2026年度 第6回
ＷＥＢアンケート
調査報告書

1 「千葉市の景観」

都市局都市計画課

2 「消費生活」

市民局消費生活センター

3 「災害への備え」

総合政策局防災対策課

4 「公園トイレの快適化」

都市局公園管理課

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
- 「千葉市の景観」 …… 2
- 「消費生活」 …… 3
- 「災害への備え」 …… 5
- 「公園トイレの快適化」 …… 8
- その他 …… 9

回答者属性

回答者数	1,231 人

性　別		
男性	545人	44.3%
女性	638人	51.8%
その他	6人	0.5%
未回答	42人	3.4%

職　業		
会社員	335人	27.2%
自営･自由業	38人	3.1%
パート･アルバイト	237人	19.3%
公務員	51人	4.1%
学生	42人	3.4%
専業主婦･主夫	224人	18.2%
無職	279人	22.7%
その他	25人	2.0%

年　代		
10代以下	22人	1.8%
20代	52人	4.2%
30代	81人	6.6%
40代	142人	11.5%
50代	277人	22.5%
60代	342人	27.8%
70代以上	315人	25.6%

居　住　区		
中央区	217人	17.6%
花見川区	185人	15.0%
稲毛区	171人	13.9%
若葉区	93人	7.6%
緑区	159人	12.9%
美浜区	366人	29.7%
市内在勤･在学	40人	3.2%

2026年度 第6回

調査名	「千葉市の景観」「消費生活」「災害への備え」「公園トイレの快適化」
調査期間	令和8年9月1日（火）午前9時～同月10日（木）午後5時

概要：

1「千葉市の景観」
本市では、良好な景観資源を保全・活用していくために、建築物の新築等の行為に係る景観形成基準を定め、景観形成の指導・誘導を行っております。市民の皆様へ景観に対する意識や意見をお伺いし、今後の参考とさせていただきます。

2「消費生活」
次期千葉市消費生活基本計画の策定に当たり、市民の皆さまの消費生活の状況や消費者問題に関するご意見をお聞かせいただき、今後取り組むべき課題や施策を検討するための参考とさせていただきます。

3「災害への備え」
近年、災害は激甚化・頻発化しており、令和８年８月千葉豪雨等の風水害では、本市でも大きな被害がありました。
また、政府の地震調査委員会によると、今後30年以内に南関東地域でマグニチュード7クラスの地震が発生する確率は70%とされています。
いつ発生するかわからない災害に備えるため、皆さまの防災・減災への意識や取組みについてお聞かせいただき、今後の施策の参考とさせていただきます。

4「公園トイレの快適化」
本市では令和6年度に策定した「千葉市公園トイレ快適化計画」にもとづき、公園トイレの清掃頻度を週2回から3回に増やすとともに、トイレの内外装改修のほか、便器の洋式化、手洗いの自動水栓化、照明のLED化等を順次実施しています。公園トイレの利用状況等をお聞かせいただき、公園トイレの快適化に向け、今後の参考とさせていただきます。

参考URL

https://www.city.chiba.jp/toshi/toshi/keikaku/keikannkeikaku.html
https://www.city.chiba.jp/shimin/seikatsubunka/shohi/dai4jichibashishouhiseikatukihonkeikaku.html
https://www.city.chiba.jp/sogoseisaku/kikikanri/bosai/bousaigennsaitaisaku.html
https://www.city.chiba.jp/toshi/koenryokuchi/kanri/kouenntoirekaitekikanimuketatorikumi.html

Q1: はじめに、「千葉市の景観」についてお聞きします。
景観（風景や景色）について日ごろ意識していますか。

（1つだけ）（入力必須） [n=1,231]

常に意識している	234	19.0%
多少意識している	670	54.4%
あまり意識していない	284	23.1%
まったく意識していない	43	3.5%

Q2: 千葉市の景観（風景や景色）は良いと思いますか。

（1つだけ）（入力必須） [n=1,231]

良い	135	11.0%
どちらかというと良い	524	42.6%
どちらともいえない	461	37.4%
どちらかというと良くない	89	7.2%
良くない	22	1.8%

Q3: 今後、良好な景観（風景や景色）を形成していくための進め方として、どのようなことが重要と考えますか。特に重要だと思うものを選んでください。

（最大3つまで）（入力必須） [n=1,231]

道路や公園・水辺などの公共空間の質の向上	949	77.1%
建築物の高さや色彩などに規制をかける、民間の開発事業などへの制限	545	44.3%
景観に対する意識を高める啓発活動	398	32.3%
市民の主体的な景観づくり	182	14.8%
その他（　　）30字以内	51	4.1%
このままの景観で良い	47	3.8%
特にない	36	2.9%

Q4: 景観づくりに対する市民の方々の意識を高めていくために、今後の市の取組みとして期待するものはなんですか。

（1つだけ）（入力必須） [n=1,231]

景観に関する講演会・講習会・ワークショップ・まち歩きなどの実施	403	32.7%
小中学校などでの景観学習の実施	219	17.8%
優れた事例や取組みの表彰	184	14.9%
チラシやポスターでの周知	148	12.0%
ホームページやSNSでの周知	125	10.2%
その他（　　）30字以内	27	2.2%
特にない	125	10.2%

Q5: 市内で広告宣伝車（※1）を直近1年で見たことはありますか（回程度/月）。

（1つだけ）（入力必須） [n=1,231]

見たことがない　→Q8へ	790	64.2%
0～1回（見る月もあれば、見ない月もある）	320	26.0%
1～2回	77	6.3%
3～5回	36	2.9%
それ以上（　　回）10字以内（半角数字）	8	0.6%

Q6: 広告宣伝車を見たことがある方は、市内のどの辺りで見かけましたか。

（いくつでも）（入力必須） [n=441]

千葉駅周辺（中央区富士見町）	191	43.3%
千葉駅周辺（中央区中央）	142	32.2%
千葉駅周辺（中央区栄町）	55	12.5%
幕張メッセ周辺	99	22.4%
海浜幕張駅周辺	86	19.5%
臨港公園プロムナード	7	1.6%
その他（　　）30字以内	27	6.1%

Q7: 広告宣伝車を見たことがある方は、広告宣伝車を見てどのように感じましたか。

（いくつでも）（入力必須） [n=441]

気にならなかった	158	35.8%
音がうるさかった	167	37.9%
広告の内容が不適切だと感じた	119	27.0%
光（発光や点滅など）が眩しかった	70	15.9%
走行スピードが遅く、他の車両の通行の支障になっていると感じた	46	10.4%
その他（　　）30字以内	10	2.3%
わからない	22	5.0%

Q8:　次に、「消費生活」についてお聞きします。
あなたが普段、商品やサービスを購入・利用するときに、重視していることは何ですか。

（最大3つまで）（入力必須）　[n=1,231]

品質・安全性・機能・使いやすさ	1,004	81.6%
価格の安さ・コストパフォーマンス	953	77.4%
取引や契約が安心してできること（事業者への信頼性、知名度など）	307	24.9%
保証やアフターサービス	198	16.1%
キャッシュレス決済が使えること（スマホ決済や電子マネー、クレジットカードなど）	193	15.7%
環境への配慮（省エネ、ごみが少ない、エコマーク付き商品など）	192	15.6%
デザイン・見た目・ブランド	178	14.5%
地域、社会、人への配慮（地産地消、生産者や労働者に配慮したフェアトレード商品など）	133	10.8%
契約の内容・手続きが分かりやすく簡単であること	63	5.1%
その他（　　）100字以内	8	0.6%

Q9:　過去3年間に、商品やサービスの購入・契約でトラブルや被害に遭ったことはありますか。
（いくつでも）（入力必須）　[n=1,231]

インターネット通販・オークション・フリマアプリでのトラブル（代金を振り込んだのに商品が届かない、注文内容と違うなど）	110	8.9%
架空請求（SMSやメールでの身に覚えのない請求）	66	5.4%
定期購入（サブスク）の解約トラブル（1回だけのつもりだったのに、定期購入の契約になっていて解約できないなど）	52	4.2%
スマートフォンやパソコンの操作ミスによる契約・課金（画面のボタンを押し間違えて、有料サービスやゲームに課金してしまったなど）	45	3.7%
店舗での強引な勧誘や説明不足の契約（エステ、学習教材、携帯電話などで、お店で強引に引き止められ、詳しい説明がないまま不要な契約をさせられたなど）	26	2.1%
訪問販売・点検商法（業者が突然自宅に来て「屋根が壊れている」と言われ、高額な修理契約をさせられたなど）	21	1.7%
SNSの広告や動画、DM（ダイレクトメッセージ）をきっかけとしたトラブル（SNSの広告からリンク先に飛び、美容液や副業の契約をしてしまったなど）	19	1.5%
電話勧誘販売（電話で「安くなる」としつこく勧められ、断りきれずに別の電力会社や通信プランを契約してしまったなど）	17	1.4%
AIを活用したサービスに関するトラブル（AI副業ツールの高額契約など）	3	0.2%
その他（　　）100字以内	25	2.0%
トラブルや被害に遭ったことはない	945	76.8%

Q10:　トラブルに遭った際、あなたは誰かに相談をしましたか。
（いくつでも）（入力必須）　[n=1,231]

事業者に直接連絡・交渉した。	137	11.1%
家族・友人・知人など、身近な人に相談した。	119	9.7%
インターネットやAI機能で調べたり、AIに相談した	89	7.2%
千葉市消費生活センターに相談した。	42	3.4%
国民生活センターまたは千葉県消費者センターに相談した。	23	1.9%
警察、弁護士などの専門機関に相談した。	21	1.7%
【相談しなかった場合】被害額が少額、または手続きが面倒であきらめた	43	3.5%
【相談しなかった場合】どこに相談してよいか分からなかった	32	2.6%
【相談しなかった場合】恥ずかしさや、おおごとになるのを避けるため、家族や他人に知られたくなかった	8	0.6%
【相談しなかった場合】周囲に気軽に頼れる家族や知人がいなかった	7	0.6%
その他（　　）100字以内	15	1.2%
トラブルに遭ったことがない	874	71.0%

Q11: 購入した商品やサービスについてトラブルが発生した場合に、「千葉市消費生活センター」に相談できることを知っていましたか。

（いくつでも）（入力必須） [n=1,231]

【知っている】トラブルを経験したことがない	636	51.7%
【知っている】自分で解決した	129	10.5%
【知っている】実際に相談したことがある	93	7.6%
【知っている】消費生活センターに相談できる内容だと思わなかった	76	6.2%
【知っている】相談できる時間がなかった	16	1.3%
【知らなかった】名前も、相談できる窓口であることも知らなかった	161	13.1%
【知らなかった】名前は聞いたことがあるが、相談できる窓口であることは知らなかった	156	12.7%
その他（　　）100字以内	12	1.0%

Q12: あなたは普段、インターネットやデジタルサービスをどのように利用していますか。

（いくつでも）（入力必須） [n=1,231]

日常の買い物で、スマホ決済や電子マネー、ポイントアプリをよく利用する	841	68.3%
情報収集やコミュニケーションとして、SNS（LINE、X、Instagram等）をよく利用する	643	52.2%
ネット通販やフリマアプリ、サブスク（定額サービス）等をよく利用する	575	46.7%
YouTubeなどの動画視聴をよく利用している	470	38.2%
AIチャット（ChatGPTなど）や、AI搭載アプリをよく利用している	316	25.7%
オンラインゲームをよく利用している	104	8.4%
インターネットやスマホ等はほとんど利用していない	89	7.2%
学習アプリやオンライン講座をよく利用している	84	6.8%
その他（　　）100字以内	16	1.3%

Q13: 高齢者や障害のある方などの消費者被害を防ぐために、地域や行政全体でどのような取り組みが必要だと思いますか。

（最大3つまで）（入力必須） [n=1,231]

ケアマネジャーやヘルパー等が異変に気づいたとき、消費生活センターにつなげやすくする	619	50.3%
自治会、民生委員、地域の団体などへ最新の被害情報を共有する	579	47.0%
高齢者や障害のある方を対象に、分かりやすい講座や啓発を行う	473	38.4%
市役所の窓口、金融機関、店舗など身近な場所でのチラシ配布や注意喚起	377	30.6%
福祉関係者（介護・障がい福祉等）向けに、消費者被害を発見するための研修を行う	295	24.0%
市の公式LINEや電子看板（デジタルサイネージ）等を活用した分かりやすい情報発信	179	14.5%
その他（　　）100字以内	38	3.1%
特になし	76	6.2%

Q14: 今後、千葉市が特に力を入れるべき消費者行政・施策は何だと思いますか。

（最大3つまで）（入力必須） [n=1,231]

電話や対面など、デジタルが苦手な人も安心して相談できる環境の維持	678	55.1%
消費生活センターにおける、専門的で分かりやすい相談対応の充実	399	32.4%
高齢者や障害のある人を地域全体で見守り、被害を未然に防ぐ体制（ネットワーク）の構築	361	29.3%
LINE、Webフォーム、AIチャットなどを活用したデジタル相談窓口の導入・拡充	300	24.4%
学校や地域における、若者向け（SNS関連トラブルや悪質商法への対策など）の消費生活教育の充実	266	21.6%
悪質商法や詐欺の手口、対処法を学ぶための啓発活動の強化	220	17.9%
食品ロス削減やリサイクルなど、環境や社会に配慮した消費行動（エシカル消費）の推進	217	17.6%
SNSや動画などを活用した、若者・現役世代に届きやすい情報発信の強化	138	11.2%
資産形成や契約の仕組み、多重債務や金融トラブルの防止など、時代に即した「金融経済教育」の推進	136	11.0%
外国人住民を含め、言語や文化を問わず誰もが相談しやすい環境の整備	114	9.3%
地域や企業、学校等と連携した、参加しやすい講座やイベントの実施	82	6.7%
その他（　　）100字以内	25	2.0%
特になし	57	4.6%

Q15: 次に、「災害への備え」についてお聞きします。
地震や風水害などで自宅が損壊などの被害を受けた場合や倒壊するおそれがある場合は、どこに避難しますか。

（最大3つまで）（入力必須） [n=1,231]

避難所	856	69.5%
親族宅	347	28.2%
車中	244	19.8%
町内自治会館・集会所	211	17.1%
宿泊所（ホテルなど）	181	14.7%
知人宅	29	2.4%
できる限り自宅に留まる	682	55.4%
その他	17	1.4%

Q16: 非常時の持出品（※2）・備蓄品（※3）として、ご家庭でどのような物を準備していますか。

（いくつでも）（入力必須） [n=1,231]

飲料水	1,051	85.4%
懐中電灯、ランタン、ろうそく、ライター	923	75.0%
食料	862	70.0%
携帯トイレ（※4）	699	56.8%
マスク	675	54.8%
衛生用品（ウェットティッシュ、除菌用アルコール）	595	48.3%
携帯ラジオ	586	47.6%
トイレットペーパー	573	46.5%
カセットコンロ	505	41.0%
歯ブラシ、洗面用具	504	40.9%
スマートフォンの予備バッテリー、充電器	489	39.7%
軍手	418	34.0%
使い捨て手袋	412	33.5%
手指消毒用アルコール	407	33.1%
医薬品 、救急用品（絆創膏、包帯など）	393	31.9%
食品用ラップ	389	31.6%
下着類	291	23.6%
ホイッスル	278	22.6%
スリッパなど室内履き	277	22.5%
ポリタンク	231	18.8%
体温計	208	16.9%
ヘルメット、防災頭巾	205	16.7%
毛布、衣類など	191	15.5%
寝袋、テントなど	153	12.4%
ポータブル電源	151	12.3%
感震ブレーカーの設置	79	6.4%
おむつ	50	4.1%
粉ミルク、液体ミルク	14	1.1%
哺乳瓶	10	0.8%
アレルギー対応食品	7	0.6%
その他	37	3.0%
準備しているものはない	51	4.1%

Q17: ご家庭において、家具類の転倒・落下・移動防止対策（＝家具転（かぐてん）対策）として何を行っていますか。
（いくつでも）（入力必須） [n=1,231]

安全配置（寝る場所、座る場所、通路や出入口などに家具類を置かない。置く場合には背の低いものにしたり、倒れる向きを考慮したりする。）	666	54.1%
対策器具等による固定（転倒防止金具等を使って家具類を固定する）	528	42.9%
集中収納（居住スペースと収納スペースを分けることで生活空間にある家具を減らす）	207	16.8%
ガラスの破損・飛散防止や棚等の収容物の飛び出し防止（飛散防止フィルム、扉開放防止器具など）	158	12.8%
その他	15	1.2%
対策は行っていない →Q19へ	260	21.1%

Q18: 家具転対策を行ったきっかけは何ですか。
（いくつでも）（入力必須） [n=971]

他地域の地震被害を知ったこと	510	52.5%
テレビ・書籍による紹介	378	38.9%
大地震を経験	293	30.2%
家族の勧め	89	9.2%
引越、リフォーム	88	9.1%
行政による啓発（説明会、訓練等）	41	4.2%
家具の転倒を経験	34	3.5%
民間事業者等の防災イベント	22	2.3%
知人等の勧め	14	1.4%
行政の制度（助成等）を知ったこと	5	0.5%
その他	38	3.9%

Q19: （Q17で「対策は行っていない」と回答した方）
（最大3つまで）（入力必須） [n=260]

ついつい先延ばしにしている	139	53.5%
手間がかかる	76	29.2%
費用がかかる	76	29.2%
転倒するような家具類がない	39	15.0%
自分ではできない	31	11.9%
やり方が分からない	28	10.8%
借家のため対策器具等を壁や天井等に取り付けられない又は取り付けていいか分からない	24	9.2%
壁に穴をあけたくない	18	6.9%
必要性を感じない	14	5.4%
部屋の見た目が悪くなる	8	3.1%
その他	13	5.0%

Q20-1：　市では、災害時に自宅が安全な場合、指定避難所ではなく自宅で生活を続ける「在宅避難」や、指定避難所以外の親戚宅や町内自治会集会所、車中泊、ホテルなど色々な避難先に分散する「分散避難」を推奨しています。

Q20-2：　あなたは「在宅避難」をどの程度理解していますか。

（1つだけ）（入力必須）　[n=1,231]

一通り理解している	193	15.7%
大まかに理解している	601	48.8%
聞いたことがあるが、内容はよくわからない	276	22.4%
知らなかった	161	13.1%

Q20-3：　あなたは「分散避難」をどの程度理解していますか。

（1つだけ）（入力必須）　[n=1,231]

一通り理解している	109	8.9%
大まかに理解している	431	35.0%
聞いたことがあるが、内容はよくわからない	343	27.9%
知らなかった	348	28.3%

Q21：　指定避難所以外（在宅・親戚知人宅・町内自治会集会所・車中泊など）に避難していても、指定避難所で避難者カードの登録をすれば、物資の配給を受けられることを知っていましたか。

（1つ選択）（入力必須）　[n=1,231]

知っていた	211	17.1%
知らなかった	1,020	82.9%

Q22: 最後に、「公園トイレの快適化」についてお聞きします。
千葉市内での公園トイレの利用状況について、教えてください。

（1つだけ）（入力必須） [n=1,231]

令和8年4月以降に初めて利用した	14	1.1%
令和8年4月以降も令和8年3月以前にも利用している	311	25.3%
利用していない→Q27へ	906	73.6%

Q23: （Q22で「利用した」「利用している」と回答した方）
（自由記述）（入力必須） [n=325]

（　　）100字以内	325	100.0%

Q24: （Q22で「利用した」「利用している」と回答した方）
（1つだけ）（入力必須） [n=325]

非常に快適だった（非常に快適になった）	32	9.8%
やや快適だった（やや快適になった）	160	49.2%
やや不快だった（やや不快になった）→Q26へ	112	34.5%
非常に不快だった（非常に不快になった）→Q26へ	21	6.5%

Q25: （Q24で「快適」と回答した方）
（いくつでも）（入力必須） [n=192]

衛生的だった	89	46.4%
臭いが気にならなかった	96	50.0%
明るく安心して利用できた	95	49.5%
その他（　　）50字以内	13	6.8%

→Q28へ

Q26: （Q24で「不快」と回答した方）
（いくつでも）（入力必須） [n=133]

衛生的でなかった	93	69.9%
臭いが気になった	74	55.6%
暗く、防犯面で不安を感じた	65	48.9%
その他（　　）50字以内	24	18.0%

→Q28へ

Q27: （Q22で「利用していない」と回答した方）
（1つだけ）（入力必須） [n=906]

汚く、不衛生そう	364	40.2%
他の公共施設や民間施設、自宅などのトイレを利用している	208	23.0%
公園に行く機会がない	181	20.0%
建物内や周辺が暗く、防犯面や安全面で不安	90	9.9%
トイレの臭いが気になる	41	4.5%
バリアフリー対応の設備でなさそう	4	0.4%
子ども用の設備がなさそう	3	0.3%
その他（　　）50字以内	15	1.7%

Q28: 本市では公園トイレの快適化に向け、今後も対策を進めていきたいと考えています。
（1つだけ）（入力必須） [n=1,231]

マナー向上を促す文章とイラストの掲示	619	50.3%
汚れたときに清掃できる用具の設置	301	24.5%
用を足す際の立ち位置を示す床面足型プリント（男子小便器）	95	7.7%
用を足す際にしゃがむ位置を示す床面足型プリント（和便器）	67	5.4%
用を足す際の的となるシールの貼り付け（男子小便器）	64	5.2%
その他（　　）50字以内	85	6.9%

その他

Q3: 今後、良好な景観（風景や景色）を形成していくための進め方として、どのようなことが重要と考えますか。特に重要だと思うものを選んでください。

【その他 主な意見】

・ 倒木の可能性がある等危険なものを除いて現状自然を維持すること。
・ テーマを決めてそれにふさわしい景観は何かを考える。
・ 自然保護、里山の景色の保護活動。
・ より自然を生かした景観の保全。
・ 自然との共生を意識してほしい。
・ 太陽光パネルの制限。

Q4: 景観づくりに対する市民の方々の意識を高めていくために、今後の市の取組みとして期待するものはなんですか。

【その他 主な意見】

・ 小学校の父母が参加する発表時授業のテーマにする親も関心をもつ。
・ 他市県の優秀な取組を紹介し、千葉市でもやって欲しいと思わせる。
・ 優れた景観を持つ場所でイベント開催し、肌で感じさせる。
・ 街路などの緑化･美化活動への市民参加とその支援。
・ 街並みをよくするためのガイドラインの周知。
・ 美しい景観を共有しているという意識の向上。

Q5: 市内で広告宣伝車（※1）を直近１年で見たことはありますか（回程度/月）。
※1広告を表示し、光や音等を用いて宣伝しながら移動する専用車両のこと。

【それ以上の主な回数】

・ 10回（6件）
・ 52回

Q6: 広告宣伝車を見たことがある方は、市内のどの辺りで見かけましたか。

【その他 主な場所】

・ 稲毛駅周辺（3件）
・ 千葉みなと駅周辺（2件）

Q7: 広告宣伝車を見たことがある方は、広告宣伝車を見てどのように感じましたか。

【その他 主な意見】

・ このやり方で果たして広告の効果があるのか疑問を持った。
・ 都内だけと思っていたので見た時はショックでした。
・ 物々しくびっくりする。
・ 美しくないな。

Q8: 次に、「消費生活」についてお聞きします。
あなたが普段、商品やサービスを購入・利用するときに、重視していることは何ですか。

【その他 主な意見】

・ 日常的に消費するものは安全、価格重視で、長く使うものは業者への信頼性保証やアフターサービスを重視。
・ 事業者の信頼性の他、継続して地域に役立つ店を応援したい。
・ 支持したいポリシーの企業やディーラー。
・ 自宅から近い事。

Q9:　過去3年間に、商品やサービスの購入・契約でトラブルや被害に遭ったことはありますか。

【その他 主な意見】

・	通販で購入した果物が品質が悪く期待外れだったけど、「味の好みは個人により異なる」と言って販売会社からクレームを無視された。
・	オンラインでチケットを間違えて多く購入してしまったが、キャンセルに応じてもらえなかった。
・	チラシの記載を(トリッキーな表現)見間違え、予定よりも高額の代金を請求された。
・	購入したものが壊れていた。安価だったので、あきらめたが、店に言えばよかった。
・	エアコン工事にて店と工事業者で工事料金が違った。
・	通信販売で取り消しができなかった。

Q10:　トラブルに遭った際、あなたは誰かに相談をしましたか。

【その他 主な意見】

・	店に問いあわせた。
・	電気屋さん。
・	カード会社。

Q11:　購入した商品やサービスについてトラブルが発生した場合に、「千葉市消費生活センター」に相談できることを知っていましたか。

【その他 主な意見】

・	相談したとしても結果(損失)は変わらないと思った為。その手間と時間も無駄だと思った為。
・	知っているが、担当者も大変なので迷惑を掛けないように、事例の記事等を目を通している。
・	知っているが、連絡先がわからない。また、何か問題あっても問題の解決事例がわからない。
・	かなり前だが相談した際解決出来なかったことがあった。それ以来あてにしない事にした。
・	連絡先電話番号がわからず、県(船橋)の方に連絡した。
・	知っているが別の機関に相談した。

Q12:　あなたは普段、インターネットやデジタルサービスをどのように利用していますか。

【その他 主な意見】

・	家族親族間(LINE)、自治会(電子回覧板)などでのコミュニケーション。
・	情報収集としてニュースサイト等を利用する。
・	県、市、区からのイベント情報収集。
・	情報収集、送金。
・	情報検索。

Q13:　高齢者や障害のある方などの消費者被害を防ぐために、地域や行政全体でどのような取り組みが必要だと思いますか。

【その他 主な意見】

・	町内会などもっと身近なところでの呼びかけ、啓蒙などをできるようなシステム作り。町内会ごとにチラシを希望枚数配布など。
・	わかりやすい講座や啓発を高齢者や障害者に限らず、公民館などで広く行う。
・	お店に協力してもらう。
・	成年後見制度の活用。
・	見回り、声かけ。

Q14: 今後、千葉市が特に力を入れるべき消費者行政・施策は何だと思いますか。

【その他 主な意見】

・ 平日昼間というのは、多くの人にとって使えない時間帯です。Webフォーム、AIチャット等で24時間対応は必須だと思います。
・ トラブルに巻き込まれたら直ぐ解決したいので、24時間対応出来るといい、窓口は何時?何時とか何処へ行くとかは大変。
・ 土日でも相談できる窓口を開設。

Q23: （Q22で「利用した」「利用している」と回答した方）
使ったことのある公園トイレのうち、もっともよく利用するトイレの公園名を教えてください。

【自由記述】

・ 千葉公園（17件）
・ 青葉の森公園（12件）
・ 稲毛海浜公園（11件）
・ 昭和の森（8件）
・ 花島公園（5件）
・ 泉自然公園（4件）

Q25: （Q24で「快適」と回答した方）
快適と感じた理由を教えてください。

【その他 主な理由】

・ 以前よりはよくなった。
・ 適切に清掃されている。

Q26: （Q24で「不快」と回答した方）
不快と感じた理由を教えてください。

【その他 主な理由】

・ 男性用トイレが外から丸見え。
・ 水捌けが悪い。
・ 和式トイレ。
・ 虫がいる。

Q27: （Q22で「利用していない」と回答した方）
利用していない主な理由はなんですか。

【その他 主な理由】

・ 利用時に外から見えてしまう。
・ 暗いし、クモの巣があって嫌。

Q28: 本市では公園トイレの快適化に向け、今後も対策を進めていきたいと考えています。
利用マナー向上のために最も優先して取組んだ方がよいと思うものを教えてください。

【その他 主な意見】

・ きれいなデザインのトイレにする（きれいなデザインのトイレならば汚さないように使うだろうから）。
・ 清潔さを保つ（清潔なトイレならば汚さないように使うだろうから）。
・ 防犯カメラ。
・ 有料化。
・ 巡回。