

# 木津川市まち・ひと・しごと創生総合戦略に係る 市民アンケート調査結果について

平成27年7月21日  
第2回木津川市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進委員会



木津川市

# 市民アンケート調査結果について

## ①市民アンケート調査の目的

木津川市創生総合戦略の作成にあたり、市民の就職・結婚・子育て及び定住・交流の意識などについて調査する。

## ②調査票の配布・回収状況

対象	詳細
配布	市内在住の満18歳以上の方 5,500人
調査期間	平成27年5月29日(金)～6月16日(火)
回収件数(率)	2,031件 (36.9%)

※6月18日(木)到着分までを集計

## ③調査結果

### a、属性

選択肢	回答数(件)	割合(%)
男性	859	42.3
女性	1,158	57.0
不明・無回答	14	0.7
合計	2,031	100.0

### b、年齢

選択肢	回答数(件)	割合(%)
10歳代	22	1.1
20歳代	122	6.0
30歳代	291	14.3
40歳代	316	15.6
50歳代	268	13.2
60歳代	512	25.2
70歳代以上	487	24.0
不明・無回答	13	0.6
合計	2,031	100.0

# 市民アンケート調査結果について

## ④しごとについて

- 市内で勤務している人は約3割で、市外勤務者が6割を超えている。京都府内では京都市や京田辺市、精華町が多く、府外では隣接の奈良県や大阪府に勤務している人が多い。
- 現在働いていない人のうち就職を希望している人は2割で、そのうち約6割は市内または市内から通勤できる範囲での就職を希望。就職に際して重視する点として、6割が「休日や勤務時間などの労働条件」をあげており、市内での就職を増やすために必要な支援策として、半数以上が「企業誘致による雇用創出」や「就職情報の提供」を希望している。

## ⑤結婚・出産・子育てについて

- 結婚していない人のうち、結婚するつもりのない人は2割弱と少なく、半数近くは結婚したいと回答。結婚への障害として、4割が「経済的余裕がない」と回答。
- 現在の子どもの数等は次のとおり。

	現在の子どもの数	最終的に持つ予定の子どもの数	理想の子どもの数
全体の平均値	1.68人	1.95人	2.38人
40歳代以下の平均値	1.33人	1.97人	2.08人

また、全体の2割が最終的に持つ子どもの数が理想よりも少ないと回答しており、その原因として「子育てや教育への経済的負担」のほか、「年齢上の理由」があがっている。

- 出産や子育てへの支援策としては、「子育てと仕事を両立できる職場環境」や「保育所・幼稚園の充実」、「子育てへの経済的支援」、「若い世代の経済的安定化」を望んでおり、20～40歳代の子育て世代のうち、約半数が共働き世帯であることから、仕事と両立できる環境の整備や経済的支援策が望まれている。

## ⑥居住について

- 市外からの転入者が6割を超え、奈良県や大阪府から転入してくる人が多い。
- 転入の理由としては住宅事情が最も多く、「自然環境」や「住宅の手頃な価格」にひかれて一戸建てを求めて転入してくる人が多い。
- 今後も木津川市に定住したい人が7割と定住意向は高く、その理由として、生活環境の良さや利便性があがっている。
- 老後の暮らしに不安を感じている人は9割近くと大多数で、その理由として「公的年金だけでは生活できない」「病気・健康面が心配」と回答。

# 市民アンケート調査結果について

## ⑦市の将来について

- 安定した仕事につくために必要な支援策としては、「新規産業の創出や起業促進」、「若者や中高年齢者が働く場の拡大」、「既存産業の活性化」が望まれている。
- 市内外の人が交流し楽しむことのできるまちづくりの支援策としては、「まちの魅力を活かしたイベントの開催」や「地域観光資源の発掘・見直し・活用」など既存資源を活かした方策が求められている。
- 結婚・出産・子育てのための支援策としては、「働きながら子育てできる環境の整備」や「子育てに関する経済的負担の軽減」、「正規雇用の推進」、「仕事と家庭の両立支援」が望まれている。
- 定住のための支援策としては、半数が「公共交通の充実」を求めており、「福祉サービス」や「空き家や遊休農地の活用」も多くなっている。
- 魅力が高く活力のあるまちづくりに取り組む人や地域を育てるための支援策としては、「京都大学との連携による農に関する取組」や「木津川ブランド化」、「まちづくり人材の育成」が求められている。
- 他都市に比べて誇れるところとして、自然環境や歴史・伝統・文化などが多くあがっており、逆に他都市に比べて不足しているところとして、公共交通や商業施設が挙げられている。