

## 令和3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	エリアデザインに関する各設問
担当所管	エリアデザイン計画担当課 エリアデザイン計画担当係

本調査テーマの「エリアデザイン」は、魅力的なまちの将来像を描き、民間活力の誘導や区有地等の活用を効果的に行うことで、区のイメージアップを図る足立区独自のまちづくりの手法である。現在は、「綾瀬・北綾瀬」「花畑」「江北」「六町」「千住」「竹の塚」「西新井・梅島」の7つのエリアが対象としている。

世論調査では、回答者属性に関する設問（F9）でエリアデザインの区域内にお住まいかどうかをお伺いしている。これにより、世論調査結果をクロス集計することで、エリア内外またはエリアごとに、まちの特徴や魅力、住民意識など定性評価を把握することができる。

エリアデザイン計画の検討時においては、世論調査結果により区全体と各エリアの傾向を把握するとともに、国等の統計データ及び各エリアで実施する意識調査結果に基づき、まちの将来像や方向性、具体的な取組みを検討材料として活用する。

また、計画策定後においては、エリアデザインの取組みの成果指標として、まちの現状を把握するために活用している。

## 令和3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

「備蓄・買い置きあり」の割合は、ほぼ4人に3人の割合であり、前年度に引き続き、7割を超えた。特に、災害に備えて備蓄している割合が増えている。

東日本大震災から10年という節目の年にあたり、マスコミ等で災害のトピックスが取り上げられる機会が多かった。また、広報紙への特集記事掲載や分散避難リーフレット、防災講演会等で備蓄の重要性を周知してきたことから、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。

年代別でみると、18～29歳の備蓄意識が低い傾向にあるため、若年層が多く集まる場所での啓発を重視し、令和3年度には、初めてアリオ西新井において防災フェアを開催し、備蓄の重要性を周知してきた。引き続き、若い世代への啓発を続けるとともに、一人暮らし高齢者への普及啓発を検討していく。

備蓄内容については、ほとんどすべての項目で割合が増えており、特に「水」「食料」が9割を超えた。一方、「簡易トイレ」についても、前年度から8.3ポイント増加しているものの、備蓄している人の割合は34.1%にとどまっているため、「簡易トイレ」の備蓄について周知、啓発を強化していく。

### 2 避難場所とその意味の認知

令和2年度調査より、「一時集合場所」「避難場所」「第一次避難所」の意味と場所について認知度を測る設問形態に変更した。このうち、最も認知度が低いのは「第一次避難所」である。

令和3年3月に『あだち防災マップ&ガイド』をリニューアルし、全戸配布したほか、防災講演会等のイベントにおいても積極的に配布し、各避難場所の意味について周知を行った結果、「第一次避難所」の意味を「知っている」「なんとなく検討がつく」との回答が50%を超えた。

しかしながら、「一時集合場所」と「第一次避難所」について、それぞれ2割を超える方が、意味や場所を知らないため、防災講演会などで、それぞれ意味や場所を正しい避難手順と合わせて、周知、啓発していく。

## 令和3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	建築防災課 耐震化推進係

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20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3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

浸水深の認知度について、【見たことがある】割合は84.5%であり、前回調査の割合と比較して約0.2%減少したものの、高い認知度を維持している。

一方で「浸水深」まで確認した割合は、28.7%と前回調査時より2.2%上昇したが、台風19号が発生した令和元年時の調査と比較すると8.5%減少している。

今年度、洪水・内水・高潮ハザードマップを改訂し、全戸配布を行ったことから、浸水深に対する認知度をさらに向上させ、適切な避難行動につながるよう周知啓発に取り組む。

### 2 河川はん濫時の避難について

河川はん濫の恐れがある場合に避難する場所を事前に「決めている（自宅にとどまる場合も含む）」が77.9%と前回の調査と比べ0.9%向上した。

区民の河川はん濫による浸水被害の対処への意識は確実に高まっている結果といえる。

また、避難場所については、令和2年度に比べ減少したものの、「自宅にとどまる（自宅内の高い階への移動を含む）」が62.9%と最も高い。一方で「避難所への避難」する割合は増え、2割を超えた。

区では、避難所への避難以外の選択肢を可能な限り検討してもらうため、在宅避難や縁故等避難を優先する分散避難の考え方を推奨している。

「区内の親戚や知人の家」「区外の親戚や知人の家」と回答した割合は7%と1割未満となっていることから、町会・自治会（地域）の会議や商業施設等へのブース出展など、さまざまな機会を捉え、在宅避難だけでなく縁故等避難など分散避難の考え方を浸透させる普及啓発の取組に力を入れていく。

## 令和3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、平成30年度から継続して7割を超えており、令和2年度と比較して2ポイント増加した。庁内全体の情報発信力強化に加え、広報紙やホームページだけでなく、区公式LINEアカウントと連携して発信するなど、区民が必要とする時に情報を取得できるように区が持つ情報発信媒体を活用してきたことが成果に繋がったと考える。

また、「区の情報提供に満足している」区民の割合の数値が昨年度に引き続き増加した。魅力的な広報紙の制作に加え、ホームページやSNSなどの電子広報媒体を用いた情報発信の内容の充実を図り、それぞれの媒体の特性を活かして、引き続き、情報が必要な区民に確実に迅速に情報を届けていく。

### 【区の情報入手手段】

世論調査の結果では、「区に関する情報の入手手段」のうち、あだち広報が70.0%、ホームページ、A-メール、ツイッター、フェイスブック、の合計割合が45.4%となっている。紙媒体の需要は依然として高く、年齢層に関わらず区の情報に確実に届く広報媒体である。電子広報媒体の需要は増加傾向にあり、今後さらに迅速かつ正確な情報発信が求められる。

また、区の情報「得られない」と回答した理由に「情報が探しにくい」という回答がいまだに多いため、広報紙、ホームページ、SNS等の各種発信媒体を活用して、あらゆる世代の区民が必要とする時に必要な情報を取得できる環境を整えていく。

## 令和3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。

「安心して受診できる医療機関が身近にあると感じる区民の割合」のさらなる向上を目指し、引き続き東京女子医科大学附属足立医療センター及び各医療機関等との連携や、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する。

また、区民が安心して受診できる保健・医療体制の整備を推進するため、ICTを活用した業務改革を推進するとともに、今後も、世論調査における経年調査結果を活用し、安心して受診できる地域医療の実現に取り組んでいく。

## 令和3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 データヘルス推進係

### 1 健康寿命の延伸

生まれてから亡くなるまでの平均余命を意味する「平均寿命」と異なり、日常生活を制限されず健康に生活できる期間である「健康寿命」を延伸することがQOL（生活の質）にとって重要である。当該調査により把握できる「主観的健康観」は、健康寿命を構成する一要素であることから、「健康的である」と回答した区民の割合は区民の健康寿命に直結しているといえる。「健康的である」と回答した区民の割合を増加させていくため、健康データの分析やエビデンスに基づいた健康施策の立案を推進していく。

### 2 区民のがん検診受診状況の正確な把握

区が実施するがん検診ではなく、勤務先や人間ドック等でがん検診を受診する方もいるため、区民全体のがん検診受診状況を把握するためには、当該調査が必須である。調査結果を国立がん研究センターが公表している全国がん検診受診率（国民生活基礎調査による推計値）と比較すると、全国平均値を大きく下回っている検診もあることから、がん検診に関する有効性の認知度向上等が必要と考えられる。調査で得られた属性や受診傾向に関するデータを分析し、ターゲット設定や効果的な勧奨・啓発に生かすことで、区民全体のがん検診受診率向上を図っていく。

### 3 歯に関する健康意識の向上

口腔機能の維持・向上は、認知症予防やフレイル予防に関連することが多くの疫学的研究から明らかとなっており、若いうちから歯・口腔の健康づくりに取り組むことが重要である。かかりつけ歯科医を持ち、定期チェックや歯石除去等、歯・口腔の健康管理を受けられることにより、むし歯や歯周病、歯の喪失に対するリスクが低減され、ひいては健康寿命の延伸につながる。調査結果をもとに、歯・口腔の健康に関する効果的な啓発や保健事業を実施することで、区民へ歯科保健に関する重要性の周知を図っていく。

## 令和3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 38.9%であり、昨年度とほぼ横ばいである。年代別に見ると、女性の30代、40代が最も高く、20代の男女が低かった。

以上の結果を受け、引き続き、区内の野菜たっぷりメニュー等を提供するベジタベライフ協力店やコンビニエンスストア、ファミリーレストラン等の民間企業と連携し啓発を行ない、若い世代に向け、ベジタベライフの認知度を上げ、野菜を食べることが当然の地域づくりを進めていく。

### 【糖尿病と糖尿病合併症の理解】

糖尿病による血管障害により様々な合併症が起きることについての理解度から、今後の普及啓発事業に活かしていく。

### 【野菜から食べることの実践・1日野菜350g以上の摂取】

野菜から食べている人は 64.8%から 68.1%と 3.3ポイントアップ、350g以上の野菜を食べている人は 40.3%から 43.5%と 3.2ポイントアップした。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 219g（令和2年度）と昨年より 10g減少したが、また国と比較すると差は縮小傾向にある。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。

### 【体調や習慣】

糖尿病対策戦略会議資料に使用。

### 【体調や習慣・自身の健康状態について】

成果指標で使用。

- ①健康自認を重点プロジェクト No. 23「健康あだち 2.1 推進事業（糖尿病対策）」
- ②事務事業評価調書 「3849 健康あだち 2.1 推進事業」

## 令和3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	スポーツ振興課 振興係

- 1 前年調査で「運動・スポーツはしていない」回答割合が高かった働き世代（40～50代男性）の未実施率が40.4%から37.8%に改善した。区としても、期間内に歩いた歩数を報告し、抽選で健康グッズが当たるウォーキングチャレンジを糖尿病月間の11月にあわせて新規実施したところ、40代・50代の参加者数が各年齢層の中でトップ1・2となった。このような自分のペースで取り組める気軽さが、働き世代の参加につながったと推察される。今後も、生活の中で気軽に取り組める事業を推し進めていく。
- 2 「継続的に実施している運動・スポーツ」として、前年に引き続き「ウォーキング（51.0%）」が突出している。歩き方を学べるステップアップ制や距離別のコース設定、ノルディックウォーキング等、参加者が自分のレベルに応じて参加できるよう事業の充実を図っていく。
- 3 「運動・スポーツを行っている場所」では「自宅周辺（59.0%）」「自宅（35.8%）」が突出しており、前年と同様に、新型コロナウイルス感染症の影響で身近な場所での運動・スポーツへのニーズが高い状況だと考えられる。引き続き、「身近」「気軽」といった視点から有効な施策を実施していく。
- 4 「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（35.3%）」が最も高く、利用時間延長や手頃な価格での利用など、施設に関する回答割合が低下傾向にある。公園遊具を活用した運動・スポーツの紹介等を通して、運動・スポーツの実施機会を広げていく。
- 5 「東京2020オリンピック・パラリンピックにおける区の取り組みで、関心があること」として、平成28年度からのポイントが最も上昇したのが「障がい者スポーツの普及・振興・環境整備・ボランティアの養成（11.5%）」である。大会レガシーとして設置した、パラスポーツ相談窓口「あだちスポーツコンシェルジュ」やアジア圏初の障がい者向けバリアフリーコート「スペシャルクライフコート」を活用することで、特にパラスポーツの普及を通じた共生社会の構築を目指していく。
- 6 「新たに始めたいスポーツ、文化、ボランティア活動」で約7割の「ない」と回答した方たちに対し、スポーツ以外の興味・関心を組み合わせた事業（文化・読書・スポーツの三分野連携）を広めるなど、様々なアプローチ方法で行動変容を図っていく。
- 7 6について「ある」と回答した方のうち、「スポーツをする・観戦する」が約6割と高いものの、減少傾向にある。体験会与観戦を組み合わせた事業展開により、スポーツへの意欲向上を図っていく。
- 8 6について「ない」と回答した方が新たに活動を始めるきっかけは、6割強が「始めようとは思わない」と回答しているが、中でもスポーツ・文化等の「情報発信」次いで「講座・イベント」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。
- 9 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3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

令和2年3月策定の「足立区読書活動推進計画」において、世論調査の結果を成果指標と定めた。当該指標の推移を見ながら、下記の施策や事業の推進に取り組んでいく。

### 1 身近な場所で読書ができる環境づくり

読書ができなかった・しなかった理由は、「忙しいから」が最も多かった。

区では令和3年7月に「あだち電子図書館」をインターネット上に開設し、区民が携帯しているスマートフォンやタブレット等で、すき間時間を活用して手軽に読書ができる環境づくりを行っている。

「あだち電子図書館」の蔵書の拡充を継続することにより、より多くの区民が身近な場所で読書ができる環境の充実に寄与していく。

### 2 読書に関心がない人へのアプローチ

読書に関わる行動を「いずれもしなかった」が約1割だったことへの対応が必要と考え、以下2つの項目に取り組む。

#### (1) 乳幼児期からの本に親しむ機会の充実

子どもの頃から読書習慣を身に付けてもらうために、乳幼児への絵本の配付等を行う「あだちはじめてえほん」事業をはじめとした、本にふれあう機会を提供する事業を推進し、子どもとその周囲の大人に読書の楽しさや大切さを伝えていく。

#### (2) 読書に関する情報発信の強化

読書への関心を高めるために、文化・読書・スポーツの3分野連携事業の推進や民間事業者との連携などにより、読書に関わる活動やイベント等を展開していく。

これらの取組みが区民に広く伝わることを目指し、チラシやポスター等の紙媒体とホームページやSNS等のデジタル媒体を併用しながら、区民の日常生活の中で目に留まりやすい場所や方法で、読書や本に関する情報発信を積極的に行う。

# 令和3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

【知っている】は44.5%で令和2年度から1.3ポイント減少したが、横ばい傾向が継続している。

- (1) 新型コロナウイルスの影響によりイベント等の啓発活動ができなかったことが減少の要因の1つと考えられるが、「ウィズ・コロナ」として、広報紙やSNS等を活用した非対面・非接触型の啓発活動にも重点を入れることを検討する。
- (2) これまでの啓発活動等に加えて、第5・8地域、【男性】30代、【女性】18～29歳等、認知度が低いターゲットを絞っての重点的な啓発活動等を検討する。

## 2 参加している・参加したい「ビューティフル・ウィンドウズ運動」の取り組み

「防犯パトロール運動」は8.1%で令和2年度から1.3ポイント増加したが、横ばい傾向が継続している。

- (1) 社会活動の再開傾向に伴い、町会・自治会等の活動も再開されていることが増加の要因と1つと考えられ、「地域防犯活動助成金」にかかるお知らせを他の通知に同封する等、時期を捉えた非対面・非接触型の啓発活動を行っていく。

## 3 居住地域の治安状況

【良い】は62.7%で令和2年度から1.1ポイント増加し、3年連続で戦後最少を更新した。

- (1) 3年連続で戦後最少を更新した一方で、竹ノ塚駅を含む第11地域で【悪い】が31.9%と最も高くなっている。
- (2) 「竹の塚エリア意識調査結果」でも、赤山街道の雰囲気が悪く、客引きに対する規制・取締りを求める声があることから、客引き行為等の規制に関する条例の制定（令和5年4月施行予定）を目指す。

## 4 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51.7%と最も高く、令和2年度から0.3ポイント増加したが、横ばい傾向が継続している。

- (1) 「防犯カメラなど防犯設備の設置に対する支援」が依然として高い数値で推移しているため、引続き、町会・自治会等の防犯カメラ設置、維持管理、保守点検及び修繕にかかる費用の補助を行っていく。

## 5 自転車駐車時の鍵かけ状況

外出先で駐車するとき「いつも鍵をかけている」が71.0%と令和2年度から0.6ポイント増加したが、横ばい傾向が継続している。

自宅・マンションなどの敷地内に駐車するとき「いつも鍵をかけている」が61.3%と令和2年度から2.8ポイント増加したが、横ばい傾向が継続している。

- (1)「外出先」及び「自宅・マンションなどの敷地内」とともに、過去7年間、横ばいが継続しており、行動様式を変えるのは依然として難しい状況にある。
- (2)集合住宅等の敷地内での盗難が多いことから、集合住宅向けにポスターやチラシを配布する等、重点的な啓発活動に取り組んでいく。

## 令和3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33.4%と前年度を2.1ポイントの微増となった。また、「すでに使用している」と回答した割合は、平成30年度から増加傾向が続いている。少しずつではあるが、区民に浸透してきているものと考えている。

『ビュー坊のガーデンピック』は令和3年度で配布は終了したが、引き続き、あだち広報や区ホームページ等による「花のあるまちかど事業」のPRを継続し、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。

また、商店街、住区センターへの協力依頼や区内花店等の事業協力先を拡大することで、多くの区民の目に触れる機会を増やしていく。

## 令和3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。

調査結果を見ると、18～29歳男性の「自然環境を大切にすることを心がけている」割合は40.3%となっており、70歳以上女性の41.4%に次いで2番目に高いが、「雑紙を燃やすごみではなく、資源として出している」では18.1%（全世代平均59.4%）、「マイバッグを使うなどして、不要なレジ袋を断っている」では48.6%（全世代平均79.3%）と多くの項目において全体より低くなっており、それらの行動が自然環境を大切にすることにつながるという意識が薄いように見受けられる。

雑紙を燃やすごみではなく、資源として出している」では、男女共に30代以下で割合が低く、50代以上の二分の一程度にとどまっている。

今後は、環境への貢献のための具体的な行動に結びつけられるような啓発をすることが重要と考えられる。

### 1 環境基本計画改定版に係る区民向けチェックリストの作成（令和4年度）

環境基本計画改定版で示したCO2削減目標への達成に向けて、区民向けに環境のための活動を促すチェックリストを作成し、具体的な行動に結び付けてもらう。

### 2 若年層を意識した啓発

SNSでの情報発信においては、身近な行動が環境貢献につながる点について意識した投稿をしていく。区のSNSを利用しない区民に向けて、商業施設や民間事業者との連携を検討していく。

## 令和3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」を知らない人の割合は1割に満たなく、多くの人に認知されていることがうかがえる。一方、「食品ロス削減のために心がけていること」は、「残さず食べるようにしている」が7割を超えているが、他の行動は5割程度にとどまっており、さらなる行動を促す必要がある。

### 1 家庭内での食品ロス対策について

「料理を作りすぎない」が4割、「大根の葉やキャベツの芯など捨てるものがないよう調理を工夫する」が2割と低くなっている。また、「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」や「買い物前に冷蔵庫の在庫をチェックする」はともに5割を下回っている。

令和3年度に具体的な行動変容を促すため、買い物前の在庫確認や食材を使い切るための冷蔵庫整理術のパネル展示を行った結果、見た方の9割が今後実施したいと回答があった。

令和4年度はさらなる周知を図るために、家電量販店や図書館等人通りの多い場所でのパネル展を行っていく。

### 2 事業者の食品ロス対策について

「買い物の際、棚の手前に陳列された食品からとる」は1割程度、「外食時に食べられる分だけ注文する」は5割となっている。

令和4年度は、小売店事業者と共同で啓発資材の開発を行うほか、飲食店における小盛メニュー等の取り組みを促進する等事業系の食品ロス削減に向けた対策を実施していく。

## 令和3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

### 【世論調査結果概要】

- 1 性・年代別で見ると、「知っている」は女性の60代（42.3%）と70歳以上（42.9%）で4割強と高く、男性の70歳以上で33.2%となっている。一方で、男女の18～29歳、男性の30代で1割未満と低く、男女ともに年代が高くなるほど認知度も高くなる傾向がある。
- 2 高齢者の孤立防止や見守り活動に「協力したい」が全体で19.8%となっており、女性の60代で32.3%、女性の18～29歳で24.1%となっている。

### 【世論調査の分析】

- 1 認知度は若年層で全体的に低いため、若年層向けの周知を強化していく必要がある。一方で女性の18～29歳は協力意向が高い層のため、効果的な活動の周知やきっかけづくりをすることで、何らかの活動に繋がられる可能性がある。
- 2 60～70代以上の方は孤立ゼロプロジェクトの高齢者実態調査に関わる年齢層であるため、比較的認知度が高い。
- 3 見守り活動などに協力意向のある方が、毎年の調査で約2割程度いるため、潜在的な協力者が地域にいる可能性が高い。

### 【今後の展開】

- 1 広報等での情報発信を行いつつ、若年層向けの情報発信の強化を図るため、SNSの発信回数を増やしていく。
- 2 地域包括支援センターと連携しながら、区内高校や大学などに関係づくりを行い、若年層の活動のきっかけづくりを図る。
- 3 高齢者実態調査を通じて、町会・自治会や区民に孤立ゼロプロジェクトの周知を図り、地域の見守りを行う活動者の発掘を行う。
- 4 地域包括支援センターが実施している実態把握訪問の中で、地域の見守りに協力的な区民を発掘していく。

## 令和3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15.4%であり前年度比約1ポイントの増加であった。

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連れて上昇している。昨年度と比較すると女性は60代、70歳以上共に3ポイント以上上昇、男性は若干減少した。

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繋がる。

### 【「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）」の摂取頻度は、「毎食（1日3回）食べている」が21.9%、「1日2回位食べている」が28.7%であった。

また、性・年代別でみると、特に男性は年代が上がるごとに「毎食（1日3回）食べている」が減少傾向であり、70歳以上は男女共に2割を下回っていた。

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。

### 【今後の普及啓発活動】

- 1 介護予防教室（はじめてのフレイル予防教室、みんなで元気アップ教室、はつらつ教室等）において、フレイルの予防の三要素（運動・栄養・社会参加）の周知を図る。教室終了後は自主グループ化等、継続的な行動変容を支援していく。
- 2 令和4年度に開始する高齢者の保健事業と介護予防の一体的実施事業「食べてフレイル予防」は通いの場（一部の住区センター等）にて、管理栄養士による栄養講座、住民主体の体重・筋肉量等の測定を実施する。上記三要素の継続的かつ自主的な活動を支援していく。
- 3 たんぱく質の積極的摂取を推進するため、キャッチフレーズ等を作成する。ポスター、リーフレットを活用した普及啓発、民間事業者との連携により高齢者向けの「たんぱく増し商品（お弁当や惣菜）」のPR等、自然と健康になれる食環境づくりを推進していく。

## 令和3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（4.4%）に「聞いたことはある」と回答した人（15.4%）を合わせると約2割となり、前回の16.1%から比べると漸増している。

「知らない」と回答した人（76.9%）も、前回の81.4%と比べると4.5ポイント改善しているが、依然として認知度が約2割に留まっていることから、今後も引き続き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、認知度を高めていく必要がある。

### 【協働・協創の実践】

「関心がない」と回答した人は前回の19.7%から10.7%に減少しており、「関心はあるが、特に活動していない」は前回の57.6%から62.7%に増加している。合わせると約7割となるが、身近にできる協創の取組みもあり、実際には協創している活動もあると思われる。

協創プラットフォームや身近な協創の取組みを周知する中で、協創の仕組みや事例の紹介を行い、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】

協働や協創が進んでいると感じているかについて、「わからない」と回答した人（55.4%）が、「そう思う」（計）（21.7%）、「そう思わない」（計）（17.4%）と比較しても非常に多くなっている。

庁内外の協働・協創の事例を集約するとともに、これまで区で把握していないプラットフォームの顕在化を進めスポットを当てていくことで、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。

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3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】

「区を誇りに思う割合」はここ数年50%前後で推移し、令和2年度には過去最高の53.4%だったが、令和3年度調査では45.6%と大幅に前回調査を下回った。長引くコロナ禍の影響による一過性のものとも考えられるが、推移を注視していく必要がある。

今後、区民が「誇りに思う気持ち」を「まちの関わり」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」に思う区民の割合のV字回復を図っていく。

令和3年度の調査結果を、令和4年度に外部委託で実施する「令和5年度から令和7年度の区外に向けたメディア・広報戦略の構築」に活用していく。

### 【足立区を良いまちにするために実際に行動した区民の割合】

令和3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と思う区民の割合」に加え、新たに「足立区をよいまちにするために実際に行動した」の項目を追加した。令和3年度調査では30.5%と、想定を大きく上回った。

今後、良いまちにするために活躍する区民のサポート・紹介を行いながら、まちとの関わりがもたらすメリット（住んでいる地域の課題解決、QOL向上など）を示すことでまちへの関心を高め、区民参画を更に推進していく。