

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	大震災などの災害への備え
担当所管	災害対策課 災害対策係

1. 備蓄の用意

災害に備えた「備蓄・買い置きあり」の割合は、前年度より約7ポイント増加し、平成24年度以来8年ぶりに7割を超えた。令和元年台風第19号の経験や近年増加する災害の影響に加え、広報紙への特集記事掲載や分散避難リーフレット、ホームページ等で備蓄の重要性を強く周知してきた結果、区民の防災に対する意識の高まりにつながったと考える。

新型コロナウイルス感染症の影響で各種イベントが実施できない状況が続いているが、特に20代女性の備蓄意識が低い傾向にあるため、駅や商業施設など、若年層が多くいる施設の協力を得て、その時、その場にいる方を対象としたブース出展やSNSを活用した周知など、ターゲットを明確にした啓発活動を進めていく。

備蓄内容については、例年同様、「水」「あかり」「食料」が上位3項目に挙げられ、備蓄量は「1日以上3日分未満」が最も多い。区では感染症対策の鍵でもある在宅避難を推進しており、地域によっては1週間を超える備蓄が必要となる場合があるため、備蓄の重要性や品目はもちろんのこと、必要な備蓄量についても引き続き広く周知していく。

2. 避難場所とその意味の認知

令和2年度調査より、混同しやすい「一時集合場所」「避難場所」「第一次避難所」のそれぞれの意味について理解度が測れる設問形態に変更した。単純な経年比較はできないが、「【避難場所】の場所」の結果を前年度と比べると「知っている」は約14ポイント減少している。

令和3年3月にリニューアルし全戸配布した『あだち防災マップ&ガイド』を活用しながら、避難所や避難場所などの名称と意味の違いを周知するとともに、大規模延焼火災から身を守るためには、一時集合場所や避難場所を確実に把握しておくことが重要であると強く訴えかけていく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	大震災などの災害への備え
担当所管	建築安全課 建築防災係

家屋やブロック塀の倒壊による圧死、家具の転倒による痛ましい事故が、過去の地震において発生している。

切迫する首都直下地震に備え、区民の生命・財産を守るため、建築物の耐震化とともに建物内外について、家具類の転倒防止や危険なブロック塀等の撤去を促進し、災害に強いまちづくりを進めていくことが重要である。

調査結果では、これらの対策を行っていない方が昨年と同程度の割合であった。対策を行っていない理由は「面倒である」が最も高かったが、「室内に危険性のある家具類がないため不要である」が僅差で続いている。これは住宅の建替えやリフォームを機に、作り付け家具を設置する世帯が増えたことが要因と考える。

このため、「家具転倒防止器具取付け工事等の助成制度」や「住宅改良助成制度」において助成項目の一つとなっている「作り付け家具設置助成制度」も積極的に周知し、活用を促していく必要がある。

今後の普及啓発活動については、次のとおり実施していく。

- 1 年間40回の開催を目標としている耐震説明会・相談会において、耐震助成制度以外の助成制度においても普及啓発に努める。
- 2 区のイベントや区の広報誌、ホームページを活用したPRを引き続き行い、幅広い世代へ情報発信を行なう。
- 3 大規模地震時の危険度が高い地域において、関係所管と連携し、相互協力して啓発活動を行っていく。
- 4 今後も建築関係団体と連携し、家具転倒防止器具取付け工事等の助成制度をより使いやすくするために、制度の見直し検証を行っていく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	洪水対策
担当所管	災害対策課 災害対策係

1. 「足立区洪水ハザードマップ」の認知

より詳細な数値（浸水深の認知度）を測るため、令和2年度調査から、前年までの「見て、自宅周辺の状況を理解した」は「見て、自宅の浸水深を確認した」と「見て、内容は確認した」に選択肢を分割して調査した。この2項目に「見たが、内容までは覚えていない」を加えた【見たことがある】割合は84.7%と前回より約6ポイント増加しており、令和元年台風第19号の経験や近年増加する水害の影響等により年々増加傾向にある。

ハザードマップは令和3年度中に新たに改訂版を作成する予定であるため、そこでさらに認知度及び理解度を高めていく。

一方、「浸水深」まで確認した割合は3割に満たないため、現在取り組んでいる電柱や区施設等への浸水深表示の設置をさらに進め、日常への“見える化”を促進することで、在宅避難など適切な避難行動がとれるよう周知啓発を強化していく。

2. 河川はん濫時の避難について

令和2年度調査から新設された、河川はん濫の恐れがある場合の避難する場所の事前決定の有無については、「決めている（自宅にとどまる場合も含む）」が77%と高い水準となっており、区民の河川はん濫による浸水被害の対処への意識は高まっていると考えられる。

また、同じく新設された「避難する場所」については、「自宅にとどまる（自宅の高い階への移動を含む）」が65.8%で一番多く、「避難所」は18.7%となっている。

今後も、避難所における新型コロナウイルスをはじめとする感染症対策の一環として、避難所以外の選択肢を可能な限り検討してもらい「分散避難」を広く周知する必要がある。町会・自治会（地域）の会議のほか、令和2年度に作成した『分散避難リーフレット』や『あだち防災マップ&ガイド』の活用、防災講演会（出前講座）、商業施設等へのブース出展など、あらゆる機会を捉え、在宅避難や縁故等避難を優先した「分散避難」の周知・普及啓発活動をさらに強化していく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	区の情報発信のあり方
担当所管	報道広報課 広報係

【必要なときに必要とする区の情報入手状況】

必要なときに必要とする区の情報「得られている」と答えた区民の割合は30年度の世論調査結果から3年連続で7割を超え、令和元年度から更に2ポイント増加した。庁内全体の情報発信力強化に加え、区公式LINEアカウントやスマートニュースでの区公式チャンネル開設など、新たなデジタルツールの導入により、区民が「必要時に情報を確実に得られる」環境を整えてきた成果であると考えられる。

また、「区の情報提供に満足している」区民の割合の数値が76.1%になり10ポイント以上増加した。引き続き、ホームページやSNSを中心に情報を広く・早く・正確に発信し、「お問い合わせフォーム」の運用による広聴力の強化を図り、区民満足度をさらに高めていく。

【区の情報入手手段】

世論調査の項目である「区に関する情報の入手手段」のうち、「ホームページ、Aメール、Twitter、Facebook」のいずれかを回答した割合を算出すると42.7%となる。前回の「インターネット（全般）」の33.4%と比較すると約10ポイント増加しており、電子媒体による情報発信の需要がさらに高まっている。今後は、特に「LINE」の活用を重点を置きながら、さらなるデジタル情報の発信強化、利用促進に取り組む必要がある。

また、区の情報「得られない」と回答した理由に「情報の探し方がわからない」「情報が探しにくい」が多いため、区民に「伝わり・届く」ことを意識した情報発信を徹底していく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	安心して受診できる医療機関が身近にある
担当所管	衛生管理課 大学病院整備担当

本調査テーマは、足立区基本計画において、「地域における保健・医療体制の充実」の施策指標として設定している。

東京女子医科大学附属足立医療センターの開設に向けた各関係者との調整や休日応急診療事業、平日夜間小児初期救急診療事業等を実施し、「安心できる医療機関が身近にあると感じる区民の割合」の向上を目指す。

また、新しい生活様式に対応するため、ICTを活用した業務改革を推進するとともに、世論調査における経年調査結果を活用し、安心できる地域医療の実現に取り組んでいく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	健康
担当所管	データヘルス推進課 健診事業係

- 1 これまでは、区のがん検診の受診状況しか把握できなかった。
令和2年から、職場や人間ドックなどでがん検診を受診した方を含めた区民全体のがん検診の受診状況を把握するため、「この一年間で、何らかのがん検診を受けたか」「受けたがん検診の種類」を問う質問内容に変更した。
- 2 今回の世論調査の結果では、「がん検診を受けた」と答えた区民の割合は、38.3%であった。今後、年齢や性別による受診傾向、受診したがん検診の種類などの経年結果をみながら分析し、受診割合の低い年代などにターゲットを絞った勧奨の実施などにより受診率向上を図っていく。
- 3 がん検診を受けた区民の割合を、足立区基本計画の施策指標としており、本調査の結果を踏まえ、勧奨等の実施効果を検証し、施策に反映していく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	健康
担当所管	こころとからだの健康づくり課 健康づくり係

【区のキャッチフレーズ「あだちベジタベライフ～そうだ、野菜を食べよう～」の認知状況】

区のキャッチフレーズを「知っている」人は39.6%であり、昨年度とほぼ横ばいである。年代別に見ると、男女とも20代が低かった。

区内のベジタベライフ協力店（野菜たっぷりメニューや、ベジ・ファーストメニューの提供、野菜販売等を通じて、区の糖尿病対策に協力いただいているお店）を開拓により増やす。

併せてステッカー等掲示物のメンテナンスを実施し、キャッチフレーズを掲げるステッカーなどを身近に目にする機会を増やすことで、認知度を上げ野菜を食べることが当然の地域づくりを進めていく。

【野菜の摂取量と野菜から食べ始めることの実践状況】

野菜から食べている人は64.8%、350g以上の野菜を食べている人は40.3%と共に横ばいであった。

また、当課で実施している食習慣調査（BDHQ）では、1日の推定野菜摂取量は一人あたり229g（令和2年度）と昨年より8g増加したが、国が推奨する350gには約120g不足している。

また、国と比較すると、女性はほぼ差がないものの、男性は依然として約60gの差がある。

これらの結果から、コンビニエンスストア、ファミリーレストラン、スーパーなどで野菜摂取を促すポップなどの啓発に加え、働き世代（特に男性）を対象に、事業所などの職場領域における啓発を進めていく。

【糖尿病と糖尿病合併症の理解】

糖尿病の合併症についての回答を見ると、「失明」は6割以上の認識があるが、それ以外の目の病気や障がいである「白内障」「網膜症」の認識は3割にも満たない。

引き続き、糖尿病の進行による合併症の理解が高まるよう啓発していく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	スポーツ
担当所管	経営戦略推進担当課 オリンピック・パラリンピック担当係 スポーツ振興課 振興係

- 「運動・スポーツはしていない」との回答が37.9%となっており、中でも50代男性、40代女性の未実施割合が高い。こうした区民の運動・スポーツに対する関心を喚起し、実施へとつなげていけるよう、「身近にできること」「気軽にできること」といった視点から、有効な施策を検討していく。
- 「継続的に実施している運動・スポーツ」として、「ウォーキング」が51.1%と突出している。運動・スポーツへの興味関心が低い区民に向け、身近・気軽に楽しめるツールとして、継続につながる可能性の高いウォーキングを活用していく。
- 「運動・スポーツを行っている場所」では「自宅周辺(56.1%)」「自宅(37.1%)」が突出している。新型コロナウイルス感染症の影響で、より身近な場所での運動・スポーツへのニーズが高まったと推測される。今年度も集客イベントの実施が難しい状況のため、引き続き、身近なところで実践できる運動・スポーツの紹介など普及啓発を図っていく。
- 「運動・スポーツを行うためのきっかけ」として、「身近な場所で運動・スポーツができる」「手頃な価格で施設を利用できる」がともに3割強で上位を占めている。公園遊具を活用した運動・スポーツの紹介や、総合型地域クラブ、学校開放事業の活用を通して、運動・スポーツの実施機会を広げていく。
- オリンピック・パラリンピックに向けて、区の取り組みで関心があることの前回3位だった「会場での応援活動」が3.8ポイント減少して7位になった。新型コロナウイルスの影響があると思われる。区ゆかりの選手の情報等をあだち広報や区ホームページ、SNS等で情報発信し、安全・安心を第一に密になる状況を避け、テレビ放映等で楽しんでいただくよう周知していく。
- 東京2020オリンピック聖火リレーでも、約700人のボランティアが参加するなど、反対や不安のある中、興味関心のある方たちもいる。「新たに始めたいスポーツ、文化、ボランティア活動などの有無」では、約7割の「ない」と回答した方たちの行動変容を喚起するよう、東京2020大会終了後も、各種スポーツイベントなど体験の機会を提供していく。
- 6について「ある又は、今までの活動を継続する」と回答した方のうち、「スポーツをする・観戦する」が約8ポイント減少し、61.9%となり、これに代わり「文化活動」、「語学(英語等)」がそれぞれ増加傾向にある。新型コロナウイルスでスポーツ活動、観戦も制限されているが、万全な感染症対策のうえイベント、講座等実施を検討していく。
- 6について「ない」と回答した方は、スポーツ・文化等の「講座・イベント」次いで「情報発信」が始めるきっかけになると回答している。あだち広報やホームページ、SNSでイベントや講座等、積極的に情報発信していく。
- 区のスポーツ施設における高齢者免除制度に関する意識については、区内における高齢化が進む中で、スポーツ施設使用料の改定手続きの参考とするため指標としている。今後は、世論調査を踏まえた適切な検討を進めていく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	読書
担当所管	中央図書館 管理係

1 子どもの頃から生涯にわたって読書に親しむ

本を読まない区民が半数以上と依然として高い現状を踏まえ、生涯にわたって読書に親しめるよう就学前から読書への関心を高める取り組みを行っていく。

また、保護者に対しても、子どもの読書の大切さや、保護者自身の読書への関心が子どもの読書活動へ影響を与えることを伝えていく。

2 身近な所で読書に親しむ

「忙しいから」を理由に本を読まない区民を読書に関わる行動へとつなげるためには、日常生活の中で身近な所に楽しめる機会や場が設けられていることが重要である。

区立図書館や学校図書館などの活動とともに、協創力を発揮して民間施設や出版社、書店などと連携した活動を実施していく。

3 区民の読書に対する関心を高める環境整備

環境整備を進め、「加齢で目が悪く読みづらくなった」を理由に本を読まない区民を読書に関わる行動へとつなげていく。

一般的な活字図書による読書が困難な方でも利用できるよう大活字本や電子書籍を活用し、読書に対する様々なニーズに対応して、資料整備やサービスの充実を図っていく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	ビューティフル・ウィンドウズ運動
担当所管	危機管理課 生活安全推進担当

1 ビューティフル・ウィンドウズ運動の認知状況

認知状況は、昨年より0.8ポイント減少して45.8%となり、ピークだった平成28年の47.6%には届かず、地域や性・年代で差がみられる状況も続いている。

また、20代、30代の男性の認知率は30%台半ばであり、20代の女性も41.3%といずれも低い状況であることから、若者をターゲットとした啓発活動を実施し、認知率の向上に努めていく。

2 居住地域の治安状況

区内の刑法犯認知件数が、ピーク時から1万件以上減少していることを「知っている」と回答した割合は42.0%で昨年より3.6ポイント増加し、2年続けて増加した。さらに、治安が「良い」と感じている割合は61.6%と昨年より3.3ポイント増加し、調査開始以降初めて6割を超えた。治安が良いと感じる点について、「防犯カメラが増えたことで、安心感があるから」と回答した割合が32.7%と昨年より3ポイント減少したものの、理由としては昨年に続き第2位であることから引き続き防犯カメラの設置を促進していく。

また、青パトによる24時間体制のパトロール実施等「見せる防犯」を継続して体感治安の更なる向上を図るとともに、引き続き区内4警察署と連携して各種防犯活動を展開し、刑法犯認知件数の減少に努めていく。

3 治安対策として区に力を入れてほしいこと

「防犯カメラなど防犯設備の設置に対する支援」が51.4%と昨年より4.6ポイント下げたものの引き続き高い割合で推移していることから、町会・自治会等の防犯カメラ設置費用の助成を継続して促進する。

4 自転車駐車時の鍵かけ状況

「自宅・マンションなどの敷地内」における鍵かけについて、「いつも鍵をかけている」と回答した割合が6割程度で推移しており、鍵かけの意識が向上していない。集合住宅等の敷地内での盗難が多いことから、盗難発生地域に青パトを巡回させ、放送にて注意喚起を実施している。

また、引き続き区内4警察署と連携し、自転車の鍵かけ義務化の啓発に努める。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	ビューティフル・ウィンドウズ運動（花のビュー坊プレート）
担当所管	地域調整課 美化推進係

調査結果によると、前回調査時と比べ『花のビュー坊プレート』『ビュー坊のガーデンピック』ともに「知っている」と回答した割合は 31.3%とほぼ横ばいで、依然として区民の認知度は3割程度と低い状態である。

一方、「すでに使用している」と回答した割合は平成30年度から増加傾向にある。

引き続き、より多くの区民の目に触れる機会を増やし、認知度の向上を図るとともに、事業内容の周知、見える化に取り組んでいく。

1 商店街、住区センターへの協力依頼

花苗とともに『花のビュー坊プレート』『ビュー坊のガーデンピック』を取り付けた花壇プランターを店先や施設入口に設置してもらい、事業の見える化を図る。

2 事業協力店の拡大

引き続き花店・ホームセンターなど事業協力先の拡大を図る。

3 花事業の連携

花に関する事業を行っている所属と連携し、事業の際に『花のビュー坊プレート』を活用、事業紹介リーフレットの配付を行う。

4 公園や図書館との連携

窓口や園芸図書コーナーに『花のビュー坊プレート』や事業紹介リーフレットを設置し、事業PRを行う。

また、各施設で実施する講座やイベント開催時にプレートの配付を依頼する。

令和3年度は子どもの読書週間にあわせて、イベント参加者にミニひまわりの栽培ポットとプレートを配布（約3,000個）し、美化啓発とともに認知度の向上へとつなげた。

5 イベントによるPR活動

区主催イベントなどにブースを出展し、事業PR及び『花のビュー坊プレート』を配布する。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	環境のために心がけていること
担当所管	環境政策課 計画推進係

継続的な世論調査により、区民の環境行動の傾向をつかむことができるため、引き続き、調査結果に基づき、環境行動を促す効果的な啓発につなげている。

調査結果をみると、これまで20代、30代がすべての項目において全体を下回ることが多かったのが、「マイバッグを使うなどして、不要なレジ袋を断っている」と答えた20代男性が、令和元年度調査では、24.6%、今回は54.2%と大きく増加している。また、他のほとんどの項目で、若年層の回答が前回と比べて増加している。

この結果から、令和2年7月から小売店にレジ袋有料化が義務付けられた影響を受けて、ライフスタイルに変化があったことがうかがえる。

今後は、漠然とした「環境のために心がける」ではなく、地球環境問題の現状や環境への貢献を理解した上で行動することが重要である。

1 環境行動の前提となる意識の調査

地球環境問題の現状や環境に貢献する活動の認識度を把握し、環境基本計画の指標にすることを検討している。令和3年度の世論調査から新たな項目を追加するなど、現行の調査項目の見直しを予定している。(環境基本計画：令和4年3月策定予定)

2 若年層を意識した新たな手法での啓発

令和3年度から、区のSNSやホームページなどに自らアクセスすることの少ない若年層を意識し、商業施設や民間事業者との連携、街中の大型広告媒体などの活用を検討していく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	食品ロスについて
担当所管	ごみ減量推進課 資源化推進係

調査結果では、「食品ロス」という言葉の認知度は前回より上昇し、全体および男女別において初めて9割を超えた。一方、「食品ロス削減のために心がけていること」については、半数以上の項目が5割を下回っており、「知っている」から「取り組んでいる」に行動変容を促す必要がある。

1 家庭内の食品ロス削減行動について

「残さず食べるようにしている」割合は年々増加しており、7割を上回っている。一方、「料理を作りすぎない」は5割、「大根の葉やキャベツの芯など棄てるものがないよう調理を工夫する」は3割を下回っている。

今後も人数や分量を考えた調理や、食材を使い切る工夫についてさらに周知・啓発していく必要がある。

2 買い物に関する食品ロス削減行動について

「買い物前に冷蔵庫の在庫をチェックする」「買い物前に必要なものをメモに書き、買いすぎないように注意している」は5割を下回っている。「買い物の際、棚の手前に陳列された食品から取る（賞味・消費期限間近のものを買うことで、小売店の負担を減らす取り組み）」は1割程度にとどまっている。

今後、賞味期限・消費期限をより分かりやすく説明するとともに、必要なものを必要なだけ購入する行動を促していく必要がある。

3 今後の方針について

上記を踏まえ、10月の3R推進月間を中心にSNS、広報等で周知を行っていく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	孤立ゼロプロジェクトなど
担当所管	絆づくり担当課 絆づくり事業調整

世論調査結果について、性・年代別で見ると、「孤立ゼロプロジェクト」という取り組みを「知っている」は、女性では60代と70歳以上で、それぞれ約4割と高くなっているが、男女の20代、女性の30代、男性の40代ではいずれも1割台と低く、男女ともに年代が高くなるにつれて認知率も高まる傾向がみられる。

調査結果を踏まえ、以下のとおり、世代別の周知戦略を展開する。

1 若年層

- (1) SNS（ツイッター、フェイスブック）や区のホームページを活用し、地域包括支援センターや町会・自治会、地域活動団体等の見守りに関する取り組みを紹介する。
- (2) 令和3年度も新型コロナウイルス感染拡大による影響を受け、若年層をはじめ多くの区民が来場する「しょうぶまつり」「Aフェスタ」などイベントでのPRが難しい状況にある。コロナ禍でも、絆のあんしん協力員、民生・児童委員などと共に、参加型イベントが開催される場合は、積極的にPRしていく。

2 高齢層

- (1) 新型コロナウイルス感染拡大による影響を受け、各町会・自治会による実態調査が難しい状況になっている。コロナワクチン接種状況や都内の感染者数等を注視しつつ、可能な範囲で調査を継続し、調査対象者や町会・自治会の役員などの調査員を中心に、より一層の認知度の向上を図っていく。
- (2) 自主的な見守り活動を実施する町会・自治会には、活動用の見守りグッズを提供することで自主的な活動を後押ししていく（わがまちの孤立ゼロプロジェクト）。活動の際に着用する帽子やベスト、粗品などの見守りグッズには事業名を入れPRにつなげるとともに、新たに感染症予防のためのマスク等も加え、活動を支援する。

3 全世代

- (1) 「あだち広報」や町会・自治会掲示板へのポスター掲示、バス車内放送などを活用し、幅広い世代での認知度が上がるよう事業啓発に努める。
- (2) 「絆のあんしん協力機関」でのポスター、ステッカー、のぼり旗の掲出を実施することで、協力機関利用者などへのPRを行う。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	孤立ゼロプロジェクト（フレイル、たんぱく質の摂食状況）
担当所管	地域包括ケア推進課 高齢者栄養施策推進担当

【「フレイル」の認知と予防活動の実践状況】

高齢期におこりやすい、筋力や心身の機能などが低下し、衰弱した状況が「フレイル」であり、「フレイル」の認知と予防活動の実践状況については、「知っていて、活動を実践している」が14.6%であった。これに対し、「知っているが、特に何もしていない」が37.1%、「知らない（初めて聞いた）」は45.6%であった。

また、性・年代別でみると「知っていて、活動を実践している」は、男女共に年代が上がるにつれて上昇しているが、70歳以上でも男性が22.5%、女性が27.2%と2割台に留まっている。

フレイルを予防する活動を実践する人が増えることが、要介護状態となる高齢者を減らすことにつながる。介護予防教室、地域包括支援センターの訪問を含めた事業等により、フレイル及びフレイル予防方法の周知を広く行い、高齢期を健康で自立した状態で過ごせるよう介護予防事業を推進し、フレイル予防活動を実践する高齢者の増加を図る。

【「たんぱく質を多く含む食品」の毎食の摂食状況】

「たんぱく質を多く含む食品（肉、魚、卵、大豆製品）」の毎食の摂取状況については、「食べている」が85.2%と多くを占めており、「食べていない」が9.3%、「わからない」が3.7%であった。性・年代別で大きな違いはなく、70歳以上でも「食べている」が8割を超えている。

特に高齢期は、たんぱく質を含めた食事量が不足することにより筋力、体力が低下しやすく、フレイルにつながりやすい。筋力を維持し健康な状態を保つためには、1日3食、たんぱく質を含んだ食事をとることが大事である。

令和2年度の選択肢ではたんぱく質を多く含む食品を毎食摂取しているかを確認したが、令和3年度はより詳しい選択肢にして実施する予定である。

調査結果により状況を確認しながら、たんぱく質の必要性、必要量、たんぱく質を含んだ食事をとる工夫等を介護予防教室及び地域包括支援センターの訪問を含めた事業等により広く周知する。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	協働・協創
担当所管	協働・協創推進課 協創推進担当係

【「協創」の認知について】

協創について、「知っている」と回答した人（3.8%）に「聞いたことはある」と回答した人（12.3%）を合わせた「知っている」は16.1%であり、前回の15.2%と比較するとわずかながら増加している。

一方で、「知らない」と回答した人は依然として8割を超えており、引き続き SNS やリーフレットなど世代に応じた様々な形で「協創」を具体的かつ分かりやすく周知し、区民に根付かせていく必要がある。

【協働・協創の実践】

「関心はあるが、特に活動していない」と回答した人（57.6%）や「関心がない」と回答した人（19.7%）が行動を起こす「きっかけ」になるよう、身近な活動でも協働・協創につながることを具体的な事例を通じ周知していく。

また、協創プラットフォームの取り組みを周知する中で協創の仕組みや事例の紹介を行い、区民が協創に参加しやすい環境づくりを進めていく。

【区役所・区民・団体の協働や協創による事業推進の評価】

協働や協創による事業が進んでいると感じるかについて、「わからない」と回答した人（53.8%）が、「そう思う」（24.0%）、「そう思わない」（17%）と比較しても非常に多くなっている。

協働や協創による事業を行っているが区民に情報が行き届いていないため、庁内外に散逸している協働・協創の事例を集約するとともに、定期的に情報を発信していくことで、協働や協創による事業が進んでいると感じる区民の割合を高めていく。

令和2年度足立区政に関する世論調査結果の施策への反映・活用について

調査テーマ	区に対する気持ち
担当所管	シティプロモーション課 プロモーション係

【足立区に誇りを持つ区民の割合】

令和2年度世論調査で「区を誇りに思う割合」が前年比0.8ポイント増の53.4%となり、平成21年度の調査開始以来、2年連続で過去最高値となった。これは、コロナ禍での“区民に届く”事業展開や情報発信の強化をしたほか、ボトルネック的課題に取り組んだ成果が現れはじめたことと、各種メディアなどでも区の魅力が取り上げられることが多くなったことで、足立に対するイメージが変化してきたものと考えられる。

今後、高まってきた「誇りに思う気持ち」を「まちへの関わり」につなげる戦略と、区内外からの評価をさらに高める戦略を展開することで、まちを「誇り」に思う区民の割合を増やしていく。

令和2年度の調査結果も踏まえて、「第3次シティプロモーション戦略方針」を6月に策定した。

【足立区を良いまちにするために何かしたいと思う区民の割合】

平成30年度世論調査から「区民参画総量」を計る項目として、「足立区を良いまちにするために何かしたい」を追加し、その割合は前年度比1.2ポイント増の54.0%となった。

今後は、「何かしたい気持ちを」を「行動」につなげることで、「まちへの関わり」を持つ区民を増やしていく。