

第2回未来の成人式を考えるアンケート調査結果について

調査概要

[調査対象] 5～6月に実施した1回目アンケートの19歳の調査対象者3,000人 ※R7年1月開催の成人式の対象者

[調査期間] 令和6年12月23日(月)～令和7年1月10日(金)

[調査方法] A群とB群に分けて紙の調査票を郵送し、調査票の返送またはオンラインによる回答

※A群:1回目アンケート結果のみ送付、B群:1回目アンケート結果+市民会議結果を送付

[調査結果] 回答数:189件(A:86件[紙29件、WEB57件]、B:103件[紙56件、WEB47件]) 回答率:6.3%(A:5.7%、B:6.9%)

【実施主体】Q. 地域が主体となって実施することが困難になる恐れがあることについて(複数回答)

- 地域から祝ってほしいという回答が最も多い。調査Bの方が「地域のお手伝いなど協力したい」「企画から運営まで関わってみたい」と回答した方が6～7ポイント多い。

選択肢	調査A N=86	調査B N=103	AとB の差	(参考)1回目 N=557
地域から祝ってほしい	46.5	51.5	5.0	46.7
行政が主体となって開催した方がよい	39.5	35.0	▲4.5	31.4
実施主体の事情は自分には関係ない	11.6	10.7	▲0.9	15.1
地域のお手伝いなど自分も協力したい	9.3	16.5	7.2	12.9
自分が企画から運営まで関わってみたい	4.7	10.7	6.0	5.2
その他	2.3	4.9	2.6	6.1
分からない	15.1	11.7	▲3.4	14.9

※結果の数値は%、差は%ポイント

【財源】Q. 運営資金の確保をどのように行うのが良いと思うか。(複数回答)

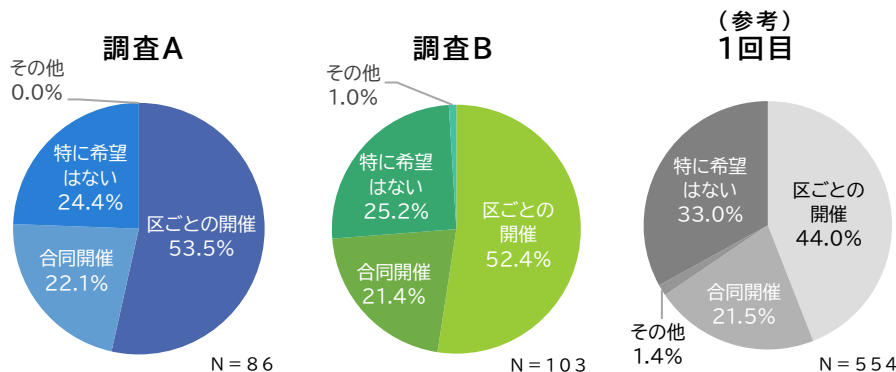
- いずれも「限られた運営資金の中でできることを実施するべき」の回答が最も多い。
- 次いで、「大規模な寄付の呼びかけ」「行政からの補助を増やすべき」の回答が多く、この2つは調査Bの方が5～6ポイント高い。

選択肢	調査A N=86	調査B N=102	AとB の差	(参考)1回目 N=557
限られた運営資金の中でできることを実施するべき	51.2	48.0	▲3.2	46.0
大規模な寄付の呼びかけなどで資金を募ればよい	24.4	30.4	6.0	24.4
行政からの補助を増やすべき	24.4	29.4	5.0	22.3
地元企業がもっと寄付を行えばよい	18.6	22.5	3.9	18.7
成人式を実施する必要はない	17.4	14.7	▲2.7	16.7
成人式を中止し、新成人のための別事業に資金を投じるべき	12.8	3.9	▲8.9	14.2
参加者から費用を徴収したらよい	11.6	9.8	▲1.8	15.4
地域住民がもっと寄付を行えばよい	4.7	3.9	▲0.8	7.4
その他	0.0	2.0	2.0	2.5
分からない	7.0	9.8	2.8	8.1

※結果の数値は%、差は%ポイント

【開催場所】Q. 今後の開催方法として希望するもの

- 調査Aと調査Bで回答の傾向はほぼ変わらず、5割以上の方が区ごとの開催を希望している。



Q アンケート調査に協力した理由(複数回答)

- 調査Aは「成人式は自分にとって大事なイベント」の回答が最も多く、調査Bは「R7.1に成人式を迎えるため身近な話題」の回答が最も多い。この2つは、テーマが自分事として捉えられる理由である。

選択肢	調査A N=85	調査B N=99	AとB の差	(参考)1回目 N=557
成人式は自分にとって大事なイベント	47.1	26.3	▲20.8	32.9
R7年1月に成人式を迎えるため身近な話題	36.5	51.5	15.0	46.7
回答にそれほど手間がかからない	31.8	39.4	7.6	35.5
札幌市からのアンケートに義務感を感じた	22.4	26.3	3.9	28.0
成人式をもっと良いイベントにしたい	15.3	13.1	▲2.2	16.7
自分の意見を参考にしてもらいたい	12.9	12.1	▲0.8	12.7
自分の考えや意見を市に伝える機会が普段はない	12.9	11.1	▲1.8	—
回答者として自分が選ばれたことに特別感を感じた	12.9	7.1	▲5.8	17.4
封筒や調査票のデザインに興味を引かれた	1.2	0.0	▲1.2	1.4
その他	1.2	4.0	2.8	6.3

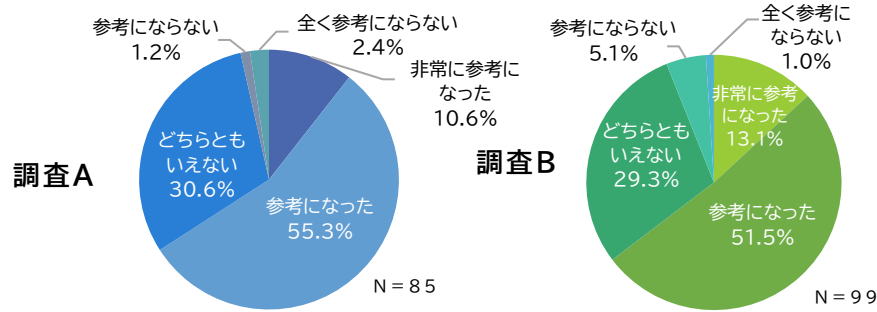
※結果の数値は%、差は%ポイント

第2回未来の成人式を考えるアンケート結果について

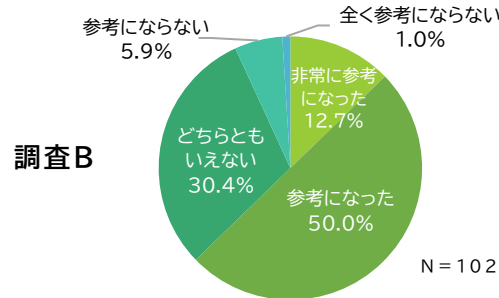
【結果を周知することの効果】

- 1回目アンケート、市民会議結果が参考になったと回答した方が6割以上、市民会議結果に気づきや学びがあったと回答した方が6割近くおり、結果を周知することは有効であると考えられる。

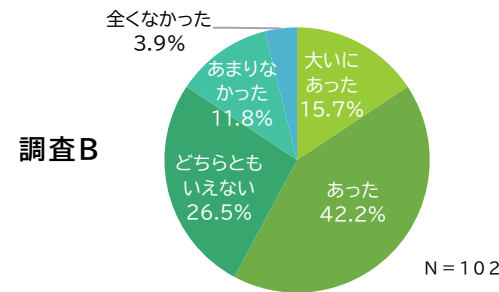
Q 1回目アンケート結果は参考になったか。



Q 市民会議結果は参考になったか。

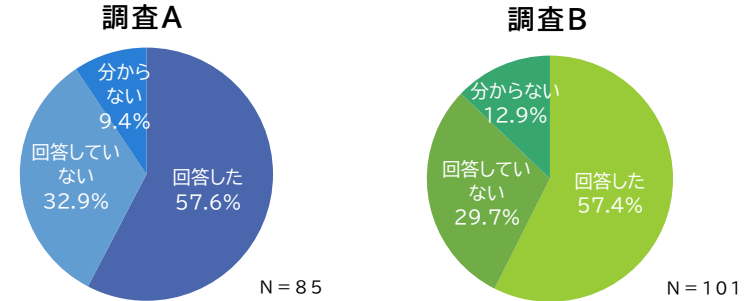


Q 市民会議結果に気づきや学びはあったか。



Q 1回目アンケート調査に回答したか。

- 2回目アンケートの回答者のうち、1回目アンケートにも回答した方は57%程度、1回目アンケートに回答していない方は3割程度いた。

Q 今回アンケート調査に協力した理由
(※1回目アンケートに回答していない方が対象)

- 「今回は時間に余裕があった」「前回は調査があったことに気づけなかった」と回答した方が多く、この2つを合わせて5割程度を占めており、アンケートの回答にはタイミングが大きく影響することが考えられる。
- 「札幌市から継続してお知らせや依頼があった」と回答した方の割合は低く、何度もアプローチすることによる、サイレント・マジョリティの掘り起こしにはあまり効果がないと考えられる。

選択肢	調査A N=28	調査B N=29	AとB の差
今回は時間に余裕があった	32.1	17.2	▲14.9
前回は調査があったことに気づけなかった	21.4	27.6	6.2
成人式を直前に控えており、成人式に対する関心が高まった	17.9	6.9	▲11.0
札幌市から継続してお知らせや依頼があった	10.7	13.8	3.1
同封された資料を読んで、興味・関心が高まった	10.7	3.4	▲7.3
その他	0.0	3.4	3.4
特に理由はない	7.1	27.6	20.5

※結果の数値は%、差は%ポイント

まとめ

- 市民会議結果の情報提供は、実施主体や財源の設問で調査Bの方が結果に影響される回答の割合が多くなっている結果から、市民会議結果を知らせることによる学習効果があった可能性があると考えられる。
- 1回目アンケート結果や市民会議結果が参考になったと回答した方が多く、情報提供の効果はあったものと考えられる。
- 同じ対象に継続してアプローチすることは、回答数の大幅な減少というデメリットがある一方で、タイミングが合えば意見を出してもらえる可能性があり、アンケートの設問数を少なくしたり、答えやすい内容にするなど、回答してもらいやすい工夫が必要である。