

## 令和4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つのエリアを対象としている。

世論調査では、回答者属性に関する設問（F8）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、計画策定以降は、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4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	大震災などへの災害への備え
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割を超えたが、令和2年度から2年連続の微減となった。

令和5年は関東大震災から100年という節目の年にあたり、国や都も啓発を行うほか、マスコミ等で災害のトピックスが取り上げられる機会も多くなることから、区でも防災イベントや防災講演会等で震災への備えについて周知し、区民の備蓄している割合を高めるきっかけとしていく。

年代別でみると、18～29歳の男性の備蓄している割合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、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、備蓄している割合の低い壮年独身者や一人暮らし高齢者に対しても、備蓄意識の啓発を行っていく。

備蓄内容については、前回調査に引き続き、「水」「食料」が9割を超えているものの、「簡易トイレ」を備蓄している人の割合は33.8%にとどまっているため、令和5年度は「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。意味と場所ともに最も認知度が高いのは「避難場所」であり、最も認知度が低いのは「第一次避難所」である。

避難場所のうち、区民にとって最も身近な小中学校等の「第一次避難所」の認知度が最も低くなっていることから、多くの区民が意味と場所を正しく理解していない可能性があるため、防災イベント、防災講演会、避難所運営訓練などで、それぞれの意味やその地域における避難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4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	大震災などへの災害への備え（家具類の転倒・落下・移動防止対策）
担当所管	建築防災課 耐震化推進係

大地震時には、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、危険なブロック塀等の撤去や家具類の転倒防止を促進し、災害に強いまちづくりを進めていくことが重要である。

### 1 家具転倒防止器具取付工事助成金

令和5年度からは、減災対策を更に進める目的で助成制度を見直した。3年間限定で家具転倒防止器具取付工事助成金を5万円から10万円に拡充し、助成対象者も全世帯へ拡大した。

これにより助成申請件数も順調に伸びてきていることから、世論調査の結果に期待したい。

今後も家具転倒防止器具取付工事助成を積極的に周知し、助成制度の活用を促していく。

### 2 今後の普及啓発活動

- (1) 年30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) 区民まつりなどのイベントや区の広報紙、公社ニュース トキメキへの掲載。ホームページやSNSを活用したPRを行い、幅広い情報発信を行う。
- (3) 大規模地震時の危険度が高い地域において、関係部署と連携し、相互協力して啓発活動を行っていく。

## 令和4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・内水・高潮ハザードマップ」の認知

足立区洪水・内水・高潮ハザードマップについて、【見たことがある】の割合は90.1%であり、前回調査の割合と比較して5.6ポイント上昇し、高い認知度を維持している。

一方で【見たことがある】のうち、「浸水深を確認した」の割合は、33.3%と前回調査時より4.6ポイント上昇したが、台風19号が発生した令和元年時の調査と比較すると3.9ポイント減少している。

浸水深表示について、災害時協定を締結している区内介護施設および警察署に設置することで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今後も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71.7%と前回の調査と比べ6.2ポイント減少した。

区民の河川はん濫による浸水被害の対処への意識が低下しないよう、意識啓発を図っていく必要がある。

なお、事前に決めている避難場所については、「自宅にとどまる（自宅内の高い階への移動を含む）」が令和3年度に比べ1.3ポイント上昇し、64.2%と最も高く、次いで「区が開設する水害時の避難所」が約2割となった。

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7.3%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も含めた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4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

### 1 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割を超えている。引き続き、魅力的な広報紙の製作に加え、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っていく。また、各種広報媒体を活用して、あらゆる世代の区民が必要な時に必要な情報を取得できる環境を整えていく。

一方で、区の情報「得られない」と回答した理由として、「情報が探しにくい」の割合が増加しているため、見やすい広報紙づくり、ホームページづくりに努めていく。

### 2 区の情報入手手段

区に関する情報の入手手段のうち、あだち広報が67.1%、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42.1%となっている。

紙媒体の需要は多くの世代で依然として高いため、引き続き、掲載する記事における事業目的やターゲットを意識し、魅力ある紙面を発行していく。一方、電子広報媒体の需要も高いため、既存のデジタル媒体や機能拡充したLINEを活用し、正確に素早く発信していく。

## 令和4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

区民の健康に対する意識や行動について実態を把握し、糖尿病対策をはじめとした健康づくり事業の評価に活用。経年的な変化にも着目し、事業の実効性を高めることを目指している。

### 1 区のキャッチフレーズの認知状況

区の糖尿病対策事業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～』を「知っている」人は41.6%であり、昨年度より2.7ポイント増加した。年代別に見ると、女性の30代、40代が最も高く、「内容まで知っている」と回答した方も約4分の1と一番多かった。

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。

さらに、保育園、幼稚園、小中学校を通じて子どもとその保護者への啓発を強化する。

### 2 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。

### 3 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68.1%から67.1%、350g以上の野菜を食べている人は43.5%から42.9%と両方微減であった。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233g(令和4年度)と昨年より14g増加し、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、男性は依然として差が大きい。

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。

## 令和4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

### 4 体調や習慣

「健康あだち21」の分析・評価や糖尿病対策戦略会議にて使用。

### 5 健康維持のために実行している、心がけているもの・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21推進事業（糖尿病対策）」
- (2) 事務事業評価調書 「3849 健康あだち21推進事業」

## 令和4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

区では、「健康寿命（日常生活を制限されずに生活できる期間）」の延伸により、「平均寿命（生まれてから亡くなるまでの平均余命）」の差を縮小させて、区民の生活の質（QOL）の向上を目指している。本調査における「自分のことを健康だと感じているか」という設問では、健康寿命に与える影響が大きい「主観的健康観」を把握することができ、区民の健康寿命の延伸を測る一つの指標となっている。この設問において、「健康である」と回答する区民の割合を増加させるため、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

本調査での設問では、区が実施するがん検診だけではなく、勤務先や人間ドック等でがん検診を受診する方の状況も把握することができ、受診状況の正確な把握のために必要である。この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る検診もあることがわかり、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。本調査により、性別や年齢での受診傾向などの分析を行い、区民全体のがん検診受診率向上のために、有効なターゲット設定や効果的な啓発、受診勧奨を強化していく。

### 3 歯に関する健康意識の向上

歯の喪失の原因となる、むし歯・歯周病を予防し、口腔機能の維持・向上を図ることは、認知症予防やフレイル予防等、健康寿命の延伸につながるため、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。本調査により、かかりつけ歯科医の有無、定期健診や歯石除去等、歯・口腔の健康管理を受けているかどうかを把握することができる。調査結果をもとに、乳幼児期からの歯・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4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（安心して受診できる医療機関）
担当所管	衛生管理課 大学病院調整担当

### 1 安心して受診できる医療機関が身近にある

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及び各医療機関等との緊密な連携の推進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」の向上を目指す。

また、ICT を活用した保健所、保健センターの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、安心して受診できる地域医療の実現に取り組んでいく。

## 令和4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・読書（スポーツ）
担当所管	スポーツ振興課 振興係

### 1 日常的な運動・スポーツの実施状況

前年調査で「運動・スポーツはしていない」回答割合が多かった働き世代（30～50代）の未実施率が、男性は37.1%から35.9%、女性は47.9%から40.5%に改善した。区としても、令和3年度より実施しているウォーキングチャレンジや、親子体験教室などの働き世代に向けた事業を実施したところ参加申し込みが多く、参加者アンケートからも「これからも続けていきたい」といった感想が寄せられている。今後も、生活の中で気軽に自分のペースで取り組める事業や、親子で運動・スポーツを一緒に楽しめる事業を推進し、スポーツ実施率の改善につなげていく。

### 2 継続的に実施している運動・スポーツ

前年に引き続き「ウォーキング（45.7%）」が一番多く、「筋力トレーニング（21.3%）」「健康体操（21.2%）」と続いている。区としても、身近で気軽にできる運動・スポーツにつながるきっかけづくりとなる事業を実施していく。

### 3 運動・スポーツを最も多く行っている場所

前年と同じ項目の「自宅周辺（43.5%）」「自宅（18.7%）」が突出している。年代別でみると「自宅周辺」は男女ともに40歳台で5割台半ばと高くなっている。

### 4 運動・スポーツを行うためのきっかけ

日常的に運動・スポーツをしていない方に、「どのようなきっかけがあれば運動・スポーツを行いたいか」の質問に対し、「身近な場所で運動・スポーツができる（36.2%）」が最も高く、「手頃な価格で施設を利用できる」など、施設に関する項目が続いた。前年調査結果との比較でみると、多くの項目が増加しているが、特に「一緒に運動・スポーツできる仲間と出会える」で3.0ポイント増加している。新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、一緒に運動・スポーツができる機会が増加し、そこで出会う仲間との楽しさへの期待が表れたものと推測される。

今後は、「身近な場所」で運動・スポーツの「楽しさ」を体感してもらえりような施設運営や事業の実施を心掛けていく。

## 令和4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・読書（スポーツ）
担当所管	スポーツ振興課 振興係

### 5 過去1年間に関わった運動・スポーツを支える活動

多くの回答が「活動しなかった（76.6%）」となった。「何らかの支えとなる活動をした方」は8.1%となっている一方、「活動したかったが、する機会がなかった（7.1%）」と回答した方がいた。具体的な活動としては、「大会やイベント会場での選手やチームの応援（2.8%）」「運動・スポーツの指導（2.7%）」となっている。新型コロナウイルス感染症対策が緩和されることで、取り組んだ活動の割合が増えることを期待する。

### 6 あなたが運動・スポーツを支える活動をしなかった理由

「新型コロナウイルスの影響（30.3%）」が最も多く、次いで「特に理由はない（25.0%）」が多かった。「大会やイベント会場での選手やチームの応援」も、スポーツを支える活動であることを広く知ってもらうことで、支える活動の裾野を広げていく。そのきっかけづくりのため、あだち広報やホームページ、SNSを活用し、イベントや区に関連するスポーツ選手の情報などを積極的に発信していく。

### 7 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

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の指標としている。今後は、世論調査結果を踏まえた適切な検討を進めていく。

## 令和4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・読書（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ている。

世論調査の結果、読書をできなかった・しなかった理由は、「特に理由はない」が8.6ポイント増加し、31.3%で一番多かった。また、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。このため、読書に関心がない人へのアプローチや、身近な場所で読書ができる環境づくりのために、以下の取り組みを行う。

### 1 乳幼児期や小学生から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、乳幼児へ絵本の配布等を行う「あだちはじめてえほん」事業や、綾瀬小学校地域開放型図書室「わくわく にこにこ 図書の森」など、本にふれあう機会を提供する事業を推進している。引き続き、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。

また、これらの取り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、日常生活の中で区民の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。

### 3 デジタルサービスの充実

「あだち電子図書館」をインターネット上に開設し、スマートフォンやタブレット等で、いつでもどこでも気軽に読書ができる環境づくりを行っている。

今後は、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を図っていく。

## 令和4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 生活安全推進係

### 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41.2%で令和3年度から3.3ポイント減少し、新型コロナウイルス以降、減少傾向にある。これは、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、今後は積極的なイベント等の実施により、ビューティフル・ウィンドウズ運動の認知状況の改善を図る。

### 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7.2%で令和3年度から0.8ポイント減少したが、横ばい傾向が継続している。町会・自治会等の団体レベルだけでなく、令和2年9月から展開している「ながら見守り」のような、個人レベルで可能な範囲で活動できる取り組みも引続き啓発していく。

### 3 居住地域の治安状況

【良い】は64.5%で令和3年度から1.8ポイント増加し、4年連続で増加した。一方で、警察において事件発生を認知した数である刑法犯認知件数は令和3年から増加しているため、くわしい分析を進め、さらなる体感治安の向上を図る。

### 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51.9%と最も高く、令和3年度から0.2ポイント増加したが、横ばい傾向が継続している。個人向けの防犯カメラの設置を要望する声も多いことから、これまでの町会・自治会等の団体だけでなく、個人に対する防犯カメラの設置補助等を検討する。

### 5 自転車駐車時の鍵かけ状況

「いつも鍵をかけている」において、外出先で駐車するときに68.2%と令和3年度から1.8ポイント減少、自宅・マンションなどの敷地内に駐車するときに58.3%と令和3年度から3.0ポイント減少したが、いずれも横ばい傾向が継続している。行動様式を変えるのは依然として難しい状況にあり、今後、ナッジ理論（人々が自分自身にとってより良い選択を自発的に取れるように手助けする政策手法）を活用したチラシや警告札の作成等、新たな取り組みを検討する。

## 令和4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（花のあるまちかど事業）
担当所管	地域調整課 美化推進係

### 1 『花のビュー坊プレート』の認知状況

調査結果によると、前回調査時と比べ「花のあるまちかど事業」の『花のビュー坊プレート』を「知っている」と回答した割合は31.0%と前年度を3.0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。

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4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・地域活動（環境のためにこころがけていること）
担当所管	環境政策課 計画推進係

### 1 環境のためにこころがけていること

調査結果を見ると、「ごみと資源の分別を実行している」割合は全体で 84.7%となっており、男女共に 40 代以上は 80%を超えているものの、18～29 歳男性は 61.2%にとどまっている。同じく「雑紙を燃やすごみではなく、資源ごみとして出している」割合も、30 代以下の男性と 18～29 歳以下の女性では 20%台（全世代平均 56.3%）にとどまっている。

「節電や節水など省エネルギーを心がけている」割合は、全体で前年度比 6.3 ポイント増となっており、電気料金の高騰や電力不足が懸念されたことも影響していると考えられるが、結果として省エネルギーへの意識を高めたと推察される。

一方で、「環境への影響を考えた日頃からの行動の有無」について、「環境への影響を考えているが、行動していない」割合は 12.6%であり、意識はしているものの具体的な行動へ繋がっていない人が一定数いると推察される。

今後も、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) 環境を意識した行動を促す啓発

環境負荷の少ない行動を促すことを目的としたチェックリスト(令和4年度作成)を、各イベント等で配布し、具体的な行動に結びつけてもらう。

#### (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4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・地域活動（食品ロス）
担当所管	ごみ減量推進課 資源化推進係

### 1 家庭内での食品ロス対策について

「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」、「買い物前に冷蔵庫の在庫をチェックする」が4割程度となっている。

令和4年度は、具体的な行動変容を促すため、家電量販店やスーパーで、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。

令和5年度は、引き続き啓発イベント等で食品ロス削減に向けた対策に取り組んでいく。

### 2 事業者の食品ロス対策について

「外食時に食べられる分だけ注文する」は5割程度、「買い物の際、棚の手前に陳列された食品から取る」は2割を下回っている。

今後は、区内事業者の食品ロス対策にかかる取り組み事例の情報発信や、フードシェアリングサービス等の周知を行い、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4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、たんぱく質の摂取状況）
担当所管	地域包括ケア推進課 高齢者栄養施策推進担当

### 1 「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16.0%であり前年度比0.6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おり、70歳以上の女性は3割を越えている。

フレイルを「知り」、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。

### 2 「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20.6%、「1日2回位食べている」が28.9%であった。

また、「毎食（1日3回）食べている」を性・年代別でみると、女性の40代が11%と低いがそれ以外は20%前後と概ね一定の割合であった。

### 3 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・口腔、社会参加）の周知を図る。教室終了後は継続的な行動変容を支援していく。
- （2）令和4年度から開始した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している。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）高齢期のフレイルの中で、体重や筋肉量が低下する原因として、たんぱく質等の栄養不足（低栄養）の影響が大きく、それを放置することにより要介護に進行しやすい。たんぱく質を多く含む食品を普段の食事に増して摂り、体重と筋肉を維持することを重点とした「65歳からのたんぱく増し生活～肉も魚も食べよう～」、通称「ぱく増し」事業を令和5年1月より開始。リーフレットやのぼり旗を活用した普及啓発、スーパーや民間事業者との連携によるPR等により、「ぱく増し」の必要性を知り、1日3食「ぱく増し」する高齢者を増やしていく。

## 令和4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
担当所管	絆づくり担当課 絆づくり事業調整担当係

### 1 世論調査結果概要

#### (1) 「孤立ゼロプロジェクト」の認知状況

性・年代別でみると、「知っている」は女性の60代で38.6%と、男性の70歳以上で36.8%となっている。一方、男女の18～29歳で約1.5割、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18.9%となっており、女性の60代で28.4%、女性の18～29歳で22.8%となっている。

### 2 世論調査結果の分析

(1) 全体的に若年層の認知度が低いため、若年層向けの周知強化が必要である。また、60～70代以上は孤立ゼロプロジェクトの高齢者実態調査等に関わる年齢層であり、認知度が高い。

(2) 見守り活動などへの協力意向は、稼働年齢層では低いものの、特に18～29歳は協力意向が高い。また、全体では約2割程度の協力意向者がおり、活動の周知やきっかけづくりを効果的に行うことで、活動への参画につなげられる可能性がある。

(3) 全体的な認知度や協力意向の割合が、令和3年度より減少している。

### 3 今後の展開

(1) アフターコロナに向けた絆の結び直しのため、町会・自治会、関係団体などの状況を把握し、孤立防止の活動につなげるため、積極的に地域に出向いていく。

(2) 区のイベントや、PR動画を作成しデジタルサイネージ等で放映することなどで、若年層への事業周知を積極的に行っていく。

(3) 区内中学校や高校のボランティア部への出前講座などでの働きかけや、小中学校PTAへの事業周知を行い、活動のきっかけづくりを図る。

(4) 高齢者実態調査を通じ、町会・自治会や区民に対し、孤立ゼロプロジェクトを周知し地域の見守りの担い手を確保していく。

## 令和4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」・「SDGs」(協働・協創)
担当所管	協働・協創推進課 協働・協創推進担当

### 1 「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(9.1%)に「聞いたことはある」と回答した人(19.6%)を合わせると約3割となり、前回の19.8%から比べると大幅に増加した。

「知らない」と回答した人(66.8%)も、前回の76.9%と比べると10.1ポイント改善している。

### 2 協働・協創の実践

「関心がない」と回答した人は前回の10.7%から12.9%に漸増しており、「関心はあるが、特に活動していない」は前回の62.7%から72.1%に増加している。合わせると85%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。

### 3 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(50.9%)が、「そう思う」(計)(26.4%)、「そう思わない」(計)(16.8%)と比較しても多くなっている。

### 4 今後の方針

今後は、発信したいターゲットや年齢層を捉えて、多様な媒体を駆使し、さまざまな分野での協創の身近な事例を情報発信・紹介していくことで、まちに関心を持ち、それぞれができることを実践してもらおう(=「協創」)主体を増やし、まちの課題解決や新たな魅力の実現に繋げていく。

## 令和4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」・「SDGs」(SDGs)
担当所管	SDGs 未来都市推進担当課、政策経営課

令和4年5月、足立区は、内閣府より「SDGs 未来都市」と「自治体SDGsモデル事業」にダブル選定された。同年8月に「足立区SDGs 未来都市計画」を策定し、現在、綾瀬エリアにおけるモデル事業等をはじめ、SDGsの普及啓発に取り組んでいる。

SDGsについては令和4年度に初めて調査を行ったところ、「知っている」は69.7%と想定以上の数値だったが、「関心がある」は36.3%に留まった。

SDGsの達成に向けて、区民や事業者等の多様なステークホルダーにSDGsの実践を促していくためには、その入口として、まずはSDGsについて「知り」、そのうえで「関心」を持ってもらう必要がある。

については、以下の普及啓発策を通じて、区民や事業者等の「自分にもできるかも」「やってみよう」という気持ちを引き出していく。

### 1 区SDGs特設サイトにおける普及啓発

モデル事業における住民主体の取組事例の紹介や、足立区をより良くするために活動している方のインタビュー記事等、SDGsを身近に感じることができるような情報を発信。

### 2 区SNSを活用した普及啓発

Twitter等を通して、SDGsに関する基礎知識等を定期的に発信。

### 3 「これも立派なSDGs」シールの掲出

誰でも簡単に取り組める行動を標語形式で紹介したシールを区役所本庁舎内に掲出。

### 4 ことりっぷ綾瀬の配布

街のグルメや観光スポットの紹介でお馴染みの冊子「ことりっぷ」に、SDGsの要素を加え、気軽にできる実践例を紹介。

### 5 あだちSDGsパートナーへの啓発

令和5年6月下旬から、足立区と共にSDGsに取り組むパートナーを募集する。登録企業・団体等に対し、各パートナーの取組の見える化や、他企業等の好事例に関するメールマガジンを定期的に送信。

今後も経年で認知度・関心度を測ることで、「SDGs 未来都市」に選定された令和4年度を起点に、SDGs達成目標の2030年に向けた普及啓発のベンチマークとして活用していく。

## 令和4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	区取り組み（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

### 1 足立区に誇りを持つ区民の割合

「区を誇りに思う割合」は令和2年度には過去最高の53.4%だったが、令和4年度調査では42.5%と2年連続で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。

### 2 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4年度調査では25.1%と、前年を下回った。

今後、企業や区民・団体の取り組みをサポートし、様々なステークホルダーをつなぐコーディネートを積極的に行っていくとともに、区職員のスキル向上に資する取り組みを一層強化し、区民参画を更に推進していく。