

令和6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

【必要なときに必要とする区の情報の入手状況】

必要なときに必要とする区の情報を「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。

一方で、区の情報が「得られない」と回答した理由として、「情報の探し方がわからない」と答えた区民の割合が一番多く、4割弱となっている。

【区の情報の入手手段】

区に関する情報の入手手段は、あだち広報が74.0%、ホームページ、A-メール、足立区LINE公式アカウント、ツイッター、フェイスブックの合計割合が60.6%となっている。

上記の調査結果から、紙媒体及び電子媒体を合わせて区の情報を得る様々な手段があることを積極的に周知していくことで、それぞれの利用率をさらに高めるとともに「情報の探し方がわからない」割合を減少させていく。

また、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などの電子媒体を用いた迅速な情報発信により、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。

令和6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

【足立区に誇りを持つ区民の割合】

足立区民の「誇り」を高めることがシティプロモーション課の目的であり、基本計画や行政評価（重点プロジェクト）の最終成果として位置付けている。

創設時から実施している「区内・区民に向けたプロモーション」と、令和6年度本格始動した「区外プロモーション」の取り組みの結果、令和6年度は43.5%と前年度から5.9ポイント増加した（4年ぶりに増加）。

令和7年度以降もこの勢いを維持していくため、引き続き「区内・区民に向けたプロモーション」の取り組みを進めるとともに、新たな「区外プロモーション」を積極的に展開し、さらに誇れるまちを目指していく。

【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、本項目を追加した。

こうした項目は、まちに対する誇りを区民参画へと繋げ、そこから周囲の方々のまちに対する誇りや区民参画に結び付ける良い循環を構築するための参考としている。

「区民参画総量」についてもまちへの誇りと同様に上昇しており、今後も①区民の行動変容に繋げる情報発信や、②企業・団体・区民の取り組みをサポート・コーディネートにより、区民参画を推進していく。

令和6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連する各質問
担当所管	エリアデザイン計画担当課

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6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	SDGs
担当所管	SDGs・協創推進課

1 SDGsの認知状況・関心状況

SDGsについて、「知っている」は7割台半ば超で前回調査から大きな変動はなかった。また、「関心がある」は3割台半ばで「関心がない」の3割半ば近くを上回ったものの、こちらも前回調査から大きな変動はなかった。

2 今後の方針

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、SDGsを知ってもらうとともに、「誰もが一步踏み出せるレジリエンス（逆境を乗り越える力）の高いまち」実現に向けて、区民や事業者等の「やってみたい」という気持ちを引き出す取組みを展開していく。

（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）足立区版SDGsイベント「ぐるぐる博」開催による普及啓発

自分の好きなこと、得意なことで地域を盛り上げたい方々と、大規模マルシェイベントを開催。地域に様々な「チャレンジ」の循環を作り出すことで、賑わいある持続可能なまちづくりにつなげる。

（3）あだちSDGsパートナーへの啓発

区と共にSDGsに取り組むパートナーを募集し、年3回の交流会などを通じてパートナー同士の親交を深め、新たな連携企画誕生へつなげる。

令和6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	SDGs・協創推進課

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（7.6%）に「聞いたことはある」と回答した人（19.6%）を合わせると27.2%であり、前回より3.6ポイント減少した。

「知らない」と回答した人（71.0%）も、前回の66.6%と比べると増加している。

2 協働・協創の実践

「関心がない」と回答した人は前回の15.4%から9.3%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62.7%から67.6%に増加している。合わせると76.9%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（48.6%）が、「そう思う」（計）（28.8%）、「そう思わない」（計）（19.4%）と比較しても多くなっている。

4 今後の方針

区民の方々の日々の活動の中には、「協創」という意識はなくても、実は「協創」だったというケースは多くあると考えているため、引き続き「協創」の分かりやすい事例を発信していくとともに、実践に向けて企業・団体や地域、所管との関係も繋いでいく。

また、令和7年度から新たな基本計画が始まっているが、「協創」の理念は前計画から引き継がれさらに重要性が増していくものであるため、設問を変更したうえで「協創」の実践者の増加を図っていく。

令和6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・ウィンドウズ運動の認知状況
担当所管	危機管理課

1 ビューティフル・ウィンドウズの認知状況

【知っている】は46.7%で前回調査から3.6ポイント増加し、2年連続で上昇となった。これは、ビューティフル・パートナー関係所管同士の連携による積極的な啓発活動が増加の要因と考えられる。しかし、依然として認知度（知っている）は5割を超えていないため、引き続き、イベント出展等の際には関係所管と連携しながら、個別事業の啓発だけでなく、ビューティフル・ウィンドウズ運動の理念も併せて認知度向上を図る。

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

各活動について漸増傾向となっている。また、「参加していない（今後も参加しない）」は漸減傾向にあるものの、約6割に昇っている。今後は、主に活動割合が低い、20代～30代といった区民に対して、「ながら見守り」など、ライフスタイルに合った活動を推進し、ビューティフル・ウィンドウズ運動に参加してくれる区民を増やしていく。

3 居住地域の治安

【良い】は64.6%で前回調査から5.1ポイント上昇した。これは令和5年度より、昨今の社会情勢の影響による区民の防犯意識の向上を捉えて実施している「足立区防犯対策に係る防犯設備の設置及び物品購入補助金」の実施が一定程度、寄与しているものと考えられる。今後、地域ごとの体感治安に着目し、特に低い割合である12地区（西新井）、14地区（鹿浜）を中心に、実情に合わせた周知・啓発活動を検討していく。

4 居住地域が悪いと感じる点

居住地域の治安が「悪い」と感じる点として、「自転車の交通ルールを守らない人や放置自転車を見かけることが多いから」（39.3%）、「歩きたばこやごみのポイ捨て等を見かけることが多いから」（33.8%）、「治安が悪いイメージがあるから」（31.1%）が上位3つを占めている。

今後は、これらの「マナー」や「イメージ」について、関係所管と連携しながら改善を検討していく。

令和6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

1 備蓄の用意

「備蓄・買い置きあり」の割合は、令和6年1月1日に発生した能登半島地震の影響もあり、「特に災害対策としてではないが、一定量の飲食物などの買い置きはある」「災害を備えて食料の備蓄や防災用具などを用意している」を合わせて76.1%（前回調査時比6.5ポイント増）となった。

区民の災害対応力をさらに強化するために、毎月19日を「あだち備蓄の日」と定め、チラシの配布やSNSを活用した普及啓発を行っている。加えて、防災用品の購入を促すために、足立区独自の防災用具セット（備蓄食品セットや衛生用品セット等）を特別価格であっせんしたことも備蓄率の向上に寄与している。

また、「自助」「共助」「公助」の強化及び時代の変化に対応するため、災害対策条例を改正するとともに、在宅避難及び一斉帰宅を推進するため、訓練に参加した区民及び事業者に防災グッズを配付する等、備蓄の意識啓発を強化を図っている。

以上のことから、引き続き普及啓発や防災用具のあっせんを通じて、区民の備蓄率向上を図るとともに、災害対応力の強化を進めていく。

2 避難場所とその意味の認知（一時集合場所・第一次避難所・避難場所）

地域住民にとって最も身近な避難先である「第一次避難所」の認知度は、前回調査時に比べ微増（2ポイント増）となった。

災害時における適切な避難は、災害から生命や財産を守るうえで非常に重要である。多くの区民が場所と意味を正しく理解していない可能性もあることから、防災イベントや防災講演会（出前講座）、避難所運営訓練を通じて、避難先それぞれの意味や地域における避難場所を理解できるように引き続き取り組んでいく。

令和6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	防災戦略課

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】割合は92.1%であり、前回調査から引き続き、高い認知度を維持している。

一方で「見て、自宅の浸水深を確認した」割合は、31.1%と前回調査時より微減した。また、「見て、内容は確認した」割合は23.6%と前回調査時より微増している。

浸水深表示について、避難所に指定している高校、大学等にも新た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94.2%と前回の調査と比べ、25.6%増加した。

ただし、前回調査では、先ず避難場所の事前決定状況を聞き、「決めている」と答えた方に避難場所を聞いており、単純に比較はできない。

区民の河川はん濫による浸水被害が予想される時に、あらかじめ、避難場所を決めておき、安全に避難行動を取ることができるよう、意識啓発を図っていく必要がある。

また、避難する場所については、「自宅にとどまる（自宅内の高い階への移動を含む）」が55.1%と最も高いが、前回調査時より13.5%減少した。一方で「近隣の小・中学校などの区が開設する水害時の避難所」が0.5%微減となり、22.7%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、前回調査時より1.9%減少し、5.9%となっていることから、引き続き、縁故等避難についても普及啓発を行っていく。

令和6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	地域調整課

【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】

調査結果によると、「参加していない（今後も参加したくない）」が約6割を占めているが、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」の取り組みの上位は、1位「ながら見守り活動」(13.2%)、2位「まちの清掃活動」(11.5%)、3位「花の育成活動」(10.2%)となっている。

「まちの清掃活動」や「花の育成活動」は個人でも参加できるものもあるため、イベントやSNSなどを活用することで事業のPRを行い、ビューティフル・ウィンドウズ運動へ参加してくれる区民をひとりでも多く増やしていくよう努めていく。

令和6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

1 日常的な運動・スポーツの実施状況

全体での「運動している（30分以上の運動を週2回以上から年に数回までを含め）」の回答割合 58.7%と「運動していない」の回答割合 38.5%は前年度とほぼ同水準となっており、前回調査と比べると大きな違いは見られない。年代別では、30代男性（40.9%→27.3%）、30代女性（49.6%→41.3%）、40代女性（50.0%→38.1%）と前年度からの未実施率が減少しており、日常的な運動・スポーツの実施が定着してきていると考えられる。

令和7年度もウォーキングチャレンジや「みるスポーツ」などを継続し、全体のスポーツ実施率の向上につなげていく。また、運動やスポーツに取り組むことで「美容や健康につながる」など良い効果が生まれることをPRしたり、親子で参加できる体験教室を増やすなど、様々な年代へのきっかけづくりに取り組んでいく。

2 継続的に実施している運動・スポーツ

前年同様「ウォーキング（48.4%）」が一番多く、続いて「筋力トレーニング（23.3%）」「健康体操（19.9%）」、と続いている。

区としても、継続しやすい運動・スポーツをウォーキングや筋力トレーニングと捉え、身近なところ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。また、犬の散歩や意識的な階段利用、軽運動といった「目的をもった身体活動」も運動・スポーツとして広く捉えることを区民にPRしていくことで、取り組むハードルを下げ、継続した活動につなげていく。

3 運動・スポーツを最も多く行っている場所

前年と同じく「自宅周辺（47.1%）」が突出している。年代別でみると、「自宅周辺」は男性が全ての年代で4割台半ば以上、女性は40代で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への「どのようなきっかけがあれば運動・スポーツを行いたいのか」の質問に対し、「身近な場所で運動・スポーツができる（33.6%）」が最も高く「手頃な価格で施設を利用できる（31.3%）」など、施設に関する項目が続いた。

「身近な場所」で運動・スポーツの「楽しさ」を体感してもらえるよう区内スポーツ施設のプログラムの充実や、気軽に無料で参加できるイベント形式の体験会を増やすなどの対応を指定管理者に働きかけ、運動・スポーツに取り組めていない、関心が薄い区民に対する参画を図っていく。

5 過去1年間に関わった運動・スポーツを支える活動

運動・スポーツを支える活動については、「活動しなかった（73.3%）」が7割台となり、前年度と同水準となっている。

「何らかの支えとなる活動をした方」は13.6%となっており、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（5.4%）」「運動・スポーツの指導（3.6%）」などとなっている。

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

「特に理由はない（30.6%）」が最も多く、次いで「仲間や一緒に参加する人がいないから（20.6%）」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い、「みるスポーツ」としての観戦機会を継続していく。また、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ことで、運動・スポーツの楽しみや喜びを共有できる機会を充実していく。

令和6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

世論調査の結果は、「足立区基本計画」において、施策3-1「生涯学習活動の充実と地域における学びの循環」の成果指標と定めている。

世論調査の結果、最近1か月間の読書に関わる行動で「本を読む」が45.8%と昨年度から3.7ポイント増加したが、「図書館に行く」が13.2%と横ばいである。このため、今後より多くの方に区立図書館を来館していただくために、また、読書に関心の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 「図書館サービスデザインアクションプラン」に基づいた業務の見直し

令和7年6月に策定した「図書館サービスデザインアクションプラン」（以下、「アクションプラン」という。）に基づき、区立図書館の見直しを行っていく。館内ルール・マナーや選書などの見直しのほか、中央図書館の組織体制の見直しや、職員の意識改革のための研修などに取り組んでいく。

2 中央図書館のリニューアル

アクションプランに掲げた「本を読む人も読まない人も訪れる図書館」の実現を目指した方策の先駆けとして、中央図書館のリニューアルを令和7年度から10年度にかけて実施していく。既存の書架、窓口カウンターの撤去や内装、壁の変更など1階の全面リニューアルを行い、主に若い世代が一人でもグループでも居心地の良い空間づくりを目指していく。

3 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、「あだち読書通帳」の利用促進、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」におけるさまざまなイベントの実施など、本にふれあう機会の提供や子どもたちのモチベーションを向上させ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。

令和6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

1 世論調査結果報告と分析

(1) 「孤立ゼロプロジェクト」の認知状況

平成25年の設問開始から最高値となる32.6%となった。

性別でみると女性の方が男性より7.8ポイント高くなっている。

性別・年齢別でみると男女ともに70歳以上が最も高く、女性は47.7%と最も高かった。

(2) 高齢者の孤立防止や見守り活動への協力意向

「協力したい」は全体で23.9%と令和6年度を4ポイント上回った。

性別でみると「協力したい」は女性の方が男性より6.3ポイント高くなっている。

性別・年齢別でみると女性は40代と60代が3割超と高く、次いで男性の70歳以上が27.1%となっている。一方「協力できない」は男性の50代以下で6割前後、女性の30代以下で5割前後と高くなっている。

2 今後の施策への反映・活用

(1) 令和7年度より毎年11月を「孤立ゼロ強化月間」とし、区内企業等に協力を得て、ポスター、ステッカー、卓上ミニのぼりの掲示等により孤立ゼロプロジェクト事業の更なる周知を図る。

(2) 事業周知により認知度を向上させるとともに、絆のあんしん協力員、絆のあんしん協力機関など、事業に協力してもらう「人」や「企業等」の増強により、孤立のおそれのある高齢者に気づく「気づきの目」を増やしていく。

(3) 区内企業や団体との連携により、孤立ゼロプロジェクト事業の周知に加え、特に男性に向けた孤立防止や、若年時からの地域活動への参加による地域とのつながりの大切さを啓発していく。

令和6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	高齢者地域包括ケア推進課

【「フレイル」の認知と予防活動の実践状況】

フレイルの認知度については「知っていて、活動を実践している」、「知っているが特に何もしていない」を合わせた「知っている」は58.7%で、昨年より5.2ポイント増加しており、特に60代、70歳以上については男性で6割、女性で7割を越えている。また、フレイルの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15.6%であり、ここ数年横ばいである。フレイルの認知度は徐々に上がっており、特に60代以上で高くなっているが、「実践している」割合が横ばいであり、今後実践を促す工夫が必要である。

【「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19.3%、「1日2回位食べている」が34.1%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、2割を越えているのは、男性は18～29歳・30代・60代・70歳以上、女性は40代・70歳以上で、男性の方がたんぱく質の摂取頻度が高いという結果であった。

【今後の普及啓発活動】

- 1 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（住区センター等）にて、管理栄養士による栄養講座（ぱく増し栄養講座）、理学療法士等による筋肉維持講座の実施と合わせ、住民主体の体重・筋肉量等の測定を実施することで継続した取組みを促す。
- 2 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）の内容を見直し、より効果的な啓発方法を検討していく。
- 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」事業を通して、スーパーや民間事業者との連携やSNS・あだち脳活ラボ等を活用し、「ぱく増し」の必要性を知り、毎食「ぱく増し」する高齢者を増やしていく。

令和6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

1 自分のことを健康だと感じている区民の割合

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）」との差を縮小させて、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。現在、健康あだち21の指標として活用しているほか、令和7年度に改定された足立区基本計画においても新たな指標として設定された。この設問において、「健康である」と回答した区民の割合は令和5年度（63.0%）、令和6年度（64.5%）であったが、令和10年度までに70%を達成するため、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のがん検診を受診する区民の状況も把握することができ、受診状況の全体的な把握のために必要である。この調査結果と足立区のがん検診を比較し、検診ごとの受診率の差などのデータを取り、に、効果的な啓発、受診勧奨に活用していく。

3 歯・口腔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、若い頃から歯・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、かかりつけ歯科医院の有無、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、歯・口腔の健康に関する効果的な啓発や保健事業を実施し、区民の歯・口腔の健康づくりを推進していく。

令和6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

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

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48.3%であり、昨年度より3.1ポイント増加した。年代別・男女別に見ると、特に40代の女性は「内容まで知っている」が約4割と他の年代より多くなっており、子どもを通じた保護者への波及効果も要因の一つと考えられる。

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て啓発を行い、特に若い世代に対する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環境づくりを進めていくとともに、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より強化する。

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66.1%から70.2%と4.1ポイント増加し、350g以上の野菜を食べている人は41.7%から42.9%と1.2ポイント増加した。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213g（令和6年度）と昨年より4g減少したが、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。

以上の結果を受け、コンビニエンスストア、ファミリーレストラン等で野菜摂取を促すポップなどによる啓発に加え、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。

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）重点プロジェクトNo.22「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6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（手洗い）
担当所管	感染症対策課

新型コロナウイルス感染症の流行以降、基本的な感染症対策への意識調査の一環として「手洗いの状況」を世論調査にて把握してきた。

コロナ禍において、帰宅時の手洗いが区民の日常的な感染症予防策として広く浸透したものの、感染症法上の5類に移行した後、感染症対策への関心が薄れつつある影響か、手洗いを毎日行っている割合は減少傾向にある。このことから、本指標を引き続き把握し、区の啓発活動の指標の1つとして活用していく。

また、性別・年齢別の手洗い実践状況を把握することで、啓発を重点的に行う層を明確化していく。

令和6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

調査結果を見ると、「環境のためにこころがけていること」では多くの項目が昨年度と比較してポイントが増加した。「ごみと資源の分別を実行している」は4.6ポイント増加しているが、令和6年度からプラスチック分別回収のモデル事業を実施している地域を含むエリアに限ると、全域が該当する第1地域では6.2ポイント増加し、一部が該当する第2地域では前年度と変わらなかった。また、「雑がみをごみではなく、資源として出している」は全体で3.5ポイント増加し、分別への意識の高まりがみられた。

「環境への影響を考えた日頃からの行動の有無」では、「行動している」と「行動することが時々ある」を合わせて69.1%の人が何かしらの行動をしていると回答している。

また、18～29歳の男性では73.1%、同女性では76.6%が行動していると回答し、全体平均を上回っていた。しかし、「環境のために心がけていること」という設問では、「マイバッグを使う」「外食時に食べられる分だけを注文する」割合が18～29歳の女性で全体平均を上回っていたものの、それ以外の項目では全体平均を下回っていた。若年層が思う「環境への影響を考えた行動」が設問の項目と異なっている可能性も考えられるが、項目の取り組みを実践してもらえよう働きかけていきたい。

1 具体的な行動を促す啓発

区のイベントに出展し、補助金の案内や掲示物、スタンプラリーなどを通じて具体的な取り組みを分かりやすく発信していく。

2 若年層を意識した啓発

令和7年度は、若年層から直接意見を聞く「若者会議」や「きかせて！みんなのいけん」を活用したアンケートを実施した。これらの分析を行い、若年層の行動変容を促せる情報発信を行っていく。