

足立区に対するイメージ調査 報告書

令和8年3月

足立区 政策経営部 シティプロモーション課

目 次

第 1 章 調査の概要	1
1 調査目的等	3
2 調査時期	3
3 調査対象者	3
4 調査方法	4
5 居住地・年齢別サンプル割付	4
6 報告書の見方	5
7 令和 7 年度調査票変更点	6
第 2 章 調査から見えてきたこと	13
1 第 2 章のポイント	15
2 足立区の印象	16
3 足立区の印象のギャップと項目別の印象を持った理由	34
4 属性から見る「現在の足立区のイメージ」	46
5 訪問経験ありの人の特徴・行動	55
6 足立区の各種情報の見聞きと特徴	65
第 3 章 調査結果の詳細	79
1 足立区を訪れた経験（過去 1 年間）	81
2 足立区の訪問頻度（過去 1 年間）	84
3 足立区で訪れたことのあるエリア（過去 1 年間）	86
4 最もよく訪れたエリア（過去 1 年間）の同伴者	91
5 足立区の好意度	96
6 足立区の良い情報をメディアで見聞きしたか（過去 1 年間）	99
7 足立区の印象	111
8 足立区の印象を持った理由	119
9 足立区の印象を持った具体的な理由（自由回答）	131
10 足立区で知っていること	140
11 足立区にプライベートな時間に訪れたいか	147
調査票	151

第1章 調査の概要

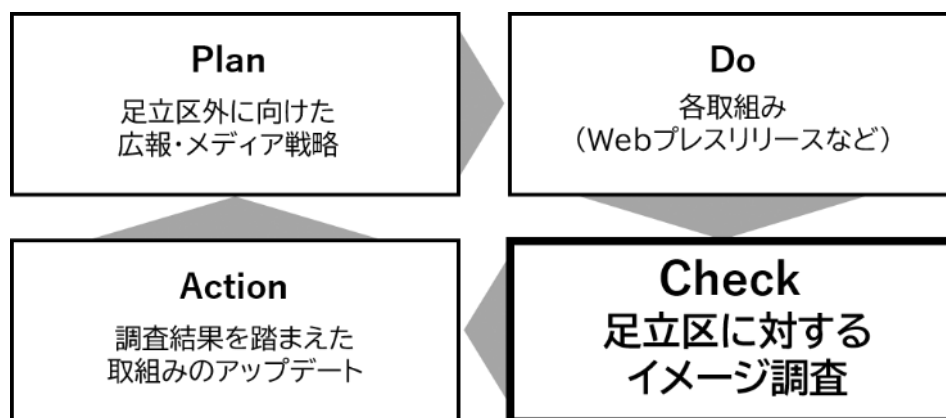
1 調査目的等

第3次足立区シティプロモーション戦略方針（令和3年度6月策定）において、区民の「まちを誇りに思う気持ち」の更なる向上のため、今までの主に「区民・区内」をターゲットとしたプロモーションに加え、「区外」からのイメージ向上にも注力することを掲げた。

足立区外への効果的なプロモーションを行うため、令和3年度から「区外在住者が持つ足立区に対するイメージ」について調査を開始。その結果を踏まえ、令和4年度に「区外に向けた広報・メディア戦略」を策定、令和6年5月から足立区外へ向けたシティプロモーション（「ワケあり区、足立区。」）を本格始動し、区外からのイメージ向上に向けた様々な取組みを展開している。

本調査を通じて、取組みの効果を経年で検証することにより、PDCAサイクルをまわし、より効果的なプロモーションを展開することで「足立区の良いイメージを持つ区外在住者」の割合を、区制100周年までに5割へと高めることを目標とする。

図表1-1 本調査の活用イメージ



2 調査時期

令和7年12月11日（木）～26日（金）

3 調査対象者

足立区の近隣自治体に居住する18歳から69歳までの男女3,000人

※ 居住地・サンプル数ともに令和3年度～令和6年度調査と同じ

4 調査方法

Webモニター調査

5 居住地・年齢別サンプル割付

調査会社の登録モニターを、次のとおり割付して、調査を実施した。

地域／年齢	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	計
①東京都23区東部	120	120	120	120	120	600
②東京都23区中央部	120	120	120	120	120	600
③東京都23区西部	120	120	120	120	120	600
④埼玉県	120	120	120	120	120	600
⑤千葉県・茨城県	120	120	120	120	120	600

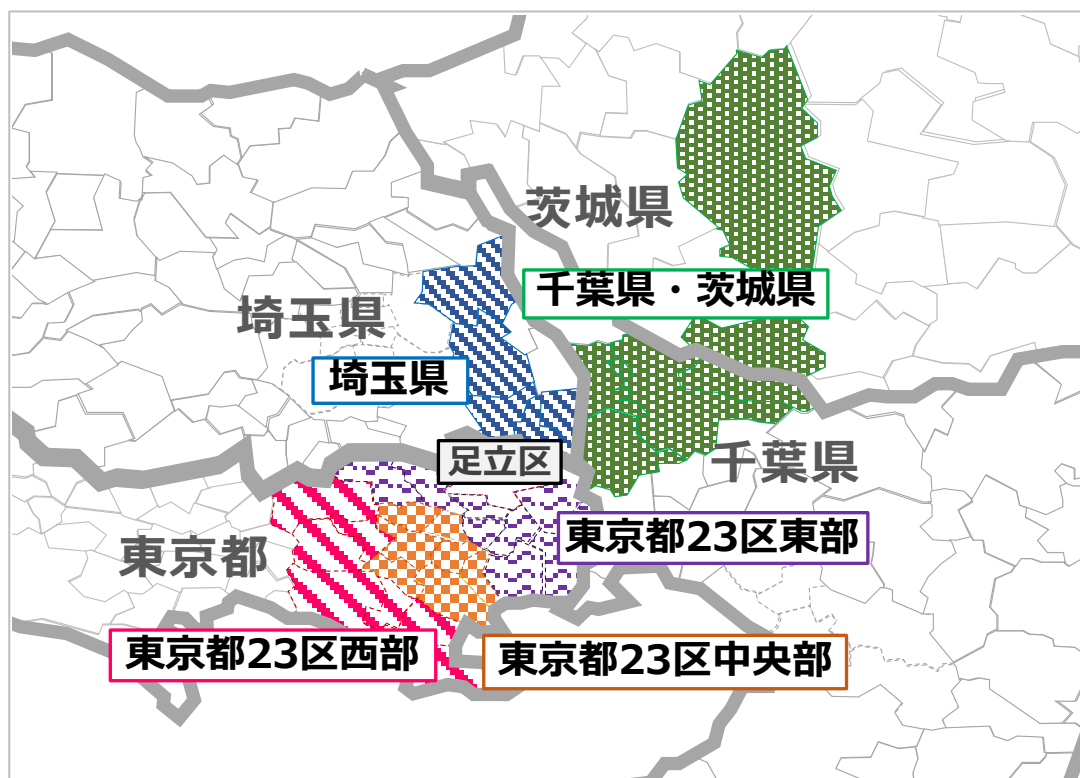
①東京都23区東部（計8区）：荒川区・板橋区・江戸川区・葛飾区・北区・江東区・墨田区・台東区

②東京都23区中央部（計7区）：渋谷区・新宿区・中央区・千代田区・豊島区・文京区・港区

③東京都23区西部（計7区）：大田区・品川区・練馬区・杉並区・世田谷区・中野区・目黒区

④埼玉県（計5市）：春日部市、越谷市、草加市、三郷市、八潮市

⑤千葉県・茨城県（計6市）：我孫子市、柏市、つくば市、取手市、流山市、松戸市



6 報告書の見方

- (1) 集計は小数点以下第2位を四捨五入している。したがって、数値の合計が100.0%にならない場合がある。
- (2) 回答の割合(%)は、その質問の回答者数(n: number of caseの略)を基数として算出している。したがって、複数回答の質問は全ての割合を合計すると100.0%を超えることがある。
- (3) 足立区の印象における《良い》《悪い》のように、「良い」と「どちらかといえば良い」等の2つ以上の選択肢を合わせた項目の割合を表記する場合、その割合は、それぞれの選択肢の実数値を合計してから、割合を再計算したものを使用している。そのため、図表中に掲載されている数値の単純な合計とは異なる場合がある。
- (4) 本文や図表中の選択肢表記は、場合によって語句を短縮・簡略化している。
- (5) 図表中では、“—”を用いていることがある。それは回答者がいないことを表している。
- (6) クロス集計の図表では、分析の軸(=表側)とした調査回答者の属性(性別/年齢別など)でnが少ないもの(30人未満)は、標本誤差が大きくなるため、参考として図示しているが、分析の対象からは除いている。
- (7) 分析の軸(=表側)が対になっている項目(例 性別、印象における《良い》《悪い》など)の比較では、割合の差を中心に記述している。その表現は%ではなく、ポイントであらわし、小数点以下第2位を四捨五入している。また、言及するのは目安として5.0ポイント差以上とした。
- (8) 統計数値を考察するにあたっては、複数のことをまとめて表現する場合(例 男女とも、40歳以上など)に、割表記を用いることがある。その際の目安は、おおむね以下のとおりとしているが、状況に応じて、△割台、△割以上、△割前後などとまとめている場合もある。

例	表現
17.0～19.9%	約2割
20.0～20.9%	2割
21.0～22.9%	2割を超える
23.0～26.9%	2割台半ば
27.0～29.9%	約3割

- (9) 性別は、「男性」、「女性」、「どちらでもない」の3区分でたずねた。その内訳は、次のとおりである。

	人	%
男性	1,496	49.9
女性	1,495	49.8
どちらでもない	9	0.3

7 令和7年度調査票変更点

令和7年度調査から次の通り、新規設問の追加、設問項目の追加・変更および選択肢の変更・追加等を行った。

設問	追加・変更	追加・変更内容
Q7	回答形式変更	「足立区に関する良い情報を見聞きしたか」「見聞きしたもの」を1問に統合
Q8	新規設問追加	足立区に関する良い情報について、それぞれ見聞きした媒体を聴取
Q9	項目追加および変更	①「直近1年より前の足立区のイメージ」を「10年以上前の足立区のイメージ」に変更 ②「住民の感じ」を削除し、「飲食店が充実している」を追加
Q10	項目名変更	Q9の変更に伴い、Q10の項目名を変更
Q12	項目名変更	①「内閣府の「SDGs 未来都市」に選定されている」を削除 ②「「ワケあり区、足立区。」の取組み」を「足立区の魅力や良い情報を伝えるプロモーション「ワケあり区、足立区。」」に変更

※ 参考資料：【令和7年度 調査票】

《スクリーニング調査》

S Q 1 あなたの性別をお答えください。

- ① 男性
- ② 女性
- ③ どちらでもない

S Q 2 あなたの年齢をお答えください。

- ① 18～29歳
- ② 30～39歳
- ③ 40～49歳
- ④ 50～59歳
- ⑤ 60～69歳
- ⑥ 上記以外（回答対象外）

S Q 3 あなたの住んでいる場所を教えてください。

- ① 東京都23区東部（荒川、板橋、江戸川、葛飾、北、江東、墨田、台東）
- ② 東京都23区中央部（渋谷、新宿、中央、千代田、豊島、文京、港）
- ③ 東京都23区西部（大田、品川、杉並、世田谷、中野、練馬、目黒）
- ④ 埼玉県（春日部市、越谷市、草加市、三郷市、八潮市）
- ⑤ 千葉県・茨城県（我孫子市、柏市、つくば市、取手市、流山市、松戸市）
- ⑥ 上記以外（回答対象外）

《本調査》

過去1年間の足立区への来訪や、足立区に関する情報について伺います。

Q 1 あなたは過去1年の間に足立区を訪れたことがありますか。

※ 通勤・通学の乗り換え等、“通過”は除く

- ① ある
- ② ない → Q 6以降の設問にお答えください

Q 2 訪れた理由を教えてください。（複数回答可）

- ① 通勤
- ② 通学
- ③ 買い物
- ④ 飲食
- ⑤ 観光・イベント
- ⑥ 散策・公園
- ⑦ スポーツ、観戦
- ⑧ 親戚・友人宅を訪問
- ⑨ 待ち合わせ
- ⑩ その他（ ）

Q 3 訪れた頻度を教えてください。

- ① ほぼ毎日
- ② 週に2～3回
- ③ 月に1～2回
- ④ 年に1～2回
- ⑤ その他（ ）

Q 4 訪れたエリアを教えてください。(複数回答可)

[1] 訪れたエリア

[2] 最もよく訪れたエリア ([1] の回答かつ Q 3 で①～③を選択した人が対象)

- ① 北千住周辺
- ② 綾瀬・北綾瀬周辺
- ③ 西新井・梅島周辺
- ④ 六町・青井周辺
- ⑤ 竹の塚周辺
- ⑥ 舎人周辺
- ⑦ 花畑周辺
- ⑧ 江北周辺
- ⑨ その他 ()

Q 5 Q 4 で最もよく訪れたエリアを「●●」とお答えになりました。あなたから見た続柄でお答えください。(複数回答可)

[1] どなたと訪れることが多いですか

[2] 今後、どなたと訪れたいですか

- ① 配偶者・パートナー・恋人
- ② 子ども
- ③ 親
- ④ 孫
- ⑤ 祖父母
- ⑥ きょうだい
- ⑦ 親戚
- ⑧ 友人・知人
- ⑨ 仕事の同僚、関係者
- ⑩ 地域活動(習い事、ボランティアなど)の知り合い
- ⑪ その他 ()
- ⑫ ひとり

Q 6 あなたは、足立区のことをどう思いますか。

- ① 好き
- ② どちらかといえば好き
- ③ どちらともいえない
- ④ どちらかといえば好きではない
- ⑤ 好きではない

Q 7 過去1年の間にテレビや新聞・雑誌、SNSなどのメディアで、足立区に関する良い情報で見聞きしたものについて、あてはまるものをすべて教えてください。

***回答形式変更**

- [1] グルメ情報（お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など）
- [2] 観光情報（お勧め・話題のスポット、名所・旧跡情報など）
- [3] 街の情報（新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など）
- [4] 暮らしの情報（子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など）
- [5] 人の情報（足立区に関係する有名人、活躍している人の情報など）
 - ① 良い情報を見聞きした
 - ② 良い情報を見聞きしていない
 - ③ わからない

Q 8 前問でお答えいただいた、あなたが見聞きした足立区に関する良い情報について、それぞれ見聞きした媒体を教えてください。複数ある場合は、あてはまるものをすべてお選びください。（複数回答可）

***新設**

- [1] グルメ情報（お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など）
 - [2] 観光情報（お勧め・話題のスポット、名所・旧跡情報など）
 - [3] 街の情報（新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など）
 - [4] 暮らしの情報（子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など）
 - [5] 人の情報（足立区に関係する有名人、活躍している人の情報など）
- <インターネットやSNS等>
- ① ウェブサイト
 - ② X（旧Twitter）
 - ③ YouTube
 - ④ TikTok
 - ⑤ Instagram
 - ⑥ Facebook
 - ⑦ LINE
- <足立区に関する記事や報道、映像等>
- ⑧ 新聞・雑誌等のニュース記事
 - ⑨ ニュース・情報番組
 - ⑩ バラエティ番組（旅・おでかけ等）
 - ⑪ ドラマ・映画
 - ⑫ 漫画・アニメ
- <その他>
- ⑬ イベント
 - ⑭ 口コミ（サイト、レビューなど）
 - ⑮ 家族・友人・知人からの口コミ
 - ⑯ わからない・覚えていない

Q 9 下記の項目に関する足立区の印象について教えてください。

- [1] 現在の足立区のイメージ
- [2] 10年以上前の足立区のイメージ * 「10年以上前の」イメージに変更
- [3] 交通の便利さ
- [4] 街並みや街の雰囲気
- [5] 世間の評判
- [6] 飲食店が充実している * 新設
- [7] 買い物が便利
- [8] 緑・公園・水辺などの自然環境
- [9] 子育てのしやすさ
- [10] 治安の良さ
 - ① 良い
 - ② どちらかといえば良い
 - ③ どちらかといえば悪い
 - ④ 悪い
 - ⑤ わからない

Q10 Q 9でお答えいただいた足立区の印象についてお伺いします。下記の項目に関して最もそう思った理由について教えてください。

- [1] 現在の足立区のイメージ
- [2] 10年以上前の足立区のイメージ * 「10年以上前の」イメージに変更
- [3] 交通の便利さ
- [4] 街並みや街の雰囲気
- [5] 世間の評判
- [6] 飲食店が充実している * 新設
- [7] 買い物が便利
- [8] 緑・公園・水辺などの自然環境
- [9] 子育てのしやすさ
- [10] 治安の良さ
 - ① 実際に見た、経験した
 - ② テレビや新聞・雑誌で見た
 - ③ 足立区に住んでいる人に聞いた
 - ④ 足立区に住んでいない人に聞いた
 - ⑤ SNSやWEBの情報
 - ⑥ なんとなくそう思う
 - ⑦ わからない

Q11 「現在の足立区のイメージ」で「そう思った理由」を具体的にご記入ください。(自由記述)

※ ご記入にあたっては、あなたが実際に体験した、具体的な場所やエピソード、また、TVやSNS、YouTubeなど具体的な媒体名や番組名などがあれば、どのような内容であったかも合わせてご記入をお願いします。

Q12 足立区の特徴的な場所・イメージ・イベント・取組みなどについて教えてください。

[1] 知っているまたは聞いたことがあるもの

[2] 実際に行ったことがあるまたは具体的に知っている（[1]で知っている・聞いたことがあると選択したものから回答）

[3] 行ってみたい、知りたいと思うもの

- ① 北千住エリア（路地、リノベーションカフェ、宿場町、飲み屋横丁など）
- ② 荒川河川敷（サイクリングロード、野球場、足立の花火、学園ドラマロケ地にも）
- ③ 足立市場（都内唯一の水産物専門卸売市場）
- ④ タコさんすべり台（足立区が発症の地といわれる公園遊具）
- ⑤ 千寿七福神めぐり（北千住エリア7つの神社をめぐる福参り）
- ⑥ 松尾芭蕉「奥の細道」旅立ちの地（約150日に及ぶ芭蕉の東北旅の出発地）
- ⑦ 足立の花火（1時間で約13,000発打ち上げる超高密度花火大会）
- ⑧ 大学のまち（廃校となった小学校跡地などに誘致を進め現在6大学がある）
- ⑨ 銭湯の数が多い（宮造り銭湯からサウナが話題のリノベ銭湯までバラエティ豊か）
- ⑩ 西新井大師（弘法大師ゆかりの厄除けの寺として四季折々に賑わう）
- ⑪ 舎人公園（都立公園で3番目に広く、遊具やバーベキュー広場なども充実）
- ⑫ ギャラクシティ（西新井）（国内最大級のネット遊具やプラネタリウムがある体験型複合施設）
- ⑬ 生物園（チョウや昆虫、魚、両性爬虫類、哺乳類まで様々な生き物とふれあえる施設）
- ⑭ 緑や公園が多い（区立公園面積23区で第2位で、遊具など特色ある公園も多い）
- ⑮ 「おいしい給食」の取組み（日本一おいしい給食をめざして取組み、食べ残しも減った）
- ⑯ 足立区の魅力や良い情報を伝えるプロモーション「ワケあり区、足立区。」※「足立区の魅力や良い情報を伝えるプロモーション」を追記

第1章 調査の概要

- ⑰ その他 ()
- ⑱ 全く知らない (実際に行ったことはない/具体的には知らない、行ってみたい・知りたいと思うところはない)

Q13 最後におたずねします。

[1] プライベートな時間を利用して足立区を訪れたいと思いますか。

[2] あなたは足立区のことをほかの人にすすめたいと思いますか。

- ① 思う
- ② どちらかといえば思う
- ③ どちらかといえば思わない
- ④ 思わない
- ⑤ わからない

第2章 調査から見えてきたこと

1 第2章のポイント

今回の調査で見えてきたポイントは、以下のとおりである。これらの点については、「2 足立区の印象」(P16)以降でデータを示しながら、解説する。

- ① 「現在の足立区のイメージ」は、《良い》《悪い》いずれも良化。《良い》が26.7%、《悪い》が47.8%。令和6年度調査から《良い》は1.3ポイント増、《悪い》は0.6ポイント減 (P16～)
- ② 「現在の足立区のイメージ」の5年間の推移では、《良い》は令和3年度調査から年齢別では18～29歳が8.5ポイント、30～39歳が7.4ポイント増加。居住地別では、千葉県・茨城県が9.9ポイント、東京都23区中央部が7.6ポイント増加 (P18)
- ③ 「現在の足立区のイメージ」の5年間の推移では、《悪い》は令和3年度調査から年齢別では18～29歳が16.6ポイント、30～39歳が14.8ポイント減少。居住地別では、千葉県・茨城県が17.6ポイント、東京都23区中央部が14.0ポイント減少 (P20)
- ④ 「現在の足立区のイメージ」の5年間の推移では、《良い》《悪い》ともに、18～29歳、30～39歳で良化 (P17・P19)
- ⑤ 「現在の足立区のイメージ」は、訪問経験がある人は46.1%が《良い》と回答。訪問経験がない人よりも31.6ポイント高い (P21)
- ⑥ 「現在の足立区のイメージ」は、いずれの情報でも良い情報を見聞きした人は6割台半ばが《良い》と回答。良い情報を見聞きしていない、わからない人よりも45ポイント以上高い (P22)
- ⑦ 「現在の足立区のイメージ」は、各種情報に触れた数が増えるほど《良い》と回答。すべての情報を見聞きした人では約8割が《良い》と回答 (P23)
- ⑧ 足立区に対して、「訪問経験あり・推奨意向あり」の人の「現在の足立区のイメージ」は《良い》が78.6% (P25)
- ⑨ 足立区の印象が《良い》上位3項目は、「飲食店が充実している」「買い物が便利」「交通の便利さ」。《悪い》上位3項目は、「10年以上前の足立区のイメージ」「世間の評判」「治安の良さ」 (P30)
- ⑩ 「10年以上前の足立区のイメージ」が《悪い》人の20.7%、「わからない」人の16.7%が「現在の足立区のイメージ」を《良い》と回答【新規設問】 (P31)
- ⑪ 「飲食店が充実している」はいずれの年齢でも4割以上が《良い》と回答【新規設問】 (P33)
- ⑫ 「訪問経験あり」の人の46.1%が、「現在の足立区のイメージ」を良いと回答 (P56)
- ⑬ 「訪問経験あり」の人の主な訪問理由は「買い物」「飲食」。最もよく訪れたのは「北千住周辺」 (P58・59)
- ⑭ 良い情報の見聞きは、「グルメ情報」21.5%、「観光情報」16.4%、「街の情報」15.8%、「暮らしの情報」13.8%、「人の情報」11.3%。いずれの情報でも、情報源は「ニュース・情報番組」「バラエティ番組」が高い。【聴取方法変更】 (P65・68)
- ⑮ 18～29歳の良い情報の情報源は、「X(旧Twitter)」「YouTube」「Instagram」 (P69)

2 足立区の印象

(1) はじめに

- ① 「現在の足立区のイメージ」は、《良い》が26.7%、《悪い》が47.8%
- ② 前年に比べて《良い》《悪い》ともに数値が良化

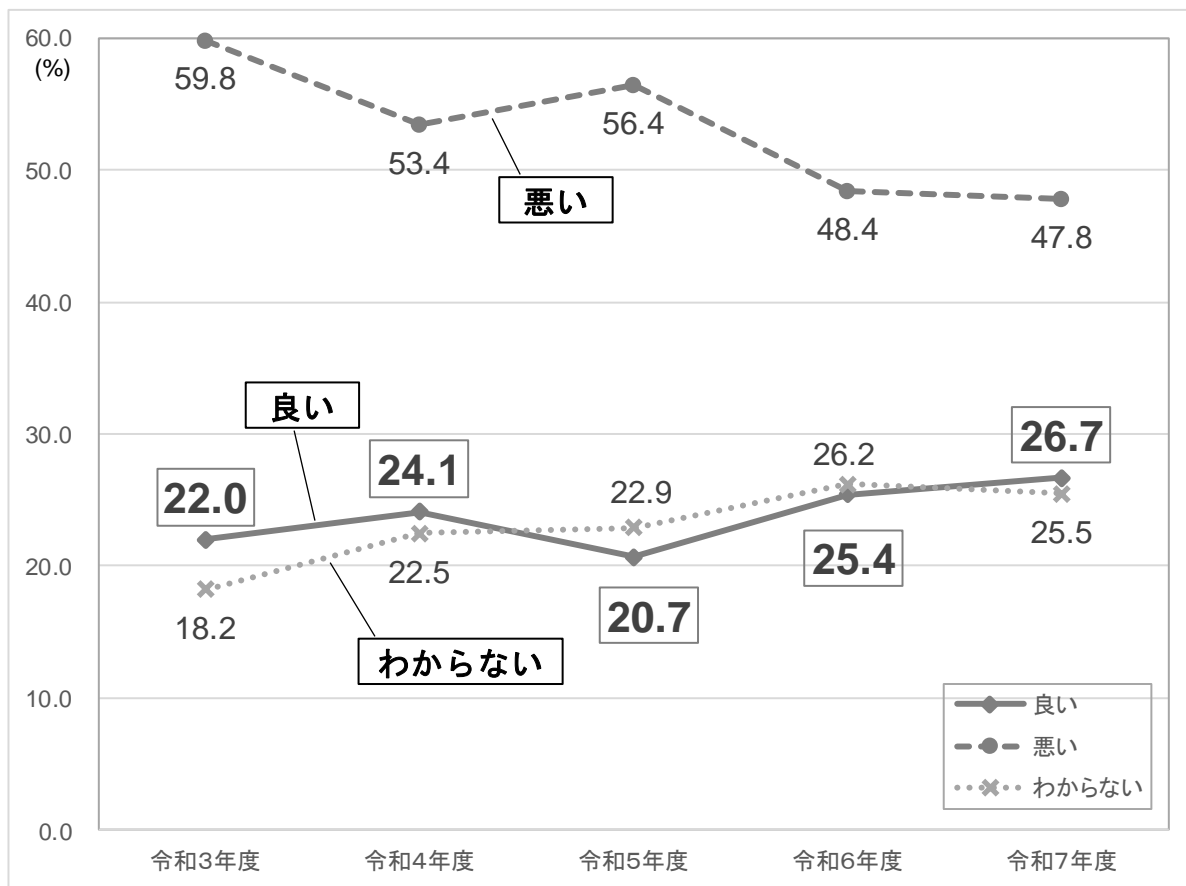
足立区の印象の項目のうち、「現在の足立区のイメージ」は《良い》26.7%、《悪い》47.8%、《わからない》25.5%となっている。

令和6年度調査と比べると、《良い》は1.3ポイント増加、《悪い》は0.6ポイント減少、《わからない》は0.7ポイント減少した。令和3年度調査と比べると、《良い》は4.7ポイント増加、《悪い》は12.0ポイント減少と着実にイメージの良化が進んでいる。

現在の足立区のイメージの良化をさらに進めていくために、本調査結果を紐解くことで現状と課題を把握し、区外への情報発信やプロモーションのあり方を検討していく。

※ Q9で、「良い」「どちらかといえば良い」を合計したものを《良い》、「どちらかといえば悪い」「悪い」を合計したものを《悪い》とした。

図表2-1 現在の足立区のイメージ結果推移



(2) 現在の足立区のイメージの5年間の推移

《良い》イメージは5年間で、年齢別では18-29歳で8.5ポイント、30-39歳で7.4ポイント、居住地別では千葉県・茨城県で9.9ポイント、東京都23区中央部で7.6ポイント増加。

ア 《良い》イメージの5年間の推移

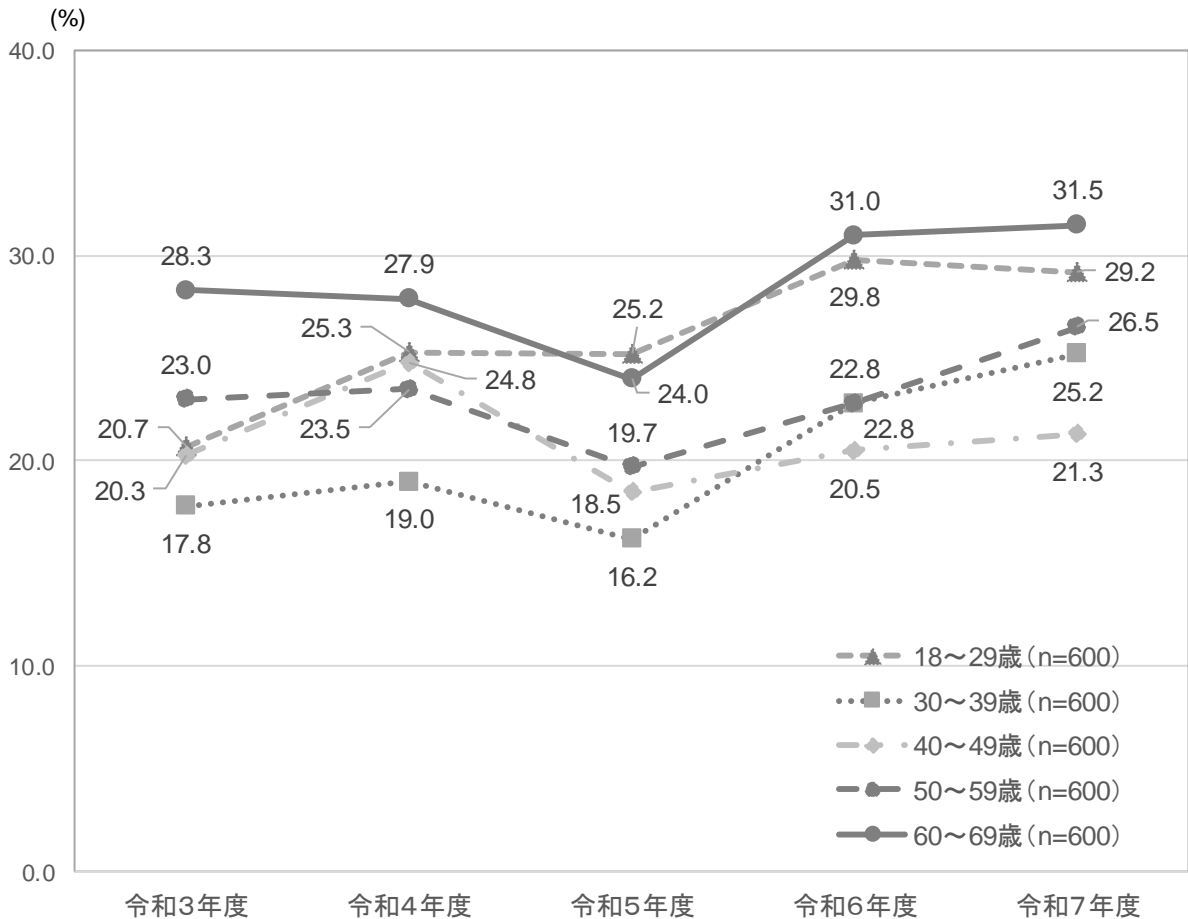
現在の足立区の《良い》イメージの5年間の推移を年齢別にみると、いずれの年齢でも令和3年度と比べると、増加がみられる。特に、18～29歳では20.7%から29.2%と8.5ポイント、30～39歳では、17.8%から25.2%と7.4ポイント増加した。

居住地別でみると、令和3年度と比べると、千葉県・茨城県で9.9ポイント、東京都23区中央部で7.6ポイント増加した。

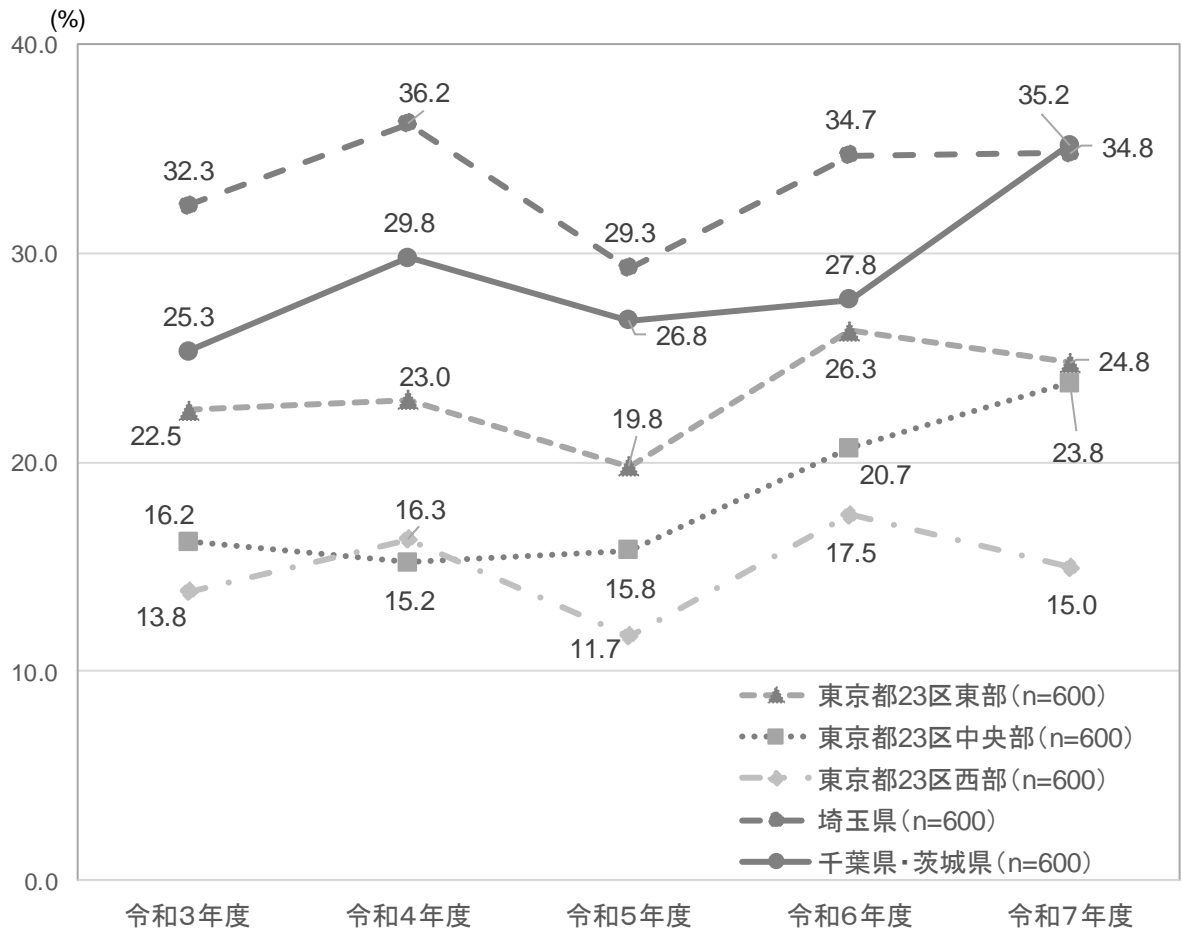
足立区では、若年層をメインターゲットとする区外へのプロモーション活動を展開してきた。18～29歳、30～39歳で《良い》イメージが増加しているのは、これまで実施してきた区外プロモーション活動の成果のひとつの表れと考えられる。

図表2-2 現在の足立区のイメージ：《良い》の5年間の推移

[年齢別]



[居住地別]



《悪い》イメージは5年間で、
 年齢別では18～29歳で16.6ポイント、30～39歳で14.8ポイント減少。
 居住地別では、千葉県・茨城県で17.6ポイント、東京都23区中央部で14.0ポイント減少。

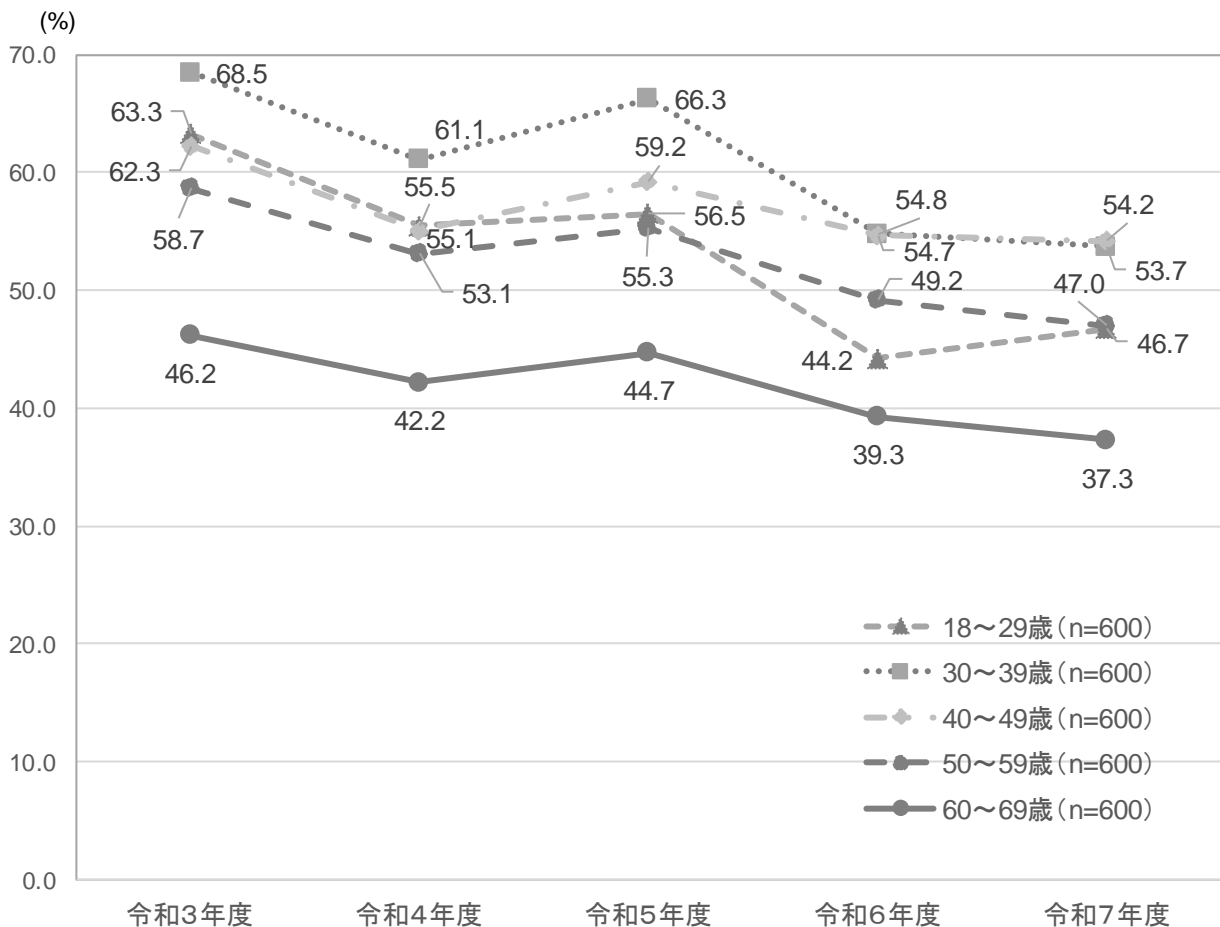
イ 《悪い》イメージの5年間の推移

現在の足立区の《悪い》イメージの5年間の推移を年齢別にみると、いずれの年齢でも令和3年度と比べると減少がみられる。特に、18～29歳で16.6ポイント、30～39歳で14.8ポイント減少した。

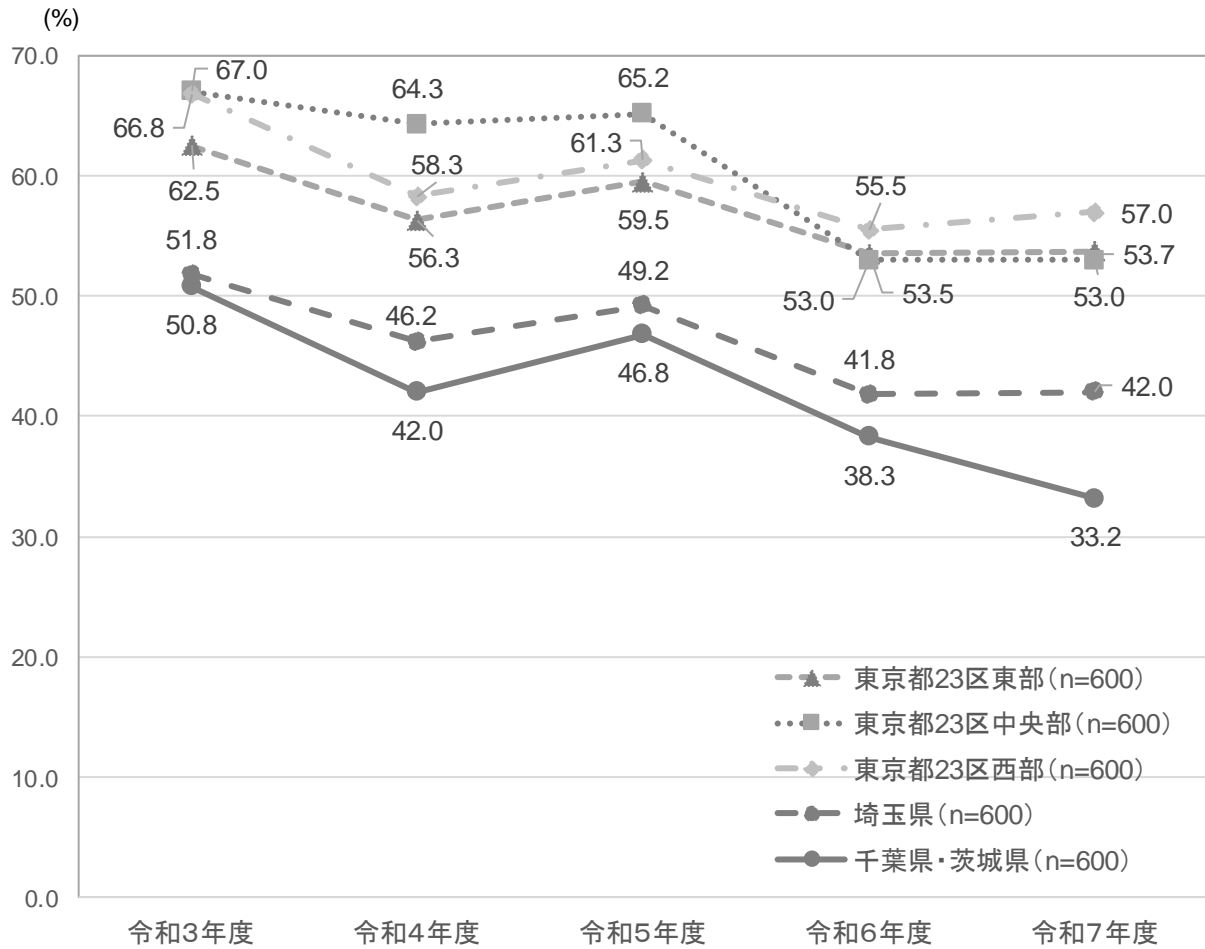
居住地別でも、令和3年度と比べると減少しており、千葉県・茨城県で17.6ポイント、東京都23区中央部で14.0ポイント減少した。

足立区では、若年層をメインターゲットとしてプロモーションを展開してきた。その活動の影響が、18～29歳、30～39歳で《悪い》イメージの減少につながっていると考えられる。

図表2-3 現在の足立区のイメージ：《悪い》の5年間の推移
 [年齢別]



[居住地別]



現在の足立区のイメージを《良い》印象にするには、調査を開始した令和3年度以来、①訪問して体験してもらう「訪問由来」と②メディア等で良い情報を見聞きする「メディア由来」が影響していることがわかっている。

令和7年度の調査結果でも、その傾向がみられるかを分析した。

(3) 現在の足立区のイメージ

＜訪問別＞＜見聞きした情報別＞＜各種情報に触れた数別＞

[現在の足立区のイメージ] は、

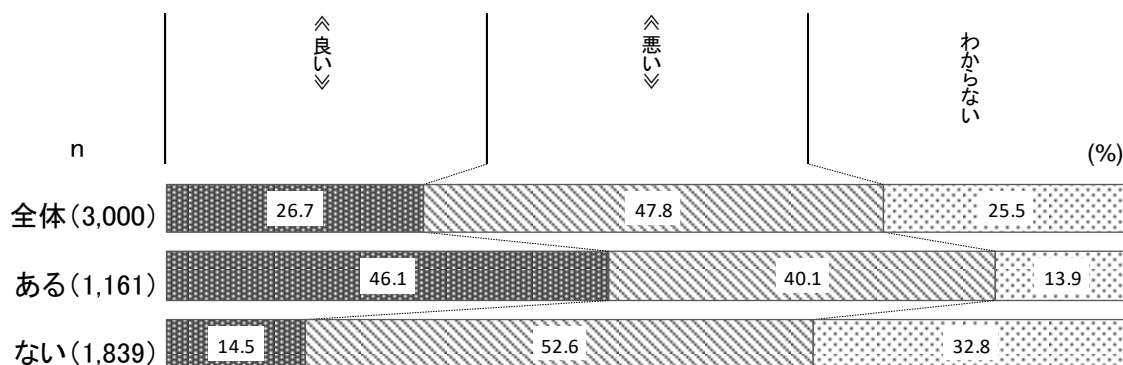
- ① 訪問経験がある人は46.1%が《良い》と回答。訪問経験がない人よりも31.6ポイント高い
- ② いずれの情報でも良い情報を見聞きした人は6割台半ばが《良い》と回答。良い情報を見聞きしていない、わからない人よりも45ポイント以上高い
- ③ 各種情報に触れた数が増えるほど《良い》と回答。すべての情報を見聞きした人では約8割が《良い》と回答

ア 現在の足立区のイメージ＜訪問別＞

[現在の足立区のイメージ]を訪問経験別（「過去1年の間に足立区を訪れたことがあるか」）にみると、訪問経験がある人では、46.1%が《良い》と回答し、訪問経験がない人と比べると31.6ポイント高い。訪問経験がある人と訪問経験がない人を比べると、《悪い》では12.5ポイント、「わからない」では18.9ポイント低い。

訪問する経験を持つことは、《良い》印象を持つ人の増加と「わからない」人を減少させる効果があると考えられる。

図表2-4 現在の足立区のイメージ＜訪問別＞

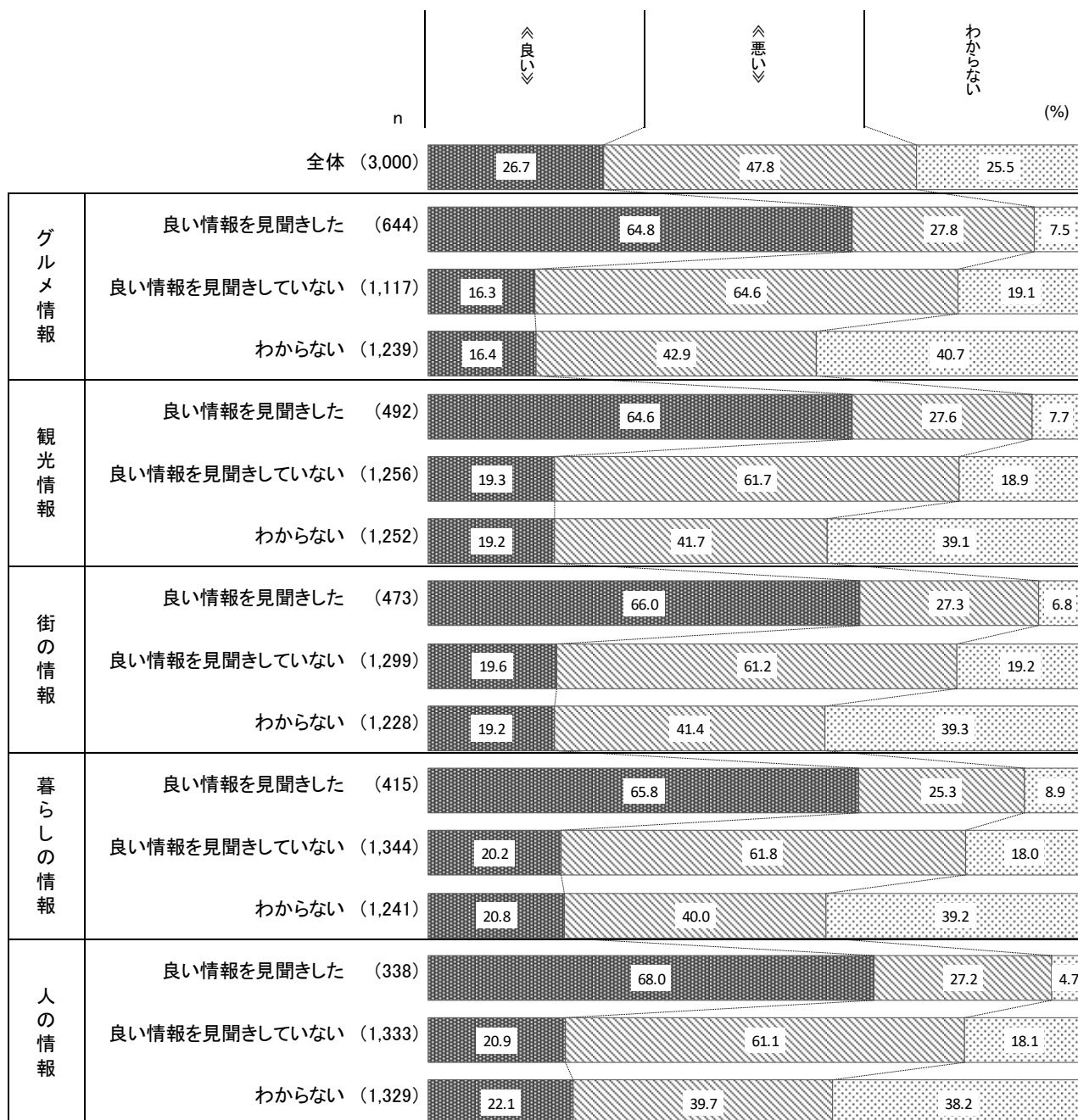


イ 現在の足立区のイメージ<見聞きした情報別>

[現在の足立区のイメージ]を見聞きした情報別にみると、いずれの情報でも良い情報を見聞きした人は6割台半ばが《良い》と回答している。良い情報を見聞きしていない、わからない人よりも45ポイント以上高い。

いずれの情報でも、良い情報を見聞きすることが足立区のイメージの向上につながると考えられる。

図表2-5 現在の足立区のイメージ<見聞きした情報別>



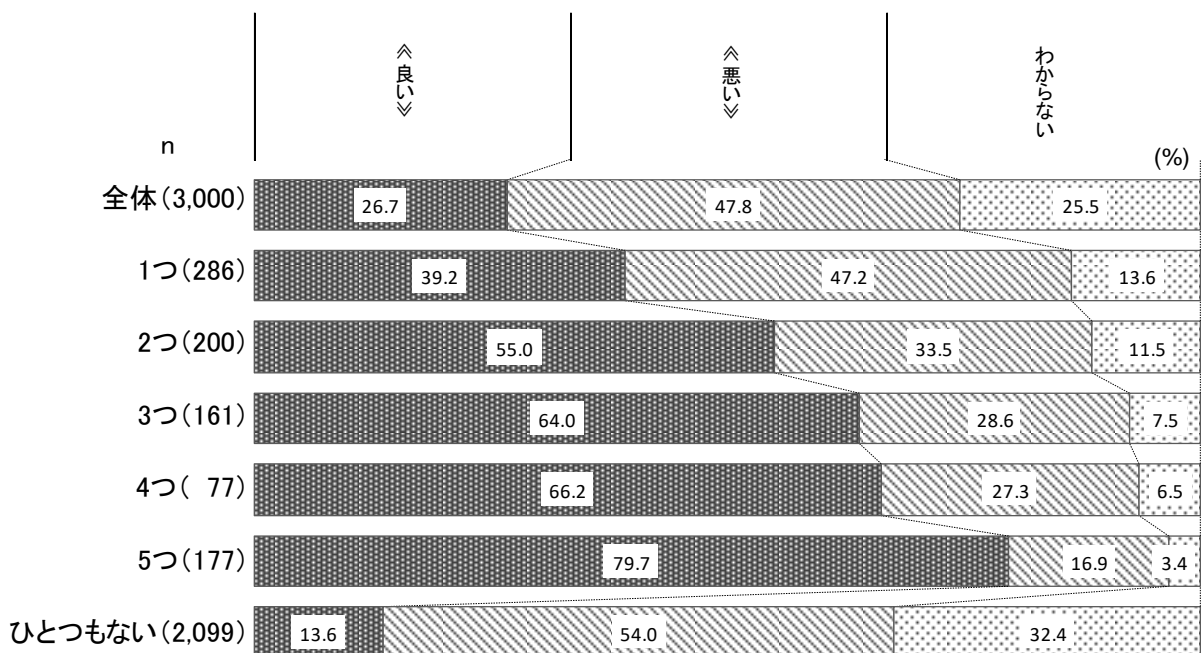
ウ 現在の足立区のイメージ<各種情報に触れた数別>

下図は、「グルメ情報」「観光情報」「街の情報」「暮らしの情報」「人の情報」のうち、いくつ情報に触れたかの数によって、[現在の足立区のイメージ]に変化があるかを分析したものである。

[現在の足立区のイメージ]を各種情報に触れた数別にみると、見聞きした情報の数が増えるほど《良い》と回答する割合が増加し、すべての情報を見聞きした人では約8割(79.7%)が《良い》と回答している。一方、《悪い》、「わからない」の割合は、見聞きした情報の数が増えるにつれ減少している。

足立区のイメージをより良い印象にするには、見聞きする情報の数も影響することから、情報発信のあり方を検討したい。

図表2-6 現在の足立区のイメージ<各種情報に触れた数別>



※ 「ひとつもない」は、各種情報のすべてに「わからない」または「見聞きしていない」と回答し、「見聞きした」をひとつも選んでいない状態を指す。

以上のことから、現在の足立区のイメージを良くするには、訪問してもらうこと、より多くの良い情報を見聞きしてもらうことが影響していることがわかった。

現在の足立区に《良い》イメージを持つ人は、これまでのプロモーション活動の成果もあって、2割台半ばを超えた。

足立区制100周年にあたる令和14年度までの6年間で、「足立区に良いイメージを持つ区外在住者」を5割に引き上げるために、次ページからは足立区のイメージの良化に寄与する層の分析を行った。

(4) 現在の足立区のイメージの良化に寄与する層

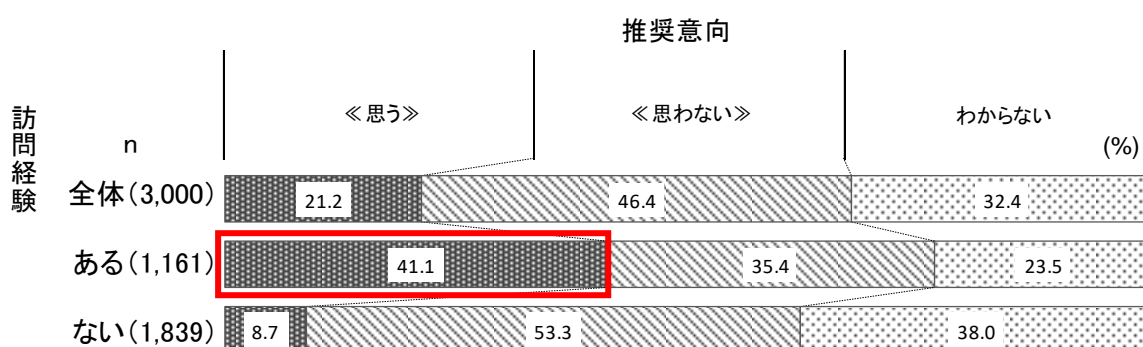
足立区に対して「訪問経験あり・推奨意向あり」の人の「現在の足立区のイメージ」は《良い》印象が78.6%

ア 現在の足立区のイメージの良化に寄与する層

下図は、「過去1年の間に足立区を訪れたことがある」と回答した人が「足立区のことをほかの人にすすめたい」と思っているかを分析したものである。

過去1年の間に足立区を訪れたことがある人（訪問経験あり）の41.1%が足立区をほかの人にすすめたい（推奨意向あり）と考えている。

図表2-7 訪問経験と推奨意向



※ 「訪問経験あり・推奨意向あり」とは、「過去1年の間に足立区を訪れたことがあるか」に「ある」と回答し、かつ「足立区のことをほかの人にすすめたい」と《思う》と回答した人のことを指す。

※ 表側：訪問経験、表頭：推奨意向

イ 「訪問経験あり・推奨意向あり」の層の特徴

「訪問経験あり・推奨意向あり」の層の特徴を年齢別で見ると、18～29歳では27.5%、30～39歳では22.9%と若い層が半数を占めている。居住地で見ると、埼玉県が30.4%と高い。

「好意度」は《好き》が74.2%、「現在の足立区のイメージ」は《良い》が78.6%となっている。「訪問意向（足立区にプライベートな時間に訪れたいか）」は《思う》が94.1%にのぼる。良い情報では、「グルメ情報」は65.0%、「観光情報」は52.6%、「街の情報」は50.5%、「暮らしの情報」は41.3%、「人の情報」は41.3%と4割以上が見聞きしたと回答している。

「訪問経験あり・推奨意向あり」の層は、約8割の人が足立区に好意と良い印象を持っており、訪問意向は9割を超えていることから、リピーターとして期待できるだけでなく、より多くの人にすすめてくれることが期待できる層である。見聞きした良い情報も、それぞれの項目で4割以上と高く、足立区の良いイメージにつながっているものと考えられる。

このことから、「足立区に訪問するきっかけ」や「メディア等で良い情報を見聞

きする機会」を意図的に作り出すことは、この層を増やすことにつながり、この取り組みを継続していくことにより、足立区のイメージをさらに向上させることにつながると考えられる。

図表 2-8 訪問経験あり・推奨意向あり（477人）の人の特徴

項目	n 数	調査結果
性別	477	男性 57.7%、女性 42.3%、どちらでもない 0.0%
年齢別	477	18～29 歳 27.5%、30～39 歳 22.9%、40～49 歳 17.9%、50～59 歳 16.6%、60～69 歳 15.5%
居住地	477	埼玉県 30.4%、千葉県・茨城県 23.5%、東京都 23 区東部 21.0%、東京都 23 区中央部 16.4%、東京都 23 区西部 8.8%
好意度	477	《好き》 74.2%、どちらともいえない 23.5%、《好きではない》 2.3%
現在の足立区のイメージ	477	《良い》 78.6%、《悪い》 17.6%、わからない 3.8%
訪問理由	477	買い物 56.4%、飲食 48.0%、散策・公園 22.2%
訪れた場所 (複数回答)	477	北千住周辺 70.6%、西新井・梅島周辺 33.5%、綾瀬・北綾瀬周辺 26.6%、竹の塚周辺 21.6%
訪れた場所の数	477	1箇所 49.7%、2箇所 23.9%、3箇所 13.0%、4箇所 6.9%、5箇所以上 6.5%
最も訪れた場所	284	第1位：北千住 56.0%、第2位：綾瀬・北綾瀬 12.3%、第3位：西新井・梅島周辺 12.0%※月1回以上訪問者
見聞きした情報	477	グルメ情報 65.0%、観光情報 52.6%、街の情報 50.5%、暮らしの情報 41.3%、人の情報 41.3%
訪問意向	477	《思う》 94.1%、《思わない》 5.2%、わからない 0.6%

次からは、足立区の印象の各項目について、本調査の全回答者と「訪問経験あり・推奨意向あり」層との比較を行う。

ウ 足立区の印象の「全体」と「訪問経験あり・推奨意向あり」層との比較

足立区の印象についてたずねた全10項目の結果を比較すると、[現在の足立区のイメージ]では、《良い》と回答した人は全体では26.7%であるが、「訪問経験あり・推奨意向あり」の層に限ると78.6%となっている。それ以外の項目でも、「訪問経験あり・推奨意向あり」の層は、《良い》印象が高い傾向にあり、[買物が便利]が88.1% [飲食店が充実している]が86.8%、[街並みや街の雰囲気]が80.5%と8割を超えている。

[現在の足立区のイメージ]を《悪い》と回答した人は全体では47.8%である

が、「訪問経験あり・推奨意向あり」の層では17.6%と30ポイント以上低い。「訪問経験あり・推奨意向あり」の層では、[治安の良さ] (44.9%) [世間の評判] (44.0%) でも、全体と比べると10ポイント程度、《悪い》回答が低くなっている。

足立区の印象について、「わからない」に着目すると、「訪問経験あり・推奨意向あり」の層では、全体と比べるといずれの項目でも低い。「訪問経験あり・推奨意向あり」層では、「わからない」は [現在の足立区のイメージ] 3.8%、[街並みや街の雰囲気] 5.9%、[飲食店が充実している] 6.3%、[買い物が便利] 5.0%と低い。「子育てのしやすさ」については、「わからない」と回答した人は、全体では64.7%、「訪問経験あり・推奨意向あり」の層では37.3%と減ってはいるものの、4割近くとなっている。

訪問して体験してもらうことが、足立区の印象を「わからない」ものから経験に基づく判断に変化したといえる。ただ、「子育てのしやすさ」については、訪問しても4割近くが「わからない」と回答していることから、「子育てしやすい」まちと思ってもらえるような体験や情報発信がさらに必要と考えられる。

図表 2-9 足立区の印象 (3区分)

	《良い》		《悪い》		わからない	
	全体 n=3,000	訪・推 n=477	全体 n=3,000	訪・推 n=477	全体 n=3,000	訪・推 n=477
現在の足立区のイメージ	26.7%	78.6%	47.8%	17.6%	25.5%	3.8%
10年以上前の足立区のイメージ	10.3%	36.7%	62.9%	52.4%	26.7%	10.9%
交通の便利さ	39.3%	78.4%	28.2%	17.0%	32.5%	4.6%
街並みや街の雰囲気	30.8%	80.5%	30.7%	13.6%	38.5%	5.9%
世間の評判	13.9%	45.7%	54.1%	44.0%	31.9%	10.3%
飲食店が充実している	43.0%	86.8%	12.2%	6.9%	44.8%	6.3%
買い物が便利	40.1%	88.1%	13.2%	6.9%	46.6%	5.0%
緑・公園・水辺などの自然環境	37.4%	78.6%	12.6%	7.5%	50.0%	13.8%
子育てのしやすさ	19.9%	51.8%	15.5%	10.9%	64.7%	37.3%
治安の良さ	10.2%	35.8%	55.0%	44.9%	34.9%	19.3%

※ 「訪・推」は、「訪問経験あり・推奨意向あり」を略した表記。

※ 令和7年度より「直近1年より前の足立区のイメージ」を「10年以上前の足立区のイメージ」に変更。

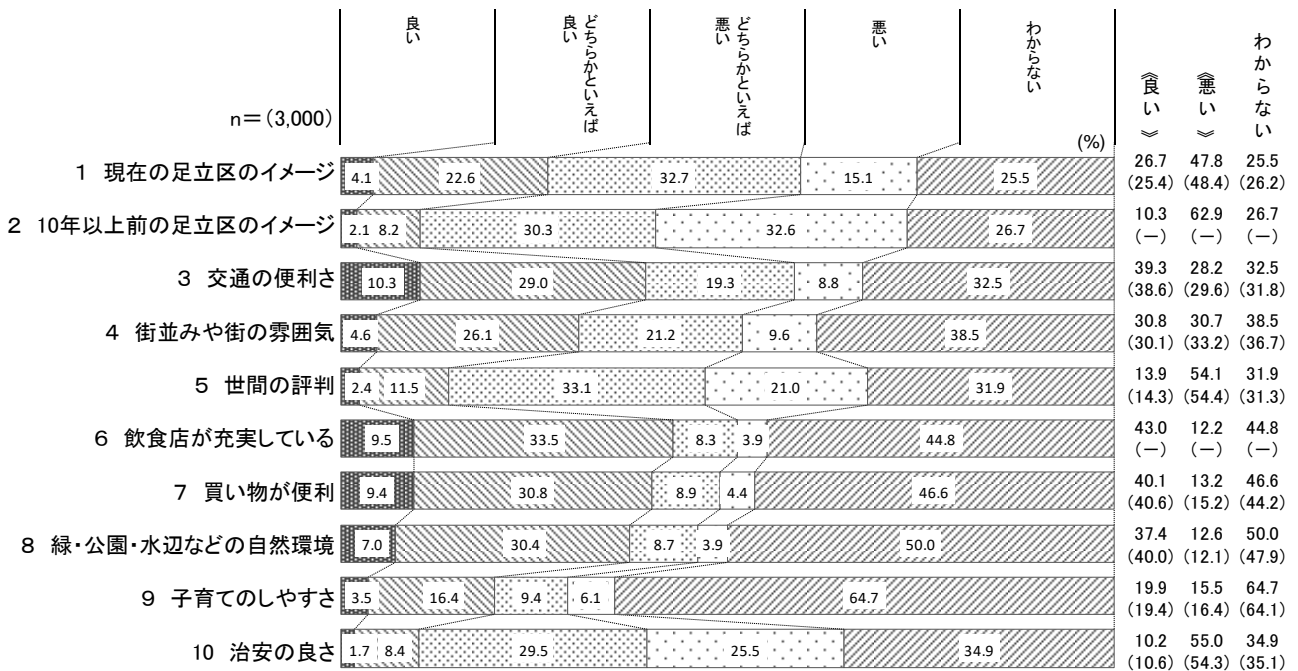
※ 「飲食店が充実している」は令和7年度から聴取。

足立区の印象についてたずねた全10項目の結果を令和6年度調査と比較すると、[全体][訪問経験あり・推奨意向あり]のいずれも大きな変化はみられない。

[訪問経験あり・推奨意向あり]では、「現在の足立区のイメージ」「買い物が便利」を《良い》と回答した割合が微増している。一方、「交通の便利さ」「街並みや街の雰囲気」を《良い》と回答した割合が8割前後と高いものの、令和6年度調査と比べると4ポイント程度減少し、《悪い》が微増している。

[訪問経験あり・推奨意向あり]の人は、足立区の印象を押し上げてくれる層である。この層での各項目を経年で追ってみて、《良い》が増加する傾向にあれば継続して実施してきた対策が功を奏しているといえる。《悪い》が増加する傾向がみられれば、何らかの対策を講じる必要があると考える。

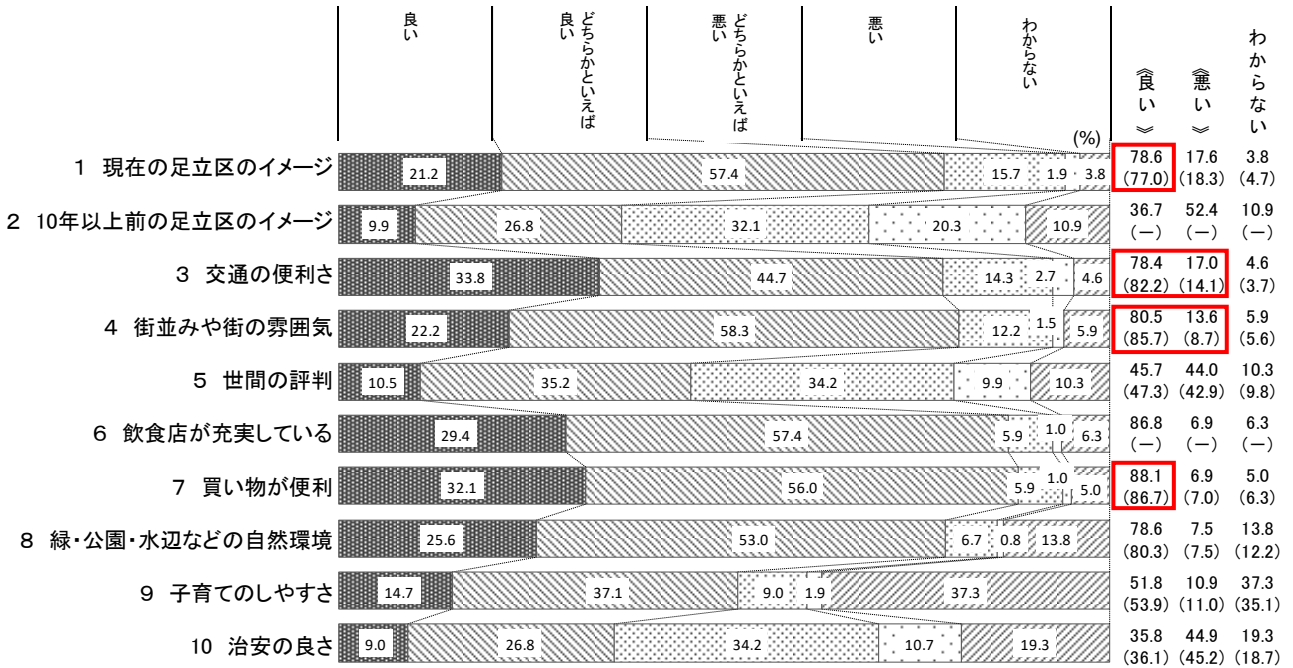
図表2-10 足立区の印象
[全体]



※ 令和7年度より、「10年以上前の足立区のイメージ」「飲食店が充実している」を追加した。

※ ()内は令和6年度調査結果

[訪問経験あり・推奨意向あり]



※ 令和7年度のn数は477、令和6年度のn数は427

エ 足立区の印象を持った理由の「全体」と「訪問経験あり・推奨意向あり」層との比較

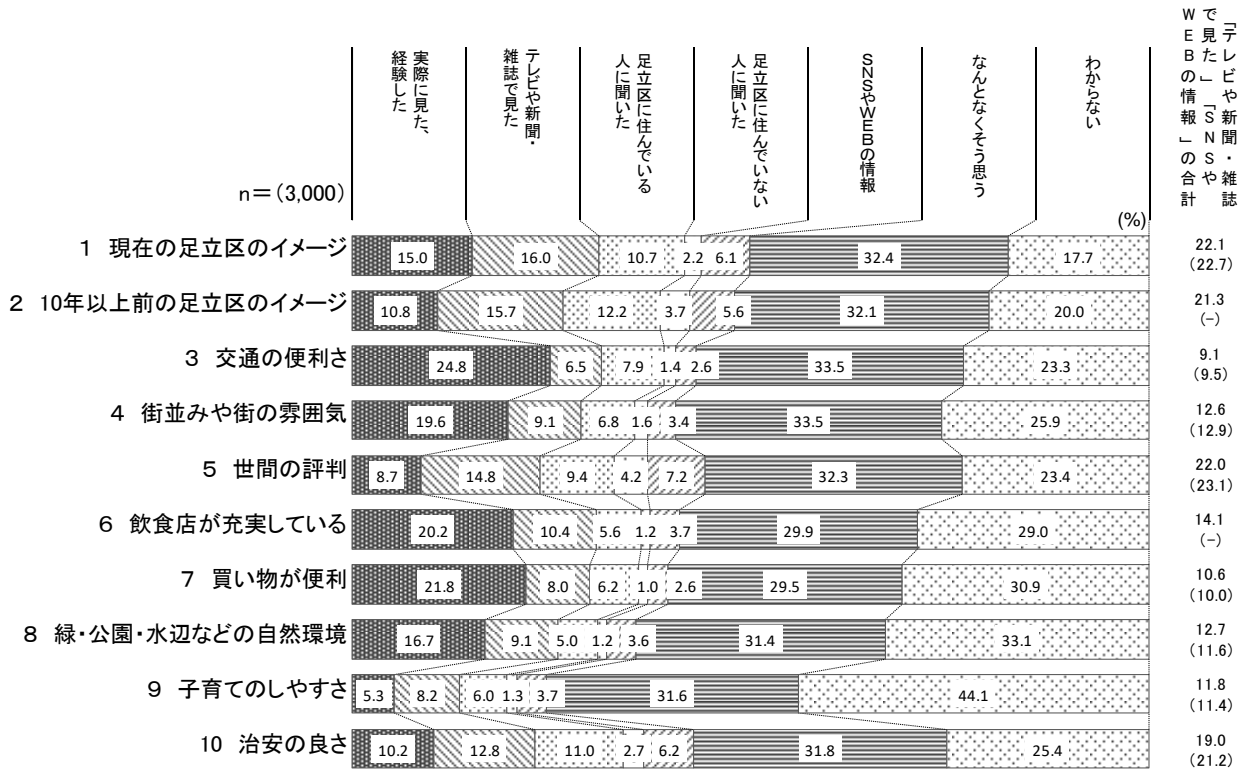
足立区の印象を持った理由について比較すると、[現在の足立区のイメージ]では、「実際に見た、経験した」は全体では15.0%であるが、訪問経験あり・推奨意向ありの層では40.9%となっている。

一方、「テレビや新聞・雑誌で見た」「SNSやWEBの情報」の合計は全体では22.1%であるが、訪問経験あり・推奨意向ありの層では23.9%と大きな差はみられない。

足立区の印象を持った理由の「なんとなくそう思う」と「わからない」の回答に着目すると、いずれの項目でも、全体では「なんとなくそう思う」と「わからない」を合計した割合が5割以上となっている。一方、訪問経験あり・推奨意向ありの層では「なんとなくそう思う」と「わからない」を合計した割合は、[子育てのしやすさ]が4割台半ば、[治安の良さ]が約4割と高いものの、他の項目では3割未満にとどまっている。

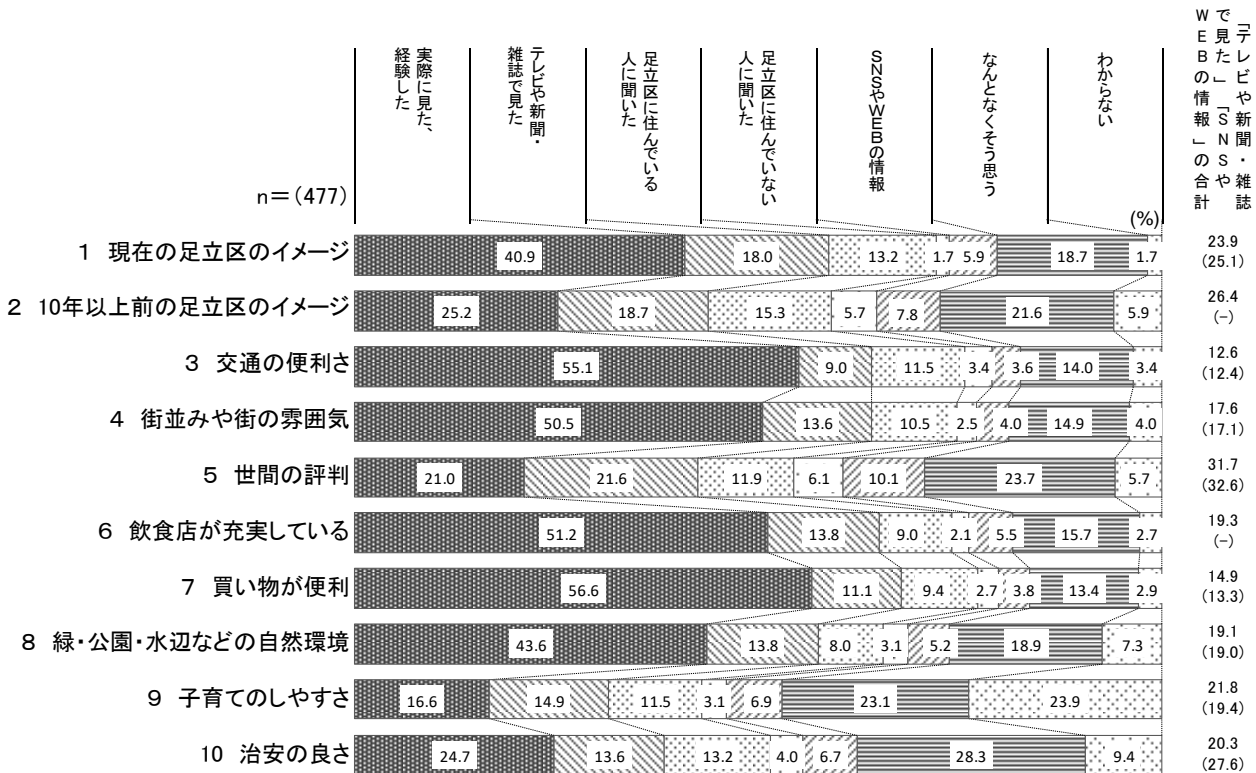
このことから、足立区に実際に足を運んでもらうと、足立区の印象を持った理由が「なんとなくそう思う」「わからない」ものから、実体験に基づいた印象へと変化していくことがわかる。

図表2-11 足立区の印象を持った理由
[全体]



※ () 内は令和6年度調査結果

[訪問経験あり・推奨意向あり]



※ () 内は令和6年度調査結果

(5) 足立区の印象

《良い》印象の上位3項目は、「飲食店が充実している」「買い物が便利」「交通の便利さ」
 《悪い》印象の上位3項目は、「10年以上前の足立区のイメージ」「世間の評判」「治安の良さ」

項目別に足立区の印象を調査した結果、上位3項目は次のとおりである。

《良い》では、新規項目の「飲食店が充実している」が第1位となった。令和6年度調査から「買い物が便利」は0.5ポイント減少、「交通の便利さ」は0.7ポイント増加した。

また《悪い》では、新規項目の「10年以上前の足立区のイメージ」が第1位となった。令和6年度調査と比べると、「世間の評判」は0.6ポイント微増となったが、「治安の良さ」は0.2ポイント、「現在の足立区のイメージ」が0.6ポイント減少した。

一方、《わからない》では、「子育てのしやすさ」が64.7%と高い。

● 《良い》

第1位	飲食店が充実している	43.0%	(—)	----
第2位	買い物が便利	40.1%	(第1位 40.6%)	-0.5P
第3位	交通の便利さ	39.3%	(第3位 38.6%)	+0.7P

× 《悪い》

第1位	10年以上前の足立区のイメージ	62.9%	(—)	----
第2位	世間の評判	55.0%	(第1位 54.4%)	+0.6P
第3位	治安の良さ	54.1%	(第2位 54.3%)	-0.2P
第4位	現在の足立区のイメージ	47.8%	(第3位 48.4%)	-0.6P

◆ 《わからない》

第1位	子育てのしやすさ	64.7%	(第1位 64.1%)	+0.6P
第2位	緑・公園・水辺などの自然環境	50.0%	(第2位 47.9%)	+2.1P
第3位	買い物が便利	46.6%	(第3位 44.2%)	+2.4P

※ () 内は令和6年度調査結果

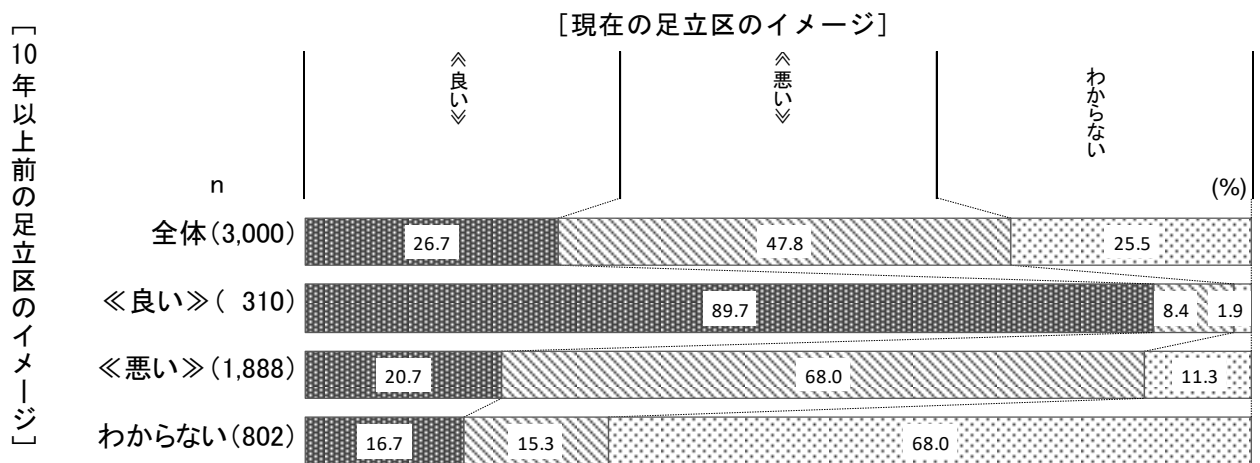
※ 「10年以上前の足立区のイメージ」「飲食店が充実している」は、令和7年度より聴取。

ここからは、令和7年度調査から追加した「10年以上前の足立区のイメージ」と「飲食店が充実している」の分析を行う。

「10年以上前の足立区のイメージ」が《悪い》と回答した人の20.7%、「わからない」と回答した人の16.7%が、「現在の足立区のイメージ」は《良い》と回答

- ア 「現在の足立区のイメージ」と「10年以上前の足立区のイメージ」
 「10年以上前に足立区のイメージ」が《良い》と回答した人の約9割（89.7%）が、現在の足立区のイメージを《良い》と回答している。
 「10年以上前の足立区のイメージ」が《悪い》と回答した人の20.7%、「わからない」と回答した人の16.7%が、「現在の足立区のイメージ」は《良い》と回答している。

図表2-12 現在の足立区のイメージと10年以上前の足立区のイメージ



※ 表側：「10年以上前の足立区のイメージ」、表頭：「現在の足立区のイメージ」

居住地別でみると、[10年以上前の足立区のイメージ]と[現在の足立区のイメージ]を比較すると、いずれの居住地でも《良い》が増加

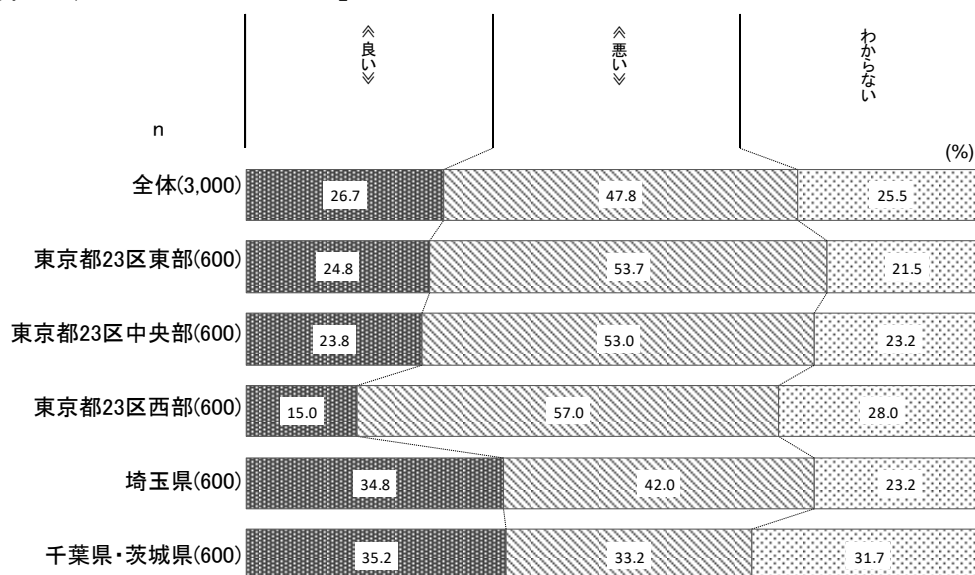
[10年以上前の足立区のイメージ]と[現在の足立区のイメージ]を居住地別で見ると、いずれの居住地でも《良い》が増加し、《悪い》が減少している。

特に、千葉県では[10年以上前の足立区のイメージ]の《良い》12.5%であるが[現在の足立区のイメージ]は35.2%、埼玉県では[10年以上前の足立区のイメージ]の《良い》は14.0%であるが、[現在の足立区のイメージ]は34.8%と、いずれも20ポイント以上高くなっている。

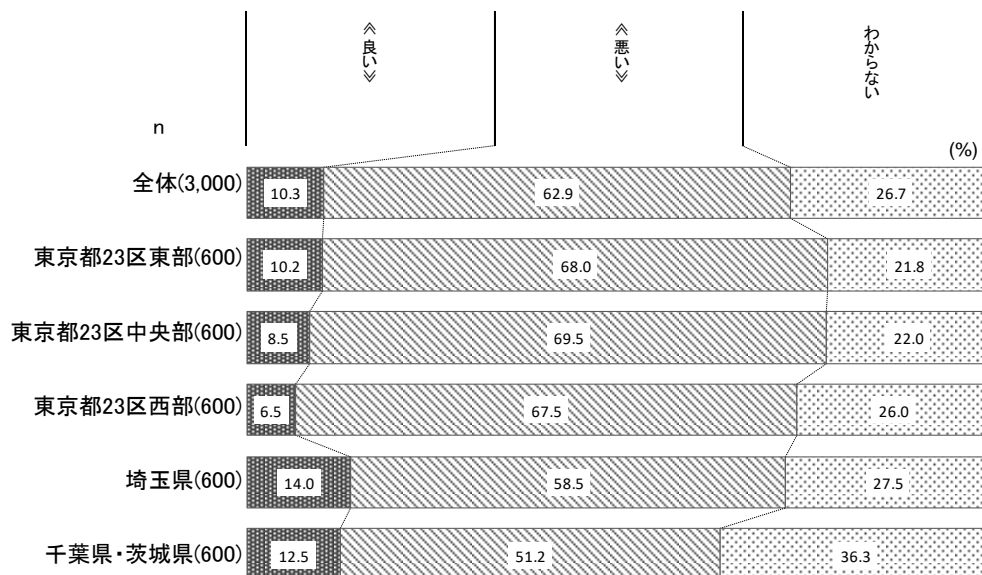
図表2-13 現在の足立区のイメージと10年以上前の足立区のイメージ

<居住地別>

[現在の足立区のイメージ]



[10年以上前の足立区のイメージ]



「飲食店が充実している」は、いずれの年齢でも4割以上が《良い》と回答
 居住地別では、「埼玉県」「千葉県・茨城県」で5割以上が《良い》と回答

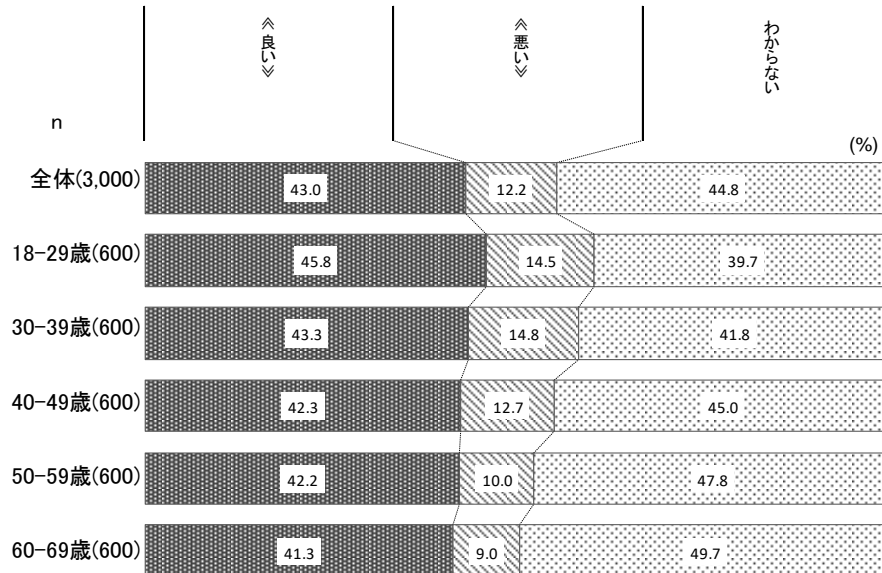
イ 「飲食店が充実している」

「飲食店が充実している」を年齢別にみると、《良い》はいずれの年齢でも4割以上となっている。一方、《悪い》は18～29歳では14.5%であるが年齢が上がるにつれ減少し、60～69歳では9.0%となっている。

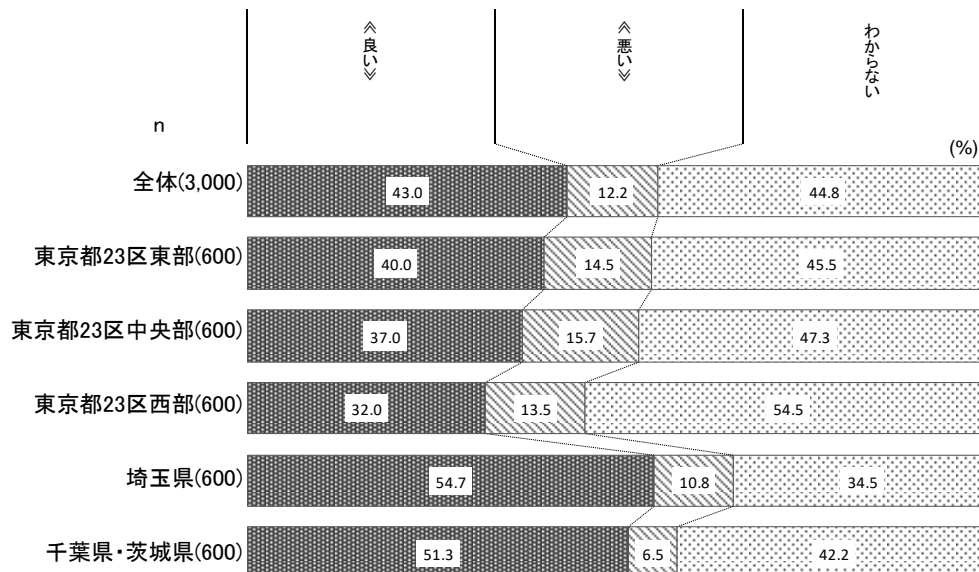
「飲食店が充実している」を居住地別にみると、《良い》は埼玉県（54.7%）、千葉県・茨城県（51.3%）と5割以上となっている。

一方、東京都23区西部では「わからない」が54.5%と、足立区から離れた居住地では飲食店の情報が届きにくいと考えられる。

図表2-14 飲食店が充実している
 [年齢別]



[居住地別]



3 足立区の印象のギャップと項目別の印象を持った理由

《良い》と《悪い》のギャップが大きい3項目は、「10年以上前の足立区のイメージ」-52.6、「治安の良さ」-44.8、「世間の評判」-40.2

(1) 足立区の印象のギャップ

下表は、足立区の印象について、《良い》と答えた人の割合から《悪い》と答えた人の割合を差し引いた数値を「ギャップ」と捉えて示したものである。

図表2-15 足立区の印象のギャップ

	A	B	A-B
	《良い》	《悪い》	ギャップ
10年以上前の足立区のイメージ	10.3(—)	62.9(—)	-52.6(—)
治安の良さ	10.2(10.6)	55.0(54.3)	-44.8(-43.7)
世間の評判	13.9(14.3)	54.1(54.4)	-40.2(-40.1)
現在の足立区のイメージ	26.7(25.4)	47.8(48.4)	-21.1(-23.0)
街並みや街の雰囲気	30.8(30.1)	30.7(33.2)	0.1(-3.1)
子育てのしやすさ	19.9(19.4)	15.5(16.4)	4.4(3.0)
交通の便利さ	39.3(38.6)	28.2(29.6)	11.1(9.0)
緑・公園・水辺などの自然環境	37.4(40.0)	12.6(12.1)	24.8(27.9)
買い物が便利	40.1(40.6)	13.2(15.2)	26.9(25.4)
飲食店が充実している	43.0(—)	12.2(—)	30.8(—)

※ () 内は令和6年度調査結果

ギャップ差は、大きく3つに分類できる。

- ア マイナスのギャップ差がある：《良い》 < 《悪い》
- イ ギャップ差がほとんどない：《良い》 ≒ 《悪い》
- ウ プラスのギャップ差がある：《良い》 > 《悪い》

ア マイナスのギャップ差があるもの：《良い》 < 《悪い》

マイナスのギャップ差があるものは、《良い》印象を持ってもらうために、何らかの対策が必要となる項目である。

本調査結果では、「10年以上前の足立区のイメージ」「治安の良さ」「世間の評判」「現在の足立区のイメージ」が該当する。

ギャップ差をみると、「10年以上前の足立区のイメージ」が-52.6、「治安の良さ」が-44.8、「世間の評判」が-40.2となっている。「現在の足立区のイメージ」のギャップは-21.1となり、令和6年度調査のギャップから1.9ポイント縮小した。

なお、「10年以上前の足立区のイメージ」は、マイナスのギャップ差が大きい

ものの過去のイメージになるため、対策を打つことはできない。しかしながら、経年での変化を追ってみたときに、ギャップ差が縮小していく傾向が見ることができれば、継続して取り組んでいる区外者へのプロモーション等の活動の成果の表れと捉えることができる。と考える。

イ ギャップ差がほとんどない：《良い》≒《悪い》

ギャップ差がほとんどないものは目を配らなくてもよいものではなく、《良い》《悪い》のそれぞれの割合に着目し、それに沿った対策が必要となる項目である。本調査結果では、「街並みや街の雰囲気」「子育てのしやすさ」が該当する。

「街並みや街の雰囲気」は、《良い》が30.8%、《悪い》が30.7%といずれも3割と拮抗している。「子育てのしやすさ」は、《良い》が19.9%、《悪い》が15.5%といずれも2割を下回っている。

「街並みや街の雰囲気」では、プラスのイメージのギャップ差にスイッチするような取り組みを検討していくことが必要となる。「子育てのしやすさ」では、《良い》《悪い》の割合を合わせても4割に届かない。「わからない」の回答が6割を超えている（30ページ参照）ため、まずは「知ってもらう」工夫が必要と考えられる。

ウ プラスのギャップ差がある：《良い》>《悪い》

プラスのギャップ差があるものは、足立区の強みといえるものである。足立区の印象をさらに向上させる項目として期待できる。

本調査結果では、「飲食店が充実している」「買い物が便利」「緑・公園・水辺などの自然環境」「交通の便利さ」が該当する。

プラスのギャップ差をみると、「飲食店が充実している」が30.8と高い。「買い物が便利」では26.9、「緑・公園・水辺などの自然環境」では24.8、「交通の便利さ」では11.1となっている。

この4項目は、日々の生活習慣、生活行動に取り入れてもらいやすいものである。暮らしの中で、足立区を訪れることを選択してもらうようなエリアの魅力、コンテンツの紹介など、さらに発信していくことが考えられる。

ここからは、マイナスのギャップ差が大きい「治安の良さ」「世間の評判」「現在の足立区のイメージ」、プラスのギャップ差が大きい「飲食店が充実している」について、その印象を持った理由などについて分析を行った。

(2) 「治安の良さ」「世間の評判」「現在の足立区のイメージ」印象を持った理由

- ① [治安の良さ] では、《良い》印象の割合が「実際に見た、経験した」が25.2%
- ② [世間の評判] では、《良い》印象の割合が「テレビや新聞・雑誌で見た」と「SNSやWEBの情報」の合計が33.3%
- ③ [現在の足立区のイメージ] では、「実際に見た、経験した」は《良い》が32.7%
- ④ 3項目すべてにおいて、《良い》《悪い》ともに「なんとなくそう思う」が約3割（令和6年度調査と大きな差はみられない）
- ⑤ 体験により《良い》印象を得る一方で、メディア情報はその内容により、《良い》《悪い》の判断に影響を与える

ア 印象を持った理由

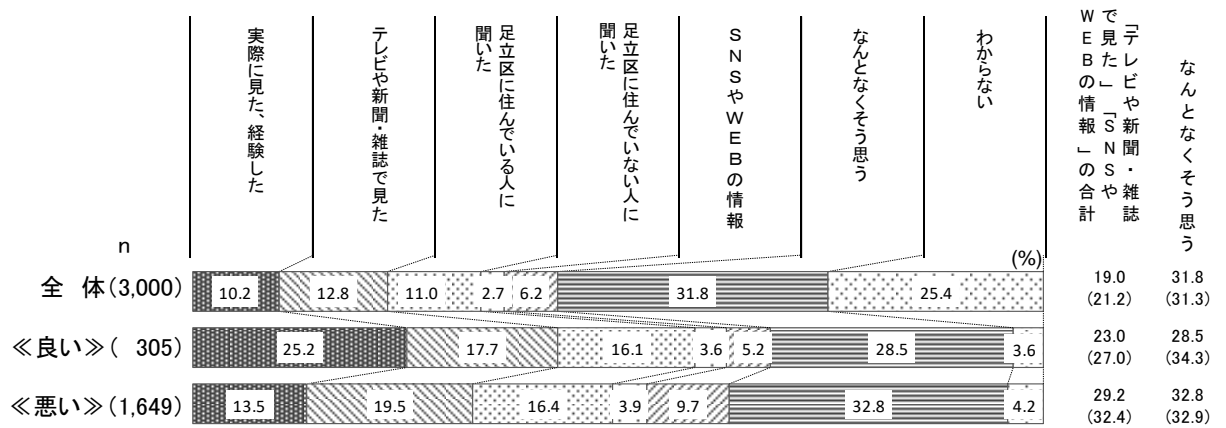
3項目ともに、印象を《良い》と回答した人であっても、《悪い》と回答した人であっても、「なんとなくそう思う」が約3割と、そこに大きな違いはみられない。

《良い》は、「実際に見た、経験した」が[現在の足立区のイメージ] 32.7%、[治安の良さ] 25.2%と最も高くなっており、体験由来により《良い》印象につながっていると考えられる。一方、[世間の評判] の《良い》では、「テレビや新聞・雑誌で見た」と「SNSやWEBの情報」の合計が33.3%とメディア情報が高くなっており、メディアによる情報が印象に大きな影響を及ぼすことがわかる。

《悪い》は、「実際に見た、経験した」が3項目とも1割台であるのに対し、「テレビや新聞・雑誌で見た」と「SNSやWEBの情報」の合計が[現在の足立区のイメージ] 30.4%、[治安の良さ] 29.2%、[世間の評判] 31.2%といずれも3割前後となっている。体験よりも様々なメディアから発信される情報によって《悪い》という印象を与える傾向があることがわかる。

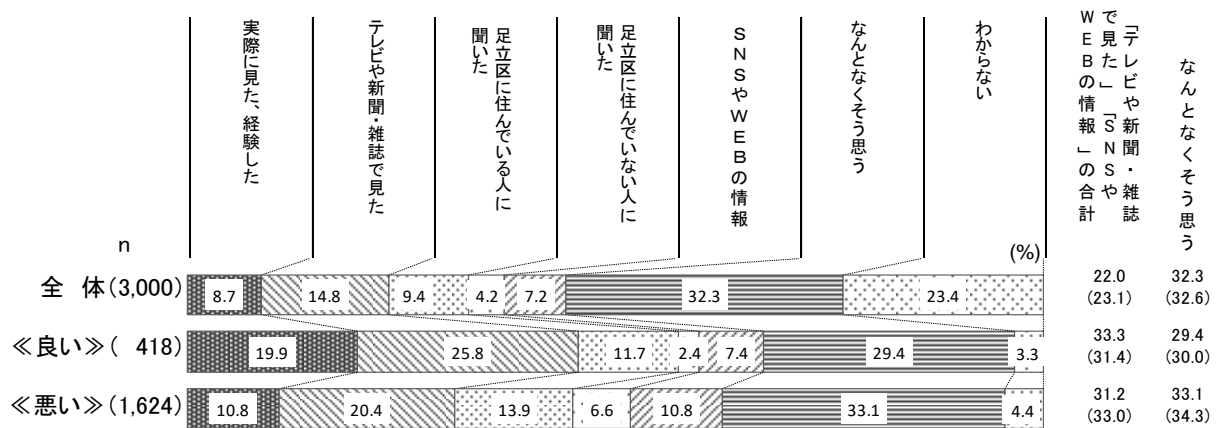
図表2-16 印象を持った理由<項目別の印象別>

[治安の良さ]



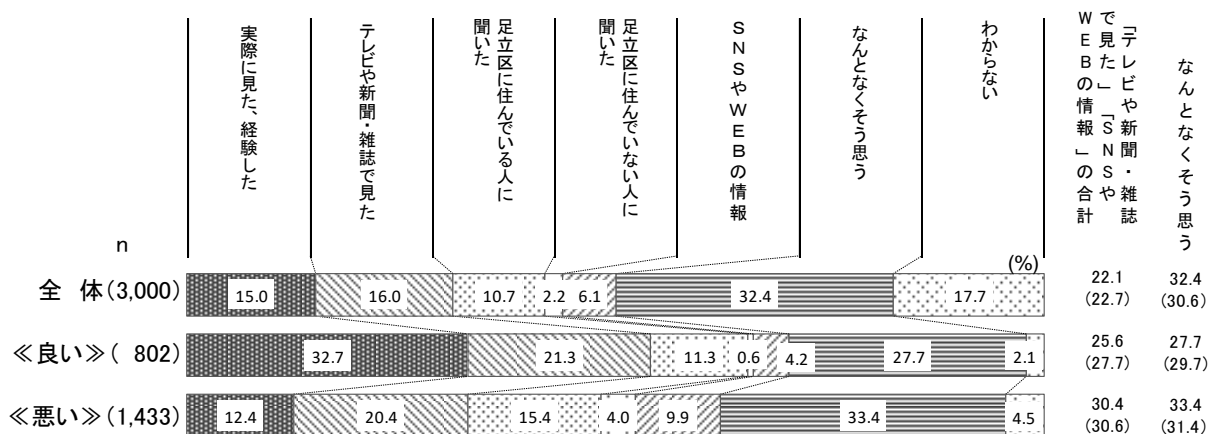
※ () 内は令和6年度調査結果

[世間の評判]



※ () 内は令和6年度調査結果

[現在の足立区のイメージ]



※ () 内は令和6年度調査結果

イ 足立区の印象を持った理由の5年間の推移

下図は「治安の良さ」「世間の評判」「現在の足立区のイメージ」の印象を持った理由の5か年の推移である。

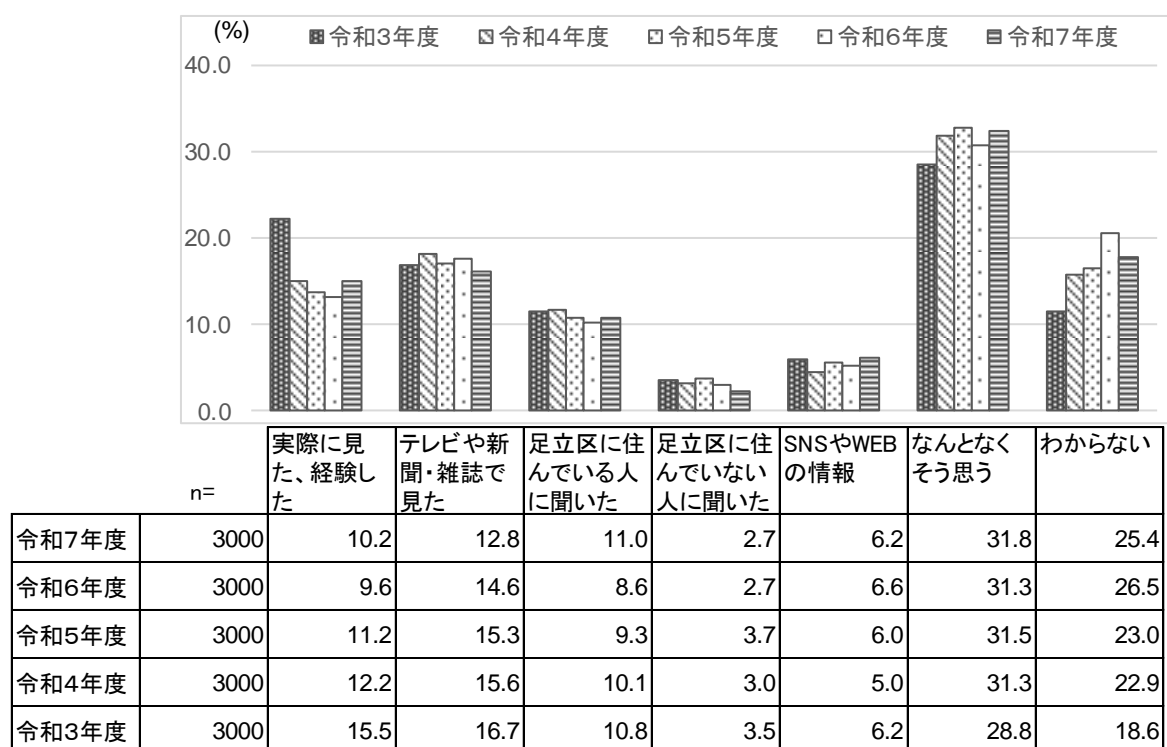
「治安の良さ」では、「実際に見た、経験した」「テレビや新聞・雑誌で見た」が減少傾向にあり、「なんとなくそう思う」「わからない」が微増している。「世間の評判」でも、同様の傾向がみられる。

「現在の足立区のイメージ」では、「実際に見た、経験した」「SNSやWEBの情報」が令和6年度と比べると微増している。

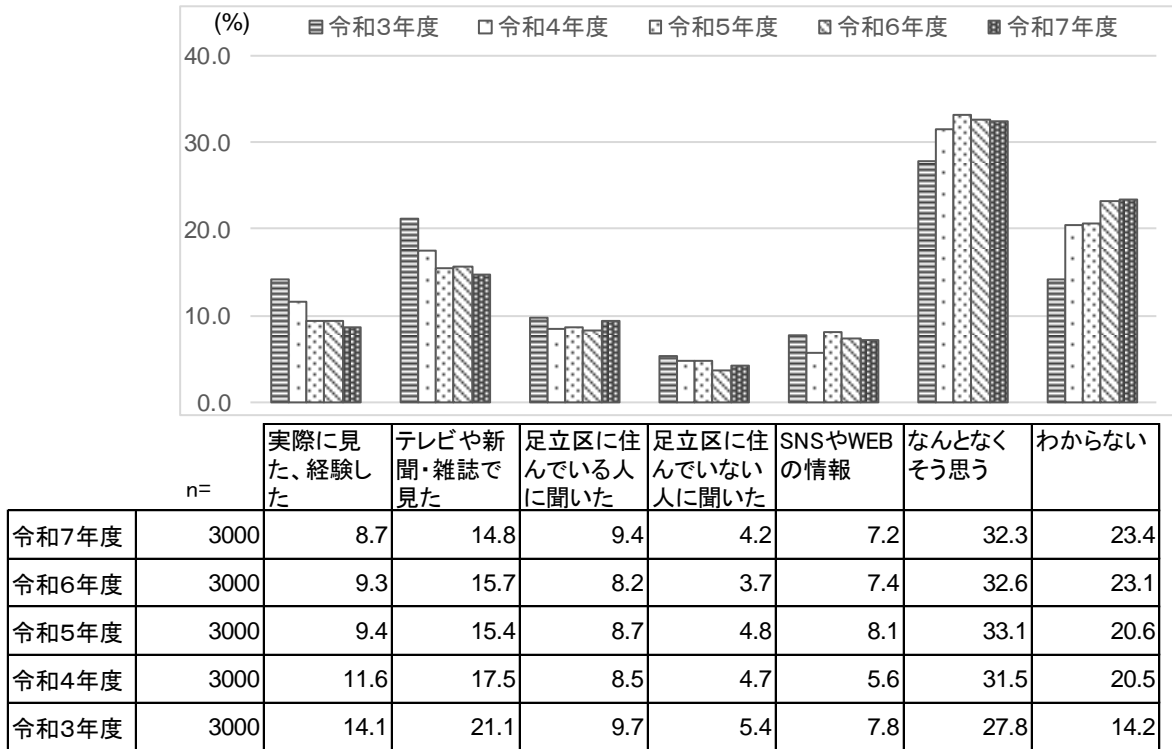
いずれの項目においても、「なんとなくそう思う」「わからない」を合計した割合には、これまでの5年間の推移をみても大きな変動はみられない。「なんとなくそう思う」「わからない」の回答を減らすためにはこれまで以上に、「足立区の特徴」「足立区の良さ」を認識してもらう工夫が必要と考える。

図表2-17 印象を持った理由：5年間の推移

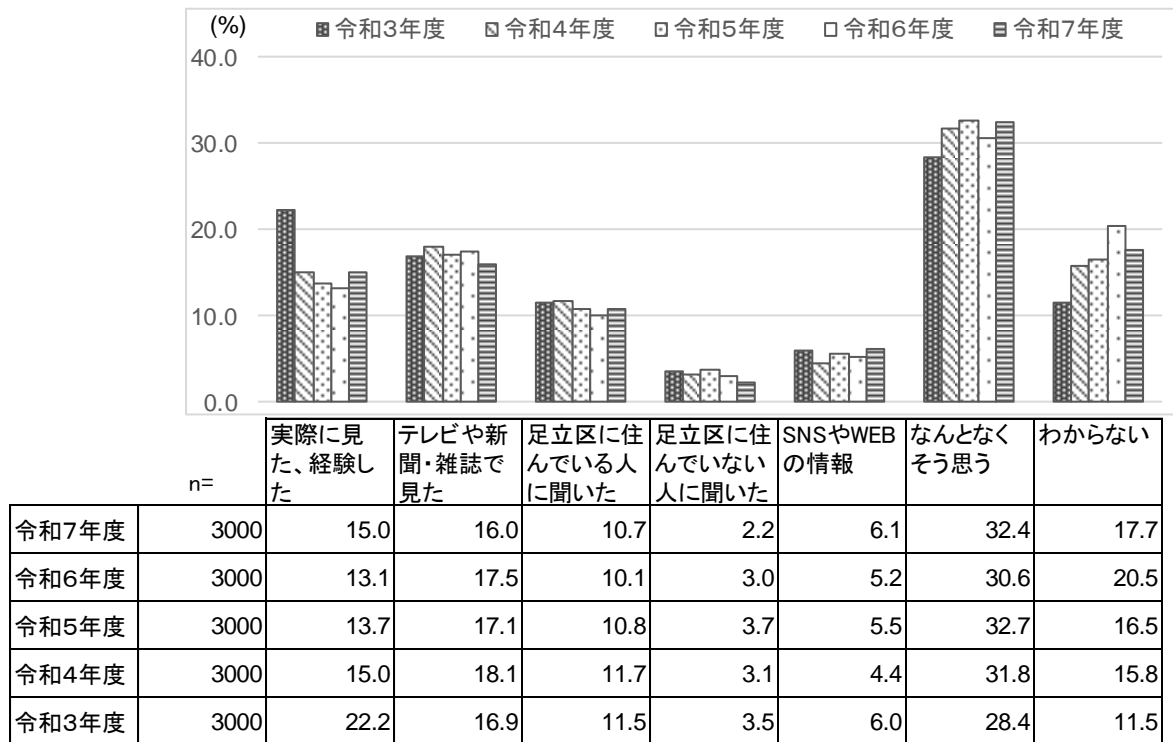
「治安の良さ」



[世間の評判]



[現在の足立区のイメージ]



[現在の足立区のイメージ] では、訪問経験がある人では《良い》が《悪い》を若干上回り、令和6年度と比べると《良い》が2.1ポイント増加。

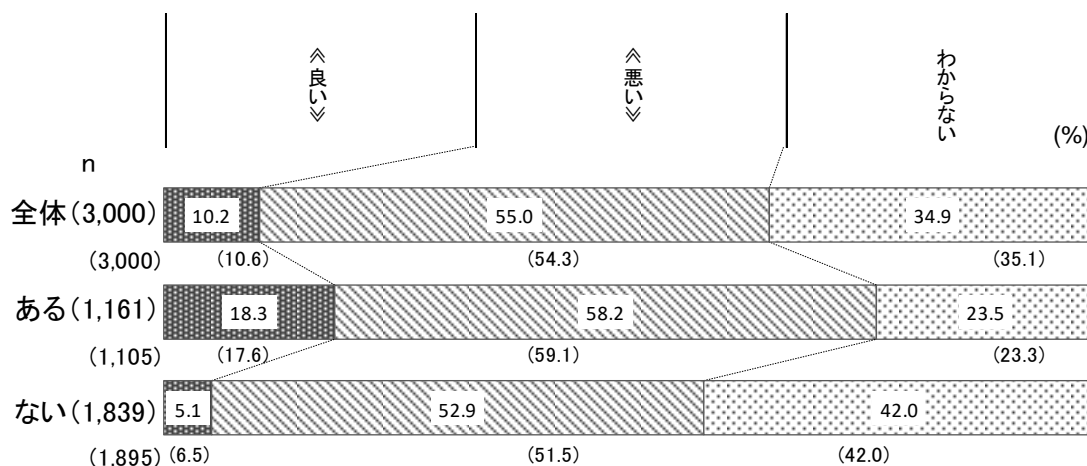
ウ 訪問経験別の足立区の印象

過去1年間の訪問経験別の3項目の印象を分析した。いずれの項目でも訪問経験がある層がない層に比べ、《良い》印象を持つ傾向にあるものの、[治安の良さ] [世間の評判] では、訪問経験があっても、令和6年度調査から比べると微減しているとはいえ、約6割が《悪い》と答えている。

一方、訪問経験がある人の [現在の足立区のイメージ] では、《良い》が《悪い》を6.0ポイント上回っている。

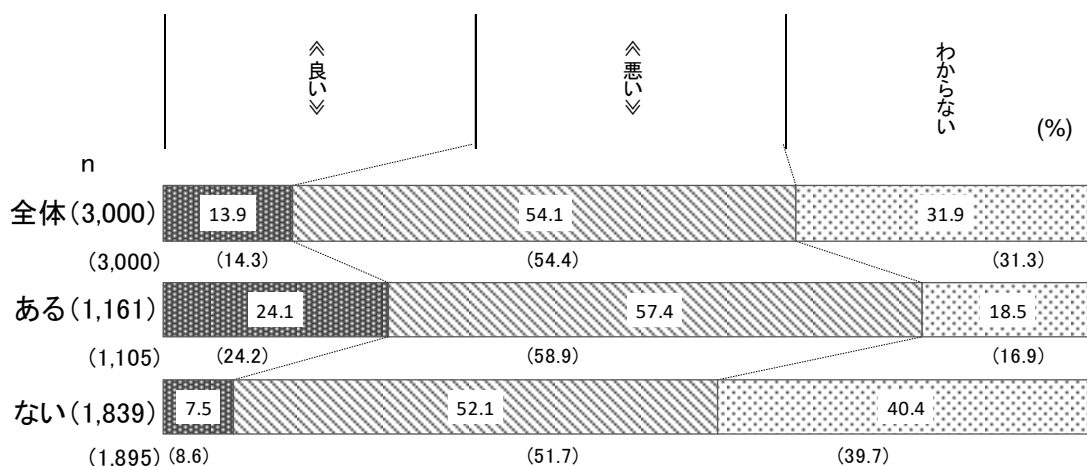
図表2-18 訪問経験別の足立区の印象

[治安の良さ]



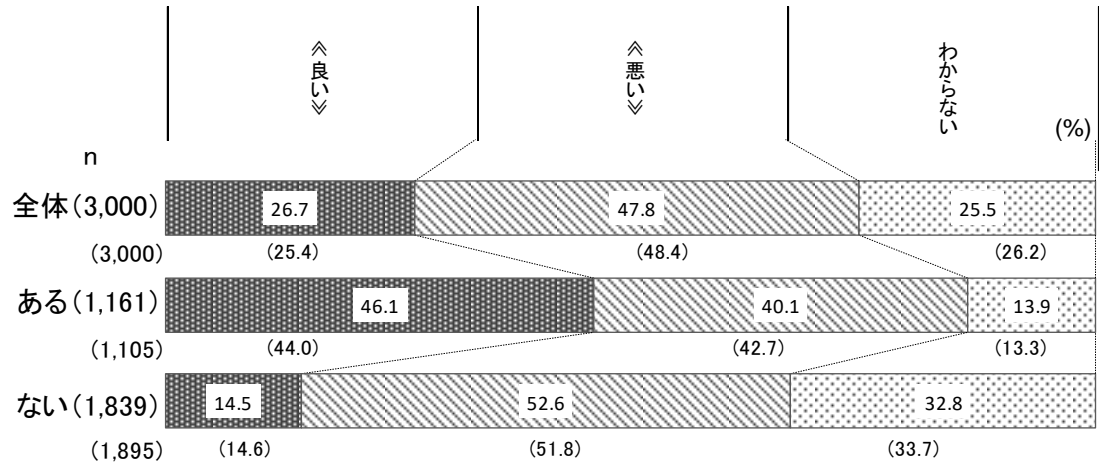
※ () 内は令和6年度調査結果

[世間の評判]



※ () 内は令和6年度調査結果

[現在の足立区のイメージ]



※ () 内は令和6年度調査結果

好意度別の印象では、

- ① [治安の良さ] は、《好き》な人では《良い》が 34.8%
- ② [世間の評判] は、《好き》な人では《良い》が 43.6%
- ③ [現在の足立区のイメージ] は、《好き》な人では《良い》が 79.6%と令和6年度調査から 4.1ポイント増加

エ 好意度別の足立区の印象

[治安の良さ]では、《好き》な人の34.8%が《良い》と答えている。一方、《好きではない》人では《悪い》が86.2%となっている。だが、《好き》な人でも、印象が《悪い》と回答している割合が41.2%と、令和6年度調査より差は縮小したものの《良い》を6.4ポイント上回っている。

[世間の評判]では、《好き》な人の43.6%が《良い》と答えているのに対し、《好きではない》人では《悪い》が87.1%となっている。《好き》な人では、《悪い》と回答している割合が42.9%と《良い》とほぼ同じ割合となっている。

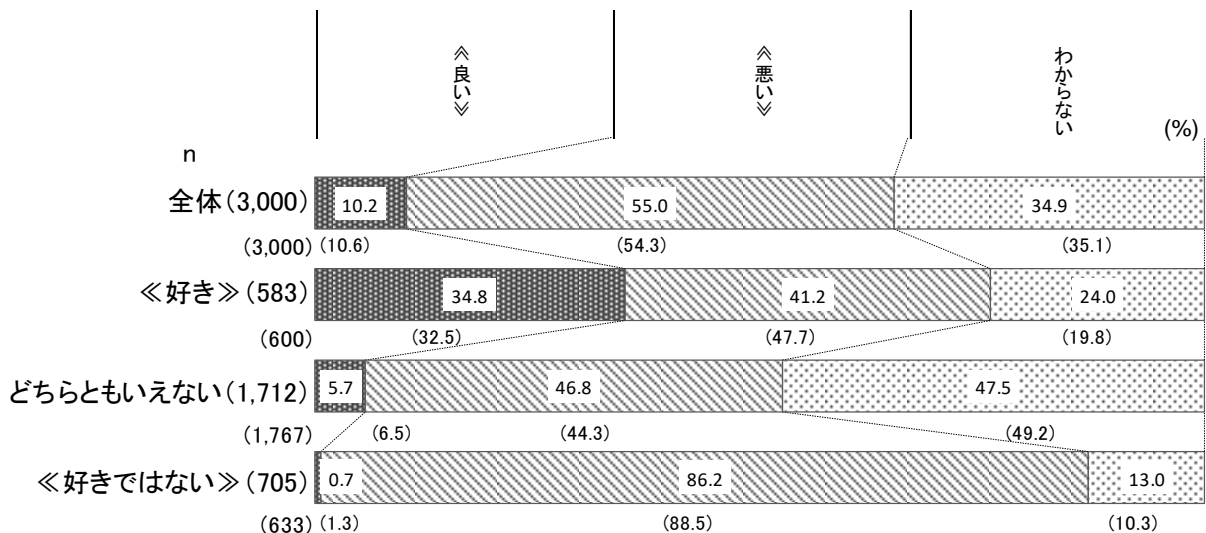
特に、[現在の足立区のイメージ]では、《好き》な人の79.6%が《良い》と答えているのに対し、《好きではない》人では《悪い》が92.8%となっている。

3項目とも、好意度が「どちらともいえない」人では、《悪い》、「わからない」と回答する割合が、令和6年度調査同様、いずれも4割を超えている。

このことから、前述の訪問経験別で見てきた通り、足立区に訪問してもらうことに加えて、《好き》になってもらうことも足立区の印象を良くするための要素であることがわかる。

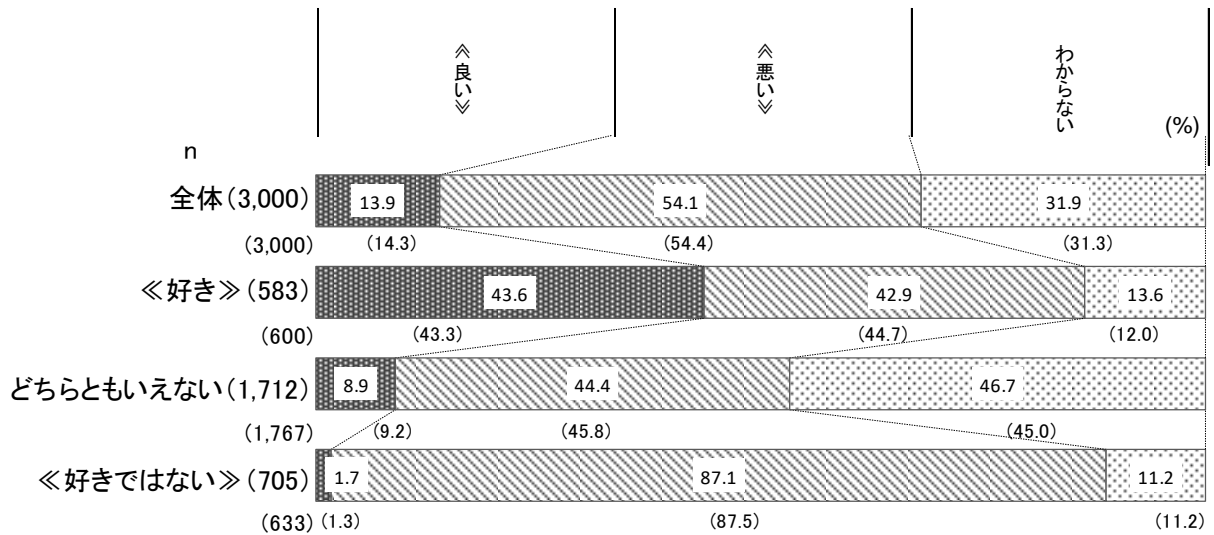
※ Q6で、「好き」「どちらかといえば好き」を合計したものを《好き》、「どちらかといえば好きではない」「好きではない」を合計したものを《好きではない》とした。

図表2-19 好意度別の足立区の印象
[治安の良さ]



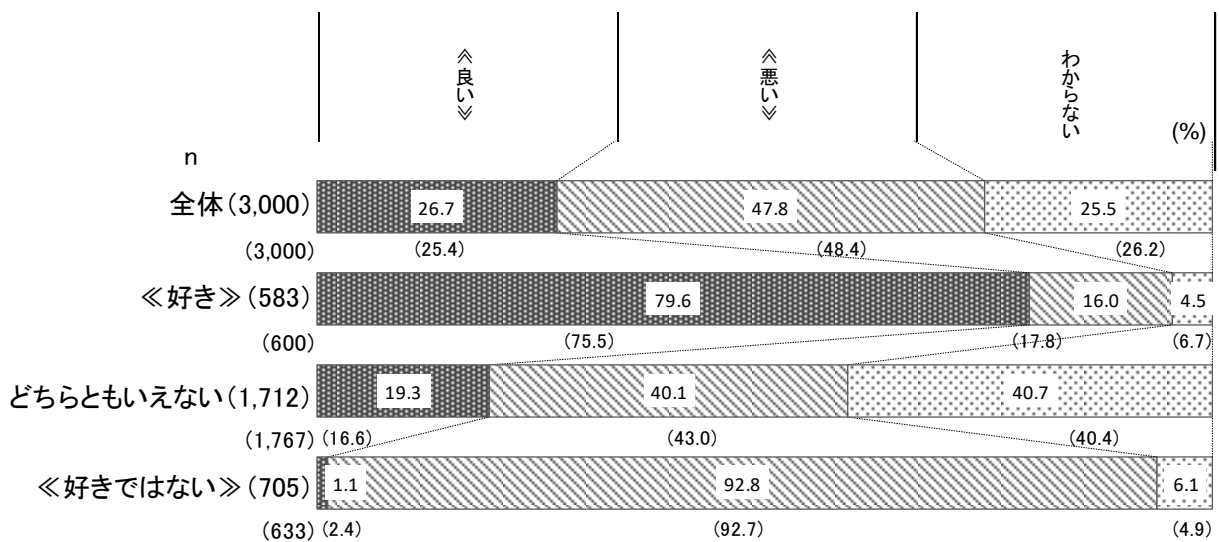
※ () 内は令和6年度調査結果

[世間の評判]



※ () 内は令和6年度調査結果

[現在の足立区のイメージ]



※ () 内は令和6年度調査結果

(3) 「飲食店が充実している」の印象

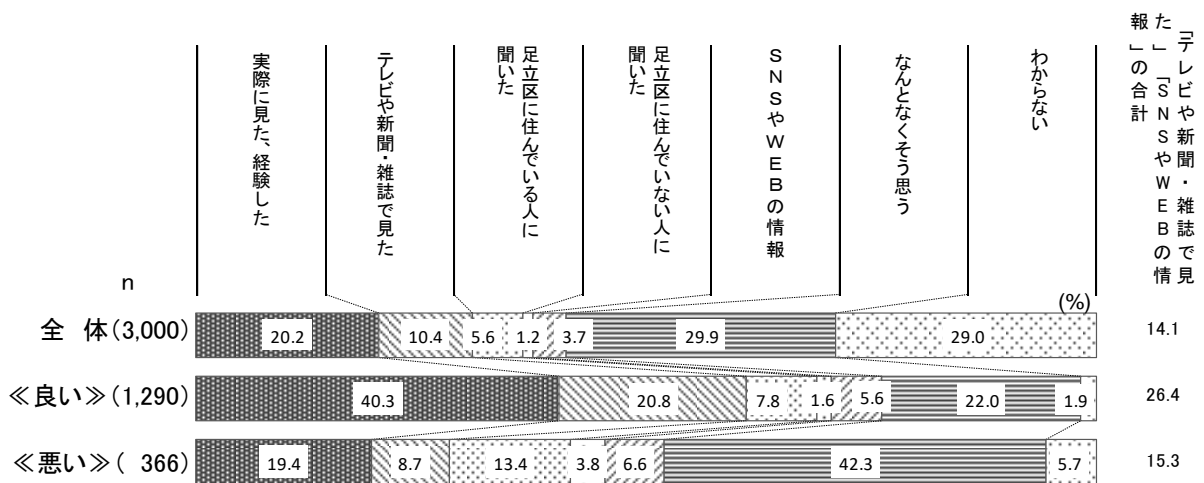
- ① [飲食店が充実している] では、「実際に見た、経験した」は《良い》が40.3%
- ② [飲食店が充実している] の《良い》印象は、「実際に見た、経験した」では40.3%、「テレビや新聞・雑誌で見た」と「SNSやWEBでの情報」の合計が26.4%
- ③ 訪問別にみると、「訪問経験あり」では66.9%が《良い》と回答
- ④ 好意度別にみると、《好き》では81.6%が《良い》と回答

ア 印象を持った理由

[飲食店が充実している]の《良い》印象は、「実際に見た、経験した」が40.3%、「テレビや新聞・雑誌で見た」と「SNSやWEBの情報」の合計が26.4%と、訪問由来、メディア由来ともに高い。

一方、《悪い》印象は、「なんとなくそう思う」が42.3%となっている。

図表2-20 印象を持った理由

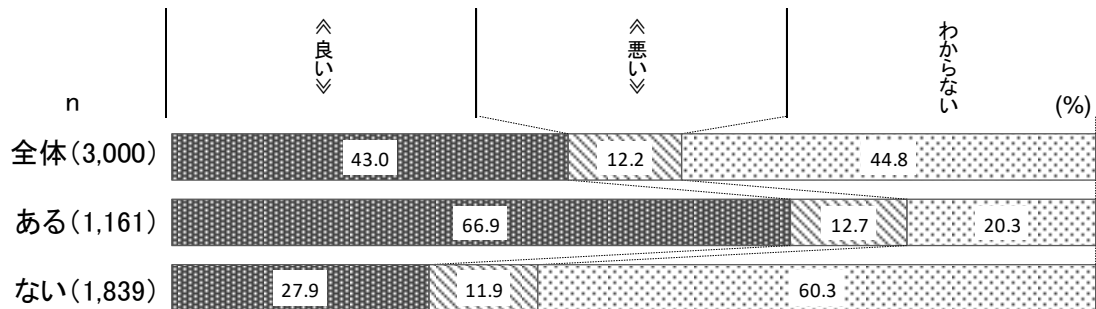


イ 訪問経験別の [飲食店が充実している] 印象

訪問経験別にみると、[飲食店が充実している] の《良い》印象は、「実際に見た、経験した」が66.9%、《悪い》印象は12.7%と50ポイント以上の差がある。

一方、訪問経験がない人でも、27.9%が《良い》と回答している。

図表 2-21 訪問経験別の [飲食店が充実している] 印象

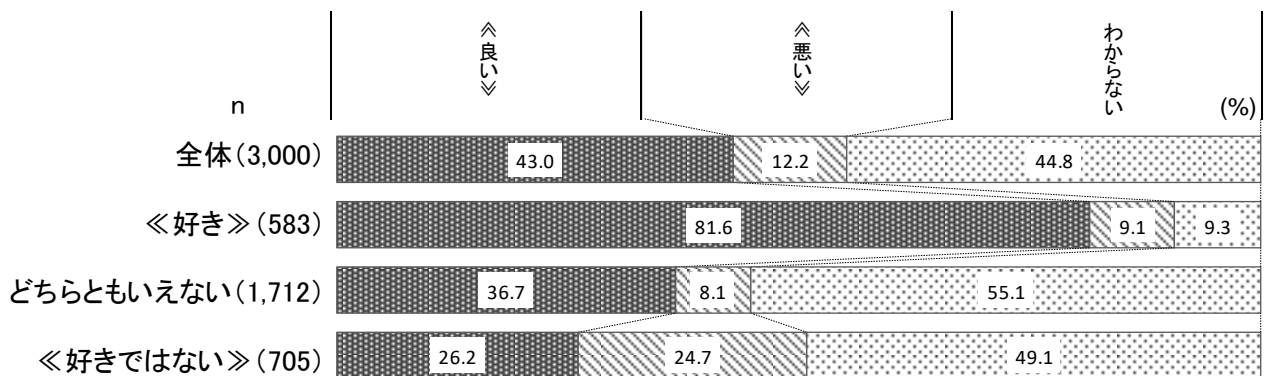


ウ 好意度別の [飲食店が充実している] 印象

好意度別にみると [飲食店が充実している] の《良い》印象は、足立区が《好き》な人では、「実際に見た、経験した」が81.6%、《悪い》印象は9.1%と70ポイント以上の差がある。

一方、《好きではない》人では、《良い》が26.2%、《悪い》が24.7%となっている。

図表 2-22 好意度別の [飲食店が充実している] 印象



4 属性から見る「現在の足立区のイメージ」

ここでは、「現在の足立区のイメージ」に着目し、属性ごとに持つイメージの傾向や《良い》《悪い》それぞれのイメージを持つ層の居住地、理由を分析する。

年齢別で見ると、《良い》は60～69歳で31.5%、18～29歳で29.2%と高い。
《悪い》は30～39歳と40～49歳でそれぞれ5割台と高い。

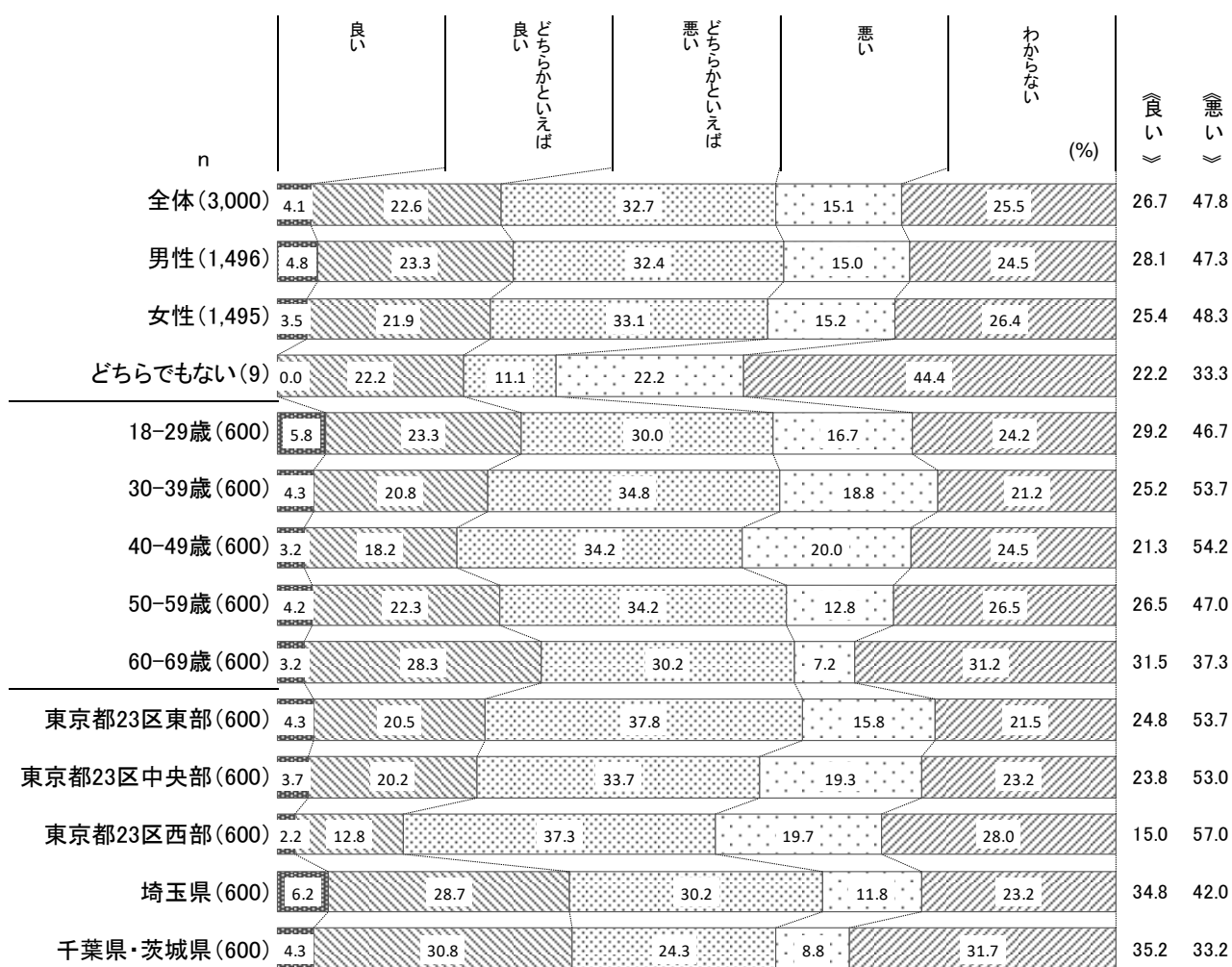
(1) 性別・年齢・居住地別の分析

性別では、特に大きな違いはみられない。

年齢別で見ると、《良い》は60～69歳で31.5%、18～29歳で29.2%と高く、《悪い》は30～39歳と40～49歳でそれぞれ5割台と他の年齢層に比べて高くなっている。

居住地別で見ると、《良い》は千葉県・茨城県が35.2%、次いで埼玉県が34.8%となっている。一方、東京都23区西部は15.0%と低くなっている。また、《悪い》は東京都23区西部で57.0%、東京都23区東部53.7%、東京都23区中央部53.0%と5割を超えている。埼玉県及び千葉県・茨城県では、3～4割程度となっており、東京都と近隣県では足立区のイメージが異なることが分かる。

図表2-23 現在の足立区のイメージ＜性別、年齢別、居住地別＞



※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

(2) 現在の足立区に《良い》イメージを持つ層

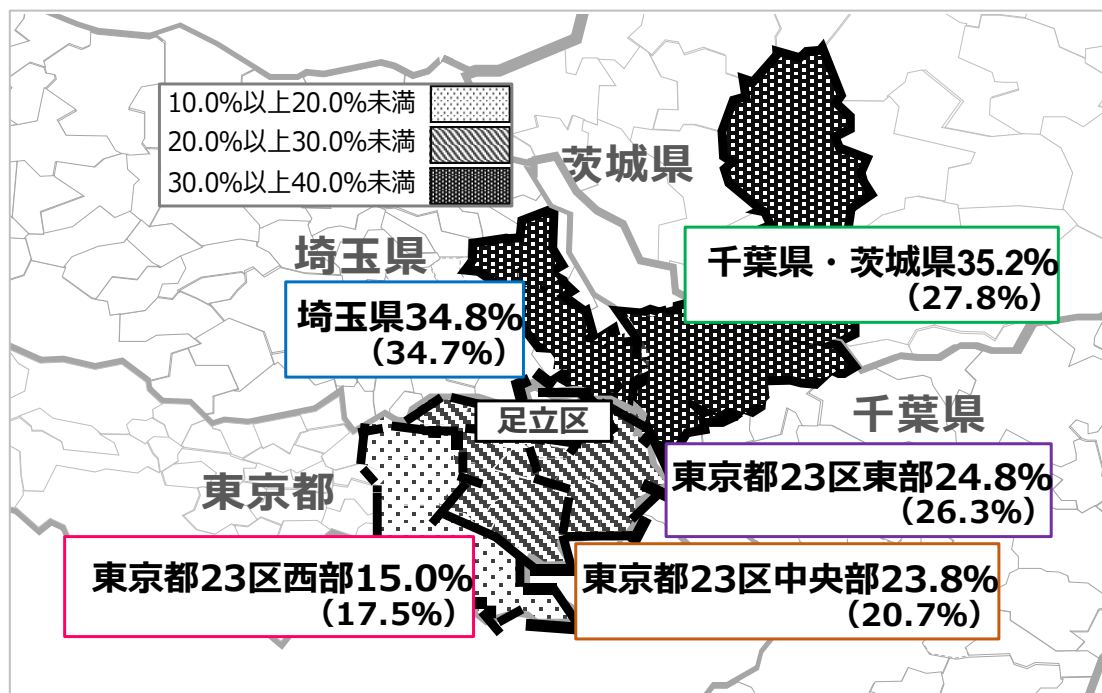
- ① 最も良い印象を持っている地域は千葉県・茨城県 (35.2%)
- ② 令和6年度調査と比べると、《良い》と思う人は「千葉県・茨城県」で7.5ポイント増加
- ③ 《良い》イメージを持った理由は、「実際に見た、経験した」が約3割、「テレビや新聞・雑誌で見た」と「SNSやWEBの情報」の合計が2割台半ば

ア 居住地別

下の地図は、「現在の足立区に《良い》イメージ」を持つ割合を居住地別にプロットしたものである。

《良い》は、千葉県・茨城県が35.2%と最も高く、次に埼玉県が34.8%となっている。一方、東京都23区をみると、令和6年度調査と比べると、中央部では3.1ポイント増加したものの、東部で1.5ポイント、西部で2.5ポイントと僅かではあるが減少している。

図表2-24 現在の足立区に《良い》イメージを持っている層のマップグラフ



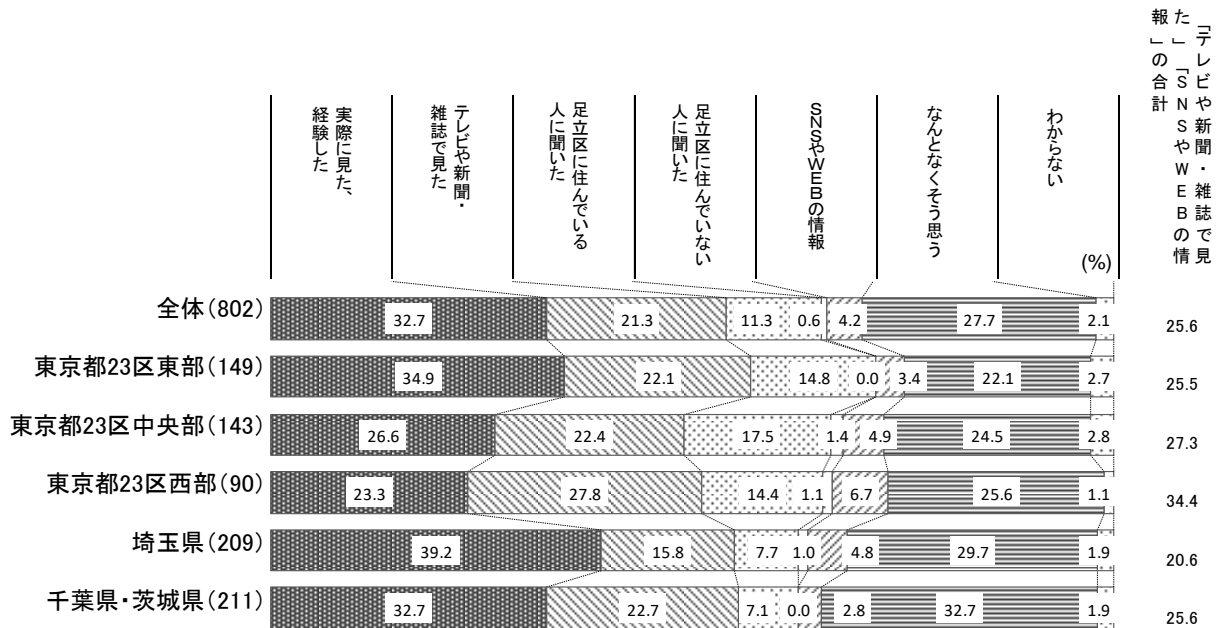
※ () 内は令和6年度調査結果

イ 「居住地」別 《良い》印象を持った理由

居住地別でみると、「実際に見た、経験した」は、埼玉県で39.2%と最も高くなっており、次いで東京都23区東部で34.9%と高い。「テレビや新聞・雑誌で見た」は、東京都23区西部で27.8%と高い。

このことから、足立区へのアクセスがよい居住地ほど「体験」することが、足立区に行きにくい居住地ほどメディアの影響があるといえる。

図表2-25 現在の足立区のイメージが《良い》印象を持った理由<居住地別>

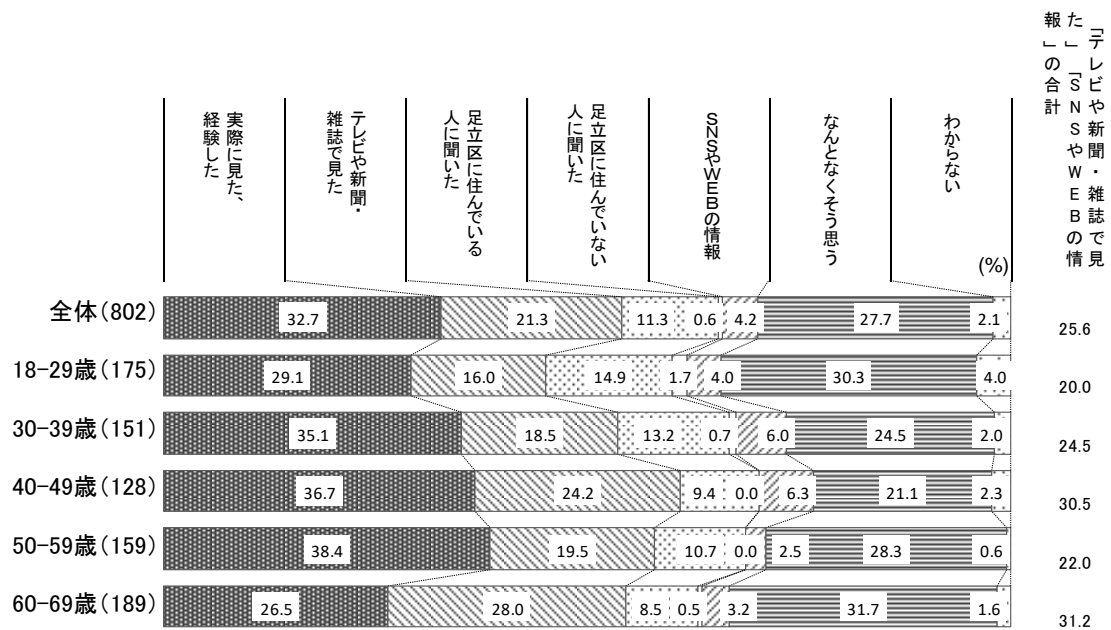


ウ 「年齢」別 《良い》印象を持った理由

年齢別で見ると、「実際に見た、経験した」は60～69歳で最も低く（26.5%）、①50～59歳（38.4%）、②40～49歳（36.7%）、③30～39歳（35.1%）、④18～29歳（29.1%）の順となっている。

また、「テレビや新聞・雑誌で見た」を理由とする人は、60～69歳（28.0%）、40～49歳（24.2%）が高くなっている。18～29歳、30～39歳では、「足立区に住んでいる人に聞いた」（14.9%、13.2%）が他の年代より高く、自分の周りにいる人の情報がイメージに影響していると思われる。

図表2-26 現在の足立区のイメージが《良い》印象を持った理由＜年齢別＞

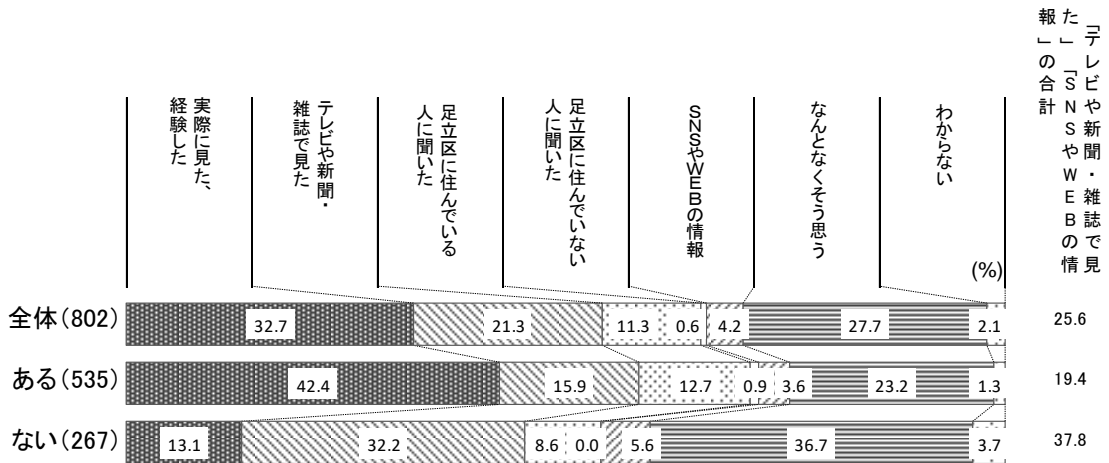


エ 「訪問経験別」別 《良い》印象を持った理由

現在の足立区のイメージに《良い》印象を持った理由は、「訪問経験あり」では「実際に見た、経験した」が42.4%と訪問由来が高く、「訪問経験なし」では「テレビや新聞・雑誌で見た」と「SNSやWEBの情報」の合計が37.8%とメディア由来が高い。

図表 2-27 現在の足立区のイメージが《良い》印象を持った理由

<訪問経験別>

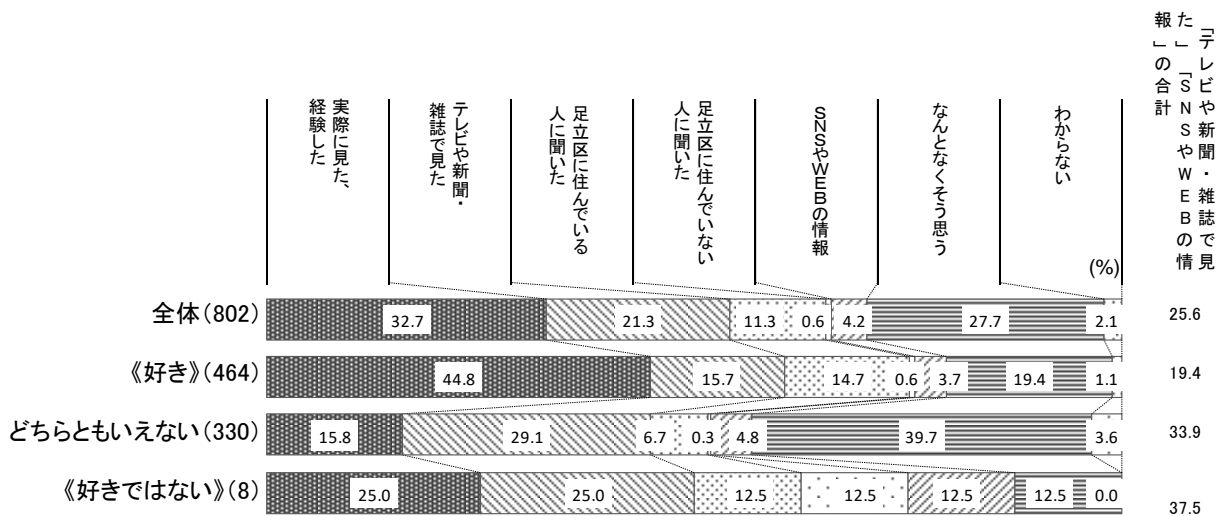


オ 「好意度」別 《良い》印象を持った理由

好意度別にみると、足立区が《好き》な人は、「実際に見た、経験した」(44.8%)となっている。

《好き》な人は、実際の体験から《良い》イメージを持っているといえる。

図表 2-28 現在の足立区のイメージが《良い》印象を持った理由<好意度別>



(3) 現在の足立区に《悪い》イメージを持つ層

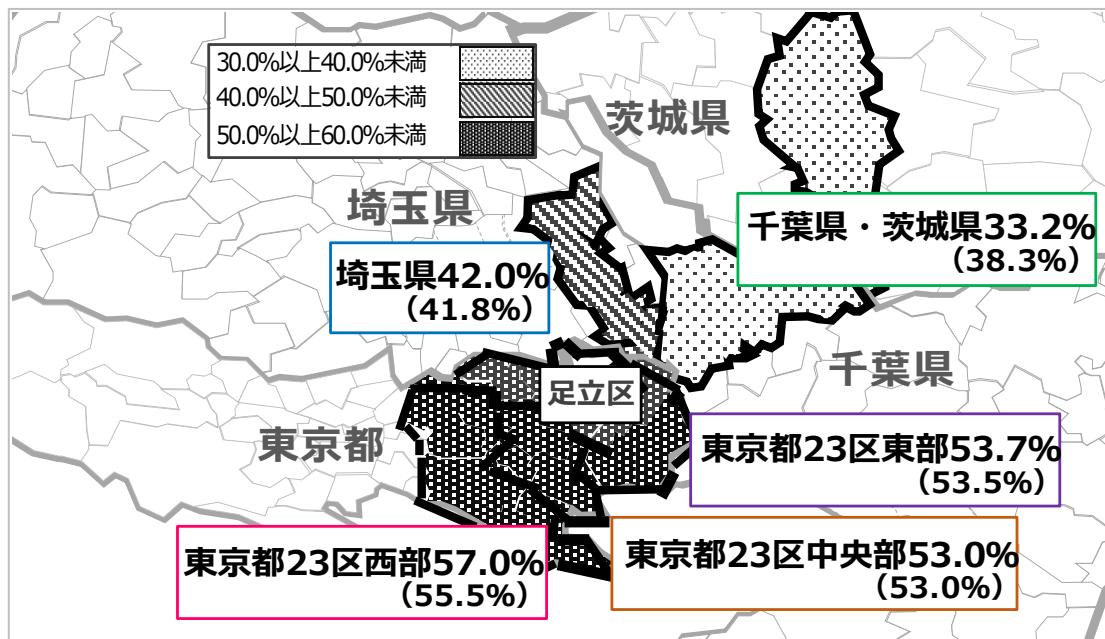
- ① 最も《悪い》印象を持っている地域は東京都23区西部（57.0%）
- ② 令和6年度調査と比べると、《悪い》と思う人は「千葉県・茨城県」で5.1ポイント減少
- ③ 《悪い》イメージを持った理由は居住地別・年代別ともに「テレビや新聞・雑誌で見た」が比較的高い。また、全ての居住地・年代別で「なんとなくそう思う」が最も高い

ア 居住地別

下の地図は、「現在の足立区に《悪い》イメージ」を持つ割合を居住地別にプロットしたものである。東京都23区が西部57.0%と最も高く、次に東京都23区東部53.7%、東京都23区中央部53.0%となっている。一方、「千葉県・茨城県」では33.2%と、令和6年度調査と比べると5.1ポイント減少している。

このことから、《良い》と同様に隣接地でもその印象が違うことがわかる。

図表2-29 現在の足立区に《悪い》イメージを持っている層のマップグラフ



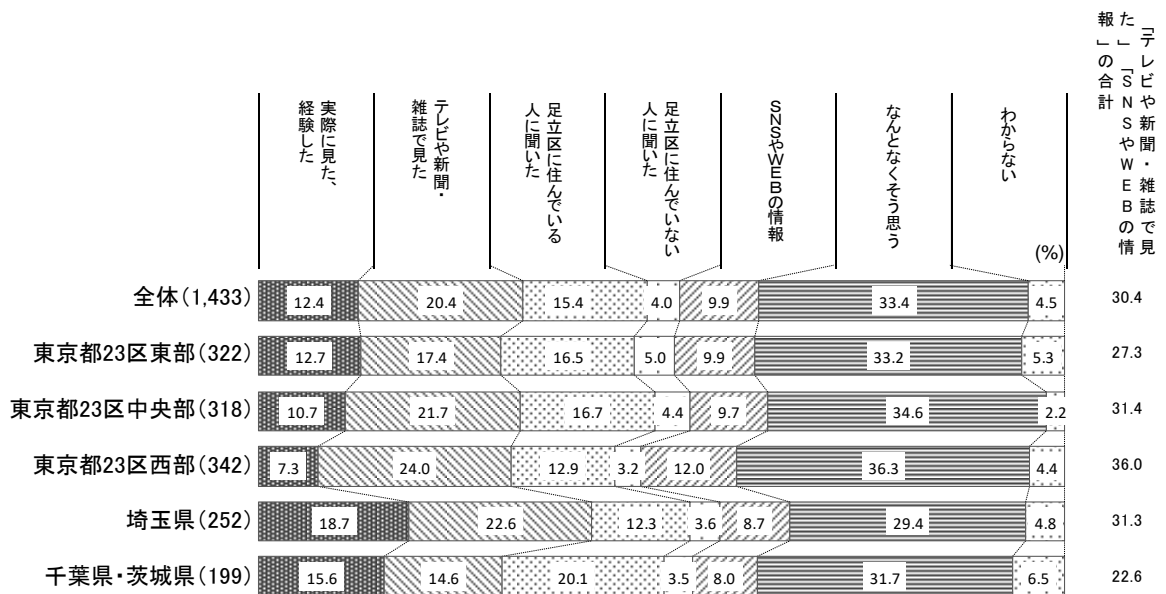
※ () 内は令和6年度調査結果

イ 「居住地」別 《悪い》印象を持った理由

居住地別でみると、「実際に見た、経験した」は、東京都23区西部で7.3%と低い
が、他の居住地でも10%台に留まっている。

一方、いずれの居住地でも、「なんとなくそう思う」が最も高くなっており、次
いで「テレビや新聞・雑誌で見た」が高くなっている。

図表2-30 現在の足立区のイメージが《悪い》印象を持った理由<居住地別>



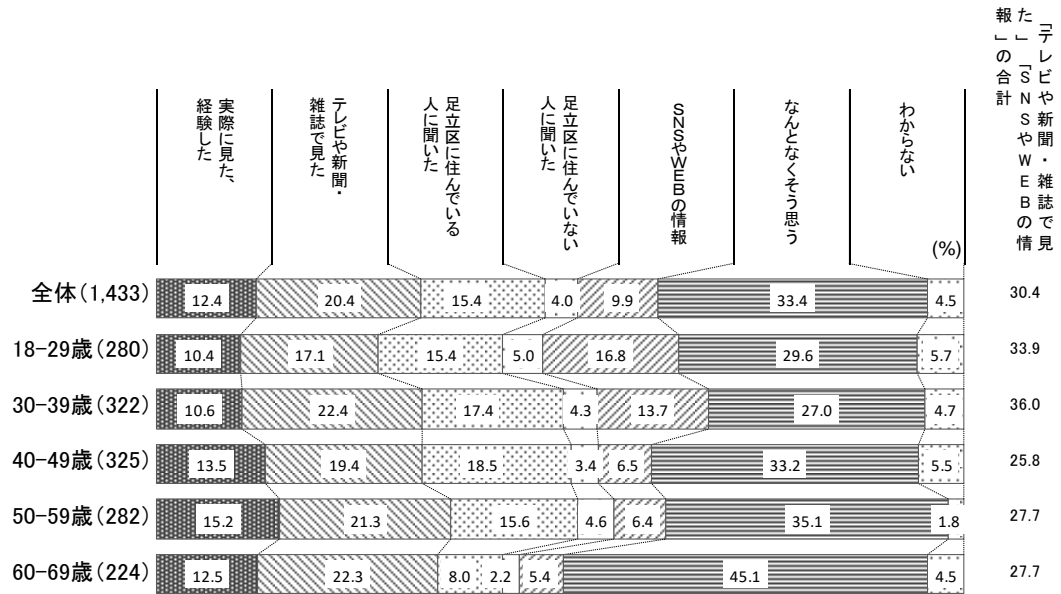
ウ 「年齢」別 《悪い》印象を持った理由

年齢別でみると、「SNSやWEBの情報」は、18～29歳で16.8%、30～39歳で
13.7%となっていて、年齢があがるにつれ、低い傾向がある。

「足立区に住んでいる人に聞いた」は、60～69歳で8.0%と他の年代と比べて低
くなっている。

18～29歳、30-39歳では、「実際に見た、経験した」(10.4%、10.6%)とほかの
年代よりも低いですが、「テレビや新聞・雑誌で見た」と「SNSやWEBの情報」の
合計それぞれ33.9%、36.0%とほかの年代よりは高いことから、体験よりもメ
ディアの情報が影響を与えていることがわかる。

図表 2-31 現在の足立区のイメージが《悪い》印象を持った理由<年齢別>

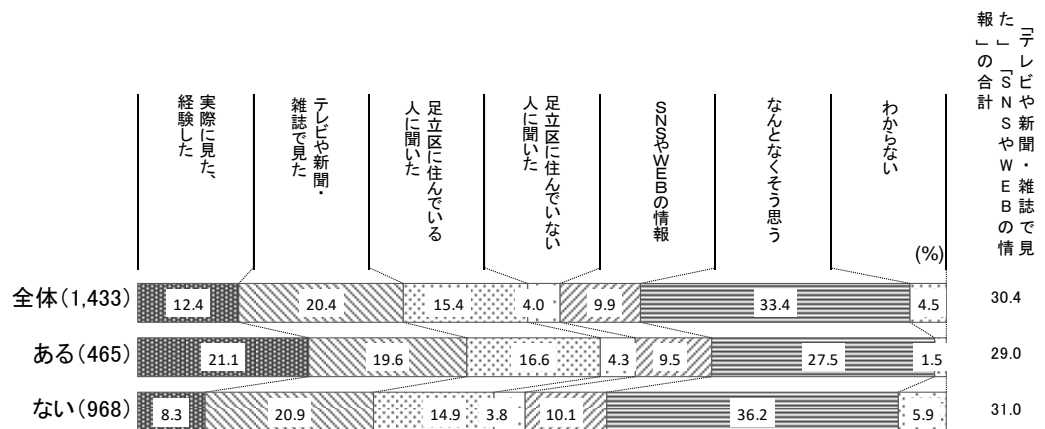


エ 「訪問経験」別 《悪い》印象を持った理由

訪問経験別にみると、「訪問経験あり」の人では「実際に見た、経験した」が21.1%と高い。

一方、「テレビや新聞・雑誌で見た」と「SNSやWEBの情報」の合計が「訪問経験あり」で29.0%、「訪問経験なし」で31.0%と、訪問経験の有無にかかわらず、約3割となっている。

図表 2-32 現在の足立区のイメージが《悪い》印象を持った理由<訪問経験別>

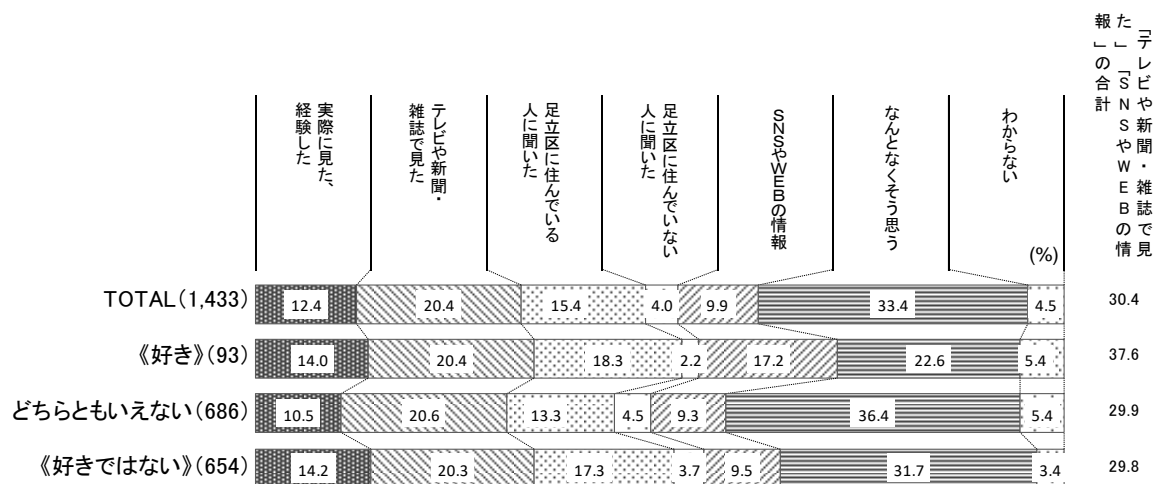


オ 「好意度」別 《悪い》印象を持った理由

好意度別でみると、足立区のことを「どちらともいえない」人では9.3%、《好きではない》人では9.5%に対して、足立区が《好き》な人は、「SNSやWEBの情報」(17.2%)が高い。

このことから、これまで以上に、SNSやWEBを活用して区外のプロモーションを展開することが足立区への好意度を増すことにつながると考えられる。

図表2-33 現在の足立区のイメージが《悪い》印象を持った理由〈好意度別〉



令和3年度からスタートした本調査の結果から、① 足立区を訪れ良い経験をする
② メディアで好意的に取り上げられる良い情報を見聞きすることが、区外在住者が現在の足立区を知り、「なんとなく」持たれているマイナスイメージの払拭とイメージの向上のポイントになることがわかっている。

次ページからは、訪問経験がある人、良い情報を見聞きした人の特徴などを分析することで、足立区の良いイメージに寄与するエリア、コンテンツなどを探る。

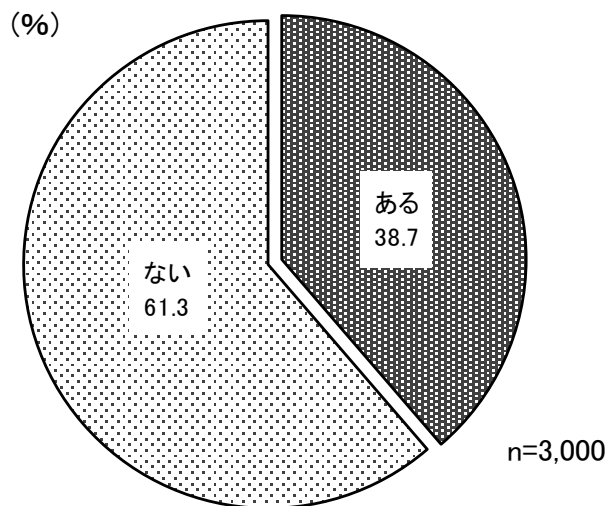
「5 訪問経験ありの人の特徴・行動」では、訪問経験ありの人の特徴や行動、良い情報を見聞きした状況を、「6 足立区の各種情報を見聞きと特徴」では、グルメ情報をはじめとする5つの情報を見聞きした状況と情報源、見聞きした人の特徴を分析する。

5 訪問経験ありの人の特徴・行動

- ① 過去1年間に足立区を訪問した人は、38.7% (1,161人)
- ② 「訪問経験あり」の人は、[現在の足立区のイメージ]を46.1%が《良い》と回答
- ③ 好意度は《好き》41.3%、訪問意向ありは61.8%、推奨意向ありは41.1%

足立区に訪れたことがある人は、38.7%となっている。

図表2-34 足立区を訪れた経験

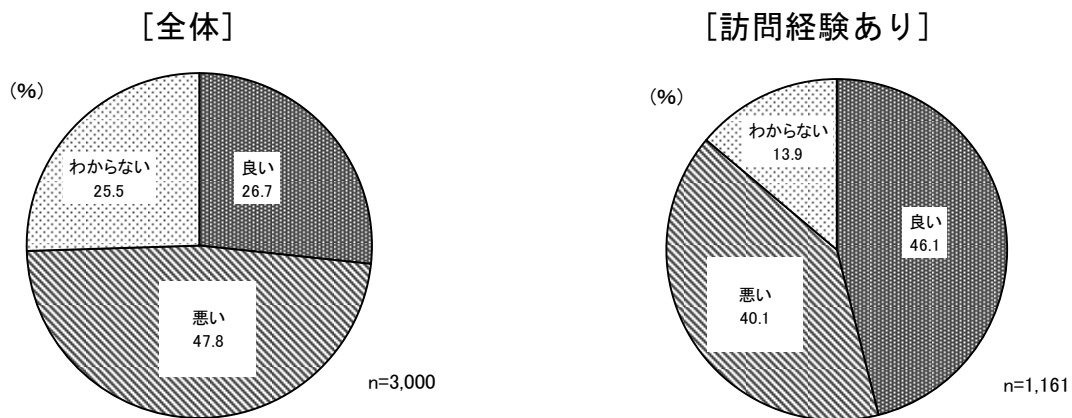


(1) 訪問経験ありの人の特徴

ア 現在の足立区のイメージ

「訪問経験あり」では、《良い》が46.1%と約半数が良い印象を持っている。

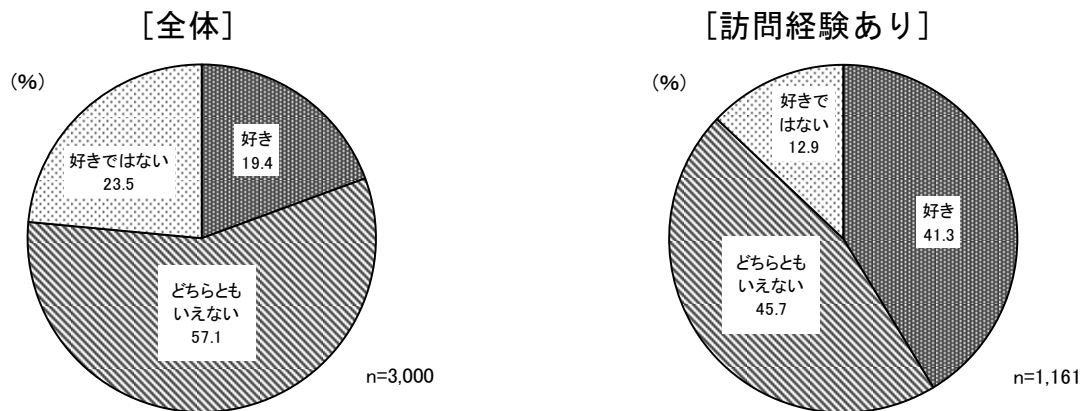
図表 2-35 現在の足立区のイメージの比較



イ 好意度

「訪問経験あり」では、《好き》が41.3%と高く、《好きではない》は12.9%にとどまっている。

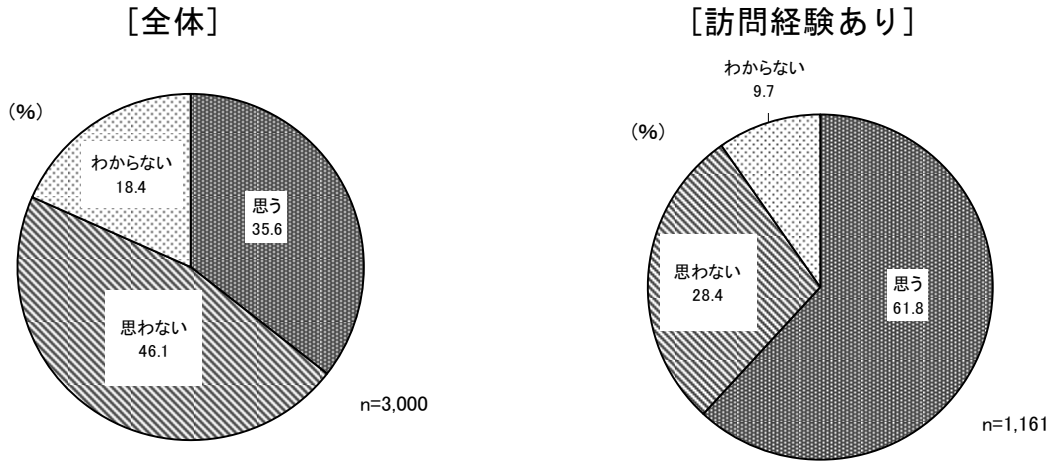
図表 2-36 好意度の比較



ウ 訪問意向

「訪問経験あり」では、プライベートで訪れたいと《思う》が61.8%と高い。

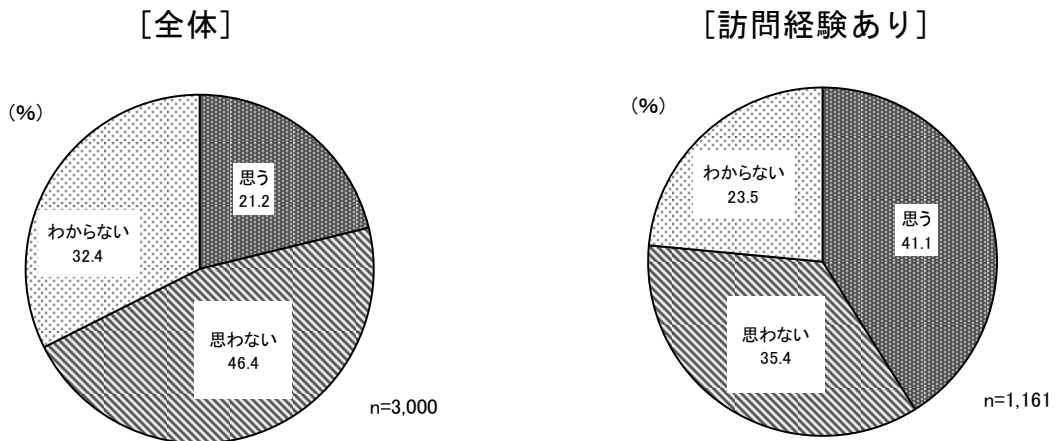
図表 2-37 訪問意向の比較



エ 推奨度

「訪問経験あり」では、足立区のことをすすめたいと《思う》が41.1%と高い。一方で、《思わない》も35.4%となっている。

図表 2-38 推奨度の比較



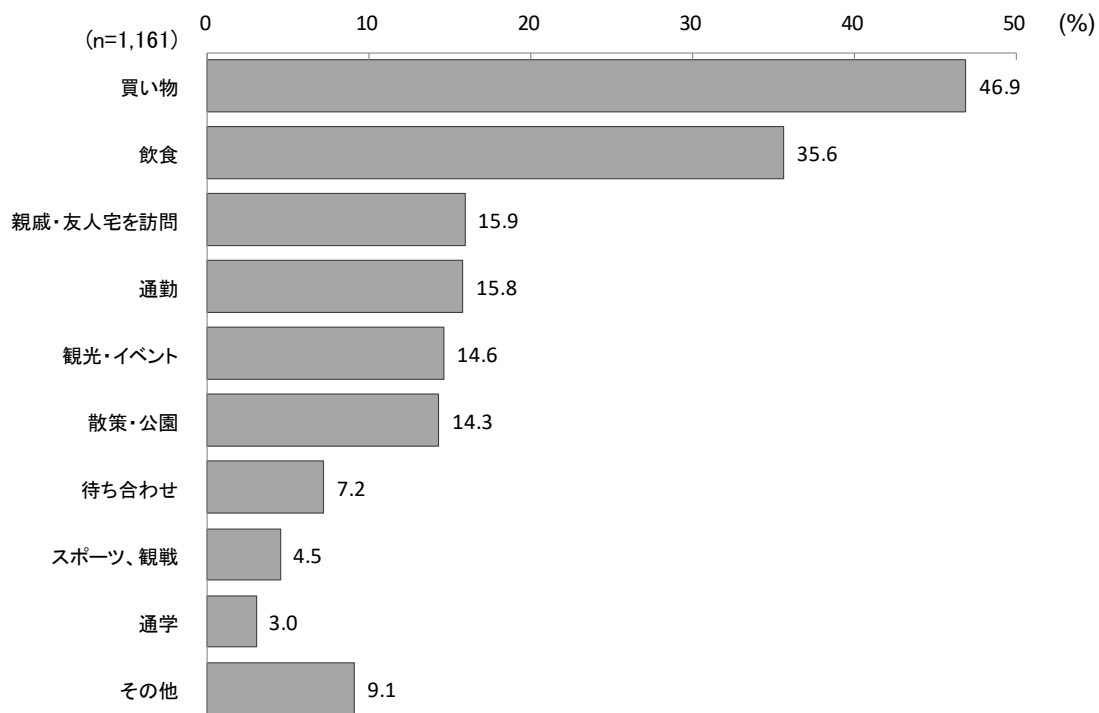
- ① 過去1年間に足立区を訪問した人（1,161人）の訪問理由TOP2は、「買い物」「飲食」
- ② 「訪問経験あり」の人が最もよく訪れたのは「北千住周辺」

(2) 訪問経験ありの人の行動

ア 足立区を訪れた理由

足立区を訪れた理由は、「買い物」が46.9%、「飲食」が35.6%と高い。

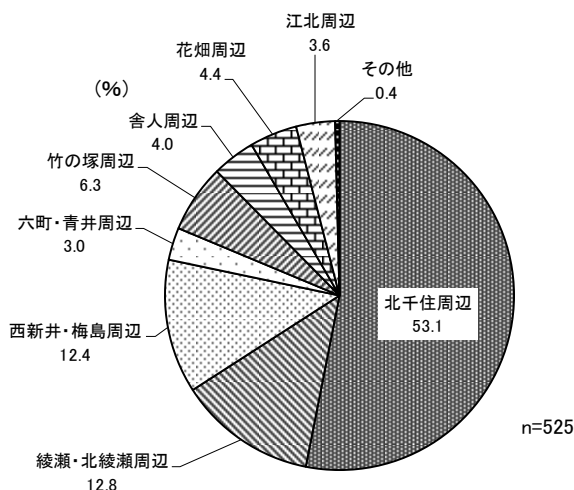
図表2-39 足立区を訪れた理由<訪問経験あり>



イ 足立区で最もよく訪れたことのあるエリア（月1回以上訪問者525人）

足立区で最もよく訪れたことのあるエリアの第1位は「北千住周辺」（53.1%）、第2位が「綾瀬・北綾瀬周辺」（12.8%）、第3位が「西新井・梅島周辺」（12.4%）となっている。

図表2-40 足立区で最もよく訪れたことのあるエリア



ウ 足立区を訪れた理由：上位3エリア別

足立区を訪れた理由のうち、上位3エリア別にみると、「通勤」「通学」を除いた理由では、「北千住周辺」は、「買い物」（62.0%）、「飲食」（50.2%）、「散策・公園」（16.1%）となっている。「綾瀬・北綾瀬周辺」では、「買い物」（49.3%）、「飲食」（28.4%）、「親戚・友人宅を訪問」（22.4%）となっている。「西新井・梅島周辺」では、「買い物」（58.5%）、「飲食」（41.5%）、「観光・イベント」（26.2%）となっている。

各エリアでは、「買い物」「飲食」が共通していることから、各エリアでの商業施設、飲食店の充実が足立区への訪問を促すことにつながるかもしれない。

図表2-41 足立区を訪れた理由＜訪問経験あり・最もよく訪れたエリア別＞

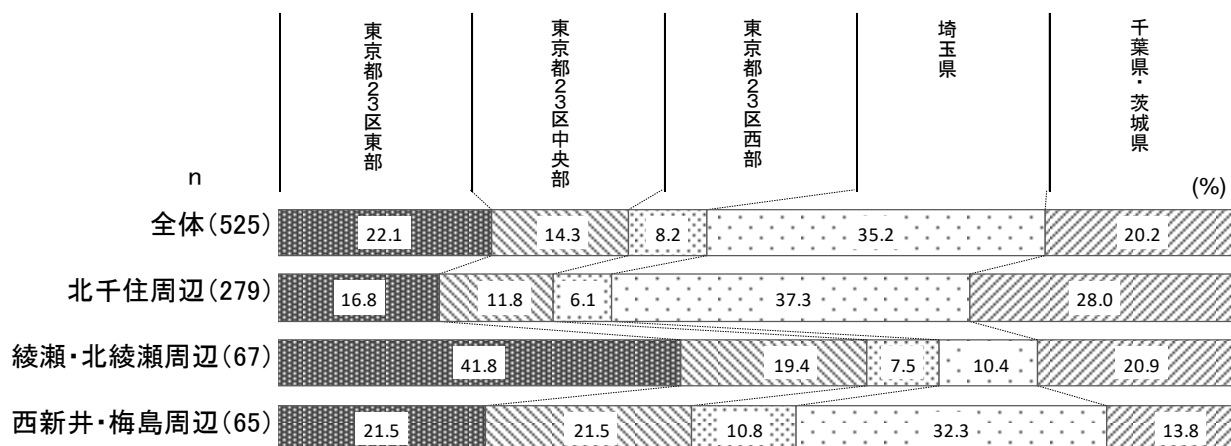
		上段:人 下段:%										
		調査数 (n)	通勤	通学	買い物	飲食	観光・イベント	散策・公園	スポーツ、観戦	親戚・友人宅を訪問	待ち合わせ	その他
エリア	北千住周辺	279	83	12	173	140	40	45	18	32	25	13
		100.0	29.7	4.3	62.0	50.2	14.3	16.1	6.5	11.5	9.0	4.7
	綾瀬・北綾瀬周辺	67	15	4	33	19	9	10	3	15	9	9
	100.0	22.4	6.0	49.3	28.4	13.4	14.9	4.5	22.4	13.4	13.4	
	西新井・梅島周辺	65	19	4	38	27	17	12	7	9	8	10
	100.0	29.2	6.2	58.5	41.5	26.2	18.5	10.8	13.8	12.3	15.4	

エ 上位3エリアを訪れた人の属性<居住地><年齢>

(ア) 居住地<足立区で最もよく訪れたことのあるエリア別>

居住地でみると、北千住周辺は「埼玉県」37.3%、「千葉県・茨城県」28.0%と東京都以外の居住地が6割以上となっている。綾瀬・北綾瀬周辺では、「東京都23区東部」41.8%、「東京都23区中央部」19.4%、「千葉県・茨城県」20.9%と近隣の居住地が8割となっている。西新井・梅島周辺では、「埼玉県」が32.3%、「東京都23区東部」「東京都23区中央部」が21.5%となっている。

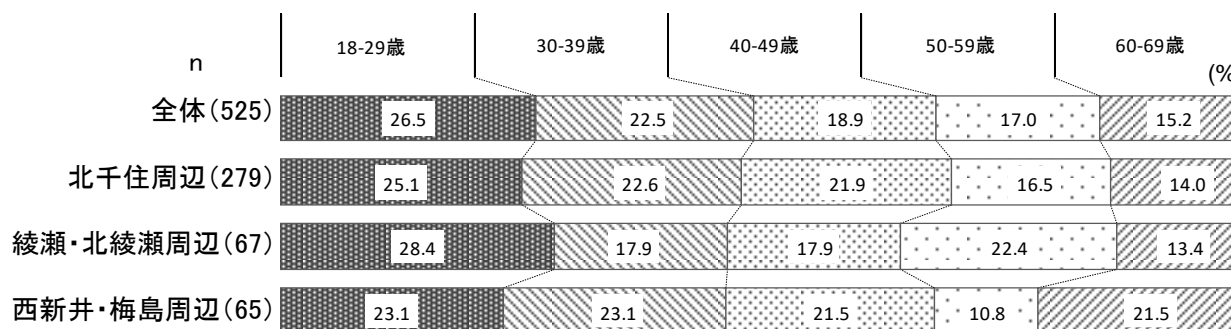
図表2-42 居住地<足立区で最もよく訪れたことのあるエリア別>



(イ) 年齢<足立区で最もよく訪れたことのあるエリア別>

年齢でみると、18~29歳ではいずれのエリアでも2割台半ば前後となっている。北千住周辺では、40~49歳以下が7割近くにのぼる。綾瀬・北綾瀬周辺では、50~59歳が2割を超えている。西新井・梅島周辺では、50~59歳を除く年齢で2割台となっている。

図表2-43 年齢<足立区で最もよく訪れたことのあるエリア別>



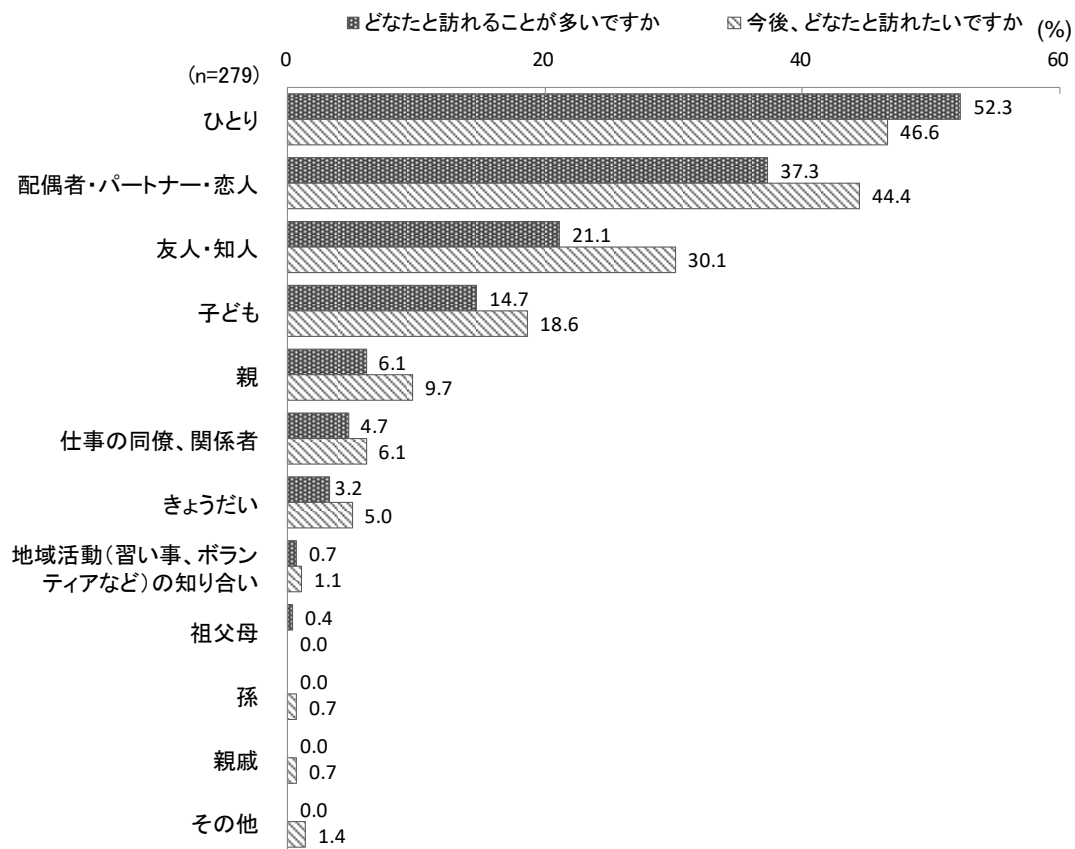
オ 誰と訪れることが多いか/今後、誰と訪れたいか

各エリアで、「誰と訪れることが多いか」また「今後、誰と訪れたいか」を比較してみると、[北千住周辺]では、「ひとり」は52.3%から46.6%と5.7ポイント減少した。一方、「配偶者・パートナー・恋人」は37.3%から44.4%と7.1ポイント、「友人・知人」は21.1%から30.1%と9.0ポイント、「子ども」は14.7%から18.6ポイントと増加している。

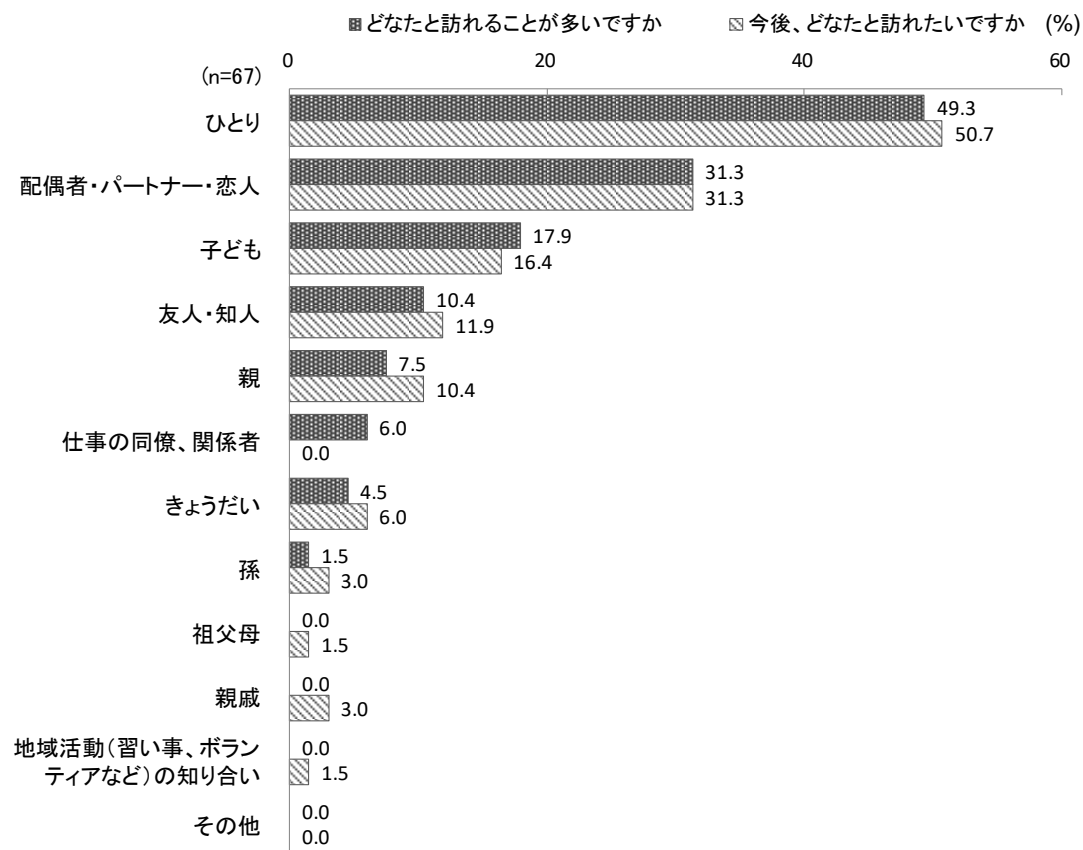
[綾瀬・北綾瀬周辺]では、「子ども」は17.9%から16.4%と1.5ポイント微減したものの、「ひとり」が49.3%から50.7%と1.4ポイント微増した。

[西新井・梅島周辺]では、「配偶者・パートナー・恋人」が29.2%から33.8%と4.6ポイント、「子ども」が21.5%から23.1%と1.6ポイント、「ひとり」も56.9%から58.5%と1.6ポイント増加した。

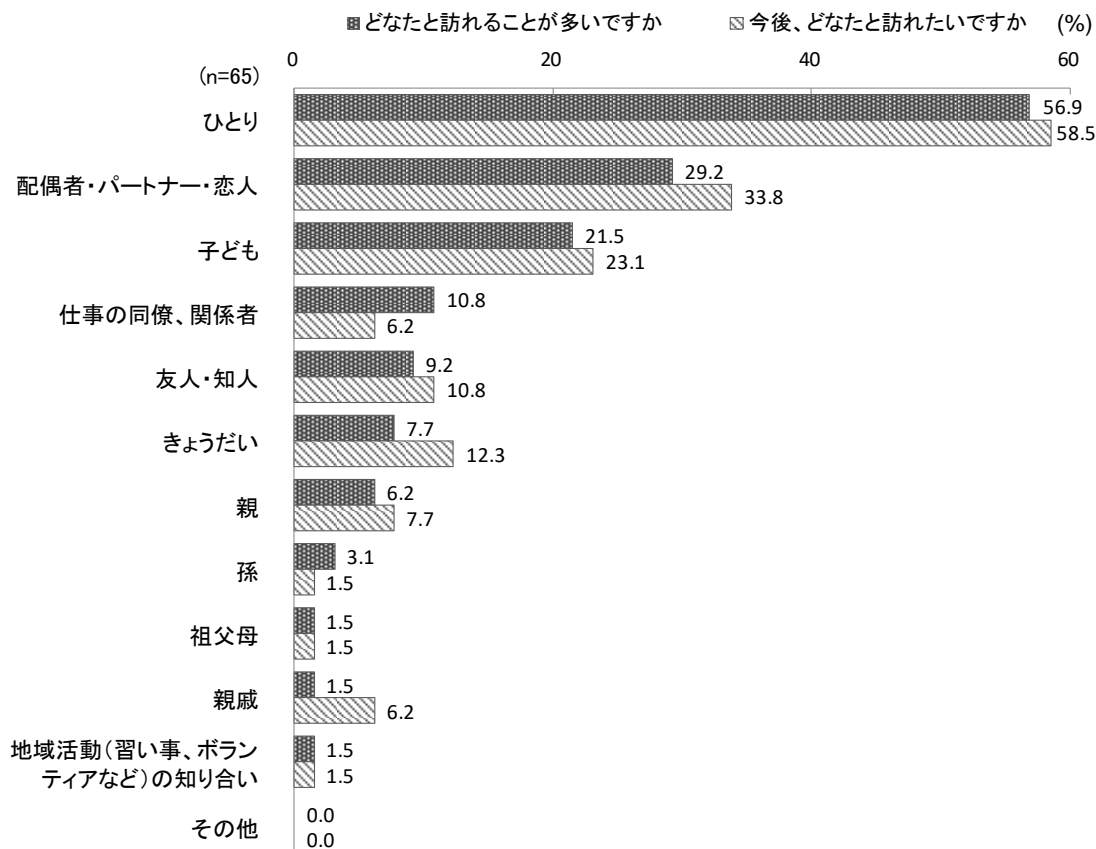
図表2-44 誰と訪れることが多いか/今後、誰と訪れたいか<訪問経験あり>
[北千住周辺]



[綾瀬・北綾瀬周辺]



[西新井・梅島周辺]



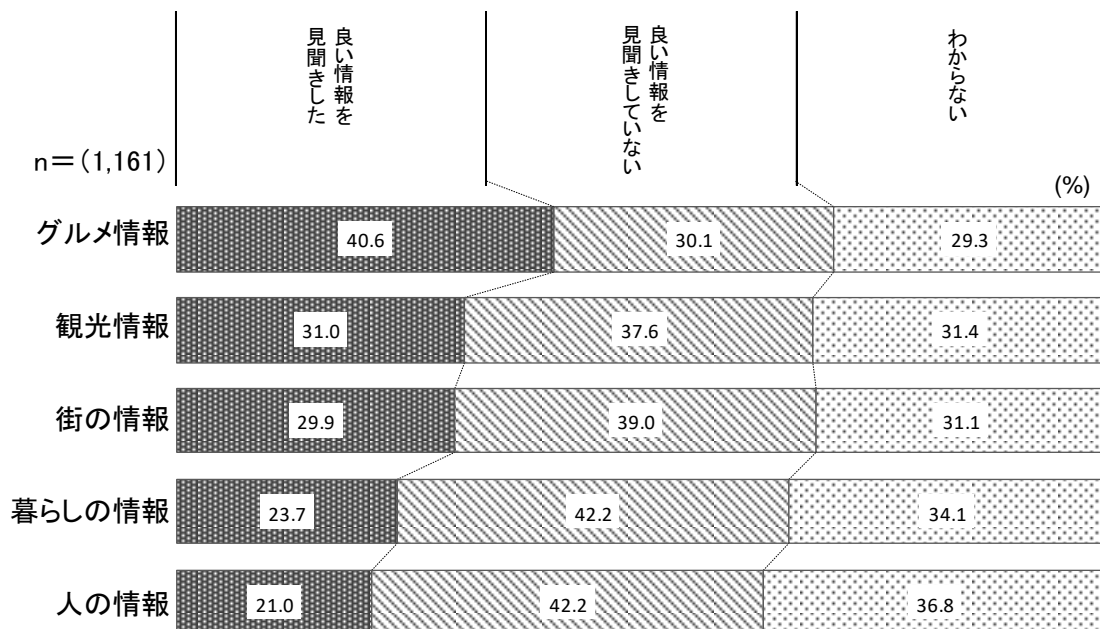
- ① 「訪問経験あり」では、「グルメ情報」の見聞きは40.6%
- ② 「訪問経験あり」の人の各種情報源は、いずれの情報でも「ニュース・情報番組」「バラエティ番組」が高い

(3) 足立区の良い情報のメディアでの見聞きと情報源 (訪問経験あり)

ア 足立区の良い情報のメディアでの見聞き

「訪問経験あり」では、グルメ情報は40.6%が見聞きしている。観光情報および街の情報では3割前後 (31.0%、29.9%)、暮らしの情報および人の情報では2割超 (23.7%、21.0%) となっている。

図表2-45 各種情報の見聞きの状況<訪問経験あり>



イ 見聞きした人の情報源

「訪問経験あり」でかつ「良い情報を見聞きした人」の情報源は、いずれの情報でも「ニュース・情報番組」「バラエティ番組（旅・おでかけ等）」が2割半ば～3割半ばと高い。

グルメ情報では「Instagram」が28.5%、観光情報では「YouTube」が28.9%、街の情報では「ウェブサイト」が24.8%、暮らしの情報では「YouTube」および「家族・友人・知人からの口コミ」が21.1%、人の情報では「YouTube」が27.0%となっている。

図表 2-46 各種情報の情報源＜訪問経験あり・見聞きあり＞

	調査数 (n)	ウェブサイト	X (旧Twitter)	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等の ニュース記事	ニュース・ 情報番組	バラエティ番組 (旅・おでか け等)	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	上段:人 下段:%		
															ド コ ミ (サイト、レ ビ ユ ー な ミ)	わ か ら な い ・ 覚 え て い な い	
グルメ情報	471 100.0	116 24.6	103 21.9	126 26.8	63 13.4	134 28.5	41 8.7	78 16.6	54 11.5	144 30.6	173 36.7	32 6.8	19 4.0	38 8.1	61 13.0	108 22.9	13 2.8
観光情報	360 100.0	89 24.7	77 21.4	104 28.9	48 13.3	90 25.0	27 7.5	52 14.4	46 12.8	112 31.1	132 36.7	24 6.7	16 4.4	24 6.7	37 10.3	75 20.8	9 2.5
街の情報	347 100.0	86 24.8	63 18.2	83 23.9	39 11.2	79 22.8	32 9.2	42 12.1	47 13.5	111 32.0	124 35.7	19 5.5	17 4.9	23 6.6	39 11.2	73 21.0	25 7.2
暮らしの情報	275 100.0	56 20.4	50 18.2	58 21.1	31 11.3	56 20.4	23 8.4	39 14.2	35 12.7	103 37.5	71 25.8	19 6.9	8 2.9	16 5.8	38 13.8	58 21.1	19 6.9
人の情報	244 100.0	61 25.0	60 24.6	66 27.0	38 15.6	45 18.4	24 9.8	41 16.8	40 16.4	65 26.6	86 35.2	23 9.4	21 8.6	19 7.8	33 13.5	54 22.1	15 6.1

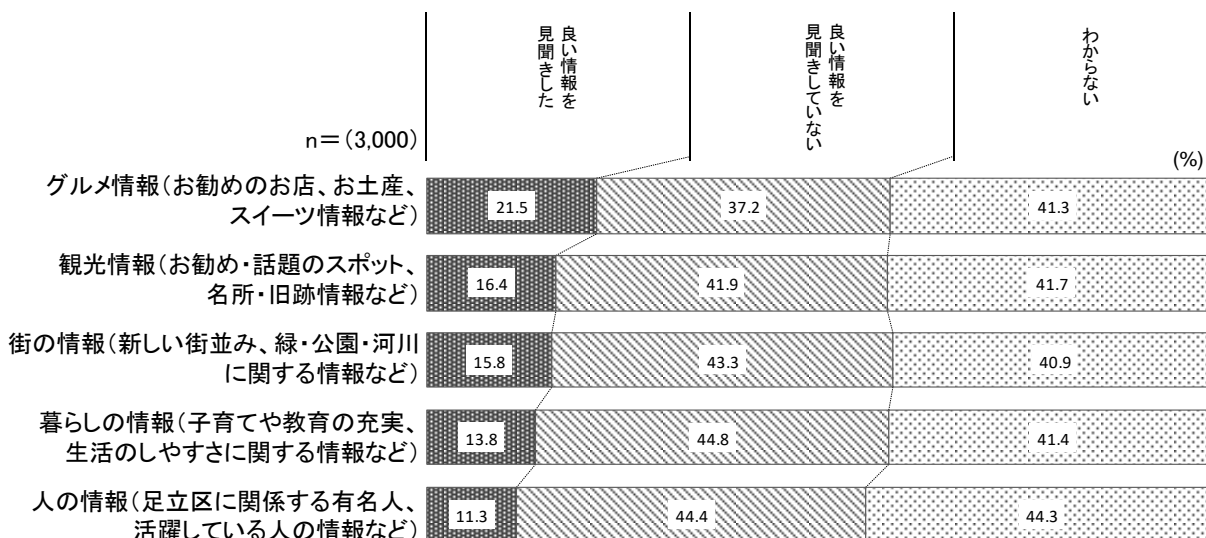
6 足立区の各種情報の見聞きと特徴

- ① 良い情報の見聞きは、「グルメ情報」は21.5%「観光情報」は16.4%、「街の情報」は15.8%、「暮らしの情報」は13.8%、「人の情報」は11.3%
- ② 良い情報に1つもふれていない人は7割
- ③ 各種情報源は、いずれの情報でも「ニュース・情報番組」「バラエティ番組」が高い

(1) 足立区の各種情報の見聞きの状況と情報源

良い情報を見聞きしたかをたずねたところ、グルメ情報は21.5%、観光情報は16.4%、街の情報は15.8%、暮らしの情報は13.8%、人の情報は11.3%であった。

図表2-47 各種情報の見聞きの状況



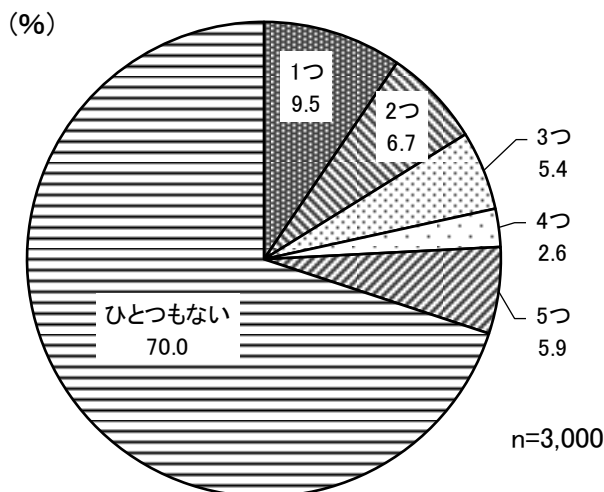
(2) 各種情報に触れた数

これまで、各種情報に触れてきた人は、訪問経験もあり、現在の足立区のイメージも《良い》印象を持っていることがわかった。

下図は、「グルメ情報」「観光情報」「街の情報」「暮らしの情報」「人の情報」の5つの情報のうち、いくつ触れたかを数えたものである。

7割の人が「ひとつもない」状態であることから、見聞きした良い情報が足立区に関するものであることを認識してもらふ工夫も必要となってくると考える。

図表 2-48 各種情報に触れた数



※ 「ひとつもない」は、各種情報のすべてに「わからない」または「見聞きしていない」と回答し、「見聞きした」をひとつも選んでいない状態を指す。

次ページの表は、各種情報に触れた数とその詳細をまとめたものである。1つでは、「グルメ情報」が最も高い。2つでは「グルメ情報」と「観光情報」が、3つでは「グルメ情報」と「観光情報」と「街の情報」が、4つでは「グルメ情報」と「観光情報」と「街の情報」と「暮らしの情報」の組み合わせが高い。

これまで見てきた中で、訪問経験ありの人は、足立区への訪問目的を「買い物」「飲食」を理由に挙げている（図表 2-39参照）。「グルメ情報」が訪問のきっかけとなっていることが考えられる。

2つ以上では、「グルメ情報」と、「観光情報」や「街の情報」などの組み合わせが上位にきていることから、足立区に訪問してみたいと思うコンテンツの作成、広報のあり方を考える参考として検討していく。

図表 2-49 各種情報に触れた数：詳細

n=901人：1つ（286人）2つ（200人）3つ（161人）4つ（77人）5つ（177人）

情報の数	n数	割合 (%)	見聞きした情報				
			グルメ情報	暮らしの情報	観光情報	街の情報	人の情報
1つ	132	4.4	グルメ情報				
	54	1.8	暮らしの情報				
	37	1.2	観光情報				
	32	1.1	街の情報				
	31	1.0	人の情報				
2つ	61	2.0	グルメ情報	観光情報			
	32	1.1	グルメ情報	街の情報			
	26	0.9	グルメ情報	暮らしの情報			
	25	0.8	観光情報	街の情報			
	20	0.7	街の情報	暮らしの情報			
	10	0.3	グルメ情報	人の情報			
	9	0.3	暮らしの情報	人の情報			
	8	0.3	街の情報	人の情報			
	5	0.2	観光情報	暮らしの情報			
	4	0.1	観光情報	人の情報			
3つ	62	2.1	グルメ情報	観光情報	街の情報		
	18	0.6	グルメ情報	観光情報	暮らしの情報		
	17	0.6	グルメ情報	街の情報	暮らしの情報		
	15	0.5	グルメ情報	暮らしの情報	人の情報		
	13	0.4	グルメ情報	観光情報	人の情報		
	10	0.3	グルメ情報	街の情報	人の情報		
	9	0.3	観光情報	街の情報	人の情報		
	8	0.3	観光情報	街の情報	暮らしの情報		
	6	0.2	街の情報	暮らしの情報	人の情報		
	3	0.1	観光情報	暮らしの情報	人の情報		
4つ	34	1.1	グルメ情報	観光情報	街の情報	暮らしの情報	
	20	0.7	グルメ情報	観光情報	街の情報	人の情報	
	10	0.3	グルメ情報	観光情報	暮らしの情報	人の情報	
	7	0.2	グルメ情報	街の情報	暮らしの情報	人の情報	
	6	0.2	観光情報	街の情報	暮らしの情報	人の情報	
5つ	177	5.9	グルメ情報	観光情報	街の情報	暮らしの情報	人の情報

では、各種情報を見聞きした人は、どこからその情報を得ているのだろうか。また、年齢や居住地で、その違いはあるのかについて分析をおこなった。

(3) 各種情報を見聞きした人の情報源

ア 良い情報を見聞きした人の情報源

良い情報を見聞きした人の情報源は、いずれの情報でも「ニュース・情報番組」「バラエティ番組（旅・おでかけ等）」が高い。特に、暮らしの情報では良い情報を見聞きした人の45.5%が「ニュース・情報番組」と回答している。

また、「バラエティ番組」は、グルメ情報が39.8%、観光情報が39.6%、街の情報が37.8%、人の情報が38.5%と4割近くにのぼる。

「ニュース・情報番組」「バラエティ番組」以外では、グルメ情報では「Instagram」が25.2%、観光情報では「YouTube」が25.4%、街の情報では「ウェブサイト」が22.2%、暮らしの情報では「家族・友人・知人からの口コミ」が18.6%、人の情報では「YouTube」が23.4%と高い。

図表 2-50 各種情報の情報源

	調査数 (n)	ウェブサイト	X (旧Twitter)	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等のニュース記事	ニュース・情報番組	バラエティ番組 (旅・おでかけ等)	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	口コミ (サイト、レビューなど)	家族・友人・知人からの口コミ	わからない・覚えていない
グルメ情報(お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など)	644 100.0	143 22.2	119 18.5	149 23.1	76 11.8	162 25.2	43 6.7	95 14.8	70 10.9	220 34.2	256 39.8	39 6.1	21 3.3	40 6.2	67 10.4	131 20.3	22 3.4
観光情報(お勧め・話題のスポット、名所・旧跡情報など)	492 100.0	107 21.7	96 19.5	125 25.4	58 11.8	106 21.5	30 6.1	63 12.8	66 13.4	169 34.3	195 39.6	31 6.3	17 3.5	28 5.7	41 8.3	94 19.1	12 2.4
街の情報(新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など)	473 100.0	105 22.2	77 16.3	102 21.6	49 10.4	94 19.9	35 7.4	53 11.2	66 14.0	171 36.2	179 37.8	23 4.9	18 3.8	27 5.7	39 8.2	94 19.9	32 6.8
暮らしの情報(子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など)	415 100.0	68 16.4	64 15.4	72 17.3	36 8.7	64 15.4	25 6.0	46 11.1	53 12.8	189 45.5	113 27.2	22 5.3	10 2.4	20 4.8	42 10.1	77 18.6	26 6.3
人の情報(足立区に関係する有名人、活躍している人の情報など)	338 100.0	71 21.0	71 21.0	79 23.4	44 13.0	52 15.4	27 8.0	49 14.5	46 13.6	96 28.4	130 38.5	25 7.4	22 6.5	21 6.2	36 10.7	66 19.5	23 6.8

上段:人 下段:%

良い情報を見聞きした人の情報源について、年齢別でみると、入手先となる媒体に違いがあるかのだろうか。ここからは、プロモーション活動をターゲット層に合った媒体を利用して行うために、年齢別に効果的な媒体が何かを明らかにする。

また、足立区では「北千住周辺」エリアのプロモーションに力を入れている。「最も訪れた場所に「北千住周辺」と回答した人が良い情報をどの媒体でみていたかを分析する。

- ① 18～29歳の情報源は、「X（旧Twitter）」「YouTube」「Instagram」
- ② 年齢が上がるにつれ、「バラエティ番組」「ニュース・情報番組」を情報源とする割合が高い

イ 良い情報を見聞きした人の情報源＜年齢別＞

(ア) 18～29歳

18～29歳では、いずれの情報においても、「X（旧Twitter）」「YouTube」「Instagram」から情報を得ていることがわかる。

「Instagram」は、グルメ情報では46.4%、街の情報では39.4%と高い。「x（旧Twitter）」は、グルメ情報、観光情報、人の情報で3割超となっている。「YouTube」は、観光情報、街の情報で3割超となっている。

街の情報では、バラエティ番組が28.4%と高いことから、18～29歳でもバラエティ番組は有効といえる。

図表 2-51 18～29歳：各種情報の情報源

	調査数（n）	ウェブサイト	X（旧Twitter）	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等のニュース記事	ニュース・情報番組	バラエティ番組（旅・おでかけ等）	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	どろコミ（サイト、レビューなど）	ミ家族・友人・知人からの口コミ	わからない・覚えていない
グルメ情報	153 100.0	31 20.3	48 31.4	43 28.1	29 19.0	71 46.4	15 9.8	25 16.3	10 6.5	23 15.0	38 24.8	15 9.8	9 5.9	11 7.2	17 11.1	35 22.9	2 1.3
観光情報	121 100.0	23 19.0	42 34.7	42 34.7	23 19.0	38 31.4	8 6.6	17 14.0	13 10.7	17 14.0	31 25.6	9 7.4	5 4.1	5 4.1	12 9.9	21 17.4	1 0.8
街の情報	109 100.0	19 17.4	31 28.4	33 30.3	23 21.1	43 39.4	11 10.1	15 13.8	10 9.2	19 17.4	31 28.4	4 3.7	3 2.8	7 6.4	12 11.0	22 20.2	3 2.8
暮らしの情報	94 100.0	16 17.0	28 29.8	24 25.5	16 17.0	28 29.8	9 9.6	12 12.8	12 12.8	20 21.3	15 16.0	6 6.4	2 2.1	5 5.3	13 13.8	20 21.3	5 5.3
人の情報	92 100.0	18 19.6	31 33.7	26 28.3	19 20.7	25 27.2	11 12.0	11 12.0	8 8.7	11 12.0	21 22.8	4 4.3	8 8.7	6 6.5	13 14.1	16 17.4	6 6.5

(イ) 30～39歳

30～39歳では、いずれの情報でも入手先に「バラエティ番組」が上がっており3割～3割半ばとなっている。グルメ情報、街の情報、暮らしの情報では「ニュース・情報番組」が3割以上となっている。グルメ情報、街の情報、荷との情報は約3割が「ウェブサイト」から情報を入手している。観光情報では「X(旧Twitter)」「YouTube」も約3割と高い。暮らしの情報では、「家族・友人・知人からの口コミ」が23.7%と身近な人から良い情報を入手している。

図表2-52 30～39歳：各種情報の情報源

	調査数(n)	ウェブサイト	X(旧Twitter)	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等のニュース記事	ニュース・情報番組	バラエティ番組(旅・おでかけ等)	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	口コミ(サイト、レビューなど)	家族・友人・知人からの口コミ	わからない・覚えていない
グルメ情報	136 100.0	37 27.2	30 22.1	34 25.0	21 15.4	36 26.5	10 7.4	23 16.9	12 8.8	41 30.1	48 35.3	8 5.9	5 3.7	8 5.9	16 11.8	28 20.6	3 2.2
観光情報	102 100.0	24 23.5	29 28.4	29 28.4	16 15.7	27 26.5	6 5.9	18 17.6	13 12.7	28 27.5	37 36.3	7 6.9	4 3.9	5 4.9	12 11.8	20 19.6	1 1.0
街の情報	102 100.0	31 30.4	22 21.6	22 21.6	9 8.8	17 16.7	4 3.9	13 12.7	13 12.7	33 32.4	37 36.3	6 5.9	6 5.9	6 5.9	10 9.8	21 20.6	5 4.9
暮らしの情報	76 100.0	16 21.1	15 19.7	14 18.4	8 10.5	15 19.7	3 3.9	12 15.8	9 11.8	27 35.5	23 30.3	4 5.3	3 3.9	3 3.9	11 14.5	18 23.7	4 5.3
人の情報	74 100.0	20 27.0	19 25.7	21 28.4	8 10.8	8 10.8	4 5.4	17 23.0	10 13.5	18 24.3	28 37.8	5 6.8	8 10.8	3 4.1	11 14.9	16 21.6	4 5.4

(ウ) 40～49歳

40～49歳では、いずれの情報も「バラエティ番組」「ニュース・情報番組」「YouTube」が高い。特に、暮らしの情報、人の情報では「ニュース・情報番組」が48.6%、41.1%と4割を超えている。人の情報では、「バラエティ番組」が44.6%と他の情報と比べても高くなっている。

図表2-53 40～49歳：各種情報の情報源

	調査数 (n)	ウェブサイト	X (旧Twitter)	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等のニュース記事	ニュース・情報番組	バラエティ番組 (旅・おでかけ等)	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	上段:人 下段:%		
															口コミ (サイト、レビューなど)	家族・友人・知人からの口コミ	わからない・覚えていない
グルメ情報	123 100.0	25 20.3	19 15.4	31 25.2	11 8.9	29 23.6	5 4.1	19 15.4	15 12.2	46 37.4	45 36.6	9 7.3	3 2.4	8 6.5	16 13.0	25 20.3	4 3.3
観光情報	86 100.0	20 23.3	11 12.8	24 27.9	8 9.3	18 20.9	4 4.7	11 12.8	11 12.8	33 38.4	27 31.4	5 5.8	3 3.5	6 7.0	5 5.8	17 19.8	3 3.5
街の情報	87 100.0	18 20.7	10 11.5	20 23.0	7 8.0	15 17.2	5 5.7	8 9.2	12 13.8	31 35.6	29 33.3	5 5.7	5 5.7	5 5.7	6 6.9	15 17.2	8 9.2
暮らしの情報	72 100.0	15 20.8	13 18.1	17 23.6	5 6.9	6 8.3	2 2.8	8 11.1	6 8.3	35 48.6	17 23.6	4 5.6	3 4.2	5 6.9	9 12.5	14 19.4	2 2.8
人の情報	56 100.0	13 23.2	9 16.1	16 28.6	10 17.9	8 14.3	3 5.4	8 14.3	6 10.7	23 41.1	25 44.6	5 8.9	4 7.1	4 7.1	3 5.4	8 14.3	3 5.4

(エ) 50～59歳

50～59歳では、いずれの情報でも「バラエティ番組」「ニュース・情報番組」が情報源となっている。グルメ情報、観光情報、街の情報は「ウェブサイト」、街の情報、暮らしの情報、人の情報は「家族・友人・知人からの口コミ」などが情報源となっている。

図表2-54 50～59歳：各種情報の情報源

	調査数 (n)	ウェブサイト	X (旧Twitter)	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等のニュース記事	ニュース・情報番組	バラエティ番組 (旅・おでかけ等)	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	上段:人 下段:%		
															口コミ (サイト、レビューなど)	家族・友人・知人からの口コミ	わからない・覚えていない
グルメ情報	115 100.0	24 20.9	14 12.2	22 19.1	7 6.1	16 13.9	6 5.2	11 9.6	14 12.2	47 40.9	62 53.9	4 3.5	3 2.6	5 4.3	8 7.0	23 20.0	3 2.6
観光情報	90 100.0	20 22.2	10 11.1	13 14.4	6 6.7	16 17.8	6 6.7	8 8.9	8 8.9	39 43.3	49 54.4	3 3.3	2 2.2	7 7.8	5 5.6	19 21.1	2 2.2
街の情報	87 100.0	17 19.5	11 12.6	12 13.8	7 8.0	13 14.9	8 9.2	6 6.9	12 13.8	41 47.1	37 42.5	4 4.6	2 2.3	3 3.4	4 4.6	17 19.5	8 9.2
暮らしの情報	83 100.0	12 14.5	6 7.2	7 8.4	4 4.8	10 12.0	5 6.0	5 6.0	13 15.7	49 59.0	25 30.1	2 2.4	1 1.2	4 4.8	3 3.6	16 19.3	5 6.0
人の情報	61 100.0	12 19.7	9 14.8	9 14.8	5 8.2	7 11.5	5 8.2	5 8.2	9 14.8	22 36.1	31 50.8	4 6.6	1 1.6	5 8.2	4 6.6	15 24.6	6 9.8

(オ) 60～69歳

60～69歳では、いずれの情報源でも「ニュース・情報番組」「バラエティ番組」が約4割から6割半ばと高い。グルメ情報と街の情報は「ウェブサイト」、観光情報、暮らしの情報、人の情報は「新聞・雑誌等のニュース記事」が情報源となっている。

図表2-55 60～69歳：各種情報の情報源

	調査数 (n)	上段:人 下段:%																
		ウェブサイト	X (旧Twitter)	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等の ニュース記事	ニュース・ 情報番組	バラエティ 番組(旅・ おでか 等)	ドラマ・ 映画	漫画・ アニメ	イベント	口コミ (サイト、 レビュー など)	家族・ 友人・ 知人 からの 口コミ	わからない・ 覚えていない	
グルメ情報	117	26	8	19	8	10	7	17	19	63	63	3	1	8	10	20	10	
	100.0	22.2	6.8	16.2	6.8	8.5	6.0	14.5	16.2	53.8	53.8	2.6	0.9	6.8	8.5	17.1	8.5	
観光情報	93	20	4	17	5	7	6	9	21	52	51	7	3	5	7	17	5	
	100.0	21.5	4.3	18.3	5.4	7.5	6.5	9.7	22.6	55.9	54.8	7.5	3.2	5.4	7.5	18.3	5.4	
街の情報	88	20	3	15	3	6	7	11	19	47	45	4	2	6	7	19	8	
	100.0	22.7	3.4	17.0	3.4	6.8	8.0	12.5	21.6	53.4	51.1	4.5	2.3	6.8	8.0	21.6	9.1	
暮らしの情報	90	9	2	10	3	5	6	9	13	58	33	6	1	3	6	9	10	
	100.0	10.0	2.2	11.1	3.3	5.6	6.7	10.0	14.4	64.4	36.7	6.7	1.1	3.3	6.7	10.0	11.1	
人の情報	55	8	3	7	2	4	4	8	13	22	25	7	1	3	5	11	4	
	100.0	14.5	5.5	12.7	3.6	7.3	7.3	14.5	23.6	40.0	45.5	12.7	1.8	5.5	9.1	20.0	7.3	

ウ 良い情報を見聞きした人の情報源<最もよく訪れたエリア：北千住周辺>

最もよく訪れたエリアが北千住周辺の人では、いずれの情報でも「ニュース・情報番組」「バラエティ番組」が高い。グルメ情報、観光情報、街の情報、暮らしの情報は「YouTube」も3割前後となっている。人の情報では、「X(旧Twitter)」 「家族・友人・知人からの口コミ」が2割半ばとなっている。

北千住周辺に訪れた人は、「ニュース・情報番組」「バラエティ番組」などのメディアから、また「X」といった身近なツール、家族・友人など身近な人から良い情報を見聞きしたことが訪れる理由のひとつになっているのではないだろうか。

これまでの調査結果から、足立区に訪問経験がある人は足立区に《良い》イメージを持ってくれることがわかっている。北千住周辺の魅力を実際に訪問した人が見ていた媒体を利用して伝えることで、足立区への訪問者を増やし、足立区のイメージを向上させることにつながるのではないだろうか。

図表2-56 最もよく訪れたエリア 北千住周辺：各種情報の情報源

	調査数 (n)	ウェブ サイト	X (旧Twitter)	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等の ニュース記事	ニュース・ 情報番組	バラエティ 番組(旅・おでか け等)	ドラマ・ 映画	漫画・ アニメ	イベント	上段:人 下段:%		
															口コミ (サイト、レ ビューな ど)	家族・ 友人・ 知人から の口コ ミ	わから ない・ 覚えて いない
グルメ情報	158 100.0	36 22.8	39 24.7	47 29.7	22 13.9	45 28.5	15 9.5	30 19.0	26 16.5	55 34.8	62 39.2	10 6.3	10 6.3	14 8.9	24 15.2	39 24.7	7 4.4
観光情報	125 100.0	35 28.0	31 24.8	39 31.2	15 12.0	35 28.0	9 7.2	21 16.8	21 16.8	42 33.6	45 36.0	11 8.8	6 4.8	9 7.2	13 10.4	29 23.2	6 4.8
街の情報	108 100.0	29 26.9	25 23.1	30 27.8	13 12.0	24 22.2	11 10.2	16 14.8	16 14.8	35 32.4	41 38.0	7 6.5	11 10.2	7 6.5	17 15.7	20 18.5	8 7.4
暮らしの情報	87 100.0	19 21.8	19 21.8	21 24.1	8 9.2	16 18.4	9 10.3	15 17.2	12 13.8	31 35.6	25 28.7	7 8.0	3 3.4	5 5.7	17 19.5	20 23.0	7 8.0
人の情報	87 100.0	19 21.8	21 24.1	19 21.8	11 12.6	17 19.5	9 10.3	15 17.2	15 17.2	27 31.0	35 40.2	10 11.5	9 10.3	8 9.2	13 14.9	21 24.1	6 6.9

(4) 各種情報を見聞きした人の特徴 (参考情報)

ア グルメ情報 (お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など)

グルメ情報を見聞きした人は、73.1%が「訪問経験あり」となっている。訪問理由は「買い物」「飲食」「観光・イベント」を目的にしており、最もよく訪れた場所は「北千住周辺」である。

行ってみたい、知りたいことには、「千寿七福神めぐり」(22.5%)、「銭湯の数が多い」(21.3%)を挙げている。

図表2-57 グルメ情報を見聞きした人の特徴 (n=644人)

項目	n 数	調査結果
性別	644	男性 52.3%、女性 47.5%、どちらでもない 0.3%
年代	644	18-29 歳 23.8%、30-39 歳 21.1%、40-49 歳 19.1%、50-59 歳 17.9%、60-69 歳 18.2%
居住地	644	埼玉県 24.2%、千葉県・茨城県 24.1%、東京都 23 区東部 20.7%、東京都 23 区中央部 17.7%、東京都 23 区西部 13.4%
好意度	644	《好き》 53.9%、どちらともいえない 39.1%、《好きではない》 7.0%
現在の足立区のイメージ	644	《良い》 64.8%、《悪い》 27.8%、わからない 7.5%
訪問の有無	644	あり 73.1%、なし 26.9%
訪問理由	449	買い物 55.8%、飲食 50.1%、観光・イベント 19.7%
最も訪れた場所	261	第 1 位：北千住周辺 60.5%、第 2 位：綾瀬・北綾瀬秀恵編 11.1%、第 3 位：西新井・梅島周辺 11.1% ※月 1 回以上訪問者
実際にいったことがある場所	644	北千住エリア 45.2%、西新井大師 31.1%、足立の花火 22.8%、荒川河川敷 20.0%、舎人公園 19.4%
行ってみたい、知りたいこと	644	北千住エリア 38.0%、足立の花火 34.0%、西新井大師 26.1%、千寿七福神めぐり 22.5%、銭湯の数が多い 21.3%
訪問意向	644	《思う》 76.4%、《思わない》 17.1%、わからない 18.4%
推奨度	644	《思う》 57.9%、《思わない》 22.0%、わからない 20.0%

イ 観光情報（お勧め・話題のスポット、各所・旧跡情報など）

観光情報を見聞きした人は、73.2%が「訪問経験あり」となっている。訪問理由は「買い物」「飲食」「観光・イベント」を目的にしており、最もよく訪れた場所は「北千住周辺」である。

行ってみたい、知りたいことには、「足立の花火」（34.1%）、「千寿七福神めぐり」（26.0%）を挙げている。

図表 2-58 観光情報を見聞きした人の特徴（n=492人）

項目	n 数	調査結果
性別	492	男性 54.9%、女性 44.9%、どちらでもない 0.2%
年代	492	18-29 歳 24.6%、30-39 歳 20.7%、40-49 歳 17.5%、50-59 歳 18.3%、60-69 歳 18.9%
居住地	492	埼玉県 23.8%、東京都 23 区東部 22.2%、千葉県・茨城県 19.3%、東京都 23 区中央部 18.5%、東京都 23 区西部 16.3%
好意度	492	《好き》 54.5%、どちらともいえない 38.6%、《好きではない》 6.9%
現在の足立区のイメージ	492	《良い》 64.6%、《悪い》 27.6%、わからない 7.7%
訪問の有無	492	あり 73.2%、なし 26.8% ※過去 1 年間の訪問
訪問理由	360	買い物 51.1%、飲食 44.7%、観光・イベント 27.8%
最も訪れた場所	206	第 1 位：北千住周辺 60.7%、第 2 位：綾瀬・北綾瀬周辺 10.7%、第 3 位：西新井・梅島周辺 10.7% ※月 1 回以上訪問者
実際にいったことがある場所	492	北千住エリア 41.9%、西新井大師 33.9%、足立の花火 22.0%、荒川河川敷 21.5%、舎人公園 21.1%
行ってみたい、知りたいこと	492	北千住エリア 38.6%、足立の花火 34.1%、西新井大師 27.0%、千寿七福神めぐり 26.0%、舎人公園 23.4%
訪問意向	492	《思う》 76.6%、《思わない》 17.3%、わからない 6.1%
推奨度	492	《思う》 62.6%、《思わない》 22.6%、わからない 14.8%

ウ 街の情報（新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など）

街の情報を見聞きした人は、73.4%が「訪問経験あり」となっている。訪問理由は「買い物」「飲食」「観光・イベント」を目的にしており、最もよく訪れた場所は「北千住周辺」である。

行ってみたい、知りたいことには、「緑や公園が多い」（26.0%）、「舎人公園」（23.4%）を挙げている。

図表2-59 街の情報を見聞きした人の特徴（n=473人）

項目	n 数	調査結果
性別	473	男性 55.4%、女性 44.4%、どちらでもない 0.2%
年代	473	18-29 歳 23.0%、30-39 歳 21.6%、40-49 歳 18.4%、50-59 歳 18.4%、60-69 歳 18.6%
居住地	473	東京都 23 区中央部 22.0%、埼玉県 22.0%、東京都 23 区東部 20.5%、千葉県・茨城県 17.8%、東京都 23 区西部 17.8%
好意度	473	《好き》 55.6%、どちらともいえない 37.4%、《好きではない》 7.0%
現在の足立区のイメージ	473	《良い》 66.0%、《悪い》 27.3%、わからない 6.8%
訪問の有無	473	あり 73.4%、なし 26.6% ※過去 1 年間の訪問
訪問理由	347	買い物 53.9%、飲食 45.0%、観光・イベント 25.9%
最も訪れた場所	200	第 1 位：北千住周辺 54.0%、第 2 位：西新井・梅島周辺 13.5%、第 3 位：綾瀬・北綾瀬周辺 13.0% ※月 1 回以上訪問者
実際にいったことがある場所	473	北千住エリア 38.3%、西新井大師 31.7%、足立の花火 27.3%、荒川河川敷 22.8%、舎人公園 22.6%
行ってみたい、知りたいこと	473	北千住エリア 38.1%、足立の花火 37.0%、西新井大師 27.5%、緑や公園が多い 26.0%、舎人公園 23.4%、
訪問意向	473	《思う》 76.7%、《思わない》 16.7%、わからない 6.6%
推奨度	473	《思う》 62.2%、《思わない》 21.4%、わからない 16.5%

エ 暮らしの情報（子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など）

暮らしの情報を見聞きした人は、66.3%が「訪問経験あり」となっている。ほかの情報の訪問経験と比べると、訪問経験ありは低い。訪問理由は「買い物」「飲食」「散策・公園」を目的にしており、最もよく訪れた場所は「北千住周辺」である。

行ってみたい、知りたいことには、「足立の花火」(34.0%)「千寿七福神めぐり」(24.1%)を挙げている。

図表2-60 暮らしの情報を見聞きした人の特徴（n=415人）

項目	n数	調査結果
性別	415	男性 49.9%、女性 50.1%、どちらでもない 0.0%
年代	415	18-29歳 22.7%、30-39歳 18.3%、40-49歳 17.3%、50-59歳 20.0%、60-69歳 21.7%
居住地	415	埼玉県 21.1%、千葉県・茨城県 21.0%、東京都 23区中央部 20.2%、東京都 23区西部 19.0%、東京都 23区東部 18.6%
好意度	415	《好き》 51.6%、どちらともいえない 36.9%、《好きではない》 11.6%
現在の足立区のイメージ	415	《良い》 65.8%、《悪い》 25.3%、わからない 8.9%
訪問の有無	415	あり 66.3%、なし 33.7% ※過去1年間の訪問
訪問理由	275	買い物 52.7%、飲食 40.0%、散策・公園 21.1%、通勤 21.1%
最も訪れた場所	165	第1位：北千住周辺 52.7%、第2位：綾瀬・北綾瀬周辺 14.5%、第3位：西新井・梅島周辺 10.3% ※月1回以上訪問者
実際にいったことがある場所	415	北千住エリア 37.3%、西新井大師 33.3%、足立の花火 24.6%、荒川河川敷 21.9%、舎人公園 20.2%
行ってみたい、知りたいこと	415	北千住エリア 35.2%、足立の花火 34.0%、西新井大師 24.8%、千寿七福神めぐり 24.1%、舎人公園 23.4%、
訪問意向	415	《思う》 74.2%、《思わない》 20.2%、わからない 5.5%
推奨度	415	《思う》 60.0%、《思わない》 22.2%、わからない 17.8%

オ 人の情報（足立区に關係する有名人、活躍している人の情報など）

人の情報を見聞きした人は、72.2%が「訪問経験あり」となっている。訪問理由は「買い物」「飲食」「観光・イベント」を目的にしており、最もよく訪れた場所は「北千住周辺」である。

行ってみたい、知りたいことには、「足立の花火」(36.7%)「千寿七福神めぐり」(21.9%)を挙げている。

図表2-61 人の情報を見聞きした人の特徴 (n=338人)

項目	n 数	調査結果
性別	338	男性 60.4%、女性 39.6%、どちらでもない 0.3%
年代	338	18-29 歳 27.2%、30-39 歳 21.9%、40-49 歳 16.6%、50-59 歳 18.0%、60-69 歳 16.3%
居住地	338	東京都 23 区東部 23.7%、東京都 23 区中央部 21.0%、千葉県・茨城県 20.4%、埼玉県 19.8%、東京都 23 区西部 14.8%、
好意度	338	《好き》 60.9%、どちらともいえない 30.8%、《好きではない》 8.3%
現在の足立区のイメージ	338	《良い》 65.8%、《悪い》 25.3%、わからない 8.9%
訪問の有無	338	あり 72.2%、なし 27.8% ※過去 1 年間の訪問
訪問理由	244	買い物 49.6%、飲食 43.0%、観光・イベント 25.8%
最も訪れた場所	165	第 1 位:北千住周辺 54.7%、第 2 位:西新井・梅島周辺 13.2%、第 3 位:綾瀬・北綾瀬周辺 12.6% ※月 1 回以上訪問者
実際にいったことがある場所	338	北千住エリア 35.5%、西新井大師 30.5%、足立の花火 25.7%、荒川河川敷 20.7%、舎人公園 19.5%
行ってみたい、知りたいこと	338	足立の花火 36.7%、北千住エリア 34.6%、西新井大師 23.1%、千寿七福神めぐり 21.9%、舎人公園 21.6%、
訪問意向	338	《思う》 79.6%、《思わない》 17.8%、わからない 2.7%
推奨度	338	《思う》 71.0%、《思わない》 18.9%、わからない 10.1%

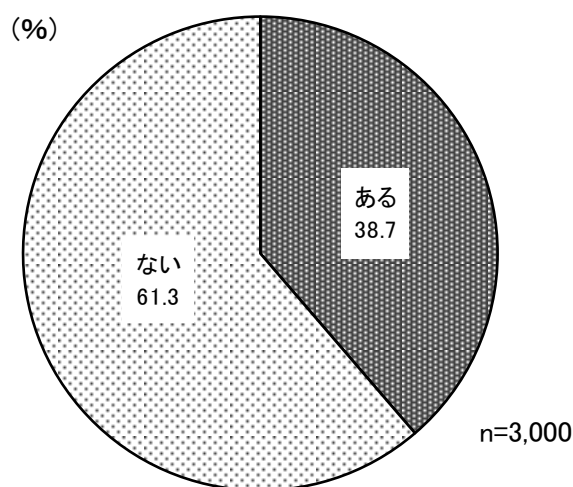
第3章 調査結果の詳細

1 足立区を訪れた経験（過去1年間）

問1 あなたは過去1年間に足立区を訪れたことがありますか。
 ※通勤・通学の乗り換え等、“通過”は除く

過去1年間に足立区を訪れた経験（通勤・通学の乗り換え等、“通過”は除く）は、「ある」が38.7%で、「ない」が61.3%と、「ない」が22.6ポイント上回っている。

図表3-1 足立区を訪れた経験



<経年比較>

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	前年比
ある	36.4%	36.4%	36.8%	38.7%	+0.9P
ない	63.6%	63.6%	63.2%	61.3%	-0.9P

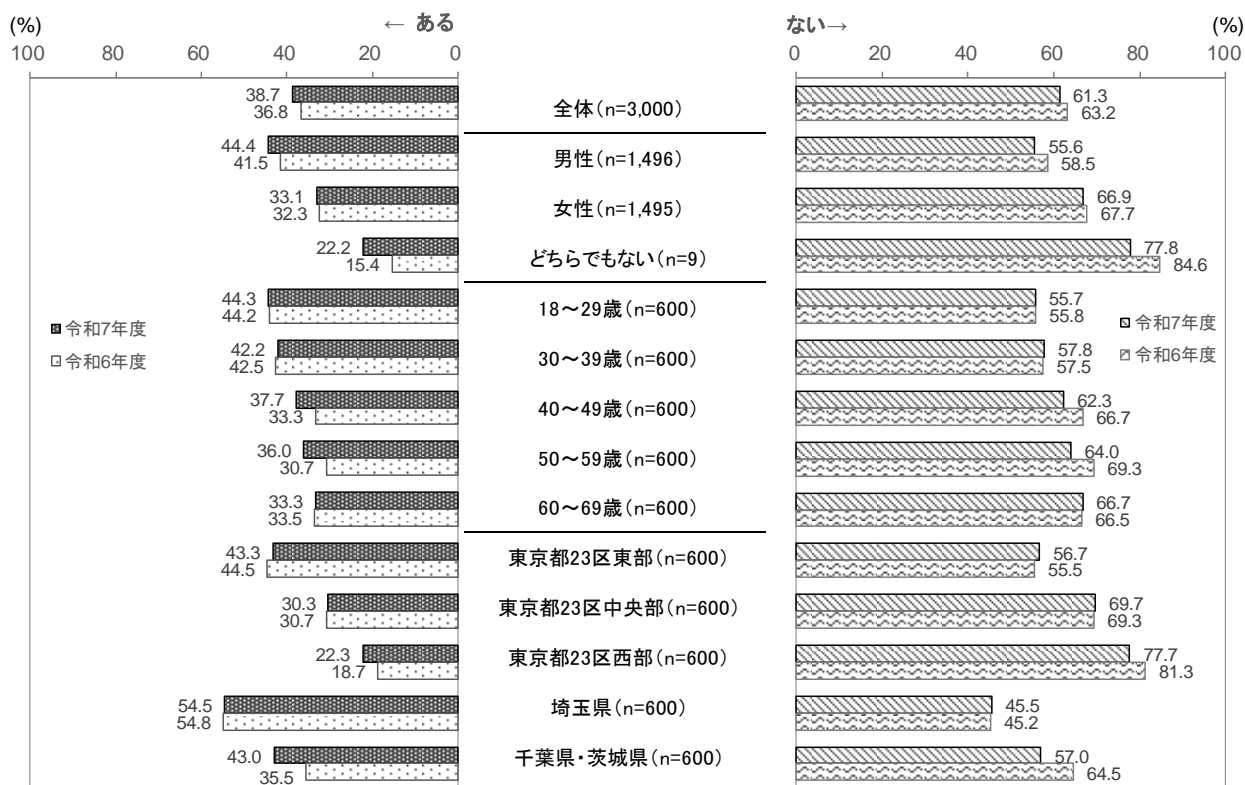
※ 前年比は、令和6年度の結果から令和7年度の結果の差分を示したもの

性別でみると、訪れた経験が「ある」は男性が44.4%、女性が33.1%と、男性が女性よりも11.3ポイント高くなっている。令和6年度調査と比べると、いずれの性別でも微増している。

年齢別でみると、訪れた経験が「ある」は、18～29歳で44.3%と最も高く、60～69歳が33.3%と低い。令和6年度調査と比べると、40～49歳で4.4ポイント、50～59歳で5.3ポイント増加している。

居住地別でみると、訪れた経験が「ある」は埼玉県で54.5%と最も高く、次いで東京都23区東部で43.3%となっている。令和6年度調査と比べると、東京都23区西部で3.6ポイント、千葉県・茨城県で7.5ポイント増加している。

図表3-2 足立区を訪れた経験<性別、年齢別、居住地別>



※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

問2 過去1年の間に足立区を訪れたことがある方におたずねします。訪れた理由を教えてください（複数回答可）

過去1年の間に足立区を訪れた経験が「ある」人の理由は、「買い物」が46.9%で最も高く、次いで「飲食」が35.6%となっている。

性別でみると、「買い物」は女性の方が男性よりも15.4ポイント高くなっている。

年齢別でみると、いずれの年齢層でも「買い物」、「飲食」に割合が集中している。いずれの年齢層でも、「買い物」は4割を超えており、「飲食」は3割を超えている。

居住地別では、「買い物」は埼玉県で59.0%と最も高く、次いで千葉県・茨城県で50.8%となっている。「飲食」は、埼玉県で41.3%、千葉県・茨城県で41.1%と高くなっている。

図表3-3 足立区を訪れた理由<性別、年齢別、居住地別>

		調査数 (n)	通勤	通学	買い物	飲食	観光・イベント	散策・公園	スポーツ、観戦	親戚・友人宅を訪問	待ち合わせ	その他
全体		1,161 100.0	170 14.6	35 3.0	544 46.9	413 35.6	183 15.8	185 15.9	52 4.5	166 14.3	84 7.2	106 9.1
性別	男性	664 100.0	113 17.0	21 3.2	267 40.2	236 35.5	104 15.7	103 15.5	34 5.1	93 14.0	43 6.5	61 9.2
	女性	495 100.0	57 11.5	14 2.8	275 55.6	176 35.6	78 15.8	82 16.6	18 3.6	73 14.7	41 8.3	45 9.1
	どちらでもない	2 100.0	0 0.0	0 0.0	2 100.0	1 50.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
年齢別	18-29歳	266 100.0	44 16.5	25 9.4	119 44.7	92 34.6	48 18.0	44 16.5	18 6.8	37 13.9	23 8.6	14 5.3
	30-39歳	253 100.0	46 18.2	5 2.0	123 48.6	90 35.6	46 18.2	51 20.2	6 2.4	36 14.2	9 3.6	19 7.5
	40-49歳	226 100.0	36 15.9	4 1.8	110 48.7	81 35.8	37 16.4	36 15.9	14 6.2	33 14.6	13 5.8	21 9.3
	50-59歳	216 100.0	27 12.5	1 0.5	101 46.8	79 36.6	28 13.0	26 12.0	8 3.7	27 12.5	23 10.6	23 10.6
	60-69歳	200 100.0	17 8.5	0 0.0	91 45.5	71 35.5	24 12.0	28 14.0	6 3.0	33 16.5	16 8.0	29 14.5
居住地別	東京都23区東部	260 100.0	25 9.6	8 3.1	127 48.8	86 33.1	33 12.7	38 14.6	12 4.6	40 15.4	13 5.0	21 8.1
	東京都23区中央部	182 100.0	17 9.3	8 4.4	59 32.4	55 30.2	53 29.1	46 25.3	15 8.2	29 15.9	10 5.5	27 14.8
	東京都23区西部	134 100.0	13 9.7	5 3.7	34 25.4	31 23.1	30 22.4	30 22.4	12 9.0	21 15.7	13 9.7	15 11.2
	埼玉県	327 100.0	64 19.6	8 2.4	193 59.0	135 41.3	27 8.3	47 14.4	6 1.8	45 13.8	25 7.6	31 9.5
	千葉県・茨城県	258 100.0	51 19.8	6 2.3	131 50.8	106 41.1	40 15.5	24 9.3	7 2.7	31 12.0	23 8.9	12 4.7

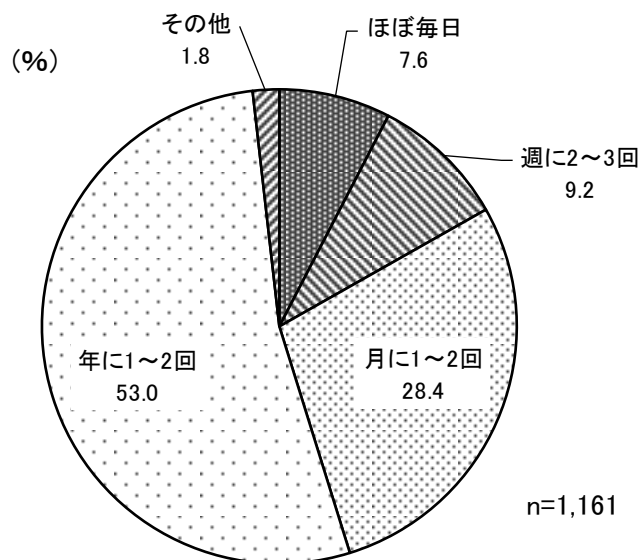
※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

2 足立区の訪問頻度（過去1年間）

問3 過去1年の間に足立区を訪れたことがある方におたずねします。訪れた頻度を教えてください。

過去1年の間に足立区を訪れた経験が「ある」と回答した方に、訪問頻度をたずねたところ、「年に1～2回」が53.0%、「月に1～2回」が28.4%と高くなっている。

図表3-4 足立区の訪問頻度

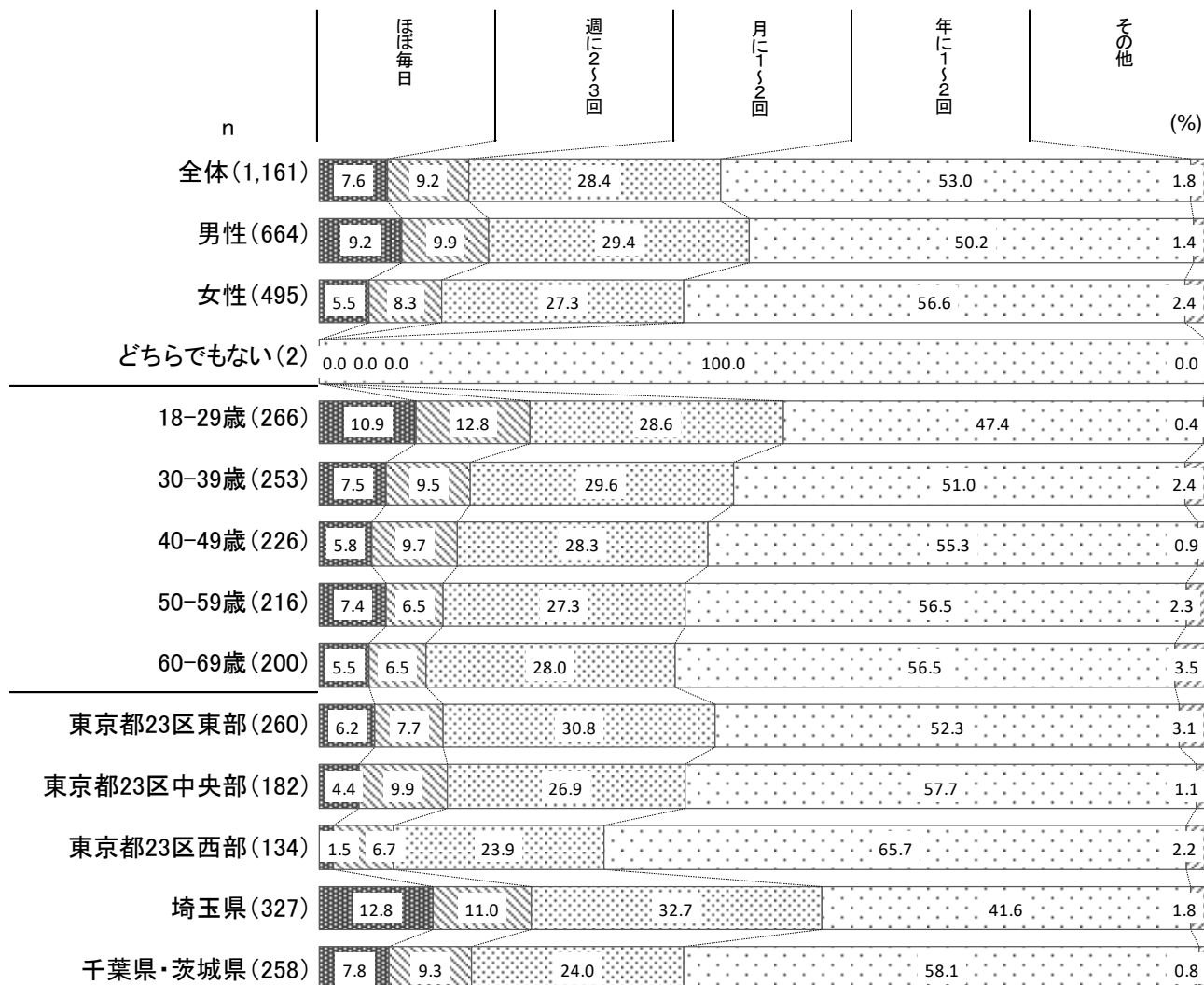


性別で見ると、女性よりも男性のほうが《月1回以上》（「ほぼ毎日」「週に2～3回」「月に1～2回」を合計したもの）の訪問頻度は高い傾向がみられる。

年齢別で見ると、《月1回以上》の訪問頻度は、18～29歳では5割を超えている。

居住地別で見ると、《月1回以上》の訪問頻度は、埼玉県で5割以上と他の居住地に比べて高くなっている。

図表3-5 足立区の訪問頻度＜性別、年齢別、居住地別＞



※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

3 足立区で訪れたことのあるエリア（過去1年間）

問4 過去1年の間に足立区を訪れたことがある方におたずねします。訪れたエリアを教えてください。（複数回答可）

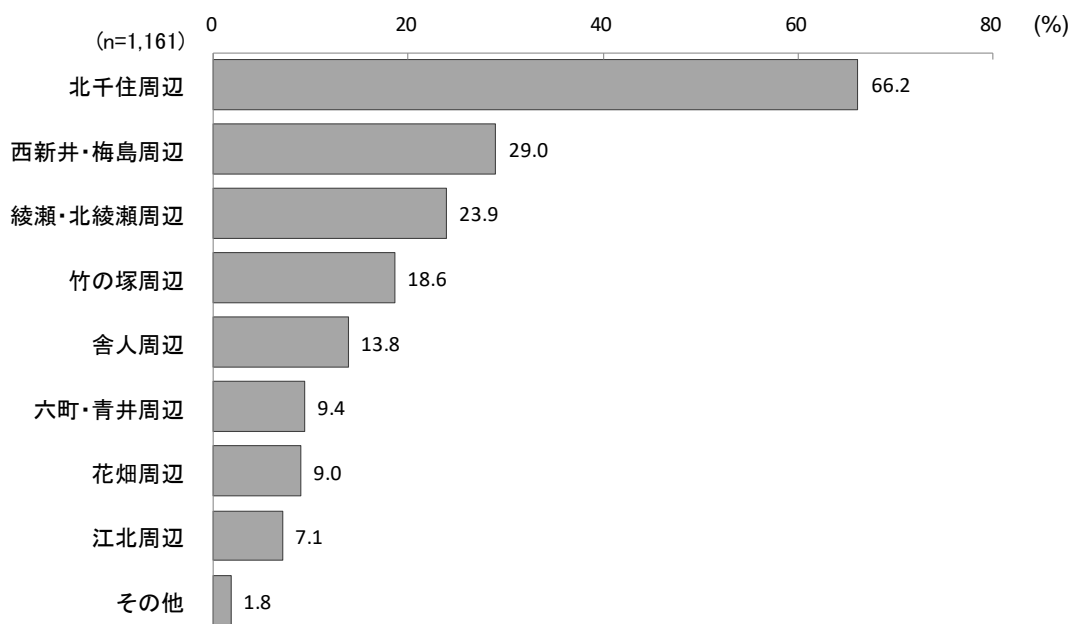
(1) 訪れたエリア

(2) 最もよく訪れたエリア

(1) 訪れたエリア

過去1年の間に足立区を訪れた経験が「ある」と回答した方に、訪れたことのあるエリアをたずねたところ、「北千住周辺」が66.2%で最も高く、次いで「西新井・梅島周辺」が29.0%、「綾瀬・北綾瀬周辺」が23.9%となっている。

図表3-6 足立区で訪れたことのあるエリア（複数回答）



<経年比較>

	令和6年度	令和7年度	前年比
北千住周辺	66.5%	66.2%	-0.3P
西新井・梅島周辺	31.6%	29.0%	-2.6P
綾瀬・北綾瀬周辺	24.1%	23.9%	-0.2P
竹の塚周辺	21.3%	18.6%	-2.7P
舎人周辺	13.6%	13.8%	+0.2P
花畑周辺	9.9%	9.0%	-0.9P
六町・青井周辺	9.5%	9.4%	-0.1P
江北周辺	8.6%	7.1%	-1.5P
その他	1.4%	1.8%	+0.4P

※ 前年比は、令和6年度の結果から令和7年度の結果の差分を示したもの

性別でみると、「北千住周辺」を除き、男性の方が女性よりも高くなっている。最も違いが大きいのは「綾瀬・北綾瀬周辺」で9.3ポイント差となっている。

年齢別でみると、「北千住周辺」は、いずれの年齢層でも6割以上となっており、特に18～29歳は72.6%と高い。

居住地別でみると、「北千住周辺」は、いずれの居住地でも割合が集中しているが、特に、千葉県・茨城県で81.4%と他の居住地に比べて高くなっている。また、埼玉県では、「西新井・梅島周辺」が39.1%、「竹の塚周辺」が31.8%と他の居住地に比べて高い。

図表3-7 足立区で訪れたことのあるエリア＜性別、年齢別、居住地別＞

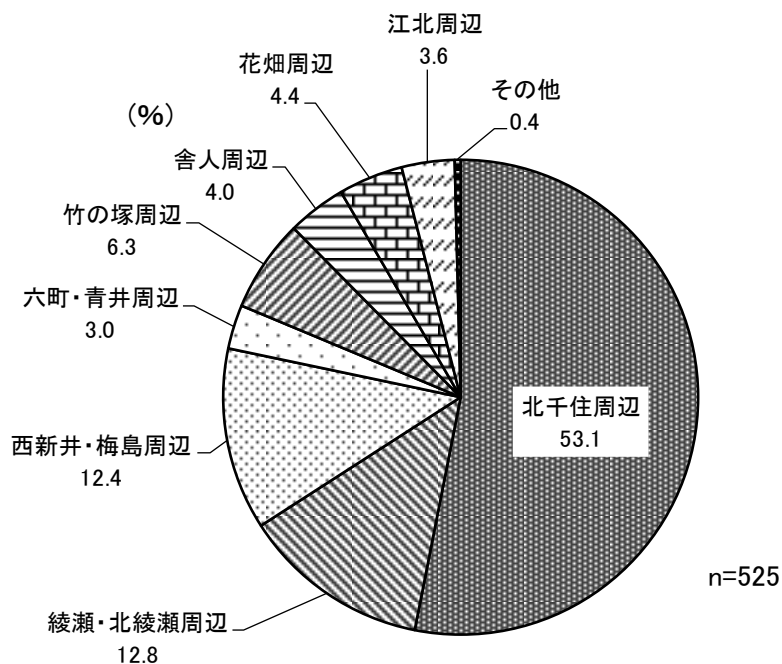
		調査数 (n)	上段:人 下段:%								
			北千住 周辺	綾瀬・ 北綾瀬 周辺	西新井・ 梅島 周辺	六町・ 青井 周辺	竹の塚 周辺	舎人 周辺	花畑 周辺	江北 周辺	その他
全体		1,161 100.0	769 66.2	277 23.9	337 29.0	109 9.4	216 18.6	160 13.8	105 9.0	83 7.1	21 1.8
性別	男性	664 100.0	432 65.1	185 27.9	194 29.2	69 10.4	133 20.0	98 14.8	67 10.1	56 8.4	7 1.1
	女性	495 100.0	335 67.7	92 18.6	143 28.9	40 8.1	82 16.6	62 12.5	38 7.7	27 5.5	14 2.8
	どちらでもない	2 100.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
年齢別	18-29歳	266 100.0	193 72.6	70 26.3	73 27.4	32 12.0	60 22.6	39 14.7	21 7.9	16 6.0	4 1.5
	30-39歳	253 100.0	162 64.0	58 22.9	86 34.0	17 6.7	50 19.8	37 14.6	26 10.3	22 8.7	6 2.4
	40-49歳	226 100.0	150 66.4	60 26.5	59 26.1	26 11.5	38 16.8	31 13.7	23 10.2	17 7.5	3 1.3
	50-59歳	216 100.0	137 63.4	45 20.8	67 31.0	23 10.6	39 18.1	25 11.6	16 7.4	14 6.5	3 1.4
	60-69歳	200 100.0	127 63.5	44 22.0	52 26.0	11 5.5	29 14.5	28 14.0	19 9.5	14 7.0	5 2.5
居住地別	東京都23区東部	260 100.0	160 61.5	72 27.7	72 27.7	22 8.5	40 15.4	37 14.2	15 5.8	29 11.2	6 2.3
	東京都23区中央部	182 100.0	95 52.2	59 32.4	55 30.2	27 14.8	37 20.3	38 20.9	19 10.4	23 12.6	3 1.6
	東京都23区西部	134 100.0	73 54.5	31 23.1	35 26.1	10 7.5	23 17.2	25 18.7	8 6.0	15 11.2	4 3.0
	埼玉県	327 100.0	231 70.6	39 11.9	128 39.1	32 9.8	104 31.8	49 15.0	55 16.8	12 3.7	5 1.5
	千葉県・茨城県	258 100.0	210 81.4	76 29.5	47 18.2	18 7.0	12 4.7	11 4.3	8 3.1	4 1.6	3 1.2

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

(2) 最もよく訪れたエリア

過去1年の間に足立区を訪れた経験が「月に1回以上ある」と回答した方に、訪れたことのあるエリアのうち最もよく訪れたエリアをたずねたところ、「北千住周辺」が53.1%で最も高く、次いで「綾瀬・北綾瀬周辺」が12.8%、「西新井・梅島周辺」が12.4%となっている。

図表3-8 足立区で最もよく訪れたことのあるエリア



<経年比較>

	令和6年度	令和7年度	前年比
北千住周辺	49.0%	53.1%	+4.1P
綾瀬・北綾瀬周辺	10.7%	12.8%	+2.1P
西新井・梅島周辺	13.8%	12.4%	-1.4P
六町・青井周辺	4.5%	3.0%	-1.5P
竹の塚周辺	8.1%	6.3%	-1.8P
舎人周辺	4.5%	4.0%	-0.5P
花畑周辺	4.5%	4.4%	-0.1P
江北周辺	3.9%	3.6%	-0.3P
その他	1.2%	0.4%	-0.8P

※ 前年比は、令和6年度の結果から令和7年度の結果の差分を示したもの

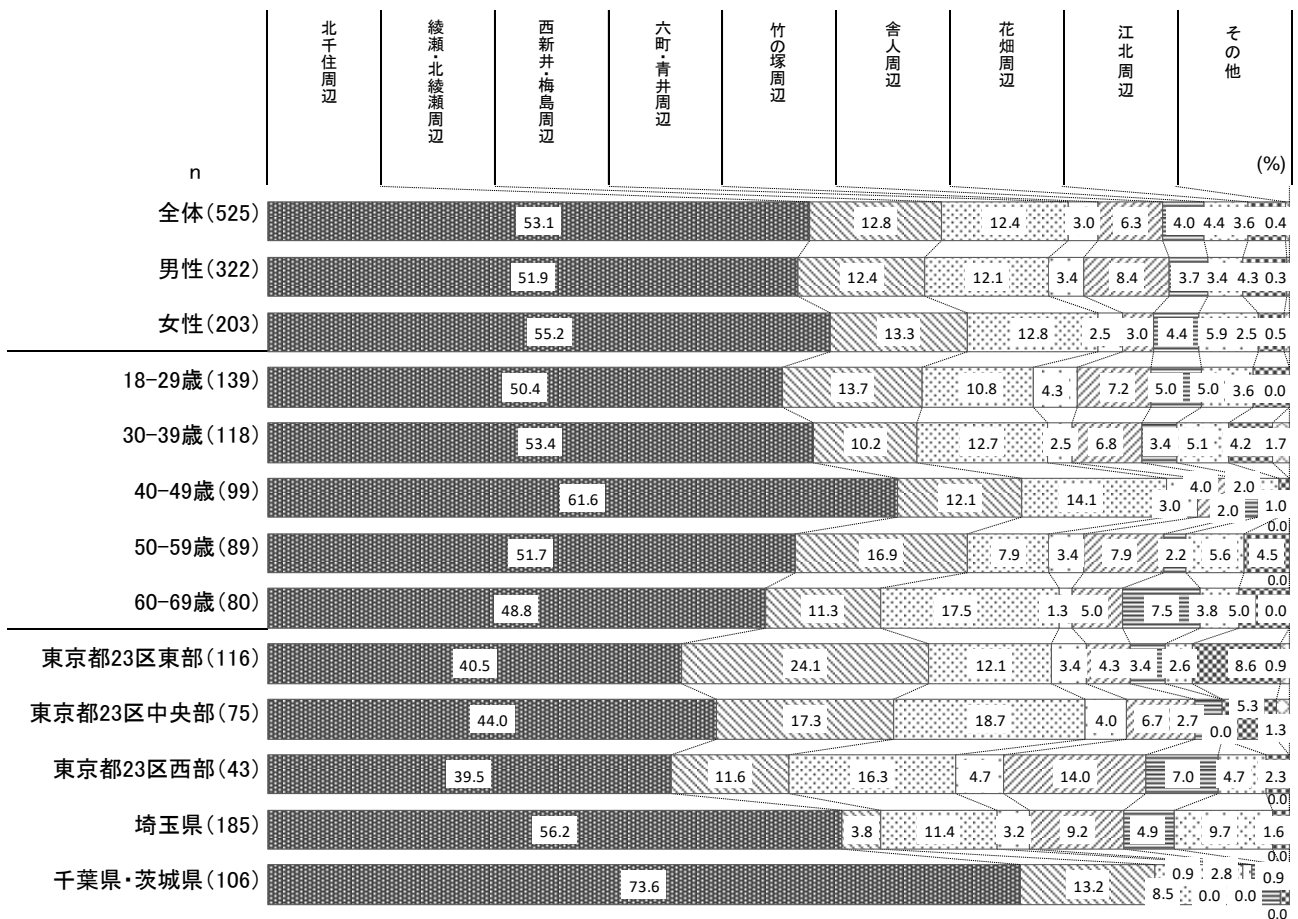
性別で見ると、「竹の塚周辺」は男性の方が5.4ポイント高く、「北千住周辺」は女性の方が3.3ポイント高い。

年齢別で見ると、「北千住周辺」は、40～49歳で61.6%、30～39歳で53.4%と高くなっている。

居住地別で見ると、「北千住周辺」は、いずれの居住地でも割合が集中しているが、特に、千葉県・茨城県で73.6%と他の居住地に比べて高くなっている。「綾瀬・北綾瀬周辺」は東京都23区東部で24.1%、「西新井・梅島周辺」は東京都23区中央部で18.7%、東京都23区西部で16.3%と高い。

図表3-9 足立区で最もよく訪れたことのあるエリア

＜性別、年齢別、居住地別＞



※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

図表3-10 足立区で最もよく訪れたことのあるエリア

<性別、年齢別、居住地別>

上段：人 下段：%

		調査数 (n)	北千住 周辺	綾瀬・ 北綾瀬 周辺	西新井・ 梅島 周辺	六町・ 青井 周辺	竹の塚 周辺	舎人 周辺	花畑 周辺	江北 周辺	その他
全体		525 100.0	279 53.1	67 12.8	65 12.4	16 3.0	33 6.3	21 4.0	23 4.4	19 3.6	2 0.4
性別	男性	322 100.0	167 51.9	40 12.4	39 12.1	11 3.4	27 8.4	12 3.7	11 3.4	14 4.3	1 0.3
	女性	203 100.0	112 55.2	27 13.3	26 12.8	5 2.5	6 3.0	9 4.4	12 5.9	5 2.5	1 0.5
年齢別	18-29歳	139 100.0	70 50.4	19 13.7	15 10.8	6 4.3	10 7.2	7 5.0	7 5.0	5 3.6	0 0.0
	30-39歳	118 100.0	63 53.4	12 10.2	15 12.7	3 2.5	8 6.8	4 3.4	6 5.1	5 4.2	2 1.7
	40-49歳	99 100.0	61 61.6	12 12.1	14 14.1	3 3.0	4 4.0	2 2.0	2 2.0	1 1.0	0 0.0
	50-59歳	89 100.0	46 51.7	15 16.9	7 7.9	3 3.4	7 7.9	2 2.2	5 5.6	4 4.5	0 0.0
	60-69歳	80 100.0	39 48.8	9 11.3	14 17.5	1 1.3	4 5.0	6 7.5	3 3.8	4 5.0	0 0.0
居住地別	東京都23区東部	116 100.0	47 40.5	28 24.1	14 12.1	4 3.4	5 4.3	4 3.4	3 2.6	10 8.6	1 0.9
	東京都23区中央部	75 100.0	33 44.0	13 17.3	14 18.7	3 4.0	5 6.7	2 2.7	0 0.0	4 5.3	1 1.3
	東京都23区西部	43 100.0	17 39.5	5 11.6	7 16.3	2 4.7	6 14.0	3 7.0	2 4.7	1 2.3	0 0.0
	埼玉県	185 100.0	104 56.2	7 3.8	21 11.4	6 3.2	17 9.2	9 4.9	18 9.7	3 1.6	0 0.0
	千葉県・茨城県	106 100.0	78 73.6	14 13.2	9 8.5	1 0.9	0 0.0	3 2.8	0 0.0	1 0.9	0 0.0

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

4 最もよく訪れたエリア（過去1年間）の同伴者

問5 問4で最もよく訪れたエリアを「●●（問4（2）の回答を表示）」とお答えになりました。あなたから見た続柄でお答えください。（複数回答可）

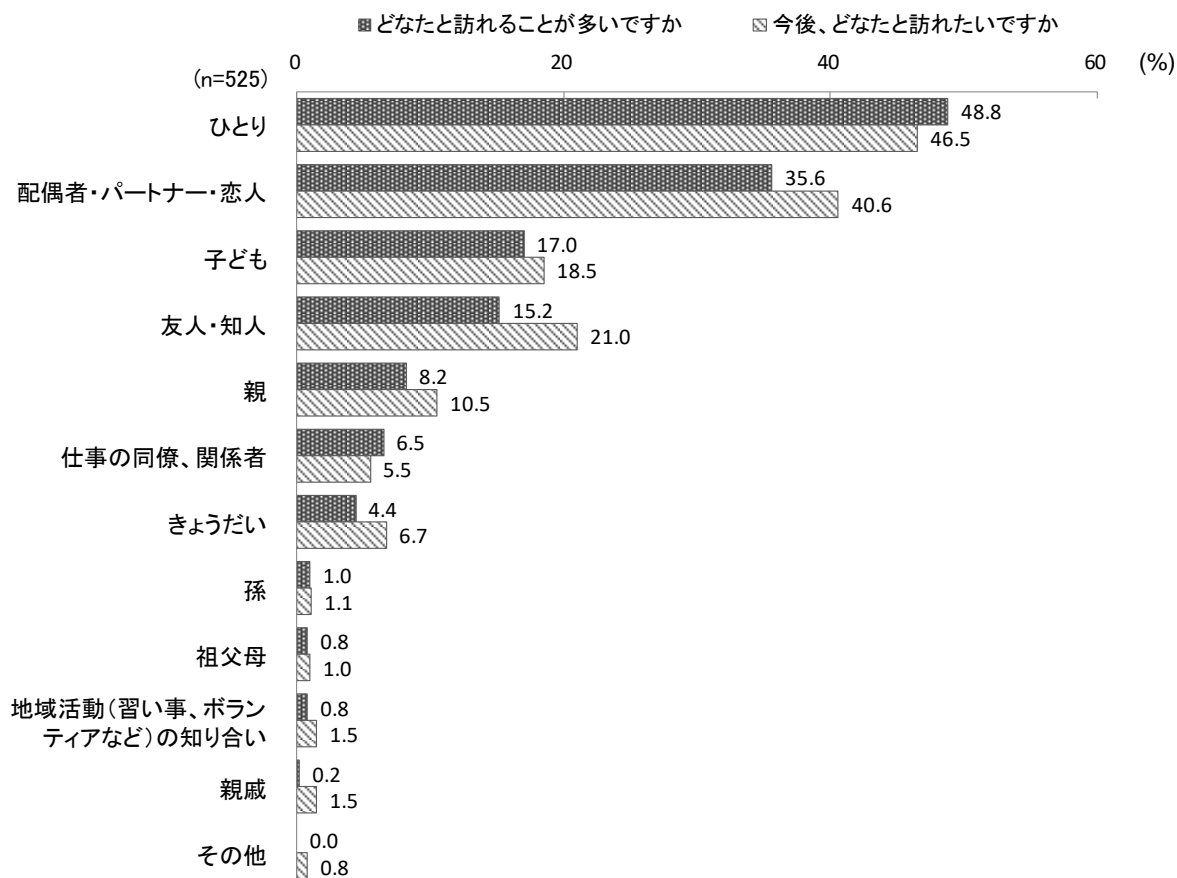
(1) どなたと訪れることが多いですか

(2) 今後、どなたと訪れたいですか

過去1年の間に足立区で最も訪れたことのあるエリアに、誰と訪れることが多いかたずねたところ、「ひとり」が48.8%で最も高く、次いで「配偶者・パートナー・恋人」が35.6%、「子ども」が17.0%となっている。

また、今後、誰と訪れたいかたずねたところ、「ひとり」が46.5%で最も高く、次いで「配偶者・パートナー・恋人」が40.6%、「友人・知人」が21.0%となっている。

図表3-11 足立区に誰と訪れることが多いか/今後、誰と訪れたいか



(1) 誰と訪れることが多いか

性別でみると、「ひとり」は男性の方が女性よりも7.3ポイント高く、「親」は女性の方が男性より6.7ポイント高くなっている。

年齢別でみると、いずれの年齢層でも「ひとり」の割合が高く、特に、40歳以上で5割台となっている。「配偶者・パートナー・恋人」はいずれの年齢層でも2～3割以上となっており、特に30～39歳で40.7%と高い。「子ども」は30～39歳で26.3%、40～49歳で21.2%と、ほかの年齢層より高い。

居住地別では、「ひとり」は千葉県で54.7%、埼玉県で54.6%と高い。「配偶者・パートナー・恋人」は東京都23区中央部で48.0%と高くなっている。

図表3-12 足立区に誰と訪れることが多いか＜性別、年齢別、居住地別＞

		調査数 (n)	人 配偶者・ パートナー・恋	子 ども	親	孫	祖 父母	き ょう だい	親 戚	友 人・ 知 人	仕 事 の 同 僚 、 関 係 者	い ん て い あ な ど (習 い 事 、 ボ ラ 合	そ の 他	ひ と り
全体		525 100.0	187 35.6	89 17.0	43 8.2	5 1.0	4 0.8	23 4.4	1 0.2	80 15.2	34 6.5	4 0.8	0 0.0	256 48.8
性別	男性	322 100.0	114 35.4	50 15.5	18 5.6	1 0.3	3 0.9	8 2.5	0 0.0	42 13.0	26 8.1	0 0.0	0 0.0	166 51.6
	女性	203 100.0	73 36.0	39 19.2	25 12.3	4 2.0	1 0.5	15 7.4	1 0.5	38 18.7	8 3.9	4 2.0	0 0.0	90 44.3
年齢別	18-29歳	139 100.0	50 36.0	13 9.4	21 15.1	1 0.7	2 1.4	7 5.0	0 0.0	24 17.3	9 6.5	1 0.7	0 0.0	60 43.2
	30-39歳	118 100.0	48 40.7	31 26.3	7 5.9	0 0.0	1 0.8	6 5.1	1 0.8	14 11.9	10 8.5	0 0.0	0 0.0	52 44.1
	40-49歳	99 100.0	29 29.3	21 21.2	7 7.1	1 1.0	1 1.0	5 5.1	0 0.0	17 17.2	8 8.1	2 2.0	0 0.0	56 56.6
	50-59歳	89 100.0	31 34.8	13 14.6	6 6.7	1 1.1	0 0.0	3 3.4	0 0.0	12 13.5	4 4.5	1 1.1	0 0.0	46 51.7
	60-69歳	80 100.0	29 36.3	11 13.8	2 2.5	2 2.5	0 0.0	2 2.5	0 0.0	13 16.3	3 3.8	0 0.0	0 0.0	42 52.5
居住地別	東京都23区東部	116 100.0	45 38.8	20 17.2	6 5.2	2 1.7	0 0.0	7 6.0	0 0.0	16 13.8	5 4.3	2 1.7	0 0.0	59 50.9
	東京都23区中央部	75 100.0	36 48.0	19 25.3	2 2.7	0 0.0	1 1.3	2 2.7	1 1.3	12 16.0	5 6.7	0 0.0	0 0.0	26 34.7
	東京都23区西部	43 100.0	17 39.5	13 30.2	9 20.9	1 2.3	2 4.7	2 4.7	0 0.0	7 16.3	6 14.0	1 2.3	0 0.0	12 27.9
	埼玉県	185 100.0	65 35.1	28 15.1	19 10.3	2 1.1	1 0.5	7 3.8	0 0.0	27 14.6	9 4.9	0 0.0	0 0.0	101 54.6
	千葉県・茨城県	106 100.0	24 22.6	9 8.5	7 6.6	0 0.0	0 0.0	5 4.7	0 0.0	18 17.0	9 8.5	1 0.9	0 0.0	58 54.7

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

(2) 今後、誰と訪れたいか

性別でみると、「親」は女性の方が男性よりも11.8ポイント高く、「きょうだい」は女性の方が男性よりも6.8ポイント高くなっている。

年齢別でみると、いずれの年齢層でも「ひとり」の割合が高く、特に、40～49歳で54.5%となっている。「配偶者・パートナー・恋人」はいずれの年齢層でも3～4割台となっている。「子ども」は30～39歳で28.0%、40～49歳で22.2%とほかの年齢層より高い。

居住地別では、「ひとり」は千葉県・茨城県で56.6%、「配偶者・パートナー・恋人」は東京都23区中央部で44.0%、「友人・知人」は千葉県・茨城県で26.4%と高くなっている。

図表3-13 足立区に今後、誰と訪れたいか<性別、年齢別、居住地別>

上段:人 下段:%

		調査数 (n)	人 配偶者・ パートナー・恋	子 ども	親	孫	祖 父母	き ょう だ い	親 戚	友 人・ 知 人	仕 事 の 同 僚 、 関 係 者	い ん ち よ う だ い な ど (習 い 事 、 ボ ラ イ ア な ど の 知 り 合 い)	そ の 他	ひ と り
全体		525 100.0	213 40.6	97 18.5	55 10.5	6 1.1	5 1.0	35 6.7	8 1.5	110 21.0	29 5.5	8 1.5	4 0.8	244 46.5
性別	男性	322 100.0	132 41.0	52 16.1	19 5.9	2 0.6	2 0.6	13 4.0	3 0.9	63 19.6	19 5.9	5 1.6	3 0.9	153 47.5
	女性	203 100.0	81 39.9	45 22.2	36 17.7	4 2.0	3 1.5	22 10.8	5 2.5	47 23.2	10 4.9	3 1.5	1 0.5	91 44.8
年齢別	18-29歳	139 100.0	55 39.6	15 10.8	25 18.0	1 0.7	3 2.2	11 7.9	2 1.4	32 23.0	6 4.3	4 2.9	1 0.7	57 41.0
	30-39歳	118 100.0	55 46.6	33 28.0	11 9.3	1 0.8	1 0.8	10 8.5	3 2.5	25 21.2	10 8.5	0 0.0	0 0.0	49 41.5
	40-49歳	99 100.0	32 32.3	22 22.2	12 12.1	2 2.0	1 1.0	8 8.1	2 2.0	23 23.2	7 7.1	1 1.0	1 1.0	54 54.5
	50-59歳	89 100.0	36 40.4	17 19.1	6 6.7	2 2.2	0 0.0	3 3.4	1 1.1	12 13.5	2 2.2	1 1.1	0 0.0	44 49.4
	60-69歳	80 100.0	35 43.8	10 12.5	1 1.3	0 0.0	0 0.0	3 3.8	0 0.0	18 22.5	4 5.0	2 2.5	2 2.5	40 50.0
居住地別	東京都23区東部	116 100.0	49 42.2	19 16.4	9 7.8	1 0.9	1 0.9	7 6.0	0 0.0	19 16.4	2 1.7	1 0.9	1 0.9	59 50.9
	東京都23区中央部	75 100.0	33 44.0	17 22.7	6 8.0	1 1.3	1 1.3	5 6.7	3 4.0	16 21.3	5 6.7	3 4.0	1 1.3	26 34.7
	東京都23区西部	43 100.0	17 39.5	13 30.2	4 9.3	2 4.7	1 2.3	7 16.3	3 7.0	11 25.6	6 14.0	2 4.7	0 0.0	10 23.3
	埼玉県	185 100.0	77 41.6	31 16.8	23 12.4	2 1.1	2 1.1	8 4.3	0 0.0	36 19.5	7 3.8	0 0.0	1 0.5	89 48.1
	千葉県・茨城県	106 100.0	37 34.9	17 16.0	13 12.3	0 0.0	0 0.0	8 7.5	2 1.9	28 26.4	9 8.5	2 1.9	1 0.9	60 56.6

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

下表は、表側に「誰と訪れることが多いか」、表頭に「今後、誰と訪れたいか」をクロス分析したものである。

「ひとり」で訪れた人では、今後も「ひとり」が85.2%と高いものの、「配偶者・パートナー・恋人」「友人・知人」を誘って訪れたい割合が20.7%、14.8%となっている。

「配偶者・パートナー・恋人」と訪れた人では、今後も「配偶者・パートナー・恋人」と訪れたいと回答した人が87.2%と最も高く、「子ども」35.8%、「友人・知人」18.2%と続く。

このことから、ひとりでも、誰かと訪れた人でも、「次もまた同じ人と訪れたい」「他の身近な人を誘って訪れたい」という需要があることがわかる。

ひとりでも、家族や友人・知人など身近な人でも、楽しめるような街であること、足立区の良い情報を今以上に発信し、身近な人と訪れたいという「誘い誘われ需要」を取りこぼさない工夫を検討することが考えられる。

図表3-14 足立区に今後、誰と訪れたいか<誰と訪れることが多いか別>

	調査数 (n)	上段:人 下段:%											
		人 配 偶 者 ・ パ ー ト ナ ー ・ 恋 人	子 ど も	親	孫	祖 父 母	き よ う だ い	親 戚	友 人 ・ 知 人	仕 事 の 同 僚 ・ 関 係 者	い ん て い ア な ど (習 い 事 ・ ボ ラ ン 知 り 合 い)	そ の 他	ひ と り
全体	525 100.0	213 40.6	97 18.5	55 10.5	6 1.1	5 1.0	35 6.7	8 1.5	110 21.0	29 5.5	8 1.5	4 0.8	244 46.5
配偶者・パートナー・恋人	187 100.0	163 87.2	67 35.8	14 7.5	5 2.7	2 1.1	8 4.3	3 1.6	34 18.2	6 3.2	4 2.1	1 0.5	31 16.6
子ども	89 100.0	69 77.5	72 80.9	7 7.9	3 3.4	3 3.4	4 4.5	3 3.4	15 16.9	5 5.6	2 2.2	0 0.0	11 12.4
親	43 100.0	10 23.3	6 14.0	34 79.1	1 2.3	2 4.7	16 37.2	3 7.0	13 30.2	4 9.3	1 2.3	0 0.0	11 25.6
孫	5 100.0	3 60.0	1 20.0	2 40.0	2 40.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	2 40.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0	1 20.0
祖父母	4 100.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	3 75.0	1 25.0	1 25.0	2 50.0	2 50.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0
きょうだい	23 100.0	4 17.4	1 4.3	12 52.2	0 0.0	0 0.0	19 82.6	1 4.3	5 21.7	1 4.3	0 0.0	0 0.0	5 21.7
親戚	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
友人・知人	80 100.0	32 40.0	11 13.8	15 18.8	1 1.3	1 1.3	4 5.0	2 2.5	71 88.8	13 16.3	3 3.8	1 1.3	19 23.8
仕事の同僚、関係者	34 100.0	7 20.6	6 17.6	2 5.9	1 2.9	1 2.9	3 8.8	2 5.9	12 35.3	16 47.1	3 8.8	0 0.0	14 41.2
地域活動(習い事、ボランティアなど)の知り合い	4 100.0	3 75.0	2 50.0	2 50.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0	2 50.0	0 0.0	0 0.0
ひとり	256 100.0	53 20.7	20 7.8	17 6.6	1 0.4	0 0.0	10 3.9	2 0.8	38 14.8	9 3.5	2 0.8	2 0.8	218 85.2

実際に最も訪れたエリアごとに、「誰と訪れることが多いか」「今後、誰と訪れたいか」を次ページの表にまとめた。

「北千住周辺」では、誰と訪れることが多いかについては、「ひとり」が52.3%、次いで、「配偶者・パートナー・恋人」で37.3%、「友人・知人」で21.1%となっている。今後、誰と訪れたいかでは、「ひとり」が46.6%と5.7ポイント減少したのに対し、「配偶者・パートナー・恋人」で44.4%、「友人・知人」で30.1%とそれぞれ7.1ポイント、9.0ポイント増加している。

図表3-15 足立区に誰と訪れることが多いか/今後、誰と訪れたいか

<最も訪れたエリア別>

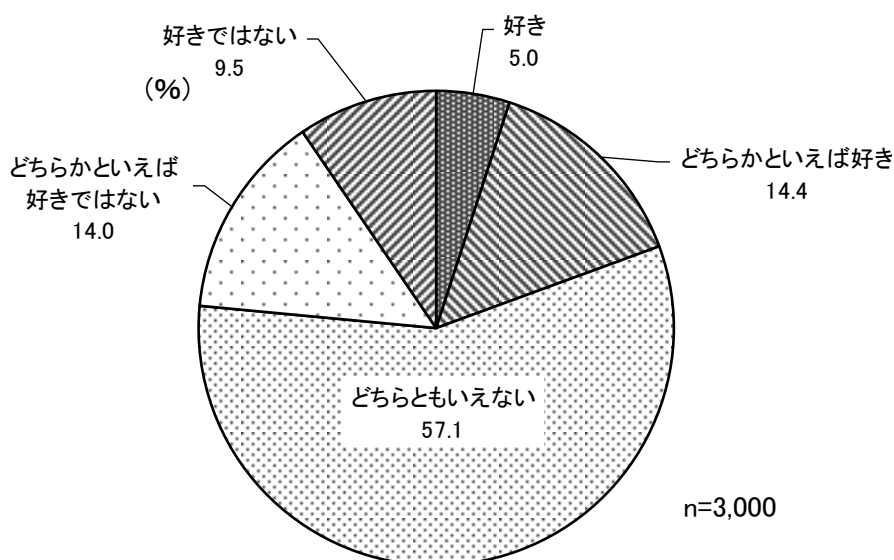
		調査数 (n)	人 配 偶 者 ・ パ ー ト ナ ー ・ 恋 人	子 ど も	親	孫	祖 父 母	き よ う だ い	親 戚	友 人 ・ 知 人	仕 事 の 同 僚 ・ 関 係 者	い ん て い な ら し い 事 ・ ボ ラ ン テ ィ ア な ど の 知 り 合 い	上段:人	下段:%
													その他	ひとり
全 体	どなたと訪れることが多い ですか	525	187	89	43	5	4	23	1	80	34	4	0	256
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	35.6	17.0	8.2	1.0	0.8	4.4	0.2	15.2	6.5	0.8	0.0	48.8
	どなたと訪れることが多い ですか	525	213	97	55	6	5	35	8	110	29	8	4	244
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	40.6	18.5	10.5	1.1	1.0	6.7	1.5	21.0	5.5	1.5	0.8	46.5
北 千 住 周 辺	どなたと訪れることが多い ですか	279	104	41	17	0	1	9	0	59	13	2	0	146
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	37.3	14.7	6.1	0.0	0.4	3.2	0.0	21.1	4.7	0.7	0.0	52.3
	どなたと訪れることが多い ですか	279	124	52	27	2	0	14	2	84	17	3	4	130
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	44.4	18.6	9.7	0.7	0.0	5.0	0.7	30.1	6.1	1.1	1.4	46.6
北 綾 瀬 周 辺	どなたと訪れることが多い ですか	67	21	12	5	1	0	3	0	7	4	0	0	33
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	31.3	17.9	7.5	1.5	0.0	4.5	0.0	10.4	6.0	0.0	0.0	49.3
	どなたと訪れることが多い ですか	67	21	11	7	2	1	4	2	8	0	1	0	34
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	31.3	16.4	10.4	3.0	1.5	6.0	3.0	11.9	0.0	1.5	0.0	50.7
梅 島 新 井 周 辺	どなたと訪れることが多い ですか	65	19	14	4	2	1	5	1	6	7	1	0	37
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	29.2	21.5	6.2	3.1	1.5	7.7	1.5	9.2	10.8	1.5	0.0	56.9
	どなたと訪れることが多い ですか	65	22	15	5	1	1	8	4	7	4	1	0	38
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	33.8	23.1	7.7	1.5	1.5	12.3	6.2	10.8	6.2	1.5	0.0	58.5
青 六 町 周 辺	どなたと訪れることが多い ですか	16	5	2	2	0	0	0	0	1	4	0	0	7
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	31.3	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3	25.0	0.0	0.0	43.8
	どなたと訪れることが多い ですか	16	6	2	1	0	0	2	0	2	1	1	0	7
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	37.5	12.5	6.3	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	6.3	6.3	0.0	43.8
竹 の 塚 周 辺	どなたと訪れることが多い ですか	33	7	6	3	0	2	2	0	2	3	0	0	15
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	21.2	18.2	9.1	0.0	6.1	6.1	0.0	6.1	9.1	0.0	0.0	45.5
	どなたと訪れることが多い ですか	33	9	3	2	0	2	2	0	2	4	1	0	15
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	27.3	9.1	6.1	0.0	6.1	6.1	0.0	6.1	12.1	3.0	0.0	45.5
舎 人 周 辺	どなたと訪れることが多い ですか	21	10	6	2	1	0	0	0	3	2	0	0	6
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	47.6	28.6	9.5	4.8	0.0	0.0	0.0	14.3	9.5	0.0	0.0	28.6
	どなたと訪れることが多い ですか	21	14	7	2	0	1	0	0	4	2	1	0	5
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	66.7	33.3	9.5	0.0	4.8	0.0	0.0	19.0	9.5	4.8	0.0	23.8
花 畑 周 辺	どなたと訪れることが多い ですか	23	14	5	7	1	0	1	0	1	0	0	0	3
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	60.9	21.7	30.4	4.3	0.0	4.3	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	13.0
	どなたと訪れることが多い ですか	23	11	4	6	1	0	2	0	2	0	0	0	5
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	47.8	17.4	26.1	4.3	0.0	8.7	0.0	8.7	0.0	0.0	0.0	21.7
江 北 周 辺	どなたと訪れることが多い ですか	19	7	2	3	0	0	3	0	1	1	1	0	8
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	36.8	10.5	15.8	0.0	0.0	15.8	0.0	5.3	5.3	5.3	0.0	42.1
	どなたと訪れることが多い ですか	19	5	2	5	0	0	3	0	1	1	0	0	9
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	26.3	10.5	26.3	0.0	0.0	15.8	0.0	5.3	5.3	0.0	0.0	47.4
そ の 他	どなたと訪れることが多い ですか	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	どなたと訪れることが多い ですか	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	今後、どなたと訪れたい ですか	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0

5 足立区の好意度

問6 あなたは、足立区のことをどう思いますか。

足立区のことをどう思うかたずねたところ、「好き」が5.0%、「どちらかといえば好き」が14.4%、「どちらともいえない」が57.1%、「どちらかといえば好きではない」が14.0%、「好きではない」が9.5%となっている。

図表3-16 足立区の好意度



<経年比較>

	令和6年度	令和7年度	前年比
好き	4.7%	5.0%	+0.3P
どちらかといえば好き	15.3%	14.4%	-0.9P
どちらともいえない	58.9%	57.1%	-1.8P
どちらかといえば好きではない	12.4%	14.0%	+1.6P
好きではない	8.7%	9.5%	+0.8P

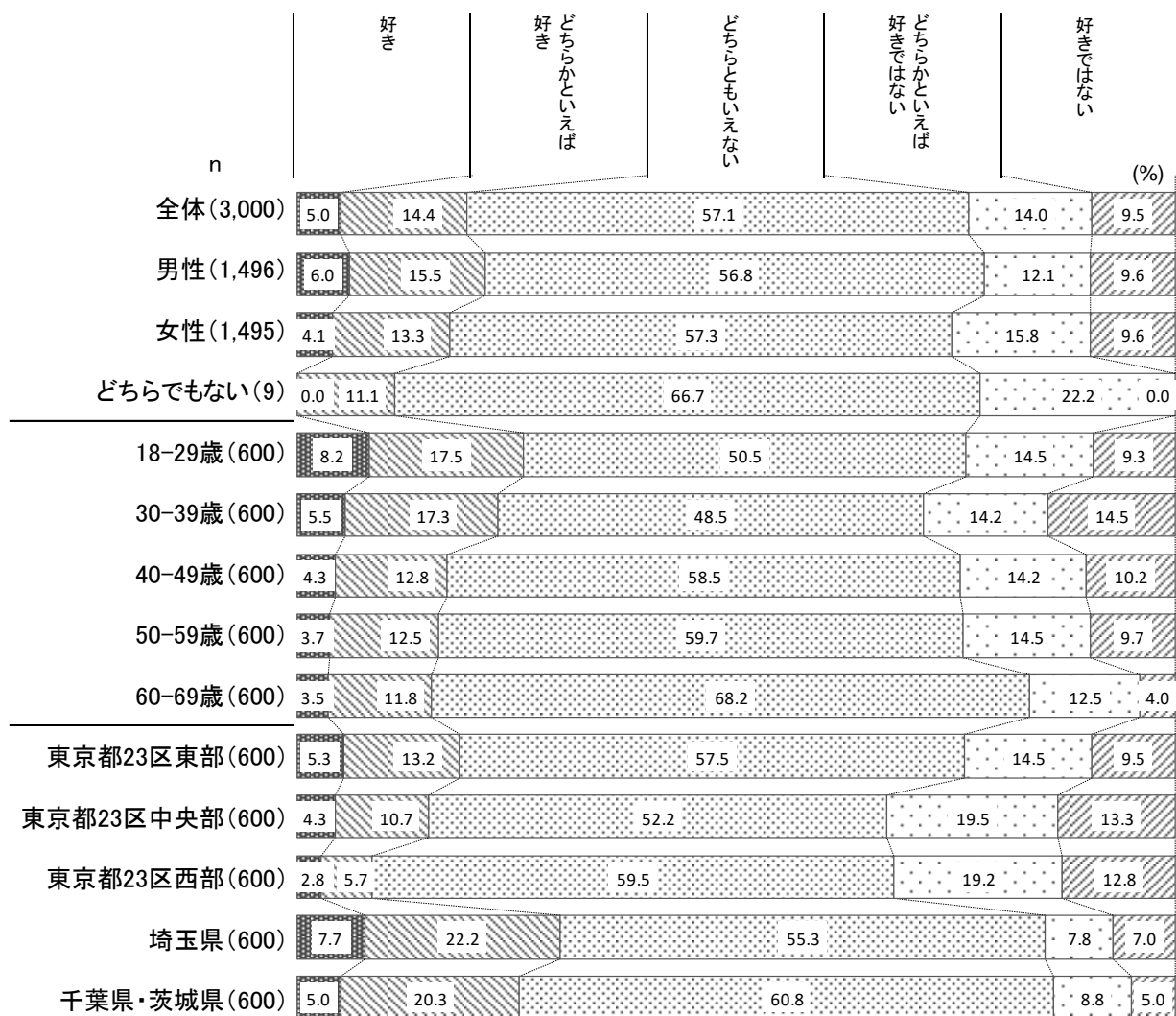
※ 前年比は、令和6年度の結果から令和7年度の結果の差分を示したものの

性別でみると、《好き》（「好き」「どちらかといえば好き」を合計したもの）は男性（21.5%）の方が女性（17.4%）よりも4.1ポイント高くなっている。

年齢別でみると、《好き》は18～29歳で25.7%、30～39歳で22.8%とほかの年齢層より高い。《好きではない》（「どちらかといえば好きではない」「好きではない」を合計したもの）は30～39歳で28.7%とほかの年齢層より高い。

居住地別では、《好き》は埼玉県で29.8%、千葉県・茨城県で25.3%、《好きではない》は東京都23区中央部で32.8%、東京都23区西部で32.0%と高くなっている。

図表3-17 足立区の好意度＜性別、年齢別、居住地別＞



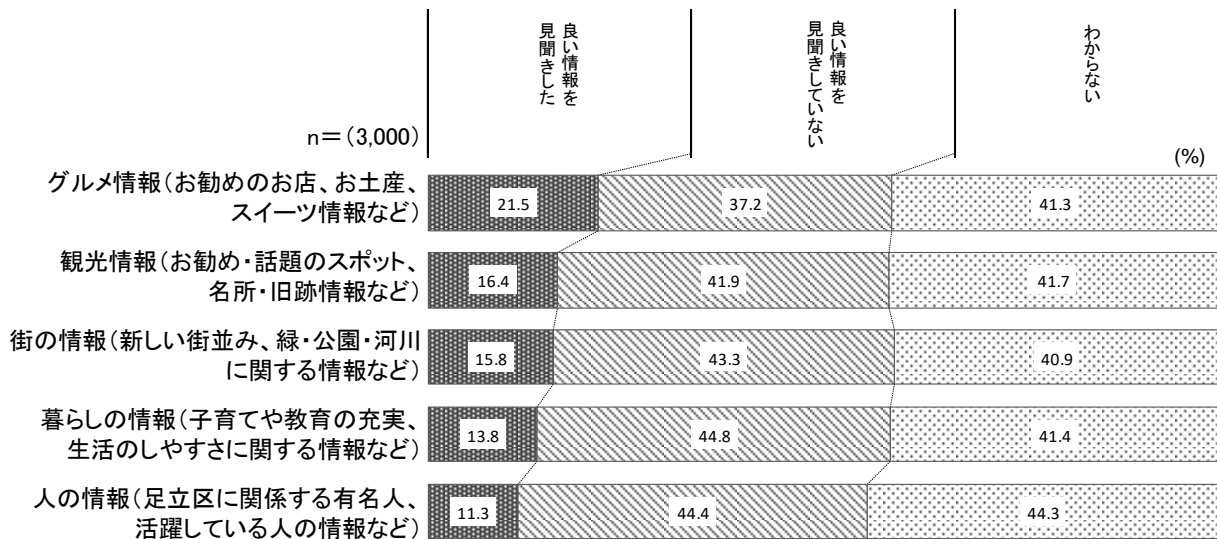
※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

6 足立区の良い情報をメディアで見聞きしたか（過去1年間）

問7 過去1年の間にテレビや新聞・雑誌、SNSなどのメディアで、足立区に関する良い情報で見聞きしたものについて、あてはまるものをすべて教えてください。

過去1年の間にテレビや新聞・雑誌、SNSなどのメディアで、足立区に関する良い情報を見聞きしたものについてたずねたところ、「良い情報を見聞きした」は、「グルメ情報（お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など）」が21.5%、「観光情報（お勧め・話題のスポット、名所・旧跡情報など）」が16.4%、「街の情報（新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など）」が15.8%、「暮らしの情報（子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など）」が13.8%、「人の情報（足立区に關係する有名人、活躍している人の情報など）」が11.3%となっている。

図表3-19 足立区の良い情報をメディアで見聞きしたか



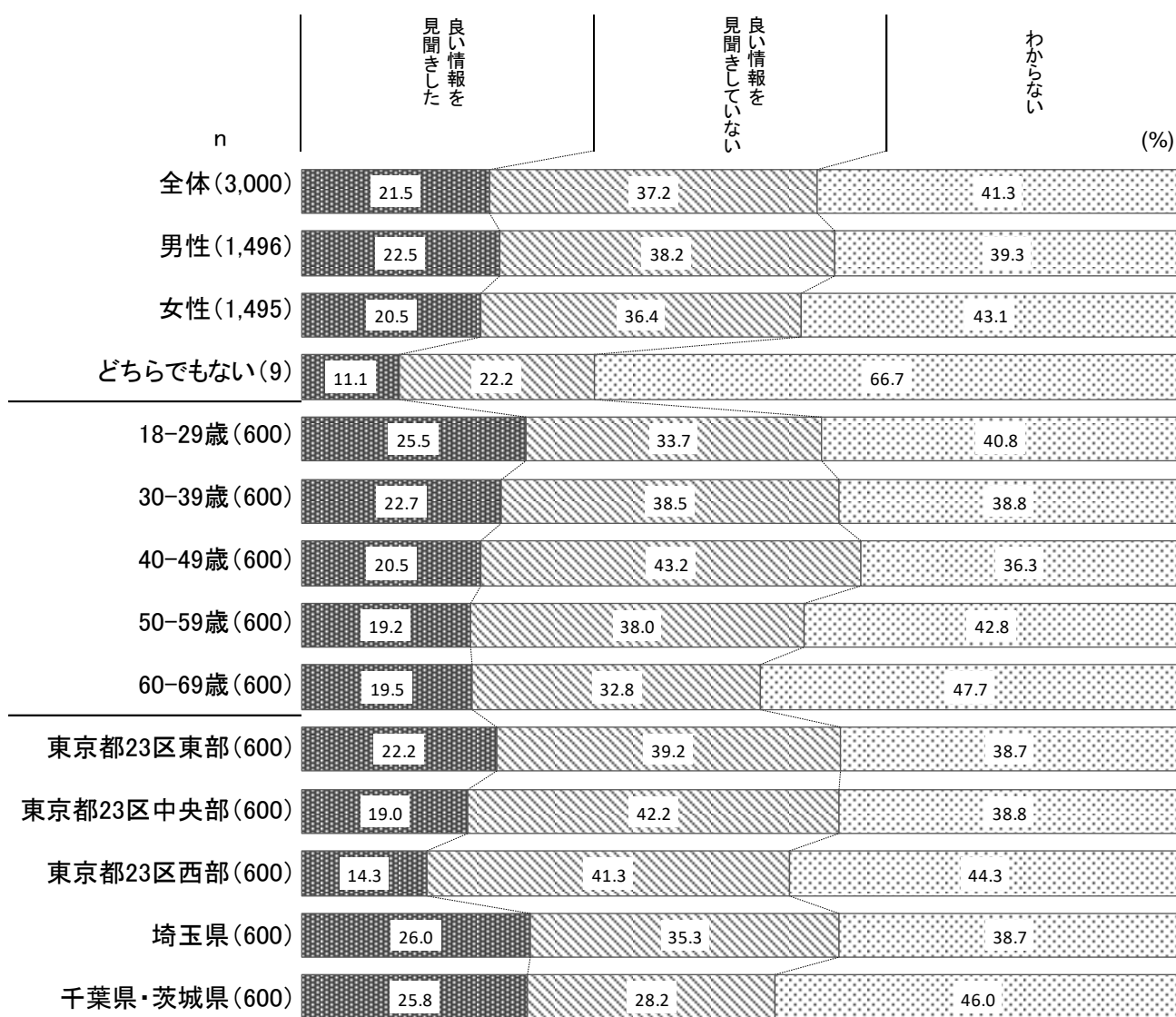
(1) グルメ情報（お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など）

性別でみると、男女ともに「見聞きした」は2割台、「見聞きしていない」は3割台となっている。

年齢別でみると、「見聞きした」は18～29歳で25.5%、「見聞きしていない」は40～49歳で43.2%とほかの年齢層より高い。

居住地別にみると、「見聞きした」は埼玉県で26.0%、「見聞きしていない」は東京都23区中央部で42.2%と高くなっている。

図表3-20 グルメ情報＜性別、年齢別、居住地別＞



※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

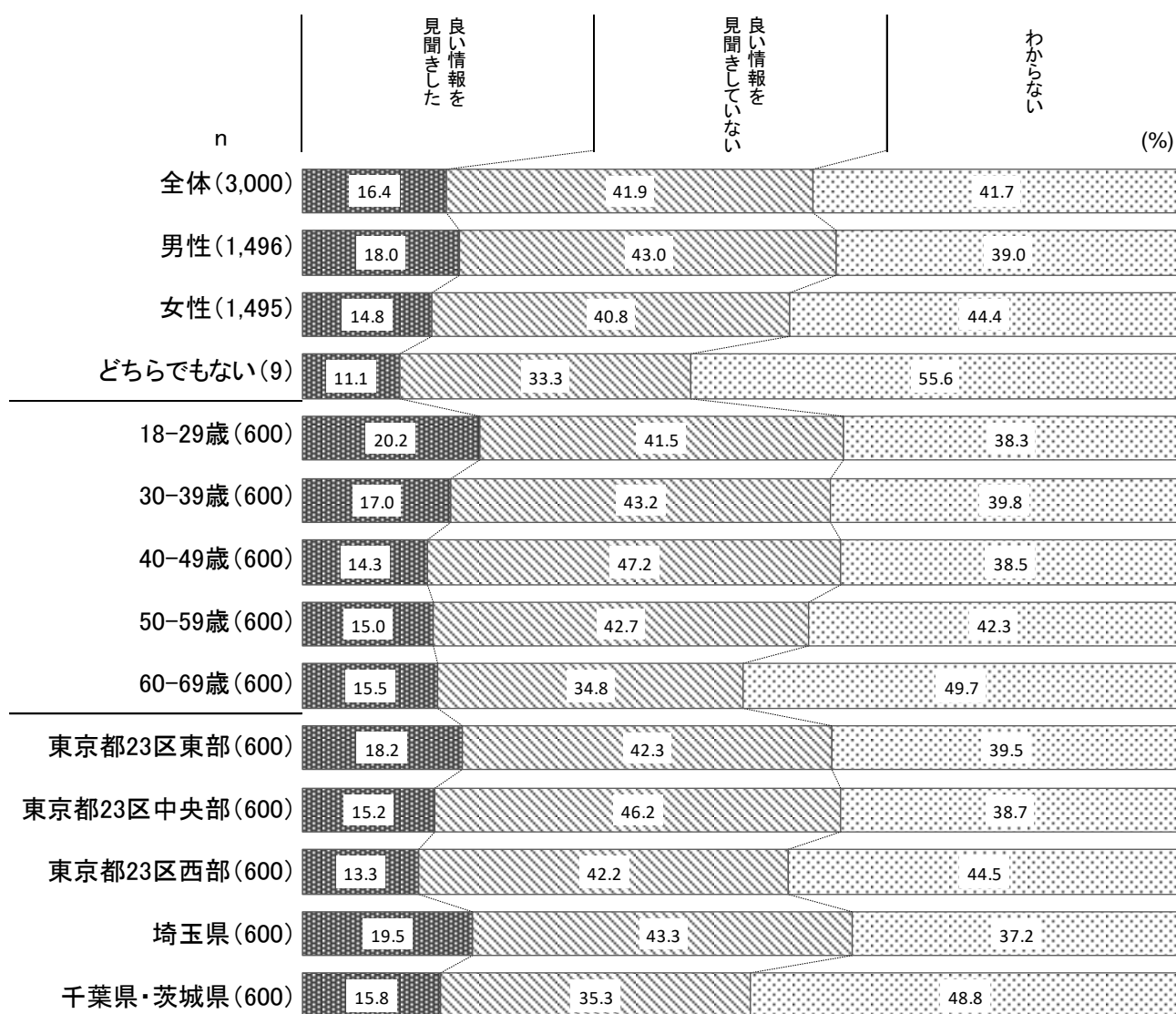
(2) 観光情報（お勧め・話題のスポット、名所・旧跡情報など）

性別でみると、「見聞きした」は男性が18.0%と女性より3.2ポイント高くなっている。

年齢別でみると、「見聞きした」は18～29歳で20.2%、「見聞きしていない」は40～49歳で47.2%とほかの年齢層より高い。

居住地別にみると、「見聞きした」は埼玉県で19.5%、「見聞きしていない」は東京都23区中央部で46.2%と高くなっている。

図表3-21 観光情報＜性別、年齢別、居住地別＞



※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

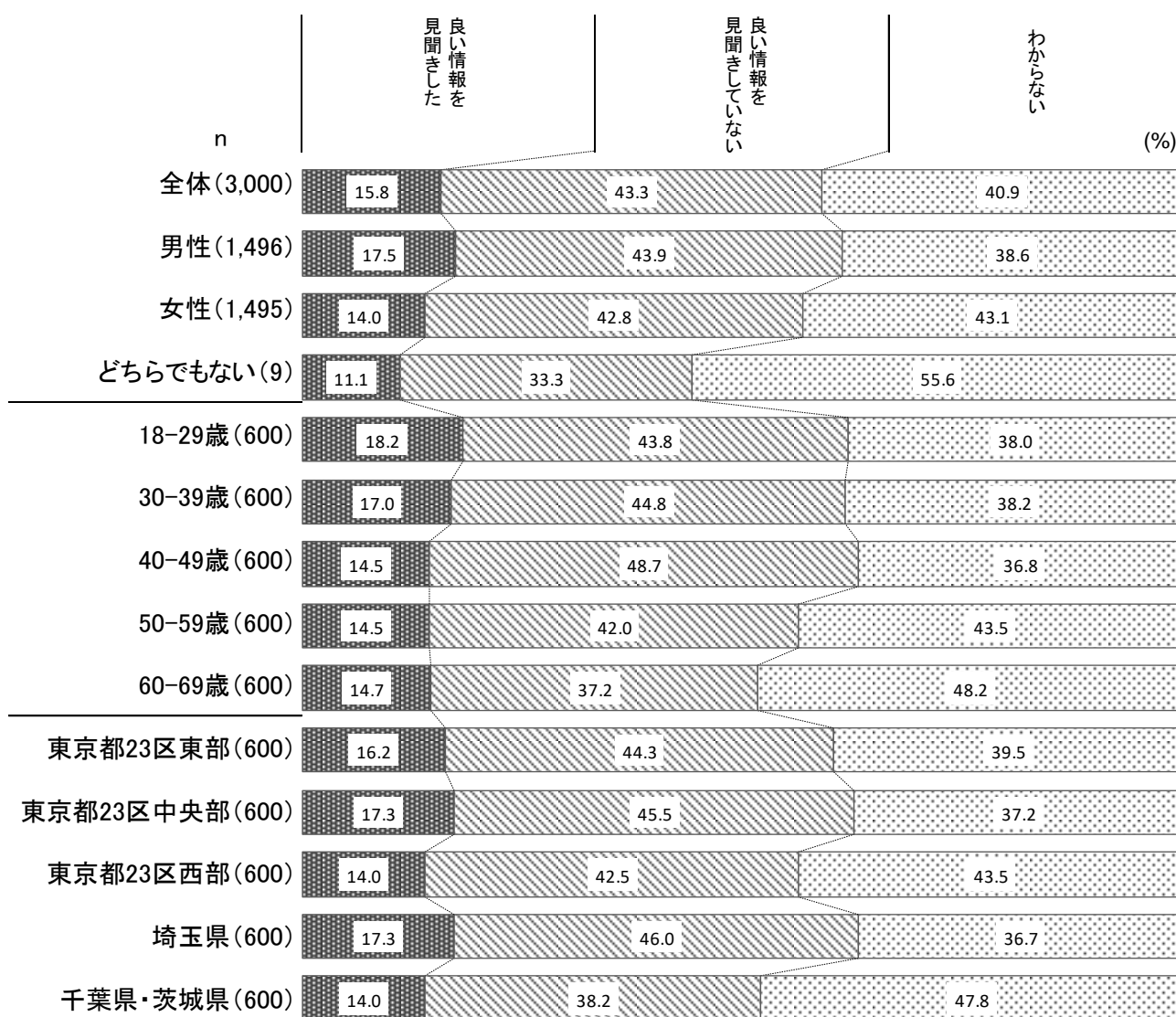
(3) 街の情報（新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など）

性別でみると、「見聞きした」は男性が17.5%と女性より3.5ポイント高くなっている。

年齢別でみると、「見聞きした」は18～29歳で18.2%、「見聞きしていない」は40～49歳で48.7%とほかの年齢層より高い。

居住地別にみると、「見聞きした」は東京都23区中央部と埼玉県でそれぞれ17.3%、「見聞きしていない」は埼玉県で46.0%と高くなっている。

図表3-22 街の情報＜性別、年齢別、居住地別＞



※ 性別の「どちらも無い」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

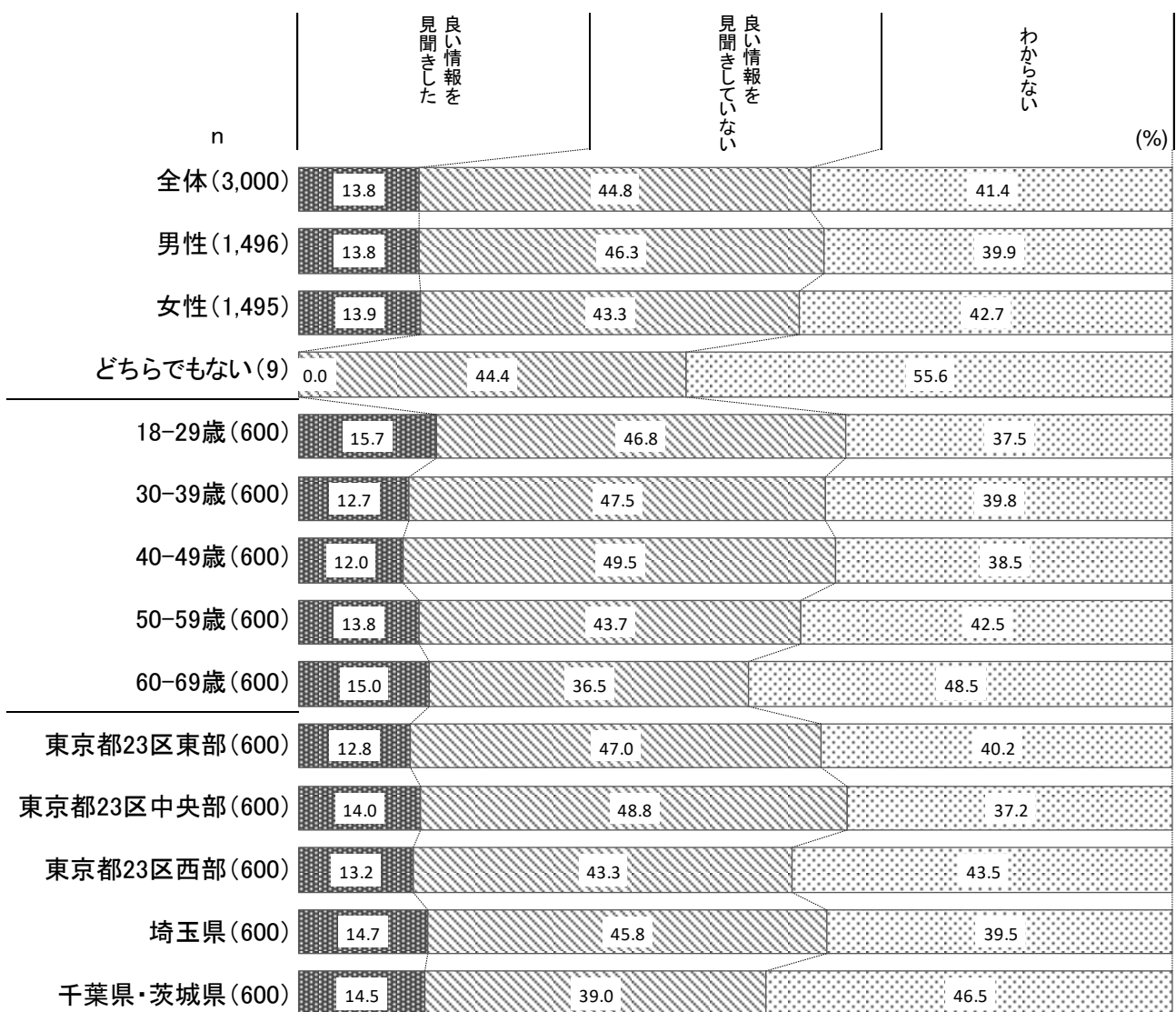
(4) 暮らしの情報（子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など）

性別でみると、「見聞きした」は男性が13.8%、女性が13.9%とほぼ同じとなっている。

年齢別でみると、「見聞きした」は18～29歳で15.7%、「見聞きしていない」は60～69歳を除く年代で、4割以上と高い。

居住地別にみると、いずれの居住地でも「見聞きした」は1割台前半となっており、「見聞きしていない」は、千葉県・茨城県の39.0%を除くと4割台と高くなっている。

図表3-23 暮らしの情報＜性別、年齢別、居住地別＞



※ 性別の「どちらも無い」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

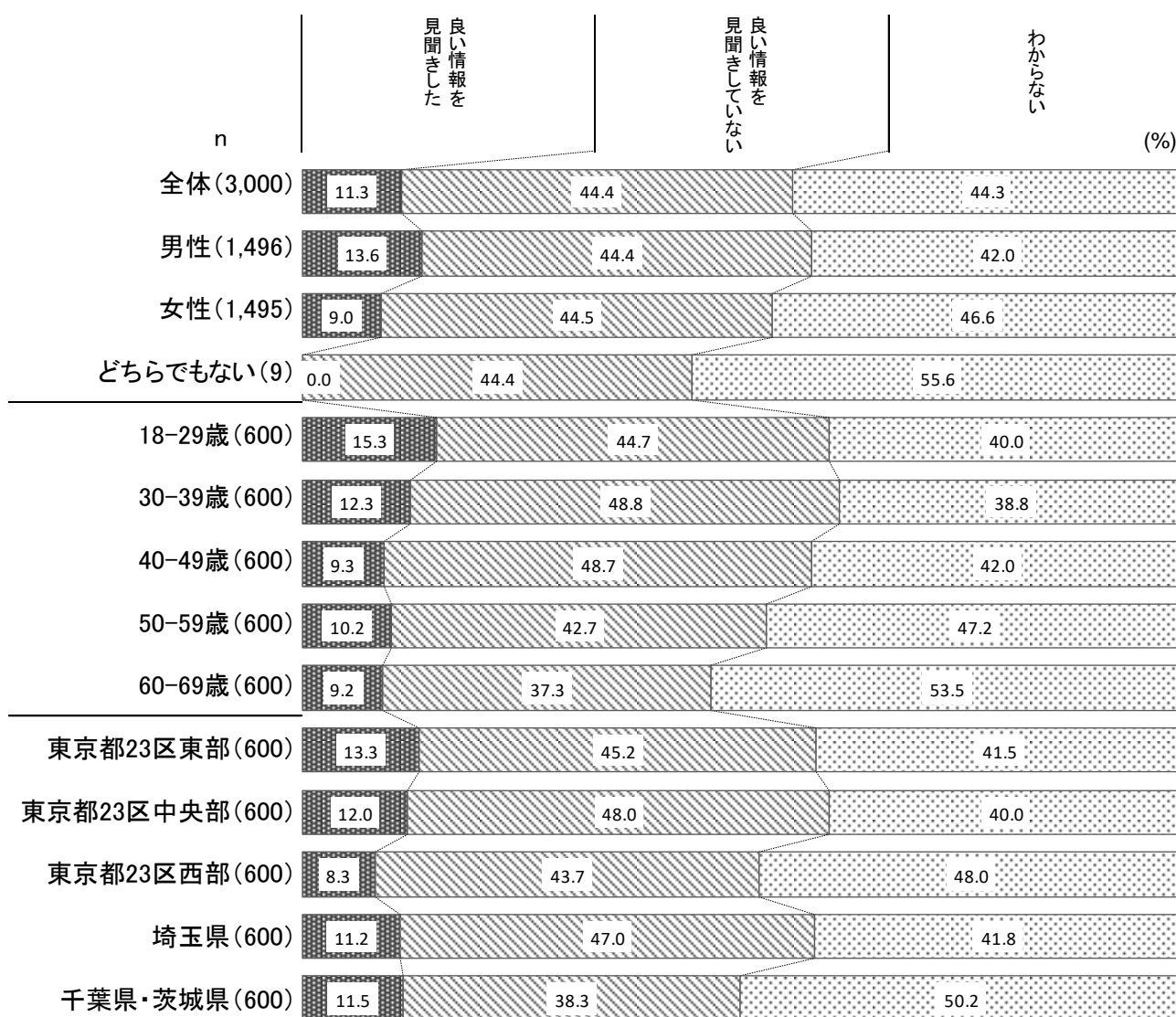
(5) 人の情報（足立区に関する有名人、活躍している人の情報など）

性別でみると、「見聞きした」は男性が13.6%と女性より4.6ポイント高くなっている。

年齢別でみると、「見聞きした」は18～29歳で15.3%、「見聞きしていない」は30～39歳で48.8%、40～49歳で48.7%とほかの年齢層より高い。

居住地別にみると、「見聞きした」は東京都23区東部で13.3%、「見聞きしていない」は東京都23区中央部で48.0%と高くなっている。

図表3-24 人の情報＜性別、年齢別、居住地別＞



※ 性別の「どちらもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

問8 前問でお答えいただいた、あなたが見聞きした足立区に関する良い情報について、それぞれ見聞きした媒体を教えてください。複数ある場合は、あてはまるものをすべてお選びください。

見聞きした足立区に関する良い情報についてそれぞれ見聞きした媒体をたずねたところ、「グルメ情報（お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など）」、「観光情報（お勧め・話題のスポット、名所・旧跡情報など）」、「街の情報（新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など）」は「ニュース・情報番組」と「バラエティ番組（旅・おでかけ等）」でそれぞれ3割台と高い。「暮らしの情報（子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など）」は「ニュース・情報番組」で45.5%と高くなっている。

図表3-25 足立区の良い情報で見聞きした媒体（複数回答）

	調査数 (n)	上段:人 下段:%															
		ウェブ サイト	X (旧Twitter)	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等の ニュース記事	ニュース・情報 番組	バラエティ番組 (旅・おでかけ等)	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	ロコミ (サイト、レビューなど)	家族・友人・知人 からのロコミ	わからない・ 覚えていない
グルメ情報(お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など)	644 100.0	143 22.2	119 18.5	149 23.1	76 11.8	162 25.2	43 6.7	95 14.8	70 10.9	220 34.2	256 39.8	39 6.1	21 3.3	40 6.2	67 10.4	131 20.3	22 3.4
観光情報(お勧め・話題のスポット、名所・旧跡情報など)	492 100.0	107 21.7	96 19.5	125 25.4	58 11.8	106 21.5	30 6.1	63 12.8	66 13.4	169 34.3	195 39.6	31 6.3	17 3.5	28 5.7	41 8.3	94 19.1	12 2.4
街の情報(新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など)	473 100.0	105 22.2	77 16.3	102 21.6	49 10.4	94 19.9	35 7.4	53 11.2	66 14.0	171 36.2	179 37.8	23 4.9	18 3.8	27 5.7	39 8.2	94 19.9	32 6.8
暮らしの情報(子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など)	415 100.0	68 16.4	64 15.4	72 17.3	36 8.7	64 15.4	25 6.0	46 11.1	53 12.8	189 45.5	113 27.2	22 5.3	10 2.4	20 4.8	42 10.1	77 18.6	26 6.3
人の情報(足立区に關係する有名人、活躍している人の情報など)	338 100.0	71 21.0	71 21.0	79 23.4	44 13.0	52 15.4	27 8.0	49 14.5	46 13.6	96 28.4	130 38.5	25 7.4	22 6.5	21 6.2	36 10.7	66 19.5	23 6.8

(1) グルメ情報（お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など）

性別で見ると、「ウェブサイト」、「X（旧Twitter）」、「YouTube」は男性の方が女性よりも10ポイント以上高くなっており、特に「YouTube」は男性の方が女性よりも18.4ポイント高い。一方、「家族・友人・知人からの口コミ」は女性の方が男性よりも7.9ポイント高い。

年齢別で見ると、18～29歳で「Instagram」が46.4%、「X（旧Twitter）」が31.4%と高い。「バラエティ番組（旅・おでかけ等）」は50～59歳で53.9%、60～69歳で53.8%、「ニュース・情報番組」は60～69歳で53.8%と高くなっている。

居住地別にみると、東京都23区西部で「YouTube」が33.7%、「LINE」が23.3%と高い。「口コミ（サイト、レビューなど）」は東京都23区中央部で18.4%と高くなっている。

図表3-26 グルメ情報＜性別、年齢別、居住地別＞

		調査数（n）	ウェブサイト	X（旧Twitter）	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等のニュース記事	ニュース・情報番組	バラエティ番組（旅・おでかけ等）	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	口コミ（サイト、レビューなど）	家族・友人・知人からの口コミ	わからない・覚えていない
		上段：人	下段：%															
全体		644	143	119	149	76	162	43	95	70	220	256	39	21	40	67	131	22
		100.0	22.2	18.5	23.1	11.8	25.2	6.7	14.8	10.9	34.2	39.8	6.1	3.3	6.2	10.4	20.3	3.4
性別	男性	337	99	81	107	42	86	25	53	46	109	123	27	14	20	40	56	7
		100.0	29.4	24.0	31.8	12.5	25.5	7.4	15.7	13.6	32.3	36.5	8.0	4.2	5.9	11.9	16.6	2.1
	女性	306	44	38	41	34	76	18	42	24	111	133	11	7	19	27	75	15
	100.0	14.4	12.4	13.4	11.1	24.8	5.9	13.7	7.8	36.3	43.5	3.6	2.3	6.2	8.8	24.5	4.9	
どちらでもない		1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
		100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
年齢別	18-29歳	153	31	48	43	29	71	15	25	10	23	38	15	9	11	17	35	2
		100.0	20.3	31.4	28.1	19.0	46.4	9.8	16.3	6.5	15.0	24.8	9.8	5.9	7.2	11.1	22.9	1.3
	30-39歳	136	37	30	34	21	36	10	23	12	41	48	8	5	8	16	28	3
		100.0	27.2	22.1	25.0	15.4	26.5	7.4	16.9	8.8	30.1	35.3	5.9	3.7	5.9	11.8	20.6	2.2
	40-49歳	123	25	19	31	11	29	5	19	15	46	45	9	3	8	16	25	4
		100.0	20.3	15.4	25.2	8.9	23.6	4.1	15.4	12.2	37.4	36.6	7.3	2.4	6.5	13.0	20.3	3.3
50-59歳	115	24	14	22	7	16	6	11	14	47	62	4	3	5	8	23	3	
	100.0	20.9	12.2	19.1	6.1	13.9	5.2	9.6	12.2	40.9	53.9	3.5	2.6	4.3	7.0	20.0	2.6	
60-69歳	117	26	8	19	8	10	7	17	19	63	63	3	1	8	10	20	10	
	100.0	22.2	6.8	16.2	6.8	8.5	6.0	14.5	16.2	53.8	53.8	2.6	0.9	6.8	8.5	17.1	8.5	
居住地別	東京都23区東部	133	29	22	32	15	33	10	16	13	40	50	5	3	7	11	27	4
		100.0	21.8	16.5	24.1	11.3	24.8	7.5	12.0	9.8	30.1	37.6	3.8	2.3	5.3	8.3	20.3	3.0
	東京都23区中央部	114	25	25	23	17	30	7	16	14	32	43	11	5	9	21	21	5
		100.0	21.9	21.9	20.2	14.9	26.3	6.1	14.0	12.3	28.1	37.7	9.6	4.4	7.9	18.4	18.4	4.4
	東京都23区西部	86	20	17	29	12	27	9	20	11	27	33	5	6	6	5	18	2
		100.0	23.3	19.8	33.7	14.0	31.4	10.5	23.3	12.8	31.4	38.4	5.8	7.0	7.0	5.8	20.9	2.3
埼玉県	156	30	29	33	18	32	6	21	12	63	69	8	3	6	17	35	6	
	100.0	19.2	18.6	21.2	11.5	20.5	3.8	13.5	7.7	40.4	44.2	5.1	1.9	3.8	10.9	22.4	3.8	
千葉県・茨城県	155	39	26	32	14	40	11	22	20	58	61	10	4	12	13	30	5	
	100.0	25.2	16.8	20.6	9.0	25.8	7.1	14.2	12.9	37.4	39.4	6.5	2.6	7.7	8.4	19.4	3.2	

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

(2) 観光情報（お勧め・話題のスポット、名所・旧跡情報など）

性別でみると、「X（旧Twitter）」、「YouTube」は男性の方が女性よりも10ポイント以上高くなっており、特に「X（旧Twitter）」は男性の方が女性よりも18.3ポイント高い。一方、「家族・友人・知人からの口コミ」は女性の方が男性よりも8.8ポイント高い。

年齢別でみると、18～29歳で「X（旧Twitter）」、「YouTube」、「Instagram」がそれぞれ3割台と高い。「ニュース・情報番組」は60～69歳で55.9%、「バラエティ番組（旅・おでかけ等）」は60～69歳で54.8%、50～59歳で54.4%と高くなっている。

居住地別にみると、「バラエティ番組（旅・おでかけ等）」は埼玉県で47.9%、「新聞・雑誌等のニュース記事」は東京都23区西部で21.3%と高くなっている。

図表3-27 観光情報＜性別、年齢別、居住地別＞

		調査数（n）	ウェブサイト	X（旧Twitter）	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等のニュース記事	ニュース・情報番組	バラエティ番組（旅・おでかけ等）	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	口コミ（サイト、レビューなど）	家族・友人・知人からの口コミ	わからない・覚えていない
全体		492	107	96	125	58	106	30	63	66	169	195	31	17	28	41	94	12
		100.0	21.7	19.5	25.4	11.8	21.5	6.1	12.8	13.4	34.3	39.6	6.3	3.5	5.7	8.3	19.1	2.4
性別	男性	270	66	75	81	31	65	19	37	41	86	99	22	10	14	24	41	9
		100.0	24.4	27.8	30.0	11.5	24.1	7.0	13.7	15.2	31.9	36.7	8.1	3.7	5.2	8.9	15.2	3.3
	女性	221	41	21	44	26	41	11	26	24	83	96	9	7	14	16	53	3
	100.0	18.6	9.5	19.9	11.8	18.6	5.0	11.8	10.9	37.6	43.4	4.1	3.2	6.3	7.2	24.0	1.4	
どちらでもない		1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
		100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
年齢別	18-29歳	121	23	42	42	23	38	8	17	13	17	31	9	5	5	12	21	1
		100.0	19.0	34.7	34.7	19.0	31.4	6.6	14.0	10.7	14.0	25.6	7.4	4.1	4.1	9.9	17.4	0.8
	30-39歳	102	24	29	29	16	27	6	18	13	28	37	7	4	5	12	20	1
		100.0	23.5	28.4	28.4	15.7	26.5	5.9	17.6	12.7	27.5	36.3	6.9	3.9	4.9	11.8	19.6	1.0
	40-49歳	86	20	11	24	8	18	4	11	11	33	27	5	3	6	5	17	3
		100.0	23.3	12.8	27.9	9.3	20.9	4.7	12.8	12.8	38.4	31.4	5.8	3.5	7.0	5.8	19.8	3.5
50-59歳	90	20	10	13	6	16	6	8	8	39	49	3	2	7	5	19	2	
	100.0	22.2	11.1	14.4	6.7	17.8	6.7	8.9	8.9	43.3	54.4	3.3	2.2	7.8	5.6	21.1	2.2	
60-69歳	93	20	4	17	5	7	6	9	21	52	51	7	3	5	7	17	5	
	100.0	21.5	4.3	18.3	5.4	7.5	6.5	9.7	22.6	55.9	54.8	7.5	3.2	5.4	7.5	18.3	5.4	
居住地別	東京都23区東部	109	22	21	24	9	26	5	11	11	36	38	1	1	9	10	20	3
		100.0	20.2	19.3	22.0	8.3	23.9	4.6	10.1	10.1	33.0	34.9	0.9	0.9	8.3	9.2	18.3	2.8
	東京都23区中央部	91	22	24	21	10	22	8	12	10	24	28	9	6	7	12	19	3
		100.0	24.2	26.4	23.1	11.0	24.2	8.8	13.2	11.0	26.4	30.8	9.9	6.6	7.7	13.2	20.9	3.3
	東京都23区西部	80	20	15	24	11	19	7	14	17	32	33	6	3	4	6	15	1
		100.0	25.0	18.8	30.0	13.8	23.8	8.8	17.5	21.3	40.0	41.3	7.5	3.8	5.0	7.5	18.8	1.3
埼玉県	117	18	21	31	18	21	5	9	15	43	56	5	1	3	3	22	0	
	100.0	15.4	17.9	26.5	15.4	17.9	4.3	7.7	12.8	36.8	47.9	4.3	0.9	2.6	2.6	18.8	0.0	
千葉県・茨城県	95	25	15	25	10	18	5	17	13	34	40	10	6	5	10	18	5	
	100.0	26.3	15.8	26.3	10.5	18.9	5.3	17.9	13.7	35.8	42.1	10.5	6.3	5.3	10.5	18.9	5.3	

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

(3) 街の情報（新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など）

性別で見ると、「YouTube」、「ウェブサイト」、「X（旧Twitter）」は男性の方が女性よりも10ポイント以上高くなっており、特に「YouTube」は男性の方が女性よりも14.1ポイント高い。一方、「家族・友人・知人からの口コミ」は女性の方が男性よりも9.9ポイント高い。

年齢別で見ると、18～29歳で「Instagram」、「YouTube」、「X（旧Twitter）」、「TikTok」がほかの年齢層より高い。「ニュース・情報番組」は60～69歳で53.4%、50～59歳で47.1%、「バラエティ番組（旅・お出かけ等）」は60～69歳で51.1%、「ウェブサイト」は30～39歳で30.4%と高くなっている。

居住地別にみると、東京都23区西部で「ニュース・情報番組」が46.4%、「YouTube」が33.3%と高い。「ウェブサイト」は東京都23区中央部で32.7%と高くなっている。

図表3-28 街の情報＜性別、年齢別、居住地別＞

		調査数（n）	ウェブサイト	X（旧Twitter）	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等のニュース記事	ニュース・情報番組	バラエティ番組（旅・お出かけ等）	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	口コミ（サイト、レビューなど）	家族・友人・知人からの口コミ	わからない・覚えていない
		上段：人	下段：%															
全体		473	105	77	102	49	94	35	53	66	171	179	23	18	27	39	94	32
		100.0	22.2	16.3	21.6	10.4	19.9	7.4	11.2	14.0	36.2	37.8	4.9	3.8	5.7	8.2	19.9	6.8
性別	男性	262	71	56	73	31	53	24	33	42	90	95	15	13	16	21	40	17
		100.0	27.1	21.4	27.9	11.8	20.2	9.2	12.6	16.0	34.4	36.3	5.7	5.0	6.1	8.0	15.3	6.5
	女性	210	33	21	29	18	41	11	20	23	81	84	8	5	11	18	53	15
		100.0	15.7	10.0	13.8	8.6	19.5	5.2	9.5	11.0	38.6	40.0	3.8	2.4	5.2	8.6	25.2	7.1
どちらでもない		1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
		100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
年齢別	18-29歳	109	19	31	33	23	43	11	15	10	19	31	4	3	7	12	22	3
		100.0	17.4	28.4	30.3	21.1	39.4	10.1	13.8	9.2	17.4	28.4	3.7	2.8	6.4	11.0	20.2	2.8
	30-39歳	102	31	22	22	9	17	4	13	13	33	37	6	6	6	10	21	5
		100.0	30.4	21.6	21.6	8.8	16.7	3.9	12.7	12.7	32.4	36.3	5.9	5.9	5.9	9.8	20.6	4.9
	40-49歳	87	18	10	20	7	15	5	8	12	31	29	5	5	5	6	15	8
		100.0	20.7	11.5	23.0	8.0	17.2	5.7	9.2	13.8	35.6	33.3	5.7	5.7	5.7	6.9	17.2	9.2
50-59歳	87	17	11	12	7	13	8	6	12	41	37	4	2	3	4	17	8	
	100.0	19.5	12.6	13.8	8.0	14.9	9.2	6.9	13.8	47.1	42.5	4.6	2.3	3.4	4.6	19.5	9.2	
60-69歳	88	20	3	15	3	6	7	11	19	47	45	4	2	6	7	19	8	
	100.0	22.7	3.4	17.0	3.4	6.8	8.0	12.5	21.6	53.4	51.1	4.5	2.3	6.8	8.0	21.6	9.1	
居住地別	東京都23区東部	97	19	11	20	10	22	5	9	13	27	32	3	1	2	8	18	7
		100.0	19.6	11.3	20.6	10.3	22.7	5.2	9.3	13.4	27.8	33.0	3.1	1.0	2.1	8.2	18.6	7.2
	東京都23区中央部	104	34	23	19	12	23	10	9	14	30	29	6	6	12	9	25	3
		100.0	32.7	22.1	18.3	11.5	22.1	9.6	8.7	13.5	28.8	27.9	5.8	5.8	11.5	8.7	24.0	2.9
	東京都23区西部	84	14	16	28	9	22	8	12	15	39	35	5	5	6	8	17	5
	100.0	16.7	19.0	33.3	10.7	26.2	9.5	14.3	17.9	46.4	41.7	6.0	6.0	7.1	9.5	20.2	6.0	
埼玉県	104	16	18	19	12	16	5	7	12	40	48	3	4	4	7	17	9	
	100.0	15.4	17.3	18.3	11.5	15.4	4.8	6.7	11.5	38.5	46.2	2.9	3.8	3.8	6.7	16.3	8.7	
千葉県・茨城県	84	22	9	16	6	11	7	16	12	35	35	6	2	3	7	17	8	
	100.0	26.2	10.7	19.0	7.1	13.1	8.3	19.0	14.3	41.7	41.7	7.1	2.4	3.6	8.3	20.2	9.5	

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

(4) 暮らしの情報（子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など）

性別でみると、「YouTube」、「X（旧Twitter）」は男性の方が女性よりも10ポイント以上高くなっており、特に「YouTube」は男性の方が女性よりも14.5ポイント高い。

年齢別でみると、18～29歳で「Instagram」、「X（旧Twitter）」、「YouTube」、「TikTok」がほかの年齢層より高い。「ニュース・情報番組」は60～69歳で64.4%、50～59歳で59.0%、「バラエティ番組（旅・おでかけ等）」は60～69歳で36.7%と高くなっている。

居住地別にみると、「ニュース・情報番組」はいずれの居住地でも3割以上と高くなっている。

図表3-29 暮らしの情報＜性別、年齢別、居住地別＞

		調査数（n）	ウェブ サイト	X （旧 Twitter）	Y ou T u b e	T i k T o k	I n s t a g r a m	F a c e b o o k	L I N E	新 聞 ・ 雑 誌 等 の ニ ュ ー ス 記 事	ニ ュ ー ス ・ 情 報 番 組	バ ラ エ テ ィ 番 組 （ 旅 ・ お で か け 等 ）	ド ラ マ ・ 映 画	漫 画 ・ ア ニ メ	イ ベ ン ト	ロ コ ミ （ サ イ ト ・ レ ビ ュ ー な ど ）	家 族 ・ 友 人 ・ 知 人 か ら の ロ コ ミ	わ か ら な い ・ 覚 え て い な い
											上段：人 下段：%							
全体		415 100.0	68 16.4	64 15.4	72 17.3	36 8.7	64 15.4	25 6.0	46 11.1	53 12.8	189 45.5	113 27.2	22 5.3	10 2.4	20 4.8	42 10.1	77 18.6	26 6.3
性別	男性	207 100.0	43 20.8	43 20.8	51 24.6	21 10.1	37 17.9	16 7.7	29 14.0	34 16.4	90 43.5	49 23.7	13 6.3	4 1.9	11 5.3	27 13.0	36 17.4	11 5.3
	女性	208 100.0	25 12.0	21 10.1	21 10.1	15 7.2	27 13.0	9 4.3	17 8.2	19 9.1	99 47.6	64 30.8	9 4.3	6 2.9	9 4.3	15 7.2	41 19.7	15 7.2
年齢別	18-29歳	94 100.0	16 17.0	28 29.8	24 25.5	16 17.0	28 29.8	9 9.6	12 12.8	12 12.8	20 21.3	15 16.0	6 6.4	2 2.1	5 5.3	13 13.8	20 21.3	5 5.3
	30-39歳	76 100.0	16 21.1	15 19.7	14 18.4	8 10.5	15 19.7	3 3.9	12 15.8	9 11.8	27 35.5	23 30.3	4 5.3	3 3.9	3 3.9	11 14.5	18 23.7	4 5.3
	40-49歳	72 100.0	15 20.8	13 18.1	17 23.6	5 6.9	6 8.3	2 2.8	8 11.1	6 8.3	35 48.6	17 23.6	4 5.6	3 4.2	5 6.9	9 12.5	14 19.4	2 2.8
	50-59歳	83 100.0	12 14.5	6 7.2	7 8.4	4 4.8	10 12.0	5 6.0	5 6.0	13 15.7	49 59.0	25 30.1	2 2.4	1 1.2	4 4.8	3 3.6	16 19.3	5 6.0
	60-69歳	90 100.0	9 10.0	2 2.2	10 11.1	3 3.3	5 5.6	6 6.7	9 10.0	13 14.4	58 64.4	33 36.7	6 6.7	1 1.1	3 3.3	6 6.7	9 10.0	10 11.1
	居住地別	東京都23区東部	77 100.0	10 13.0	13 16.9	12 15.6	7 9.1	13 16.9	1 1.3	6 7.8	6 7.8	29 37.7	17 22.1	2 2.6	0 0.0	2 2.6	5 6.5	15 19.5
	東京都23区中央部	84 100.0	14 16.7	15 17.9	13 15.5	10 11.9	18 21.4	7 8.3	8 9.5	14 16.7	34 40.5	16 19.0	6 7.1	3 3.6	5 6.0	13 15.5	19 22.6	4 4.8
	東京都23区西部	79 100.0	13 16.5	13 16.5	18 22.8	6 7.6	12 15.2	7 8.9	12 15.2	13 16.5	44 55.7	19 24.1	6 7.6	2 2.5	6 7.6	8 10.1	12 15.2	3 3.8
	埼玉県	88 100.0	12 13.6	14 15.9	16 18.2	6 6.8	11 12.5	3 3.4	7 8.0	10 11.4	42 47.7	31 35.2	5 5.7	2 2.3	3 3.4	7 8.0	20 22.7	4 4.5
	千葉県・茨城県	87 100.0	19 21.8	9 10.3	13 14.9	7 8.0	10 11.5	7 8.0	13 14.9	10 11.5	40 46.0	30 34.5	3 3.4	3 3.4	4 4.6	9 10.3	11 12.6	11 12.6

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

(5) 人の情報（足立区に關係する有名人、活躍している人の情報など）

性別でみると、「X（旧Twitter）」は男性の方が女性よりも13.8ポイント高い。

年齢別でみると、18～29歳で「X（旧Twitter）」、「Instagram」、「TikTok」がほかの年齢層より高い。「バラエティ番組（旅・おでかけ等）」は50～59歳で50.8%、「ニュース・情報番組」は40～49歳で41.1%、「LINE」は30～39歳で23.0%と高くなっている。

居住地別にみると、「ウェブサイト」は千葉県・茨城県で30.4%、「TikTok」は東京都23区中央部で22.2%と高くなっている。

図表3-30 人の情報＜性別、年齢別、居住地別＞

		調査数（n）	ウェブサイト	X（旧Twitter）	YouTube	TikTok	Instagram	Facebook	LINE	新聞・雑誌等のニュース記事	ニュース・情報番組	バラエティ番組（旅・おでかけ等）	ドラマ・映画	漫画・アニメ	イベント	ロコミ（サイト、レビューなど）	家族・友人・知人からのロコミ	わからない・覚えていない
全体		338	71	71	79	44	52	27	49	46	96	130	25	22	21	36	66	23
		100.0	21.0	21.0	23.4	13.0	15.4	8.0	14.5	13.6	28.4	38.5	7.4	6.5	6.2	10.7	19.5	6.8
性別	男性	204	50	54	55	28	33	19	30	32	58	70	18	16	13	25	38	11
		100.0	24.5	26.5	27.0	13.7	16.2	9.3	14.7	15.7	28.4	34.3	8.8	7.8	6.4	12.3	18.6	5.4
性別	女性	134	21	17	24	16	19	8	19	14	38	60	7	6	8	11	28	12
		100.0	15.7	12.7	17.9	11.9	14.2	6.0	14.2	10.4	28.4	44.8	5.2	4.5	6.0	8.2	20.9	9.0
年齢別	18-29歳	92	18	31	26	19	25	11	11	8	11	21	4	8	6	13	16	6
		100.0	19.6	33.7	28.3	20.7	27.2	12.0	12.0	8.7	12.0	22.8	4.3	8.7	6.5	14.1	17.4	6.5
	30-39歳	74	20	19	21	8	8	4	17	10	18	28	5	8	3	11	16	4
		100.0	27.0	25.7	28.4	10.8	10.8	5.4	23.0	13.5	24.3	37.8	6.8	10.8	4.1	14.9	21.6	5.4
	40-49歳	56	13	9	16	10	8	3	8	6	23	25	5	4	4	3	8	3
		100.0	23.2	16.1	28.6	17.9	14.3	5.4	14.3	10.7	41.1	44.6	8.9	7.1	7.1	5.4	14.3	5.4
50-59歳	61	12	9	9	5	7	5	5	9	22	31	4	1	5	4	15	6	
	100.0	19.7	14.8	14.8	8.2	11.5	8.2	8.2	14.8	36.1	50.8	6.6	1.6	8.2	6.6	24.6	9.8	
60-69歳	55	8	3	7	2	4	4	4	8	13	22	25	7	1	3	5	11	4
	100.0	14.5	5.5	12.7	3.6	7.3	7.3	14.5	23.6	40.0	45.5	12.7	1.8	5.5	9.1	20.0	7.3	
居住地別	東京都23区東部	80	14	17	17	7	14	3	9	6	22	27	2	4	0	4	13	3
		100.0	17.5	21.3	21.3	8.8	17.5	3.8	11.3	7.5	27.5	33.8	2.5	5.0	0.0	5.0	16.3	3.8
	東京都23区中央部	72	16	17	16	16	14	9	11	5	16	27	6	6	6	11	13	3
		100.0	22.2	23.6	22.2	22.2	19.4	12.5	15.3	6.9	22.2	37.5	8.3	8.3	8.3	15.3	18.1	4.2
	東京都23区西部	50	9	13	14	6	11	7	10	10	15	20	5	4	5	8	14	5
		100.0	18.0	26.0	28.0	12.0	22.0	14.0	20.0	20.0	30.0	40.0	10.0	8.0	10.0	16.0	28.0	10.0
埼玉県	67	11	12	16	8	4	3	6	12	23	29	4	2	4	4	13	5	
	100.0	16.4	17.9	23.9	11.9	6.0	4.5	9.0	17.9	34.3	43.3	6.0	3.0	6.0	6.0	19.4	7.5	
千葉県・茨城県	69	21	12	16	7	9	5	13	13	20	27	8	6	6	9	13	7	
	100.0	30.4	17.4	23.2	10.1	13.0	7.2	18.8	18.8	29.0	39.1	11.6	8.7	8.7	13.0	18.8	10.1	

上段：人 下段：%

7 足立区の印象

問9 下記の項目に関する足立区の印象について教えてください。(単一回答)

足立区の印象を、9つの項目についてそれぞれたずねた。

「良い」と「どちらかといえば良い」を合計して《良い》、「どちらかといえば悪い」と「悪い」を合計して《悪い》とし、それぞれの上位5項目を列挙すると次のようになっている。

● 《良い》

第1位	飲食店が充実している	43.0%
第2位	買い物が便利	40.1%
第3位	交通の便利さ	39.3%
第4位	緑・公園・水辺などの自然環境	37.4%
第5位	街並みや街の雰囲気	30.8%

× 《悪い》

第1位	10年以上前の足立区のイメージ	62.9%
第2位	治安の良さ	55.0%
第3位	世間の評判	54.1%
第4位	現在の足立区のイメージ	47.8%
第5位	街並みや街の雰囲気	30.7%

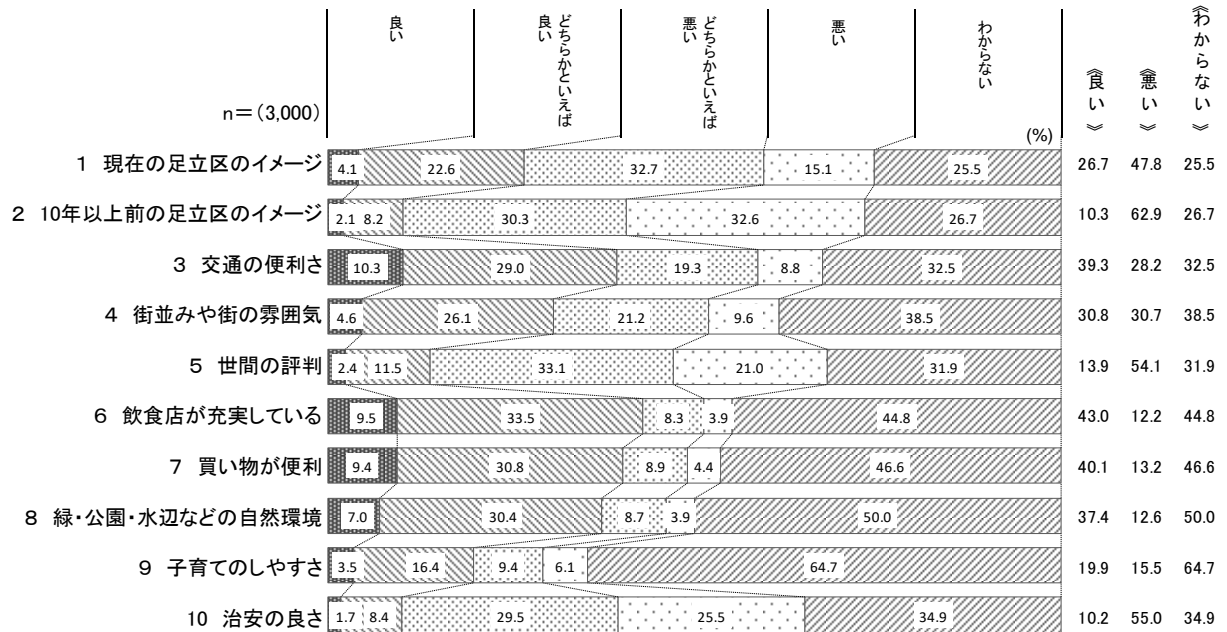
◆ 《わからない》

第1位	子育てのしやすさ	64.7%
第2位	緑・公園・水辺などの自然環境	50.0%
第3位	買い物が便利	46.6%
第4位	飲食店が充実している	44.8%
第5位	街並みや街の雰囲気	38.5%

特に、「10年以上前の足立区のイメージ」、「治安の良さ」、「世間の評判」の3項目は、《悪い》が半数を超えている。

「治安の良さ」、「世間の評判」、「現在の足立区のイメージ」の3項目は、《悪い》が55.0%、54.1%、47.8%と約半数となっているが、令和5年度と比べると、「治安の良さ」は4.8ポイント、「世間の評判」は5.1ポイント、「現在の足立区のイメージ」は8.6ポイント減少している。

図表3-31 足立区の印象



<経年比較>

	《良い》			《悪い》			《わからない》		
	R5	R6	R7	R5	R6	R7	R5	R6	R7
(現在の) 足立区のイメージ	20.7	25.4	26.7	56.4	48.4	47.8	22.9	26.2	25.5
10年以上前の足立区のイメージ	—	—	10.3	—	—	62.9	—	—	26.7
交通の便利さ	39.2	38.6	39.3	33.2	29.6	28.2	27.6	31.8	32.5
街並みや街の雰囲気	28.2	30.1	30.8	38.7	33.2	30.7	33.1	36.7	38.5
世間の評判	11.6	14.3	13.9	59.2	54.4	54.1	29.2	31.3	31.9
飲食店が充実している	—	—	43.0	—	—	12.2	—	—	44.8
買い物が便利	41.6	40.6	40.1	15.0	15.2	13.2	43.4	44.2	46.6
緑・公園・水辺などの自然環境	41.4	40.0	37.4	11.6	12.1	12.6	47.1	47.9	50.0
子育てのしやすさ	—	19.4	19.9	—	16.4	15.5	—	64.1	64.7
治安の良さ	7.4	10.6	10.2	59.8	54.3	55.0	32.7	35.1	34.9

※ 令和7年度より「直近1年より前の足立区のイメージ」を「10年以上前の足立区のイメージ」に変更。

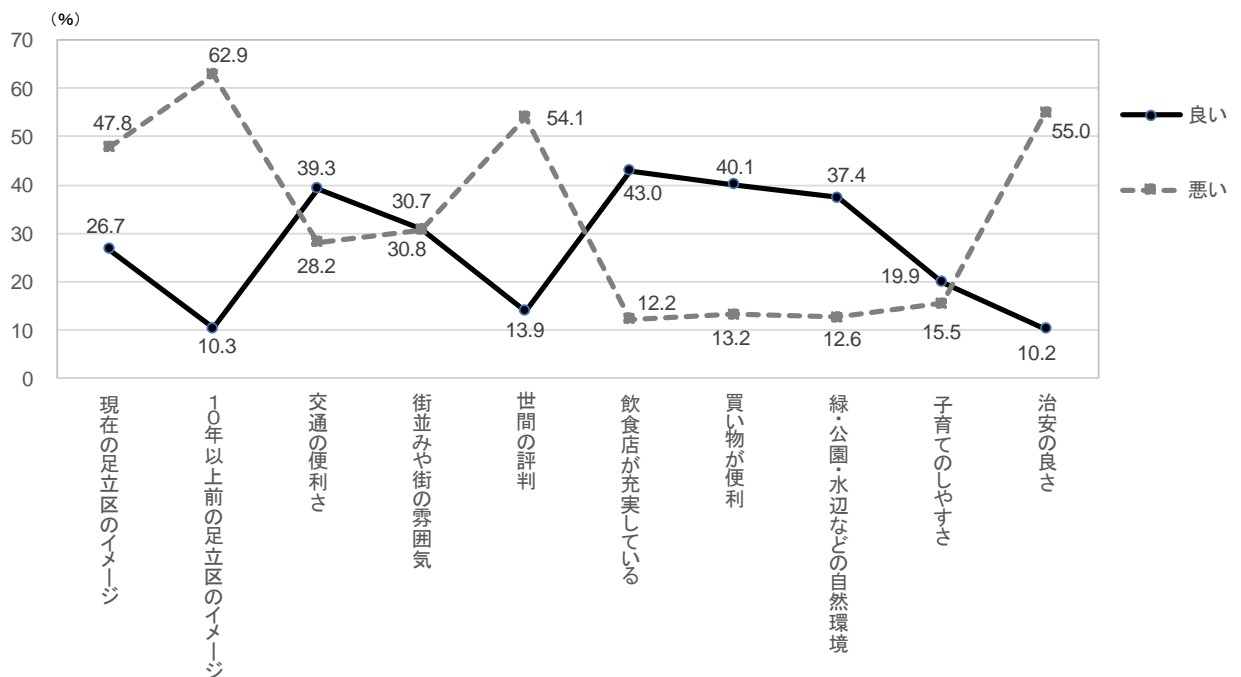
※ 「飲食店が充実している」は令和7年度から聴取。

足立区の印象について、《良い》と答えた人の割合から《悪い》と答えた人の割合を差し引いた数値を「ギャップ」と捉えてみると、《悪い》イメージが高い3項目「治安の良さ」「世間の評判」「現在の足立区のイメージ」で、ギャップの値が大きいことが分かる。

図表 3-32 足立区の印象のギャップ

	A	B	A-B
	《良い》	《悪い》	ギャップ
10年以上前の足立区のイメージ	10.3	62.9	-52.6
治安の良さ	10.2	55.0	-44.8
世間の評判	13.9	54.1	-40.2
現在の足立区のイメージ	26.7	47.8	-21.1
街並みや街の雰囲気	30.8	30.7	0.1
子育てのしやすさ	19.9	15.5	4.4
交通の便利さ	39.3	28.2	11.1
緑・公園・水辺などの自然環境	37.4	12.6	24.8
買い物が便利	40.1	13.2	26.9
飲食店が充実している	43.0	12.2	30.8

図表 3-33 足立区の印象のギャップ



次ページからは、「現在の足立区のイメージ」と、ギャップの値が大きい「治安の良さ」、「世間の評判」の2項目について、属性別（性別、年齢、居住地）のクロス集計を掲載している。

ア 現在の足立区のイメージ

性別では、《良い》は、男性が28.1%、女性が25.4%と、男性の方が2.7ポイント高い。

年齢別でみると、《良い》は60～69歳で31.5%、18～29歳で29.2%と高く、《悪い》は30～39歳と40～49歳でそれぞれ5割台と他の年齢層に比べて高くなっている。

居住地別でみると、《悪い》は、東京都23区東部、東京都23区中央部、東京都23区西部でそれぞれ5割台と高くなっている。

図表3-34 現在の足立区のイメージ<性別、年齢別、居住地別>

n	イメージ					《良い》 (%)	《悪い》 (%)
	良い	良い どちらかといえば	悪い どちらかといえば	悪い	わからない		
全体(3,000)	4.1	22.6	32.7	15.1	25.5	26.7	47.8
男性(1,496)	4.8	23.3	32.4	15.0	24.5	28.1	47.3
女性(1,495)	3.5	21.9	33.1	15.2	26.4	25.4	48.3
どちらでもない(9)	0.0	22.2	11.1	22.2	44.4	22.2	33.3
18-29歳(600)	5.8	23.3	30.0	16.7	24.2	29.2	46.7
30-39歳(600)	4.3	20.8	34.8	18.8	21.2	25.2	53.7
40-49歳(600)	3.2	18.2	34.2	20.0	24.5	21.3	54.2
50-59歳(600)	4.2	22.3	34.2	12.8	26.5	26.5	47.0
60-69歳(600)	3.2	28.3	30.2	7.2	31.2	31.5	37.3
東京都23区東部(600)	4.3	20.5	37.8	15.8	21.5	24.8	53.7
東京都23区中央部(600)	3.7	20.2	33.7	19.3	23.2	23.8	53.0
東京都23区西部(600)	2.2	12.8	37.3	19.7	28.0	15.0	57.0
埼玉県(600)	6.2	28.7	30.2	11.8	23.2	34.8	42.0
千葉県・茨城県(600)	4.3	30.8	24.3	8.8	31.7	35.2	33.2

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

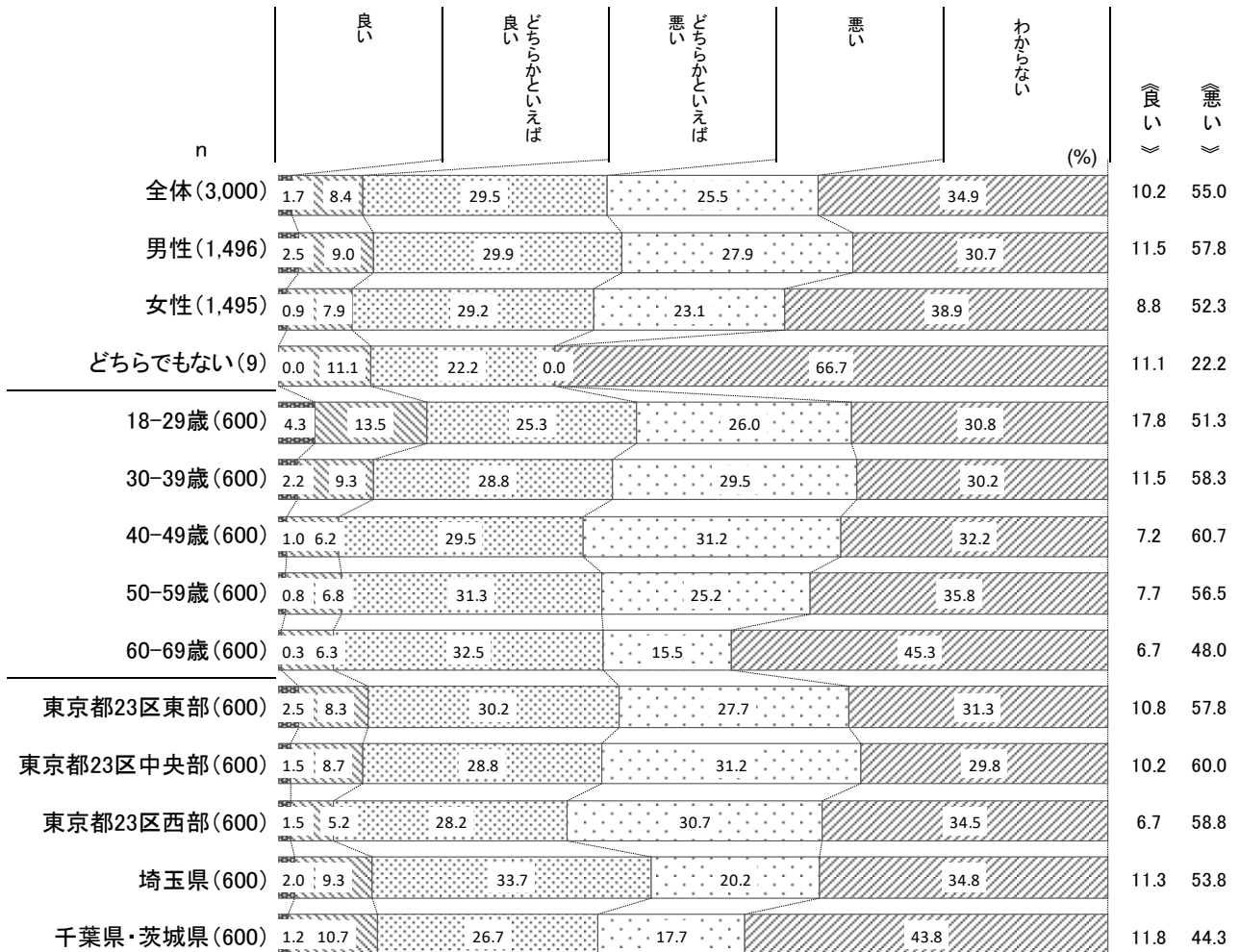
イ 治安の良さ

性別では、《悪い》は、男性が57.8%、女性が52.3%と男性の方が5.5ポイント高い。

年齢別で見ると、《良い》は、18～29歳で17.8%と他の年齢層より高い。《悪い》は、特に40～49歳で60.7%と他の年齢層に比べて高くなっている。

居住地別で見ると、《悪い》は、東京都23区中央部で60.0%と他の地域に比べ高くなっている。

図表3-35 治安の良さ<性別、年齢別、居住地別>



※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

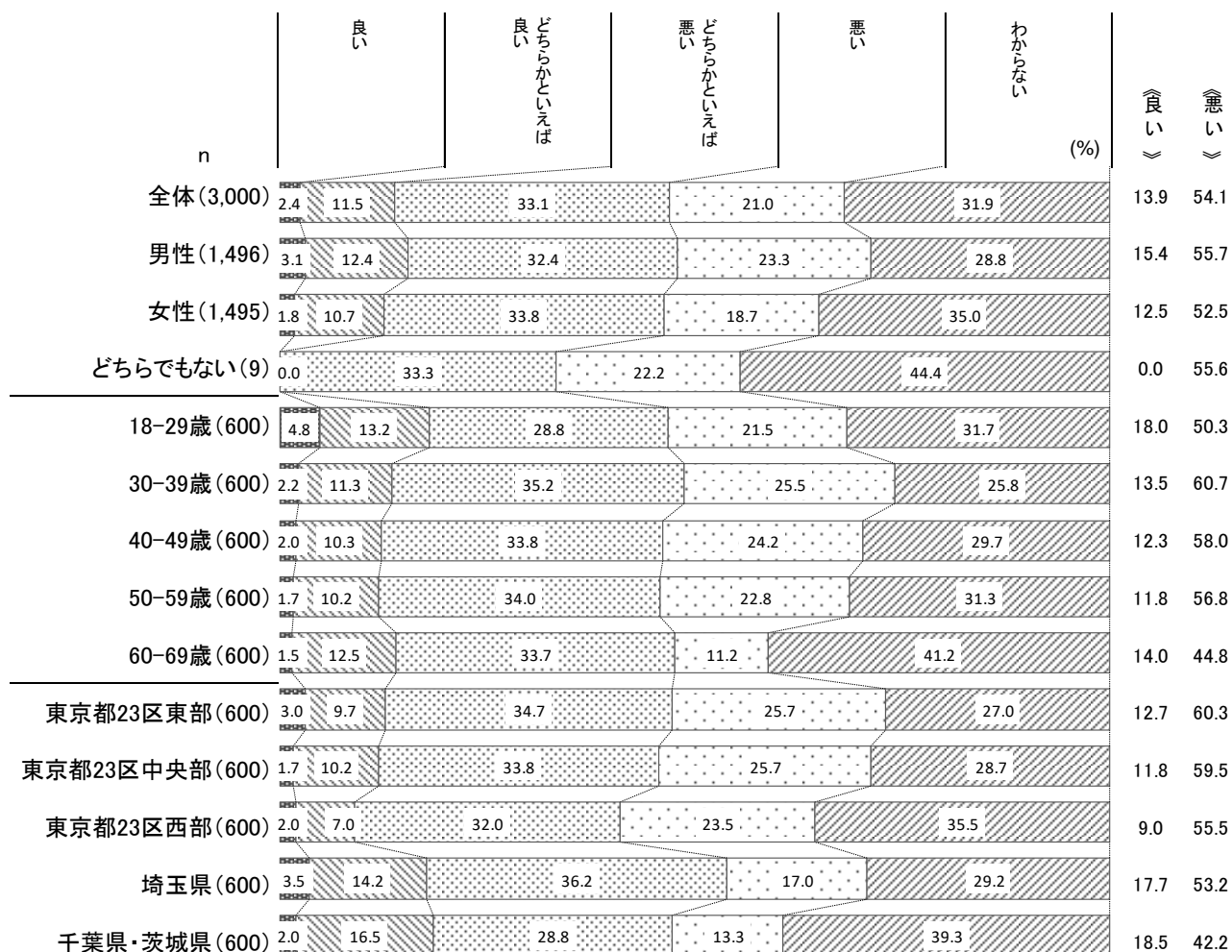
ウ 世間の評判

性別では、《悪い》は、男性が55.7%、女性が52.5%と、男性の方が3.2ポイント高い。

年齢別でみると、《良い》は18～29歳で18.0%、《悪い》は30～39歳で60.7%と他の年齢層より高くなっている。

居住地別でみると、《良い》は千葉県・茨城県で18.5%、《悪い》は東京都23区東部で60.3%と他の地域に比べ高くなっている。

図表3-36 世間の評判<性別、年齢別、居住地別>



※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

ここまでは、項目に対しての《良い》・《悪い》といった印象をみてきたが、最後に、項目同士の相関関係の分析を試みた。

相関の強さは、厳密な基準はないものの、一般的には、±0.7以上を「強い相関がある」といわれ、片方が増加するともう一方も増加する。また、±0.4～±0.7は「相関がある」と表現され、±0.7以上ではなくとも強めの相関がみられる。

本調査では、±0.6以上となる強めの相関関係がみられた。

強めの相関がみられる関係 (±0.4～±0.7)

- ・「飲食店が充実している」と「買い物が便利」(0.802)
- ・「交通の便利さ」と「買い物が便利」(0.661)
- ・「街並みや街の雰囲気」と「買い物が便利」(0.651)

図表3-37 項目間の相関係数

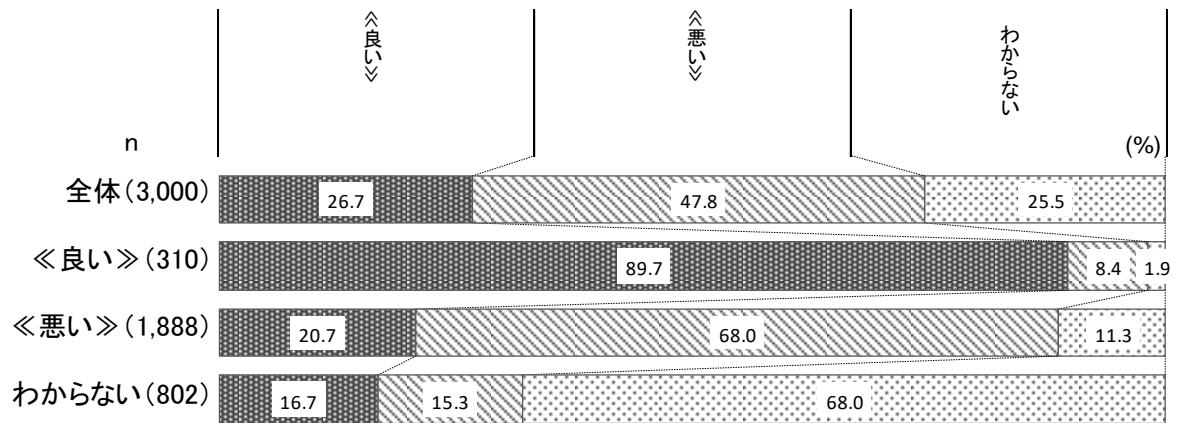
	現在の足立区のイメージ	10年以上前の足立区のイメージ	交通の便利さ	街並みや街の雰囲気	世間の評判	飲食店が充実している	買い物が便利	緑・公園・水辺などの自然環境	子育てのしやすさ	治安の良さ
現在の足立区のイメージ	1.000									
10年以上前の足立区のイメージ	0.558	1.000								
交通の便利さ	0.478	0.413	1.000							
街並みや街の雰囲気	0.612	0.465	0.634	1.000						
世間の評判	0.553	0.510	0.471	0.582	1.000					
飲食店が充実している	0.503	0.398	0.644	0.645	0.484	1.000				
買い物が便利	0.508	0.407	0.661	0.651	0.489	0.802	1.000			
緑・公園・水辺などの自然環境	0.493	0.410	0.486	0.600	0.460	0.583	0.615	1.000		
子育てのしやすさ	0.405	0.380	0.374	0.472	0.443	0.457	0.496	0.588	1.000	
治安の良さ	0.496	0.498	0.388	0.474	0.598	0.422	0.431	0.463	0.494	1.000

※ 網掛けは相関係数0.6以上（強めの相関）を示している。

下表は、表側を「直近1年より前の足立区のイメージ」に、表頭を「現在の足立区のイメージ」に設定し、《良い》《悪い》に変化があるかを分析した。

「10年以上前の足立区のイメージ」を《良い》と回答した人の89.7%はそのまま《良い》イメージを保っている。「10年以上前の足立区のイメージ」が《悪い》と回答した人でも、20.7%が《良い》に変化している。

図表3-38 現在の足立区のイメージ<10年以上前の足立区のイメージ別>



※ 表頭：足立区の印象【3区分】：現在の足立区のイメージ
 表側：足立区の印象【3区分】：10年以上前の足立区のイメージ

8 足立区の印象を持った理由

問10 問9でお答えいただいた足立区の印象についてお伺いします。下記の項目に関して最もそう思った理由について教えてください。

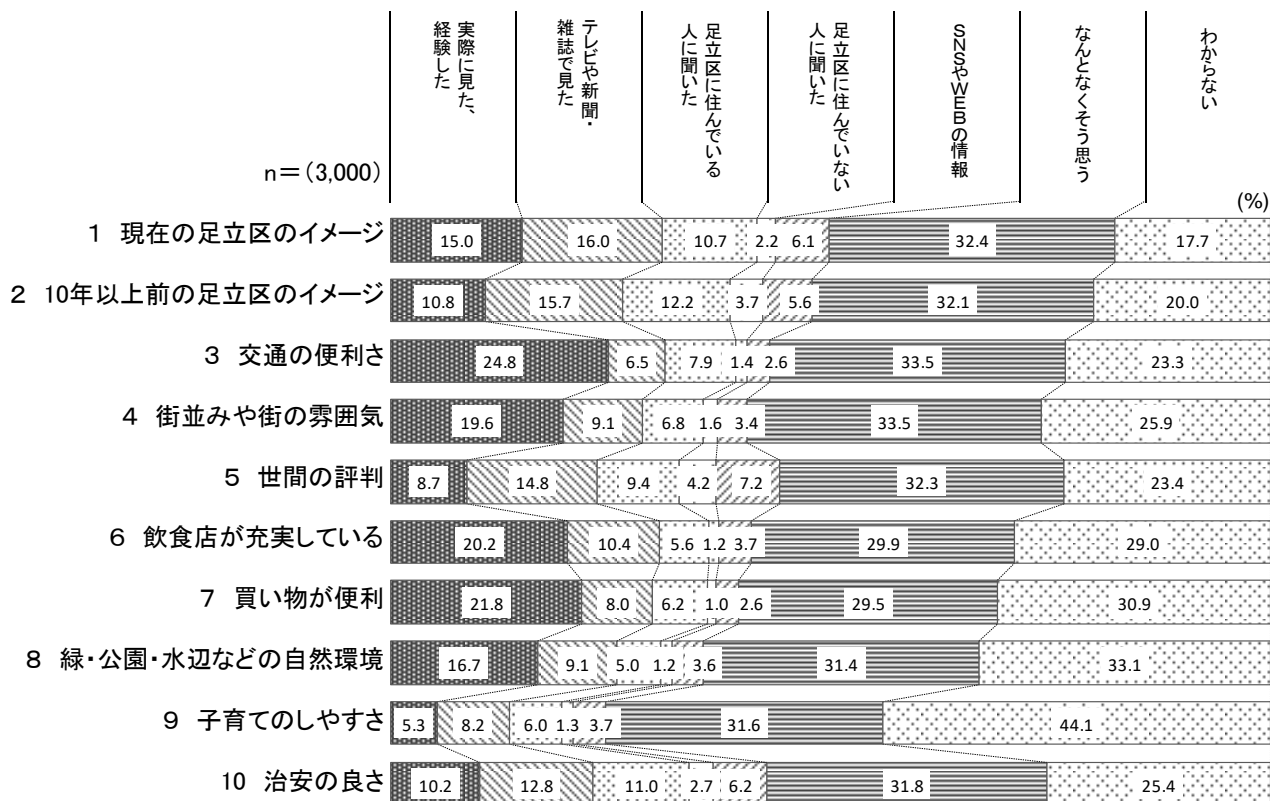
9つの項目それぞれに「良い」や「どちらかといえば良い」などの印象を持った理由で、最も割合が高いものを整理すると次のようになっている。令和6年度調査と比べても、大きな変動はみられない。

現在の足立区のイメージ……………	「なんとなくそう思う」	32.4%(30.6%)
10年以上前の足立区のイメージ……	「なんとなくそう思う」	32.1%(—)
交通の便利さ……………	「なんとなくそう思う」	33.5%(33.2%)
街並みや街の雰囲気……………	「なんとなくそう思う」	33.5%(32.9%)
世間の評判……………	「なんとなくそう思う」	32.3%(32.6%)
飲食店が充実している……………	「なんとなくそう思う」	29.9%(—)
買い物が便利……………	「わからない」	30.9%(30.8%)
緑・公園・水辺などの自然環境……	「わからない」	33.1%(33.3%)
子育てのしやすさ……………	「わからない」	44.1%(44.3%)
治安の良さ……………	「なんとなくそう思う」	31.8%(31.3%)

※ () 内は令和6年度調査結果

次ページの図表から全ての項目の印象は、「実際に見た、経験した」のような体験に由来しているというより、「なんとなくそう思う」や「わからない」といった推測的な判断により構成されていることがわかる。

図表 3-39 足立区の印象を持った理由



次に、問9と問10の関係性をみることにした。問9と問10は、次のような設問構造にあり、問10の回答状況が、問9の印象の判断に影響を与えたと仮定して、問10の回答状況別のクロス集計を行った。

図表3-40 問9と問10の設問構造の例示

項目	印象 (問9の選択肢)	印象を持った理由 (問10の選択肢)
現在の 足立区の イメージ	1 良い 2 どちらかといえば良い 3 どちらかといえば悪い 4 悪い 5 わからない	1 実際に見た、経験した 2 テレビや新聞・雑誌で見た 3 足立区に住んでいる人に聞いた 4 足立区に住んでいない人に聞いた 5 SNSやWEBの情報 6 なんとなくそう思う 7 わからない
10年以上 前の 足立区の イメージ	1 良い 2 どちらかといえば良い 3 どちらかといえば悪い 4 悪い 5 わからない	1 実際に見た、経験した 2 テレビや新聞・雑誌で見た 3 足立区に住んでいる人に聞いた 4 足立区に住んでいない人に聞いた 5 SNSやWEBの情報 6 なんとなくそう思う 7 わからない

結果をみると、「交通の便利さ」「街並みや街の雰囲気」「飲食店が充実している」「買い物が便利」「緑・公園・水辺などの自然環境」では、「実際に見た、経験した」と回答した人では、《良い》という判断は高くなっている。

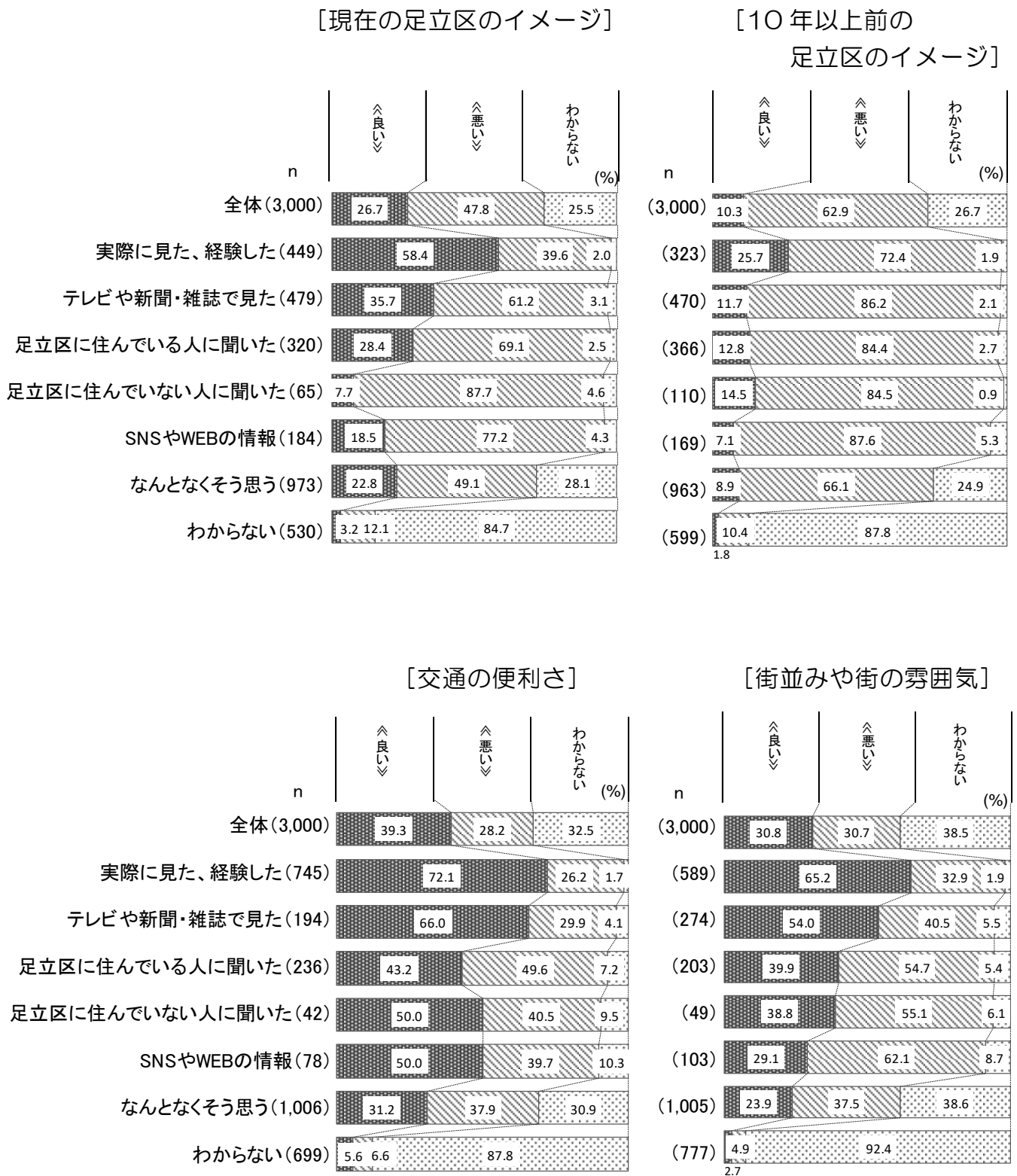
特に、「飲食店が充実している」「買い物が便利」「緑・公園・水辺などの自然環境」では、「実際に見た、経験した」と回答した人のそれぞれ85.7%、86.1%、82.8%が《良い》と判断している。

また、「飲食店が充実している」「買い物が便利」「緑・公園・水辺などの自然環境」では、「テレビや新聞・雑誌で見た」と回答した人も、それぞれ85.9%、81.3%、81.0%が《良い》と判断している。

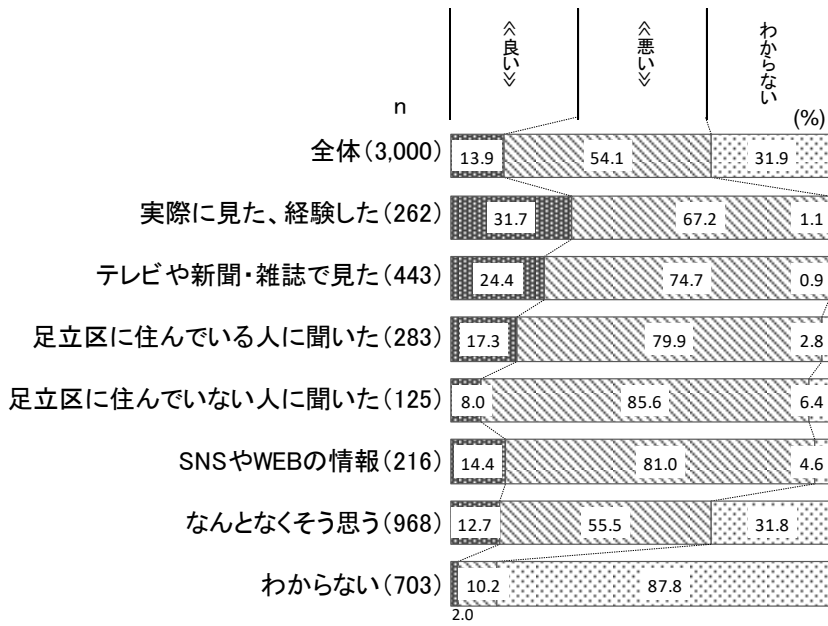
「現在の足立区のイメージ」については、「実際に見た、経験した」と回答した人では《良い》が58.4%、《悪い》が39.6%と、その差は18.8ポイントとなっている。

「子育てのしやすさ」では、「テレビや新聞・雑誌で見た」と回答した人の73.9%、「実際に見た、経験した」と回答した人の56.3%が《良い》と判断している。

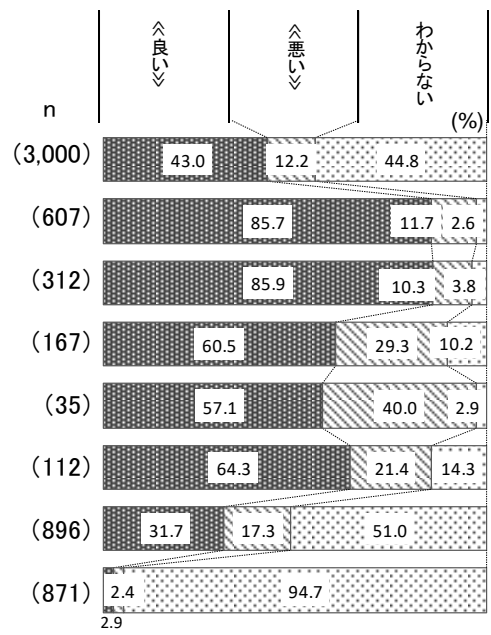
図表3-41 項目別の印象<印象を持った理由別>



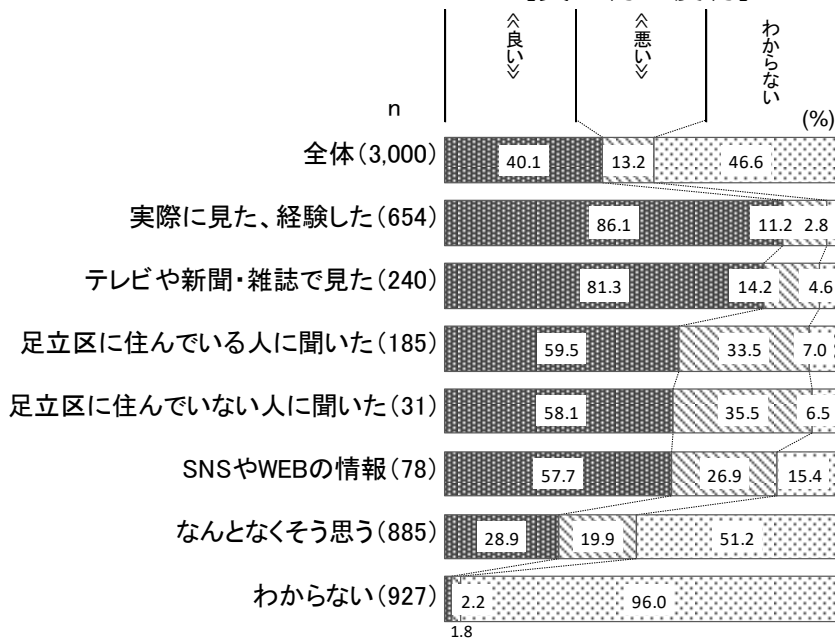
[世間の評判]



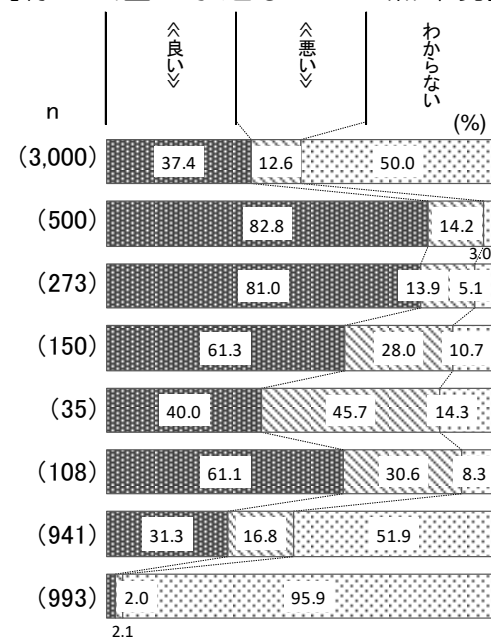
[飲食店が充実している]



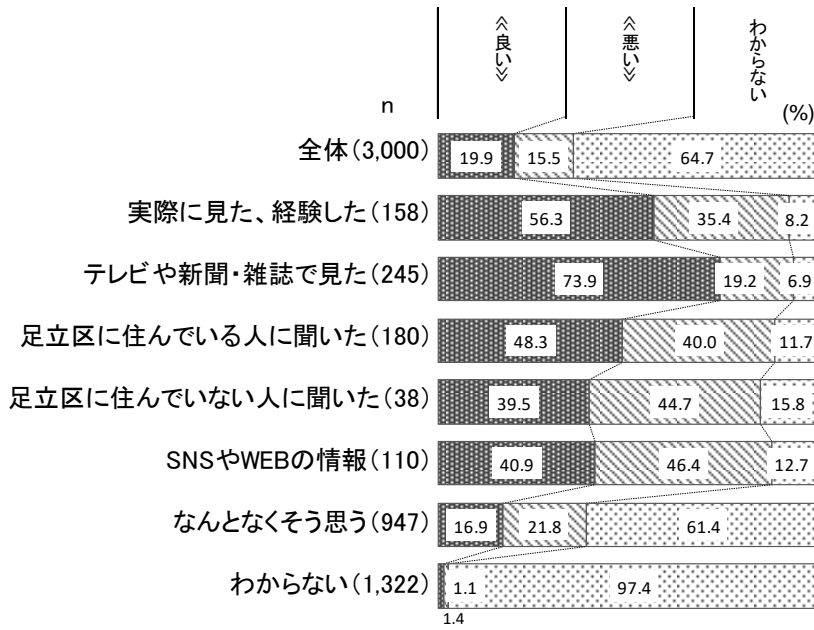
[買い物が便利]



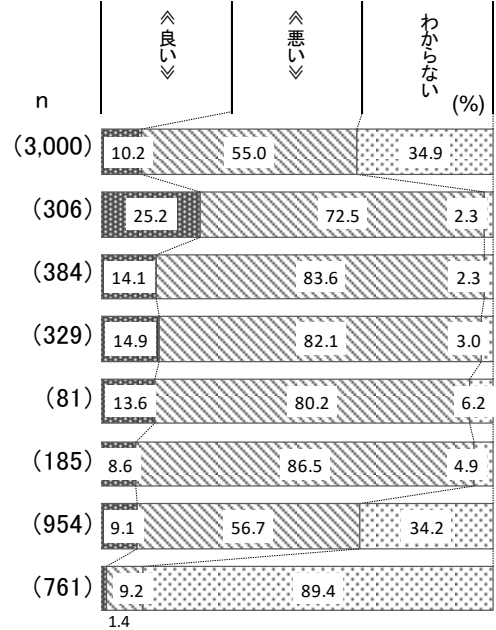
[緑・公園・水辺などの自然環境]



[子育てのしやすさ]



[治安の良さ]



足立区の印象を持った理由は「なんとなくそう思う」や「わからない」といった推測的なことをベースにしていることが多い。

ここでは、「なんとなくそう思う」や「わからない」に着目し、どのような年齢や居住地の層が回答しているかをみることにした。図表化に当たっては、年齢 × 足立区の印象《良い》・《悪い》 × 問10の回答状況であり、必要な部分を抜粋して掲載している。

表の見方は、「現在の足立区のイメージ」を例とすると、『「現在の足立区のイメージ」が《悪い》と回答した人の33.4%が「なんとなくそう思う」を理由としており、それらを年齢別でみると、60～69歳で45.1%と高くなっている』とみることができる。

「交通の便利さ」が《悪い》と回答した人の45.1%が「なんとなくそう思う」を理由としており、それらを年齢別でみると、60～69歳で52.4%と高くなっている。

「街並みや街の雰囲気」が《悪い》と回答した人の40.9%が「なんとなくそう思う」を理由としており、を年齢別でみると、60～69歳で55.5%、50～59歳で43.0%と高い。

「買い物が便利」が《悪い》と回答した人の44.3%が「なんとなくそう思う」を理由としており、それらを年齢別でみると、60～69歳で49.2%、18～29歳で44.1%と高くなっている。

「緑・公園・水辺などの自然環境」が《悪い》と回答した人の41.8%が「なんとなくそう思う」を理由としており、それらを年齢別でみると、60～69歳で48.0%、18～29歳で44.2%と高い。

「子育てのしやすさ」が《悪い》と回答した人の44.4%が「なんとなくそう思う」を理由としており、それらを年齢別でみると60～69歳で51.0%、18～29歳で50.0%と高い。

図表3-42 印象を持った理由が「なんとなくそう思う」や「わからない」の詳細
 <年齢別>

[現在の足立区のイメージ]							[10年以上前の足立区のイメージ]						
	《良い》			《悪い》				《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなくそう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなくそう思う	わからない		調査数 (n)	なんとなくそう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなくそう思う	わからない
全体	802	222	17	1,433	478	64	全体	310	86	11	1,888	637	62
	100.0	27.7	2.1	100.0	33.4	4.5		100.0	27.7	3.5	100.0	33.7	3.3
18-29歳	175	53	7	280	83	16	18-29歳	73	16	6	316	120	14
	100.0	30.3	4.0	100.0	29.6	5.7		100.0	21.9	8.2	100.0	38.0	4.4
30-39歳	151	37	3	322	87	15	30-39歳	55	9	2	392	124	13
	100.0	24.5	2.0	100.0	27.0	4.7		100.0	16.4	3.6	100.0	31.6	3.3
40-49歳	128	27	3	325	108	18	40-49歳	55	10	2	395	111	15
	100.0	21.1	2.3	100.0	33.2	5.5		100.0	18.2	3.6	100.0	28.1	3.8
50-59歳	159	45	1	282	99	5	50-59歳	58	22	1	403	127	7
	100.0	28.3	0.6	100.0	35.1	1.8		100.0	37.9	1.7	100.0	31.5	1.7
60-69歳	189	60	3	224	101	10	60-69歳	69	29	0	382	155	13
	100.0	31.7	1.6	100.0	45.1	4.5		100.0	42.0	0.0	100.0	40.6	3.4

[交通の便利さ]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	1,180 100.0	314 26.6	39 3.3	845 100.0	381 45.1	46 5.4
18-29歳	261 100.0	70 26.8	15 5.7	133 100.0	61 45.9	8 6.0
30-39歳	235 100.0	68 28.9	6 2.6	172 100.0	74 43.0	11 6.4
40-49歳	218 100.0	48 22.0	12 5.5	186 100.0	82 44.1	14 7.5
50-59歳	223 100.0	62 27.8	3 1.3	188 100.0	77 41.0	7 3.7
60-69歳	243 100.0	66 27.2	3 1.2	166 100.0	87 52.4	6 3.6

[街並みや街の雰囲気]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	923 100.0	240 26.0	21 2.3	922 100.0	377 40.9	38 4.1
18-29歳	207 100.0	56 27.1	9 4.3	186 100.0	73 39.2	11 5.9
30-39歳	177 100.0	40 22.6	0 0.0	212 100.0	73 34.4	10 4.7
40-49歳	160 100.0	35 21.9	5 3.1	206 100.0	76 36.9	9 4.4
50-59歳	185 100.0	58 31.4	4 2.2	172 100.0	74 43.0	6 3.5
60-69歳	194 100.0	51 26.3	3 1.5	146 100.0	81 55.5	2 1.4

[世間の評判]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	418 100.0	123 29.4	14 3.3	1,624 100.0	537 33.1	72 4.4
18-29歳	108 100.0	34 31.5	8 7.4	302 100.0	88 29.1	16 5.3
30-39歳	81 100.0	21 25.9	1 1.2	364 100.0	107 29.4	18 4.9
40-49歳	74 100.0	21 28.4	2 2.7	348 100.0	117 33.6	10 2.9
50-59歳	71 100.0	22 31.0	2 2.8	341 100.0	116 34.0	17 5.0
60-69歳	84 100.0	25 29.8	1 1.2	269 100.0	109 40.5	11 4.1

[飲食店が充実している]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	1,290 100.0	284 22.0	25 1.9	366 100.0	155 42.3	21 5.7
18-29歳	275 100.0	69 25.1	9 3.3	87 100.0	39 44.8	11 12.6
30-39歳	260 100.0	61 23.5	5 1.9	89 100.0	35 39.3	5 5.6
40-49歳	254 100.0	55 21.7	3 1.2	76 100.0	33 43.4	4 5.3
50-59歳	253 100.0	46 18.2	2 0.8	60 100.0	23 38.3	0 0.0
60-69歳	248 100.0	53 21.4	6 2.4	54 100.0	25 46.3	1 1.9

[買い物が便利]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	1,204 100.0	256 21.3	17 1.4	397 100.0	176 44.3	20 5.0
18-29歳	250 100.0	67 26.8	6 2.4	102 100.0	45 44.1	10 9.8
30-39歳	241 100.0	43 17.8	4 1.7	94 100.0	41 43.6	5 5.3
40-49歳	240 100.0	47 19.6	3 1.3	79 100.0	36 45.6	4 5.1
50-59歳	229 100.0	45 19.7	1 0.4	63 100.0	25 39.7	0 0.0
60-69歳	244 100.0	54 22.1	3 1.2	59 100.0	29 49.2	1 1.7

[緑・公園・水辺などの自然環境]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	1,123 100.0	295 26.3	21 1.9	378 100.0	158 41.8	20 5.3
18-29歳	222 100.0	61 27.5	7 3.2	104 100.0	46 44.2	7 6.7
30-39歳	203 100.0	46 22.7	3 1.5	100 100.0	38 38.0	3 3.0
40-49歳	221 100.0	60 27.1	2 0.9	75 100.0	32 42.7	5 6.7
50-59歳	235 100.0	60 25.5	6 2.6	49 100.0	18 36.7	2 4.1
60-69歳	242 100.0	68 28.1	3 1.2	50 100.0	24 48.0	3 6.0

[子育てのしやすさ]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	596 100.0	160 26.8	19 3.2	464 100.0	206 44.4	15 3.2
18-29歳	146 100.0	45 30.8	5 3.4	118 100.0	59 50.0	8 6.8
30-39歳	109 100.0	28 25.7	3 2.8	129 100.0	55 42.6	2 1.6
40-49歳	107 100.0	25 23.4	2 1.9	102 100.0	41 40.2	5 4.9
50-59歳	111 100.0	29 26.1	4 3.6	64 100.0	25 39.1	0 0.0
60-69歳	123 100.0	33 26.8	5 4.1	51 100.0	26 51.0	0 0.0

[治安の良さ]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	305 100.0	87 28.5	11 3.6	1,649 100.0	541 32.8	70 4.2
18-29歳	107 100.0	30 28.0	3 2.8	308 100.0	105 34.1	18 5.8
30-39歳	69 100.0	18 26.1	4 5.8	350 100.0	106 30.3	17 4.9
40-49歳	43 100.0	12 27.9	0 0.0	364 100.0	109 29.9	13 3.6
50-59歳	46 100.0	12 26.1	3 6.5	339 100.0	103 30.4	15 4.4
60-69歳	40 100.0	15 37.5	1 2.5	288 100.0	118 41.0	7 2.4

各項目の《良い》・《悪い》の全体の数値は年齢別と変わらないことから、居住地別でも「交通の便利さ」、「街並みや街の雰囲気」、「買い物が便利」、「緑・公園・水辺などの自然環境」、「子育てのしやすさ」を分析した。

「交通の便利さ」が《悪い》と回答した人の45.1%が「なんとなくそう思う」を理由としており、居住地別でみると、埼玉県で49.5%、東京都23区中央部で48.8%と高くなっている。

「街並みや街の雰囲気」が《悪い》と回答した人の40.9%が「なんとなくそう思う」を理由としており、居住地別でみると、東京都23区西部で47.6%と高くなっている。

「買い物が便利」が《悪い》と回答した人の44.3%が「なんとなくそう思う」を理由としており、居住地別でみると、千葉県・茨城県で52.4%と高くなっている。

「緑・公園・水辺などの自然環境」が《悪い》と回答した人の41.8%が「なんとなくそう思う」を理由としており、居住地別でみると、東京都23区西部で46.8%、千葉県・茨城県で44.8%と高くなっている。

「子育てのしやすさ」が《悪い》と回答した人の44.4%が「なんとなくそう思う」を理由としており、居住地別でみると、千葉県・茨城県で52.1%と高くなっている。

図表3-43 印象を持った理由が「なんとなくそう思う」や「わからない」の詳細
 <居住地別>

[現在の足立区のイメージ]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなくそう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなくそう思う	わからない
全体	802	222	17	1,433	478	64
	100.0	27.7	2.1	100.0	33.4	4.5
東京都23区東部	149	33	4	322	107	17
	100.0	22.1	2.7	100.0	33.2	5.3
東京都23区中央部	143	35	4	318	110	7
	100.0	24.5	2.8	100.0	34.6	2.2
東京都23区西部	90	23	1	342	124	15
	100.0	25.6	1.1	100.0	36.3	4.4
埼玉県	209	62	4	252	74	12
	100.0	29.7	1.9	100.0	29.4	4.8
千葉県・茨城県	211	69	4	199	63	13
	100.0	32.7	1.9	100.0	31.7	6.5

[10年以上前の足立区のイメージ]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなくそう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなくそう思う	わからない
全体	310	86	11	1,888	637	62
	100.0	27.7	3.5	100.0	33.7	3.3
東京都23区東部	61	13	4	408	121	17
	100.0	21.3	6.6	100.0	29.7	4.2
東京都23区中央部	51	13	1	417	154	8
	100.0	25.5	2.0	100.0	36.9	1.9
東京都23区西部	39	13	0	405	154	14
	100.0	33.3	0.0	100.0	38.0	3.5
埼玉県	84	25	2	351	107	10
	100.0	29.8	2.4	100.0	30.5	2.8
千葉県・茨城県	75	22	4	307	101	13
	100.0	29.3	5.3	100.0	32.9	4.2

[交通の便利さ]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	1,180 100.0	314 26.6	39 3.3	845 100.0	381 45.1	46 5.4
東京都23区東部	205 100.0	58 28.3	8 3.9	210 100.0	87 41.4	7 3.3
東京都23区中央部	155 100.0	40 25.8	6 3.9	252 100.0	123 48.8	10 4.0
東京都23区西部	130 100.0	43 33.1	1 0.8	209 100.0	96 45.9	13 6.2
埼玉県	368 100.0	86 23.4	13 3.5	93 100.0	46 49.5	7 7.5
千葉県・茨城県	322 100.0	87 27.0	11 3.4	81 100.0	29 35.8	9 11.1

[街並みや街の雰囲気]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	923 100.0	240 26.0	21 2.3	922 100.0	377 40.9	38 4.1
東京都23区東部	179 100.0	38 21.2	5 2.8	194 100.0	82 42.3	10 5.2
東京都23区中央部	152 100.0	39 25.7	5 3.3	212 100.0	83 39.2	8 3.8
東京都23区西部	113 100.0	33 29.2	2 1.8	227 100.0	108 47.6	7 3.1
埼玉県	251 100.0	70 27.9	2 0.8	154 100.0	49 31.8	8 5.2
千葉県・茨城県	228 100.0	60 26.3	7 3.1	135 100.0	55 40.7	5 3.7

[世間の評判]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	418 100.0	123 29.4	14 3.3	1,624 100.0	537 33.1	72 4.4
東京都23区東部	76 100.0	21 27.6	5 6.6	362 100.0	131 36.2	13 3.6
東京都23区中央部	71 100.0	17 23.9	1 1.4	357 100.0	117 32.8	17 4.8
東京都23区西部	54 100.0	14 25.9	1 1.9	333 100.0	116 34.8	21 6.3
埼玉県	106 100.0	29 27.4	3 2.8	319 100.0	96 30.1	13 4.1
千葉県・茨城県	111 100.0	42 37.8	4 3.6	253 100.0	77 30.4	8 3.2

[飲食店が充実している]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	1,290 100.0	284 22.0	25 1.9	366 100.0	155 42.3	21 5.7
東京都23区東部	240 100.0	50 20.8	4 1.7	87 100.0	30 34.5	5 5.7
東京都23区中央部	222 100.0	51 23.0	7 3.2	94 100.0	39 41.5	4 4.3
東京都23区西部	192 100.0	53 27.6	6 3.1	81 100.0	41 50.6	3 3.7
埼玉県	328 100.0	71 21.6	2 0.6	65 100.0	25 38.5	6 9.2
千葉県・茨城県	308 100.0	59 19.2	6 1.9	39 100.0	20 51.3	3 7.7

[買い物が便利]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	1,204 100.0	256 21.3	17 1.4	397 100.0	176 44.3	20 5.0
東京都23区東部	233 100.0	50 21.5	5 2.1	86 100.0	36 41.9	3 3.5
東京都23区中央部	194 100.0	42 21.6	2 1.0	105 100.0	42 40.0	7 6.7
東京都23区西部	153 100.0	41 26.8	2 1.3	101 100.0	48 47.5	4 4.0
埼玉県	327 100.0	60 18.3	4 1.2	63 100.0	28 44.4	3 4.8
千葉県・茨城県	297 100.0	63 21.2	4 1.3	42 100.0	22 52.4	3 7.1

[緑・公園・水辺などの自然環境]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	1,123 100.0	295 26.3	21 1.9	378 100.0	158 41.8	20 5.3
東京都23区東部	242 100.0	56 23.1	6 2.5	75 100.0	33 44.0	3 4.0
東京都23区中央部	242 100.0	72 29.8	3 1.2	76 100.0	24 31.6	5 6.6
東京都23区西部	184 100.0	58 31.5	5 2.7	77 100.0	36 46.8	3 3.9
埼玉県	235 100.0	48 20.4	3 1.3	83 100.0	35 42.2	7 8.4
千葉県・茨城県	220 100.0	61 27.7	4 1.8	67 100.0	30 44.8	2 3.0

[子育てのしやすさ]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	596 100.0	160 26.8	19 3.2	464 100.0	206 44.4	15 3.2
東京都23区東部	136 100.0	36 26.5	4 2.9	99 100.0	47 47.5	1 1.0
東京都23区中央部	126 100.0	37 29.4	5 4.0	113 100.0	47 41.6	4 3.5
東京都23区西部	93 100.0	24 25.8	3 3.2	103 100.0	46 44.7	2 1.9
埼玉県	125 100.0	30 24.0	2 1.6	76 100.0	28 36.8	5 6.6
千葉県・茨城県	116 100.0	33 28.4	5 4.3	73 100.0	38 52.1	3 4.1

[治安の良さ]

	《良い》			《悪い》		
	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない	調査数 (n)	なんとなく そう思う	わからない
全体	305 100.0	87 28.5	11 3.6	1,649 100.0	541 32.8	70 4.2
東京都23区東部	65 100.0	20 30.8	2 3.1	347 100.0	112 32.3	11 3.2
東京都23区中央部	61 100.0	15 24.6	1 1.6	360 100.0	118 32.8	11 3.1
東京都23区西部	40 100.0	15 37.5	0 0.0	353 100.0	116 32.9	20 5.7
埼玉県	68 100.0	15 22.1	2 2.9	323 100.0	106 32.8	15 4.6
千葉県・茨城県	71 100.0	22 31.0	6 8.5	266 100.0	89 33.5	13 4.9

9 足立区の印象を持った具体的な理由（自由回答）

問 11 「現在の足立区のイメージ」で「そう思った理由」を具体的にご記入ください。

「現在の足立区のイメージ」については、問9ではその印象《良い》《悪い》を、問10では印象を持った理由を、そして、問11では、そう思った具体的な事例を自由記述として聴取した。

回答者の自由記述を次の11項目に大きく分類した。一つの自由記述の内容が複数にあたる場合は、複数回答としてあてはまる項目に分類を行った。

《良い》と回答した人の理由としては、「もともと持っているイメージ」35.8%、「生活環境関連」が27.2%、《悪い》と回答した人の理由は、「治安関係」が29.3%、「住民関連」が25.3%、「各種情報源」25.1%と他の回答と比べ多くなっている。

《わからない》と回答した人の理由は、「イメージがない・わからない」が68.5%を占め、最も多くなっている。

図表3-44 現在の足立区のイメージ：そう思った理由（大分類）

	調査数 (n)	上段:人 下段:%										
		もともと持っているイメージ	イメージがない・わからない	各種情報源	治安関連	住民関連	インフラ関連	生活環境関連	街並み関連	区政関連	その他	特になし
全体	3000 100.0	711 23.7	634 21.1	527 17.6	480 16.0	391 13.0	111 3.7	269 9.0	280 9.3	170 5.7	22 0.7	483 16.1
良い	802 100.0	287 35.8	40 5.0	143 17.8	45 5.6	26 3.2	72 9.0	218 27.2	146 18.2	121 15.1	9 1.1	142 17.7
悪い	1433 100.0	347 24.2	70 4.9	359 25.1	420 29.3	362 25.3	27 1.9	38 2.7	105 7.3	38 2.7	9 0.6	216 15.1
わからない	765 100.0	77 10.1	524 68.5	25 3.3	15 2.0	3 0.4	12 1.6	13 1.7	29 3.8	11 1.4	4 0.5	125 16.3

※大分類のもととなった項目

- ・もともと持っているイメージ=イメージ/好き・悪い印象がない/昔からのイメージ/なんとなく
- ・イメージがない・わからない=知らない・わからない・覚えていない/興味がない・イメージがない・考えたことがない/行ったことがない・住んだことがない
- ・各種情報源=人づて/テレビ番組・タレント/SNS・雑誌など
- ・治安関係=治安
- ・住民関連=印象が悪い/印象が良い/外国人/低所得・貧困・低学力/交通マナー
- ・インフラ関係=交通関係/道路/災害に対する不安/住宅密集
- ・生活環境関連=買い物/飲食店・商業施設・商店街/物価・家賃・土地が安い/住みやすい・住みやすそう/広い/自然・公園/子育て
- ・街並み関連=下町/活気がある・綺麗/汚い・暗い・ごちゃごちゃ/その他の街のイメージ/足立区の地理的印象/他区・居住地との比較
- ・区政関連=北千住に対する評価/綾瀬/西新井/舎人ライナー・舎人公園/大学・学生の増加/区政（区長の評判・施策）・職員等
- ・その他
- ・特になし

■自由記述抜粋■

《良い》と回答した具体的な理由

【もともと持っているイメージ/イメージがない・わからない】

- ・ 物価が安いイメージで子育てにはよい環境だと感じます。北千住や綾瀬など商業施設も充実してきて良くなってきていると感じます。（東京都 23 区東部/女性/40-49 歳）
- ・ 評価の高い飲食店が多い。家族で暮らしている方が多くすみやすそう。（東京都 23 区東部/女性/30-39 歳）
- ・ 個人経営の魅力的な飲食店があり、足を運びたくなるから。（東京都 23 区中央部/男性/18-29 歳）
- ・ 学習塾の支援など教育に力を入れている印象。（千葉県・茨城県/男性/18-29 歳）
- ・ 昔は治安がよくないイメージだが、公園や自然も多く子育てに熱心なイメージがある。（東京都 23 区中央部/女性/40-49 歳）
- ・ 「東京電機大学」や「シアター1010」などの再開発によって明るくにぎやかな街に変わっており、良い印象を持ちました。また SNS で「あだち区民まつり」や花火大会の様子を見かけ、地域の活気が伝わり、足立区のイメージが良くなりました。（千葉県・茨城県/男性/18-29 歳）
- ・ 東京都内だが、庶民的なイメージがあるので、地域の繋がりなどが健在な気がするから。（千葉県・茨城県/女性/40-49 歳）
- ・ とても便利な立地でありながら、下町の情緒を残す都会と田舎の良さが合わさったような街だから。（埼玉県/女性/50-59 歳）
- ・ 数年前に住んでいて、非常に良い街だったから。（東京都 23 区中央部/男性/18-29 歳）

【各種情報源】

- ・ 足立区を紹介するグルメ番組を見て好印象を持ちました。（東京都 23 区東部/男性/60-69 歳）
- ・ 地下鉄の広告で公園の案内を見た。（東京都 23 区中央部/男性/60-69 歳）
- ・ 都内の中では家賃が安く、物価も安いので暮らしやすいという事をテレビの情報番組で見た。（東京都 23 区中央部/女性/60-69 歳）
- ・ 情報番組で子育てのしやすさをみた。（東京都 23 区西部/女性/50-59 歳）
- ・ ユーチューブにて千原ジュニアさんが北千住を紹介していた動画を見ました。（東京都 23 区中央部/女性/30-39 歳）
- ・ 北千住駅周辺の大学のキャンパスやその周辺住民との交流などの番組を以前見た。（千葉県・茨城県/女性/60-69 歳）
- ・ YouTube で足立区の事を放送していたので、見ると賑やかな所だった。（東京都 23 区東部/男性/50-59 歳）
- ・ テレビで住みたい街ランキングに載っていた。（千葉県・茨城県/女性/40-49 歳）
- ・ つくばエクスプレス沿線在住のため、北千住駅は商業施設と商店街があり買い物に便利。歴史散歩の雑誌で見た史跡や銭湯のほか、バラエティ番組で知らない飲食店

を多数紹介していて散策が楽しい。（千葉県・茨城県/女性/40-49 歳）

- ・ 交通の便が良い。小学校の給食が凄く美味しいとテレビでやっていた。（千葉県・茨城県/男性/50-59 歳）
- ・ 家族や友人でよく楽しい話題に挙がる場所だから。（埼玉県/女性/18-29 歳）
- ・ 最近の各テレビの街ブラロケ番組を観て街の雰囲気や整備された公園が以前より明るくて良い印象でした。（埼玉県/女性/50-59 歳）
- ・ 都営地下鉄の広告で色々見て充実してそう思ったから。（東京都 23 区中央部/男性/18-29 歳）

【治安関係】

- ・ 街が発展して治安が良くなったと感じるから。（千葉県・茨城県/男性/18-29 歳）
- ・ 駅の近くに飲食店が多く便利。北千住は大学や小学校、塾などがあり、治安が良い。バラエティ番組や情報番組でもよく紹介されており、古くからある店や最近新しくできた店など色々あるので楽しめる。（埼玉県/女性/18-29 歳）
- ・ 昔より治安もよくなったし、大学も増えた。（東京都 23 区東部/男性/40-49 歳）
- ・ 街が良い方向に整備されて、かつ治安も良くなった感がある。（埼玉県/男性/50-59 歳）
- ・ スポーツをしに行ったり、飲食をした経験、さらには実際に住んでいる知人の話から最近治安が良くなっていると思う。（東京都 23 区東部/男性/50-59 歳）
- ・ X の色々な投稿を読んで、昔よりは治安が良くなったのかな、と思った。（東京都 23 区東部/女性/40-49 歳）
- ・ ネット掲示板で前より治安が良くなったと書かれていたのを見たから。（埼玉県/女性/30-39 歳）

【住民関係】

- ・ 物価も安く子育てしやすく、人情味のあり、東京の下町のようなところで暮らしやすいイメージがあります。（東京都 23 区東部/女性/60-69 歳）
- ・ 街の雰囲気が良くて、地元の商店街の人も気さくな人柄でイメージが良かったから。（東京都 23 区中央部/女性/50-59 歳）
- ・ 街が綺麗、住人が明るい。（東京都 23 区東部/女性/30-39 歳）
- ・ みんなが優しい。（東京都 23 区東部/男性/18-29 歳）
- ・ 地域の人たちが親切で、親しみやすい。（埼玉県/男性/60-69 歳）

【インフラ関係】

- ・ お店が多く交通網も発達しているので。（東京都 23 区東部/男性/18-29 歳）
- ・ 隣接県である埼玉県などへのアクセスが良いので。買い物やお出掛けなどの活動範囲が広いと思ったので。（埼玉県/女性/30-39 歳）
- ・ 飲食店が充実しているし、ターミナル駅として買い物、交通が便利（ただし北千住しか知らない）。（千葉県・茨城県/女性/60-69 歳）
- ・ 物件価格が安く安定しており、車社会で国道や首都高速もあり便利だと思うから。

（東京都 23 区中央部/男性/18-29 歳）

- ・ 北千住駅の電車の乗り入れなどが多いから。（東京都 23 区西部/男性/30-39 歳）
- ・ 繁華街ではない所は道路も広くて安全だと思うから。（東京都 23 区東部/女性/60-69 歳）

【生活環境関連】

- ・ 舎人公園など安価に遊べる施設がある。（東京都 23 区東部/女性/30-39 歳）
- ・ 再開発（北千住駅周辺にキャンパスを設置した大学が多い）や、新しい商業施設（ららテラス北綾瀬など）の整備が多いから。（東京都 23 区中央部/男性/40-49 歳）
- ・ 大きな公園が複数あり、西新井大師など有名なお寺があり、ゆったりとした時間が流れている感じがするから。（東京都 23 区西部/女性/50-59 歳）
- ・ 都心部だが家賃は安い。（東京都 23 区中央部/男性/50-59 歳）
- ・ 公園や住宅街が整備されていて、落ち着きがある雰囲気だから。（東京都 23 区中央部/男性/18-29 歳）
- ・ 自然や、森が多く都会の中のオアシス的な感じがするので。（東京都 23 区中央部/男性/30-39 歳）
- ・ 物価が安くて、気軽に入れる飲食店が多いから。（東京都 23 区西部/男性/60-69 歳）
- ・ 食料品が安く買えるスーパーが充実しているので住みやすい地域だと思いました。（埼玉県/男性/40-49 歳）
- ・ 足立区は東京都の中でもかなりの子育て優遇地帯と聞いています。子育ての手当が厚いと言っていました。足立区には公園も多くあり、子供が楽しく遊べる場所も多い。（埼玉県/女性/30-39 歳）
- ・ 都市農業公園や舎人公園は子供を連れて良く行った。物価は安く、安くておいしい店も知っている。（東京都 23 区東部/男性/60-69 歳）
- ・ お気に入りのスポットがある。古き良き飲食店がある。西新井大師へお参りに行く機会が増えた。（東京都 23 区中央部/女性/50-59 歳）
- ・ 河川のそばを散歩できたり、春は桜がきれいなのを見たりしたから。（千葉県・茨城県/女性/60-69 歳）
- ・ 竹ノ塚周辺ではオシャレな個人経営の店が多く、西新井まで行けば映画館やモールもある。北千住まで出ればどこへでもアクセスできて、足立区内で暮らしが完結する。（埼玉県/女性/30-39 歳）

【街並み関連】

- ・ 新しいマンションやスーパーが多く、舎人公園がきれい。（東京都 23 区東部/男性/60-69 歳）
- ・ 下町の良いところが残りつつ、マンションなどが沢山作られ、それにあわせておしゃれなお店も増えている。（東京都 23 区東部/女性/50-59 歳）
- ・ 公園が常に綺麗で安心してすごせる。（千葉県・茨城県/女性/40-49 歳）
- ・ 北千住など日光街道沿いには古い風情も有るから。（東京都 23 区中央部/男性/60-69 歳）

- 大学ができて、街が活性化された印象がある。（東京都 23 区西部/男性/30-39 歳）
- 西新井駅を工事していて新しい街並みに成長しているイメージ。（埼玉県/女性/18-29 歳）
- 賑やかで活気がある。（千葉県・茨城県/女性/30-39 歳）
- 通勤や買い物で訪れた際に雰囲気が良いと思ったから。（埼玉県/女性/18-29 歳）
- 北千住はつくばと東京や埼玉、千葉の友達との中間地点で訪れる事が多い。先日友達数人と銭湯巡りをし、駅前の便利な雰囲気と違う地元の雰囲気に触れ、昭和を感じ懐かしくなった。地元の常連さんに気さくに話しかけてもらえ、いい印象を持ち、また行きたいと思った。（千葉県・茨城県/女性/50-59 歳）
- 旧日光街道を散策し雰囲気が良かった。（東京都 23 区東部/男性/60-69 歳）
- 馴染みの薄い地域ですが、行ってみると古き日本の原風景に何だか懐かしい味わいがあるし実は親しみやすい空気感を感じました。（東京都 23 区中央部/男性/60-69 歳）
- 前よりも町並みが良くなったから。（東京都 23 区中央部/男性/18-29 歳）
- 数年おきに新井薬師に伺う機会があり、街並みがのんびりしていて好印象でした。また、舎人公園に遊びに行った時も道が広く緑が豊かで印象が良かったです。（東京都 23 区中央部/女性/40-49 歳）
- つくばエクスプレスや舎人ライナーなど、少しおしゃれになりつつあるなど感じる。（千葉県・茨城県/男性/50-59 歳）

【区政関連】

- スポーツ施設や大きな公園など福祉もよいから。（埼玉県/女性/50-59 歳）
- 子育て支援や大きな病院の誘致、治安対策など、他の区よりも踏み込んだ取り組みを置かない一定の成果が出ていると思えるから。（東京都 23 区西部/女性/30-39 歳）
- 区長や区議の発信。（東京都 23 区中央部/男性/18-29 歳）
- 大学を誘致するなど教育に力を入れている。学校給食が美味しいと情報があったと思う。（千葉県・茨城県/女性/50-59 歳）
- 行政の取り組みをニュースでみて、いろいろとチャレンジしていると思った。（埼玉県/女性/60-69 歳）
- 利便性が良い上に、行政からのサポートもしっかりしているため、実際に住んでいる友人から良い情報ばかりを聞いている。そのため、良いイメージがあります。（東京都 23 区東部/男性/30-39 歳）
- 千住スタンプラリーに参加して名勝名店を実際にまわって感じたから。（東京都 23 区中央部/男性/40-49 歳）

《悪い》と回答した具体的な理由

【もともと持っているイメージ/イメージがない・わからない】

- ・ 狭い道が多く生活に不便そう。家人から治安の悪さを聞いていたので悪いイメージが払拭できない。（東京都 23 区東部/女性/50-59 歳）
- ・ 北千住駅付近は明るいイメージがあり、住んでいたことがあるので好きだし住みやすかった。北千住駅からはなれると雰囲気が悪いので、他のエリアも悪いと思う。（東京都 23 区中央部/女性/40-49 歳）
- ・ 夜で歩くには怖い、治安が悪い印象が、大きい。（千葉県・茨城県/女性/18-29 歳）
- ・ 元々地味な印象しかなかったが、接点がないのでよいイメージを持つきっかけがない。（東京都 23 区中央部/男性/60-69 歳）

【各種情報源】

- ・ バラエティ番組で足立区が取り上げられた際、悪いイメージがあると街頭インタビューで話していたのを見たから。（東京都 23 区東部/女性/18-29 歳）
- ・ 引っ越すためにネットで治安状況を見ると「悪い」としかでてこない。（東京都 23 区東部/女性/30-39 歳）
- ・ SNS(主に X など)でよく住民が足立区の治安の悪さを語っているので。（東京都 23 区東部/女性/18-29 歳）
- ・ 足立区出身の著名人のエピソードが治安が悪い。（東京都 23 区西部/女性/30-39 歳）
- ・ 良いニュースは全く聞かないから。（東京都 23 区中央部/女性/50-59 歳）
- ・ 実家が足立区にあるので、親から良くないと聞いた。（東京都 23 区東部/女性/50-59 歳）

【治安関係】

- ・ 治安がいいという話を聞かないから。（東京都 23 区西部/女性/18-29 歳）
- ・ 治安が悪いし、道も汚い場所が所々あるから。（東京都 23 区東部/男性/40-49 歳）
- ・ 住民からの治安の悪さの話を聞いて感じた。（埼玉県/女性/40-49 歳）
- ・ 昔住んでいたことがあった経験があるから。（東京都 23 区東部/女性/30-39 歳）

【住民関係】

- ・ 自転車や車のマナーがすごく悪い。（埼玉県/女性/18-29 歳）
- ・ 放置自転車やポイ捨てが多い。（東京都 23 区東部/男性/18-29 歳）

【インフラ関係】

- ・ 住宅が密集しているので災害の時に被害を受けやすい。（東京都 23 区中央部/女性/40-49 歳）
- ・ 千住周辺の駅前に、ゴミが多い印象があります。大きい川がある為、水害リスクもあるのではと思っています。（東京都 23 区西部/男性/30-39 歳）
- ・ 広い割には鉄道網が貧弱すぎる。（東京都 23 区東部/男性/60-69 歳）
- ・ 交通の利便性が充実していないのが挙げられます。特に区内の舎人から鹿浜エリア

に関しては幹線道路こそ充実はしていますが、都心方面へのアクセスも悪く、近くにメジャーな鉄道が近くにないことが多々あります。（東京都23区中央部/男性/40-49歳）

- ・ 夜街灯が少ないため暗く、利便性も悪いため。（東京都23区中央部/女性/18-29歳）
- ・ ごみごみしていて、道路が狭い。（埼玉県/女性/60-69歳）
- ・ 足立区は交通の便が不便なところが多いのと、水害に弱いエリアが多いため。（東京都23区東部/男性/40-49歳）

【生活環境関連】

- ・ 23区の中でも家賃が低く、色々な人が住んでいるイメージ。（東京都23区西部/女性/30-39歳）
- ・ 街並みが、ごちゃごちゃしている印象。緑のイメージがない。買い物もわざわざ足立区にいこうという施設がなさそう。（埼玉県/女性/30-39歳）
- ・ 道が狭い、渋滞、交通の便が悪い、土地物価が高い。（千葉県・茨城県/男性/30-39歳）

【街並み関連】

- ・ 昭和なイメージがあり古い街並みや飲み屋さんが多い感じ。（千葉県・茨城県/女性/60-69歳）
- ・ 北千住駅の周辺以外、街路灯などが少ないように感じて暗い印象が強いため。（千葉県・茨城県/女性/30-39歳）
- ・ 小道などに入ると薄暗いところもあり、古い昭和の雰囲気もあり、そういうところを見ると悪いイメージになる。（千葉県・茨城県/女性/40-49歳）
- ・ 再開発が進んでいるが、雑然として落ち着きがなさそうな印象だったから。（東京都23区西部/男性/30-39歳）
- ・ 大学が、東武線の沿線にあり、足立区を通過していきます。車窓から見る限り、ごちゃごちゃしているし、いわゆる下町で、あまり魅力的には思えませんでした。（千葉県・茨城県/男性/60-69歳）

《わからない》と回答した具体的な理由

【もともと持っているイメージ/イメージがない・わからない】

- ・ 駅近くの繁華街昔のまま、駅前だけ再開発して、郊外の大きな通りから路地へ入れば、昭和を感じる。（東京都 23 区東部/男性/60-69 歳）
- ・ 以前は治安の悪い噂が一人歩きしていましたが最近は何も聞かなくなりつつあります。（千葉県・茨城県/女性/30-39 歳）
- ・ 外から見ただけでは判断できない。評判などではあまり良い印象を受けないが、バラエティ番組などで地域の人の様子や話では住みやすそうな印象を受けるから。どちらとも言えない。（東京都 23 区中央部/女性/60-69 歳）
- ・ 特に足立区を意識して観察した事が無いから。東京都の下町のイメージ。（千葉県・茨城県/男性/60-69 歳）
- ・ 昔の足立区の評判はとても悪かった。今は交通の便も良くなってきているようだし、訪れた事が無いからはっきりした事はわからないが昔より良くなってきているのではないかと思う。（埼玉県/女性/60-69 歳）
- ・ 行った事がないし、知り合いもないから、なんとなくそう思った。（東京都 23 区東部/女性/40-49 歳）
- ・ 住んでいたのに良いも悪いも何も思ったり感じたことはありません。（埼玉県/女性/40-49 歳）

【各種情報源】

- ・ メディアにも話題になっていないので情報を得ることが非常に少ないため。（東京都 23 区東部/男性/50-59 歳）
- ・ お笑い芸人がマイナーなイメージの話をしていました。（東京都 23 区西部/男性/50-59 歳）
- ・ いろんな情報はXで見ます。その中で、あまり良い印象を受けなかったけどどうなのかという思いからです。（東京都 23 区西部/女性/60-69 歳）
- ・ TV で紹介されていたのは魅力を感じるが実際に行かないとなんとも言えないので。（千葉県・茨城県/女性/40-49 歳）
- ・ 行ったことないし、メディアでもほとんど見たことないので。（東京都 23 区西部/女性/60-69 歳）
- ・ 足立区は良くないと人に聞いたから。住んでいないのでわからない。（東京都 23 区西部/女性/60-69 歳）

【治安関係】

- ・ 聞いた限りだと基本的に悪い情報しか出てこないが、買い物などで訪れる分には別に治安が悪いとは思っていない。（東京都 23 区東部/男性/30-39 歳）

【インフラ関係】

- ・ 中継駅というだけでほとんど利用しない。（埼玉県/女性/60-69 歳）
- ・ 駅周辺は便利そう。離れるとバス等で不便。（東京都 23 区東部/男性/30-39 歳）

- ・ 建物が古いところもあり密集している住宅があるので火災とか事故があると消防車やパトカーが入りづらいところがあるからいいとも悪いとも言えず分からない。（千葉県・茨城県/女性/40-49歳）
- ・ 家が密集して路地裏が狭い。（埼玉県/男性/50-59歳）

【生活環境関連】

- ・ いろいろな施設が開設されて便利そう。（東京都 23 区西部/女性/60-69歳）
- ・ 相対的に都内では家賃が安いので、暮らしやすい穴場だと思う。（東京都 23 区東部/男性/18-29歳）

【街並み関連】

- ・ 他の地域と比べても特筆すべきことがない。（東京都 23 区中央部/男性/50-59歳）

【区政関連】

- ・ 新たに公共の施設が増えている様だから。（東京都 23 区東部/男性/60-69歳）

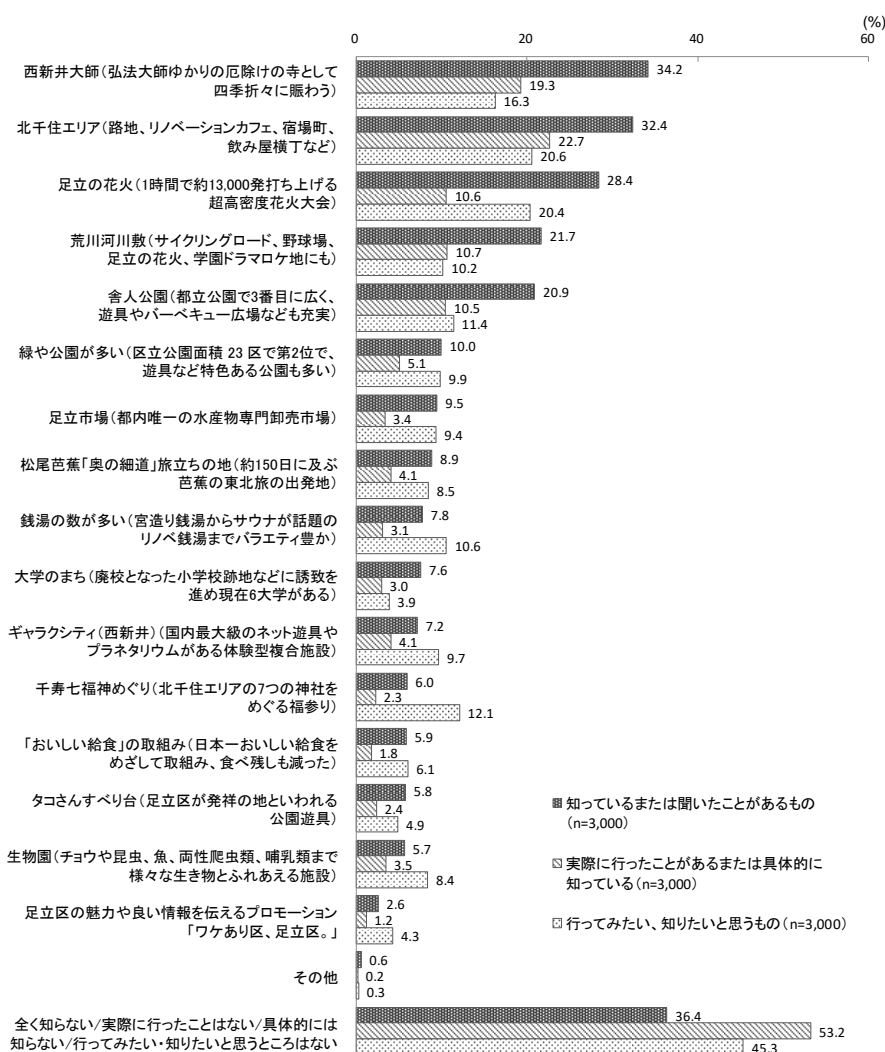
10 足立区で知っていること

問 12 足立区の特徴的な場所・イメージ・イベント・取組みなどについて教えてください。

- (1) 知っているまたは聞いたことがあるもの
- (2) 実際に行ったことがあるまたは具体的に知っている
- (3) 行ってみたい、知りたいと思うもの

足立区で知っているまたは聞いたことがあるものとしては、「西新井大師」が34.2%、実際に行ったことがあるまたは具体的に知っているものとしては、「北千住エリア」が22.7%、行ってみたい、知りたいと思うものとしては、「北千住エリア」が20.6%と最も高い。「銭湯の数が多い」「千寿七福神めぐり」は、認知率は7%前後、訪問経験は3%前後であるが、「行ってみたい、知りたい」が10%を超えている。

図表 3-45 足立区で知っていること（複数回答）



※ 令和7年度より、「ワケあり区、足立区。」の取組みは「足立区の魅力や良い情報を伝えるプロモーション「ワケあり区、足立区。」」に変更

(1) 知っているまたは聞いたことがあるもの

性別でみると、「足立の花火」は女性の方が男性より5.9ポイント高い。

年齢別でみると、年齢が上がるにつれ、知っている割合が高い項目が多い。特に「西新井大師」は50～59歳で41.3%、60～69歳で48.3%と高くなっている。一方、「全く知らない」は30代以下で4割台となっている。

居住地別でみると、多くの項目で埼玉県が他の居住地に比べて高くなっており、特に、「西新井大師」は48.8%と高い。

一方、「全く知らない」は東京都23区西部で43.5%と最も高く、次いで東京都23区中央部で39.7%、千葉県・茨城県で36.8%となっている。

図表3-46 足立区で知っているまたは聞いたことがあるもの

<性別、年齢別、居住地別>

		上段:人 下段:%																					
		調査数 (n)	シカゴ エリア (宿場町、 飲み屋横)	北千住 エリア (宿場町、 飲み屋横)	ラマロケ エリア (宿場町、 飲み屋横)	荒川 エリア (宿場町、 飲み屋横)	卸売市場 (都内唯一 の水産物専 門)	タコさん いわすべ り公園(足 立区が発祥 地)	の7つ の神社を めぐり(北 千住エリア の北)	千寿七福 神めぐり (北千住エ リアの北)	の松尾芭 蕉(奥の細 道)旅立ち の地	度尾芭蕉 の地	1300日 の発火(1 時間超の 火災)	足立の花 火(1時間 超の火災)	が跡地な どに誘致 を進め現 在6大学 校	ラサエテ イナが豊 か(宮造り 湯まで)	銭湯の 数が多い (宮造り 湯まで)	う(除け の寺とし て四季折 々に賑わ う)	西新井大 師(弘法大 師ゆかり の厄)	もく(美 遊具やバ ンベキユ ー広場な ど)	舎人公園 (都立公園 3番目に 広い)	ウグム グム(都 立公園複 合施設)	ギヤ ラク ネッ ティ (西新 井)内 国
全体		3,000 100.0	971 32.4	652 21.7	285 9.5	173 5.8	180 6.0	268 8.9	851 28.4	227 7.6	233 7.8	1,027 34.2	627 20.9	215 7.2									
性別	男性	1,496 100.0	489 32.7	346 23.1	159 10.6	74 4.9	82 5.5	144 9.6	382 25.5	132 8.8	132 8.8	510 34.1	343 22.9	89 5.9									
	女性	1,495 100.0	479 32.0	306 20.5	126 8.4	99 6.6	98 6.6	124 8.3	469 31.4	95 6.4	101 6.8	514 34.4	281 18.8	125 8.4									
	どちらでもない	9 100.0	3 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 33.3	3 33.3	1 11.1									
年齢別	18-29歳	600 100.0	164 27.3	110 18.3	22 3.7	30 5.0	33 5.5	40 6.7	142 23.7	30 5.0	57 9.5	112 18.7	107 17.8	26 4.3									
	30-39歳	600 100.0	196 32.7	112 18.7	43 7.2	34 5.7	36 6.0	39 6.5	167 27.8	25 4.2	37 6.2	172 28.7	114 19.0	62 10.3									
	40-49歳	600 100.0	182 30.3	120 20.0	65 10.8	32 5.3	34 5.7	45 7.5	165 27.5	30 5.0	43 7.2	205 34.2	112 18.7	46 7.7									
	50-59歳	600 100.0	208 34.7	151 25.2	61 10.2	37 6.2	33 5.5	49 8.2	197 32.8	55 9.2	52 8.7	248 41.3	152 25.3	53 8.8									
	60-69歳	600 100.0	221 36.8	159 26.5	94 15.7	40 6.7	44 7.3	95 15.8	180 30.0	87 14.5	73 12.2	290 48.3	142 23.7	28 4.7									
居住地別	東京都23区東部	600 100.0	198 33.0	136 22.7	67 11.2	30 5.0	36 6.0	46 7.7	198 33.0	47 7.8	45 7.5	225 37.5	150 25.0	41 6.8									
	東京都23区中央部	600 100.0	160 26.7	112 18.7	35 5.8	31 5.2	31 5.2	50 8.3	130 21.7	41 6.8	48 8.0	172 28.7	134 22.3	33 5.5									
	東京都23区西部	600 100.0	141 23.5	116 19.3	23 3.8	24 4.0	24 4.0	49 8.2	107 17.8	26 4.3	31 5.2	159 26.5	103 17.2	23 3.8									
	埼玉県	600 100.0	249 41.5	162 27.0	100 16.7	54 9.0	44 7.3	75 12.5	235 39.2	59 9.8	63 10.5	293 48.8	164 27.3	88 14.7									
	千葉県・茨城県	600 100.0	223 37.2	126 21.0	60 10.0	34 5.7	45 7.5	48 8.0	181 30.2	54 9.0	46 7.7	178 29.7	76 12.7	30 5.0									

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

第3章 調査結果の詳細 10 足立区で知っていること

		上段:人 下段:%							
		調査数 (n)	る 施 設 (類 、 哺 乳 類 ま で 様 々 な 生 き 物 と ふ れ あ え	多 い (区 で 第 2 位 で 、 遊 具 な ど 特 色 あ る 公 園 も	減 っ た (緑 や 公 園 が 多 い (区 立 公 園 面 積 2 3 も	「 お い し い 給 食 」 の 取 組 み (日 本 一 お い し い 給 食 」 の 取 組 み (日 本 一 お い し い 給 食 」 の 取 組 み	足 立 区 の 魅 力 や 良 い 情 報 を 伝 え る プ ロ モ ー シ ョ ン 」 の 取 組 み	そ の 他	全 く 知 ら な い
全体		3,000 100.0	171 5.7	301 10.0	177 5.9	77 2.6	17 0.6	1,091 36.4	
性別	男性	1,496 100.0	75 5.0	161 10.8	72 4.8	56 3.7	11 0.7	538 36.0	
	女性	1,495 100.0	95 6.4	139 9.3	105 7.0	20 1.3	6 0.4	550 36.8	
	どちらでもない	9 100.0	1 11.1	1 11.1	0 0.0	1 11.1	0 0.0	3 33.3	
年齢別	18-29歳	600 100.0	27 4.5	47 7.8	36 6.0	22 3.7	3 0.5	247 41.2	
	30-39歳	600 100.0	46 7.7	50 8.3	32 5.3	25 4.2	2 0.3	249 41.5	
	40-49歳	600 100.0	34 5.7	55 9.2	39 6.5	14 2.3	0 0.0	234 39.0	
	50-59歳	600 100.0	30 5.0	70 11.7	37 6.2	9 1.5	2 0.3	193 32.2	
	60-69歳	600 100.0	34 5.7	79 13.2	33 5.5	7 1.2	10 1.7	168 28.0	
居住地別	東京都23区東部	600 100.0	28 4.7	56 9.3	43 7.2	11 1.8	2 0.3	198 33.0	
	東京都23区中央部	600 100.0	27 4.5	84 14.0	29 4.8	18 3.0	8 1.3	238 39.7	
	東京都23区西部	600 100.0	17 2.8	48 8.0	23 3.8	12 2.0	4 0.7	261 43.5	
	埼玉県	600 100.0	73 12.2	57 9.5	51 8.5	22 3.7	1 0.2	173 28.8	
	千葉県・茨城県	600 100.0	26 4.3	56 9.3	31 5.2	14 2.3	2 0.3	221 36.8	

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

(2) 実際に行ったことがあるまたは具体的に知っているもの

性別でみると、「荒川河川敷」は男性の方が女性より4.7ポイント高い。

年齢別でみると、「北千住エリア」はすべての年齢層で1～2割台と高い。「西新井大師」は年齢が上がるにつれ、割合も高くなっている。

居住地別でみると、「西新井大師」と「足立区の花火」は、それぞれ埼玉県で35.8%、18.3%と他の居住地よりも高くなっている。

図表3-47 足立区で実際に行ったことがあるまたは具体的に知っているもの

＜性別、年齢別、居住地別＞

		上段:人 下段:%																	
		調査数 (n)	荒川河川敷 (サイク リンググ ラド、野 球場、足 立の花火 、学園ド シカエフ リア、宿 場町、リ ノベ 横	北千住エ リア	荒川河川 敷	足立市場 (都内唯 一の水産 物専門)	タコさん すべり台 (足立区 が発祥)	千寿七福 神社をめぐ る福参り (北千住 エリア)	松尾芭蕉 (奥の細道 「旅立ち の地」)	足立の花 火(1時間 で約300 発打ち上 げる超高 密度)	大学のま ち(廃校と なった現 在6小 学	跡地など に誘致を 進め現在 6小 学	銭湯の 数が多い (宮造り 銭湯から ラウナ が話題の リノベ 銭湯まで サウナ の豊か)	除けの 寺として 四季折々 に賑わ う	西新井大 師(弘法 大師ゆ かりの 厄)	もく、遊 具や(都 立公園 で3番 目に 広場な ど	舎人公園 (都立 公園で 3番 目に 広場な ど)	ウ大級 がある 体験型 複合施 設)	最ヤ ラクシ ンティ (西新 井)内 タリ
全体		3,000 100.0	681 22.7	321 10.7	102 3.4	72 2.4	70 2.3	123 4.1	318 10.6	90 3.0	94 3.1	578 19.3	316 10.5	124 4.1					
性別	男性	1,496 100.0	361 24.1	196 13.1	67 4.5	35 2.3	39 2.6	69 4.6	159 10.6	54 3.6	55 3.7	296 19.8	176 11.8	46 3.1					
	女性	1,495 100.0	319 21.3	125 8.4	35 2.3	37 2.5	31 2.1	54 3.6	159 10.6	36 2.4	39 2.6	282 18.9	139 9.3	77 5.2					
	どちらでもない	9 100.0	1 11.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 11.1	1 11.1					
年齢別	18-29歳	600 100.0	106 17.7	56 9.3	6 1.0	14 2.3	16 2.7	18 3.0	49 8.2	10 1.7	21 3.5	50 8.3	52 8.7	14 2.3					
	30-39歳	600 100.0	143 23.8	55 9.2	17 2.8	16 2.7	12 2.0	17 2.8	68 11.3	13 2.2	17 2.8	94 15.7	67 11.2	36 6.0					
	40-49歳	600 100.0	134 22.3	67 11.2	22 3.7	15 2.5	17 2.8	25 4.2	67 11.2	18 3.0	19 3.2	107 17.8	55 9.2	31 5.2					
	50-59歳	600 100.0	146 24.3	71 11.8	19 3.2	15 2.5	9 1.5	22 3.7	79 13.2	20 3.3	24 4.0	139 23.2	72 12.0	28 4.7					
	60-69歳	600 100.0	152 25.3	72 12.0	38 6.3	12 2.0	16 2.7	41 6.8	55 9.2	29 4.8	13 2.2	188 31.3	70 11.7	15 2.5					
居住地別	東京都23区東部	600 100.0	145 24.2	72 12.0	29 4.8	13 2.2	16 2.7	24 4.0	78 13.0	16 2.7	22 3.7	123 20.5	79 13.2	23 3.8					
	東京都23区中央部	600 100.0	103 17.2	46 7.7	16 2.7	9 1.5	12 2.0	24 4.0	44 7.3	16 2.7	18 3.0	83 13.8	66 11.0	21 3.5					
	東京都23区西部	600 100.0	74 12.3	48 8.0	13 2.2	9 1.5	11 1.8	18 3.0	29 4.8	13 2.2	13 2.2	60 10.0	40 6.7	12 2.0					
	埼玉県	600 100.0	193 32.2	99 16.5	28 4.7	27 4.5	18 3.0	33 5.5	110 18.3	24 4.0	24 4.0	215 35.8	97 16.2	54 9.0					
	千葉県・茨城県	600 100.0	166 27.7	56 9.3	16 2.7	14 2.3	13 2.2	24 4.0	57 9.5	21 3.5	17 2.8	97 16.2	34 5.7	14 2.3					

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

第3章 調査結果の詳細 10 足立区で知っていること

		上段:人		下段:%					
		調査数 (n)	る施設 (生物園、哺乳類、チヨウウや昆虫、魚、両性爬虫類)	多い(第2位)で、遊具など特色ある公園も	減った(緑や公園が多い区立公園面積23も)	「おいしい給食」の取り組み(日本一おいしい給食をめざして)	足立区の魅力や良い情報を伝える「プロジェクト」	その他	実際に行ったことはない/具体的には知
全体		3,000 100.0	104 3.5	154 5.1	54 1.8	37 1.2	7 0.2	1,595 53.2	
性別	男性	1,496 100.0	39 2.6	91 6.1	20 1.3	28 1.9	5 0.3	743 49.7	
	女性	1,495 100.0	65 4.3	63 4.2	34 2.3	8 0.5	2 0.1	846 56.6	
	どちらでもない	9 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 11.1	0 0.0	6 66.7	
年齢別	18-29歳	600 100.0	16 2.7	23 3.8	9 1.5	10 1.7	1 0.2	340 56.7	
	30-39歳	600 100.0	31 5.2	33 5.5	10 1.7	15 2.5	1 0.2	337 56.2	
	40-49歳	600 100.0	21 3.5	27 4.5	20 3.3	7 1.2	0 0.0	327 54.5	
	50-59歳	600 100.0	19 3.2	32 5.3	9 1.5	4 0.7	1 0.2	309 51.5	
	60-69歳	600 100.0	17 2.8	39 6.5	6 1.0	1 0.2	4 0.7	282 47.0	
居住地別	東京都23区東部	600 100.0	15 2.5	34 5.7	11 1.8	9 1.5	0 0.0	304 50.7	
	東京都23区中央部	600 100.0	14 2.3	30 5.0	13 2.2	10 1.7	5 0.8	340 56.7	
	東京都23区西部	600 100.0	11 1.8	21 3.5	7 1.2	4 0.7	1 0.2	399 66.5	
	埼玉県	600 100.0	50 8.3	39 6.5	16 2.7	6 1.0	0 0.0	233 38.8	
	千葉県・茨城県	600 100.0	14 2.3	30 5.0	7 1.2	8 1.3	1 0.2	319 53.2	

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

第3章 調査結果の詳細 10 足立区で知っていること

		上段:人 下段:%							
		調査数 (n)	る 施設 (類、哺 乳類ま で様々 な生き 物とふ れあえ	多 い (区で第 2位で 、遊具 など特 色ある 公園も	減 った (緑や公 園が多 い、区 立公園 面積2 3も	「お いし い給 食」の 取組み 、食べ 残しお い	足 立 区 の 魅 力 や 良 い 情 報 を 伝 え る プ ロ モ ー シ ョ ン 「 ケ ア リ 区 、 足 立 区 」	そ の 他	行 っ て み た い ・ 知 り た い と 思 う と こ ろ は
全体		3,000 100.0	253 8.4	296 9.9	184 6.1	129 4.3	9 0.3	1,358 45.3	
性別	男性	1,496 100.0	142 9.5	144 9.6	96 6.4	73 4.9	3 0.2	689 46.1	
	女性	1,495 100.0	111 7.4	151 10.1	88 5.9	55 3.7	6 0.4	666 44.5	
	どちらでもない	9 100.0	0 0.0	1 11.1	0 0.0	1 11.1	0 0.0	3 33.3	
年齢別	18-29歳	600 100.0	47 7.8	69 11.5	45 7.5	25 4.2	0 0.0	274 45.7	
	30-39歳	600 100.0	49 8.2	63 10.5	41 6.8	39 6.5	0 0.0	289 48.2	
	40-49歳	600 100.0	44 7.3	56 9.3	44 7.3	25 4.2	1 0.2	288 48.0	
	50-59歳	600 100.0	46 7.7	43 7.2	21 3.5	22 3.7	1 0.2	265 44.2	
	60-69歳	600 100.0	67 11.2	65 10.8	33 5.5	18 3.0	7 1.2	242 40.3	
居住地別	東京都23区東部	600 100.0	45 7.5	51 8.5	23 3.8	18 3.0	2 0.3	281 46.8	
	東京都23区中央部	600 100.0	54 9.0	75 12.5	38 6.3	23 3.8	1 0.2	280 46.7	
	東京都23区西部	600 100.0	37 6.2	54 9.0	37 6.2	21 3.5	2 0.3	307 51.2	
	埼玉県	600 100.0	65 10.8	62 10.3	48 8.0	39 6.5	3 0.5	229 38.2	
	千葉県・茨城県	600 100.0	52 8.7	54 9.0	38 6.3	28 4.7	1 0.2	261 43.5	

※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

11 足立区にプライベートな時間に訪れたいか

問 13 最後におたずねします。

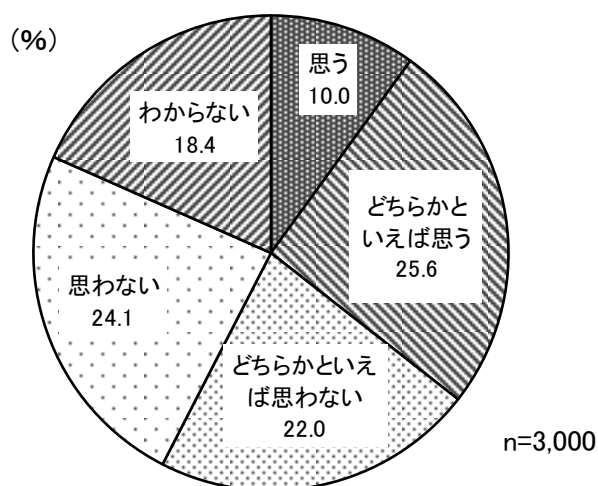
(1) プライベートな時間を利用して足立区を訪れたいと思いますか。

(2) あなたは足立区のことをほかの人にすすめたいと思いますか。

(1) プライベートな時間を利用した訪問意向

プライベートな時間を利用して足立区を訪れたいかたずねたところ、「思う」が10.0%、「どちらかといえば思う」が25.6%、「どちらかといえば思わない」が22.0%、「思わない」が24.1%となっている。

図表 3-49 足立区にプライベートな時間に訪れたいか



<経年比較>

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
思う	9.2%	8.1%	9.6%	10.0%
どちらかといえば思う	24.1%	22.9%	25.8%	25.6%
どちらかといえば思わない	22.0%	23.1%	21.0%	22.0%
思わない	24.3%	25.1%	25.1%	24.1%
わからない	20.4%	20.7%	18.5%	18.4%

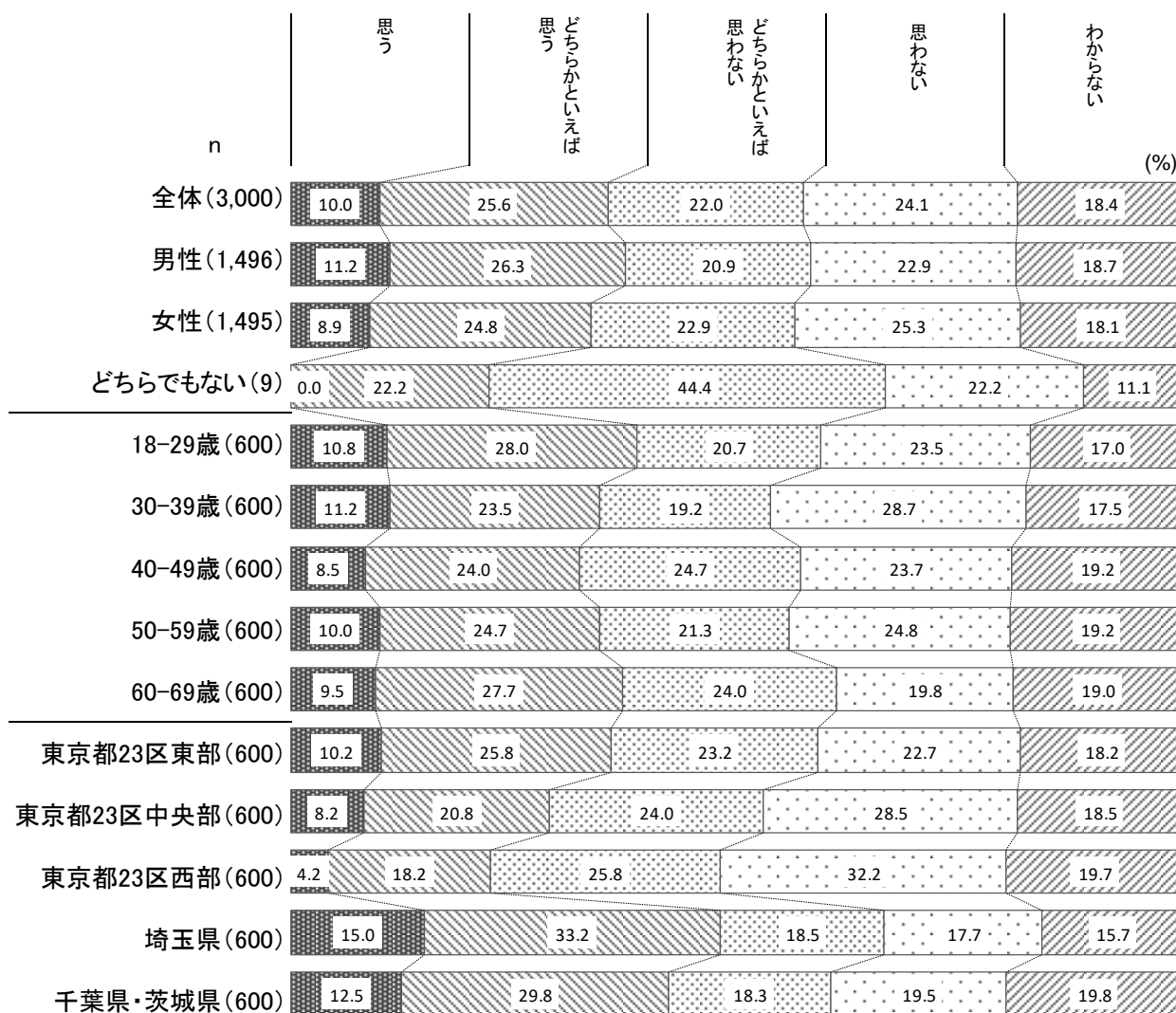
性別で見ると、「思う」は男性が11.2%と女性より高い。

年齢別で見ると、30～39歳で「思う」が11.2%と高い一方、「思わない」も28.7%と他の年齢層に比べて高くなっている。

居住地別で見ると、埼玉県が「思う」15.0%、「どちらかといえば思う」33.2%と他の居住地に比べて高くなっている。

図表3-50 足立区にプライベートな時間に訪れたいか

<性別、年齢別、居住地別>

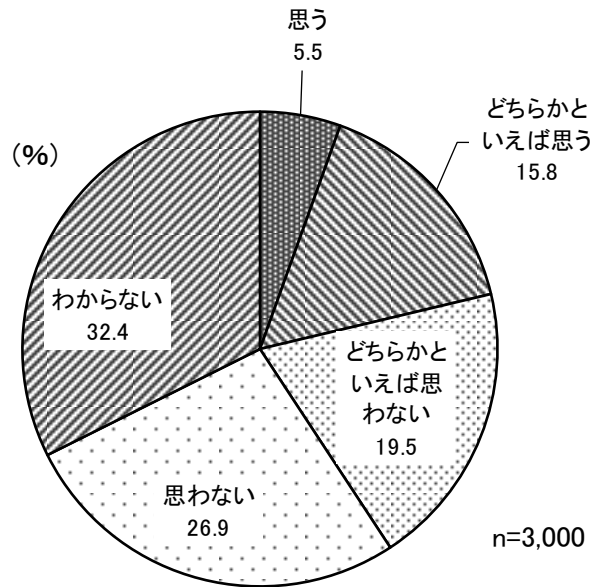


※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

(2) 他者への推奨意向

足立区のことをほかの人にすすめたいと思うかたずねたところ、「思う」が5.5%、「どちらかといえば思う」が15.8%、「どちらかといえば思わない」が19.5%、「思わない」が26.9%となっている。

図表3-51 足立区のことをほかの人にすすめたいと思うか



<経年比較>

	令和6年度	令和7年度
思う	5.5%	5.5%
どちらかといえば思う	13.9%	15.8%
どちらかといえば思わない	20.3%	19.5%
思わない	27.6%	26.9%
わからない	32.8%	32.4%

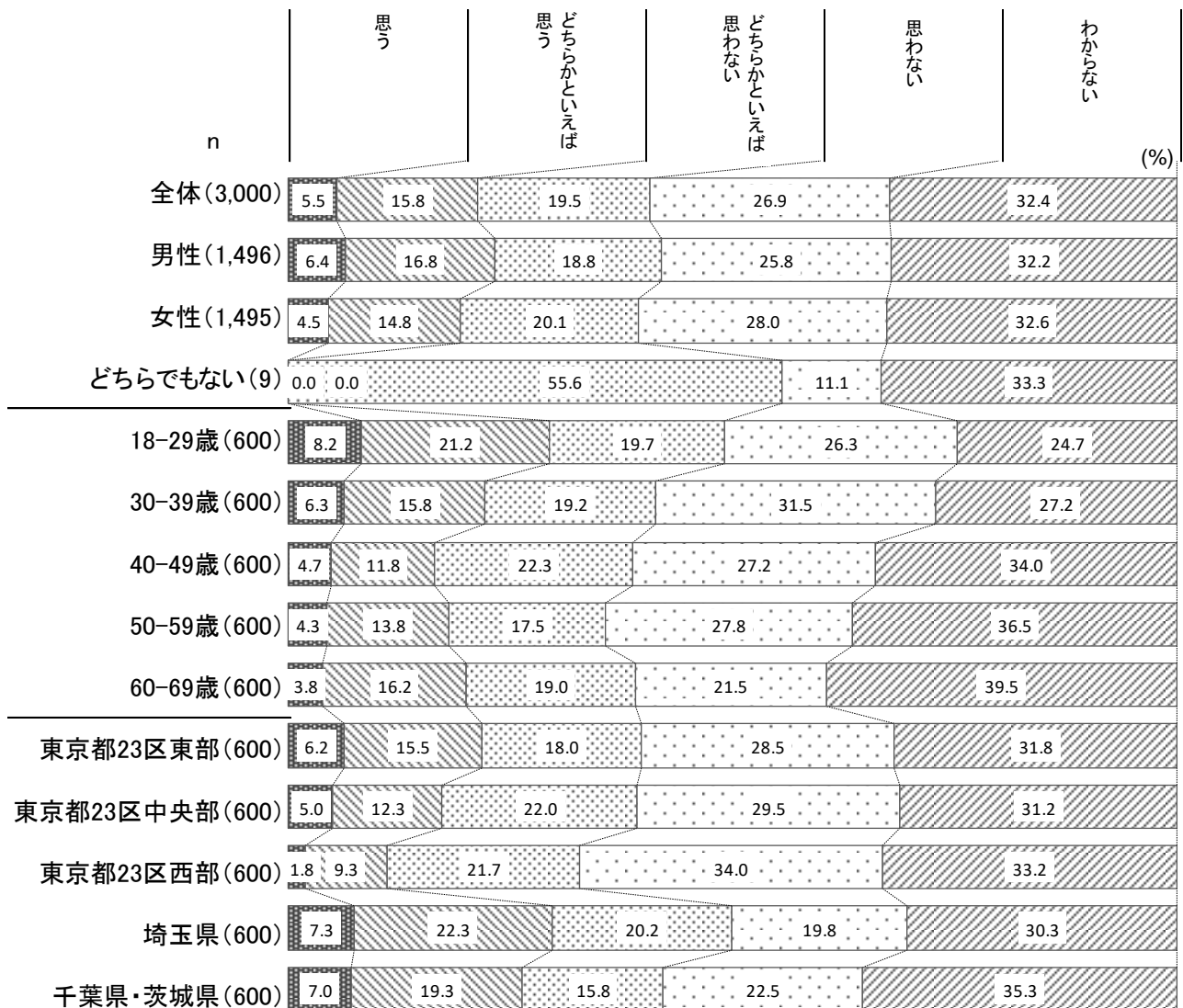
性別でみると、「思う」は男性が6.4%と女性より高い。

年齢別でみると、18～29歳で「思う」8.2%、「どちらかといえば思う」21.2%と他の年齢層に比べて高い。

居住地別でみると、埼玉県が「思う」7.3%、「どちらかといえば思う」22.3%と他の居住地に比べて高くなっている。

図表3-52 足立区のことをほかの人にすすめたいと思うか

<性別、年齢別、居住地別>



※ 性別の「どちらでもない」は、人数が少ないので参考として表示し、文中では触れていない。

調査票

ご自身に関するアンケート

アンケートにアクセスしていただき、ありがとうございます。

アンケートであなたご自身やあなたのご家族についてお伺いする場合があります。

アンケートの内容や知り得た情報は、SNSやブログに掲載したり、他者に話したりしないでください。

ご協力いただける場合は「開始」ボタンを押し、回答を開始してください。

開始

注意事項

回答中にブラウザの「戻る」を使用しないでください。

QS1 あなたの性別をお答えください。

- 男性
- 女性
- どちらでもない

QS2 あなたの年齢をお答えください。

歳

QS3 あなたの住んでいる場所を教えてください。

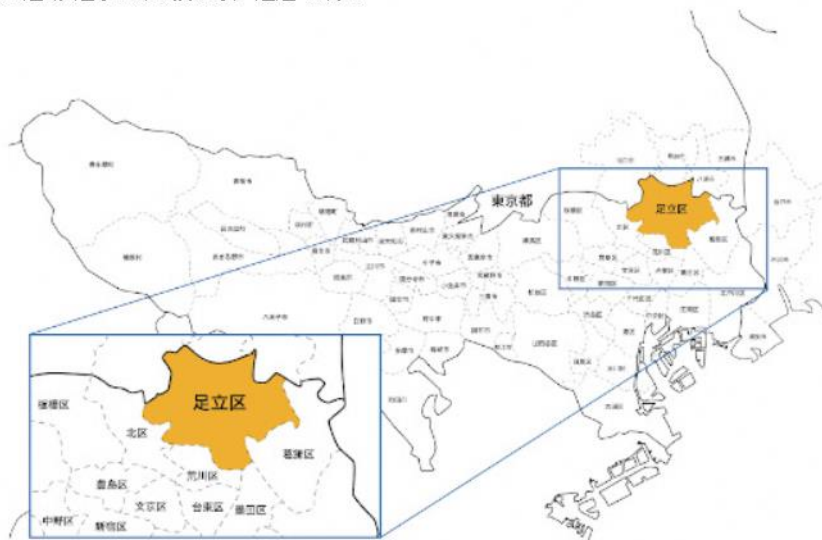
- 東京都23区東部（荒川、板橋、江戸川、葛飾、北、江東、墨田、台東）
- 東京都23区中央部（渋谷、新宿、中央、千代田、豊島、文京、港）
- 東京都23区西部（大田、品川、杉並、世田谷、中野、練馬、目黒）
- 埼玉県（春日部市、越谷市、草加市、三郷市、八潮市）
- 千葉県・茨城県（我孫子市、柏市、つくば市、取手市、流山市、松戸市）
- 上記以外

調査票

過去1年間の足立区への来訪や、足立区に関する情報について伺います。

Q1 あなたは過去1年の間に足立区を訪れたことがありますか。

※通勤・通学の乗り換え等、“通過”は除く



※画像をクリックすると、大きい画像でご覧になれます。画面をスクロールしてご覧ください。

ある

ない

Q2 過去1年の間に足立区を訪れたことがある方におたずねします。訪れた理由を教えてください。(複数回答可)

通勤

通学

買い物

飲食

観光・イベント

散策・公園

スポーツ、観戦

親戚・友人宅を訪問

待ち合わせ

その他

Q3 過去1年の間に足立区を訪れたことがある方におたずねします。訪れた頻度を教えてください。

ほぼ毎日

週に2~3回

月に1~2回

年に1~2回

その他

Q4 過去1年の間に足立区を訪れたことがある方におたずねします。訪れたエリアを教えてください。(複数回答可)



1 / 2

訪れたエリア
(回答はいくつでも)

- 北千住周辺
- 綾瀬・北綾瀬周辺
- 西新井・梅島周辺
- 六町・青井周辺
- 竹の塚周辺
- 舎人周辺
- 花畑周辺
- 江北周辺
- その他

次を表示

2 / 2

最もよく訪れたエリア
(回答は1つ)

- 北千住周辺
- 綾瀬・北綾瀬周辺
- 西新井・梅島周辺
- 六町・青井周辺
- 竹の塚周辺
- 舎人周辺
- 花畑周辺
- 江北周辺
- その他

次を表示

Q5 Q4で最もよく訪れたエリアを「**%%#Q4[2]%%**」とお答えになりました。あなたから見た続柄でお答えください。(複数回答可)

1/2

どなたと訪れることが多いですか

- 配偶者・パートナー・恋人
- 子ども
- 親
- 孫
- 祖父母
- きょうだい
- 親戚
- 友人・知人
- 仕事の同僚、関係者
- 地域活動（習い事、ボランティアなど）の知り合い
- その他
- ひとり

次を表示

2/2

今後、どなたと訪れたいですか

- 配偶者・パートナー・恋人
- 子ども
- 親
- 孫
- 祖父母
- きょうだい
- 親戚
- 友人・知人
- 仕事の同僚、関係者
- 地域活動（習い事、ボランティアなど）の知り合い
- その他
- ひとり

次を表示

Q6 あなたは、足立区のことをどう思いますか。

好き

どちらかといえば
好き

どちらとも
いえない

どちらかといえば
好きではない

好きではない

Q7

過去1年の間にテレビや新聞・雑誌、SNSなどのメディアで、足立区に関する良い情報で見聞きしたものについて、あてはまるものをすべて教えてください。

1/5

グルメ情報（お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など）

- 良い情報を見聞きした
- 良い情報を見聞きしていない
- わからない

次を表示

2/5

観光情報（お勧め・話題のスポット、名所・旧跡情報など）

- 良い情報を見聞きした
- 良い情報を見聞きしていない
- わからない

次を表示

3/5

街の情報（新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など）

- 良い情報を見聞きした
- 良い情報を見聞きしていない
- わからない

次を表示

4/5

暮らしの情報（子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など）

- 良い情報を見聞きした
- 良い情報を見聞きしていない
- わからない

次を表示

5/5

人の情報（足立区に關係する有名人、活躍している人の情報など）

- 良い情報を見聞きした
- 良い情報を見聞きしていない
- わからない

次を表示

Q8

前問でお答えいただいた、あなたが見聞きした足立区に関する**良い**情報について、それぞれ見聞きした媒体を教えてください。複数ある場合は、あてはまるものをすべてお選びください。

1/5

グルメ情報（お勧めのお店、お土産、スイーツ情報など）

インターネットやSNS等

- Instagram
- YouTube
- LINE
- X (旧Twitter)
- ウェブサイト
- TikTok
- Facebook

足立区に関する記事や報道、映像等

- 漫画・アニメ
- ドラマ・映画
- 新聞・雑誌等のニュース記事
- バラエティ番組（旅・おでかけ等）
- ニュース・情報番組

その他

- 家族・友人・知人からの口コミ
- 口コミ（サイト、レビューなど）
- イベント
- わからない・覚えていない

次を表示

2/5

観光情報（お勧め・話題のスポット、名所・旧跡情報など）

インターネットやSNS等

- Instagram
- YouTube
- LINE
- X (旧Twitter)
- ウェブサイト
- TikTok
- Facebook

足立区に関する記事や報道、映像等

- 漫画・アニメ
- ドラマ・映画
- 新聞・雑誌等のニュース記事
- バラエティ番組（旅・おでかけ等）
- ニュース・情報番組

その他

- 家族・友人・知人からの口コミ
- 口コミ（サイト、レビューなど）
- イベント
- わからない・覚えていない

次を表示

Q8

前問でお答えいただいた、あなたが見聞きした足立区に関する**良い**情報について、それぞれ見聞きした媒体を教えてください。複数ある場合は、あてはまるものをすべてお選びください。

3/5

街の情報（新しい街並み、緑・公園・河川に関する情報など）

インターネットやSNS等

 Instagram YouTube LINE X（旧Twitter） ウェブサイト TikTok Facebook

足立区に関する記事や報道、映像等

 漫画・アニメ ドラマ・映画 新聞・雑誌等のニュース記事 パラエティ番組（旅・おでかけ等） ニュース・情報番組

その他

 家族・友人・知人からの口コミ 口コミ（サイト、レビューなど） イベント わからない・覚えていない

次を表示

4/5

暮らしの情報（子育てや教育の充実、生活のしやすさに関する情報など）

インターネットやSNS等

 Instagram YouTube LINE X（旧Twitter） ウェブサイト TikTok Facebook

足立区に関する記事や報道、映像等

 漫画・アニメ ドラマ・映画 新聞・雑誌等のニュース記事 パラエティ番組（旅・おでかけ等） ニュース・情報番組

その他

 家族・友人・知人からの口コミ 口コミ（サイト、レビューなど） イベント わからない・覚えていない

次を表示

Q8

前問でお答えいただいた、あなたが見聞きした足立区に関する**良い**情報について、それぞれ見聞きした媒体を教えてください。複数ある場合は、あてはまるものをすべてお選びください。

5/5

人の情報（足立区に關係する有名人、活躍している人の情報など）

インターネットやSNS等

- Instagram
- YouTube
- LINE
- X (旧Twitter)
- ウェブサイト
- TikTok
- Facebook

足立区に関する記事や報道、映像等

- 漫画・アニメ
- ドラマ・映画
- 新聞・雑誌等のニュース記事
- バラエティ番組（旅・おでかけ等）
- ニュース・情報番組

その他

- 家族・友人・知人からの口コミ
- 口コミ（サイト、レビューなど）
- イベント
- わからない・覚えていない

次を表示

ここからはすべての方がご回答ください。

Q9 下記の項目に関する足立区の印象について教えてください。

1/10

現在の足立区のイメージ

- 良い
- どちらかといえば良い
- どちらかといえば悪い
- 悪い
- わからない

次を表示

2/10

10年以上前の足立区のイメージ

- 良い
- どちらかといえば良い
- どちらかといえば悪い
- 悪い
- わからない

次を表示

3/10

交通の便利さ

- 良い
- どちらかといえば良い
- どちらかといえば悪い
- 悪い
- わからない

次を表示

4/10

街並みや街の雰囲気

- 良い
- どちらかといえば良い
- どちらかといえば悪い
- 悪い
- わからない

次を表示

5/10

世間の評判

- 良い
- どちらかといえば良い
- どちらかといえば悪い
- 悪い
- わからない

次を表示

6/10

飲食店が充実している

- 良い
- どちらかといえば良い
- どちらかといえば悪い
- 悪い
- わからない

次を表示

7/10

買い物が便利

- 良い
- どちらかといえば良い
- どちらかといえば悪い
- 悪い
- わからない

次を表示

8/10

緑・公園・水辺などの自然環境

- 良い
- どちらかといえば良い
- どちらかといえば悪い
- 悪い
- わからない

次を表示

9/10

子育てのしやすさ

- 良い
- どちらかといえば良い
- どちらかといえば悪い
- 悪い
- わからない

次を表示

10/10

治安の良さ

- 良い
- どちらかといえば良い
- どちらかといえば悪い
- 悪い
- わからない

次を表示

調査票

Q10

Q9でお答えいただいた足立区の印象についてお伺いします。下記の項目に関して最もそう思った理由について教えてください。

1/10

現在の足立区のイメージ

Q9では、「 」と回答いただきました。

- 実際に見た、経験した
- テレビや新聞・雑誌で見た
- 足立区に住んでいる人に聞いた
- 足立区に住んでいない人に聞いた
- SNSやWEBの情報
- なんとなくそう思う
- わからない

次を表示

2/10

10年以上前の足立区のイメージ

Q9では、「 」と回答いただきました。

- 実際に見た、経験した
- テレビや新聞・雑誌で見た
- 足立区に住んでいる人に聞いた
- 足立区に住んでいない人に聞いた
- SNSやWEBの情報
- なんとなくそう思う
- わからない

次を表示

3/10

交通の便利さ

Q9では、「 」と回答いただきました。

- 実際に見た、経験した
- テレビや新聞・雑誌で見た
- 足立区に住んでいる人に聞いた
- 足立区に住んでいない人に聞いた
- SNSやWEBの情報
- なんとなくそう思う
- わからない

次を表示

4/10

街並みや街の雰囲気

Q9では、「 」と回答いただきました。

- 実際に見た、経験した
- テレビや新聞・雑誌で見た
- 足立区に住んでいる人に聞いた
- 足立区に住んでいない人に聞いた
- SNSやWEBの情報
- なんとなくそう思う
- わからない

次を表示

5/10

世間の評判

Q9では、「 」と回答いただきました。

- 実際に見た、経験した
- テレビや新聞・雑誌で見た
- 足立区に住んでいる人に聞いた
- 足立区に住んでいない人に聞いた
- SNSやWEBの情報
- なんとなくそう思う
- わからない

次を表示

6/10

飲食店が充実している

Q9では、「 」と回答いただきました。

- 実際に見た、経験した
- テレビや新聞・雑誌で見た
- 足立区に住んでいる人に聞いた
- 足立区に住んでいない人に聞いた
- SNSやWEBの情報
- なんとなくそう思う
- わからない

次を表示

Q10

Q9でお答えいただいた足立区の印象についてお伺いします。下記の項目に関して最もそう思った理由について教えてください。

7/10

買い物が便利

Q9では、「 Q9{7} 」と回答いただきました。

- 実際に見た、経験した
- テレビや新聞・雑誌で見た
- 足立区に住んでいる人に聞いた
- 足立区に住んでいない人に聞いた
- SNSやWEBの情報
- なんとなくそう思う
- わからない

次を表示

8/10

緑・公園・水辺などの自然環境

Q9では、「 Q9{8} 」と回答いただきました。

- 実際に見た、経験した
- テレビや新聞・雑誌で見た
- 足立区に住んでいる人に聞いた
- 足立区に住んでいない人に聞いた
- SNSやWEBの情報
- なんとなくそう思う
- わからない

次を表示

9/10

子育てのしやすさ

Q9では、「 Q9{9} 」と回答いただきました。

- 実際に見た、経験した
- テレビや新聞・雑誌で見た
- 足立区に住んでいる人に聞いた
- 足立区に住んでいない人に聞いた
- SNSやWEBの情報
- なんとなくそう思う
- わからない

次を表示

10/10

治安の良さ

Q9では、「 Q9{10} 」と回答いただきました。

- 実際に見た、経験した
- テレビや新聞・雑誌で見た
- 足立区に住んでいる人に聞いた
- 足立区に住んでいない人に聞いた
- SNSやWEBの情報
- なんとなくそう思う
- わからない

次を表示

あなたは前問で、「現在の足立区のイメージ」について、印象を「 Q9{11} 」、そう思った理由を「 Q10{11} 」とお答えになりました。

Q11

「現在の足立区のイメージ」で「そう思った理由」を具体的にご記入ください。

Q12 足立区の特徴的な場所・イメージ・イベント・取り組みなどについて教えてください。

1/3

知っているまたは聞いたことがあるもの
(回答はいくつでも)

北千住エリア（路地、リノベーションカフェ、宿場町、飲み屋横丁など）

舎人公園（都立公園で3番目に広く、遊具やバーベキュー広場なども充実）

荒川河川敷（サイクリングロード、野球場、足立の花火、学園ドラマロケ地にも）

ギャラクシティ（西新井）（国内最大級のネット遊具やプラネタリウムがある体験型複合施設）

足立市場（都内唯一の水産物専門卸売市場）

生物園（チョウや昆虫、魚、両性爬虫類、哺乳類まで様々な生き物とふれあえる施設）

タコさんすべり台（足立区が発祥の地といわれる公園遊具）

緑や公園が多い（区立公園面積 23 区で第2位で、遊具など特色ある公園も多い）

千寿七福神めぐり（北千住エリアの7つの神社をめぐる福参り）

「おいしい給食」の取り組み（日本一おいしい給食をめざして取り組み、食べ残しも減った）

松尾芭蕉「奥の細道」旅立ちの地（約150日に及ぶ芭蕉の東北旅の出発地）

足立区の魅力や良い情報を伝えるプロモーション「ワケあり区、足立区。」

足立の花火（1時間で約13,000発打ち上げる超高密度花火大会）

その他

大学のまち（廃校となった小学校跡地などに誘致を進め現在6大学がある）

全く知らない

銭湯の数が多（宮造り銭湯からサウナが話題のリノベ銭湯までバラエティ豊か）

実際に行ったことはない／具体的には知らない

西新井大師（弘法大師ゆかりの厄除けの寺として四季折々に賑わう）

行ってみたい・知りたいと思うところはない

次を表示

Q12 足立区の特徴的な場所・イメージ・イベント・取り組みなどについて教えてください。

2 / 3

実際に行ったことがあるまたは具体的に知っている
(回答はいくつでも)

<input type="checkbox"/> 北千住エリア（路地、リノベーションカフェ、宿場町、飲み屋横丁など）	<input type="checkbox"/> 舎人公園（都立公園で3番目に広く、遊具やバーベキュー広場なども充実）
<input type="checkbox"/> 荒川河川敷（サイクリングロード、野球場、足立の花火、学園ドラマロケ地にも）	<input type="checkbox"/> ギャラクシティ（西新井）（国内最大級のネット遊具やプラネタリウムがある体験型複合施設）
<input type="checkbox"/> 足立市場（都内唯一の水産物専門卸売市場）	<input type="checkbox"/> 生物園（チョウや昆虫、魚、両性爬虫類、哺乳類まで様々な生き物とふれあえる施設）
<input type="checkbox"/> タコさんすべり台（足立区が発祥の地といわれる公園遊具）	<input type="checkbox"/> 緑や公園が多い（区立公園面積 23 区で第2位で、遊具など特色ある公園も多い）
<input type="checkbox"/> 千寿七福神めぐり（北千住エリアの7つの神社をめぐる福参り）	<input type="checkbox"/> 「おいしい給食」の取り組み（日本一おいしい給食をめざして取り組み、食べ残しも減った）
<input type="checkbox"/> 松尾芭蕉「奥の細道」旅立ちの地（約150日に及ぶ芭蕉の東北旅の出発地）	<input type="checkbox"/> 足立区の魅力や良い情報を伝えるプロモーション「ワケあり区、足立区。」
<input type="checkbox"/> 足立の花火（1時間で約13,000発打ち上げる超高密度花火大会）	<input type="checkbox"/> その他 <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> 大学のまち（廃校となった小学校跡地などに誘致を進め現在6大学がある）	<input type="checkbox"/> 全く知らない
<input type="checkbox"/> 銭湯の数が多い（宮造り銭湯からサウナが話題のリノベ銭湯までバラエティ豊か）	<input type="checkbox"/> 実際に行ったことはない／具体的には知らない
<input type="checkbox"/> 西新井大師（弘法大師ゆかりの厄除けの寺として四季折々に賑わう）	<input type="checkbox"/> 行ってみたい・知りたいと思うところはない

次を表示

Q12 足立区の特徴的な場所・イメージ・イベント・取組みなどについて教えてください。

3 / 3

行ってみたい、知りたいと思うもの
(回答はいくつでも)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 北千住エリア（路地、リノベーションカフェ、宿場町、飲み屋横丁など） | <input type="checkbox"/> 舎人公園（都立公園で3番目に広く、遊具やバーベキュー広場なども充実） |
| <input type="checkbox"/> 荒川河川敷（サイクリングロード、野球場、足立の花火、学園ドラマロケ地にも） | <input type="checkbox"/> ギャラクシティ（西新井）（国内最大級のネット遊具やプラネタリウムがある体験型複合施設） |
| <input type="checkbox"/> 足立市場（都内唯一の水産物専門卸売市場） | <input type="checkbox"/> 生物園（チョウや昆虫、魚、両性爬虫類、哺乳類まで様々な生き物とふれあえる施設） |
| <input type="checkbox"/> タコさんすべり台（足立区が発祥の地といわれる公園遊具） | <input type="checkbox"/> 緑や公園が多い（区立公園面積 23 区で第2位で、遊具など特色ある公園も多い） |
| <input type="checkbox"/> 千寿七福神めぐり（北千住エリアの7つの神社をめぐる福参り） | <input type="checkbox"/> 「おいしい給食」の取組み（日本一おいしい給食をめざして取組み、食べ残しも減った） |
| <input type="checkbox"/> 松尾芭蕉「奥の細道」旅立ちの地（約150日に及ぶ芭蕉の東北旅の出発地） | <input type="checkbox"/> 足立区の魅力や良い情報を伝えるプロモーション「ワケあり区、足立区。」 |
| <input type="checkbox"/> 足立の花火（1時間で約13,000発打ち上げる超高密度花火大会） | <input type="checkbox"/> その他
<input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> 大学のみち（廃校となった小学校跡地などに誘致を進め現在6大学がある） | <input type="checkbox"/> 全く知らない |
| <input type="checkbox"/> 銭湯の数が多い（宮造り銭湯からサウナが話題のリノベ銭湯までバラエティ豊か） | <input type="checkbox"/> 実際に行ったことはない／具体的には知らない |
| <input type="checkbox"/> 西新井大師（弘法大師ゆかりの厄除けの寺として四季折々に賑わう） | <input type="checkbox"/> 行ってみたい・知りたいと思うところはない |

次を表示

Q13 最後におたずねします。

1 / 2

プライベートな時間を利用して足立区を訪れたいと思いますか。

- 思う
- どちらかといえば思う
- どちらかといえば思わない
- 思わない
- わからない

次を表示

2 / 2

あなたは足立区のことをほかの人にすすめたいと思いますか。

- 思う
- どちらかといえば思う
- どちらかといえば思わない
- 思わない
- わからない

次を表示

足立区に対するイメージ調査 報告書

令和8年3月

発行 足立区
編集 政策経営部シティプロモーション課
東京都足立区中央本町1-17-1
電話 03-3880-5111（代表）