

# 第六次総合計画策定にかかる 市民アンケート調査結果

---

## 概要版

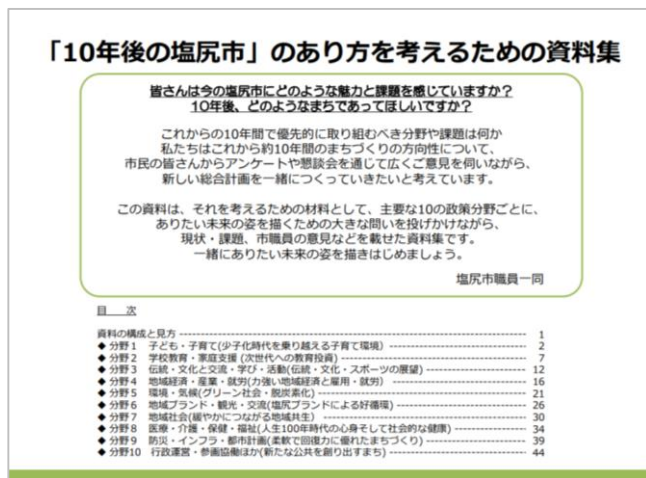
2022年8月

# 1. 調査の概要

- 調査対象者：塩尻市在住の15歳以上の市民 3,000人を無作為抽出
- 調査期間：2022年5月19日～7月12日
- 調査方法：郵送による配布。回答は郵送とWebアンケートの併用

※調査票とともに政策分野ごとに現状・課題等のデータをまとめた資料集を同封

同封の資料集



Web回答画面



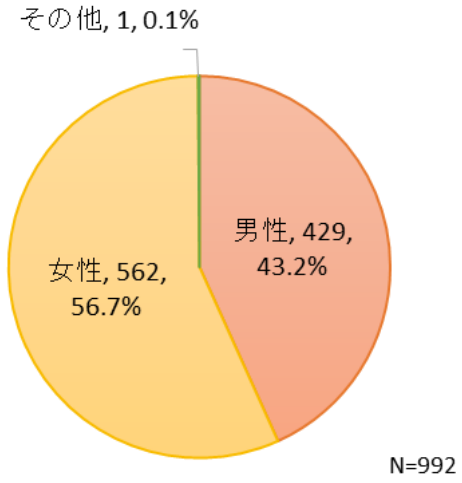
- 回収状況：993サンプル（うちWeb回答 396サンプル）
- 有効回収率：33.1%

# 2. 調査結果

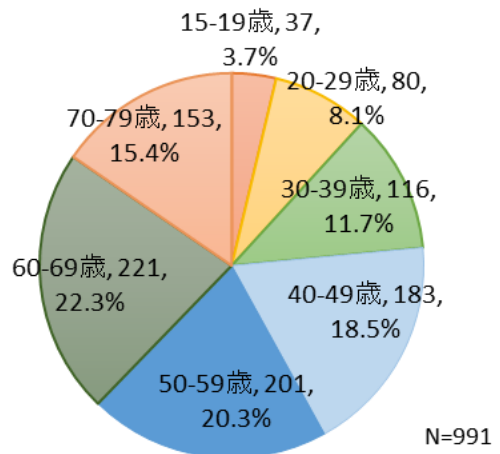
## (1) 回答者プロフィール

➤ 15歳～29歳の回答が少な目だが、世代・居住地区など、市民の属性を代表する回答状況

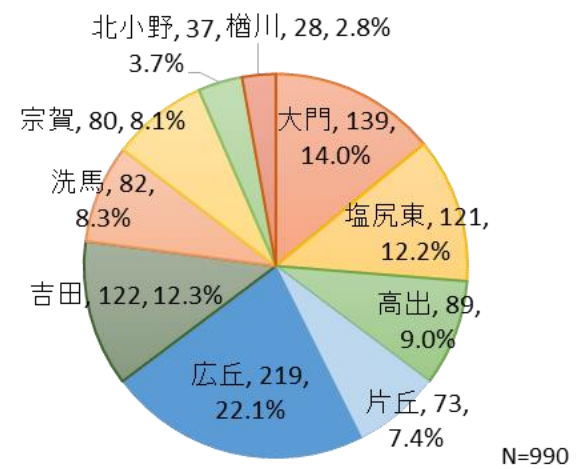
①性別



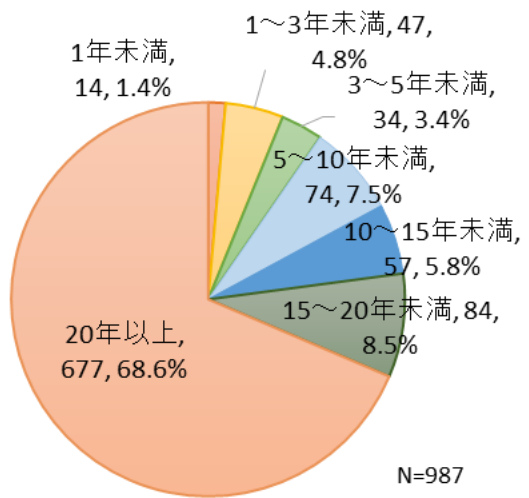
②年代分布(5歳刻み)



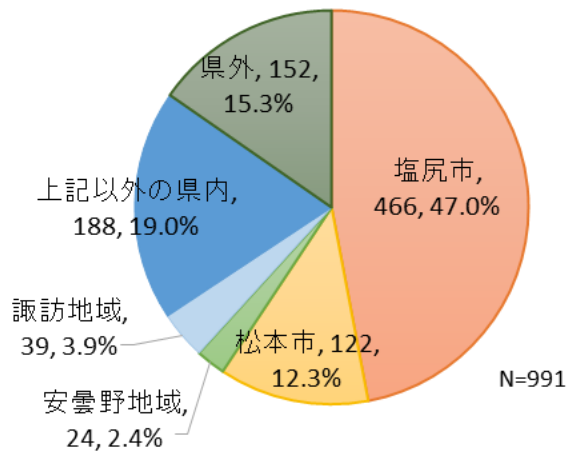
③地域



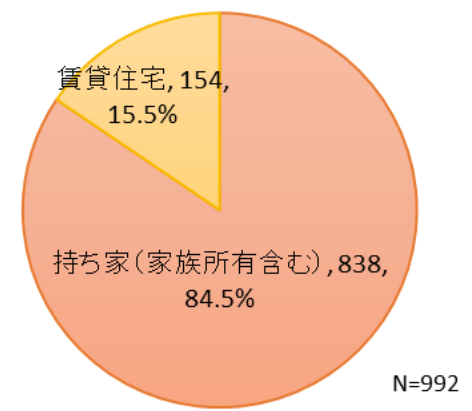
④居住年数



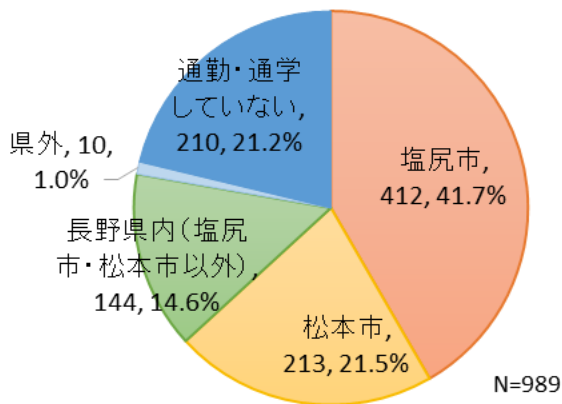
⑤出身地



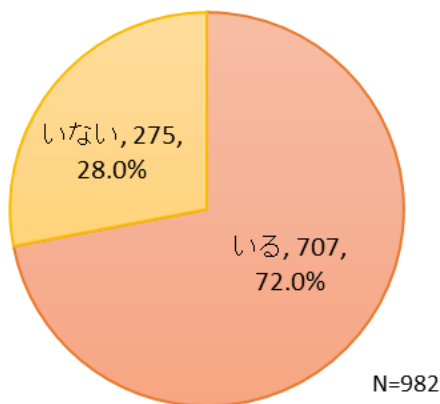
⑥居住形態



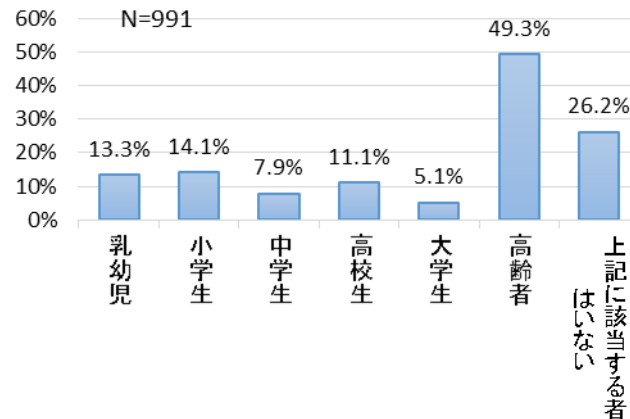
### ⑦就業地・通学地



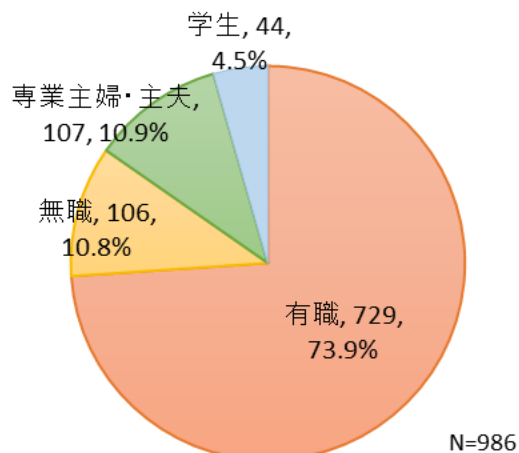
### ⑧配偶者の有無



### ⑨該当する家族の有無



### ⑩就業状況



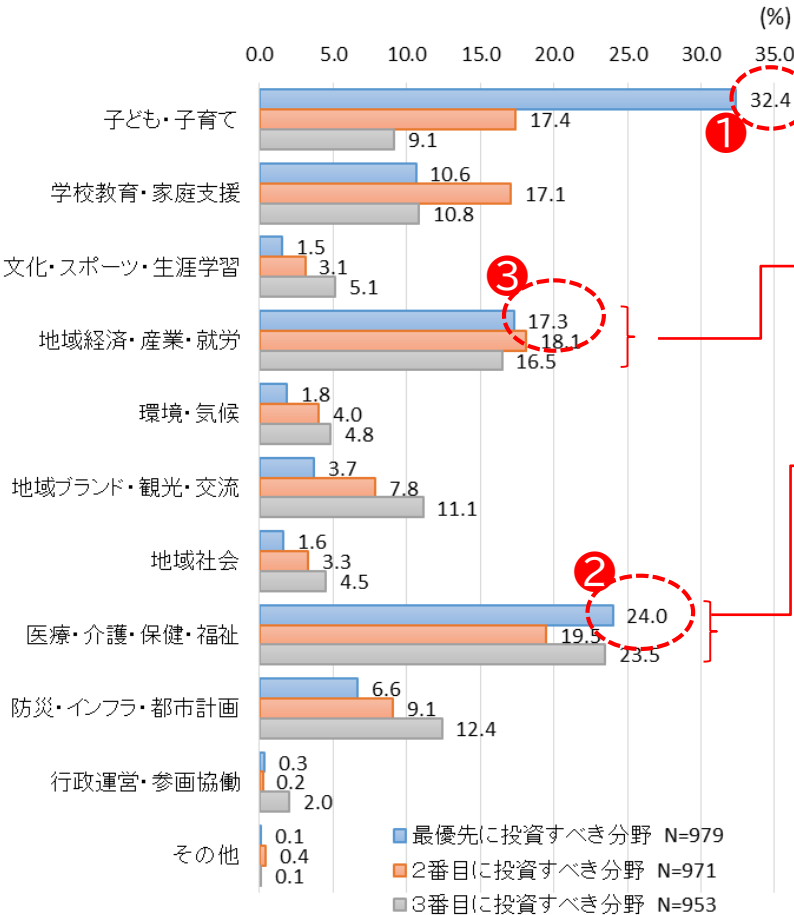
### ⑪職種×⑫雇用形態

職種	N	経営者・役員	常時雇用の一般従業員(正規の職員・従業員)	臨時雇用、契約社員、パートタイマー、アルバイト	派遣社員	自営業主(非会社組織)	家族従業者
農業	39	10.3%	5.1%	12.8%	0.0%	38.5%	33.3%
漁業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
鉱業、採石業、砂利採取業	1	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
建設業	33	15.2%	51.5%	9.1%	0.0%	24.2%	0.0%
製造業	168	4.8%	64.3%	20.2%	7.1%	2.4%	0.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	9	11.1%	66.7%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%
情報通信業	15	0.0%	80.0%	13.3%	0.0%	6.7%	0.0%
運輸業、郵便業	31	3.2%	61.3%	25.8%	6.5%	3.2%	0.0%
卸売業、小売業	68	8.8%	47.1%	36.8%	1.5%	4.4%	1.5%
金融業、保険業	18	5.6%	88.9%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%
不動産業、物品賃貸業	6	16.7%	50.0%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%
学術研究、専門・技術サービス業	21	14.3%	52.4%	9.5%	9.5%	14.3%	0.0%
宿泊業、飲食サービス業	29	10.3%	17.2%	62.1%	0.0%	0.0%	10.3%
生活関連サービス業、娯楽業	21	9.5%	19.0%	42.9%	4.8%	14.3%	9.5%
教育、学習支援業	31	3.2%	45.2%	41.9%	0.0%	9.7%	0.0%
医療、福祉	115	6.1%	49.6%	41.7%	0.9%	0.0%	0.9%
複合サービス事業(郵便局・協同組合)	9	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
13~18以外のサービス業	36	13.9%	22.2%	47.2%	0.0%	11.1%	0.0%
公務	58	1.7%	60.3%	34.5%	0.0%	1.7%	0.0%
全体	709	6.9%	50.2%	29.8%	2.7%	6.8%	2.8%

# (2) これからの10年に向けて投資すべき分野

## ① 投資すべきまちづくりの分野

<最優先/2番目/3番目 比較>



<最優先～3番目の合計回答数>

分野	度数(件)	割合(%) ※人数ベース	割合(%) ※件数ベース
子ども・子育て	573	58.5	19.7
学校教育・家庭支援	373	38.1	12.8
伝統・文化・スポーツ・生涯学習	94	9.6	3.2
地域経済・産業・就労	502	51.3	17.3
環境・気候	103	10.5	3.5
地域ブランド・観光・交流	218	22.3	7.5
地域社会	91	9.3	3.1
医療・介護・保健・福祉	648	66.2	22.3
防災・インフラ・都市計画	271	27.7	9.3
行政運営・参画協働	24	2.5	0.8
その他	6	0.6	0.2
合計(回答人数)	979		
合計(回答件数)	2,903		

- 最優先投資分野は32.4%の市民が「子ども・子育て」をあげている方が最も多い。次いで、「医療・介護・保健・福祉」「地域経済・産業・就労」の順に多い
- 最優先分野から3番目までを合計すると、「医療・介護・保健・福祉」が最も多くなる。次いで、「子ども・子育て」「地域経済・産業・就労」の順に多い

<年代別の比較>

※割合は回答人数ベース

	全体	15-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	70-79歳
子ども・子育て	58.4	43.2	75.9	81.0	57.7	47.3	52.1	60.5
学校教育・家庭支援	38.0	75.7	50.6	59.5	41.2	26.4	31.6	25.9
伝統・文化・スポーツ・生涯学習	9.6	10.8	8.9	6.9	9.3	12.9	10.2	6.8
地域経済・産業・就労	51.4	37.8	54.4	37.9	51.1	55.7	50.7	59.2
環境・気候	10.4	8.1	8.9	3.4	7.7	11.9	14.9	12.2
地域ブランド・観光・交流	22.3	27.0	24.1	19.0	22.0	24.9	22.8	19.0
地域社会	9.3	5.4	7.6	3.4	9.9	8.5	13.5	10.2
医療・介護・保健・福祉	66.2	51.4	40.5	63.8	65.9	71.6	68.4	75.5
防災・インフラ・都市計画	27.7	24.3	27.8	19.8	26.9	34.8	28.8	24.5
行政運営・参画協働	2.5	2.7	1.3	1.7	4.9	1.5	2.8	1.4
その他	0.6	0.0	0.0	2.6	1.1	0.5	0.0	0.0
(回答人数)	977	37	79	116	182	201	215	147

年齢不明2人含まず

【参考】塩尻市職員アンケート「これからの10年で重要だと思う個別分野」（R3年度実施）

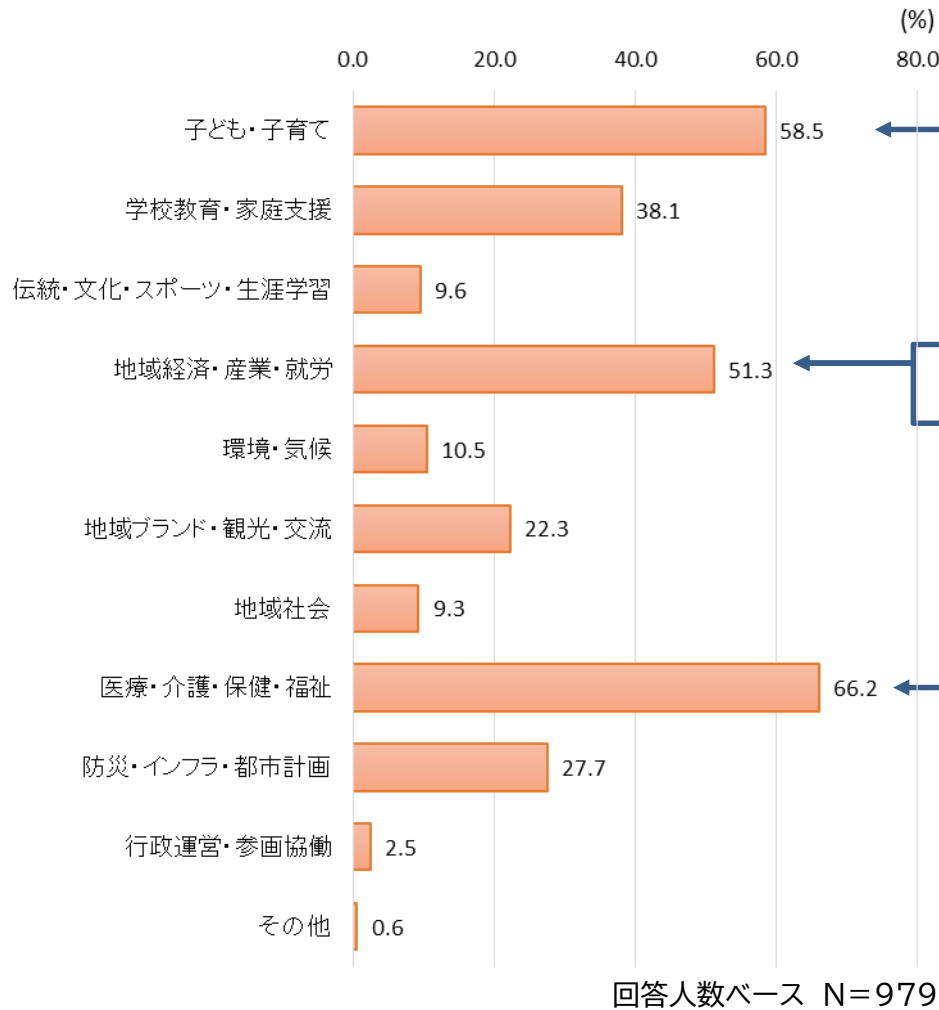
5つまで回答

※回答人数ベース

	全体	20代以下	30代	40代	50代以上
子ども・子育て	39.5	39.1	35.2	41.8	41.9
学校教育	18.0	11.6	21.6	19.8	17.4
伝統・文化・スポーツ・生涯学習	12.3	7.2	11.4	14.3	15.1
地域経済・産業・就労	30.2	37.7	29.5	29.7	25.6
環境・気候	14.1	5.8	15.9	16.5	16.3
観光・交流・地域ブランド	24.6	39.1	25.0	19.8	17.4
地域社会	20.7	13.0	14.8	23.1	30.2
医療・介護・保健・福祉	27.5	23.2	20.5	26.4	39.5
防災・都市計画・インフラ	35.3	26.1	28.4	50.5	33.7
行政運営・参画協働	15.9	18.8	14.8	9.9	20.9
その他	3.6	0.0	4.5	2.2	7.0
回答人数(人)	334	69	88	91	86

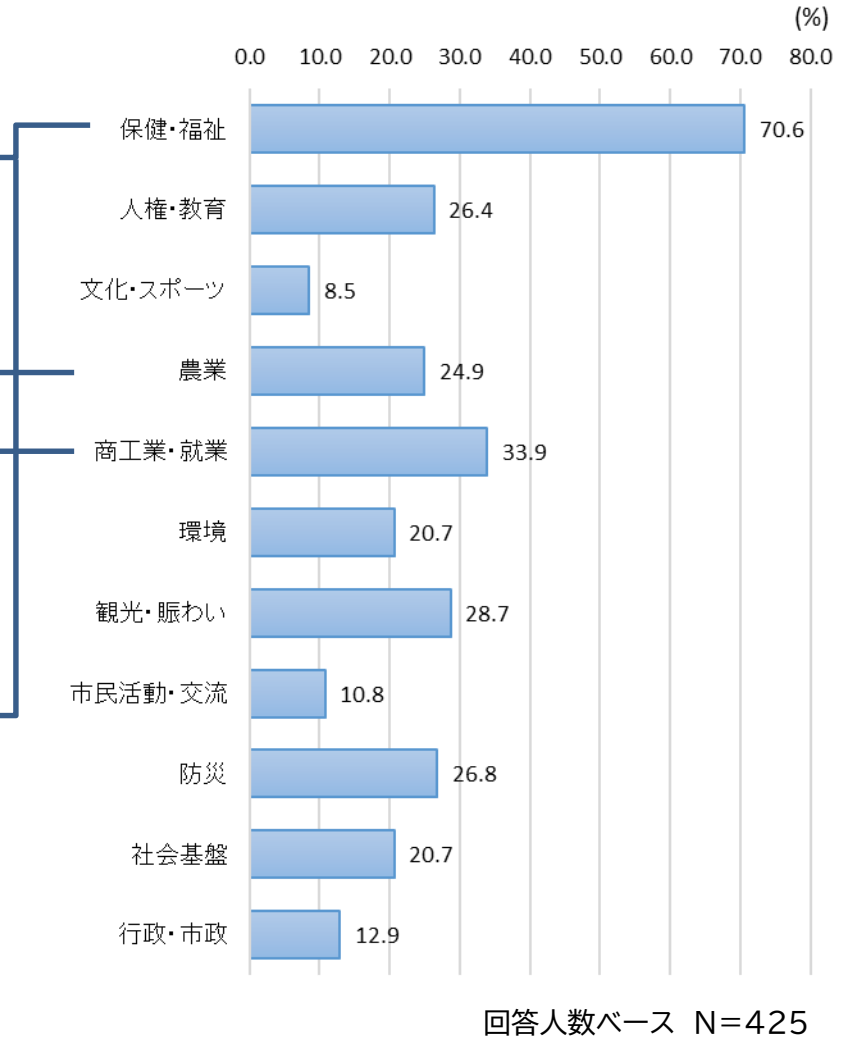
- 年代別の傾向をみると、10代は「学校教育・家庭支援」、20～30代は「子ども・子育て」、50代以上で「医療・介護・保健・福祉」、70代で「地域経済・産業・就労」を投資分野としてあげる人の割合が多い⇒分野それぞれの**受益者世代に関心が高くなる傾向**
- 参考として市職員の考える重要分野とは、一人当たりの回答数が異なる違いはあるが、**市民の方が3つの分野により集中している**

## 今回調査の「投資すべき分野」(3つまで)



## 【参考】5次総時(H25年)のアンケート

「10年先の塩尻」を考えた時に特に重要な分野  
(3つまで選択)





## ②大事だと思うまちづくりのキーワード

<合計回答数> ※5つまで回答

		度数(件)	割合(%) ※人数ベース	割合(%) ※件数ベース
子ども・子育て	1 少子化対策 ①	329	34.7	7.8
	2 産む環境の整備 ③	261	27.5	6.2
	3 保育人材の確保	106	11.2	2.5
	4 相談・支援体制の整備	100	10.5	2.4
学校教育・家庭支援	5 特色ある教育	96	10.1	2.3
	6 不登校対策	74	7.8	1.7
	7 発達・特別支援の対応	60	6.3	1.4
	8 インクルーシブ教育の推進	25	2.6	0.6
	9 子どもの貧困対策 ⑨	125	13.2	3.0
	10 デジタル技術の活用	80	8.4	1.9
伝統・文化・スポーツ・生涯学習	11 文化・歴史・文化財の継承	64	6.8	1.5
	12 スポーツの振興	49	5.2	1.2
	13 課題解決型図書館	0	0.0	0.0
	14 生涯学習・継続的な学び	33	3.5	0.8
地域経済・産業・就労	15 雇用対策・Uターン就職促進 ⑤	227	23.9	5.4
	16 地域内循環・エコシステムの促進	23	2.4	0.5
	17 農林業の振興 ⑥	151	15.9	3.6
	18 商業・サービス業の振興 ⑩	123	13.0	2.9
	19 工業、企業誘致の推進	115	12.1	2.7
	20 稼ぐ力の向上、労働生産性の向上、高付加価値化	84	8.9	2.0
環境・気候	21 AI・ロボット化	24	2.5	0.6
	22 気候変動への対応	77	8.1	1.8
	23 脱炭素(カーボンニュートラル)の推進	28	3.0	0.7
	24 グリーン成長戦略への対応	7	0.7	0.2
	25 再生可能エネルギーの導入	53	5.6	1.3

		度数(件)	割合(%) ※人数ベース	割合(%) ※件数ベース
地域ブランド・観光・交流	26 ビックワライド、市への愛着の醸成	28	3.0	0.7
	27 塩尻地域ブランドの確立	98	10.3	2.3
	28 ワイン・漆器など地場産業の振興	72	7.6	1.7
	29 観光資源の磨き上げ	53	5.6	1.3
	30 稼げる観光地づくり	113	11.9	2.7
	31 塩尻ファンや関係人口の獲得	46	4.9	1.1
地域社会	32 自治会組織の見直し ⑦	136	14.3	3.2
	33 住民同士の支え合い	75	7.9	1.8
	34 自助・互助・共助・公助の整理	27	2.8	0.6
	35 医療体制の充実 ②	301	31.8	7.1
医療・介護・保健・福祉	36 医療・介護人材の確保 ④	235	24.8	5.6
	37 介護予防・健康寿命の延伸	97	10.2	2.3
	38 障がい者の社会参加促進	41	4.3	1.0
	39 複合的な地域福祉課題への対応	56	5.9	1.3
	40 ダイバーシティ共生社会の実現	20	2.1	0.5
	41 地域防災体制・意識の強化	76	8.0	1.8
防災・インフラ・都市計画	42 自然災害や感染症リスクへの備え	94	9.9	2.2
	43 公共施設の計画的な維持管理	51	5.4	1.2
	44 コミュニティ外なまちづくり	44	4.6	1.0
	45 地域公共交通の充実 ⑧	127	13.4	3.0
	46 市民参画・市民協働の促進	13	1.4	0.3
行政運営・参画協働	47 スマート自治体の実現	27	2.8	0.6
	48 DX推進	19	2.0	0.4
	49 行財政改革	23	2.4	0.5
その他	50 その他	36	3.8	0.9
合計(回答人数)		948		
合計(回答件数)		4,233		

- 大事だと思うまちづくりのキーワードは、「**少子化対策**」「**医療体制の充実**」「**産む環境の整備**」「**医療・介護人材の確保**」「**雇用対策・Uターン就職促進**」がベスト5。これらが
- 社会潮流的には重要キーワードといえる**脱炭素など環境・気候分野**や、**DXなど行政改革分野**の市民の関心は高くない

その他の主なキーワード(抜粋)

- 教育現場の教師の負担軽減、教員の人材確保
- 高校卒業後の進学の金銭的な支援
- お金に関する教育
- 農地の宅地化推進
- 住環境の整備(マンション、住宅地の整備)
- 空き家対策
- 道路整備
- 市のゴミ処理場の建設



<年代別の合計回答数の比較>

※割合は各年代の回答人数ベース

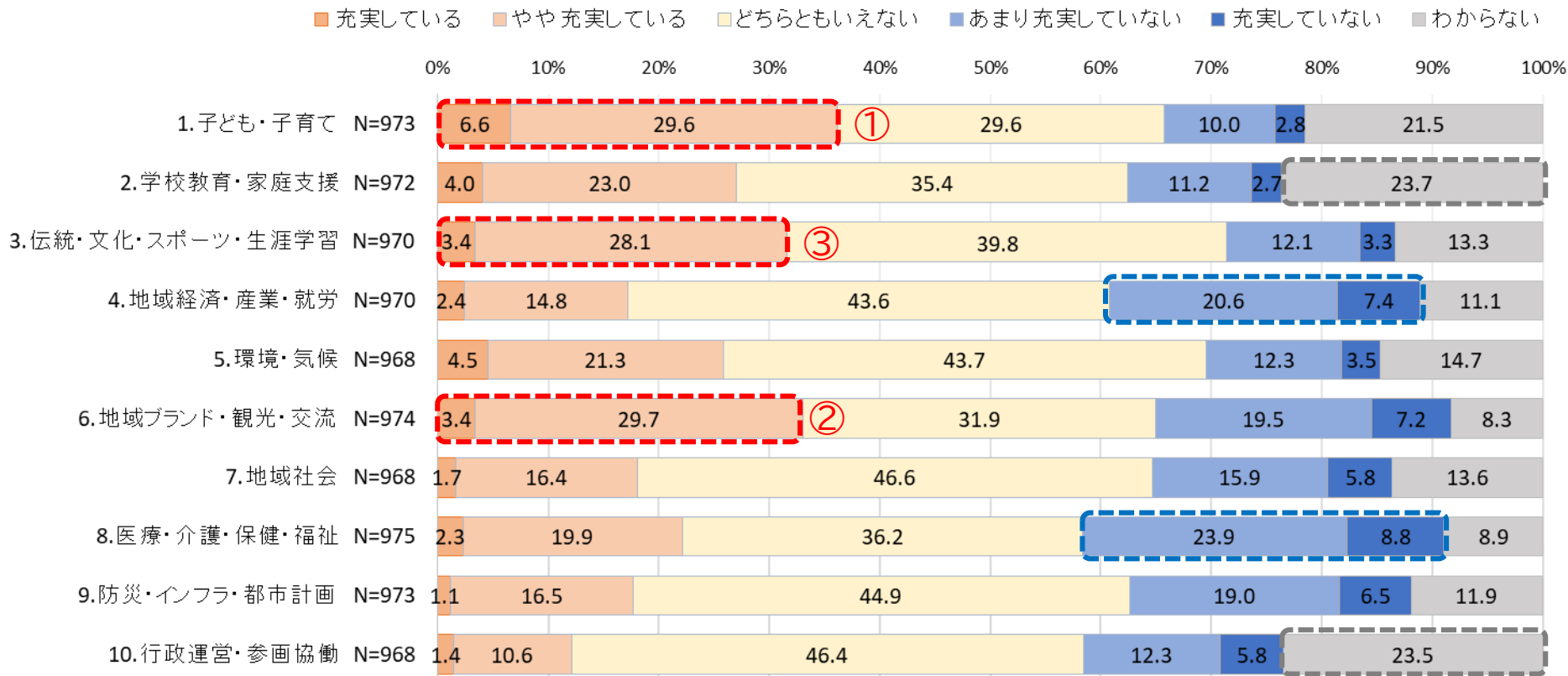
		全体	15-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	70-79歳
子ども・子育て	少子化対策	34.7	33.3	35.9	41.7	29.2	28.2	36.8	41.4
	産む環境の整備	27.6	19.4	35.9	38.3	28.7	19.5	23.5	32.1
	保育人材の確保	11.2	5.6	21.8	15.7	13.5	11.3	7.4	5.7
	相談・支援体制の整備	10.6	11.1	12.8	18.3	9.6	8.7	11.3	5.7
学校教育・家庭支援	特色ある教育	10.0	8.3	11.5	13.9	9.6	7.2	11.3	9.3
	不登校対策	7.8	33.3	7.7	7.0	10.1	6.7	4.4	5.7
	発達・特別支援の対応	6.3	13.9	1.3	12.2	8.4	6.7	3.4	3.6
	インクルーシブ教育の推進	2.6	0.0	3.8	3.5	5.1	1.5	2.5	0.7
	子どもの貧困対策	13.1	27.8	10.3	14.8	14.6	11.8	13.7	8.6
	デジタル技術の活用	8.2	16.7	14.1	14.8	10.7	6.7	3.9	2.9
伝統・文化・スポーツ・生涯学習	文化・歴史・文化財の継承	6.8	8.3	3.8	3.5	4.5	8.2	7.4	10.7
	スポーツの振興	5.2	5.6	6.4	5.2	9.0	6.7	2.5	1.4
	課題解決型図書館	1.2	2.8	1.3	2.6	0.6	0.5	1.0	1.4
	生涯学習・継続的な学び	3.5	11.1	1.3	1.7	1.1	5.6	4.4	2.9
地域経済・産業・就労	雇用対策・Uターン就職促進	24.0	13.9	21.8	27.0	23.6	26.7	22.1	25.0
	地域内循環・エコシステムの促進	2.4	0.0	5.1	3.5	2.2	1.5	3.9	0.0
	農林業の振興	16.0	16.7	3.8	9.6	13.5	15.4	23.0	21.4
	商業・サービス業の振興	13.0	11.1	16.7	20.9	11.8	14.9	10.8	7.1
	工業・企業誘致の推進	12.2	0.0	9.0	5.2	14.0	14.4	14.7	13.6
	稼ぐ力の向上、労働生産性の向上、高付加価値化	8.8	5.6	14.1	9.6	9.6	7.7	8.3	7.1
環境・気候	AI・ロボット化	2.5	2.8	2.6	0.9	5.1	2.6	2.0	1.4
	気候変動への対応	8.0	5.6	5.1	5.2	3.4	10.3	11.3	10.7
	脱炭素(カーボンニュートラル)の推進	3.0	5.6	1.3	0.0	1.7	2.1	6.9	2.9
	グリーン成長戦略への対応	0.7	0.0	1.3	0.0	0.0	1.0	1.0	1.4
地域ブランド・観光・交流	再生可能エネルギーの導入	5.6	5.6	3.8	2.6	5.6	5.6	7.8	5.7
	シビックプラウド、市への愛着の醸成	3.0	5.6	1.3	3.5	1.7	4.6	1.5	4.3
	塩尻地域ブランドの確立	10.4	2.8	9.0	7.8	12.9	11.8	9.8	10.7
	ワイン・漆器など地場産業の振興	7.6	19.4	10.3	4.3	3.9	8.7	7.8	8.6
	観光資源の磨き上げ	5.6	8.3	3.8	2.6	6.2	7.2	8.3	1.4
	稼げる観光地づくり	11.9	5.6	11.5	18.3	10.1	12.3	11.8	10.7
地域社会	塩尻ファンや関係人口の獲得	4.9	2.8	2.6	6.1	9.0	5.1	3.4	2.1
	自治会組織の見直し	14.4	8.3	5.1	12.2	18.5	13.8	13.2	20.0
	住民同士の支え合い	7.9	2.8	6.4	2.6	3.9	7.7	10.3	16.4
	自助・互助・共助・公助の整理	2.9	0.0	1.3	0.9	3.4	3.1	2.9	5.0
医療・介護・保健・福祉	医療体制の充実	31.7	27.8	23.1	38.3	36.0	31.3	29.4	30.7
	医療・介護人材の確保	24.8	19.4	16.7	16.5	21.9	29.7	27.9	30.0
	介護予防・健康寿命の延伸	10.3	5.6	2.6	7.8	7.3	13.3	10.3	17.1
	障がい者の社会参加促進	4.3	2.8	5.1	0.9	5.1	5.6	4.4	4.3
	複合的な地域福祉課題への対応	5.9	2.8	1.3	0.9	7.3	9.2	6.9	5.7
	ダイバーシティ・共生社会の実現	2.1	0.0	0.0	0.9	3.4	3.1	3.4	0.0
防災・インフラ・都市計画	地域防災体制・意識の強化	7.9	8.3	3.8	3.5	7.3	7.2	12.7	8.6
	自然災害や感染症リスクへの備え	9.9	0.0	6.4	6.1	10.1	11.8	11.3	12.9
	公共施設の計画的な維持管理	5.4	11.1	2.6	2.6	4.5	5.6	7.8	5.0
	エンハクなまちづくり	4.7	0.0	5.1	0.9	3.4	6.7	5.9	5.7
行政運営・参画協働	地域公共交通の充実	13.4	13.9	14.1	7.8	12.4	16.4	13.7	14.3
	市民参画・市民協働の促進	1.4	0.0	0.0	0.0	1.7	1.0	1.0	4.3
	スマート自治体の実現	2.9	0.0	7.7	0.9	2.2	1.5	2.9	5.0
	DX推進	2.0	0.0	3.8	1.7	2.2	2.1	1.0	2.9
その他	行財政改革	2.4	0.0	2.6	2.6	2.8	1.0	2.9	3.6
	その他	3.8	5.6	2.6	4.3	5.1	4.6	3.4	1.4
	(回答人数)	946	36	78	115	178	195	204	140

全体の割合に比べ  
10%以上高い

全体の割合に比べ  
5%以上高い

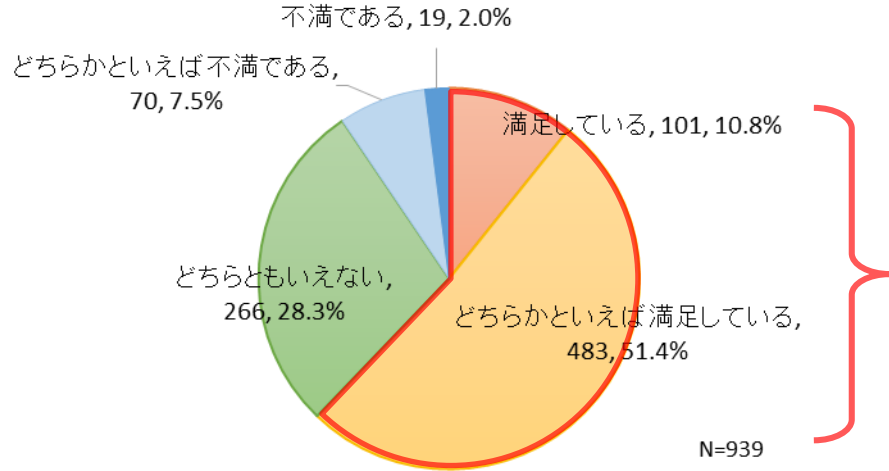
- 年代別の傾向をみると、
- 10代で「不登校対策」や「子どもの貧困対策」など学校教育・家庭支援分野のキーワードが、全体よりも高い傾向がみられる。
  - 30代と高齢層で「少子化対策」、30代では「産む環境の整備」のキーワードをあげる人が多い。
  - 高齢層で「自治会」関連や「医療・介護」関連が全体よりも高い傾向がみられる。

### ③まちづくり分野別の充実度評価



- 各分野の充実度(充実している+やや充実している)は「子ども・子育て」「地域ブランド・観光・交流」「伝統・文化・スポーツ・生涯学習」の順で高い。
- 逆に、投資分野として多くの人が重要としている「医療・介護・保健・福祉」「地域経済・産業・就労」で低評価が多くなっている。
- 「学校教育・家庭支援」「行政運営・参画協働」「子ども・子育て」分野は2割以上の市民がわからないと答えており、市の取組が見えていない可能性がある。

## ④塩尻市の暮らし満足度

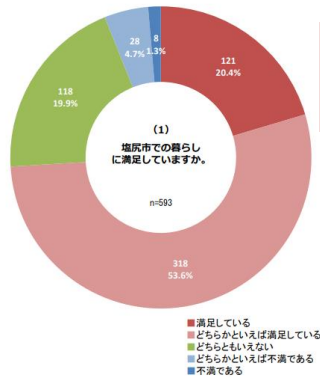


暮らし満足度  
62.2%

- ▶ 暮らしの満足度は第5次の調査時より5ポイント以上、減少している。
- ▶ また、R3年度塩尻市市民意識調査時(R4.1)の暮らし満足度は74.0%であり、今回の調査結果は通常意識調査よりも厳しい満足度評価となっている。

### <経年比較>

#### R3年度市民意識調査



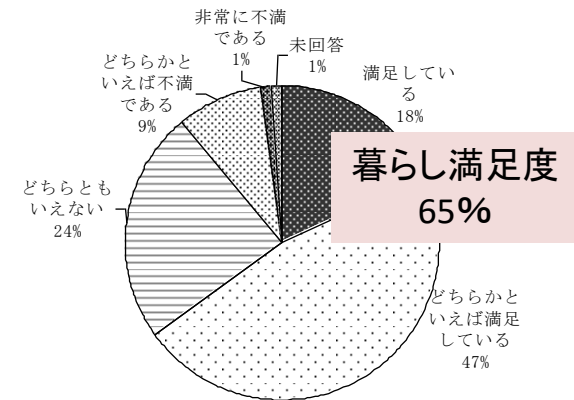
暮らし満足度  
74.0%

#### 第5次(H25)

暮らし満足度  
71.3%

満足度	度数(人)	割合(%)
満足	86	18.8
どちらかといえば満足	240	52.5
どちらともいえない	94	20.6
どちらかといえば不満	30	6.6
不満	6	1.3
無効回答	1	0.2
合計	457	100.0

#### 第4次(H15)

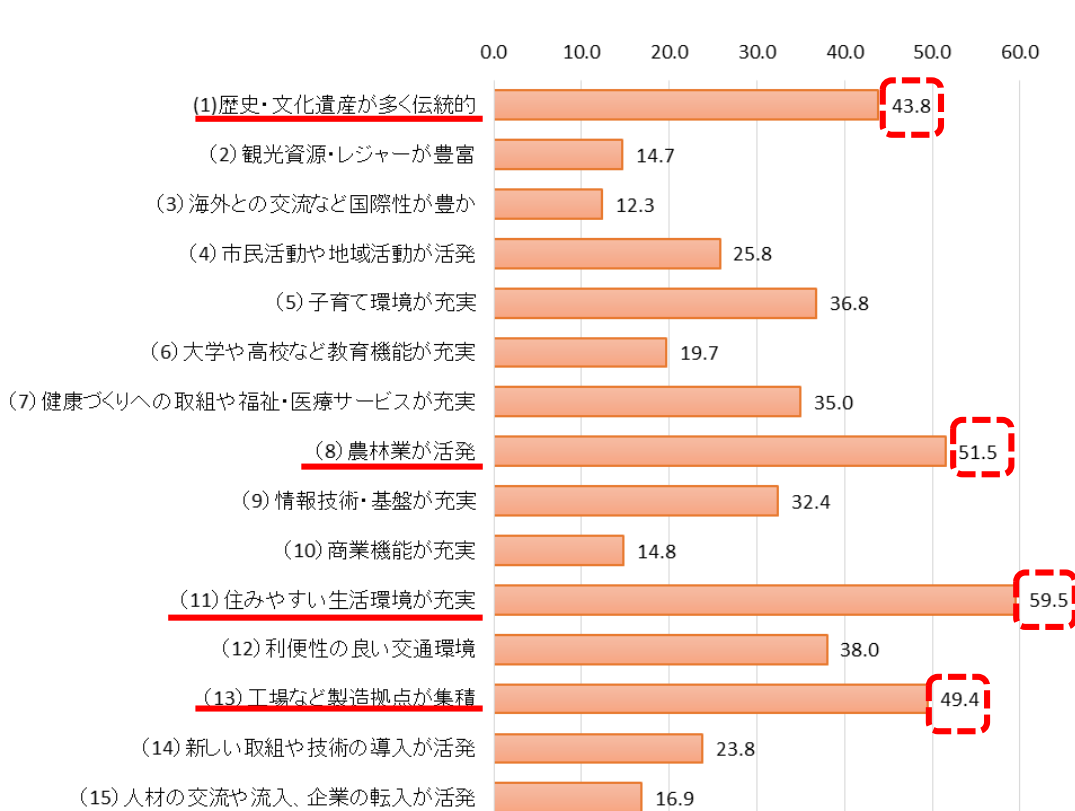


# (3) 塩尻市の魅力と特徴～ブランドイメージ

## ①まちのイメージ(塩尻市)

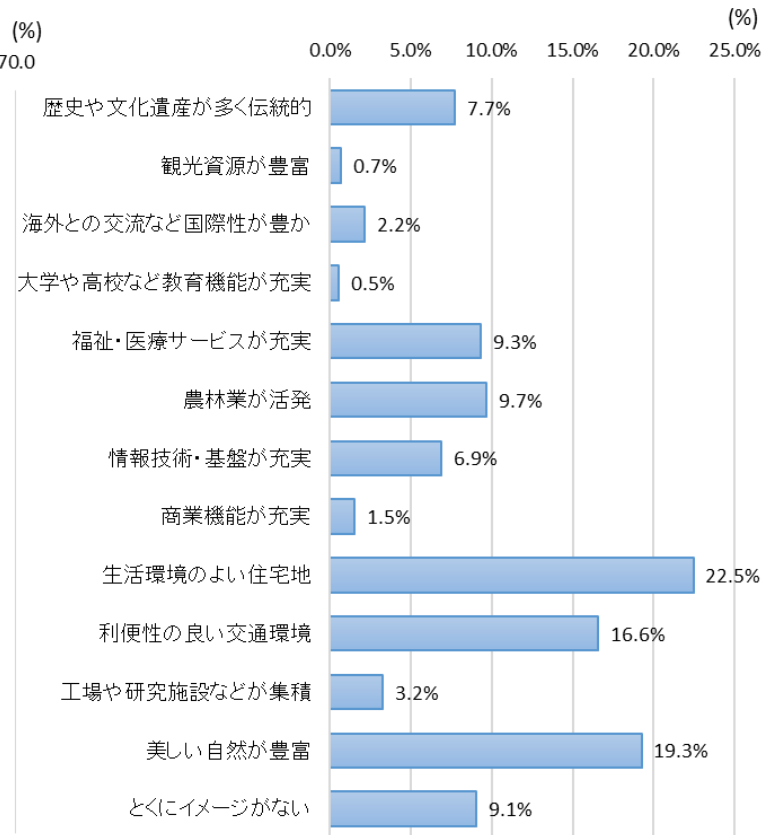
▶ **住みやすい生活環境、農林業、製造拠点が集積、歴史・文化遺産が4割を超え**、塩尻市のイメージの上位となっている。

今回調査の塩尻イメージ(あてはまる+ややあてはまるの合計値)



【注】上記の全15項目について、4地域(塩尻市、松本市、安曇野地域、諏訪地域)それぞれどの程度あてはまるかを選択する方式。

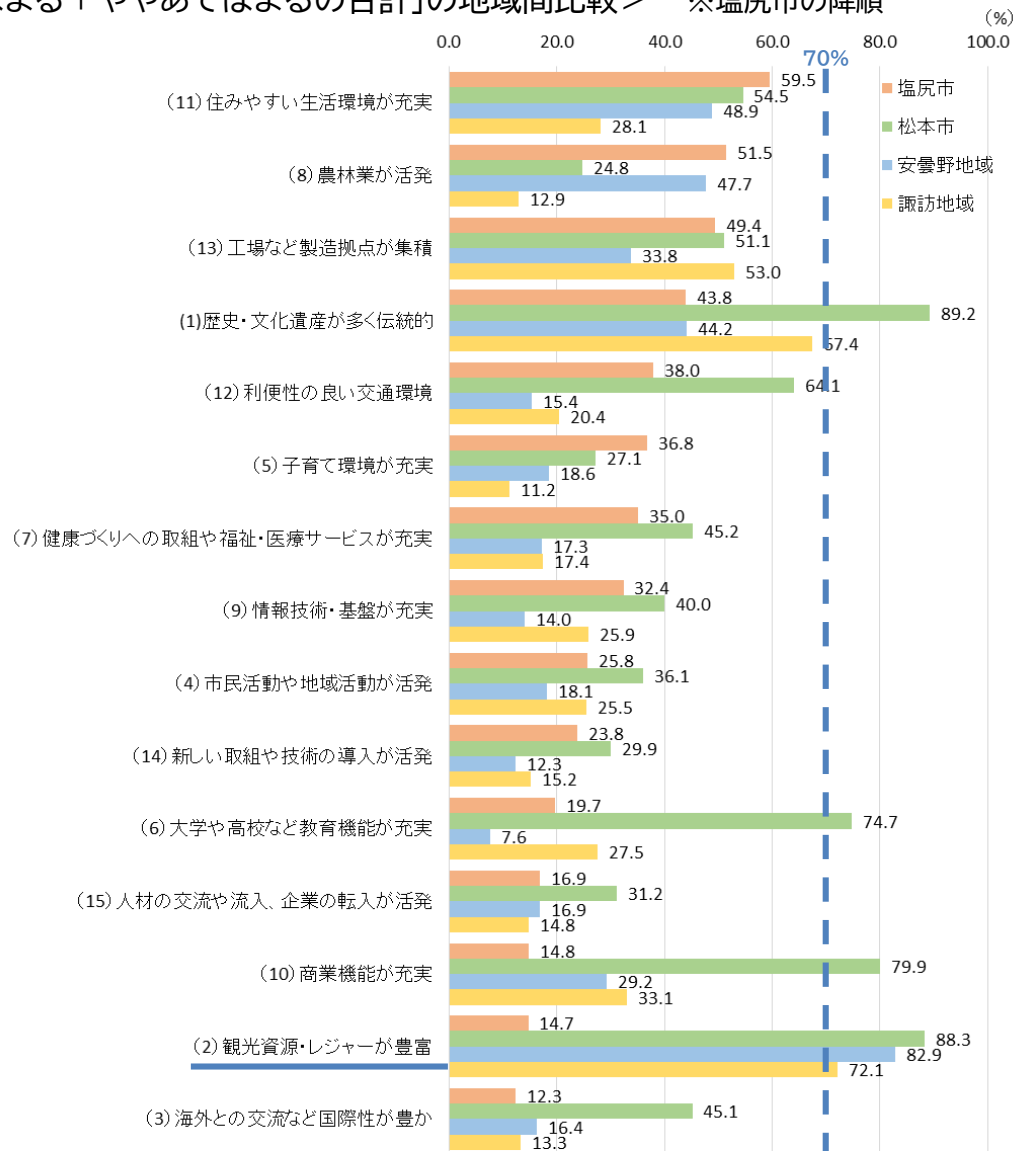
【参考】第4次総時(H15)の塩尻イメージ



【注】近隣地域と塩尻市についてどのようなイメージを強く持っているか、6地域(塩尻、松本、朝日・山形・波田、安曇野、木曾、岡谷・諏訪)それぞれ2項目まで選択する設問。今回調査と聞き方が異なるため、単純な比較はできない

## まちのイメージ(近隣地域との比較)

<「あてはまる+ややあてはまるの合計」の地域間比較> ※塩尻市の降順

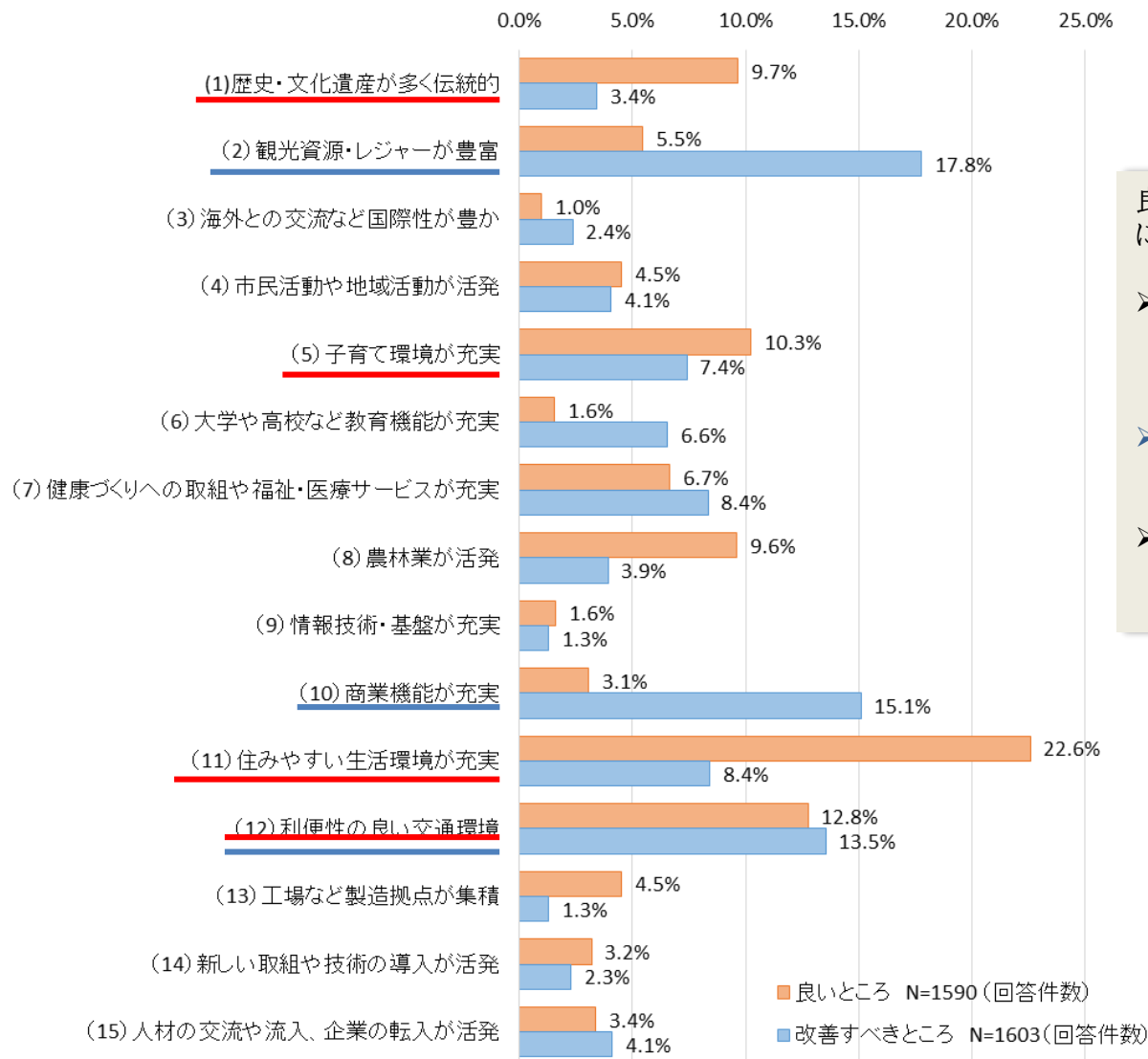


まちのイメージを松本市、安曇野地域、諏訪地域との比較をしたもの

- 塩尻市のイメージでは70%以上となるような強いイメージがない。
- 塩尻市民の松本市に対するイメージは際立っている
- イメージが観光資源・レジャーは特に他の3地域と大きく差がある

## ②塩尻市の「よいところ」「改善すべきところ」

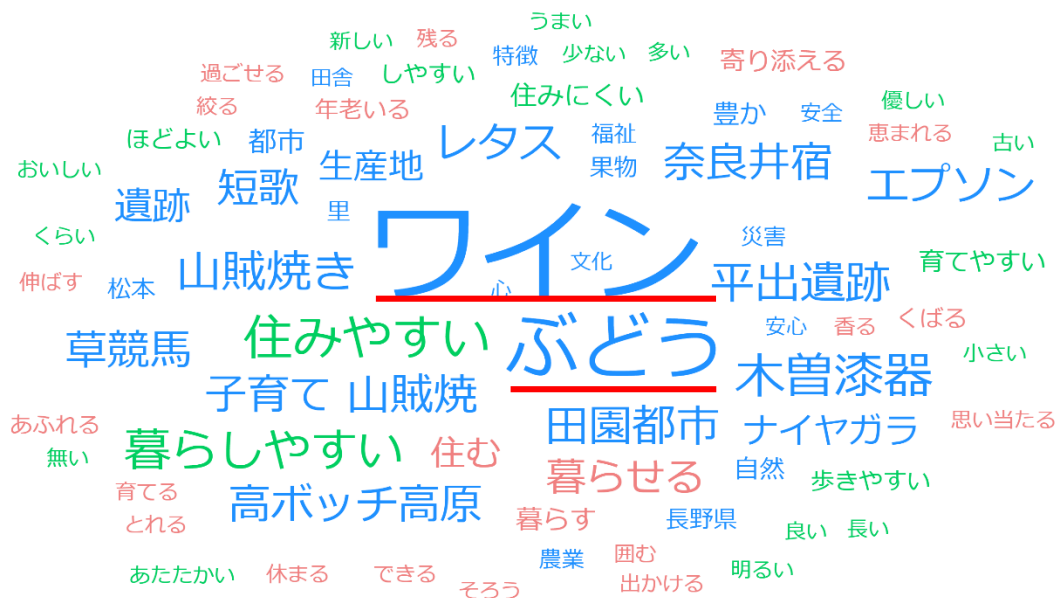
<良いところ・改善すべきところのイメージ項目> (各3つまで)



良いところ・改善すべきところを具体的に挙げたイメージ項目の量をみたもの

- 良いところとして最も多くあげられたのは「住みやすい生活環境」、次いで「交通環境」「子育て環境」「歴史・文化遺産」「農林業」の順。
- 改善すべきところは、「観光・レジャー」「商業機能」「交通環境」が多くあげられている。
- 「交通環境」は良いところとして評価する声もあるが、改善すべきところとしてもあげられている。

### ③塩尻市らしさのキーワード(「〇〇」といえば塩尻市)の想起状況



名詞	スコア	出現頻度
ワイン	671.85	226
ぶどう	320.34	74
子育て	14.10	16
レタス	15.72	9
街	2.99	9
木曽漆器	85.16	8
田園都市	23.96	7
遺跡	19.89	7
山賊	15.95	6
自然	1.44	6
安心	0.59	6
エプソン	23.50	5
短歌	12.04	5

#### ワードクラウド

※スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさと色で図示したもの。単語の色は、青色が名詞、赤色が動詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表す。

#### 単語出現頻度

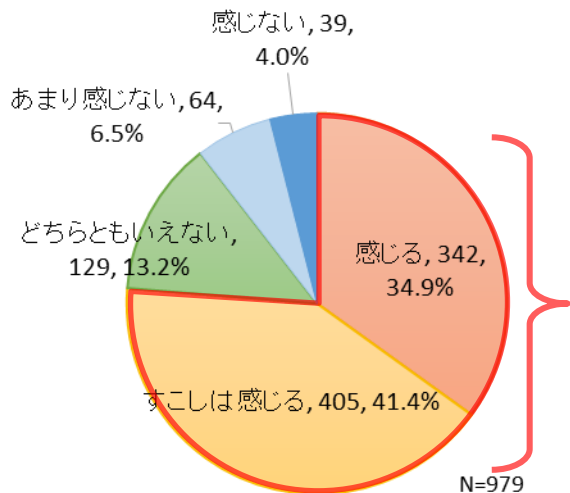
※文章中に出現する単語の頻出度を表す。「スコア」の大きさは、与えられた文書の中でその単語がどれだけ特徴的であるかを表す。

- 塩尻市らしさのキーワードとして、最も多くあがった単語が「ワイン」で他を大きく引き離している。
- 次ぐ「ぶどう」と合わせて、「ワインとぶどう」は、多くの市民が想起する塩尻らしさといえる。



# (4) 塩尻市民のシビックプライド

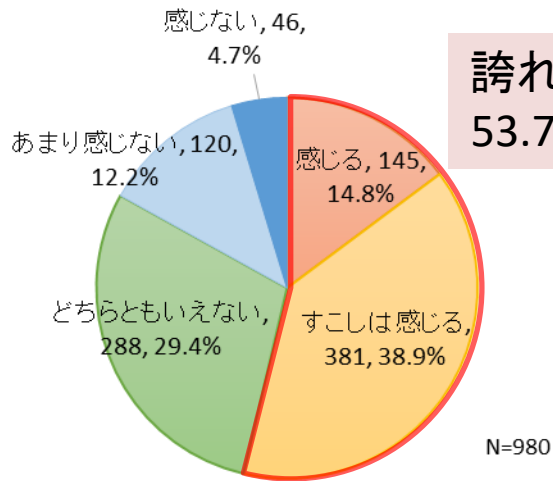
## ①「自分のまち」としての愛着



➤ 愛着度は第5次の調査時よりも3ポイント増加し、**76.3%**

**愛着度  
76.3%**

## ②「他の地域の人たちに誇れるまち」だと感じるか



**誇れる  
53.7%**

➤ 他の地域の人たちに誇れるとする市民は53.7%で過半数にのぼっている。

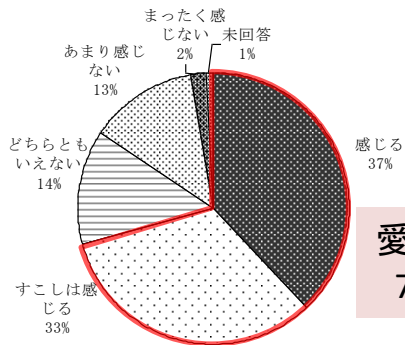
<経年比較>

### 第5次 (H25)

愛着	度数(人)	割合(%)
感じる	172	37.6
少しは感じる	163	35.7
どちらともいえない	56	12.3
あまり感じない	57	12.5
全く感じない	8	1.8
無効回答	1	0.2
合計	457	100.0

**愛着度  
73.3%**

### 第4次 (H15)



**愛着度  
70%**

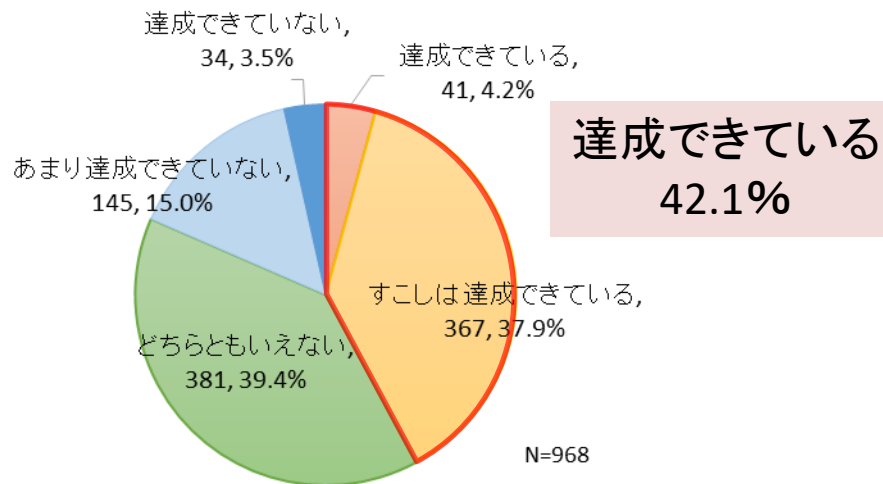
【参考】市民意識調査の類似設問  
「塩尻市を誇りに思うか」(そう思う・計)

	そう思う・計 (%)
H27	51.1
H28	47.0
H29	47.7
H30	48.3
R1	49.4
R2	49.4
R3	53.0

# (5) 都市像の評価

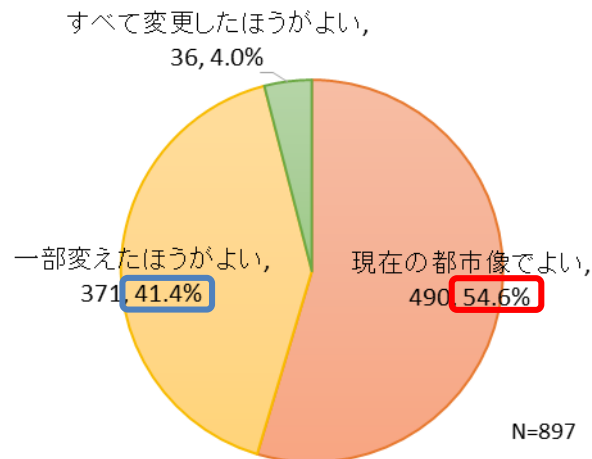
『確かな暮らし 未来につなぐ田園都市』

## ①現在の都市像の達成度



- 都市像を達成できている+少しは達成できていると評価する市民は**42.1%**
- **どちらともいえないという回答も約4割と多い。**

## ②都市像の変更の必要性



【参考】第5次(H25)

『ともに築く 自立と創造の田園都市』

都市像	度数(人)	割合 (%)
現在のままで良い	316	69.1
一部変えたほうが良い	81	17.7
まったく変更したほうが良い	13	2.8
無効回答	47	10.3
合計	457	100.0

- 「現在の都市像でよい」とする回答が半数を超えてはいるが、前回の『ともに築く 自立と創造の田園都市』の時に比べ、「一部変えたほうがよい」という意見が増えており、変更意見も少なくない。