

平成 30 年度（第 1 回）
足立区政モニターアンケート
調査報告書

《「行政情報」の利用状況について》



足立区 政策経営部 広報室 区政情報課

目次

第 1 章 調査の概要	1
1. 調査の目的	1
2. 調査の時期	1
3. 今回の区政モニター数、回答者数	1
4. 回答者の構成	2
5. 報告書の見方	2
第 2 章 調査結果の分析及び所管意見	5
■設問体系と回答の概要	5
■所管意見まとめ	8
1. 区の情報の入手手段について	14
1-1. 区の情報の入手手段	15
2. 「あだち広報」について	16
2-1. 「あだち広報」の利用状況	17
2-2. 「あだち広報」のしている記事	18
2-3. 「あだち広報」で今後、特集記事で特集してほしい内容	19
2-4. 「あだち広報」を見たことがない理由	21
3. 「区のホームページ」について	22
3-1. 「区のホームページ」の利用状況	23
3-2. 「区のホームページ」をしている理由	24
3-3. 「区のホームページ」についての意見	25
3-4. 「区のホームページ」を見たことがない理由	27
4. 「区の SNS」について	28
4-1. 「区の SNS」の利用状況	29

4-2. 「区のSNS」を見ている理由.....	30
4-3. ツイッター、フェイスブックについてのご意見	31
4-4. 「区のSNS」を見たことがない理由	32
5. 「コールセンター」について	33
5-1. 「コールセンター」の利用状況.....	34
5-2. 「コールセンター」を利用した結果	35
5-3. 「コールセンター」を利用したことがない理由	36
6. 「行政サービス案内」について	37
6-1. 「行政サービス案内」の掲載が無くなったことの不便さ	38
6-2. 「行政サービス案内」困っていない理由.....	39
6-3. 「行政サービス案内」困っている理由	40
7. 「わたしの便利帳（リブイン）」のような紙媒体の冊子について.....	41
7-1. 「わたしの便利帳（リブイン）」の認知.....	42
7-2. 「わたしの便利帳（リブイン）」のような紙媒体の冊子の必要性.....	43
7-3. 全世帯に配布する場合の望ましい配布頻度.....	44
7-4. 配布しなくて良い理由.....	45
■アンケートの有効度.....	46
第3章 調査票	48
■使用した調査票	48

第 1 章 調査の概要

1. 調査の目的

近年は、インターネット上のツイッターやフェイスブックなど、様々な情報発信方法があり、区民のみなさまの「情報を得る手段」が多様化しています。このアンケートにより、区民のみなさまがどのように区の情報を得ているのか把握し、今後活かしていきます。

また、これまで区の行政サービス案内は、NTT 東日本が発行しているタウンページに掲載されていましたが、平成30年10月発行分から掲載されなくなったため（タウンページ自体は引き続き発行）、その影響なども把握するために、調査を実施いたしました。

2. 調査の時期

平成30年10月29日（月）～11月12日（月）

3. 今回の区政モニター数、回答者数

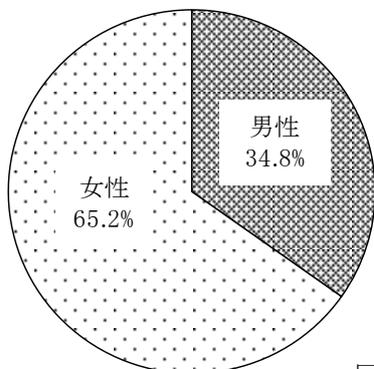
区政モニター数	191人
回答者数	184人（回収率96.3%）
[内訳]	
郵便回答	109人
インターネット回答	75人

第1章 調査の概要

4. 回答者の構成

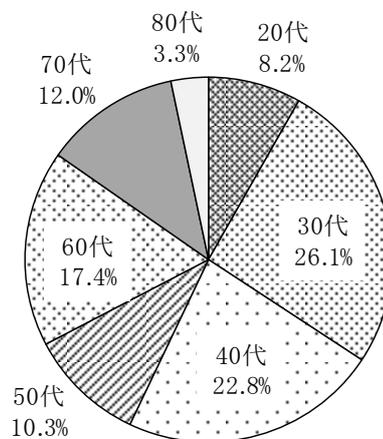
(1) 性別、年代別割合

【性別】



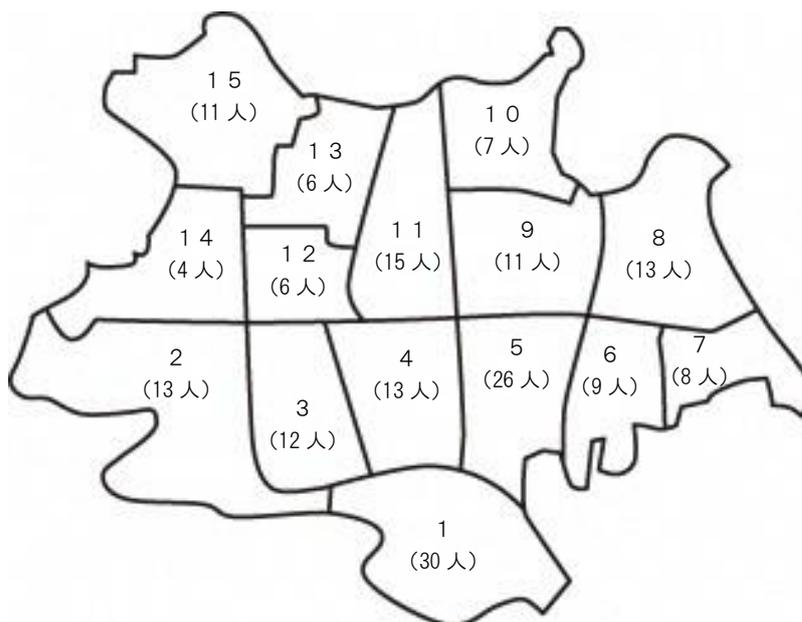
回答者数=(184)

【年代】



回答者数=(184)

(2) 地域別回答者人数 (上段：地域番号、下段：人数)



5. 報告書の見方

(1) 回答比率 (%) は、その設問の回答者を基礎として算出しました。小数点第2位を四捨五入して小数点第1位まで示したもので、比率の合計が 100.0%に満たない、または上回る場合があります。

(2) 複数回答の設問は、すべての比率を合計すると 100.0%を超えます。

- (3) 選択肢の表記は、グラフ・数表では全文言を記載していますが、分析コメントにおいては、括弧内の語句を簡略化していることがあります。
- (4) 本報告書に掲載しているクロス集計は、10才刻みの「年代別」、および、20代と30代を合わせた20代・30代（若年層）、40代と50代を合わせた40代・50代（中年層）、60代から80代を合わせた60代以上（高齢層）の3層からなる「年齢層別」の2種類です。10才刻みの「年代別」については、複数の年代でサンプル数が30未満と少数であるため、参考値としての掲載にとどめ、クロス集計の分析では主に「年齢層別」について言及しています。

第2章 調査結果の分析及び所管意見

■設問体系と回答の概要

1-1. 区の情報入手手段 . . . P15

- ・「あだち広報」95.1%
- ・「ときめき」60.3%
- ・「インターネット
(区の公式ホームページ、A-メール、ツイッター、フェイスブック)」51.6%

2-1. 「あだち広報」の利用状況 . . . P17

- ・【見ている(計)】96.7%

2-2. 「あだち広報」の見ている記事 . . . P18

- ・「イベントや講座の情報(区民まつり、まなびナビなど)」89.3%
- ・「特集記事(毎月10日号の6~7面に掲載)」66.3%
- ・「啓発や注意喚起の情報(治安対策や特殊詐欺、熱中症の注意喚起など)」50.0%

2-3. 「あだち広報」で今後、特集記事で特集してほしい内容 . . . P19

- ・「グルメ・お店特集」(21件)
- ・「観光・街歩き特集」(20件)
- ・「イベント特集」(18件)

2-4. 「あだち広報」を見たことがない理由 . . . P21

- ・「掲載内容が面白くない(つまらない)」50.0%(6名中3名)

3-1. 「区のホームページ」の利用状況 . . . P23

- ・【見ている(計)】71.2%

3-2. 「区のホームページ」を見ている理由 . . . P24

- ・「イベントや講座(花火や区民まつりの日時、内容など)の情報を得る」70.2%
- ・「『窓口や手続き方法、施設の住所など』の情報を得る」58.8%
- ・「重要なお知らせやトピックス情報(区のホームページトップに掲載)を得る」38.2%

3-3. 「区のホームページ」についての意見 . . . P25

- ・「検索しづらい・探しづらい」(24件)
- ・「見づらい・わかりにくい」(16件)

3-4. 「区のホームページ」を見たことがない理由 . . . P27

- ・「あだち広報やA-メール、ポスター・チラシなど、ほかからの情報で足りている」54.7%

4-1. 「区のSNS」の利用状況 . . . P29

- ・【見ている(計)】9.8%

4-2. 「区のSNS」を見ている理由 . . . P30

- ・「イベントや講座情報(花火や区民まつりの日時、内容など)の情報を得る」83.3%
(18名中15名)
- ・「重要なお知らせや緊急的な情報(災害情報や特殊詐欺、熱中症など)を得る」55.6%
(18名中10名)

4-3. ツイッター、フェイスブックについてのご意見 . . . P31

- ・「投稿内容に工夫の余地あり」(5件)
- ・「発信の頻度を上げてほしい」(3件)

4-4. 「区のSNS」を見たことがない理由 . . . P32

- ・「もともとツイッター、フェイスブックを使っていない」59.0%
- ・「あだち広報や区のホームページ、
A-メール、ポスター・チラシなど、ほかからの情報で足りている」41.6%

5-1. 「コールセンター」の利用状況 . . . P34

- ・「利用あり」26.1%
- ・【認知あり(計)】55.4%

5-2. 「コールセンター」を利用した結果 . . . P35

- ・「解決した(情報を入手できた)」66.7%
- ・「概ね解決した」29.2%
- ・「解決しなかった(情報を入手できなかった)」4.2%

5-3. 「コールセンター」を利用したことがない理由 . . . P36

- ・「あだち広報や区のホームページなど、ほかからの情報で足りている」77.8%

6-1. 「行政サービス案内」の掲載が無くなったことの不便さ . . . P38

- ・「困っていない（不便を感じていない）」64.1%
- ・【困っている（計）】8.2%
- ・「タウンページに掲載されていたこと自体を知らなかった」27.2%

6-2. 「行政サービス案内」困っていない理由 . . . P39

- ・「あだち広報で情報を得る」70.3%
- ・「インターネット（パソコン・スマートフォンなど）を利用して調べる」61.9%
- ・「コールセンター（お問合せコールあだち）や担当課に直接電話する」26.3%

6-3. 「行政サービス案内」困っている理由 . . . P40

- ・「紙媒体で行政サービス案内がないと不安だ」60.0%（15名中9名）
- ・「これまでのタウンページを、たまに使っていた（目安は年に数回）」46.7%（15名中7名）

7-1. 「わたしの便利帳（リブイン）」の認知 . . . P42

- ・「知っていた」54.9%
- ・「知らなかった」45.1%

7-2. 「わたしの便利帳（リブイン）」のような紙媒体の冊子の必要性 . . . P43

- ・「紙媒体の冊子は必ずしも必要が無いので、全世帯に冊子を配布しなくて良い」38.6%
- ・「転入者と希望者に配布したほうが良い」33.2%
- ・「紙媒体の冊子は必要なので、全世帯に配布したほうが良い」24.5%

7-3. 全世帯に配布する場合の望ましい配布頻度 . . . P44

- ・「2～3年に1回程度発行するのが良い（理由：毎年発行だと費用がかかるなど）」42.2%
- ・「区の組織が大きく変わったり、
内容が大きく変わる時に発行するのが良い（不定期発行）」24.4%
- ・「毎年発行した方が良い
（理由：担当窓口や電話番号が変わる可能性があるためなど）」20.0%

7-4. 配布しなくて良い理由 . . . P45

- ・「冊子を作成・配布するために費用がかかる（費用対効果の問題など）」64.8%
- ・「紙媒体の冊子を使うことが無い（「ほとんどない」を含む）
（理由：コールセンターに電話する、インターネットで調べるなど）」54.9%

■所管意見まとめ

1. 調査結果の分析にあたって

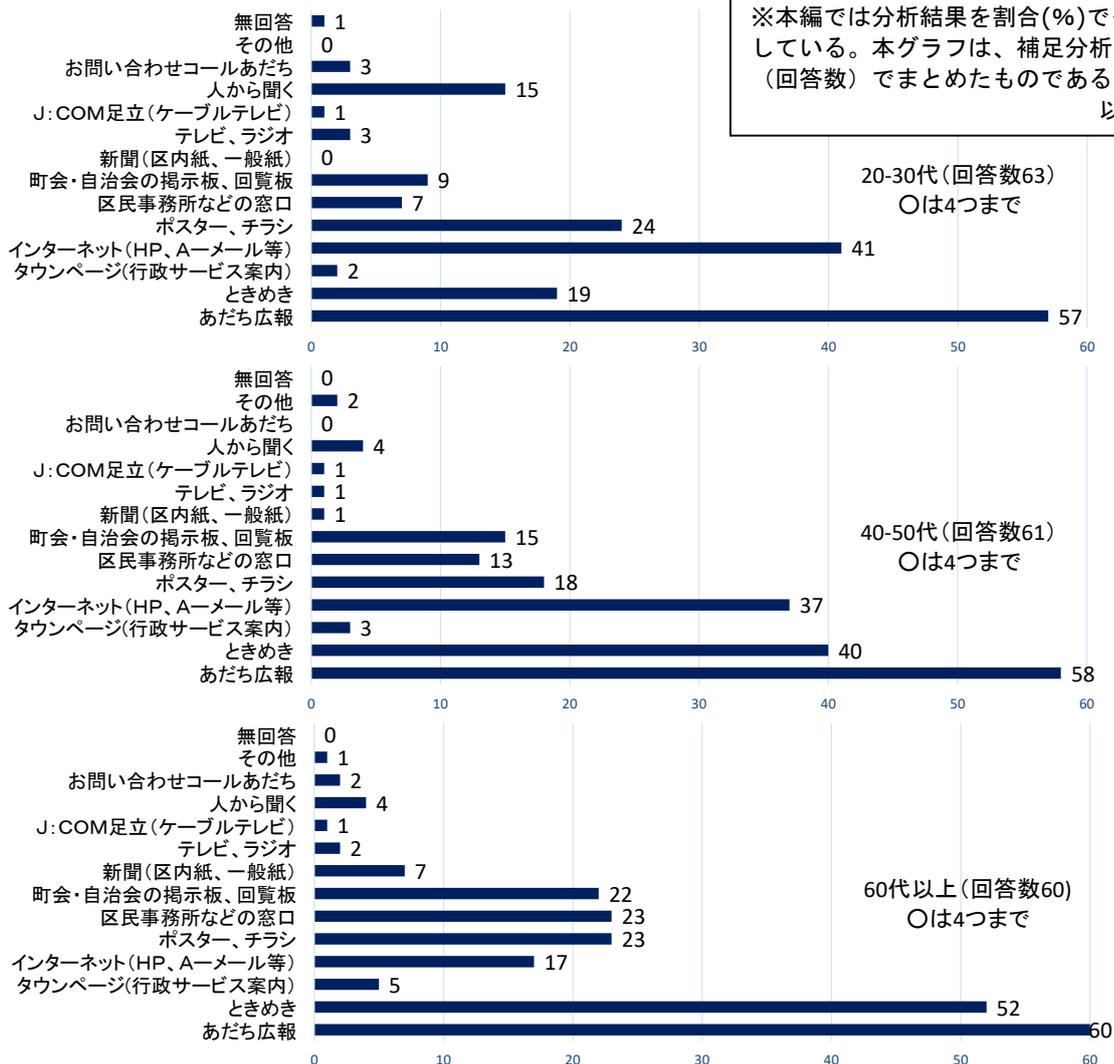
本調査の目的は、①「区の情報の入手手段」と、②「行政サービス情報がタウンページに掲載されなくなったことに対する影響度」を把握するために実施したものである。

よって、以降2つの調査目的ごとに結果分析および今後の方針を記載する。

2-1. 調査結果 【区の情報の入手手段】

① 情報は、年齢が高いほど「紙媒体」で、若い世代ほど「インターネット」で得ている。

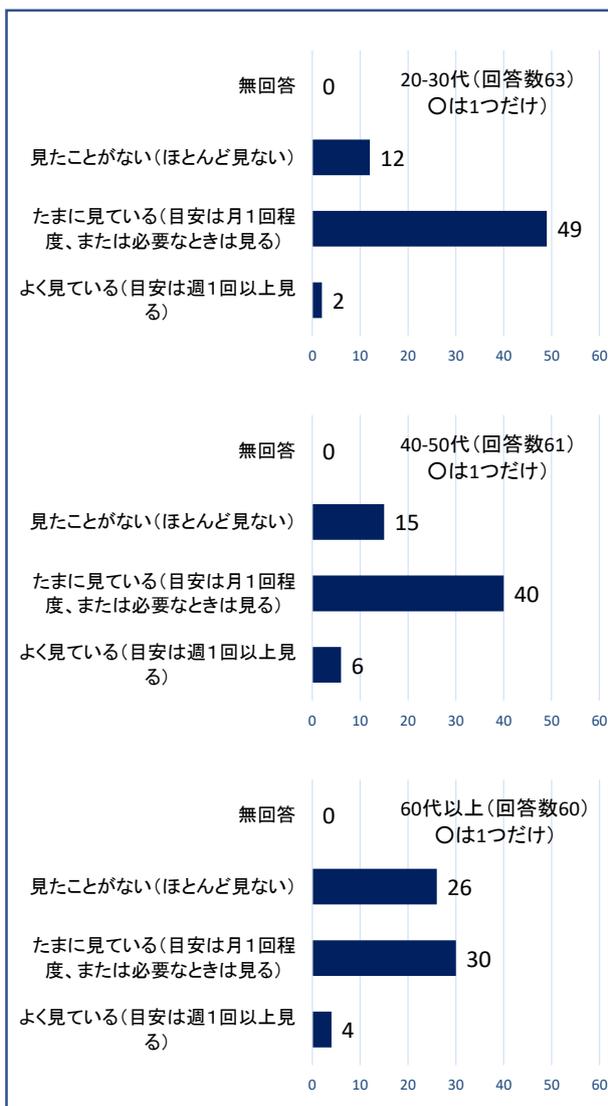
- 全体では多い順に「あだち広報」95.1%、「ときめき」60.3%、「インターネット」51.6%となったが（P15 参照）、「年代別の回答数」で見ると傾向が分かる。
- 「ときめき」と「インターネット」では利用者数が世代間で大きな差が見られ、「タウンページ」「お問い合わせコール」などは各世代で少数であった。
- 「町会・自治会の掲示板、回覧板」「区民事務所などの窓口」も年代別に差があり、世代間の町会・自治会加入率との関係が深いと推察される。
- 「人から聞く」は、回答者の性別割合が女性 65.2%で、かつ年代別割合の30-40代の和が48.9%であることから（P2 参照）、子育て世代の情報交換が要因と推察される。



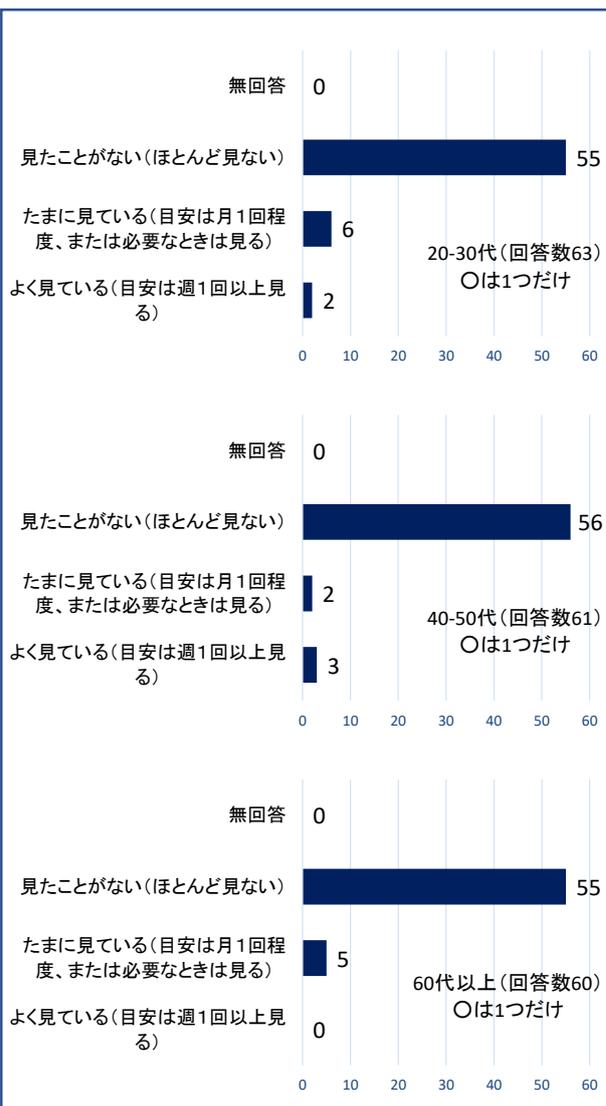
② 区の「ホームページ」は見られているが、「SNS」は世代に関わらず見られていない。

- ホームページはいずれの世代も「よく見ている」「たまに見ている」が「見たことがない(ほとんど見ない)」との回答数を上回り、60代以上でも56.7%が「見ている」層である(P23 参照)。
- SNSは、すべての世代で「見たことがない(ほとんど見ない)」が多数であり、今後の利用促進(見るきっかけづくり、内容の充実など)が必要である(P29 参照)。
- 「見ている理由」の割合は、ホームページ、SNSとも「イベントや講座(日時・内容など)の情報を得る」が最も多い(P24・P30 参照)。
- 一方、「見たことがない(ほとんど見ない)理由」は、ホームページ、SNS共に「あだち広報やA-メール、ポスター・チラシなどほかからの情報で足りている」が多く(P27・P32 参照)、前述の「情報を得る手段」の結果を裏付けている。
- SNSは「もともとツイッター、フェイスブックを使っていない」の割合が59.0%と多いが、「区のツイッター、フェイスブックは使っていない」も10.8%おり、「区の情報を得る手段として有効」と知ることによって利用率を上げていける可能性がある(P32 参照)。

★区のホームページ

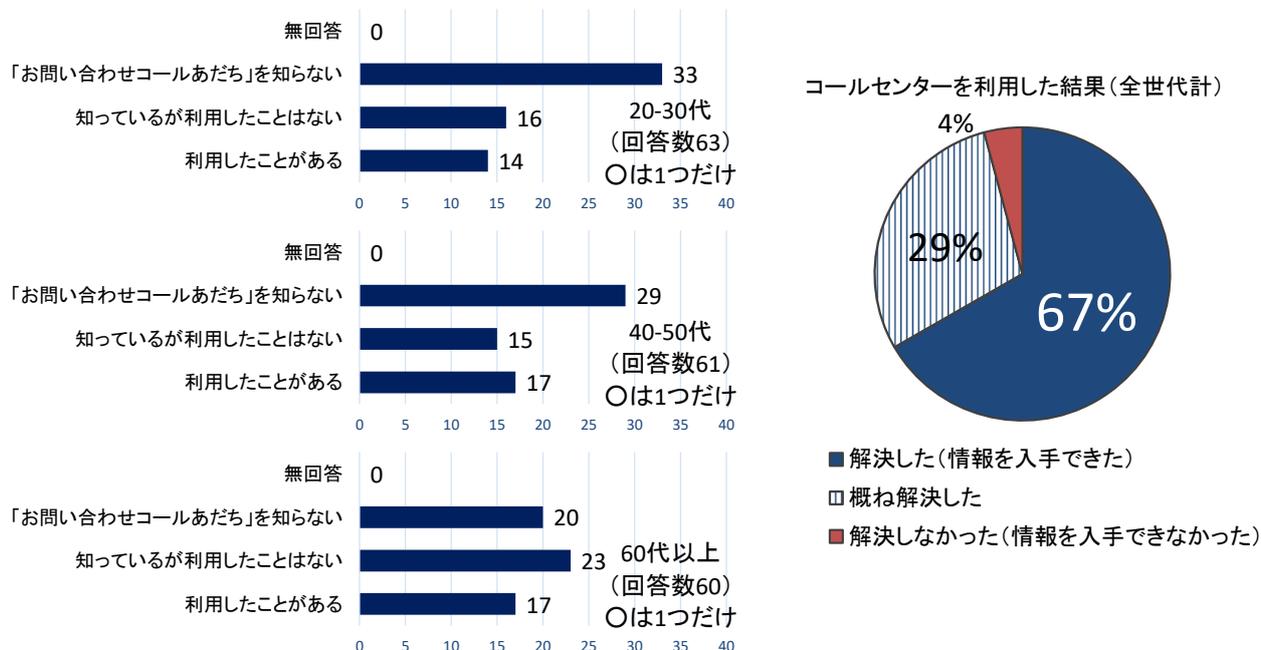


★区のSNS(ツイッター、フェイスブック)



③ コールセンターの認知度は半々だが、疑問・問題の解決度は高い。

- コールセンターの認知度は、各世代で若干の差があるものの、全体では55.4%が「利用している」「知っているが利用したことがない」と答えている（P34 参照）。
- 一方で、「利用したことがある」との回答者の「疑問・問題の解決度」は96%と非常に高く、コールセンターの機能・役割を十分に果たしている意見が多い（P35 参照）。



2-2. 今後の方針 【区の情報入手手段】

① ホームページでは、「写真や絵の活用」「検索機能の強化」などの改善要望がある。

- 近年のモバイル通信の発展・普及に伴い、若年層のみならず高齢者にとっても「インターネット」は身近なものになっている。
- 本調査での自由意見では、「見やすい、検索エンジンですぐに出てくる」など肯定意見がある一方、「見づらい、探しづらい」など否定的な意見も数多くあった（P25-26 参照）。
- 現在、2020年3月を目標に、区ホームページのリニューアルを進めており、「探しやすい・メリハリがある・モバイル閲覧」などに重点をおき新ホームページを制作していく。

② 「お問い合わせコール あだち」の周知を徹底していく。

- 「疑問や問題の解決度が高い」との回答結果となった「お問い合わせコールあだち」だが、認知率は5割強となった。
- インターネット利用率が低い高齢者には「気軽に聞けて、すぐに解決する手段」として有効であるため、住区センターなど高齢者に情報が届きやすい場所で周知を強化していく。

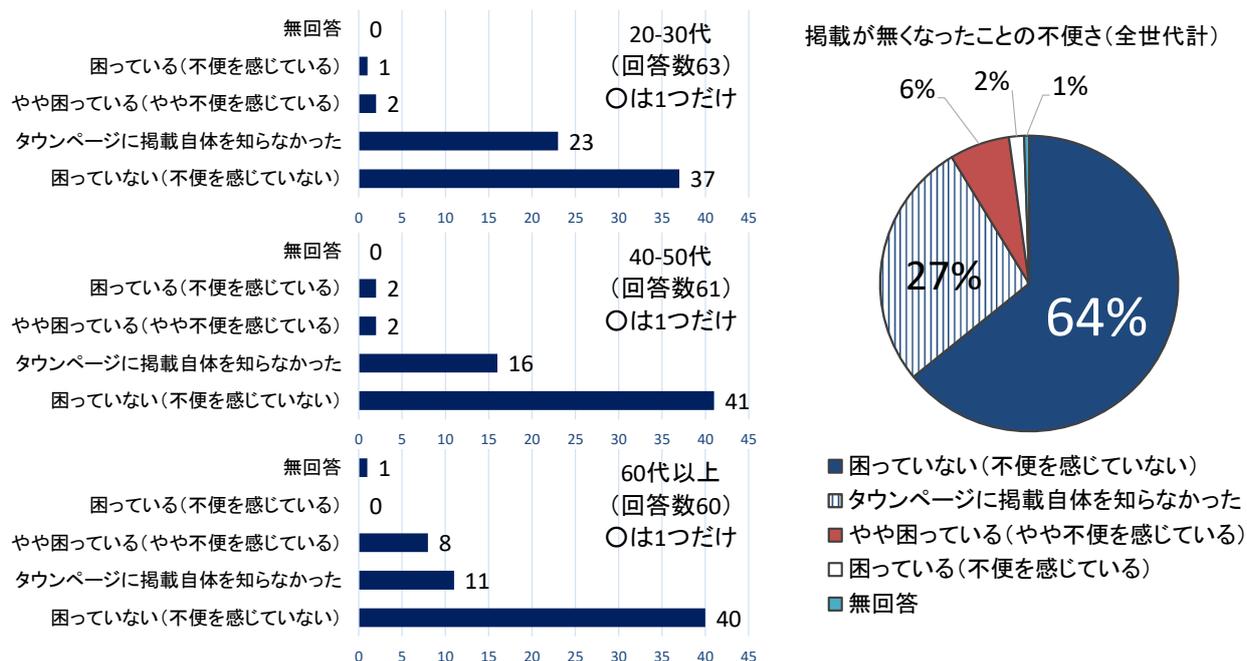
③ 誰もが読みたくなる「あだち広報」、他ツールを知るきっかけとなる「あだち広報」。

- 本調査から、あだち広報があらゆる世代の「区の情報を得る手段になっている」ことが改めてわかった。一方で、見たことがないという意見の中には、「掲載内容が面白くない（つまらない）」という意見もあり、今回の特集記事に対する意見などを参考に、より「読みたくなる」広報紙制作に努めていく。
- また本調査から、「広報紙に掲載すれば目に留まる可能性が高い」ことも再確認できた。ツイッターやフェイスブック、コールセンターなどの認知率の低いツールについて、「その存在を知るきっかけ」として広報紙での定期的な情報発信などを検討していく。

3-1. 調査結果 【「行政サービス」の掲載が無くなったことの不便さ】

① 各年代ともに、「掲載が無くなった不便さ」はあまり感じていない。

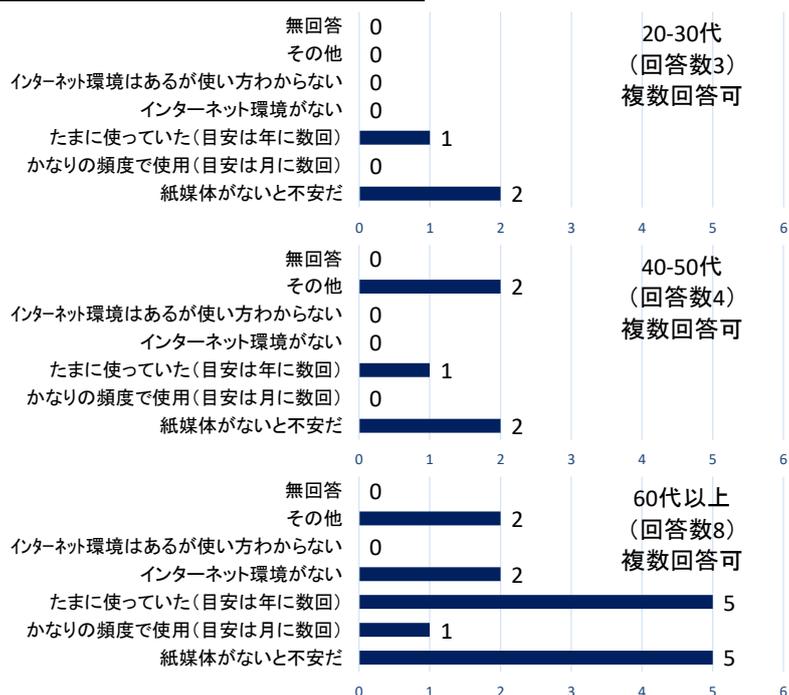
- 各年代別で見ると、若年層ほど「困っていない」傾向が強く見られる。特に、20-30代は「掲載されていること自体を知らなかった」が多く、かつて全戸配布していた「わたしの便利帳(リブイン)」の認知度も影響していると考えられる(P42参照)。
- 全体では、「困っていない」と「掲載自体を知らなかった」を合わせると9割を超える結果となり、「不便さを感じていない」層が各世代共に多い。
- 一方、60代以上では「困っている」層が13.3%おり(P38参照)、高齢者の中には紙媒体を必要とする意見があることが改めてわかった。



② 高齢者の中には「紙媒体が手元にないと不安」という意見もある。

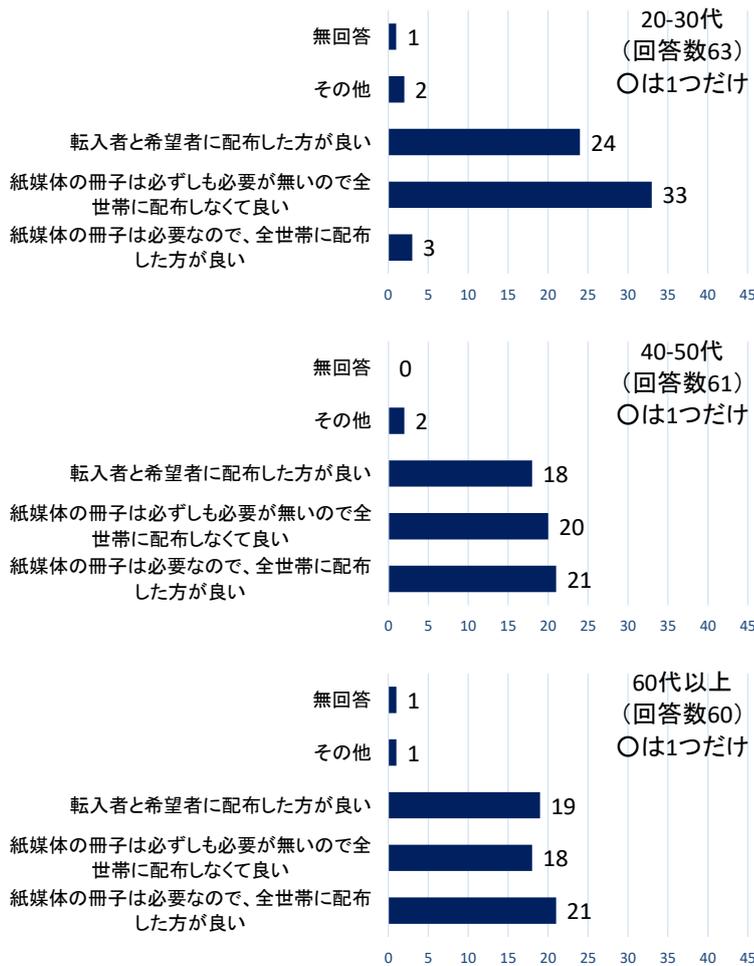
- 「困っている」理由は、「紙媒体がないと不安」「これまでのタウンページを、たまに使っていた(年に数回程度)」とする回答があり、回答総数が15と少数ではあるが、紙媒体が必要との意見も見られた。
- 「困っていない」理由は、「あだち広報で情報を得る」「インターネットを利用して調べる」「コールセンターや担当課に直接電話する」が多く、「情報の入手手段」の結果を裏付けている(P39参照)。

【困っている理由】

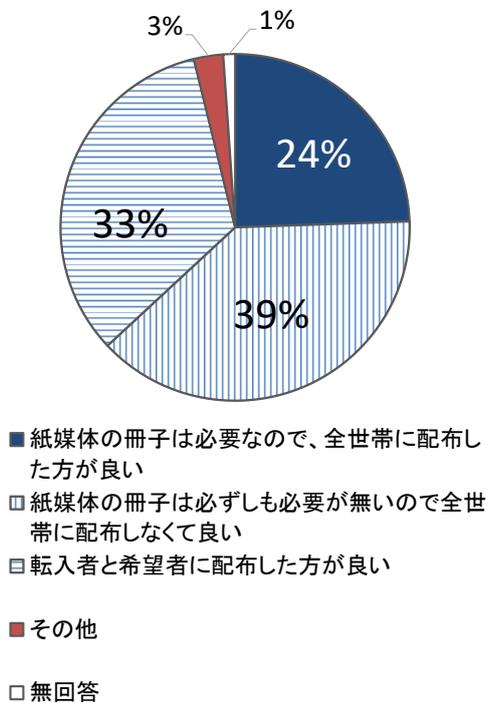


③ 「全世帯に配布は必要ではない」と考える人は、全体で7割を超えた。

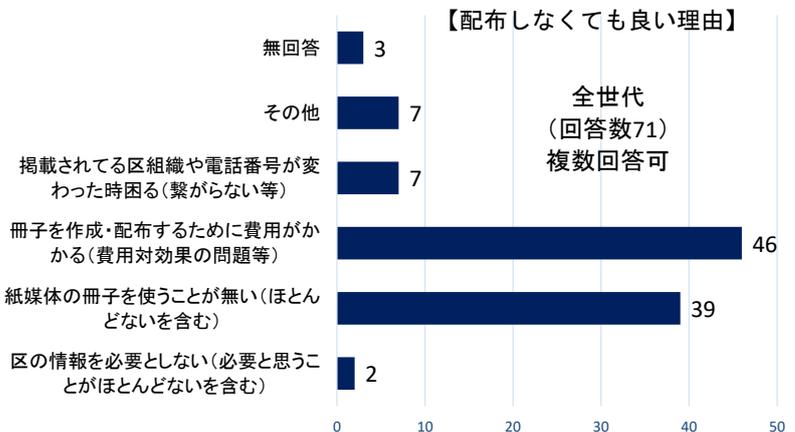
- 「紙媒体の冊子は必要なので、全世帯に配布した方が良い」との回答は、20-30代と40代以上に差が見られた。
- 「必ずしも必要が無いので、全世帯に配布しなくて良い」と「転入者と希望者に配布した方が良い」を合わせた「全世帯に配布は不要」と考える人は72%であった。
- 「配布する場合、どのくらいの頻度が望ましいか」の問いでは、「2~3年に1回程度」が最も多く42.2%となり、次いで「区の組織が大きく変わるとき(不定期)」が24.4%、「毎年発行した方が良い」が20.0%となった(P44参照)。



わたしの便利帳(リブイン)のような紙媒体の冊子の必要性(全世代計)



- 配布しなくても良い理由の全体傾向は、「費用対効果の問題等」が最も多く、「紙媒体の冊子を使うことが無い(ほとんどない)」と二分する結果となった。本調査では、全戸配布した場合の経費を掲載し質問したため、経費に対する率直な区民感情が確認できたと考える。



3-3. 今後の方針 【「行政サービス」の掲載が無くなったことの不便さ】

① 定期的かつ全戸配布ではなく、転入者および必要と考える区民への配布を継続する。

- 本調査の結果では、「全世帯に配布は必要ではない」と答えた区民が7割を超えた。区政モニター＝「区政にある程度関心のある区民層」という意味で、このモニター結果は今後の区の方針を決めるうえで重要かつ尊重すべきデータと考える。
- かつて隔年で発行していた「わたしの便利帳（リブイン）」を中止し、その後、平成26年からタウンページに行政サービス案内を掲載してきた。その間のインターネットや携帯電話・携帯端末の急激な普及、そして今後も拡大するであろうデジタル媒体での情報発信や費用対効果に対する区民意見などを総合的に判断することが必要である。
- 本分析から、平成31（2019）年度以降は、平成30年度の暫定措置と同様「行政サービス案内」（紙媒体）を制作し、転入者および希望する区民に配布する方針とする。

② 「紙媒体が必要」と考える方に、配布場所の周知を強化し、かつ配布場所を拡充する。

- 平成30年度の暫定措置では、あだち広報やホームページ、SNSでの情報発信に加え、配布場所の区民事務所カウンターでのPOP（卓上に置く小さな広告物）、住区センターや地域学習センター・図書館などでポスター掲示などを行いながら「区民事務所で配布していること」を周知した（下記【参考】を参照）。
- 平成31（2019）年度は、特に高齢者層に「紙媒体の冊子を必要と考える区民」がいることを考慮し、「配布していること」の情報発信の強化や、配布場所の拡大を検討していく。

③ 転入者向けの記事を増やし、電話帳としての機能は「コールセンター」に誘導していく。

- 転入時に「行政サービス案内(冊子)」を受け取る率は全体のおよそ6～7割程度である。
- 平成30年度の暫定措置では、これまでタウンページに掲載していた内容（ほぼ電話番号と簡単な説明文）を見直し、現在足立区が取り組む施策の紹介を数ページ加えた。今後、転入者向けの要素を強めていく必要があるため、継続して掲載内容を見直していく。
- また、電話番号の掲載は引き続き必要と考えるが、ページ数の関係から、業務内容や対象者、基準などの説明には限界があるため、疑問や課題の解決率が高いことが改めてわかった「お問い合わせコール あだち」への誘導を強化していく。

【参考】

平成30年10月～31年1月までの配布実績（約4ヶ月）

区民事務所	月平均 (総数)	月平均 (希望者)
伊興区民事務所	50	2.5
梅田区民事務所	30	2.0
興本区民事務所	30	1.5
江南区民事務所	15	1.5
江北区民事務所	55	2.5
佐野区民事務所	90	2.5
鹿浜区民事務所	25	2.5
新田区民事務所	35	4.5
千住区民事務所	300	1.5
竹の塚区民事務所	70	4.0
舎人区民事務所	50	2.5
中川区民事務所	50	1.0
西新井区民事務所	65	1.0
花畑区民事務所	25	2.5
東綾瀬区民事務所	130	1.5
保塚区民事務所	25	2.5

※あいうえお順。（総数）は転入者と希望者を足した数。
なお、電話での郵送依頼は2件であった。



※住区センター等に掲載したポスター

1. 区の情報入手手段について

【現状】

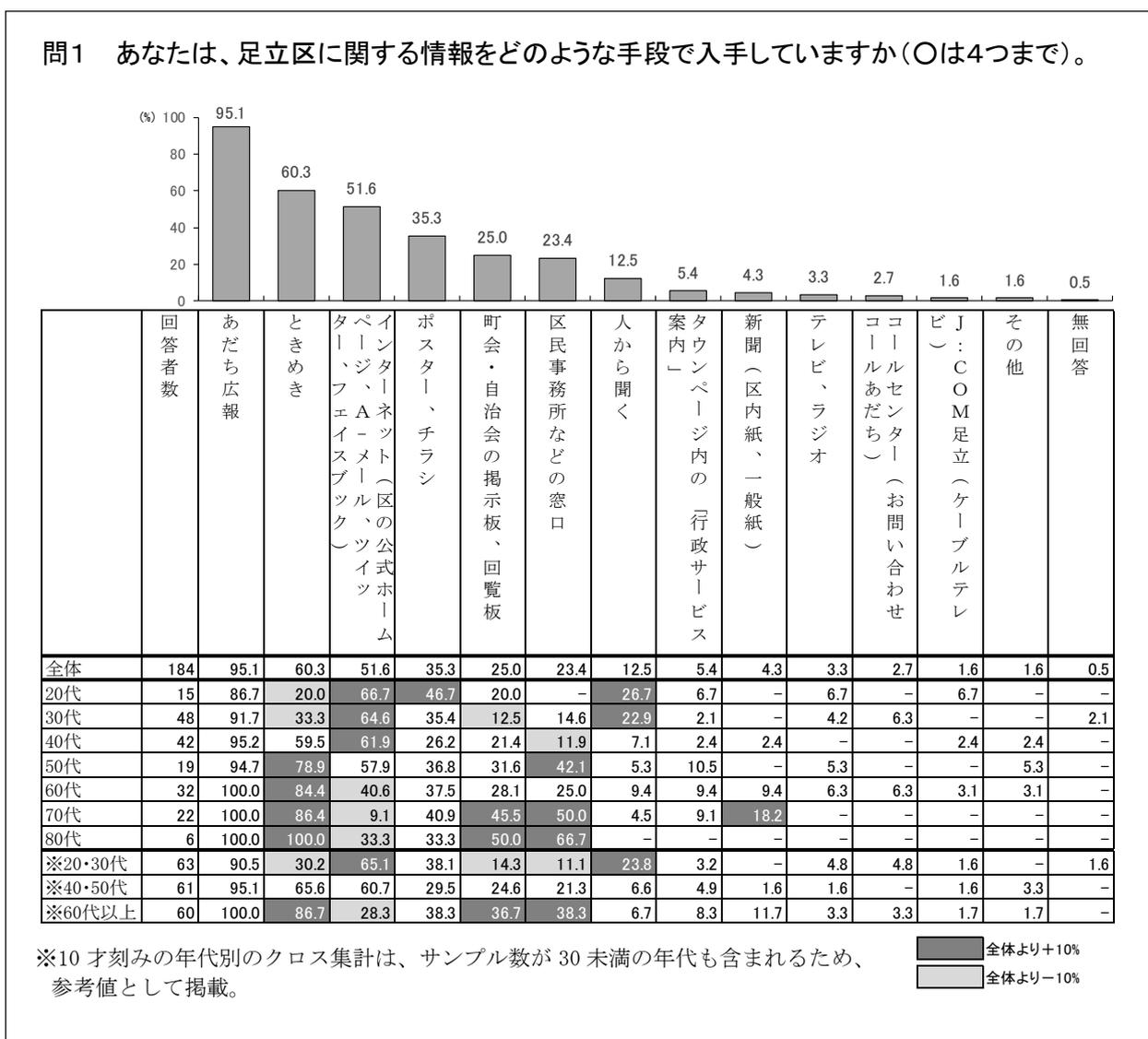
区の情報入手手段（問1）【回答者数 184名】

- 「あだち広報」は、全体の9割台半ばが利用している。また、幅広い年代で、区の情報入手する手段として最も多く利用されている。
- 高齢層で「ときめき」を利用する人の割合が9割弱と高く、年代差が顕著である。
- 若年になるほど「インターネット」を通じて区の情報入手する人の割合が高くなる傾向がみられる。
- 高齢になるほど「町会・自治会の掲示版、回覧板」「区民事務所などの窓口」での区の情報入手する人の割合が高くなる傾向がみられる。

【課題】

- 「あだち広報」は、年代を問わず、最も多くの人利用していることから、区の情報発信手段の軸として、十分に活用していくことが重要と考える。
- 高齢者などの“情報・通信機器を利用した情報の検索が容易ではない人々”にも必要な情報が伝わるよう、インターネットだけではなく、紙媒体を含む様々な形態の情報発信を複合的に展開する必要がある。

1-1. 区の情報入手手段



- 区に関する情報の入手手段を聞いたところ、「あだち広報」(95.1%)が9割台半ばと最も高く、以下「ときめき」(60.3%)、「インターネット(区の公式ホームページ、A-メール、ツイッター、フェイスブック)」(51.6%)の順が続いている。
- 20代と30代を合わせた若年層、40代と50代を合わせた中年層、60代以上を高年齢層とした年齢層別(以下、年齢層別)にみると、「あだち広報」は、すべての年齢層で9割から10割に達していることに加え、すべての年齢層において区に関する情報入手手段として最も多く利用されている。
- また、若年層では「インターネット(区の公式ホームページ、A-メール、ツイッター、フェイスブック)」(65.1%)と「人から聞く」(23.8%)で全体に比べて高くなっている。
- 一方、高年齢層では「ときめき」(86.7%)が全体に比べて+26.4ポイントと突出して高くなっているのに加えて、「町会・自治会の掲示板、回覧板」(36.7%)と「区民事務所などの窓口」(38.3%)でも、全体に比べて高くなっている。

2. 「あだち広報」について

【現状】

「あだち広報」の利用状況（問2）【回答者数 184名】

- 「毎回見ている」人は全体の7割台半ばを占め、高齢になるほど割合が高くなっている。
- 「毎回見ている」に「たまに見ている」を合わせた【見ている（計）】は、すべての年齢層で9割台半ばを超えている。

「あだち広報」の見ている記事（問2-1）【回答者数 178名】

- 「イベントや講座の情報」が9割弱でトップに挙げられ、殆どの方が閲覧している状況である。以下、「特集記事」が6割台半ばで次点に入り、「啓発や注意喚起の情報」と「表紙（葦立ちを含む）」がそれぞれ5割と5割弱の僅差で並んで続いている。

「あだち広報」で今後、特集記事で特集してほしい内容（問2-2）【回答者数 178名】

- 回答該当者178名のうち、回答を記入した91名からの意見を分類・集計したところ、「グルメ・お店特集」（21件）、「観光・街歩き特集」（20件）、「イベント特集」（18件）、「文化活動に関する特集」（14件）の順に多く挙げられた。

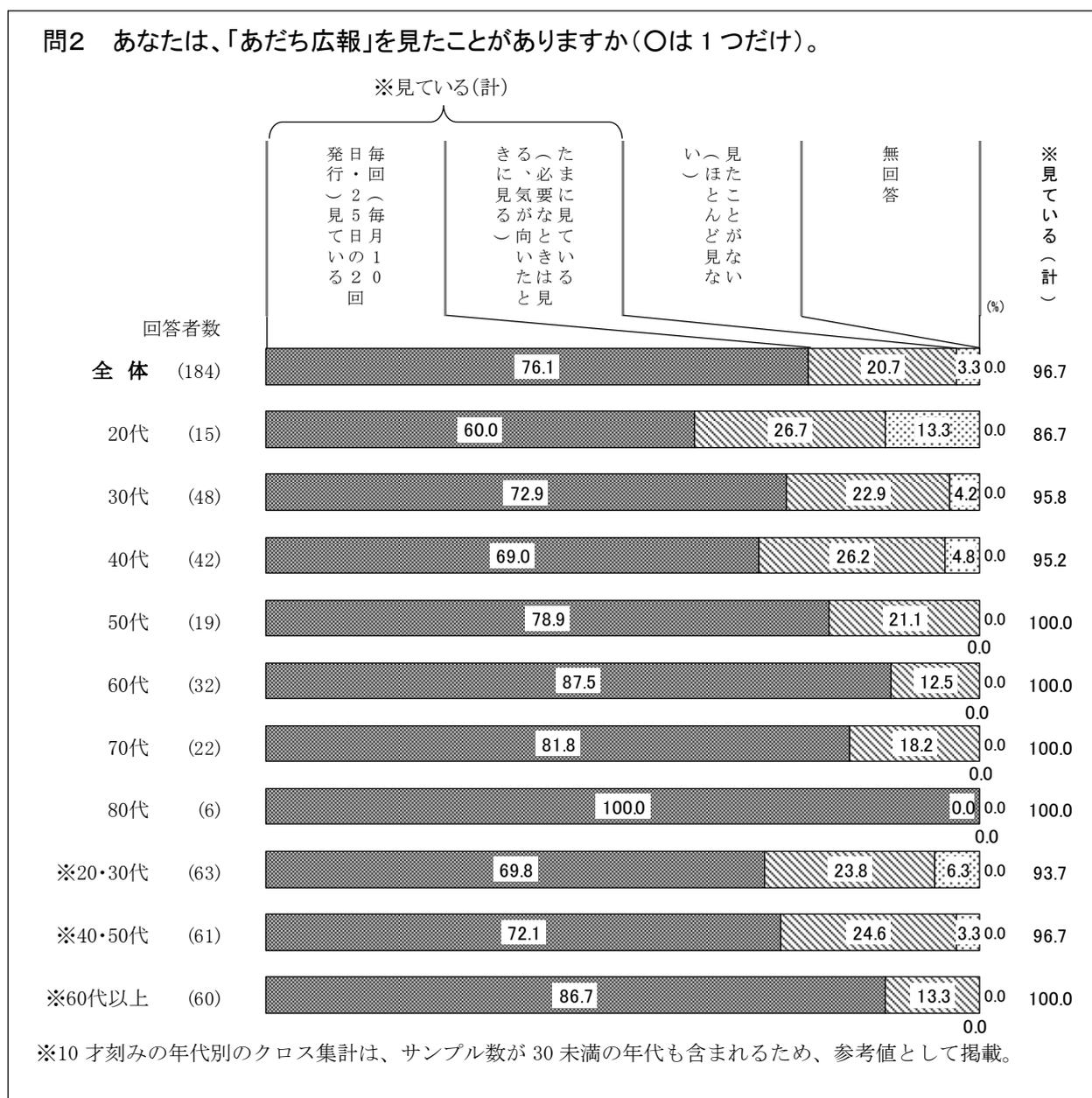
「あだち広報」を見たことがない理由（問2-3）【回答者数 6名】

- 回答者数が6名と少ないものの、6名中3名が「掲載内容が面白くない（つまらない）」を挙げている。

【課題】

- 「あだち広報」は、全体で4人に3人が「毎回」閲覧している。また、「たまに見ている」を合わせた【見ている（計）】の割合は、すべての年齢層で9割台半ばを超えており、年齢を問わず、多くの人に利用されていることが分かる結果となっている。
- 「イベントや講座の情報」は閲覧者の9割弱が見ており、高い関心を集めている一方、「啓発や注意喚起の情報」は見ている人の割合が5割と低くなっている。
- 今後は、最も利用されている「あだち広報」を通じて、すでに関心を持たれている「イベントや講座の情報」や「特集記事」に加え、さらに多くの方が「啓発や注意喚起の情報」にも目を向けられるよう、レイアウトや紙面を工夫していくことが望まれる。

2-1. 「あだち広報」の利用状況

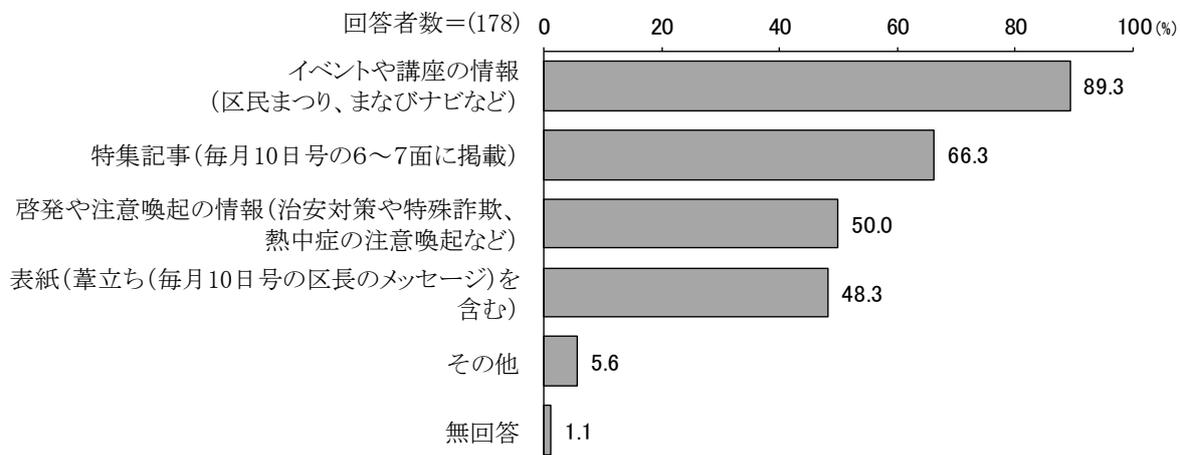


- 「あだち広報」の利用状況を見ると、「毎回(毎月10日・25日の2回発行)見ている」(76.1%)が7割台半ばを占めて最も多い。
- これに、「たまに見ている(必要に応じて見る、気が向いたときに見る)」(20.7%)を合わせた【見ている(計)】は96.7%に達している。
- 年齢層別にみると、高齢層で「毎回(毎月10日・25日の2回発行)見ている」(86.7%)が9割弱と高くなっている。また、すべての年齢層で【見ている(計)】が9割台半ばから10割と高い比率になっている。

2-2. 「あだち広報」のしている記事

問2で「1. 毎回見ている」、または「2. たまに見ている」とお答えの方に

問2-1 見ている(興味のある)記事は何ですか(○はあてはまるものすべて)。



- 「あだち広報」を「毎回みている」または「たまに見ている」と回答した人に対し、見ている(興味のある)記事を聴いたところ、「イベントや講座の情報(区民まつり、まなびナビなど)」(89.3%)が9割弱と最も高かった。
- 以下「特集記事(毎月10日号の6~7面に掲載)」(66.3%)、「啓発や注意喚起の情報(治安対策や特殊詐欺、熱中症の注意喚起など)」(50.0%)、「表紙(葦立ち(毎月10日号の区長のメッセージ)を含む)」(48.3%)の順が続いている。

2-3. 「あだち広報」で今後、特集記事で特集してほしい内容

問2-2 今後、特集記事(毎月10日号の6~7面)で特集してほしい内容がありましたら、ご自由にお書きください。

今後、特集記事で特集してほしい内容について、自由に記述してもらったところ、91人から回答を得たので、一部を抜粋して掲載する。

■グルメ・お店特集 (21件)

- ・街の特集、グルメの特集、ラーメン特集。
- ・カフェ特集、パン屋特集、夜市・朝市特集。
- ・子どもや赤ちゃん連れに優しいお店等の特集を見たい。
- ・「あだち市場」の一般購入日の紹介。

■観光・街歩き特集 (20件)

- ・足立区の名所など。秋なら紅葉、春なら桜。足立区ならではの魅力を伝えてほしい。
- ・神社仏閣特集、路線バス特集。
- ・バス「はるかぜ」で行ける楽しい所、名所の紹介。
- ・身近の街歩き散歩の案内。

■イベント特集 (18件)

- ・イベント、地域のお祭り情報。北千住周辺の大学での催し(現在も載っていますが、もう少し詳しく)。
- ・足立区内で行われているイベントの詳細を、写真や参加した人の声も交えて紹介してほしい。参加するにはハードルが高いものでも、写真などでその様子がわかれば参加しやすくなります。
- ・足立区内の音楽の団体の紹介。演奏会、演奏団体(オーケストラ、合唱団)等を。
- ・子どものスポーツ大会。

■文化活動に関する特集 (14件)

- ・各住区センターや生涯学習センターの特徴や場所、最寄駅、利用状況や取り組みなどの情報。
- ・講座の受講状況や感想。

第2章 調査結果の分析及び所管意見(2. あだち広報)

- ・足立区に住んでいた偉人達“森鷗外”などの特集。
- ・図書館特集。

■緑・公園特集（13件）

- ・子どもが遊べる公園特集。
- ・足立区の交通公園特集が見たいです。
- ・四季の花やその時期に景色が良い公園などの特集。例えば、桜を見るならこの並木道とか、ここのコスモス畑が秋はおすすめ等。

■子育て・学校特集（8件）

- ・子育てに関する足立区の取り組みを特集して欲しいです。（妊娠から出産、育児において区のサポートが色々あることをもっとアピールする記事を読みたいです）
- ・学校の活動紹介。
- ・区内の大学特集。

■ボランティア特集（4件）

- ・ボランティアの活動内容の紹介。
- ・2020 オリンピックのボランティア情報。

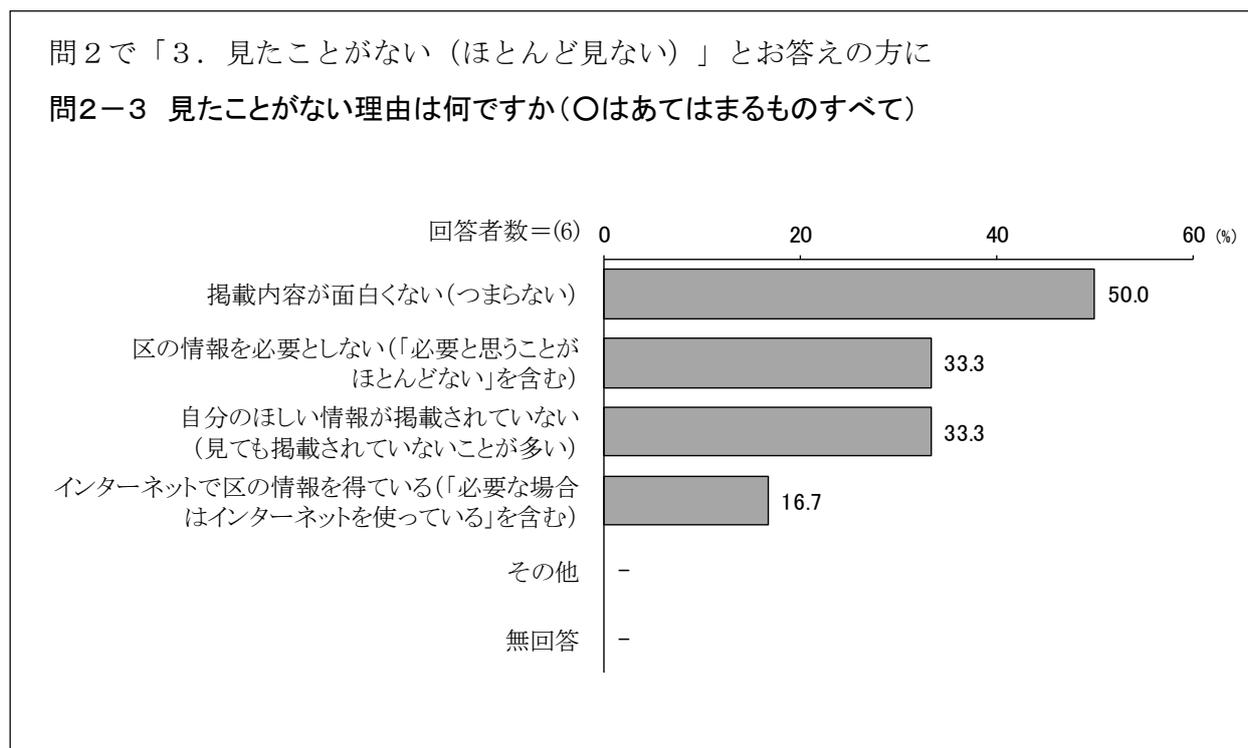
■防災特集（3件）

- ・「防災特集」を1回行い、年間を通して防災に関する「保存ページ」を組んでいく。
- ・災害時の特集（具体的な避難の方法について）。首都直下型がきたときに備えたいため。

■その他（18件）

- ・家でできる仕事の特集をして欲しい。
- ・中高年の就職支援サービス。
- ・あなたの街の頑張り屋さんなどの人物紹介。
- ・治安に関する記事。
- ・健康に関すること。
- ・足立区で営まれている農業の特集。

2-4. 「あだち広報」を見たことがない理由



- 「あだち広報」を「見たことがない（ほとんど見ない）」と回答した人に対し、見たことがない理由を聞いたところ、回答者数が6名と少ないものの、6名中3名が「掲載内容が面白くない（つまらない）」（50.0%）を挙げている。

3. 「区のホームページ」について

【現状】

「区のホームページ」の利用状況（問3）【回答者数 184 名】

- 「たまに見ている」が6割台半ばを占め、「よく見ている」は6.5%と少数になっている。一方、「見たことがない」は3割弱となっている。
- 高齢になるほど、【見ている（計）】は低くなる傾向がみられる。

「区のホームページ」を見ている理由（問3-1）【回答者数 131 名】

- 「イベントや講座の情報を得る」が7割、「『窓口や手続き方法、施設の住所など』の情報を得る」が6割弱で、上位2項目である。
- 「重要なお知らせやトピックス情報を得る」は4割弱で3位、「『啓発や注意喚起など』の情報を得る」は2割台半ばで4位となっている。

「区のホームページ」についてのご意見（問3-2）【回答者数 131 名】

- 回答該当者 131 名のうち、回答を記入した 60 名からの意見を分類・集計したところ、「検索しづらい・探しづらい」（24 件）、「見づらい・わかりにくい」（16 件）など、否定的な意見が多く挙げられている。一方、「見やすい・情報が入手しやすい」は 10 件となっている。

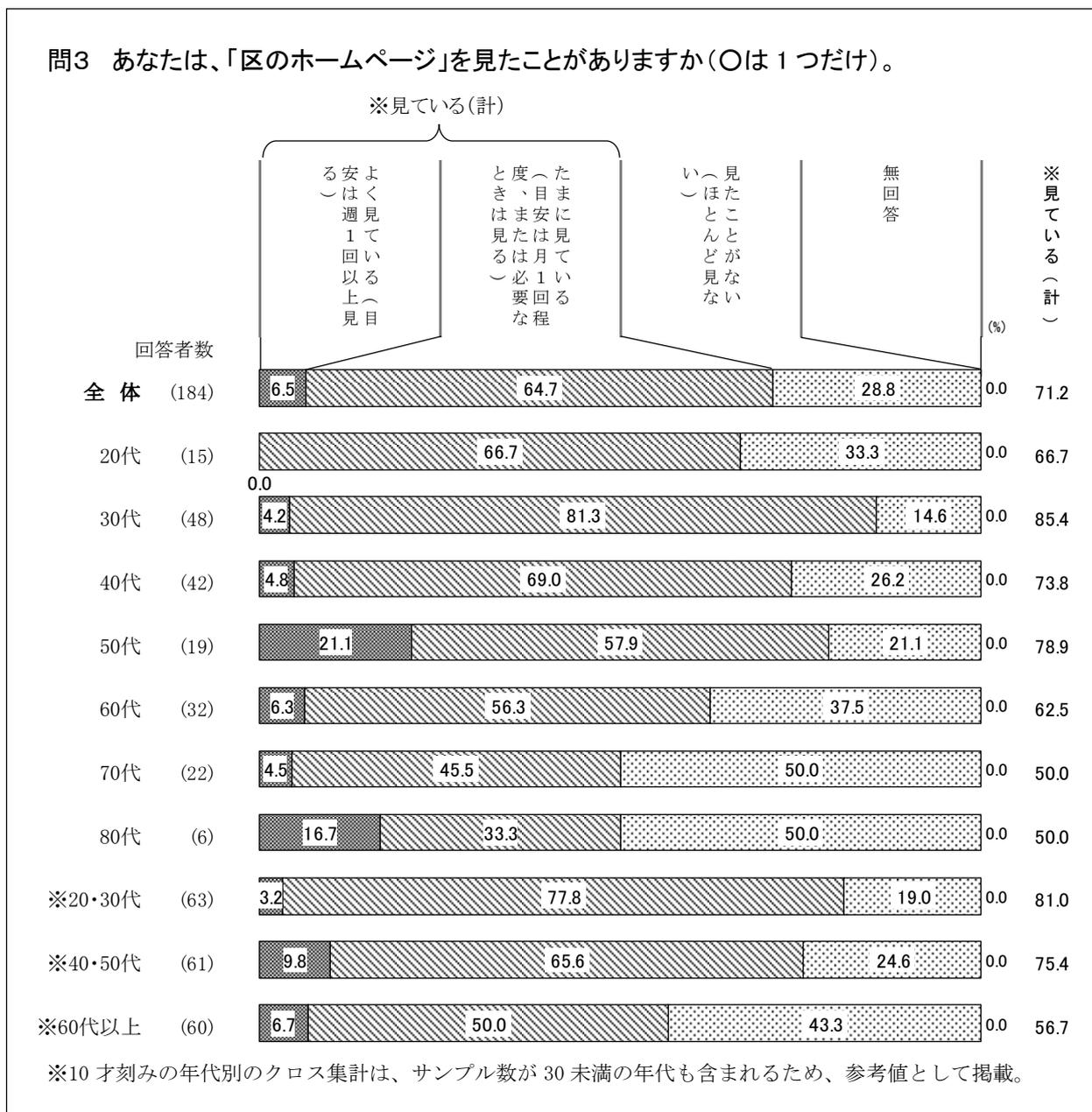
「区のホームページ」を見たことがない理由（問3-3）【回答者数 53 名】

- 「あだち広報やA-メール、ポスター・チラシなど、ほかからの情報で足りている」が5割台半ばで、回答が集中している。
- 「その他」（30.2%：16名）の内容をみると、16名のうち9名が「パソコン・スマートフォンがないから」という趣旨の回答内容となっている。

【課題】

- 区のホームページは「たまに見ている」人が最も多く、目的や必要な手続きに応じて、情報を検索するかたちでの利用が多いことが分かる。そのような利用方法を鑑みると、“検索しやすさ・探しやすさ”を向上させていくことが、最も重要な課題と考えられる。
- さらに、重要な情報や新着情報を目立たせるなど、“見やすさ・わかりやすさ”についても改善を求める声が寄せられている。

3-1. 「区のホームページ」の利用状況

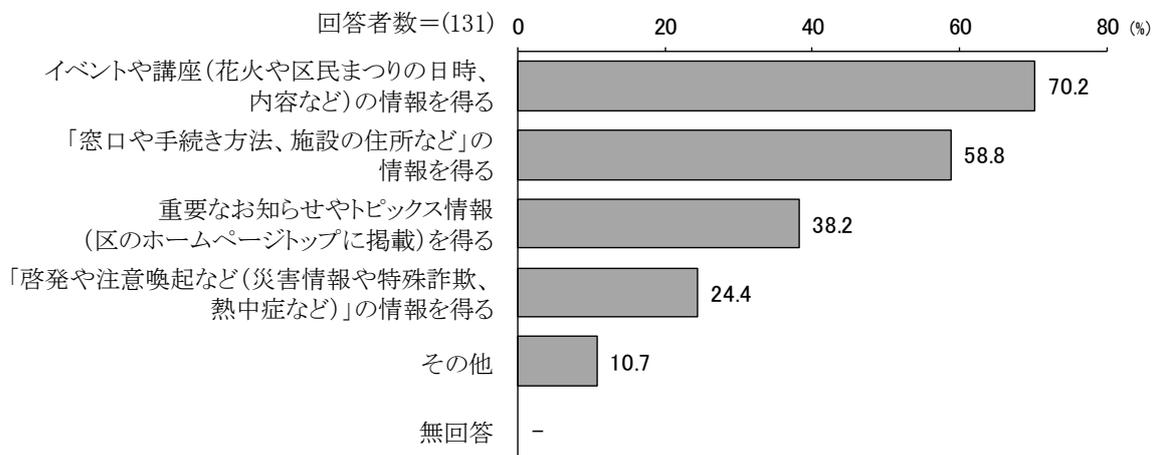


- 「区のホームページ」の利用状況を見ると、「よく見ている(目安は週1回以上見る)」(6.5%)と「たまに見ている(目安は月1回程度、または必要なときは見る)」(64.7%)を合わせた【見ている(計)】は71.2%と7割強を占めている。
- 年齢層別にみると、【見ている(計)】は、高齢になるほど低くなる傾向がみられる。

3-2. 「区のホームページ」を見ている理由

問3で「1. よく見ている」、または「2. たまに見ている」とお答えの方に

問3-1 見ている理由は何ですか(○はあてはまるものすべて)。



- 「区のホームページ」を「よく見ている」または「たまに見ている」と回答した人に対し、見ている理由を聞いたところ、「イベントや講座（花火や区民まつりの日時、内容など）の情報を得る」（70.2%）が最も高かった。
- 以下「『窓口や手続き方法、施設の住所など』の情報を得る」（58.8%）、「重要なお知らせやトピックス情報（区のホームページトップに掲載）を得る」（38.2%）の順に続いている。

3-3. 「区のホームページ」についての意見

問3-2 区のホームページについて、ご意見がありましたら、ご自由にお書きください。

区のホームページについて、自由に記述してもらったところ、60人から回答を得たので、一部を抜粋して掲載する。

■検索しづらい・探しづらい (24件)

- ・検索しづらい。各地域の学習センターの講座など、個別に関連リンクがある情報が特にわかりづらいです。
- ・あだち広報を見て、詳細等を区のホームページで確認するとき、目的の箇所へすぐ辿りつかない。検索キーワードですぐ目的のところに入れると便利だと思います。(あだち区報の中に検索キーワードの記載があれば助かります)
- ・目的の情報まで辿りづらい。キーワードの概念検索ができると嬉しい(現時点であるなら、更に高精度のもの)。
- ・ホームページから直接リンクにとべない為、検索を数回するの必要があり、手間を感じる時があります。

■見づらい・わかりにくい (16件)

- ・見づらい。つまらない。メリハリがない。重要な記事や新しいお知らせ、急ぎのもの等はトップに目立たせた方がいい
- ・もう少し、写真や絵などでわかりやすくしてほしい。
- ・全体的に少し見づらいように感じます。記載されている電話番号が携帯画面からタッチでダイヤルできるよう統一してほしいです。
- ・新着情報が見づらいので、タイトル頭に new や【新】などで分かりやすく表示してほしいです。

■欲しい情報がない (12件)

- ・項目が多すぎて検索しづらいこともある。また、もう少し詳しい情報や連絡先まで欲しい項目もある。例えば、サークル活動の情報など。募集が締め切られた情報や古くなった情報は迅速に削除していいと思う。
- ・図書館の施設情報が見づらかった。受付場所の情報がすぐに見られなかった。地域センターや児童館のイベント情報がない。

第2章 調査結果の分析及び所管意見(3. 区のホームページ)

- ・知りたい情報が載っていないことが多く、結局、問い合わせをしなくてはわからないことがある。
- ・足立食堂に給食レシピを沢山載せてほしい。

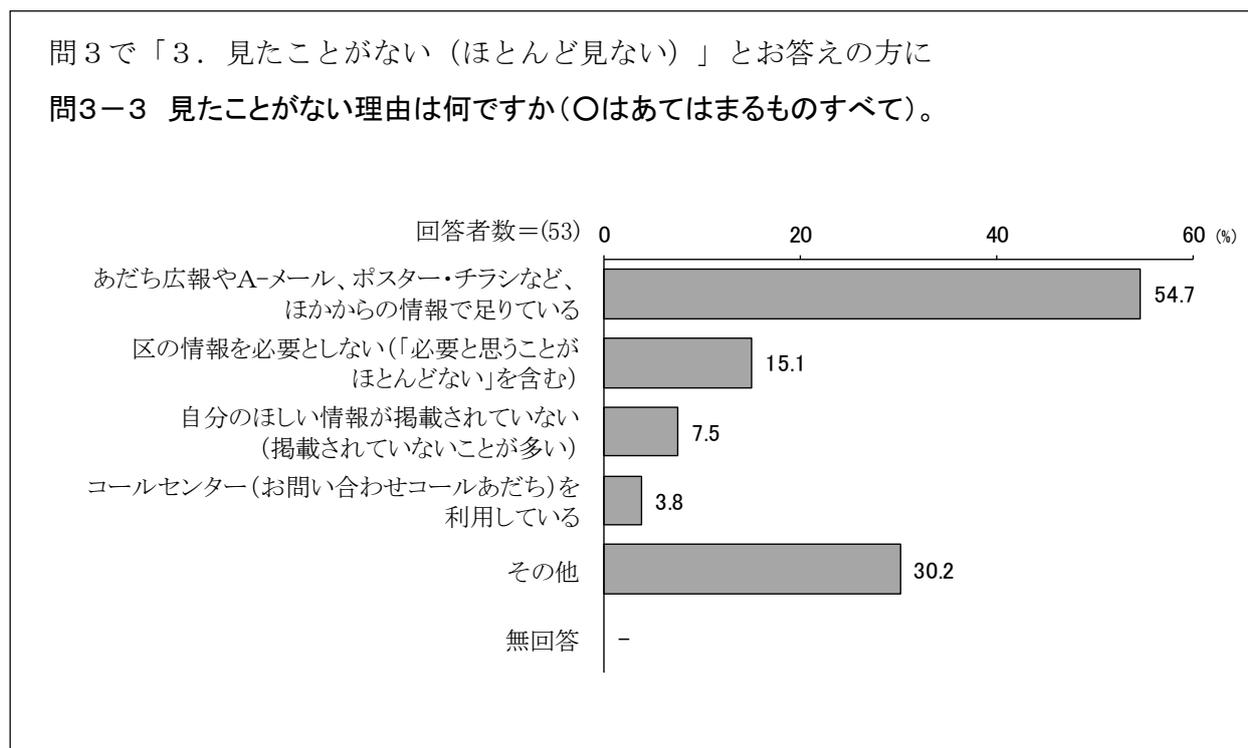
■見やすい・情報が入手しやすい (10 件)

- ・検索エンジンで検索をかけると、すぐに出て来てくれるし、見やすくわかりやすい。
- ・スマートフォンからも情報が入手しやすい。
- ・大変分かりやすい。タイムリーな情報満載でいつも楽しみにしています。

3-4. 「区のホームページ」を見たことがない理由

問3で「3. 見たことがない（ほとんど見ない）」とお答えの方に

問3-3 見たことがない理由は何ですか(○はあてはまるものすべて)。



- 「区のホームページ」を「見たことがない（ほとんど見ない）」と回答した人に対し、見たことがない理由を聞いたところ、「あだち広報やA-メール、ポスター・チラシなど、ほかからの情報で足りている」（54.7%）が5割台半ばで最も高くなっている。

4. 「区のSNS」について

【現状】

「区のSNS」の利用状況（問4）【回答者数 184名】

- 「見たことがない（ほとんど見ない）」人が9割を占め、【見ている（計）】は9.8%と少数である。
- 若年層で【見ている（計）】が12.7%と、やや高くなる傾向がみられる。

「区のSNS」を見ている理由（問4-1）【回答者数 18名】

- 「イベントや講座情報の情報を得る」が8割強でトップに挙げられている。

ツイッター、フェイスブックについてのご意見（問4-2）【回答者数 18名】

- 回答該当者18名のうち、回答を記入した10名からの意見を分類・集計したところ、「投稿内容に工夫の余地あり」（5件）、「発信の頻度を上げて欲しい」（3件）、「簡潔で読みやすい」（2件）、「素早く情報を得られる」（2件）の順に多く意見が挙げられている。

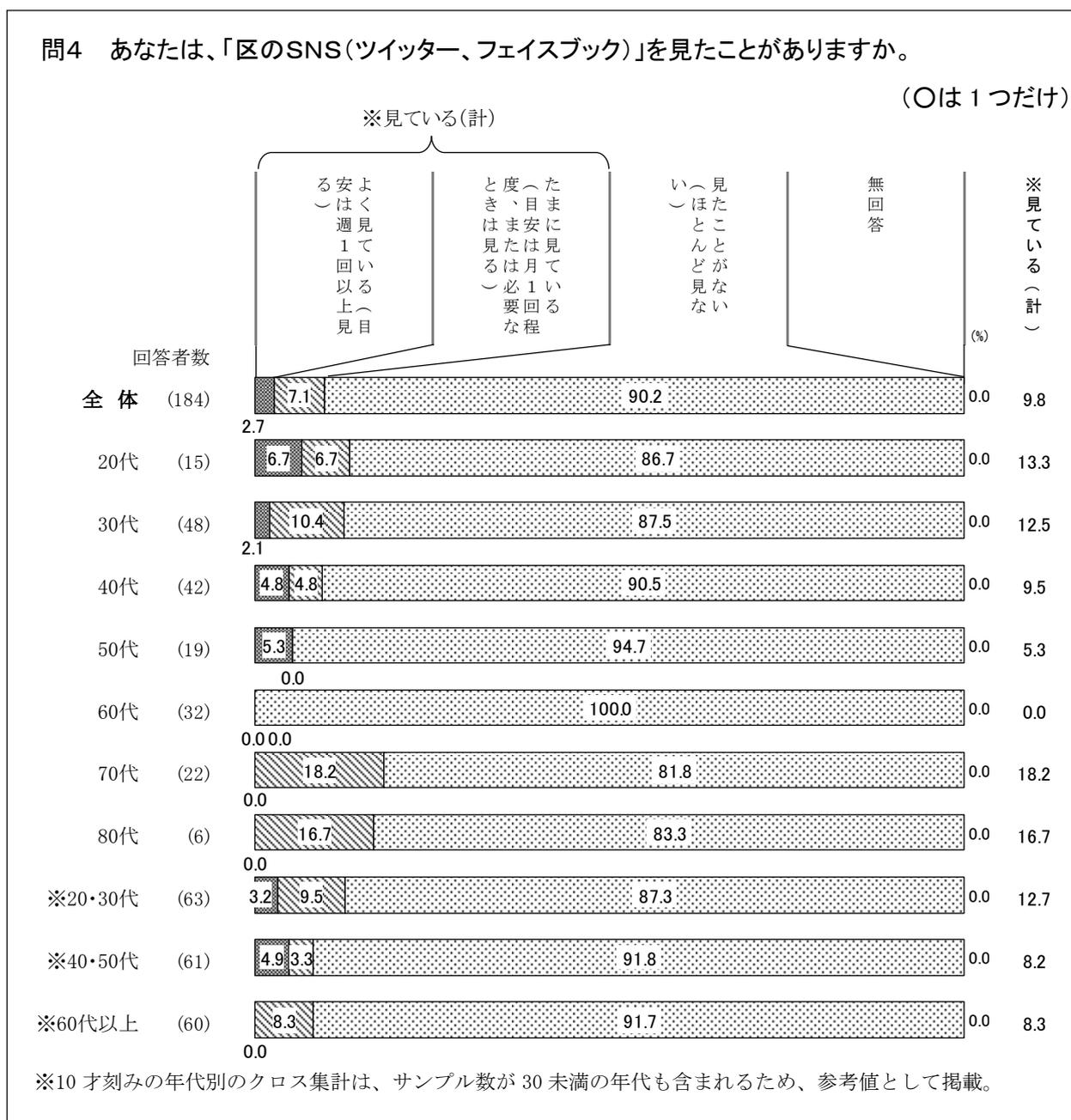
「区のSNS」を見たことがない理由（問4-3）【回答者数 166名】

- 「あだち広報や区のホームページ、A-メール、ポスター・チラシなど、ほかからの情報で足りている」が4割強で、回答が集中している。
- また、区のSNSを見たことがない（ほとんど見ない）人のうち、「もともとフェイスブック、ツイッターを使っていない」人が6割弱と多くなっている。

【課題】

- 区のSNS（ツイッター・フェイスブック）の利用者は1割未満と少数にとどまるものの、インターネット自体の利用者は全体で5割強という状況である。
- SNSの利用者が比較的多い若年層での利用を広げていくことが、第一のステップと考えられる。
- 簡潔に素早く情報を得られることに加えて、親しみを感じられるような表現方法や、頻回に発信するなど、区が発信する情報が、自分の暮らしにとって身近で有益な情報であると感じられるよう、発信内容を改善していくことが望ましい。

4-1. 「区のSNS」の利用状況

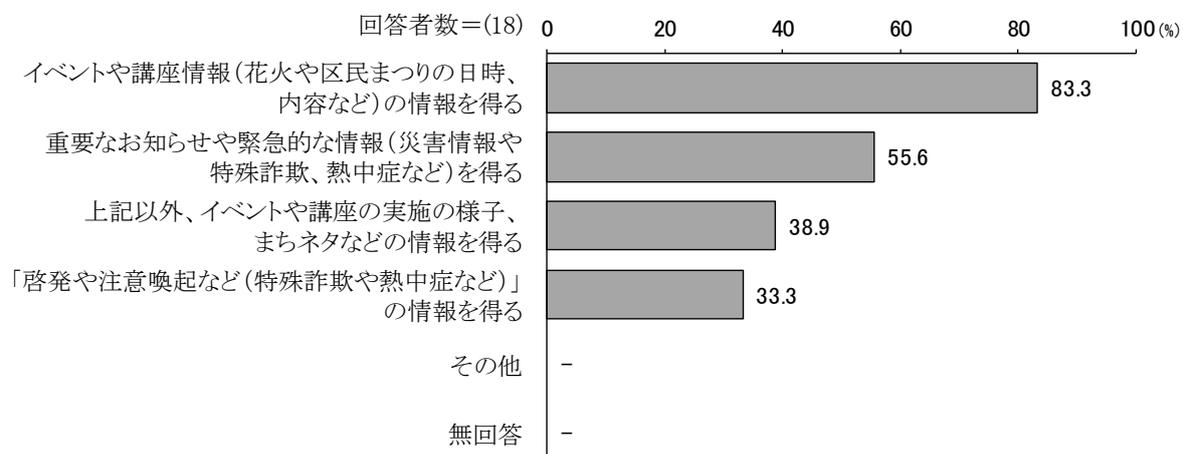


- 「区のSNS(ツイッター、フェイスブック)」の利用状況を見ると、「よく見ている(目安は週1回以上見る)」(2.7%)と「たまに見ている(目安は月1回程度、または必要なときは見る)」(7.1%)を合わせた【見ている(計)】は9.8%となっている。
- 一方、「見たことがない(ほとんど見ない)」は90.2%と9割に達している。
- 年齢層別にみると、大きな差はみられないものの、若年層では【見ている(計)】がやや高くなっている。

4-2. 「区のSNS」を見ている理由

問4で「1. よく見ている」、または「2. たまに見ている」とお答えの方に)

問4-1 見ている理由は何ですか(○はあてはまるものすべて)。



- 「区のSNS」を「よく見ている」または「たまに見ている」と回答した人に対し、見ている理由を聞いたところ、回答者数は18名と少ないものの、「イベントや講座情報(花火や区民まつりの日時、内容など)の情報を得る」(83.3% : 15名)が8割台半ばと最も高かった。
- 次いで「重要なお知らせや緊急的な情報(災害情報や特殊詐欺、熱中症など)を得る」(55.6% : 10名)が5割台半ばで続いている。

4-3. ツイッター、フェイスブックについてのご意見

問4-2 ツイッター、フェイスブックについて、ご意見がありましたら、ご自由にお書きください。

「区のSNS」を見ている人に、区が発信するツイッター、フェイスブックについて、自由に記述してもらったところ、10人から回答を得たので、一部を抜粋して掲載する。

■投稿内容に工夫の余地あり（5件）

- ・掲載(投稿)が始まったころよりは記事の文章が簡潔になりましたが、もう一息と感じます。そもそもSNSは短文で要点を述べ、読み手も短時間で情報を得る手段ゆえ、忙しい働き世代や学生こそ見て欲しい、読んで欲しいターゲットだと痛切にかんがえているため、まだまだ工夫の余地がありそうです。
- ・もう少し活発で面白い投稿をして、区内外にアピールしてほしい。
- ・Twitterは時々見っていますが、もっとイベント情報や地域の方向けの情報など、楽しいニュースがあると良い。

■発信の頻度を上げてほしい（3件）

- ・更新が少ないので、寂しいです。まめに情報をアップして欲しいです。

■簡潔で読みやすい（3件）

- ・写真もあったりするので読みやすい。簡潔に書かれていてよい。イベントの中止情報などは助かりました。

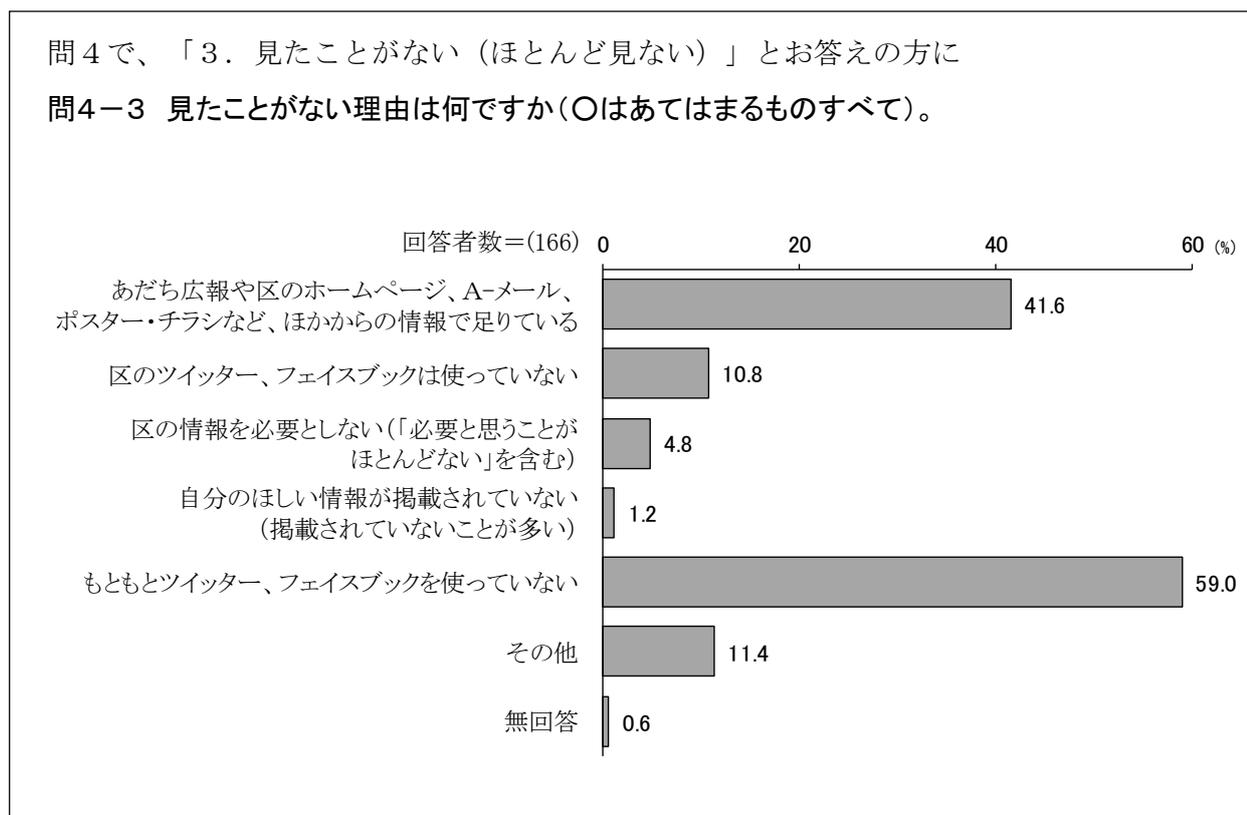
■素早く情報を得られる（2件）

- ・花火の開催情報が素早く得られてよかった。

4-4. 「区のSNS」を見たことがない理由

問4で、「3. 見たことがない（ほとんど見ない）」とお答えの方に

問4-3 見たことがない理由は何ですか(○はあてはまるものすべて)。



- 「区のSNS」を「見たことがない（ほとんど見ない）」と回答した人に対し、見たことがない理由を聞いたところ、「あだち広報や区のホームページ、A-メール、ポスター・チラシなど、ほかからの情報で足りている」（41.6%）が4割強で最も高くなっている。
- なお、「もともとツイッター、フェイスブックを使っていない」（59.0%）も6割弱と高くなっている。

5. 「コールセンター」について

【現状】

「コールセンター」の利用状況（問5）【回答者数 184名】

- 利用経験者は4人に1人。認知者は半数を超えるものの、非認知者も4割台半ばと多くなっている。
- 高齢になるほど、コールセンター認知者の割合が高くなる傾向がみられる。

「コールセンター」を利用した結果（問5-1）【回答者数 48名】

- 「解決した」人が7割弱、「概ね解決した」人が3割弱と、殆どのケースで良好な結果が得られている。

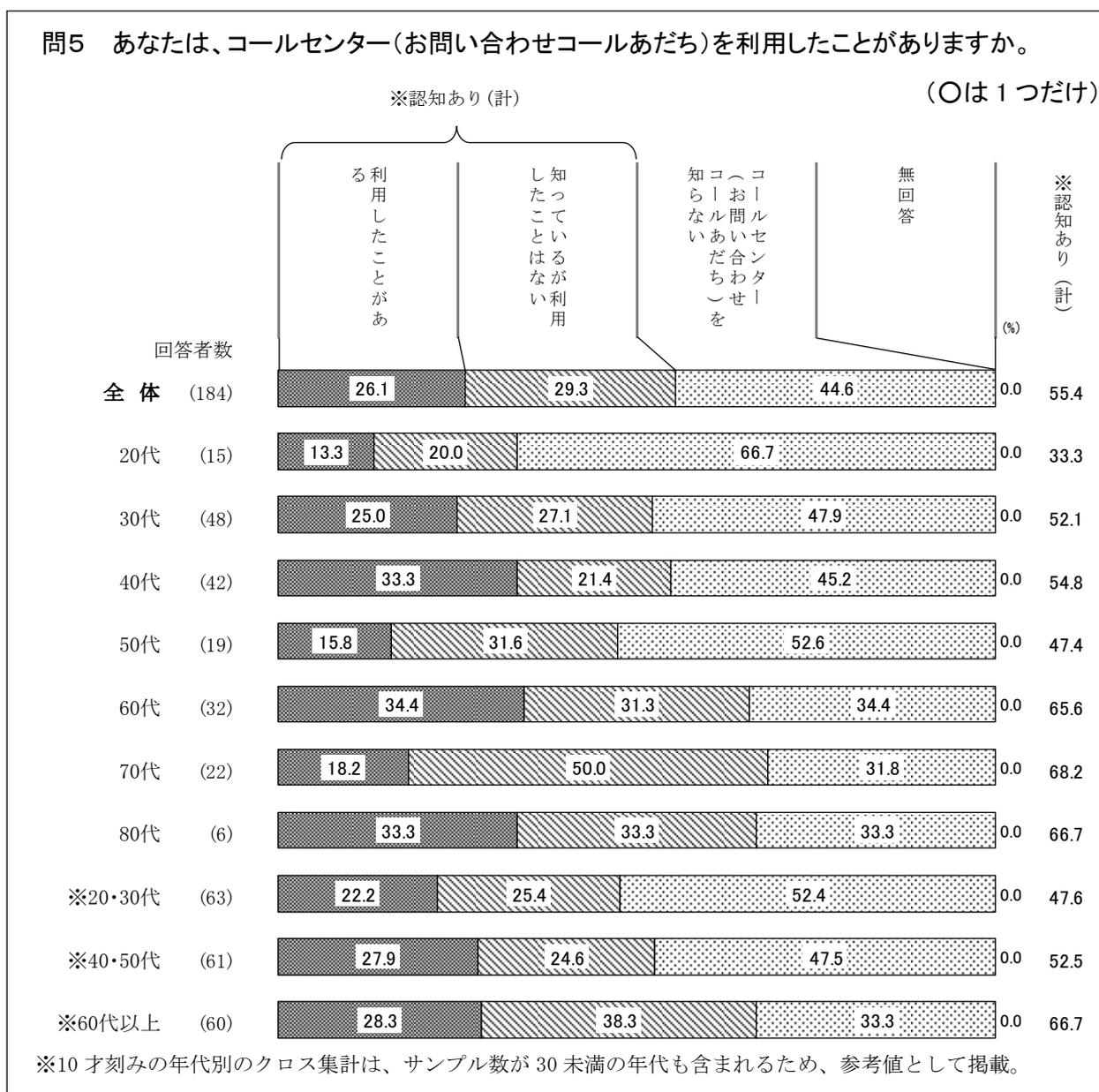
「コールセンター」を利用したことがない理由（問5-2）【回答者数 54名】

- 「あだち広報や区のホームページなど、ほかからの情報で足りている」が8割弱となっており、回答が集中している。
- 2番目に多い「その他」（11.1%：6名）の内容をみると、6名のうち3名が「担当部署の直通電話番号を調べて問い合わせしている」という旨の回答を記載している。

【課題】

- コールセンターの利用経験者は少数派ではあるものの、利用した結果はおおむね良い結果が得られており、高齢者など“情報・通信機器を利用した情報の検索”や“窓口へ出向くこと”が簡単ではない人たちにとって、コールセンターは価値のある情報入手手段として機能していると考えられる。

5-1. 「コールセンター」の利用状況

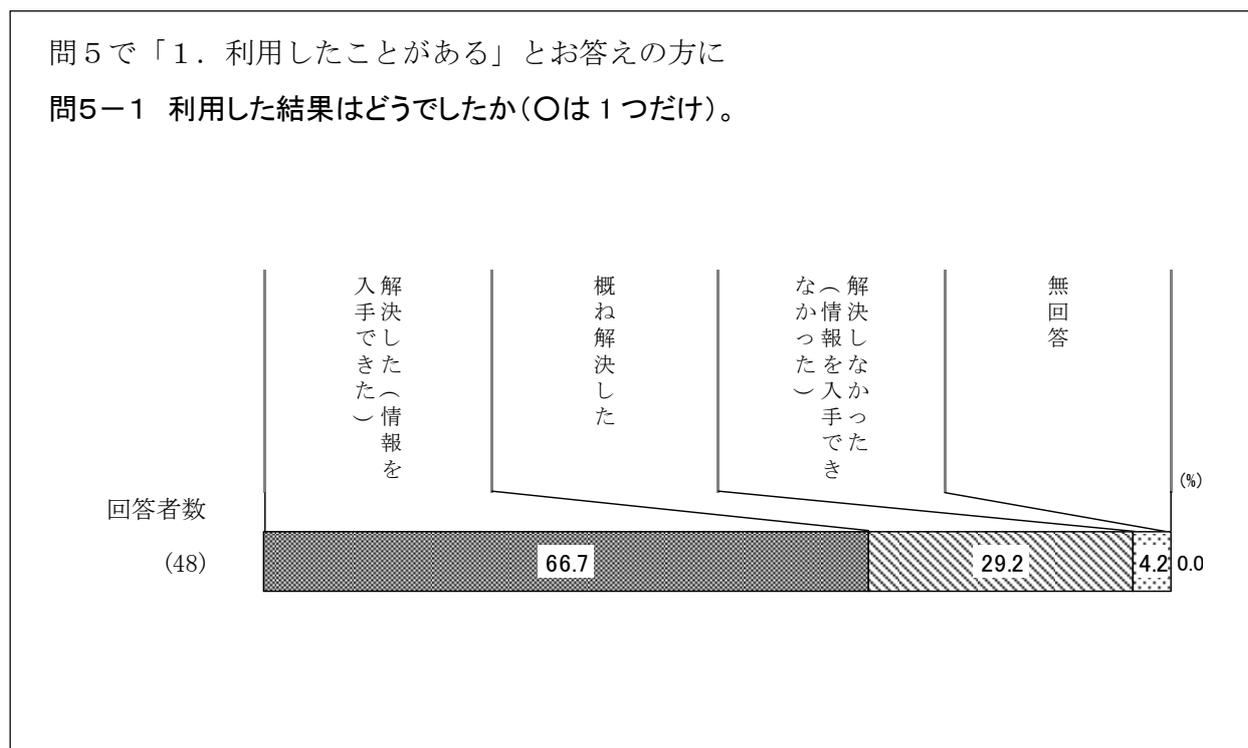


- 「コールセンター(お問合せコールあだち)」の利用状況を見ると、「利用したことがある」(26.1%)は2割台半ばとなっている。
- これに、「知っているが利用したことはない」(29.3%)を合わせた【認知あり(計)】は55.4%と5割台半ばに達している。
- 一方、「コールセンター(お問合せコールあだち)を知らない」は44.6%と4割台半ばとなっている。
- 年齢層別にみると、【認知あり(計)】は、高齢になるほど高くなる傾向がみられる。

5-2. 「コールセンター」を利用した結果

問5で「1. 利用したことがある」とお答えの方に

問5-1 利用した結果はどうでしたか(○は1つだけ)。

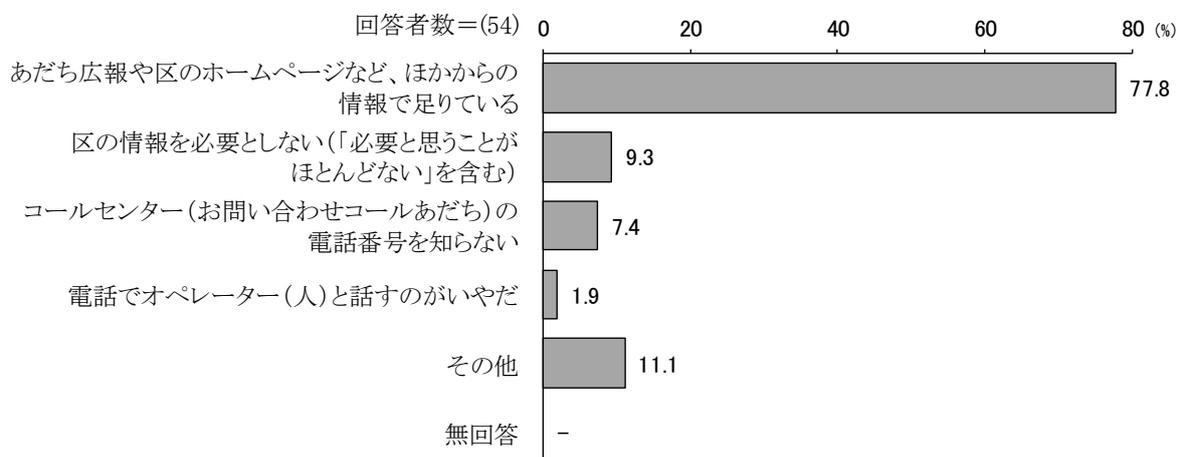


- 「コールセンター」利用経験者に、利用した結果を聞いたところ、「解決した(情報を入手できた)」(66.7%)が7割弱を占めて多く、「概ね解決した」(29.2%)が3割弱となっている。
- 一方、「解決しなかった(情報を入手できなかった)」は4.2%と少数である。

5-3. 「コールセンター」を利用したことがない理由

問5で「2. 知っているが利用したことはない」とお答えの方に)

問5-2 知っているが利用したことがない理由は何ですか。(〇はあてはまるものすべて)



- 「コールセンター(お問合せコールあだち)」を「知っているが利用したことはない」と回答した人に対し、利用したことがない理由を聞いたところ、「あだち広報や区のホームページなど、ほかからの情報で足りている」(77.8%)が8割弱と最も高くなっている。

6. 「行政サービス案内」について

【現状】

「行政サービス案内」の掲載が無くなったことの不便さ（問6）【回答者数 184 名】

- 「困っていない（不便を感じていない）」人の割合は6割台半ばを占めて多くなっている。一方、【困っている（計）】人は1割弱にとどまる。なお、「タウンページに掲載されていたこと自体を知らなかった」人が3割弱を占めている。
- 高齢になるほど、【困っている（計）】の割合が、やや高くなる傾向がみられる。

「行政サービス案内」困っていない理由（問6-1）【回答者数 118 名】

- 「あだち広報で情報を得る」が7割で最も高く、次いで「インターネット（パソコン・スマートフォンなど）を利用して調べる」で6割強となっており、これらの2項目が中核となっている。

「行政サービス案内」困っている理由（問6-2）【回答者数 15 名】

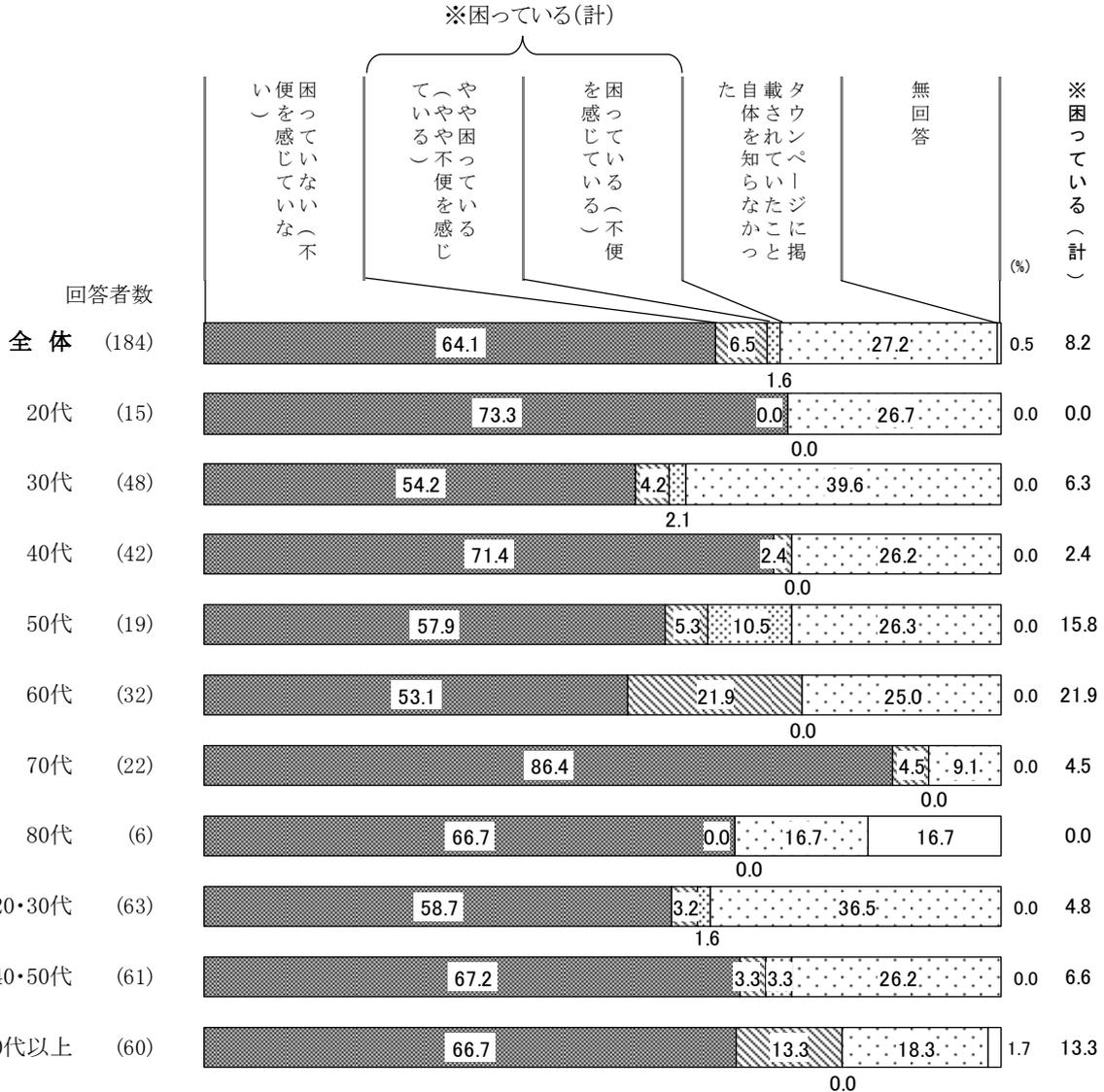
- 「紙媒体で行政サービス案内がないと不安だ」（60.0%：9名）と「これまでのタウンページを、たまに使っていた（目安は年に数回）」（46.7%：7名）が、上位2項目となっている。

【課題】

- 行政サービス案内がタウンページに掲載されなくなったことによる不便を感じている人は全体の1割弱と少数派であるが、高齢層ではその割合がやや高くなっていることを鑑みると、インターネット等での情報の検索が容易ではない人々にとって、必要な情報が網羅され、手元に置いておける紙媒体は価値のあるものであるという点に、留意する必要がある。

6-1. 「行政サービス案内」の掲載が無くなったことの不便さ

問6 平成30年10月発行分から「行政サービス案内」の掲載が無くなったことで、あなたの現在の状況を教えてください(○は1つだけ)。



※10才刻みの年代別のクロス集計は、サンプル数が30未満の年代も含まれるため、参考値として掲載。

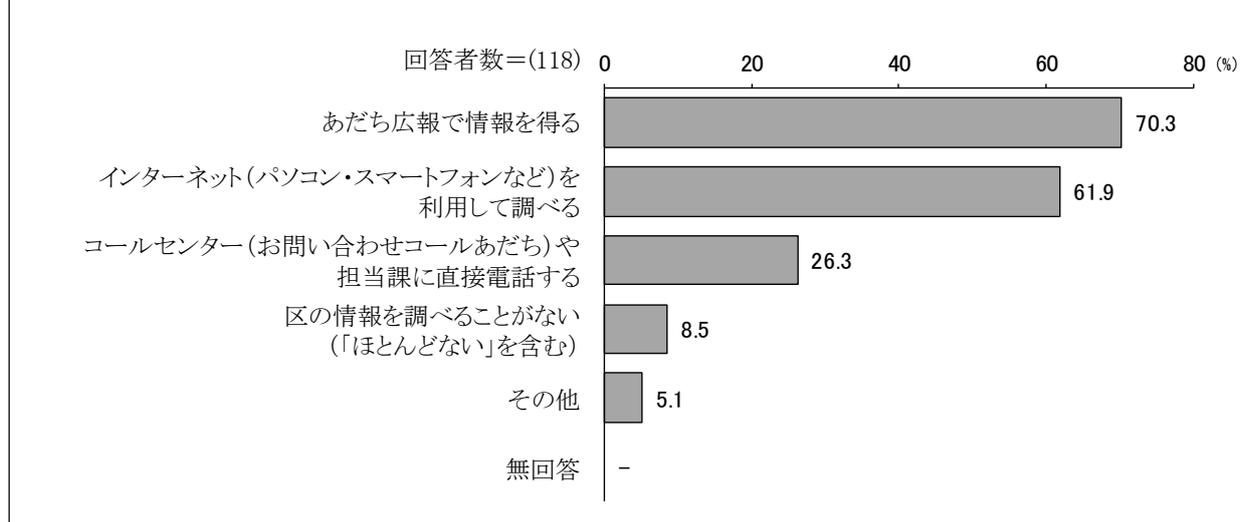
- 平成30年10月発行分からTownページ内に「行政サービス案内」の掲載が無くなったことによる不便さを聞いたところ、「困っていない(不便を感じない)」(64.1%)が6割台半ばを占めて多くなっている。
- 一方、「やや困っている(やや不便を感じている)」(6.5%)と「困っている(不便を感じている)」(1.6%)を合わせた【困っている(計)】は8.2%で1割弱となっている。なお、「Townページに掲載されていたこと自体を知らなかった」(27.2%)も3割弱と多くなっている。
- 年齢層別にみると、大きな差はみられないものの、【困っている(計)】の割合は、高齢になるほど、やや高くなる傾向がみられる。

6-2. 「行政サービス案内」困っていない理由

問6で「1. 困っていない」とお答えの方に

問6-1 困っていない(不便を感じていない)主な理由は何ですか。

(○はあてはまるものすべて)

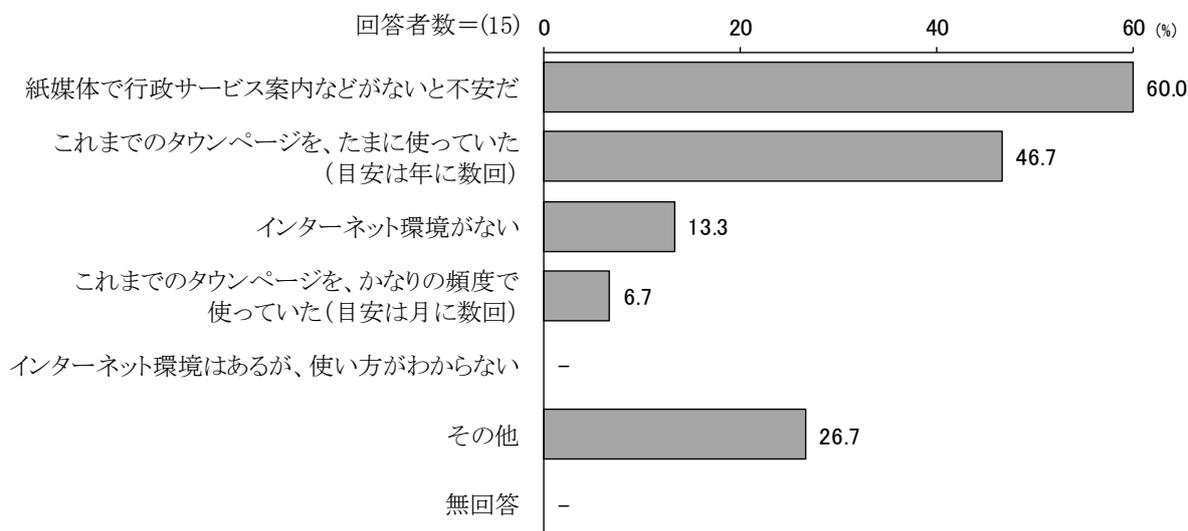


- タウンページ内の「行政サービス案内」の掲載が無くなっても「困っていない(不便を感じていない)」と回答した人に対し、困っていない(不便を感じていない)理由を聞いたところ、「あだち広報で情報を得る」(70.3%)が7割と最も高く、「インターネット(パソコン・スマートフォンなど)を利用して調べる」(61.9%)が6割強で続いている。
- 以下「コールセンター(お問合せコールあだち)や担当課に直接電話する」(26.3%)の順となっている。

6-3. 「行政サービス案内」困っている理由

問6で「2. やや困っている」、または「3. 困っている」とお答えの方に

問6-2 困っている理由は何ですか(○はあてはまるものすべて)。



- タウンページ内の「行政サービス案内」の掲載が無くなり「やや困っている」、または「困っている」と回答した人に対し、困っている理由を聞いたところ、回答者数が15名と少数ながら、「紙媒体で行政サービス案内がないと不安だ」(60.0%：9名)が6割と最も高かった。
- 次いで「これまでのタウンページを、たまに使っていた(目安は年に数回)」(46.7%：7名)が4割台半ばで続いている。

7. 「わたしの便利帳(リブイン)」のような紙媒体の冊子について

【現状】

「わたしの便利帳(リブイン)」の認知(問7)【回答者数184名】

- 認知者は、全体で5割台半ばと半数を超えているものの、高齢層では8割弱、中年層で6割台半ば、若年層では2割台半ばと、年齢層によってその認知率に顕著な違いがみられる。

「わたしの便利帳(リブイン)」のような紙媒体の冊子の必要性(問8)【回答者数184名】

- 「紙媒体の冊子は必ずしも必要が無いので、全世帯に冊子を配布しなくて良い」が4割弱で最も多く、次いで「転入者と希望者に配布した方が良い」が3割強となっており、これらの2項目を合わせた“全世帯への配布は不要”と考える人の割合が7割強を占めて多くなっている。
- 一方、「紙媒体の冊子は必要なので、全世帯に配布した方が良い」と考える人の割合は全体で2割台半ばであるが、年齢層別にみると、若年層では4.8%と少数であるのに対し、中年層と高齢層では3割台半ばと多くなっていることから、紙媒体の冊子の必要性については、年齢層によって意見が分かれる傾向がみられる。

全世帯に配布する場合の配布頻度(問8-1)【回答者数45名】

- 「2～3年に1回程度発行するのが良い」が4割強で最も多く、「区の組織が大きく変わったり、内容が大きく変わる時に発行するのが良い」が2割台半ばとなっており、「毎年発行した方が良い」と考える人は2割と少数派である。

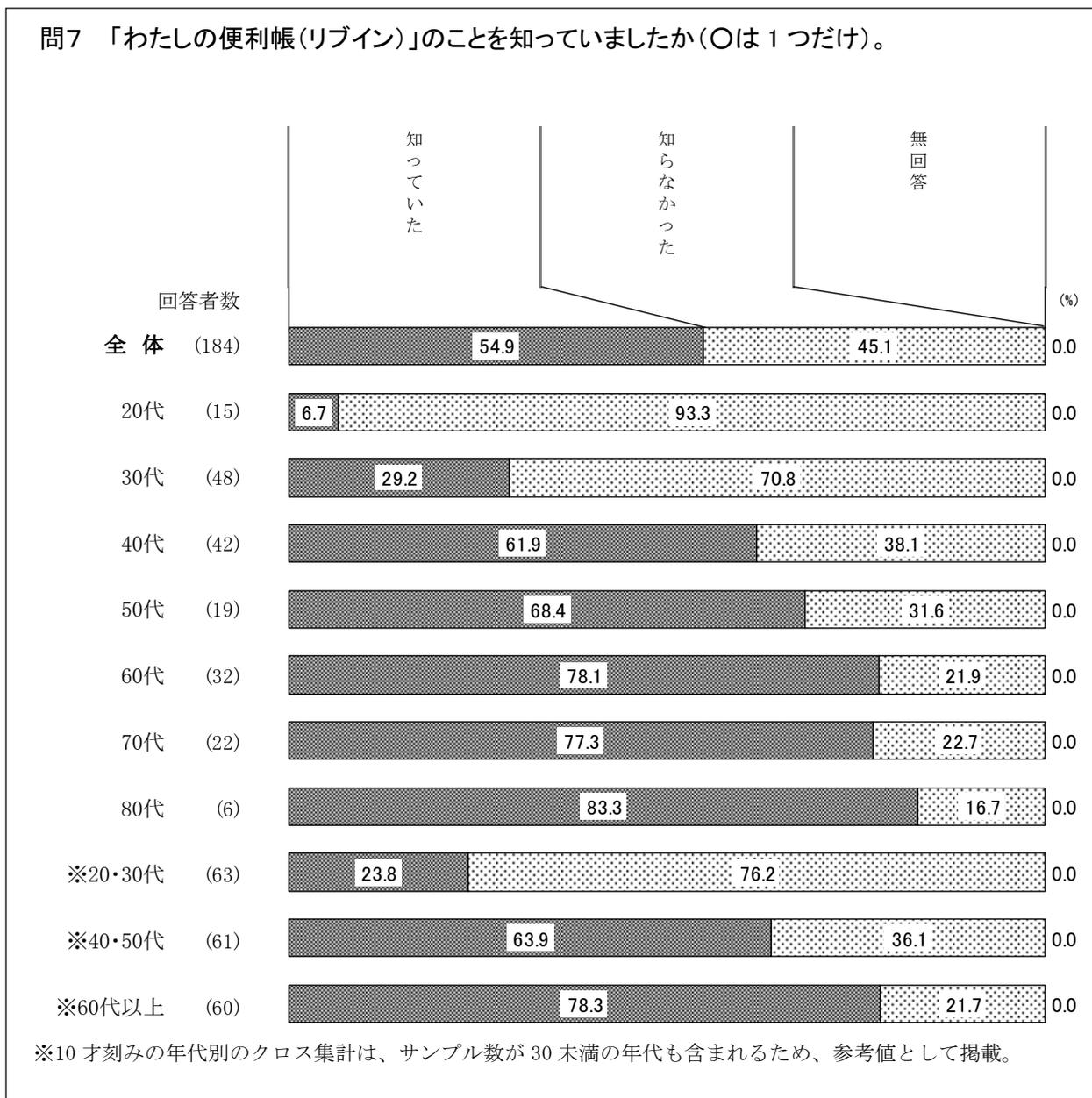
配布しなくて良い理由(問8-2)【回答者数71名】

- 「冊子を作成・配布するために費用がかかる(費用対効果の問題など)」と「紙媒体の冊子を使うことが無い(「ほとんどない」を含む)」が、それぞれ6割台半ばと5割台半ばで多く、上位2項目となっている。

【課題】

- 「紙媒体の冊子は必ずしも必要が無いので、全世帯に冊子を配布しなくて良い」と「希望者と転入者のみに配布した方が良い」を合わせた全体の7割強が、“全世帯への紙媒体の配布は不要”と考えており、多数派となっている。しかしながら、中年層と高齢層では、3人に1人が「紙媒体の冊子は必要なので、全世帯に配布した方が良い」と考えており、紙媒体の冊子への根強いニーズが存在することが窺える。
- 全世帯に配布する場合の配布頻度をみると、毎年の定期的配布を望む声は少数派である。また、全世帯に配布しなくて良い理由としては、“紙媒体の冊子の必要性を感じない”を上回って、“費用対効果の問題”を指摘する声が多くなっている。
- これらのことから、定期的かつ全世帯への配布の必要性は低いと考えられる。しかしながら、中高年層には紙媒体の冊子を根強く支持する人々が存在することを鑑みると、紙媒体の冊子を希望する際の入手ルートは、これらの年齢層の人々にとって簡便に感じられる方法で複数用意しておくことが望ましい。

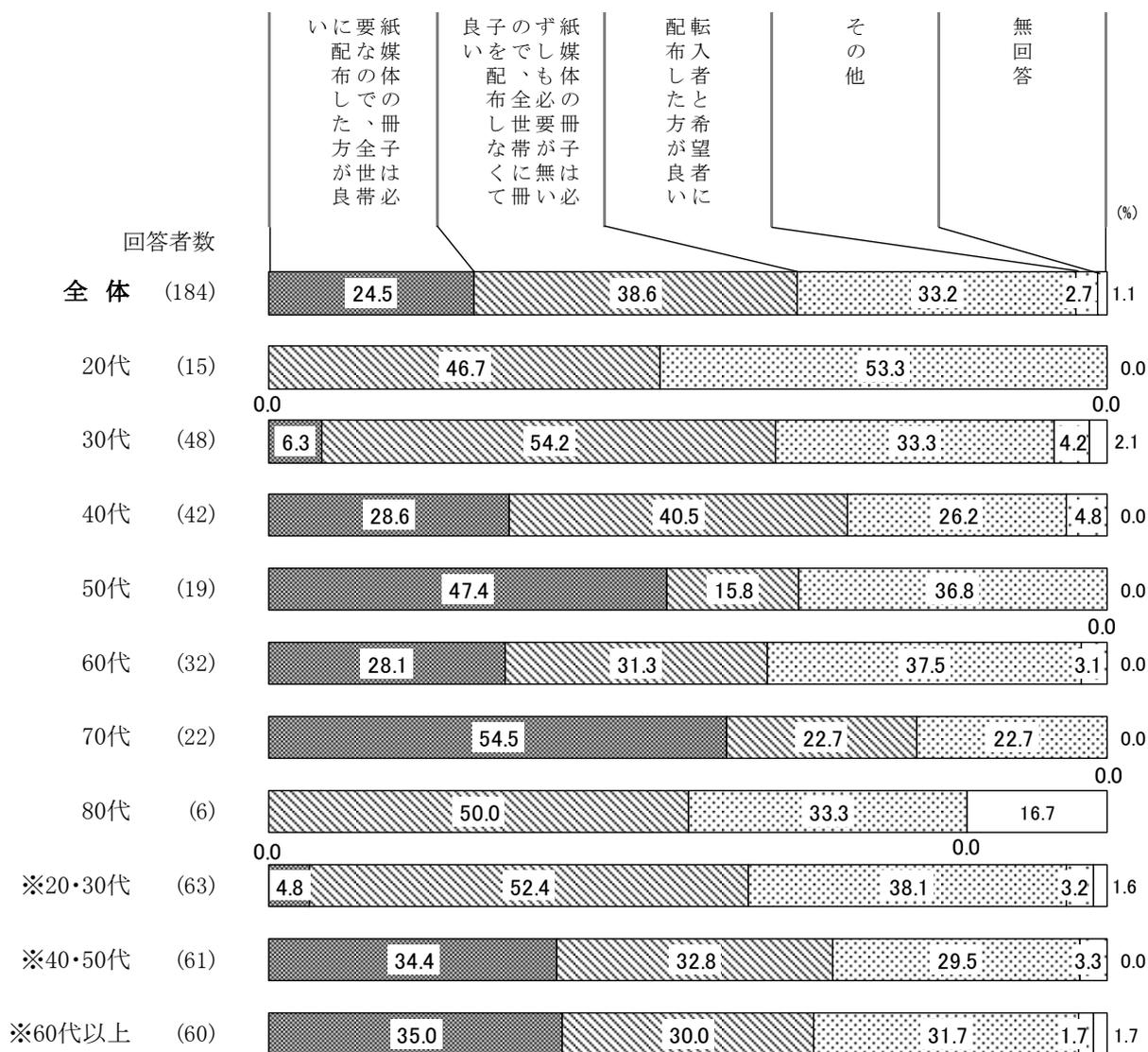
7-1. 「わたしの便利帳(リブイン)」の認知



- 「わたしの便利帳(リブイン)」の認知状況をみたと、**「知っていた」**(54.9%)が5割台半ばで半数を超える。一方、**「知らなかった」**(45.1%)は4割台半ばとなっている。
- 年齢層別にみると、**「知っていた」**は、若年層で23.8%、中年層で63.9%、高齢層で78.3%と、高齢になるほど高くなる傾向がみられる。

7-2. 「わたしの便利帳(リブイン)」のような紙媒体の冊子の必要性

問8 区の情報の入手手段として、「わたしの便利帳(リブイン)」のような紙媒体の冊子が必要だと思いますか(○は1つだけ)。



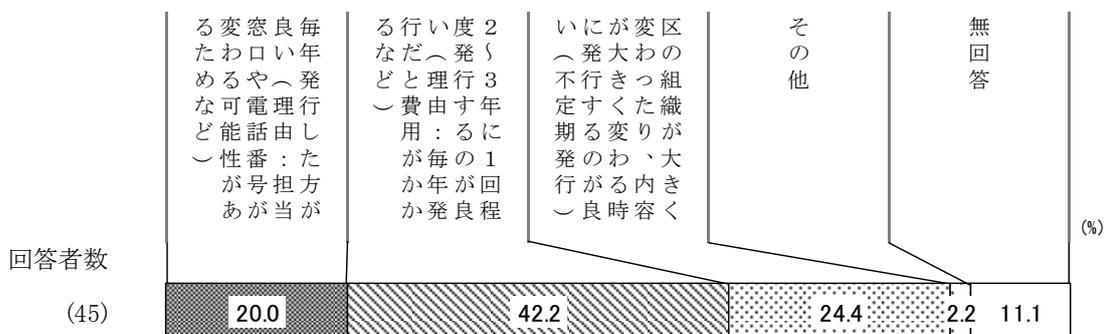
※10 才刻みの年代別のクロス集計は、サンプル数が30未満の年代も含まれるため、参考値として掲載。

- 区の情報の入手手段として、「わたしの便利帳(リブイン)」のような紙媒体の冊子の必要性を聞いたところ、「紙媒体の冊子は必ずしも必要がないので、全世帯に冊子を配布しなくてよい」(38.6%)が4割弱と最も多く、「転入者と希望者に配布したほうがよい」(33.2%)が3割強、「紙媒体の冊子は必要なので、全世帯に配布した方がよい」(24.5%)が2割台半ばとなっている。
- 年齢層別にみると、若年層では「紙媒体の冊子は必ずしも必要がないので、全世帯に冊子を配布しなくてよい」(52.4%)が5割強を占め高くなっている。
- 中年層と高齢層では「紙媒体の冊子は必要なので、全世帯に配布したほうがよい」(中年層：34.4%、高齢層35.0%)がともに3割台半ばと高くなっている。

7-3. 全世帯に配布する場合の望ましい配布頻度

問8で「1. 全世帯に配布した方が良い」とお答えの方に

問8-1 配布する場合、どのくらいの頻度が望ましいと思いますか(○は1つだけ)。

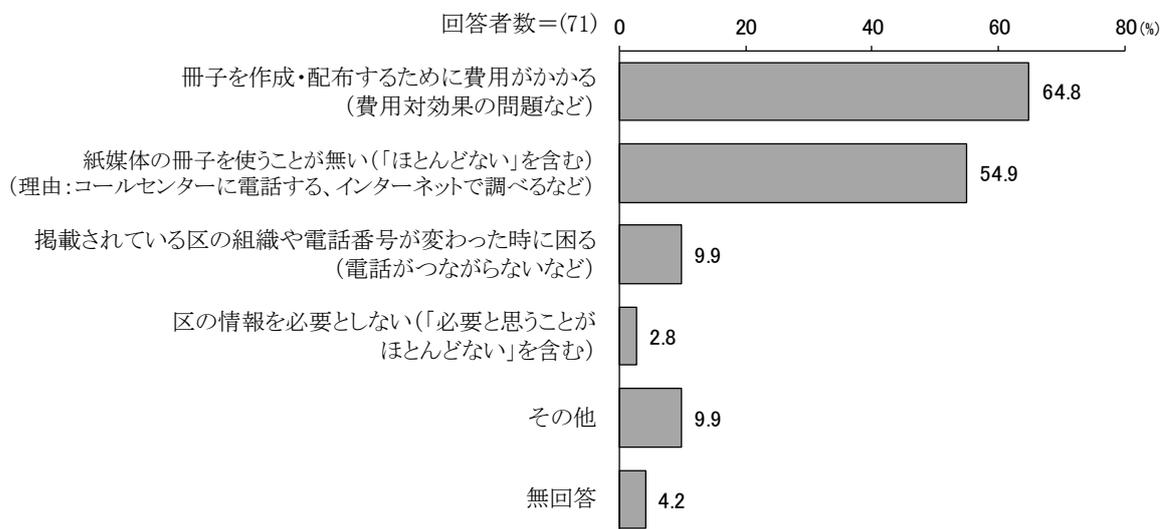


- 「わたしの便利帳 (リブイン)」のような紙媒体の冊子について、「全世帯に配布した方がよい」と回答した人に対し、望ましい配布頻度を聞いたところ、「2～3年に1回程度発行するのがよい(理由:毎年発行だと費用がかかるなど)」(42.2%)が4割強と最も多かった。
- 次いで、「区の組織が大きく変わったり、内容が大きく変わる時に発行するのがよい(不定期発行)」(24.4%)が2割台半ば、「毎年発行した方がよい(理由:担当窓口や電話番号が変わる可能性があるためなど)」(20.0%)が2割となっている。

7-4. 配布しなくて良い理由

問8で「2. 配布しなくて良い」とお答えの方に)

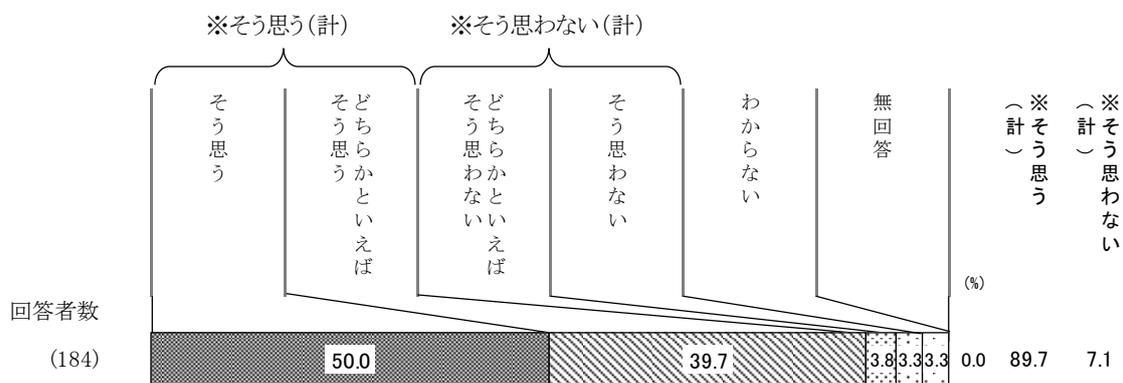
問8-2 配布しなくて良い理由は、何ですか(○はあてはまるものすべて)。



- 「わたしの便利帳 (リブイン) 」のような紙媒体の冊子について、「配布しなくて良い」と回答した人に対し、配布しなくて良い理由を聴いたところ、「冊子を作成・配布するために費用がかかる (費用対効果の問題など) 」 (64.8%) が6割台半ばで最も高かった。
- 次いで、「紙媒体の冊子を使うことが無い (「ほとんどない」を含む) (理由: コールセンターに電話する、インターネットで調べるなど) 」 (54.9%) が5割台半ばとなっている。

■アンケートの有効度

問9 今回の調査を実施することで、区民のニーズや意識を把握することができ、区政の改善につながると感じますか(○は1つだけ)。



- 「そう思う」 (50.0%) と「どちらかといえばそう思う」 (39.7%) を合わせた【そう思う (計)】は89.7%と9割に達している。

第3章 調査票

■使用した調査票

※調査票内の集計母数について
特にサンプル数表記のない設問は、全数ベース（回答者数=184）で集計しており、母数の記載を割愛した。
一部の該当設問については、設問ごとに該当母数を回答者=〇〇〇で表記した。

モニター番号 番

（必ず記入してください）

平成30年度 第1回 区政モニターアンケート

《 「行政情報」の利用状況について 》

足立区では、あだち広報やホームページを活用して「区民のみなさまに、より伝わりやすい情報発信」に取り組んでいます。

近年は、インターネット上のツイッターやフェイスブックなど、様々な情報発信方法があり、区民のみなさまの「情報を得る手段」が多様化しています。このアンケートにより、区民のみなさまがどのように区の情報を得ているのか把握し、今後に活かしていきます。

また、これまで区の行政サービス案内は、NTT東日本が発行しているタウンページに掲載されていましたが、平成30年10月発行分から掲載されなくなりました（タウンページ自体は引き続き発行）。その影響などもあわせてお伺いします。

ぜひ、アンケートにご協力をお願いいたします。

担当所属：報道広報課

足立区では、あだち広報やホームページ、メール配信システム（A-メール）、SNS（ツイッター・フェイスブック）などで区の情報を発信しています。

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段で入手していますか（〇は4つまで）。

1. あだち広報	95.1%
2. ときめき	60.3
3. タウンページ内の「行政サービス案内」	5.4
4. インターネット（区の公式ホームページ、A-メール、 ツイッター、フェイスブック）	51.6
5. ポスター、チラシ	35.3
6. 区民事務所などの窓口	23.4
7. 町会・自治会の掲示板、回覧板	25.0
8. 新聞（区内紙、一般紙）	4.3
9. テレビ、ラジオ	3.3
10. J:COM足立（ケーブルテレビ）	1.6
11. 人から聞く	12.5
12. コールセンター（お問い合わせコールあだち）	2.7
13. その他（ ）	1.6

足立区が主体となって情報発信している主な媒体について、お伺いします。

問2 あなたは、「あだち広報」を見たことがありますか（〇は1つだけ）。

1. 毎回（毎月10日・25日の2回発行）見ている	76.1%
2. たまに見ている（必要なときは見る、気が向いたときに見る）	20.7
3. 見たことがない（ほとんど見ない）	3.3

（問2で「1. 毎回見ている」、または「2. たまに見ている」とお答えの方に）

問2-1 見ている（興味のある）記事は何ですか（〇はあてはまるものすべて）。

回答者数=178

1. 表紙（葦立ち（毎月10日号の区長のメッセージ）を含む）	48.3%
2. 特集記事（毎月10日号の6～7面に掲載）	66.3
3. 啓発や注意喚起の情報（治安対策や特殊詐欺、熱中症の注意喚起など）	50.0
4. イベントや講座の情報（区民まつり、まなびナビなど）	89.3
5. その他（ ）	5.6

問2-2 今後、特集記事（毎月10日号の6～7面）で特集してほしい内容がありましたら、ご自由にお書きください。

回答者数=178

参考：平成30年8月10日号の「二大市場特集」、平成30年9月10日号の「鉄道特集」など

（問2で「3. 見たことがない（ほとんど見ない）」とお答えの方に）

問2-3 見たことがない理由は何ですか（〇はあてはまるものすべて）。回答者数=6

1. 区の情報を必要としない（「必要と思うことがほとんどない」を含む）	33.3%
2. 自分のほしい情報が掲載されていない（見ても掲載されていないことが多い）	33.3
3. インターネットで区の情報を得ている（「必要な場合はインターネットを使っている」を含む）	16.7
4. 掲載内容が面白くない（つまらない）	50.0
5. その他（ ）	-

問3 あなたは、「区のホームページ」を見たことがありますか（○は1つだけ）。

1. よく見ている（目安は週1回以上見る）	6.5%
2. たまに見ている（目安は月1回程度、または必要なときは見る）	64.7
3. 見たことがない（ほとんど見ない）	28.8

（問3で「1. よく見ている」、または「2. たまに見ている」とお答えの方に）

問3-1 見ている理由は何ですか（○はあてはまるものすべて）。 回答者数=131

1. 「啓発や注意喚起など（災害情報や特殊詐欺、熱中症など）」の情報を得る	24.4%
2. イベントや講座（花火や区民まつりの日時、内容など）の情報を得る	70.2
3. 重要なお知らせやトピックス情報（区のホームページトップに掲載）を得る	38.2
4. 「窓口や手続き方法、施設の住所など」の情報を得る	58.8
5. その他（ ）	10.7

問3-2 区のホームページについて、ご意見がありましたら、ご自由にお書きください。

回答者数=131

例：「見づらい、検索しづらい」「画像や動画が見られて良い」など

（問3で「3. 見たことがない（ほとんど見ない）」とお答えの方に）

問3-3 見たことがない理由は何ですか（○はあてはまるものすべて）。回答者数=53

1. 区の情報を必要としない（「必要と思うことがほとんどない」を含む）	15.1%
2. 自分のほしい情報が掲載されていない（掲載されていないことが多い）	7.5
3. あだち広報やA-メール、ポスター・チラシなど、ほかからの情報で足りている	54.7
4. コールセンター（お問い合わせコールあだち）を利用している	3.8
5. その他（ ）	30.2

問4 あなたは、「区のSNS（ツイッター、フェイスブック）」を見たことがありますか。
 (〇は1つだけ)

1. よく見ている（目安は週1回以上見る）	2.7%
2. たまに見ている（目安は月1回程度、または必要なときは見る）	7.1
3. 見たことがない（ほとんど見ない）	90.2

(問4で「1. よく見ている」、または「2. たまに見ている」とお答えの方に)

問4-1 見ている理由は何ですか(〇はあてはまるものすべて)。 回答者数=18

1. 「啓発や注意喚起など（特殊詐欺や熱中症など）」の情報を得る	33.3%
2. イベントや講座情報（花火や区民まつりの日時、内容など）の情報を得る	83.3
3. 重要なお知らせや緊急的な情報（災害情報や特殊詐欺、熱中症など）を得る	55.6
4. 上記以外、イベントや講座の実施の様子、まちネタなどの情報を得る	38.9
5. その他（ ）	-

問4-2 ツイッター、フェイスブックについて、ご意見がありましたら、ご自由にお書きください。 回答者数=18

例：「文字が多くて読みたくない」「知らないまちの情報があり面白い」など

(問4で、「3. 見たことがない（ほとんど見ない）」とお答えの方に)

問4-3 見たことがない理由は何ですか(〇はあてはまるものすべて)。回答者数=166

1. 区の情報を必要としない（「必要と思うことがほとんどない」を含む）	4.8%
2. 自分のほしい情報が掲載されていない（掲載されていないことが多い）	1.2
3. あだち広報や区のホームページ、A-メール、ポスター・チラシなど、ほかからの情報で足りている	41.6
4. 区のツイッター、フェイスブックは使っていない	10.8
5. もともとツイッター、フェイスブックを使っていない	59.0
6. その他（ ）	11.4

問5 あなたは、コールセンター（お問い合わせコールあだち）を利用したことがありますか。
 （○は1つだけ）

1. 利用したことがある	26.1%
2. 知っているが利用したことはない	29.3
3. コールセンター（お問い合わせコールあだち）を知らない	44.6

（問5で「1. 利用したことがある」とお答えの方に）

問5-1 利用した結果はどうでしたか（○は1つだけ）。 回答者数=48

1. 解決した（情報を入手できた）	66.7%
2. 概ね解決した	29.2
3. 解決しなかった（情報を入手できなかった）	4.2

（問5で「2. 知っているが利用したことはない」とお答えの方に）

問5-2 知っているが利用したことはない理由は何ですか。

（○はあてはまるものすべて） 回答者数=54

1. 区の情報を必要としない（「必要と思うことがほとんどない」を含む）	9.3%
2. あだち広報や区のホームページなど、ほかからの情報で足りている	77.8
3. 電話でオペレーター（人）と話すのがいやだ	1.9
4. コールセンター（お問い合わせコールあだち）の電話番号を知らない	7.4
5. その他（	） 11.1

平成26年からNTTが発行するタウンページ内に「行政サービス案内」として区の情報に掲載していましたが、平成30年10月から「行政サービス案内」のページが無くなりました。(タウンページ自体はなくなっていない。)

問6 平成30年10月発行分から「行政サービス案内」の掲載が無くなったことで、あなたの現在の状況を教えてください(○は1つだけ)。

1. 困っていない(不便を感じていない)	64.1%
2. やや困っている(やや不便を感じている)	6.5
3. 困っている(不便を感じている)	1.6
4. タウンページに掲載されていたこと自体を知らなかった	27.2

(問6で「1. 困っていない」とお答えの方に)

問6-1 困っていない(不便を感じていない)主な理由は何ですか。

(○はあてはまるものすべて) 回答者数=118

1. あだち広報で情報を得る	70.3%
2. インターネット(パソコン・スマートフォンなど)を利用して調べる	61.9
3. コールセンター(お問い合わせコールあだち)や担当課に直接電話する	26.3
4. 区の情報を探ることがない(「ほとんどない」を含む)	8.5
5. その他()	5.1

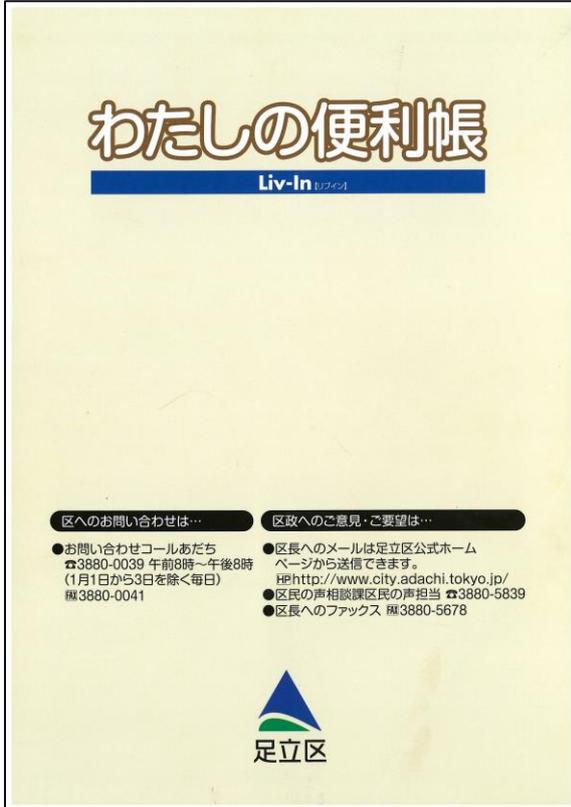
(問6で「2. やや困っている」、または「3. 困っている」とお答えの方に)

問6-2 困っている理由は何ですか(○はあてはまるものすべて)。 回答者数=15

1. これまでのタウンページを、かなりの頻度で使っていた(目安は月に数回)	6.7%
2. これまでのタウンページを、たまに使っていた(目安は年に数回)	46.7
3. インターネット環境がない	13.3
4. インターネット環境はあるが、使い方がわからない	-
5. 紙媒体で行政サービス案内などが無いと不安だ	60.0
6. その他()	26.7

NTTが発行するタウンページに「行政サービス案内」として区の情報が無償で掲載され始めたのは、平成26年からです（その後、4年連続で掲載されていました）。
それまで区では、「わたしの便利帳（リブイン）」という行政情報をまとめた冊子を区の予算で2年に1回発行し、区内全世帯に無償配布していました（下記画像を参照）。

（表紙イメージ）※発行回ごとに違います。



（相談情報ページ） ※一部抜粋・イメージ

相談
区の無料相談

相談名	内容	相談日	時間	場所・優先
一般相談	日常生活の悩みごとや、相談・援助・指導などの一助となる相談	月～金曜日	午前9時～午後4時 (月～木曜日は午前8時から)	
交通事故相談	交通事故被害者、加害者に関すること	月～金曜日	午前9時～午後4時(予約制)	
人権の上の相談	人権に関すること	第3水曜日		区民の声相談センター 03-3880-5359
行政相談	区庁に属すること	第3水曜日		
社会福祉・介護相談	年金請求や障害・高齢などの相談	第3水曜日	午後1時～4時(予約制)	
暮らし・子育て相談	日常生活に必要な行政手続きに関する相談	第3水曜日		
教育相談	子どものしつけ、不登校、落ちこぼれなど教育に関する様々なこと	月～金曜日 月～金曜日	午前9時～午後4時(予約制) ※分室は午前8時まで	教育相談センター 教育相談室 03-3882-2873 緑葉分室(緑葉7丁目5丁目) 03-3882-3388 蕨分室(北蕨長小学校内) 03-3886-7735 教育相談センター 03-3882-7830
いじめ110番	小・中学校のいじめに関する相談	月～金曜日	午前8時30分～午後5時	教育指導室 03-3880-5577
消費生活相談	契約トラブルや商品やサービス、借金問題など消費生活に関する相談	月～金曜日	午前9時～午後4時45分	消費者センター 03-3880-5388(電話専用)
緑の相談	樹木・草花・庭園に関する相談 火土・日曜日、夜泊	火・土・日曜日、夜泊	午前9時～午後7時 午後1時～4時30分	緑の相談センター(緑の公園) 03-3883-8911(電話専用)
飲・食・住などの難問相談	飲・食・住などの難問に関する相談	月～金曜日	午前10時～午後5時	生活衛生課住居生活係 03-3880-5375
公害相談	大気汚染および騒音、臭気、振動、水質汚濁など	月～金曜日	午前8時30分～午後5時	環境保全課環境指導係 03-3880-5368
中小企業相談(経営者向け)	経営、資金調達、事業など	月～金曜日	午前10時～午後1時(予約制)	中小企業支援課経営支援係(あだち産業センター内) 03-3882-8466
女性相談	職場の心臓カウンセラーによる女性の持つ悩みを助ける	火・水曜日	午前10時～午後4時(予約制) 水・木曜日 午前9時～午後4時	産業教育課あだち産業センター内 03-3881-1211(4階F)内 あだち産業センター内 (エル・フリアアール) 女性相談係 03-3880-5223 (V電話相談) 03-3880-4224
DV電話相談	夫や恋人などからの暴力に関する相談	月曜日	午前10時～午後4時(電話相談のみ)	
外国人相談	外国人の方に関すること(英語・中国語・韓国語対応可)	月～金曜日	午前9時30分～午後5時(予約制) ※英語のみ、月～木・金曜日、午前9時45分～正午/午後1時～4時15分(予約制)	区民課多文化共生係 03-3880-5177

※いずれも祝日、年末年始を除く

相談名	内容	相談日	時間	場所・優先
雇用・生活総合相談(24時間相談対応)	雇用・生活に関する相談	月～金曜日	午前10時～午後4時30分(予約制)	経労支援課就業相談係 03-3880-5443
あだちワークセンター	ハローワーク認定による職業相談・職業紹介	月～金曜日	午前8時30分～午後3時	あだちワークセンター(区民会館内) 03-3880-8977(4階F)
高齢者生活支援相談	高齢者の相談以上の方向のシルバー人材センターで働くことに関する相談	月～金曜日	午前9時～午後4時	区民支援課シルバー人材センター 03-3885-3323
内職相談	内職の相談・あっせん おむすびの職以上の方向の就業	月～金曜日	午前9時～午後5時	区民支援課(産業支援センター4階) 03-3882-6438
内職出張相談	内職の相談・あっせん	毎週内職日	午後1時30分～3時30分	あだちワークセンター(区民会館内) 03-3880-8957

※いずれも祝日、年末年始を除く

相談名	内容	相談日	時間	場所・優先
法律相談	金銭、債権関係、各種契約などの法的的な問題に関する相談	月～木曜日 第3土曜日	午後8時30分～4時(予約制) 午前10時～午後1時(予約制)	区民の声相談センター 03-3880-5359

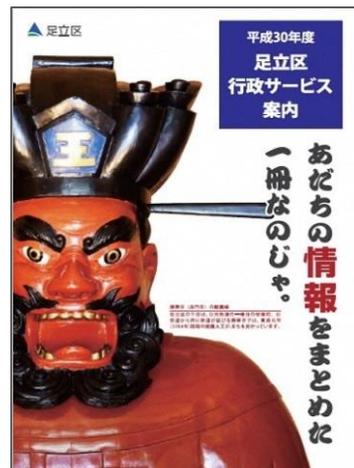
※いずれも祝日、年末年始を除く

参考

① 平成30年度の対応

右記の冊子（約90ページ）を各区民事務所で転入者および希望者に配布しています。また、障がいのある方には、ご連絡をいただいたうえで郵送対応しています。

電子データが必要な方は、区のホームページから、**行政サービス案内**で検索するか、右記のQRコードからご覧ください。



② 必要となる経費

平成30年度は暫定措置として25,000部作成し、約200万円の経費がかかりました。もし仮に区の全世帯に配布した場合、338,000部の作成及び配布の経費が必要で、約3,500万円かかると想定しています。

問7 「わたしの便利帳（リブイン）」のことを知っていましたか（〇は1つだけ）。

1. 知っていた	54.9%
2. 知らなかった	45.1

問8 区の情報の入手手段として、「わたしの便利帳（リブイン）」のような紙媒体の冊子が必要だと思いますか（〇は1つだけ）。

1. 紙媒体の冊子は必要なので、全世帯に配布した方が良い	24.5%
2. 紙媒体の冊子は必ずしも必要が無いので、全世帯に冊子を配布しなくて良い	38.6
3. 転入者と希望者に配布した方が良い ※平成30年度の対応（前ページ「参考」を参照）	33.2
4. その他（ ）	2.7

（問8で「1. 全世帯に配布した方が良い」とお答えの方に）

問8-1 配布する場合、どのくらいの頻度が望ましいと思いますか（〇は1つだけ）。

回答者数=45

1. 毎年発行した方が良い （理由：担当窓口や電話番号が変わる可能性があるためなど）	20.0%
2. 2～3年に1回程度発行するのが良い （理由：毎年発行だと費用がかかるなど）	42.2
3. 区の組織が大きく変わったり、内容が大きく変わる時に発行するのが良い（不定期発行）	24.4
4. その他（ ）	2.2

（問8で「2. 配布しなくて良い」とお答えの方に）

問8-2 配布しなくて良い理由は、何ですか（〇はあてはまるものすべて）。回答者数=71

1. 区の情報を必要としない（「必要と思うことがほとんどない」を含む）	2.8%
2. 紙媒体の冊子を使うことが無い（「ほとんどない」を含む） （理由：コールセンターに電話する、インターネットで調べるなど）	54.9
3. 冊子を作成・配布するために費用がかかる（費用対効果の問題など）	64.8
4. 掲載されている区の組織や電話番号が変わった時に困る （電話が繋がらないなど）	9.9
5. その他（ ）	9.9

< 次のページが最終になります >

