大阪などを選んでいる理由等を把握する。

②調査対象 尼崎市から近隣市に転出した子育て世帯

#### (4) 市内間転居をした若年夫婦世帯

①調査内容 居住地を選んだ理由、親の市内居住、将来居留意向、将来子どもを持つ意向、持ち家か賃貸か、義務教育時の尼崎の居住歴等、若年夫婦世帯の実態を把握する。

②調査対象 市内間転居をした若年夫婦世帯

#### (5) 市内間転居をした子育て世帯

①調査内容 転出者と対比する目的で、他都市と比較して尼崎に残った理由、転居先・時期を決めた理由、尼崎の子育て支援に関する感想、義務教育時の尼崎居住歴等を把握する。

②調査対象 市内間転居をした子育て世帯

### 3. 実施概要

#### (1) 実施方法

郵便により調査票を配布し、添付の返信用封筒にて郵便により回収する。

#### (2) 送付物

アンケート依頼文、アンケート調査票、返信用封筒

#### (3) 調査票

今後、総合戦略策定PT等にて検討の上作成。

### 4. 調査期間

平成27年6月中旬発送、6月下旬回収予定。

### 5. スケジュール（予定）

1) 調査実施概要等の報告：平成27年5月20日

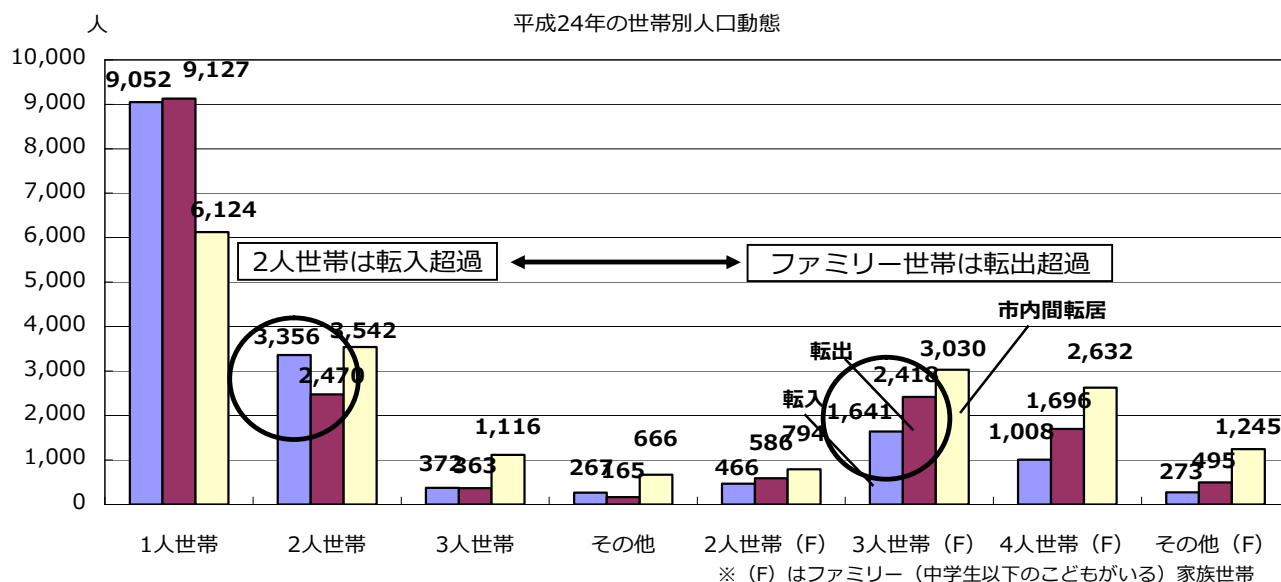
2) アンケート調査票の作成：平成26年5月20日～6月初旬

3) アンケート調査票の発送・回収 発送：平成27年6月中旬（予定）、回収：6月下旬

4) 回収調査票の集計・分析・速報版の提供：平成27年7月上旬

5) レポートの作成：平成27年7月中

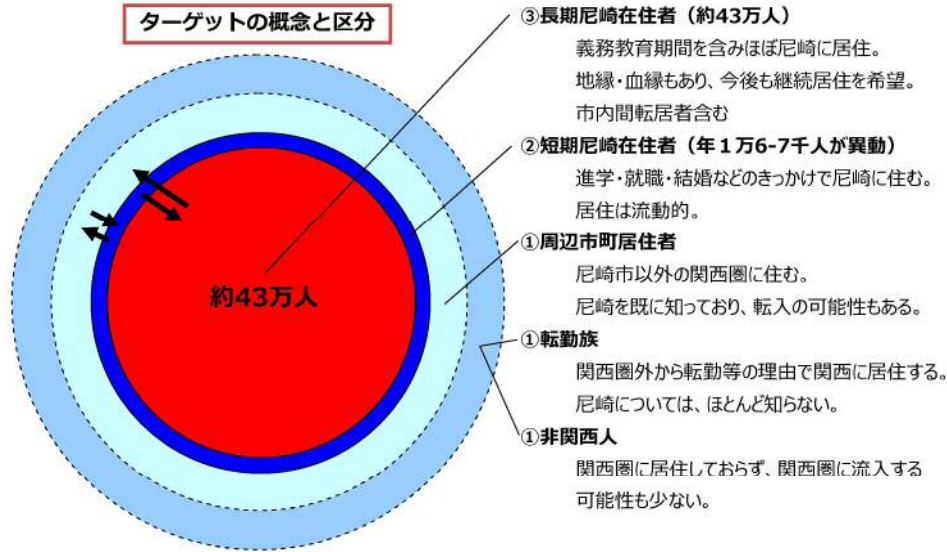
### 【参考・平成24年（1年間）の世帯別人口動態】



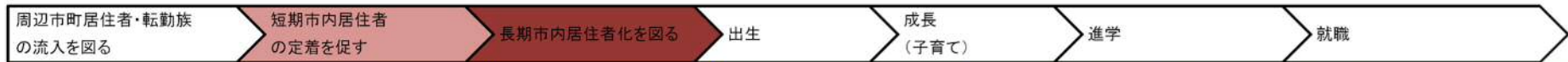
以上

■ 尼崎版人口ビジョン・総合戦略策定に係る市民アンケートの考え方（整理）

1. 目的 尼崎市の人口維持（減少を緩やかにする）ために必要な施策を明らかにする。
2. 対象 対象を5つに区分し、下記のように定義する。



3. 調査テーマと方向性



調査テーマ	①市外の人(は)は尼崎の情報にどのように接し、どのようなイメージを形成しているか	②「住みづける」か「転出したい」かの分かれ目は。※市内間転居と転出の対比、若年夫婦2人世帯はファミリ-予備軍	③長期層は尼崎の魅力はどこに見出しているか。※市内間転居(若年ファミリー-2人世帯含)の理由	④理想の子ども数と実際の子ども数のギャップ把握	⑤幼児期の教育・保育に関する不安の把握(子ども・子育てニーズ調査で実施済み)	⑥進学、就職後に尼崎市に居住している理由、地域との関わり、将来居住意向など
【仮説】 尼崎に関する偏った情報と接することにより、悪いイメージを抱いているのではないか	【仮説】 大人の「生活利便性」と子どもの「育つ環境」とを天秤に掛け、ファミリー世帯の転出が超過。(保護者は我慢…)	【仮説】 尼崎のイメージ転換と職住近接都市＝ワークライフバランス実現都市・尼崎が認知されれば、短期市内居住者は長期居住者になりうる。	地域ぐるみで子どもの育ちを支え、生きる力や学力の向上を図る。 市民の力で地域での活動につなぎ、地域コミュニティの活性化を支援する。 「まちの魅力」の再発見・創出と、戦略的な情報の構築・発信により尼崎の魅力を高める。	Ⅰ子ども・子育て支援の充実 Ⅱ学校・社会教育と人材育成 Ⅲシビックプライドの醸成	Ⅲしごとの創出・就労と所得水準の向上 Ⅳ健康長寿の維持 (Ⅴ土地利用と公共施設の見直し)	
方向性	交流・活動人口の増に向けて、シティブロモーションを通じて市外在住者が降り立つまちにする。	職住が近く、ワークライフバランスが取れていることが子どもの育つ環境にふさわしいことをPRし、短期市内居住者の定着を促す。	職住近接＝ワークライフバランスが実現でき、余暇に「学ぶ」まちとするイメージを発信することにより、シビックプライドの形成、住民の定着を図る。	Ⅳ配布回収アンケートまたは市内高等学校の進路指導担当等インタビュー		

4. 具体的な調査手法（案）

テーマ	対象	手法・内容
①	周辺市町居住者 転動族・非関西人	○WEB調査 ・尼崎について知る・接点を持つ機会がどのくらいあるか ・尼崎のイメージをどう捉えているか
②	短期市内居住者 ●ファミリー世帯(転出・転入) ●若年夫婦2人世帯(転入) ・20-40代の配偶者のいる世帯、5年間無作為抽出、対近隣4市、返信各400件	◎郵送アンケート ◎住基台帳データ分析 ◎土地価格調査 ◎国勢調査 (内容はそれぞれ別紙)
③	長期市内居住者 ●ファミリー世帯(市内間) ●若年夫婦2人世帯(市内間) ・20-40代の配偶者のいる世帯、5年間無作為抽出、対近隣4市、返信各400件	◎郵送アンケート ◎住基台帳データ分析 ◎国勢調査 ◎市内大規模住宅開発履歴 (内容はそれぞれ別紙)
④	ファミリー世帯	△郵送アンケート ・出産に関する意向は③の市内間転居ファミリー世帯で兼ねる
⑤		×郵送アンケート ・子ども・子育てニーズ調査で実施済みのため
⑥	20-40代の単身世帯 もしくは高校生	△郵送アンケート ◎住基台帳データ分析 △配布回収アンケートまたは市内高等学校の進路指導担当等インタビュー