

令和元年度 市政アンケートモニター調査 反映状況

	調査項目（実施課）	反映状況
1	本市伝統工芸品の情報発信方法に関するアンケート調査（産業政策課）	<p>《令和3年4月～ 実施》</p> <p>駿府匠宿」にふさわしいと思う新しい機能として、「器や箸などの食器や机や窓枠、照明などのインテリアに伝統工芸品を用いたレストラン」と回答した割合が34.5%であったことから、本市の伝統工芸品の情報発信方法として、指定管理業務の仕様に「より身近に伝統工芸を感じられる効果的な情報発信方法」を提案するように規定した。</p> <p>現在の指定管理者からは、それらを含め、「職人による実演のライブ配信事業」などの提案があり実施を計画している。コロナ禍であり、直接的に伝統工芸に触れる機会が制限される中ではあるが、より身近に感じられる機会の提供に努めていく。</p>
2	静岡駅南口駅前広場に関するアンケート調査（市街地整備課）	<p>《令和2年4月～ 検討中》</p> <p>現在の静岡駅南口駅前広場で改善してほしいこととして「自家用車での送迎のしにくさ」と回答した割合が69.2%だったことから、ロータリー内の混雑解消に向けた交通機能の配置について、令和3年度に実施している南口再整備事業の基本計画へ反映させる予定。</p>
3	市議会広報に関するアンケート調査（調査法制課）	<p>《令和元年12月～ 実施》</p> <p>議会だよりを見やすく、読みやすくするための工夫を施した。</p> <p>《令和3年6月～ 実施》</p> <p>議会情報を入手するための媒体として、「市議会だより」と回答した割合が68.8%と最も多かったことから、情報の集約化による更なる情報発信力の強化を狙い、令和2年度は広報しずおかとの合冊を試行した。</p> <p>これについては、市民及び議員より概ね好評の声を受けていることから、令和3年度は正式に実施することとした。</p> <p>「ホームページを見たいと思ってもらう上で必要だと思うもの」について、「速報性のある情報の掲載」と回答した割合が24.8%と高かったことから、更新頻度を増やすため、媒体をFacebookからtwitterに変更した。</p> <p>また、「整理されたコンテンツ配置」と回答した割合が22.4%だったことから、独立して複数あった各種議員名簿を見直し、区ごとの名簿をベースとして相互にリンクで情報を共有できるよう整理を行った。</p> <p>「市議会ホームページを見たいと思ってもらう上で必要だと思うもの」について、「他の広報媒体からのホームページへの誘導」と回答した割合が他の方法に比べて19.2%と少なかったことから、静岡鉄道の中刷り広告として掲出していた開催告知ポスターを、今までの倍以上大きいQRコードを掲載し、乗客の手が届きやすい静鉄バスの運転席裏の広告スペースへと掲載方法を変更した。</p> <p>これにより、市民とポスターの距離を縮めることで、目につきやすさを向上させて広告効果をさらに発揮させるとともに、読み取りやすくなったQRコードから市議会ホームページへの誘導を強化した。</p>

	調査項目（実施課）	反映状況
4	<p>「消防団員の確保対策」に関するアンケート調査（警防課）</p>	<p>《令和2年4月～ 実施》 消防団協力事業所制度について、「言葉も内容も知らない」が89.2%と多かったことから、商工会議所での定例会に赴き、市内の事業者に対し、制度について説明を行った。また、消防団カラーガード隊による各種イベントへ年14回出演し、制度について広報活動を行った。結果、新規の登録事業者が17件増加し、前年比36%増であった。</p> <p>《令和3年4月～ 検討中》 消防団員の確保については、「消防団員の報酬や手当を増額し処遇を改善する」との回答が最も多かったこと及び総務省から処遇の改善についての通知があったことを受け、今後、出勤手当の増額等の処遇改善について検討を行い、団員確保に繋げていく。</p> <p>広報活動については、「消防団協力事業所制度」、「学生認証制度」、「カラーガード隊」、「消防団応援の店」など様々な活動を行っているが、昨年度に引き続き、イベントの中止や自粛が続く中での活動になるため、消防団広報紙やFacebookを用いて周知を行っている。なお、令和2年度の広報紙への消防団員募集記事の掲載をきっかけに入団した人が複数いたため、今後も効果の高い手法を取り入れるとともに、新たな広報活動についても検討していく。</p>
5	<p>公衆無線LAN事業「Shizuoka Wi-Fi Paradise」に関するアンケート調査（ICT推進課）</p>	<p>《令和2年3月 実施》 静岡市公衆無線LAN事業「Shizuoka Wi-Fi Paradise」を知っている割合が18.5%であったことから、周知を図るため、次のとおり実施した。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 チラシを配布 2 オクシズ地域の生涯学習交流館へWi-Fiを設置 3 新たな協力整備事業者の認定 <p>《令和3年3月～ 実施》 静岡市公衆無線LAN事業「Shizuoka Wi-Fi Paradise」を知っている割合が18.5%と低かったことから、静岡商工会議所報「Sing」令和3年3月号にてWi-Fi設置事業者向けに作成したチラシを同封、Wi-Fi設置店舗を増やすよう普及に努めた。</p> <p>《令和3年4月～ 検討中》 コロナ禍により、公衆無線LAN設置店舗が伸び悩む中、インバウンド需要も少ないこと、また、携帯電話の通信量無制限の定額通信サービスの普及により公衆無線LAN離れが進んでいると考えられる。その一方で、アンケート自由記載においては、「街中で展開してもらいたい」、「たくさん増えてほしい」との意見もあり、アフターコロナによるインバウンド需要も考慮した場合、当面は現在の枠組みを維持することとする。ただし、今後の情報通信技術の変化予想を踏まえ、関係機関とも協議し、本市における今後の公衆無線LANのあり方について検討している。</p>

調査項目（実施課）	反映状況
<p>6</p> <p>静岡市の認知度、魅力度向上のためのシティプロモーション事業に関するアンケート調査（広報課）</p>	<p>《令和2年6月～ 実施》</p> <p>「レッサーパンダの聖地」の認知度は全体の約3割で、そのうちの半数以上が、「日本平動物園での周知」でしか情報に触れていなかった。そこで、全体の認知の向上を図るとともに、動物園でしか情報に触れられなかった人達に、本市が「レッサーパンダの聖地」であることを知ってもらうため、次のとおり実施した。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 市内運送事業者(株)芦川商運の協力により、県内外を走行するトラック(1台)に「レッサーパンダの聖地・静岡市」のラッピングを施し、PR。 2 しずチカにおいて来街者を対象とした「レッサーパンダの聖地 静岡市」をPRする展示を、日本平動物園と連携して開催。 3 加えて、静岡市シティプロモーションウェブサイトやSNSによる情報・動画の配信なども強化。 <p>《令和2年11月～ 実施》</p> <p>従来実施しているメディア向け情報発信の中で、地域経済活性化に直接繋がる可能性のある、産業に係る発信を検討し、本市がナンバー1を誇る5つの産業(缶詰、プラモデル、お茶、桜えび、マグロ)をテーマに取り上げたプレスリリース及び個別プレゼンを実施し、ニュースサイト1社に取り上げられた。また、同テーマで動画を作成し、期間限定でシティプロモーション公式WEBサイトで公開した。</p> <p>《令和3年6月～ 検討中》</p> <p>「レッサーパンダの聖地・静岡市」のプロモーションについて、日本平動物園との連携を強化し、本市の認知度・魅力度向上とともに日本平動物園の認知度・魅力度向上を図るため、発信内容の見直しと拡充を実施する予定である。</p>