

2025年度 第4回 WEBアンケート 調査報告書

1 「千葉市公式LINE」

総合政策局市長公室広報広聴課

2 「気候危機と脱炭素」

環境局環境保全部脱炭素推進課

3 「プラスチックごみ削減」

環境局資源循環部廃棄物対策課

4 「農政推進事業」

経済農政局農政部農政課

総合政策局市長公室広報広聴課

目 次

WEBアンケート調査結果

	ページ
・ 概要	 1
・ 千葉市公式LINE	 2
・ 気候危機と脱炭素	 4
・ プラスチックごみ削減	 8
・ 農政推進事業	 10
・ その他	 13

回答者属性

回 答 者 数	1,929 人
---------	---------

性 別		
男性	869人	45.0%
女性	1,009人	52.3%
その他	13人	0.7%
未回答	38人	2.0%

職 業		
会社員	569人	29.5%
自営・自由業	86人	4.5%
パート・アルバイト	359人	18.6%
公務員	95人	4.9%
学生	56人	2.9%
専業主婦・主夫	345人	17.9%
無職	378人	19.6%
その他	41人	2.1%

年 代		
10代以下	36人	1.9%
20代	72人	3.7%
30代	165人	8.6%
40代	291人	15.1%
50代	475人	24.6%
60代	485人	25.1%
70代以上	405人	21.0%

居 住 区		
中央区	347人	18.0%
花見川区	257人	13.3%
稲毛区	324人	16.8%
若葉区	154人	8.0%
緑区	251人	13.0%
美浜区	533人	27.6%
市内在勤・在学	63人	3.3%

2025度 第4回

調査名	「千葉市公式LINE」「気候危機と脱炭素」「プラスチックごみ削減」「農政推進事業」
調査期間	令和7年7月1日(火)午前9時～7月10日(木)午後5時

概要:

1「千葉市公式LINE」 「千葉市公式LINE」では、ごみ収集日当日のお知らせや災害時情報など、市政に関する様々な情報を配信しています。千葉市公式LINEの認知度と市政情報の取得方法などをお聞かせいただき、運営の改善などに向けた参考とさせていただきます。 2「気候危機と脱炭素」 気候危機※1と脱炭素※2に関する認知度などをお聞かせいただき、今後の施策の参考とさせていただきます。 ※1猛暑や豪雨など地球温暖化が原因とされる災害が多発しており、もはや気候変動は、私たちの生存基盤を揺るがす「気候危機」と言われている。 ※2温室効果ガスの排出を実質ゼロにすること。 3「プラスチックごみ削減」 ポイ捨てなどにより、回収されずに河川などを通して海に流れ込む「海洋プラスチックごみ」が世界的に問題となっています。プラスチックごみ削減をより一層推進していく必要があることから、使い捨てプラスチックに対する意識をお聞かせいただき、今後の普及啓発事業の参考とさせていただきます。 4「農政推進事業」 農政推進事業について、市民の認知度や指向を聞き、今後の事業を推進する上での参考とさせていただきます。

参考URL

https://www.city.chiba.jp/sogoseisaku/shichokoshitsu/kohokocho/line_renewal.html
https://www.city.chiba.jp/kankyo/kankyohozen/datsutanso/eco-challenge.html
https://www.city.chiba.jp/kankyo/junkan/haikibutsu/plastics.html
https://sen-chibacity.com/
https://www.chibacity-tsukutabe.com/

Q1-1: はじめに、「千葉市公式LINE」についてお聞きします。
次の画像は、千葉市LINE公式アカウントのイメージです。



Q1-2: 上記のLINEアカウントを知っていましたか。

(1つだけ)(入力必須)	[n=1,929]	
知っていた	764	39.6%
知らなかった →Q6へ	1,165	60.4%

Q2: (Q1で「知っていた」と回答した方)
千葉市公式LINEを知ったきっかけは何ですか。

(いくつでも)(入力必須)	[n=764]	
ちば市政だより	516	67.5%
市公式ホームページ	231	30.2%
市公式SNS(X、Facebook、YouTubeなど)	119	15.6%
イベント、市や区窓口	74	9.7%
家族、知人	46	6.0%
テレビ、ラジオ	6	0.8%
その他()※30字以内	29	3.8%

Q3: (Q1で「知っていた」と回答した方)
千葉市公式LINEを利用していますか。

(1つだけ)(入力必須)	[n=764]	
利用している →Q6へ	586	76.7%
利用していない	178	23.3%

Q4: (Q3で「利用していない」と回答した方)
千葉市公式LINEを利用していない理由は何ですか。

(いくつでも)(入力必須)	[n=178]	
必要性を感じない	89	50.0%
通知が多くなりそう	76	42.7%
個人情報心配	28	15.7%
利用したいが使い方がわからない	21	11.8%
LINEを使っていない	17	9.6%
その他()※30字以内	14	7.9%

- Q5: (Q3で「利用していない」と回答した方)
どのような情報や機能があれば、千葉市公式LINEの利用を検討したいですか。

(いくつでも)(入力必須)

[n=178]

災害情報の充実(避難所検索機能・帰宅困難時の最新情報など)	94	52.8%
LINE上で手続き・申請の完結(証明書交付申請・給付金申請など)	77	43.3%
市内施設や飲食店などで使えるクーポン配信	67	37.6%
市のイベント申込	62	34.8%
窓口(来庁)予約(市役所・区役所・保健福祉センターなど)	62	34.8%
地域情報の受取(町内自治会 など)	33	18.5%
相談予約(検診・くらしの相談 など)	32	18.0%
ごみの収集日のお知らせ	29	16.3%
その他()※30字以内	11	6.2%
必要な機能や情報はない	9	5.1%

- Q6: ふだん、市の情報はどのように収集していますか。

(いくつでも)(入力必須)

[n=1,929]

ちば市政だより	1,664	86.3%
市公式ホームページ	617	32.0%
市公式SNS(LINE、X、Facebook、YouTubeなど)	447	23.2%
回覧板	339	17.6%
家族、知人	248	12.9%
テレビ、ラジオ	131	6.8%
市内の掲示板	119	6.2%
その他	40	2.1%
特に情報は収集していない	89	4.6%

- Q7: 市公式SNS等のうち、利用しているもの、利用してみたいものはどれですか。

(いくつでも)(入力必須)

[n=1,929]

LINE	1,116	57.9%
X	331	17.2%
YouTube	276	14.3%
Instagram	231	12.0%
Yahoo! くらし	137	7.1%
Facebook	126	6.5%
どれも利用していない、利用したくない	534	27.7%

Q8: 次に、「気候危機と脱炭素」についてお聞きします。
脱炭素に向けた行動などに対しちばシティポイントなどがもらえる「ちばしエコチャレンジ※3」を知っていましたか。知っていた方はちばしエコチャレンジについて、感じていることを教えてください。

※3 ちばしエコチャレンジは、EVカーシェアを利用、省エネ性能の高いエアコン・冷蔵庫・LED照明を購入するなどのチャレンジ項目があり、チャレンジによってはちばシティポイントを最大3,000ポイント付与される項目もある。

(いくつでも)(入力必須)	[n=1,929]	
脱炭素に向けた行動を意識するようになった	434	22.5%
ポイントを集めにくい	324	16.8%
チャレンジ項目が難しい	209	10.8%
チャレンジ項目が少ない	192	10.0%
一度にもらえるポイントが少ない	163	8.4%
ポイントを集めやすい	55	2.9%
チャレンジ項目が多い	24	1.2%
チャレンジ項目が簡単	15	0.8%
一度にもらえるポイントが多い	15	0.8%
その他()※50字以内	20	1.0%
感じていることは1つもない	69	3.6%
ちばしエコチャレンジを知らなかった	988	51.2%

Q9: あなたのご家庭では、省エネ型家電(エアコン・冷蔵庫等)※4を使用していますか。

※4 直近5年以内に買い替えたもの、または統一省エネルギーラベルがついているもの。省エネ性能は飛躍的に進化しており、まだ使えるものであっても買い換えたほうが省エネにつながり、電気代もお得になる場合がある。

(1つだけ)(入力必須)	[n=1,929]	
使用している(他の家電も省エネ型に買い替える予定)	709	36.8%
使用している(他の家電は省エネ型に買い替える予定はない)	480	24.9%
使用していない(今後、省エネ型に買い替えたい)	537	27.8%
使用していない(省エネ型に買い替える予定はない)	203	10.5%

- Q10: 脱炭素社会実現に向け、千葉市では以下のゼロカーボンアクション※5を推進しています。現在、あなた自身が家庭や勤め先、学校等で実践しているゼロカーボンアクションを教えてください。
 ※5 ゼロカーボンアクションとは、脱炭素社会実現に向けて、個人が身近なところから率先して省エネ行動等を実践するもの。

【選択肢補足】

※6 環境負荷を減らすために、急発進・急ブレーキを避ける、無駄なアイドリングをしないなど、燃費を向上させる運転方法や心がけのこと。

(いくつでも)(入力必須)	[n=1,929]	
マイバッグの利用	1,560	80.9%
空調の適切な温度設定	1,242	64.4%
マイボトル・カップの持参	1,139	59.0%
LED電球への切替	921	47.7%
公共交通機関の利用	747	38.7%
階段の利用促進	710	36.8%
エアコンフィルターの掃除	666	34.5%
自転車の利用	657	34.1%
ペーパーレスの推進	501	26.0%
お風呂の残り湯で洗濯	484	25.1%
エコドライブ(※6)の実施	458	23.7%
マイ箸・マイカトラリーの利用	311	16.1%
テレビの利用時間を短縮	242	12.5%
シャワーの利用時間を短縮	242	12.5%
パソコンの利用時間を短縮	78	4.0%
その他()※50字以内	22	1.1%
1つもない	32	1.7%

- Q11: (職業について「専業主婦・主夫」「学生」「無職」以外と回答した方)
 次のうち、勤め先(個人事務所含む)が実践していると思う、環境に配慮した取組みを教えてください。

【選択肢補足】

※7 脱炭素推進パートナー支援制度とは、脱炭素に積極的に取り組む市内事業者等を千葉市が脱炭素推進パートナーとして登録・支援し、脱炭素社会実現に向けさらなる機運醸成を図るための制度。

(いくつでも)(入力必須)	[n=1,150]	
ノーネクタイなど、過ごしやすい服装の推奨	643	55.9%
空調の適切な温度設定	462	40.2%
公共交通機関の利用を推奨	381	33.1%
ごみの資源化、リサイクル活動の推進	366	31.8%
効率的なエネルギーシステムの導入に努め、省エネルギーを推進	155	13.5%
再生資源の積極的な利用	153	13.3%
事業活動から発生する廃棄物の減量化	123	10.7%
環境負荷の少ない製品の利用を推進	115	10.0%
事業所内の緑化の推進	107	9.3%
再生可能エネルギーや地下水などの熱、工場排熱などを有効活用	88	7.7%
省資源化を促進する製品、環境負荷の少ない製品などの開発の推進	75	6.5%
千葉市脱炭素推進パートナー支援制度(※7)に登録している	13	1.1%
その他()※50字以内	11	1.0%
1つもない	45	3.9%
わからない、知らない	136	11.8%

Q12: あなたが台風や豪雨などの自然災害(※8)に備えていることを教えてください。

※8 近年、日本を含め世界では、猛暑や豪雨など地球温暖化が原因と推測される災害が多発しており、本市においても、令和元年の房総半島台風(第15号)、東日本台風(第19号)等により被害を受けた。

(いくつでも)(入力必須)	[n=1,929]	
食料や飲料などを備蓄している	1,376	71.3%
避難場所や避難経路を確認している	975	50.5%
防災バッグを用意している	841	43.6%
ハザードマップを確認している	774	40.1%
防災アプリやサイト等を利用している	391	20.3%
家族や知人との安否確認の方法を決めている	380	19.7%
防災訓練や避難訓練に参加している	317	16.4%
その他()※50字以内	11	0.6%
特に備えていることはない	121	6.3%

Q13-1: 地球温暖化の影響で暑い日が増えると、熱中症のリスクが増加します。あなたが実践している熱中症対策を教えてください。

【選択肢補足】はQ13-2に記載があります。

(いくつでも)(入力必須)	[n=1,929]	
こまめに水分補給	1,596	82.7%
部屋の中ではエアコンや扇風機を使う	1,300	67.4%
涼しい服装ですごす	1,105	57.3%
外出時に帽子をかぶる	1,003	52.0%
外出時に日傘を使う	956	49.6%
バランスの良い食事や睡眠の確保	874	45.3%
外出時はなるべく日陰ですごす	801	41.5%
塩分をほどよくとる	618	32.0%
冷却グッズ(ハンド扇風機や冷却シートなど)を使用する	569	29.5%
気温や湿度を管理する	567	29.4%
クールスポット(※9)を利用する	217	11.2%
その他()※50字以内	11	0.6%

Q13-2: 【選択肢補足】

※9 熱中症による健康被害の発生防止の観点から、市民等が避難・休憩できる公共施設等。クールスポット指定施設には、目印としてステッカーを貼っている。



Q14: あなたは、熱中症対策に関する情報をどのように収集していますか。

(いくつでも)(入力必須)

[n=1,929]

テレビ・ラジオ	1,085	56.2%
アプリ(天気予報アプリ、防災アプリ等)	957	49.6%
ちば市政だより	456	23.6%
新聞	299	15.5%
市公式SNS(LINE、X、Facebookなど)	190	9.8%
家族、知人	187	9.7%
市以外のホームページやSNS	140	7.3%
市公式ホームページ	118	6.1%
動画(YouTubeなど)	64	3.3%
チラシ・ポスター	60	3.1%
その他()※50字以内	19	1.0%
特に情報は収集していない	192	10.0%

Q15: 次に、「プラスチックごみ削減」についてお聞きます。
普段からマイボトル(水筒)を使用していますか。

(1つだけ)(入力必須) [n=1,929]		
いつも使用している →Q17へ	1,139	59.0%
たまに使用している	428	22.2%
あまり使用していない	161	8.3%
全く使用していない	201	10.4%

Q16: (Q15で「いつも使用している」以外と回答した方)
日常的にマイボトルを使用しない理由は何ですか。

(いくつでも)(入力必須) [n=790]		
マイボトルを携帯するのが面倒、重い、かさ張る	398	50.4%
マイボトルだと飲み切ったあと荷物になる	287	36.3%
マイボトルを洗うなどの片づけが面倒	260	32.9%
外出先で飲み物を購入する	194	24.6%
衛生面が心配	139	17.6%
マイボトルの持参を忘れてしまう	101	12.8%
マイボトルに飲み物を入れるなどの準備が面倒	93	11.8%
マイボトルを持っていない	79	10.0%
冷たい・温かい飲み物を飲みたい	67	8.5%
持っているマイボトルの容量が少なくて足りない・多すぎる	64	8.1%
外出先で飲み物が用意される	46	5.8%
外出先で飲み物を飲まない	43	5.4%
その他	33	4.2%

Q17: 市では、中央図書館にマイボトル用給水機を設置するとともに、ホームページ上に、マイボトルの中身を飲み切ってしまったときに給水可能な市内公共施設等の場所を一覧にした「マイボトルに給水しよう！～市内公共施設等給水スポット一覧～」を掲載し、マイボトルの使用を推進しています。
活用したいと思いますか。

(1つだけ)(入力必須) [n=1,929]		
ぜひ活用したい →Q19へ	616	31.9%
機会があれば活用したい →Q19へ	1,102	57.1%
あまり活用したくない	152	7.9%
活用したくない	59	3.1%

Q18: (Q15で「全く使用していない」かつ、Q17で「あまり活用したくない」または「活用したくない」と回答した方)
そのように回答した理由は何ですか。

(いくつでも)(入力必須) [n=211]		
自宅に入れた飲料や購入した飲料の方が衛生的	113	53.6%
給水スポットを探すのが面倒	88	41.7%
給水スポットへ行くのが面倒	78	37.0%
水以外の飲料を飲みたい	42	19.9%
マイボトルに給水機から水を汲むのが手間	27	12.8%
冷たい・温かい水が飲みたい	26	12.3%
その他()※50字以内	16	7.6%

Q19: 使い捨てプラスチック削減のために、日常生活で取り組んでいることはありますか。

(いくつでも)(入力必須)	[n=1,929]	
マイバッグを活用している	1,721	89.2%
マイボトルを活用している	1,128	58.5%
詰め替え製品、繰り返し使える容器を使用した製品を購入している	1,015	52.6%
食品トレイや卵パックをスーパーマーケットの回収箱に持参している	913	47.3%
過剰な包装を断っている	719	37.3%
旅行や出張の際は自分の歯ブラシセットや髭剃りなどを持参している	555	28.8%
プラスチック製ストローは使わない	266	13.8%
なるべく缶や紙パックの飲料を購入している	208	10.8%
マイカトラリー(スプーンやフォークなど)を活用している	154	8.0%
惣菜などプラスチック製容器に入った食料の購入を控えている	101	5.2%
その他	8	0.4%
何もしていない	40	2.1%

Q20: プラスチックごみ問題に関する広報として主にどのような媒体等が効果的だと思いますか。

(最大3つまで)(入力必須)	[n=1,929]	
ちば市政だより	1,354	70.2%
テレビ、ラジオ	531	27.5%
市公式SNS(LINE、X、Facebookなど)	507	26.3%
小中学生向け教材	468	24.3%
市ホームページ	425	22.0%
市作製のポスター、リーフレット、チラシ	217	11.2%
公共施設のデジタルサイネージ(電子掲示板)	200	10.4%
イベントへの出店	178	9.2%
動画(YouTubeなど)	169	8.8%
市民向け講習会(市政出前講座など)	86	4.5%
その他	42	2.2%

Q21: 最後に、「農政推進事業」についてお聞きします。
農畜産物を購入する際、主にどのような点を重視しますか。

【選択肢補足】

※10 食料の生産地から消費者の食卓に並ぶまでの輸送にかかる重さと距離で算出され、輸送に伴う環境負荷を示す。

(最大3つまで)(入力必須)	[n=1,929]	
鮮度	1,245	64.5%
価格	1,216	63.0%
産地	637	33.0%
味	551	28.6%
減農薬、有機栽培	421	21.8%
生産者に関する情報	388	20.1%
量	279	14.5%
見た目	160	8.3%
フードマイレージ(※10)	102	5.3%
生産時の温室効果ガス削減の取組	57	3.0%
その他()※30字以内	7	0.4%

Q22: 農畜産物を購入する際や外食をする際に地産地消(※11)を意識していますか。

※11 地元で生産されたものを地元で消費すること。

(1つだけ)(入力必須)	[n=1,929]	
とても意識している	265	13.7%
やや意識している	1,026	53.2%
あまり意識していない	527	27.3%
まったく意識していない	111	5.8%

Q23: 市では、未来へ残したい、また未来のための持続可能な取組みをしている「食」に関する商品やサービスを「千葉市食のブランド『千(せん)』」(※12)に認定しています。
あなたは、千葉市食のブランド「千」を知っていましたか。また、知っていたが、購入したことがない方はその主な理由で選んでください。

※12 優れた地域産品であると同時に、社会課題の解決に取り組む生産者などがつくる市内農産品・加工食品・食関連サービスを、外部有識者が厳しい基準で審査し、千年後も豊かな千葉市を目指す食のブランドとして認定するもの。

(1つだけ)(入力必須)	[n=1,929]	
知っていたし、商品を購入したことがある	425	22.0%
知っていたが、商品を購入したことはない(商品の購入場所がわからなかった)	359	18.6%
知っていたが、商品を購入したことはない(商品を購入する場所が近くにない)	176	9.1%
知っていたが、商品を購入したことはない(商品価格が高い)	124	6.4%
知っていたが、商品を購入したことはない(購入したい商品がない)	86	4.5%
知らなかった	759	39.3%

Q24: 千葉市食のブランド「千」認定品を含む市内産品の地産地消を推進するためには、どのような取組みが有効だと思いますか。

(最大3つまで)(入力必須)		[n=1,929]
お手頃価格での販売	1,275	66.1%
購入場所の充実(スーパーマーケット、ショッピングセンター、ショッピングモール等)	1,248	64.7%
地産地消の意義・メリットの周知	808	41.9%
市内産品を使用する飲食店等の拡大・拡充	572	29.7%
購入場所の充実(駅ナカ・駅ビル)	255	13.2%
購入場所の充実(直売所等身近な場所)	252	13.1%
購入場所の充実(百貨店)	94	4.9%
購入場所の充実(マルシェ等イベント)	90	4.7%
購入場所の充実(ネットスーパー等ショッピングができるWEBサイト)	84	4.4%
購入場所の充実(観光地)	59	3.1%
その他()※30字以内	23	1.2%

Q25: 市内には、農地の一部を借りて、レクリエーションとして野菜等の栽培や収穫を楽しむことが可能な市民農園が開設されており、農業体験や自然との触れあいの機会となっています。市民農園を利用してみたいと思いますか。

(1つだけ)(入力必須)		[n=1,929]
利用したい(現在も利用している)	99	5.1%
利用したい(過去に利用したことがある)	85	4.4%
利用したい(過去に利用したことはない)	695	36.0%
利用したくない(過去に利用したことがある) → 終了	103	5.3%
利用したくない(過去に利用したことはない) → 終了	947	49.1%

Q26: (Q25で「利用したい」と回答した方)
市民農園を選ぶ際に主に重視すること(重視したこと)について教えてください。

(最大3つまで)(入力必須)		[n=879]
自宅からの距離(車で30分以内)	619	70.4%
料金	531	60.4%
駐車場の有無	312	35.5%
設備(水道・トイレ・休憩スペース・ゴミ捨て場等)の充実	308	35.0%
栽培指導(アドバイス)が受けられる	164	18.7%
農園への資材(野菜の種や苗、肥料、農具)の完備	104	11.8%
利用者向けイベント(栽培講習会等)の開催	73	8.3%
無農薬等の自然に優しい栽培ができる	59	6.7%
自宅からの距離(車で60分以内)	42	4.8%
その他	23	2.6%

Q27:

(Q25で「利用したい」と回答した方)

市民農園を借りるために必要な費用は、市民農園のサービス、設備が充実しているほど高くなりますが、仮に利用する場合、1か月当たりの利用料(※13)がいくらまでなら利用したいと思いますか。(1区画当たりの面積は10㎡程度とします)

※13 千葉市内の市民農園の一般的な相場

「栽培指導なし+駐車場なし+農園資材なし+1区画当たり12㎡程度」 約600円/月

「栽培指導なし+駐車場あり+農園資材完備+1区画当たり8㎡程度」 約6,000円/月

「栽培指導あり+駐車場あり+農園資材完備+1区画当たり10㎡程度」 約10,000円/月

(1つだけ)(入力必須)

[n=879]

1,000円以内	450	51.2%
5,000円以内	365	41.5%
7,000円以内	41	4.7%
10,000円以内	23	2.6%
15,000円以内	0	0.0%

その他

Q2: (Q1で「知っていた」と回答した方)
千葉市公式LINEを知ったきっかけは何ですか。

【その他 主な意見】

・ チーパス。(2件)
・ 市川市にもあったので、自分で調べた。
・ LINEアプリで偶然見かけた。
・ 商業施設にポスターあった。
・ スマホの講習会で。
・ 役所の掲示物にて。
・ LINE受信中。
・ 市長と語ろう会。
・ チラシ。

Q4: (Q3で「利用していない」と回答した方)
千葉市公式LINEを利用していない理由は何ですか。

【主な活動内容】

・ LINEに信用性がない。(4件)
・ 2週間使用したが欲しい情報はなく、煩わしいだけだったので止めました。
・ いずれは利用すると思うが、今現在はあまり必要性を感じない。
・ トラブルシュートしてもらえる窓口があれば利用しやすいです。
・ 登録LINEアカウントが増えて見つらくなるのがイヤ。
・ Xや、千葉市からのメールを利用しているため。
・ LINEをまだ詳しく使ってないので。
・ 一度使ったが、使う意味がなかった。
・ スマホを使いこなせていない。
・ メールサービスを使ってる。
・ ホームページを見ているため。

Q5: (Q3で「利用していない」と回答した方)
どのような情報や機能があれば、千葉市公式LINEの利用を検討したいですか。

【主な活動内容】

・ Xや、千葉市からのメールと内容に重複がなければ利用を検討。
・ ゴミ収集時間のリアルタイム通知(今、〇〇町の収集中です)。
・ 各所不具合等の報告、相談窓口、写真機能を生かす。
・ LINEの信頼性が安心できるレベルになれば。
・ 受信情報を選択・制限できる。
・ 今後の自分の生活状況次第で。

Q8: 脱炭素に向けた行動などに対しちばシティポイントなどがもらえる「ちばしエコチャレンジ」を知っていましたか。知っていた方はちばしエコチャレンジについて、感じていることを教えてください。

【その他 主な意見】

・	管理が面倒なポイントは不要。その費用を使って学校や自治会に対する啓蒙活動を推進すべき。
・	できる事はだいぶ前からやっていて、毎年それ以外の新たな事に更に挑戦するのは難しい。
・	買替えには多額の費用がかかるので、シティポイントはモチベーションになりません。
・	1回チャレンジすると2回目以降やる気にならない。特にうちエコ診断。
・	物価暴騰による実質的年金減で脱炭素意識はあるも実践の余裕なし。
・	LEDの照明を買ったけど、ポイントのことは何も知らなかった。
・	シティポイントを貯めていないので、モチベーションにならない。
・	経済的に余裕がない。補助金などの支援がないと厳しい。
・	ポイントの交換がわからず、ポイントが失効してしまう。
・	近くにWAONを使える施設がないので魅力的でない。
・	チャレンジ対応の生活様式でなくなっているのでは。
・	聞いてはいたが、あまり意識していなかった
・	太陽光発電を設置する事に関連して意識。
・	チャレンジできる内容じゃない。
・	登録や利用が面倒くさそう。

Q10: 脱炭素社会実現に向け、千葉市では以下のゼロカーボンアクションを推進しています。現在、あなた自身が家庭や勤め先、学校等で実践しているゼロカーボンアクションを教えてください。

【その他 主な意見】

・	太陽光発電の実施。(2件)
・	ゼロカーボン目的ではやっていないが設問項目のほとんどは節約目的などの意味合いで行なっている。
・	マイバックや請求書のペーパーレスは、別途料金を取られるため、不本意でも半ば強制された。
・	使い捨て製品使わない(ラップ、フェイスコットンなど、リサイクルできるものを買うなど)。
・	車を持たず、燃費の良いバイクを利用。TVより熱量の少ないラジオやスマホを利用。
・	なるべく公共施設で過ごす時間を増やして家庭のエアコンを使う時間を減らす。
・	ソーラー発電・蓄電池・電気自動車・V2Hで大半の電気を賄っている。
・	そもそもパソコンが無く使わない。必要以上に電気を使わない。
・	自家用車を持たない。レンジを持たない。テレビを持たない。
・	物価暴騰で緊縮財政につき出費低減に繋がる脱炭素のみ実践。
・	消し忘れ防止に人感センサー付の照明器具を使用。

・ 水素エネルギーの利用および普及活動。
・ 太陽光発電。給湯設備の設置。
・ グリーンカーテンを設置。
・ 風呂の残り湯を散水。
・ 燃えるごみの削減。
・ 歩いて買い物。
・ 千産千消。
・ 徒歩。

Q11: (職業について「専業主婦・主婦」「学生」「無職」以外と回答した方)
次のうち、勤め先(個人事務所含む)が実践していると思う、環境に配慮した取組みを教えてください。

【その他 主な意見】

・ ペーパーレス。(2件)
・ マイボトル運動。決算報告への反映。
・ 事務用品節約。
・ 昼食時の消灯。
・ テレワーク。

Q12: あなたが台風や豪雨などの自然災害に備えていることを教えてください。

【その他 主な意見】

・ 倒壊建物の下敷きを早期発見のため「無事です」タオルを使用する訓練を行っている。
・ 停電に備えて発電機を購入。さらに太陽光発電・蓄電池を設置した。
・ 在宅介護の超高齢者がいて他所への非難は現実的ではない。
・ DWAT(災害派遣福祉支援)のチーム員に登録している。
・ 日常的に水分を持ち歩く。ドライフルーツを持ち歩く。
・ 非常招集に対応できる通勤ルートを確認している。
・ 停電に備え蓄電池を設置している。
・ 避難所運営委員継続。防災士取得。
・ 避難所運営委員を務めていた。
・ 簡易トイレを備蓄している。
・ 非常用トイレの備蓄。

Q13-1: 地球温暖化の影響で暑い日が増えると、熱中症のリスクが増加します。あなたが実践している熱中症対策を教えてください。

【その他 主な意見】

・ 涼しい時間帯のウォーキング等で身体を慣らす。作業等は涼しい時間帯に済ませる。
・ 自宅では服に霧吹きをしたところに扇風機をあて、気化熱で温度を下げています。
・ 暑熱順化。在宅介護で常時、空調の超高齢者があり、停電時対応方策なし。
・ 暑くなる前にウォーキングを行う。
・ 千葉市のクールスポットを利用。
・ 気温の高い時間帯は外出しない。
・ 漢茶で体内調整。

Q14: あなたは、熱中症対策に関する情報をどのように収集していますか。

【その他 主な意見】

・ 職場。(3件)
・ 環境省公式LINE。(2件)
・ 千葉市のメール。(2件)
・ インターネット。(2件)
・ 雑誌。(2件)
・ 気象庁天気予報サイト、ウェザーニュースを頻繁に確認している。
・ 気温、室温、湿度を気にしている。
・ 自治会活動。
・ 天気予報。
・ ネット。

Q18: (Q15で「全く使用していない」かつ、Q17で「あまり活用したくない」または「活用したくない」と回答した方)
 そのように回答した理由は何ですか。

【その他 主な意見】

・ 衛生面が心配。(4件)
・ 安全か分からないから。他県のマンションに給水機があったが鍵付きタイプだった。それ位でないと怖い。
・ 中央図書館ではなく、自転車やランニングの休憩場所のウォータークーラーが最適。
・ スーパーマーケットの無料給水スポットで水を飲んでいる。
・ 災害用にローリングストックで買いためた水があるから。
・ こういうサービスは行政より民間リードの方が持続的。
・ 衛生面を考慮して熱湯を提供してほしい。
・ 外出先くらいは我慢して、家で飲みたい。
・ マイボトルを使用する予定がないため。
・ マイボトルを持ち歩くのが重い。
・ 給水スポットが生活圏内でない。
・ マイボトルを洗うのが面倒。
・ 水道水が苦手。

Q21: 農畜産物を購入する際、主にどのような点を重視しますか。

【その他 主な意見】

・ 動物保護(脱・森林破壊の商品、ジャガーコーヒーなど)。
・ 形状(スライスの薄さ)。
・ 流通。

Q24: 千葉市食のブランド「千」認定品を含む市内産品の地産地消を推進するためには、どのような取組みが有効だと思いますか。

【その他 主な意見】

・ 期間限定で定期的に千葉市内各地の駅前などで販売イベントを実施。
・ 試食イベントの実施。期間一週間。SNS拡散を狙うため長くやる。
・ 千葉県のというブランドを前面に推す。プレゼント用等の特別感。
・ 学校や保育園などの行き帰りに子供が買い物練習できるように。
・ スーパーマーケットでの千葉市産を中心とした販売へ移行。
・ 産直で訳アリ品をさらに安価に買える通販サイトが欲しい。
・ 会社の集まるビルなどで帰宅時間ごろにマルシェ。
・ テレビが情報源として有効(特に主婦の方々)。
・ スーパーマーケットとのコラボ商品の開発。
・ 千のわかりやすい、かつ目立つマーキング。
・ Webを通じて農家さんから直接購入。

・ 千葉県産と表記するだけで十分。
・ 購入場所の充実(コンビニ)。
・ 食のブランド事業の周知普及。
・ 学校給食に試用する。
・ ポイント付与。