

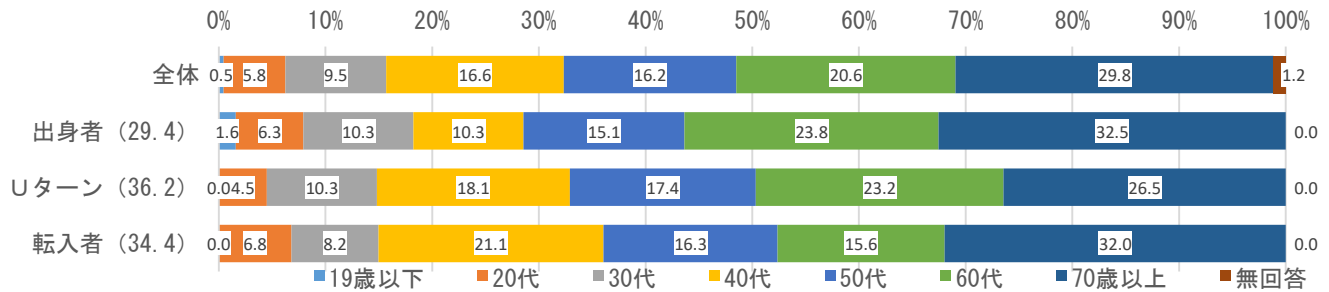
# 令和6年度 新居浜市都市イメージに関する調査結果について

## ①市民アンケート調査

### 1 調査設計

- (1) 調査対象 本市に居住する18歳以上の市民
- (2) 対象者抽出方法 住民基本台帳による無作為抽出
- (3) 調査方法 郵送配布・回収
- (4) 実施期間 令和7年2月～3月
- (5) 回収結果 有効回収数 433件（配布数1,500件、回収率28.9%）

### 2 回答者の属性



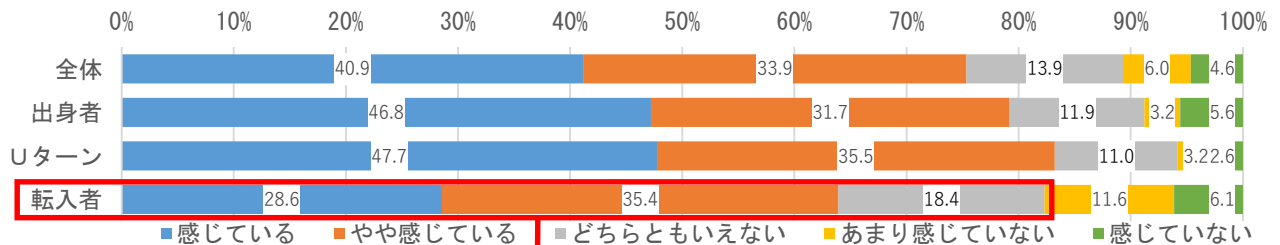
回答者の約半数が60代以上

出身者、Uターン、転入者が約1/3ずつ

### 3 主な調査結果

#### ○シティブランド戦略の目標指標

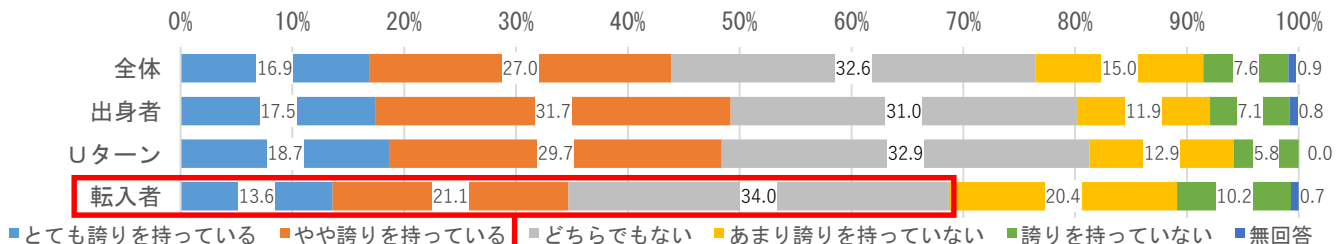
##### ■ 新居浜市への好意度



78.5% (R1) → 82.8% (R2) → 82.3% (R3)  
→ 76.5% (R4) → 81.0% (R5) → 82.4% (R6)

★令和7年度目標指標  
85.0%  
令和3年度に目標を達成したため  
上方修正82.0%→85.0%へ

##### ■ 新居浜市への誇り度

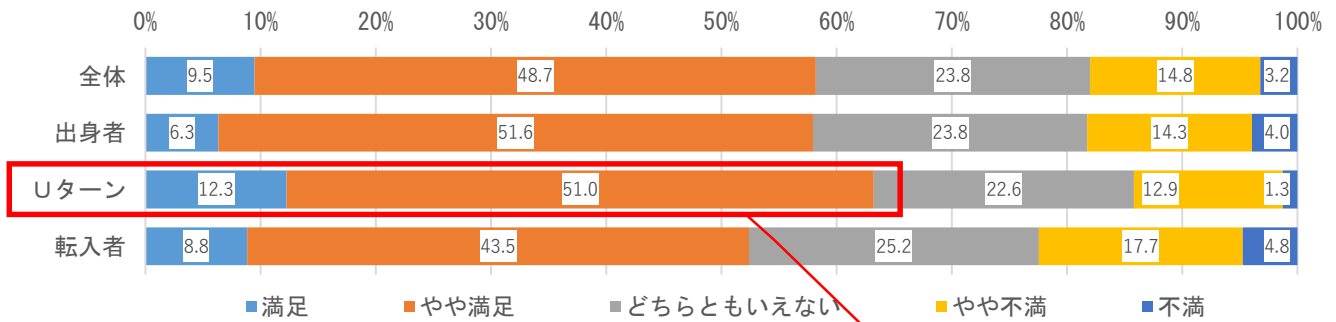


56.0% (R1) → 59.2% (R2) → 72.6% (R3)  
→ 69.4% (R4) → 72.5% (R5) → 68.7% (R6)

★令和7年度目標指標  
75.0%  
令和3年度に目標を達成したため  
め上方修正60.0%→75.0%へ

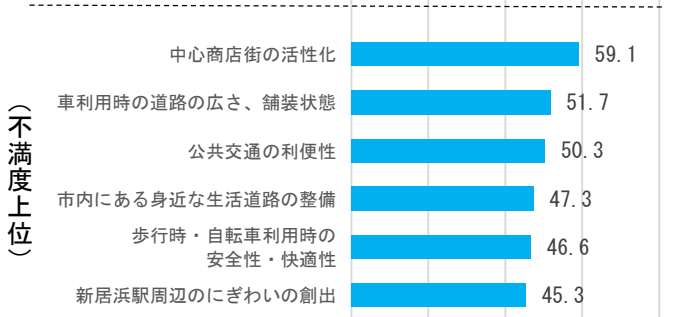
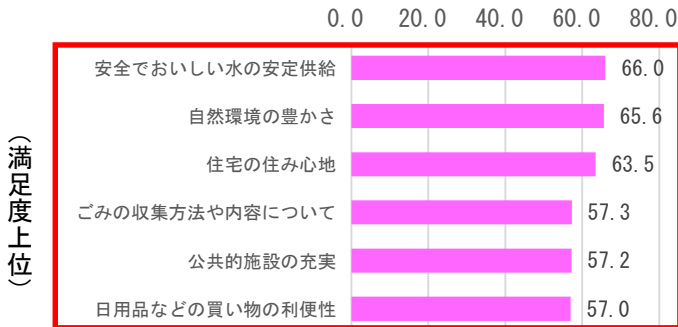
## ○その他の主な調査結果

### ■ 新居浜市の住み心地

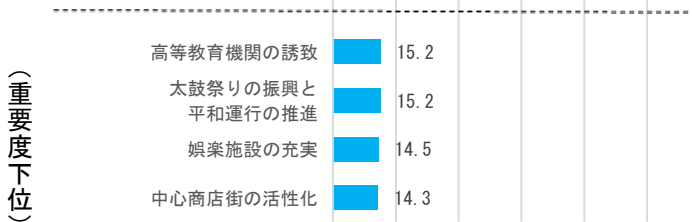
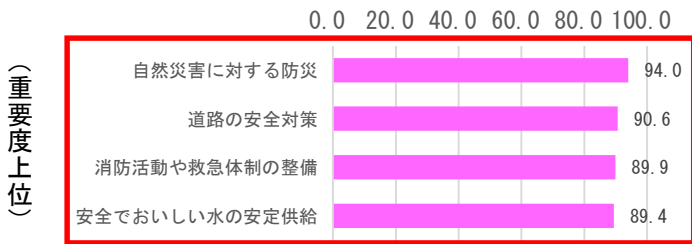


住み心地は、Uターン者の「満足」の割合が、出身者・転入者に比べて高い。

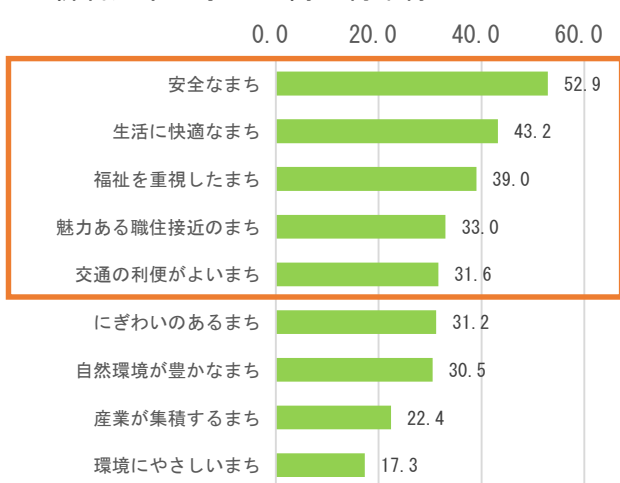
### ■ 新居浜市の満足度について（抜粋）



### ■ 新居浜市の行政施策の今後の重要度（抜粋）



### ■ 新居浜市に求める街の将来像



自然環境や生活環境の満足度は高く、安全安心な暮らしを支える施策を重要と考えている。  
交通インフラやまちなにぎわいに不満を感じているが、にぎわい関連の重要度は高くない。

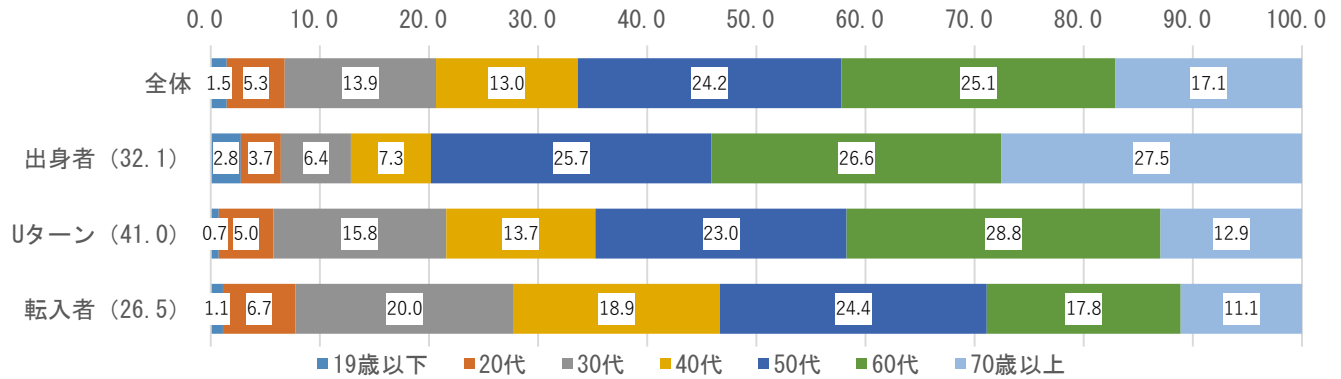
安全や快適性、利便性といった生活に直結した施策の更なる充実が望まれている。

## ②プチモニアンケート

### 1 調査設計

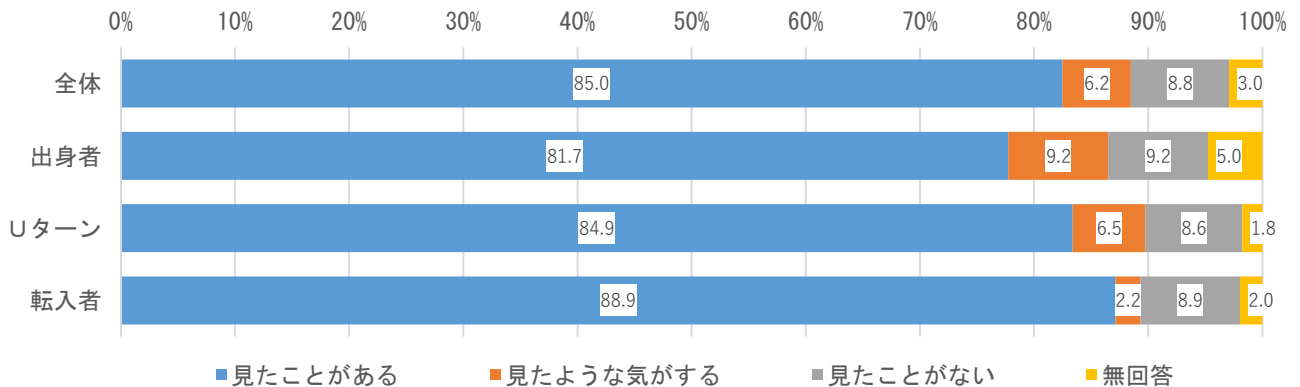
- (1) 調査対象 制限なし
- (2) 調査方法 市公式ホームページ等で回答募集、電子回答
- (3) 実施期間 令和7年3月～4月
- (4) 回収結果 339人

### 2 回答者の属性

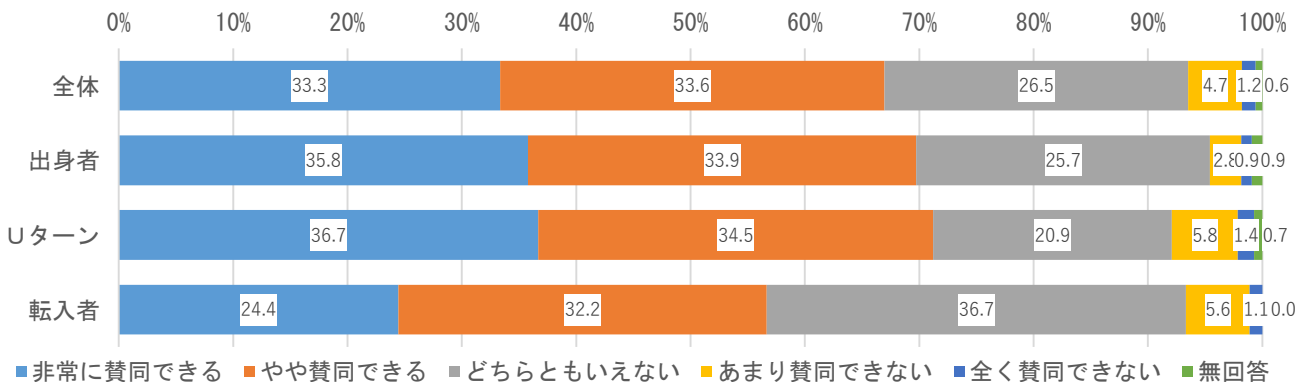


### 3 主な調査結果

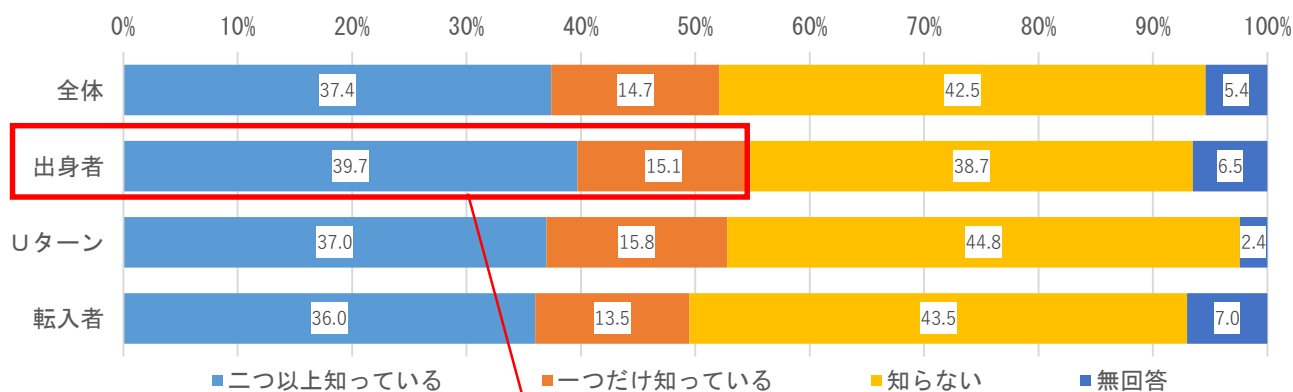
#### ■ シンボルマークの認知状況



#### ■ シンボルマークの意味に対する賛同意識

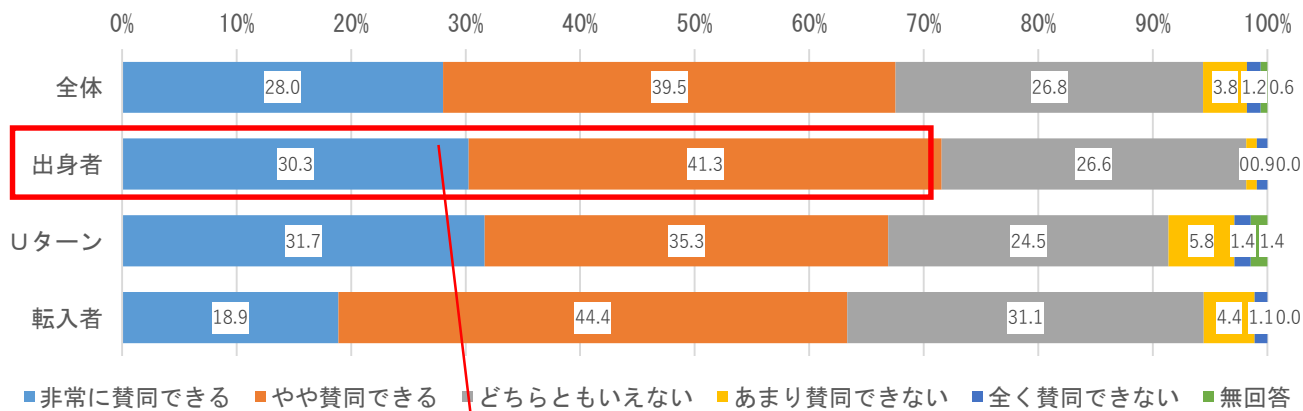


## ■ シティブランド活動の認知状況



出身者の認知度が高い

## ■ シティブランド活動への賛同意識



出身者の認知度が高い

転入者のシティブランド活動の認知度、賛同率が低いのが課題。