

平成19年度

第4回区政モニターアンケート
調査報告書

《平成19年度
産業情報に関するアンケート》

平成20年3月

足立区政策経営部区政相談課

目 次

調査の概要	3
要 旨	5
問 1 区による産業情報PRの浸透度	7
問 2 区による産業情報のPRの効果	7
問 3 区のイメージアップに効果的なPR方法	8
問 4 産業情報に関する情報の源	8
問 5 産業経済情報の利用状況	
問 5-1 区広報紙「あだち広報」	9
問 5-2 公社ニュース「ときめき15日号」	9
問 5-3 北千住駅西口前大型ビジョン「あだちシティビジョン」	9
問 5-4 ケーブルテレビ足立の番組「あだちコミュニティチャンネル」	9
問 5-5 区のホームページ	9
問 6 公社ニュース「ときめき15日号」について	
問 6-1 「ときめき15日号」の読み込み度	10
問 6-2 「ときめき15日号」の読みにくいところ	10
問 7 「あだちシティビジョン」について	
問 7-1 「シティビジョン」の設置・運営元について	11
問 7-2 「シティビジョン」の設置・運営元の認識度	11
問 7-3 「シティビジョン」で見た番組	12
問 7-4 「シティビジョン」の区の産業情報発信への貢献度	12
問 7-5 「シティビジョン」の区内産業振興に役立っている番組	13
問 7-6 「シティビジョン」を区内産業振興に役立てるために	13

問 7-7 「シティビジョン」がケーブルテレビ足立で放映されていることの認知度・・・	14
問 8 今後期待する区の情報発信媒体・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	14
問 9 区の産業情報発信に関する意見要望・・・・・・・・・・・・・・・・	15
調 査 票・・・・・・・・・・・・・・・・	21
集 計 表・・・・・・・・・・・・・・・・	28

1 調査の概要

この報告書は、平成19年度第4回区政モニターアンケート「平成19年度産業情報に関するアンケート」をまとめたものです。

2 調査目的

足立区産業経済部では、地域経済の活性化と区内産業振興を図るため、映像、紙面、インターネットなど、様々な広報媒体を複合的に使い、区でなければできない情報収集、発信を積極的に進め、区内産業・地域の積極的なPRを進めることにより、さらなる区のイメージアップを目指しています。

そこで、今回効果的に区内産業・地域のPRや産業情報収集を行うことを目的として今調査を実施する。

3 実施時期

平成20年2月13日～2月26日

4 対象者数、回答者数

対象者 156人 回答者 152人

5 調査方法（調査票の送付・送信方法と回答者の人数）

・郵便 120人 ・インターネット 32人

6 回答者の構成

(1) 地域ブロック・男女・調査方法別

	1ブロック			2ブロック			3ブロック			4ブロック			5ブロック		
	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計
郵便	3	17	20	0	6	6	2	6	8	1	4	5	3	11	14
インターネット	2	0	2	1	2	3	0	2	2	2	1	3	0	2	2
合計	5	17	22	1	8	9	2	8	10	3	5	8	3	13	16

	6ブロック			7ブロック			8ブロック			9ブロック			10ブロック		
	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計
郵便	2	11	13	1	3	4	2	6	8	0	7	7	3	6	9
インターネット	1	3	4	0	2	2	0	2	2	0	1	1	1	0	1
合計	3	14	17	1	5	6	2	8	10	0	8	8	4	6	10

	11ブロック			12ブロック			13ブロック			合計		
	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計
郵便	4	8	12	0	7	7	1	6	7	22	98	120
インターネット	2	3	5	3	0	3	0	2	2	12	20	32
合計	6	11	17	3	7	10	1	8	9	34	118	152

(2) 年代・男女・調査方法別

	20代			30代			40代			50代			60代		
	男性	女性	計												
郵便	1	5	6	2	36	38	1	17	18	1	22	23	9	10	19
インターネット	1	4	5	2	8	10	3	7	10	2	0	2	1	0	1
合計	2	9	11	4	44	48	4	24	28	3	22	25	10	10	20

	70代			80代			合計		
	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計
郵便	8	8	16	0	0	0	22	98	120
インターネット	3	1	4	0	0	0	12	20	32
合計	11	9	20	0	0	0	34	118	152

(3) 職業・男女・調査方法別

	パート・アルバイト			学 生			自営業・家族従業			主 婦			常 勤		
	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計
郵便	1	19	20	0	0	0	2	4	6	0	57	57	6	13	19
インターネット	0	4	4	1	0	1	2	1	3	0	10	10	4	2	6
合計	1	23	24	1	0	1	4	5	9	0	67	67	10	15	25

	無 職			合 計		
	男性	女性	計	男性	女性	計
郵便	13	5	18	22	98	120
インターネット	5	3	8	12	20	32
合計	18	8	26	34	118	152

7 調査結果・分析の見方

回答の比率(%)は、その設問の回答者を基礎として算出しました。従って、複数回答の設問は、すべての比率を合計すると100%を超えます。また、原則として小数第2位を四捨五入して小数第1位まで示したもので、比率の合計が、100%に満たないまたは上回ることがあります。

また、記述意見は、原文の趣旨を損なわないように要約し掲載しています。

要 旨

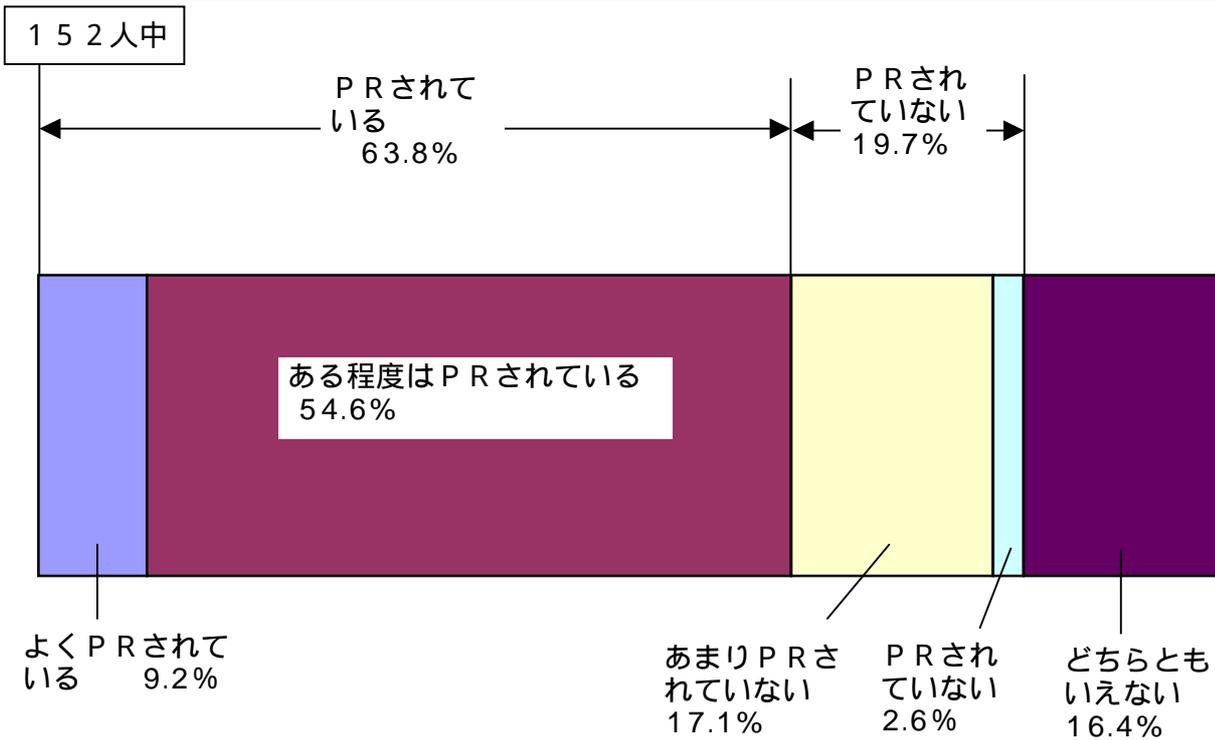
特に指定のない限り152人に聞きました。

問1	区による産業情報のPRの浸透度		
	ある程度はPRされている	54.6%	(83人)
	あまりPRされていない	17.1%	(26人)
問2	区による産業情報のPRの効果		
	大いに効果がある	53.3%	(81人)
	ある程度は効果がある	43.4%	(66人)
問3	区のイメージアップに効果的なPR方法(複数回答)		
	観光スポットや歴史ある風景のまち歩きに関する情報	62.5%	(95人)
	イベントに関する情報	61.2%	(93人)
問4	産業経済に関する情報の源(複数回答)		
	区広報紙「あだち広報」	98.7%	(150人)
	公社ニュース「ときめき」	96.7%	(147人)
問5	産業経済情報の利用状況		
問5-1	区広報紙「あだち広報」		
	よく活用する	55.3%	(84人)
問5-2	公社ニュース「ときめき15日号」		
	時々活用する	59.2%	(90人)
問5-3	北千住駅西口前大型ビジョン「あだちシティビジョン」		
	時々活用する	61.2%	(93人)
問5-4	ケーブルテレビ「あだちコミュニティチャンネル」		
	見たことがない	51.3%	(78人)
問5-5	区のホームページ		
	見たことがない	52.0%	(79人)
問6	公社ニュース「ときめき15日号」		
問6-1	「ときめき15日号」の読み込み度(複数回答)		
	興味のある記事だけ読んでいる	49.3%	(75人)
	ほとんどの記事を読んでいる	40.8%	(62人)
問6-2	「ときめき15日号」の読みにくいところ(複数回答)		
	特に読みにくいところはない	63.2%	(96人)
	活字が小さい	15.8%	(24人)

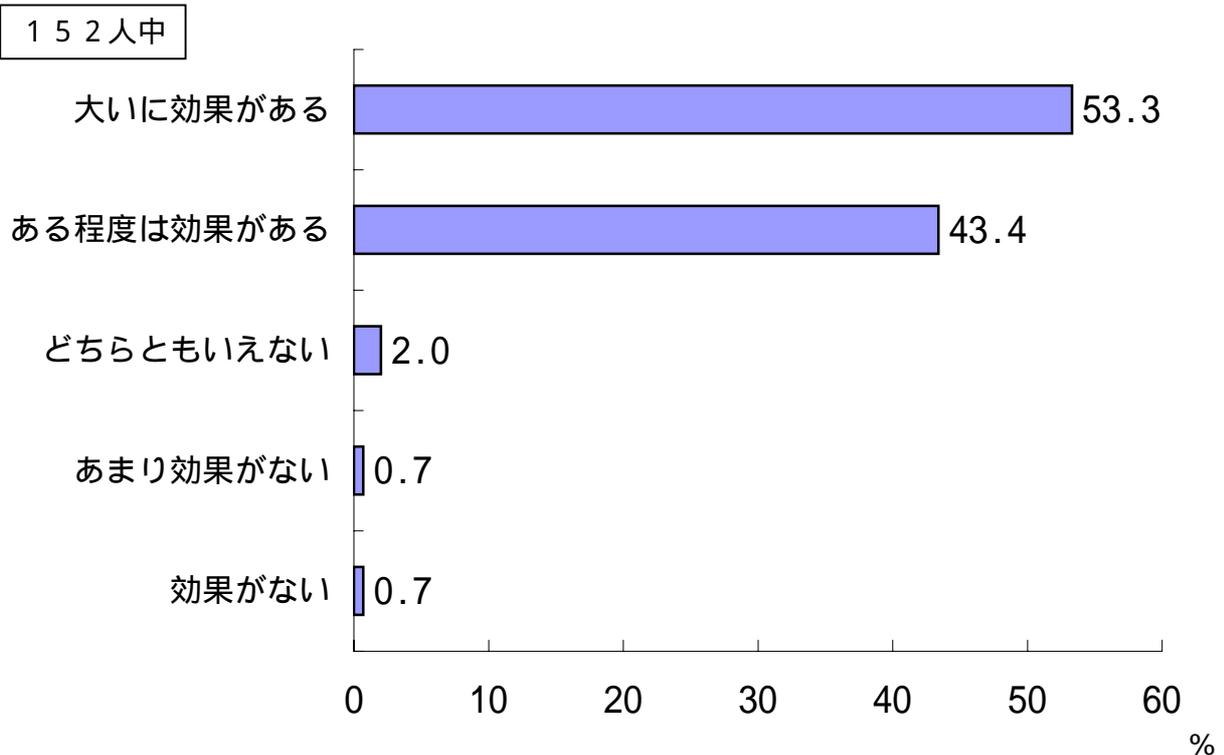
問7	「あだちシティビジョン」について		
問7 - 1	「シティビジョン」設置・運営元が区であることについて		
	知っている	55.9%	(85人)
問7 - 2	「シティビジョン」設置・運営元の認識度(67人中)		
	区の関連会社	34.3%	(23人)
問7 - 3	「シティビジョン」で見た番組(複数回答)		
	観光・まち歩き	38.8%	(59人)
	内容までは覚えていない	25.7%	(39人)
	産業情報	22.4%	(34人)
問7 - 4	「シティビジョン」の区の産業情報発信への貢献度(147人中)		
	役立っていない	54.4%	(80人)
	役立っている	45.6%	(67人)
問7 - 5	「シティビジョン」で区内産業振興に役立っている番組(67人中)		
	観光・まち歩き	76.1%	(51人)
	産業情報	61.2%	(41人)
問7 - 6	「シティビジョン」を区内産業振興に役立てるために(80人中)		
	民間にまかせたほうがいい	25.0%	(20人)
問7 - 7	「シティビジョン」がケーブルテレビ足立で放映されていることの認識度(148人中)		
	知らない	40.5%	(60人)
	知っている	25.7%	(38人)
問8	今後期待する区の情報発信媒体(複数回答)		
	区広報紙「あだち広報」	80.9%	(123人)
	公社ニュース「ときめき15日号」	67.1%	(102人)
	交通広告のポスター・ステッカーなど	55.3%	(84人)

問9は記述回答のため割愛

問1 区内産業や観光の情報がいろいろな媒体でPRされていると思いますか
 (あてはまるもの1つだけにしてください)

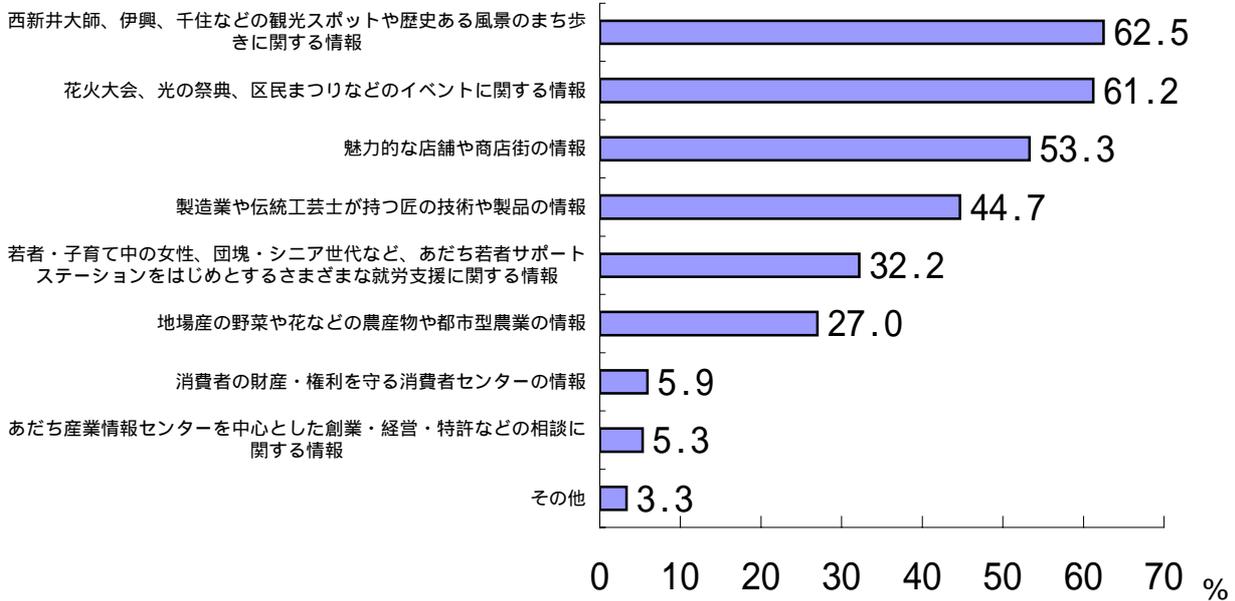


問2 区が、区内製品や企業の技術力などを積極的にPRすることは、足立区のイメージアップや区内産業の振興に効果があると思いますか。
 (あてはまるもの1つだけにしてください)



問3 足立区のイメージアップのためにはどのような区内産業・地域に関する情報をPRすることが効果的だと思いますか。
(特にあてはまるもの3つに をしてください)

152人中

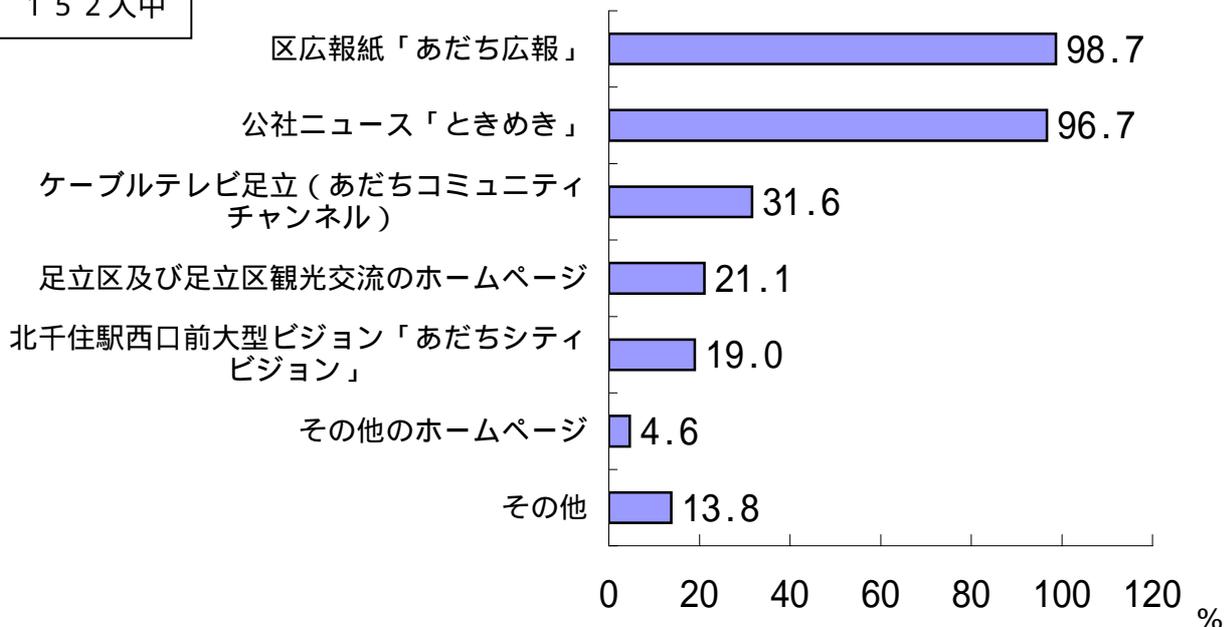


その他

・教育産業に関する情報・高齢化社会に対応したまちづくりの情報

問4 あなたは、区内産業・地域に関する情報を何から得ていますか。
(特にあてはまるもの3つに をしてください)

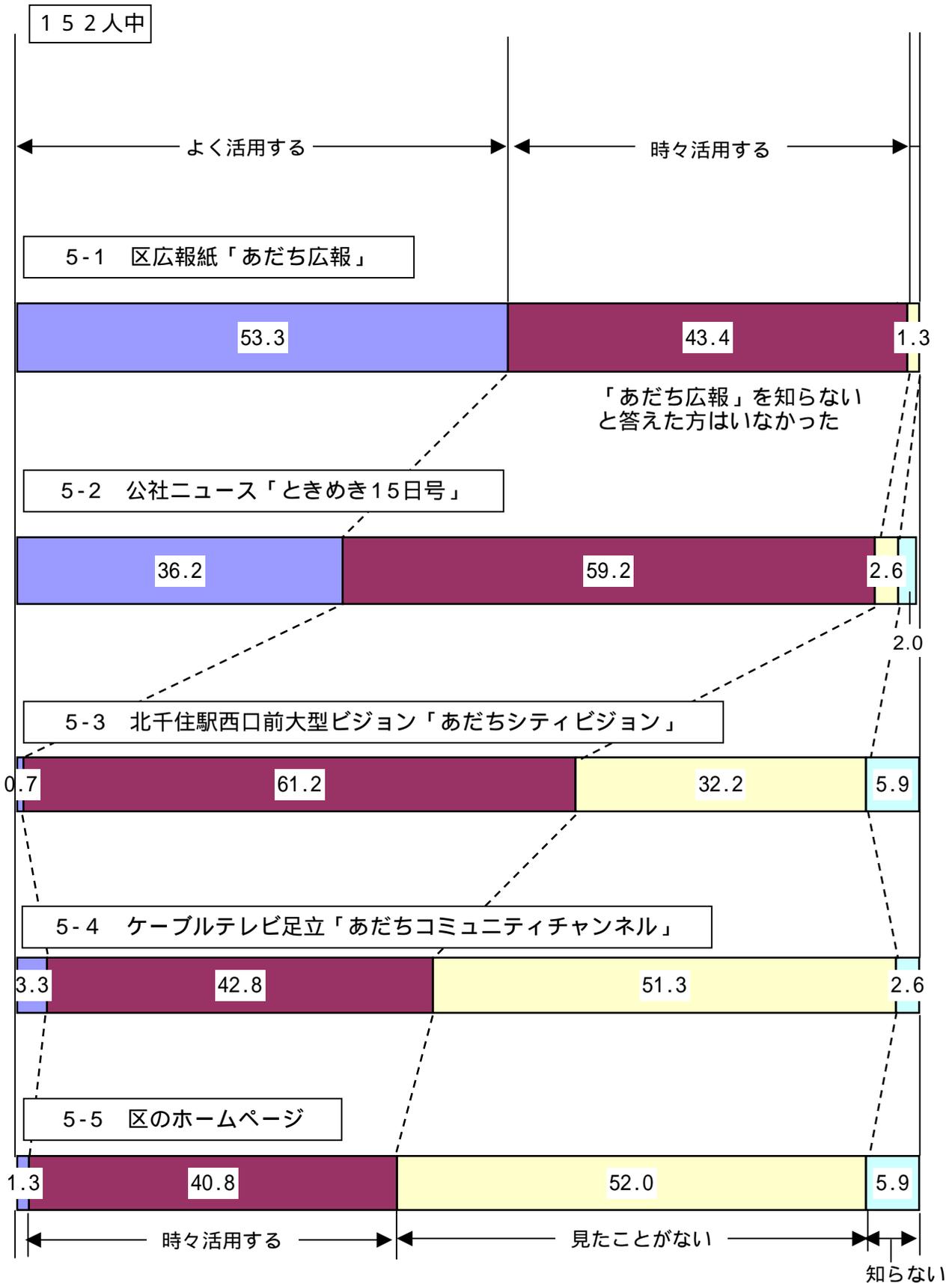
152人中



その他

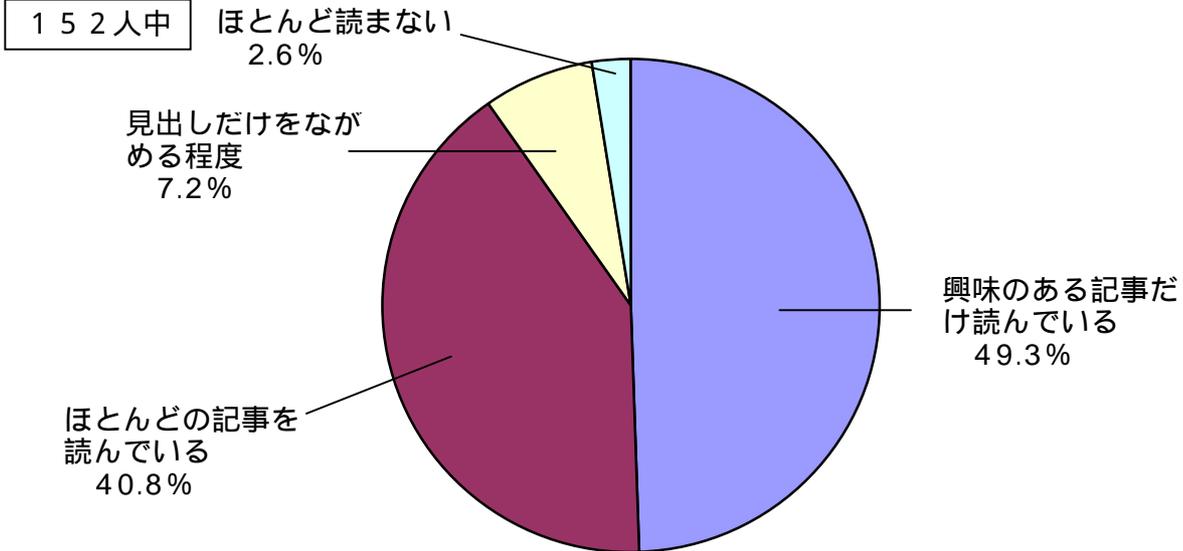
・ゆう・センターなどでの掲示板・小学校からの広報紙やお手紙・住区センター・口コミ・ぱど・新聞・雑誌・一般紙が発行する地域発行新聞・駅にあるポスター・保健所や区民事務所の掲示板・駅のポスター・かっぱ倶楽部・地域学習センター発行の広報紙・

問5 産業経済部では区内産業・地域の情報を色々な媒体でお知らせしています。それぞれの利用状況についてお伺いします。
 (あてはまるもの1つだけ をしてください)

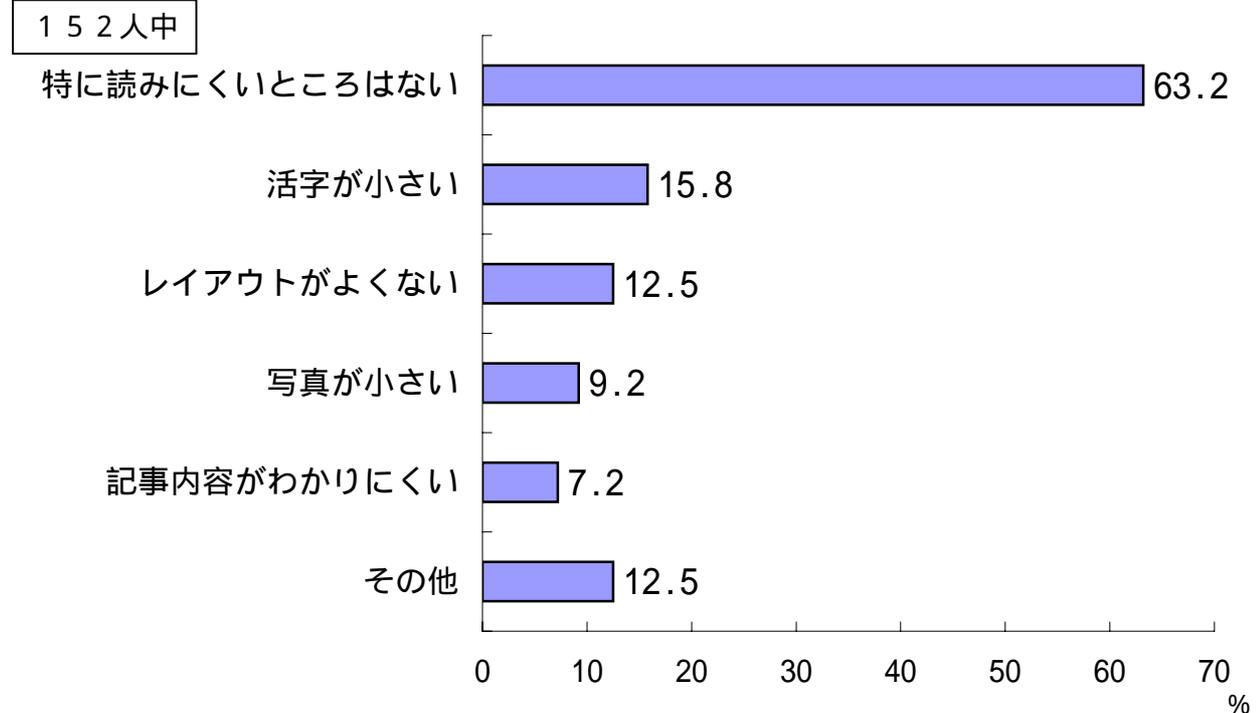


問6 公社ニュース「ときめき15日号」は、産業経済情報を中心に足立区の公社（生涯学習振興公社除く）等の情報をプラスして、平成6年（1994年）4月から毎月1回生涯学習振興公社発行のときめき1日号を含めると毎月2回（を発行しています。「ときめき15日号」についてお伺いします。

問6-1 あなたは「ときめき15日号」をどの程度読んでいますか。
（あてはまるもの1つだけに をしてください）



問6-2 「ときめき15日号」の《読みやすさ》について、どのように思っていますか。
（あてはまるものすべてに をしてください）

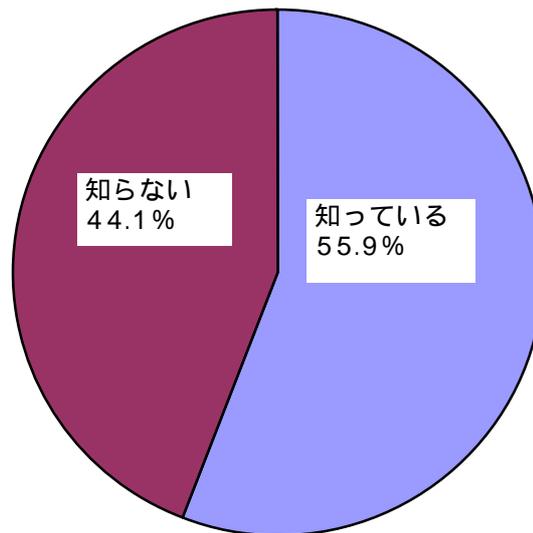


問7 北千住駅西口前大型ビジョン「あだちシティビジョン」はNHKニュース・天気予報、産業情報、観光・まち歩き、行政情報、ドキュメンタリー、バラエティ・占いなど365日、8時から22時まで、2時間プログラムで1日7回放映しています。「あだちシティビジョン」についてお伺いします。

問7-1 あだちシティビジョンは足立区が設置・運営していることについてご存知ですか。

(あてはまるもの1つだけに をしてください)

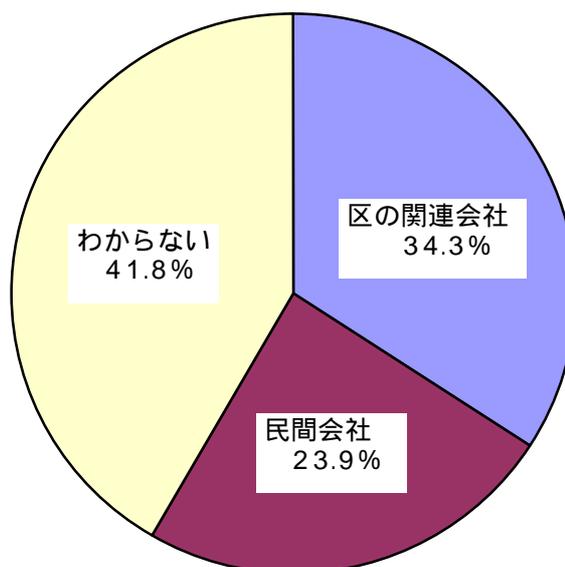
152人中



問7-2 問7-1で「知らない」と答えた方にかがいます。設置、運営しているところはどこだとお考えでしたか。

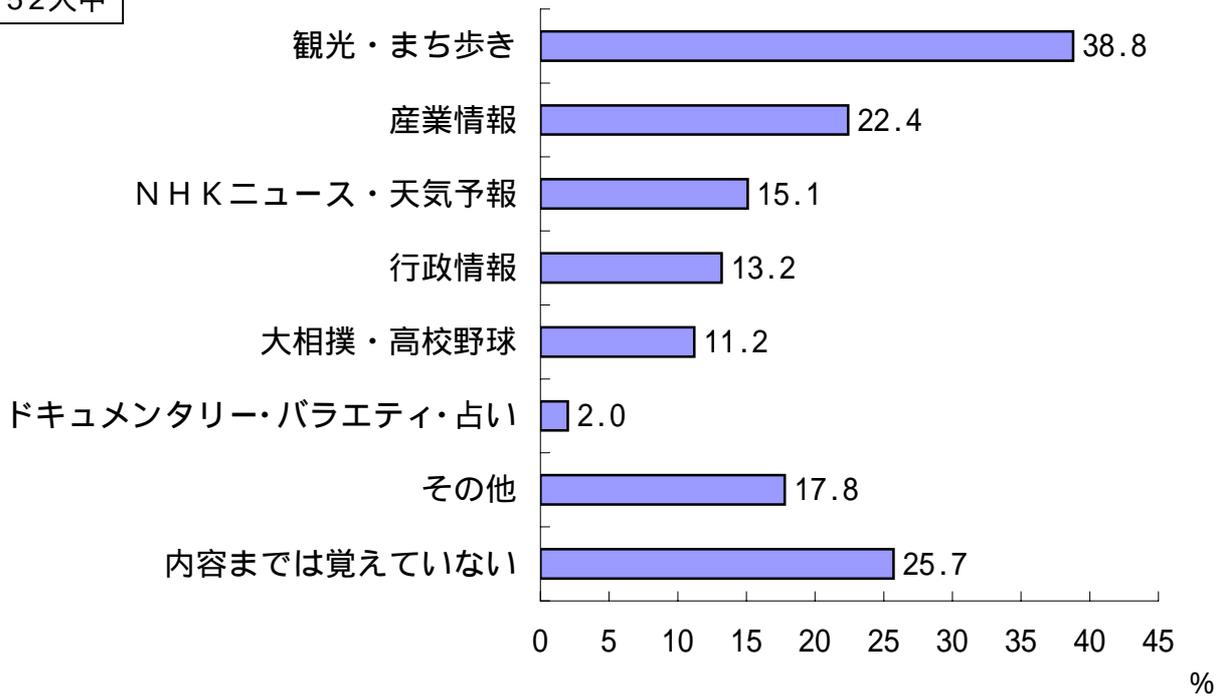
(あてはまるものすべてに をしてください)

67人中



問7 - 3 あだちシティビジョンで見たことがある番組はどれですか。
 (あてはまるものすべてに をしてください)

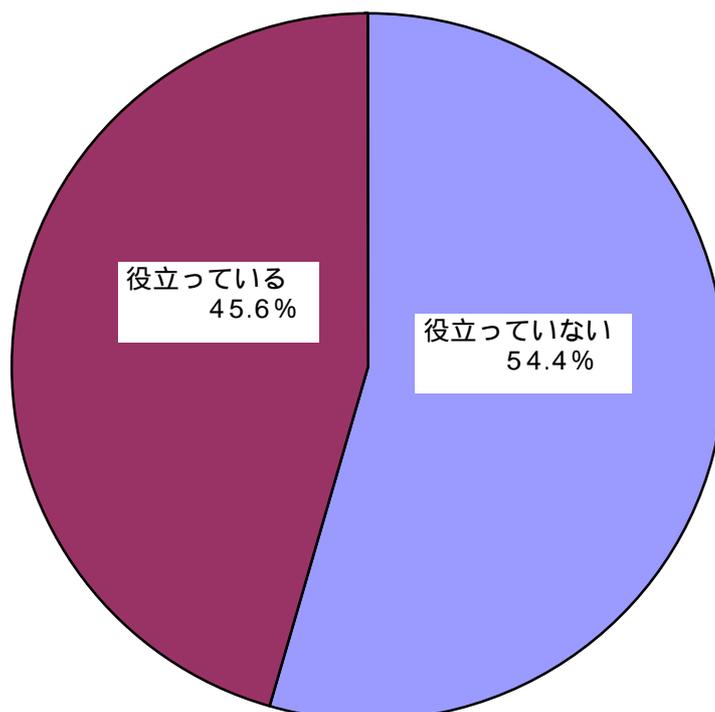
152人中



その他
 ・花火大会・確定申告・子供が映っているのを見に行った・音楽(演歌)・学校紹介

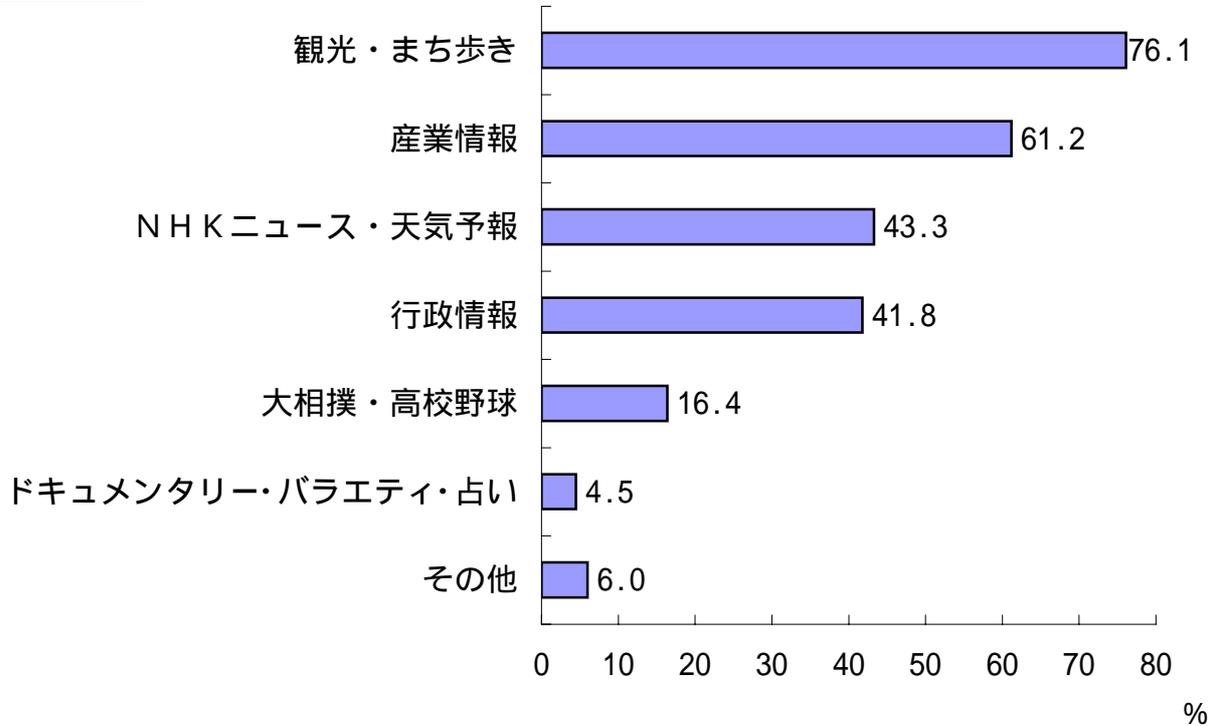
問7 - 4 あだちシティビジョンは区内産業の振興・地域の情報発信に役立っていると思いますか。
 (あてはまるもの1つだけに をしてください)

147人中



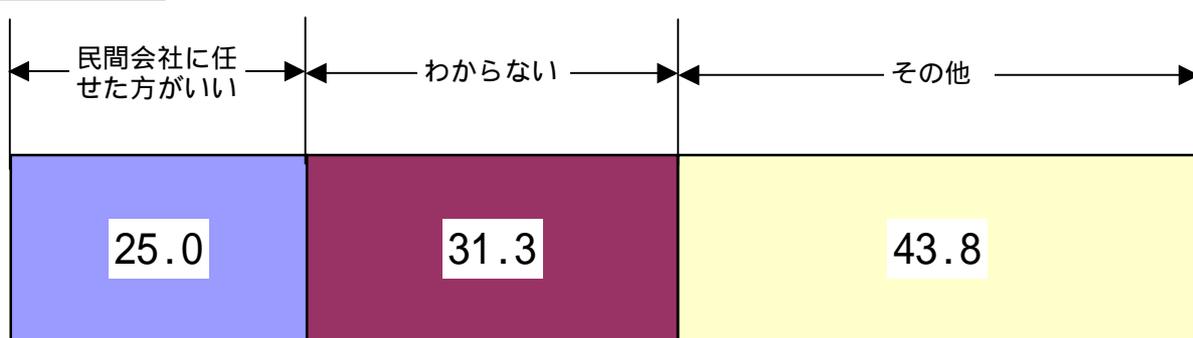
問7-5 問7-4で「役立っている」と答えた方にうかがいます。どの番組が役立っていると思いますか。
(あてはまるものすべてに をしてください)

67人中



問7-6 問7-4で「役立っていない」と答えた方にうかがいます。役立つようになるにはどうしたらよいと思いますか。
(あてはまるもの1つだけに をしてください)

80人中

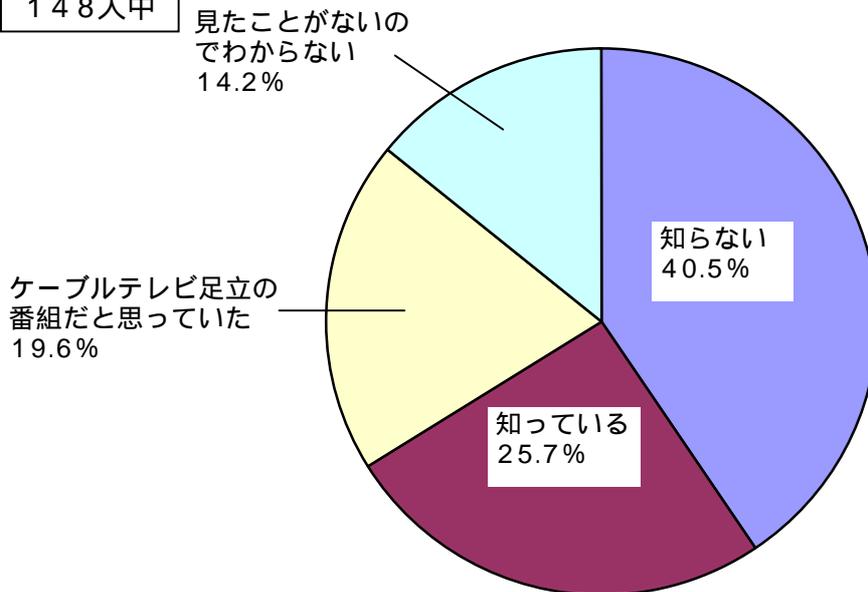


その他

・バスを待つ間見られる位置に置くとか、電車の中で見られるようにするとかすればじっくり見られる・屋外より駅構内にも設置したほうがいいのでは・ホームから見るところに置く・MXテレビのようにバラエティ豊かなほうがいい・存在の周知・短い時間で一瞬で通り過ぎる間に見られる番組や、千住の街の情報を1時間以内に織り込んだ番組を作る

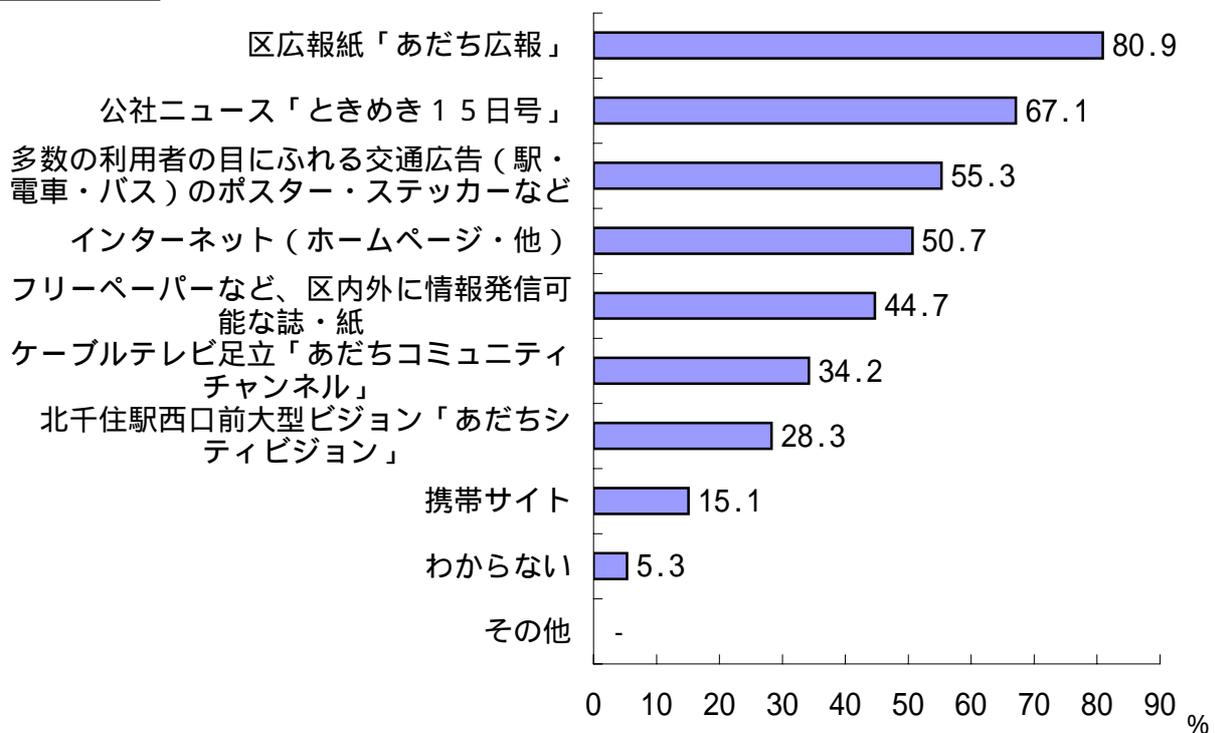
問7-7 あだちシティビジョンの番組がケーブルテレビ足立（あだちコミュニティチャンネル）で放映されていることを知っていましたか。
（あてはまるもの1つだけにしてください）

148人中



問8 今後、足立区が区内外で積極的な情報発信をしていくため、期待する広報媒体（メディア）はなんですか。
（あてはまるものすべてにしてください）

152人中



その他

・ラジオ・区民だより・雑誌・宣伝する前に住みやすい区政を実現すればマスコミが自然と取り上げてくれる・町会の回覧板、掲示板・足立よみうり、足立朝日・区長のテレビ出演の広報・広報車を土、日曜日に巡回

問9 最後に、産業関連情報の効果的な提供方法な内容について、自由なご意見をお聞かせください。(自由意見)

年代	性別	問9(自由意見)
20代	女性	広報は女性は結構読んでいると思うので、女性が入りやすい切り口での紹介の仕方をすると思う。
20代	女性	「ときめき」やケーブルテレビ足立でやっている商店の紹介を楽しく見えています。おいしいようなお店に入りたいと思い、知っているお店が出ると嬉しく思っています。これからは魅力的なお店や割引サービスの紹介をどんどん紹介して欲しいです。
20代	女性	足立区への興味を掻き立て、イメージアップを図るため何かキャンペーンを大きくやって見せてはいかがでしょうか。南花畑の島田屋製菓さんのバームクーヘンなど、有名どころのものを景品に出すなどして。
20代	女性	ホームページがもう少しわかりやすいとアクセスがしやすいです。
20代	女性	あだち広報が届くのを楽しみにしています。内容も充実していて、いつもいろいろな情報を活用しています。子供が小さく、託児付の勉強会などに参加するきっかけにもなっているので、今後もさらに充実させていっていただきたいです。
20代	男性	テレビ9チャンネルが一番効果的だと思います。
30代	女性	広報のページをもっと増やしてもいいのではないかと思います。もしくはカテゴリー毎により内容の充実したものを定期的に見られれば良いと思います。
30代	女性	墨田区から転居してきた際の情報源は足立ケーブルTVとあだち広報でした。「千住かっぱ倶楽部」のフリーペーパーも役立っていますが、紙媒体を好む人ばかりでないと思うので、多数の方が自然に目を向ける交通機関の中刷り広告などを活用したらいいのではないのでしょうか。
30代	女性	大型ビジョンで情報を流してもあそこで待ち合わせをする人にしか目に入らない。その前を通ることは多いのだが、ゆっくり情報を得られるのはやはり広報紙だと思う。
30代	女性	足立区の情報源は「あだち広報」や「ときめき」で、毎号楽しみに拝見し、活用させていただいています。インターネットや携帯サイトは使わないので「インターネットのみの申し込み」「くわしくはホームページ」とあると嫌な気持ちになってしまいます。
30代	女性	伝統工芸などのイベントや講習会を学校のお知らせを通じて流すと子供や親(父兄)に興味を持つきっかけになると思います。
30代	女性	今のままで十分に良くやっていると思う。ただ見る側の私たちがもっと気に留めないといけないと反省しています。
30代	女性	イベントがどちらかというと大人向けのものが多い(地味)。子供や若者がもっと興味を持つようなイベントにした方がいい。
30代	女性	ケーブルテレビなどはレポーターが楽しく紹介してくれるなど、見る人の立場を考えて放送してくれたらいいと思う。
30代	女性	人は興味があることには進んで情報を調べるが、そうでないものはその場限りになってしまう。私はインターネットを使って近隣スーパーのチラシを見たり、足立Walkerのサイトを見て情報を得ています。
30代	女性	新聞などに足立区の記事や情報をたくさん載せたらいいと思う。
30代	女性	何が効果的かはわかりませんが、今のままでは物足りないように思います。あだちシティビジョンは通りすがりに目を通す程度で立ち止まってまで見て楽しむような番組に思えません。また、ケーブルテレビも他に楽しい番組があればわざわざ見ようとは思いません。番組内容に工夫が必要です。
30代	女性	あだち広報では区長のさっぱりした記事が気に入りました。ときめきは結構読んでいる人が多いのではないのでしょうか。地元のお得な情報が多いので楽しみにしています。広告が少ないのでもっと入れて欲しい。
30代	女性	内容が違っていただけですが、ときめきの中の「街の探検隊」が好きで参考にしています。竹ノ塚とか、西新井などもっといろいろなお店を知りたいです。
30代	女性	あだちシティビジョンの内容をもっと増やせばいいと思う。
30代	女性	新聞や雑誌などに足立区の記事や情報が掲載されるといいと思う。

30代	女性	足立区は暮らしやすい町ですが、区外からのイメージは悪い。区外へのPRが必要。よいイメージを作り区外の人に訪れてもらいたい。そこで製造業や匠の技術を活かした名産、土産品や都市型農業の特産品を作り、区内の名所をPRして区外からの観光客にPR、販売するのはどうでしょうか。
30代	女性	ケーブルテレビなどは受け手が限られている。「あだち広報」など全ての人の目に届くものを重視して欲しい。一方的な情報発信ではなく地域の人が心を1つにできるような機会なりイベントなりもよいのではと思います。
30代	男性	宮崎がいい例ですが、やはりTV(メディア)の力は絶大だと思います。
30代	女性	区報や「ときめき」は本人が読む気になれば情報を得られるがシティビジョンは北千住の駅前に行かないと見られない。ケーブルテレビ足立はたまに見ますがもっと興味のある番組を流して欲しい。ただ、シティビジョンは以前金八先生で映っていたのを見ましたが、駅前の風景をよく撮っていたしPRになっていると思います。
30代	女性	あだちシティビジョンは利用客数の多い北千住駅にあるのが効果的だと思います。広報などは足立区内にしか配布されないのので区外の人には伝わりにくいと思います。
30代	女性	インターネットで情報を見た人にはポイントをつけるとか、各センターなどの掲示板に情報を流す等。
30代	女性	必ずポストに入るあだち広報やときめきが情報源になっています。もっと多くの情報を載せてくれるととても助かります。
30代	女性	PRする媒体は現在あるもので充分だと思うので、今後はその中身を興味深いものにしていく必要があると思う。
30代	女性	北千住の駅へは乗り換えのときにたまにしか使わないので知らなかったです。バスや電車の中で宣伝をしてみたいか。
30代	女性	北千住駅の大型ビジョンは北千住駅を使う人は目にすると思いますがもっと多くの人が目にする機会が多いところで情報を提供したほうが良いと思います。駅、住区センター、区役所、保健総合センターなどにフリーペーパーを置いたりすれば多くの人が目にする機会になると思います。
30代	女性	年齢に関係なく活用できるあだち広報などのようなチラシ関係等に情報を載せるのが一番良いと思う。あとはホームページとか。
30代	女性	あだちシティビジョンはとても効果的だと思います。
30代	女性	足立区に乗り入れのある電車等の各駅にフリーペーパー等、足立区に行ってみよう、と思うものを置いたらいいと思う。
30代	女性	もっとイラストや漫画を入れて楽しくて読みやすい広報、公社ニュースにしてほしい。
30代	男性	産業ごとの情報をもっと詳しく発信できるもの(パンフレット、ときめきでの特集)をつくり、提供したほうが良い。
30代	女性	公社ニュース「ときめき15日号」のような情報を年に何回か提供してくれたらうれしいです。
30代	女性	あだち広報やフリーペーパーで色々な情報を提供する。
30代	女性	足立区の良さは区内外の方々にも伝わりつつあるような気がします。我が家のそばには日暮里までの新交通が3月に開通し地域住民は盛り上がっています!!。派手な情報発信も大事なかもしれませんが、地道に続けてこられた区の広報紙や公社ニュースなどを未永く提供してください。
30代	女性	ときめきやあだち広報は地域の様々な情報を得る機会としてよく読んでいます。今後も更に内容を充実し、より楽しめるものになって欲しいと思う。
30代	女性	足立区は頑張っていると思います。でも、それ以上にモラルの低下が足立区では定着していて、イメージが悪いのだと思います。もっと地域で連携を取れば、減るのかも。
30代	女性	シティビジョンでゆっくり情報を見る人がどれだけいるのか疑問です。北千住へ行った際、あっ、映ってる、という程度でしか情報は見ませんが…。
30代	女性	多数の利用者が目にふれる場所。
30代	女性	そのまんま東みたいに著名人で売るのが一番早いけど、そういう目的で人を出すのは良くないので、微妙です。
40代	女性	都バスの中などで宣伝するのは効果的だと思います。インターネットも良い方法だと思います。

40代	女性	デジタルデバイドは避けられないかもしれません。どうしても個人的な能力(経済力、知的レベルなど)の差による情報量の差ができてしまいます。かといって全て行政に頼って面倒を看てもらおうとするのも良くないと思います。何事も自分で行動を起こすことが大切です。
40代	男性	2011年のデジタル化に向けて携帯電話で動画や文字放送が見られるようにすればいいかがでしょうか。
40代	女性	私は北千住駅のシティビジョンを時々見ます。が、上を向いて歩きながらそんなに見られるものでしょうか。人通りも多く、特別興味のあるものだけ立ち止まって見るくらいで、普通は通り過ぎてしまいます。
40代	男性	豊富なインフラを使った情報の発信、または実際の展示等の実施。
40代	女性	区役所内で、平日昼間に「産業展」などを実施するのは税金の無駄です。誰が行けるのでしょうか？。その予算は別に回したほうがいいです。
40代	女性	足立区内の産業、観光、商店街、行政等の牽引型の小冊子を作成して区民に提供したらいいのでは。たとえばランドセルを販売するだけでなく修理してもらえる店がわかったり、特産品の記載があればお土産品として使えます。
40代	女性	地元での採用をもっと増やす。
40代	女性	区報でもう少し地域限定の箇所をアピールするとか。ときめきよりは区報の方がはるかに目を通す率が高いと思われる。
40代	女性	あだちシティビジョンが北千住駅にあるだけでは情報が片寄ってしまう。区内のそれぞれの駅に協力してもらって他の駅にも付けて欲しい。
40代	女性	この春から開通する新交通機関がこれから注目されてくると思います。それに焦点をあてて近くの産業や商店などを区内外にPRするなど。構内などにも区報を置くなど。(少し紙面に工夫があるといいのですが)
40代	女性	マスコミの活用。テレビコマーシャルや情報番組、情報紙に取り上げてもらう。
40代	女性	足立区内に暮らしていながら余りにも区のことを知らない。もっと区内に効果的な情報提供を望みます。
40代	男性	皮革製品(靴、ランドセル等)や伝統工芸品など、誇れる製品が多数足立区にはあると思うが、浅草が近いので同じ内容だとそちらに流れてしまう。まつりなどイベントを開催して新聞等でPRしなければならないと思う。
40代	女性	インターネットのホームページや区内外年齢に関わらず多くの人が目にする交通広告のポスターなどでPRするのが良いのではないのでしょうか。
40代	女性	ときめきやあだち広報は見ているが全て足立区の中だけの情報発信なので大きな新聞の地方版などで扱ってもらおうと他の区の人にも見ってもらえて区の宣伝になると思う。
40代	女性	フリーペーパー、ぱど、ときめき、あだち広報は多くの読者がいると思う。区外の人への情報発信はインターネットなどが有効だと思う。
40代	女性	私の近所ではまだまだ農家もあり、(自然な)野菜作りも活発です。とてもおいしいので私は産直野菜が気に入っています。のどかでいいところだと思うのでそこを強調してPRして欲しいです。
40代	女性	はるかぜの車体に区内の近日に迫ったイベント情報広告を載せる。
40代	男性	テレビ東京の「アド街ック天国」でも数回足立区が取り上げられているが、結局「西新井大師」くらいしか有名なものがない、のかな？。地場産業で誇れることについて、東国原知事のようにメディアを活用しないと知名度は上がらない。
50代	女性	区内を走っているコミュニティバスの中で簡単なコマーシャルアナウンスや掲示板を作ったらいいかがか。
50代	男性	電車の中刷り広告が効果的だと思う(東武線・日比谷線)
50代	女性	夫婦二人の生活でケーブルテレビ、インターネットもありません。テレビの情報が多い。あとは区の情報誌と新聞、会社での友人との会話が情報源です。そうかといって現在の生活にはあまり不自由はありません。
50代	女性	アリオができ、家族で楽しめることが1つできて西新井駅前の活性化に一役買っていると思います。足立には大師のようなメインとなるものがもうひとつ、若者にも利用価値があるところができるといいですね。
50代	女性	よくわからない。
50代	女性	宮崎県の知事みたいにもっと足立区の産業、工場を見学して情報を流して欲しいと思います。足立区のイメージは今ひとつ良くないと思っています。

50代	女性	あだちシティビジョンは北千住駅に行かないと見られない。区民の一部しか使えないところに税金を使うのは…。税金はもう少し福祉に利用して欲しい。区内の産業、観光、その他情報等のPRに対して効果はないと思います。
50代	女性	区の産業関連情報は配られている情報誌などを見ている。もう少し福祉関係、またはコミュニケーションの記事を載せて欲しいです。
50代	女性	現在、さまざまな広報媒体を使い、それなりに情報を得られていると思いますので現状維持でいいと思います。できれば大まかなものから細やかな情報まで知ることができたらいいのですが。(区の関連施設の駐車場の料金について、身体障害者の方は減免があることなど)
50代	女性	ときめきの1日号を毎月楽しみに見えています。
50代	女性	わかりません。
50代	女性	商店街がシャッター街にならないために住民が何ができるか、それぞれが主体的に考え行動しない限り、行政がバックアップしても駄目だと実感しました。(MM公社主催のイベントで)折角の7福神が寒々しく見えました。接客していたのはMM公社の方々。主体であるはずのお寺・神社が迷惑そうに見えたのですが…。
50代	女性	テレビで「匠」と呼ばれる方が足立にいらっしゃることを知りました。足立の技術力をもった方々のポスターを作って電車の広告等に利用して広く紹介してはいかがでしょうか。
50代	女性	情報誌などは時間が空いたときなどに目を通すことができありがたいと思っています。
50代	女性	足立区の象徴は西新井大師だと思います。もう少し大師に交通網が整備されれば更に知名度が増すことでしょう。
50代	女性	・日暮里・舎人ライナーの沿線をPRする。・相撲部屋が2箇所あるのもっとPRできるのでは。・農産物の直売所や銭湯をもっとPRしたらどうか。
50代	女性	足立区は広いので、地域別に表示した産業紹介の冊子を年に1回、ときめきの別冊で配付して欲しい。「街の探検隊」の様に地図と写真入で。できれば職種別に色違いに表示しわかりやすいように。1日中みてあきない本ならば足立区が好きになります。
50代	男性	現在のPRである程度はいいと思いますが、企業の見学、実体験等参加できる機会を増やし興味を増し、少しでも多くの人が理解できる状況にしてください。
50代	女性	広報・ときめきと担当部門が違うことにより担当部門に関連した催し物は掲載するがそれ以外は全く掲載されない。これらは区の横のつながりがなく、各部署での自己顕示と役人特有の責任回避であると思う。各部の横のつながりを構築していくことは可能。どの部署がそれを率先してするか、できるか民間と区との協働も進むと思う。
50代	男性	今回の梅島において鉈で家族を殺害した事件は特殊な例ではありません。新規産業形態についていけない地元の商工業の人々が相談に来るのではなく、相談できる高齢の経営者等を活用して産業情報関連の効果的な提供者として育成する英国の相談員(アウトリーチサービス)制度を工場の多い足立区で実施したらいかがでしょうか。
50代	女性	「ときめき」や「あだち広報」でインターネットに記事が掲載されていると書いてあれば、インターネットは使えるのでアクセスできます。インターネットをもっと活用して欲しい。北千住は、仕事の関係で行くことはなくなりました。
60代	男性	町会に町内回覧板がありますので、そこに情報を載せたほうがいいと思います。
60代	男性	あだち広報、公社ニュース、住区センター等を活用する。ケーブルテレビは高く見られない。交通費がかかるので北千住までわざわざ行かない。
60代	女性	足立の歴史、観光を案内し、イベントを行って他地域の人が来るようになれば千住、西新井などの発展が今後可能ではないか。交通面ではつくばエクスプレス六町駅からの交通を伸ばし、足立を広げる必要性を考える。
60代	男性	足立区内の産業の活性化のためまじめな企業のコマースを優先にシティビジョンで流してほしい。起業家のポリシー、創業の歴史、今後の取り組みを自社製品にどう取り込んでいるかなど知ると愛着も生まれてくる。また、広報などに企業の記事を掲載する基準を設けたほうがいい。
60代	男性	あだちシティビジョンについては、時代の最先端に行く情報提供手段の1つだと思いますが、現状の費用対効果を承知していないので評価が難しい問題です。災害時にも稼働でき、必要な情報提供ができれば非常に高い評価が得られると思います。
60代	女性	駅などでシティビジョンを見ることができない方でも広報は見ることができ、効果があると思います。

60代	男性	民放などでしているものでなく生活者のニーズに応える番組をつくる。それには地道にリサーチを行うことが必要。特に健康、勉強、人間関係、消費生活などを重視して欲しい。
60代	女性	昔とちがって小規模の生産工場は随分と減少しているように思います。今まで足立の産業が盛んだったころのように活気のある街になるといいのではないかと思います、時代の流れか…。
60代	女性	交通機関(バス)の中に小さなテレビが備えられるといい。又はスーパー等で広報を展示すると良く見えると思います。
60代	女性	「あだち広報」よりも公社ニュース「ときめき」を良く見ます。北千住駅西口前の大型ビジョンもいいですが西新井駅にも欲しいです。西新井駅西口はバスの利用者も多いので是非考えて欲しいです。
60代	男性	区内にある伝統工芸の技術や製品の現場を知るバスツアーなどで広くPRしたらいいと思います。
60代	男性	食の安全から年金の安心に区民はどう対応したらいいか。情報化社会では不安や不信が先立ちます。情報の提供はテーマを絞って具体的実例や手法に失敗事例を組み入れて1つのテーマを継続的に取り上げる内容が望ましい。
60代	男性	荒川をはさんで反対側、例えば西新井駅前か竹ノ塚駅前に「あだちシティビジョン」を設置すれば産業関連情報をより多くの区民が目をつけるので効果があると思います。
60代	女性	ケーブルテレビ足立にどうして必要性があるのかわかりません。携帯でも全て使う人が通話・メールのみしか使わない人は同じで必要性に欠けます。
70代	女性	区の公共機関の窓口やスーパーにアンケート用紙を置いて、区民に書いてもらったかどうか。
70代	女性	簡単なカタログを作って駅に置いておく宣伝になる。
70代	男性	私は何かあると必ず「わたしの便利帳」を見ます。便利帳のPRも必要ではないでしょうか。また、便利帳と同じ様式で区内における産業、例えば伝統ある芸能や工芸、匠の人、企業や用途別の商店の紹介を掲載したPR誌を発行するのもいいと思います。情報発信は携帯サイトが一番です。
70代	女性	交通広告(はるかぜ、東武バス、千代田線)等でのPRを望みます。大勢の人の目に見える。また、できれば綾瀬、西新井等主要駅にもあだちシティビジョンの設置を望みます。
70代	女性	足立区は農産物を直売する場所がない。土曜、日曜日の週2回でもいいので農産物の直売所を設けて欲しいです。
70代	男性	情報提供でより効果を期待するならばその内容に応じ、見てもらいたい対象者を設定する必要があると思います。その為には情報の内容に応じて関係各方面への事前PR(いつ、どんな情報を放映する旨の)が肝要です。
70代	男性	現状のままで、暫くはいいと思う。
70代	男性	区民が足立良いとこ住み良いとこ自慢できるように「あだち広報」の編集内容を考えてもらいたい。区民の声を入れるのもいいのではないのでしょうか。
70代	女性	足立は遠く千住宿として栄えた故、技術的な品物とか石材等も多く、昔からの伝統的な物、手作りのものも多くあるように思います。宮大工の美しい御輿等の美しさを広めたい。また俳句や昔の文人の面影等も都市開発のためになると思います。
70代	男性	情報が溢れているから、効果的な提供と言ってもなかなか難しい。「あだち広報」はいろいろ役立っているが活字が多いので敬遠する方も多いのでは。産業関連となると観光・まち歩き以外は興味を持つ方は少ないのではないかと思います。
70代	男性	現状のままでいいと思います。
70代	女性	先日、NHKで太田の中小企業の特集をやっていたが大変参考になった。足立の企業も取り上げて欲しいと思いました。
70代	女性	大型ビジョン、ときめき、あだち広報等皆さん頑張っています。足立区のイメージアップに大いに役立っていると思います。
70代	女性	綾瀬は最近開けてきたのでたいていの用事が足りる。従って北千住へはほとんど行きません。出かけるときは北千住より先に行くので北千住の情報は疎くなります。
70代	男性	あだち広報を充実させるべきだと思う。
70代	男性	あだち広報、公社ニュース(ときめき)、ケーブルテレビ足立と併せて、(住区センター、学習センター等の)チラシでPRすれば充分と感じます。要は内容の充実ではないでしょうか。

70代	女性	「あだちシティビジョン」は歩きながらとか、バスを待つ少しの時間しか見ませんので、これが区内産業の振興に役立っているとは思われませんが、区のお知らせとか天気予報、NHKニュースなどが放映されていれば立ち止まってでも見ます。私は区の情報を中心に「あだち広報」と「ときめき1日、15日号」「足立朝日」「足立よみうり」から得ます。
-----	----	---

集 計 表

(%)

「平成19年度産業情報に関するアンケート」	全員	性別		年齢別	
		男	女	40歳未満	40歳以上
回答者数(人)	152	34	118	59	93
問1 区による産業情報PRの浸透度	N = 152				
(1)よくPRされている	9.2	11.8	8.5	5.1	11.8
(2)ある程度はPRされている	54.6	52.9	55.1	62.7	49.5
(3)どちらともいえない	16.4	11.8	17.8	20.3	14.0
(4)あまりPRされていない	17.1	20.6	16.1	6.8	23.7
(5)PRされていない	2.6	2.9	2.5	5.1	1.1
問2 区による産業情報のPRの効果	N = 152				
(1)大いに効果がある	53.3	64.8	50.0	47.5	57.0
(2)ある程度は効果がある	43.4	32.4	46.6	47.5	40.9
(3)どちらともいえない	2.0	-	2.5	1.7	2.2
(4)あまり効果がない	0.7	2.9	-	1.7	-
(5)効果がない	0.7	-	0.8	1.7	-
問3 区のイメージアップに効果的なPR方法(複数回答)	N = 152				
(1)魅力的な店舗や商店街の情報	53.3	38.2	57.6	59.0	49.5
(2)製造業や伝統工芸士が持つ匠の技術や製品の情報	44.7	67.6	38.1	33.9	51.6
(3)花火大会、光の祭典、区民まつりなどのイベントに関する情報	61.2	47.1	65.3	69.5	55.9
(4)西新井大師、伊興、千住などの観光スポットや歴史ある風景のまち歩きに関する情報	62.5	64.7	48.0	67.8	59.1
(5)あだち産業センターを中心とした創業・経営・特許などの相談に関する情報	5.3	5.9	3.9	8.5	3.2
(6)消費者の財産・権利を守る消費者センターの情報	5.9	8.8	3.9	1.7	8.6
(7)若者・子育て中の女性、団塊・シニア世代など、あだち若者サポートステーションをはじめとするさまざまな就労支援に関する情報	32.2	6.6	25.7	30.5	33.3
(8)地場産の野菜や花などの農産物や都市型農業の情報	27.0	6.6	20.4	15.3	34.4
(9)その他	3.3	2.9	3.4	5.1	2.2
問4 産業経済に関する情報の源(複数回答)	N = 152				
(1)区広報紙「あだち広報」	98.7	100.0	98.3	98.3	98.9
(2)公社ニュース「ときめき」	96.7	91.2	98.3	96.6	96.8
(3)北千住駅西口前大型ビジョン「あだちシティビジョン」	19.0	14.7	20.3	15.3	21.5
(4)ケーブルテレビ足立(あだちコミュニティチャンネル)	31.6	32.4	31.4	39.0	26.9
(5)足立区及び足立区観光交流協会のホームページ	21.1	23.5	20.3	20.3	21.5
(6)その他のホームページ	4.6	2.9	5.1	1.7	6.5
(7)その他	13.8	17.6	12.7	16.9	11.8

集 計 表

(%)

「平成19年度産業情報に関するアンケート」	全員	性別		年齢別	
		男	女	40歳未満	40歳以上
回 答 者 数 (人)	152	34	118	59	93
問5 産業経済情報の利用状況					
問5 - 1 区広報紙「あだち広報」 N = 152					
(1)よく活用する	55.3	50.0	56.8	54.2	55.9
(2)時々活用する	43.4	50.0	41.5	44.1	43.0
(3)見たことがない	1.3	-	1.7	1.7	1.1
(4)「あだち広報」を知らない	-	-	-	-	-
問5 - 2 公社ニュース「ときめき15日号」 N = 152					
(1)よく活用する	36.2	29.4	38.1	33.9	37.6
(2)時々活用する	59.2	61.8	58.5	62.7	57.0
(3)見たことがない	2.6	5.9	1.7	1.7	3.2
(4)「ときめき15日号」を知らない	2.0	2.9	1.7	1.7	2.2
問5 - 3 北千住駅西口前大型ビジョン「あだちシティビジョン」 N = 152					
(1)よく活用する	0.7	-	0.8	-	1.1
(2)時々活用する	61.2	58.8	61.9	61.0	61.3
(3)見たことがない	32.2	38.2	30.5	33.9	31.2
(4)「あだちシティビジョン」を知らない	5.9	2.9	6.8	5.1	6.5
問5 - 4 ケーブルテレビ足立の番組「あだちコミュニティチャンネル」 N = 152					
(1)よく活用する	3.3	2.9	3.4	3.4	3.2
(2)時々活用する	42.8	50.0	40.7	47.5	39.8
(3)見たことがない	51.3	44.1	53.4	47.5	53.8
(4)「ケーブルテレビ足立」を知らない	2.6	2.9	2.5	1.7	3.2
問5 - 5 区のホームページ N = 152					
(1)よく活用する	1.3	2.9	0.8	-	2.2
(2)時々活用する	40.8	47.1	39.0	40.7	40.9
(3)見たことがない	52.0	47.1	53.4	57.6	48.4
(4)「区のホームページ」を知らない	5.9	2.9	6.8	1.7	8.6
問6 公社ニュース「ときめき15日号」について					
問6 - 1 「ときめき15日号」の読み込み度 N = 152					
(1)ほとんどの記事を読んでいる	40.8	20.6	46.6	42.4	39.8
(2)興味ある記事だけ読んでいる	49.3	58.8	46.6	52.5	47.3
(3)見出しだけをながめる程度	7.2	14.7	5.1	3.4	9.7
(4)ほとんど読まない	2.6	5.9	1.7	1.7	3.2

集 計 表

(%)

「平成19年度産業情報に関するアンケート」	全員	性別		年齢別	
		男	女	40歳未満	40歳以上
回答者数(人)	152	34	118	59	93
問6-2 「ときめき15日号」の読みにくいところ(複数回答) N = 152					
(1)活字が小さい	15.8	17.6	15.3	8.5	20.4
(2)写真が少ない	9.2	8.8	9.3	6.8	10.8
(3)レイアウトがよくない	12.5	11.8	12.7	13.6	11.8
(4)記事内容がわかりにくい	7.2	8.8	6.8	3.4	9.7
(5)特に読みにくいところはない	63.2	67.6	61.9	66.1	61.3
(6)その他	12.5	20.6	10.2	16.9	9.7
問7 「あだちシティビジョン」について					
問7-1 「シティビジョン」設置・運営元が区であることについて N = 152					
(1)知っている	55.9	58.8	55.1	55.9	55.9
(2)知らない	44.1	41.2	44.9	44.1	44.1
回答者数(人)	67	14	53	26	41
問7-2 「シティビジョン」設置・運営元の認識度 N = 67					
(1)区の関連会社	34.3	35.7	34.0	30.8	36.6
(2)民間会社	23.9	35.7	20.8	15.4	29.3
(3)わからない	41.8	28.6	45.3	53.8	34.1
回答者数(人)	152	34	118	59	93
問7-3 「シティビジョン」で見た番組(複数回答) N = 152					
(1)産業情報	22.4	17.6	23.7	15.3	26.9
(2)観光・まち歩き	38.8	35.3	39.8	32.2	43.0
(3)行政情報	13.2	20.6	11.0	-	21.5
(4)大相撲・高校野球	11.2	11.8	11.0	5.1	15.1
(5)NHKニュース・天気予報	15.1	8.8	16.9	10.2	18.3
(6)ドキュメンタリー・バラエティ・占い	2.0	2.9	1.7	1.7	2.2
(7)その他	17.8	32.4	13.6	18.6	17.2
(8)内容までは覚えていない	25.7	20.6	27.1	27.1	24.7
回答者数(人)	147	33	114	58	89
問7-4 「シティビジョン」の区の産業情報発信への貢献度 N = 147					
(1)役立っている	45.6	48.5	44.7	36.2	51.7
(2)役立っていない	54.4	51.5	55.3	63.8	48.3
回答者数(人)	67	17	50	21	46
問7-5 「シティビジョン」で区内産業振興に役立っている番組(複数回答) N = 67					
(1)産業情報	61.2	41.2	68.0	66.7	58.7
(2)観光・まち歩き	76.1	76.5	76.0	81.0	73.9

集 計 表

(%)

「平成19年度産業情報に関するアンケート」	全員	性別		年齢別	
		男	女	40歳未満	40歳以上
(3)行政情報	41.8	47.1	40.0	23.8	50.0
(4)ドキュメンタリー・バラエティ・占い	4.5	5.9	4.0	-	6.5
(5)NHKニュース・天気予報	43.3	41.2	44.0	33.3	47.8
(6)大相撲・高校野球	16.4	17.6	16.0	9.5	19.6
(7)その他	6.0	-	8.0	38.1	8.7
回 答 者 数 (人)	80	17	63	37	43
問7-6 「シティビジョン」を区内産業振興に役立てるために N = 80					
(1)民間会社にまかせたほうがいい	25.0	17.6	27.0	13.5	34.9
(2)わからない	31.3	29.4	31.7	35.1	27.9
(3)その他	43.8	52.9	41.3	51.4	37.2
回 答 者 数 (人)	148	33	115	58	90
問7-7 「シティビジョン」がケーブルテレビ足立で放映されていることの認知度 N = 148					
(1)知っている	25.7	15.2	28.7	27.6	24.4
(2)知らない	40.5	48.5	38.3	44.8	37.8
(3)ケーブルテレビ足立の番組だと思っていた	19.6	21.2	19.1	15.5	22.2
(4)見たことがないのでわからない	14.2	15.2	13.9	12.1	15.6
回 答 者 数 (人)	152	34	118	59	93
問8 今後期待する区の情報発信媒体（複数回答） N = 152					
(1)区広報紙「あだち広報」	80.9	88.2	78.8	76.3	83.9
(2)公社ニュース「ときめき15日号」	67.1	67.6	66.9	61.0	71.0
(3)北千住駅西口前大型ビジョン「あだちシティビジョン」	28.3	23.5	28.0	22.0	32.3
(4)ケーブルテレビ足立「あだちコミュニティチャンネル」	34.2	41.2	32.2	22.0	41.9
(5)インターネット（ホームページ・他）	50.7	52.9	50.0	47.5	52.7
(6)携帯サイト	15.1	26.5	11.9	10.2	18.3
(7)フリーペーパーなど、区内外に情報発信可能な誌・紙	44.7	26.5	50.0	49.2	41.9
(8)多数の利用者の目にふれる交通広告（駅・電車・バス）のポスター・ステッカーなど	55.3	52.9	55.9	47.5	60.2
(9)わからない	5.3	11.8	3.4	3.4	6.5
(10)その他	-	-	-	-	-

問9は記述回答につき割愛