

令和4年度
第1回 足立区政に関する世論調査
(小規模調査)
調査報告書

《若い世代の「区の情報」に対する興味・関心・取得状況について》



足立区 政策経営部 区政情報課

目 次

第1章 調査の概要	1
1 調査の目的.....	3
2 調査の時期.....	3
3 調査地域.....	3
4 調査対象者及び回答者.....	3
5 回答者の構成.....	4
6 報告書の見方.....	6
第2章 調査結果3つのポイント及び今後の方針	7
1 はじめに.....	9
2 分析にあたって.....	9
3 調査結果3つのポイント.....	11
「あだち広報」に関する今後の取り組み方針.....	13
区が現有する「デジタルツール」に関する今後の取り組み方針.....	16
区の「Instagram新規導入」に関する今後の取り組み方針.....	18
第3章 調査結果	19
設問体系と回答一覧.....	21
1 足立区に関する情報の入手状況.....	25
2 「あだち広報」を読むようになったきっかけ.....	41
3 「あだち広報」でよく見ている（興味のある）記事.....	42
4 「あだち広報」の見やすさ・読みやすさ.....	43
5 「あだち広報」を見づらい・読みづらいと思う理由.....	44
6 「あだち広報」の特集記事でとりあげてほしい内容.....	45
7 「あだち広報」が電子ブック「カタログポケット」で読めることの認知.....	46
8 「あだち広報」を読まない（ほとんど読まない）理由.....	47
9 「あだち広報」を読んでもみようと思うきっかけ.....	48
10 興味や関心があること.....	49
11 「A-メール」認知経路.....	50
12 「A-メール」配信回数.....	51
13 「A-メール」の配信内容.....	52
14 「A-メール」を登録しようと思う情報.....	53
15 「足立区LINE公式アカウント」認知経路.....	54
16 「足立区LINE公式アカウント」配信回数.....	55
17 「足立区LINE公式アカウント」で役立っている情報.....	56
18 「足立区LINE公式アカウント」を登録しようと思う情報.....	61
19 「区のツイッター／フェイスブック」認知経路.....	62

20	「区のツイッター／フェイスブック」で配信してほしい内容……………	63
21	「区のツイッター／フェイスブック」を見ようと思うきっかけ……………	64
22	日常的に使っているインターネットツール……………	65
23	インスタグラムでの閲覧内容……………	66
24	足立区インスタグラムの利用展望……………	67
25	区が発信する情報として重要・必要だと思うこと……………	68
26	足立区に対する気持ち……………	69
27	アンケートの実施が区政の改善につながるかの考え……………	76

第4章 調査票…………… 77

第 1 章 調査の概要

1 調査の目的

区の情報を若い世代が具体的にどのように取得しているのか、どのような情報を必要としているのか、関心のあるジャンルは何か、などを調査することによって、届く情報、役立つ情報へと内容の充実を図ることを目的に行うものです。

2 調査の時期

令和5年1月19日（木）～2月10日（金）

3 調査地域

足立区全域

4 調査対象者及び回答者

(1) 調査対象者

足立区区政モニター及び足立区在住の満18歳以上36歳未満の男女個人 700人

(2) 回答者数

374人（回答率53.4%）

[内訳]

郵送 149人（39.8%）

インターネットによる回答 225人（60.2%）

(3) 回答者詳細

ア 足立区区政モニター

足立区区政モニター数 199人

回答者数 192人（回答率96.5%）

[内訳]

郵送 57人（29.7%）

インターネットによる回答 135人（70.3%）

イ 足立区在住の満18歳以上36歳未満の男女個人（一般抽出者）

足立区在住の満18歳以上36歳未満の男女個人 501人

※ 足立区住民基本台帳より単純無作為抽出法

回答者数 182人（回答率36.3%）

[内訳]

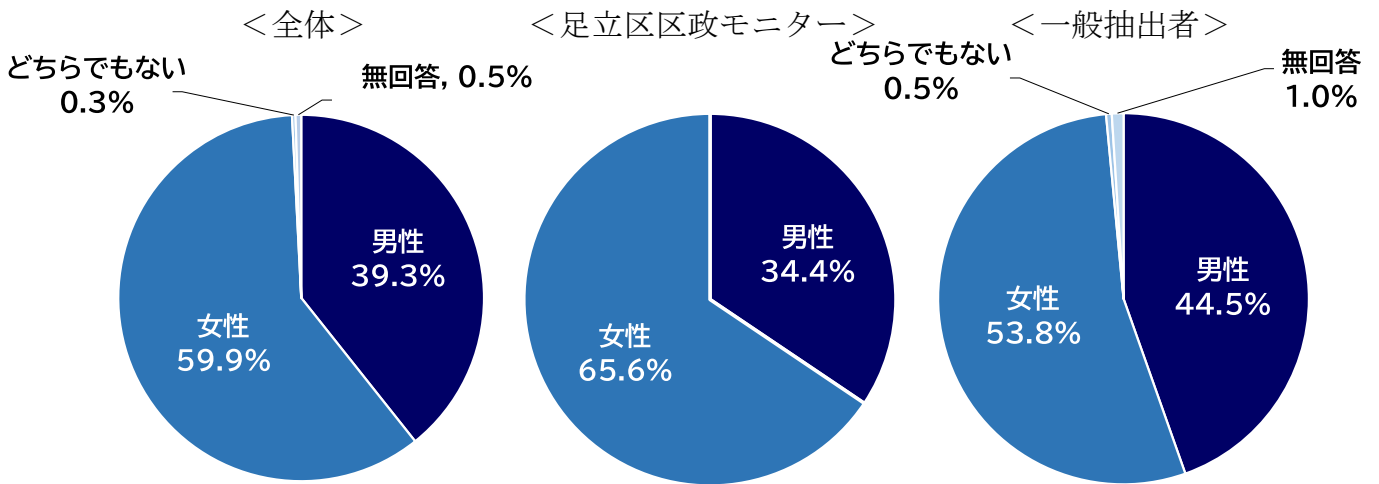
郵送 92人（50.5%）

インターネットによる回答 90人（49.5%）

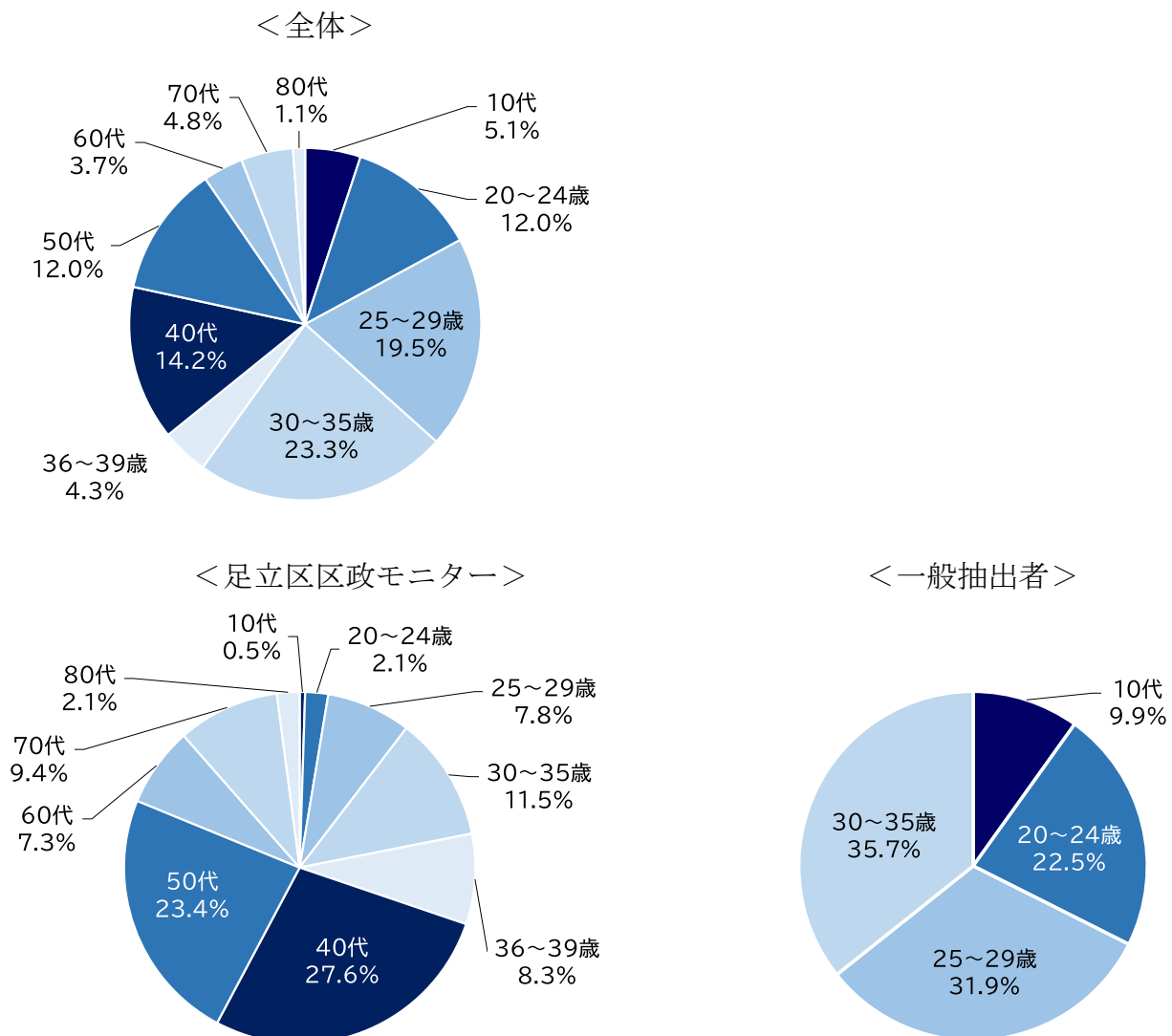
5 回答者の構成

(1) 性別、年齢別割合

ア 性別

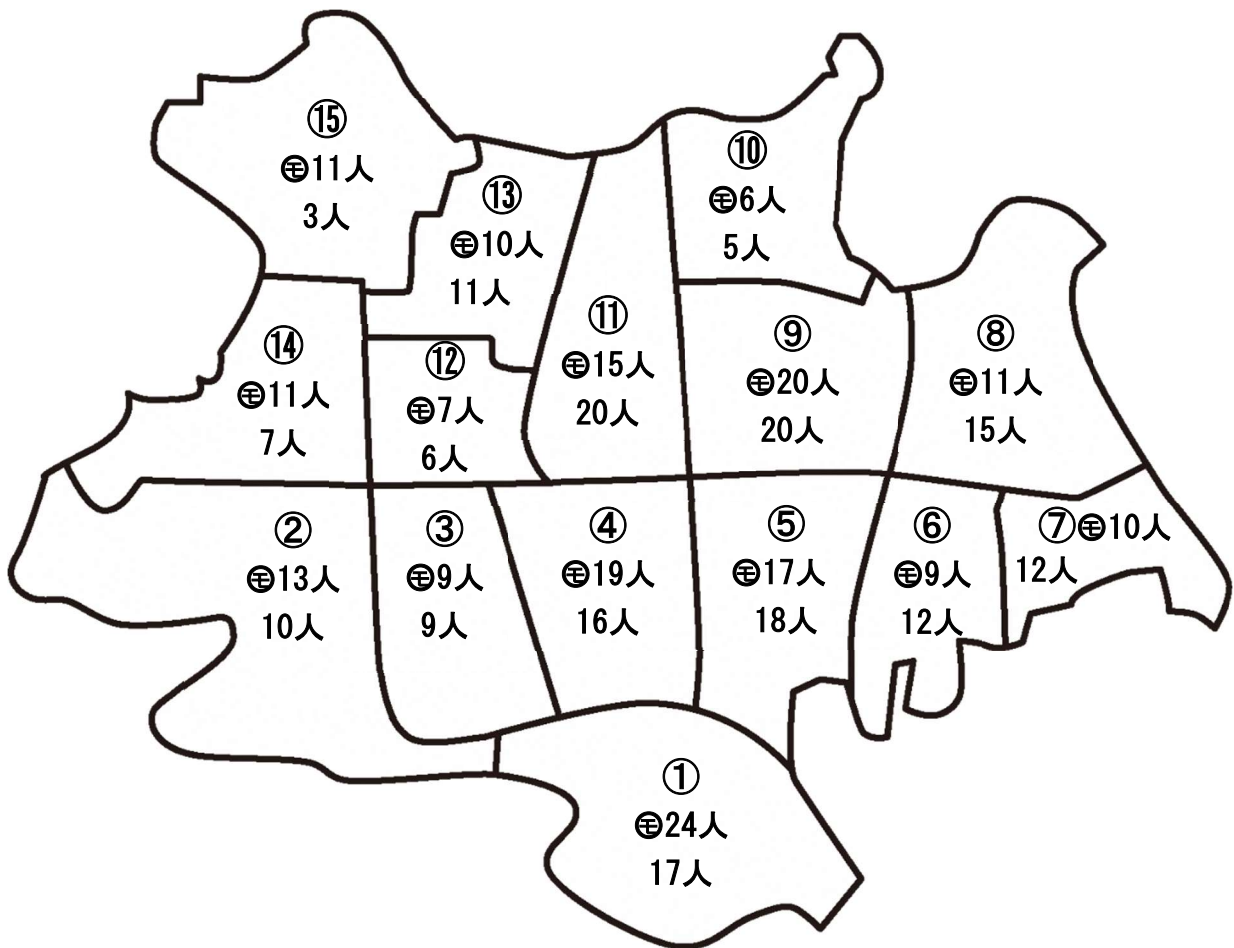


イ 年齢



(2) 地域別回答者数

(上段：地域番号、中段：足立区区政モニター回答者数、下段：一般抽出者回答者数)



(注) 一般抽出者に居住地域不明の方が1人いたため、上記の数字を足し合わせても3ページ記載の回答者数とは一致しません。

6 報告書の見方

- (1) 回答の比率(%)はすべて百分比で表し、小数点第2位を四捨五入した。そのため、百分比の合計が100%に満たない、または上回ることがあります。
- (2) 問1の〈足立区に関する情報の入手状況〉における【利用する(計)】のように、「よく利用する」と「たまに利用する」等の2つ以上の選択肢を合わせた項目の比率を表記する場合、その比率は、それぞれの選択肢の実数値を合計して、比率を再計算したものを使用しています。
- (3) 複数回答の設問は、各選択肢を1つだけでなく、2つ以上選択するため、各選択肢の合計数字が100%を超える場合があります。
- (4) グラフ・数表上の選択肢表記は、場合によっては語句を簡略化してあります。
- (5) 集計は、単純集計、フェイスシートとのクロス集計の2種類を行いました。
- (6) 性・年代別などのクロス分析の場合、分析軸の「その他」、「無回答」を掲載していないため、調査回答者全員の人数より少なくなることがあります。
- (7) クロス集計において、回答対象者の属性毎のサンプル数が30を下回る場合は、誤差が大きくなるため、参考値として掲載します。

第2章 調査結果3つのポイント 及び今後の方針

《ポイント》

Point-1

広報紙の認知度は8割を超え、購読率も5割を超えている。若い世代に対する情報発信ツールとしても、効果が期待できる。

Point-2

日常使いは、どの世代もLINE。区のツイッター、フェイスブックは“認知度”“利用者数”のアップが課題である。

Point-3

“インスタグラムの新規導入”の課題はフォロワー獲得。今後もツールの特徴・効力を最大限活かせる方法を継続検討していく。

1 はじめに

本調査は、若い世代の区の情報（広報紙、A-メール、公式LINE等）の取得状況や、必要とする情報、関心のあるジャンル等について調査し、今後の区の情報発信を充実させることを目的に実施したものである。

現有する区の情報発信ツールを有効活用するにあたっての参考データとすると共に、これまで足立区議会や区民評価委員等からご意見をいただいた「インスタグラムの導入」の方向性について、この結果から考察する。

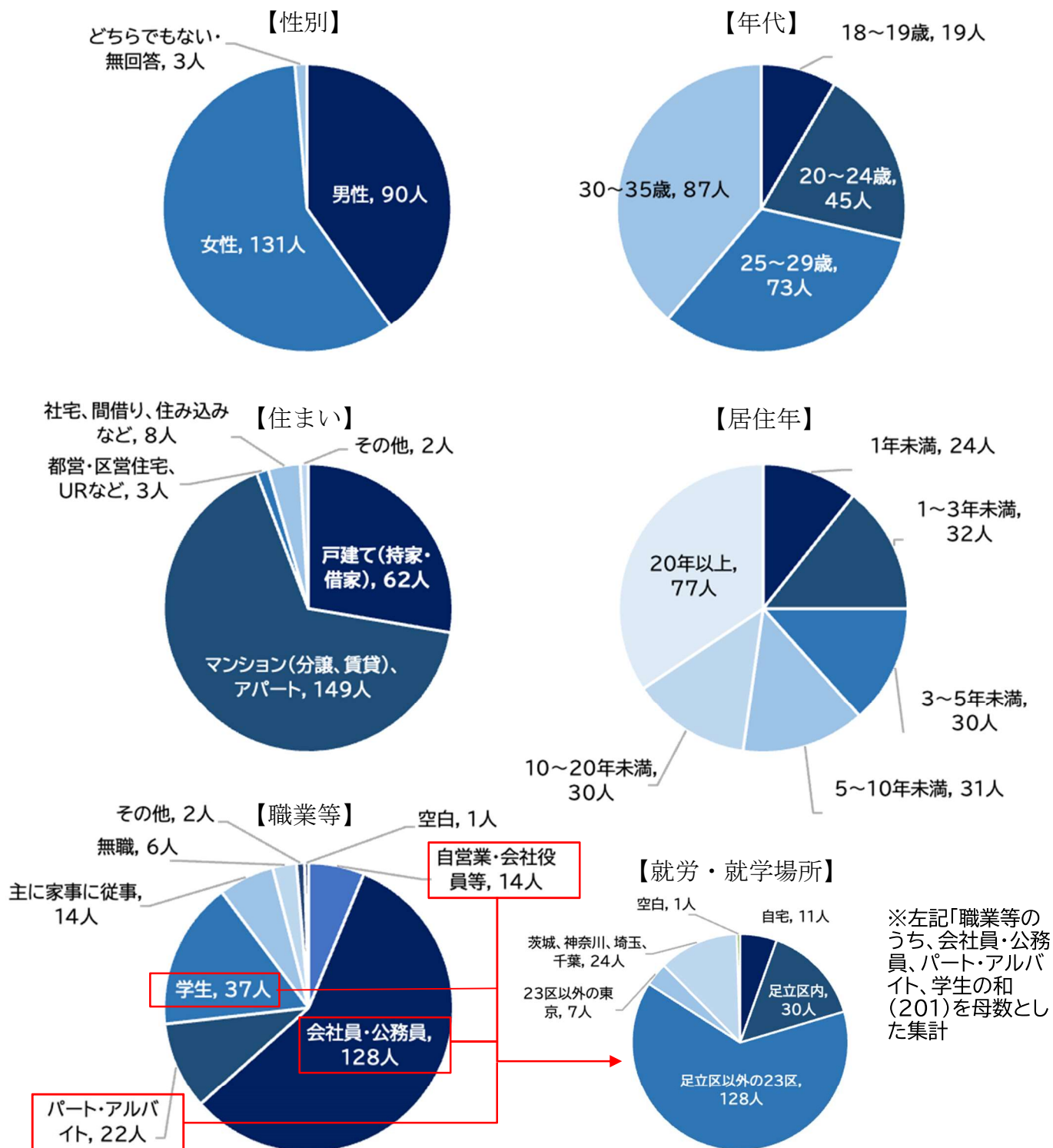
2 分析にあたって

本調査は、足立区区政モニター（各年代・登録者）199サンプルおよび足立区在住の満18歳以上36歳未満の男女個人501サンプル（無作為抽出）を対象に調査を行った。

区政モニターには36歳以上も含まれるが、本調査が「若い世代の動向」を把握するために実施したことから、第3章に記載した36歳以上の集計結果は比較データとし、本章の分析は、主に18歳から35歳の有効回答のデータおよび集計結果、その他関連情報の区現有データ等をもって行うこととする。

対象	男性	女性	どちらでもない ・無回答	小計	合計
区政モニター	9	33	0	42	224
無作為抽出	81	98	3	182	

18歳以上から36歳未満（224サンプル）の主な分類



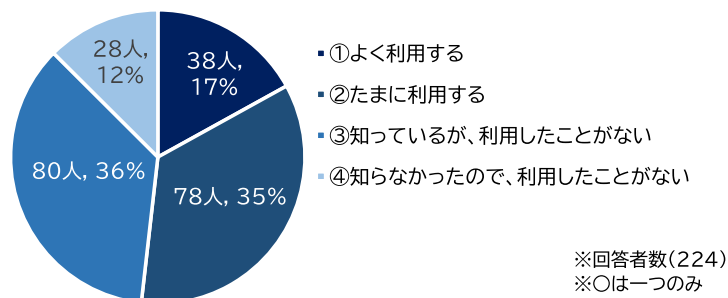
主な分類では、男女比が4対6となったが、性別に偏らない回答が期待できる比率であると考え、また、比較的長く居住している方が多いことから、足立区の状況について、「一定程度、知っている層」の回答として分析できると考える。

3 調査結果3つのポイント

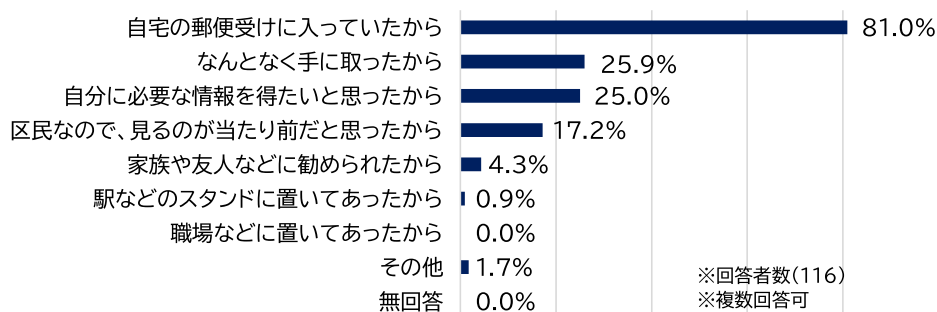
(1) 広報紙の認知度は8割を超え、購読率も5割を超えている。若い世代に対する情報発信ツールとしても、効果が期待できる。

18歳以上36歳未満（以下「若い世代」という。）の広報紙の認知度は、87.5%と非常に高い割合である（36歳以上は99.3%とさらに高い・P25-26参照）。また「よく利用する」「たまに利用する」が5割を超えており、毎回約35万部発行する「区最大の広報物」は、若い世代への情報発信ツールとしても、一定の効果を期待できることがわかった。

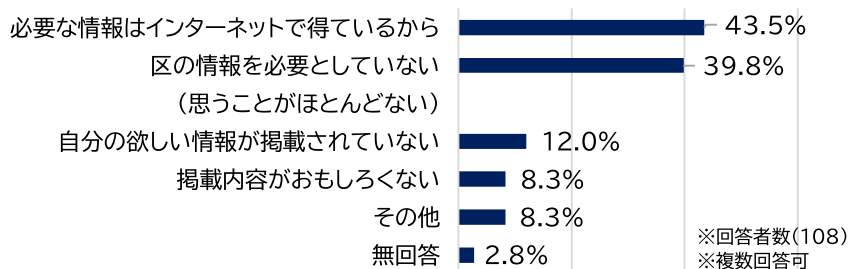
広報紙の認知度・購読率



「よく読む」または「たまに読む」と答えた方に、「読むようになったきっかけ」を聞いたところ、「自宅の郵便受けに入っていたから」が圧倒的に多かった。区が続いている全戸配布の効果が確認できる結果となった。

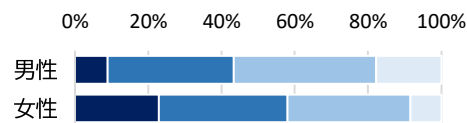


「読まない（ほとんど読まない）」または「知らなかったため、利用したことがない」と答えた方に理由を聞いたところ、「必要な情報はインターネットで得ている」「区の情報が必要としていない（思うことがほとんどない）」が、共に4割前後と多かった。若い世代の「紙離れ」の傾向と、「そもそも区の情報を得ようと思わない」傾向が伺える。

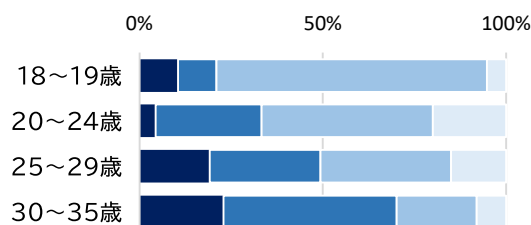


主な分類項目（性別、年代等）と購読傾向のクロス集計結果は、以下のとおりである。

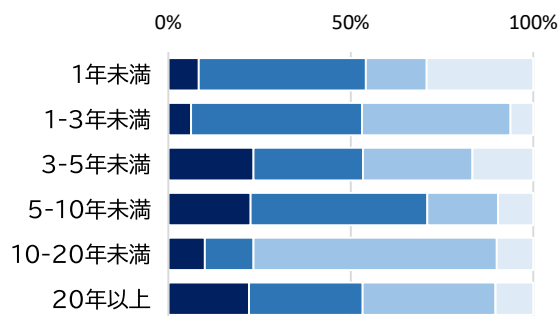
ア 若い世代の購読率は、かなり低いと想定していたが、全体の傾向としては約半数程度が「見ている層」で「女性の購読率の方が高い」ことがわかった。



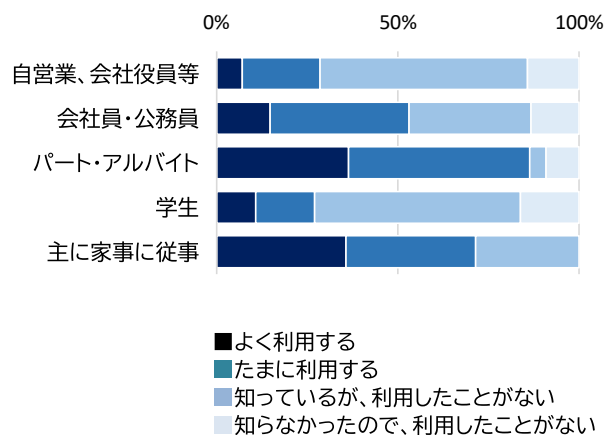
イ 年代別では、想定通り、年齢が高くなるにつれて購読率が高くなっている。第3章に記載の「読まない層」に対する質問で「どのようなきっかけがあれば読むか」の回答の2番目が「ライフステージの変化」であり、この結果と整合がとれている（P48参照）。



ウ 居住年では、あまり差が見られなかったが、「よく読む層」では、若干ではあるが年数の長さの影響が見られる。なお、10-20年未満の割合が他と極端に違うが、有効回答数の母数が比較的少数のため、下振れしたと考えられる。今後、分析を深めることとする。



エ 職業別では、「パート・アルバイト」「主に家事に従事」の購読率が高い。この2区分の性別データを見ると、約7割が女性であることから、前述イと同様に「ライフステージの変化」が影響していると考えられる。なお、学生の購読率の低さは想定通りであったが、自営業・会社役員等が低いことは新たなデータとなった。母数の関係から一概には判断できないが、産業系情報紙・公社ニュース「トキメキ」との関係整理も、今後の検討課題である。



※ 以上の棒グラフは、傾向の分析のため、回答の中で「ごく少数」「空白」等は除外している。

「あだち広報」に関する今後の取り組み方針

① “表紙のインパクト”で、まずは手に取っていただく

全戸配布である「あだち広報」は、自宅等のポストに投函し、他の民間広告物と混在する。多くの広告物の中で、まずは興味を抱き、手に取ってもらい、紙面を開いていただくためには、他に負けない“表紙のインパクト”が必要である。

これまであだち広報は、東京都広報コンクールで広報紙の部、一枚写真の部、組写真の部の各部門において毎年複数入賞し、専門家からも高い評価を受けている。今後もクオリティの高い紙面、インパクトのある表紙を目指していく。

令和5年2月25日号
文字のインパクトを重視した紙面構成の例 →



② “子育て世代、若い世代にも届く”デザインも採用していく

今回の調査結果では、若い世代も一定の購読率があることや、子育て世代になる（ライフステージが変わる）と購読率が上がる傾向が伺えた。

若い世代や子育て世代に、まずは手に取り読んでいただく。そして「自分（または家族など）に関係ある（有益な）情報が掲載されている」と認識していただき、その後の継続購読につなげていくため、今後も、ターゲットを意識した紙面づくりに取り組んでいく。

令和5年3月25日号
子育て世代を意識した紙面構成の例 →



③ “行動変容をもたらす”紙面づくり

広報紙で最も大事なことは、「読んで終わりにさせない」ことである。紙面を読んだ多くの区民のみなさんが、何かを感じ、何らかの行動の変化（行動変容）につながる企画アイデアを盛り込んでいく。

令和5年5月10日号
4コマ漫画を活用し、避難方法や備蓄の必要性を伝えた例 →



(2) 日常使いは、どの世代もLINE。区のツイッター、フェイスブックは“認知度”“利用者数”のアップが課題である。

日常的に使っているインターネットツールに関する問では、年代に関わらずLINE(ライン)の活用が多いことがわかった。日本国内の月間利用ユーザーが9,400万以上と言われているLINEは、今後の区の情報発信の重要ポイントとなると考える。

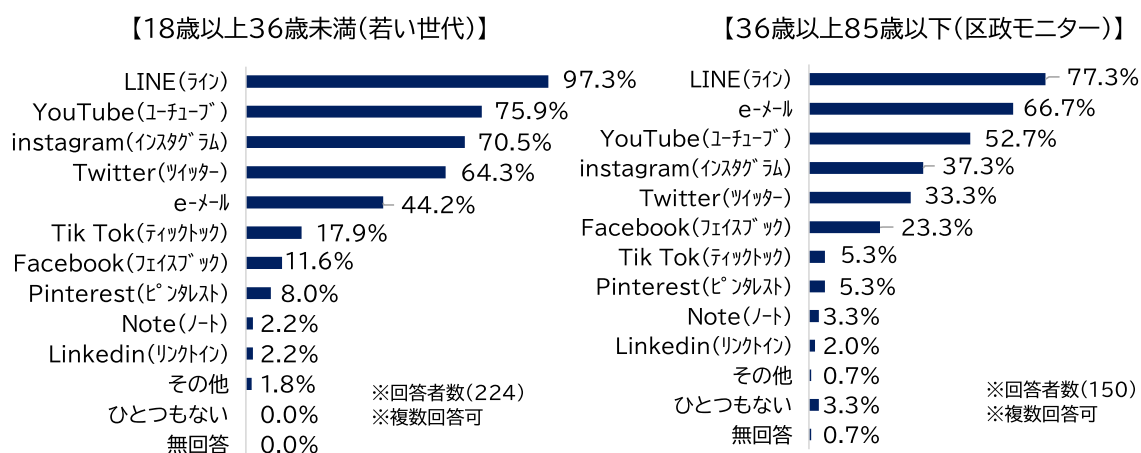
その他の傾向は、以下の通りである。

ア 「ユーチューブ」も、どちらも高い利用率である。

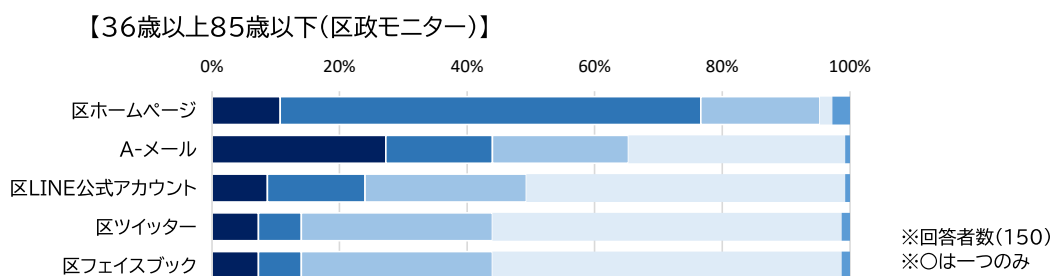
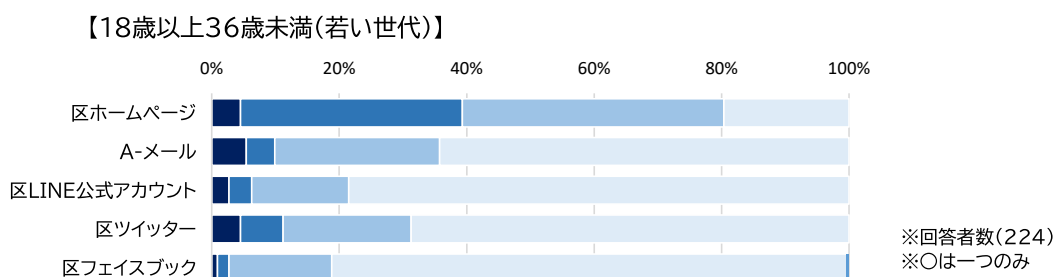
イ 若い世代は「インスタグラム」の利用率が高い。

ウ 36歳以上は、「eメール」の利用率が高い。

エ 「ツイッター」はどちらも上位5位内で、「フェイスブック」より利用率が高い。

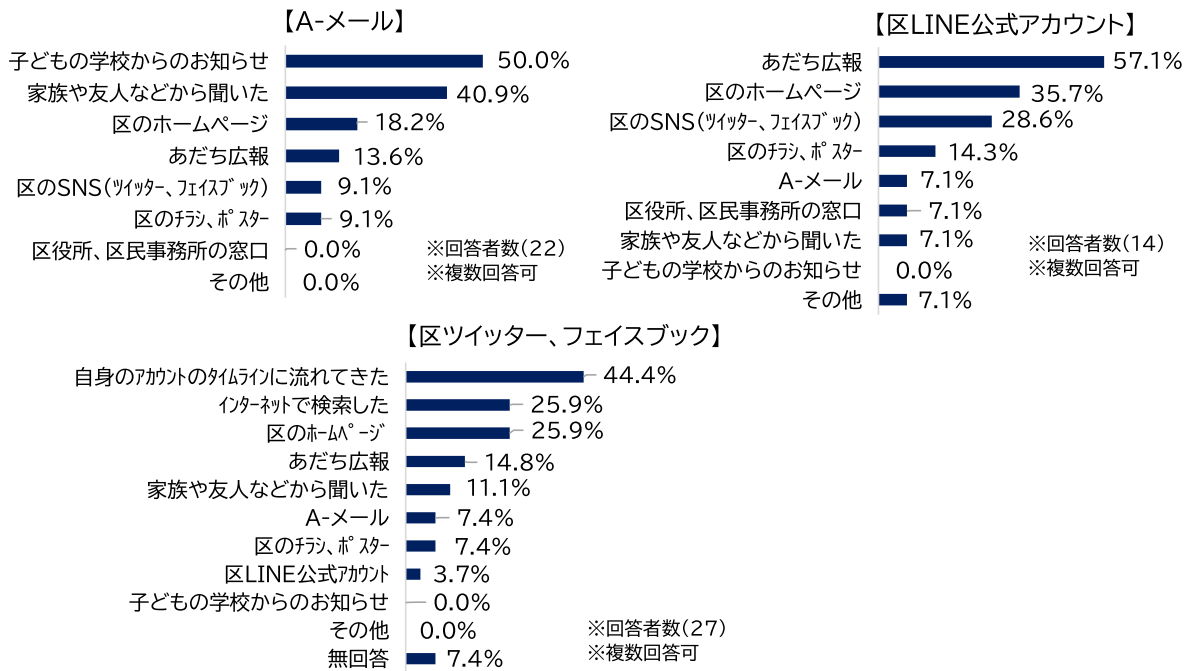


一方、区が使用しているデジタルツールの認知や使用状況を見てみると、LINE公式アカウント、ツイッター、フェイスブックの認知率が低く、利用者数が少ない。すでに運用している情報発信ツールのさらなる有効活用が今後の課題のひとつである。



- ①よく利用する
- ②たまに利用する
- ③知っているが、利用したことがない
- ④知らなかったため、利用したことがない
- ⑤無回答

利用するツールを「何で知ったか」の間では、種類によって違いが見られた。



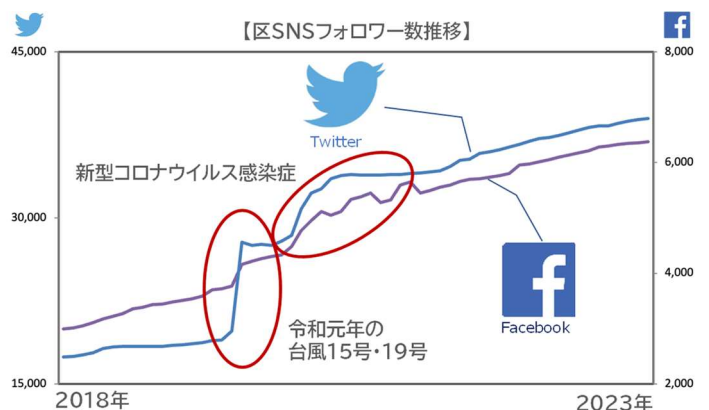
ア A-メールは、「子どもの学校からのお知らせ」が多かった。これまで、小中学校の毎年の進級・入学のタイミングで、「学校配信メール」の案内にA-メールの紹介を記載していたことが要因と考えられる。

イ LINE公式アカウントは、何らかの区の情報発信ツールから誘導されている傾向がある。メールアドレスの入力作業などがあるA-メールに比べて、数回のタップ操作で簡単に「友だち登録」できることが影響していると考えられる。

ウ 区のツイッター、フェイスブックは、自身がフォローする知人などが区SNSのフォロワーであることから、タイムラインに流れてきたと想定される。

エ これまでの区SNSのフォロワー推移をみると、災害や緊急事態に一気に増えることが確認できている。

オ ツイッターやフェイスブックのようなプル型＝必要な情報を能動的に（自分からはたらかけて）取得するサービスは、「何かのきっかけ」が重要であることがわかる。



カ A-メールやLINE公式アカウントのようなプッシュ型＝特定の対象者に直接アプローチするツールとの違いを理解し、双方のメリットを最大限生かす情報発信を意識していく必要がある。

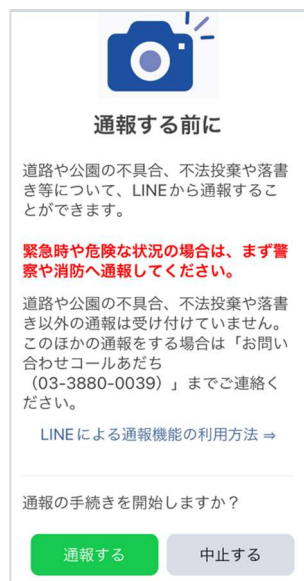
区が活用する「デジタルツール」に関する今後の取り組み方針

① LINE公式アカウントの登録者(友だち)増を“最大のミッション”とする。

区LINE公式アカウントは、令和5年3月に機能を拡張し、A-メールと同様のジャンル配信が可能となったほか、不法投棄等の通報、保育指数シミュレーション、チャットボットなど複数の機能が使えるようになった。今後は、災害時の情報発信にもスムーズに誘導できるLINE公式アカウントの登録者(友だち)の増に取り組んでいく。

- 受取りたい情報のカテゴリーを以下のリストから選択してください。
- 重要なお知らせ
 - 災害情報・気象警報
 - 大雨・洪水注意報
 - 雷注意報
 - 大雪・風雪注意報
 - 地震情報(震度3以上)
 - 地震情報(震度5弱以上)
 - 河川の増水氾濫情報
 - 防犯・防火情報
 - 子どもの安心情報
 - 夏の重要なお知らせ(熱中症・電力情報)
 - 区長のあだちな毎日(区長のひとりごと)
 - おすすめレシビ
 - 健康情報
 - パブコメ・審議会等公開情報
 - 【事業者向け】広告関連情報

【A-メールと同ジャンル配信】



【通報機能】



【災害情報メニュー】



② ツイッター、フェイスブックは、“おもしろさ”“楽しさ”も高めていく。

前述の通り、災害級の大型台風の発生や、新型コロナウイルス感染症の広がりに伴い、区のツイッター、フェイスブック共にフォロワーが急増。その後もフォロワー数は減っておらず、徐々に増えている傾向にある。

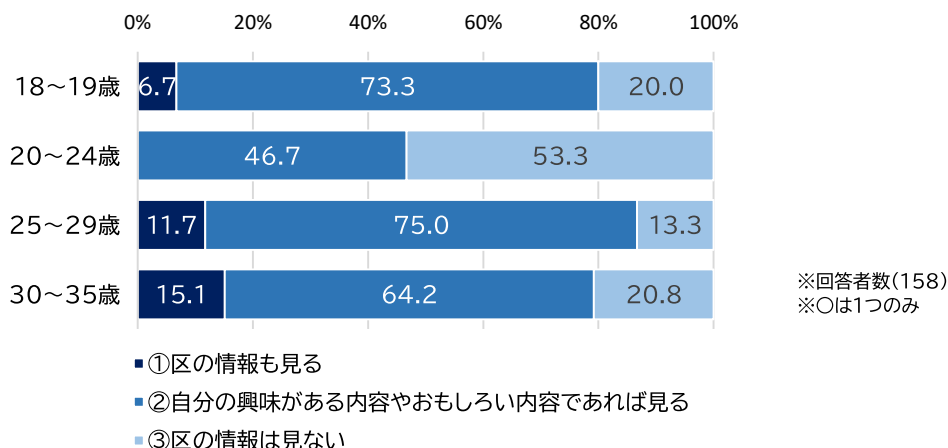
この閲覧ユーザーを繋ぎ止めておくことが、区のツイッター、フェイスブックの情報発信力を高めることになり、災害時の緊急情報の発信力にもつながる。区の情報をもろもろ、文章や添付画像など、SNSに求められる“おもしろさ”や“楽しさ”も区役所内全体で高めていく。

1万5千以上閲覧された区ツイッターの例⇒



(3) “インスタグラムの新規導入”の課題はフォロワー獲得。今後もツールの特徴・効力を最大限活かせる方法を継続検討していく。

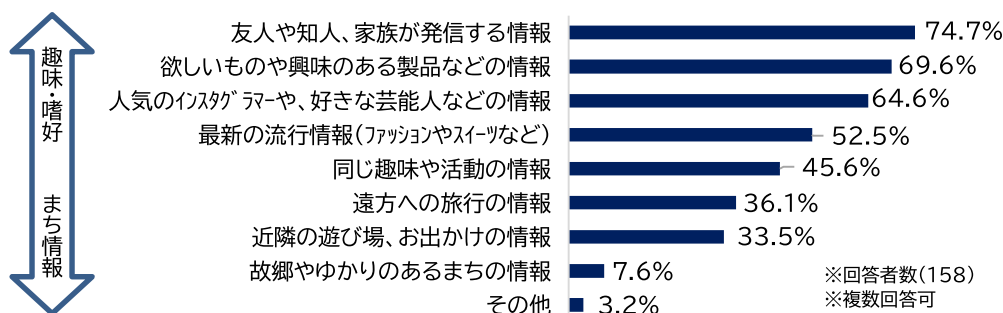
日常的に「インスタグラムを利用する」と答えた158名に対する「区がインスタグラムを開設したら見るか」との間では、「見る」と回答した方は各年代ともかなり少数であり、「見ない」と断言した方も、ばらつきがあるものの一定の回答率となった。導入検討にあたってのポイントは、中間層である「興味がある・おもしろければ読む層」をフォロワーとして「読む層」に定着させられるか、という点であると考えられる。



インスタグラムは、一般的にはツイッター、フェイスブックと同じく「プル型」に分類される。インスタグラムの導入にあたっての重要ポイントは、ツイッター、フェイスブックと同様に、「継続した日常配信で、フォロワーをつかむことができるか」という点である。なお、一般的に「インスタグラム」「ツイッター」「フェイスブック」は、以下の違いがあると言われている。

	インスタグラム	ツイッター	フェイスブック
匿名性	匿名	匿名	基本的には実名
主な構成	画像や動画 ※ビジュアル中心	テキスト ※画像・動画は任意	テキスト ※画像・動画は任意

同じく、日常的に「インスタグラムを利用する」と答えた158名に「インスタグラムでよく閲覧する内容」を聞いたところ、自分の趣味・嗜好にあう情報を見ている傾向が強いことがわかる。



区の「Instagram新規導入」に関する今後の取り組み方針

① 現時点では導入せず、引き続き“有効に活用できる方法”の検討を進める。

若い世代のInstagramの利用状況を見ると、情報発信ツールとしての有効性がある。しかしながら、これを「行政情報の発信ツール」として考えた場合、今回の結果から、必ずしもその特徴や効果を最大限引き出し、かつ現有するツール以上の効果を上げられるか疑問が残る。よって、Instagramの導入は、今後も前向きに考えつつも、現時点での導入は見送り、引き続き有効活用できる方法を検討していく。

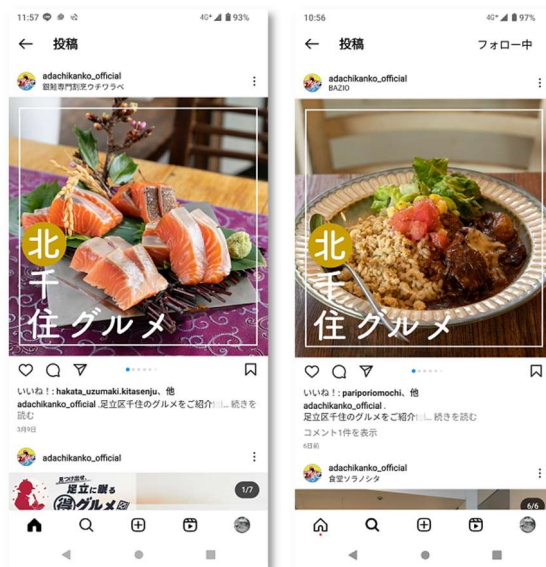
② 導入検討にあたっては、“費用対効果”も見極めていく。

仮にInstagramを導入した場合、区内各所での撮影、データ整理、インターネットへの投稿作業など、職員の業務量が増えることになり、かかる人的リソース（職員が遂行できる業務量）の消費とその効果および経費を含めて仕組みづくりを検討していく。

③ 当面の間、“足立区観光交流協会のInstagram”を情報発信していく。

足立区観光交流協会では、グルメ情報や区内製品情報などの発信を目的に、Instagramを活用している。区（行政）として運用する場合、「営利・営業」「公平性」等の判断要素が強くなるが、一般財団法人として「まちの魅力を積極的に発信する」当該アカウントは、一定の自由度がある。区としても、積極的にその存在を発信していく。

足立区観光交流協会のInstagramの例→



本調査を行って（担当課意見）

本調査は、「足立区政に関する世論調査（小規模調査）」の第1回目となった。

有効回答率が、足立区区政モニター（登録者）は96.5%、足立区在住の満18歳以上36歳未満の男女個人（無作為抽出）は36.3%であった。無作為抽出について、通常の世論調査（同無作為抽出、3,000人対象）の有効回答率の約5割と比較して低い回答率となったのは、若い世代の区政への関心度が伺えた。

しかしながら、これまで実施したことがなかった「若い世代にダイレクトに意見を聞く」という点で、非常に参考となるデータが収集できた。今後、本調査の結果も踏まえながら、若い世代への情報発信の検討を深めつつ効果を高めていく。

第 3 章 調査結果

設問体系と回答一覧

1. 足立区に関する情報の入手状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P25

【利用する（計）】

- (1) 「区の施設」 61.6%
- (2) 「あだち広報」 51.8%
- (3) 「防災無線」 51.3%

2. 「あだち広報」を読むようになったきっかけ・・・・・・・・・・ P41

- (1) 「自宅の郵便受けに入っていたから」 81.0%
- (2) 「なんとなく手に取ったから」 25.9%
- (3) 「自分に必要な情報を得たいと思ったから」 25.0%

3. 「あだち広報」でよく見ている（興味のある）記事・・・・・・・・ P42

- (1) 「イベントや催し物、講座の情報」 63.8%
- (2) 「子育て情報」 33.6%
- (3) 「健康・衛生・福祉の情報」 29.3%

4. 「あだち広報」の見やすさ・読みやすさ・・・・・・・・・・ P43

- (1) 「どちらかといえば見やすい（読みやすい）」 52.6%
- (2) 「どちらともいえない」 23.3%
- (3) 「とても見やすい（読みやすい）」 19.0%

5. 「あだち広報」を見づらい・読みづらいと思う理由・・・・・・・・ P44

- (1) 「文字が小さい(フォントが見づらい)」 50.0%
- (2) 「写真、イラストが少ない(小さい)」 33.3%
- (3) 「文章がわかりづらい(専門用語が多い等含む)」 16.7%

6. 「あだち広報」の特集記事でとりあげてほしい内容・・・・・・・・ P45

- (1) 「子育て/教育」 18件
- (2) 「グルメ」 17件
- (3) 「行政」 14件

7. 「あだち広報」が電子ブック「カタログポケット」で読めることの認知・・・・・・・・ P46

- (1) 「知らない」 92.2%
- (2) 「知っているが、利用していない（ほとんど利用していない）」 4.3%
- (3) 「知っていて、利用している（紙版も読む）」 2.6%

8. 「あだち広報」を読まない（ほとんど読まない）理由・・・・・・・・ P47

- (1) 「必要な情報はインターネットで得ているから」 43.5%
- (2) 「区の情報を必要としていない(必要と思うことがほとんどない)から」 39.8%
- (3) 「自分の欲しい情報が掲載されていないことが多いから」 12.0%

9. 「あだち広報」を読んでもみようと思うきっかけ・・・・・・・・・・ P48
- (1) 「自分の興味があることや欲しい情報が掲載されていれば」 57.4%
 - (2) 「自分のライフスタイルが就職、結婚、子育て、退職などにより変わったから」 26.9%
 - (3) 「メールやLINEで定期的に配信されれば(デジタルであれば読む)」 13.0%
10. 興味や関心があること・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P49
- (1) 「グルメ・商店」 11件
 - (2) 「給付金/税金/割引/経済」 7件
 - (3) 「子育て」 7件
 - (4) 「行政」 7件
11. 「Aメール」認知経路・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P50
- (1) 「子どもの学校からのお知らせ」 50.0%
 - (2) 「家族や友人などから聞いた」 40.9%
 - (3) 「区のホームページ」 18.2%
12. 「Aメール」配信回数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P51
- (1) 「適度である」 68.2%
 - (2) 「多いと思う」 27.3%
 - (3) 「少ないと思う」 4.5%
13. 「Aメール」の配信内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P52
- (1) 「どちらかといえば、興味のあることや欲しい情報が配信されている」 59.1%
 - (2) 「興味のあることや欲しい情報が配信されている」 18.2%
 - (3) 「どちらともいえない」 18.2%
14. 「Aメール」を登録しようと思う情報・・・・・・・・・・・・・・・・ P53
- (1) 「地震や台風、大雨などの災害情報」 52.0%
 - (2) 「防犯・防災情報（詐欺やひったくり、放火など）」 29.2%
 - (3) 「イベントや催し物、講座の情報」 24.8%
15. 「足立区LINE公式アカウント」認知経路・・・・・・・・・・・・・・・・ P54
- (1) 「あだち広報」 57.1%
 - (2) 「区のホームページ」 35.7%
 - (3) 「区のSNS（ツイッター、フェイスブック）」 28.6%
16. 「足立区LINE公式アカウント」配信回数・・・・・・・・・・・・・・・・ P55
- (1) 「適度である」 57.1%
 - (2) 「少ないと思う」 21.4%
 - (3) 「多いと思う」 14.3%

- 17. 「足立区LINE公式アカウント」で役立っている情報・・・・・・・・・・ P56**
【役に立っている（計）】
- (1) ア「あだち広報発行情報（月2回）・広報番組（年数回）」64.3%
 - (2) イ「イベント等のチラシ・ポスター（随時）」57.1%
 - (3) ウ「新型コロナウイルス新規陽性者の発生状況のグラフ（週1回）」85.7%
- 18. 「足立区LINE公式アカウント」を登録しようと思う情報・・・・・・・・・・ P61**
- (1) 「地震や台風、大雨などの災害情報」57.1%
 - (2) 「防犯・防災情報（詐欺やひったくり、放火など）」29.5%
 - (3) 「イベントや催し物、講座の情報」29.0%
- 19. 「区のツイッター／フェイスブック」認知経路・・・・・・・・・・ P62**
- (1) 「SNS」44.4%
 - (2) 「インターネットで検索した」25.9%
 - (3) 「区のホームページ」25.9%
- 20. 「区のツイッター／フェイスブック」で配信してほしい内容・・・・・・・・・・ P63**
- (1) 「イベントや催し物、講座の情報」66.7%
 - (2) 「地震や台風、大雨などの災害情報」63.0%
 - (3) 「防犯・防災情報（詐欺やひったくり、放火など）」51.9%
- 21. 「区のツイッター／フェイスブック」を見ようと思うきっかけ・・・・・・・・・・ P64**
- (1) 「自分の興味があることや欲しい情報が掲載されていれば」45.7%
 - (2) 「SNSで見かける機会が増えれば」16.4%
 - (3) 「自分のライフスタイルが就職、結婚、子育て、退職などにより変わったら」15.5%
- 22. 日常的に使っているインターネットツール・・・・・・・・・・ P65**
- (1) 「LINE（ライン）」97.3%
 - (2) 「YouTube（ユーチューブ）」75.9%
 - (3) 「Instagram（インスタグラム）」70.5%
- 23. インスタグラムでの閲覧内容・・・・・・・・・・ P66**
- (1) 「友人や知人、家族が発信する情報」74.7%
 - (2) 「欲しいものや興味のある製品などの情報」69.6%
 - (3) 「人気のインスタグラマーや、好きな芸能人などの情報」64.6%

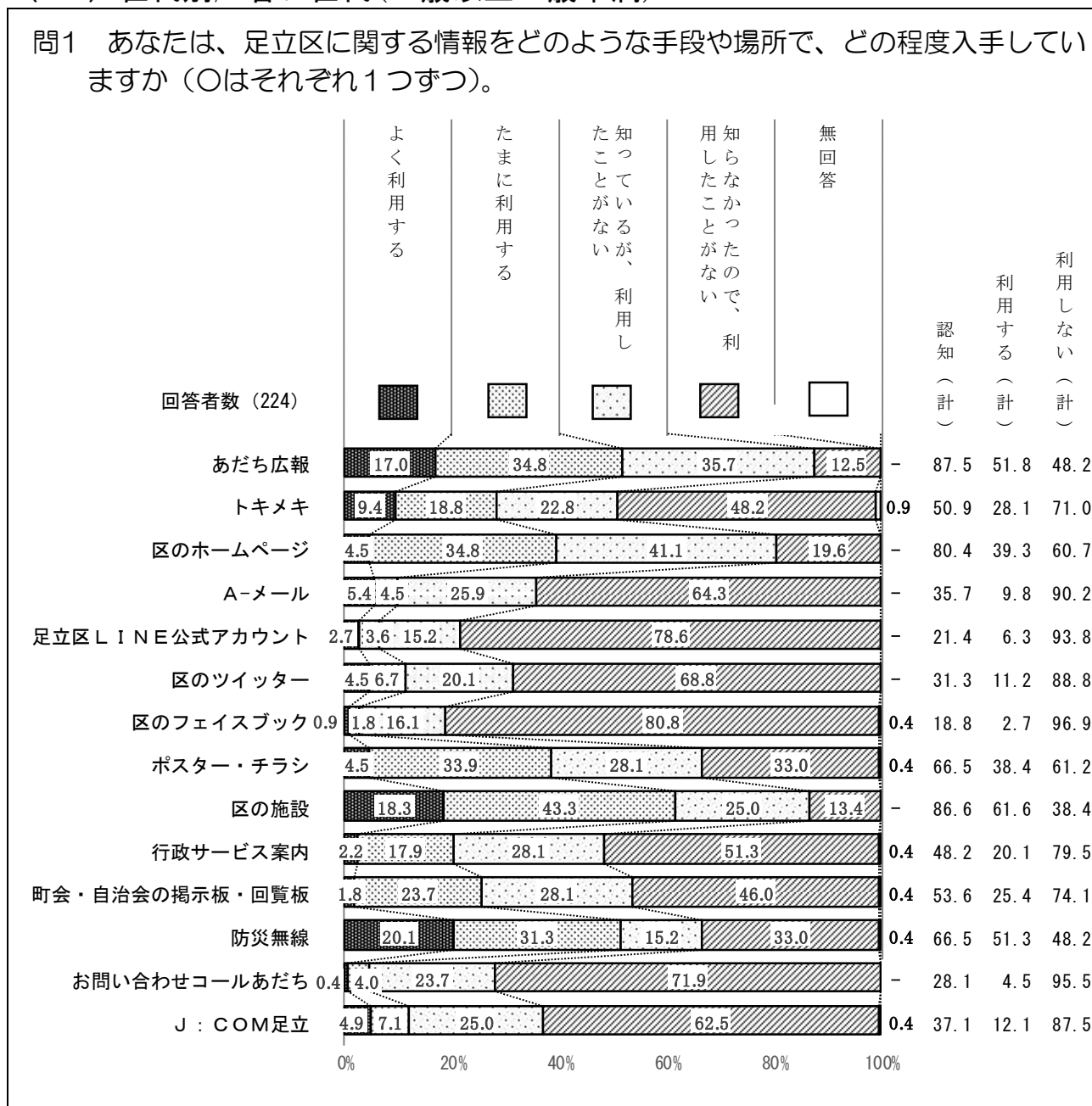
- 24. 足立区Instagramの利用展望** P67
- (1) 「自分の興味がある内容やおもしろい内容であれば、区の情報も見る」 65.8%
 - (2) 「区の情報は見ない」 24.1%
 - (3) 「区のも見る」 10.1%
- 25. 区が発信する情報として重要・必要だと思うこと** P68
- (1) 「健診や生活支援など健康や福祉に関する情報」 53.6%
 - (2) 「災害や気象に関する情報」 53.1%
 - (3) 「国保・年金・税などに関する届出や証明に関する情報」 51.8%
- 26. 足立区に対する気持ち** P69
- 【そう思う（計）】
- (1) ア「足立区に愛着をもっている」 76.3%
 - (2) イ「足立区に誇りをもっている」 41.5%
 - (3) ウ「足立区を人に勧めたい」 45.1%
 - (4) エ「足立区を良いまちにするために何かしたい」 61.2%
 - (5) オ「足立区を良いまちにするための活動をしている人に共感する」 75.4%
- 27. アンケートの実施が区政の改善につながるかの考え** P76
- (1) 「どちらかといえばそう思う」 39.7%
 - (2) 「そう思う」 33.0%
 - (3) 「わからない」 12.5%

※18～35歳・上位項目を記載

1 足立区に関する情報の入手状況

(1.1) 世代別/ 若い世代(18歳以上36歳未満)

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか（〇はそれぞれ1つずつ）。

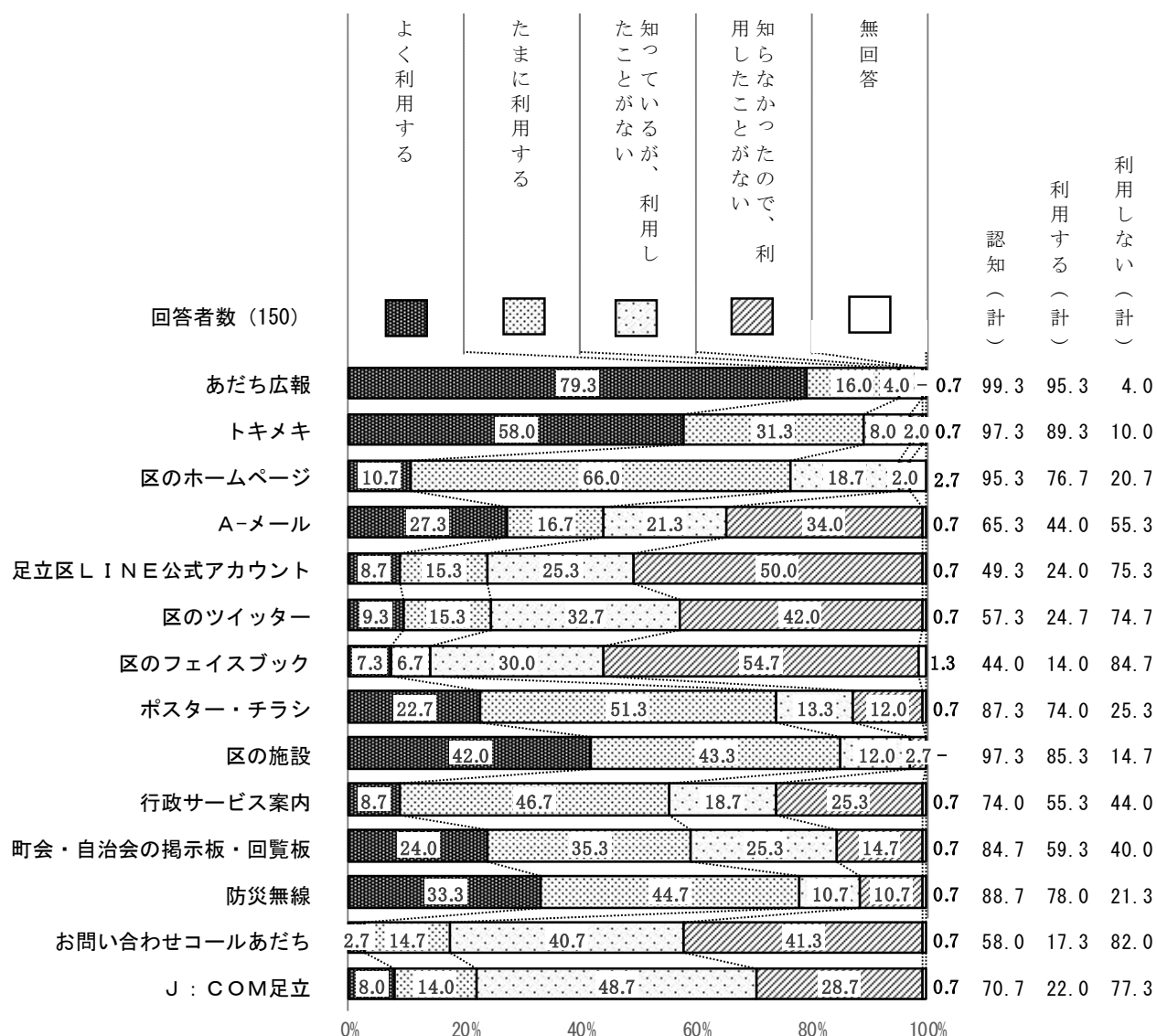


若い世代(18歳以上36歳未満)において、「利用する(計)」「よく利用する」+「たまに利用する」に「知っているが、利用したことがない」を合わせた「認知(計)」では“あだち広報”(87.5%)、“区の施設”(86.6%)、“区のホームページ”(80.4%)の順に高くなっています。

利用する(計)では“区の施設”(61.6%)、“あだち広報”(51.8%)“防災無線”(51.3%)の順に高く、「認知(計)」上位3項目に入っていた“区のホームページ”は39.3%で低くなっています。

(1.2) 世代別/ 高年代(36歳以上85歳以下)

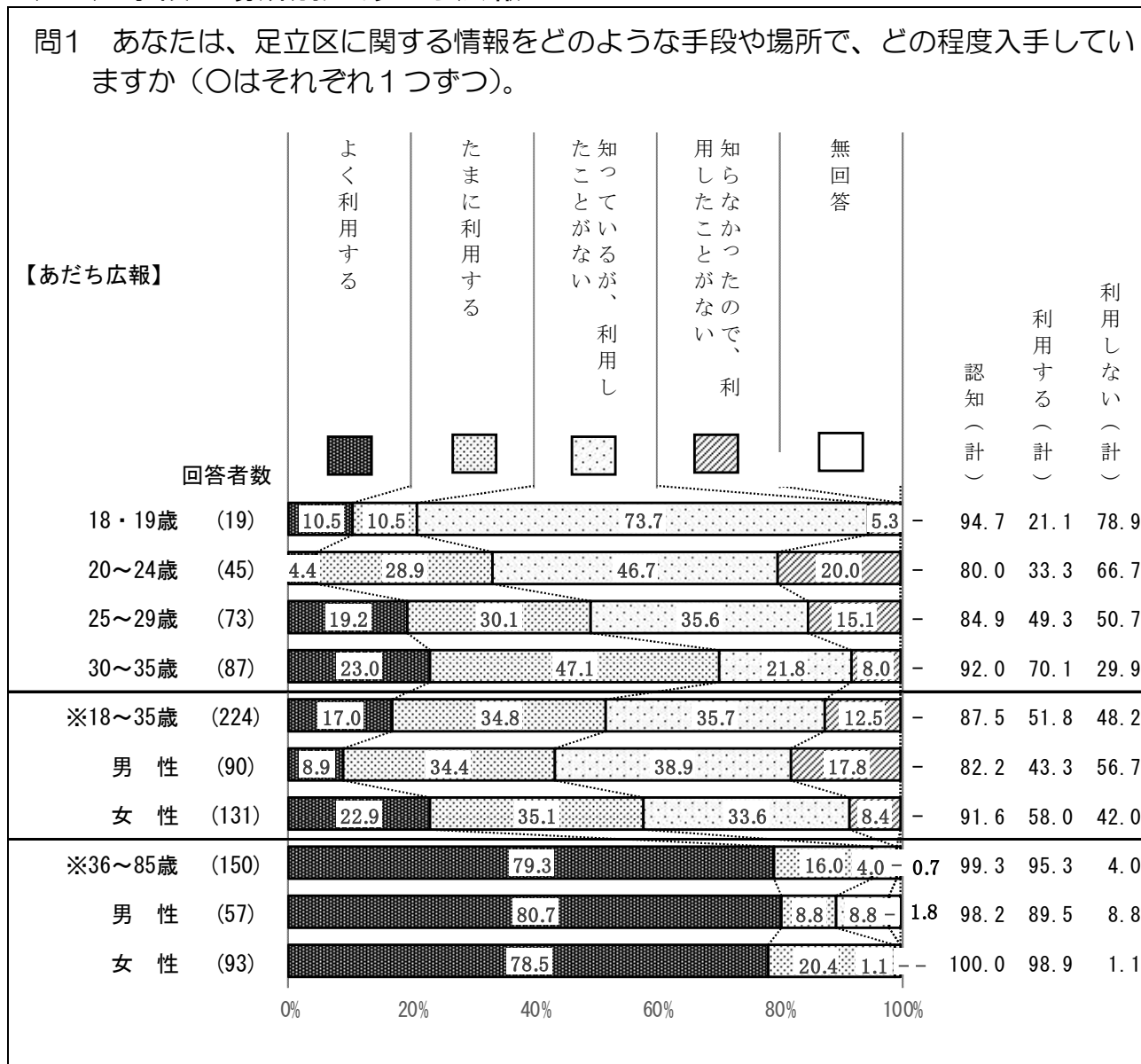
問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか(〇はそれぞれ1つずつ)。



高年代(36歳以上85歳以下)において、「認知(計)」では“あだち広報”(99.3%)、“トキメキ”(97.3)%、“区の施設”(97.3%)、“区のホームページ”(95.3%)の順に高くなっています。

「利用する(計)」では認知(計)上位4項目のうち“あだち広報”(95.3%)、“トキメキ”(89.3%)、“区の施設”(85.3%)は8割を超えて高いですが、“区のホームページ”は76.7%で8割に達せず、やや低くなっています。

(2.1) 手段・場所別/ あだち広報

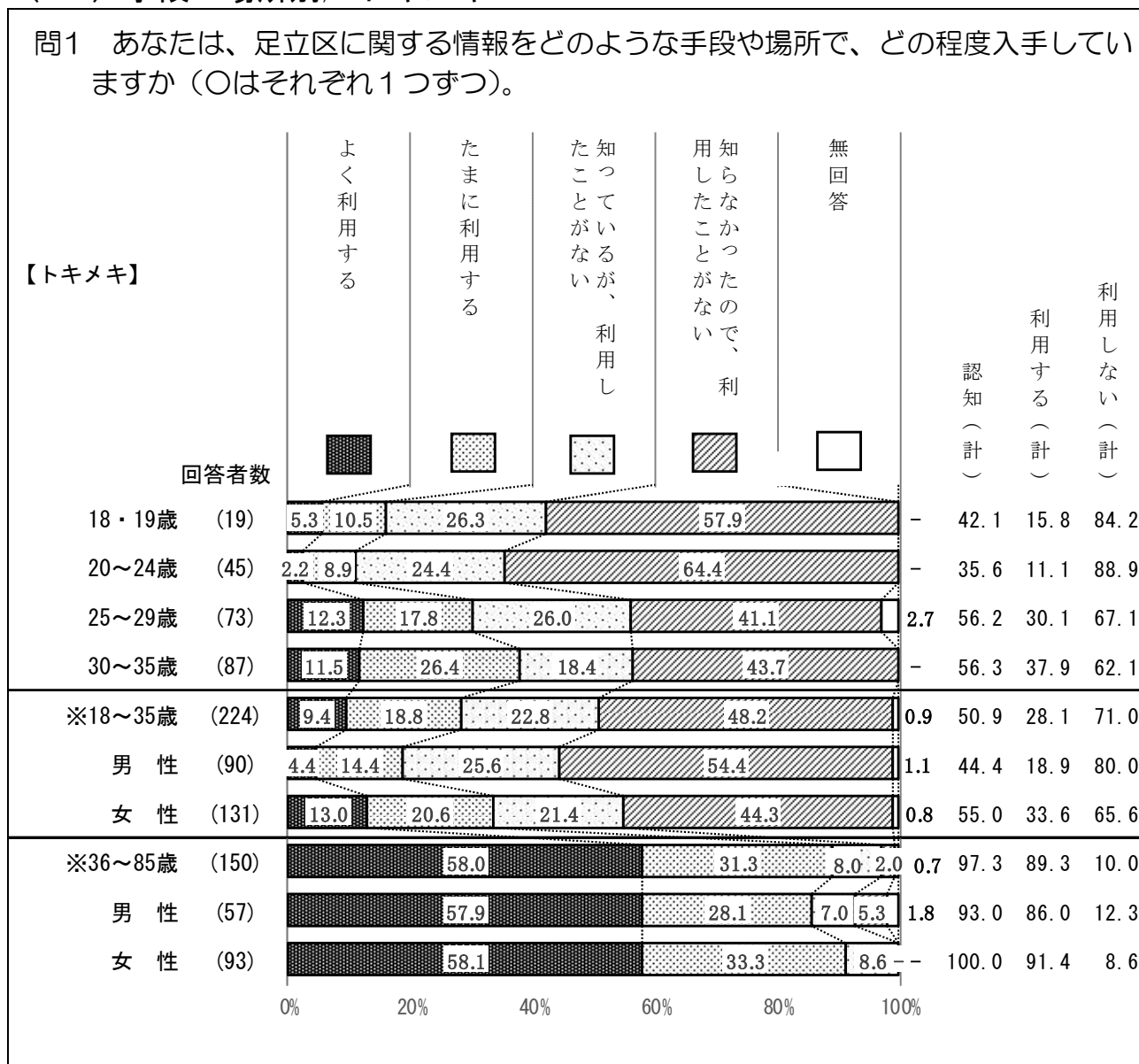


足立区に関する情報の入手手段として【あだち広報】についてみると、「よく利用する」が“25～29歳”で19.2%、“30～35歳”で23.0%と25歳以上では2割前後に達します。特に“30～35歳”は「認知(計)」が92.0%、「利用する(計)」が70.1%でともに高くなっています。それに対して、“18・19歳”はサンプル数が少ないため、あくまでも参考値ですが、「認知(計)」が94.7%と各年代で最も高いものの、「利用する(計)」は21.1%と最も低くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”の「認知(計)」が9割強で、“男性”に比べて高くなっています。「利用する(計)」は“男性”、“女性”ともに「認知(計)」に比べて大きくポイントを下げています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」が“男性”も“女性”もほぼ100%であり、「利用する(計)」もほぼ9割以上で高くなっています。

(2.2) 手段・場所別/ トキメキ



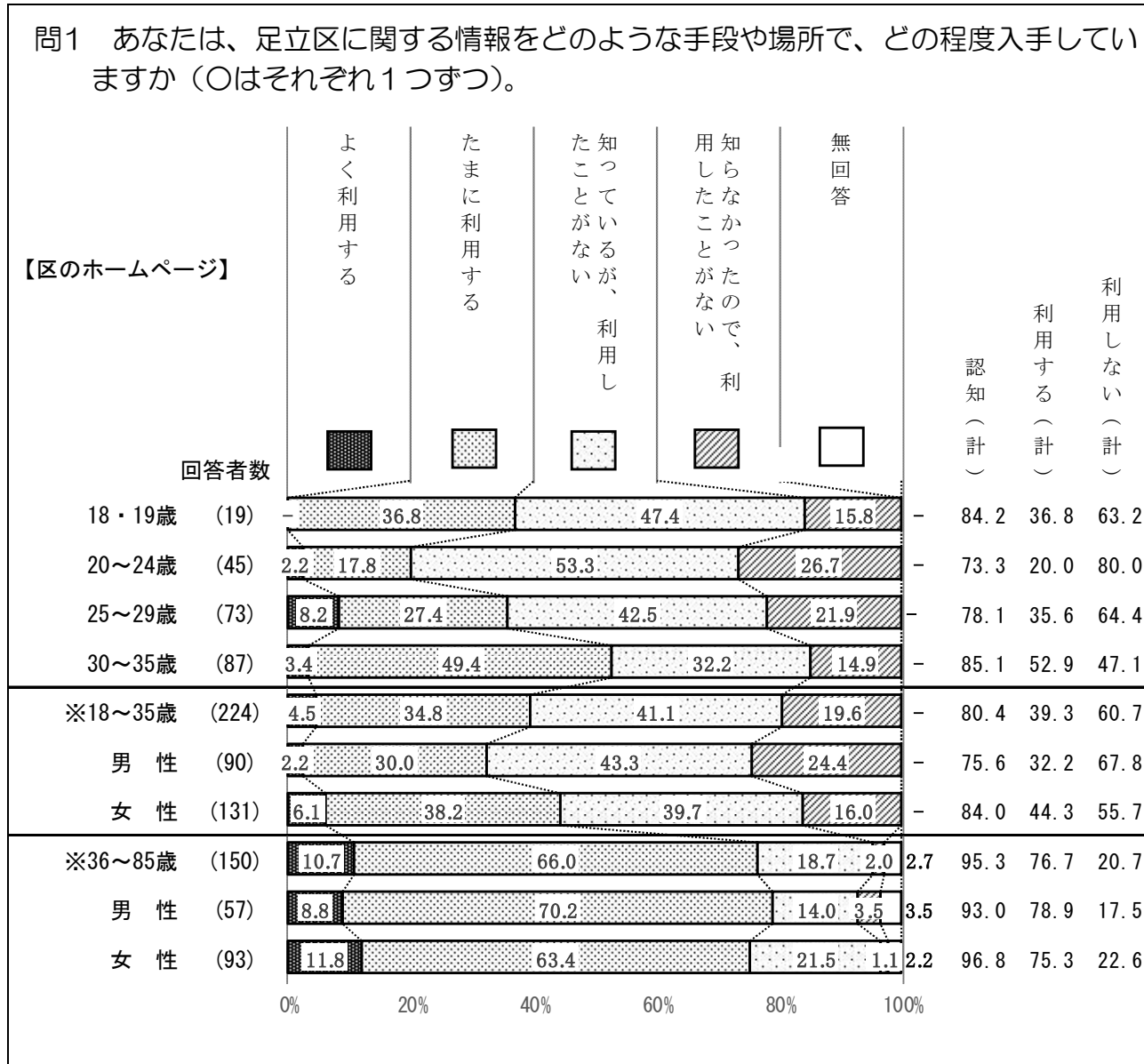
足立区に関する情報の入手手段として【トキメキ】についてみると、「よく利用する」が「25～29歳」で12.3%、「30～35歳」で11.5%と25歳以上では1割強に達し、「認知(計)」はともに5割台半ばになっています。「30～35歳」は「利用する(計)」が37.9%と4割弱で最も高いです。「20～24歳」は、「認知(計)」35.6%、「利用する(計)」11.1%と他の年代と比べて低くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、「女性」の「認知(計)」が5割台半ばで、「男性」に比べて高いです。「利用する(計)」も「女性」は3割強と、「男性」に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)でも、「認知(計)」や「利用する(計)」は「女性」が「男性」に比べて高くなっています。

(2.3) 手段・場所別/ 区のホームページ

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか（〇はそれぞれ1つずつ）。

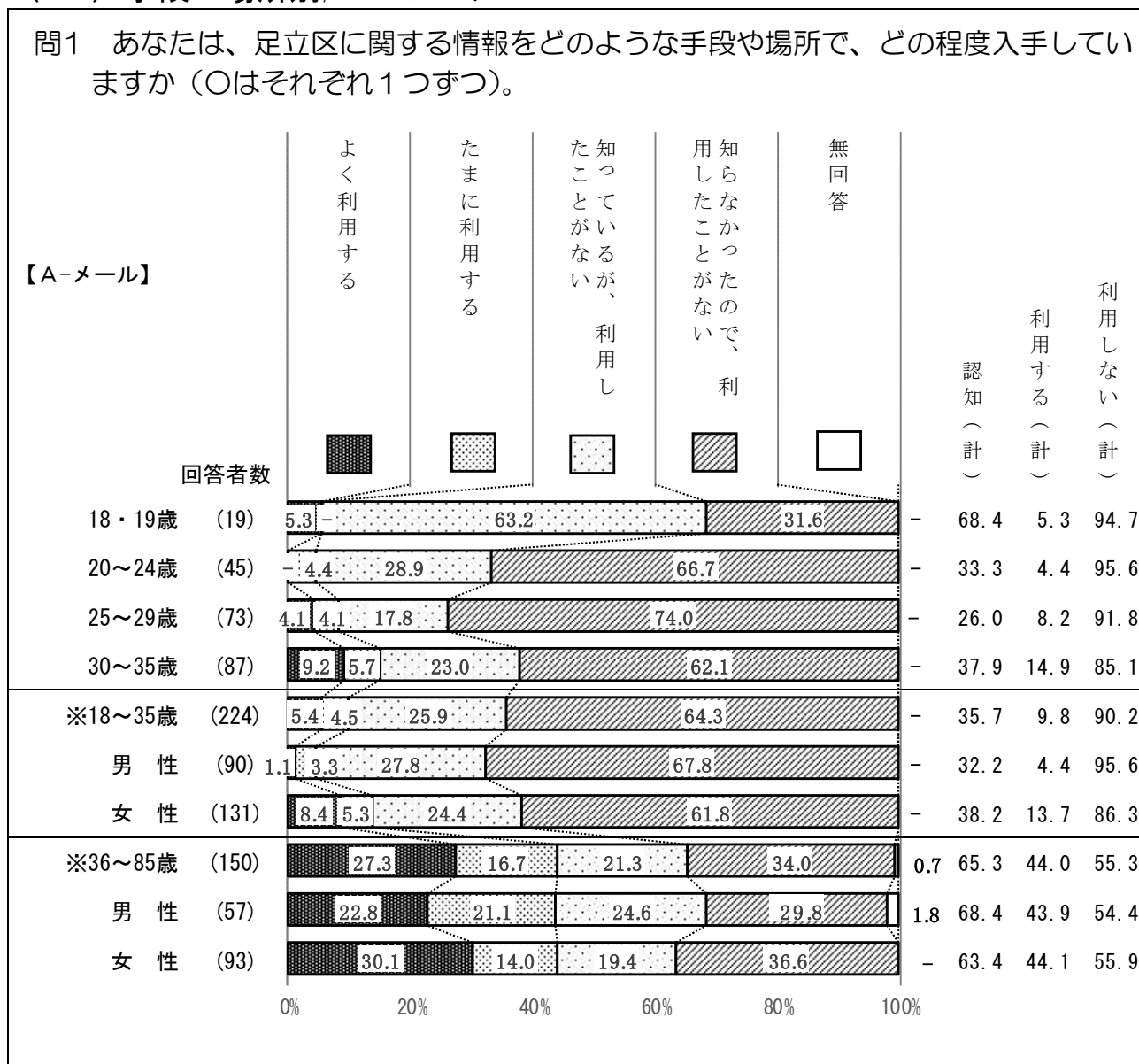


足立区に関する情報の入手手段として【区のホームページ】についてみると、「よく利用する」は各年代ともに低く、1割に達していません。「認知(計)」は各年代ともに7～8割程度ありますが、内訳としては29歳以下では「知っているが、利用したことがない」が4～5割を占めて大きく、“30～35歳”では「たまに利用する」(49.4%)が最も高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”の「認知(計)」が8割強で、“男性”に比べて高くなっています。また、「利用する(計)」も“女性”は4割台半ばと、“男性”に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」が9割台半ばと高く、「利用する(計)」も8割弱で高くなっており、特に「たまに利用する」が6割台半ばと高いです。

(2.4) 手段・場所別/ A-メール

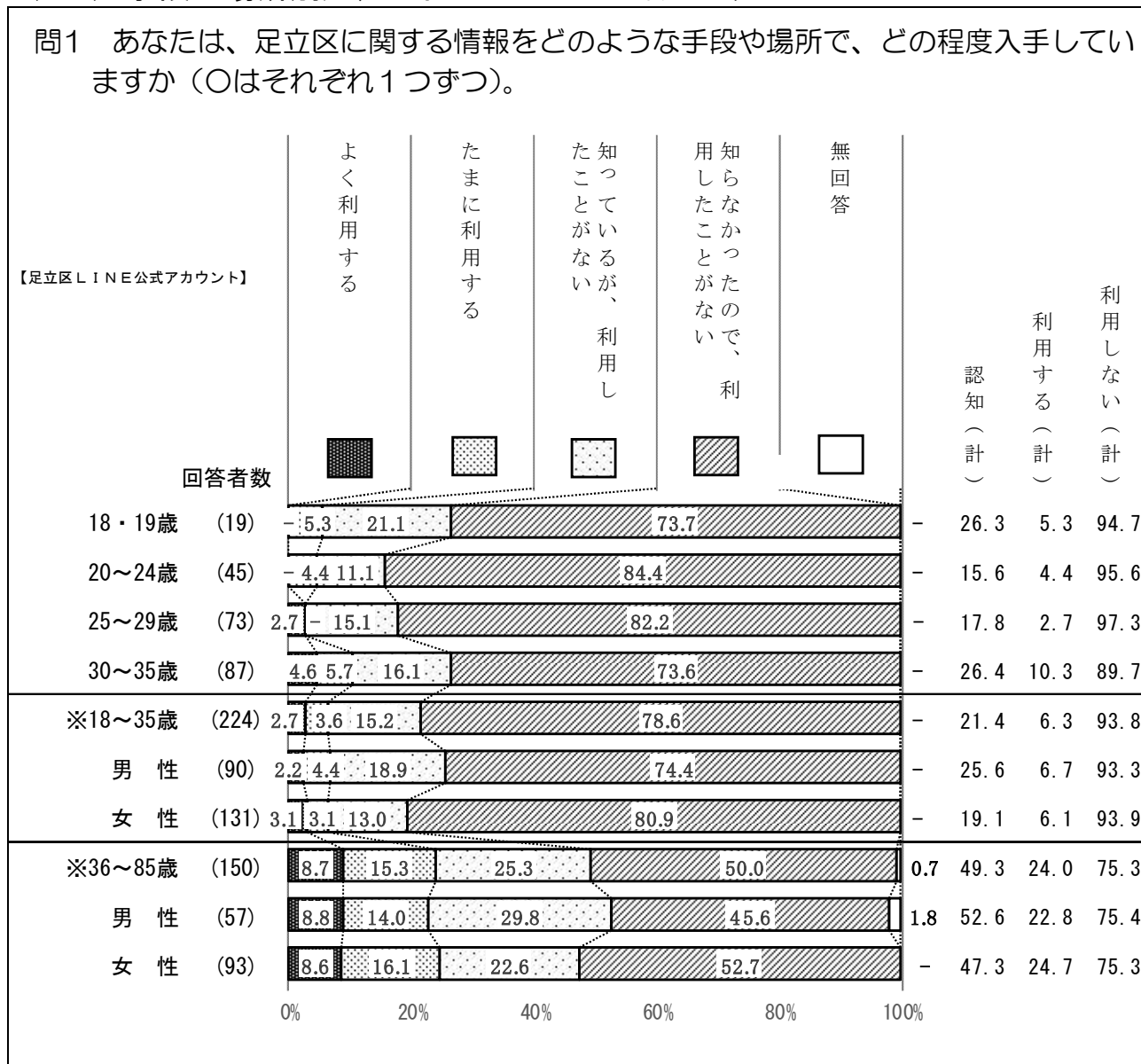


足立区に関する情報の入手手段として【A-メール】についてみると、「よく利用する」は各年代ともに低く、“20～24歳”では「よく利用する」の回答がありませんでした。唯一、“30～35歳”のみほぼ1割に達しています。サンプル数が少ないため、あくまでも参考値ですが、“18・19歳”では「認知(計)」が68.4%と最も高いものの、「利用する(計)」は5.3%と低く、“30～35歳”14.9%が「利用する(計)」は最も高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”、“男性”ともに「認知(計)」3割台半ば前後ですが、「利用する(計)」は“女性”が1割強で、“男性”に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」は6割台半ば、「利用する(計)」は4割強で、性別による差は見られません。「利用する(計)」の内訳としては、「よく利用する」が“女性”がほぼ3割に比べて“男性”は2割強と低いです。

(2.5) 手段・場所別/ 足立区LINE公式アカウント

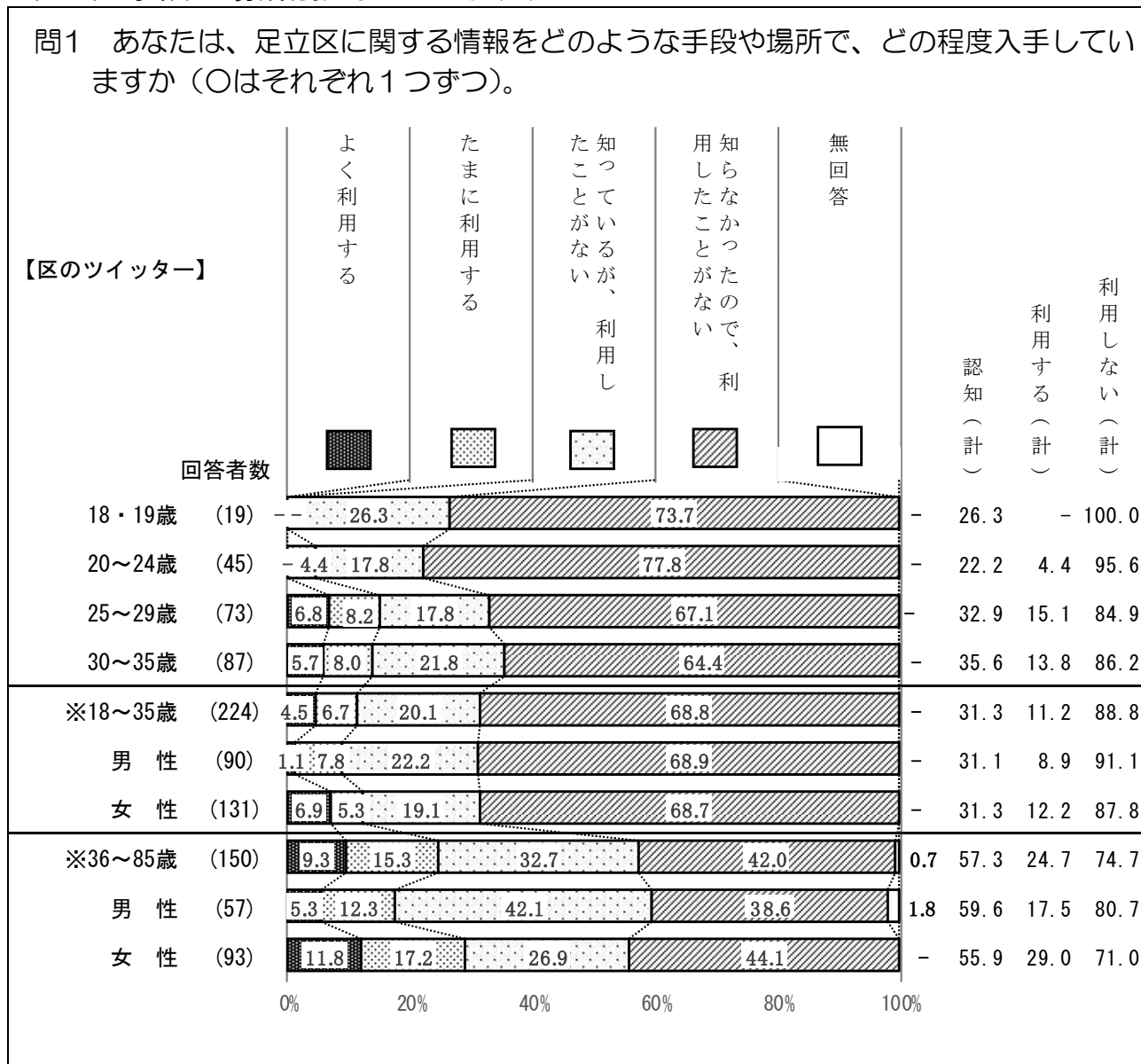


足立区に関する情報の入手手段として【足立区LINE公式アカウント】についてみると、「よく利用する」は各年代ともに低く、「18・19歳」、「20～24歳」では「よく利用する」の回答がありませんでした。各年代ともに「認知(計)」も2割前後と低く、29歳以下では「利用しない(計)」が9割以上に達しています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、「女性」は「知らなかったのがない」がほぼ8割で、「男性」に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「知らなかったのがない」は5割にとどまり、若い世代に比べて低くなっています。なお「男性」は「認知(計)」が5割を超えています。

(2.6) 手段・場所別/ 区のツイッター



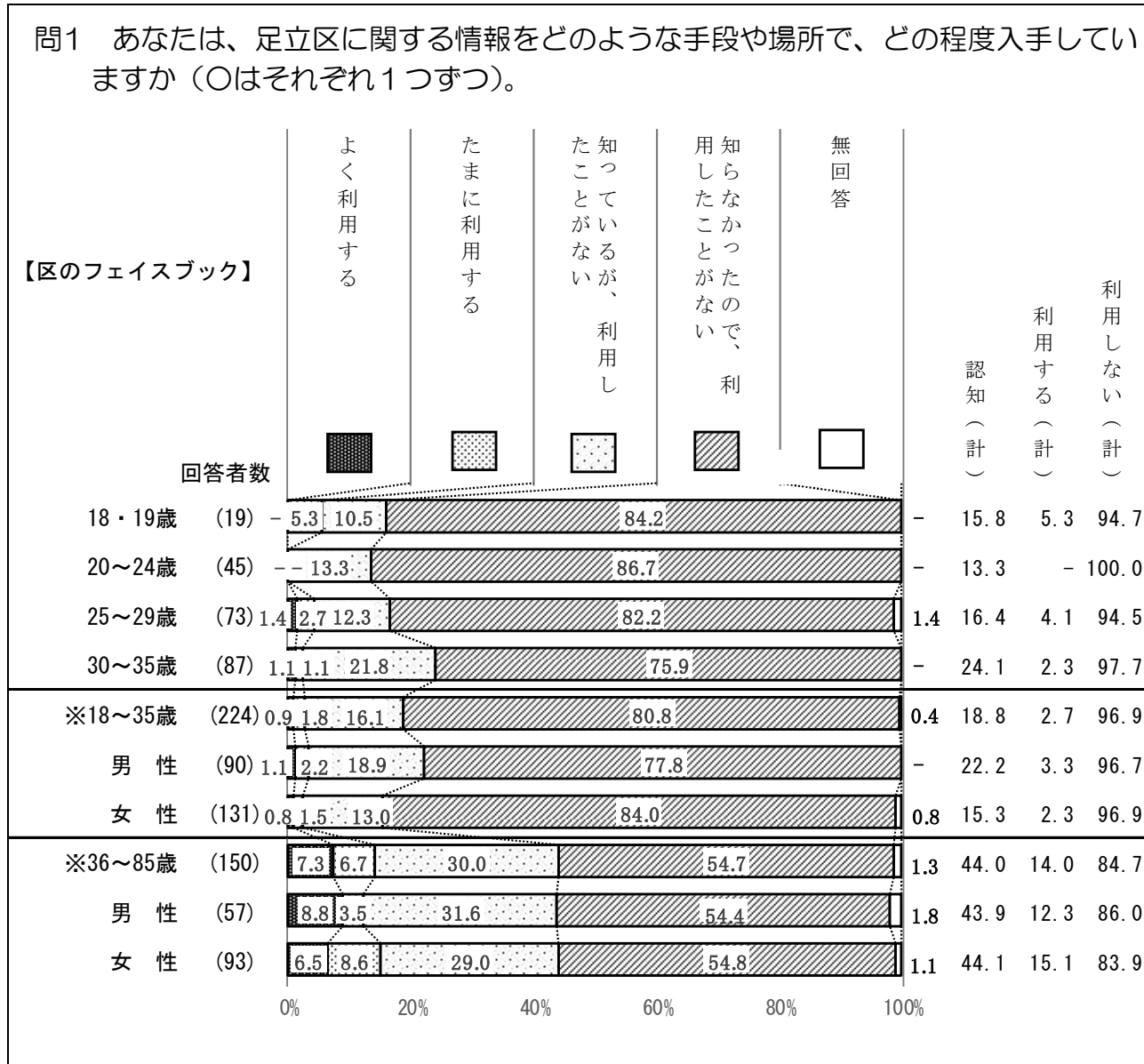
足立区に関する情報の入手手段として【区のツイッター】についてみると、「よく利用する」は各年代ともに低く、「18・19歳」、「20～24歳」では「よく利用する」の回答がなく、「18・19歳」では利用者自身が存在していません。25歳以上では「認知(計)」は3割を超え、「利用する(計)」も1割台半ば前後で、24歳以下に比べて高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、「女性」の「利用する(計)」が1割強で「男性」に比べて高くなっています。「女性」、「男性」ともに「認知(計)」は3割強で性別による差は見られません。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「女性」の「利用する(計)」が3割弱で、「男性」に比べて高くなっています。

(2.7) 手段・場所別/ 区のフェイスブック

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか（〇はそれぞれ1つずつ）。



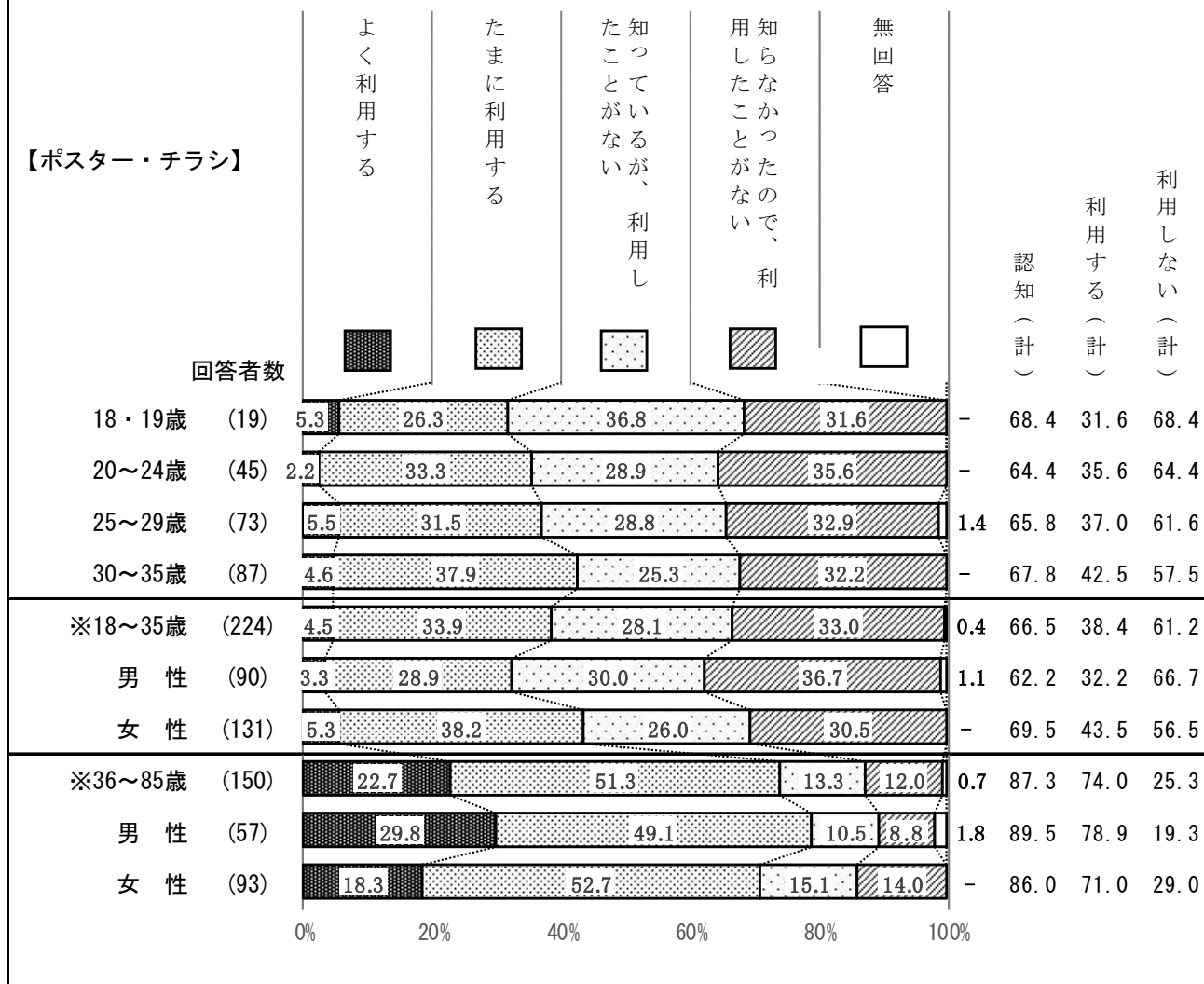
足立区に関する情報の入手手段として【区（区）のフェイスブック】についてみると、「よく利用する」は各年代ともにほとんど回答がなく、「利用しない（計）」は9割を超えています。「認知（計）」は“30～35歳”（24.1%）が最も高いです。

若い世代（18歳以上36歳未満）では、“男性”の「認知（計）」が2割強で“女性”1割台半ばに比べて高くなっています。“女性”、“男性”ともに「利用する（計）」は1割に達せず低くなっています。

高年代（36歳以上85歳以下）では、「認知（計）」が4割強、「利用する（計）」が1割強と、若い世代に比べて高くなっています。

(2.8) 手段・場所別/ ポスター・チラシ

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか（〇はそれぞれ1つずつ）。



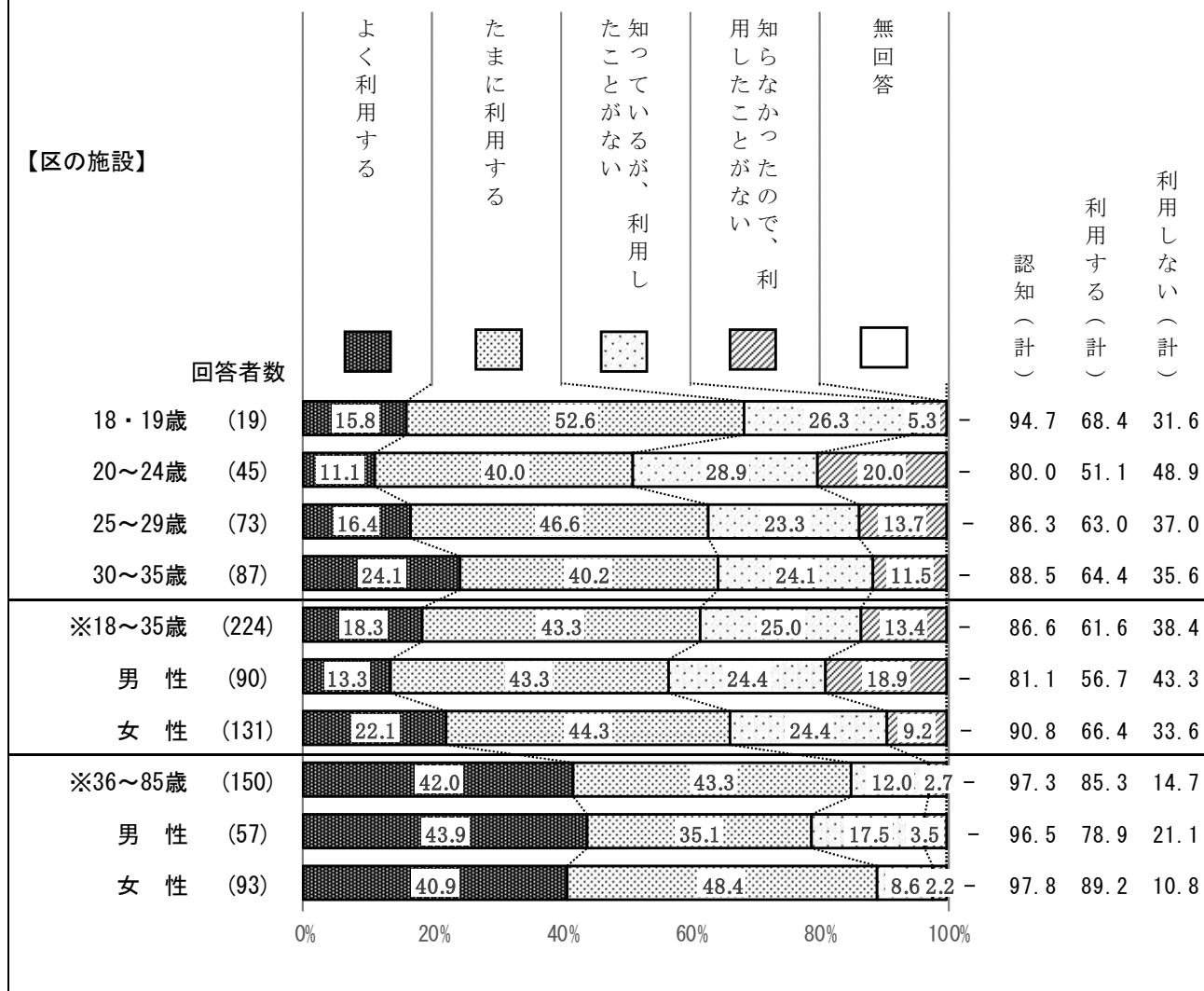
足立区に関する情報の入手手段として【ポスター・チラシ】についてみると、各年代ともに「認知(計)」は6割台半ばで、サンプル数が少ないため、あくまでも参考値ですが、“18・19歳”(68.4%)が最も高いです。「利用する(計)」は年代が上がるごとに高くなり、“30～35歳”が42.5%で最も高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”の「認知(計)」がほぼ7割、「利用する(計)」が4割強で、それぞれ“男性”に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」が9割弱、「利用する(計)」が7割台半ばと、若い世代に比べて高くなっています。

(2.9) 手段・場所別/ 区の施設

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか（〇はそれぞれ1つずつ）。



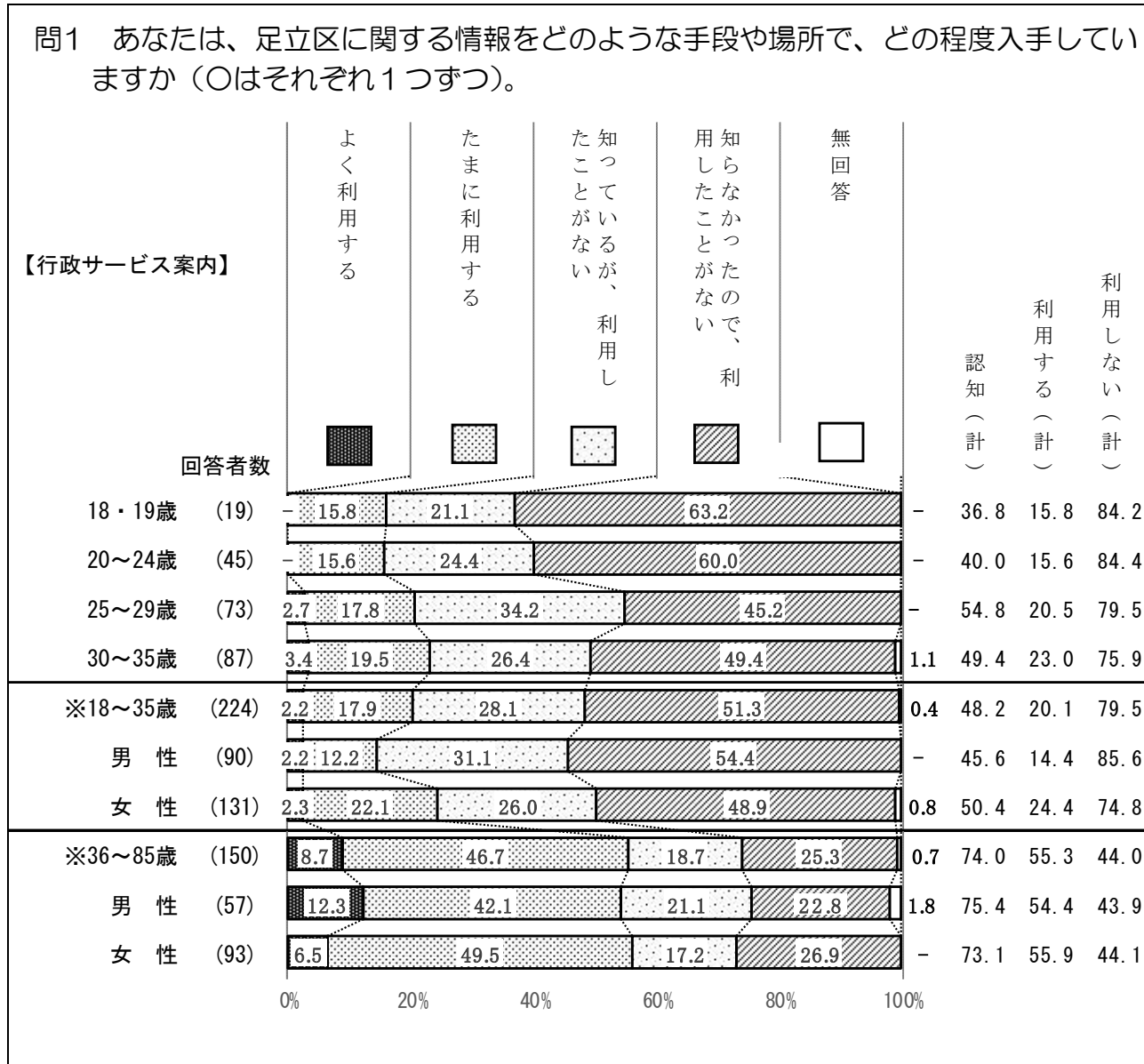
足立区に関する情報の入手手段として【区の施設】についてみると、「よく利用する」は“30～35歳”で24.1%と最も高くなっていますが、「利用する(計)」ではサンプル数が少ないため、あくまでも参考値ですが、“18・19歳”が68.4%で最も高くなっています。各年代ともに「認知(計)」は8割以上で高く、“18・19歳”(94.7%)が最も高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”の「認知(計)」がほぼ9割、「利用する(計)」が7割弱で、それぞれ“男性”に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」が10割弱、「利用する(計)」が8～9割程度と、若い世代に比べて高くなっています。

(2.10) 手段・場所別/ 行政サービス案内

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか（〇はそれぞれ1つずつ）。



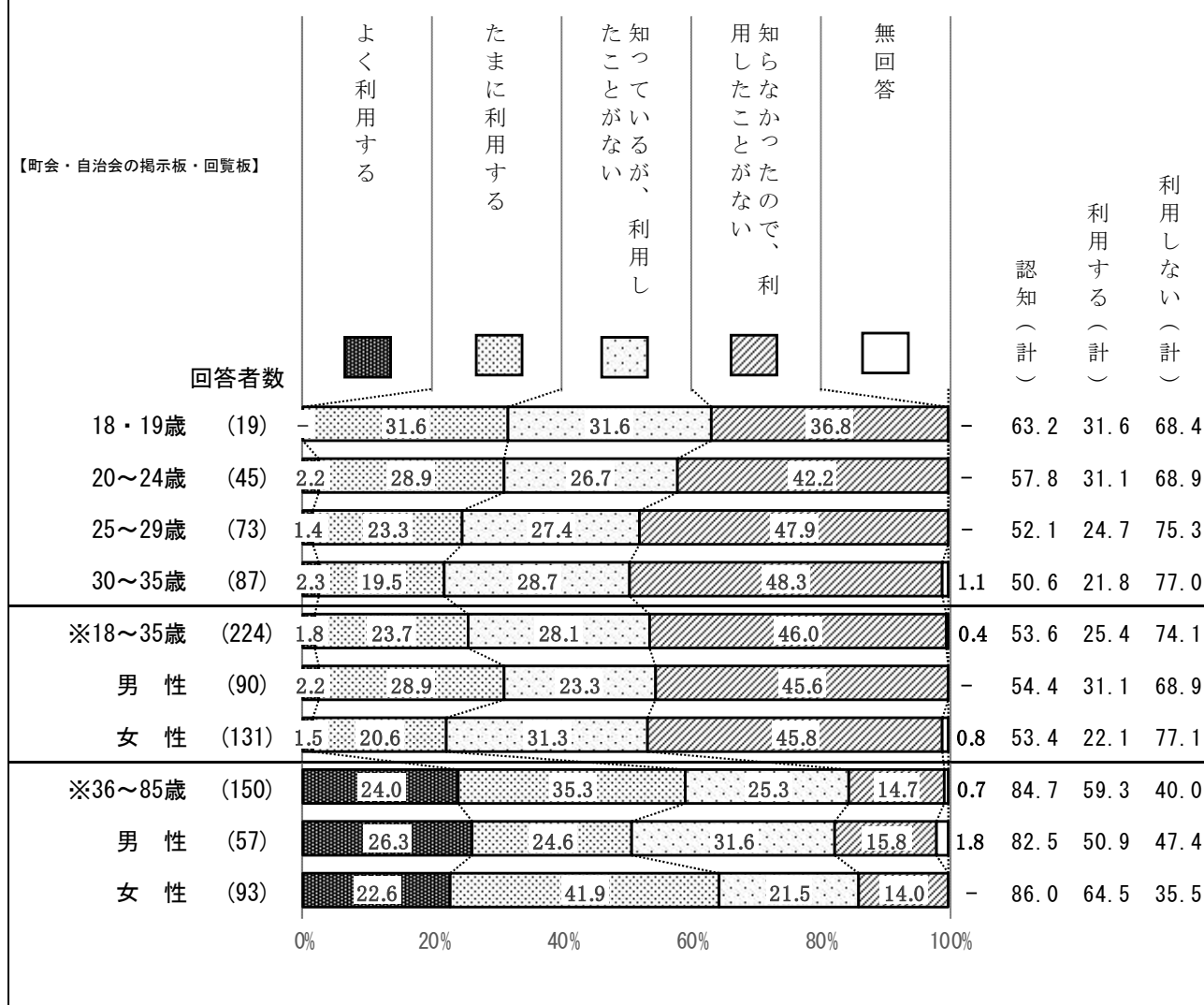
足立区に関する情報の入手手段として【行政サービス案内】についてみると、「よく利用する」は各年代ともに低く、“18・19歳”、“20～24歳”では「よく利用する」の回答がありませんでした。また「認知(計)」は各年代4～5割程度で、“25～29歳”が54.8%で最も高いですが、「利用する(計)」では“30～35歳”23.0%が最も高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”の「認知(計)」がほぼ5割、「利用する(計)」が2割台半ばで、それぞれ“男性”に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」が7割台半ば、「利用する(計)」が5割台半ばと、若い世代に比べて高くなっています。

(2.11) 手段・場所別/ 町会・自治会の掲示板・回覧板

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか（〇はそれぞれ1つずつ）。



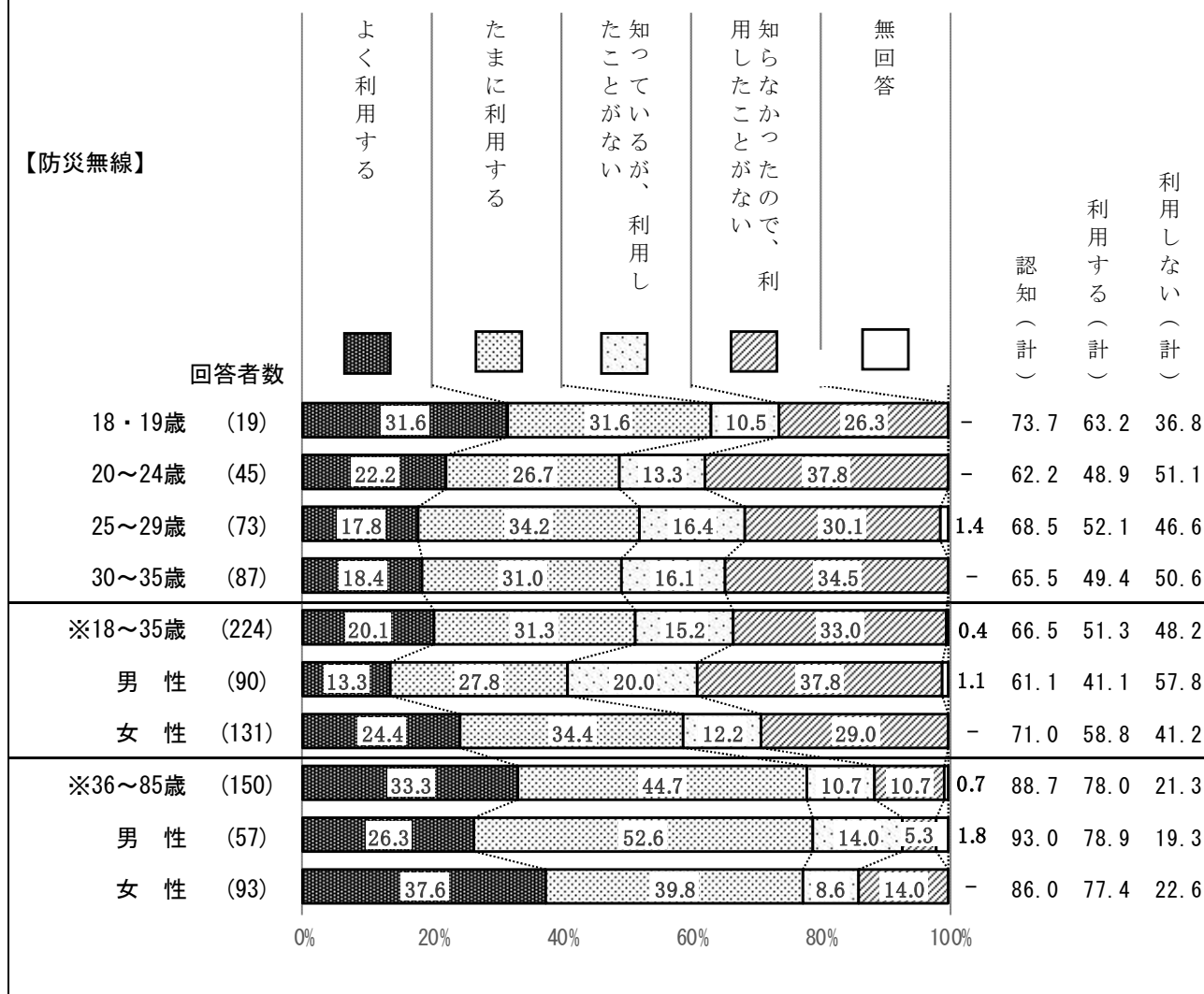
足立区に関する情報の入手手段として【町会・自治会の掲示板・回覧板】についてみると、「よく利用する」は各年代ともに低く、“18・19歳”では「よく利用する」の回答がありませんでした。各年代ともに「認知(計)」は5～6割程度で、サンプル数が少ないため、あくまでも参考値ですが、“18・19歳”が63.2%で最も高くなっています。「利用する(計)」も“18・19歳”が31.6%で最も高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“男性”の「利用する(計)」が3割強で、“女性”に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」が8割台半ば、「利用する(計)」が5～6割と、若い世代に比べて高くなっています。

(2.12) 手段・場所別/ 防災無線

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか（〇はそれぞれ1つずつ）。

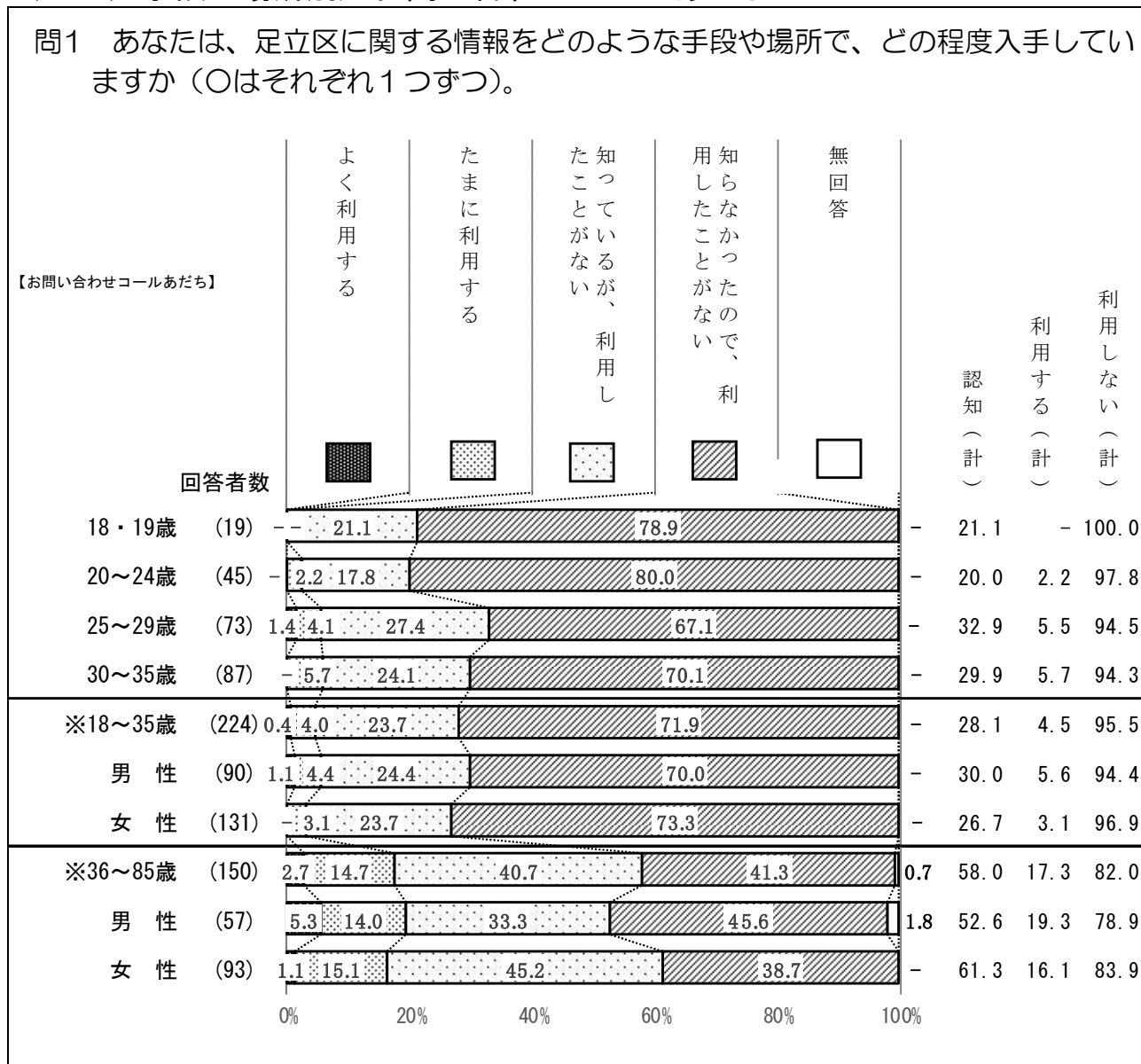


足立区に関する情報の入手手段として【防災無線】についてみると、「よく利用する」は「18・19歳」が31.6%で最も高くなっています。「18・19歳」はサンプル数が少ないため、あくまでも参考値ですが、「認知(計)」73.7%や、「利用する(計)」63.2%でも、他の年代と比べて最も高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、「女性」の「認知(計)」が7割強、「利用する(計)」が6割弱で、「男性」に比べてそれぞれ高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」が9割弱、「利用する(計)」が8割弱と、若い世代に比べて高くなっています。

(2.13) 手段・場所別/ お問い合わせコールあだち



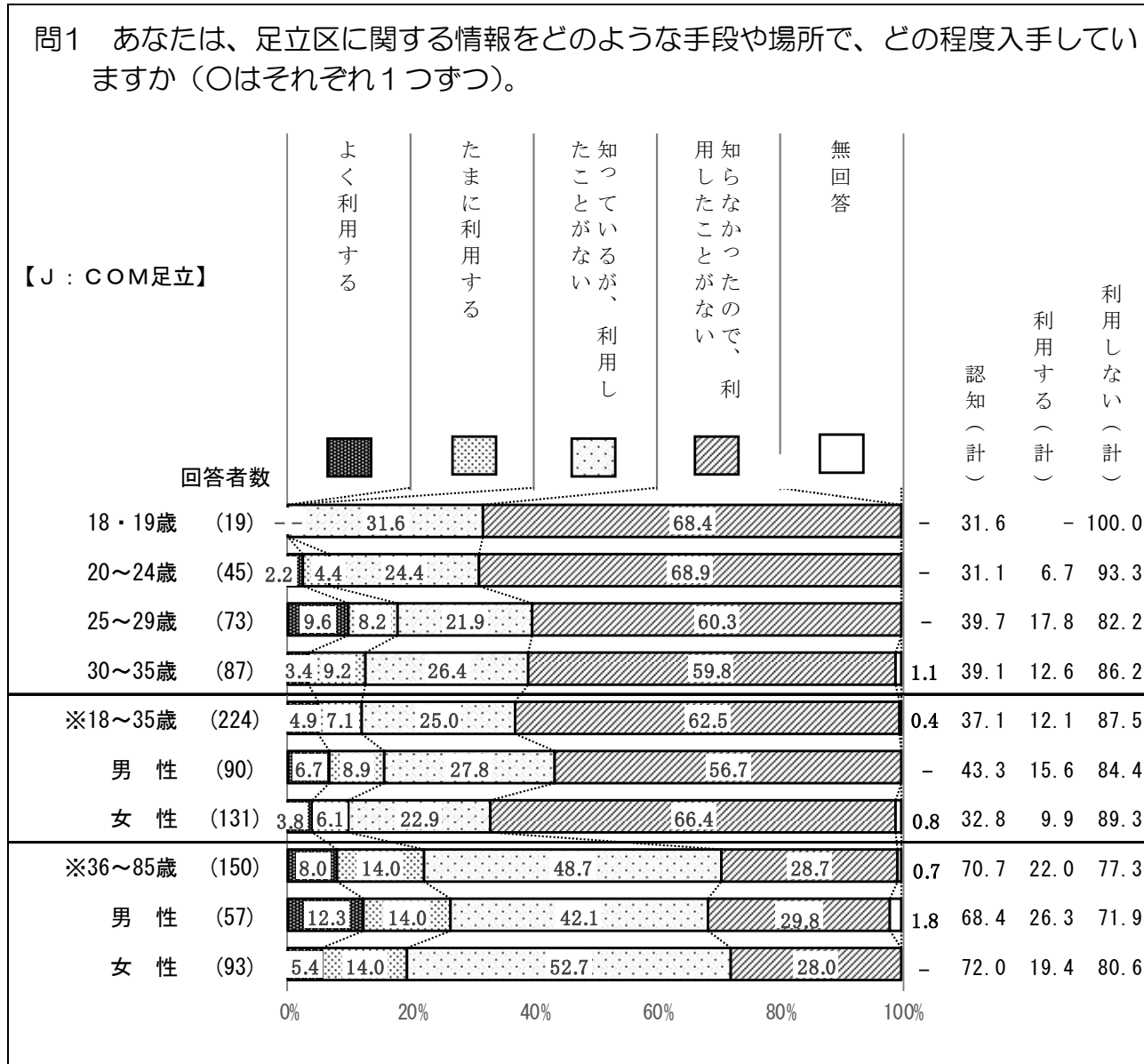
足立区に関する情報の入手手段として【お問い合わせコールあだち】についてみると、「よく利用する」は各年代ともに低く、「18・19歳」、「20～24歳」、「30～35歳」では「よく利用する」の回答がありませんでした。「25～29歳」は「認知(計)」が32.9%で最も高くなっています。また、「利用する(計)」は各年代ともに1割に達せず、低くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、「男性」の「認知(計)」が3割で、「女性」に比べてやや高くなっています。「利用する(計)」は「男性」、「女性」ともに1割に達していません。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」が6割弱、「利用する(計)」が2割弱と、若い世代に比べて高くなっています。

(2.14) 手段・場所別/ J : COM足立

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか (〇はそれぞれ1つずつ)。



足立区に関する情報の入手手段として【J : COM足立】についてみると、「よく利用する」は“25～29歳”で9.6%と他の年代に比べて高くなっています。「認知(計)」、「利用する(計)」ともに、25歳以上の方が24歳以下に比べて高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“男性”の「認知(計)」が4割強で、“女性”3割強に比べて高くなっています。「利用する(計)」も“男性”は1割台半ばで、“女性”のほぼ1割に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」がほぼ7割、「利用する(計)」が2割強と、若い世代に比べて高くなっています。

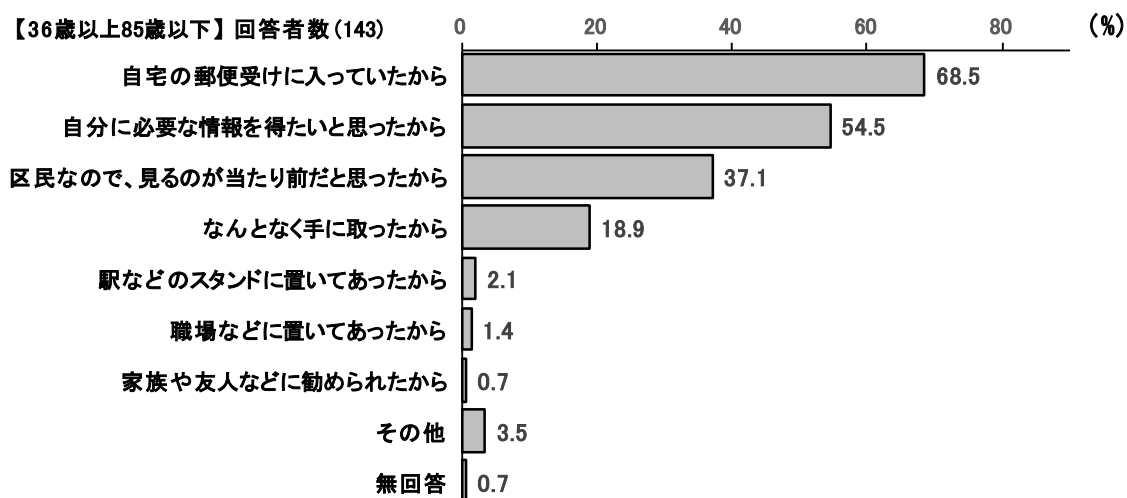
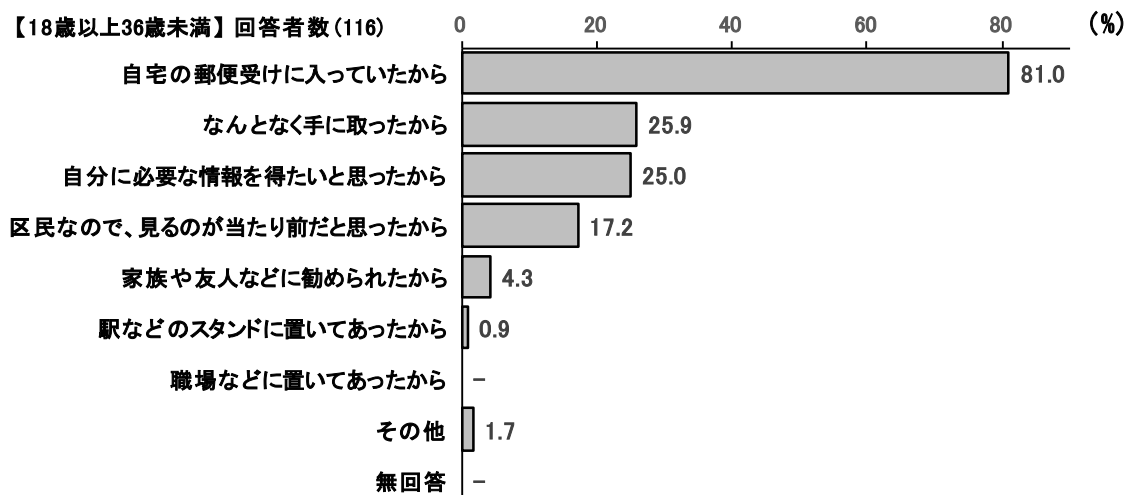
----- あだち広報について -----

2 「あだち広報」を読むようになったきっかけ

(問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に)

問2 あなたが、あだち広報を読むようになったきっかけは何ですか

(〇はあてはまるものすべて)。



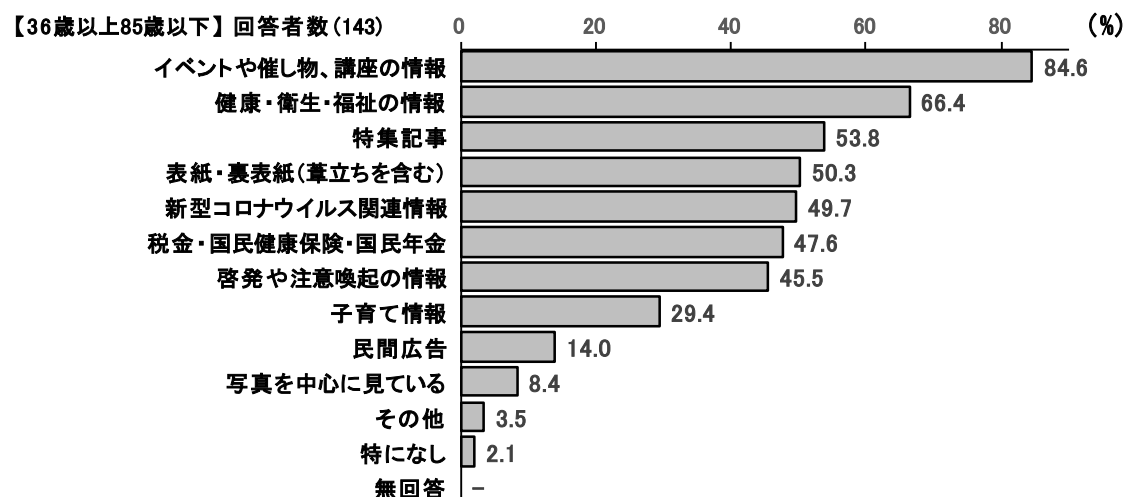
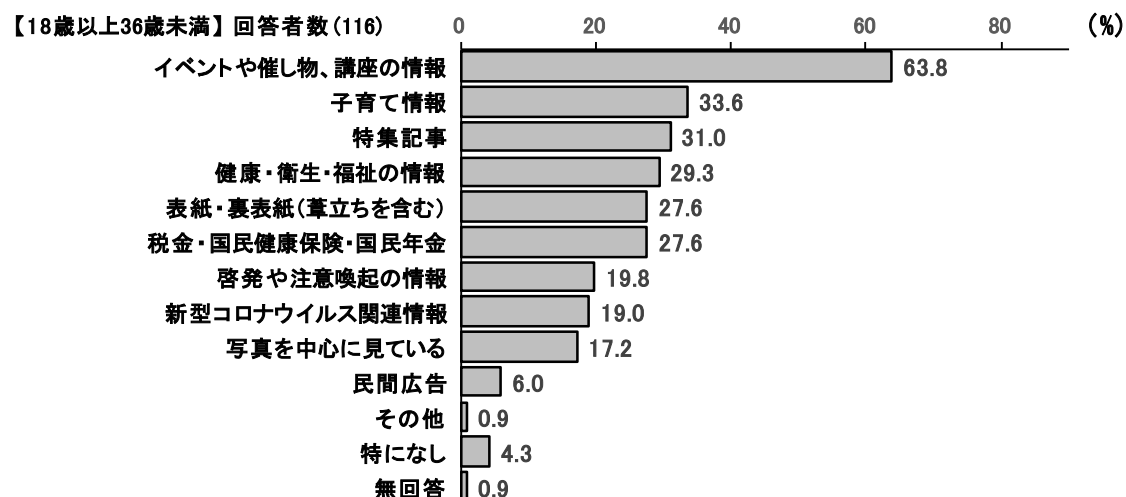
あだち広報を「よく読む」または「たまに読む」とお答えの方に、読むようになったきっかけを聴いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“自宅の郵便受けに入っていたから”(81.0%)が特に高く、“なんとなく手に取ったから”(25.9%)、“自分に必要な情報を得たいと思ったから”(25.0%)と続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、高い順に“自宅の郵便受けに入っていたから”(68.5%)、“自分に必要な情報を得たいと思ったから”(54.5%)、“区民なので、見るのが当たり前だと思ったから”(37.1%)となっています。

3 「あだち広報」でよく見ている（興味のある）記事

（問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に）

問3 あなたが、あだち広報でよく見ている（興味のある）記事は、どのような内容ですか（〇はあてはまるものすべて）。



あだち広報を「よく読む」または「たまに読む」とお答えの方に、よく見ている（興味のある）記事について聴いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“イベントや催し物、講座の情報”（63.8%）が特に高く、“子育て情報”（33.6%）、“特集記事”（31.0%）と続いています。

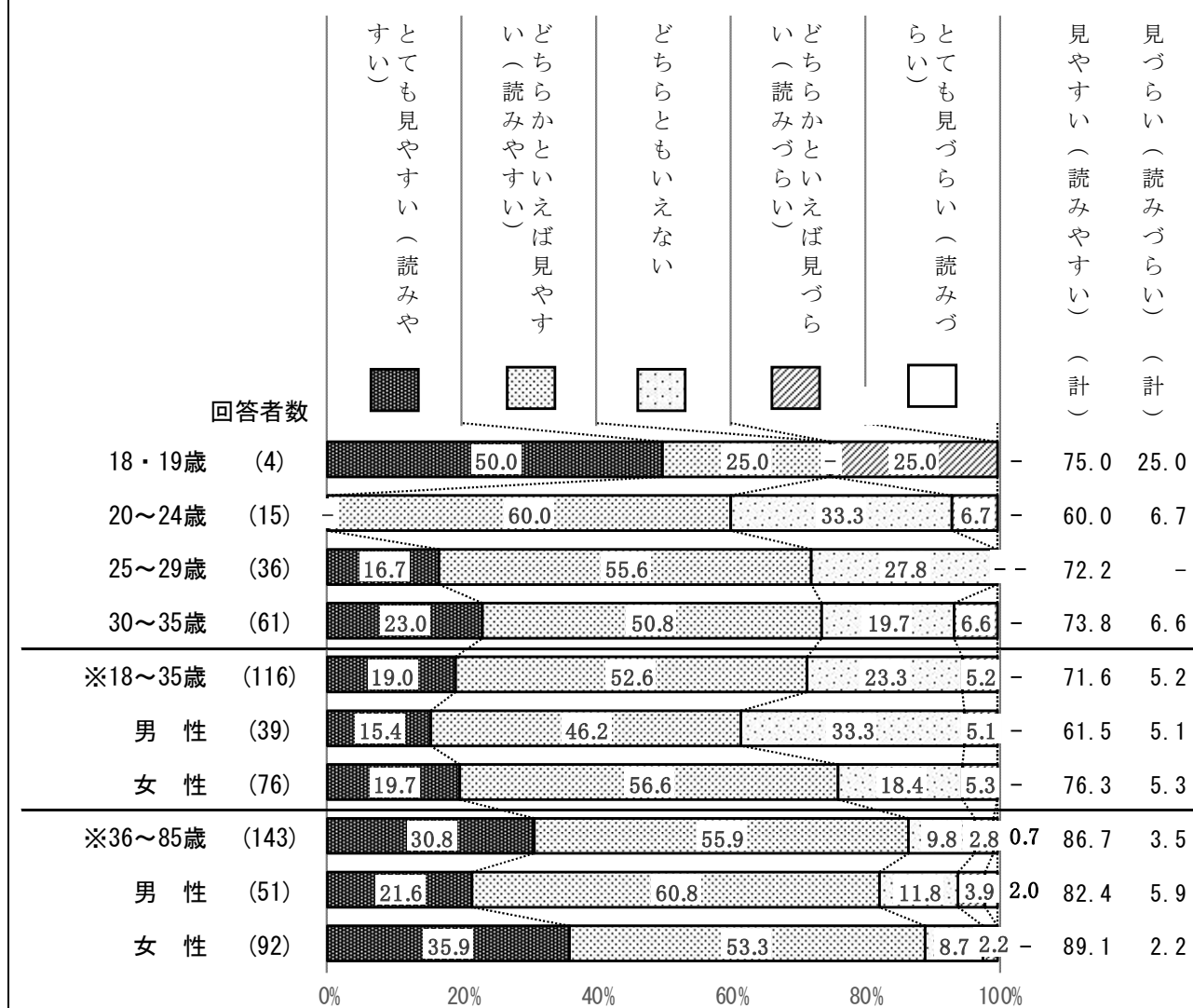
高年代(36歳以上85歳以下)では、“イベントや催し物、講座の情報”（84.6%）、“健康・衛生・福祉の情報”（66.4%）、“特集記事”（53.8%）の順に高くなりました。

4 「あだち広報」の見やすさ・読みやすさ

(問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に)

問4 あなたは、あだち広報は「見やすい(読みやすい)」と思いますか

(〇は1つだけ)。



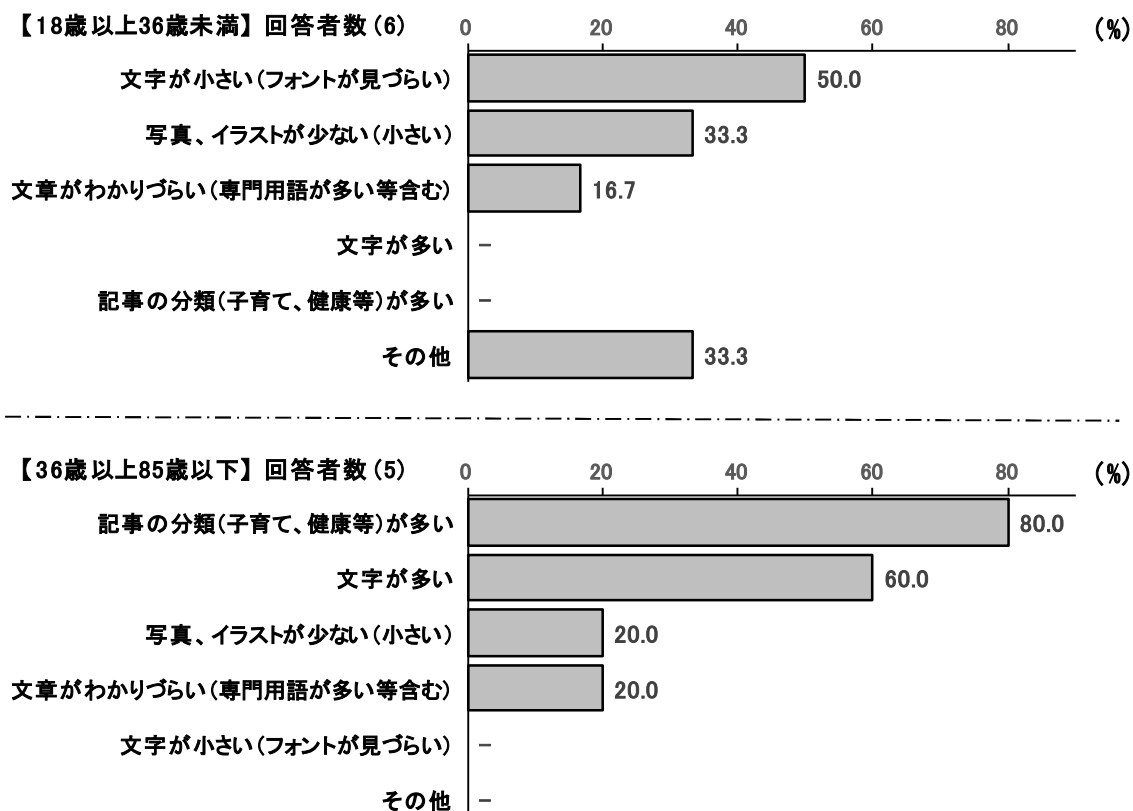
あだち広報を「よく読む」または「たまに読む」とお答えの方に、あだち広報が「見やすい(読みやすい)」について聞いたところ、「見やすい(読みやすい) (計)」はサンプル数が少ないため、あくまでも参考値ですが、「20～24歳」が60.0%で低く、他の年代は7割を超えています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、「女性」の「見やすい(読みやすい) (計)」が8割弱で、「男性」6割強より高くなっています。「見づらい(読みづらい) (計)」は「男性」、「女性」ともに5%程度で低く、「男性」では「どちらともいえない」が33.3%とやや高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)でも同様に、「女性」の「見やすい(読みやすい) (計)」はほぼ9割で、「男性」8割強に比べて高くなっています。また、「見やすい(読みやすい) (計)」は若い世代に比べて全体的に高くなっています。

5 「あだち広報」を見づらい・読みづらいと思う理由

(問4で「4 どちらかといえば見づらい(読みづらい)」または「5 とても見づらい(読みづらい)」とお答えの方に)
 問4-1 あなたが、あだち広報を「見づらい(読みづらい)」と思う理由は何ですか
 (〇はあてはまるものすべて)。



あだち広報を「よく読む」または「たまに読む」とお答えで、「どちらかといえば見づらい(読みづらい)」または「とても見づらい(読みづらい)」とお答えの方にその理由を聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“文字が小さい(フォントが見づらい)”が50.0%と5割に達しています。次いで“写真、イラストが少ない(小さい)”(33.3%)、“文章がわかりづらい(専門用語が多い等含む)”(16.7%)と続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“記事の分類(子育て、健康等)が多い”(80.0%)、“文字が多い”(60.0%)が6割を超えて高く、その他の項目は2割以下となっています。

6 「あだち広報」の特集記事でとりあげてほしい内容

(問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に)

問5 あなたが、あだち広報の特集記事でとりあげてほしい内容がありましたら、ご自由にお書きください。

	若い世代 (18歳以上 36歳未満) 回答者数(44)	高年代 (36歳以上 85歳以下) 回答者数(74)
【特集記事でとりあげてほしい内容(分野別件数)】	件数	件数
グルメ	8件	9件
子育て/教育	8件	10件
観光スポット	5件	8件
福祉/健康	4件	8件
文化/イベント	4件	7件
行政	3件	11件
商業施設	3件	6件
人	3件	2件
学び	2件	1件
面白い・楽しい・明るい話題	2件	1件
ゴミ/リサイクル	1件	5件
防犯・防災	1件	4件
高齢者向け	1件	4件
単に区内の情報・よいところ	1件	3件
歴史	1件	3件
その他のご意見	5件	9件
特になし	3件	5件
合計	55件	96件

※若い世代の件数の多い順
※合計は述べ件数

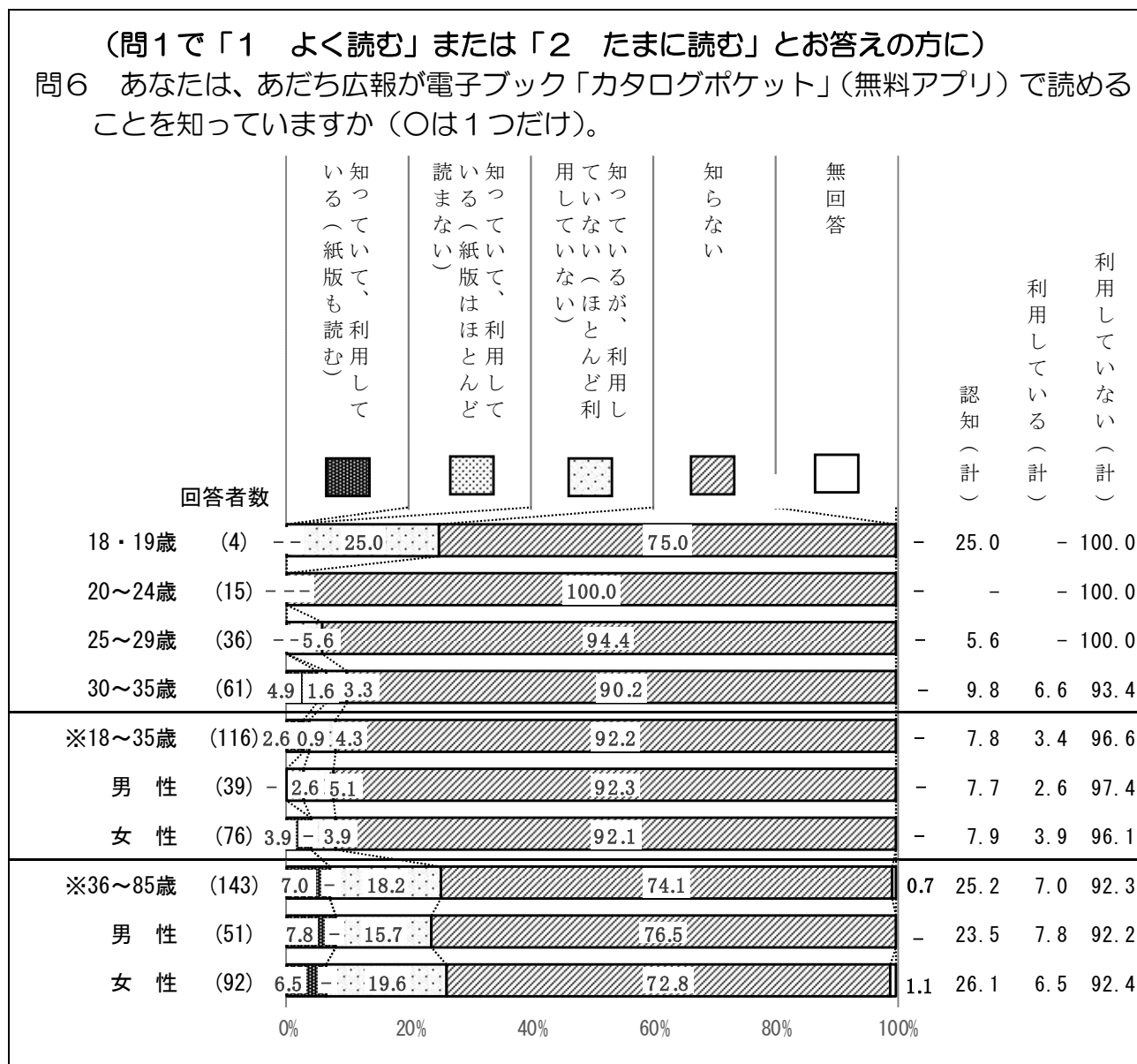
あだち広報を「よく読む」または「たまに読む」とお答えの方に、特集記事でとりあげてほしい内容について自由記述で聞いたところ、118人から延べ151件のご意見をいただきました。

ご意見等を分野別に分類すると、若い世代(18歳以上36歳未満)では「グルメ」と「子育て/教育」が8件で最も多く、次いで、「観光スポット」5件、「福祉/健康」と「文化/イベント」がともに4件で続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「行政」が11件で最も多く、次いで、「子育て/教育」が10件で続いています。

7 「あだち広報」が電子ブック「カタログポケット」で読めることの認知

(問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に)
 問6 あなたは、あだち広報が電子ブック「カタログポケット」(無料アプリ)で読めることを知っていますか(○は1つだけ)。



あだち広報を「よく読む」または「たまに読む」とお答えの方に、電子ブック「カタログポケット」(無料アプリ)で読めることを知っているかについて聞いたところ、「利用している(計)」は「30~35歳」で6.6%とわずかに存在しますが、他の年代では回答はありませんでした。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、「男性」、「女性」ともに「認知(計)」は1割弱と低く、「利用している(計)」も5%に達せず低くなっています。

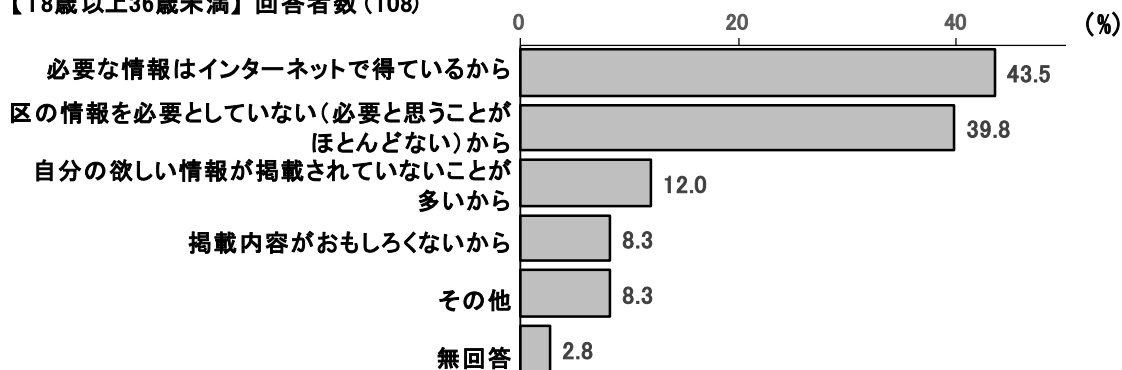
高年代(36歳以上85歳以下)では、「認知(計)」が2割台半ばと若い世代に比べて全体的に高いですが、「利用している(計)」は1割に達せず、低くなっています。

8 「あだち広報」を読まない（ほとんど読まない）理由

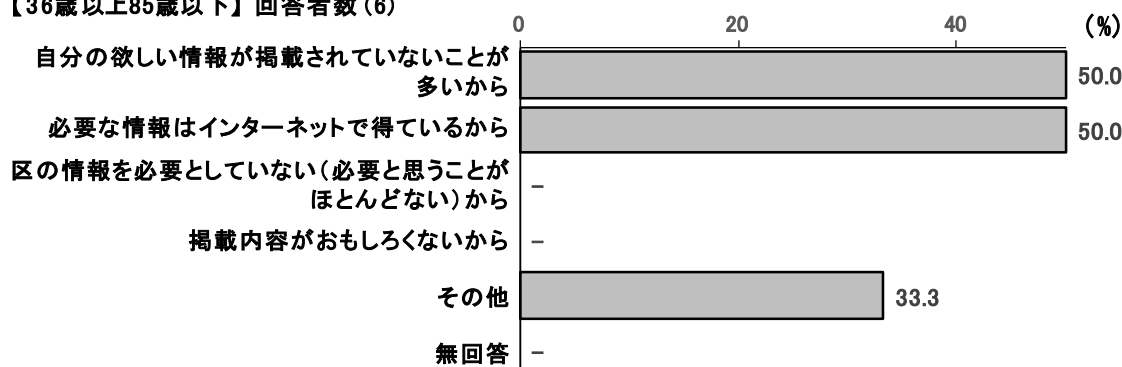
（問1で「3 知っているが、読まない（ほとんど読まない）」または「4 利用したことがない」とお答えの方に）

問7 あなたが、あだち広報を読まない（ほとんど読まない）のはどのような理由からですか（〇はあてはまるものすべて）。

【18歳以上36歳未満】回答者数(108)



【36歳以上85歳以下】回答者数(6)



あだち広報を「知っているが、読まない(ほとんど読まない)」または「利用したことがない」とお答えの方にその理由を聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“必要な情報はインターネットで得ているから”(43.5%)、“区の情報を必要としていない(必要と思うことがほとんどない)から”(39.8%)が4割前後で高く、次いで“自分の欲しい情報が掲載されていないことが多いから”(12.0%)と続いています。

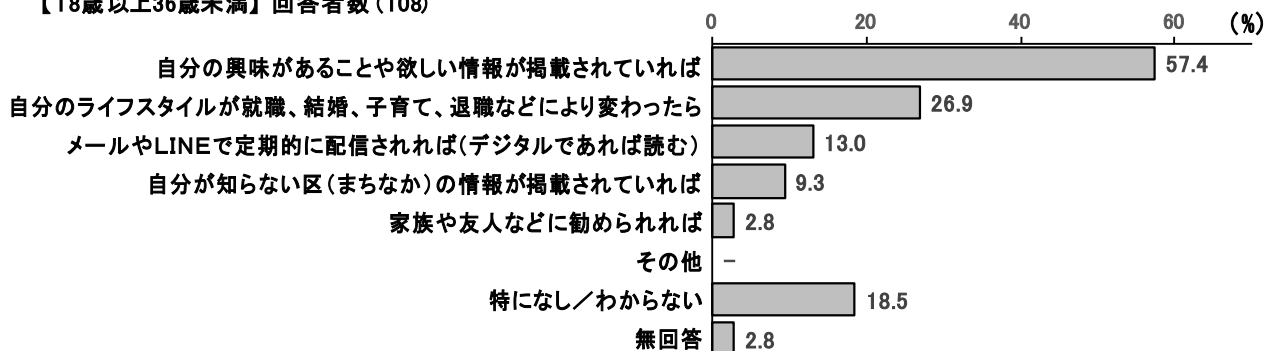
高年代(36歳以上85歳以下)では、“自分の欲しい情報が掲載されていないことが多いから”と“必要な情報はインターネットで得ているから”が、それぞれ5割で高くなっています。

9 「あだち広報」を読んでみようと思うきっかけ

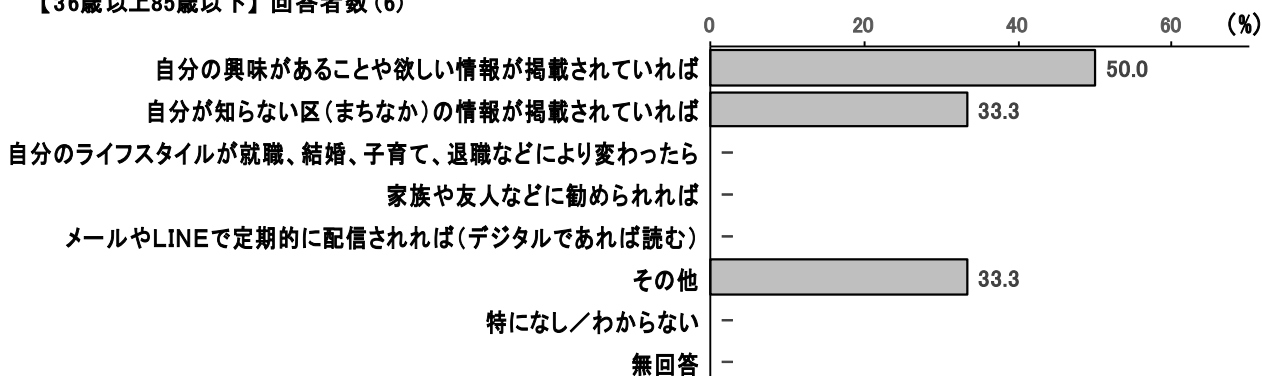
(問1で「3 知っているが、読まない(ほとんど読まない)」または「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問8 あなたは、どのようなきっかけがあれば、あだち広報を読んでみようと思いますか(〇はあてはまるものすべて)。

【18歳以上36歳未満】回答者数(108)



【36歳以上85歳以下】回答者数(6)



あだち広報を「知っているが、読まない(ほとんど読まない)」または「利用したことがない」とお答えの方に読んでみようと思うきっかけについて聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“自分の興味があることや欲しい情報が掲載されていれば”(57.4%)が特に高く、次いで“自分のライフスタイルが就職、結婚、子育て、退職などにより変わったら”26.9%、“メールやLINEで定期的に配信されれば(デジタルであれば読む)”(13.0%)と続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“自分の興味があることや欲しい情報が掲載されていれば”50.0%、“自分が知らない区(まちなか)の情報が掲載されていれば”(33.3%)が高くなっています。

10 興味や関心があること

(問1で「3 知っているが、読まない(ほとんど読まない)」または「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問9 あなたが今、興味や関心があることについて、ご自由にお書きください。

【興味や関心があること(分野別件数)】	若い世代 (18歳以上 36歳未満) 回答者数(42)	高年代 (36歳以上 85歳以下) 回答者数(5)
	件数	件数
グルメ・商店	10 件	1 件
給付金/税金/割引/経済	7 件	件
子育て	5 件	2 件
行政	4 件	3 件
アニメ・映画・音楽	3 件	件
旅行	2 件	1 件
災害・防災	2 件	1 件
駐車場・物件の空き状況	1 件	1 件
資格	1 件	件
健康/福祉	件	1 件
特になし	11 件	件
合 計	46 件	10 件

※若い世代の件数の多い順
※合計は述べ件数

あだち広報を「知っているが、読まない(ほとんど読まない)」または「利用したことがない」とお答えの方に、今、興味や関心があることについて自由記述で聴いたところ、47人から延べ56件のご意見をいただきました。

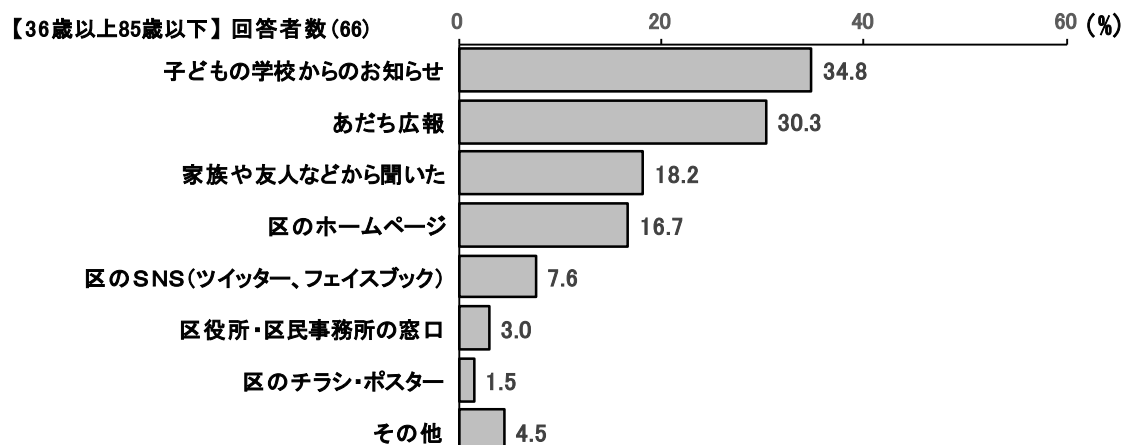
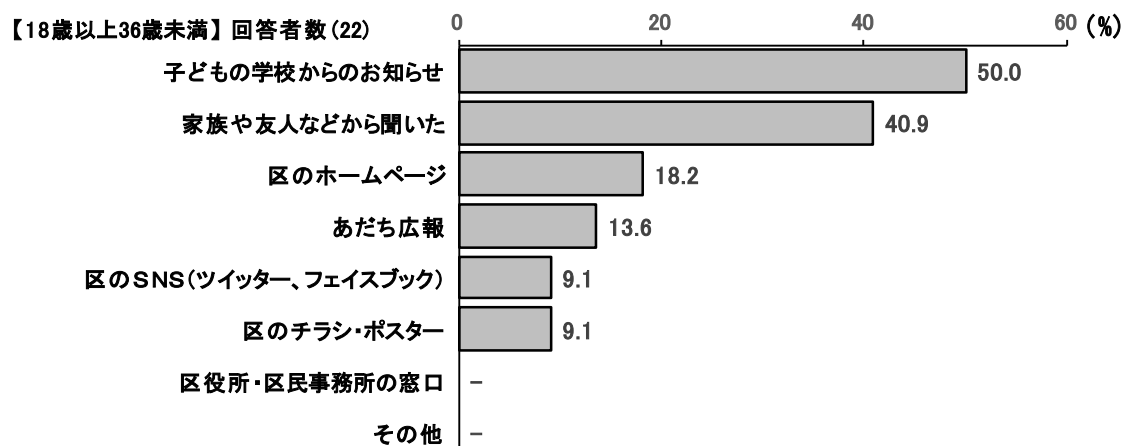
ご意見等を分野別に分類すると、若い世代(18歳以上36歳未満)では「グルメ・商店」が10件で最も多く、次いで、「給付金/税金/割引/経済」(7件)、「子育て」(5件)と続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、回答者数が少なく、「行政」(3件)、「子育て」が(2件)がやや多いぐらいでした。

A-メール

11 「A-メール」認知経路

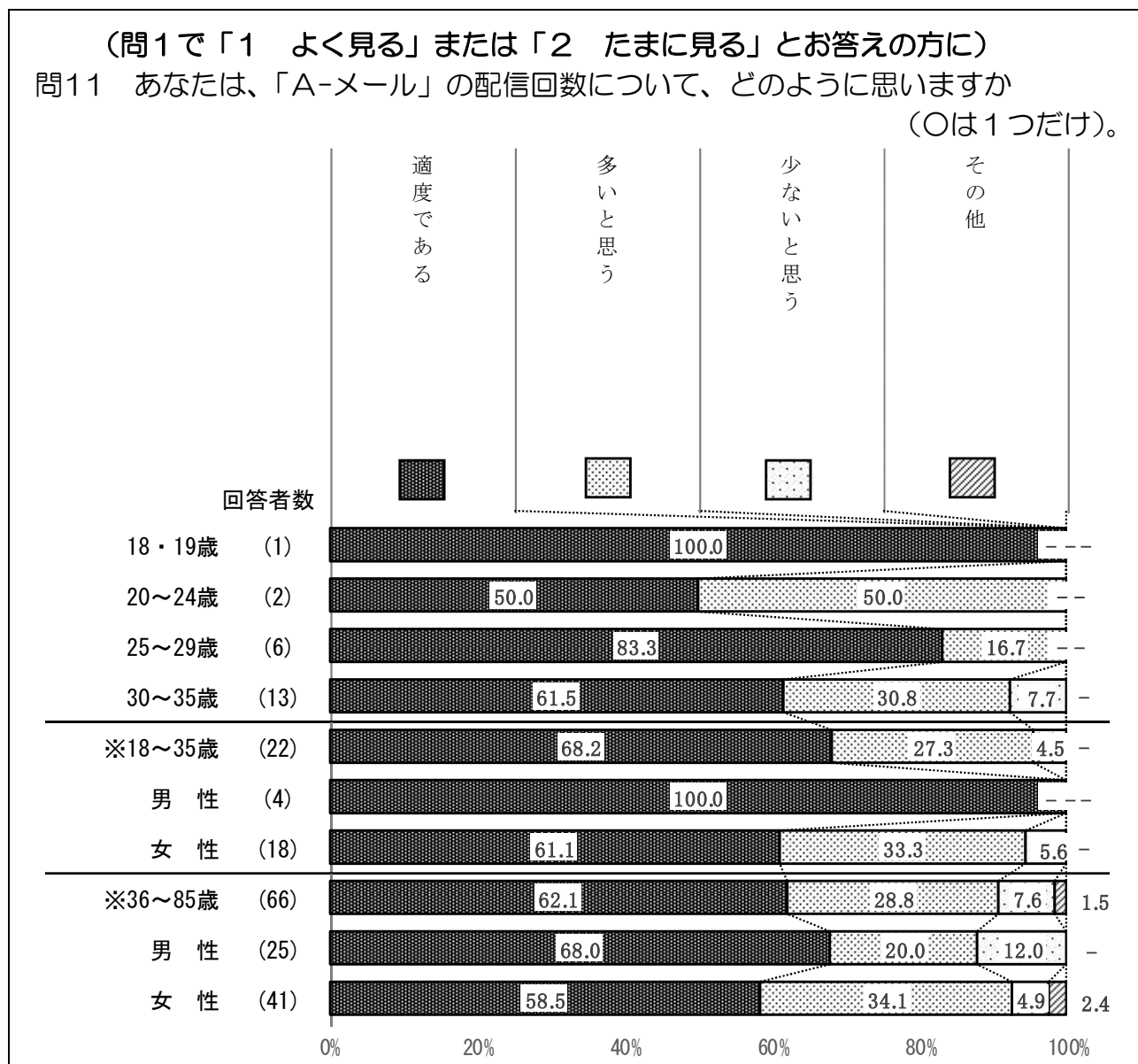
(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)
 問10 あなたは、「A-メール」をどこで知りましたか(〇はあてはまるものすべて)。



A-メールを「よく見る」または「たまに見る」とお答えの方に、知ったきっかけについて聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“子供の学校からのお知らせ”(50.0%)、“家族や友人などから聞いた”(40.9%)の2項目が特に高く、次いで“区のホームページ”(18.2%)、“あだち広報”(13.6%)と続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)でも、“子供の学校からのお知らせ”は34.8%で最も高いですが、2番目には“あだち広報”30.3%が順位を上げて高くなり、“家族や友人などから聞いた”(18.2%)、“区のホームページ”(16.7%)と続いています。

12 「A-メール」配信回数



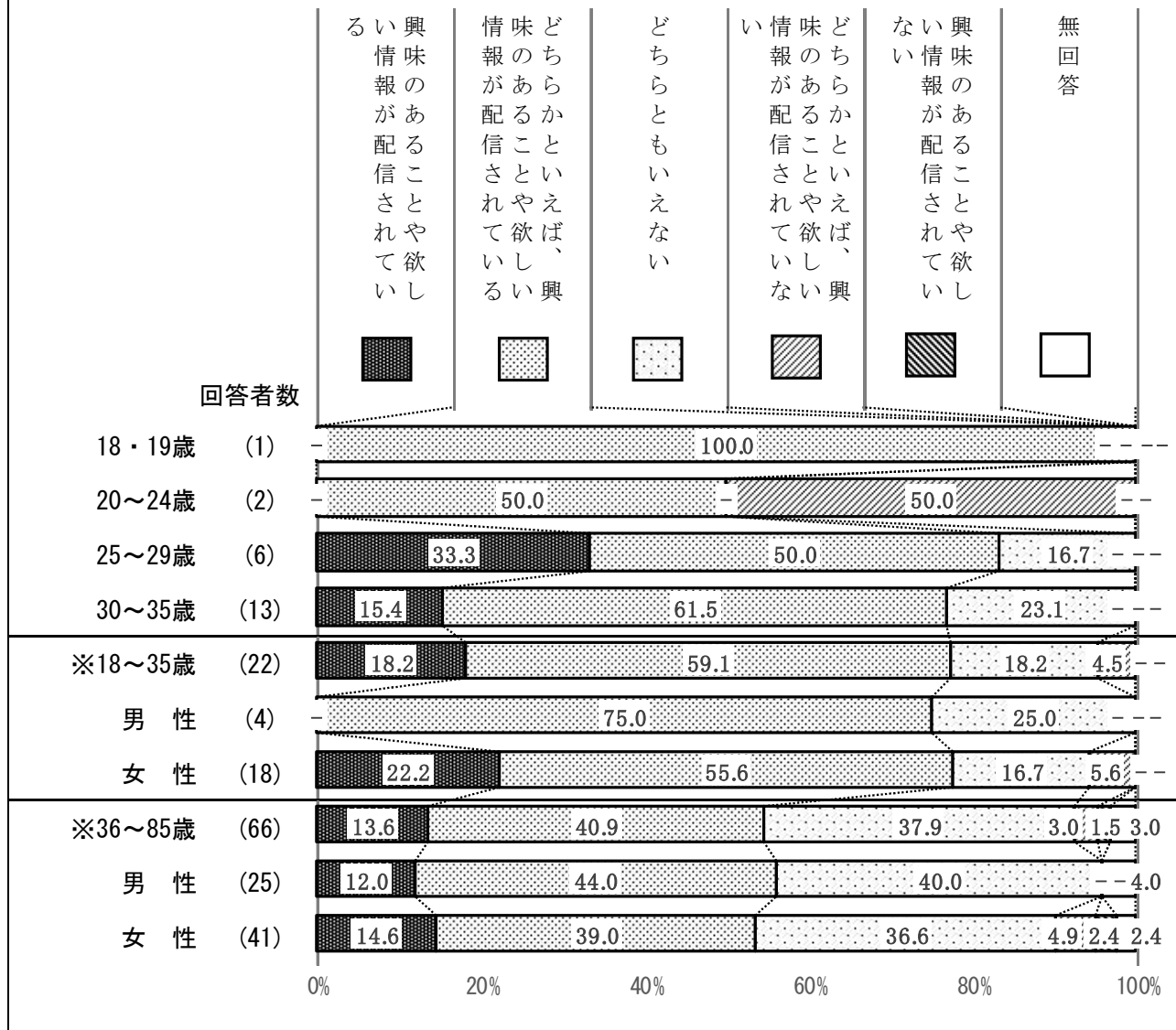
A-メールを「よく見る」または「たまに見る」とお答えの方に、A-メールの配信回数についてどう思うかについて聴いたところ、サンプル数が少ないため、あくまでも参考値ですが、各年代ともに「適度である」は5割を超えて高くなっています。「少ないと思う」は24歳以下には回答がなく、25歳以上でも1割に達していません。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、「適度である」が7割弱で高くなっています。特に、“男性”では、サンプル数が少ないため、あくまでも参考値ですが、「適度である」が100.0%になっています。“女性”では「多いと思う」が3割強に達しています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“男性”、“女性”ともに「適度である」は6割前後に達しています。

13 「A-メール」の配信内容

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)
 問12 あなたは、「A-メール」の配信内容について、どのように思いますか
 (〇は1つだけ)。



A-メールを「よく見る」または「たまに見る」とお答えの方に、A-メールの配信内容についてどう思うかについて聞いたところ、全体的にサンプル数が少ないため参考値となりますが、“25～29歳”では「興味のあることや欲しい情報が配信されている」が33.3%で、他の年代に比べて高くなっています。

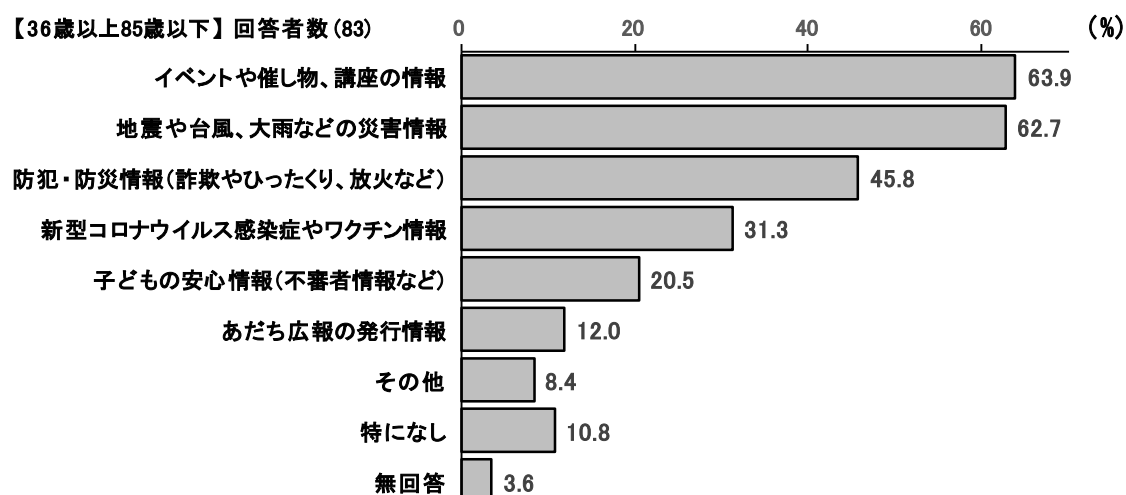
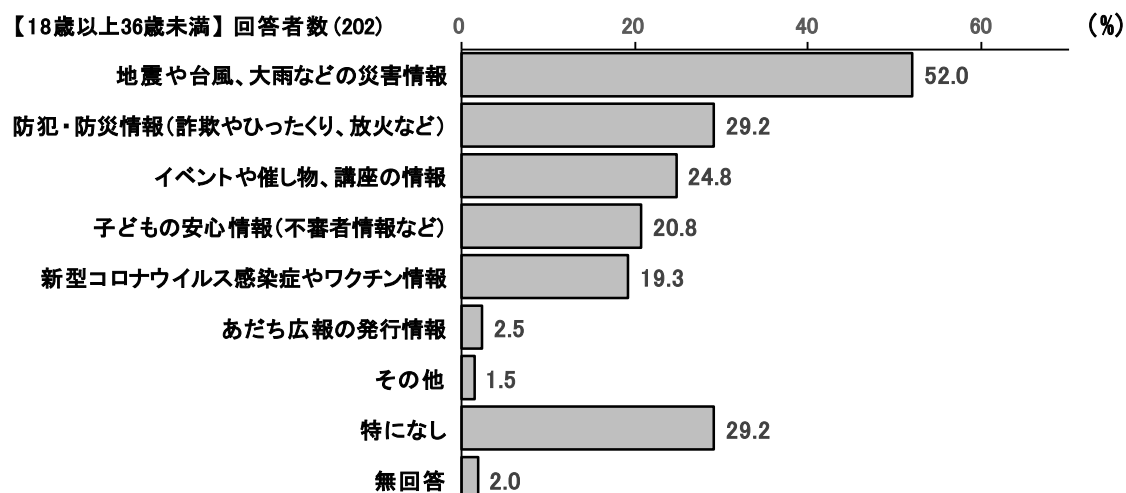
若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”で「興味のあることや欲しい情報が配信されている」が2割強と高年代を含めて最も高いです。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“男性”、“女性”ともに「興味のあることや欲しい情報が配信されている」は1割強でした。

14 「A-メール」を登録しようと思う情報

(問1で「3 知っているが、見ない(ほとんど見ない)」または「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問13 あなたは「A-メール」で、どのような情報が送られてきたら登録しようと思いますか(〇はあてはまるものすべて)。



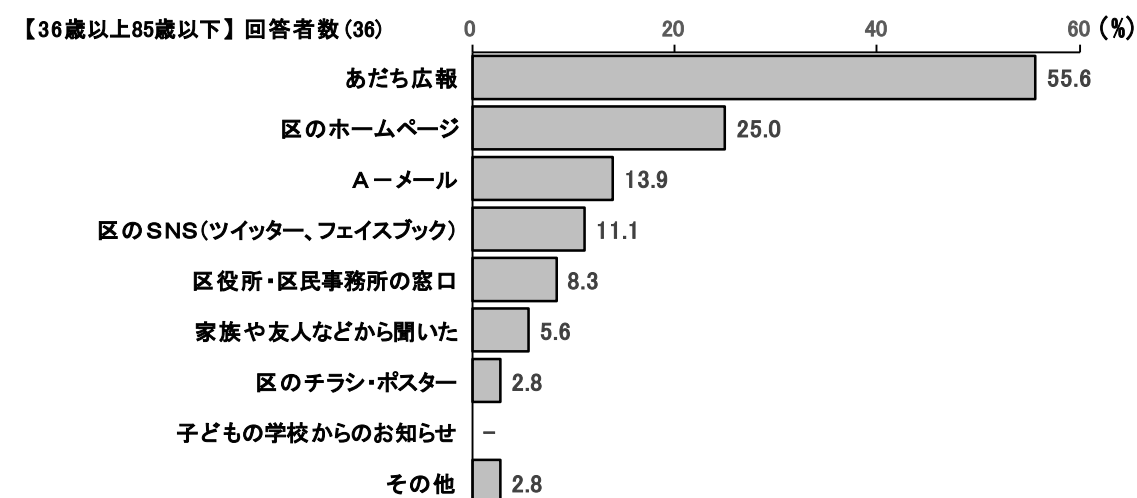
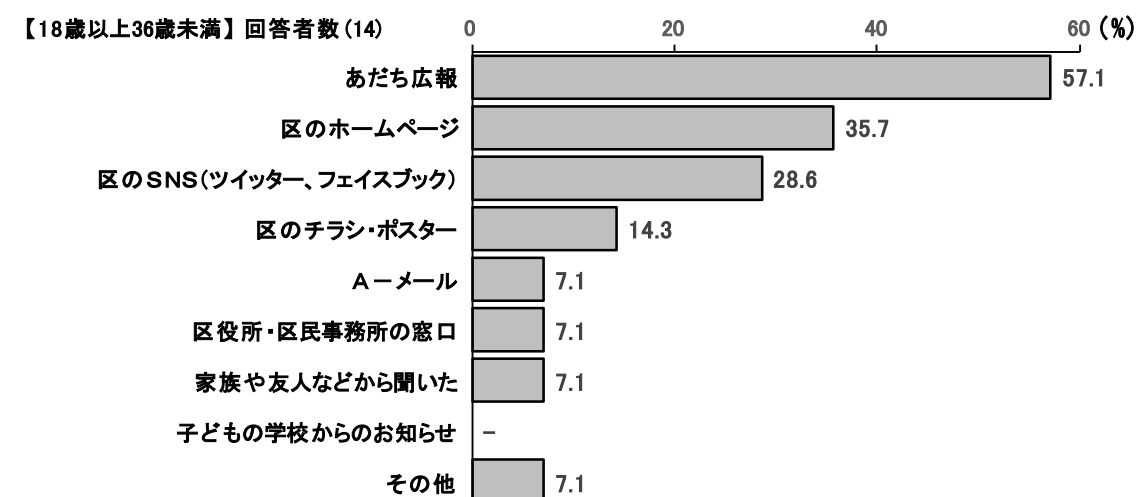
A-メールを「知っているが、見ない(ほとんど見ない)」または「利用したことがない」とお答えの方に登録しようと思う情報について聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“地震や台風、大雨などの災害情報”が52.0%で最も高くなっています。次いで、“防犯・防災情報(詐欺やひったくり、放火など)”(29.2%)、“イベントや催し物、講座の情報”(24.8%)と続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“イベントや催し物、講座の情報”と“地震や台風、大雨などの災害情報”が、それぞれ6割強で高くなっています。

----- 足立区LINE公式アカウント -----

15 「足立区LINE公式アカウント」認知経路

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)
 問14 あなたは、「足立区LINE公式アカウント」をどこで知りましたか
 (〇はあてはまるものすべて)。

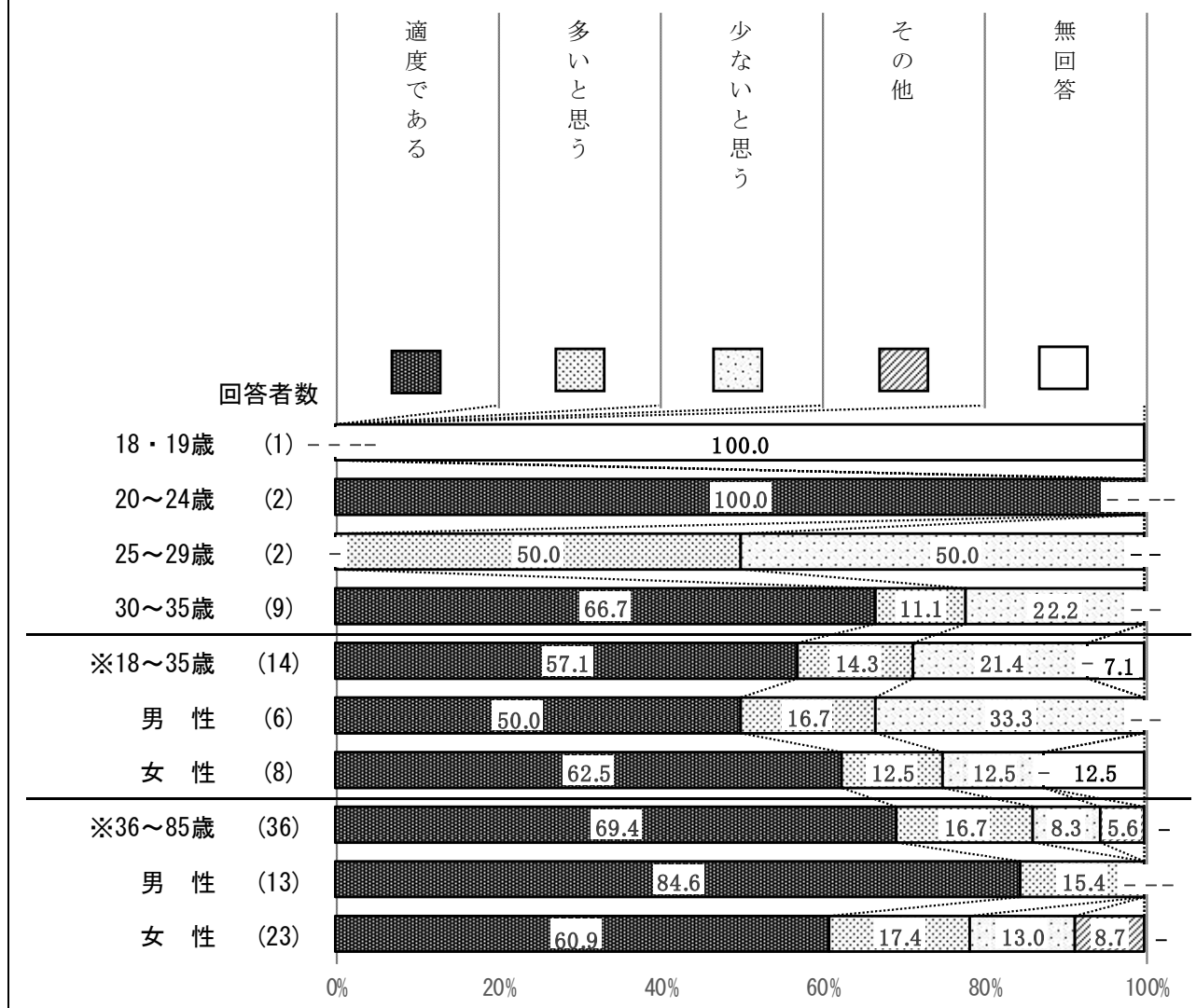


足立区LINE公式アカウントを「よく見る」または「たまに見る」とお答えの方に、知ったきっかけについて聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“あだち広報”が57.1%で特に高く、次いで“区のホームページ”(35.7%)、“区のSNS(ツイッター、フェイスブック)”(28.6%)と続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)でも“あだち広報”が55.6%で特に高く、次いで“区のホームページ”(25.0%)、“Aメール”(13.9%)の順に高くなっています。

16 「足立区LINE公式アカウント」配信回数

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)
 問15 あなたは、「足立区LINE公式アカウント」の配信回数について、どのように
 思いますか (〇は1つだけ)。



足立区LINE公式アカウントを「よく見る」または「たまに見る」とお答えの方に、足立区LINE公式アカウントの配信回数についてどう思うかを聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では、サンプル数が少ないため参考値ではありますが、「適度である」が57.1%と6割弱で特に高く、次に「少ないと思う」が21.4%で高くなっています。女性は「適度である」が6割強と、“男性”の5割に比べて高くなっています。

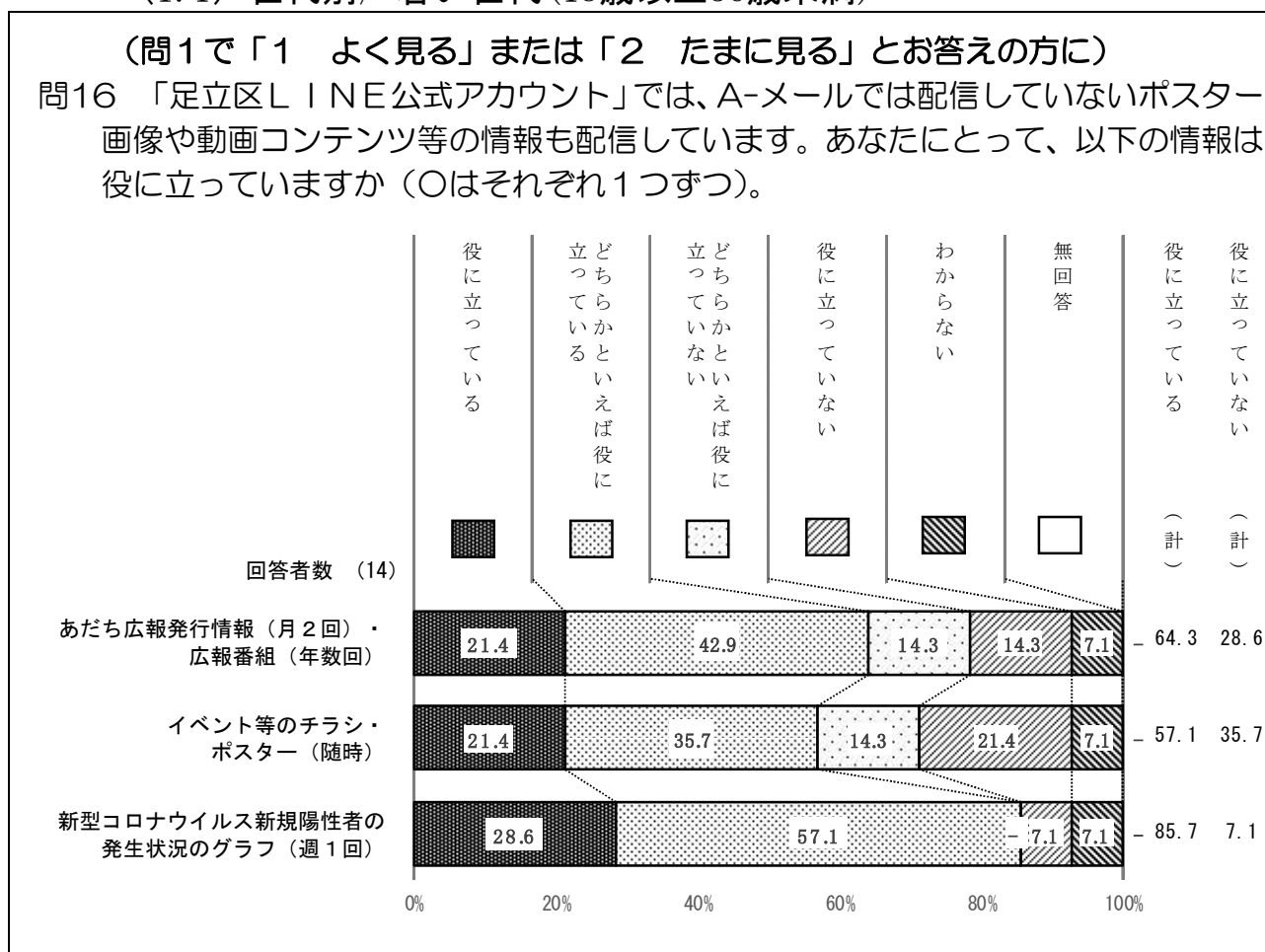
高年代(36歳以上85歳以下)では、逆に“男性”の方が「適度である」は8割台半ばと、“女性”のほぼ6割に比べて高くなっています。

17 「足立区LINE公式アカウント」で役立っている情報

(1.1) 世代別/ 若い世代(18歳以上36歳未満)

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)

問16 「足立区LINE公式アカウント」では、A-メールでは配信していないポスター画像や動画コンテンツ等の情報も配信しています。あなたにとって、以下の情報は役に立っていますか (〇はそれぞれ1つずつ)。



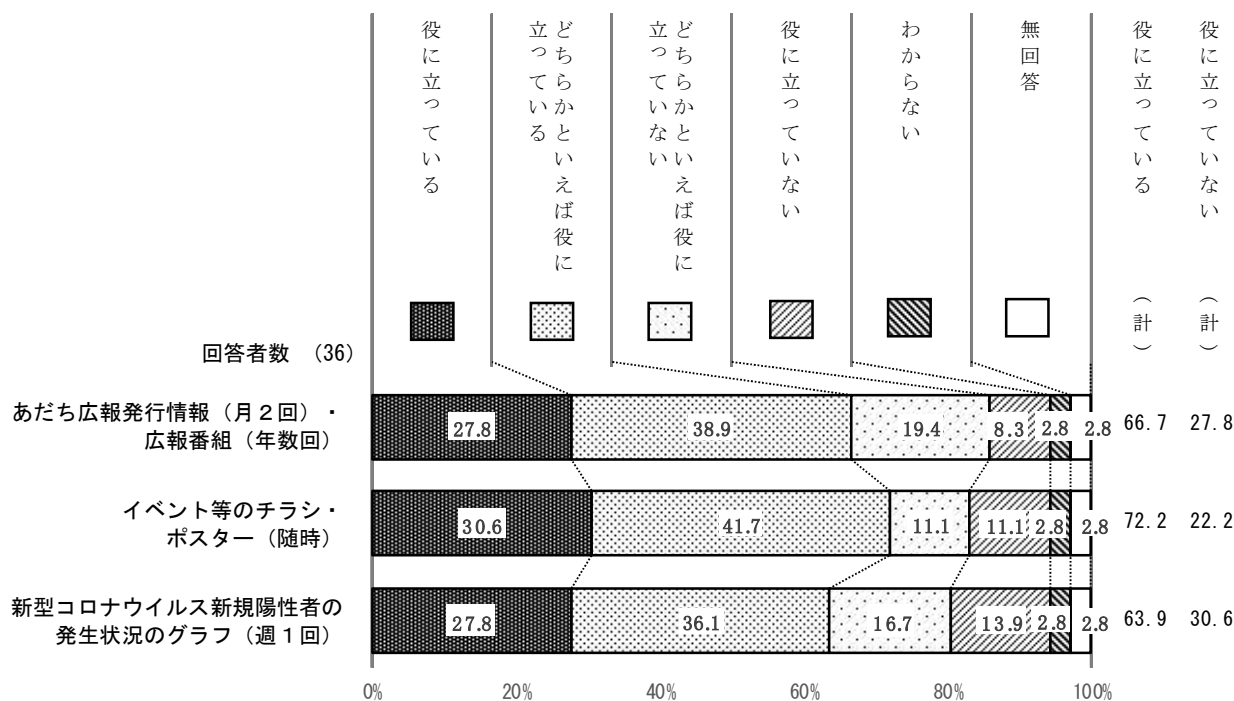
「足立区LINE公式アカウント」で配信しているもののなかで役立っている情報について聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)においては、“新型コロナウイルス新規陽性者の発生状況のグラフ (週1回)”の「役に立っている(計)」が85.7%と特に高く、次いで、“あだち広報発行情報 (月2回)・広報番組 (年数回)”が64.3%、“イベント等のチラシ・ポスター (随時)”が57.1%で続いています。

「役に立っていない(計)」は“イベント等のチラシ・ポスター (随時)”が35.7%で最も高くなっています。

(1.2) 世代別/ 高年代(36歳以上85歳以下)

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)

問16 「足立区LINE公式アカウント」では、A-メールでは配信していないポスター画像や動画コンテンツ等の情報も配信しています。あなたにとって、以下の情報は役に立っていますか(〇はそれぞれ1つずつ)。



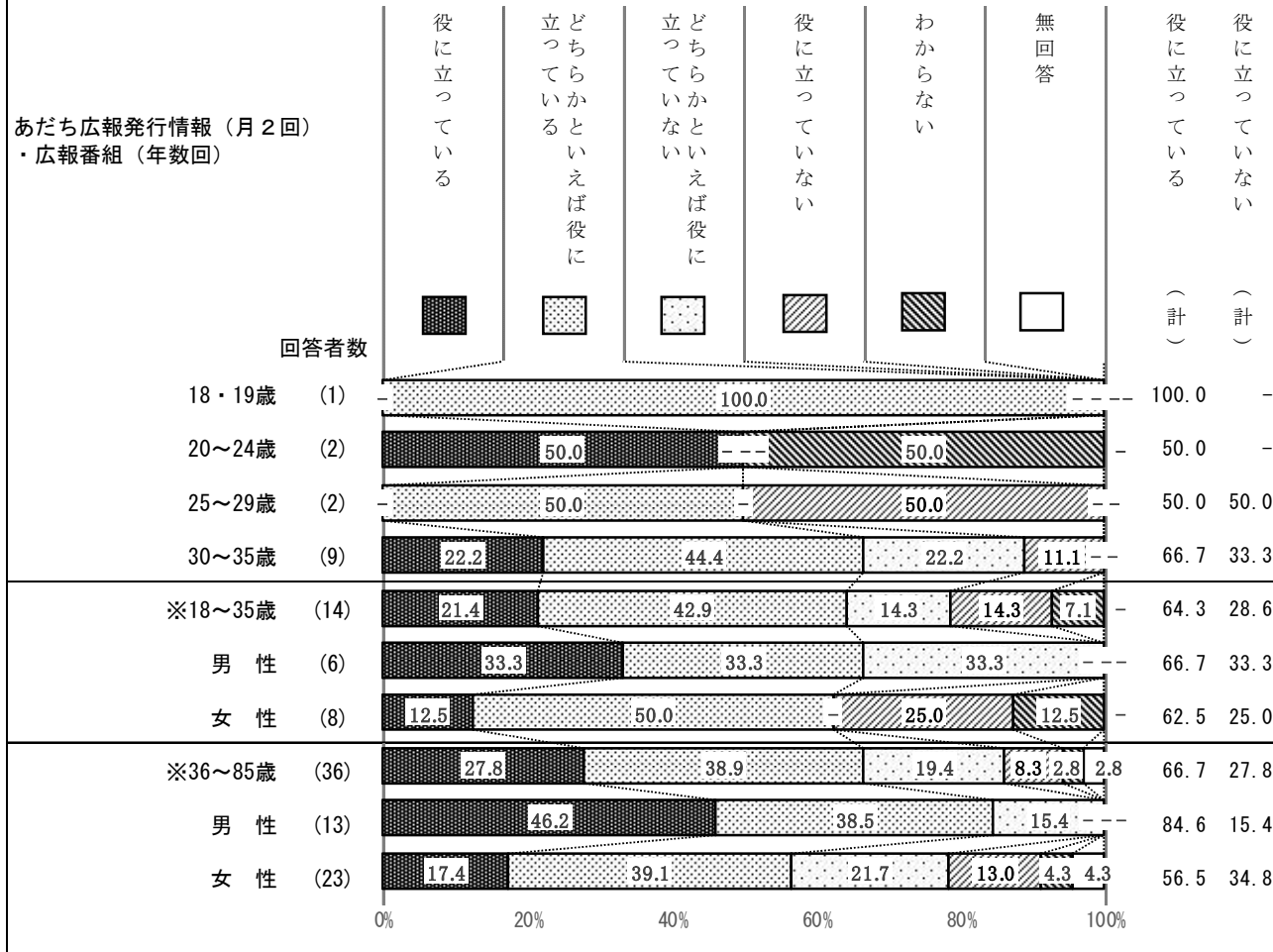
「足立区LINE公式アカウント」で配信しているもののなかで役に立っている情報について聞いたところ、高年代(36歳以上85歳以下)においては、若い世代とは反対に“イベント等のチラシ・ポスター(随時)”の「役に立っている(計)」が72.2%で最も高く、“新型コロナウイルス新規陽性者の発生状況のグラフ(週1回)”が63.9%と一番低い結果となりました。

「役に立っていない(計)」は“新型コロナウイルス新規陽性者の発生状況のグラフ(週1回)”が30.6%で最も高くなっています。

(2.1) 情報別/ あだち広報発行情報（月2回）・広報番組（年数回）

（問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に）

問16 「足立区LINE公式アカウント」では、A-メールでは配信していないポスター画像や動画コンテンツ等の情報も配信しています。あなたにとって、以下の情報は役に立っていますか（〇はそれぞれ1つずつ）。



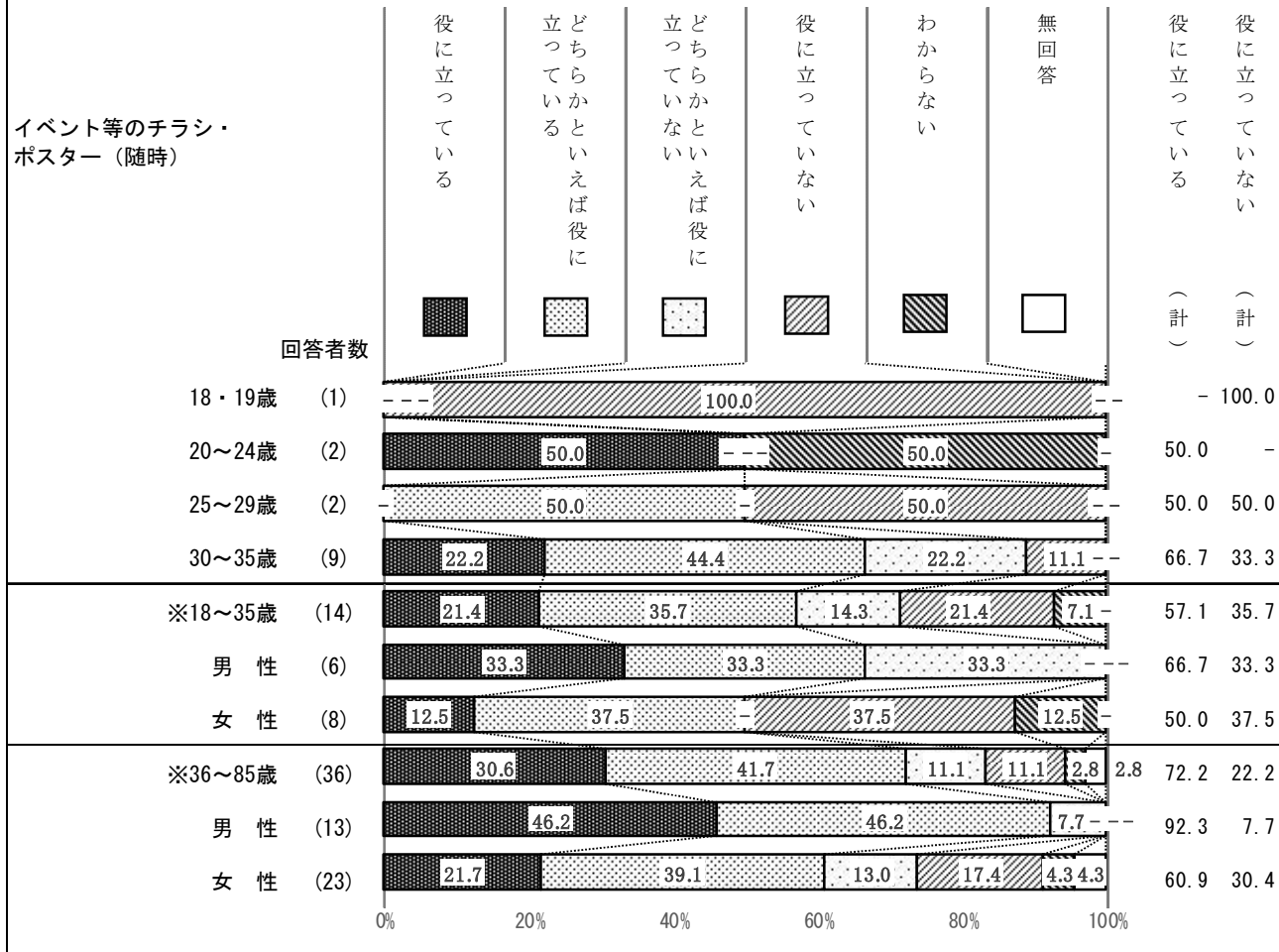
「足立区LINE公式アカウント」で配信している情報の役立ち度合いとして【あだち広報発行情報（月2回）・広報番組（年数回）】について聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では、サンプル数が少ないため参考値ではありますが“男性”、“女性”ともに「役に立っている(計)」は6割台半ば程度となっていますが、“男性”は内訳として「役に立っている」が33.3%と、“女性”の12.5%に比べて3倍近く高くなっています。また、“男性”は「役に立っていない(計)」も33.3%で“女性”の25.0%に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“男性”の「役に立っている(計)」が8割台半ばで、“女性”の6割弱に比べて特に高くなっています。

(2.2) 情報別/ イベント等のチラシ・ポスター（随時）

（問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に）

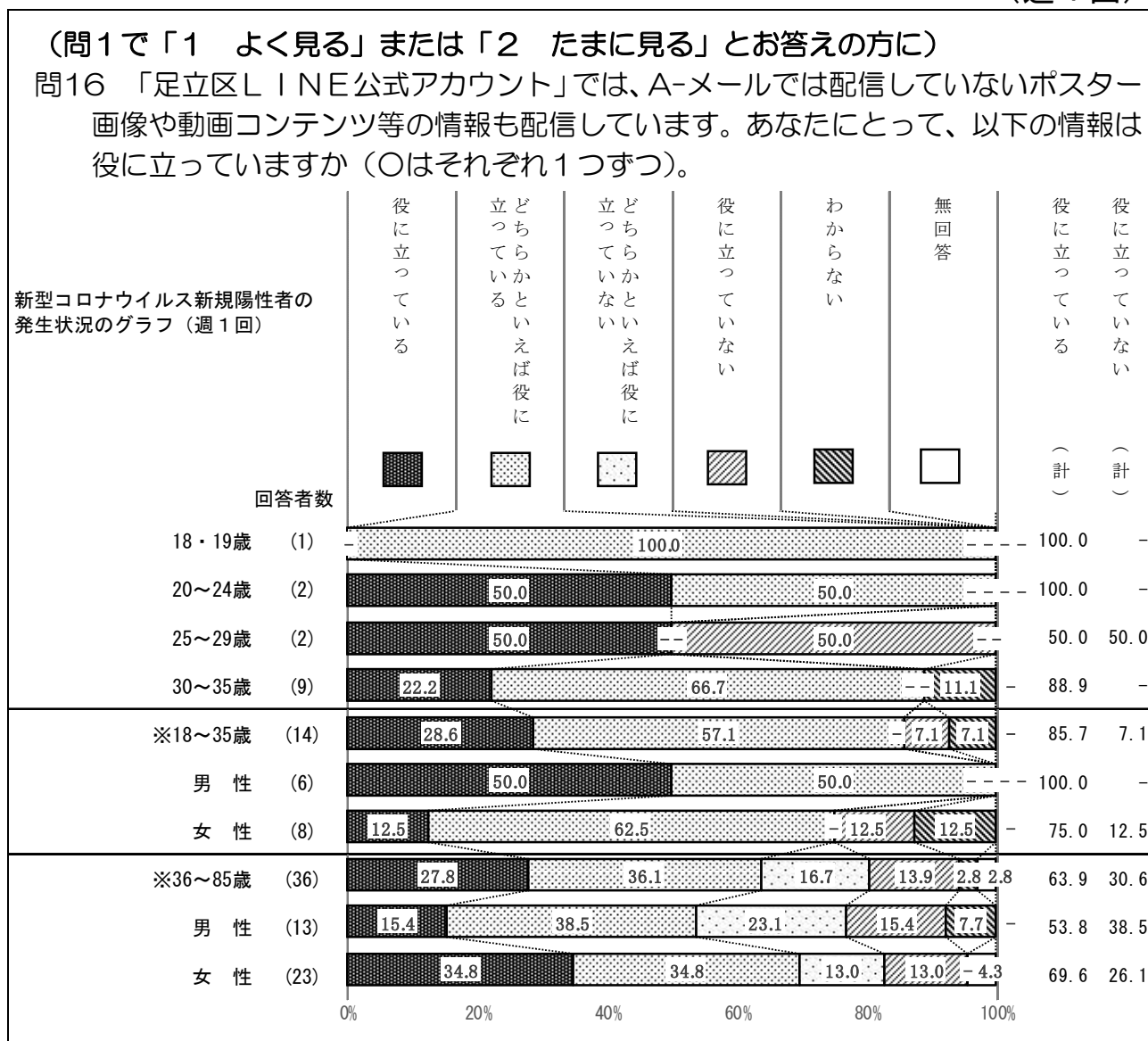
問16 「足立区LINE公式アカウント」では、A-メールでは配信していないポスター画像や動画コンテンツ等の情報も配信しています。あなたにとって、以下の情報は役に立っていますか（〇はそれぞれ1つずつ）。



「足立区LINE公式アカウント」で配信している情報の役立ち度合いとして【イベント等のチラシ・ポスター（随時）】について聴いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では、サンプル数が少ないため参考値ではありますが“男性”の「役に立っている(計)」が66.7%で、“女性”の50.0%に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)でも、“男性”の「役に立っている(計)」は9割強と高く、「役に立っていない(計)」は“女性”の方がほぼ3割で高くなっています。

(2.3) 情報別/新型コロナウイルス新規陽性者の発生状況のグラフ (週1回)



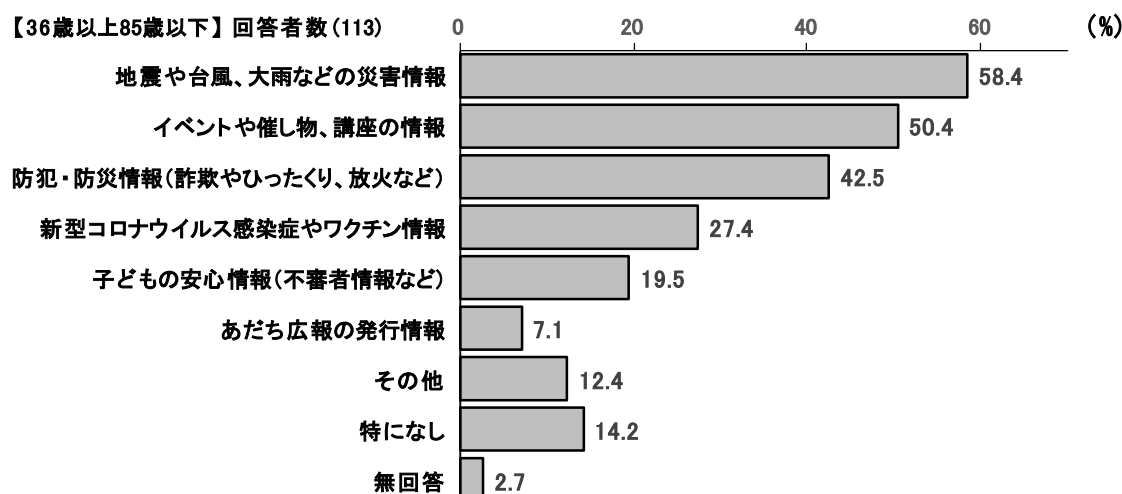
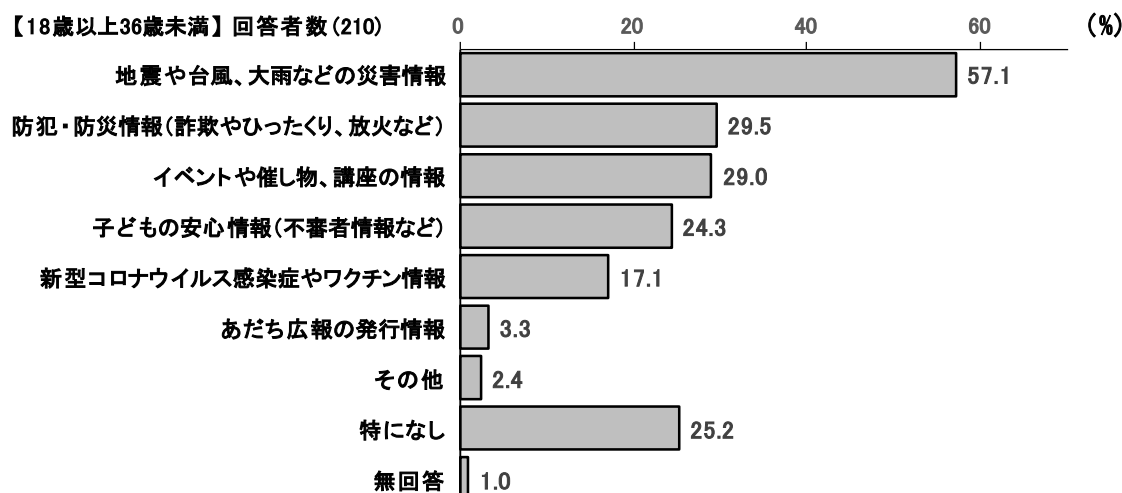
「足立区LINE公式アカウント」で配信している情報の役立ち度合いとして【新型コロナウイルス新規陽性者の発生状況のグラフ】について聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では、サンプル数が少ないため参考値ではありますが“男性”の「役に立っている(計)」は100.0%と10割に達し、“女性”の75.0%に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、逆に“女性”の「役に立っている(計)」がほぼ7割と、“男性”に比べて高くなっています。

18 「足立区LINE公式アカウント」を登録しようと思う情報

(問1で「3 知っているが、見ない(ほとんど見ない)」または
「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問17 あなたは「足立区LINE公式アカウント」で、どのような情報が送られてきたら登録しようと思いますか(〇はあてはまるものすべて)。



足立区LINE公式アカウントを「知っているが、見ない(ほとんど見ない)」または「利用したことがない」とお答えの方に登録しようと思う情報について聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“地震や台風、大雨などの災害情報”が57.1%で最も高くなっています。次いで、“防犯・防災情報(詐欺やひったくり、放火など)”(29.5%)、“イベントや催し物、講座の情報”(29.0%)と続いています。

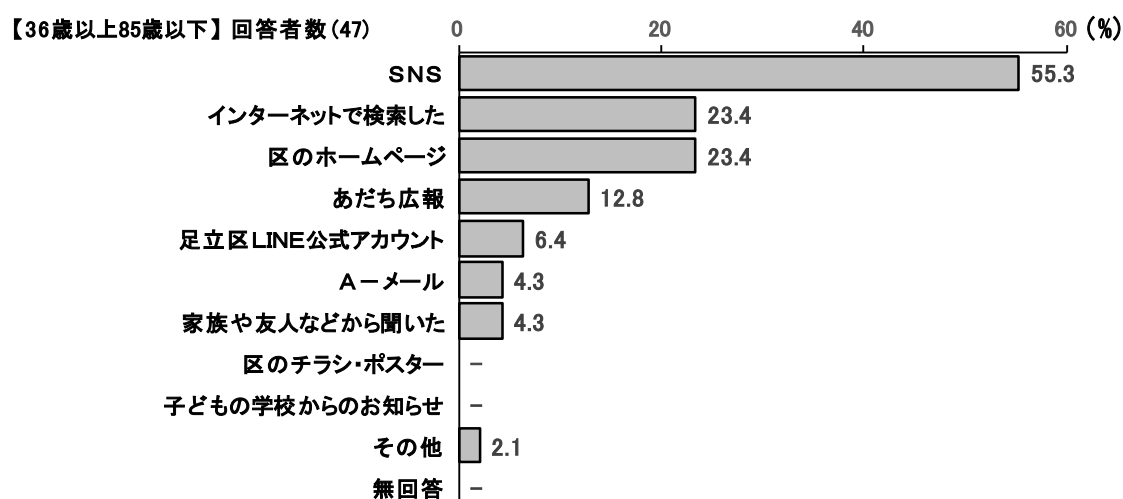
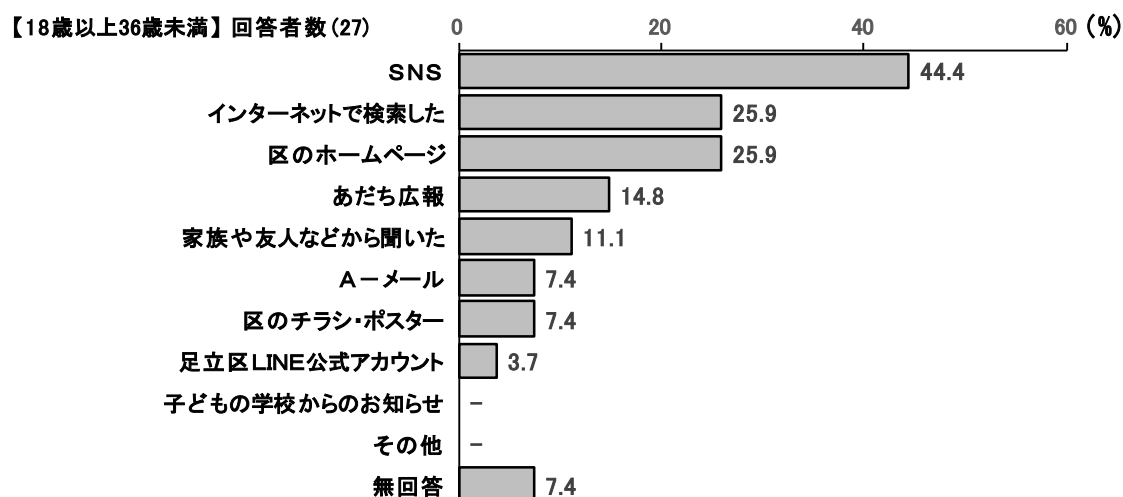
高年代(36歳以上85歳以下)では、“地震や台風、大雨などの災害情報”が6割弱、“イベントや催し物、講座の情報”がほぼ5割で高くなっています。

----- 区のツイッター、区のフェイスブック -----

19 「区のツイッター／フェイスブック」認知経路

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)

問18 あなたは、「区のツイッター」または「区のフェイスブック」をどこで知りましたか(〇はあてはまるものすべて)。

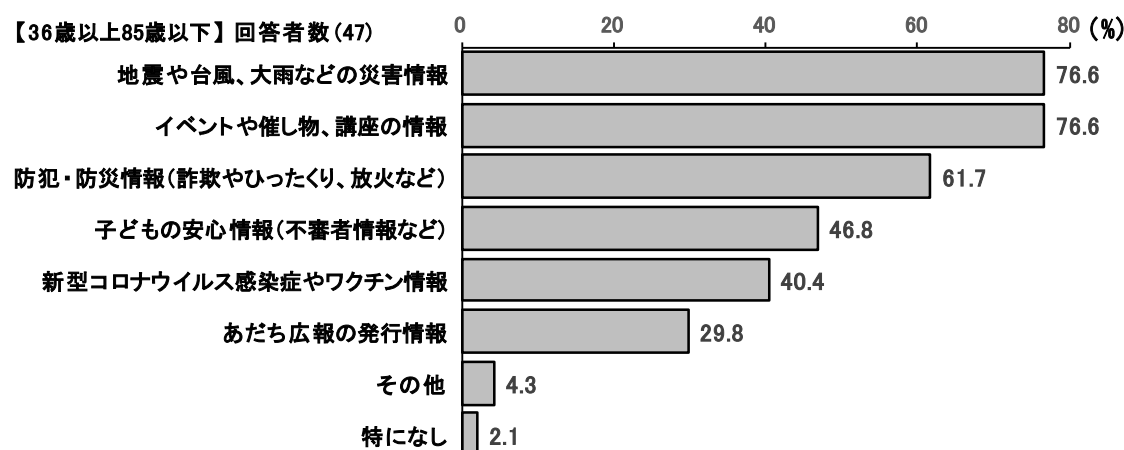
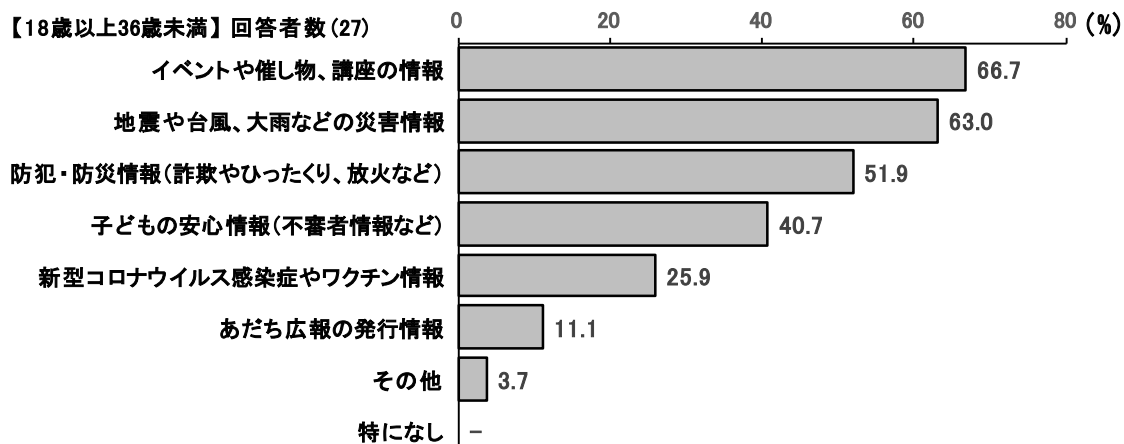


区のツイッター、区のフェイスブックを「よく見る」または「たまに見る」とお答えの方に、知ったきっかけについて聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“SNS(自身のSNSアカウントのタイムラインに流れてきた等)”(44.4%)が特に高く、次いで“インターネットで検索した”と“区のホームページ”が同率の25.9%が続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)でも“SNS(自身のSNSアカウントのタイムラインに流れてきた等)”が5割台半ばで特に高く、次いで“インターネットで検索した”と“区のホームページ”が同率の2割強で高くなっています。

20 「区のツイッター／フェイスブック」で配信してほしい内容

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)
 問19 あなたが「区のツイッター」、「区のフェイスブック」で配信してほしい内容はどれですか(〇はあてはまるものすべて)。



区のツイッター、区のフェイスブックを「よく見る」または「たまに見る」とお答えの方に配信してほしい内容について聴いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“イベントや催し物、講座の情報”(66.7%)、“地震や台風、大雨などの災害情報”(63.0%)が特に高く、次いで、“防犯・防災情報(詐欺やひったくり、放火など)”(51.9%)、“子どもの安心情報(不審者情報など)”(40.7%)と続いています。

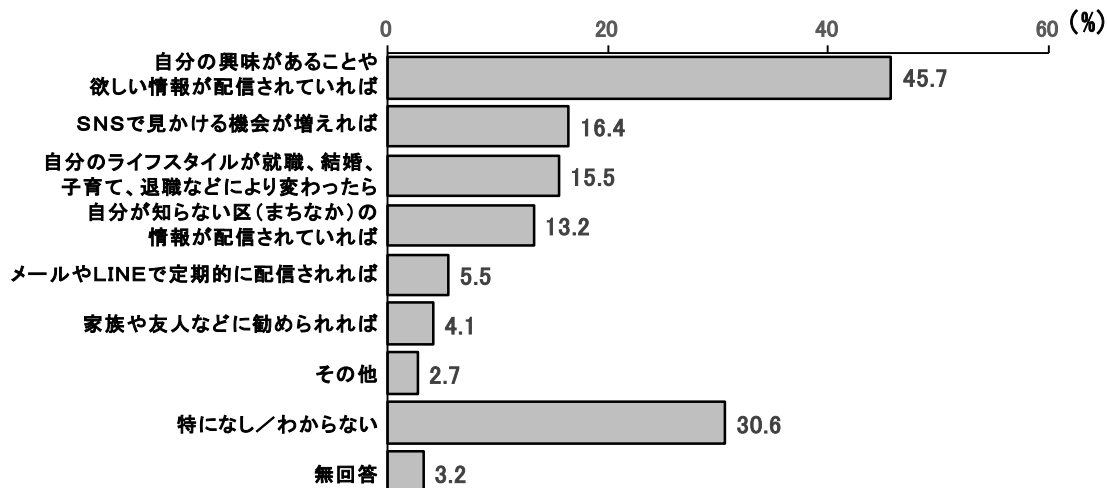
高年代(36歳以上85歳以下)では、“地震や台風、大雨などの災害情報”と“イベントや催し物、講座の情報”が同率で8割弱と特に高くなっています。

21 「区のツイッター／フェイスブック」を見ようと思うきっかけ

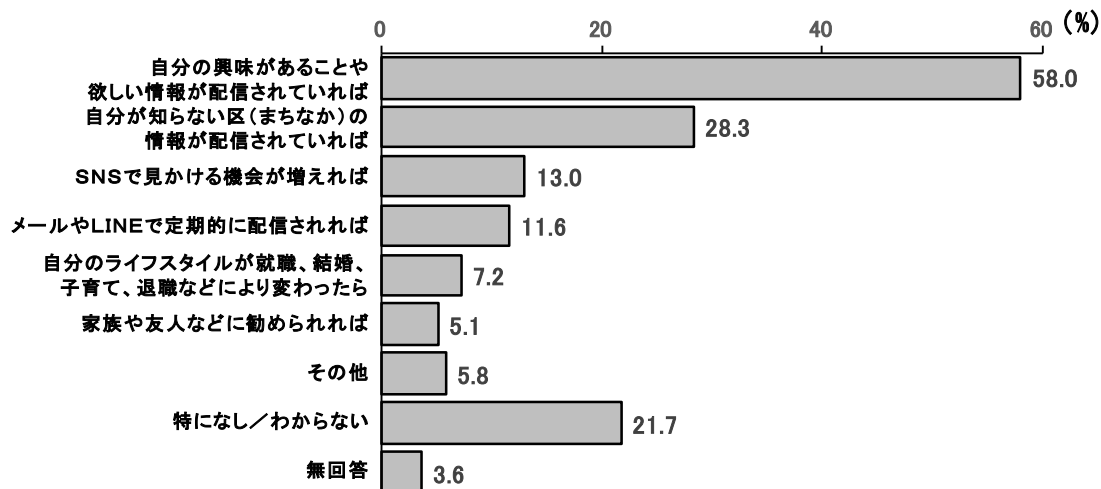
(問1で「3 知っているが、見ない(ほとんど見ない)」または
「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問20 あなたは、どのようなきっかけがあれば、「区のツイッター」または「区のフェイスブック」を見ようと思いますか(〇はあてはまるものすべて)。

【18歳以上36歳未満】回答者数(219)



【36歳以上85歳以下】回答者数(138)



足立区LINE公式アカウントを「知っているが、見ない(ほとんど見ない)」または「利用したことがない」とお答えの方に見ようと思うきっかけについて聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“自分の興味があることや欲しい情報が掲載されていれば”が45.7%で特に高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)でも、“自分の興味があることや欲しい情報が掲載されていれば”が6割弱で特に高くなっています。

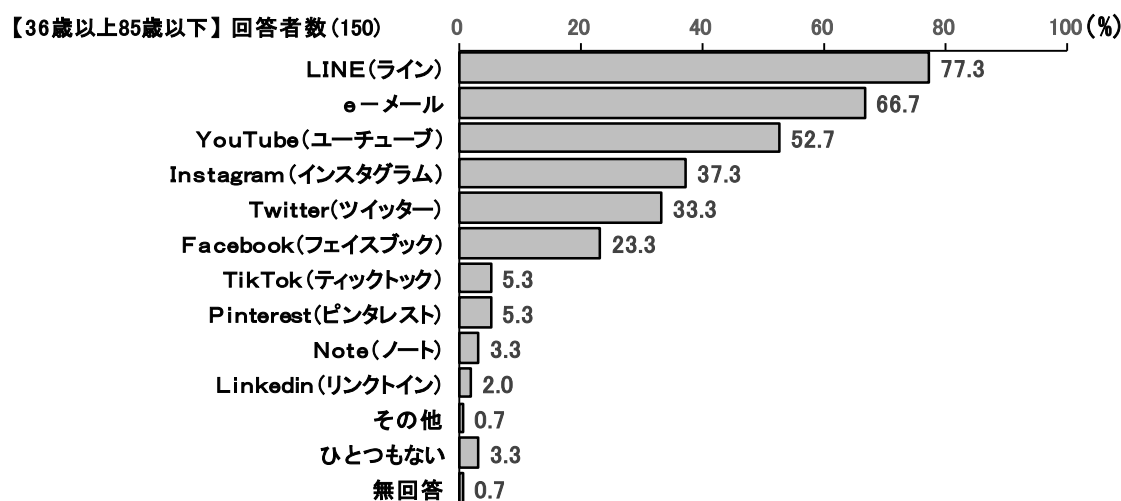
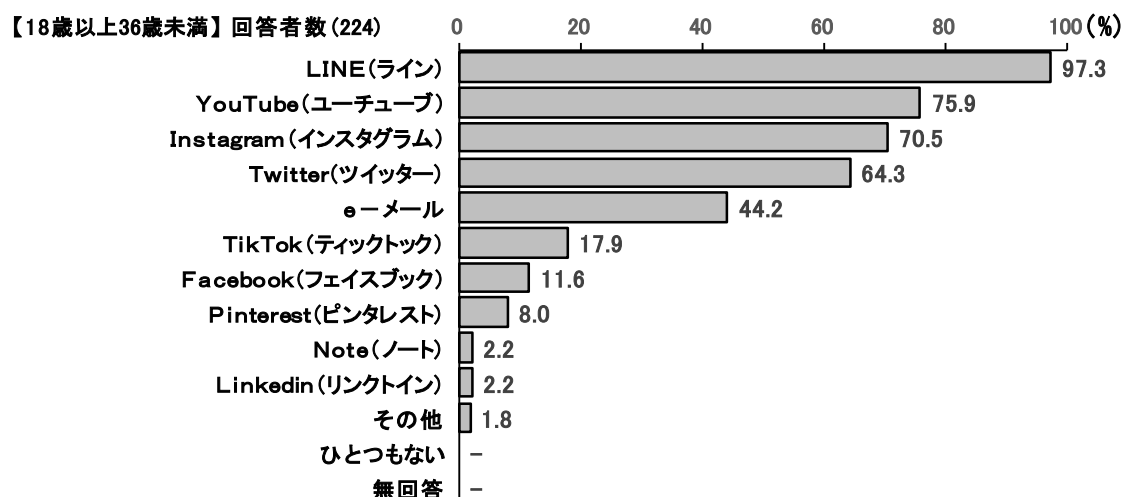
-----インターネットツール-----

22 日常的に使っているインターネットツール

(すべての方におうかがいします)

問21 以下の中で、あなたが日常的に使っているツールは何ですか

(〇はあてはまるものすべて)。



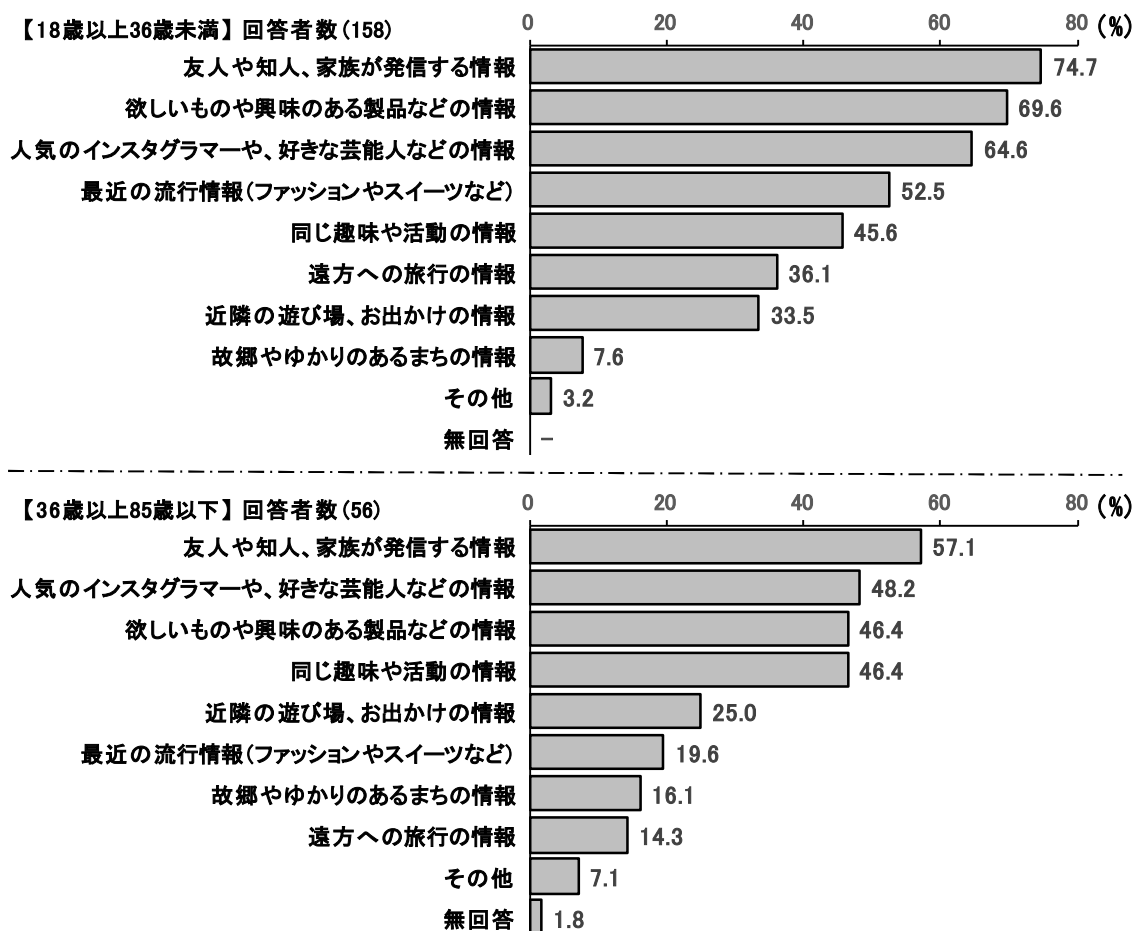
すべての方に日常的に使っているインターネットツールについて聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“LINE(ライン)”が97.3%で特に高く、次いで、“YouTube(ユーチューブ)”(75.9%)、“Instagram(インスタグラム)”(70.5%)、“Twitter(ツイッター)”(64.3%)と続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)でも、“LINE(ライン)”が8割弱で特に高くなっていますが、2番目には“eメール”が7割弱で順位を上げています。

23 インスタグラムでの閲覧内容

(問21で「5 Instagram (インスタグラム)」とお答えの方に)

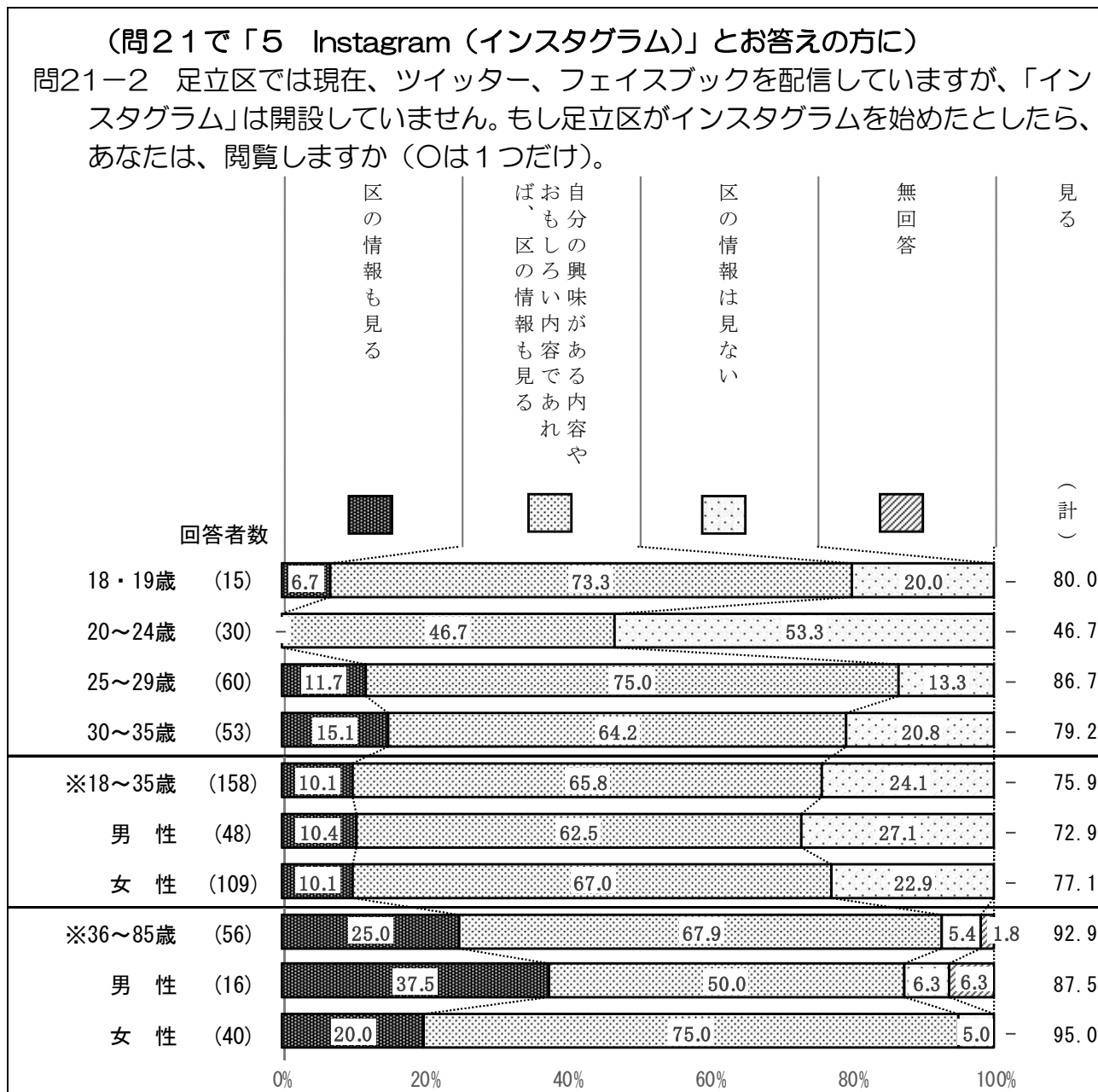
問21-1 あなたが、インスタグラムでよく閲覧するのはどのような内容ですか
(〇はあてはまるものすべて)。



日常的に「Instagram (インスタグラム)」を使っているとお答えの方によく閲覧する内容について聴いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“友人や知人、家族が発信する情報”が74.7%で最も高く、次いで、“欲しいものや興味のある製品などの情報”(69.6%)、“人気のインスタグラマーや、好きな芸能人などの情報”(64.6%)と続いています。

高年代(36歳以上85歳以下)でも“友人や知人、家族が発信する情報”が6割弱で最も高く、“人気のインスタグラマーや、好きな芸能人などの情報”、“欲しいものや興味のある製品などの情報”、“同じ趣味や活動の情報”が5割弱で続いています。

24 足立区インスタグラムの利用展望



日常的に「Instagram (インスタグラム)」を使っているとお答えの方に区がインスタグラムを始めた場合に閲覧するかどうか聴いたところ、「見る(計)」は年代が上がるほど高い傾向にありますが、“20～24歳”は46.7%と極端に低くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”の「見る(計)」が77.1%で“男性”72.9%に比べてやや高くなっていますが、内訳として「区の情報も見る」ではそれぞれほぼ1割で差は見られません。

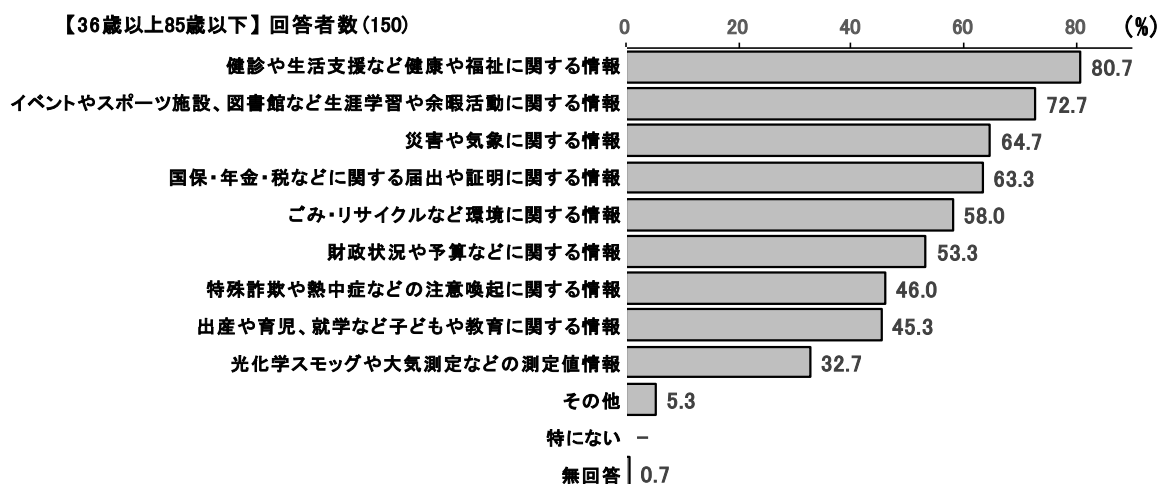
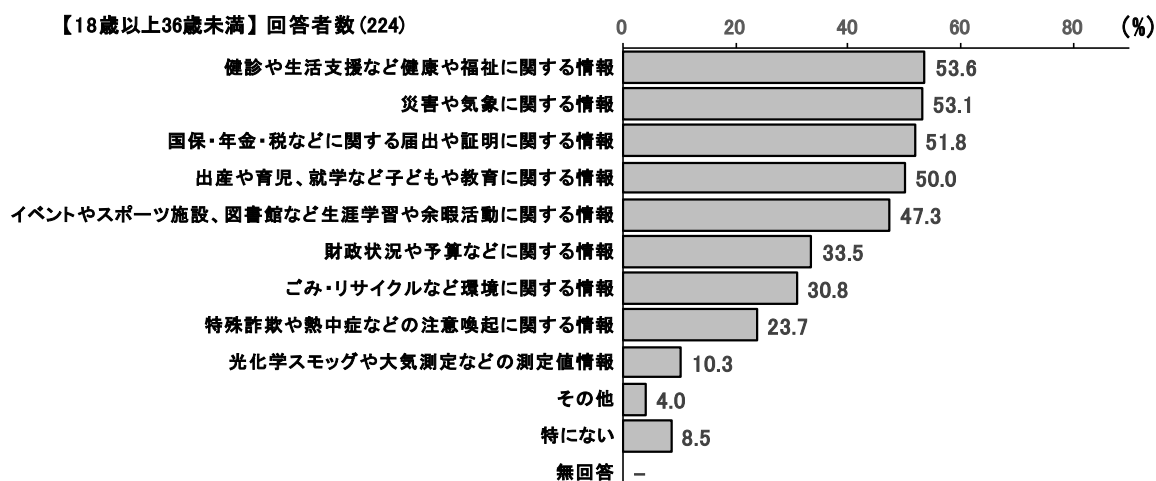
高年代(36歳以上85歳以下)では、“女性”の「見る(計)」が9割台半ばと“男性”9割弱に比べて高いですが、内訳として「区の情報も見る」についてみると、逆に“男性”の方がサンプル数が少ないため参考値ではありますが、4割弱で高くなっています。

----- 重要または必要だと思う情報 -----

25 区が発信する情報として重要・必要だと思うこと

(すべての方におうかがいします)

問22 あなたは、区が発信するどのような情報が重要または必要だと考えていますか
(〇はあてはまるものすべて)。



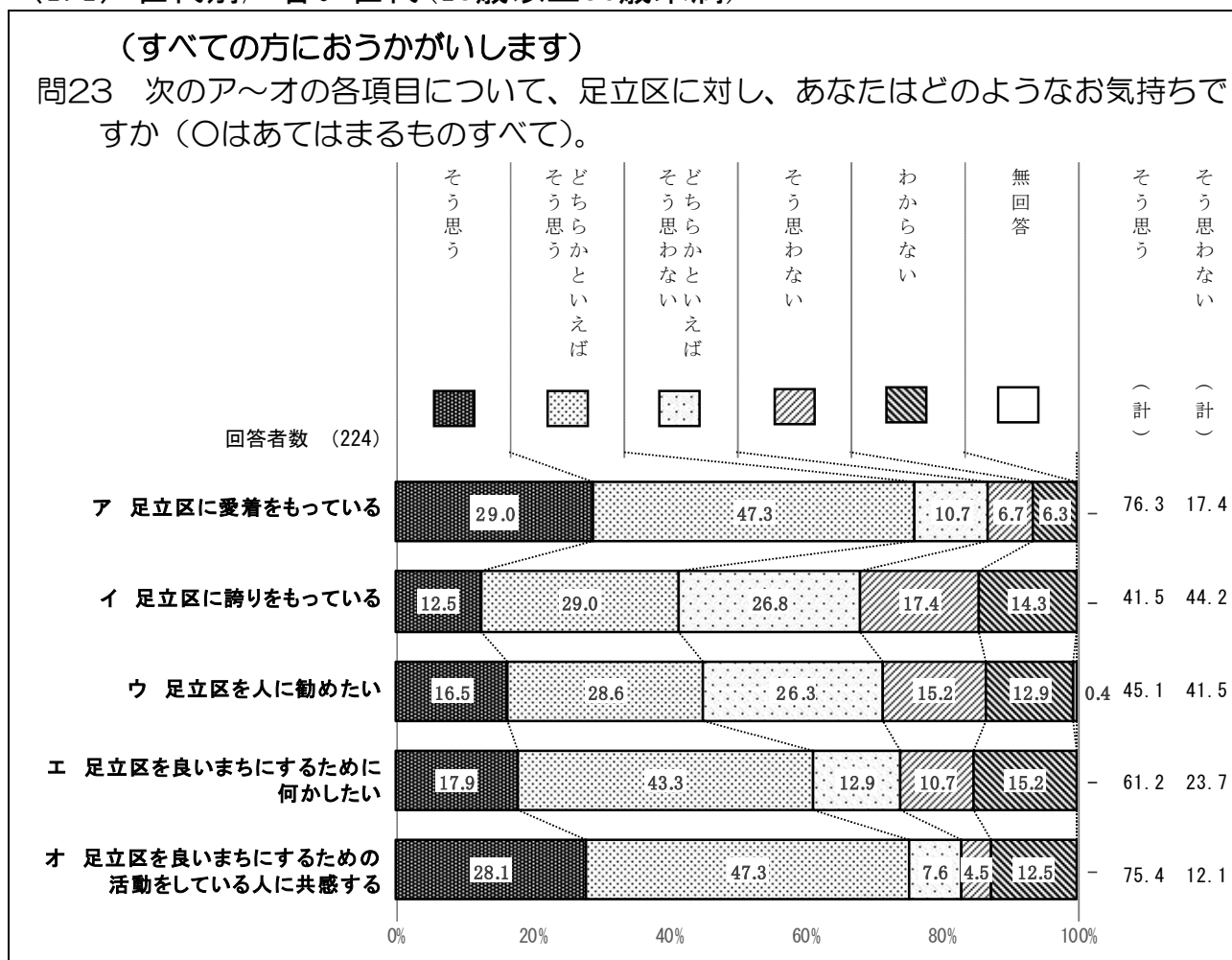
すべての方に区が発信するどのような情報が重要または必要だと考えているのかを聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“健診や生活支援など健康や福祉に関する情報”、“災害や気象に関する情報”、“国保・年金・税などに関する届出や証明に関する情報”、“出産や育児、就学など子どもや教育に関する情報”が5割を超えて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では“健診や生活支援など健康や福祉に関する情報”が8割を超えて最も高く、次いで、“イベントやスポーツ施設、図書館など生涯学習や余暇活動に関する情報”が7割強、“災害や気象に関する情報”と“国保・年金・税などに関する届出や証明に関する情報”が6割強～6割台半ばで続いています。

----- 足立区に対するお気持ち -----

26 足立区に対する気持ち

(1.1) 世代別/ 若い世代(18歳以上36歳未満)

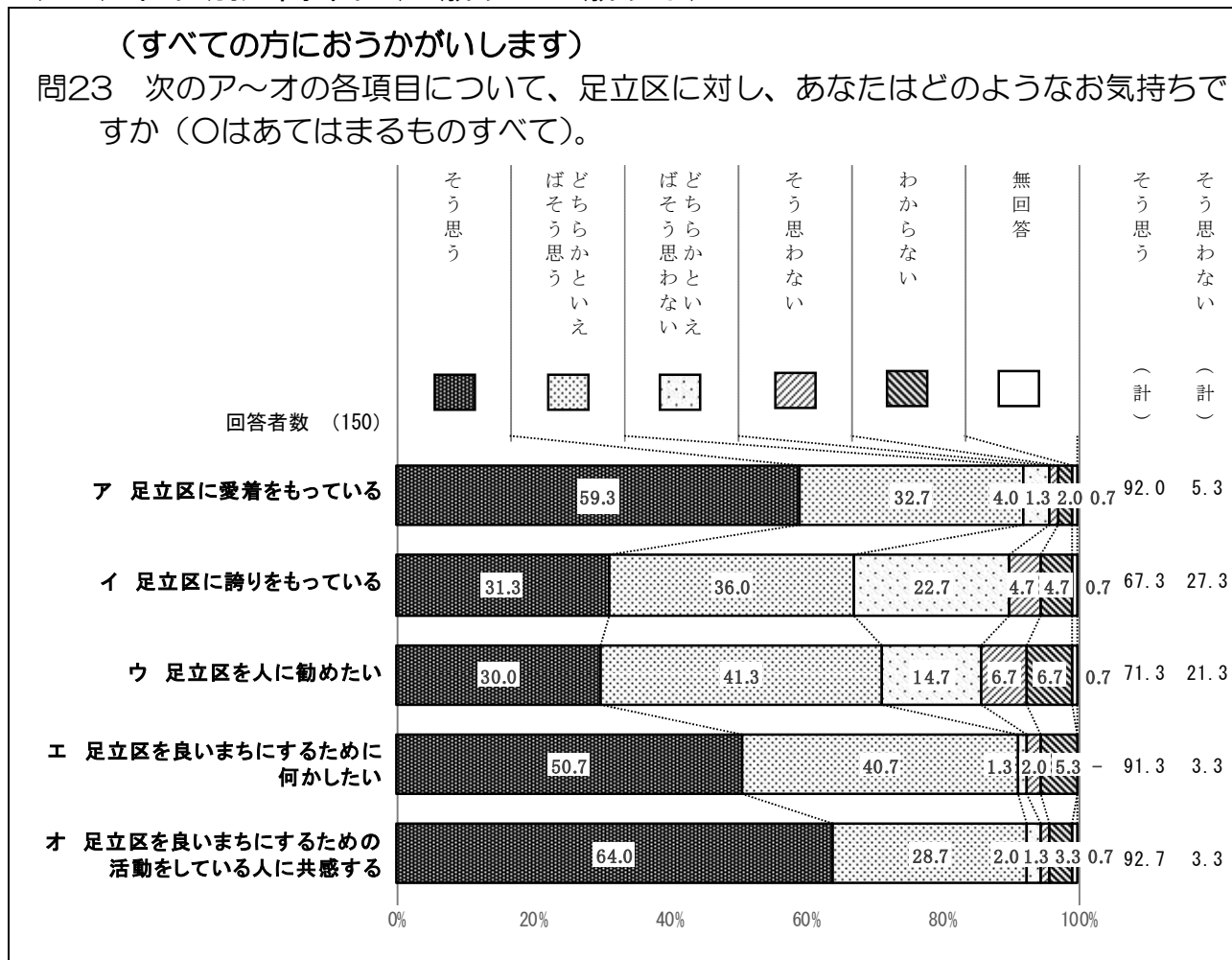


すべての方に足立区に対するお気持ちをア～オの5項目で聞いたところ、若い世代(18歳以上36歳未満)では“ア 足立区に愛着をもっている”の「そう思う(計)」が76.3%、“オ 足立区を良いまちにするための活動をしている人に共感する”の「そう思う(計)」が75.4%で特に高くなっています。“イ 足立区に誇りをもっている”と“ウ 足立区を人に勧めたい”では「そう思う(計)」と「そう思わない(計)」が4割台で拮抗しています。

(1.2) 世代別/ 高年代(36歳以上85歳以下)

(すべての方におうかがいします)

問23 次のア～オの各項目について、足立区に対し、あなたはどのようなお気持ちですか(〇はあてはまるものすべて)。



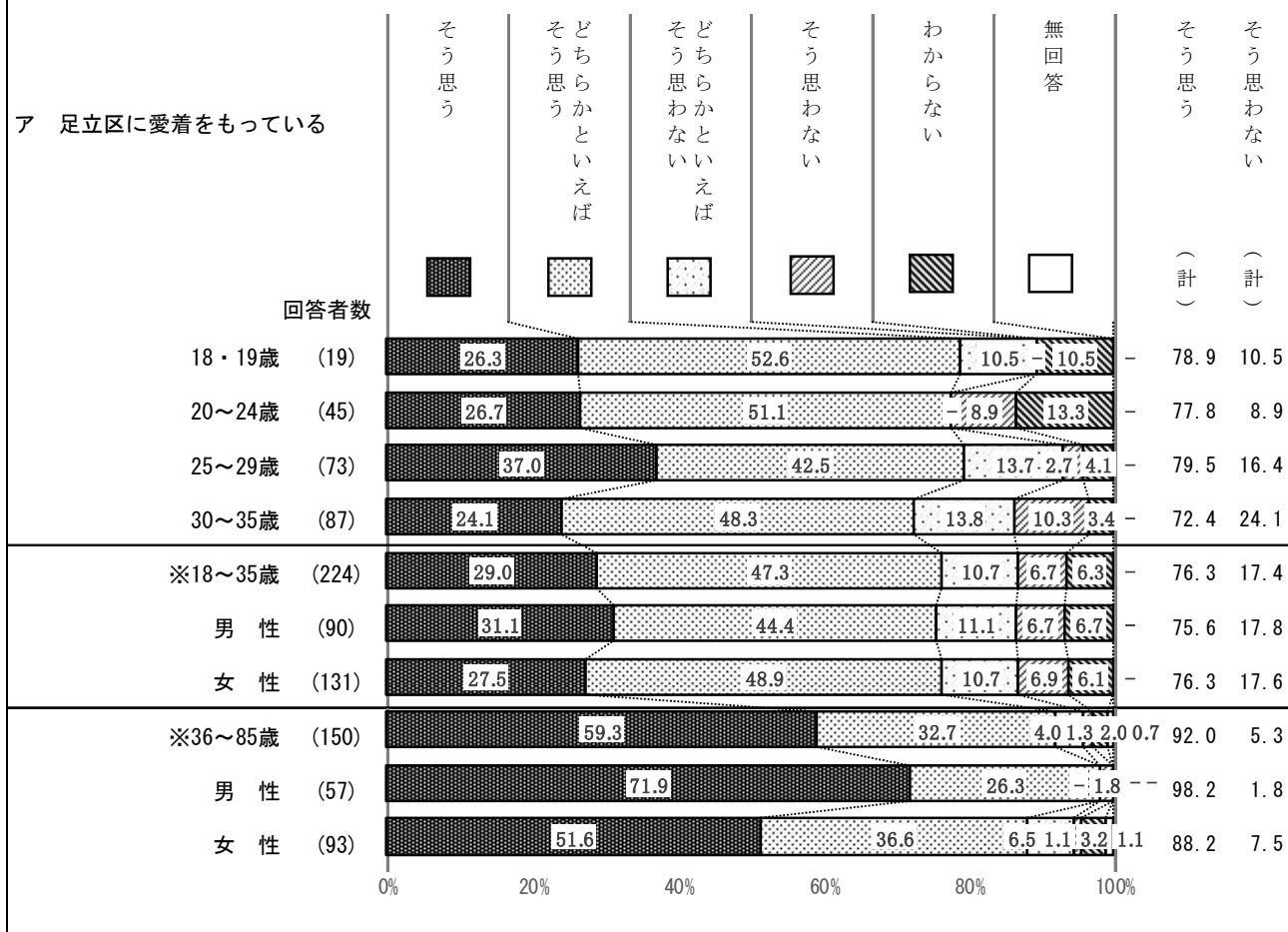
すべての方に足立区に対するお気持ちをア～オの5項目で聞いたところ、高年代(36歳以上85歳以下)では“オ 足立区を良いまちにするための活動をしている人に共感する”の「そう思う(計)」が92.7%、“ア 足立区に愛着をもっている”の「そう思う(計)」が92.0%、“エ 足立区を良いまちにするために何かしたい”の「そう思う(計)」が91.3%と9割を超えて高くなっています。“イ 足立区に誇りをもっている”と“ウ 足立区を人に勧めたい”においても、「そう思う(計)」が7割前後と若い世代に比べて高くなっています。

(2.1) 項目別/ ア 足立区に愛着をもっている

(すべての方におうかがいします)

問23 次のア～オの各項目について、足立区に対し、あなたはどのようなお気持ちですか (〇はあてはまるものすべて)。

ア 足立区に愛着をもっている



足立区に対するお気持ちのなかで【ア 足立区に愛着をもっている】についてみると、各年代ともに「そう思う(計)」が7～8割と高く、「30～35歳」は「そう思わない(計)」も24.1%と他の年代に比べて高くなっています。また、「そう思う(計)」の内訳として、「25～29歳」では「そう思う」が37.0%で特に高くなっています。

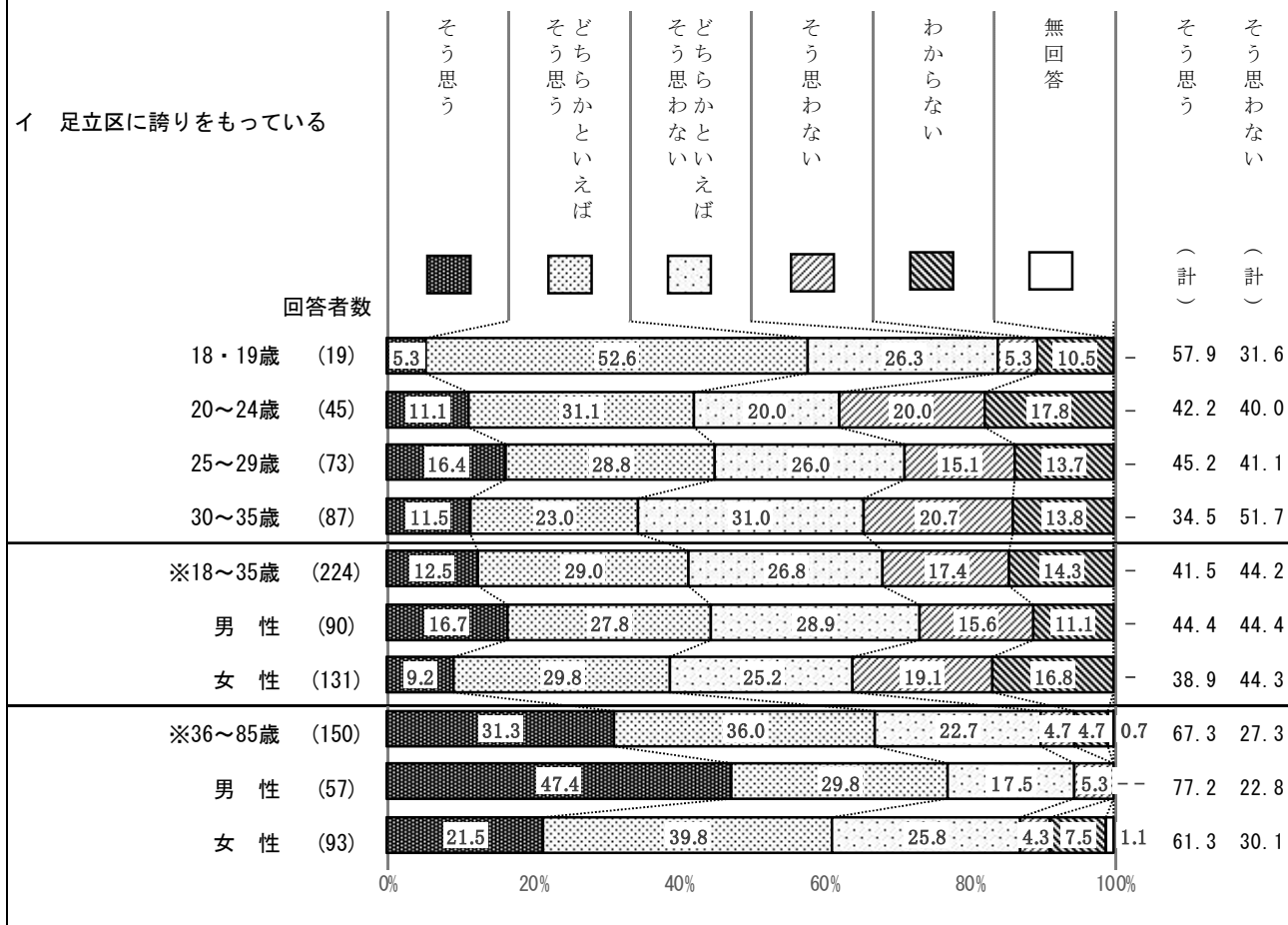
若い世代(18歳以上36歳未満)では、「男性」、「女性」とともに「そう思う(計)」は7割台半ばと高く、内訳として「そう思う」が「女性」3割弱に比べて「男性」は3割強とやや高いですが、ほとんど差はみられませんでした。

高年代(36歳以上85歳以下)では、「男性」の「そう思う(計)」が10割弱で、「女性」の9割弱に比べて高くなっています。

(2.2) 項目別/ イ 足立区に誇りをもっている

(すべての方におうかがいします)

問23 次のア～オの各項目について、足立区に対し、あなたはどのようなお気持ちですか (〇はあてはまるものすべて)。



足立区に対するお気持ちのなかで【イ 足立区に誇りをもっている】についてみると、サンプル数が少ないため参考値ではありますが、“18・19歳”の「そう思う(計)」が57.9%と他の年代に比べて高くなっています。逆に「そう思わない(計)」については“30～35歳”が51.7%と他の年代に比べて高くなっています。

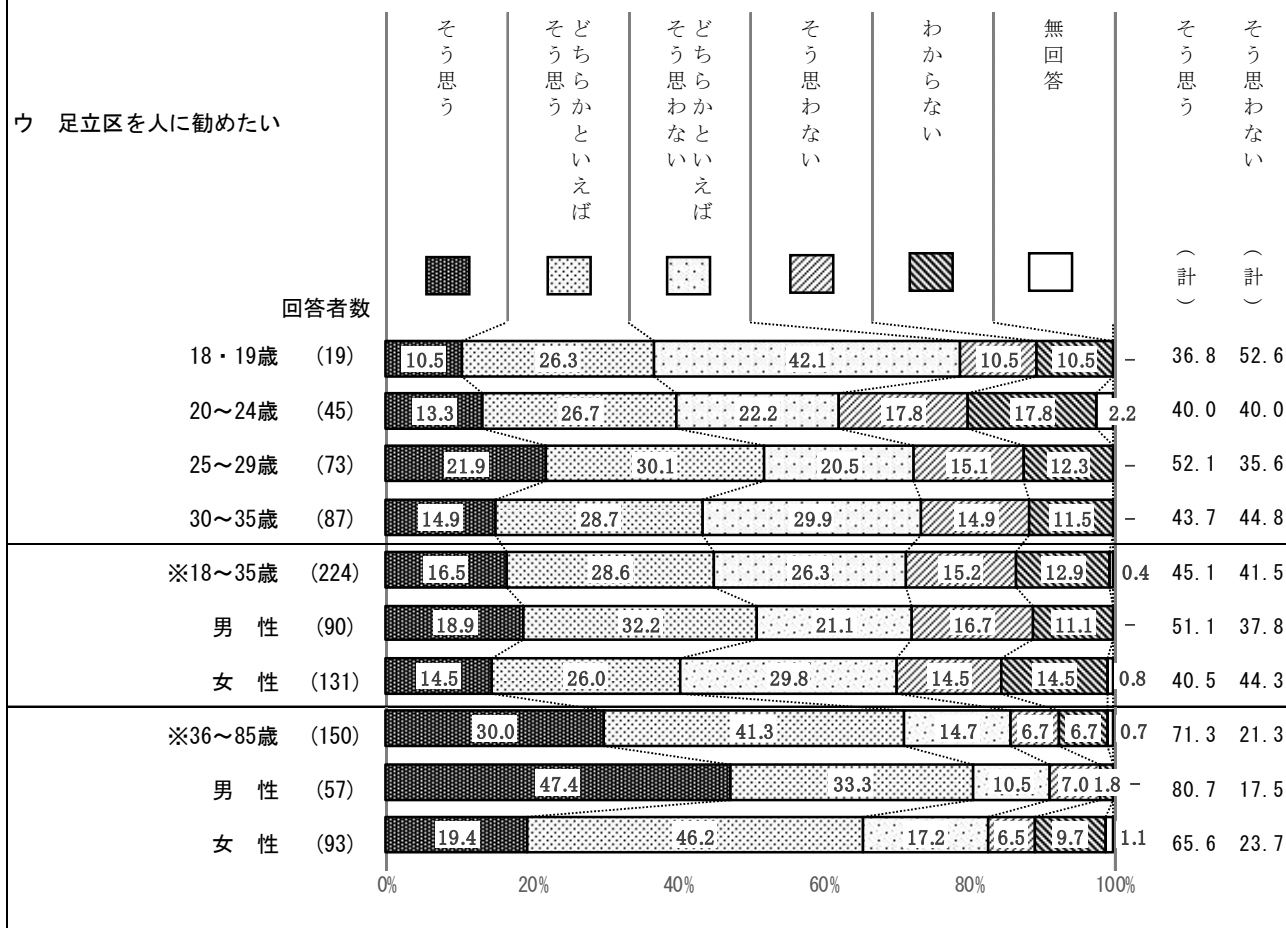
若い世代(18歳以上36歳未満)では、“男性”の「そう思う(計)」が4割台半ばで、“女性”の4割弱に比べて高くなっています。「そう思う(計)」の内訳をみると、“男性”は「そう思う」が2割弱と“女性”のほぼ1割に比べて高く、「どちらかといえばそう思う」は“女性”の方がほぼ3割で高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“男性”の「そう思う(計)」が8割弱で、“女性”の6割強に比べて高くなっています。

(2.3) 項目別/ ウ 足立区を人に勧めたい

(すべての方におうかがいします)

問23 次のア～オの各項目について、足立区に対し、あなたはどのようなお気持ちですか (〇はあてはまるものすべて)。



足立区に対するお気持ちのなかで【ウ 足立区を人に勧めたい】についてみると、“25～29歳”の「そう思う(計)」が52.1%と唯一、5割を超えています。また、サンプル数が少ないため参考値ではありますが“18・19歳”は「そう思わない(計)」が52.6%と他の年代に比べて高くなっています。

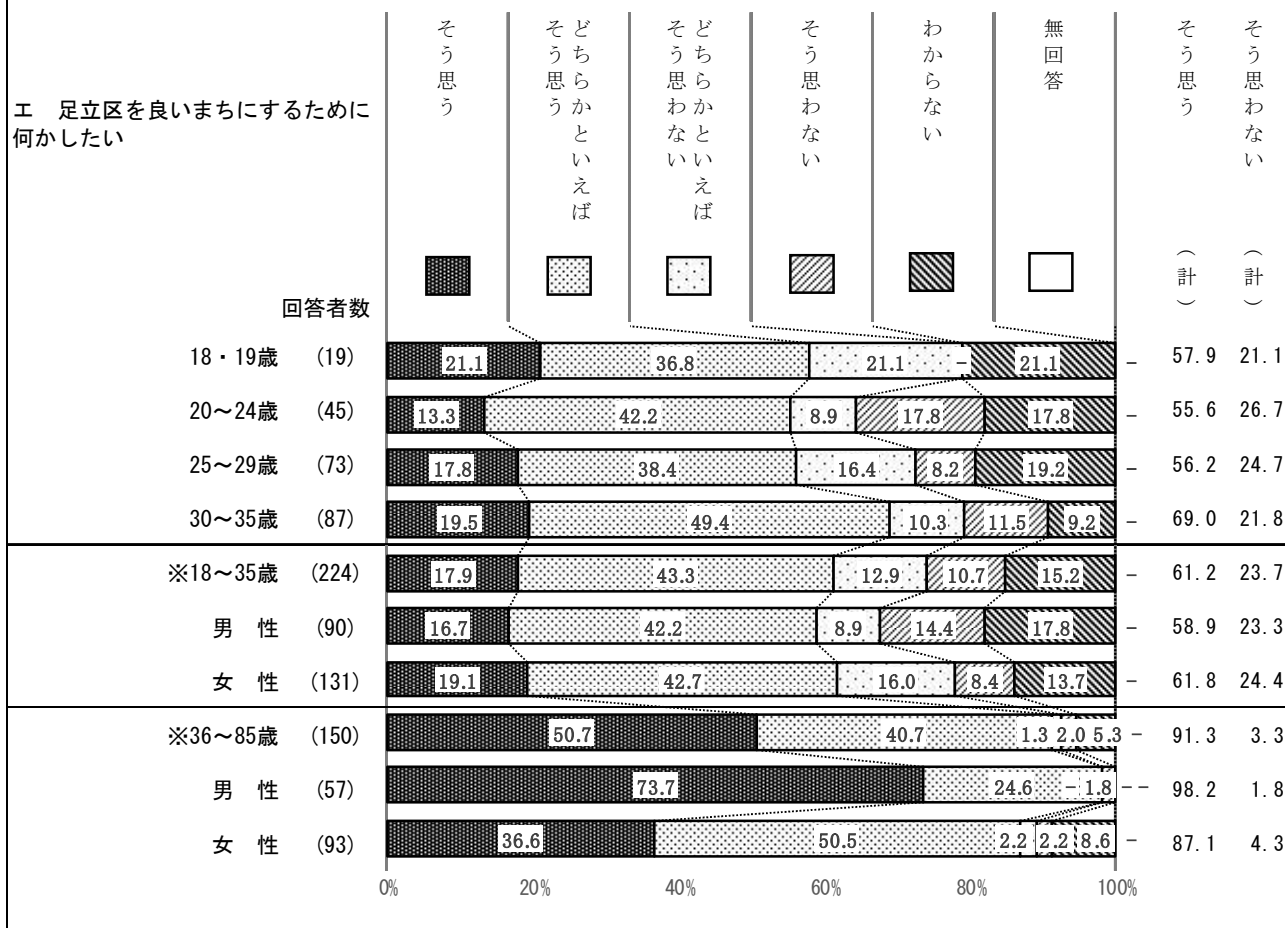
若い世代(18歳以上36歳未満)では、“男性”の「そう思う(計)」が5割強で、“女性”のほぼ4割に比べて高くなっています。「そう思う(計)」内訳をみると、“男性”は「そう思う」が2割弱と“女性”の1割台半ばに比べて高く、「どちらかといえばそう思う」も“男性”の方が3割強で高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“男性”の「そう思う(計)」がほぼ8割で、“女性”の6割台半ばに比べて高くなっています。

(2.4) 項目別/ エ 足立区を良いまちにするために何かしたい

(すべての方におうかがいします)

問23 次のア～オの各項目について、足立区に対し、あなたはどのようなお気持ちですか (〇はあてはまるものすべて)。

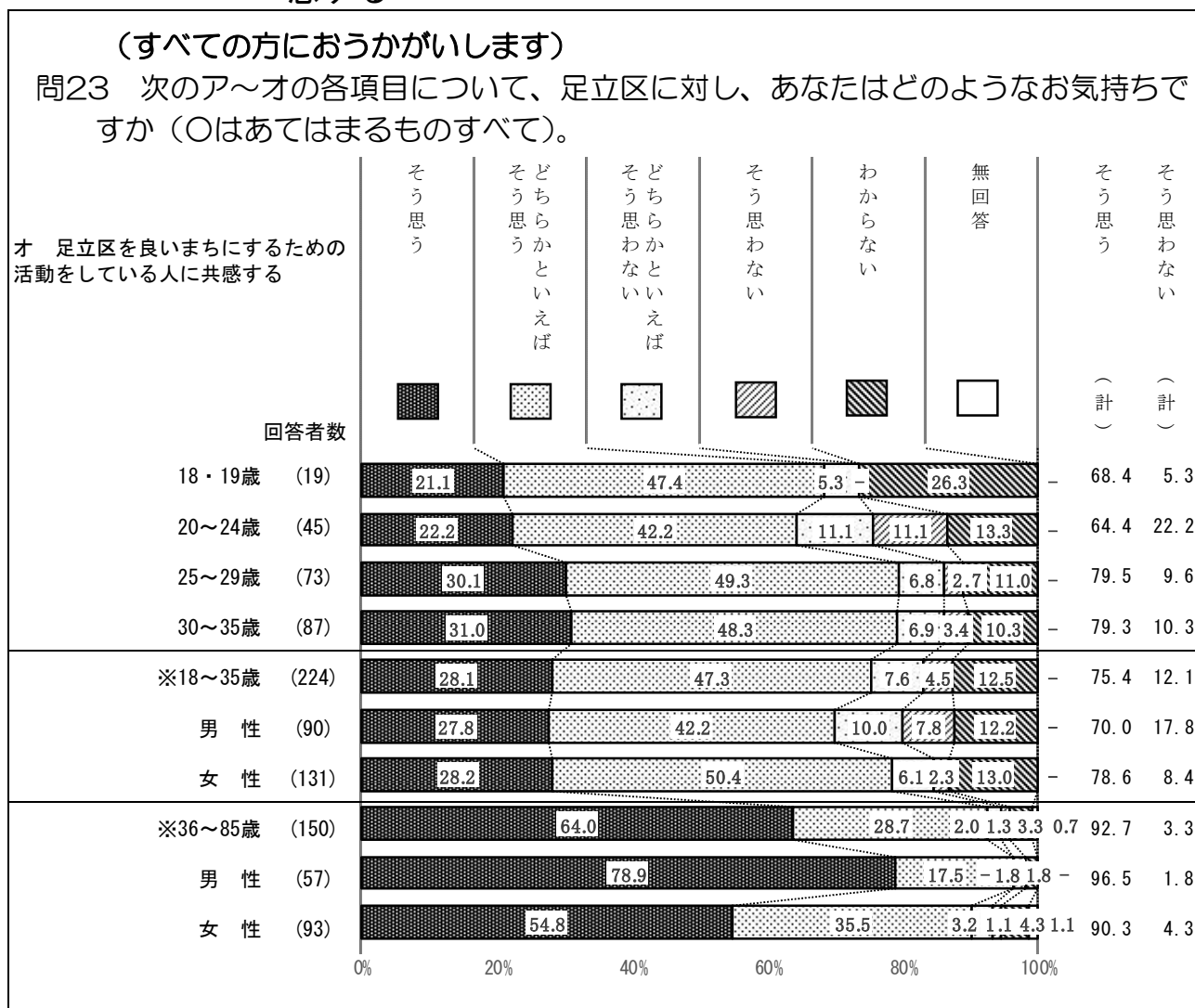


足立区に対するお気持ちのなかで【エ 足立区を良いまちにするために何かしたい】についてみると、“30～35歳”の「そう思う(計)」が69.0%と特に高くなっています。20代は「そう思わない(計)」が2割台半ばと、他の年代に比べて高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”の「そう思う(計)」が6割強で、“男性”の6割弱に比べてやや高くなっています。「そう思う(計)」内訳をみると、“女性”は「そう思う」がほぼ2割と“男性”の2割弱に比べてやや高いですが、ほとんど差は見られません。「そう思わない(計)」の内訳として、「そう思わない」は“女性”の1割弱に比べて、“男性”は1割台半ばと高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“男性”の「そう思う(計)」がほぼ10割で、“女性”の9割弱に比べて高くなっています。

(2.5) 項目別/ オ 足立区を良いまちにするための活動をしている人に共感する

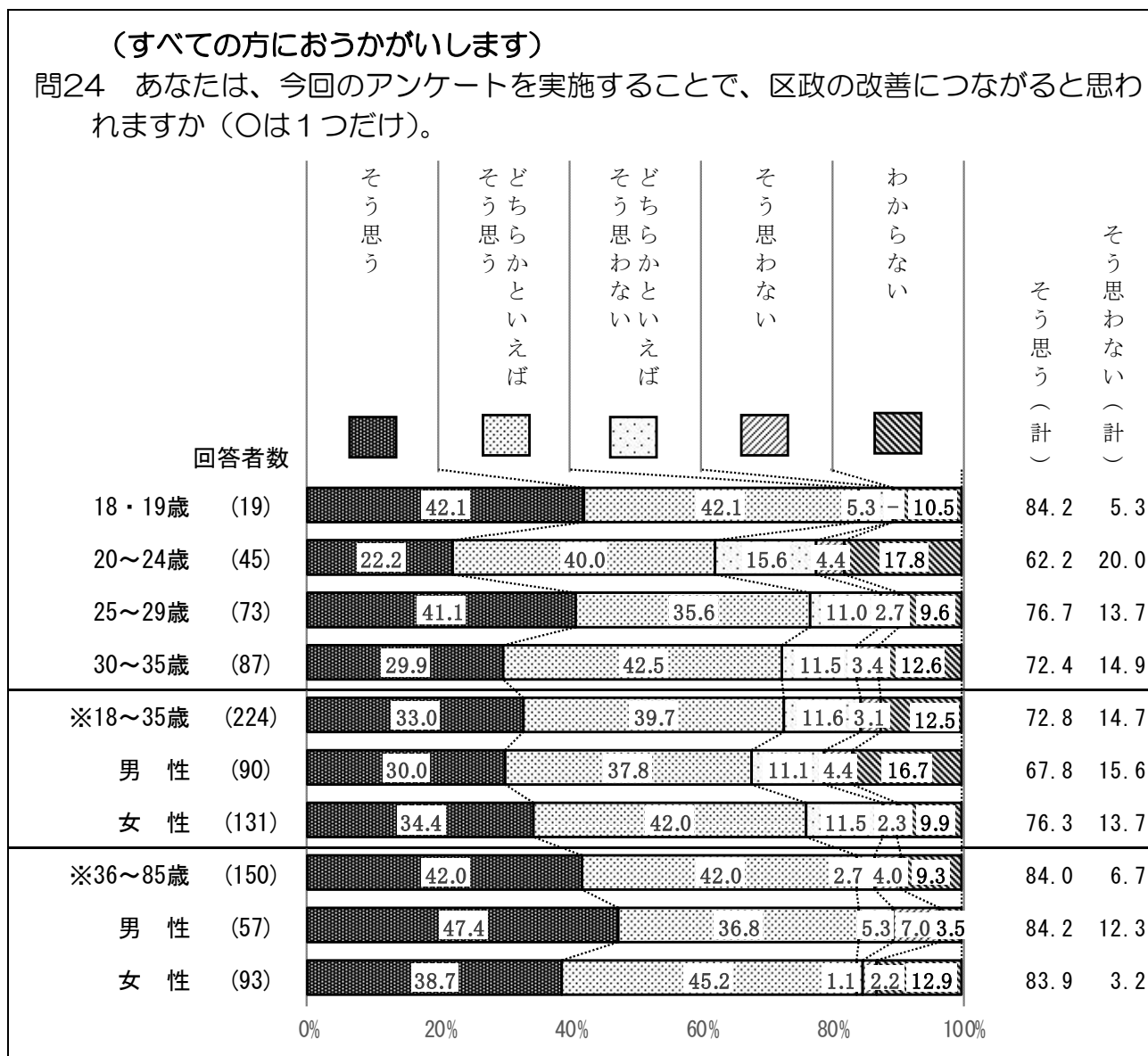


足立区に対するお気持ちのなかで【オ 足立区を良いまちにするための活動をしている人に共感する】についてみると、“25～29歳”、“30～35歳”の「そう思う(計)」がそれぞれ79.5%、79.3%とほぼ8割で高いです。また、「そう思わない(計)」については“20～24歳”が2割強と、他の年代に比べて高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”の「そう思う(計)」が8割弱で、“男性”のちょうど7割に比べて高くなっています。また、“男性”は「そう思わない(計)」が2割弱で、“女性”1割弱に比べて高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“男性”の「そう思う(計)」が10割弱で、“女性”のほぼ9割に比べて高くなっています。

27 アンケートの実施が区政の改善につながるかの考え



すべての方に今回のアンケートが区政の改善につながるかについて聞いたところ、サンプル数が少ないため参考値ではありますが、“18・19歳”では「そう思う(計)」が84.2%と最も高く、「そう思う(計)」の内訳をみると「そう思う」では“25～29歳”が“18・19歳”とともに4割を超えて高くなりました。“20～24歳”では「そう思う(計)」は62.2%と最も低く、「わからない」が2割弱と他の年代に比べて高くなっています。

若い世代(18歳以上36歳未満)では、“女性”の「そう思う(計)」が8割弱で“男性”の7割弱に比べて高くなっています。また、“男性”は「わからない」が2割弱で高くなっています。

高年代(36歳以上85歳以下)では、“男性”、“女性”ともに「そう思う(計)」が8割強と高くなっています。「そう思う(計)」の内訳をみると、“男性”は「そう思う」が5割弱で“女性”に比べて高くなっています。

第 4 章 調査票

令和4年度 第1回 足立区政に関する世論調査（小規模調査） 《若い世代の「区の情報」に対する興味・関心・取得状況について》

ご協力のお願い

皆さまには日頃から区政にご支援ご協力いただき、心より御礼申し上げます。

この調査は、区の情報若い世代が具体的にどのように取得しているのか、どのような情報を必要としているのか、関心のあるジャンルは何か、などを調査することによって、届く情報、役立つ情報へと内容の充実を図ることを目的に行うものです。

実施にあたりまして、区内にお住いの満18歳から35歳の方々の中から、無作為に500名を選ばせていただきました。調査結果はすべて個人が特定できないように統計的に処理し、お名前などが公表されることは一切ありません。

回答にかかる時間は**8分程度**です。お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解いただき、何卒ご協力くださいますようお願い申し上げます。

令和5年1月

足立区長 近藤やよい

□□ ご回答にあたって □□

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

お問い合わせコールあだち TEL：03-3880-0039

受付時間：午前8時～午後8時／1月1日から3日を除く毎日

ご回答期限：令和5年2月10日

あなたの回答用ID
001-1001

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



足立区は持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています



インターネットによる回答方法



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

<https://shinsei.city.adachi.tokyo.jp/apply/guide/673>

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

- 2 ログインし、順番に回答してください。

- ・ 「足立区オンライン申請システム」のログインページが展開します。
- ・ アカウント ID をお持ちの方はログインして回答してください。
- ・ アカウント ID をお持ちでない方は、「アカウント登録しないで続ける場合」をクリックしてログインしてください。

- 3 回答終了

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

■ 注意事項 ■

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

郵送による回答方法

- 1 調査票に直接回答してください。

- ・ あてはまる番号に直接○印を付けてください。
- ・ ボールペン記載で誤った場合、二重線で消し、正しい回答に○を付けてください。

- 2 調査票を郵送してください。

- ・ 回答が終わりましたら、同封の返信用封筒（切手不要）に調査票を入れて、令和 5 年 2 月 10 日までに投かんしてください。期日を過ぎてから投かんいただいた場合、謝礼をお送りすることはできません。何卒ご了承ください。

■ 注意事項 ■

- ・ 返信用封筒には、住所・お名前を記入なさないようお願いします。

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

F 1 あなたの性別は、次のどれにあたりますか（○は1つだけ）。

1 男性	40.2%	2 女性	58.5	3 どちらでもない	0.4	4 無回答	0.9
------	-------	------	------	-----------	-----	-------	-----

F 2 あなたは、何歳ですか（○は1つだけ）。

1 18・19歳	8.5%	2 20～24歳	20.1
3 25～29歳	32.6	4 30～35歳	38.8

F 3 あなたは、足立区に住んで何年になりますか（○は1つだけ）。 回答者数=（224）

1 1年未満	10.7%	3 3～5年未満	13.4	5 10～20年未満	13.4
2 1～3年未満	14.3	4 5～10年未満	13.8	6 20年以上	34.4

F 4 あなたのお住まい（住居）は、次のどれにあたりますか（○は1つだけ）。

回答者数=（224）

1 一戸建て持家	26.3%	5 都市再生機構（旧公団）・	1.3
2 一戸建て借家	1.3	公社・都営住宅・区営住宅	
3 分譲マンション	28.6	6 社宅・公務員住宅	2.7
4 賃貸マンション・アパート	37.9	7 間借り・住み込み	0.9
		8 その他（ ）	0.9

F 5 あなたの職業は、次のどれにあたりますか（○は1つだけ）。 回答者数=（224）

1 自営業・会社役員等	6.3%	4 学生	16.5	7 その他（ ）	0.9
2 会社員・公務員等	57.1	5 主に家事に従事	6.3	無回答	0.4
3 パート・アルバイト	9.8	6 無職	2.7		

（F 5で「1」「2」「3」「4」とお答えの方に）

F 5-1 あなたの就労場所（就学場所）は、次のどれにあたりますか

（○は1つだけ）。 回答者数=（201）

1 自宅	5.5%	4 23区以外の東京	3.5
2 足立区内	14.9	5 茨城、神奈川、埼玉、千葉	11.9
3 足立区以外の東京22区	63.7	6 その他（ ）	—
		無回答	0.5

F6 現在、あなたと一緒に暮らしている方はどなたですか

(〇はあてはまるものすべて)。 回答者数= (224)

1 ひとり暮らし	17.9%	4 祖父・祖母	4.5	7 その他	6.3
2 配偶者	37.9	5 自分の子ども	25.4	()	
3 父・母	37.5	6 兄弟・姉妹	24.1		

(F6で「5 自分の子ども」とお答えの方に)

F6-1 末子のお子さんの年代は、次のどれにあたりますか (〇は1つだけ)。

回答者数= (57)

1 小学校入学前 (歳)	93.0%	2 小学生	7.0	3 中学生以上	—
---------------	-------	-------	-----	---------	---

足立区の情報発信媒体全体について、おうかがいします

問1 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段や場所で、どの程度入手していますか（〇はそれぞれ1つずつ）。

回答者数=(224)

		よく読む（見る）、登録している、よく利用する	たまに読む（見る）、たまに利用する	知っているが、読んだ（見た）り、登録したり、利用したことがない（ほとんどない）	知らなかったので、利用したことがない
あだち広報	区の広報紙 月2回発行、全戸配布	17.0	34.8	35.7	12.5
トキメキ	公社ニュース 月1回発行、全戸配布	9.4	18.8	22.8	48.2
区のホームページ	区の手続きや災害情報等を掲載	4.5	34.8	41.1	19.6
A-メール	事前登録したジャンルの情報をお知らせ	5.4	4.5	25.9	64.3
足立区LINE公式アカウント	広報紙発行、緊急情報、イベント情報等を配信	2.7	3.6	15.2	78.6
区のツイッター	区の事業やイベント情報等を配信	4.5	6.7	20.1	68.8
区のフェイスブック		0.9	1.8	16.1	80.8
ポスター・チラシ	区施設や駅などに掲示・配付	4.5	33.9	28.1	33.0
区の施設	区民事務所、保健センター、図書館、地域学習センターなど	18.3	43.3	25.0	13.4
行政サービス案内	区の手続きや窓口を紹介した冊子	2.2	17.9	28.1	51.3
町会・自治会の掲示板・回覧板	区内431の町会・自治会の掲示板・回覧板	1.8	23.7	28.1	46.0
防災無線	夕焼け放送や啓発情報等を音声で放送	20.1	31.3	15.2	33.0
お問い合わせコールあだち	区の手続き等の専用コールセンター	0.4	4.0	23.7	71.9
J:COM足立	ケーブルテレビ	4.9	7.1	25.0	62.5

あだち広報について、おうかがいします

問1の「あだち広報」について、「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方は、**問2**にお進みください。

「3 知っているが、読まない（ほとんど読まない）」または「4 利用したことがない」とお答えの方は、**問7**にお進みください。

(問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に)

問2 あなたが、あだち広報を読むようになったきっかけは何ですか (〇はあてはまるものすべて)。 回答者数= (116)

1	区民なので、見るのが当たり前だと思ったから	17.2%
2	家族や友人などに勧められたから	4.3
3	なんとなく手に取ったから (たまたま目に入ったから等を含む)	25.9
4	自宅の郵便受けに入っていたから	81.0
5	駅などのスタンドに置いてあったから	0.9
6	職場などに置いてあったから	—
7	自分に必要な情報を得たいと思ったから (子育て、健(検)診、福祉、障がいサポート、税金、国民健康保険、国民年金など)	25.0
8	その他 ()	1.7

(問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に)

問3 あなたが、あだち広報でよく見ている(興味のある)記事は、どのような内容ですか(〇はあてはまるものすべて) 回答者数=(116)

1	表紙・裏表紙(葦立ちを含む) ※「葦立ち」: 毎月10日号の区長のメッセージ	27.6%
2	特集記事 ※ 毎月10日号の6、7面のカラー掲載記事	31.0
3	健康・衛生・福祉の情報 ※ 大人の健(検)診や福祉・障がいサポート情報など	29.3
4	税金・国民健康保険・国民年金 ※ 税金等の納付方法、期限、手続き情報など	27.6
5	啓発や注意喚起の情報 ※ 治安対策や特殊詐欺の注意喚起など	19.8
6	イベントや催し物、講座の情報 ※ 区施設のイベント情報やまなびナビなど	63.8
7	子育て情報 ※ 保育、予防接種、遊び情報など	33.6
8	新型コロナウイルス関連情報	19.0
9	写真を中心にしている	17.2
10	民間広告	6.0
11	その他()	0.9
12	特になし	4.3
	無回答	0.9

(問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に)

問4 あなたは、あだち広報は「見やすい(読みやすい)」と思いますか

(〇は1つだけ)。回答者数=(116)

1 とても見やすい (読みやすい)	19.0%	4 どちらかといえば見づらい (読みづらい)	5.2
2 どちらかといえば見やすい (読みやすい)	52.6	5 とても見づらい (読みづらい)	—
3 どちらともいえない	23.3		

(問4で「4 どちらかといえば見づらい(読みづらい)」または「5 とても見づらい(読みづらい)」とお答えの方に)

→ 問4-1 あなたが、あだち広報を「見づらい(読みづらい)」と思う理由は何ですか

(〇はあてはまるものすべて)。

回答者数=(6)

1 文字が小さい (フォントが見づらい)	50.0%	4 文章がわかりづらい (専門用語が多い等含む)	16.7
2 文字が多い	—	5 記事の分類(子育て、健康等) が多い	—
3 写真、イラストが少ない (小さい)	33.3	6 その他()	33.3

(問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に)

問5 あなたが、あだち広報の特集記事でとりあげてほしい内容がありましたら、ご自由にお書きください。

(問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に)

問6 あなたは、あだち広報が電子ブック「カタログポケット」(無料アプリ)で読めることを知っていますか(〇は1つだけ)。

回答者数=(116)

1 知っていて、利用している(紙版も読む)	2.6%
2 知っていて、利用している(紙版はほとんど読まない)	0.9
3 知っているが、利用していない(ほとんど利用していない)	4.3
4 知らない	92.2

カタログポケット



→ 問10へお進みください。

(問1で「3 知っているが、読まない(ほとんど読まない)」または「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問7 あなたが、あだち広報を読まない(ほとんど読まない)のはどのような理由からですか(○はあてはまるものすべて)。 回答者数=(108)

1 区の情報が必要としていない(必要と思うことがほとんどない)から	39.8%
2 自分の欲しい情報が掲載されていないことが多いから	12.0
3 必要な情報はインターネットで得ているから	43.5
4 掲載内容がおもしろくないから	8.3
5 その他()	8.3
無回答	2.8

(問1で「3 知っているが、読まない(ほとんど読まない)」または「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問8 あなたは、どのようなきっかけがあれば、あだち広報を読んでみようと思いますか(○はあてはまるものすべて)。 回答者数=(108)

1 自分の興味があることや欲しい情報が掲載されていれば	57.4%
2 自分が知らない区(まちなか)の情報が掲載されていれば	9.3
3 自分のライフスタイルが就職、結婚、子育て、退職などにより変わったら	26.9
4 家族や友人などに勧められれば	2.8
5 メールやLINEで定期的に配信されれば(デジタルであれば読む)	13.0
6 その他()	—
7 特になし/わからない	18.5
無回答	2.8

(問1で「3 知っているが、読まない(ほとんど読まない)」または「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問9 あなたが今、興味や関心があることについて、ご自由にお書きください。

区のA-メールについて、おうかがいします

問1の「A-メール」について、「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方は、**問10**にお進みください。

「3 知っているが、見ない（ほとんど見ない）」または「4 利用したことがない」とお答えの方は、**問13**にお進みください。

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)

問10 あなたは、「A-メール」をどこで知りましたか（〇はあてはまるものすべて）。 回答者数= (22)

1	あだち広報	13.6%	5	区役所・区民事務所の窓口	—
2	区のホームページ	18.2	6	家族や友人などから聞いた	40.9
3	区のSNS (ツイッター、フェイスブック)	9.1	7	子どもの学校からのお知らせ	50.0
4	区のチラシ・ポスター	9.1	8	その他 ()	—

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)

問11 あなたは、「A-メール」の配信回数について、どのように思いますか（〇は1つだけ）。 回答者数= (22)

1	適度である	68.2%	3	少ないと思う	4.5
2	多いと思う	27.3	4	その他 ()	—

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)

問12 あなたは、「A-メール」の配信内容について、どのように思いますか（〇は1つだけ）。 回答者数= (22)

1	興味のあることや欲しい情報が配信されている	18.2	4	どちらかといえば、興味のあることや欲しい情報が配信されていない	4.5
2	どちらかといえば、興味のあることや欲しい情報が配信されている	59.1	5	興味のあることや欲しい情報が配信されていない	—
3	どちらともいえない	18.2			

→ 問14へお進みください。

(問1で「3 知っているが、見ない(ほとんど見ない)」または「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問13 あなたは「A-メール」で、どのような情報が送られてきたら登録しようと思いますか(〇はあてはまるものすべて)。 回答者数=(202)

1 地震や台風、大雨などの災害情報	52.0%	5 イベントや催し物、講座の情報	24.8
2 防犯・防災情報 (詐欺やひったくり、放火など)	29.2	6 あだち広報の発行情報	2.5
3 子どもの安心情報 (不審者情報など)	20.8	7 その他()	1.5
4 新型コロナウイルス感染症や ワクチン情報	19.3	8 特になし	29.2
		無回答	2.0

A-メールでは、上記の地震や大雨、子どもの安心情報など**15ジャンル**から
選んでいただいた情報を随時お送りしています。



この機会に、ぜひご登録ください！

足立区LINE公式アカウントについて、おうかがいします

問1の「足立区LINE公式アカウント」について、「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方は、**問14**にお進みください。

「3 知っているが、見ない（ほとんど見ない）」または「4 利用したことがない」とお答えの方は、**問17**にお進みください。

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)

問14 あなたは、「足立区LINE公式アカウント」をどこで知りましたか（〇はあてはまるものすべて）。 回答者数= (14)

1 あだち広報	57.1%	5 区のチラシ・ポスター	14.3
2 区のホームページ	35.7	6 区役所・区民事務所の窓口	7.1
3 A-メール	7.1	7 家族や友人などから聞いた	7.1
4 区のSNS (ツイッター、フェイスブック)	28.6	8 子どもの学校からのお知らせ	—
		9 その他 ()	7.1

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)

問15 あなたは、「足立区LINE公式アカウント」の配信回数について、どのよう
に思いますか（〇は1つだけ）。 回答者数= (14)

1 適度である	57.1%	3 少ないと思う	21.4
2 多いと思う	14.3	4 その他 ()	—
		無回答	7.1

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)

問16 「足立区LINE公式アカウント」では、A-メールでは配信していないポスター画像や動画コンテンツ等の情報も配信しています。あなたにとって、以下の情報は役に立っていますか (〇はそれぞれ1つずつ)。 回答者数= (14)

	役に立っている	るばど ばど 役に に立 立っ って てい いえ	ない ばど に立 に立 っ っ て てい いえ	役に立っていない	わからない
ア あだち広報発行情報 (月2回) ・広報番組 (年数回)	21.4%	42.9	14.3	14.3	7.1
イ イベント等のチラシ・ポスター (随時)	21.4	35.7	14.3	21.4	7.1
ウ 新型コロナウイルス新規陽性者の発生状況のグラフ (週1回)	28.6	57.1	—	7.1	7.1

→ 問18へお進みください。

(問1で「3 知っているが、見ない (ほとんど見ない)」または「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問17 あなたは「足立区LINE公式アカウント」で、どのような情報が送られてきたら登録しようと思いますか (〇はあてはまるものすべて)。 回答者数= (210)

1 地震や台風、大雨などの災害情報	57.1%	5 イベントや催し物、講座の情報	29.0
2 防犯・防災情報 (詐欺やひったくり、放火など)	29.5	6 あだち広報の発行情報	3.3
3 子どもの安心情報 (不審者情報など)	24.3	7 その他 ()	2.4
4 新型コロナウイルス感染症や ワクチン情報	17.1	8 特になし	25.2
		無回答	1.0

足立区LINE公式アカウントでは、災害などの**緊急情報**のほか、
月2回発行の**あだち広報**をお届けしています。

この機会に、ぜひご登録ください！



区のツイッター、フェイスブックについて、おうかがいします

問1の「区のツイッター」、「区のフェイスブック」のいずれかまたはいずれも「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方は、問18にお進みください。

いずれも「3 知っているが、見ない（ほとんど見ない）」または「4 利用したことがない」とお答えの方は、問20にお進みください。

(問1で「1 よく見る」または「2 たまに見る」とお答えの方に)

問18 あなたは、「区のツイッター」または「区のフェイスブック」をどこで知りましたか（○はあてはまるものすべて）。 回答者数= (27)

1	インターネットで検索した	25.9%	7	SNS（自身のSNSアカウント	
2	あだち広報	14.8	44.4		
3	A-メール	7.4		のタイムラインに流れてきた等)	
4	区のホームページ	25.9	8	家族や友人などから聞いた	11.1
5	足立区LINE公式アカウント	3.7	9	子どもの学校からのお知らせ	
6	区のチラシ・ポスター	7.4		—	
			10	その他（	—
				無回答	7.4

(問1で「1 よく読む」または「2 たまに読む」とお答えの方に)

問19 あなたが「区のツイッター」、「区のフェイスブック」で配信してほしい内容はどれですか（○はあてはまるものすべて）。 回答者数= (27)

1	地震や台風、大雨などの災害情報	63.0%	5	イベントや催し物、講座の情報	66.7
2	防犯・防災情報 (詐欺やひったくり、放火など)	51.9	6	あだち広報の発行情報	11.1
3	子どもの安心情報 (不審者情報など)	40.7	7	その他（	3.7
4	新型コロナウイルス感染症や ワクチン情報	25.9	8	特になし	—
				無回答	7.4

→ 問21へお進みください。

(問1で「3 知っているが、見ない(ほとんど見ない)」または「4 利用したことがない」とお答えの方に)

問20 あなたは、どのようなきっかけがあれば、「区のツイッター」または「区のフェイスブック」を見ようと思いますか(〇はあてはまるものすべて)。

回答者数=(219)

1	自分の興味があることや欲しい情報が配信されていれば	45.7%
2	自分が知らない区(まちなか)の情報が配信されていれば	13.2
3	自分のライフスタイルが就職、結婚、子育て、退職などにより変わったら	15.5
4	SNSで見かける機会が増えれば (自身のSNSアカウントのタイムラインに流れてくる等)	16.4
5	家族や友人などに勧められれば	4.1
6	メールやLINEで定期的に配信されれば	5.5
7	その他()	2.7
8	特になし/わからない	30.6
	無回答	3.2

**区のツイッター、区のフェイスブックでは、
地震や大雨、子育て関連などの情報を配信しています。**

この機会に、ぜひご覧ください！

ツイッター



フェイスブック



インターネットツールについて、おうかがいします

(すべての方におうかがいします)

問21 以下の中で、あなたが日常的に使っているツールは何ですか

(〇はあてはまるものすべて)。回答者数= (224)

1	eメール	44.2%	7	TikTok (ティックトック)	17.9
2	LINE (ライン)	97.3	8	Note (ノート)	2.2
3	Twitter (ツイッター)	64.3	9	Pinterest (ピンタレスト)	8.0
4	Facebook (フェイスブック)	11.6	10	Linkedin (リンクトイン)	2.2
5	Instagram (インスタグラム)	70.5	11	その他 ()	1.8
6	YouTube (ユーチューブ)	75.9	12	ひとつもない	—

(問21で「5 Instagram (インスタグラム)」とお答えの方に)

問21-1 あなたが、インスタグラムでよく閲覧するのはどのような内容ですか

(〇はあてはまるものすべて)。回答者数= (158)

1	人気のインスタグラマーや、好きな芸能人などの情報	64.6%
2	友人や知人、家族が発信する情報	74.7
3	欲しいものや興味のある製品などの情報	69.6
4	最近の流行情報 (ファッションやスイーツなど)	52.5
5	同じ趣味や活動の情報	45.6
6	近隣の遊び場、お出かけの情報	33.5
7	遠方への旅行の情報	36.1
8	故郷やゆかりのあるまちの情報	7.6
9	その他 ()	3.2

(問21で「5 Instagram (インスタグラム)」とお答えの方に)

問21-2 足立区では現在、ツイッター、フェイスブックを配信していますが、「インスタグラム」は開設していません。もし足立区がインスタグラムを始めたとしたら、あなたは、閲覧しますか (〇は1つだけ)。 回答者数=(158)

1 区の情報も見る	10.1%
2 自分の興味がある内容やおもしろい内容であれば、区の情報も見る	65.8
3 区の情報は見ない	24.1

重要または必要だと思う情報について、おうかがいします

(すべての方におうかがいします)

問22 あなたは、区が発信するどのような情報が重要または必要だと考えていますか (〇はあてはまるものすべて)。 回答者数=(224)

1 財政状況や予算などに関する情報	33.5%
2 国保・年金・税などに関する届出や証明に関する情報	51.8
3 健診や生活支援など健康や福祉に関する情報	53.6
4 出産や育児、就学など子どもや教育に関する情報	50.0
5 イベントやスポーツ施設、図書館など生涯学習や余暇活動に関する情報	47.3
6 災害や気象に関する情報	53.1
7 光化学スモッグや大気測定などの測定値情報	10.3
8 ごみ・リサイクルなど環境に関する情報	30.8
9 特殊詐欺や熱中症などの注意喚起に関する情報	23.7
10 その他 ()	4.0
11 特にない	8.5

足立区に対するお気持ちについて、おうかがいします

(すべての方におうかがいします)

問23 次のア～オの各項目について、足立区に対し、あなたはどのようなお気持ちですか（〇はそれぞれ1つずつ）。 回答者数= (224)

	そう思う	思う い え ば そ う	どちらか と い え ば そ う	どちらか と い え ば そ う 思 わ な い	い そ う 思 わ な い	わ か ら な い
ア 足立区に愛着をもっている	29.0%	47.3	10.7	6.7	6.3	
イ 足立区に誇りをもっている	12.5	29.0	26.8	17.4	14.3	
ウ 足立区を人に勧めたい	16.5	28.6	26.3	15.2	12.9	
エ 足立区を良いまちにするために何かしたい	17.9	43.3	12.9	10.7	15.2	
オ 足立区を良いまちにするための活動をしている人に共感する	28.1	47.3	7.6	4.5	12.5	

(すべての方におうかがいします)

問24 多数の質問にお答えいただき、ありがとうございました。あなたは、今回のアンケートを実施することで、区政の改善につながると思われますか

(〇は1つだけ)。回答者数= (224)

1 そう思う	33.0%	4	そう思わない	3.1
2 どちらかといえばそう思う	39.7	(理由:)		
3 どちらかといえばそう思わない	11.6	5	わからない	12.5

※数値は若い世代(18歳以上 36歳未満)で記載