

第 50 回荒川区政世論調査の施策への反映・活用について

①調査テーマ	広報活動
②担当	広報課
③調査結果を踏まえた課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 区政に関する情報の入手方法として、あらかわ区報・わたしの便利帳といった紙媒体からの割合が減少している。特にあらかわ区報は、令和4年度)と比較すると6.5ポイント減少していた。年代別集計で見ると、「18～29歳」の割合が最も低く16.6%であったのに対し、「80歳以上」の割合は79.4%と高い割合であった。 ・ 一方、ホームページ・LINE・X等のデジタル媒体は全体的に微増となった。前回と比較し、ホームページは0.3ポイント、LINEは1.6ポイント、Xは0.6ポイントそれぞれ上昇しており、社会のデジタル化の波を反映した結果となった。 ・ 新聞未購読者増に伴う区報配付世帯の減少、若年層の区報入手割合の低下等の対策として、区報の入手・閲覧方法をより広く周知する必要がある。 ・ デジタル媒体からの入手割合が微増してはいるが、各課のSNS担当者のスキルを高め、利用者を惹きつける文章や写真を継続的に投稿していくことで、特にX・LINE等の認知度を高め、利用者数増加を図る必要がある。
④調査結果への対応及び方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新聞未購読の世帯への区報の個別配付やスマートフォンアプリによる閲覧を周知するにあたり、チラシ配布や窓口配布などのアナログ媒体とホームページ・SNSなどのデジタル媒体の双方を活用する。 ・ SNSについては、情報発信を主に担う広報実務者を中心に、研修(SNSの特性や読み手に興味を持ってもらう文章の書き方等)を実施し、全体的に投稿の質・量ともに底上げを図る。

第 50 回荒川区政世論調査の施策への反映・活用について

①調査テーマ	荒川区の魅力
②担当	広報課
③調査結果を踏まえた課題	<p>《区の魅力と感ずるもの》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・区の魅力として評価が高い「交通の便」「都電」「図書館」は、区の強みと言える地域資源であり、「都電が走るまちの風景」など区ならではの魅力を始めとした地域ブランディングの取組が重要である。 ・年代別に感ずる魅力には、ライフステージに即したニーズが反映されている傾向が見られた。発信内容に応じて、それぞれの年代にリーチしやすい広報媒体を活用する取組が重要である。 ・居住地域別に感ずる魅力には、居住地域の特色と合致する傾向が見られた。居住地域の魅力を高く評価する思いは、区民が地域に誇りを持っていることを表している一方で、居住地域外の方にも区の魅力として認知される事業展開や広報の工夫が必要である。 <p>《区魅力を他人に勧めたいか》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・荒川区を他人に《勧めたい》は67.1%で、《そう思わない》と答えた人は6.7%であった。 ・年代、構成別の両方で《そう思わない》の割合は少ないが、「区としての知名度が十分でない」「発信力が弱い」という課題に対して、区の推奨意欲を高める取組が必要である。 <p>《区への愛着》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・荒川区への愛着について《そう思う》が79.3%で、《そう思わない》の合計は5.4%であった。 ・居住年数が高いほど愛着度が高い傾向があるので、転入者を始め居住年数が短い区民にも愛着を感じてもらえるような発信の工夫が必要である。
④調査結果への対応及び方向性	<p>《区の魅力と感ずるもの》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・荒川区らしい魅力を見つけ育て、多様なコンテンツで発信することで、「交通の便」以外の項目の魅力を高めながら、荒川区の地域ブランディングに取り組む。 <p>《魅力を他人に勧めたいか》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・荒川区らしい魅力を見つけ育て、多様なコンテンツで発信することで、区民一人ひとりが「荒川区の好きなところ」を自覚し、他人にお勧めしたくなる気運を醸成する。 <p>《区への愛着》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・区民が愛着と誇りを感じられるまちの実現を目指し、シティプロモーションの取組を推進する。

第 50 回荒川区政世論調査の施策への反映・活用について

①調査テーマ	防災対策（災害時に備えた食料や飲料水、災害用トイレ〈携帯トイレ、簡易トイレ〉の備蓄）
②担当	区民生活部防災課
③調査結果を踏まえた課題	<ul style="list-style-type: none"> ・災害時に備えた食料や飲料水の備蓄については、「備蓄はしていない」が 22.7%を占め、その理由として「備蓄物資を置くスペースがないから」が 50.6%と最も高く、以下、「何をどのくらい備蓄すれば良いかわからないから」(39.8%)、「備蓄物資の入替や管理が面倒だから」(30.7%)という結果となった。このことから、家庭内備蓄の方法をより広く周知する必要がある。 ・災害時に備えた備蓄の量については、「7日間分以上の備蓄をしている」は 11.7%となっている。区が推奨している7日間分備蓄については各世代の回答割合が低いため、引き続き重要性等について効果的な普及啓発を実施し意識付けを図っていく必要がある。 ・災害用トイレの備蓄については、「備蓄していない」は 52.2%を占め、その理由として、「どのくらい備蓄すればよいかわからないから」が 36.0%で最も高く、以下、「置くスペースがないから」(30.2%)、「使用したことがなく使い方がわからないから」(28.0%)が続いている。携帯トイレの備蓄が重要であることは分かっているが、備蓄量やスペース確保の苦慮が主だっていることから、「備蓄必要数が明確にわかる周知」を、引き続き検討・実践していく必要がある。 ・災害用トイレの備蓄の量については、「7日間分以上の備蓄をしている」は 16.9%となっている。区が推奨している「7日間分以上の備蓄」については回答が 20%未満であるため、引き続き備蓄の重要性等について効果的な普及啓発を実施し意識付けを図っていく必要がある。
④調査結果への対応及び方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・普段使っている食料等の買い置きで備蓄を行うローリングストック法を用いた備蓄の啓発を行う。多くの区民が無理なく7日間分の備蓄物資を用意するにはどのようにすれば良いかを把握し、わかりやすく紹介したチラシ等を作成し、様々な機会をとらえて周知する。 ・イベント（あら BOSAI 等）において、7日間分の備蓄物資の展示を行うとともに、HPにも掲載する。 ・備蓄方法の参考例（アイデア）を紹介し、実践していただくよう、避難所開設運営訓練や防災講話の際に周知する等の充実を図る。 ・首都直下地震が起こる確率や東京都の被害想定、直近で発生した大地震・水害等を例に挙げ、防災講話等で意識を変えてもらえるよう働きかける。

第 50 回荒川区政世論調査の施策への反映・活用について

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">・食料や飲料水を欠かさず取るためにも、携帯トイレも合わせて備蓄する必要性を啓発する。・発災直後、配管の破損や汚水逆流の恐れがあるため、排水管の状況が不明な時のトイレ使用はリスクがあることを周知し、携帯トイレの備蓄の重要性を周知していく。・避難生活が続くと、トイレ不足や衛生環境の悪化等が原因の災害関連死が問題となってくる。過去の災害における避難所等でのトイレ状況の写真の紹介、イベントで携帯トイレのサンプルの配付を行う等により、家庭での災害用トイレの備蓄の重要性を周知していく。 |
|--|---|

第 50 回荒川区政世論調査の施策への反映・活用について

①調査テーマ	防災対策（家具の転倒・落下・移動防止器具）
②担当	区民生活部防災課
③調査結果を踏まえた課題	<ul style="list-style-type: none"> ・家具の転倒・落下・移動防止器具を《設置している》割合が 45.5%、「家具類の配置を工夫している」割合は 12.0%、「倒れるような家具類はおいていない」割合は 9.8%、設置を「行っていない」割合は 30.5%であった。 ・家具の転倒・落下防止器具の未設置理由は、「助成制度を知らなかったから」が 37.4%と最も高く、次点は「賃貸住宅や借家、寮等に住んでおり、壁に傷をつけることができないから」と「設置が面倒だから」が共に 24.5%で同率となった。 ・このことから、助成制度のさらなる周知とともに、壁を傷つけずに固定する方法や、賃貸住宅でもできる対策などの周知を行っていく必要がある。 ・また、10代～30代や一人暮らし世帯は、「賃貸住宅や借家、寮等に住んでおり、壁に傷をつけることができないから」が高い傾向にある。80歳以上や三世帯家族では、「固定する方法がわからない、または固定するのが難しいから」が高い傾向となっている。 ・こうした特定の年代やライフステージ、同居世帯の構成別に応じた未設置の理由を分析し、それに応じた集中的なアプローチ方法を検討し、様々な機械を捉え積極的に周知していく必要がある。
④調査結果への対応及び方向性	<ul style="list-style-type: none"> ●下記について、様々な機会をとらえて周知する（HP、区報、避難所開設・運営訓練、防災講話等） ・取り付け方法や、壁に傷をつけずに設置できる器具を紹介する。 ・借家・アパート等の賃貸住宅においても、居住物件の所有者または管理者の承諾があれば設置工事が可能な旨を周知する。 ・木造密集地域に対して、特例世帯となることを周知し重点的なアプローチを実施する。 ●家具類の転倒・落下・移動防止対策器具の具体的事例の周知および助成制度の内容の周知徹底 <ul style="list-style-type: none"> (1) 若年層や一人暮らし世帯を中心に家具類の転倒・落下・移動防止対策器具の具体的事例の周知 <ul style="list-style-type: none"> →SNS を活用した積極的な啓発活動。 (2) 高齢期（一人暮らし）を対象とした集中的な周知 <ul style="list-style-type: none"> →高齢者福祉課や住まい街づくり課と協力し、器具設置工事費の助成を強調した啓発活動を実施する。 (3) 一部の家具類だけ対策を行っている世帯への周知

第 50 回荒川区政世論調査の施策への反映・活用について

	<p>→防災課窓口にて感震ブレーカーの申請のために訪れた区民や出張あらか BOSA I 等で防災に関心が高まっている区民に対して、家具類の転倒・落下・移動防止対策器具の助成についても併せて説明することで、一部すでに設置していても不足がないか確認し、不足があれば申請を促す。</p>
--	--

第 50 回荒川区政世論調査の施策への反映・活用について

①調査テーマ	防災対策（感震ブレーカー）
②担当	区民生活部防災課
③調査結果を踏まえた課題	<ul style="list-style-type: none"> ・感震ブレーカーを《設置している》割合が 23.0%、「感震ブレーカーを知っているが設置していない」割合が 18.4%、「本設問まで感震ブレーカーを知らなかった」が 54.3%であった。 ・「本設問まで感震ブレーカーを知らなかった」は、年齢層が低くなるほど割合が高くなり、10～20 代では 72.6%となっている。このことから、若年層に向けての普及啓発活動が課題であるといえる。 ・《設置している》では 80 歳以上が 39.1%と最も高く、70 代も 36.0%と続いた。一方で「感震ブレーカーを知っているが設置していない」割合も 60 歳以上の世代で比較的高い水準となっている。 ・感震ブレーカーの未設置理由は、「助成制度を知らなかったから」が 38.5%で最も高く、「設置する方法がわからない、または設置するのが難しいから」が 30.4%で続いた。 ・令和 6 年度より選択肢に加えた「設置が面倒だから」は 10～30 代で 25%となった。「設置する方法がわからない、または設置するのが難しいから」は 10～20 代を除く全世代で 20%を上回った。 ・このことから、助成制度のさらなる周知とともに気軽に設置できる感震ブレーカー（コンセントタイプ等）の周知も、工夫して行うことが必要である。
④調査結果への対応及び方向性	<ul style="list-style-type: none"> ●下記について、様々な機会をとらえて周知する（HP、区報、避難所開設・運営訓練、防災講話等） ・屋内安全対策助成事業は、助成金が出るだけでなく、室内の事前調査から機器の取り付けまでを業者に行ってもらえるということが伝わるよう周知していく。 ・工事を伴わず、賃貸物件でも気軽に設置できるコンセントタイプ（全遮断型）を紹介する。 ・借家・アパート等の賃貸住宅においても、居住物件の所有者または管理者の承諾があれば設置工事が可能な旨を周知する。 ・電気が止まった際に、自動的に電気がつく自動点灯ライトや、一定時間経過後にブレーカーが落ちる、分電盤型があることを周知する。 ・過去に起きた地震の映像等を紹介し、大地震の時には停電が起こることや、電気復旧後に起こる可能性がある通電火災を紹介し、意識を変えてもらうよう働きかける。 ●機会をとらえた啓発活動 区報及び区ホームページを活用し、時期や機会（区民の防災意識が高

第 50 回荒川区政世論調査の施策への反映・活用について

まる台風や地震の直後や、防災の日等のタイミングなど)をとらえた啓発活動を実施する。

●各世代に向けた啓発活動の実施

(1) ファミリー層を中心に、屋内安全対策事業の啓発

- ・ SNS やアプリを活用した啓発活動。起震車訓練、区民祭り、あら BOSAI 等の若年層が参加するイベントでの普及啓発を行う。

(2) 高齢者に向けた、補助率が高いことの周知

- ・ 高齢者福祉課との連携により、地域のケアマネジャーを対象とした防災講話を実施し、パンフレットやあっせんチラシを配布する。
- ・ 区報だけでなく、防災訓練や避難所開設運営訓練等の機会をとらえ周知の機会を増やす。

第 50 回荒川区政世論調査の施策への反映・活用について

①調査テーマ	地域とのつながり・暮らし
②担当	荒川区自治総合研究所
③調査結果を踏まえた課題	<p>《地域への行事や活動への参加状況》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行事への参加状況には偏りがみられ、家族成長前期（子どもが未就学～小学生の家庭）では、学校・地域行事などを通じて地域と接点が増えるため、参加率が比較的高い傾向がみられる。一方で、若年層や単身世帯、仕事や家事・育児による時間的制約の大きい層では、地域と接点を持つ機会が限られ、行事情報に触れにくいことから、参加に至りにくい状況が背景にあると考えられる。 ・これらにより、参加率の低さ・参加層の偏り・属性による参加機会の差・参加の入口不足が、地域コミュニティの形成や活動の持続性に影響を与えている課題として整理できる。 <p>《地域の活動・団体の認知状況と興味関心》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若年層（10代～30代）では、「地域で行われている活動を知らない」「団体を知らない」を選ぶ割合が相対的に高く、《地域行事や活動への参加状況》と照らし合わせると、団体の存在や活動自体が認知されていない層が一定数存在することが影響している可能性を示唆している。「知らない」から「関わらない」という構造が、若年層を中心に生じていると考えられる。 ・住民の多くが団体への参加に関心を持っていない。背景には、団体の役割や活動内容が伝わりにくいこと、負担の大きさへのイメージ、参加方法の選択肢が限られていることなどがあると考えられる。 ・地域活動への参加促進に最も必要なことは、「気軽に参加できる」「負担が少ない」「積極的なPR」が上位となっており、負担感の軽減と情報の届きやすさが主要なニーズになっている。
④調査結果への対応及び方向性	<ul style="list-style-type: none"> ●行事や地域活動に関する情報の届き方については、調査結果を踏まえ、区民属性による情報接触の違いなどを整理し、今後の広報や情報提供のあり方を検討する際の参考としていく。 ●初めての方でも参加しやすい環境づくりについて、参加につながるきっかけの整備をどのように進めるか、関係部署などと情報共有しながら検討を深める。 ●行事・活動の種類によって認知度に差があることを踏まえ、活動が住民に伝わりやすくなるような支援や工夫について、どのような対応が可能か検討していく。 ●参加しやすさについては、調査結果を通じて把握された負担感や課題意識を整理し、今後、地域団体との関係性や支援のあり方を考える上での基礎資料として活用していく。

第 50 回荒川区政世論調査の施策への反映・活用について

①調査テーマ	人権意識
②担当	総務企画部総務企画課
③調査結果を踏まえた課題	<p>《人権が守られているか》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「十分守られている」と「十分ではないが守られている」の合計値が令和元年度 80.9%、令和5年度 76.7%、令和7年度 74.4%と年々減少する一方、「あまり守られていない」と「全然守られていない」の合計値は、令和元年度 14.4%、令和5年度 19.1%、令和7年度 21.3%と年々増加しており、SNS 上の誹謗中傷等の侵害事案が広く認知され、人権に対する意識が高まる中、人権が守られていないと感じる人が増えていることが推察される。 ・「十分守られている」「十分ではないが守られている」の合計割合は、令和5年度は男性に比べて女性の方が 5.9 ポイント低かったが、今回は男性 74.9%・女性 74.8%でほぼ同率であった。また「あまり守られていない」「全然守られていない」の合計割合は、令和5年度は男性 15.8%、女性 21.7%と女性の方が 5.9 ポイント高かったが、今回は男性 22.6%、女性 20.0%と男性の方が 2.6 ポイント高く、男女が逆転する結果となっており、男性の方が「守られていない」と感じている理由を探る必要がある。 <p>《取り組むべき人権課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取り組むべき人権課題で、「子どもに対するいじめ・虐待」は令和元年度以来首位であるが、選択者の割合は元年度の 74%から5年度は 63.7%・7年度は 52.6%と年々減少しており、いじめや児童虐待防止の取組が一定の評価を得ていることが考えられる。 ・「女性に対する差別・暴力」の順位上昇（5年度4位→7年度3位）は家庭や職場における男女共同参画意識の浸透の影響、「様々なハラスメント」の順位上昇（5年度6位→7年度5位）は令和7年4月の東京都カスタマー・ハラスメント防止条例施行等の社会全体における意識の高まりが背景にあるものと考えられる。 ・「人権が守られていると思うか」の設問の回答別でみると、「全然守られていない」と回答した人では「様々なハラスメント」（47.2%）を選択した人が最多となっており、ハラスメントを受けた経験のある人が「全人人権が守られていない」と感じている可能性がある。 <p>《多様性を認め合う社会を実現するための事業や取組》</p> <ul style="list-style-type: none"> ●令和5年度と同様「さまざまな支援制度の案内・周知」「相談窓口の案内・周知」が4割を超え、「子どもを対象とした啓発イベント・教

	<p>室」が3割半ばとなった。4位・5位の項目及び回答割合も令和5年度と変わらなかったが、6位・7位は入れ替わりがあり、前回6位(24.9%)だった「会社や企業における啓発の取組」が7位(18.8%)に下がり、7位(18.6%)だった「地域における交流の促進」が6位(19.1%)に上がっており、会社や企業における啓発の取組は一定行われていると考える人が増えたことが考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「人権が守られていると思うか」の設問の回答別でみると、「十分守られている」「十分ではないが守られている」と回答した人では「さまざまな支援制度の案内・周知」が最多となっているのに対し、「あまり守られていない」と回答した人では「相談窓口の案内・周知」が、「全然守られていない」と回答した人では「関係法令の整備」がそれぞれ最多となっている。「あまり守られていない」と思う人には相談のニーズがある可能性があり、また「全然守られていない」と思う人は、抑止力や罰則としての法令整備が必要と考えていることが推察される。
<p>④調査結果への対応及び方向性</p>	<p>《人権が守られているか》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・この度改定した荒川区人権推進指針に、区の基本姿勢や各人権課題への取組の方向性を示しており、指針の基本理念や区の実践等と併せて、誰もが「人権が守られている」と感じることのできる社会としていくため、一人ひとりが取るべき具体的な行動について考えてもらえるよう、新たな指針に基づき、区民等への啓発に取り組んでいく。 <p>《取り組むべき人権課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「子どもに対するいじめ・虐待」「インターネット上での誹謗中傷・個人情報暴露」は、多くの人が取り組むべきと考えている区民ニーズの高い人権課題であり、引き続き中心的な課題として、予防のための啓発や被害に遭った場合の相談先の周知に注力していく。 ・「女性に対する差別・暴力」については、相対的な関心の高まりがみられ、問題意識を持っている区民が多い人権課題であることから、男女平等推進センターと連携し、アンコンシャス・バイアスの解消に向けた啓発や暴力防止に取り組んでいく。 ・「様々なハラスメント」の存在は、人権が守られていないと感じる大きな要因となる可能性が示唆されており、いかなる種類のハラスメントも許されるものではないことと併せ、時代とともに変わりゆく「ハラスメントにあたる行為」への認識を正しく持っているかを顧みること等を啓発していく。 ・「外国人に対する偏見・差別」については、昨今の訪日外国人・在住外国人数の増加や、外国人に対する排外主義的な主張の広がり等を踏

まえ、外国人であるというだけで、画一的なレッテルを貼ったりすることなく、文化の違いを理解しながら、個々の行動に応じて必要な申し入れを行う等、同じ人間として対話を通じて相互の理解を深め、互いを分断することなく地域で共生していく必要があることを伝えていく。

《多様性を認め合う社会を実現するための事業や取組》

- ・「さまざまな支援制度の案内・周知」については、支援が必要となった人が欲しい情報にすぐにアクセスできるよう、検索性に配慮したホームページによる情報提供を行うとともに、啓発活動の中においても、相談窓口と併せて周知を行っていく。
- ・「相談窓口の案内・周知」については、区報人権週間特集号・ホームページをはじめ、パネル展や人権週間講演会等、引き続き、多様な媒体を用いた周知に取り組んでいく。
- ・「子ども対象とした啓発イベント・教室」では、荒川さつき会館まつりにおける「人権クイズラリー」の実施や、人権擁護委員による小中学校での人権教室等を通して、子どもたちが人権を自分ごととして捉えられるよう啓発していく。
- ・「関係法令の整備」に関しては、情報プラットフォーム対処法等、新たに整備された法律の要点を区民にわかりやすく伝えることにより、SNS 事業者への削除要請等、区民が法令に基づく権利を行使できるよう支援していく。
- ・「地域における交流の推進」は、荒川さつき会館の設置目的の一つとなっているため、施設の更なる活用も含め検討していく。