

令和 6 年度

第 2 回 足立区政に関する世論調査

(小規模調査)

調査報告書

≪産業に関するアンケート≫

足立区 政策経営部 区政情報課

令和 7 年 3 月発行

目 次

第1章 調査の概要	1
1 調査の目的	3
2 調査の時期	3
3 今回の区政モニター数、一般抽出者数、回答者数	3
4 回答者の構成と属性	4
5 報告書の見方	6
第2章 調査結果の3つのポイント及び今後の取り組み方針	7
1 調査結果の3つのポイント	8
2 今後の方針	12
第3章 調査結果の詳細	15
1 足立区の伝統工芸のうち、知っているもの	20
2 「伝統工芸品展」を知っているか、また、行ったことがあるか	23
3 伝統工芸品展に行った目的	24
4 伝統工芸品展での製作等の体験、工芸品の購入経験の有無	25
5 伝統工芸品展で体験、購入したもの	26
6 伝統工芸品展に行ったことがない理由	27
7 「伝統工芸」の紹介ページを見たことがあるか	28
8 足立区の伝統工芸について、ホームページや冊子等で掲載すると良い内容	29
9 「あだち地場工業製品フェア」を知っているか、また、行ったことがあるか	30
10 あだち地場工業製品フェアに行った目的	31
11 あだち地場工業製品フェアでの商品の購入経験の有無	32
12 あだち地場工業製品フェアで購入したもの	33
13 あだち地場工業製品フェアに行ったことがない理由	34
14 「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度	35
15 「足立ブランド認定事業」を知ったきっかけ	39
16 足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄	40
17 「足立ブランド」に認定された企業であることを示すロゴマークの認知度	44
18 足立ブランド認定企業に実施してほしいイベント	48
19 足立ブランド認定企業の名前、主要な製品・技術の認知度	52
20 足立区の伝統工芸、足立区の地場産業、足立ブランド認定事業に関することについてのご意見、ご要望	53
21 アンケートの実施が区政の改善につながるかの考え	54
第4章 調査票	55

第 1 章 調査の概要

1 調査の目的

区内産業の活性化のための意見をお聴きし、今後の事業展開の参考とすることを目的に実施いたしました。

2 調査の時期

令和7年1月29日（水）～令和7年2月19日（水）

3 今回の区政モニター数、一般抽出者数、回答者数

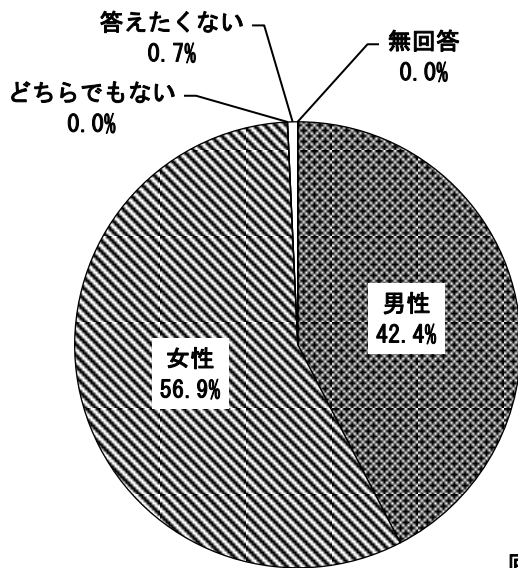
	標本数	回答者数 (回答率)	回答方法	
			郵送回答	インターネット回答
対象者全数	699 人	408 人 (58.4%)	199 人 (48.8%)	209 人 (51.2%)
一般抽出者	500 人	217 人 (43.4%)	151 人 (69.6%)	66 人 (30.4%)
区政モニター数	199 人	191 人 (96.0%)	48 人 (25.1%)	143 人 (74.9%)

※一般抽出者：足立区在住の18歳以上の個人

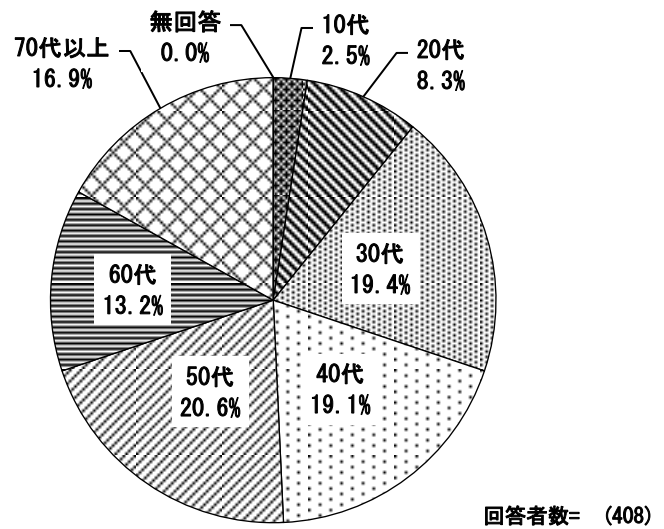
4 回答者の構成と属性

(1) 性別、年代別割合

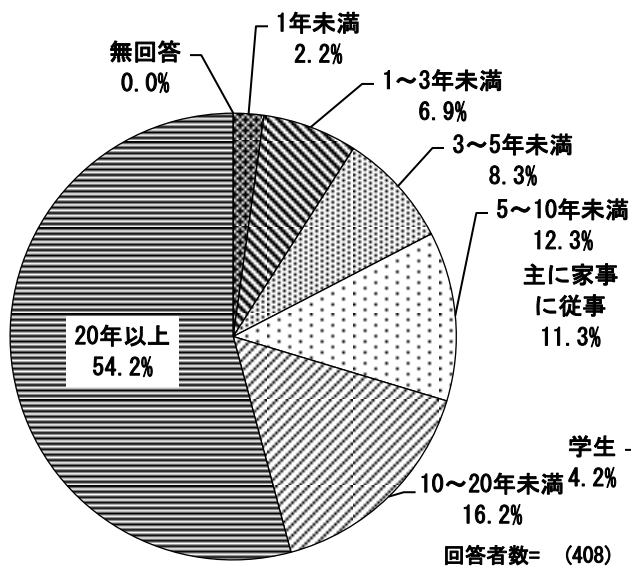
<性別>



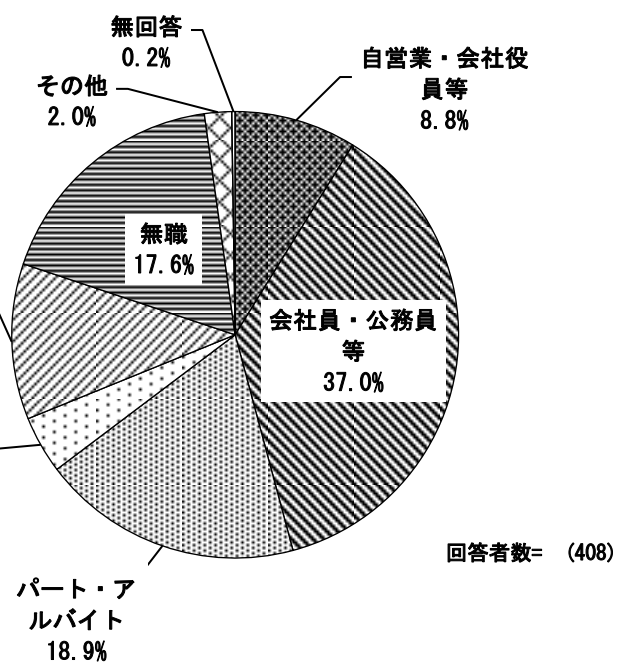
<年代>



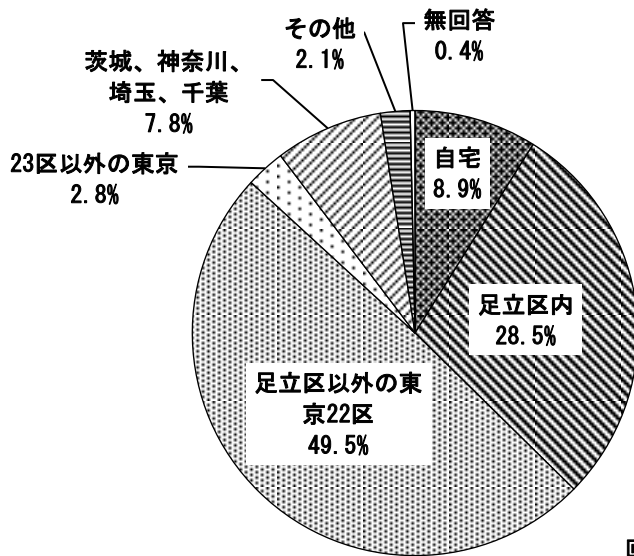
(2) 居住年数



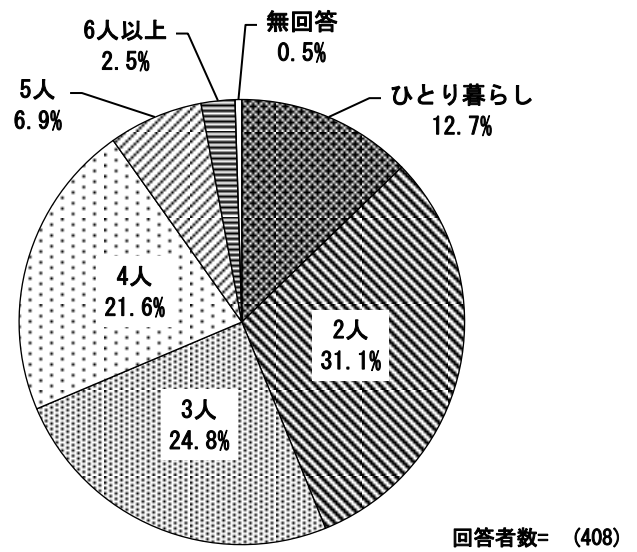
(3) 職業



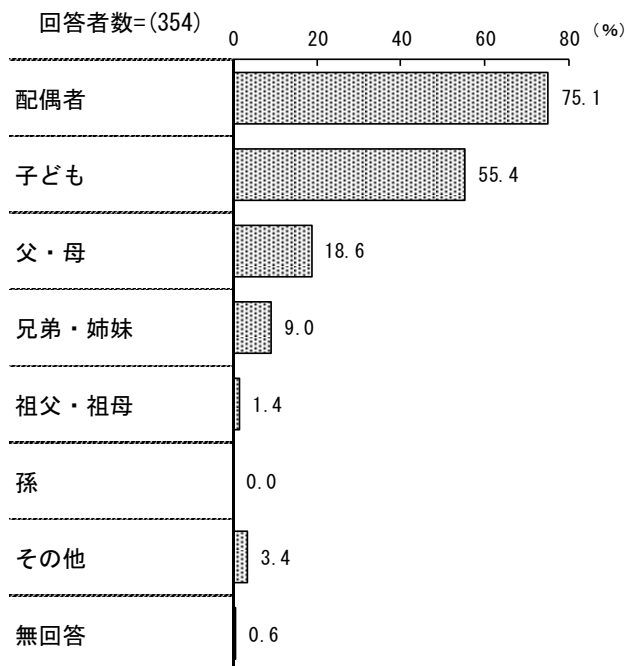
(4) 就労場所（就学場所）



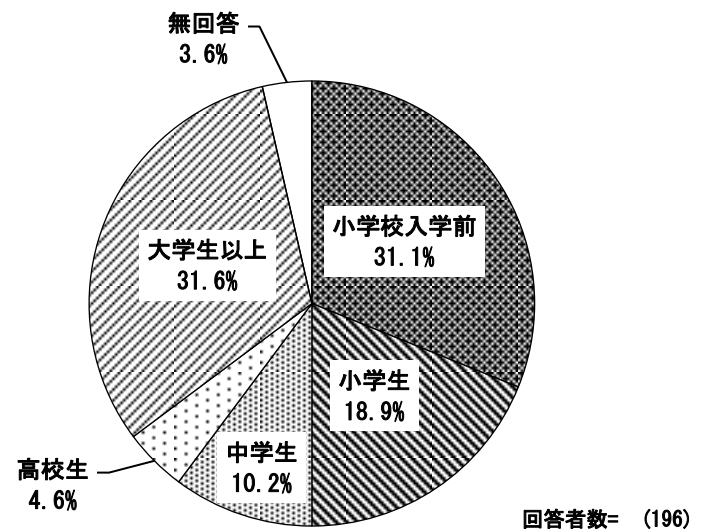
(5) 同居家族の人数



(6) 同居家族



(7) 末子の年代



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。小数点以下第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、または上回ることがあります。
- (2) 複数回答の設問は、すべて比率を合計すると100.0%を上回ることがあります。
- (3) 本報告書のグラフ表記について、前問の回答に応じて回答者を限定している該当設問において、回答者数が100人に満たない場合は、「年代別」や「年代層別」のグラフは割愛して、全体結果のみの表記と分析としております。

第2章 調査結果の3つのポイント 及び今後の取り組み方針

《調査結果の3つのポイント》

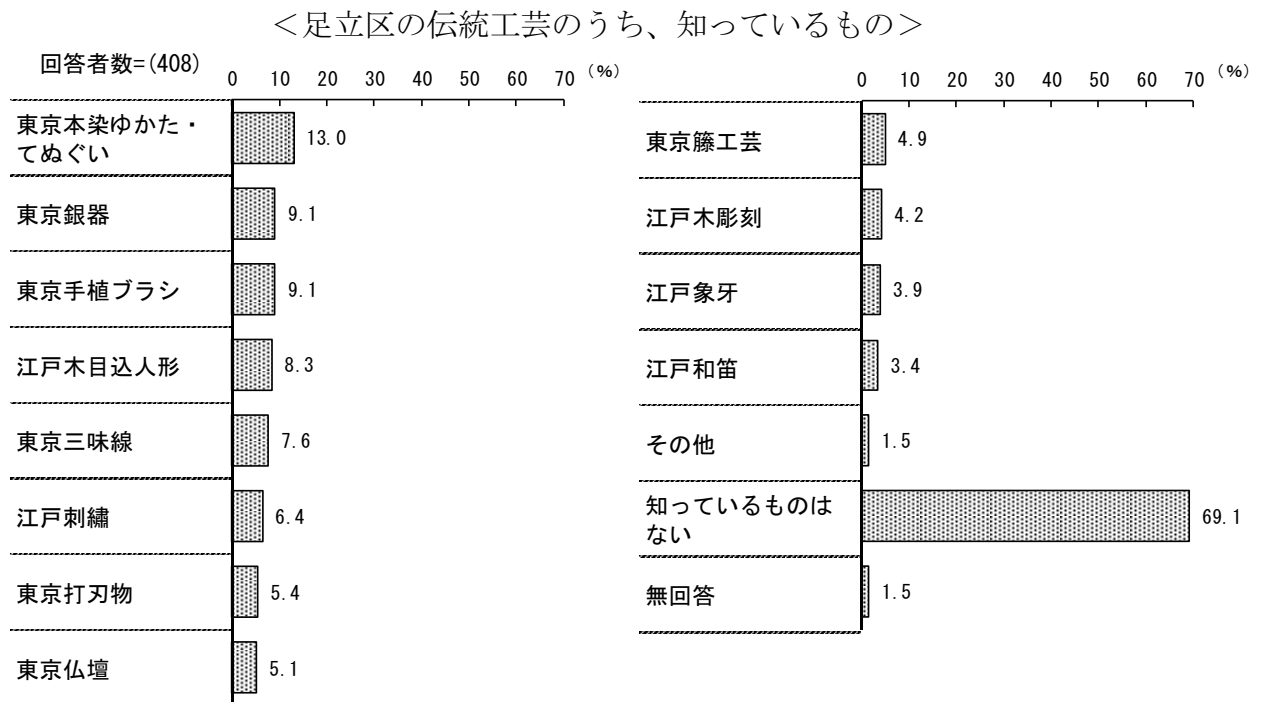
- 1 足立区の12品目の伝統工芸について、7割弱が「知っているものはない」と回答した
- 2 「あだち地場工業製品フェア」について、8割以上が「開催されていることを知らなかった」と回答した
- 3 「足立ブランド認定事業」という事業名及び事業の内容について、7割以上が「聞いたことがない」と回答した

1 調査結果の3つのポイント

(1) 足立区の12品目の伝統工芸について、7割弱が「知っているものはない」と回答した

ア 問1「足立区の伝統工芸のうち、あなたが知っているものはどれですか」

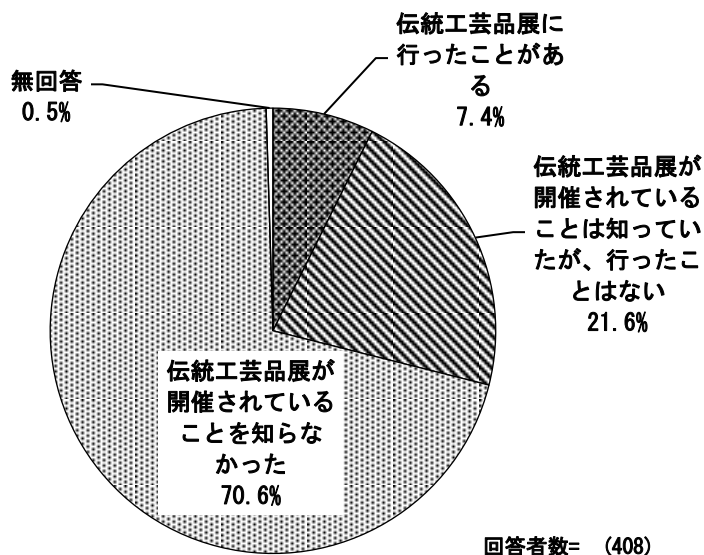
足立区の12品目の伝統工芸のいずれかを知っていると回答した割合は29.4%に止まり、「知っているものはない」(69.1%)の割合が最も高かった。



イ 問2「伝統工芸品展」について知っていますか。また、行ったことがありますか

「伝統工芸品展に行ったことがある」は7.4%、「伝統工芸品展が開催されていることは知っていたが、行ったことはない」は21.6%に止まり、「伝統工芸品展が開催されていることを知らなかった」(70.6%)の割合が最も高かった。

＜伝統工芸品展を知っているか、また、行ったことがあるか＞

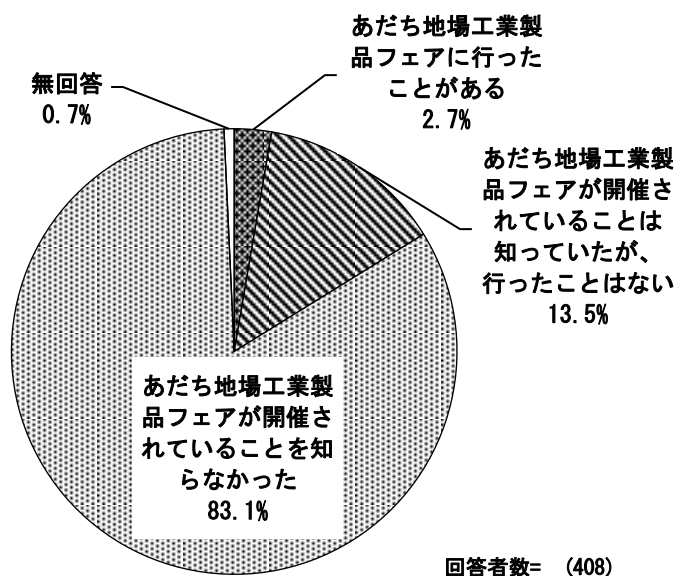


(2)「あだち地場工業製品フェア」について、8割以上が「開催されていることを知らなかった」と回答した

問5「あだち地場工業製品フェア」について知っていますか、また、行ったことがありますか

「あだち地場工業製品フェアに行ったことがある」は2.7%、「あだち地場工業製品フェアが開催されていることは知っていたが、行ったことはない」は13.5%に止まり、「あだち地場工業製品フェアが開催されていることを知らなかった」(83.1%)の割合が最も高かった。

<「あだち地場工業製品フェア」を知っているか、また、行ったことがあるか>

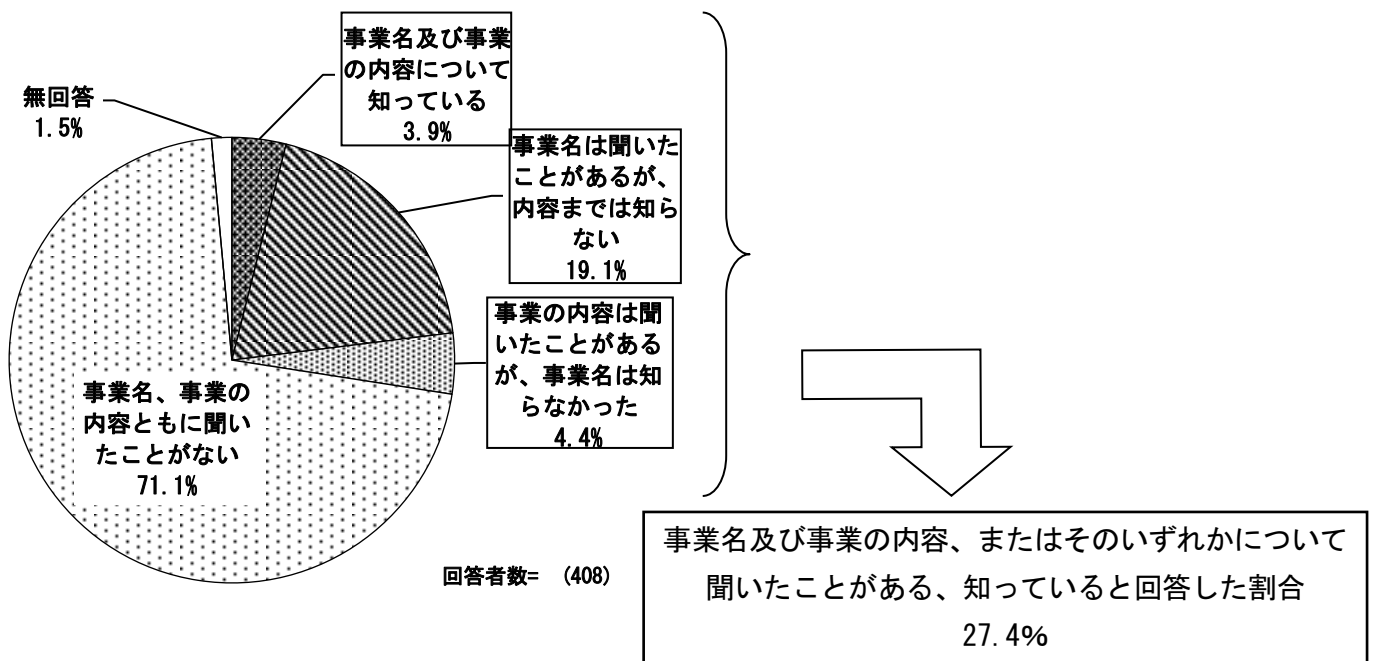


(3)「足立ブランド認定事業」という事業名及び事業の内容について、7割以上が「聞いたことがない」と回答した

ア 問6「足立ブランド認定事業」という事業名及び事業の内容を知っていますか

事業名及び事業の内容、またはそのいずれかについて知っている、聞いたことがあると回答した割合は27.4%に止まり、「事業名、事業の内容ともに聞いたことがない」(71.1%)の割合が最も高かった。

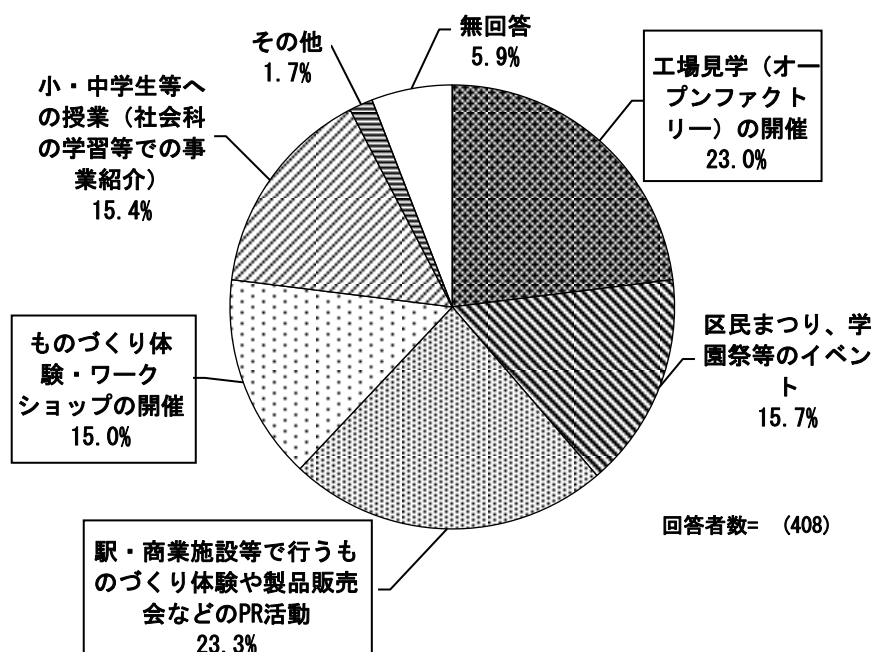
＜「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度＞



イ 問9「足立ブランド認定企業が実施するイベントでやってほしいと思うものは何ですか」

「駅・商業施設等で行うものづくり体験や製品販売会などのPR活動（23.3%）、「工場見学（オープンファクトリー）の開催」（23.0%）、「区民まつり、学園祭等のイベント」（15.7%）、「小・中学生等への授業（社会科の学習等での事業紹介）」（15.4%）、「ものづくり体験・ワークショップの開催」（15.0%）の順に割合が高かった。このうち、認定企業の製品・技術を直接「見たい」「触れたい」「購入したい」に分類される意見は61.3%を占めている。

＜足立ブランド認定企業に実施してほしいイベント＞



2 今後の方針

(1) 足立区の産業・PR活動の認知度向上

現状	
① 約7割弱が「足立区の伝統工芸」について「知っているものはない」と回答した。 ② 足立ブランド認定企業の名前、主要な製品・技術を知っているか聞いたところ、ほとんどの業種で7～8割が「企業の名前、製品・技術ともに知っているものはない」と回答した。 ③ PRのための施策（「伝統工芸品展」「あだち地場工業製品フェア」の開催、足立区公式HP「伝統工芸」についての紹介ページ、足立ブランド認定事業）について、7割以上が「知らない」「聞いたことがない」と回答した。 ④ 自由意見では、「足立区の産業について知らなかった」が71件と最も多く、次いで「足立区の産業をもっと宣伝してほしい」との意見が69件と2番目に多かった。	
課題	今後の取り組み
① 「伝統工芸品展」「あだち地場工業製品フェア」「足立ブランド認定企業」等、どのイベント、産業団体も認知度は全体の2～3割であるため、当団体を「知らない・聞いたことがない」区民（全体の7～8割）に対するPRを重点的に実施する必要がある。	① 「ふるさと納税」の返戻品に足立ブランド認定企業の製品を登録し、認定企業の優れた製品・技術をPRする。 ② 各イベントを主催する産業団体（「足立区伝統工芸振興会」「足立区工業会連合会」「足立ブランド認定企業」）に、本調査の結果を紹介し、今後のイベント開催に向けて、来場の動機付けとなるような魅力あるコンテンツ（職人による実演・体験、スタンプラリーやノベルティグッズ企画、SNSに連動するフォトスポットの設置など）を検討する。 ③ 団体単位でPR事業を展開するのではなく、イベントの同時開催や相互PRを実施し、区内産業団体全体の認知度向上を図る。
② その方策として、「足立ブランド等を知ってもらうために〇〇を実施」するのではなく、「何気ない日常生活の中で、足立ブランド等を知る」きっかけ（機会）づくりが必要である。	① 足立ブランドPR事業の新たな取り組みとして、情報拡散力のある若年層をターゲットとした、SNSによる企業PR（ショート）動画の配信を行う。また、区内中学校等において校内放送を活用し、足立ブランド認定企業の紹介を行う。 ② 日常的に人流の多い商業施設等を会場としたイベント開催を検討する。

(2) 製品や技術についての情報発信・触れる機会の創出

現状	
① 伝統工芸品展、あだち地場工業製品フェアに行った方の目的は、いずれも過半数が「展示品を見たいから」と回答した。 ② 伝統工芸について、ホームページや冊子等で掲載すると良い内容は、「伝統工芸職人それぞれの作品の写真」が56.1%と最も高く、次いで「伝統工芸品目の紹介」(53.4%)、「伝統工芸品の販売(ネット・店舗)などの情報」(48.8%)の順となった。 ③ 足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄は、「製品や技術などの紹介」が40.2%と最も高かった。 ④ 足立ブランド認定企業に実施してほしいイベントは「駅・商業施設等で行うものづくり体験や製品販売会などのPR活動」が23.3%と最も高く、次いで「工場見学(オープンファクトリー)の開催」が23.0%となった。	
課題	今後の取り組み
① 伝統工芸品展を主催する産業団体の「足立区伝統工芸振興会」を紹介するホームページがない。また、PR冊子も、平成29年以降更新しておらず、情報が古い。	① 「足立区伝統工芸振興会」の会員のもとへ取材に伺い、技術や想いをホームページで紹介する。また、ホームページ作成と同時に、SNSを投稿し、より多くの方に情報を届けていく。掲載内容は毎年見直し、情報を随時更新していく。 ② その内容をもとにパンフレットを作成し、2年に1回を基本に定期的な見直し、更新を図りつつ、伝統工芸品展などのイベントで配布する。
② 伝統工芸振興会員の高齢化が進む中、伝統工芸品展のマンネリ化も指摘されており、かねてから新会員の入会が求められている。	① 新会員5名を迎えた。新たな工芸品を加えて伝統工芸品展を実施し、優れた匠の技をPRしていく。
③ 足立ブランド認定事業において、現状は企業向けの見本市出展や、プレスリリース配信等を中心にPR事業を展開しており、区内及び区民向けへのPRが不十分である。	① 足立ブランド認定企業等の製品・技術を直接見たり、触れたりすることができる「工場見学」について、夏休みに行っている子ども向けのほか、大人向けの「オープンファクトリー」など、区内のものづくりを広く区民に身近に感じていただける企画を検討する。 ② 現在区役所1階で行っている区内産業製品のショーケース展示について、より多くの来庁者の目に留まりやすくするため、庁内でも人通りの多い場所への移設を検討する。また、従来の事務的なショーケースに代

	えて、製品の魅力が際立つデザイン性の高い什器を導入し、照明や配置にも工夫を加えることで、洗練された展示を目指す。
--	--

（3）イベントに来られない方へ向けたPR活動

現状	
① 伝統工芸品展及びあだち地場工業製品フェアについて、「開催されていることは知っていたが、行ったことはない」と答えた方に行ったことがない理由を聞いたところ、いずれも「行く時間がないから」が5割弱と最も高く、次いで「会場が遠いから」が約3割となった。	
課題	今後の取り組み
① 会場に行くことが難しい区民の方に対するPR手段（自宅にしながら、気軽に製品・技術等について知れる方法）を検討する必要がある。	① これまでは、文章形式（冊子、プレスリリース）でのPRが中心であったが、企業の製品・技術を具体的にイメージできるよう「PR動画」を作成し、SNS等のオンライン媒体で配信するほか、区のホームページやデジタルサイネージによる放映するなど来場が難しい方でも気軽に視聴できる環境整備を検討する。

第3章 調査結果の詳細

設問体系と回答の概要

- 1 足立区の伝統工芸のうち、知っているもの**・・・・・・・・・・ P20
- (1) 「知っているものはない」 69.1%
- (2) 「東京本染ゆかた・てぬぐい」 13.0%
- 2 「伝統工芸品展」を知っているか、また、行ったことがあるか**・・・・・・・・ P23
- (1) 「伝統工芸品展が開催されていることを知らなかった」 70.6%
- (2) 「伝統工芸品展が開催されていることは知っていたが、行ったことはない」 21.6%
- 3 伝統工芸品展に行った目的**・・・・・・・・・・ P24
- (1) 「伝統工芸の展示品を見たいから」 53.3%
- (2) 「その他」 33.3%
- 4 伝統工芸品展での製作等の体験、工芸品の購入経験の有無**・・・・・・・・ P25
- (1) 「体験も購入もしたことがない」 66.7%
- (2) 「体験したことはないが、購入したことはある」 16.7%
- 5 伝統工芸品展で体験、購入したもの**・・・・・・・・・・ P26
- (1) 「東京手植ブラシ」 33.3%
- (2) 「東京本染ゆかた・てぬぐい」、「東京打刃物」、「その他」 22.2%
- 6 伝統工芸品展に行ったことがない理由**・・・・・・・・・・ P27
- (1) 「伝統工芸品展に行く時間がないから」 45.5%
- (2) 「伝統工芸品展の会場が遠いから」 30.7%
- 7 「伝統工芸」の紹介ページを見たことがあるか**・・・・・・・・・・ P28
- (1) 「紹介ページがあることを知らない」 79.4%
- (2) 「紹介ページを見たことがある」、「紹介ページがあることは知っているが、見たことはない」 9.8%
- 8 足立区の伝統工芸について、ホームページや冊子等で掲載すると良い内容**・・・・・・・・ P29
- (1) 「伝統工芸職人それぞれの作品の写真」 56.1%
- (2) 「伝統工芸品目の紹介」 53.4%
- 9 「あだち地場工業製品フェア」を知っているか、また、行ったことがあるか**・・・・・・・・ P30
- (1) 「あだち地場工業製品フェアが開催されていることを知らなかった」 83.1%
- (2) 「あだち地場工業製品フェアが開催されていることは知っていたが、行ったことはない」 13.5%

- 10 あだち地場工業製品フェアに行った目的** P31
- (1) 「地場工業製品の展示品を見たいから」 63.6%
 - (2) 「地場工業製品を購入したいから」 27.3%
- 11 あだち地場工業製品フェアでの商品の購入経験の有無** P32
- (1) 「購入したことがない」 72.7%
 - (2) 「購入したことがある」 27.3%
- 12 あだち地場工業製品フェアで購入したもの** P33
- (1) 「折り紙・千代紙」 66.7%
 - (2) 「ガーゼ製品」 33.3%
- 13 あだち地場工業製品フェアに行ったことがない理由** P34
- (1) 「あだち地場工業製品フェアに行く時間がないから」 45.5%
 - (2) 「あだち地場工業製品フェアの会場が遠いから」 29.1%
- 14 「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度** P35
- (1) 「事業名、事業の内容ともに聞いたことがない」 71.1%
 - (2) 「事業名は聞いたことがあるが、内容までは知らない」 19.1%
- 15 「足立ブランド認定事業」を知ったきっかけ** P39
- (1) 「ホームページ、広報紙、冊子、SNS等の広告媒体」 83.9%
 - (2) 「事業所に置かれたのぼり旗や認定マークを見て」 13.4%
- 16 足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄** P40
- (1) 「製品や技術などの紹介」 40.2%
 - (2) 「製品の販売（ネット・店舗）などの情報」 24.0%
- 17 「足立ブランド」に認定された企業であることを示すロゴマークの認知度** P44
- (1) 「見たことがない」 81.4%
 - (2) 「何のマークかは知らなかったが、見たことはある」 11.3%
- 18 足立ブランド認定企業に実施してほしいイベント** P48
- (1) 「駅・商業施設等で行うものづくり体験や製品販売会などのPR活動」 23.3%
 - (2) 「工場見学（オープンファクトリー）の開催」 23.0%
- 19 足立ブランド認定企業の名前、主要な製品・技術の認知度** P52
- 「皮革」**
- (1) 「企業の名前、製品・技術ともに知っているものはない」 52.2%
 - (2) 「企業の名前、製品・技術ともに知っている」 24.3%

「機械金属」

- (1) 「企業の名前、製品・技術ともに知っているものはない」 89.0%
- (2) 「製品・技術のみ知っている」 3.7%

「樹脂」

- (1) 「企業の名前、製品・技術ともに知っているものはない」 80.1%
- (2) 「企業の名前のみ知っている」 7.8%

「印刷」

- (1) 「企業の名前、製品・技術ともに知っているものはない」 87.3%
- (2) 「企業の名前、製品・技術ともに知っている」 4.2%

「工芸品」

- (1) 「企業の名前、製品・技術ともに知っているものはない」 80.9%
- (2) 「企業の名前のみ知っている」 5.9%

「生活関連」

- (1) 「企業の名前、製品・技術ともに知っているものはない」 72.5%
- (2) 「企業の名前、製品・技術ともに知っている」 11.8%

「乗物」

- (1) 「企業の名前、製品・技術ともに知っているものはない」 92.4%
- (2) 「企業の名前のみ知っている」 2.5%

「金属」

- (1) 「企業の名前、製品・技術ともに知っているものはない」 72.1%
- (2) 「企業の名前のみ知っている」 12.3%

20 足立区の伝統工芸、足立区の地場産業、足立ブランド認定事業に関することについてのご意見、ご要望・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P53

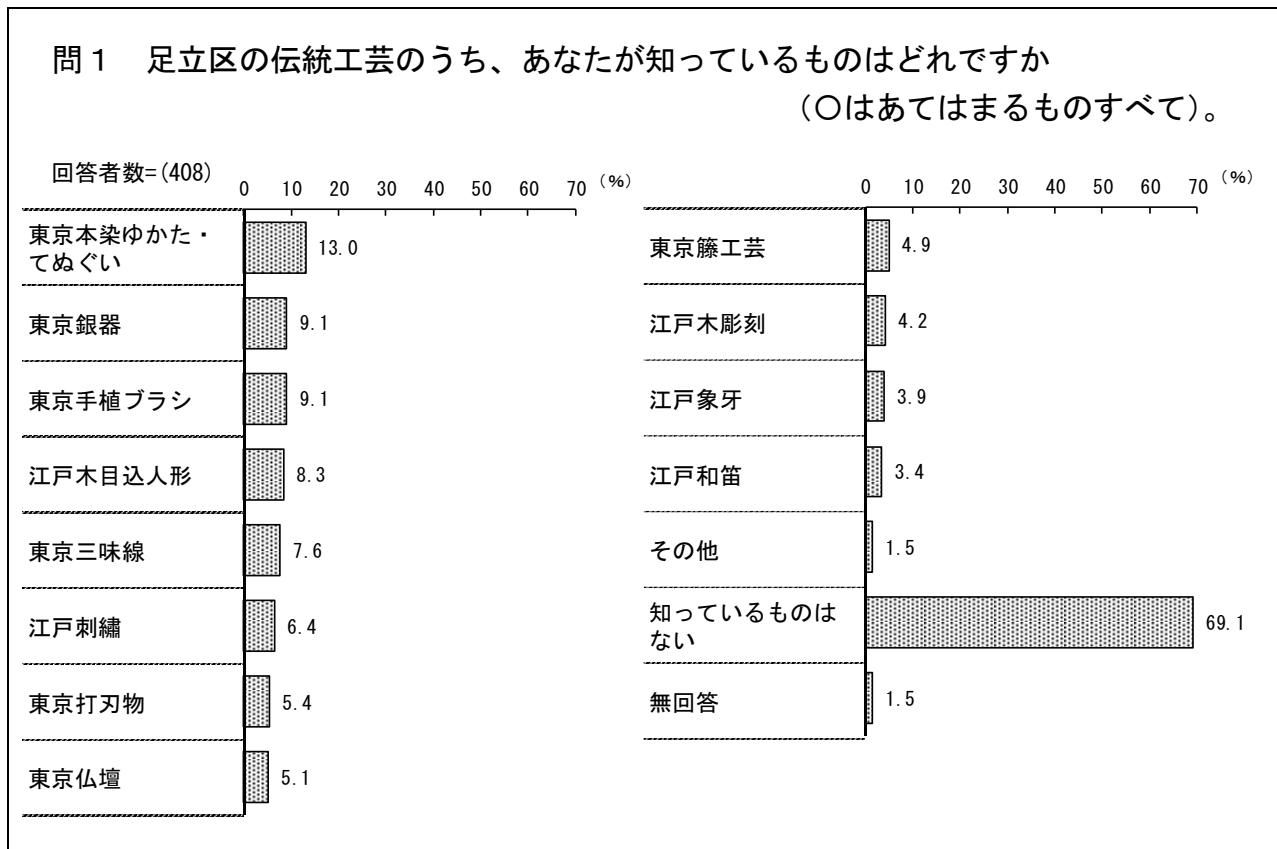
- (1) 「足立区の産業について知らなかった」 71 件
- (2) 「足立区の産業をもっと宣伝してほしい」 69 件

21 アンケートの実施が区政の改善につながるかの考え・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P54

- (1) 「どちらかといえばそう思う」 42.6%
- (2) 「そう思う」 25.0%

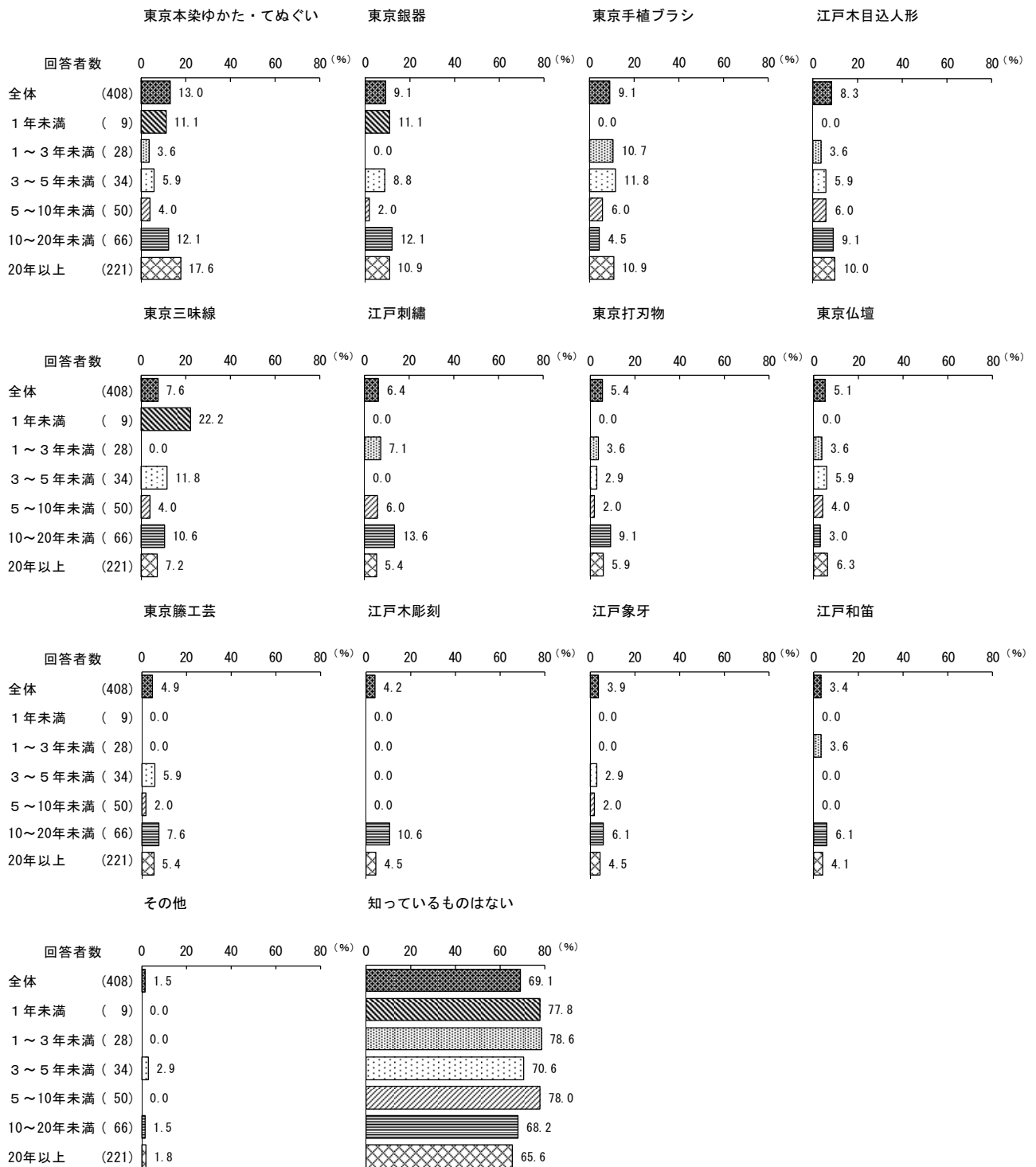
1 足立区の伝統工芸のうち、知っているもの

(1) 単純集計



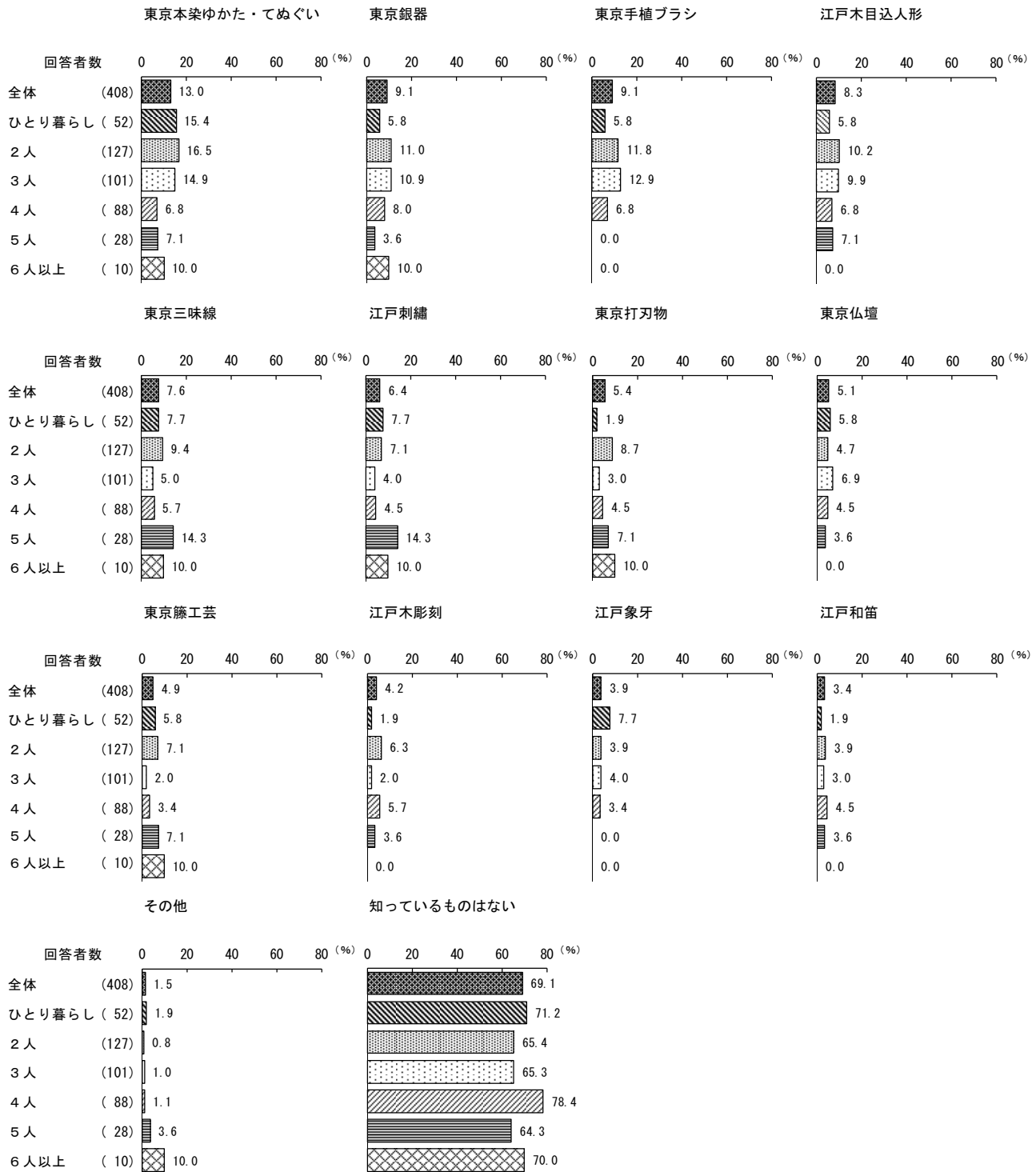
「足立区の伝統工芸のうち、知っているものはどれですか」と聞いたところ、「知っているものはない」が69.1%で最も高く、次いで「東京本染ゆかた・てぬぐい」が13.0%、「東京銀器」と「東京手植ブラシ」が9.1%となっています。

(2) クロス集計・居住年数別／足立区の伝統工芸のうち、知っているもの



居住年数が1年未満、1～3年未満は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、足立区の伝統工芸のうち、知っているものを居住年数別にみると、「東京本染ゆかた・てぬぐい」は20年以上（17.6%）が他と比べて高くなっています。また、「知っているものはない」は20年以上（65.6%）が他と比べて低くなっています。

(3) クロス集計・同居家族の人数別／足立区の伝統工芸のうち、知っているもの

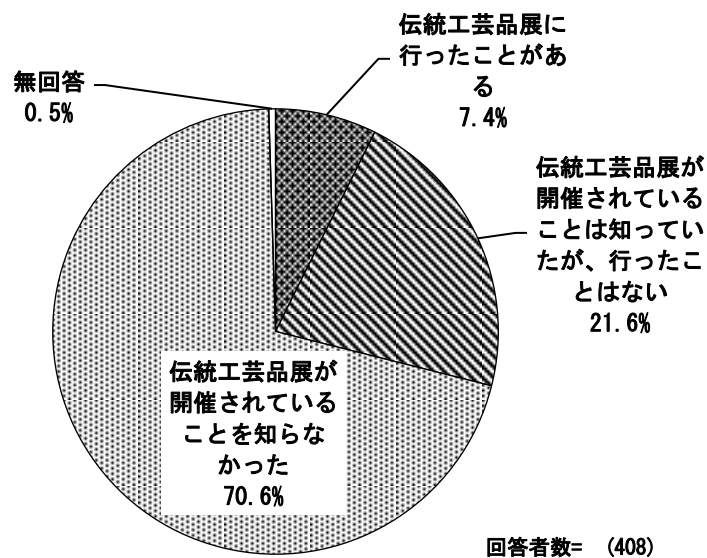


同居家族の人数が5人、6人以上は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、足立区の伝統工芸のうち、知っているものを同居家族の人数別にみると、「東京本染ゆかた・てぬぐい」は2人（16.5%）が他と比べて高くなっています。また、「知っているものはない」は4人（78.4%）が他と比べて高くなっています。

2 「伝統工芸品展」を知っているか、また、行ったことがあるか

(1) 単純集計

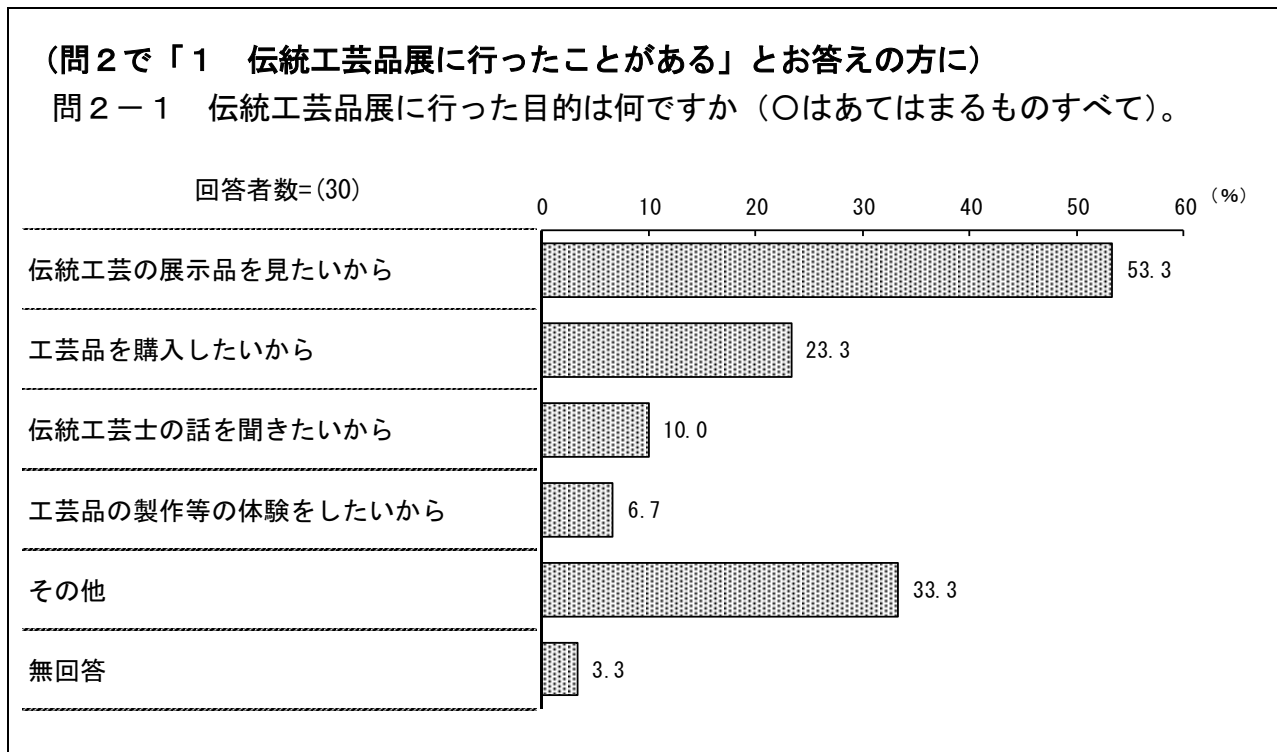
問2 あなたは、足立区が6月と12月に区役所庁舎ホールやアトリウムで開催している「伝統工芸品展」について、知っていますか。また、行ったことがありますか（○は1つだけ）。



『伝統工芸品展』について知っていますか。また、行ったことがありますか」と聞いたところ、「伝統工芸品展が開催されていることを知らなかった」が70.6%で最も高く、次いで、「伝統工芸品展が開催されていることは知っていたが、行ったことはない」が21.6%、「伝統工芸品展に行ったことがある」が7.4%となっています。

3 伝統工芸品展に行った目的

(1) 単純集計



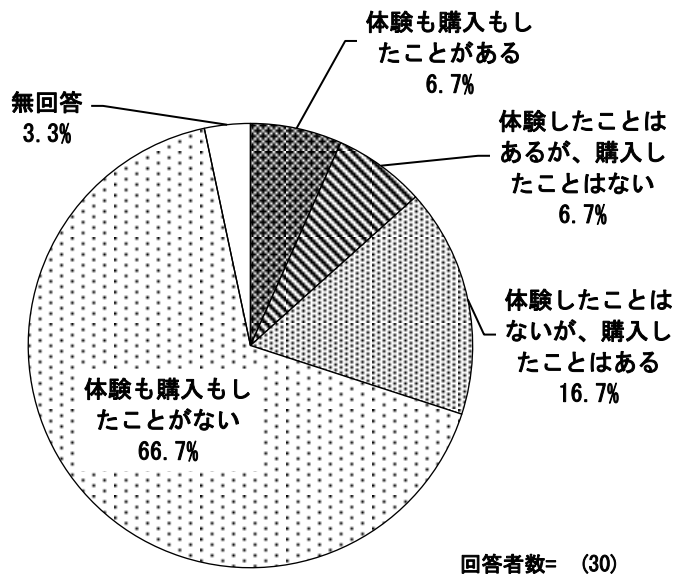
「伝統工芸品展に行ったことがある」とお答えの方に、行った目的を聞いたところ、回答数が少ないことからあくまで参考値ながら、「伝統工芸の展示品を見たいから」が53.3%と最も高く、次いで「その他」が33.3%、「工芸品を購入したいから」が23.3%となっています。

4 伝統工芸品展での製作等の体験、工芸品の購入経験の有無

(1) 単純集計

(問2で「1 伝統工芸品展に行ったことがある」とお答えの方に)

問2-2 伝統工芸品展で製作等の体験をしたり、工芸品を購入したりしたことはありますか(○は1つだけ)。



「伝統工芸品展に行ったことがある」とお答えの方に、製作等の体験や工芸品の購入をしたことがあるか聞いたところ、回答数が少ないことからあくまで参考値ながら、「体験も購入もしたことがない」が66.7%と最も高く、次いで「体験したことはないが、購入したことはある」が16.7%、「体験も購入もしたことがある」と「体験したことはあるが、購入したことはない」が6.7%となっています。

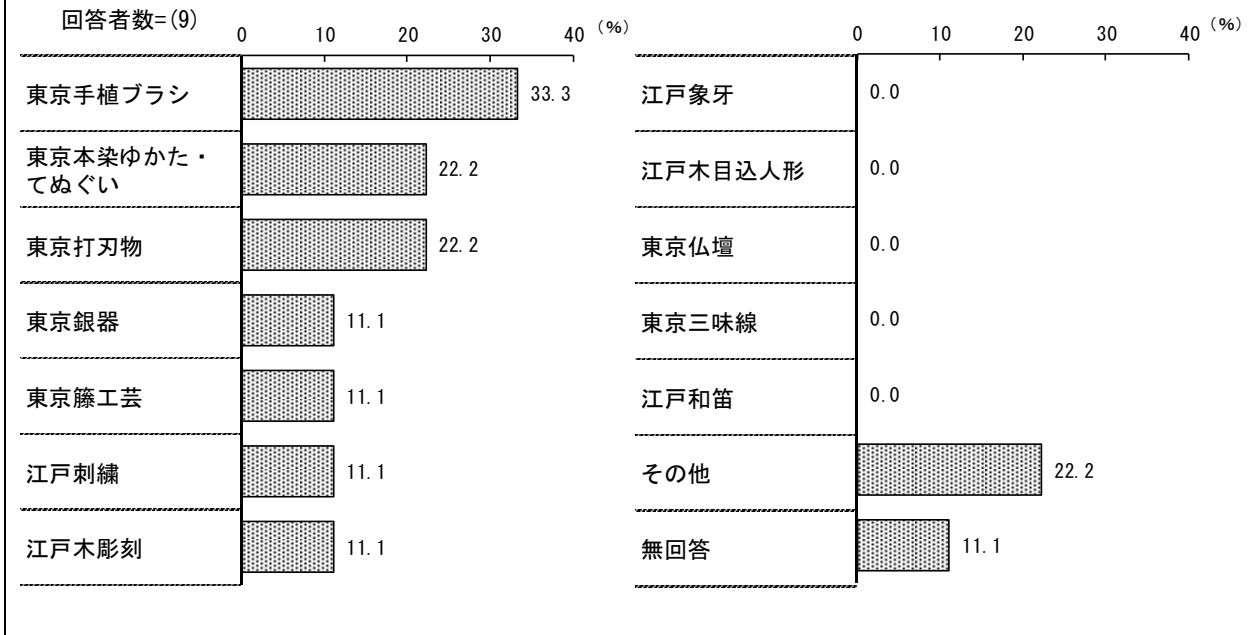
5 伝統工芸品展で体験、購入したもの

(1) 単純集計

(問2-2で「1」～「3」とお答えの方に)

問2-3 伝統工芸品展で体験または購入したものは何ですか

(○はあてはまるものすべて)。



伝統工芸品展で「体験も購入もしたことがある」、「体験したことはあるが、購入したことはない」、「体験したことはないが、購入したことはある」とお答えの方に、伝統工芸品展で体験または購入したものは何か聞いたところ、回答数が少ないことからあくまで参考値ながら、「東京手植ブラシ」が33.3%と最も高く、次いで「東京本染ゆかた・てぬぐい」と「東京打刃物」と「その他」が22.2%となっています。

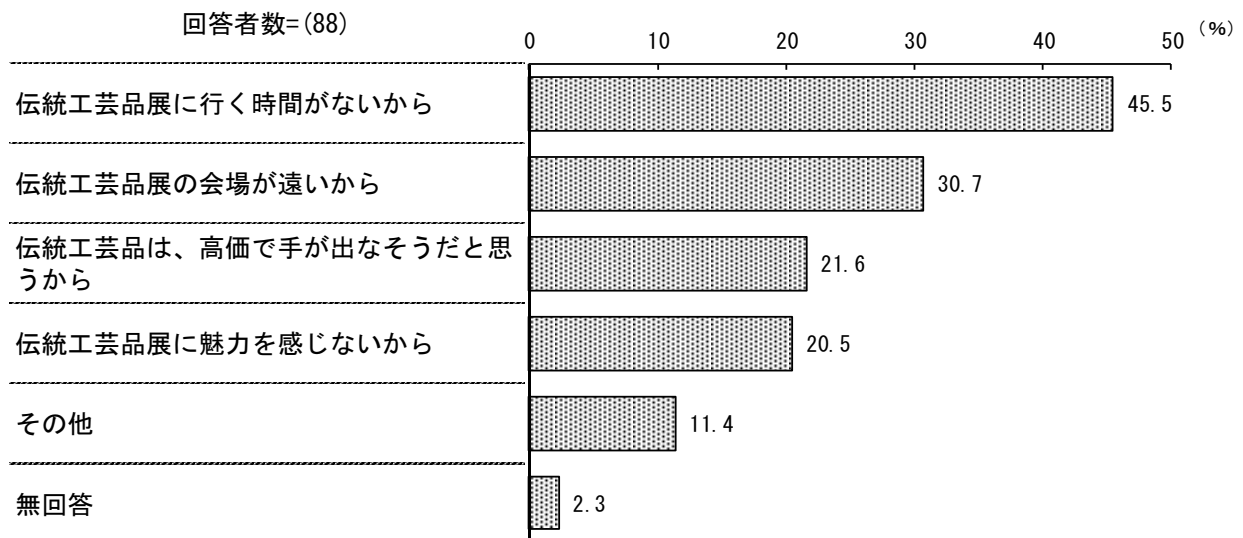
6 伝統工芸品展に行ったことがない理由

(1) 単純集計

(問2で「2 伝統工芸品展が開催されていることは知っていたが、行ったことは無い」とお答えの方に)

問2-4 あなたが伝統工芸品展に行ったことがない理由は何ですか

(○はあてはまるものすべて)。

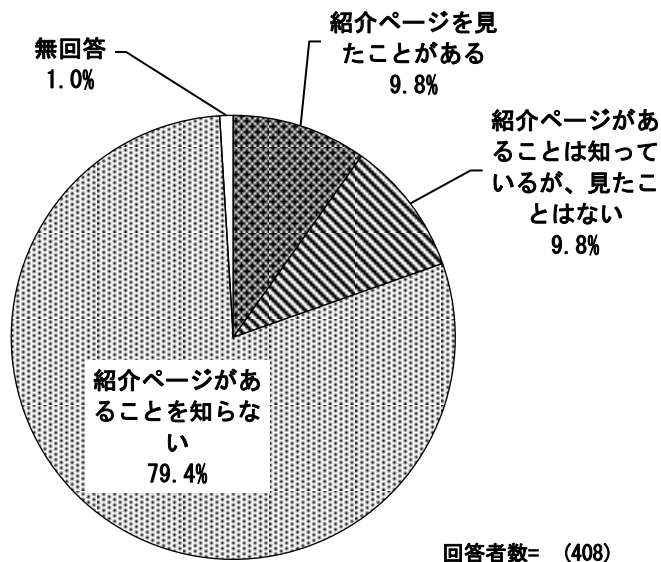


「伝統工芸品展が開催されていることは知っていたが、行ったことは無い」とお答えの方に伝統工芸品展に行ったことがない理由を聞いたところ、「伝統工芸品展に行く時間がないから」が45.5%と最も高く、次いで「伝統工芸品展の会場が遠いから」が30.7%となっています。

7 「伝統工芸」の紹介ページを見たことがあるか

(1) 単純集計

問3 足立区の公式ホームページで「伝統工芸」の紹介ページを見たことがありますか（○は1つだけ）。

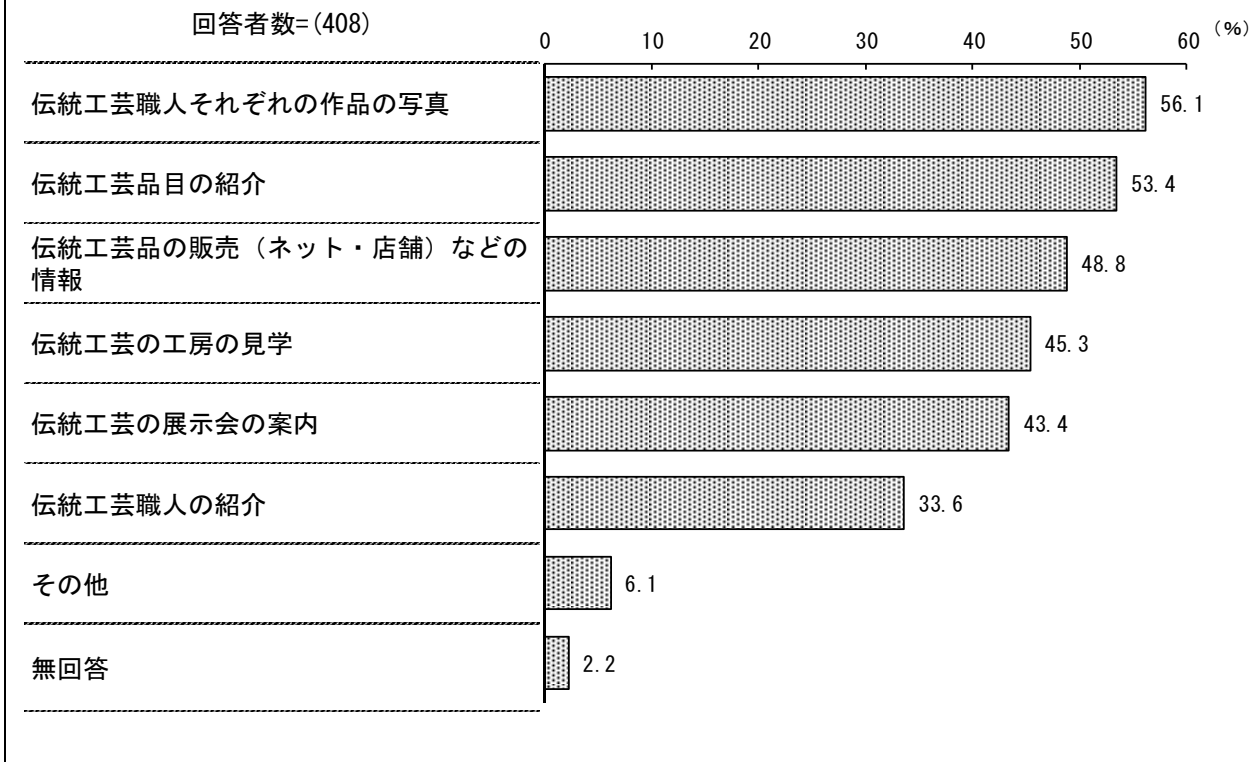


足立区の公式ホームページで「伝統工芸」の紹介ページを見たことがあるか聞いたところ、「紹介ページがあることを知らない」が79.4%で最も高く、次いで「紹介ページを見たことがある」と「紹介ページがあることは知っているが、見たことはない」が9.8%となっています。

8 足立区の伝統工芸について、ホームページや冊子等で掲載すると良い内容

(1) 単純集計

問4 足立区の伝統工芸について、ホームページや冊子等で、どのような内容を掲載すると良いと思いますか（〇はあてはまるものすべて）。



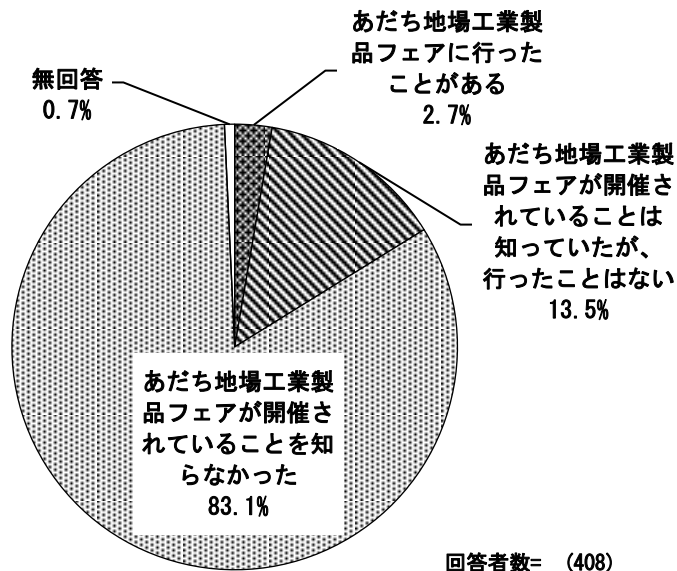
足立区の伝統工芸について、ホームページや冊子等で、掲載すると良い内容は、「伝統工芸職人それぞれの作品の写真」が 56.1%で最も高く、次いで「伝統工芸品目の紹介」が 53.4%、「伝統工芸品の販売（ネット・店舗）などの情報」が 48.8%となっています。

9 「あだち地場工業製品フェア」を知っているか、また、行ったことがあるか

(1) 単純集計

問5 足立区が12月に区役所アトリウムなどで開催している「あだち地場工業製品フェア」について、知っていますか。また、行ったことがありますか

(○は1つだけ)。



「あだち地場工業製品フェア」を知っているか、また、行ったことがあるか聞いたところ、「あだち地場工業製品フェアが開催されていることを知らなかった」が83.1%で最も高く、次いで「あだち地場工業製品フェアが開催されていることは知っていたが、行ったことはない」が13.5%、「あだち地場工業製品フェアに行ったことがある」が2.7%となっています。

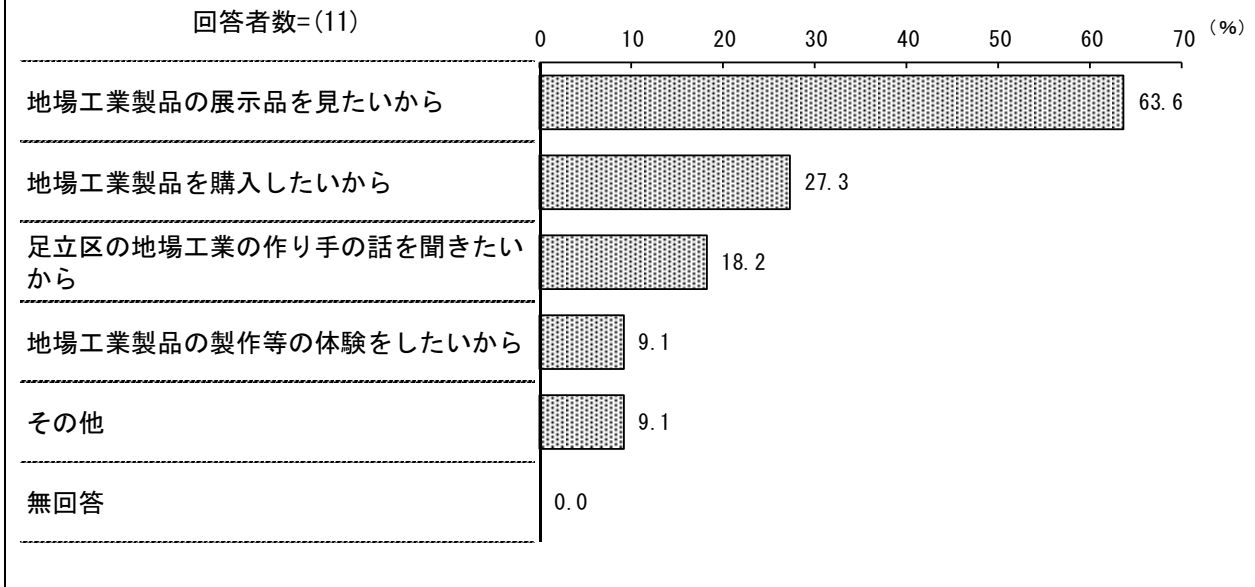
10 あだち地場工業製品フェアに行った目的

(1) 単純集計

(問5で「1 あだち地場工業製品フェアに行ったことがある」とお答えの方に)

問5-1 あなたがあだち地場工業製品フェアに行った目的は何ですか

(○はあてはまるものすべて)。



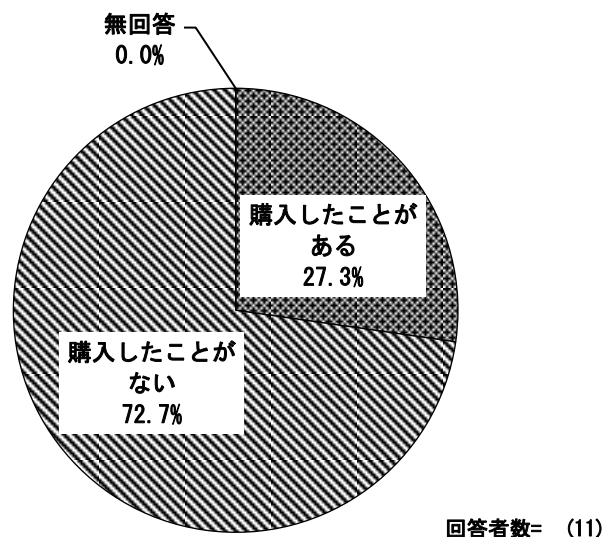
「あだち地場工業製品フェアに行ったことがある」とお答えの方に、行った目的を聞いたところ、回答者数が少ないことからあくまで参考値ながら、「地場工業製品の展示品を見たいから」が63.6%と最も高く、次いで「地場工業製品を購入したいから」が27.3%、「足立区の地場工業の作り手の話を聞きたいから」が18.2%となっています。

11 あだち地場工業製品フェアでの商品の購入経験の有無

(1) 単純集計

(問5で「1 あだち地場工業製品フェアに行ったことがある」とお答えの方に)

問5-2 あなたは、あだち地場工業製品フェアで商品を購入したことはありますか(○は1つだけ)。



「あだち地場工業製品フェアに行ったことがある」とお答えの方に、商品を購入したことがあるかを聞いたところ、回答者数が少ないことからあくまで参考値ながら、「購入したことがない」が72.7%、「購入したことがある」が27.3%となっています。

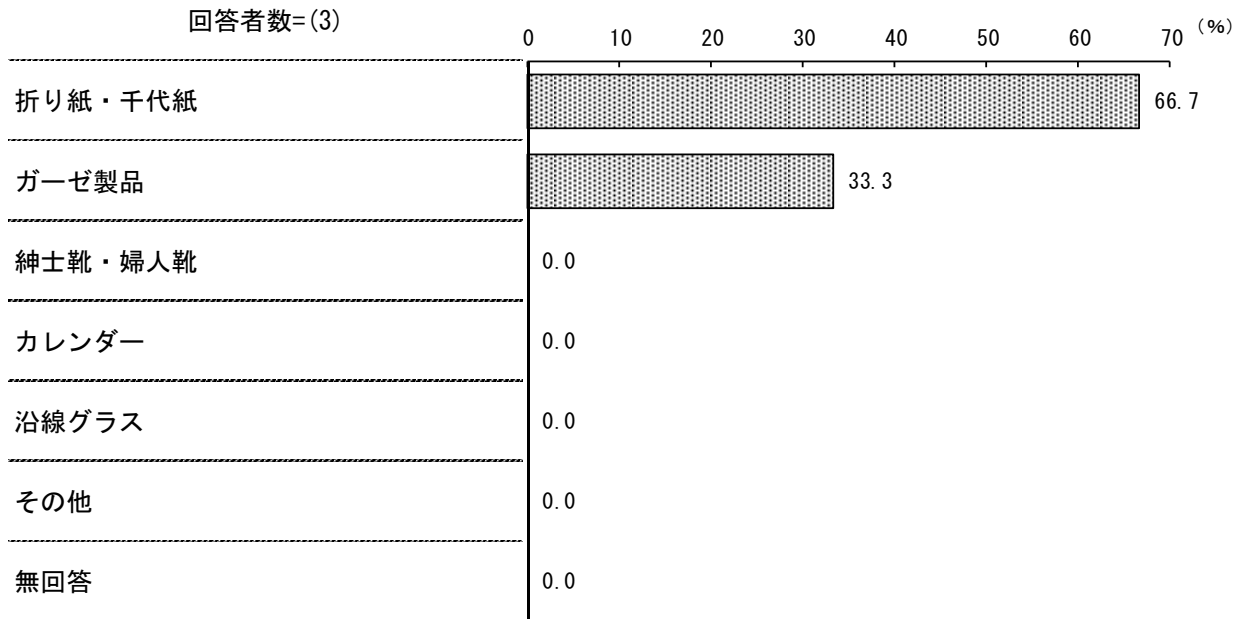
12 あだち地場工業製品フェアで購入したもの

(1) 単純集計

(問5-2で「1 購入したことがある」とお答えの方に)

問5-3 あなたは、あだち地場工業製品フェアで何を購入しましたか

(○はあてはまるものすべて)。



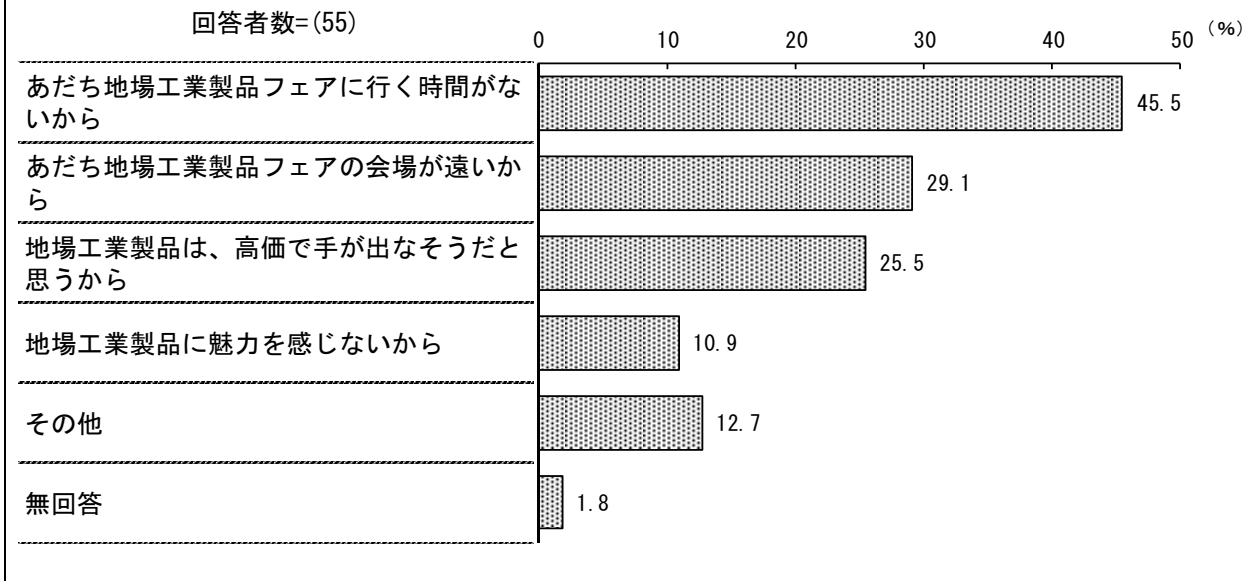
あだち地場工業製品フェアで商品を購入したことがあるとお答えの方に、購入したものを聞いたところ、回答者数が少ないことからあくまで参考値ながら、「折り紙・千代紙」が66.7%と最も高く、次いで「ガーゼ製品」が33.3%となっています。

13 あだち地場工業製品フェアに行ったことがない理由

(1) 単純集計

(問5で「2 あだち地場工業製品フェアが開催されていることは知っていたが、行ったことはない」とお答えの方に)

問5-4 あなたが、あだち地場工業製品フェアに行ったことがない理由は何ですか(○はあてはまるものすべて)。

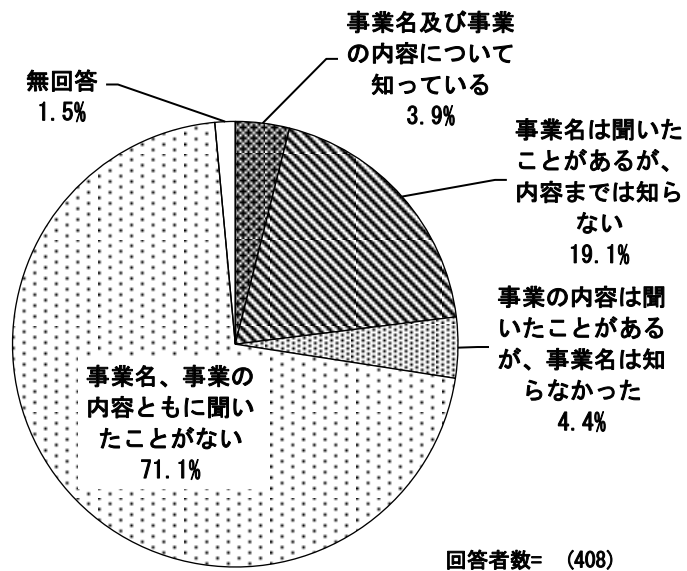


「あだち地場工業製品フェアが開催されていることは知っていたが、行ったことはない」とお答えの方に、行ったことがない理由を聞いたところ、「あだち地場工業製品フェアに行く時間がないから」が45.5%と最も高く、次いで「あだち地場工業製品フェアの会場が遠いから」が29.1%、「地場工業製品は、高価で手が出なそうだと思うから」が25.5%となっています。

14 「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度

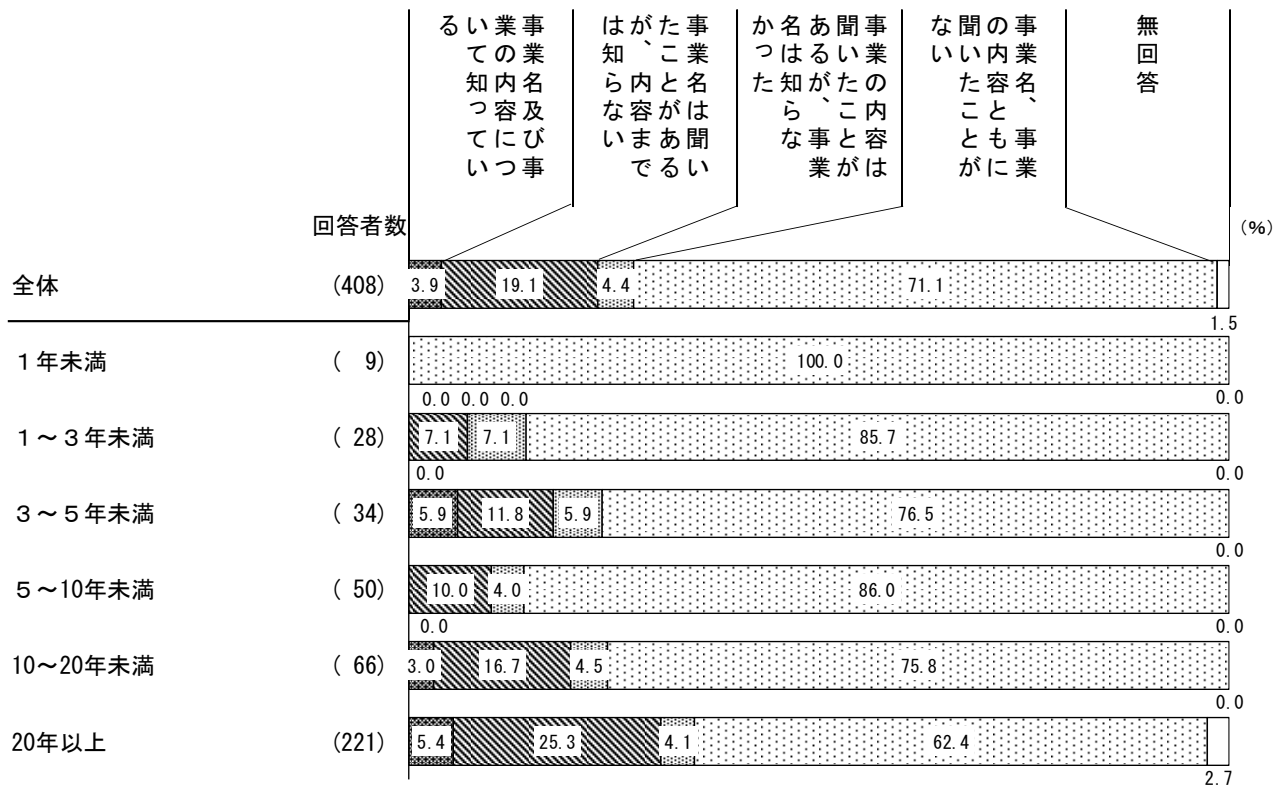
(1) 単純集計

問6 「足立ブランド認定事業」という事業名及び事業の内容を知っていますか
(○は1つだけ)。



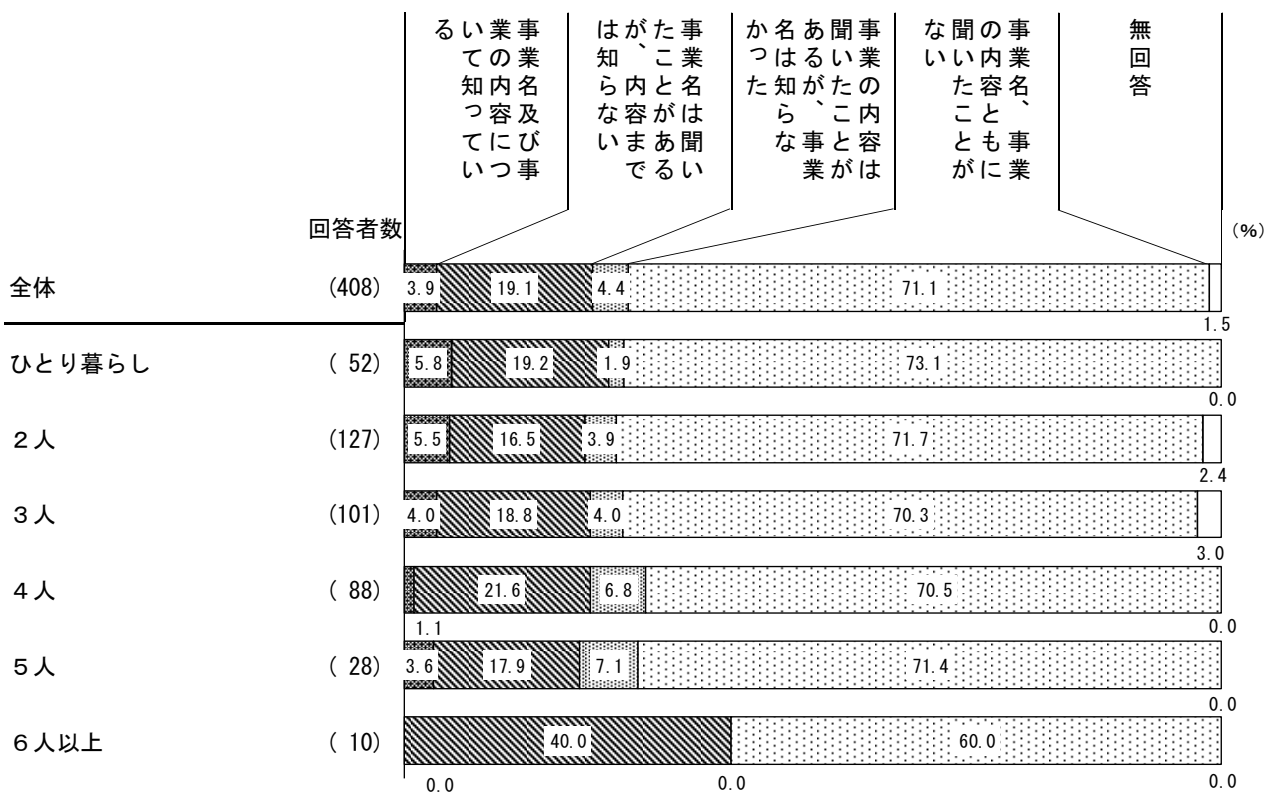
「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度は、「事業名、事業の内容ともに聞いたことがない」が71.1%と最も高く、次いで「事業名は聞いたことがあるが、内容までは知らない」が19.1%となっています。

(2) クロス集計・居住年数別／「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度



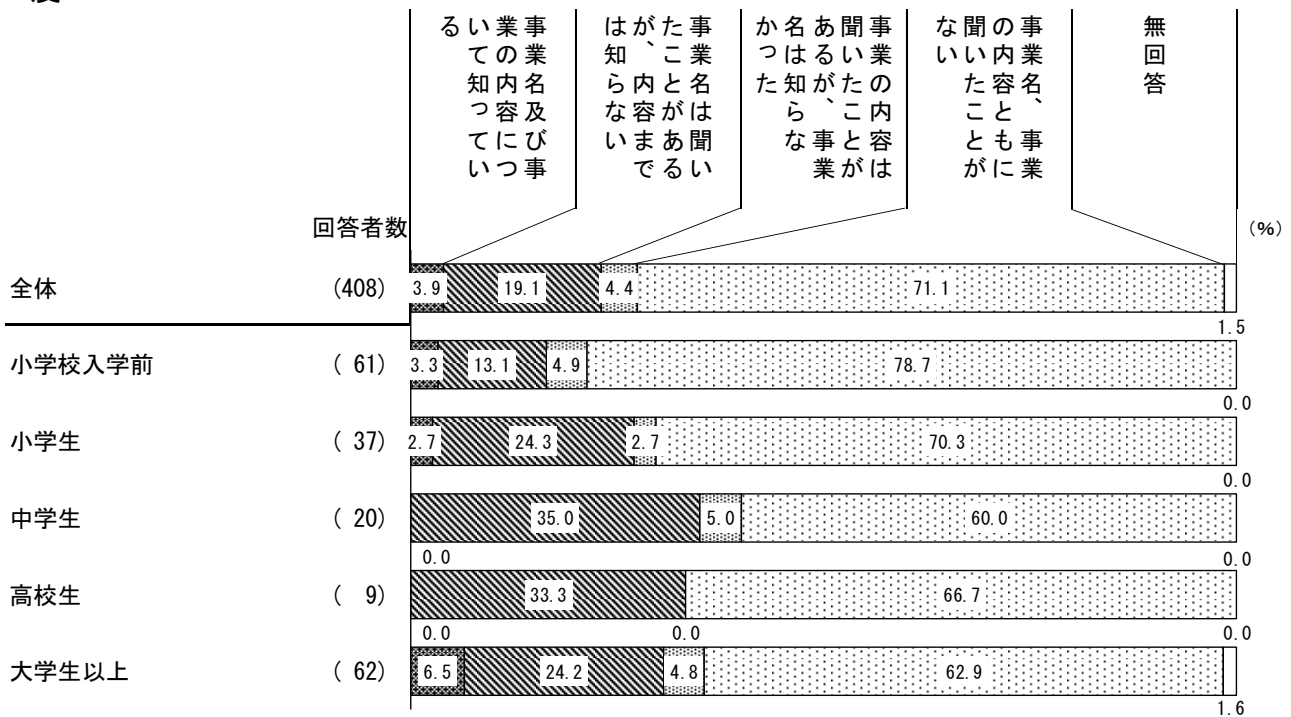
居住年数が1年未満、1～3年未満は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度を居住年数別にみると、「事業名、事業の内容ともに聞いたことがない」は5～10年未満(86.0%)が他と比べて高く、20年以上(62.4%)が他と比べて低くなっています。

(3) クロス集計・同居家族の人数別／「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度



同居家族の人数が5人、6人以上は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度を同居家族の人数別にみると、「事業名は聞いたことがあるが、内容までは知らない」は4人(21.6%)が他と比べて高くなっています。

(4) クロス集計・末子の年代別／「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度



末子の年代が中学生、高校生は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、「足立ブランド認定事業」という事業名、事業内容の認知度を末子の年代別にみると、「事業名、事業の内容ともに聞いたことがない」は小学校入学前(78.7%)が他と比べて高く、大学生以上(62.9%)が他と比べて低くなっています。

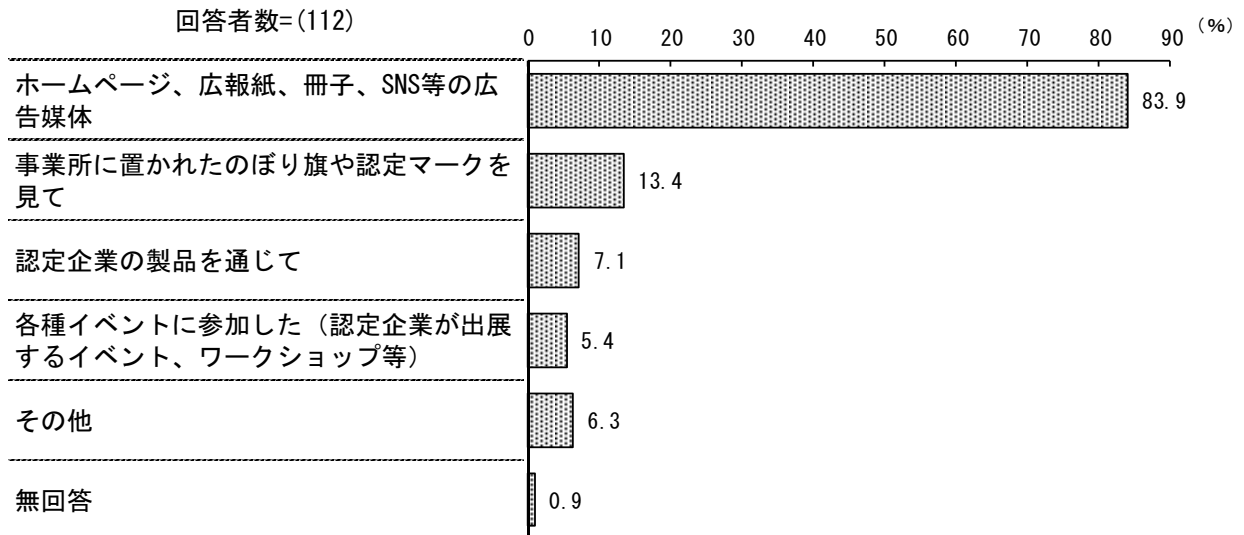
15 「足立ブランド認定事業」を知ったきっかけ

(1) 単純集計

(問6で「1」～「3」とお答えの方に)

問6-1 「足立ブランド認定事業」について、どのように知りましたか。

(〇はあてはまるものすべて)。

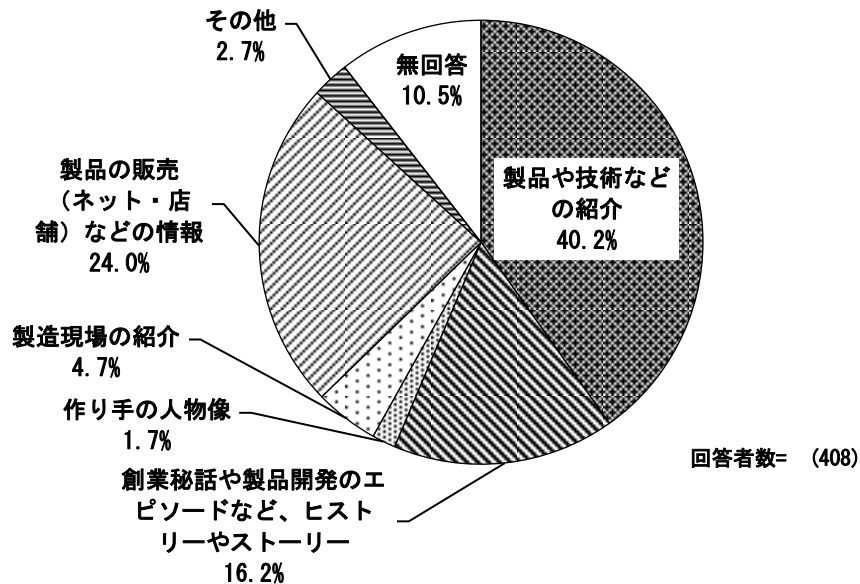


「事業名及び事業の内容について知っている」、「事業名は聞いたことがあるが、内容までは知らない」、「事業の内容は聞いたことがあるが、事業名は知らなかった」とお答えの方に、「足立ブランド認定事業」を知ったきっかけを聴いたところ、「ホームページ、広報紙、冊子、SNS等の広告媒体」が83.9%で最も高く、次いで「事業所に置かれたのぼり旗や認定マークを見て」が13.4%となっています。

16 足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄

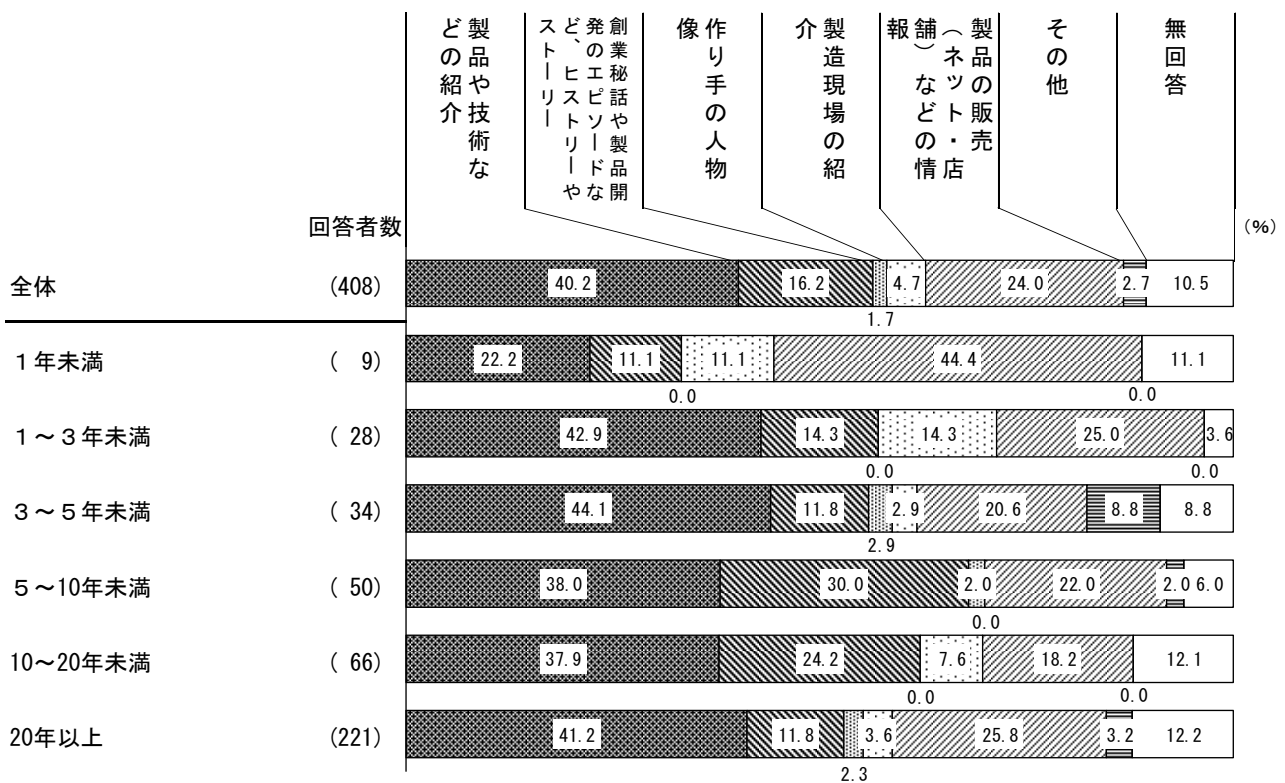
(1) 単純集計

問7 次のうち、あなたがホームページや冊子等で、足立ブランド認定企業について、最も知りたい事柄は何ですか（○は1つだけ）。



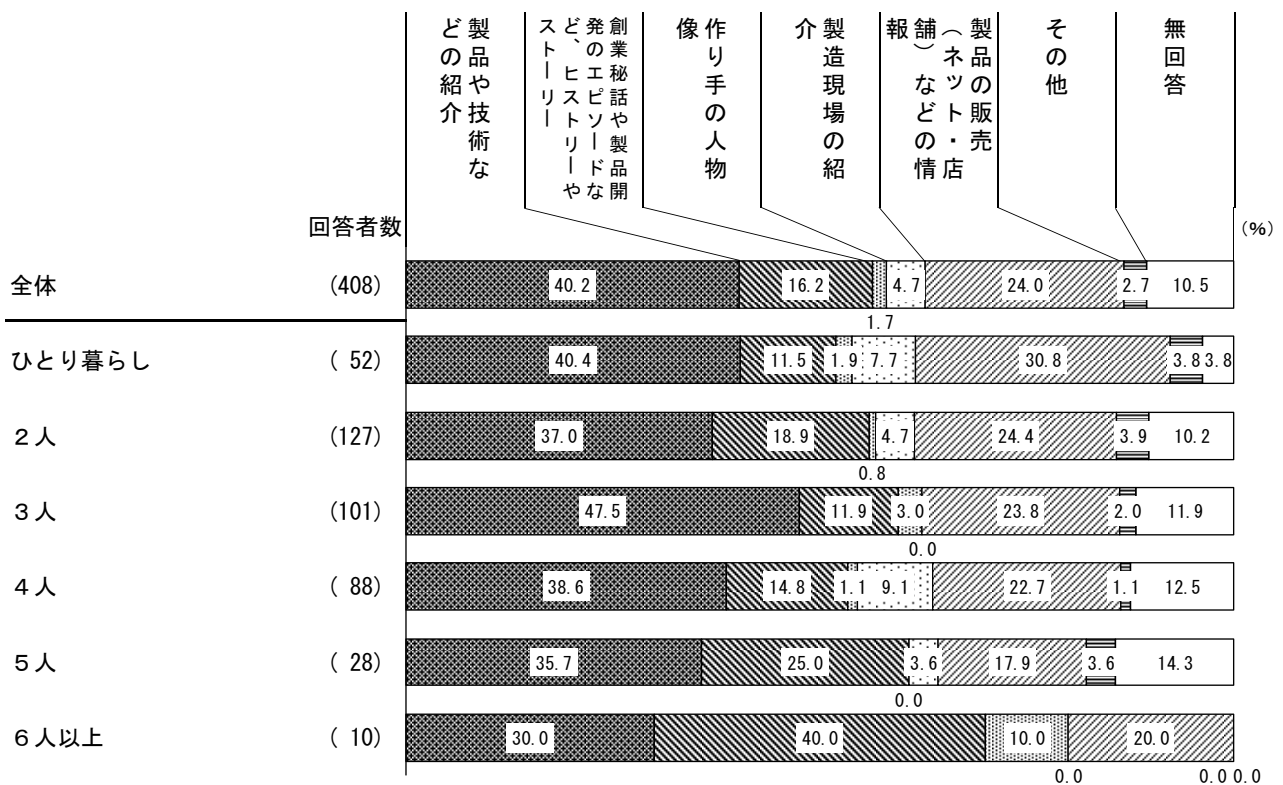
足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄は「製品や技術などの紹介」が40.2%で最も高く、次いで「製品の販売（ネット・店舗）などの情報」が24.0%、「創業秘話や製品開発のエピソードなど、歴史やストーリー」が16.2%となっています。

(2) クロス集計・居住年数別／足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄



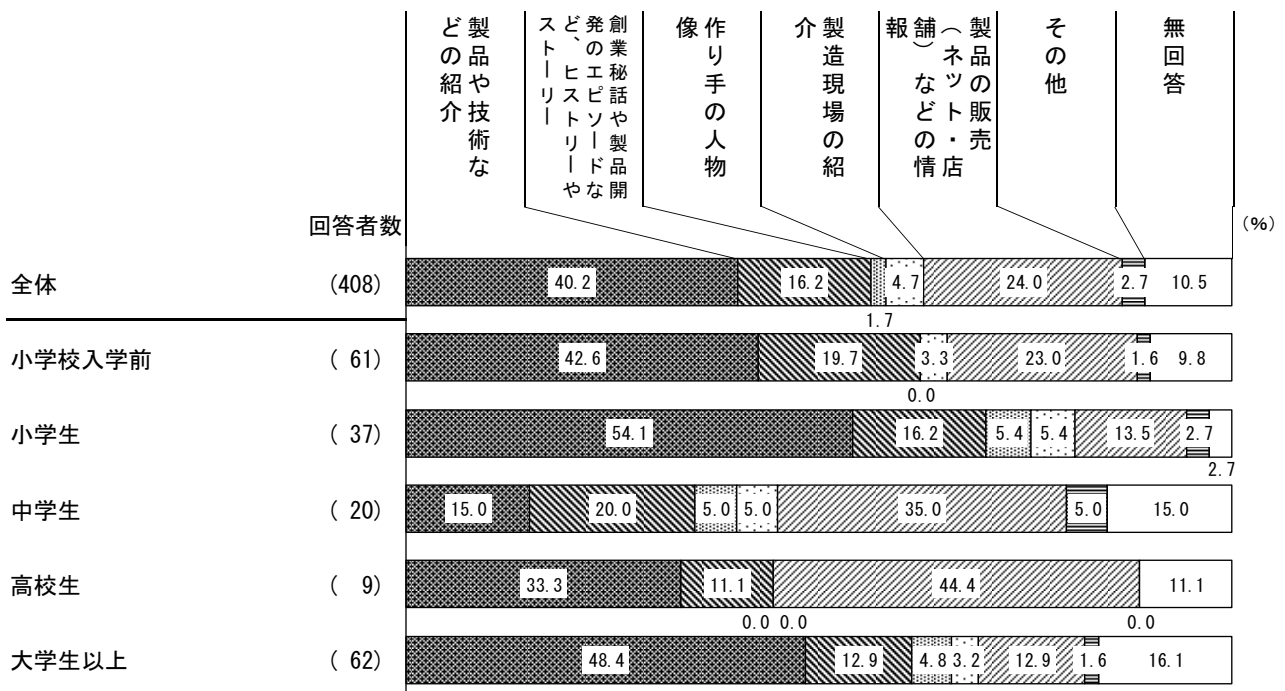
居住年数が1年未満、1～3年未満は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄を居住年数別にみると、「創業秘話や製品開発のエピソードなど、ストーリーやストーリー」は5～10年未満（30.0%）が他と比べて高くなっています。

(3) クロス集計・同居家族の人数別／足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄



同居家族の人数が5人、6人以上は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄を同居家族の人数別にみると、「製品の紹介」は3人（47.5%）が他と比べて高くなっています。また、「製品の販売（ネット・店舗）などの情報」はひとり暮らし（30.8%）が他と比べて高くなっています。

(4) クロス集計・末子の年代別／足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄

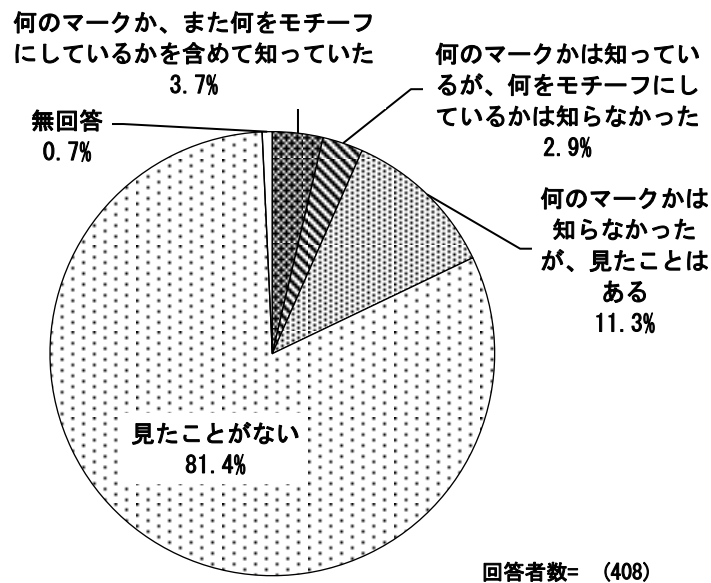


末子の年代が中学生、高校生は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、足立ブランド認定企業について、ホームページや冊子等で最も知りたい事柄を末子の年代別にみると、「製品や技術などの紹介」は小学生（54.1%）が他と比べて高くなっています。また、「製品の販売（ネット・店舗）などの情報」は大学生以上（12.9%）が他と比べて低くなっています。

17 「足立ブランド」に認定された企業であることを示すロゴマークの認知度

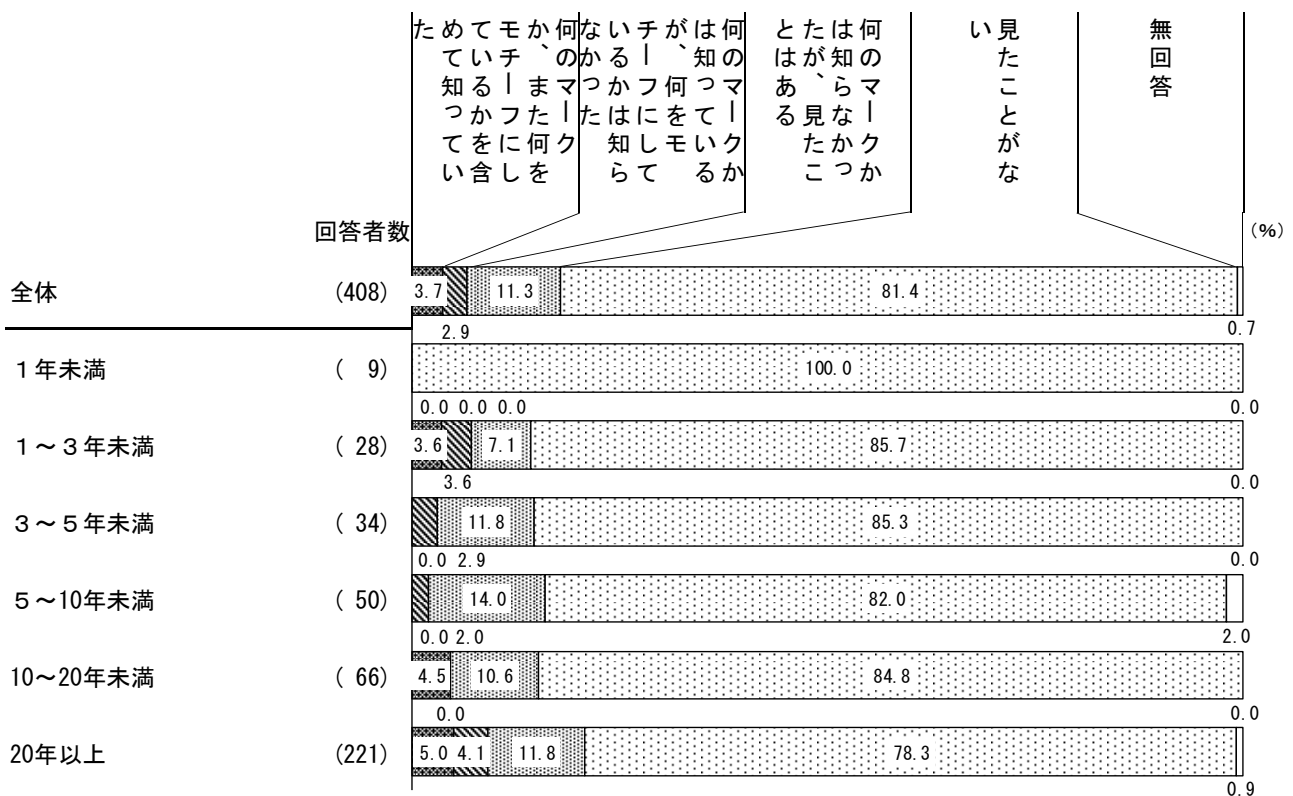
(1) 単純集計

問8 次のマーク（※）は、「足立ブランド」に認定された企業であることを示すロゴマークです。デザインの4本の柱は、かつて千住にあった「おぼけ煙突」がモチーフです。あなたは、このロゴマークを知っていますか（○は1つだけ）。
（※）ロゴマークは68ページのもの



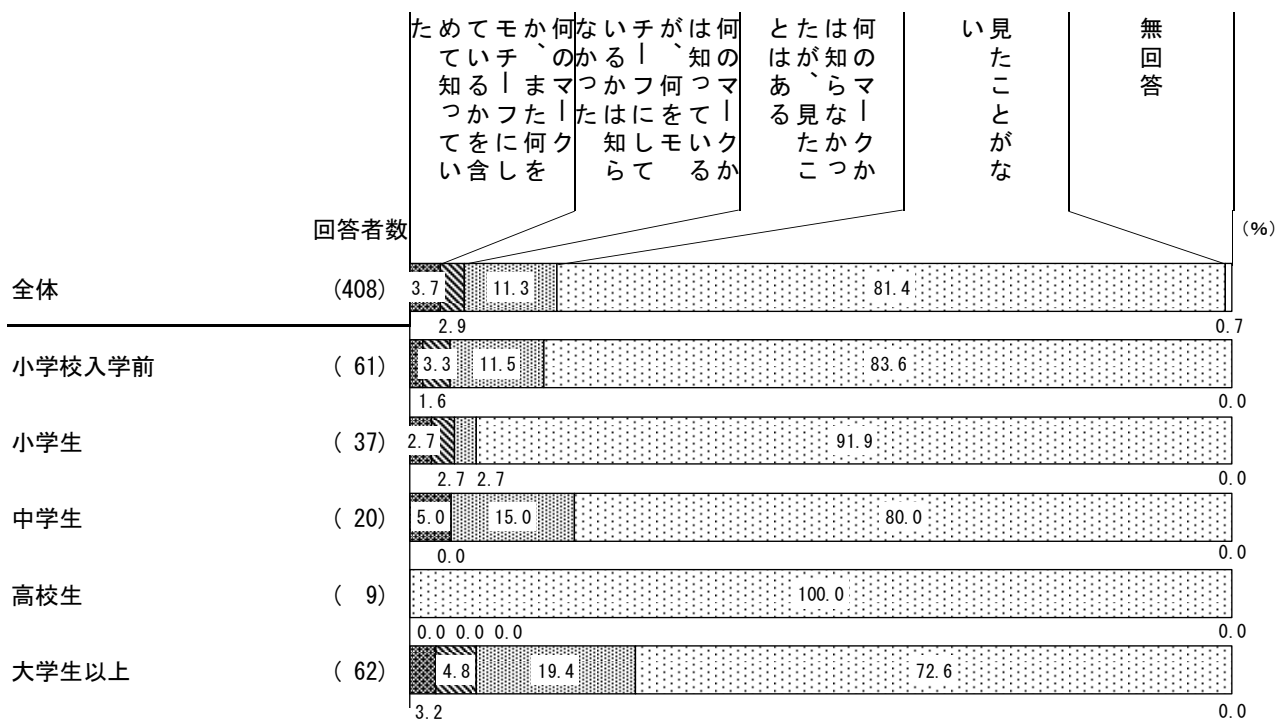
「足立ブランド」に認定された企業であることを示すロゴマークの認知度は「見たことがない」が81.4%で最も高く、次いで「何のマークかは知らなかったが、見たことはある」が11.3%となっています。

(2) クロス集計・居住年数別／「足立ブランド」に認定された企業であることを示すロゴマークの認知度



居住年数が1年未満、1～3年未満は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、「足立ブランド」に認定された企業であることを示すロゴマークの認知度を居住年数別にみると、「何のマークかは知らなかったが、見たことはある」は5～10年未満（14.0%）が他と比べて高くなっています。また、「見たことがない」は20年以上（78.3%）が他と比べて低くなっています。

(4) クロス集計・末子の年代別／「足立ブランド」に認定された企業であることを示すロゴマークの認知度

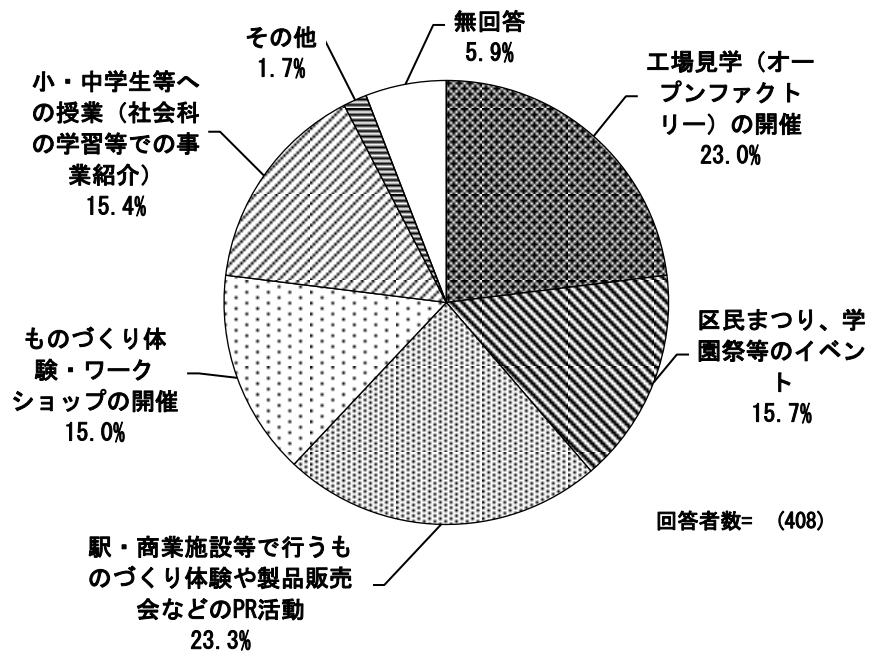


末子の年代が中学生、高校生は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、「足立ブランド」に認定された企業であることを示すロゴマークの認知度を末子の年代別にみると、「見たことがない」は小学生(91.9%)が他と比べて高く、大学生以上(72.6%)が他と比べて低くなっています。

18 足立ブランド認定企業に実施してほしいイベント

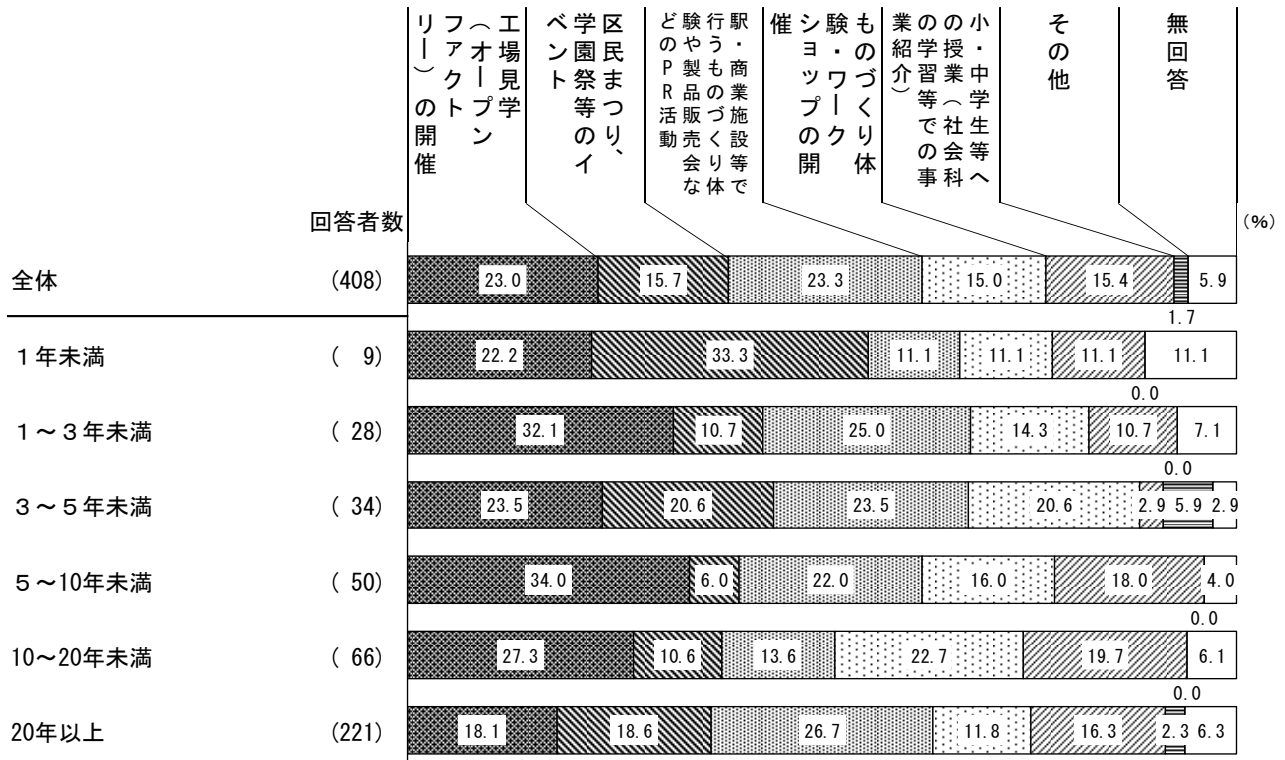
(1) 単純集計

問9 足立ブランド認定企業が実施するイベントでやってほしいと思うものは何ですか（○は1つだけ）。



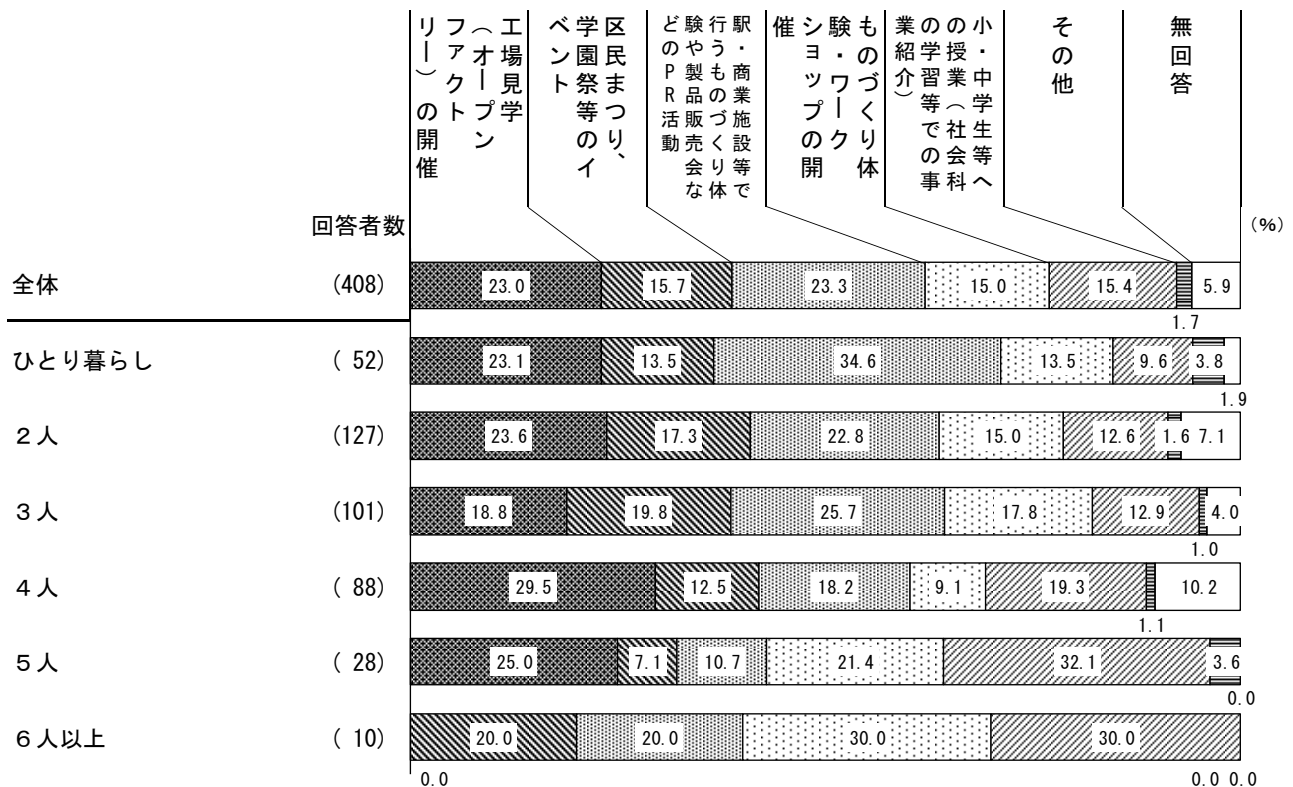
足立ブランド認定企業に実施してほしいイベントは「駅・商業施設等で行うものづくり体験や製品販売会などのPR活動」が23.3%で最も高く、次いで「工場見学（オープンファクトリー）の開催」が23.0%となっています。

(2) クロス集計・居住年数別／足立ブランド認定企業に実施してほしいイベント



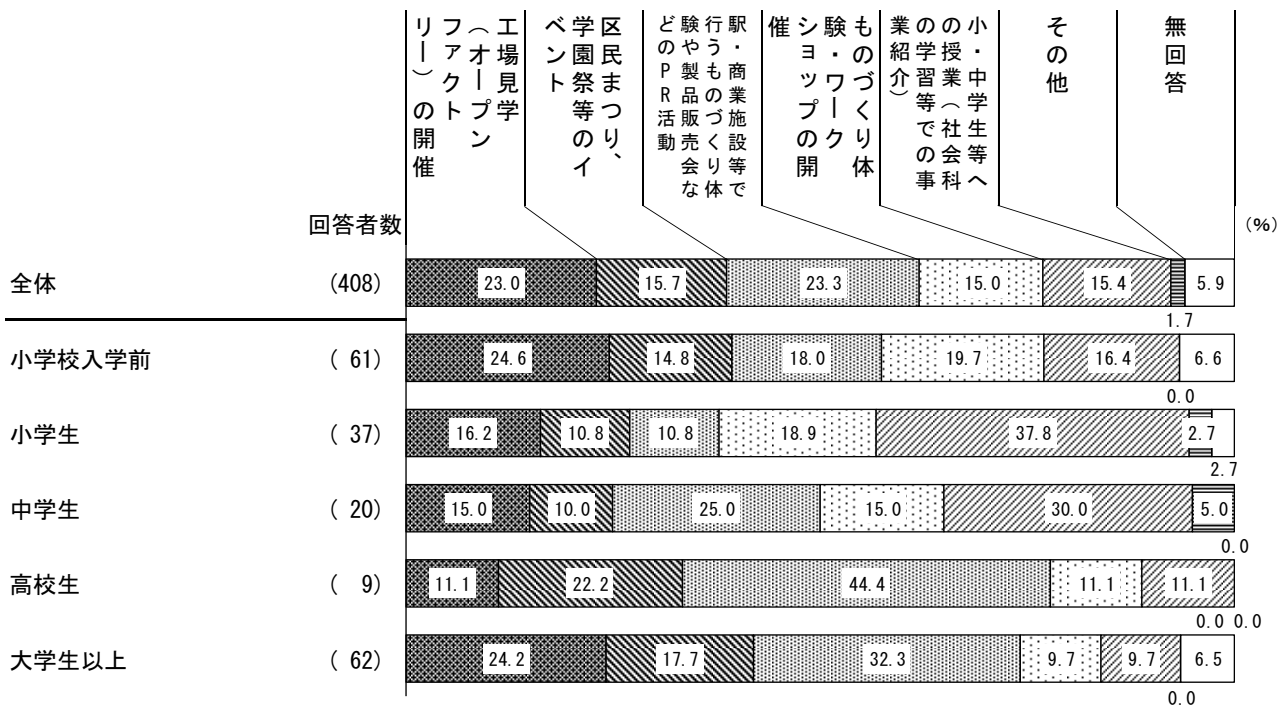
居住年数が1年未満、1～3年未満は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、足立ブランド認定企業に実施してほしいイベントを居住年数別にみると、「工場見学（オープンファクトリー）の開催」は5～10年未満（34.0%）が他と比べて高くなっています。また、「小・中学生等への授業（社会科の学習等での事業紹介）」は3～5年未満（2.9%）が他と比べて低くなっています。

(3) クロス集計・同居家族の人数別／足立ブランド認定企業に実施してほしいイベント



同居家族の人数が5人、6人以上は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、足立ブランド認定企業に実施してほしいイベントを同居家族の人数別にみると、「駅・商業施設等で行うものづくり体験や製品販売会などのPR活動」はひとり暮らし（34.6%）が他と比べて高くなっています。また、「ものづくり体験・ワークショップの開催」は4人（9.1%）が他と比べて低くなっています。

(4) クロス集計・末子の年代別／足立ブランド認定企業に実施してほしいイベント



末子の年代が中学生、高校生は回答者数が30を下回っているため、あくまで参考値に留める必要がありますが、足立ブランド認定企業に実施してほしいイベントを末子の年代別にみると、「駅・商業施設等で行うものづくり体験や製品販売会などのPR活動」は小学生（10.8%）が他と比べて低くなっています。また、「小・中学生等への授業（社会科の学習等での事業紹介）」は小学生（37.8%）が他と比べて高くなっています。

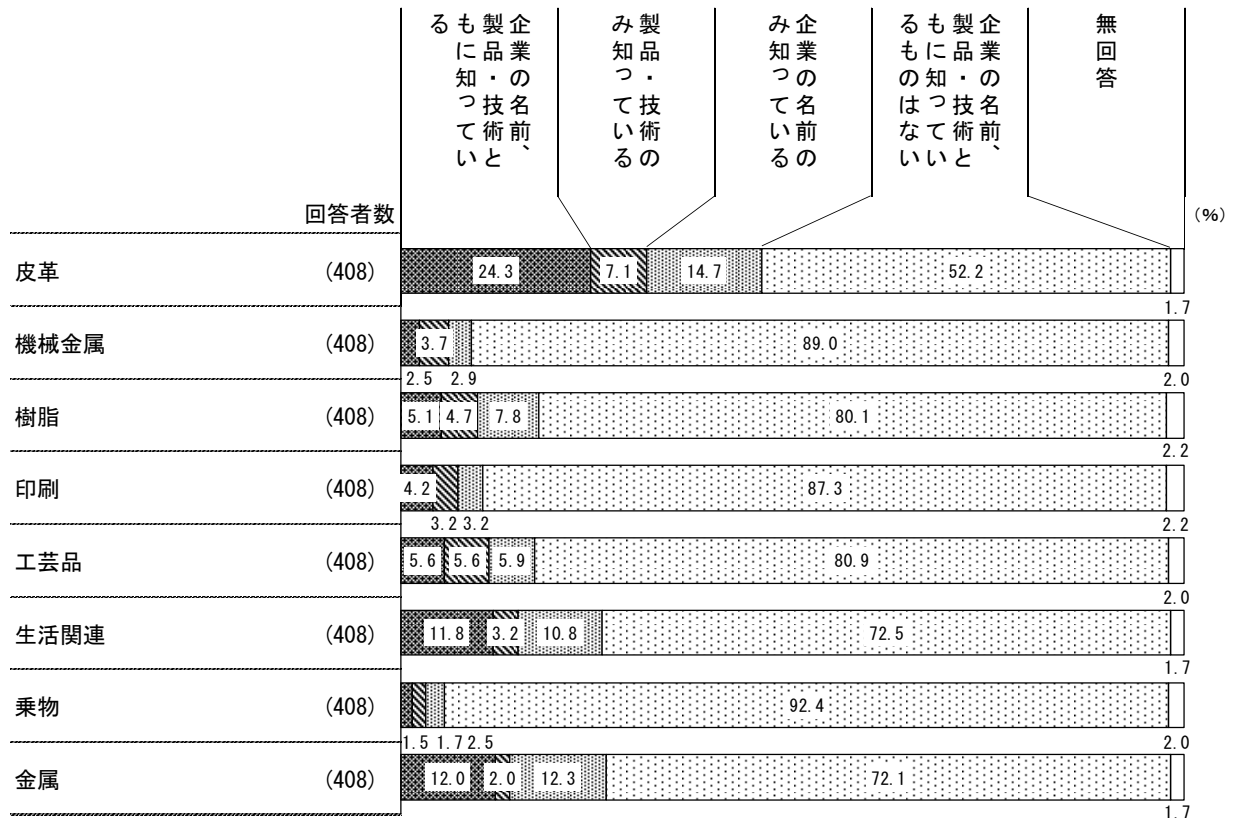
19 足立ブランド認定企業の名前、主要な製品・技術の認知度

(1) 単純集計

問10 次の表(※)は、足立ブランド認定企業を業種ごとにまとめ、企業の名前と、その主要な製品・技術を記載したものです。業種ごとに、企業の名前と、その主要な製品・技術のうち、1つでも知っているものはありますか

(○は各業種でそれぞれ1つずつ)。

(※) 使用した表は69～73 ページのもの



足立ブランド認定企業の名前、主要な製品・技術の認知度を業種別にみると、「企業の名前、製品・技術ともに知っている」は「皮革」が24.3%で最も高く、次いで「金属」が12.0%、「生活関連」が11.8%となっています。一方、「企業の名前、製品・技術ともに知っているものはない」は「乗物」が92.4%で最も高く、次いで「機械金属」が89.0%、「印刷」が87.3%となっています。

20 足立区の伝統工芸、足立区の地場産業、足立ブランド認定事業に関することについてのご意見、ご要望

(1) 単純集計

問11 その他、足立区の伝統工芸、足立区の地場産業、足立ブランド認定事業に関することについてのご意見、ご要望などがありましたら、ご自由にお書きください。

※182名より述べ298件の回答

【足立区の伝統工芸、足立区の地場産業、足立ブランド認定事業に関することについて（内容別件数）】

足立区の産業について知らなかった	71件
足立区の産業をもっと宣伝してほしい	69件
イベント等を開催してほしい・参加してみたい	41件
足立区の産業についてもっと知りたい・応援したい	23件
子ども向けの取組を行ってほしい	17件
製品を購入できる機会を増やしてほしい・購入してみたい	12件
関連企業に対する支援を行ってほしい	8件
FC 足立のネーミングを変えた方がよい	3件
特になし	11件
その他	43件

その他足立区の伝統工芸、足立区の地場産業、足立ブランド認定事業に関することについてのご意見、ご要望を自由記述で聴いたところ、182名から延べ298件のご意見をいただきました。

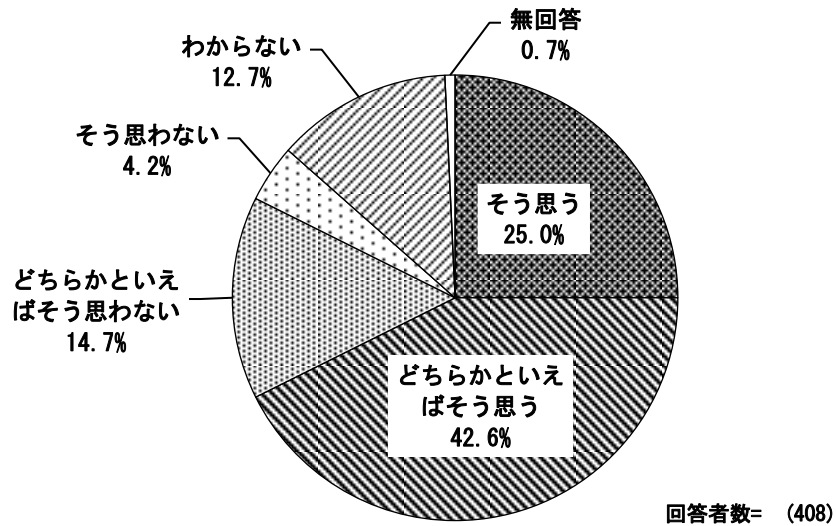
ご意見を内容別に分類したところ、「足立区の産業について知らなかった」が71件で最も多く、次いで「足立区の産業をもっと宣伝してほしい」(69件)、「イベント等を開催してほしい・参加してみたい」(41件)、「足立区の産業についてもっと知りたい・応援したい」

(23件)、「子ども向けの取組を行ってほしい」(17件)、「製品を購入できる機会を増やしてほしい・購入してみたい」(12件) などとなっています。

21 アンケートの実施が区政の改善につながるかの考え

(1) 単純集計

問12 多数の質問にお答えいただきありがとうございました。最後におうかがいします。あなたは、今回のアンケートを実施することで、区内産業の活性化につながると考えられますか（○は1つだけ）。



今回のアンケートを実施することで区政の改善につながると思うかについて聞いたところ、「どちらかといえばそう思う」が42.6%で最も高く、次いで「そう思う」が25.0%となっています。

第 4 章 調査票

令和6年度 第2回 足立区政に関する世論調査（小規模調査） 《産業に関するアンケート》

ご協力のお願い

皆さまには日頃から区政にご支援ご協力いただき、心より御礼申し上げます。

この調査は、区内産業の活性化のための意見をお聴きし、今後の事業展開の参考とすることを目的に行うものです。

実施にあたりまして、足立区にお住いの18歳以上の方々から無作為に500名を選ばせていただきました。調査結果はすべて個人が特定できないように統計的に処理し、**お名前などが公表されることは一切ありません。**

回答にかかる時間は約15分です。お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解いただき、何卒ご協力くださいますようお願い申し上げます。

令和7年1月

足立区長 近藤やよい

□□ ご回答にあたって □□

- 1 調査の回答は、あて名のご本人がお答えください。
- 2 質問によっては、○印は（1つだけ）や（あてはまるものすべて）というように数を指定しておりますので、（ ）内のことわり書きをお読みください。
- 3 回答が「その他」にあてはまる場合は、（ ）内にできるだけ具体的にその内容をご記入ください。
- 4 回答は、《インターネット》または《郵送》のいずれかの方法でお願いいたします。ご回答いただいた方には謝礼として、**500円のQUOカード**をお送りします。
- 5 本調査に関するお問い合わせ先
お問い合わせコールあだち TEL：03-3880-0039
受付時間：午前8時～午後8時／1月1日から3日を除く毎日

ご回答期限：令和7年2月19日

あなたの回答用ID

インターネットによる回答をされる場合、IDを入れ間違えてしまいますと、謝礼をお送りすることができなくなりますので、**必ず入力後に確認をお願いします。**



インターネットによる回答方法



- 1 下記 URL または二次元コードを読み込んで、「足立区オンライン申請システム」の回答専用ページにアクセスしてください。

<https://shinsei.city.adachi.tokyo.jp/apply/guide/2949>

※ パソコンから URL を入力して検索する場合、Yahoo!や Google 等の検索バーではなく、ブラウザのアドレスバーに URL を直接入力してください。

- 2 ログインし、順番に回答してください。

(1) 「足立区オンライン申請システム」のログインページが展開します。

(2) アカウントIDをお持ちの方はログインして回答してください。

(3) アカウントIDをお持ちでない方は、「アカウント登録をしてから申請を続ける」または「アカウント登録をしないで申請を続ける」をクリックしてログインしてください。

- 3 回答終了

すべての回答が終わりましたら、「内容を確認する」をクリックし、入力内容を確認してください。確認終了後「申請完了」をクリックしてください。これで終了となります。

■ 注意事項 ■

- (1) 回答は途中保存が可能です。中断される場合は「保存して後で申請する」をクリックし、再開する場合は、途中保存をした際に届いたメールに添付されているURLから回答フォームへログインしてください。
- (2) 回答中にブラウザの「戻る」ボタンは使用しないでください。
- (3) 通信サービスの接続料金は利用者様の負担となります。
- (4) インターネットで回答された方は、紙の調査票を返送していただく必要はありません。

郵送による回答方法

- 1 調査票に直接回答してください。

(1) あてはまる番号に直接○印を付けてください。

(2) ボールペン記載で誤った場合、二重線で消し、正しい回答に○を付けてください。

- 2 調査票を郵送してください。

回答が終わりましたら、同封の返信用封筒（切手不要）に調査票を入れて、令和7年2月19日までに投かんしてください。期日を過ぎてから投かんいただいた場合、謝礼をお送りすることはできません。何卒ご了承ください。

■ 注意事項 ■

返信用封筒には、住所・お名前を記入なさらないようお願いします。

これからお聞きすることは、お答えいただく内容を統計的に分類するための質問です

F 1 あなたの性別は、次のどれにあたりますか（○は1つだけ）。（回答者数＝408）

1	男 性	42.4%	4	答えたくない	0.7
2	女 性	56.9		無回答	-
3	どちらでもない	-			

※区政モニターの方には聴いていない設問ですが、事前に情報提供いただいている内容を反映しています。

F 2 あなたの年代は、次のどれにあたりますか（○は1つだけ）。（回答者数＝408）

1	10代	2.5%	4	40代	19.1	7	70代以上	16.9
2	20代	8.3	5	50代	20.6		無回答	-
3	30代	19.4	6	60代	13.2			

※区政モニターの方には聴いていない設問ですが、事前に情報提供いただいている内容を反映しています。

F 3 あなたは、足立区に住んで何年になりますか（○は1つだけ）。（回答者数＝408）

1	1年未満	2.2%	5	10～20年未満	16.2
2	1～3年未満	6.9	6	20年以上	54.2
3	3～5年未満	8.3	7	無回答	-
4	5～10年未満	12.3			

F 4 あなたの職業は、次のどれにあたりますか（○は1つだけ）。（回答者数＝408）

1	自営業・会社役員等	8.8%	5	主に家事に従事	11.3
2	会社員・公務員等	37.0	6	無職	17.6
3	パート・アルバイト	18.9	7	その他（ ）	2.0
4	学生	4.2		無回答	0.2

（F 4で「1」～「4」とお答えの方に）

F 4-1 あなたの就労場所（就学場所）は、次のどれにあたりますか

（○は1つだけ）。（回答者数＝281）

1	自宅	8.9%	5	茨城、神奈川、埼玉、千葉	7.8
2	足立区内	28.5	6	その他	2.1
3	足立区以外の東京22区	49.5		無回答	0.4
4	23区以外の東京	2.8			

F5 あなたを含め、同居の家族の人数は何人ですか(○は1つだけ)。(回答者数=408)

1	ひとり暮らし	12.7%	4	4人	21.6	無回答	0.5
2	2人	31.1	5	5人	6.9		
3	3人	24.8	6	6人以上	2.5		

(F5で「2」～「6」とお答えの方に)

F5-1 現在、あなたと一緒に暮らしている方はどなたですか

(○はあてはまるものすべて)。(回答者数=354)

1	配偶者	75.1%	4	子ども	55.4	7	その他()	3.4
2	父・母	18.6	5	孫	-		無回答	0.6
3	祖父・祖母	1.4	6	兄弟・姉妹	9.0			

(F5-1で「4 子ども」とお答えの方に)

F5-2 末子のお子さんの年代は、次のどれにあたりますか(○は1つだけ)。

(回答者数=196)

1	小学校入学前(歳)	31.1%	4	高校生	4.6
2	小学生	18.9	5	大学生以上	31.6
3	中学生	10.2		無回答	3.6

足立区では、伝統技術を今日まで受け継ぎ、伝統工芸が数多く残されています。
足立区の伝統工芸について、お伺いします。

問1 足立区の伝統工芸のうち、あなたが知っているものはどれですか

(○はあてはまるものすべて)。(回答者数=408)

1	東京銀器	9.1%	9	江戸木彫刻	4.2
2	江戸象牙	3.9	10	東京打刃物	5.4
3	江戸木目込人形	8.3	11	東京三味線	7.6
4	東京本染ゆかた・てぬぐい	13.0	12	江戸和笛	3.4
5	東京籐工芸	4.9	13	その他()	1.5
6	江戸刺繍	6.4	14	知っているものはない	69.1
7	東京手植ブラシ	9.1		無回答	1.5
8	東京仏壇	5.1			

問2 あなたは、足立区が6月と12月に区役所庁舎ホールやアトリウムで開催している「伝統工芸品展」について、知っていますか。また、行ったことがありますか
(○は1つだけ)。(回答者数=408)

1 伝統工芸品展に行ったことがある	7.4%
2 伝統工芸品展が開催されていることは知っていたが、行ったことはない	21.6
3 伝統工芸品展が開催されていることを知らなかった	70.6
無回答	0.5

(問2で「1 伝統工芸品展に行ったことがある」とお答えの方に)

問2-1 伝統工芸品展に行った目的は何ですか(○はあてはまるものすべて)。

(回答者数=30)

1 工芸品を購入したいから	23.3%	4 伝統工芸士の話聞いた いから	10.0
2 工芸品の製作等の体験を したいから	6.7	5 その他()	33.3
3 伝統工芸の展示品を見た いから	53.3	無回答	3.3

(問2で「1 伝統工芸品展に行ったことがある」とお答えの方に)

問2-2 伝統工芸品展で製作等の体験をしたり、工芸品を購入したりしたことはありますか(○は1つだけ)。(回答者数=30)

1 体験も購入もしたことがある	6.7%
2 体験したことはあるが、購入したことはない	6.7
3 体験したことはないが、購入したことはある	16.7
4 体験も購入もしたことがない	66.7
無回答	3.3

(問2-2で「1」～「3」とお答えの方に)

問2-3 伝統工芸品展で体験または購入したものは何ですか

(〇はあてはまるものすべて)。(回答者数=9)

1 東京銀器	11.1%	8 東京仏壇	-
2 江戸象牙	-	9 江戸木彫刻	11.1
3 江戸木目込人形	-	10 東京打刃物	22.2
4 東京本染ゆかた・てぬぐい	22.2	11 東京三味線	-
5 東京籐工芸	11.1	12 江戸和笛	-
6 江戸刺繍	11.1	13 その他()	22.2
7 東京手植ブラシ	33.3	無回答	11.1

→問3へお進みください

(問2で「2 伝統工芸品展が開催されていることは知っていたが、行ったことはない」とお答えの方に)

問2-4 あなたが伝統工芸品展に行っ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=88)

1 伝統工芸品展に行く時間がないから	45.5%
2 伝統工芸品展の会場が遠いから	30.7
3 伝統工芸品は、高価で手が出なそうだと思うから	21.6
4 伝統工芸品展に魅力を感じないから	20.5
5 その他()	11.4
無回答	2.3

→問3へお進みください

問3 足立区の公式ホームページで「伝統工芸」の紹介ページを見たことがありますか

(〇は1つだけ)。(回答者数=408)

1 紹介ページを見たことがある	9.8%
2 紹介ページがあることは知っているが、見たことはない	9.8
3 紹介ページがあることを知らない	79.4
無回答	1.0

問4 足立区の伝統工芸について、ホームページや冊子等で、どのような内容を掲載すると良いと思いますか（〇はあてはまるものすべて）。（回答者数＝408）

1	伝統工芸職人それぞれの作品の写真	56.1%	5	伝統工芸の展示会の案内	43.4
2	伝統工芸品目の紹介	53.4	6	伝統工芸品の販売（ネット・店舗）などの情報	48.8
3	伝統工芸職人の紹介	33.6	7	その他（ ）	6.1
4	伝統工芸の工房の見学	45.3		無回答	2.2

足立区では、特に「皮革加工」「金属加工」「印刷」関係の工場が多く、卓越した技術で足立区の地場産業を支えています。
足立区の地場産業について、お伺いします。

問5 足立区が12月に区役所アトリウムなどで開催している「あだち地場工業製品フェア」について、知っていますか。また、行ったことがありますか（〇は1つだけ）。（回答者数＝408）

1	あだち地場工業製品フェアに行ったことがある	2.7%
2	あだち地場工業製品フェアが開催されていることは知っていたが、行ったことはない	13.5
3	あだち地場工業製品フェアが開催されていることを知らなかった	83.1
	無回答	0.7

（問5で「1 あだち地場工業製品フェアに行ったことがある」とお答えの方に）

問5-1 あなたがあだち地場工業製品フェアに行った目的は何ですか

（〇はあてはまるものすべて）。（回答者数＝11）

1	地場工業製品を購入したいから	27.3%	4	足立区の地場工業の作り手の話を聞きたいから	18.2
2	地場工業製品の製作等の体験をしたいから	9.1	5	その他（ ）	9.1
3	地場工業製品の展示品を見たいから	63.6		無回答	-

(問5で「1 あだち地場工業製品フェアに行ったことがある」とお答えの方に)

問5-2 あなたは、あだち地場工業製品フェアで商品を購入したことはありますか
(○は1つだけ)。(回答者数=11)

1 購入したことがある	27.3%	無回答	-
2 購入したことがない	72.7		

(問5-2で「1 購入したことがある」とお答えの方に)

問5-3 あなたは、あだち地場工業製品フェアで何を購入しましたか
(○はあてはまるものすべて)。(回答者数=3)

1 紳士靴・婦人靴	-	5 沿線グラス	-
2 ガーゼ製品	33.3%	6 その他 ()	-
3 折り紙・千代紙	66.7	無回答	-
4 カレンダー	-		

→問6へお進みください

(問5で「2 あだち地場工業製品フェアが開催されていることは知っていたが、行ったことはない」とお答えの方に)

問5-4 あなたが、あだち地場工業製品フェアに行っ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=55)

1 あだち地場工業製品フェアに行く時間がないから	45.5%
2 あだち地場工業製品フェアの会場が遠いから	29.1
3 地場工業製品は、高価で手が出なそうだと思うから	25.5
4 地場工業製品に魅力を感じないから	10.9
5 その他 ()	12.7
無回答	1.8

→問6へお進みください

足立区では、区内で製造された優秀な製品や技術を全国へPRし、
足立区のイメージアップを図る「足立ブランド認定事業」を推進しています。
この事業について、お伺いします。

問6 「足立ブランド認定事業」という事業名及び事業の内容を知っていますか
(○は1つだけ)。(回答者数=408)

1	事業名及び事業の内容について知っている	3.9%
2	事業名は聞いたことがあるが、内容までは知らない	19.1
3	事業の内容は聞いたことがあるが、事業名は知らなかった	4.4
4	事業名、事業の内容ともに聞いたことがない	71.1
	無回答	1.5

(問6で「1」～「3」とお答えの方に)

問6-1 「足立ブランド認定事業」について、どのように知りましたか。
(○はあてはまるものすべて)。(回答者数=112)

1	ホームページ、広報紙、冊子、SNS等の広告媒体	83.9%
2	認定企業の製品を通じて	7.1
3	各種イベントに参加した(認定企業が出展するイベント、ワークショップ等)	5.4
4	事業所に置かれたのぼり旗や認定マークを見て	13.4
5	その他()	6.3
	無回答	0.9

問7 次のうち、あなたがホームページや冊子等で、足立ブランド認定企業について、最も知りたい事柄は何ですか(○は1つだけ)。(回答者数=408)

1	製品や技術などの紹介	40.2%
2	創業秘話や製品開発のエピソードなど、ヒストリーやストーリー	16.2
3	作り手の人物像	1.7
4	製造現場の紹介	4.7
5	製品の販売(ネット・店舗)などの情報	24.0
6	その他()	2.7
	無回答	10.5

- 問8 次のマークは、「足立ブランド」に認定された企業であることを示すロゴマークです。デザインの4本の柱は、かつて千住にあった「おばけ煙突」がモチーフです。あなたは、このロゴマークを知っていますか（○は1つだけ）。（回答者数＝408）



1 何のマークか、また何をモチーフにしているかを含めて知っていた	3.7%
2 何のマークかは知っているが、何をモチーフにしているかは知らなかった	2.9
3 何のマークかは知らなかったが、見たことはある	11.3
4 見たことがない	81.4
無回答	0.7

ミニコラム ～F C足立について～

「F C足立」（Free Company＝自由なつながり、自由な仲間）とは・・・
足立ブランドに認定された区内産業主たちの業種を越えた集合体で、
ブランド事業を通じて足立区を盛り上げるチームです。

デザインの4本の柱「おばけ煙突」の由来

経済成長の象徴としての、伝統的な意味合いと、煙突のように真っ直ぐと
勢いを持って成長していこうという願いを込めています。

問9 足立ブランド認定企業が実施するイベントでやってほしいと思うものは何ですか
(〇は1つだけ)。(回答者数=408)

1	工場見学（オープンファクトリー）の開催	23.0%
2	区民まつり、学園祭等のイベント	15.7
3	駅・商業施設等で行うものづくり体験や製品販売会などのPR活動	23.3
4	ものづくり体験・ワークショップの開催	15.0
5	小・中学生等への授業（社会科の学習等での事業紹介）	15.4
6	その他（ ）	1.7
	無回答	5.9

問10 次の表は、足立ブランド認定企業を業種ごとにまとめ、企業の名前と、その主要な製品・技術を記載したものです。業種ごとに、企業の名前と、その主要な製品・技術のうち、1つでも知っているものはありますか

(〇は各業種でそれぞれ1つずつ)。(回答者数=408)

業種	企業の名前、製品・技術とも知っている	製品・技術のみ知っている	企業の名前のみ知っている	企業の名前、製品・技術とも知っているものはない	無回答
皮革（10社）	24.3%	7.1	14.7	52.2	1.7
企業の名前【製品・技術】 ● ナース靴工(株)【ランドセル「キッズアミ」】 ● (有)中村靴製作所【ランドセル「ニティ」】 ● (株)祥力【革小物】 ● ファーストステップシューズ【手作りキット】 ● 東洋皮革(株)【爬虫類原皮の輸入、加工】 ● (有)篠原刃型【レザーアニマル】 ● (有)AKASHIYA【エキゾチックレザー】 ● (有)ヴェールポイント【女性用財布、靴】 ● シバ製靴(株)【紳士・婦人靴】 ● (株)和宏【革製品 minca】					

業種	企業の名前、 製品・技術と もに知っている	製品・技術の み知っている	企業の名前 のみ知っている	企業の名前、 製品・技術と もに知っている ものはない	無回答
機械金属（5社）	2.5%	3.7	2.9	89.0	2.0
企業の名前【製品・技術】 ● 鳥海工業(株)【LED ランプ】 ● 沼田光器(株)【サファイアガラスの研磨技術】 ● 東京電源(株)【無停電電源装置】 ● 一文機工(株)【溶接機械】 ● 秀和工業(株)【半導体ウェハ加工】					

業種	企業の名前、 製品・技術と もに知っている	製品・技術の み知っている	企業の名前 のみ知っている	企業の名前、 製品・技術と もに知っている ものはない	無回答
樹脂（8社）	5.1%	4.7	7.8	80.1	2.2
企業の名前【製品・技術】 ● (有)三幸【ミユキアクリル】 ● (株)ヨシオ【交通安全反射材シート】 ● 進栄化成(株)【ペットボトルキャップ再生】 ● 東京パック(株)【パッケージ製作】 ● (株)オーエム【樹脂精密切削加工】 ● ミユキ精工(株)【リボブロック】 ● (株)フジシロ【スリット加工】 ● ミツワ(株)【美顔ローラー「ユビタマゴ」】					

業種	企業の名前、 製品・技術と もに知っている	製品・技術の み知っている	企業の名前 のみ知っている	企業の名前、 製品・技術と もに知っている ものはない	無回答
印刷（5社）	4.2%	3.2	3.2	87.3	2.2
企業の名前【製品・技術】 ● （株）安心堂【沿線ガラス】 ● 日商印刷(株)【カード印刷】 ● （株）しまや出版【同人誌印刷】 ● （株）丸庄【チラシ等一般印刷】 ● （有）クラ工業【再帰反射印刷】					

業種	企業の名前、 製品・技術と もに知っている	製品・技術の み知っている	企業の名前 のみ知っている	企業の名前、 製品・技術と もに知っている ものはない	無回答
工芸品（8社）	5.6%	5.6	5.9	80.9	2.0
企業の名前【製品・技術】 ● （有）プリントアート【偏光板アート】 ● （有）坂巻製作所【銀器】 ● （有）栗原金庫製作所【刀剣用耐火金庫】 ● （有）大塚竹管楽器【篠笛製作】 ● （株）松崎人形【節句人形】 ● 渡邊鞆【オリジナルバッグ製造】 ● （株）Crista【「はっぴーだるま」】 ● はな壺【ポンドル】					

業種	企業の名前、 製品・技術と もに知っている	製品・技術の み知っている	企業の名前 のみ知っている	企業の名前、 製品・技術と もに知っている ものはない	無回答
生活関連（9社）	11.8%	3.2	10.8	72.5	1.7
企業の名前【製品・技術】 ● （株）グレイスエンブ【多様な刺繍技術】 ● 野村畳店【全国技能グランプリ優勝の畳製造】 ● （株）洋かつらセンタールミアン【高品質のかつら】 ● （株）飯塚商店【オーダーメイド帽子製造】 ● パッケージアート(株)【ダンボール梱包製造】 ● 小川畳店【国産イ草畳製造】 ● （株）マーヤ【高級婦人服縫製】 ● （株）エアロテック【イベント用バルーン】 ● ユコー(株)【乳腺摘出後の下着】					

業種	企業の名前、 製品・技術と もに知っている	製品・技術の み知っている	企業の名前 のみ知っている	企業の名前、 製品・技術と もに知っている ものはない	無回答
乗物（2社）	1.5%	1.7	2.5	92.4	2.0
企業の名前【製品・技術】 ● 堀田製作所【身障者用足踏み三輪自転車】 ● （株）よろず自動車【水性塗料による自動車板金塗装】					

業種	企業の名前、 製品・技術と もに知っている	製品・技術の み知っている	企業の名前 のみ知っている	企業の名前、 製品・技術と もに知っている ものはない	無回答
金属（17社）	12.0%	2.0	12.3	72.1	1.7
企業の名前【製品・技術】 ● 三祐医科工業(株)【医療用器具屋さんがつくった耳かき】 ● (株)横引シャッター【上吊式横引シャッター】 ● ザオー工業(株)【ザオーブロック】 ● (株)フクムラ【各種部品等の板金プレス加工技術】 ● 岩城工業(株)【線材加工技術】 ● (有)カシマウェルディング【溶接技術】 ● (株)鈴木製作所【曲げ・レーザー加工技術】 ● 日通テクノ工業(株)【切削加工技術】 ● (株)ビーファクトリー【アートモニュメント】 ● タカラ工業(株)・タカラ樹脂工業(株)【金属プレス・プラスチック射出成形技術】 ● (株)ナカザ【金属深絞り加工技術】 ● 青木金属工業(株)【マグネットホック】 ● (有)森谷製作所【金属線材加工技術】 ● (株)トミテック【薄板ばねの精密金型製作】 ● ジャパンフィルター(株)【金属フィルター製造】 ● (有)五味彫刻工業所【金型製造、射出成形】 ● (株)仲代金属【非鉄金属箔の精密スリット加工】					

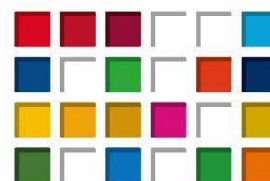
問11 その他、足立区の伝統工芸、足立区の地場産業、足立ブランド認定事業に関する
ことについてのご意見、ご要望などがありましたら、ご自由にお書きください。

問12 多数の質問にお答えいただきありがとうございました。最後におうかがいします。
あなたは、今回のアンケートを実施することで、区内産業の活性化につながると
思われますか（○は1つだけ）。（回答者数＝408）

1	そう思う	25.0%	4	そう思わない (理由:)	4.2
2	どちらかといえばそう思う	42.6	5	わからない	12.7
3	どちらかといえばそう思わない	14.7		無回答	0.7



知ると分かる。すると変わる。



SDGs MODEL ADACHI