報告書別添

移動需要分析マニュアル

2025年3月

デジタル庁
Digital Agency

目次

章	節		項
1. はじめに	1.1	背景と目的 - 潜在需要（隠れたニーズ）も捉えたモビリティ検討の必要性	P.4
	1.1	背景と目的 - 本移動需要分析の活用シーン	P.5
	1.2	実施内容の概要と所要期間・費用	P.6
2. 移動需要の定義	2.1	移動需要の全体像	P.8
	2.2	顕在需要（現在の移動）	P.9
	2.3	個人の潜在需要（隠れたニーズ）	P.10
	2.4	コミュニティの潜在需要（隠れたニーズ）	P.11
3. 重点施策の特定	3.1	ロジックツリーと町の重点施策の定義	P.14
	3.2	重点施策特定のヒント - 人口密度・公共交通依存率から見える課題傾向	P.15
4. 移動需要の分析方法	4.1	定量アンケート（住民の需要の大きな傾向を把握する）	P.18
	4.2	インタビュー（住民の需要を深掘する）	P.37
	4.3	ロジックツリー（町の重点施策をあたりづけする）	P.41
	4.4	ワークショップ（重点施策の妥当性を検証する）	P.45
5 Q&A			P.54

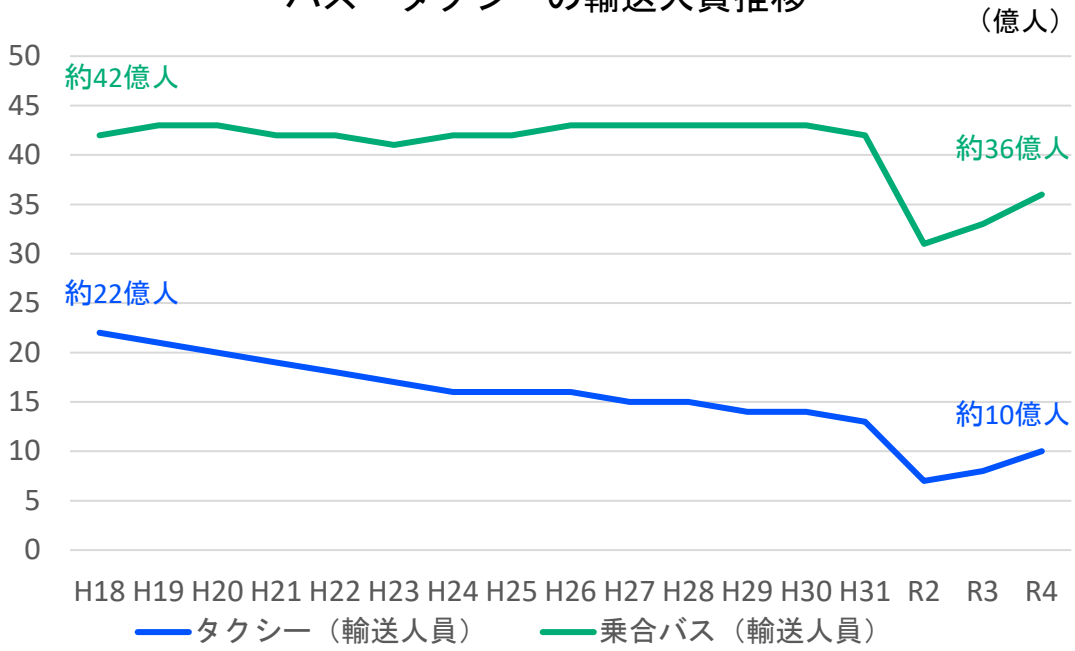
1. はじめに

- 1.1 背景と目的 - 潜在需要（隠れたニーズ）も捉えたモビリティ検討の必要性
- 1.1 背景と目的 - 本移動需要分析の活用シーン
- 1.2 実施内容の概要と所要期間・費用

人口が減少していく中で、地域のモビリティは既存の需要だけでなく潜在需要（隠れたニーズ）も捉えていく必要があり、本マニュアルではその分析手法を説明しています

地域のモビリティ利用者数推移

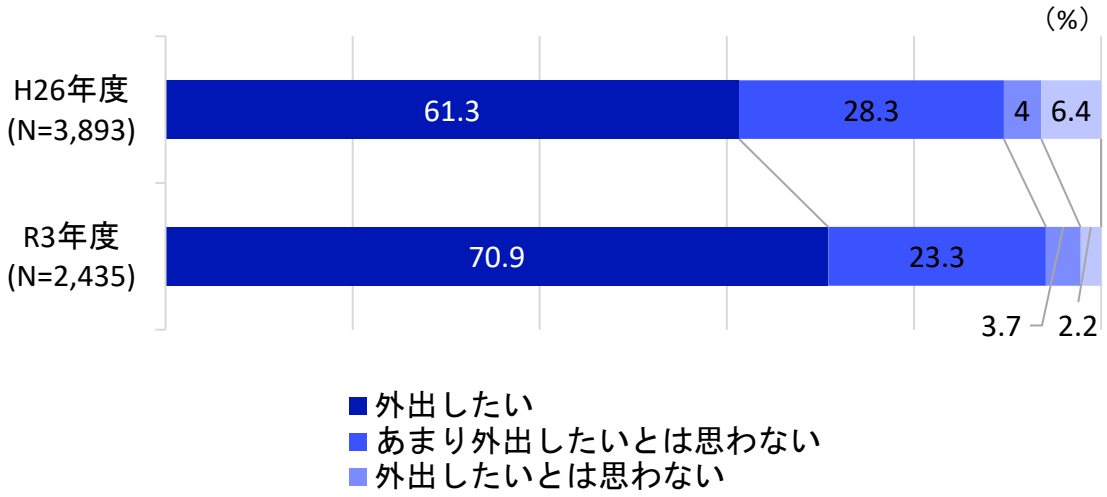
バス・タクシーの輸送人員推移



見かけの移動需要は縮小している

外出意欲の推移（高齢者）

ふだん（散歩なども含め）外出したいと思うか



隠れた移動需要は拡大している

（出所）データ：国土交通省「自動車輸送統計年報」 https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00600330&tstat=000001078083&cycle=8&tclass1val=0
内閣府「令和３年度 高齢者の日常生活・地域社会への参加に関する調査結果」 https://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/r03/zentai/pdf_index.html 令和3年12月6日～12月24日実施、
全国の大都市～町村の幅広い地域に居住する60歳以上の男女4000人を対象に 郵送にて調査、回収数2435

地域の移動需要を分析することで、自治体で新しいモビリティサービス・計画を導入する裏付けや今後の地域交通の課題を解決する糸口を得ることができます

【自治体で本移動需要分析を活用できるシーン】

計画策定時

公共交通計画を策定したいが
データが足りず、どのように施策を
検討したら良いか分からない。

施策策定時

新しいモビリティサービスを
導入したいが、
なぜ導入すべきかの根拠が不十分。
関係者を説得するのが難しい。

計画・施策の見直し時

運行中のモビリティサービスを
今後も維持していくか検討したいが、
どうやって判断すればいいか
分からない。

需要分析を行い、地域の現在の移動・潜在需要（隠れたニーズ）を見える化

定量アンケートの実施
移動データマップの作成
ロジックツリーの作成（※）

地域公共交通計画を策定するときの検討材料が得られる

現在の移動、隠れたニーズを可視化し
町として強化すべき取り組みを検討できる

定量アンケートの実施
移動データマップの作成
インタビューの実施（※）

モビリティサービスを導入するときの裏付けが得られる

どの時間帯にどのルートで走らせれば
どの程度利用が見込めるか、簡易的に予測できる

定量アンケートの実施
移動データマップの作成
ワークショップの実施（※）

モビリティサービスを評価するときの裏付けが得られる

利用状況や運賃収入だけでなく、
住民の幸福度（Well-Being）を踏まえ評価できる

※自治体のスケジュール・予算状況に応じ、本マニュアルの一部ステップのみ実施しご活用いただくことも可能です

移動需要分析は定量アンケート/インタビュー(STEP①)、ロジックツリー(STEP②)、ワークショップ(STEP③)で構成。全工程を外部委託で実施する場合 350～400万円、4か月ほどの作業期間が必要となります*

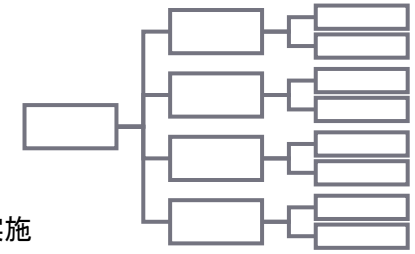
【移動需要分析全体の実施内容と所要期間・費用】

捉える需要

顕在需要（現在の移動）

潜在需要（隠れたニーズ）

分析手法

移動課題を持つペルソナ特定と需要(課題)の大きな傾向の把握		町の重点施策をあたりづけ	重点施策の妥当性を検証
1 定量アンケート	1 インタビュー	2 ロジックツリー	3 ワークショップ
			
各地域のボリュームゾーンであるペルソナ（移動課題を持っていそうな層）に対し、**「既存の生活パターンや需要の水準」**および**「満たしたい（機能的な）需要があるか」**を定量的に調査	ペルソナ代表者に満たしたい需要を**「なぜ満たせないか」「どんな施策があれば行動を変えるか」**などインタビューにより課題の特定を行う	地域における移動需要と自治体の様々な交通施策の関係性を整理し、町の重点施策のあたりづけをする ※その際に自治体向けワークショップを実施することも想定	重点施策を**住民がどう感じるか（あったら嬉しいか、外出を増やすか）を検証**する
期間：3か月程度 ※必要人数は3名程度を想定	期間：3週間程度 ※必要人数は2名程度を想定	期間：約2か月程度 ※必要人数は自治体関係部署の数による	期間：1-2日程度 ※必要人数は3名程度を想定
費用：220万円程度	費用：100～150万円程度	費用：役場内担当者様にて対応の為、外部委託費用は発生しない想定	費用：40万円程度

同時並行で実施

（参考）データ：リサーチ事業者へのヒアリング等をもとに作成
本想定は住民数10万人ほどの関東近郊の市で、2,000部超のアンケート郵送・10件のインタビュー・1回のワークショップを行った場合のもの

2. 移動需要の定義

- 2.1 移動需要の全体像
- 2.2 顕在需要（現在の移動）
- 2.3 個人の潜在需要（隠れたニーズ）
- 2.4 コミュニティの潜在需要（隠れたニーズ）

移動需要を「顕在需要（現在の移動）」「個人の潜在需要（隠れたニーズ）」「コミュニティの潜在需要（隠れたニーズ）」の3つに分けて分析していきます

【移動需要の全体概観図】

1 顕在需要（現在の移動）

■ **（我慢をしつつ行っている）現在の行動**

✓ もっと行動（買い物などの外出）したいと思っているが我慢している状態

✓ 定量的な具体例：
子育て層は買い物に週1回行き、
家族の1週間の食料品をまとめ買いしている
（本当はあと2回行きたい）

潜在需要（隠れたニーズ）

2 個人の潜在需要

■ **本人が理想とする、我慢していない状態の行動**

✓ 自分個人がしたいと思っている行動
（買い物などの外出）ができている状態

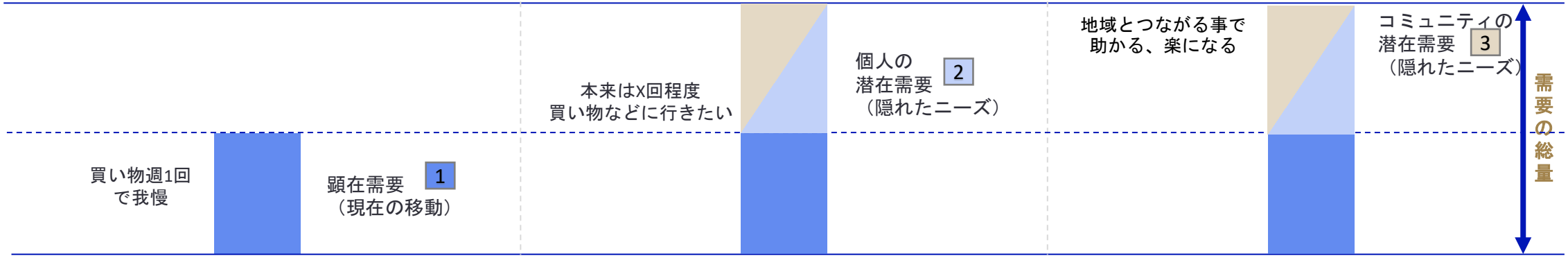
✓ 定量的な具体例：
買い物に週3回行けており、子供に新鮮な食材を
使った手料理を食べさせることができる

3 コミュニティの潜在需要

■ **地域とつながることでさらに理想的になる行動**

✓ 地域住民同士がかかわりを持つことで
個人に閉じずコミュニティで行動するという
新たな選択肢に気づき、行動している状態

✓ 定量的な具体例：
地域の人と子供の送迎をし合うことで余裕が生まれ、
月2回一緒に地域イベントに参加するようになった



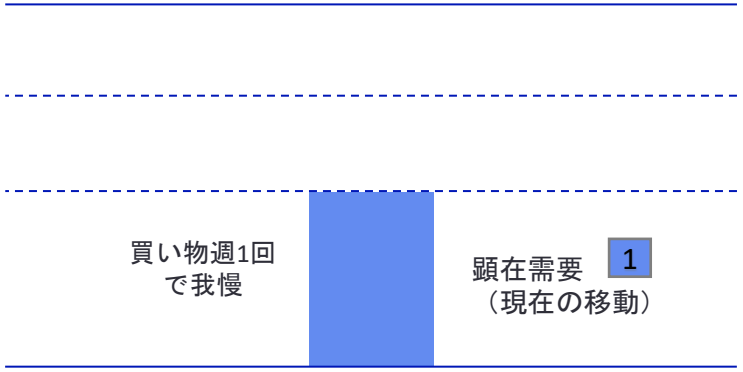
顕在需要は、現在している行動です

1 顕在需要（現在の移動）

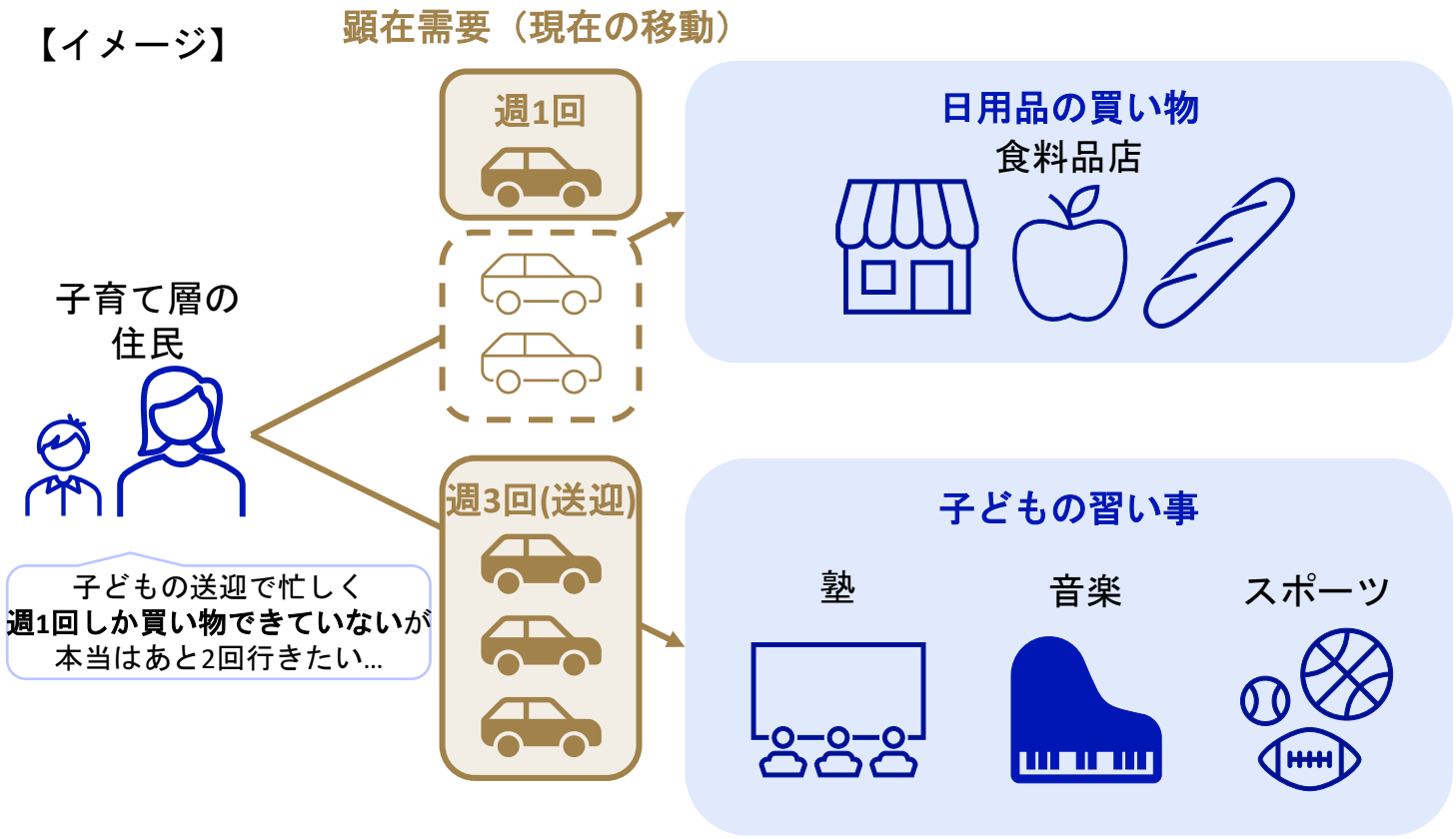
■ （我慢をしつつ行っている）現在の行動

✓ もっと行動（買い物などの外出）したいと思っているが我慢している状態

✓ 定量的な具体例：
子育て層は買い物に週1回行き、
家族の1週間の食料品をまとめ買いしている
（本当はあと2回行きたい）



【イメージ】



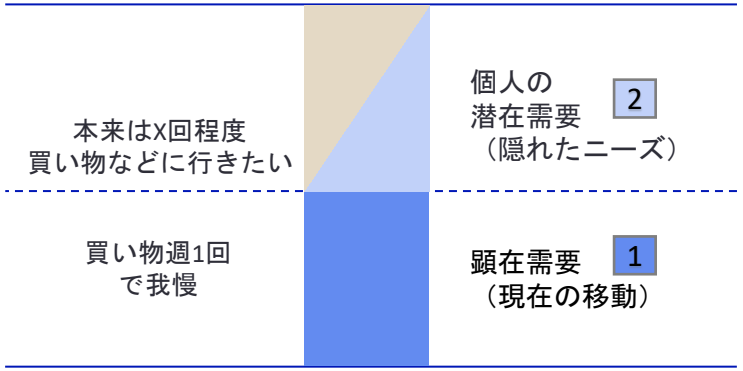
個人の潜在需要（隠れたニーズ）は、個人が「もっと○○したい」という行動です

2 個人の潜在需要（隠れたニーズ）

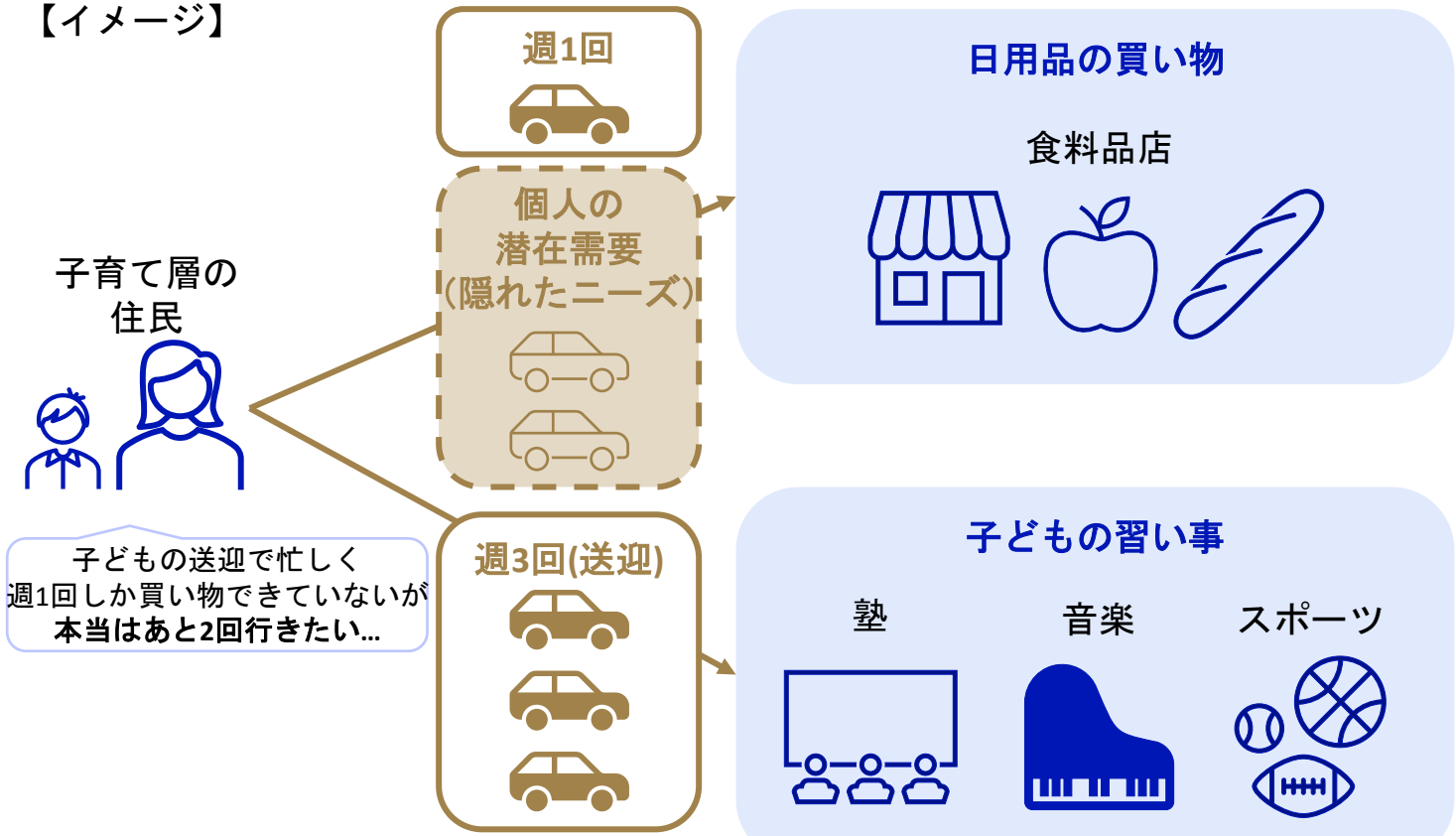
■ **本人が理想とする、我慢していない状態の行動**

✓ 自分個人がしたいと思っている行動
（買い物などの外出）ができている状態

✓ 定量的な具体例：
理想通り買い物に週3回行けており、
子供に新鮮な食材を
使った手料理を食べさせることができる



【イメージ】



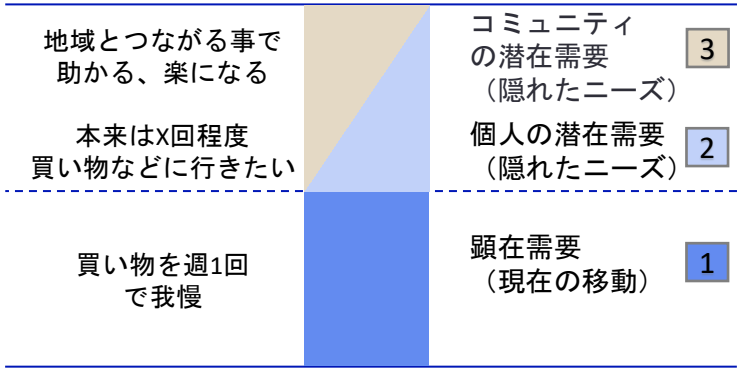
コミュニティの潜在需要（隠れたニーズ）は、個人に閉じず地域とつながることで生まれる「もっと○○したい」という行動です

3 コミュニティの潜在需要（隠れたニーズ）

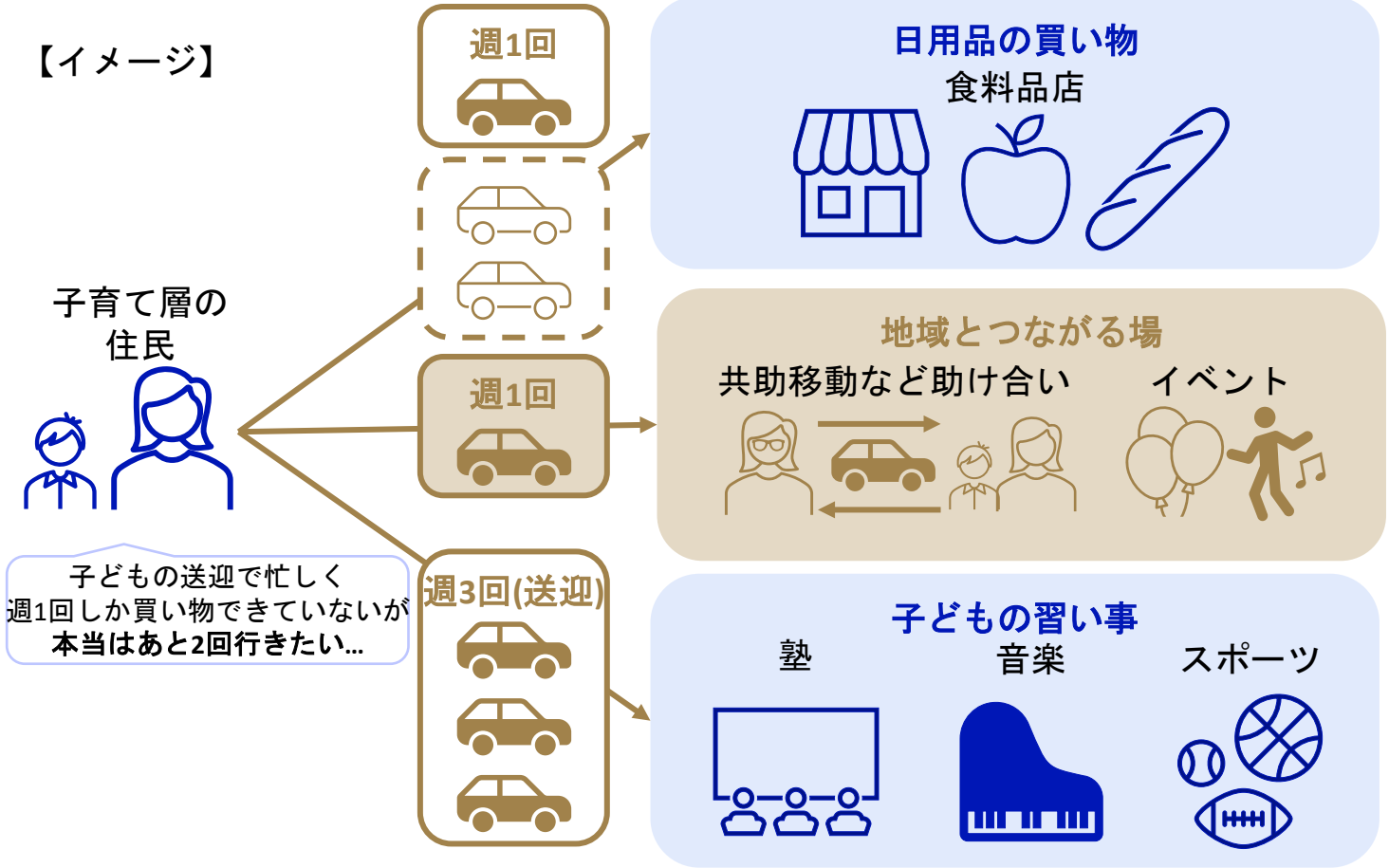
■ **地域とつながることでさらに理想的になる行動**

✓ 地域住民同士がかかわりを持つことで個人に閉じずコミュニティで行動するという新たな選択肢に気づき、行動している状態

✓ 定量的な具体例：
地域の人と子供の送迎をし合うことで余裕が生まれ、月2回一緒に地域イベントに参加するようになった



【イメージ】



地域とつながることが地域幸福度に影響を与えると考えられるため、コミュニティの潜在需要（隠れたニーズ）は重視すべき要素と捉えます

			地域のつながり・人間関係がより深まる行動を取る						
			地域行事に参加する	あいさつする	ちょっとした立ち話をする	お裾分け：物をあげたり、もらったりする	助け合い：家事やちょっとした用事をしたり、してもらったりする	遊び：休日に一緒に時間を過ごしたり、活動を共にする	相談：悩んだ時や困った時に話を聞いてもらう
地域のつながりが生まれる場に行く・集まる	日常の場	家の近く・道端							
		バス停・待合スペース・スーパー等							
	交流の場	公民館							
		児童館・図書館等							
	プライベートな場	自宅等							

こうしたシーン（場所×行動）が増えることをイメージしてもらい、
それらが実現することに対して、住民がどう感じるかを中心に
「コニュニティの潜在需要（隠れたニーズ）」を推計する

■ **コミュニティの潜在需要（隠れたニーズ）の捉え方**

例えばooのような場所で

地域の人がooしてくれたら
地域の人にooしてあげられたら
地域の人と一緒にooできたら

感情の度合い

楽になると思いますか
嬉しさを感じますか
生き生きしますか

×

行動変容の度合い

そのためにどのくらいの頻度
外出したいと感じますか

（出所）資料：内田由紀子、遠藤由美、柴内康文「人間関係のスタイルと幸福感：つきあいの数と質からの検討」https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjesp/52/1/52_63/_pdf/-char/ja
内閣府「第９回高齢者の生活と意識に関する国際比較調査（全体版）https://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/r02/zentai/pdf_index.html

3. 重点施策の特定

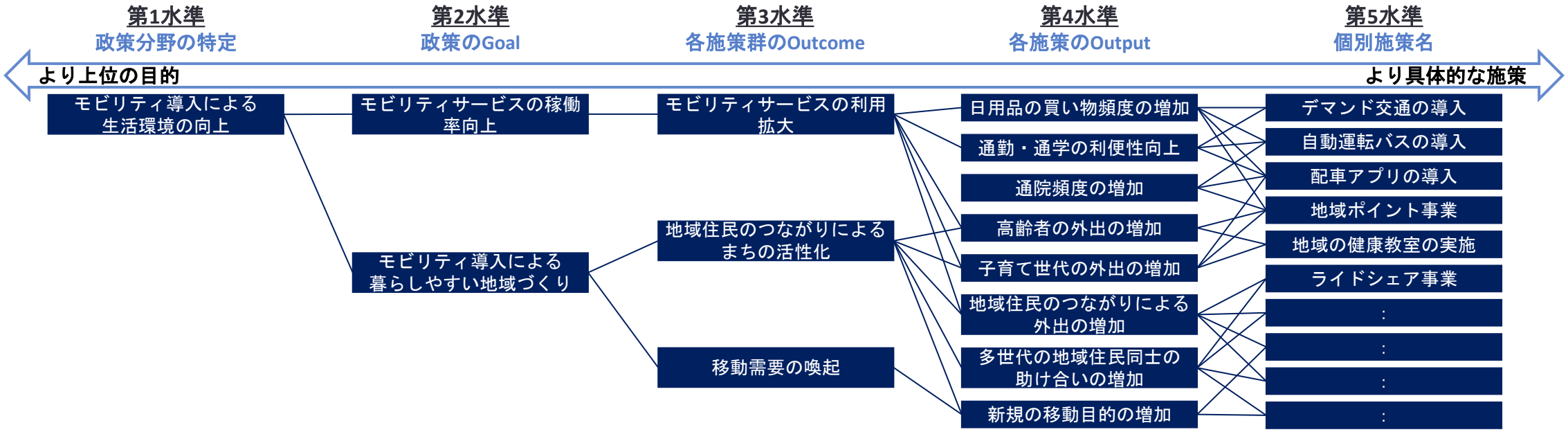
- 3.1 ロジックツリーと町の重点施策の定義
- 3.2 重点施策特定のヒント -人口密度・公共交通依存率から見える課題傾向

自治体のモビリティに関連する施策群を整理したロジックツリーを作成し、その中で潜在需要（隠れたニーズ）を掘り起こすことができる施策を町の重点施策として決定します

【ロジックツリー・重点施策のイメージと定義】

ロジックツリーは、問題解決や意思決定を行う際、その思考過程を構造的に見える化する手法。
今回はモビリティに関連する施策群を俯瞰し、重視すべき施策と相互に影響を及ぼす施策を検証する。

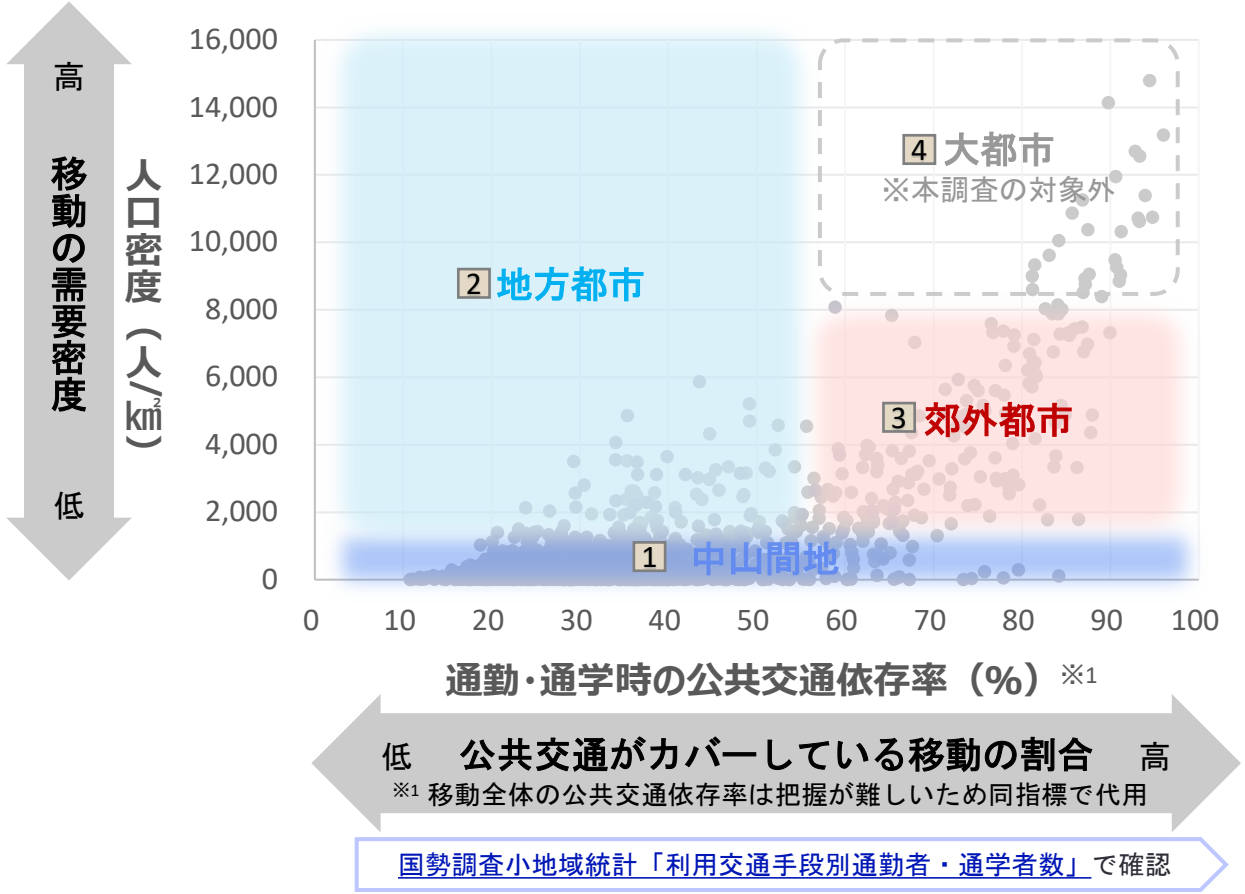
参照：デジタル庁_「リファレンス・ロジックツリー」　活用ガイド



重点施策は、ロジックツリーの第4・5水準の中で潜在需要（隠れたニーズ）が大きく、施策の実施によって需要を掘り起こすことができるため、自治体が特に重要であると位置づける施策のこと。

重点施策を検討するうえでのヒントとして、自治体がどのような性質の課題を抱えているのかを人口密度・公共交通依存率から把握できます

■ 全国市町村の人口密度と公共交通依存率の分布



国勢調査小地域統計「利用交通手段別通勤者・通学者数」で確認

■ 都市類型別の特徴

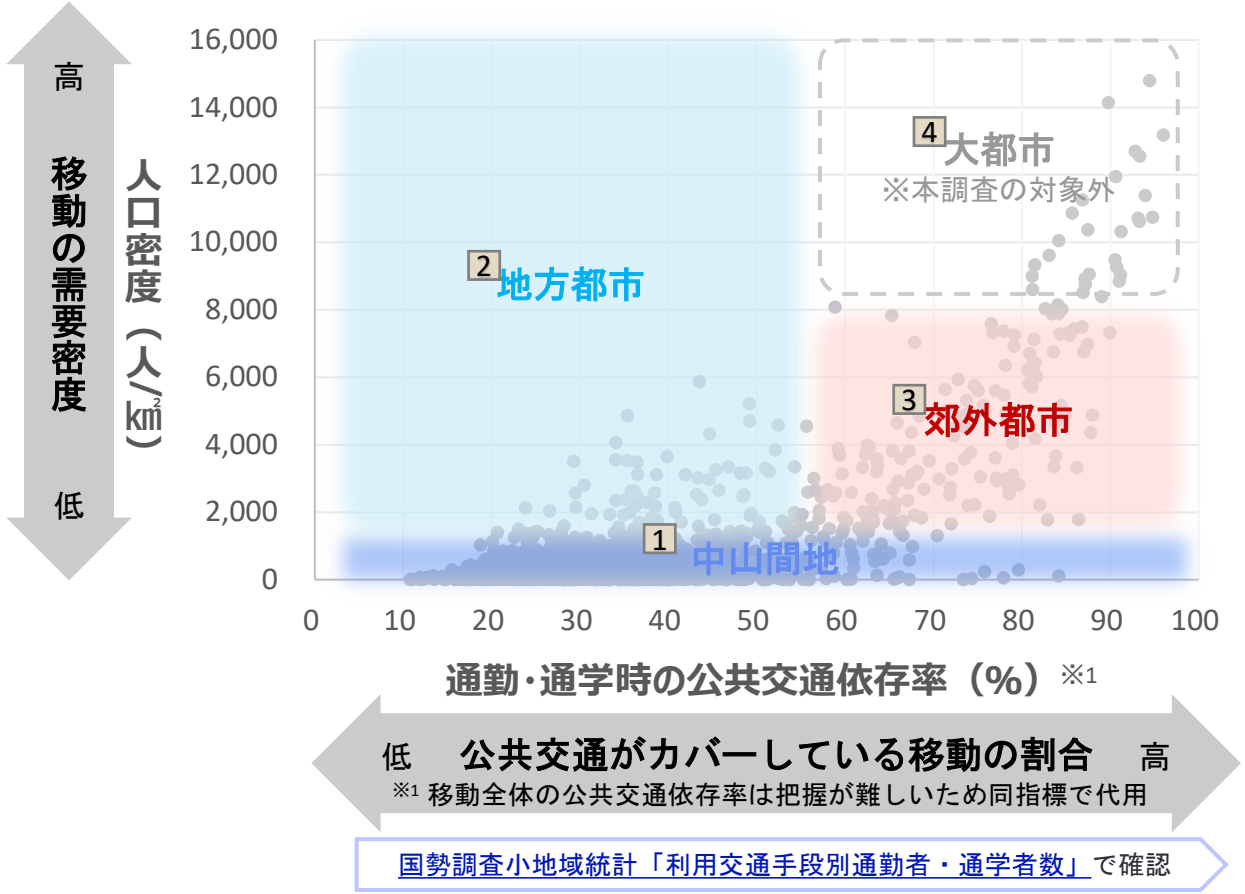
	1 中山間地	2 地方都市	3 郊外都市	4 大都市(参考)
想定される交通特性	• 移動手段はほぼ自家用車に限定	• 移動手段は自家用車が多い	• 移動手段は鉄道/バス/自家用車/LRT/自転車など多様	• 移動手段は鉄道/バスが中心
	• 自地域/隣接地域での通勤や生活が中心	• 自地域/隣接地域での通勤や生活が中心	• 近隣の大都市への通勤者が多い	• 地域内のみで通勤や生活など全てが成立する
	• 長く住む住民が多く地域との繋がりや共助意識が強い	• 長く住む住民が多く地域との繋がりや共助意識が強い	• 長く住む住民が少なく、地域との繋がりや共助意識が薄い	• 長く住む住民が少なく、地域との繋がりや共助意識が薄い
<参考>指標※2の目安	• 人口密度1,100人/㎢以下	• 人口密度1,100人/㎢超 • 通勤通学時の公共交通依存率55%以下	• 人口密度1,100人/㎢～8,000人/㎢ • 通勤通学時の公共交通依存率55%超	• 人口密度8,000人/㎢超 • 通勤通学時の公共交通依存率55%超

※2 指標の閾値は参考値であり、
自地域がどの特徴に当てはまるか？によって判断が必要

（出所）データ：総務省統計局「令和2年国勢調査」 https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2020/index.html
国土交通省「令和2年都市計画現況調査」 https://www.mlit.go.jp/toshi/tosiko/toshi_tosiko_tk_000057.html

人口密度・公共交通依存率を踏まえた都市類型から、町が抱えているおおよその課題を確認することができます

■ 全国市町村の人口密度と公共交通依存率の分布



国勢調査小地域統計「利用交通手段別通勤者・通学者数」で確認

■ 都市類型別の移動・生活課題

	1 中山間地	2 地方都市	3 郊外都市	4 大都市(参考)
想定される移動・生活課題	**子育て層の送迎課題** 子育て層が子どもや近接居住する親の送迎をする必要があり、負担が大きい	**子育て層の親世代のケアによる負担** 高齢者の近接居住率の高さより子供世代の送迎負担が生じている (近くにいるが故、いざという時サポートしなければならない)	**交通不便地域の高齢者のみ世帯の移動課題** 高齢者の送迎の担い手がおらず生活移動手段が不足している	
二世帯同居世帯率	4.0%	4.7%	3.2%	3.5%
高齢者の近接居住率	48.5%	55.5%	51.9%	48.1%
通学者の自動車分担率※2	13.4%	8.7%	2.2%	1.2%

※2 15歳以上

（出所）データ：総務省統計局「令和2年国勢調査」 https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2020/index.html
国土交通省「令和2年都市計画現況調査」 https://www.mlit.go.jp/toshi/tosiko/toshi_tosiko_tk_000057.html
総務省統計局「平成30年住宅・土地統計調査　住宅及び世帯に関する基本集計」https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00200522&tstat=000001127155>

4. 移動需要の分析方法

- 4.1 定量アンケート（住民の需要の大きな傾向を把握する）
- 4.2 インタビュー（住民の需要を深堀する）
- 4.3 ロジックツリー（町の重点施策をあたりづけする）
- 4.4 ワークショップ（重点施策の妥当性を検証する）

定量アンケートで住民の需要の大きな傾向を把握したのち、インタビューで住民の需要を深堀しつつ町の重点施策をあたりづけし、その妥当性をワークショップで検証します

【移動需要の全体概観図と需要分析のステップ】

1 顕在需要（現在の移動）

■ （我慢をしつつ行っている）現在の行動

✓ もっと行動（買い物などの外出）したいと思っているが我慢している状態

✓ 定量的な具体例：
子育て層は買い物に週1回行き、
家族の1週間の食料品をまとめ買いしている
（本当はあと2回行きたい）

潜在需要（隠れたニーズ）

2 個人の潜在需要

■ 本人が理想とする、我慢していない状態の行動

✓ 自分個人がしたいと思っている行動
（買い物などの外出）ができている状態

✓ 定量的な具体例：
買い物に週3回行けており、子供に新鮮な食材を
使った手料理を食べさせることができる

3 コミュニティの潜在需要

■ 地域とつながることでさらに理想的になる行動

✓ 地域住民同士がかかわりを持つことで
個人に閉じずコミュニティで行動するという
新たな選択肢に気づき、行動している状態

✓ 定量的な具体例：
地域の人と子供の送迎をし合うことで余裕が生まれ、
月2回一緒に地域イベントに参加するようになった

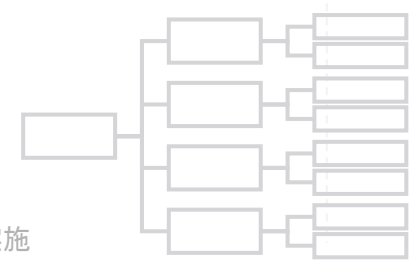
移動課題を持つペルソナ特定と需要(課題)の大きな傾向の把握

1 定量アンケート / インタビュー

同時並行で実施

町の重点施策をあたりづけ

2 ロジックツリー



重点施策の妥当性を検証

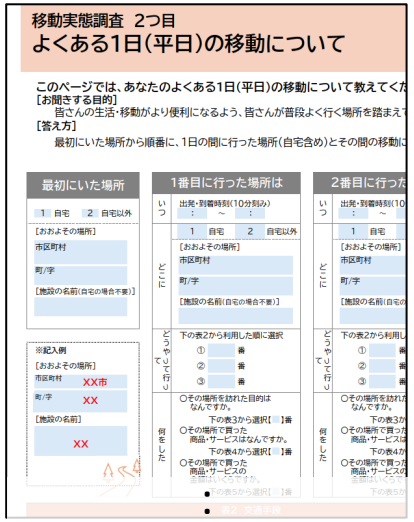
3 ワークショップ

住民の顕在需要（現在の移動）・個人の潜在需要（隠れたニーズ）を定量的に把握するため、定量アンケートを実施します

【定量アンケートの実施概要】

カテゴリ	内容
目的	• 住民の顕在需要（現在の移動）・個人の潜在需要（隠れたニーズ）を定量的に把握する →住民の需要を深堀し、町の重点施策をあたりづけする際の材料として活用する
調査内容	• よくある1日（平日・休日）の移動について、移動目的・移動手段・行き先・移動時間などを確認 • 移動目的（買い物・通院など）ごとの移動頻度を確認
調査方法	• 郵送にて実施
調査期間	• 2週間（自治体によって調整可能）
調査対象 （次項以降詳細）	• 地域：自治体全域 • 対象者：自治体内で人口が多い属性（年代、性別）の住民 • 人数：自治体の人口・想定される回答率をもとに配布数を決定する

アンケート調査票のイメージ



必要な準備作業 （次項以降詳細）				
	人口が多い ターゲット層設定	アンケート対象者特定	アンケート 準備・発送	アンケート 回収・集計・分析
	自治体内で人口が多い住民属性を把握する	配布数を決定し、 対象者（人口が多い属性の住民）を抽出する	調査票・挨拶状・封筒などを準備し、封入・発送する	回収した調査票を打ち込みデータ化・結果を分析する

アンケート対象者を特定するにあたって、自治体内で人口が多い住民属性を把握し、ターゲット層を設定します

【人口が多いターゲット層（アンケート対象者とする住民の属性）の設定方法】

設定の流れ	Step1 初期ターゲット層の洗い出し	Step2 類似ターゲット層のグルーピング（追加・統合）	Step3 ターゲット層の最終選定（追加・除外）
実施内容	• 地域住民を年代・性別（・世帯構成）により分類 • **人数が多い上位5%に属するセグメントを初期ターゲット層として抽出**	• 生活パターンなど特徴の類似が想定される**ターゲット層同士をグルーピングし統合** • グルーピングしたターゲット層の**類似ターゲット層（上位5%外のセグメント）を追加・統合**	• 人数は少ないものの、**地域特性・移動課題に基づき ヒアリングが必要と考えられるターゲット層を追加** • 地域特性・移動課題とは関連の薄いセグメントを対象から除外

実施イメージ

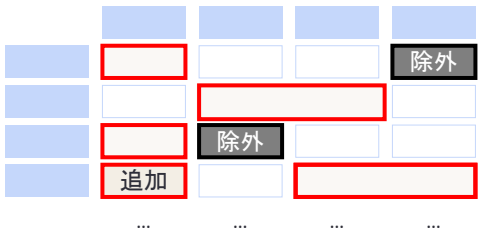
【初期ターゲット層（例）】
10-20代/夫婦＋子供/男性
30-40代/夫婦＋子供/女性
30-40代/夫婦＋子供/男性
50-60代/夫婦＋子供/女性
50-60代/2世帯/女性
70-80代/2世帯/男性

「世帯構成は必須要素ではないが、要素に含める場合住民票上同じ住所に住む人の年齢や関係を見て判断する

【グルーピング後の初期ターゲット層（例）】
10-20代/夫婦＋子供/男性
30-40代/夫婦＋子供/女性
30-40代/夫婦＋子供/男性
50-60代/夫婦＋子供/男女（追加・統合）
50-60代/夫婦のみ/女性
70-80代/2世帯/男女（統合）

「50-60代/夫婦＋子供/男」を追加し、「50-60代/夫婦＋子供/女」と統合

「70-80代/2世帯/男」と「70-80代/2世帯/女」を統合



【最終選定したターゲット層（例）】
~~10-20代/夫婦＋子供/男性~~
30-40代/夫婦＋子供/女性
~~30-40代/夫婦＋子供/男性~~
50-60代/夫婦のみ/男女
50-60代/夫婦＋子供/男女
70-80代/2世帯/男女
70-80代/単身/男女（追加）

定めたターゲット層に対し、統計学的に十分なサンプル数を回収できるよう配布数を決定し、アンケート対象者を特定します

【アンケート配布数の設定方法（例：中山間地A町）】

地域全体で目標サンプル数である約400を確保する（※）

【イメージ】

対象となる地域全体の人口（母集団数）	目標サンプル数(※)
XXX	400

※対象となる地域全体の人口（母集団数）が10,000以上の場合、
統計学的に有意となる必要サンプル数は400程度となるので、母集団の値が正確に把握できずとも目標サンプル数を設定可能

自治体を都市計画マスタープラン等で定めた数地域に分け、全地域で同数サンプル数を確保する

【イメージ】

エリア	目標サンプル数
a地域	80
b地域	80
c地域	80
d地域	80
e地域	80
自治体全体	**400**

※都市計画マスタープラン等による自治体内の地域区分のイメージ

過去に実施した他アンケート等から回答率を予測し、必要な配布数を逆算して決定する

【イメージ】

エリア	目標サンプル数	配布数例 ※回答率33%の場合
a地域	80	240
b地域	80	240
c地域	80	240
d地域	80	240
e地域	80	240
自治体全体	**400**	**1,200**

上記で定めた配布数分のターゲット層の住民を配布数分ランダム抽出し、アンケート対象者とします

参考）アンケート調査は有効回答数（n）が確保できる実施方法で実施します

標本誤差（ε）の設定	- 母集団全体の回答データ（N）と、標本による回答データ（n）とのズレを±何%許容するか - 市町村が実施するアンケート調査は 5%（ε＝0.05）を設定
信頼水準（K）の設定	- 回収したサンプルの１つが、どのくらいの確率で標本誤差の範囲内になるか - 標本誤差（ε）を 5%とした場合、K=1.96
回答比率（P）の設定	- サンプル（標本）の回答比率 - 予測が困難な場合は、0.5
サンプル数（n）の計算	- 約384（標本誤差（ε）が±5%、信頼水準（K） が95%、回答比率（P）が50%の場合、必要なサンプル数は、約384）

（国土交通省）アンケートサンプル数（n）の算定式

$$n = \frac{N}{\left(\frac{\varepsilon}{K}\right)^2 \frac{N-1}{P(1-P)} + 1}$$

- 標本誤差（ε）：許容できるサンプリングの誤差
  ※市町村が実施するアンケート調査などでは5%、
  政府などが行う世論調査などでは3%などの数値がよく使われる
- 信頼水準（K）：正規分布の性質から与えられる値（ε を 5%とした場合、K=1.96）
- 回答比率（P）：想定する調査結果（予測が困難な場合は、0.5 とすると最も安全なサンプル数を 確保できる）
- 母集団数（N）：調査の対象となるものの全体の人数（母集団の大きさ）
- サンプル数（n）：必要とされるサンプル数

サンプル数の早見表

母集団数（N）	サンプル数（n）
10	10
100	80
200	132
300	169
1,000	278
2,000	323
10,000	370
100,000	383
300,000	384
1,000,000	384
10,000,000	384

（出所）資料：国土交通省「地域公共交通計画等の作成と運用の手引き（p.107）」 https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/transport/content/001480548.pdf

定量アンケートの配布物として、送付用封筒、挨拶状、調査票、返信用封筒を用意します

【定量アンケートの配布物】下記を一式セットとして抽出した対象ターゲット層の住民へ送付する

①送付用封筒　自治体の封筒に、宛名を印刷したタックシールを貼付する

②挨拶状

フォーマットをもとに自治体からの協力依頼・問い合わせ先等を記載する

「XX 市民の移動実態調査」へのご協力のお願い

日頃から市政運営にご理解とご協力を賜り、厚くお礼申し上げます。
XX 市は、令和 X 年度に「XX 市民の移動実態調査」を実施しており、その一環で、住民の皆様にアンケート調査へのご協力をお願いさせていただきます。
本調査の結果は XX 市が XX や XX するために活用する予定です。
なお、ご記入いただいた内容については、すべて統計的に処理を行うため、個人が特定されることは一切ありません。
ご多用のところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

令和 X 年(202X 年)XX 月　XX 市

ご記入にあたってのお願い

【調査票の記入にあたって】
1. 回答は、可能な限り送付した封筒のあて名のご本人がご記入ください。
どうしてもご本人がお答えすることができない場合には、ご家族等がご本人の
ご意見を踏まえてお答えください。
2. 回答に選択肢がある場合には、あてはまる番号を○印で囲んでください。また、選択

Microsoft Word
文書

【別添（定量アンケート_挨拶状）参照】

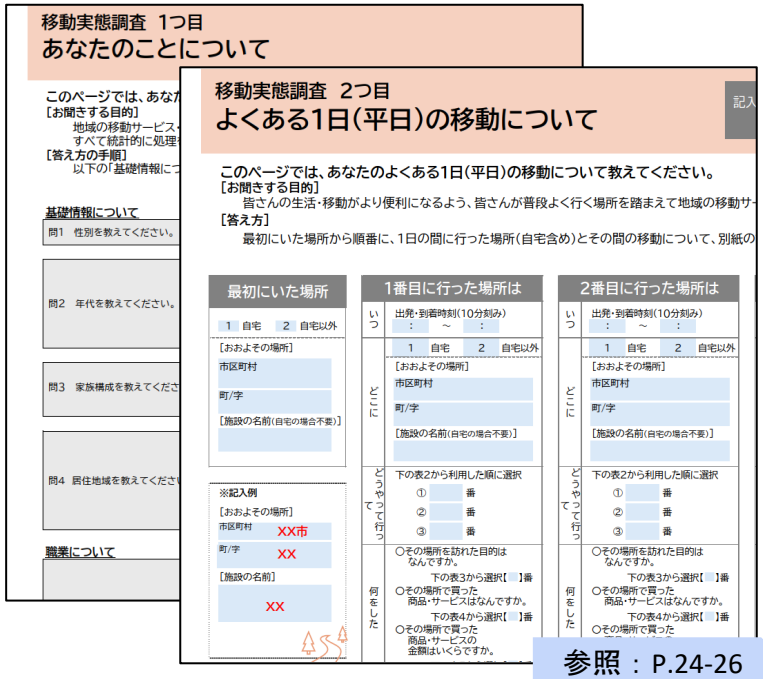
③調査票

下記シートで構成されている
- 目次
- あなたのことについて
- よくある1日(平日)の移動について　記載例
- よくある1日(平日)の移動について
- よくある1日(休日)の移動について
- 理想の外出について

フォーマットをもとに、
一部自治体ごとに記載を修正する

Microsoft Excel
ワークシート

【別添（定量アンケート_調査票）参照】



参照：P.24-26

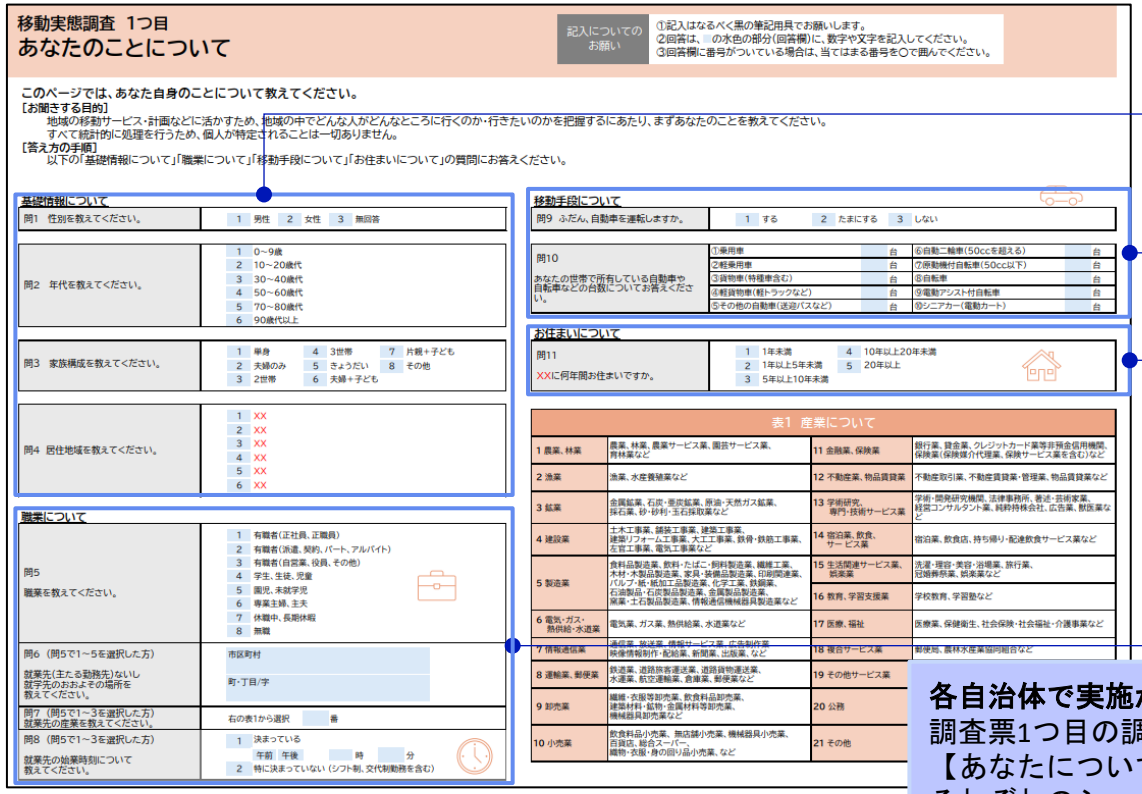
④返信用封筒　回答者には、この封筒に調査票を入れて返送してもらう。返送先として自治体の住所を記載する

定量アンケートの配布物として、調査票を用意します

Microsoft Excel
ワークシート
【別添（定量アンケート_調査票）参照】

③調査票１つ目　あなたのことについて

本定量アンケートのフォーマットは、パートントリップ調査を参考に、
「どのような人が、どのような目的で、どこからどこへ、どのような時間帯に、どのような交通手段で」移動しているかを把握できるよう作成しています。
この調査票では住民の属性について確認しており、調査票2つ目・3つ目・4つ目の結果と紐づけることで、属性ごとの移動の傾向等を把握することができます。



基礎情報について
性別、年代、家族構成、居住地域を確認します。
居住地域とは、都市計画マスタープラン等で定めた
自治体内の地域区分を指します。

移動手段について
ふだん自動車を運転するかどうか及び、
世帯で所有している移動手段の台数を確認します。

お住まいについて
居住地域に何年間住んでいるかを確認します。

職業について
職業、勤務先、就業先の産業、就業先での始業時刻を確認します。
就業先の産業の選択肢はパーソントリップ調査をベースに、
できるだけ網羅的に作成しています。

各自治体で実施が必要な作業
調査票1つ目の調査票フォーマットは、別添ファイル内の
【あなたについて】シートに格納されています。
それぞれのシート上のオブジェクトに記載された対応を行い、調査票を完成させてください。

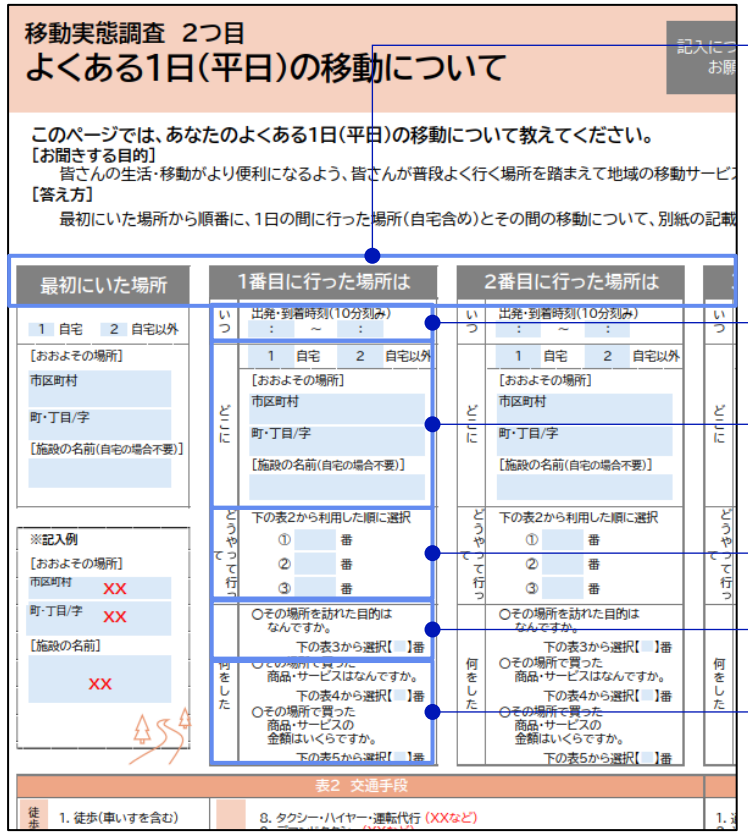
（出所）資料：国土交通省「パーソントリップ調査」 https://www.mlit.go.jp/toshi/tosiko/toshi_tosiko_tk_000031.html

定量アンケートの配布物として、調査票を用意します

Microsoft Excel ワークシート
【別添（定量アンケート_調査票）参照】

③調査票２・３つ目　よくある1日(平日・休日)の移動について

本定量アンケートのフォーマットは、パートントリップ調査を参考に、
「どのような人が、どのような目的で、どこからどこへ、どのような時間帯に、どのような交通手段で」移動しているかを把握できるよう作成しています。
この調査票では住民の１日の移動について確認しており、結果を集計することで、地域の移動に関する現状を把握できます。



1日の中で行った移動について、順番に確認していきます。

移動時間

行き先

移動手段
選択肢はパーソントリップ調査をベースに、できるだけ網羅的に作成しています。
必要に応じ自治体独自の項目、情報を追加してください。

移動目的
選択肢はパーソントリップ調査を参考に、できるだけ網羅的に作成しています。
必要に応じ自治体独自の項目、情報を追加してください。

移動先での経済活動

各自治体で実施が必要な作業
調査票2つ目、3つ目の調査票フォーマットは、別添ファイル内の以下のシートに格納されています。
　調査票2つ目　表面：【よくある1日(平日)の移動について_表面】シート
　　裏面：【よくある1日(平日)の移動について_裏面】シート
　調査票3つ目　表面：【よくある1日(休日)の移動について_表面】シート
　　裏面：【よくある1日(休日)の移動について_裏面】シート
それぞれのシート上のオブジェクトに記載された対応を行い、調査票を完成させてください。

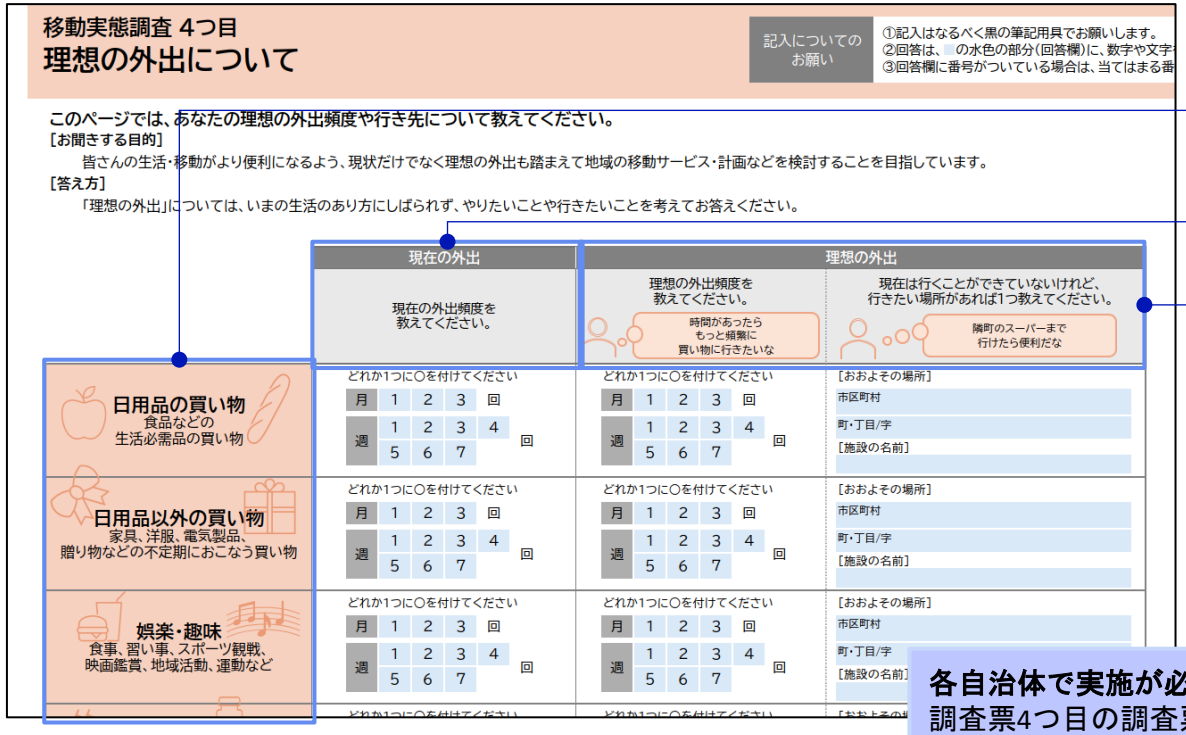
（出所）資料：国土交通省「パーソントリップ調査」 https://www.mlit.go.jp/toshi/tosiko/toshi_tosiko_tk_000031.html

定量アンケートの配布物として、調査票を用意します

Microsoft Excel ワークシート
【別添（定量アンケート_調査票）参照】

③調査票４つ目　理想の外出について

この調査票は、「住民が潜在的にどれぐらいの外出をしたいと考えているか」を把握できるよう作成しています。
住民の現在の移動頻度と理想の移動頻度を移動目的ごとに確認することで、現在と理想の移動頻度のギャップを把握できます。



移動目的ごとの現在の外出、理想の外出を確認していきます。

現在の外出
1カ月当たりもしくは1週間当たりの現在の移動頻度を確認します。

理想の外出
1カ月当たりもしくは1週間当たりの理想の移動頻度及び、
現在は行くことができていないが行きたい場所、を確認します。

各自治体で実施が必要な作業
調査票4つ目の調査票フォーマットは、別添ファイル内の
【理想の外出について】シートに格納されています。
それぞれのシート上のオブジェクトに記載された対応を行い、調査票を完成させてください。

定量アンケートの回答を集計し、移動データマップの作成やターゲット層ごとの分析を行います

アンケート回収・集計

アンケート回収後、回答を打ち込みデータ化する

基礎情報について					職業について	
番号	問1 性別を教えてください	問2 年代を教えてください	問3 家族構成を教えてください	問4 居住地域を教えてください	問5 職業を教えてください	就
配布したアンケートの数を連番で記入してください 回答者番号に一致した回答を入力してください	1~3を入力	1~6を入力	1~8を入力	1~6を入力	1~8を入力	市（区"、省に例市「X「X場町
1	1	4	2	3	1	東
2	1	3	2	2	1	東

Image

別添ファイルの【概要】シートに従い、データ化を行ってください。

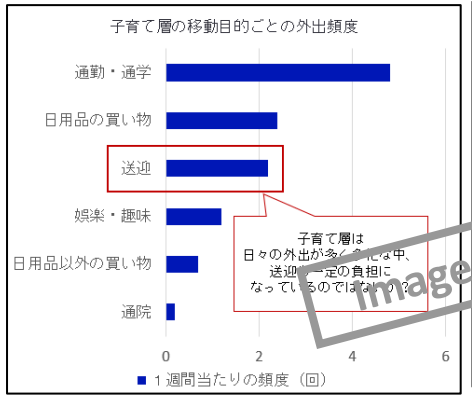
Microsoft Excel ワークシート

【別添（定量アンケート_データ入力）参照】

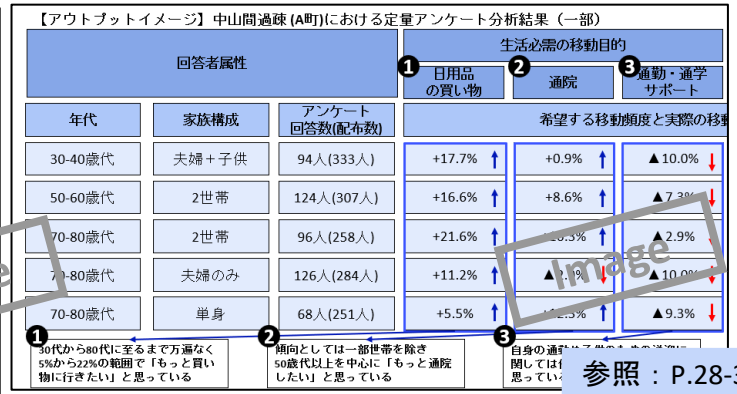
アンケート分析

入力結果から移動データマップの作成やターゲット層の分析を行い、重点施策のあたり付けに活用していく

ターゲット層ごとの分析



Image



Image

参照：P.28-30

移動データマップ作成

O＼D	地域A	地域B	地域C	地域D	地域E	地域F
地域A	192	3	9	22		9
地域B	6	403	19	335	6	99
地域C	6	16	332	31		37
地域D	25	329	31	1486	31	344
地域E				37	37	34
地域F	9	118	25	329	31	667

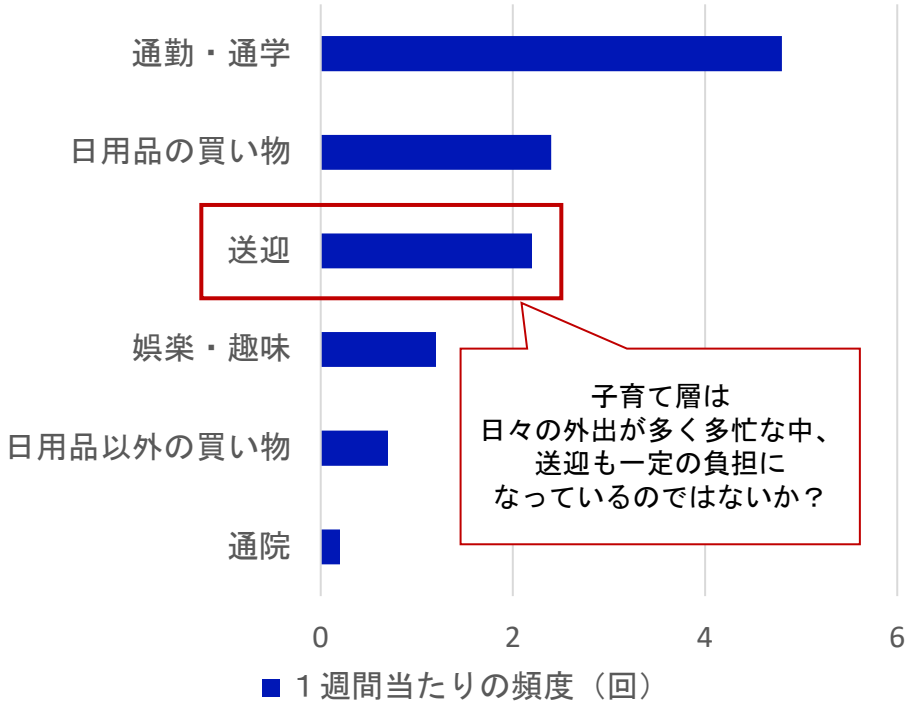
Image

参照：P.46-52

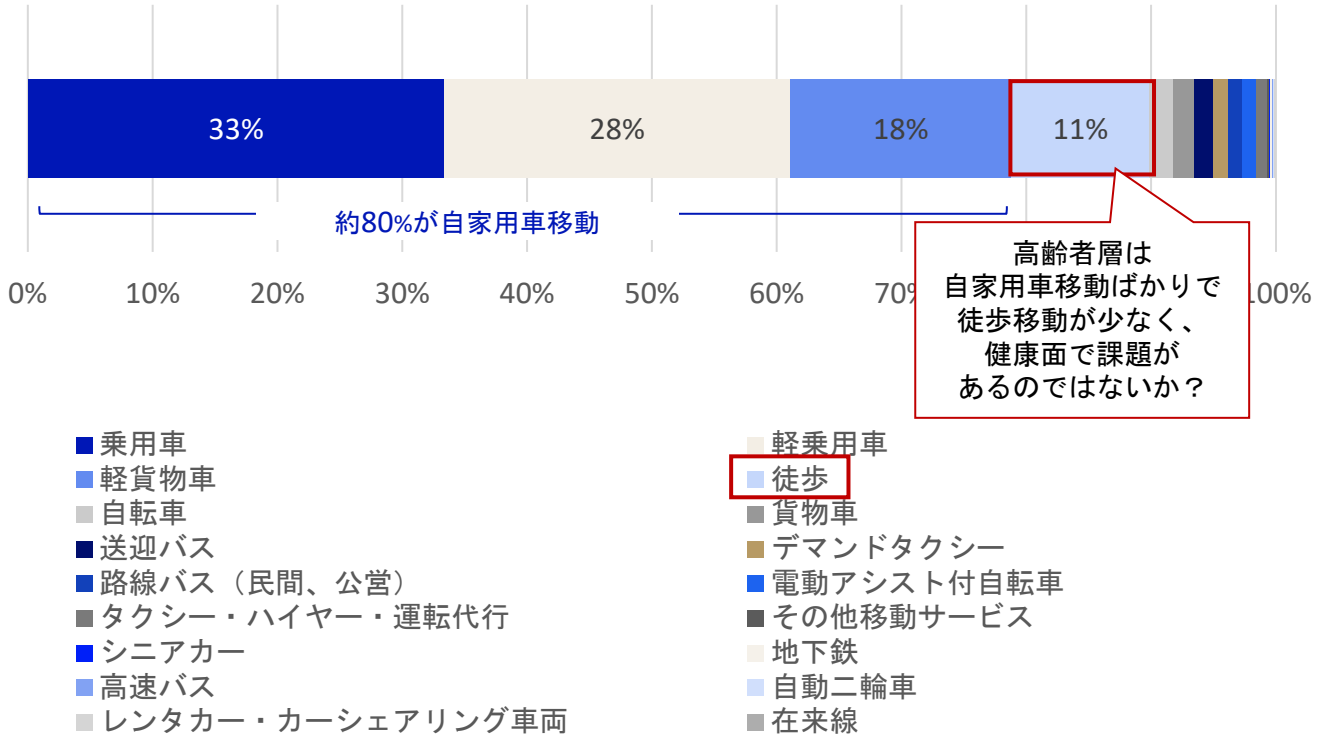
集計した定量アンケートからターゲット層ごとに移動目的や手段、外出頻度などを確認することで地域の移動に関する現状・課題を把握し、重点施策のあたりづけに役立てることができます

【アウトプットイメージ】中山間地(A町)における定量アンケート分析結果（一部）

子育て層の移動目的ごとの外出頻度



高齢者層の移動手段ごとトリップ数



集計した定量アンケートから住民の希望する移動頻度と実際の移動頻度の差分を明らかにでき、個人の潜在需要（隠れたニーズ）を定量的に把握できます

【アウトプットイメージ】中山間地 (A町)における定量アンケート分析結果（一部）

回答者属性			生活必需の移動目的			余暇的な移動目的	
			❶ 日用品の買い物	❷ 通院	❸ 通勤・通学サポート	❹ 日用品以外の買い物	❺ 趣味・娯楽
年代	家族構成	アンケート回答数(配布数)	希望する移動頻度と実際の移動頻度の差分				
30-40歳代	夫婦＋子供	94人(333人)	+17.7% ↑	+0.9% ↑	▲10.0% ↓	+63.9% ↑	+74.3% ↑
50-60歳代	2世帯	124人(307人)	+16.6% ↑	+8.6% ↑	▲7.3% ↓	+39.3% ↑	+68.1% ↑
70-80歳代	2世帯	96人(258人)	+21.6% ↑	+16.3% ↑	▲2.9% ↓	+35.5% ↑	+49.3% ↑
70-80歳代	夫婦のみ	126人(284人)	+11.2% ↑	▲2.9% ↓	▲10.0% ↓	+50.7% ↑	+32.9% ↑
70-80歳代	単身	68人(251人)	+5.5% ↑	+12.3% ↑	▲9.3% ↓	+26.5% ↑	+36.7% ↑

❶ 30代から80代に至るまで万遍なく5%から22%の範囲で「もっと買い物に行きたい」と思っている

❷ 傾向としては一部世帯を除き50歳代以上を中心に「もっと通院したい」と思っている

❸ 自身の通勤や子供のための送迎に関しては他の誰かに任せたいと思っている

❹❺ 洋服などの買い物や趣味・娯楽に対し26%～75%程度更に行きたいと思っている

明らかになった生産年齢人口(前頁30-60歳代)の希望する移動頻度と実際の移動頻度の差に対し、実際に行動変容する割合を一日の外出を伴う行動パターンから補正係数を算出し補正をする考え方を紹介します

生産年齢人口の潜在需要に対する数値補正

行動変容し得る余白時間の把握

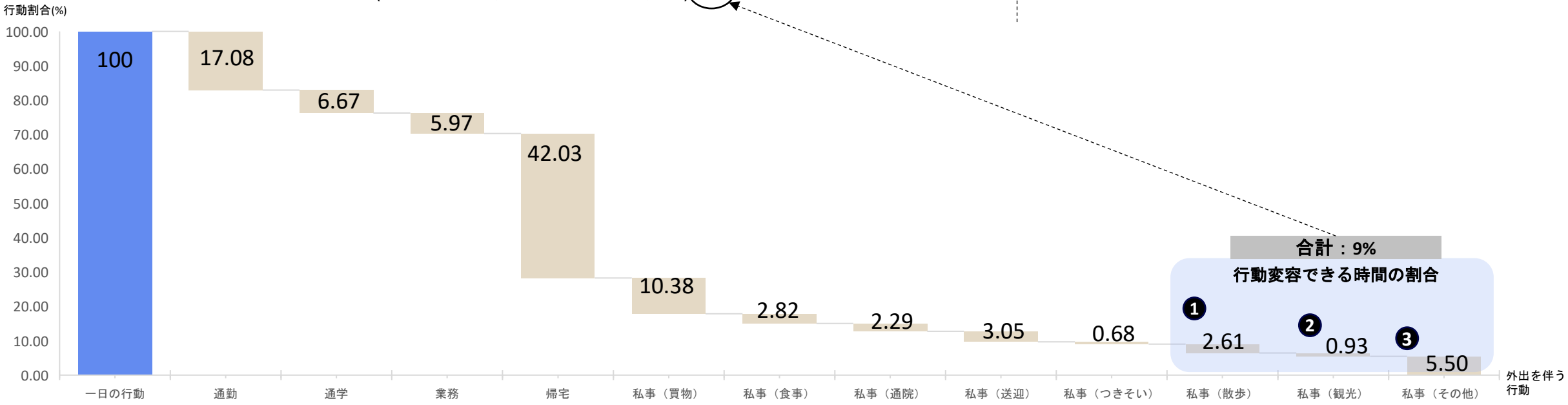
外出を伴う行動パターンの構成から行動変容し得る余白の割合を把握 (既に外出を伴う行動をして忙しくしている子育て層においては以下①②③が余白の時間となると想定)
①私事(散歩)、②私事(観光)、③私事(その他)

補正係数の数値

結果**9%**が地域の住民が実際に行動変容できうる余白となり補正の数値となる。
※行動変容割合
＝(希望する移動頻度－実際の移動頻度)×9%で算出

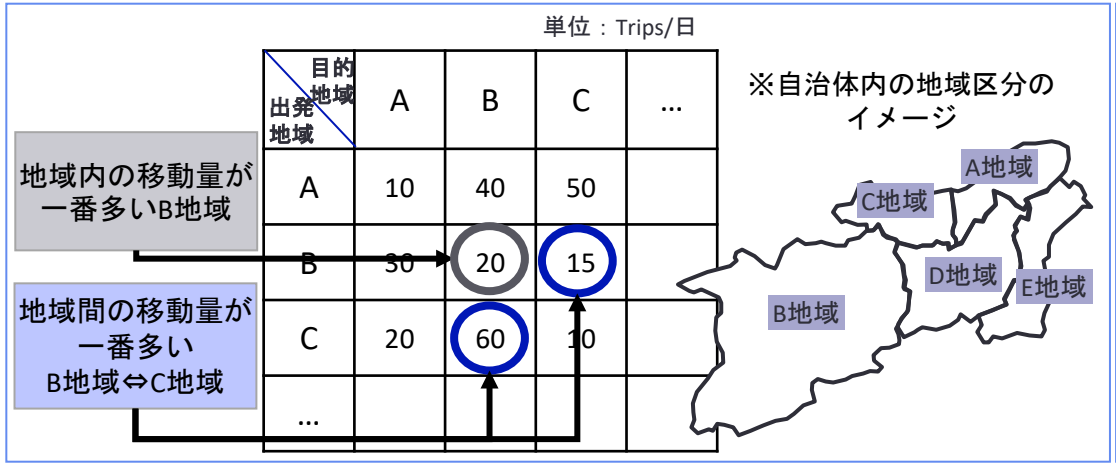
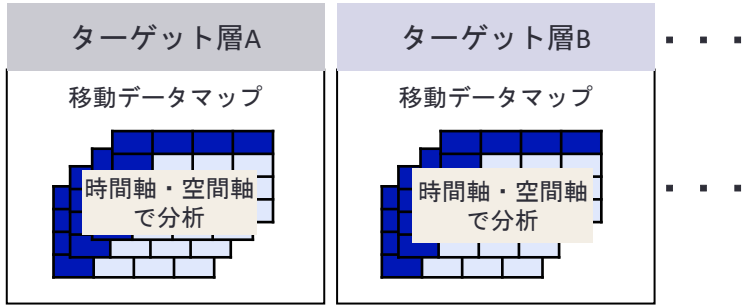
※　高齢者における補正の必要性判断

前頁で算出された高齢者(70-80歳代)の潜在需要に関しては補正係数を掛算する必要性は無しと判断します。高齢者は子育て層と比較し在宅している時間が長いと想定されるため、外出を伴う行動の範囲内でコントロールする必要性がないことが背景です。



（出所）資料：国土交通省「都市別交通特性値」https://www.mlit.go.jp/toshi/tosiko/toshi_tosiko_tk_000033.html

定量アンケートを基に作成した顕在需要（現在の移動）・潜在需要（隠れたニーズ）を可視化した移動データマップを用いて、地域公共交通計画を策定したりモビリティサービスの導入に活用できます

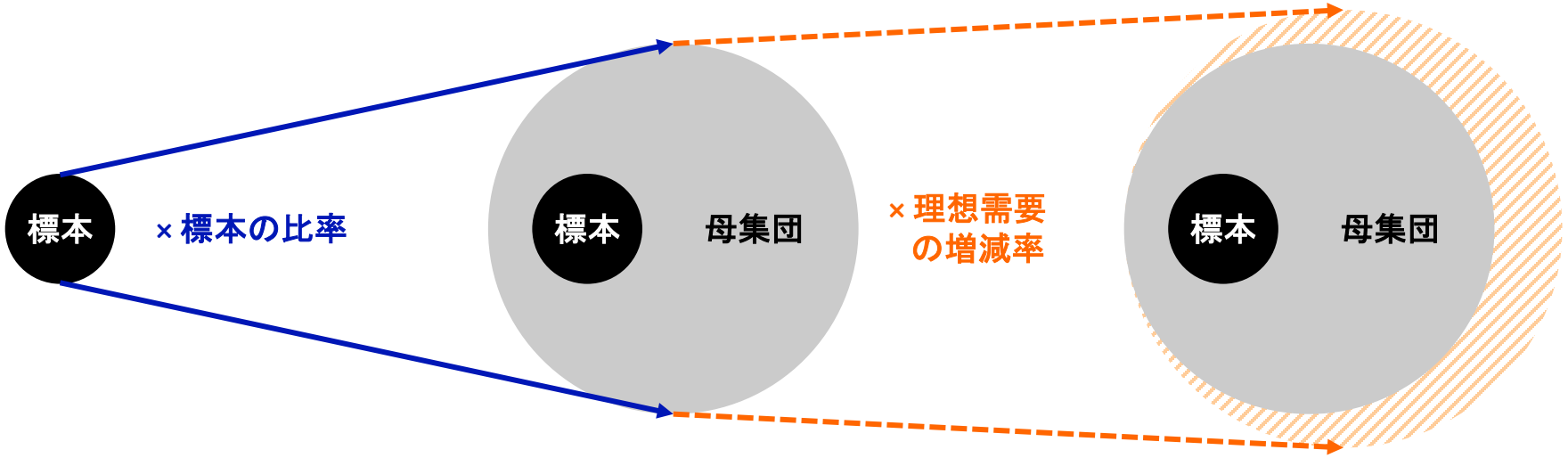
	視点	活用する移動データマップのイメージ	活用方法
マクロ	**市町村単位で 移動需要全体を 俯瞰的に量として捉える**		**地域公共交通計画策定** • （KPI設定）可視化された顕在需要（現在の移動）・潜在需要（隠れたニーズ）をベースに「移動制約者の足の確保のKPI（例：高齢者の１日平均の移動回数）」を移動目的や移動手段を考慮して設定する。 • （KPI評価）KPI設定後、過去のGPS人流データを活用し、移動目的別・移動手段別で地域間や地域内の移動量や移動量の割合を比較する。
ミクロ	**ターゲット層 （年齢・性別）を起点に 移動需要を 時間的・空間的に 捉える**		**モビリティサービス導入検討** • （ターゲット層別の移動特性分析）ターゲット層別に一日あたりの移動回数・移動量・発生パターン（時間軸・空間軸）を把握する。 • （モビリティサービス導入）地区間の移動量が多い場合は、路線バスやデマンド交通、地区内の移動量が多い場合は、自家用有償旅客運送（公共ライドシェア等）、グリーンスローモビリティの導入を検討する。

アンケート調査票データを集計し、移動データマップを作ることによって交通需要を可視化する

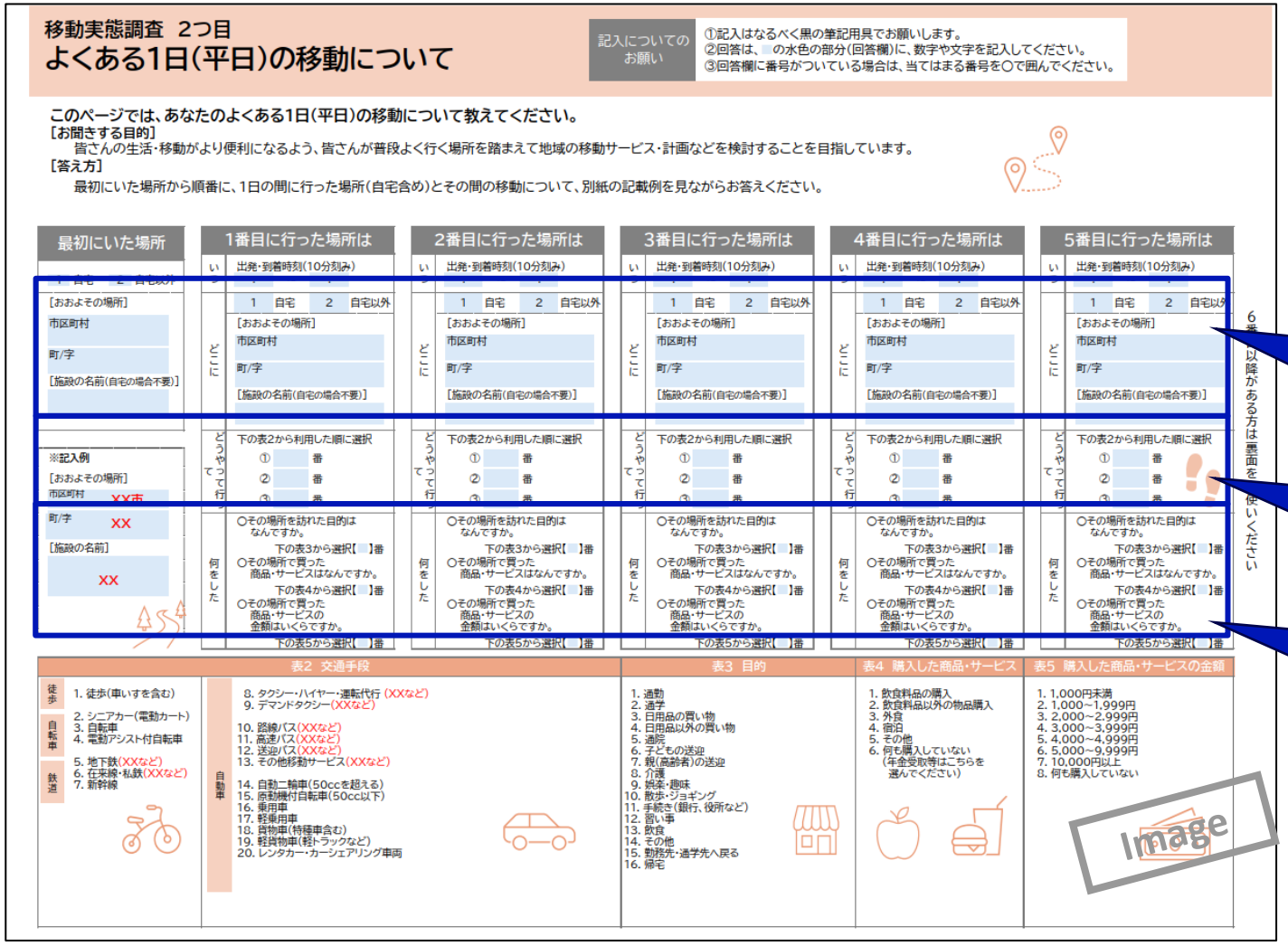
１．標本の顕在需要（現在の移動）
アンケート調査票の移動需要の現状を聞くデータからトリップ数を集計する

２．母集団の顕在需要（現在の移動）
母集団に対する標本の割合を拡大係数とし、標本の顕在需要（現在の移動）のトリップ数を基に母集団のトリップ数に拡大する

３．母集団の潜在需要（隠れたニーズ）
アンケート調査票の移動需要の理想を聞くデータから、現状の移動需要に対する増減率を計算し、母集団の顕在需要（現在の移動）に対して潜在需要（隠れたニーズ）による増減幅を確認する



アンケート調査票では、普段の移動について移動量・移動手段・移動目的の設問を設けています



移動実態調査　2つ目
よくある1日(平日)の移動について

記入についてのお願い
①記入はなるべく黒の筆記用具でお願いします。
②回答は、　の水色の部分(回答欄)に、数字や文字を記入してください。
③回答欄に番号がついている場合は、当てはまる番号を○で囲んでください。

このページでは、あなたのよくある1日(平日)の移動について教えてください。
[お聞きする目的]
皆さんの生活・移動がより便利になるよう、皆さんが普段よく行く場所を踏まえて地域の移動サービス・計画などを検討することを目指しています。
[答え方]
最初にいた場所から順番に、1日の間に行った場所(自宅含め)とその間の移動について、別紙の記載例を見ながらお答えください。

最初にいた場所	1番目に行った場所は	2番目に行った場所は	3番目に行った場所は	4番目に行った場所は	5番目に行った場所は
[おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前(自宅の場合不要)]	いつ: 出発・到着時刻(10分刻み) どこに: 1 自宅 2 自宅以外 [おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前(自宅の場合不要)]	いつ: 出発・到着時刻(10分刻み) どこに: 1 自宅 2 自宅以外 [おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前(自宅の場合不要)]	いつ: 出発・到着時刻(10分刻み) どこに: 1 自宅 2 自宅以外 [おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前(自宅の場合不要)]	いつ: 出発・到着時刻(10分刻み) どこに: 1 自宅 2 自宅以外 [おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前(自宅の場合不要)]	いつ: 出発・到着時刻(10分刻み) どこに: 1 自宅 2 自宅以外 [おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前(自宅の場合不要)]
※記入例 [おおよその場所] 市区町村 XX市 町/字 XX [施設の名前] XX	どうやって行って: 下の表2から利用した順に選択 ① 番 ② 番 ③ 番 何をした: ○その場所を訪れた目的はなんですか。 下の表3から選択【 】番 ○その場所で買った商品・サービスはなんですか。 下の表4から選択【 】番 ○その場所で買った商品・サービスの金額はいくらですか。 下の表5から選択【 】番	どうやって行って: 下の表2から利用した順に選択 ① 番 ② 番 ③ 番 何をした: ○その場所を訪れた目的はなんですか。 下の表3から選択【 】番 ○その場所で買った商品・サービスはなんですか。 下の表4から選択【 】番 ○その場所で買った商品・サービスの金額はいくらですか。 下の表5から選択【 】番	どうやって行って: 下の表2から利用した順に選択 ① 番 ② 番 ③ 番 何をした: ○その場所を訪れた目的はなんですか。 下の表3から選択【 】番 ○その場所で買った商品・サービスはなんですか。 下の表4から選択【 】番 ○その場所で買った商品・サービスの金額はいくらですか。 下の表5から選択【 】番	どうやって行って: 下の表2から利用した順に選択 ① 番 ② 番 ③ 番 何をした: ○その場所を訪れた目的はなんですか。 下の表3から選択【 】番 ○その場所で買った商品・サービスはなんですか。 下の表4から選択【 】番 ○その場所で買った商品・サービスの金額はいくらですか。 下の表5から選択【 】番	どうやって行って: 下の表2から利用した順に選択 ① 番 ② 番 ③ 番 何をした: ○その場所を訪れた目的はなんですか。 下の表3から選択【 】番 ○その場所で買った商品・サービスはなんですか。 下の表4から選択【 】番 ○その場所で買った商品・サービスの金額はいくらですか。 下の表5から選択【 】番

6番目以降がある方は裏面を使いください

表2　交通手段

徒歩	1. 徒歩(車いすを含む)
自転車	2. シニアカー(電動カート) 3. 自転車 4. 電動アシスト付自転車
鉄道	5. 地下鉄(XXなど) 6. 在来線・私鉄(XXなど) 7. 新幹線
自動車	8. タクシー・ハイヤー・運転代行 (XXなど) 9. デマンドタクシー(XXなど) 10. 路線バス(XXなど) 11. 高速バス(XXなど) 12. 送迎バス(XXなど) 13. その他移動サービス(XXなど) 14. 自動二輪車(50ccを超える) 15. 原動機付自転車(50cc以下) 16. 乗用車 17. 軽乗用車 18. 貨物車(特種車含む) 19. 軽貨物車(軽トラックなど) 20. レンタカー・カーシェアリング車両

表3　目的

1. 通勤
2. 通学
3. 日用品の買い物
4. 日用品以外の買い物
5. 通院
6. 子どもの送迎
7. 親(高齢者)の送迎
8. 介護
9. 娯楽・趣味
10. 散歩・ジョギング
11. 手続き(銀行、役所など)
12. 習い事
13. 飲食
14. その他
15. 勤務先・通学先へ戻る
16. 帰宅

表4　購入した商品・サービス

1. 飲食料品の購入
2. 飲食料品以外の物品購入
3. 外食
4. 宿泊
5. その他
6. 何も購入していない (年金受取等はこちらを選んでください)

表5　購入した商品・サービスの金額

1. 1,000円未満
2. 1,000～1,999円
3. 2,000～2,999円
4. 3,000～3,999円
5. 4,000～4,999円
6. 5,000～9,999円
7. 10,000円以上
8. 何も購入していない

Image

トリップ数算出のための移動出発・到着地についての設問

移動手段についての設問

移動目的についての設問

Microsoft Excel ワークシート
【別添（定量アンケート_データ入力）参照】

普段の移動についてのアンケート調査票データを集計し、移動データマップを作ることによって交通の顕在需要（現在の移動）を可視化します

Step1

rawデータの準備

①返ってくるアンケート用紙のデータを別添ファイル（定量アンケート_データ入力）に打ち込み/貼り付け

Output

フォーマットされたrawデータ

行：調査対象者単位のデータ
列：各アンケート設問

アンケート回答

問1 職業を	問2 就業先ないし就職		問3 就業先	問4 就業先の始業時刻について教え			問5 ふだん
（1～8を入力	市区町村	町・丁目/字	（1～21を入	決まっている	午前or午後	時間（8時0	（1～3を入
1	A市	a町	20	1	午前	8:30	1
2	B市	b町	19	1	午前	9:00	2
2	C市	c町	16	1	午前	8:30	1
5	B市	b町	11	1	午前	8:15	1
2	A市	a町	4	1	午前	8:00	2
3	C市	c町	1	2	午前	7:30	1
3	C市	c町	1	2	午前	6:00	1
2	A市	a町	5	1	午前	8:00	1
1	C市	c町	5	2	午前	11:00	3
1	B市	b町	18	1	午前	8:30	1
1	B市	b町	20	1	午前	8:30	1
3	C市	c町	17	1	午前	8:30	1
1	A市	a町	16	1	午前	8:20	1
1	A市	a町	16	1	午前	8:20	1

※ ツールファイルの「平日」シートなど

Input

Step2

rawデータのクレンジング

①(手動)書き損じなどの微調整
②(自動)トリップ数単位に成形
③(自動)地域情報の付与

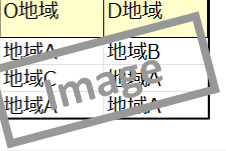
Output

出発・到着地域情報付き の移動データマップ作成用データ

行：トリップ数単位のデータ
列：調査対象者および出発・到着地の関連情報

No.	性別名称	年代	家族構成	エリア
1	男	70-80歳代	2世帯	エリアA
2	女	30-40歳代	夫婦＋子供	エリアC
3	女	50-60歳代	2世帯	エリアB

訪問目的	商品・サービス	出費	O地域	D地域
13	6	8	地域A	地域B
8	6	8	地域C	地域A
1	6	8	地域A	地域A



※ツールファイルの 「work_w」シートなど

Input

Step3

移動データマップの作成

①データ範囲を指定し、ピボットテーブルを更新

Output

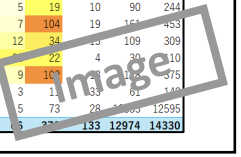
アンケート調査票の地域別移動データ マップのピボットテーブル

行：出発地域
列：到着地域
集計：トリップ数
フィルター：性別、年代、家族構成など

エリア	(すべて)
移動手段①	(すべて)
移動手段②	(すべて)
移動手段③	(すべて)
訪問目的	(すべて)
商品・サービス	(すべて)
出費	(すべて)
O出発	(すべて)

個数 / No.　列ラベル

行ラベル	地域A	地域B	地域C	地域D	地域E	地域F	その他	（空白）	総計
地域A	28	7		7	2	7	11	40	1[illegible]
地域B	6	63	19	32	5	19	10	90	244
地域C		18	127	17	7	104	19	161	453
地域D	6	30	19	84	12	34	15	109	309
地域E		8	4	19	[illegible]	22	4	30	110
地域F	4	24	64	31	9	10[illegible]	[illegible]	[illegible]	375
その他	7	9	8	10	3	1[illegible]	33	61	14[illegible]
（空白）	9	38	37	50	5	73	28	[illegible]	12595
総計	60	197	278	250	[illegible]	[illegible]	133	12974	14330



※ ツールファイルの「OD表」シート

Input

Step4

拡大係数の反映

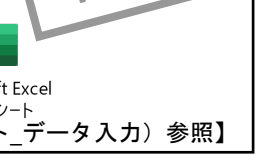
①移動データマップに拡大係数をかけて全体の顕在需要（現在の移動）のトリップ数を算出

Output

顕在需要（現在の移動）の 調査対象市区町村の 地域別移動データマップ

行：出発地域
列：到着地域
集計：トリップ数

O＼D	地域A	地域B	地域C	地域D	地域E	地域F
地域A	192	3	9	22		9
地域B	6	403	19	335	6	99
地域C	6	16	332	31		37
地域D	25	329	31	1486	31	344
地域E				37	87	34
地域F	9	118	25	329	[illegible]	667



Microsoft Excel
ワークシート
【別添（定量アンケート_データ入力）参照】

アンケート調査票では、理想の移動について目的別の移動頻度の設問を設けています

移動実態調査 4つ目
理想の外出について

記入についてのお願い
①記入はなるべく黒の筆記用具でお願いします。
②回答は、　の水色の部分(回答欄)に、数字や文字を記入してください。
③回答欄に番号がついている場合は、当てはまる番号を○で囲んでください。

このページでは、あなたの理想の外出頻度や行き先について教えてください。
[お聞きする目的]
皆さんの生活・移動がより便利になるよう、現状だけでなく理想の外出も踏まえて地域の移動サービス・計画などを検討することを目指しています。
[答え方]
「理想の外出」については、いまの生活のあり方にしばられず、やりたいことや行きたいところを考えてお答えください。

現状の移動頻度についての設問

理想の移動頻度についての設問

目的別

	現在の外出	理想の外出	理想の外出
	現在の外出頻度を教えてください。	理想の外出頻度を教えてください。（時間があったらもっと頻繁に買い物に行きたいな）	現在は行くことができていないけれど、行きたい場所があれば1つ教えてください。（隣町のスーパーまで行けたら便利だな）
日用品の買い物 食品などの生活必需品の買い物	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回	[おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前]
日用品以外の買い物 家具、洋服、電気製品、贈り物などの不定期におこなう買い物	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回	[おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前]
娯楽・趣味 食事、習い事、スポーツ観戦、映画鑑賞、地域活動、運動など	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回	[おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前]
通院 診察、治療、検査、リハビリなど（付き添い、見舞いは含まない）	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回	[おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前]
通勤・通学 仕事・パート・アルバイト・学校など	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回	[おおよその場所] 市区町村 町/字 [施設の名前]
送迎 家族などを習い事、保育園、病院、最寄りの駅などに送り迎えすること	どれか1つに○を付けてください 月 1 2 3 回 週 1 2 3 4 5 6 7 回		

Image

Microsoft Excel ワークシート

【別添（定量アンケート_データ入力）参照】

理想の移動についてのアンケート調査票データを集計し、移動目的別の平均理想需要増減率を計算することによって交通の潜在需要（隠れたニーズ）を可視化します

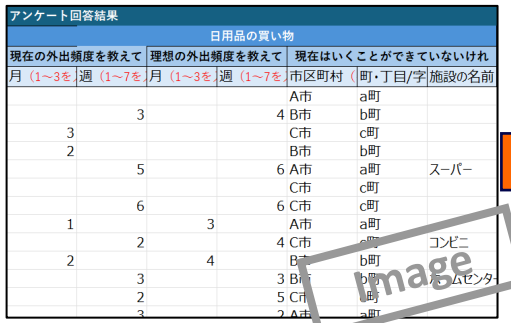
Step5

理想移動量の増減率の算出

①(自動)移動目的単位に成形
②(自動)1人あたりの1つの目的の需要増減率を算出
③目的別の理想移動量増減率の平均を算出

Output

行きたい地域情報付きの理想移動量増減率平均計算用データ
行：移動目的単位のデータ
列：現状/理想の移動頻度など



アンケート回答結果						
日用品の買い物						
現在の外出頻度を教えて		理想の外出頻度を教えて		現在はいくことができていないけれ		
月（1～3を	週（1～7を	月（1～3を	週（1～7を	市区町村（	町・丁目/字	施設の名前
				A市	a町	
	3		4	B市	b町	
3				C市	c町	
2				B市	b町	
	5		6	A市	a町	スーパー
				C市	c町	
	6		6	C市	c町	
1		3		A市	a町	
	2		4	C市	c町	コンビニ
2		4		B市	b町	
	3		3	B市	b町	ムセンタ
	2		5	C市	c町	
	3		2	A市	a町	

※ ツールファイルの「理想」シート

Input

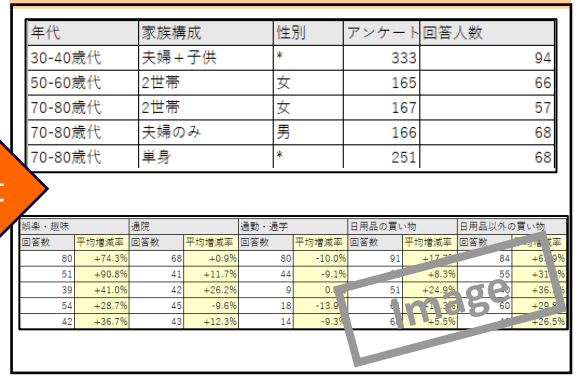
Step6

平均理想需要増減率の算出

①各ペルソナの目的別理想移動量増減率の平均を算出

Output

潜在需要（隠れたニーズ）の調査対象市区町村のペルソナの平均理想需要増減率
行：ペルソナ
列：目的別平均理想需要増減率



年代	家族構成	性別	アンケート	回答人数
30-40歳代	夫婦＋子供	*	333	94
50-60歳代	2世帯	女	165	66
70-80歳代	2世帯	女	167	57
70-80歳代	夫婦のみ	男	166	68
70-80歳代	単身	*	251	68

娯楽・趣味		通院		通勤・通学		日用品の買い物		日用品以外の買い物	
回答数	平均増減率	回答数	平均増減率	回答数	平均増減率	回答数	平均増減率	回答数	平均増減率
80	+74.3%	68	+0.9%	80	-10.0%	91	+17.[illegible]	84	+6[illegible]9%
51	+90.8%	41	+11.7%	44	-9.1%	[illegible]	+8.3%	55	+31[illegible]%
39	+41.0%	42	+26.2%	9	0.[illegible]	51	+24.9%	[illegible]	+36.[illegible]
54	+28.7%	45	-9.6%	18	-13.9	[illegible]	[illegible]	60	+29.[illegible]
42	+36.7%	43	+12.3%	14	-9.3%	6[illegible]	+5.5%	[illegible]	+26.5%

※ ツールファイルの「平均理想需要増減率」シート

Microsoft Excel ワークシート

【別添（定量アンケート_データ入力）参照】

定量アンケートで住民の需要の大きな傾向を把握したのち、インタビューで住民の需要を深堀しつつ町の重点施策をあたりづけし、その妥当性をワークショップで検証します

【移動需要の全体概観図と需要分析のステップ】

1 顕在需要（現在の移動）

■ **（我慢をしつつ行っている）現在の行動**

✓ もっと行動（買い物などの外出）したいと思っているが我慢している状態

✓ 定量的な具体例：
子育て層は買い物に週1回行き、
家族の1週間の食料品をまとめ買いしている
（本当はあと2回行きたい）

潜在需要（隠れたニーズ）

2 個人の潜在需要

■ **本人が理想とする、我慢していない状態の行動**

✓ 自分個人がしたいと思っている行動
（買い物などの外出）ができている状態

✓ 定量的な具体例：
買い物に週3回行けており、子供に新鮮な食材を
使った手料理を食べさせることができる

3 コミュニティの潜在需要

■ **地域とつながることでさらに理想的になる行動**

✓ 地域住民同士がかかわりを持つことで
個人に閉じずコミュニティで行動するという
新たな選択肢に気づき、行動している状態

✓ 定量的な具体例：
地域の人と子供の送迎をし合うことで余裕が生まれ、
月2回一緒に地域イベントに参加するようになった

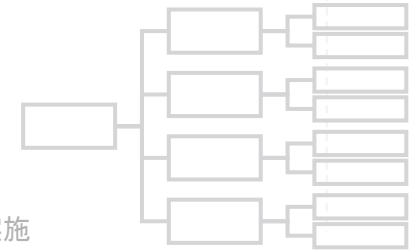
移動課題を持つペルソナ特定と需要(課題)の大きな傾向の把握

1 定量アンケート / インタビュー

同時並行で実施

町の重点施策をあたりづけ

2 ロジックツリー



重点施策の妥当性を検証

3 ワークショップ

住民の需要を深堀し、町の重点施策をあたりづけするために、住民へのインタビューを実施します

【インタビューの実施概要】

カテゴリ		内容
目的		• 町の重点施策の初期仮説の検討とブラッシュアップ 　• 住民にとって行動変容を促しWell-Being向上につながる重点施策をあたり付けする 　• ロジックツリーを同時並行で作成し、その中で自治体として立てた重点施策が住民に有用かどうか、インタビューで確認することが望ましい
対象地域		• 重点施策の実施対象地域、課題が深刻な地域 （地域を絞るかは自治体による）
対象者・人数		• 重点施策に関連するターゲット層各数名ずつ
実施内容	重点施策のあたりづけ	【中山間地A町の場合の例】 • 高齢者を中心とした移動目的の創出・移動促進と移動手段提供（体操・歩数増→健康増進） • 高齢者の課題解決による子ども・親の送迎などで多忙な子育て層の負荷軽減
	対象者の選定	• A町の高齢者 3名 • A町の子育て層 2名
	質問内容の整理	• 現在の行動・それに対する思考 • やりたいこと（住民ベース） • やりたいこと（重点施策の確認）
	インタビューの実施	• 対象者の自宅・公民館・役場など、対象者のアクセスがよく話しやすい環境で実施

インタビューは対象者に信頼してもらい、本音を引き出せるよう工夫しながら進めます

【インタビューの進め方】

依頼・調整

- インタビュー候補者と下記のように調整する
  - 実施時間：30分-1時間
  - 実施場所：対象者の自宅・公民館・役場など
    （**対象者のアクセスがよく、話しやすい環境**）
- 可能であれば、事前に下記のような日々の行動記録票を送付し、当日持参いただくと質問しやすい

行動記録表

回答者 基礎情報	回答
性別	
年齢	
同居している家族構成	

【①行動パターン】:

月　日（　曜日）

時刻	【②行動】 誰と何をしたか	【③外出に関する詳細】 移動手段	出発地	目的地
5:00				
6:00				
7:00				
8:00				
9:00				
10:00				
11:00				
12:00				
13:00				
14:00				
15:00				
16:00				

Microsoft Excel
ワークシート

別添（ディープインタビュー_行動記録表）参照

インタビュー

当日は、**対象者に信頼してもらい、本音を引き出せるよう工夫しながら進める**

- 最初に実施目的とおおよその質問内容を説明する
- 事前に町の重点施策の仮説を踏まえた質問項目を準備しておきつつ、その場の話の流れも汲みながら進行する

質問項目例

カテゴリ	質問項目
現在の行動・それに対する思考	義務的な移動・余暇的な移動について、 • 移動手段 • 頻度 • 誰と • 会話があるか • その時考えていること・感情 • なぜその行動をとっているか
やりたいこと	• 日々の生活の中で1番楽しい時、好きな時は？ • 楽しかった思い出は？ • 羨ましい、自分もやりたいと思ったことは？ • 上記から、実はもっとやりたいと思っていることは？
	• なぜそれが出来ていないか？ • そのために、現在の生活のリズムを変えておでかけするか？ • その場合、どのように生活のリズムを変えていくと思うか？

本音を引き出すポイント

- 一般的なことではなく、対象者の具体的な経験について聞き出し、深堀していく
- 「実はもっとやりたい」と思っていることは本人も認識していないことがあるため、過去の経験などから導き出していく

インタビューで聞き取った結果を町の重点施策に紐づけて整理します

【アウトプットイメージ】中山間地(A町)におけるインタビュー実施結果のまとめ

重点施策仮説		インタビューによる重点施策の裏付け結果		
		質問カテゴリ	**回答のまとめ**	**回答の詳細**
高齢者	移動目的の創出・ 移動促進と 移動手段提供 (体操・歩数増→健康増進)	現在の行動・ それに対する思考	健康に気を付けなければという 意識から、用事なく近所を 散歩している層が存在	• 「どこかに行くために歩くというよりは、散歩をすることが目的、 歩かないといけないという意識がある」。 • 一方で、散歩ついでに近所の仲良し4人で毎日おしゃべりしている、 足湯に行くアクティブ高齢者も存在。
		やりたいこと （住民ベース）	好きな時間・やりたいことは 子供のために何かすること、 友人との会話など	• アクティブ層（定期的な余暇外出・身内以外との交流機会あり）： 友人との会話、自分が得意・人よりできそうだと思える脳トレやゲーム、 お花など趣味、自分の子供のために何かする • 非アクティブ層（定期的な余暇外出・身内以外との交流機会なし）： 子どもと話す、季節の自然や食事を楽しむ
		やりたいこと （重点施策の確認）	楽しい要素があるイベントの方が ついでのおでかけも 活性化しやすい想定	• 地域の健康教室後は皆でごはんに行こうとならないが、 趣味の集まりの後は皆でごはんに行くことあり
	波及効果			
子育て層	高齢者の課題解決による 子ども・親の送迎などで 多忙な子育て層の負荷軽減	現在の行動・ それに対する思考	日々多忙な中、親の送迎・世話に 一定の時間を割いており、 精神的にも心配・自立してほしい	• 9-12時に実家に父の様子を見に行き、15-17時に子どもの送迎という1日を送る • 80代単身高齢者へのインタビューでは 「毎週土曜に娘が来てくれて一緒にご飯を食べる」という声あり • 「親は家にいることが多いが、健康でいてほしい。誰かと話す機会が大事」 「親には自分で買い物に行ってほしい。何作ろうかという意欲にもなる」
		やりたいこと （住民ベース）	親の送迎・世話負担がない層は 安心して自分に時間を使えるため、 そうでない層より趣味等を楽しむ エネルギーあり	• 親がまだまだ元気で心配ない方： 娘のことや趣味（スポーツ観戦など）を中心に、日々楽しく過ごせている • 親の面倒を見ている方： 何かしたいことを聞いても特にないと回答、休日は休むだけになっている

定量アンケートで住民の需要の大きな傾向を把握したのち、インタビューで住民の需要を深堀しつつ町の重点施策をあたりづけし、その妥当性をワークショップで検証します

【移動需要の全体概観図と需要分析のステップ】

1 顕在需要（現在の移動）

■ （我慢をしつつ行っている）現在の行動

✓ もっと行動（買い物などの外出）したいと思っているが我慢している状態

✓ 定量的な具体例：
子育て層は買い物に週1回行き、
家族の1週間の食料品をまとめ買いしている
（本当はあと2回行きたい）

潜在需要（隠れたニーズ）

2 個人の潜在需要

■ 本人が理想とする、我慢していない状態の行動

✓ 自分個人がしたいと思っている行動
（買い物などの外出）ができている状態

✓ 定量的な具体例：
買い物に週3回行けており、子供に新鮮な食材を
使った手料理を食べさせることができる

3 コミュニティの潜在需要

■ 地域とつながることでさらに理想的になる行動

✓ 地域住民同士がかかわりを持つことで
個人に閉じずコミュニティで行動するという
新たな選択肢に気づき、行動している状態

✓ 定量的な具体例：
地域の人と子供の送迎をし合うことで余裕が生まれ、
月2回一緒に地域イベントに参加するようになった

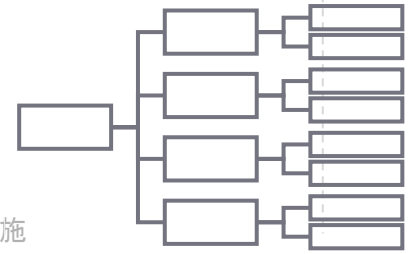
移動課題を持つペルソナ特定と需要(課題)の大きな傾向の把握

1 定量アンケート / インタビュー

同時並行で実施

町の重点施策をあたりづけ

2 ロジックツリー



重点施策の妥当性を検証

3 ワークショップ

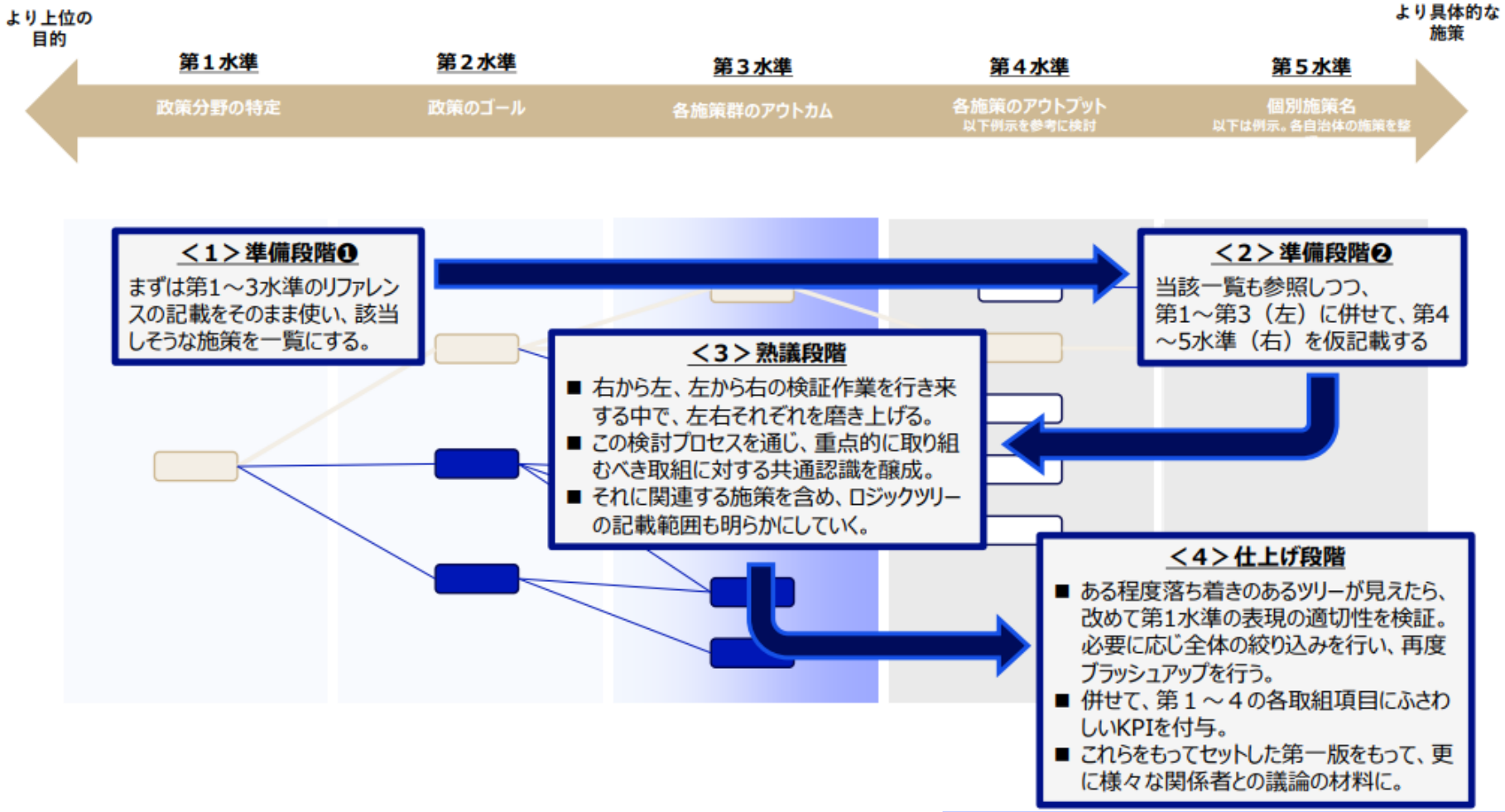
地域における移動需要と自治体の様々な交通施策の関係性を整理するため、モビリティ領域のロジックツリーを作成します

【ロジックツリーの実施概要】

カテゴリ	内容
目的	• まちの交通施策と地域の移動需要の関係性の整理 • 作成されたロジックツリーから見えてくる重点施策と対象ターゲット層を整理する
作成主体	• 各自治体のモビリティ関連部署 (※ただし、交通のみならず福祉や子育て施策とも密接にかかわるため関連部署と幅広く議論する必要がある)
策定期間	• 概ね1.5-2.0ヶ月程度
策定方法	1. 準備段階❶ まずは第1～3水準のリファレンスの記載をそのまま使い、該当しそうな施策を一覧にする。 2. 準備段階❷ 当該一覧も参照しつつ、第1～第3（左）に併せて、第4～5水準（右）を仮記載する 3. 熟議段階 ● 右から左、左から右の検証作業を行き来する中で、左右それぞれを磨き上げる。 ● この検討プロセスを通じ、重点的に取り組むべき取組に対する共通認識を醸成。 ● それに関連する施策を含め、ロジックツリーの記載範囲も明らかにしていく。 4. 仕上げ段階 ● ある程度落ち着きのあるツリーが見えたら、改めて第1水準の表現の適切性を検証。必要に応じ全体の絞り込みを行い、再度ブラッシュアップを行う。 ● 併せて、第１～４の各取組項目にふさわしいKPIを付与。 ● これらをもってセットした第一版をもって、更に様々な関係者との議論の材料に

（参考）資料：デジタル庁「リファレンスロジックツリー案について」https://www.digital.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/17daba10-4f0e-4855-a659-424ae7e0fe57/1abef2c9/20240422_meeting_digital-garden-city-nation-wellbeing_outline_05.pdf

ロジックツリー作成の流れは以下の通りです



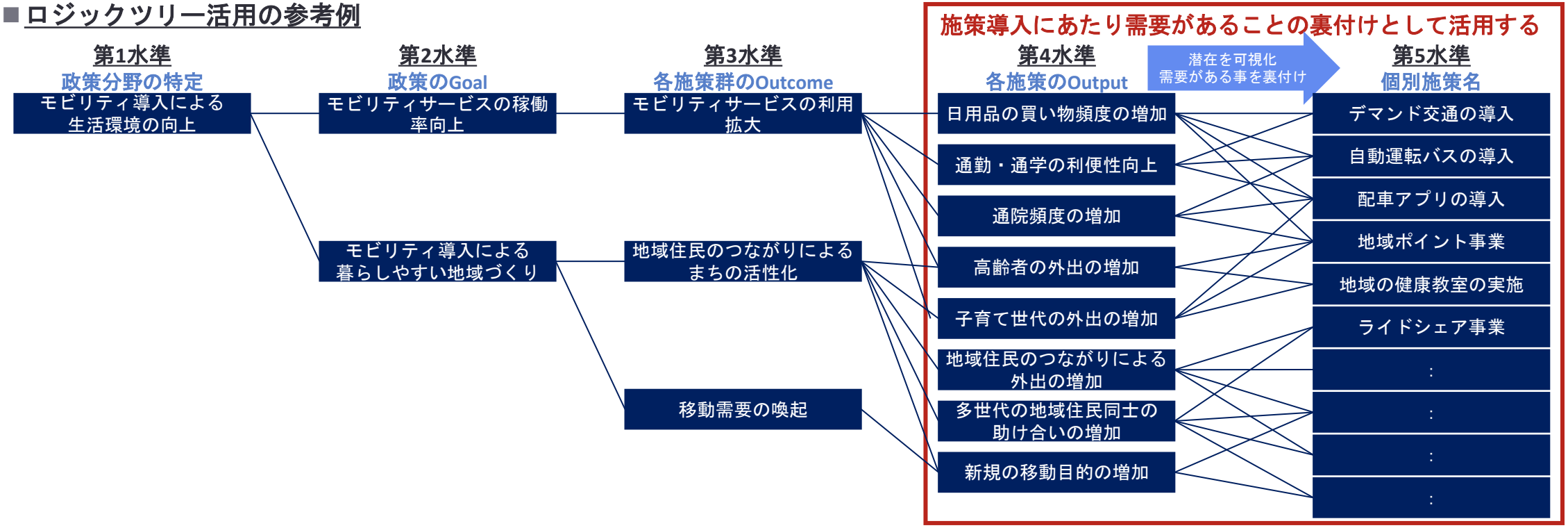
より具体的な作業手順は下記を参照してください
デジタル庁 「リファレンス・ロジックツリー」 活用ガイド

需要推計データは、施策（第5水準）の導入にあたりアウトプット（第4水準）に需要があることの裏付けとして活用します

■ **需要推計データの活用方法**

- 「個人の潜在需要（隠れたニーズ）」 (→定量アンケート)
  日常的な移動（買い物、通勤・通学、通院など）の需要があることを確認し、施策導入の裏付けとして活用する
- 「コミュニティの潜在需要（隠れたニーズ）」 (→インタビュー、ワークショップ)
  地域住民のつながりによる移動（地域交流、地域活動など）の需要があることを確認し、施策導入の裏付けとして活用する

■ **ロジックツリー活用の参考例**



定量アンケートで住民の需要の大きな傾向を把握したのち、インタビューで住民の需要を深堀しつつ町の重点施策をあたりづけし、その妥当性をワークショップで検証します

【移動需要の全体概観図と需要分析のステップ】

1 顕在需要（現在の移動）

■ （我慢をしつつ行っている）現在の行動

✓ もっと行動（買い物などの外出）したいと思っているが我慢している状態

✓ 定量的な具体例：
子育て層は買い物に週1回行き、
家族の1週間の食料品をまとめ買いしている
（本当はあと2回行きたい）

潜在需要（隠れたニーズ）

2 個人の潜在需要

■ 本人が理想とする、我慢していない状態の行動

✓ 自分個人がしたいと思っている行動
（買い物などの外出）ができている状態

✓ 定量的な具体例：
買い物に週3回行けており、子供に新鮮な食材を
使った手料理を食べさせることができる

3 コミュニティの潜在需要

■ 地域とつながることでさらに理想的になる行動

✓ 地域住民同士がかかわりを持つことで
個人に閉じずコミュニティで行動するという
新たな選択肢に気づき、行動している状態

✓ 定量的な具体例：
地域の人と子供の送迎をし合うことで余裕が生まれ、
月2回一緒に地域イベントに参加するようになった

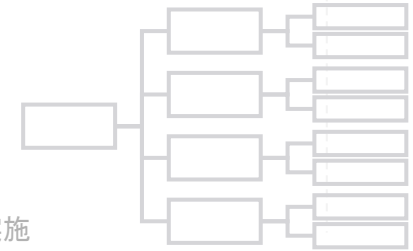
移動課題を持つペルソナ特定と需要(課題)の大きな傾向の把握

1 定量アンケート / インタビュー

同時並行で実施

町の重点施策をあたりづけ

2 ロジックツリー



重点施策の妥当性を検証

3 ワークショップ

町の重点施策によって住民が行動変容するか、地域幸福度（Well-Being）が向上するかを検証するため、ワークショップを実施します

【ワークショップの実施概要】

カテゴリ	内容
目的	• 重点施策の妥当性を検証するため（住民が行動変容するか・地域幸福度（Well-Being）が向上するかの観点を検証）
対象地域	• 重点施策の実施対象地域、課題が深刻な地域（地域を絞るかは自治体による）
対象者・人数	• 重点施策に関連するターゲット層計30名程
実施内容・質問項目	参加者の住民に重点施策の内容についてイメージ・理解を深めてもらったのち、アンケートで検証を行います **【ワークショップ】** **重点施策の仮説説明と** **グループごとにイメージをブレスト** 重点施策の仮説のイメージ例 毎週徒歩で停留所まで歩き、 地域の人とデマンドバスに乗り合って移動し 地域のイベントへ、子どもと交流 →楽しそうか？その中でやりたいことは？ 今の生活はどう変わるか？ ＋ **【アンケート】** **重点施策に関連するWell-Being主観指標を用いた行動変容・Well-Beingの測定** 重点施策に関連するWell-Being主観指標例 暮らしている地域には、 気の合う仲間や知り合いがいる • 暮らしている地域には、 困ったときに相談できる人が身近にいる • この町内（集落）には、いざという時に 助け合う雰囲気がある。 これらに対し、 • どの程度（今の生活習慣を変えてでも） 必要・ほしいと感じるか？ • それがあるとき、あなた/あなたの町内 （集落）の人々はどの程度幸せか？ 5段階で回答

ワークショップのディスカッションパートでは、重点施策について参加者がイメージしやすくなるよう工夫が必要です

【ワークショップの進め方】

依頼・調整

- 下記のように実施日時・場所を調整する
  - 実施時間：約1時間
  - 実施場所：公民館・役場など、住民が集まりやすい・話しやすい場所
- 集める対象：重点施策に関連するターゲット層計30名程

ポイント
- 各ターゲット層に満遍なく参加してもらい、できるだけ偏りなく意見を集められるようにする
- 住民に快く参加・協力してもらえるよう、下記のような工夫をする
  - 住民が集まる他のイベントの前後で実施する
  - 謝礼を準備する

ワークショップ当日の流れ

ステップ	①現在の暮らしについてアンケート	②重点施策について4-6人程のグループでディスカッション	③重点施策のある暮らしについてアンケート
目的	• 重点施策のある暮らしとない暮らしを住民がそれぞれどう感じているか、データを取得するため	• 重点施策の理解を深めてもらうため • 重点施策によって住民が行動変容するかを確認するため	• 重点施策のある暮らしとない暮らしを住民がそれぞれどう感じているか、データを取得するため
実施内容	• 地域幸福度（Well-Being）指標を活用したアンケートに記入してもらう • ③と同タイミングで実施してもよい 参照：P.43	• 参加者を4-6人程のグループに分け、各グループに1名スタッフをファシリテーターとして配置する • 重点施策について参加者がイメージできるよう、動画やイラストなど視覚的なイメージを提示する 参照：P.42	• 地域幸福度（Well-Being）指標を活用したアンケートに記入してもらう • ①と同タイミングで実施してもよい 参照：P.43

①現在の暮らしアンケート → ②ディスカッション → ③重点施策のある暮らしアンケート

ワークショップでは、地域幸福度（Well-being）指標を用いて重点施策の妥当性を検証します

【地域幸福度（Well-being）指標の使用】

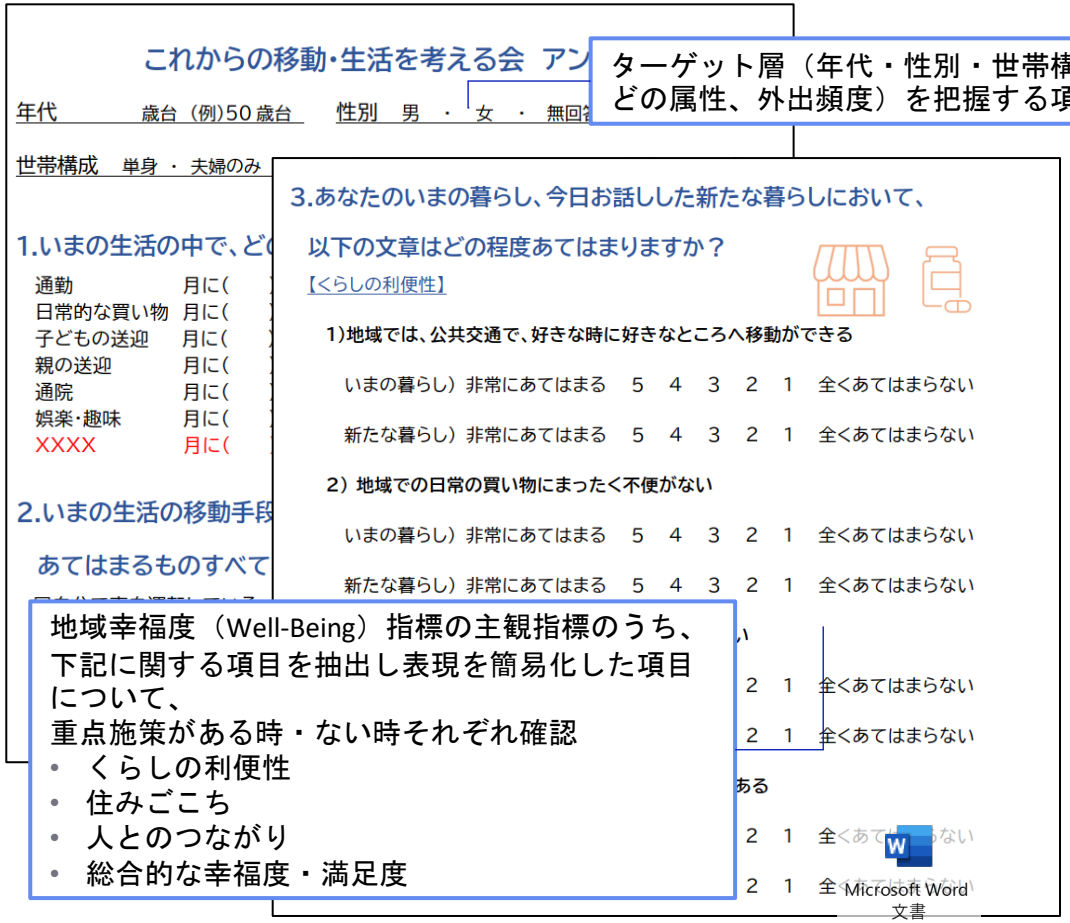
- まずは地域幸福度（Well-Being）指標を活用した
  アンケートに、いまの生活について回答してもらう（①）

地域幸福度（Well-Being）指標とは
- 住民の「暮らしやすさ」と「幸福感（Well-Being）」を指標で数値化・可視化したもの
- 各地域における政策と、その政策インパクトとして現れる住民の幸福感とを結ぶもの

→ **指標の活用を通じて、どんな施策が住民の幸福感につながるかを確認できる**

地域幸福度（Well-Being）についての詳細は下記を参照
地域幸福度（Well-Being）｜デジタル庁

【アンケートのフォーマット】必要に応じ内容を変更し活用してください



ターゲット層（年代・性別・世帯構成などの属性、外出頻度）を把握する項目

地域幸福度（Well-Being）指標の主観指標のうち、下記に関する項目を抽出し表現を簡易化した項目について、
重点施策がある時・ない時それぞれ確認
- くらしの利便性
- 住みごこち
- 人とのつながり
- 総合的な幸福度・満足度

【別添（ワークショップ_アンケート）参照】

①現在の暮らしアンケート → ②ディスカッション → ③重点施策のある暮らしアンケート

ワークショップのディスカッションパートでは、重点施策について参加者がイメージしやすくなるよう工夫が必要です

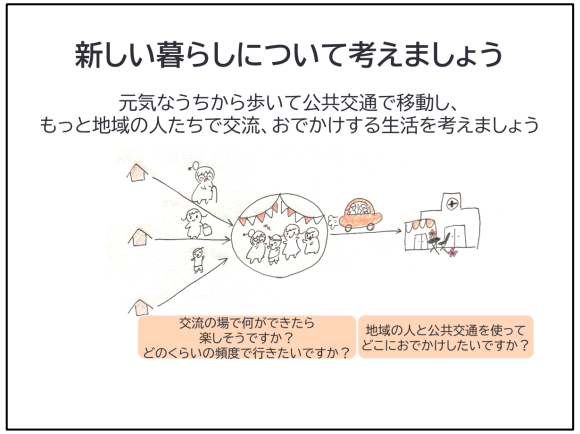
【重点施策の検証方法１】住民が行動変容するか：ディスカッション（②）で住民から出た意見を整理する

重点施策について住民がイメージしづらいことがワークショップでの課題
たとえば高齢者に今運転できなくなったらどうするか、と聞いても想像がつきづらく、今と異なる将来のことはイメージしづらい傾向にある

以下のような取り組みで参加者に重点施策の理解を促す

動画・イラストなどを見せて、視覚化したイメージを共有する
- 他の市町などで参考になる取り組みの動画を投影し、感想を話してもらう
- 重点施策をイラストに起こして説明する

【重点施策のイメージを表した資料のイメージ】



ファシリテーターが議論を促す
- 4-6人程のグループごとに1名ファシリテーターとして配置する
- 重点施策について参加者のイメージ・アイデアを聞き、具体化していく

【具体化する質問のヒント】

What	どんな（重点施策の）サービスを使いたいか？
Why	なぜか？→現在の生活で困っていることや、もっとやりたいことが関連しているのか？
Who	（つながりの観点で）誰と使いたいか？
When	いつ、どれくらいの頻度で使いたいか？
Where	どこで・どのルートで使いたいか？
How	サービスが実現したらどうやって使いたいか？（現在の生活をどのように変えていくか？）

ディスカッションで暮らしの現状や重点施策への反応を聞き出し、アンケート結果と合わせて整理します

【アウトプットイメージ１】中山間地 (A町)におけるワークショップ実施結果のまとめ

	重点施策仮説	対象ターゲット層		現状	重点施策への反応 赤字：ポジティブ、青字：ネガティブ
高齢者	移動目的の創出・移動促進と移動手段提供(体操・歩数増→健康増進)	高齢者層	アクティブ層	• 友人と定期的に集まって話すのが楽しみ • 免許返納後にその機会が減るのが不安	• つながりのイベントや、それを移動手段と組み合わせることには好意的な反応 • 現状でも移動・人と交流できているため、Well-Being数値に大きな増減なし
			非アクティブ層	• やりたいことはあまりなく、人に会うことにも前のめりでない	• 人と集まることに関心がない層も • 昔はあった集まりが減ってしまったことから、再開すれば一定のニーズがあると思料 • 機能利便についてのWell-Being数値が大きく向上
子育て層	高齢者の課題を解決による子ども・親の送迎などで多忙な子育て層の負荷軽減	子育て層	余裕なし層	• 日々多忙で、親に日常的に子どもの送迎や子育てを手伝ってもらっている • 親の免許返納後は自身の負担が心配	• 元気なら歩いてほしいという声も • バス停が遠く、親を歩かせることへの心配の声が多く存在 • 機能利便についてのWell-Being数値が向上
			余裕あり層	• 親は元気に働いており、現状あまり頼ることなく子育てできている	• 将来の不安なことがイメージがしづらい・したくなくピンときていない印象 • 機能利便についてのWell-Being数値が向上

波及効果

①現在の暮らしアンケート → ②ディスカッション → ③重点施策のある暮らしアンケート

重点施策がある時とない時を比較した時の地域幸福度（ Well-Being指標）の増減値を計算し、重点施策による向上が見込めるかを検証します

【重点施策の検証方法２】地域幸福度（Well-Being）が向上するか：ターゲットごとのWell-Being増減値を考察

- 地域幸福度（Well-Being）指標を活用したアンケートに重点施策のある暮らしを想像させて記入してもらう（③）
- ①と③の差分を計算し、ターゲットごとの分類/設問別平均を計算して表にまとめる
- まとめ結果を考察する

【アンケートのフォーマット】必要に応じ内容を変更し活用してください

4.今日お話しした新たな暮らしにおいて、以下の文章はどの程度あてはまりますか？

【くらしの利便性】

1)地域では、公共交通で、好きな時に好きなところへ移動ができる

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

2)地域での日常の買い物にまったく不便がない

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

3)地域では、介護・福祉施設のサービスが受けやすい

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

4)地域の公民館や集会所は使い勝手がよく便利である

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

【住みごこち】

5)地域には、人と会ったりして楽しい時間を過ごせる場所がある

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

6)地域には、心地よく歩ける場所がある

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

【人とのつながり】

7)地域の人とあいさつをすることが多い

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

8)地域のイベントには積極的に参加している

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

9)困ったときに相談できる人が身近にいる

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

10)まちの人が困っていたら手助けをする

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

11)地域に住む人たちを信頼している

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

12)地域の人なら、知らない人でも信頼できる

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

13)地域の人が自分をどう思っているかが気になる

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

14)地域とつながりがあり、地域に自分の居場所がある

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

15)地域に愛着を持っている

非常にあてはまる　5　4　3　2　1　全くあてはまらない

【幸福度・満足度】

16)あなたはどれくらい幸せですか？
「とても幸せ」を 10 点、「とても不幸」を 0 点とすると、
何点くらいになると思いますか。いずれかの数字を 1 つだけお答えください。

とても幸せ　10　9　8　7　6　5　4　3　2　1　0　とても不幸

17)地域の人はどれくらい幸せだと思いますか？
「とても幸せ」を 10 点、「とても不幸」を 0 点とすると、
何点くらいになると思いますか。いずれかの数字を 1 つだけお答えください。

とても幸せ　10　9　8　7　6　5　4　3　2　1　0　とても不幸

アンケートは以上です。
ご協力ありがとうございました。

Microsoft Word
文書

【別添（ワークショップ_アンケート）参照】

①現在の暮らしアンケート → ②ディスカッション → ③重点施策のある暮らしアンケート

ワークショップで回収したアンケートから、ターゲット層ごとに重点施策の影響を整理します

【アウトプットイメージ２】中山間地 (A町)におけるワークショップ参加者のWell-Beingアンケート回答
（重点施策がある時とない時を比較した時のWell-Being増減値）

減少 ← → 増加

分類	設問 （モビリティ・つながりに関連する Well-being主観指標設問をベースに、表現を簡易化）	高齢者層		子育て層	
		非アクティブ (人との交流少)	アクティブ (人との交流多)	余裕なし (送迎多/娯楽少)	余裕あり (送迎少/娯楽多)
くらしの利便性	地域では、公共交通で、好きな時に好きなところへ移動ができる	1.33	0.29	2.11	1.57
	地域での日常の買い物にまったく不便がない	3.00	-0.14	0.50	0.00
	地域では、介護・福祉施設のサービスが受けやすい	1.00	-0.26	1.00	1.14
	地域の公民館や集会所は使い勝手がよく便利である	1.33	-0.29	0.72	0.57
住みごこち	地域には、人と会ったりして楽しい時間を過ごせる場所がある	0.67	0.14	0.72	0.29
	地域には、心地よく歩ける場所がある	-0.67	0.43	0.33	-0.14
人とのつながり	地域の人とあいさつをすることが多い	0.00	-0.29	0.56	-0.29
	地域のイベントには積極的に参加している	0.67	-0.14	0.61	0.00
	困ったときに相談できる人が身近にいる	-0.33	0.00	-0.11	-0.14
	まちの人が困っていたら手助けをする	1.67	0.17	0.39	-0.14
	地域に住む人たちを信頼している	-0.33	-0.14	0.11	-0.29
	地域の人なら、知らない人でも信頼できる	0.00	0.00	0.28	0.29
	地域の人が自分をどう思っているかが気になる	-0.67	0.29	0.06	0.00
	地域とつながりがあり、地域に自分の居場所がある	0.00	0.71	0.06	0.57
	地域に愛着を持っている	-0.33	0.00	-0.09	0.14
幸福度・満足度	あなたはどれくらい幸せですか？	-0.33	0.29	0.00	0.00
	地域の人はどれくらい幸せだと思いますか？	1.50	-0.14	1.11	0.00

全体的に利便性に関する項目が大きく向上している

アクティブ層は現状でも移動・人と交流できているため、大きな増減がないと想定できる

5. Q&A

想定されるご質問と回答を記載いたします

【Q&A】

#	項目	想定されるご質問	回答
1	定量アンケート	ターゲット層の最終選定における地域特性・移動課題はどのように把握するか	普段感じられている感覚をもとに、自治体で想定の上仮説設定ください。参考としてP16に地域属性ごとの課題感をまとめているため、そちらもご参照ください。
2	定量アンケート	住民数が1万人の場合、おおよそどれほどの数の定量アンケートを配るべきか	母集団が1万人以上の場合、必要なサンプル数はおよそ400件となります。回収率を仮に20%と仮定する場合、約2,000件のアンケート送付が必要となります。
3	定量アンケート	何が個人情報となるか	名前・住所など、単独もしくは複数で個人の特定が可能となる情報を指します。
4	重点施策の特定	重点施策の特定には どれほどの期間を要するか	自治体にもよりますが、担当課ごとに施策を持ち寄り、優先度の議論や新たな施策の検討が必要になるため、概ね2か月程度と想定しております。
5	ワークショップ	インタビューとの違いは何か なぜワークショップ(複数形式)である必要があるのか	複数名での実施かつ議論が発生することが違いです。議論を通し重点施策実行後の生活がより想像しやすくなった結果、Well-Being指標の増減が確認しやすくなると考え、ワークショップを行います。

デジタル庁

Digital Agency