

令和元年度

新宿区区民意識調査

要 約 版

令和2年1月
新 宿 区

は じ め に

新宿区では、基本構想に掲げる『新宿力』*で創造するやすらぎとにぎわいのまちの実現をめざし、さまざまな施策を実施しています。

施策を進めるうえで、区民の皆さまのご意見・ご要望を的確に把握していくことが必要です。そのため、区では、意識調査をはじめ、対話集会やモニター制度、区長へのはがきなどの広聴活動を行っています。

今回の意識調査では、毎年お聴きしている「居住意向」「生活における心配事」「区政への要望」などのほか、「ユニバーサルデザイン」「景観まちづくり」「公民連携（PPP）の推進」について伺いました。

この調査の結果については、よりよい区政運営のための基礎資料として活用してまいります。

併せて、この調査報告書を多くの地域の皆さまに参考としてご活用いただければ幸いです。

おわりに、この調査にご協力くださいました区民の皆さまに、心よりお礼申し上げます。

令和2年1月

新宿区 総合政策部 区政情報課 広聴係

(*)『新宿力』とは、新宿区に住む人々はもとより、新宿区で働き、学び、活動する多くの人々による「自分たちのまちは、自分たちで担い、自分たちで創りあげたい」という、《自治の力》を象徴的に表したものです。

目 次

調査実施の概要	2
調査回答者の属性	3
調査結果の分析	
1 居住意向	10
2 生活における心配事	11
3 区政への関心	14
4 区政情報の入手方法	16
5 区政への要望	17
6 区政情報の発信	19
7 選挙	20
8 ユニバーサルデザイン	21
9 景観まちづくり	26
10 公民連携（PPP）の推進	37

要約版の見方

- (1) 集計は、小数点第2位を四捨五入してある。したがって、数値の合計が100.0%にならない場合がある。
- (2) 基数となるべき実数（n）は、設問に対する回答者数である。
- (3) 基数が少なく（30以下など）、標本誤差が大きいと考えられる場合には、参考として結果を図示している。
- (4) 回答の比率（%）は、その質問の回答者数を基数として算出している。したがって、複数回答の設問はすべての比率を合計すると100.0%を超えることがある。
- (5) 本文や図表中の選択肢表記は、場合によっては語句を短縮・簡略化している。
- (6) この区民意識調査では、統計数値を考察するにあたり、表現を以下のとおりとしている。

例	表現
80.1～80.9%	約8割
81.0～82.9%	8割強
83.0～84.9%	8割台半ば近く
85.0～85.9%	8割台半ば

例	表現
86.0～87.9%	8割台半ばを超え
88.0～88.9%	9割近く
89.0～89.9%	9割弱

- (7) この区民意識調査の結果をみる場合に、考慮すべき統計上の誤差がある。考慮すべき誤差（標本誤差）の大きさは、「回答者数（標本数）が少ないほど大きく」、また、「回答比率が50%に近いほど大きく」なる。（詳細は、報告書参照）

調査実施の概要

1 調査目的

新宿区の区政運営の基本となる重要な課題に対する区民の意向・要望及び区民の生活意識等を把握し、今後の区政運営に反映させるための基礎資料とする。

2 調査設計

- (1) 調査地域 新宿区全域
- (2) 調査対象 新宿区在住の満18歳以上の男女個人
- (3) 標本数 2,500人
- (4) 標本抽出 住民基本台帳からの層化抽出法による無作為抽出
(※住民基本台帳法改正に伴い、平成24年度から外国人住民を含む)
- (5) 調査方法 郵送法（郵送配布－郵送回収、はがきによる予告・再依頼を各1回）
- (6) 調査期間 令和元年7月1日(月)～7月19日(金)
(※調査期間後に郵送回収した調査票については、できる限り調査に反映させた)
- (7) 調査機関 株式会社 都市計画21

3 回収結果

- (1) 標本数 2,500人(日本国籍 2,196人 外国籍 304人)
- (2) 有効回収数 1,176人(日本国籍 1,089人 外国籍 66人 無回答 21人)
- (3) 有効回収率 47.0%(日本国籍 49.6% 外国籍 21.7%)

4 調査内容

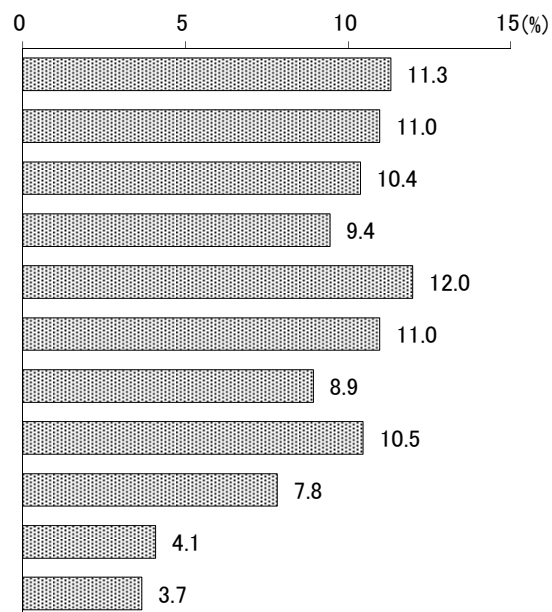
令和元年度 新宿区区民意識調査は、次の項目について調査した。

	＜調査項目＞	＜問番号＞
経年調査項目	・居住意向 ・生活における心配事 ・区政への関心 ・区政情報の入手方法 ・区政への要望 ・区政情報の発信 ・選挙	(問1～問2-1) (問3) (問4～問4-2) (問5) (問6) (問7) (問8～問8-2)
特集調査項目	・ユニバーサルデザイン ・景観まちづくり ・公民連携（PPP）の推進	(問9～問13) (問14～問19-1) (問20～問24)

調査回答者の属性

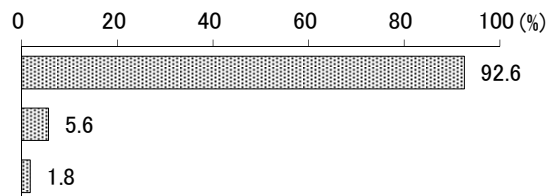
1 居住地域別

	基数（人）	国籍別（人）		構成比（%）
		日本	外国	
1 四谷	133	125	8	11.3
2 簗笥町	129	129	—	11.0
3 榎町	122	120	2	10.4
4 若松町	111	103	8	9.4
5 大久保	141	121	20	12.0
6 戸塚	129	118	10	11.0
7 落合第一	105	104	1	8.9
8 落合第二	123	116	7	10.5
9 柏木	92	89	3	7.8
10 角筈・区役所	48	43	5	4.1
（無回答）	43	21	2	3.7
合 計	1,176	1,089	66	100.0



2 国籍別

	基数（人）	構成比（%）
1 日本	1,089	92.6
2 日本以外	66	5.6
（無回答）	21	1.8
合 計	1,176	100.0

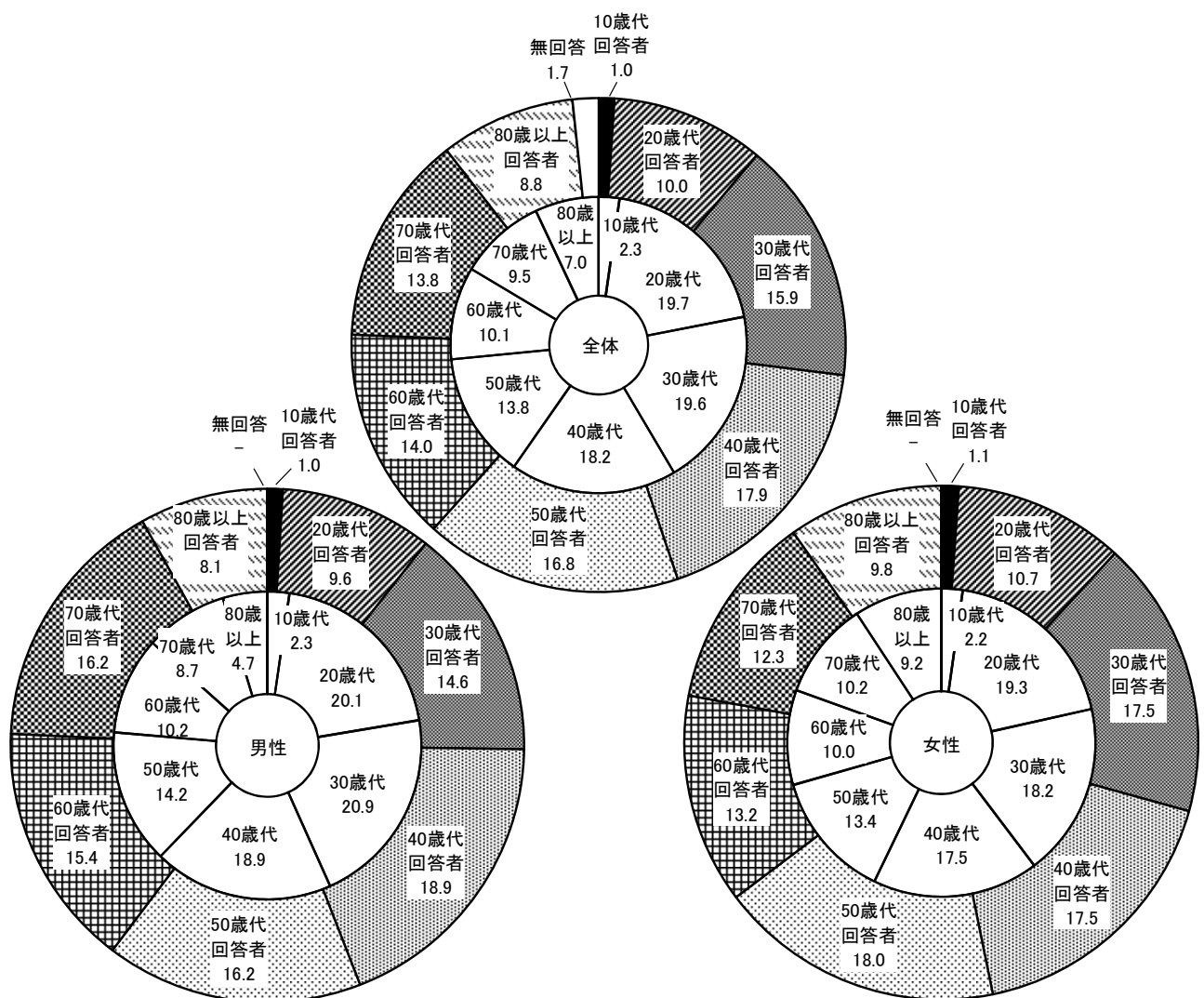


3 性別・年代別

	全体		男性		女性	
	基数（人）	構成比（%）	基数（人）	構成比（%）	基数（人）	構成比（%）
1 10歳代	12（1）	1.0	5（-）	1.0	7（1）	1.1
2 20歳代	118（21）	10.0	50（11）	9.6	68（10）	10.7
3 30歳代	187（18）	15.9	76（6）	14.6	111（12）	17.5
4 40歳代	210（10）	17.9	98（4）	18.9	111（6）	17.5
5 50歳代	198（11）	16.8	84（6）	16.2	114（5）	18.0
6 60歳代	165（4）	14.0	80（3）	15.4	84（1）	13.2
7 70歳代	162（1）	13.8	84（1）	16.2	78（-）	12.3
8 80歳以上	104（-）	8.8	42（-）	8.1	62（-）	9.8
（無回答）	20（-）	1.7	-（-）	0.0	-（-）	0.0
総 数	1,176	100.0	519	100.0	635	100.0

※（ ）の中の数値は外国籍人数を表す。

性別で無回答が22人いるため、男女の人数を足し合わせても「全体」の人数と一致しない。

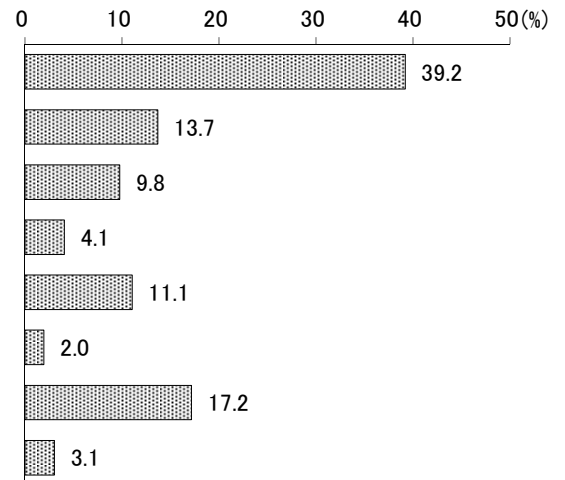


※内円は母集団18歳以上の人口（N=303,394）の構成比、外円は調査回答者（n=1,176）の構成比を示している。

4 職業別

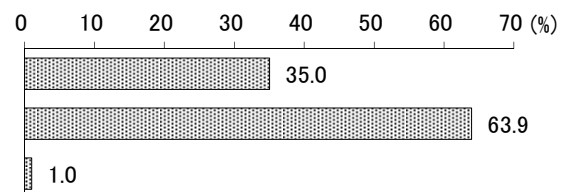
(1) 職業

	基数 (人)	国籍別(人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 会社員、公務員、団体職員	461	435	25	39.2
2 パート・アルバイト・非常勤・嘱託・派遣など	161	152	9	13.7
3 自営業・自由業	115	108	7	9.8
4 学生	48	32	16	4.1
5 専業主婦・主夫	130	127	3	11.1
6 その他	23	19	4	2.0
7 無職	202	201	1	17.2
(無回答)	36	15	1	3.1
合 計	1,176	1,089	66	100.0



(2) 職場や学校の所在地別

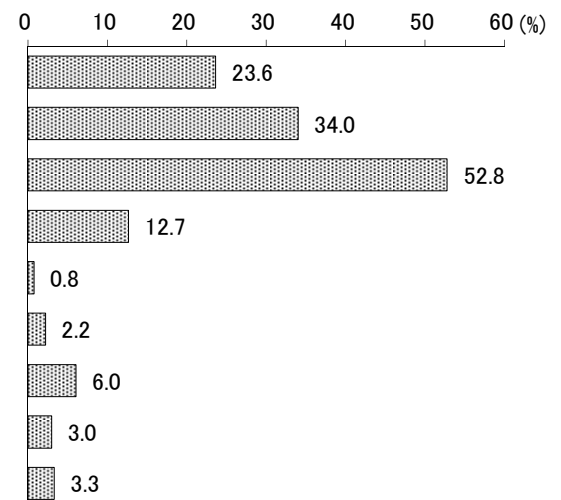
	基数 (人)	国籍別(人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 新宿区内	275	250	25	35.0
2 新宿区外	502	470	31	63.9
(無回答)	8	7	1	1.0
合 計	785	727	57	100.0



5 家族及びライフステージ別

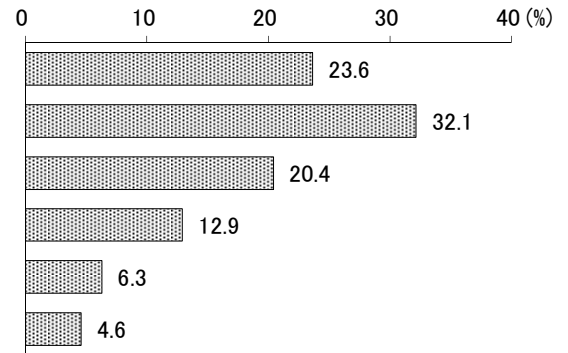
(1) 同居者（複数回答）

	基数 (人)	国籍別(人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 ひとり暮らし(なし)	278	248	30	23.6
2 子	400	385	15	34.0
3 妻または夫	621	595	25	52.8
4 親	149	145	4	12.7
5 祖父母	9	9	-	0.8
6 孫	26	26	-	2.2
7 兄弟姉妹	71	68	3	6.0
8 その他	35	30	5	3.0
(無回答)	39	19	-	3.3
合 計 (回答者数)	1,176	1,089	66	100.0



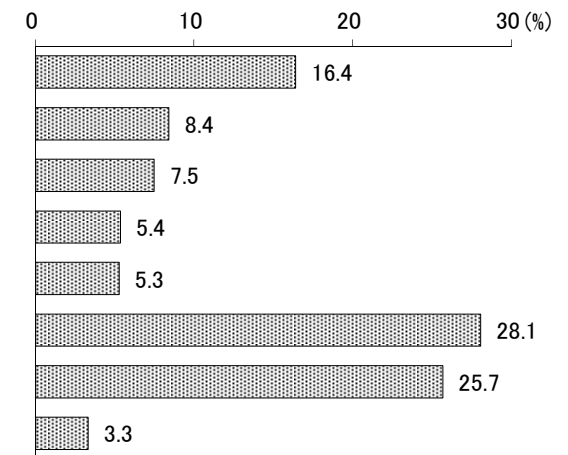
(2) 居住者数

	基数 (人)	国籍別(人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 ひとり暮らし	278	248	30	23.6
2 2人	378	358	19	32.1
3 3人	240	236	4	20.4
4 4人	152	144	8	12.9
5 5人以上	74	71	3	6.3
(無回答)	54	32	2	4.6
合 計	1,176	1,089	66	100.0



(3) ライフステージ別

	基数 (人)	国籍別(人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 独身期	193	163	30	16.4
2 家族形成期	99	91	8	8.4
3 家族成長前期	88	83	5	7.5
4 家族成長後期	63	61	2	5.4
5 家族成熟期	62	61	1	5.3
6 高齢期	330	326	4	28.1
7 その他	302	285	16	25.7
(無回答)	39	19	-	3.3
合 計	1,176	1,089	66	100.0



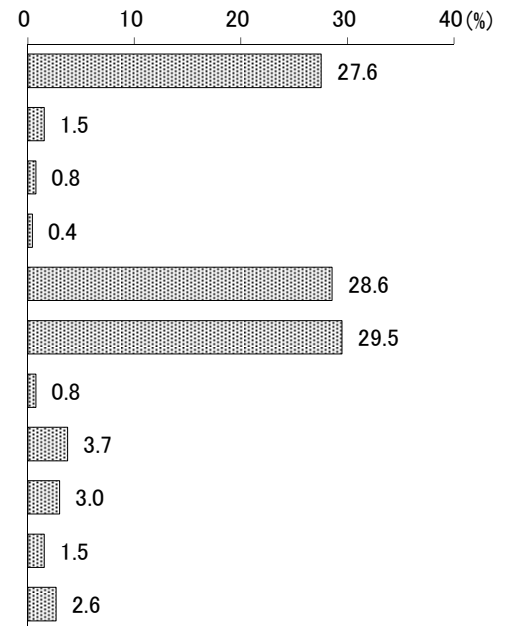
(注) ライフステージの名称及び内容は以下のとおりである。

- 独身期…………… 40歳未満の独身者
- 家族形成期…………… 子どものいない40歳未満の夫婦、または一番上の子どもが入学前の人
- 家族成長前期…………… 一番上の子どもが小・中学生の人
- 家族成長後期…………… 一番上の子どもが高校・大学生の人
- 家族成熟期…………… 64歳以下で一番上の子どもが学校を卒業している人
- 高齢期…………… 65歳以上の人
- その他…………… 40歳から64歳の独身者、子どものいない40歳から64歳の夫婦など

6 住居の形態別

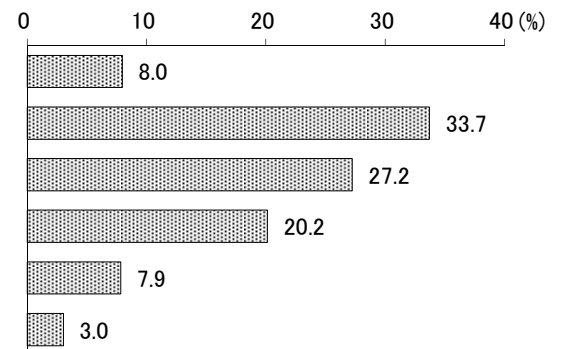
(1) 住居の形態

	基数 (人)	国籍別 (人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 持ち家の一戸建て	324	323	1	27.6
2 賃貸の一戸建て	18	17	1	1.5
3 社宅・公務員官舎の一戸建て	9	8	1	0.8
4 その他の一戸建て	5	5	－	0.4
5 分譲マンション・アパート	336	319	16	28.6
6 賃貸マンション・アパート	347	308	39	29.5
7 賃貸のUR都市機構・公社のマンション・アパート	9	9	－	0.8
8 賃貸の都営・区営住宅	44	43	1	3.7
9 社宅・公務員官舎	35	34	1	3.0
10 その他の集合住宅	18	12	6	1.5
(無回答)	31	11	－	2.6
合 計	1,176	1,089	66	100.0



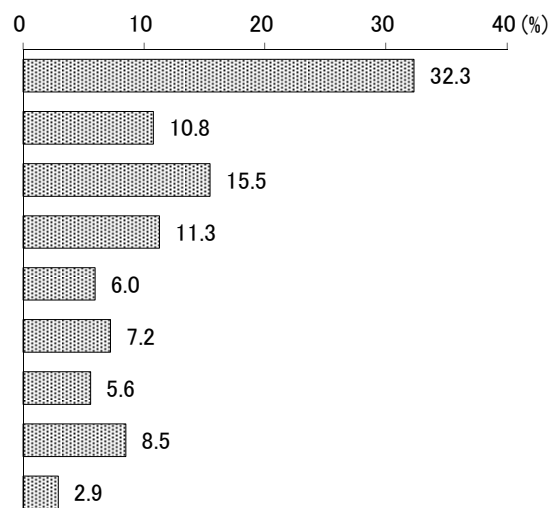
(2) 集合住宅の階数

	基数 (人)	国籍別 (人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 1～2階	63	60	3	8.0
2 3～5階	266	241	24	33.7
3 6～10階	215	201	14	27.2
4 11～14階	159	143	16	20.2
5 15階以上	62	58	4	7.9
(無回答)	24	22	2	3.0
合 計	789	725	63	100.0



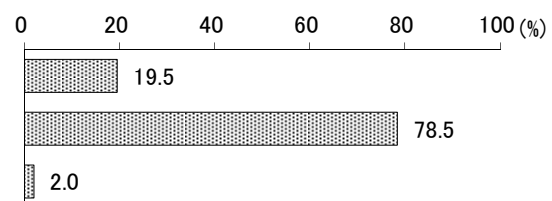
(3) 集合住宅の総戸数

	基数 (人)	国籍別 (人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 20戸以下	255	236	19	32.3
2 21～30戸	85	76	9	10.8
3 31～50戸	122	116	5	15.5
4 51～75戸	89	82	7	11.3
5 76～100戸	47	43	4	6.0
6 101～150戸	57	49	8	7.2
7 151～200戸	44	40	4	5.6
8 201戸以上	67	61	6	8.5
(無回答)	23	22	1	2.9
合 計	789	725	63	100.0



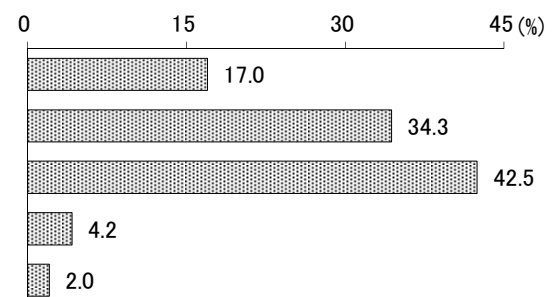
(4) 全戸ワンルームタイプの集合住宅

	基数 (人)	国籍別 (人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 はい	154	127	27	19.5
2 いいえ	619	583	35	78.5
(無回答)	16	15	1	2.0
合 計	789	725	63	100.0



(5) 集合住宅の管理人体制

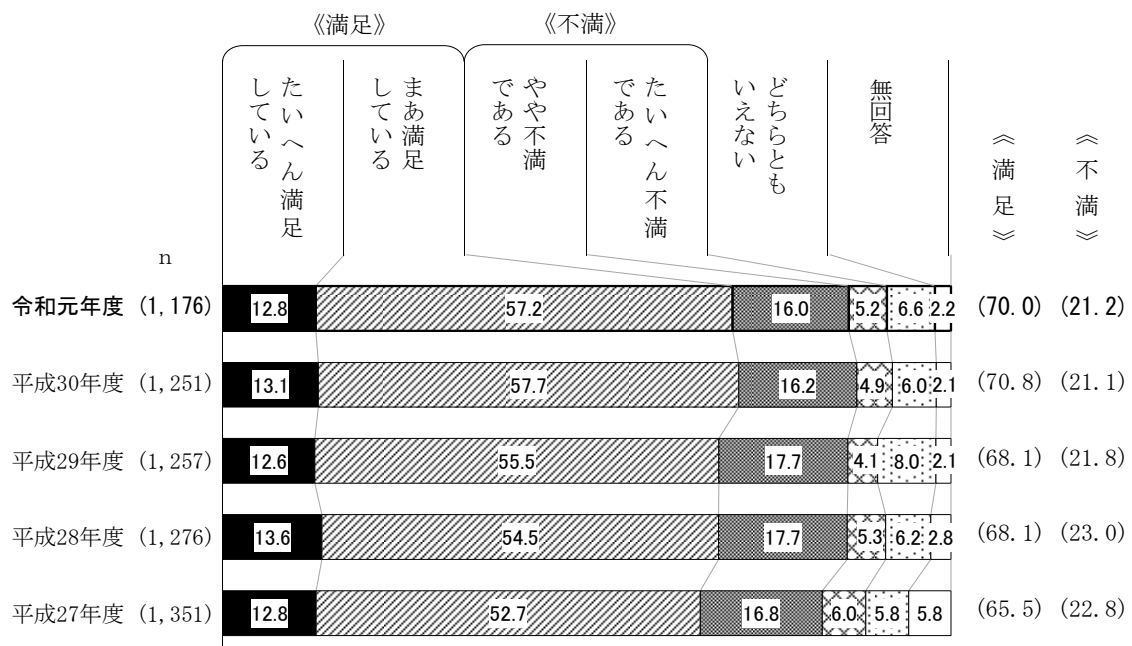
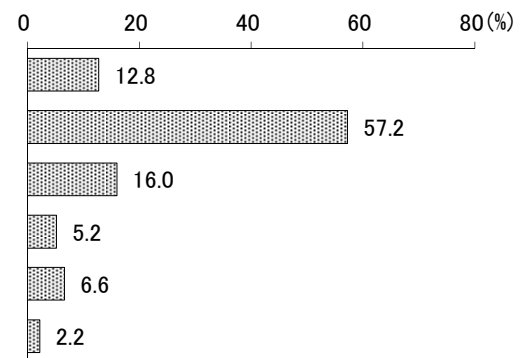
	基数 (人)	国籍別 (人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 24時間常駐している	134	117	17	17.0
2 昼間のみ常駐している	271	247	23	34.3
3 常駐していない	335	314	21	42.5
4 その他	33	32	1	4.2
(無回答)	16	15	1	2.0
合 計	789	725	63	100.0



7 暮らし向き別

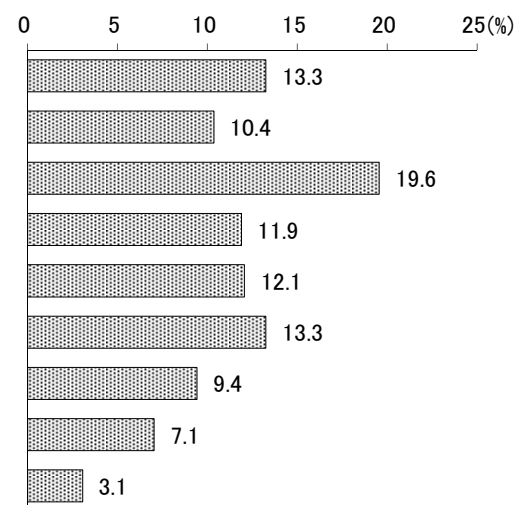
(1) 満足度

	基数 (人)	国籍別 (人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 たいへん満足している	150	133	11	12.8
2 まあ満足している	673	626	37	57.2
3 やや不満である	188	175	11	16.0
4 たいへん不満である	61	59	2	5.2
5 どちらともいえない	78	73	4	6.6
(無回答)	26	23	1	2.2
合 計	1,176	1,089	66	100.0



(2) 世帯収入

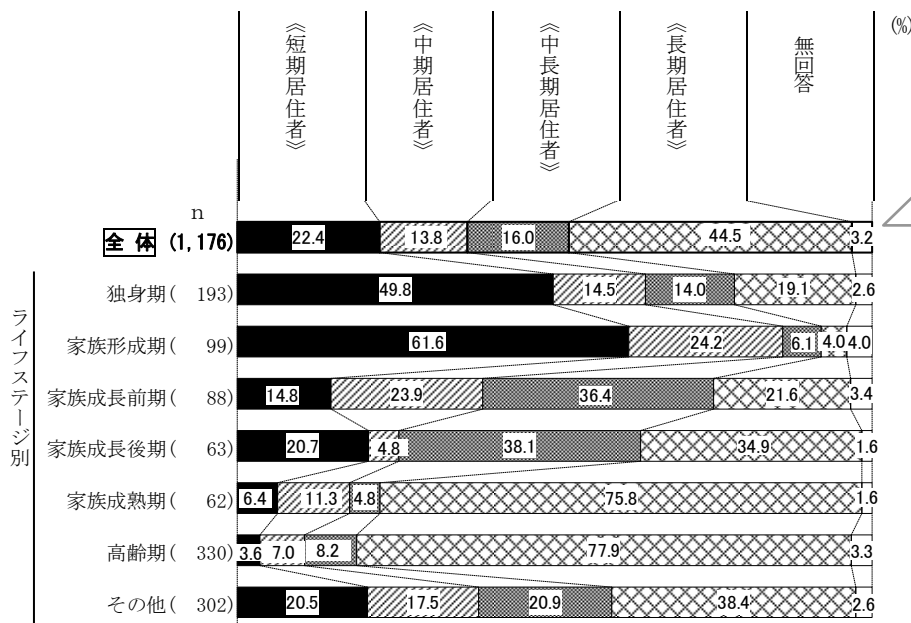
	基数 (人)	国籍別 (人)		構成比 (%)
		日本	外国	
1 200万円未満	156	136	15	13.3
2 200万円～300万円未満	122	111	9	10.4
3 300万円～500万円未満	230	217	9	19.6
4 500万円～700万円未満	140	133	5	11.9
5 700万円～1,000万円未満	142	135	7	12.1
6 1,000万円～1,500万円未満	156	147	6	13.3
7 1,500万円以上	111	103	6	9.4
8 わからない	83	75	7	7.1
(無回答)	36	32	2	3.1
合 計	1,176	1,089	66	100.0



1 居住意向

◆20年以上の《長期居住者》が4割台半ば近くとなっています。

区での居住年数は、「1年未満」(4.6%)と「1年以上3年未満」(10.6%)、「3年以上5年未満」(7.2%)をあわせた《短期居住者》(22.4%)が2割強、「5年以上10年未満」の《中期居住者》(13.8%)は1割台半ば近く、「10年以上20年未満」の《中長期居住者》(16.0%)は1割台半ばを超えています。最も高いのは、「20年以上30年未満」(10.1%)と「30年以上」(34.4%)をあわせた《長期居住者》(44.5%)で、4割台半ば近くとなっています。



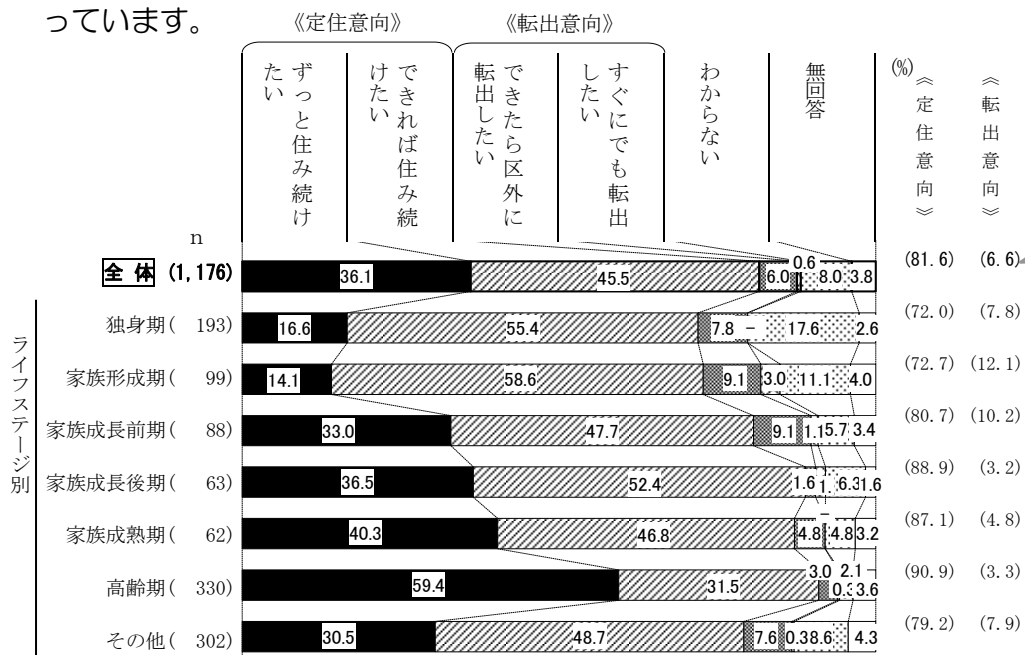
【ライフステージ別】でみると

《短期居住者》は家族形成期で6割強と最も高く、次いで独身期で5割弱と高くなっています。《中期居住者》は家族形成期で2割台半ば近くと最も高く、次いで家族成長前期で2割台半ば近くとなっています。《中長期居住者》は家族成長後期で4割近く、次いで家族成長前期で3割台半ばを超えています。《長期居住者》は家族形成期で1割未満となっており、それ以降ライフステージが進むほど増加し、高齢期で7割台半ばを超えと最も高くなっています。また、その他でも4割近くを占めています。

(※) ライフステージ別の区分については、6ページを参照。

◆「ずっと住み続けたい」「できれば住み続けたい」の《定住意向》が8割強を占めています。

定住・転出意向は、「ずっと住み続けたい」(36.1%)と「できれば住み続けたい」(45.5%)をあわせた《定住意向》(81.6%)が8割強となっています。一方、「できれば区外に転出したい」(6.0%)と「すぐにでも転出したい」(0.6%)をあわせた《転出意向》(6.6%)は1割未満となっています。



【ライフステージ別】でみると

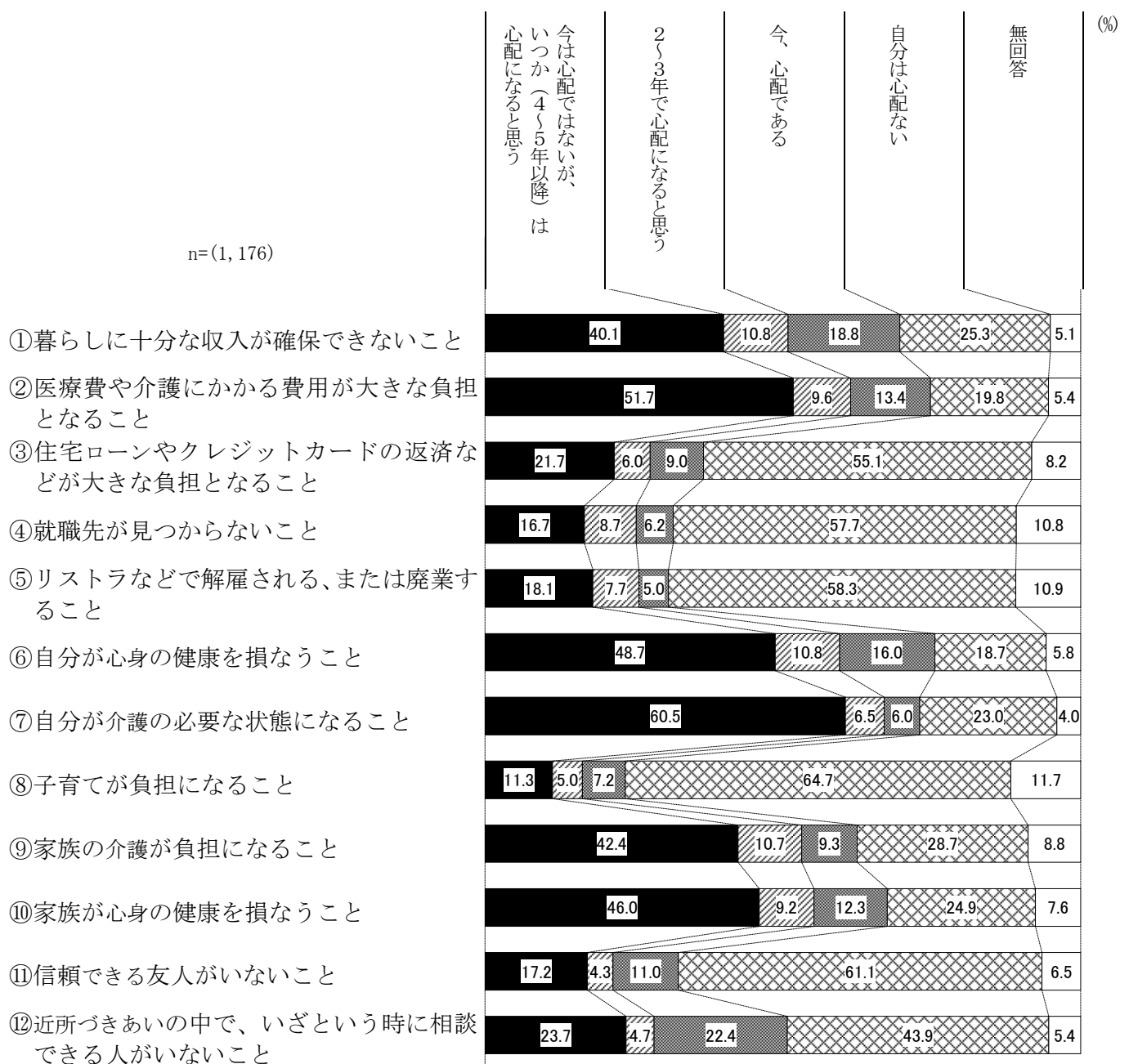
《定住意向》は独身期、家族形成期、その他を除くいずれのライフステージでも8割以上と高くなっており、高齢期では約9割を占めています。一方、《転出意向》は家族形成期が1割強で最も高く、次いで家族成長前期で約1割となっています。

(注) 以下、表中の(-)はその項目が0%であることを表す。

2 生活における心配事

- ◆「今は心配ではないが、いつか（4～5年以降）は心配になると思う」は、『自分が介護の必要な状態になること』が約6割で最も高く、『医療費や介護にかかる費用が大きな負担になること』が5割強で続いています。

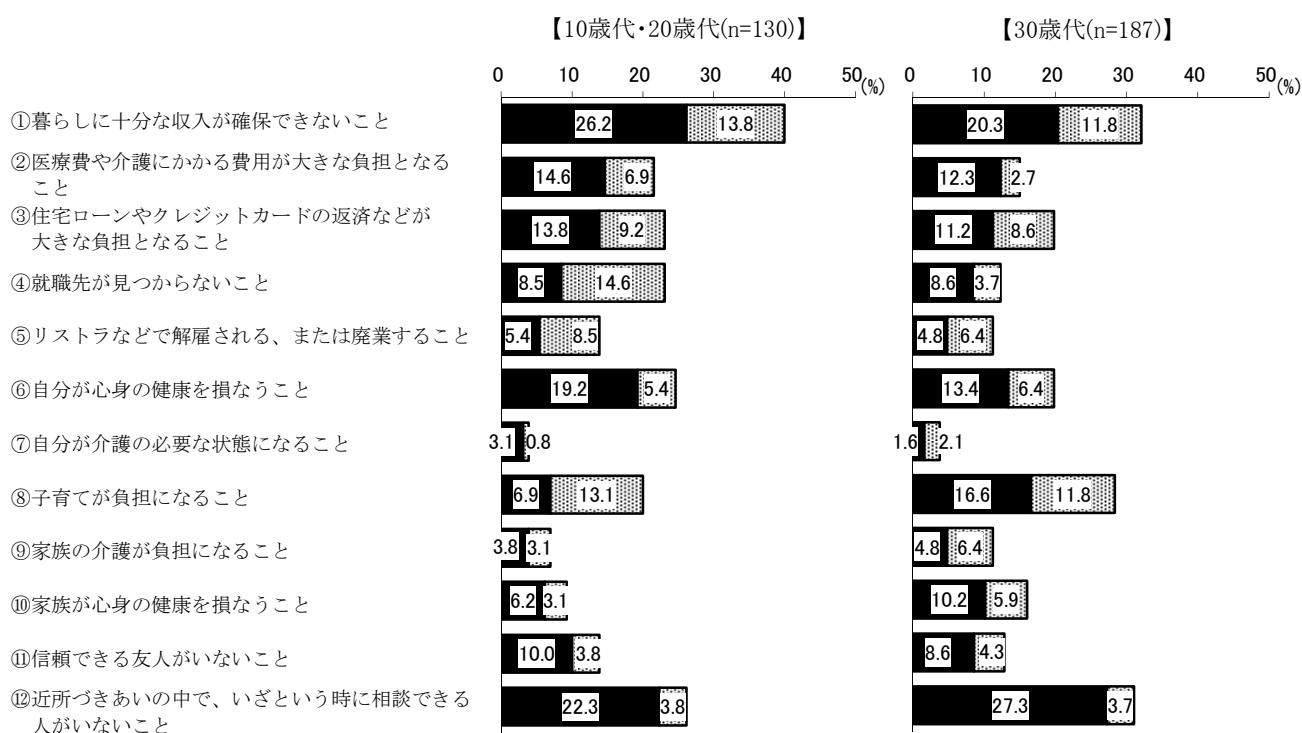
生活における心配事で、「今は心配ではないが、いつか（4～5年以降）は心配になると思う」は“⑦自分が介護の必要な状態になること”（60.5%）が約6割で最も高く、次いで“②医療費や介護にかかる費用が大きな負担となること”（51.7%）が5割強となっています。「今、心配である」は“⑫近所づきあいの中で、いざという時に相談できる人がいないこと”（22.4%）が2割強と最も高く、次いで“①暮らしに十分な収入が確保できないこと”（18.8%）が2割近くとなっています。一方、「自分は心配ない」は“⑧子育てが負担になること”（64.7%）が6割台半ば近くと高くなっています。



【年代別】でみると

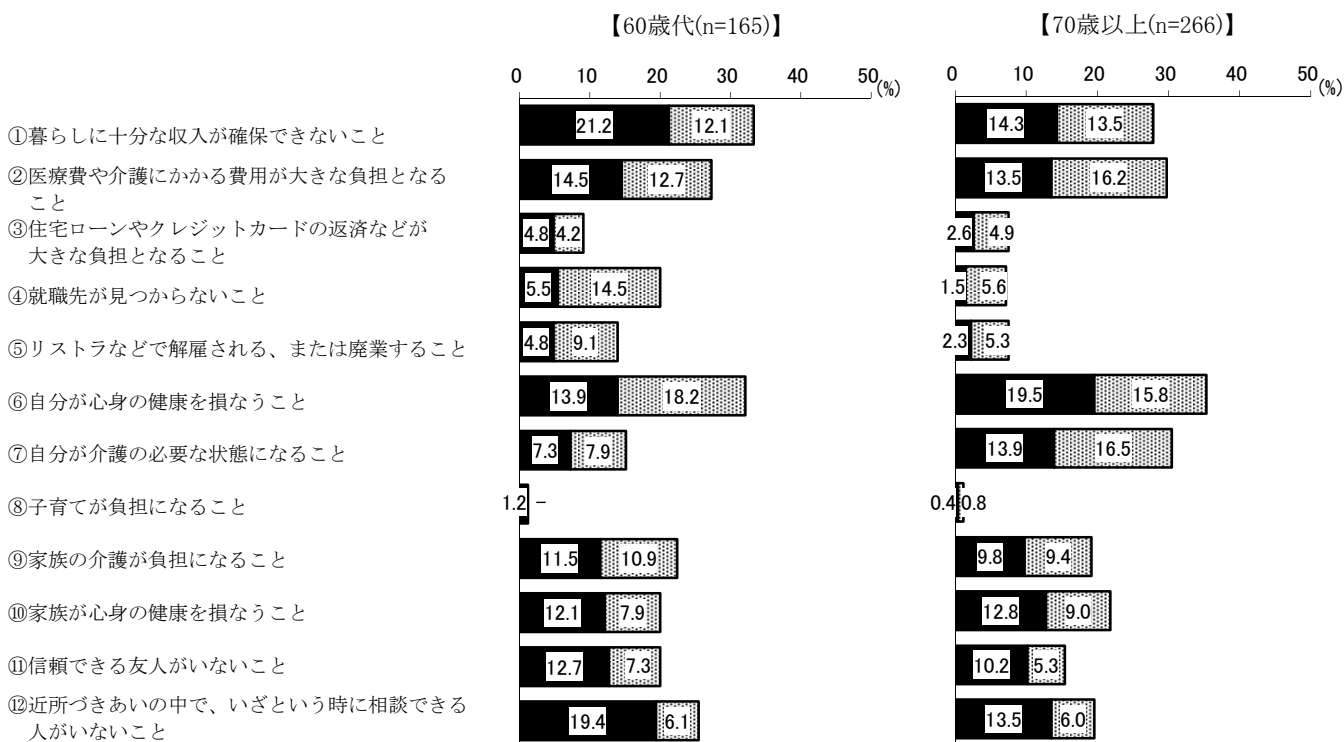
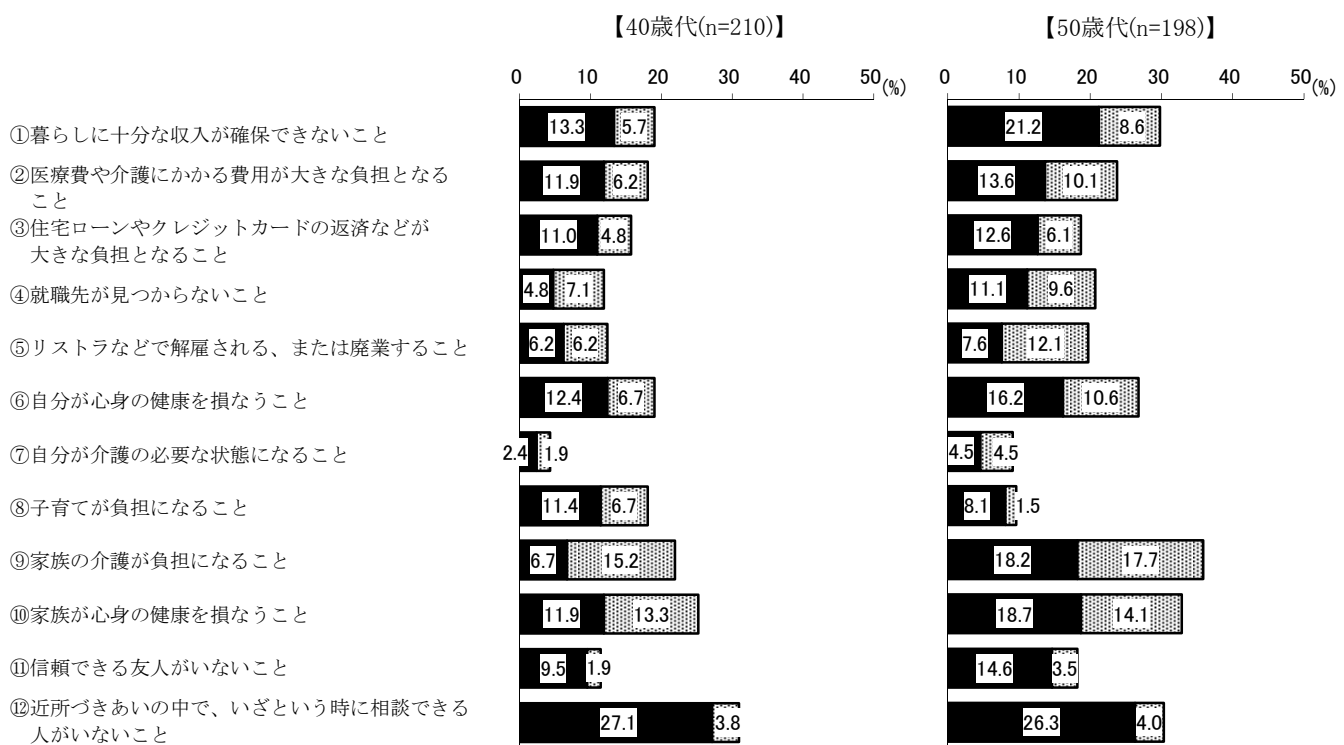
「今、心配である」は、“⑫近所づきあいの中で、いざという時に相談できる人がいないこと”が、30歳代から50歳代で2割台半ばを超えて高くなっています。“①暮らしに十分な収入が確保できないこと”は、10歳代・20歳代で2割台半ばを超えて最も高く、60歳代で2割強となっています。“⑥自分が心身の健康を損なうこと”は、10歳代・20歳代と70歳以上で2割弱となっています。「2～3年で心配になると思う」は、“⑥自分が心身の健康を損なうこと”が60歳代で2割近く、70歳以上で1割台半ばとなっています。“②医療費や介護にかかる費用が大きな負担となること”が70歳以上で1割台半ばを超え、“⑧子育てが負担になること”は、10歳代・20歳代で1割台半ば近くとなっています。

■ 今、心配である
 ■ 2～3年で心配になると思う



(注) 図表の最大値は、領域を明確化するため50%で表示しています。

■ 今、心配である
 ■ 2～3年で心配になると思う

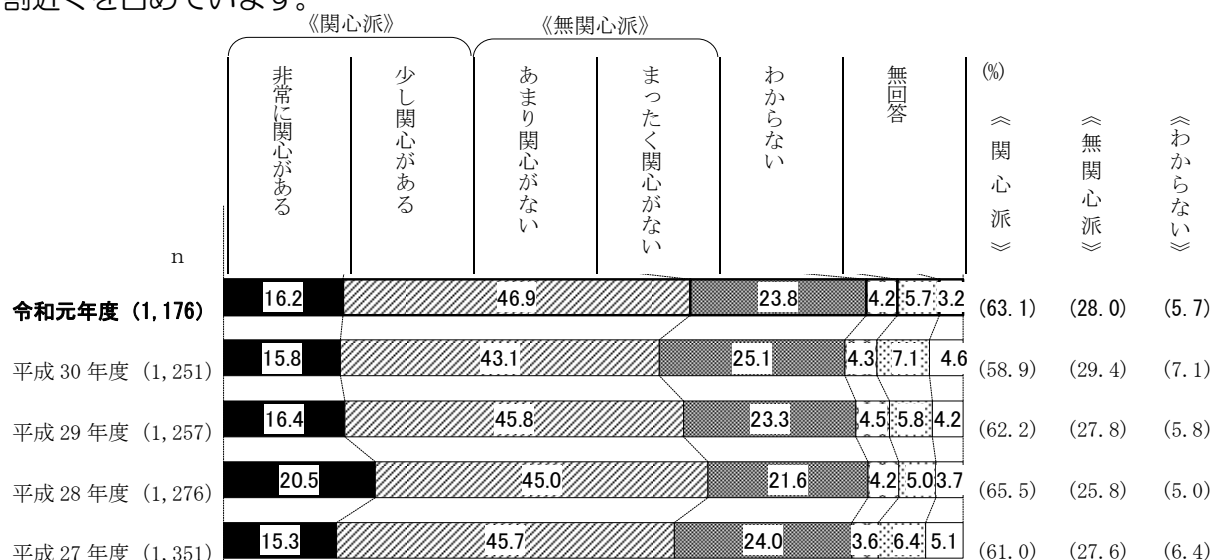


(注) 図表の最大値は、領域を明確化するため50%で表示しています。

3 区政への関心

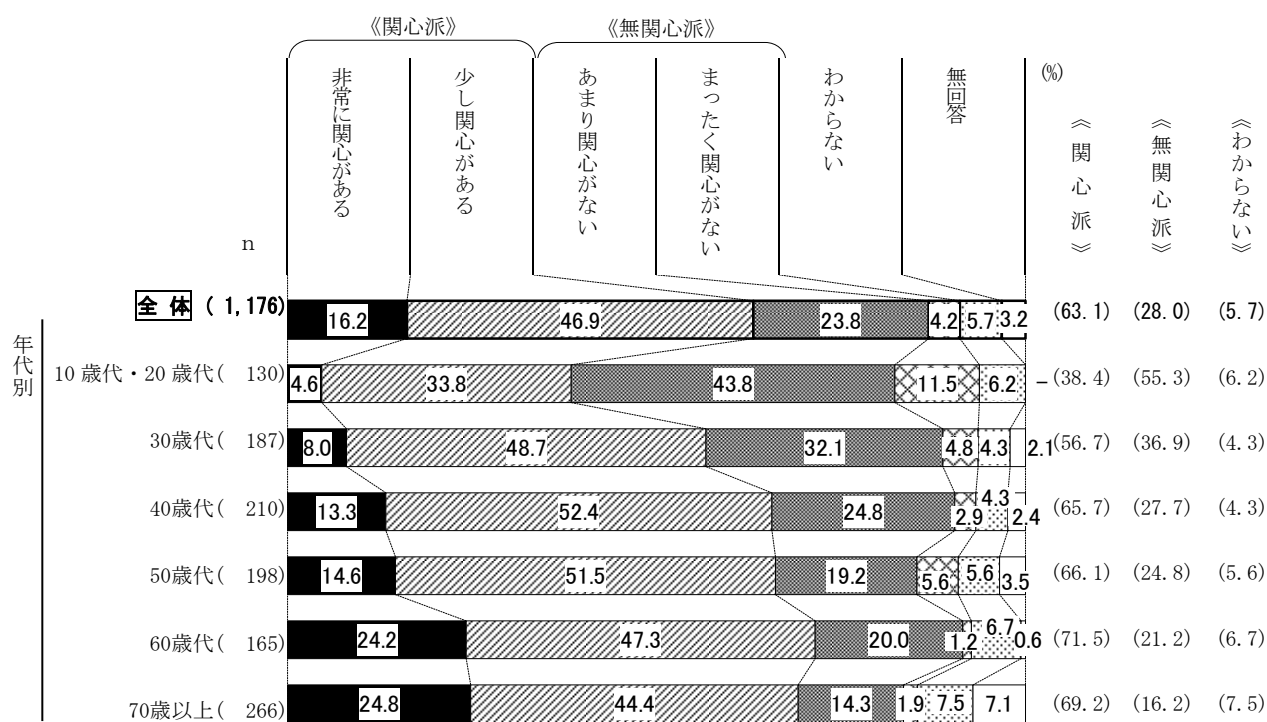
- ◆「非常に関心がある」「少し関心がある」の《関心派》が6割台半ば近く、「あまり関心がない」「まったく関心がない」の《無関心派》が3割近くを占めています。

区政への関心度は、区政に積極的に関心を示す「非常に関心がある」（16.2%）と「少し関心がある」（46.9%）をあわせた《関心派》（63.1%）が6割台半ば近くとなっています。一方、「あまり関心がない」（23.8%）と「まったく関心がない」（4.2%）をあわせた《無関心派》（28.0%）は3割近くを占めています。



【時系列比較】でみると

平成27年度以降の調査結果を時系列でみると、《関心派》は昨年度5割台まで減少しましたが、今年度は4.2ポイント増加して6割台になっています。「非常に関心がある」は昨年度より0.4ポイント増加し、「少し関心がある」は3.8ポイント増加しています。一方、《無関心派》は「あまり関心がない」が昨年度より1.3ポイント減少し、「まったく関心がない」は0.1ポイント減少しています。

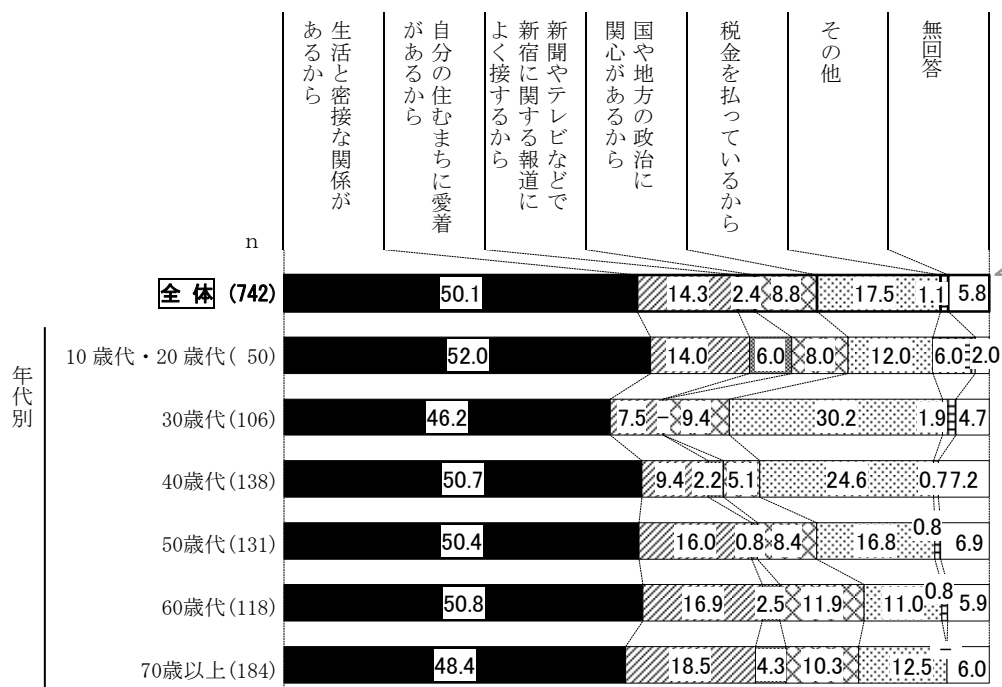


【年代別】でみると

《関心派》は60歳代で7割強と最も高く、次いで70歳以上で7割弱となっています。一方、《無関心派》は10歳代・20歳代で5割台半ばと最も高く、次いで30歳代で3割台半ばを超えています。

◆ 《関心派》の理由は「生活と密接な関係があるから」が約5割で最も高くなっています。

《関心派》だった人にその理由をたずねたところ、「生活と密接な関係があるから」(50.1%)が約5割で最も高くなっています。次いで、「税金を払っているから」(17.5%)が1割台半ば超えとなっています。

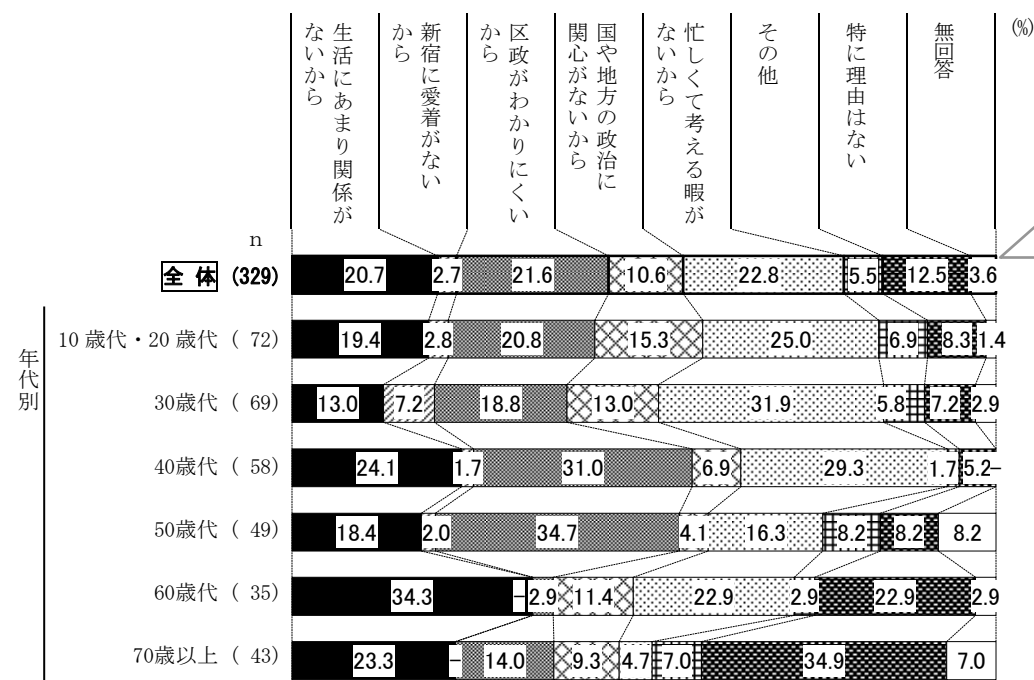


【年代別】でみると

「生活と密接な関係があるから」は10歳代・20歳代で5割強と最も高くなっています。次いで、40歳代から60歳代で約5割となっています。「税金を払っているから」は30歳代で約3割と最も高く、40歳代が2割台半ば近くで続いています。「自分の住むまちに愛着があるから」は年代が上がるほど高くなる傾向にあり、70歳以上で2割近くと最も高くなっています。

◆ 《無関心派》の理由は「忙しくて考える暇がないから」「区政がわかりにくいから」が2割強で最も高く、「生活にあまり関係がないから」が約2割で続いています。

《無関心派》だった人にその理由をたずねたところ、「忙しくて考える暇がないから」(22.8%)が2割強で最も高く、次いで「区政がわかりにくいから」(21.6%)が2割強、「生活にあまり関係がないから」(20.7%)が約2割となっています。



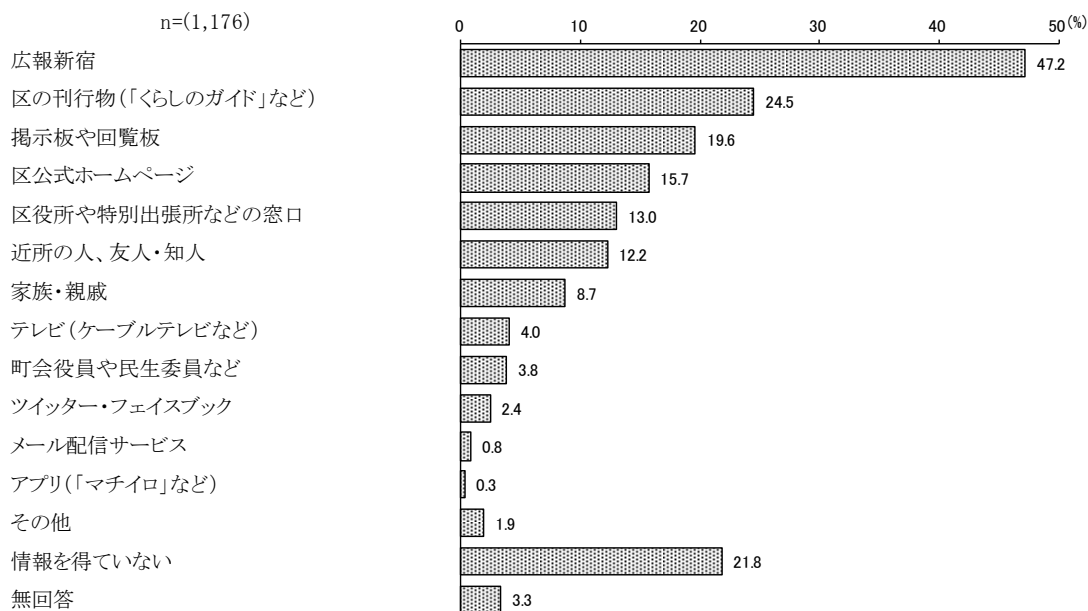
【年代別】でみると

「忙しくて考える暇がないから」は30歳代で3割強と高くなっています。「区政がわかりにくいから」は50歳代で3割台半ば近く、「生活にあまり関係がないから」は60歳代で3割台半ば近くとそれぞれ最も高くなっています。「特に理由はない」は70歳以上で3割台半ば近くと高くなっています。

4 区政情報の入手方法

◆「広報新宿」が4割台半ばを超えて最も高く、「区の刊行物」が2割台半ば近くで続いています。

区の行政サービスの情報取得手段は、「広報新宿」（47.2％）が4割台半ばを超えて最も高く、次いで「区の刊行物」（24.5％）が2割台半ば近く、「掲示板や回覧板」（19.6％）が2割弱となっています。



【年代別】でみると（上位5項目）

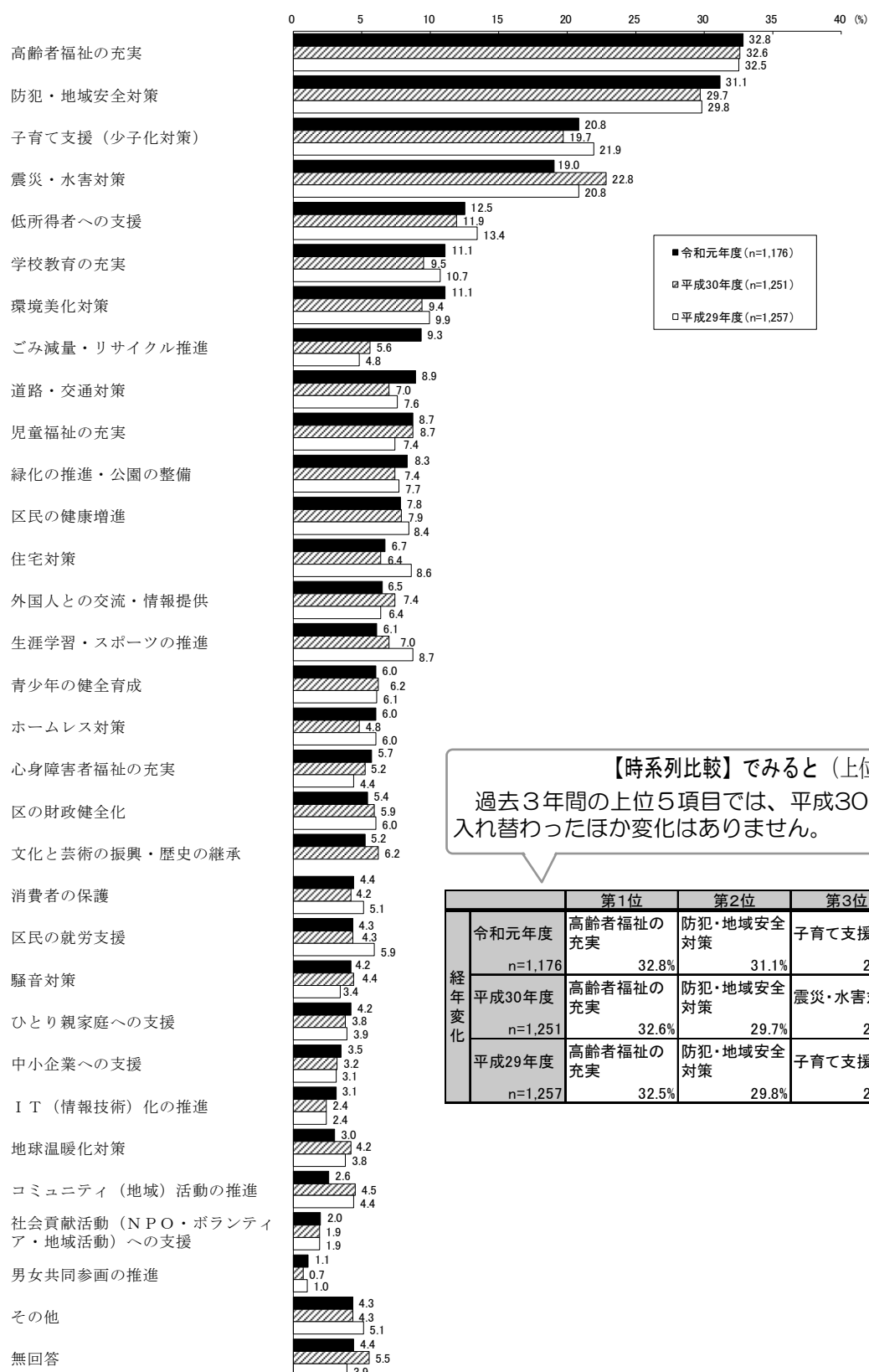
「広報新宿」は年代が上がるにつれ高くなる傾向があり、70歳以上で7割弱と最も高くなっています。また、「区の刊行物」は70歳以上で3割台半ば、「掲示板や回覧板」は70歳以上で2割台半ばを超えてそれぞれ最も高くなっています。「区公式ホームページ」は30歳代から50歳代で2割台となっています。「区役所や特別出張所などの窓口」は10歳代・20歳代を除く年代で1割を超えています。

		第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
		広報新宿	区の刊行物(「くらしのガイド」など)	掲示板や回覧板	区公式ホームページ	区役所や特別出張所などの窓口
全体 n=1,176		47.2%	24.5%	19.6%	15.7%	13.0%
年代別	10歳代・20歳代 n=130	14.6%	5.4%	11.5%	10.0%	8.5%
	30歳代 n=187	25.1%	14.4%	17.1%	23.0%	12.8%
	40歳代 n=210	42.9%	20.0%	16.2%	26.2%	11.0%
	50歳代 n=198	48.0%	27.8%	18.7%	22.2%	10.1%
	60歳代 n=165	65.5%	34.5%	21.2%	13.3%	16.4%
	70歳以上 n=266	69.9%	35.7%	27.4%	2.6%	17.3%

5 区政への要望

◆「高齢者福祉の充実」「防犯・地域安全対策」が3割強で最も高く、「子育て支援（少子化対策）」が約2割で続いています。

施策への要望としては、「高齢者福祉の充実」（32.8％）が3割強で最も高く、次いで「防犯・地域安全対策」（31.1％）が3割強となっています。以下、「子育て支援（少子化対策）」（20.8％）、「震災・水害対策」（19.0％）、「低所得者への支援」（12.5％）の順で続いています。



【時系列比較】でみると（上位5項目）

過去3年間の上位5項目では、平成30年度に第3位と第4位が入れ替わったほか変化はありません。

		第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
経年変化	令和元年度 n=1,176	高齢者福祉の充実 32.8%	防犯・地域安全対策 31.1%	子育て支援 20.8%	震災・水害対策 19.0%	低所得者への支援 12.5%
	平成30年度 n=1,251	高齢者福祉の充実 32.6%	防犯・地域安全対策 29.7%	震災・水害対策 22.8%	子育て支援 19.7%	低所得者への支援 11.9%
	平成29年度 n=1,257	高齢者福祉の充実 32.5%	防犯・地域安全対策 29.8%	子育て支援 21.9%	震災・水害対策 20.8%	低所得者への支援 13.4%

【ライフステージ別】でみると（上位5項目）

家族成熟期と高齢期のライフステージで「高齢者福祉の充実」が、独身期と家族成長後期とその他で「防犯・地域安全対策」が、家族形成期で「子育て支援（少子化対策）」が、家族成長前期で「学校教育の充実」がそれぞれ第1位となっています。「防犯・地域安全対策」は家族形成期を除くいずれのライフステージでも第3位までに入っています。

		第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
ラ イ フ ス テ ー ジ 別	独身期 n=193	防犯・地域安全対策 (29.5%)	子育て支援（少子化対策） (24.4%)	震災・水害対策 (22.3%)	環境美化対策 (14.0%)	低所得者への支援 (11.9%)
	家族形成期 n=99	子育て支援（少子化対策） (66.7%)	児童福祉の充実 (28.3%)	学校教育の充実 (23.2%)	防犯・地域安全対策 (19.2%)	環境美化対策 (17.2%)
	家族成長前期 n=88	学校教育の充実 (43.2%)	子育て支援（少子化対策） (36.4%)	防犯・地域安全対策 (28.4%)	高齢者福祉の充実／児童福祉の充実 (19.3%)	
	家族成長後期 n=63	防犯・地域安全対策 (47.6%)	高齢者福祉の充実 (30.2%)	学校教育の充実／環境美化対策 (17.5%)		震災・水害対策 (15.9%)
	家族成熟期 n=62	高齢者福祉の充実 (50.0%)	防犯・地域安全対策 (33.9%)	震災・水害対策 (21.0%)	低所得者への支援 (16.1%)	区民の健康増進 (14.5%)
	高齢期 n=330	高齢者福祉の充実 (58.2%)	防犯・地域安全対策 (31.5%)	震災・水害対策 (16.4%)	低所得者への支援 (16.1%)	ごみ減量・リサイクル推進 (11.8%)
	その他 n=302	防犯・地域安全対策 (33.4%)	高齢者福祉の充実 (29.1%)	震災・水害対策 (23.2%)	子育て支援（少子化対策） (15.9%)	低所得者への支援 (13.6%)

【居住地域別】でみると（上位5項目）

全ての地域で「高齢者福祉の充実」「防犯・地域安全対策」「子育て支援（少子化対策）」が第4位までに入っています。また、「防犯・地域安全対策」「高齢者福祉の充実」が全ての地域で上位2位となっています。

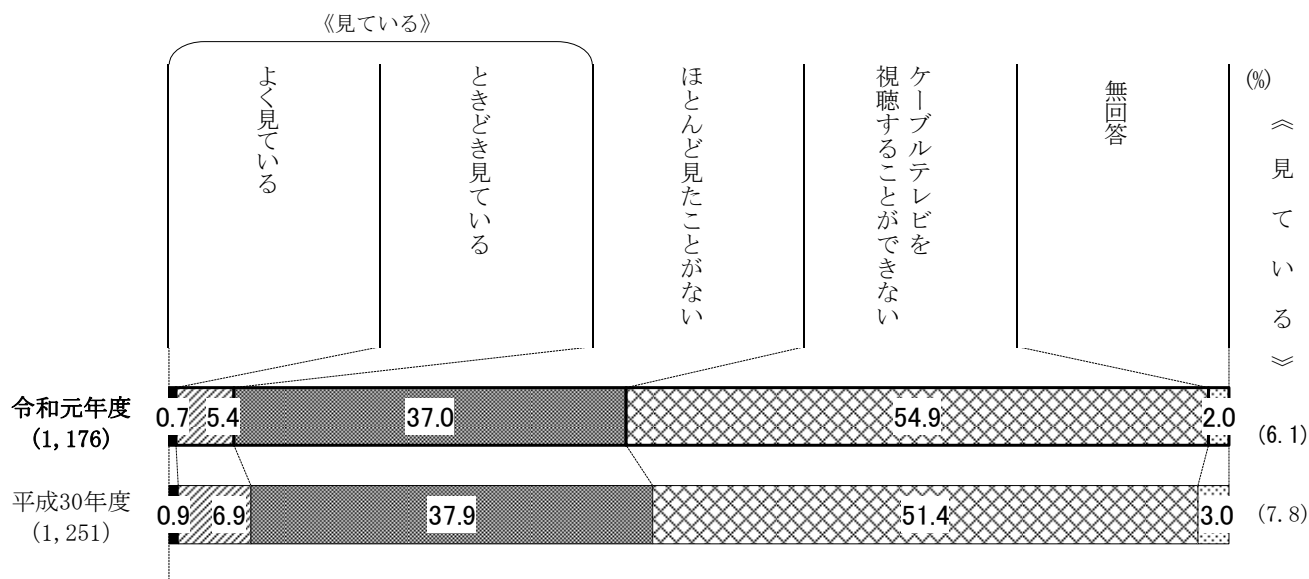
		第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
居 住 地 域 別	四谷 n=133	防犯・地域安全対策 (30.1%)	高齢者福祉の充実 (28.6%)	子育て支援（少子化対策） (21.1%)	震災・水害対策 (16.5%)	環境美化対策 (14.3%)
	簗笥町 n=129	防犯・地域安全対策 (31.8%)	高齢者福祉の充実 (31.0%)	子育て支援（少子化対策） (26.4%)	震災・水害対策 (20.9%)	学校教育の充実 (13.2%)
	榎町 n=122	高齢者福祉の充実 (35.2%)	防犯・地域安全対策 (26.2%)	子育て支援（少子化対策） (23.8%)	震災・水害対策 (20.5%)	低所得者への支援 (13.9%)
	若松町 n=111	高齢者福祉の充実 (39.6%)	防犯・地域安全対策 (32.4%)	震災・水害対策 (24.3%)	子育て支援（少子化対策） (18.9%)	低所得者への支援 (17.1%)
	大久保 n=141	高齢者福祉の充実／防犯・地域安全対策 (29.8%)		子育て支援（少子化対策） (17.0%)	低所得者への支援 (15.6%)	環境美化対策 (12.1%)
	戸塚 n=129	防犯・地域安全対策 (31.0%)	高齢者福祉の充実 (29.5%)	子育て支援（少子化対策） (19.4%)	震災・水害対策 (18.6%)	環境美化対策 (17.1%)
	落合第一 n=105	高齢者福祉の充実 (38.1%)	防犯・地域安全対策 (30.5%)	子育て支援（少子化対策） (25.7%)	震災・水害対策 (22.9%)	低所得者への支援 (13.3%)
	落合第二 n=123	防犯・地域安全対策 (36.6%)	高齢者福祉の充実 (29.3%)	子育て支援（少子化対策）／震災・水害対策 (17.9%)		道路・交通対策／区民の健康増進 (13.0%)
	柏木 n=92	高齢者福祉の充実 (34.8%)	防犯・地域安全対策 (30.4%)	子育て支援（少子化対策）／ホームレス対策 (18.5%)		震災・水害対策 (16.3%)
	角筈・区役所 n=48	防犯・地域安全対策 (35.4%)	高齢者福祉の充実 (29.2%)	子育て支援（少子化対策） (27.1%)	震災・水害対策 (20.8%)	ホームレス対策 (18.8%)

（注）同率のものは、同一順位として併記しています。

⑥ 区政情報の発信

◆新宿区の広報番組の視聴については「よく見ている」「ときどき見ている」の《見ている》は1割未満にとどまっています。

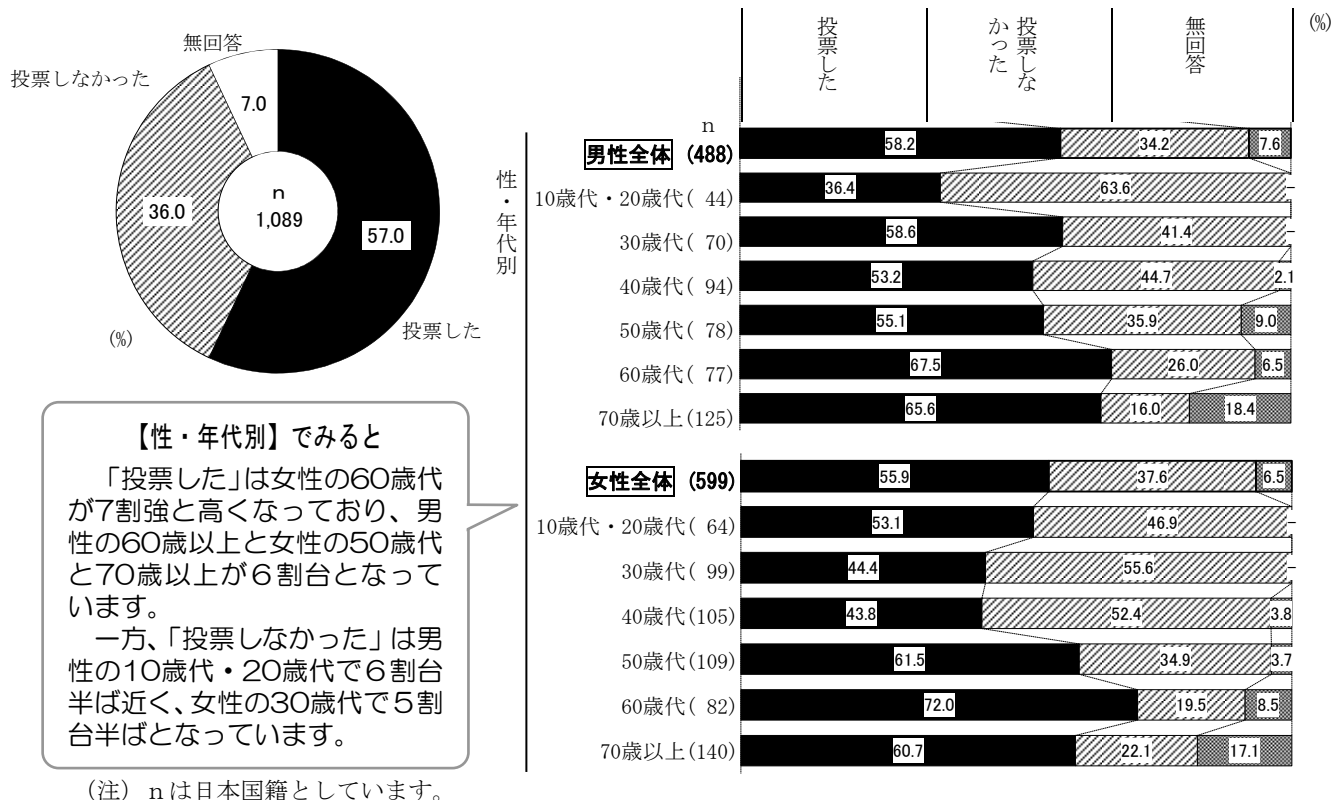
新宿区の広報番組の視聴については、「よく見ている」(0.7%)と「ときどき見ている」(5.4%)をあわせた《見ている》(6.1%)が1割未満にとどまっています。一方、「ケーブルテレビを視聴することができない」(54.9%)が5割台半ば近くで最も高く、次いで「ほとんど見たことがない」(37.0%)が3割台半ばを超えています。



7 選挙

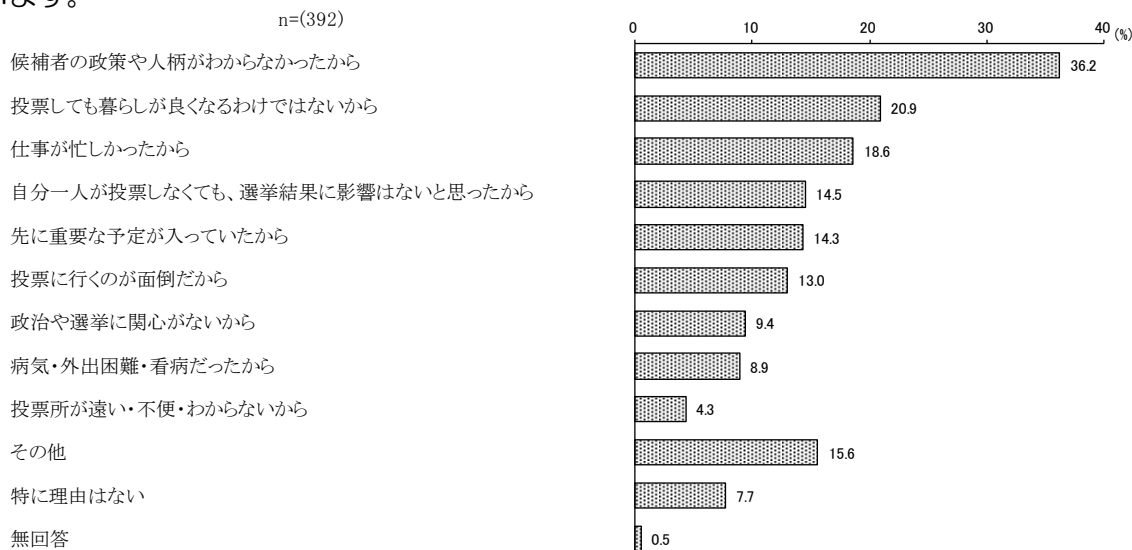
◆「投票した」が5割台半ばを超え、「投票しなかった」が3割台半ばを超えています。

新宿区議会議員選挙の投票の有無は、「投票した」(57.0%)が5割台半ばを超えており、一方の「投票しなかった」(36.0%)が3割台半ばを超えています。



◆「投票しなかった」理由は、「候補者の政策や人柄がわからなかったから」が3割台半ばを超えて最も高くなっています。

「投票しなかった」理由をたずねたところ、「候補者の政策や人柄がわからなかったから」(36.2%)が3割台半ばを超えて最も高くなっています。次いで、「投票しても暮らしが良くなるわけではないから」(20.9%)が約2割、「仕事が忙しかったから」(18.6%)が2割近くとなっています。

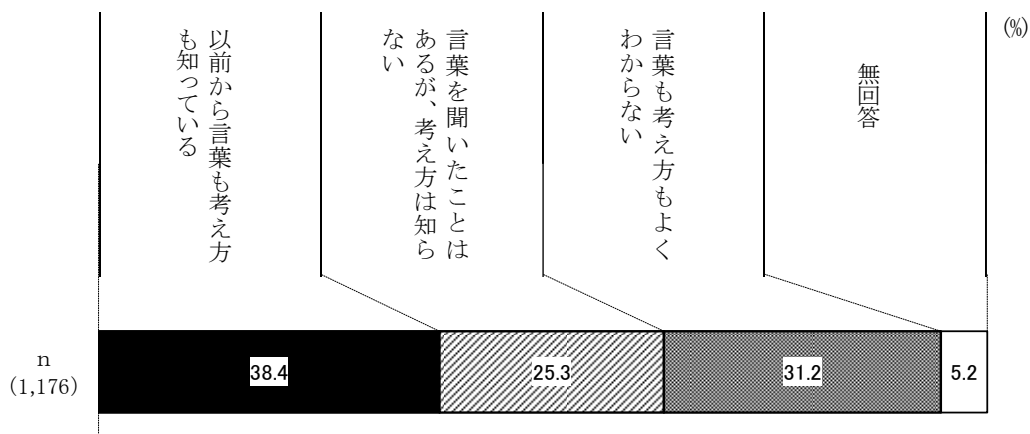


(注) nは日本国籍としています。

8 ユニバーサルデザイン

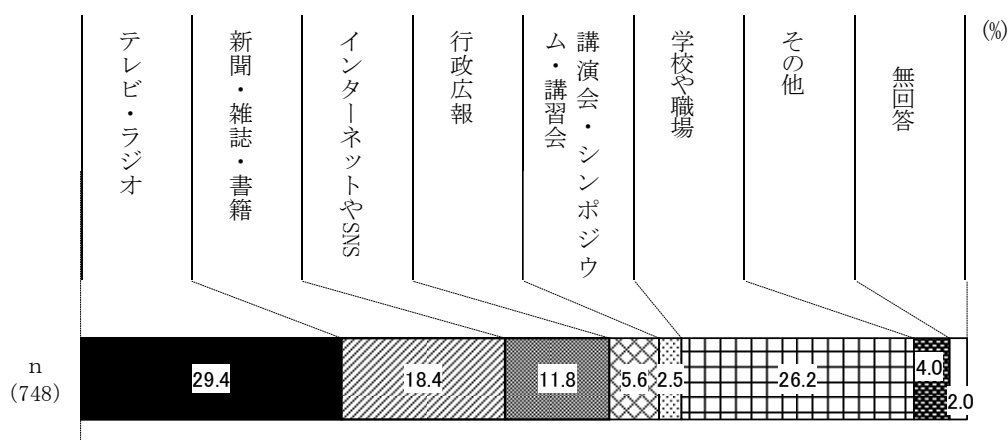
- ◆「ユニバーサルデザイン」という言葉の認知度は、「以前から言葉も考え方も知っている」が4割近くとなっています。

「ユニバーサルデザイン」という言葉の認知度は、「以前から言葉も考え方も知っている」(38.4%)が4割近くで最も高く、「言葉も考え方もよくわからない」(31.2%)が3割強となっています。



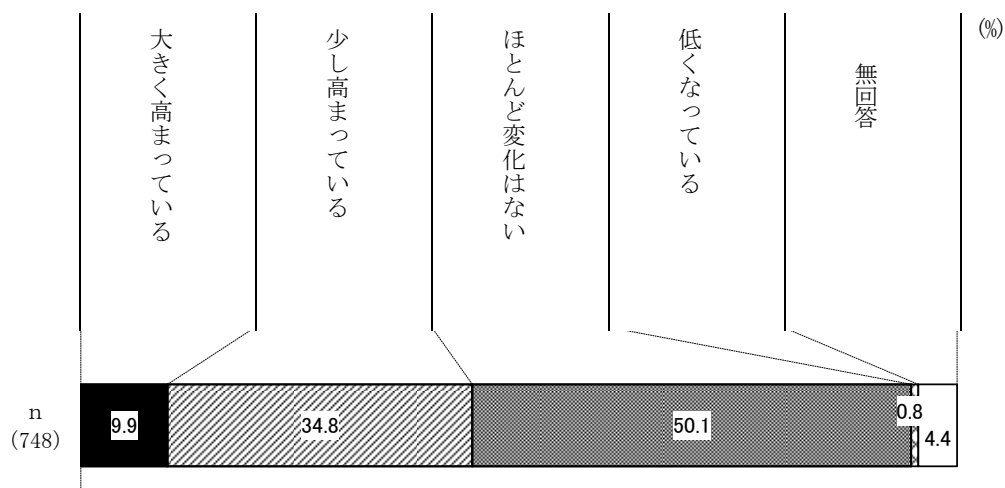
- ◆「ユニバーサルデザイン」という言葉を知ったきっかけは、「テレビ・ラジオ」が3割弱で最も高く、「学校や職場」が2割台半ばを超えて続いています。

「ユニバーサルデザイン」という言葉を知ったきっかけは、「テレビ・ラジオ」(29.4%)が3割弱で最も高く、次いで「学校や職場」(26.2%)が2割台半ばを超え、「新聞・雑誌・書籍」(18.4%)が2割近くとなっています。



◆ユニバーサルデザインに対する意識の変化は、「ほとんど変化はない」が約5割で最も高く、「少し高まっている」が3割台半ば近くで続いています。

ユニバーサルデザインに対する意識は、「ほとんど変化はない」(50.1%) が約5割で最も高く、次いで「少し高まっている」(34.8%) が3割台半ば近くとなっています。

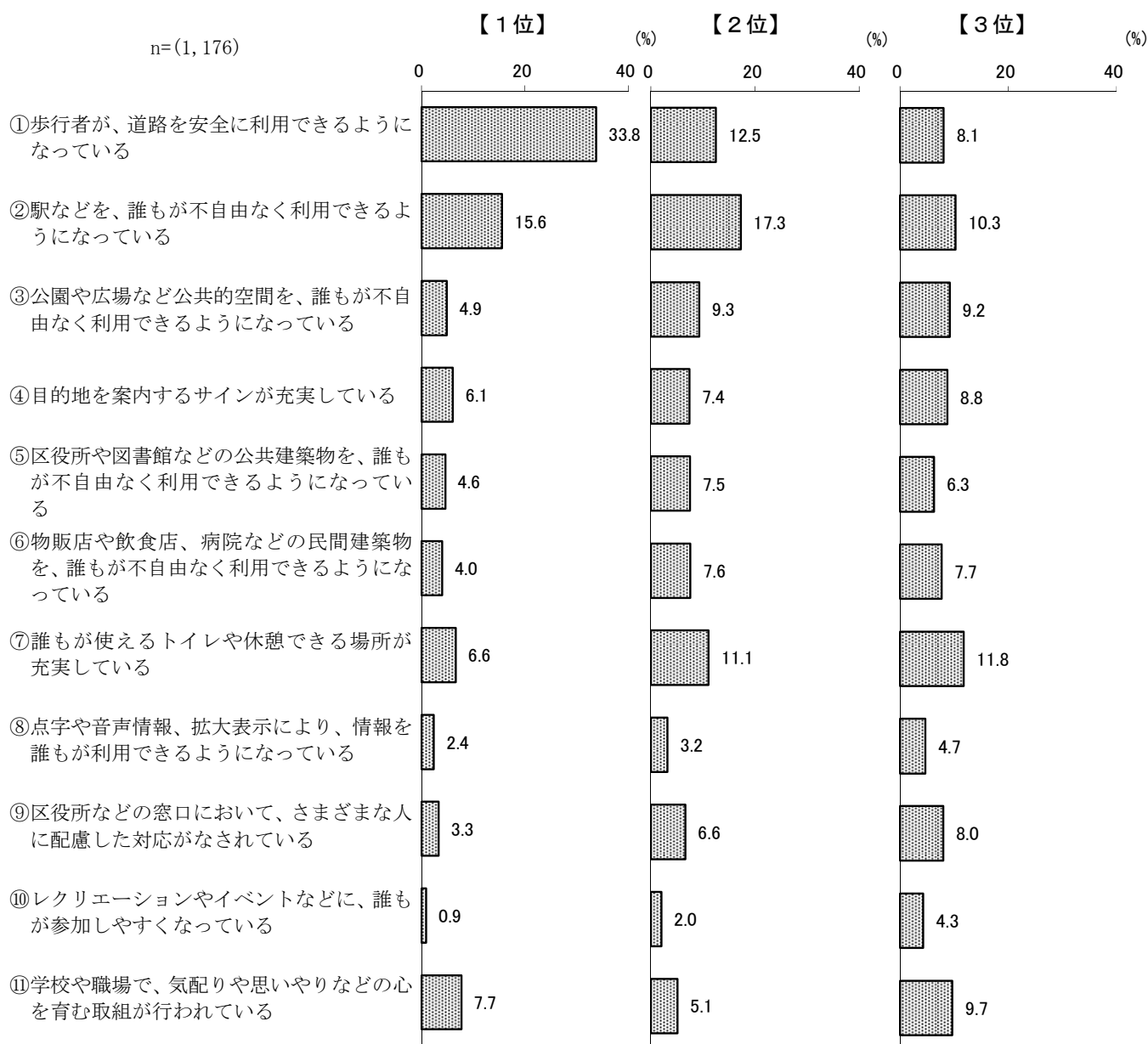


◆特に取り組んでほしい項目の【1位】では「歩行者が、道路を安全に利用できるようになっている」が3割台半ば近く、【2位】では「駅などを、誰もが不自由なく利用できるようなっている」が1割台半ばを超え、【3位】では「誰もが使えるトイレや休憩できる場所が充実している」が1割強でそれぞれ最も高くなっています。

特に取り組んでほしい上位3項目のうち、【1位】では「①歩行者が、道路を安全に利用できるようになっている」(33.8%) が3割台半ば近くと最も高くなっており、次いで「②駅などを、誰もが不自由なく利用できるようなっている」(15.6%) が1割台半ばとなっています。

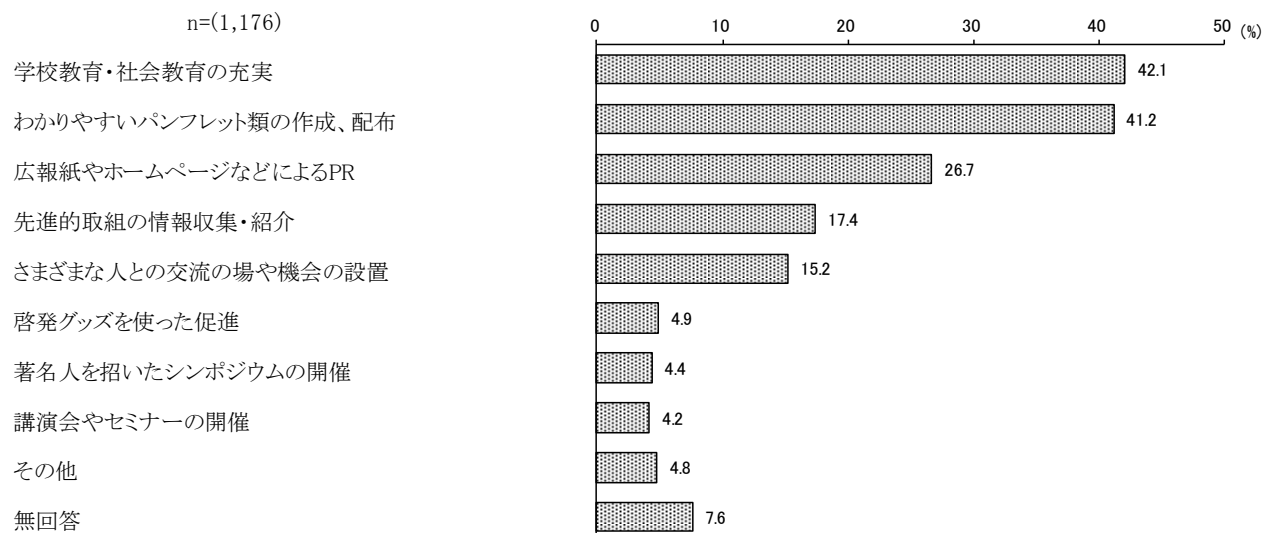
【2位】では「②駅などを、誰もが不自由なく利用できるようなっている」(17.3%) が1割台半ばを超えて最も高く、次いで「①歩行者が、道路を安全に利用できるようになっている」(12.5%) が1割強となっています。

【3位】では「⑦誰もが使えるトイレや休憩できる場所が充実している」(11.8%) が1割強で最も高く、次いで「②駅などを、誰もが不自由なく利用できるようなっている」(10.3%) が約1割となっています。



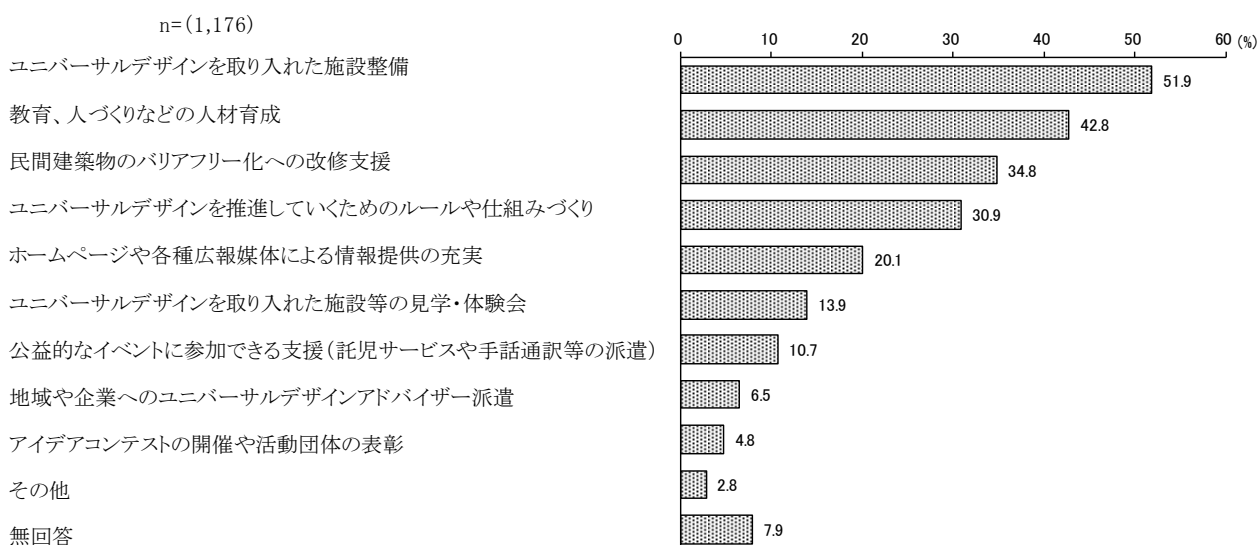
◆考え方を広めるために重要なことは、「学校教育・社会教育の充実」「わかりやすいパンフレット類の作成、配布」が4割強で最も高く、「広報紙やホームページなどによるPR」が2割台半ばを超えています。

ユニバーサルデザインの考え方を広めるために重要なことは、「学校教育・社会教育の充実」（42.1%）、「わかりやすいパンフレット類の作成、配布」（41.2%）が4割強、次いで「広報紙やホームページなどによるPR」（26.7%）が2割台半ばを超えています。



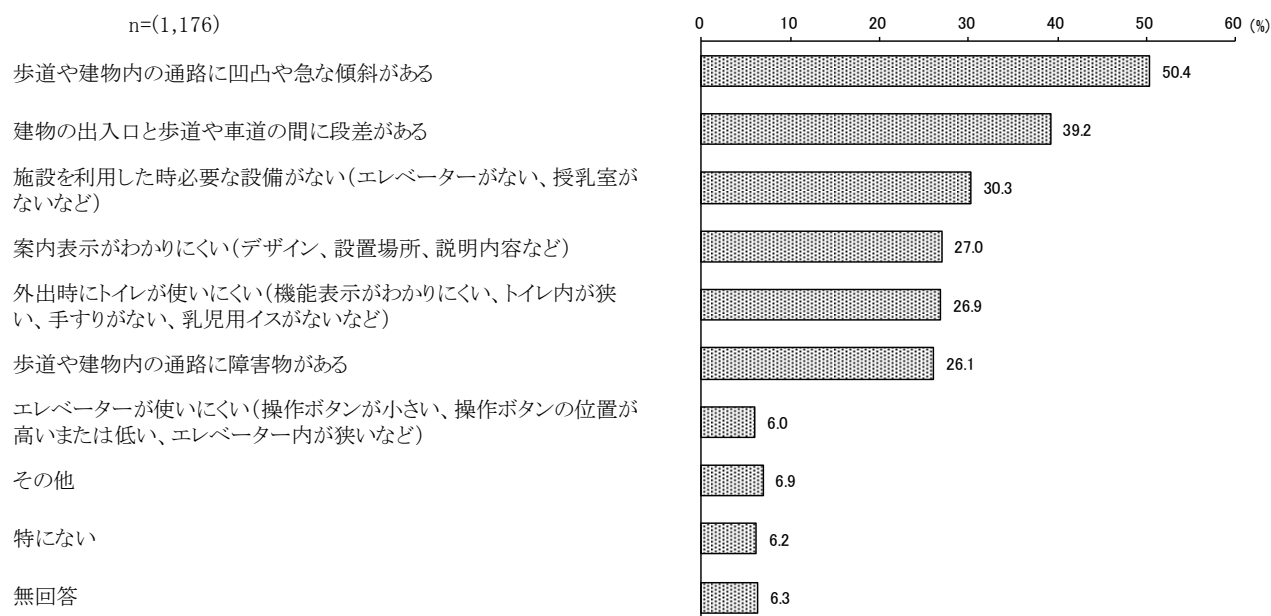
◆区に期待する取組は、「ユニバーサルデザインを取り入れた施設整備」が5割強で最も高く、「教育、人づくりなどの人材育成」が4割強で続いています。

区に期待する取組は、「ユニバーサルデザインを取り入れた施設整備」（51.9%）が5割強で最も高く、次いで「教育・人づくりなどの人材育成」（42.8%）が4割強、「民間建築物のバリアフリー化への改修支援」（34.8%）が3割台半ば近くとなっています。



◆より改善してほしいと思う項目は、「歩道や建物内の通路に凹凸や急な傾斜がある」が約5割で最も高くなっています。

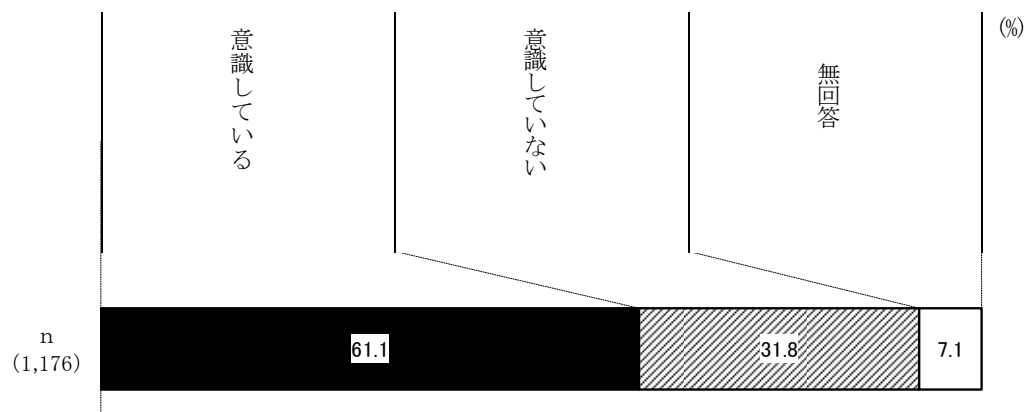
より改善してほしいと思う項目は、「歩道や建物内の通路に凹凸や急な傾斜がある」（50.4％）が約5割で最も高く、次いで「建物の出入口と歩道や車道の間に段差がある」（39.2％）が4割弱となっています。



9 景観まちづくり

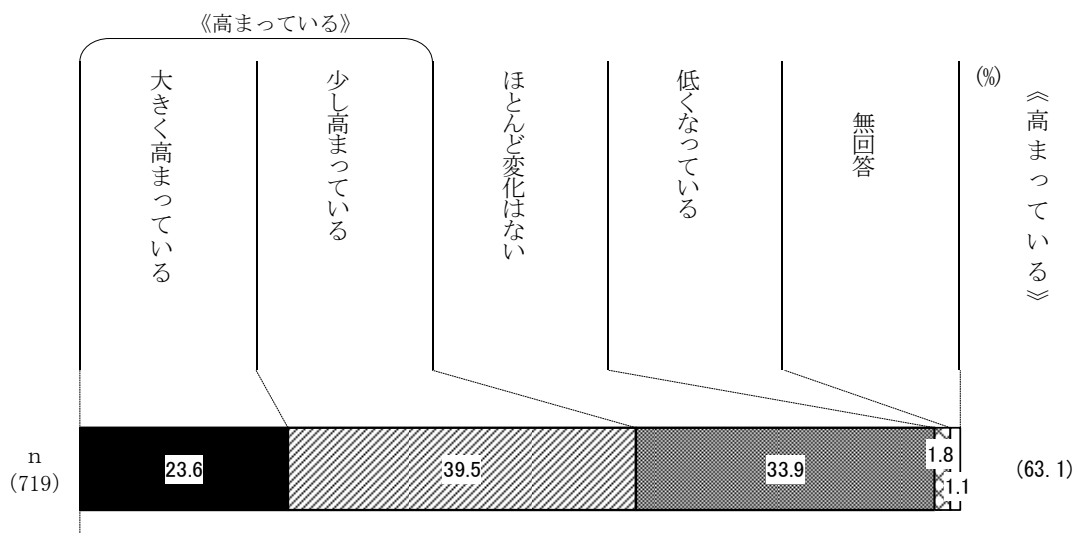
◆景観に対する意識は、「意識している」が6割強を占めています。

景観に対する意識は、「意識している」(61.1%)が6割強であるのに対し、「意識していない」(31.8%)は3割強となっています。



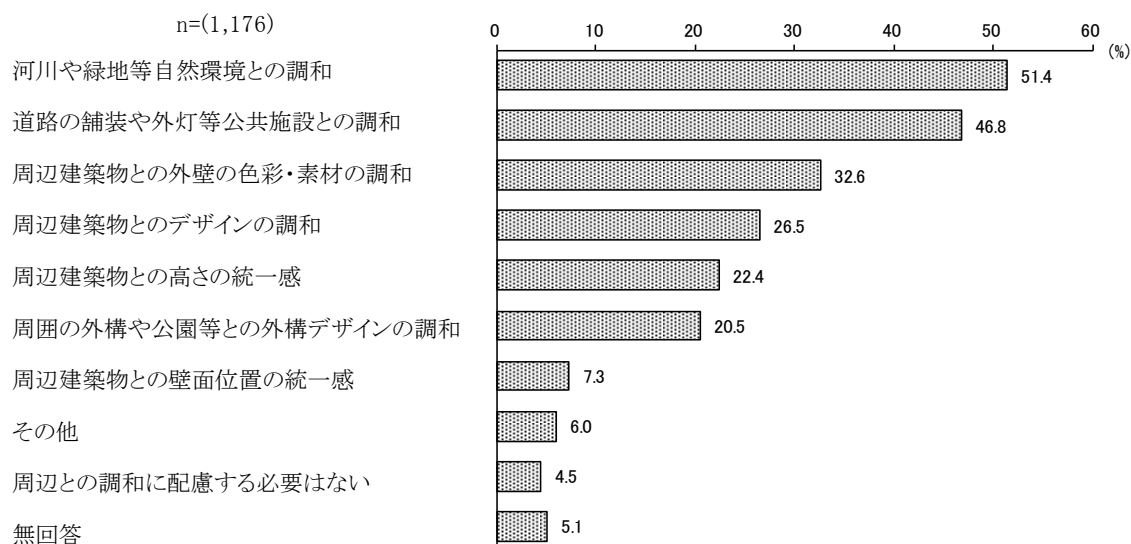
◆地域の景観に対する意識について5年前との変化は、「大きく高まっている」「少し高まっている」の《高まっている》が6割台半ば近くとなっています。

地域の景観に対する意識について、5年前より「少し高まっている」(39.5%)が4割弱で最も高く、次いで「ほとんど変化はない」(33.9%)が3割台半ば近くを占めています。「大きく高まっている」と「少し高まっている」をあわせた《高まっている》は6割台半ば近くとなっています。



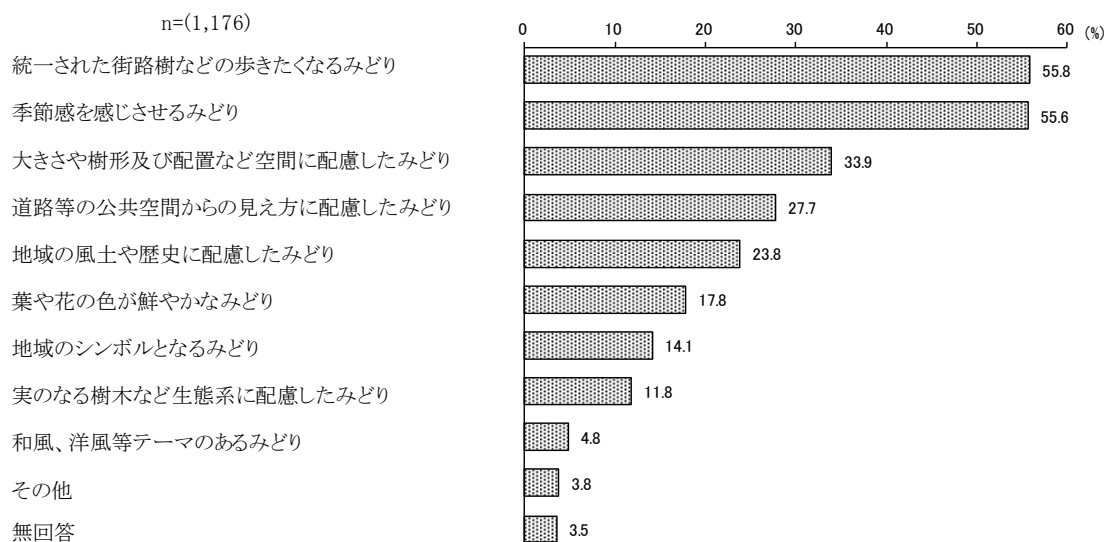
◆建築物と周辺環境との調和において、景観上特に配慮すべきことは、「河川や緑地等自然環境との調和」が5割強で最も高く、「道路の舗装や外灯等公共施設との調和」が4割台半ばを超えて続いています。

建築物と周辺環境との調和において、景観上特に配慮すべきことは、「河川や緑地等自然環境との調和」(51.4%)が5割強で最も高く、次いで「道路の舗装や外灯等公共施設との調和」(46.8%)が4割台半ばを超え、「周辺建築物との外壁の色彩・素材の調和」(32.6%)が3割強となっています。



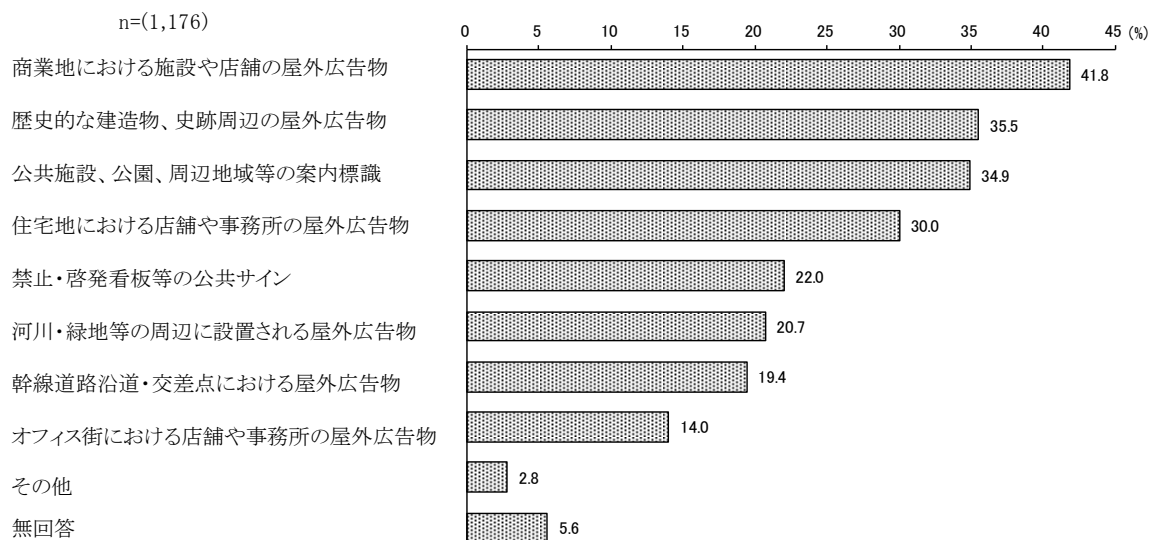
◆**良好な景観を形成するうえで重要だと思われるみどりは、「統一された街路樹などの歩きたくなるみどり」「季節感を感じさせるみどり」が5割台半ばを占めています。**

良好な景観を形成するうえで重要だと思われるみどりは、「統一された街路樹などの歩きたくなるみどり」(55.8%)、「季節感を感じさせるみどり」(55.6%)が5割台半ば、次いで「大きさや樹形及び配置など空間に配慮したみどり」(33.9%)が3割台半ば近くとなっています。



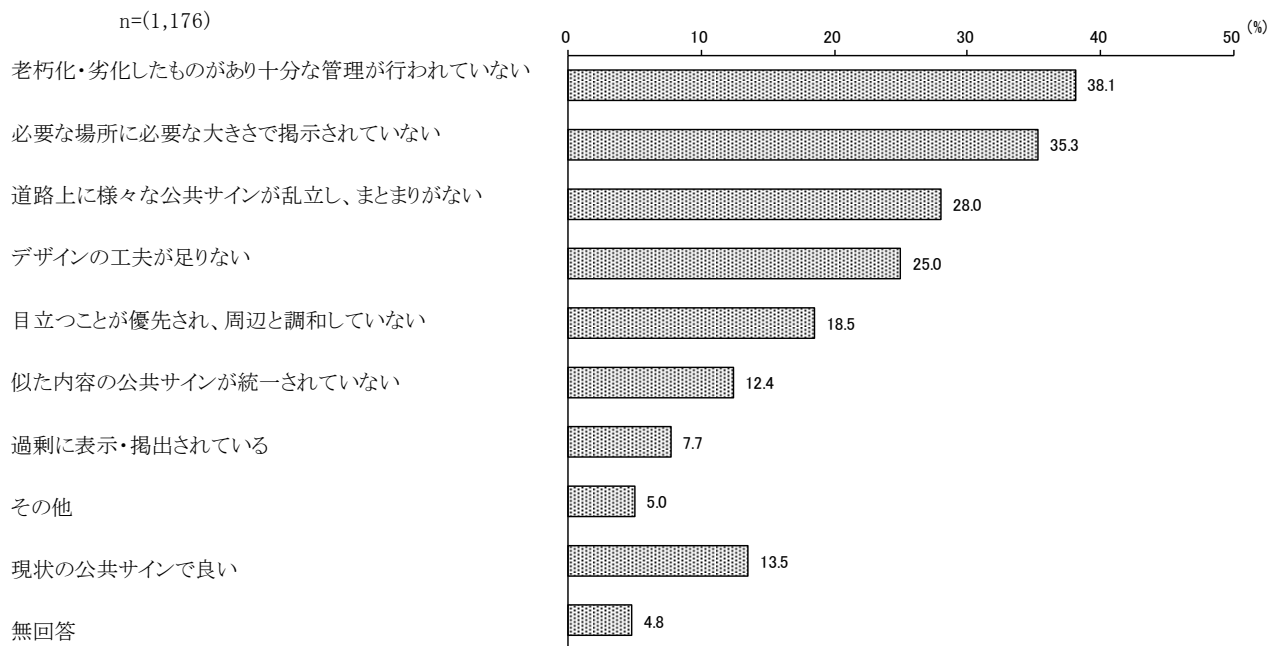
◆**新宿の景観づくりにおいて、取り組むべき屋外広告物は、「商業地における施設や店舗の屋外広告物」が4割強で最も高く、「歴史的な建造物、史跡周辺の屋外広告物」が3割台半ばで続いています。**

新宿の景観づくりにおいて、取り組むべき屋外広告物は、「商業地における施設や店舗の屋外広告物」(41.8%)が4割強で最も高く、次いで「歴史的な建造物、史跡周辺の屋外広告物」(35.5%)が3割台半ば、「公共施設、公園、周辺地域等の案内標識」(34.9%)が3割台半ば近くとなっています。



◆公共サインが景観上配慮されていないと思われることは、「老朽化・劣化したものがあり十分な管理が行われていない」が4割近くで最も高く、「必要な場所に必要な大きさを掲示されていない」が3割台半ばで続いています。

公共サインが景観上配慮されていないと思われることは、「老朽化・劣化したものがあり十分な管理が行われていない」(38.1%)が4割近くで最も高く、次いで「必要な場所に必要な大きさを掲示されていない」(35.3%)が3割台半ば、「道路上に様々な公共サインが乱立し、まとまりがない」(28.0%)が3割近くとなっています。

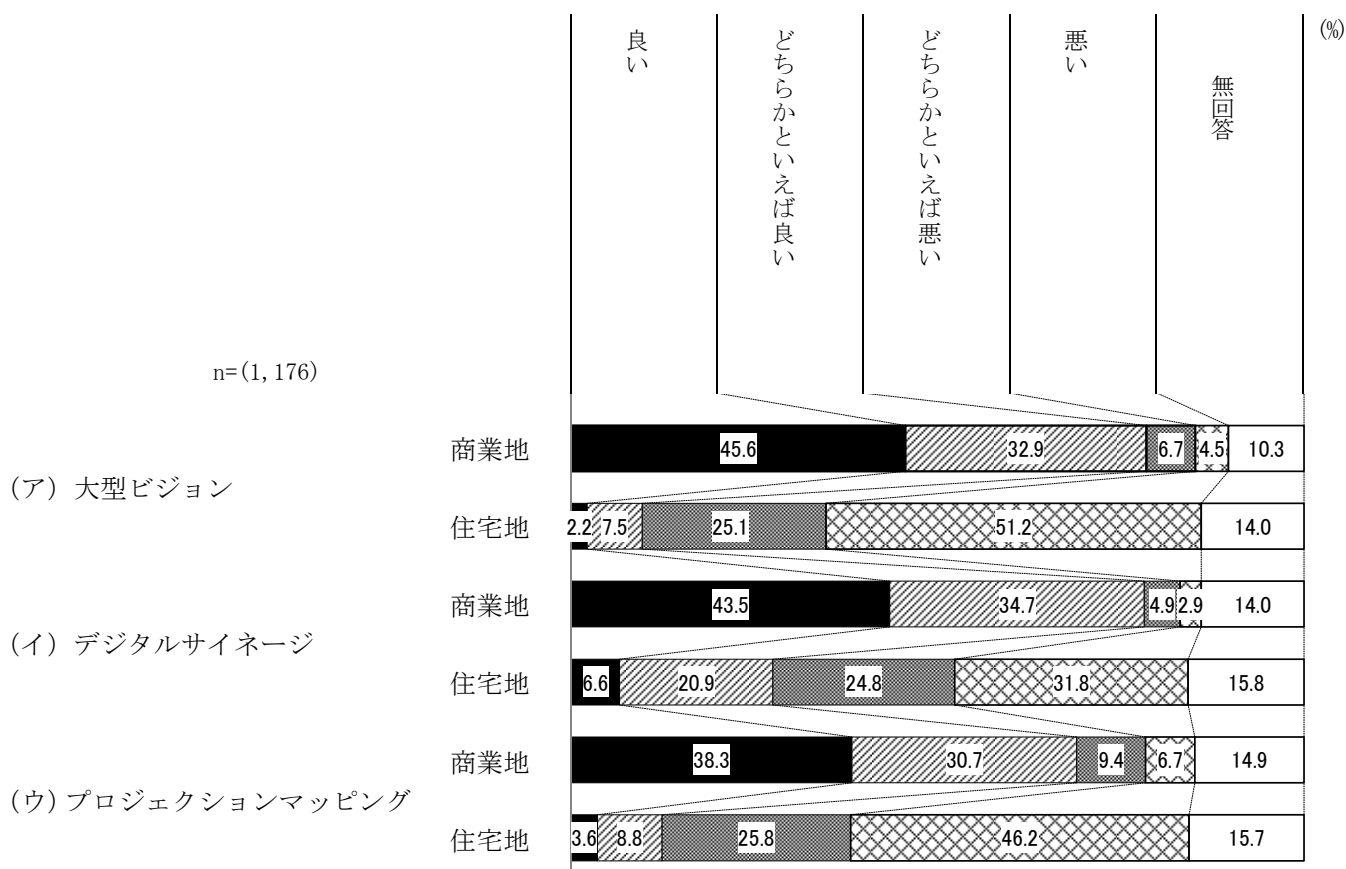


- ◆大型ビジョンが設置される場合、商業地では「良い」が4割台半ばで最も高く、住宅地では「悪い」が5割強で最も高くなっています。
- ◆デジタルサイネージが設置される場合、商業地では「良い」が4割台半ば近くで最も高く、住宅地では「悪い」が3割強で最も高くなっています。
- ◆プロジェクションマッピングが設置される場合、商業地では「良い」が4割近くで最も高く、住宅地では「悪い」が4割台半ばを超えて最も高くなっています。

各広告媒体が商業地および住宅地に設置される場合について、大型ビジョンが商業地に設置される場合、「良い」(45.6%)と「どちらかといえば良い」(32.9%)をあわせた《良い》は8割近くとなっています。一方住宅地に設置される場合は、「どちらかといえば悪い」(25.1%)と「悪い」(51.2%)をあわせた《悪い》が7割台半ばを超えています。

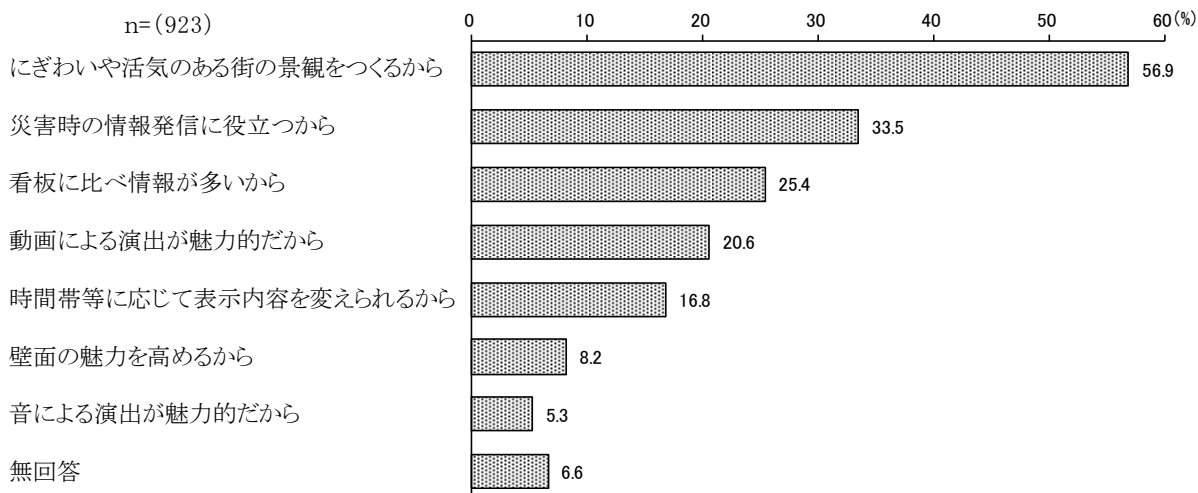
デジタルサイネージが商業地に設置される場合、「良い」(43.5%)と「どちらかといえば良い」(34.7%)をあわせた《良い》は8割近くとなっています。一方住宅地に設置される場合は、「どちらかといえば悪い」(24.8%)と「悪い」(31.8%)をあわせた《悪い》が5割台半ばを超えています。

プロジェクションマッピングが商業地に設置される場合、「良い」(38.3%)と「どちらかといえば良い」(30.7%)をあわせた《良い》は7割弱となっています。一方住宅地に設置される場合は、「どちらかといえば悪い」(25.8%)と「悪い」(46.2%)をあわせた《悪い》が7割強となっています。



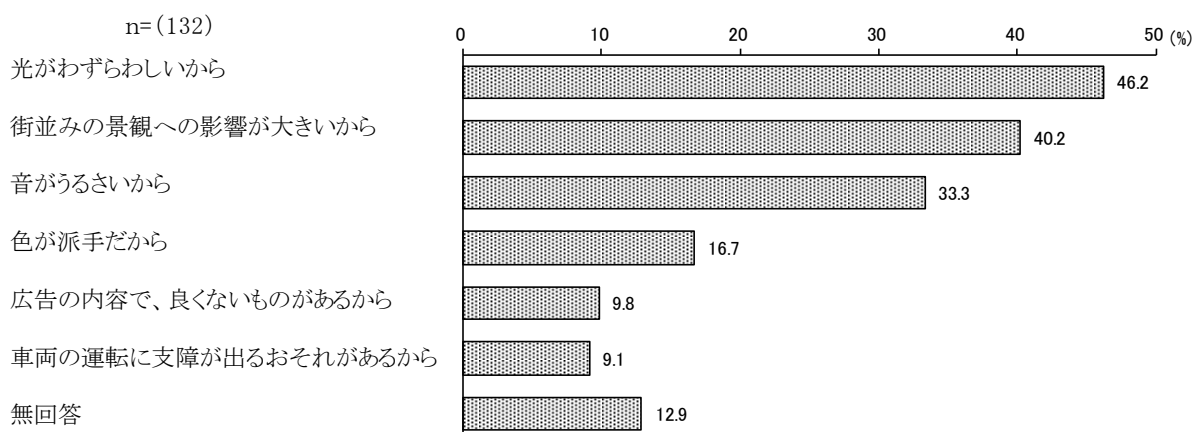
◆大型ビジョン（商業地）の設置について良いと思う理由は、「にぎわいや活気のある街の景観をつくるから」が5割台半ばを超えて最も高く、「災害時の情報発信に役立つから」が3割台半ば近くで続いています。

商業地への大型ビジョンの設置について良いと思う理由は、「にぎわいや活気のある街の景観をつくるから」（56.9%）が5割台半ばを超えて最も高く、次いで「災害時の情報発信に役立つから」（33.5%）が3割台半ば近く、「看板に比べ情報が多いから」（25.4%）が2割台半ばとなっています。



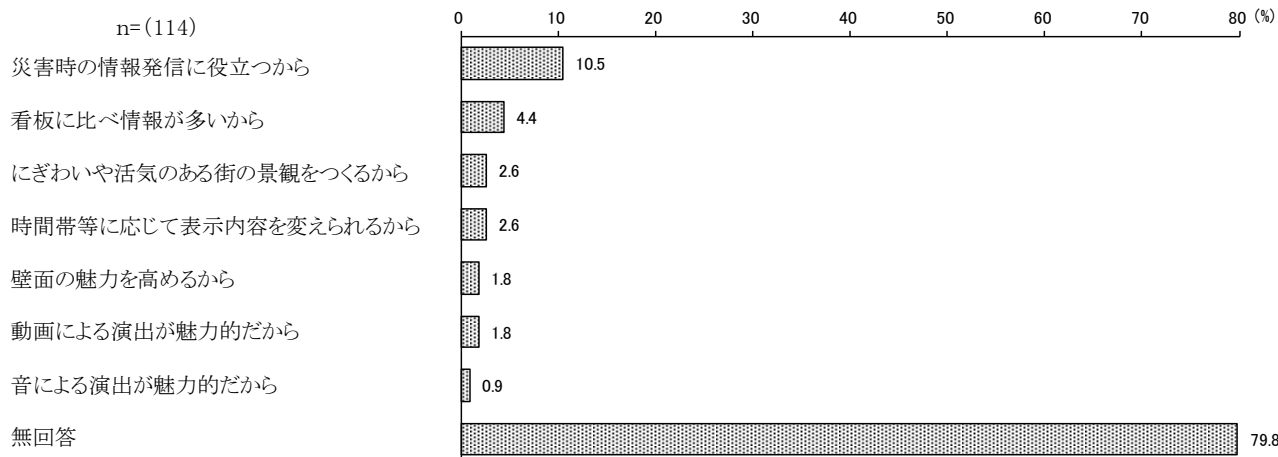
◆大型ビジョン（商業地）の設置について悪いと思う理由は、「光がわずらわしいから」が4割台半ばを超えて最も高く、「街並みの景観への影響が大きいから」が約4割で続いています。

商業地への大型ビジョンの設置について悪いと思う理由は、「光がわずらわしいから」（46.2%）が4割台半ばを超えて最も高く、次いで「街並みの景観への影響が大きいから」（40.2%）が約4割、「音がうるさいから」（33.3%）が3割台半ば近くとなっています。



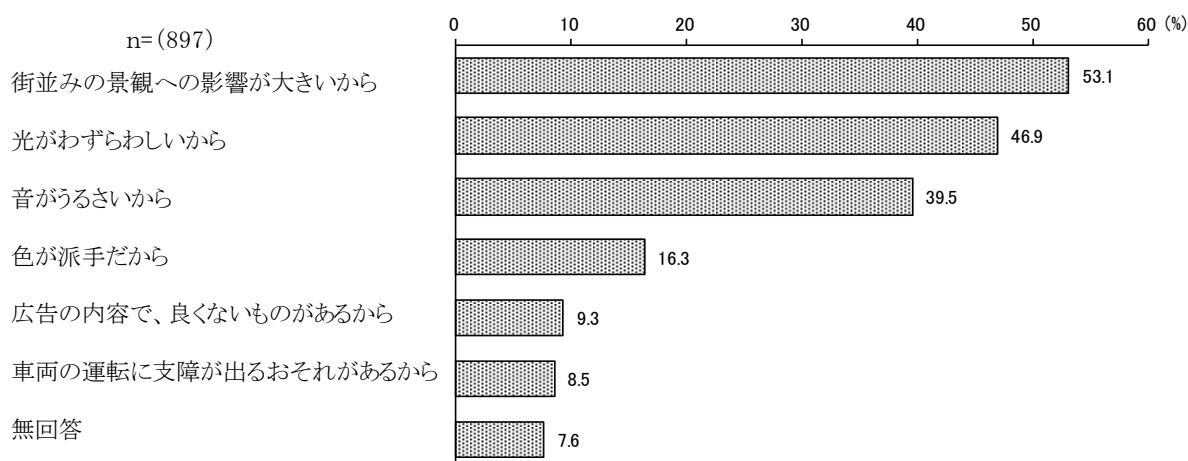
◆大型ビジョン（住宅地）の設置について良いと思う理由は、「災害時の情報発信に役立つから」が約1割で最も高く、その他は1割未満にとどまっています。

住宅地への大型ビジョンの設置について良いと思う理由は、「災害時の情報発信に役立つから」（10.5%）が約1割で最も高く、その他は1割未満にとどまっている。



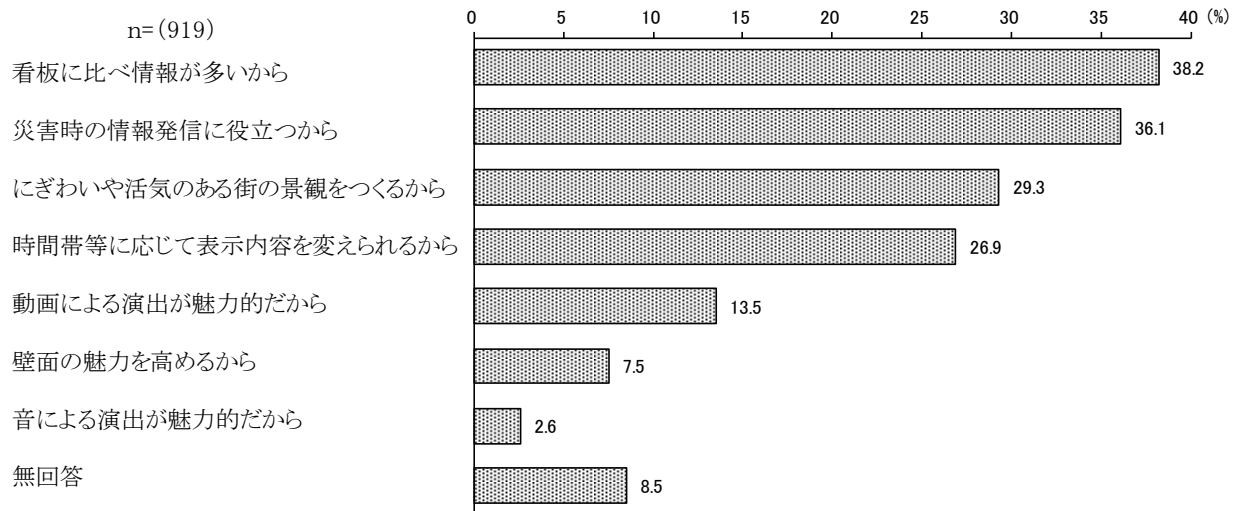
◆大型ビジョン（住宅地）の設置について悪いと思う理由は、「街並みの景観への影響が大きいから」が5割台半ば近くで最も高く、「光がわずらわしいから」が4割台半ばを超えています。

住宅地への大型ビジョンの設置について悪いと思う理由は、「街並みの景観への影響が大きいから」（53.1%）が5割台半ば近くで最も高く、次いで「光がわずらわしいから」（46.9%）が4割台半ばを超え、「音がうるさいから」（39.5%）が4割弱となっています。



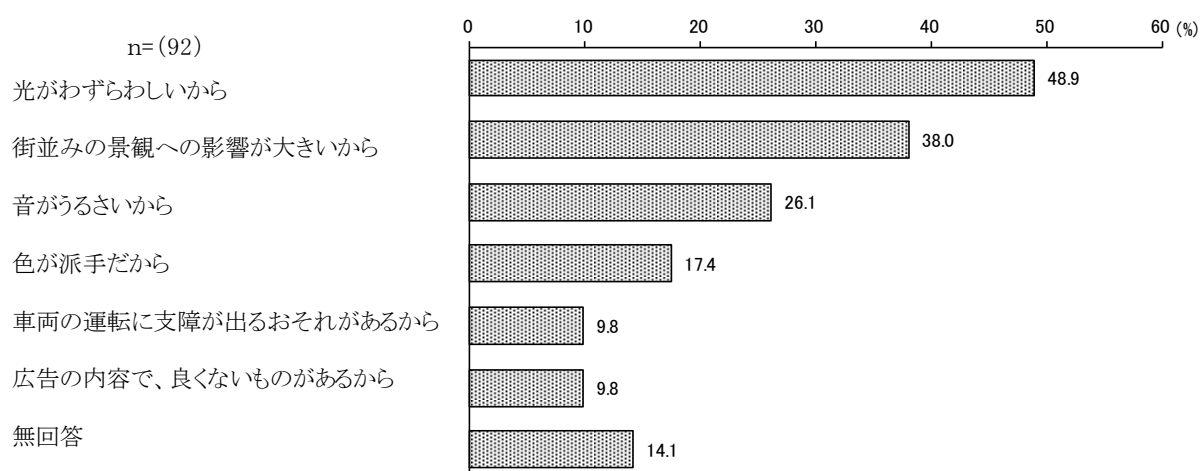
◆デジタルサイネージ（商業地）の設置について良いと思う理由は、「看板に比べ情報が多いから」が4割近くで最も高く、「災害時の情報発信に役立つから」が3割台半ばを超えています。

商業地へのデジタルサイネージの設置について良いと思う理由は、「看板に比べ情報が多いから」（38.2%）が4割近くで最も高く、次いで「災害時の情報発信に役立つから」（36.1%）が3割台半ばを超え、「にぎわいや活気のある街の景観をつくるから」（29.3%）が3割弱となっています。



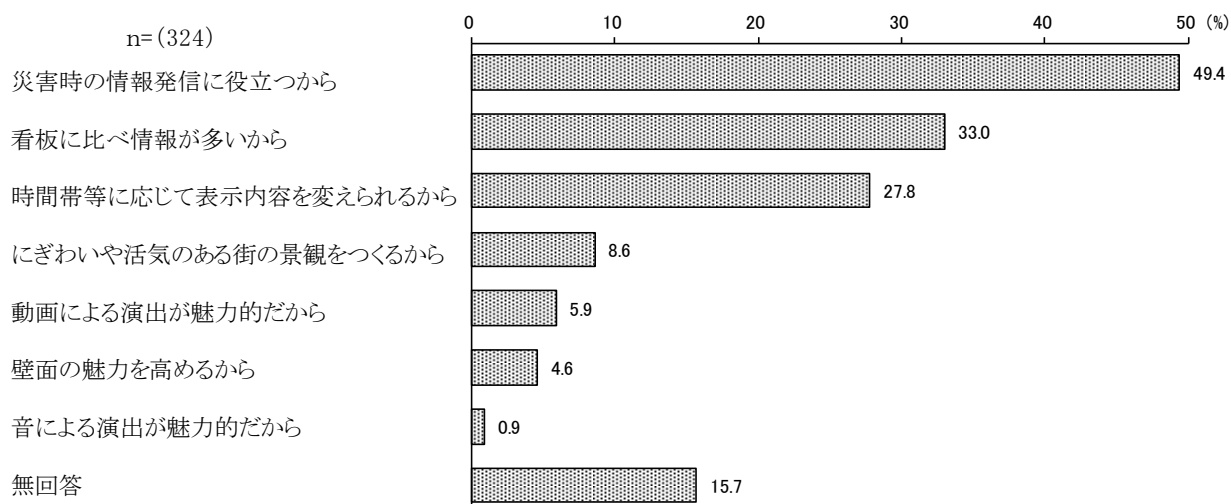
◆デジタルサイネージ（商業地）の設置について悪いと思う理由は、「光がわずらわしいから」が5割近くで最も高く、「街並みの景観への影響が大きいから」が4割近くで続いています。

商業地へのデジタルサイネージの設置について悪いと思う理由は、「光がわずらわしいから」（48.9%）が5割近くで最も高く、次いで「街並みの景観への影響が大きいから」（38.0%）が4割近く、「音がうるさいから」（26.1%）が2割台半ばを超えています。



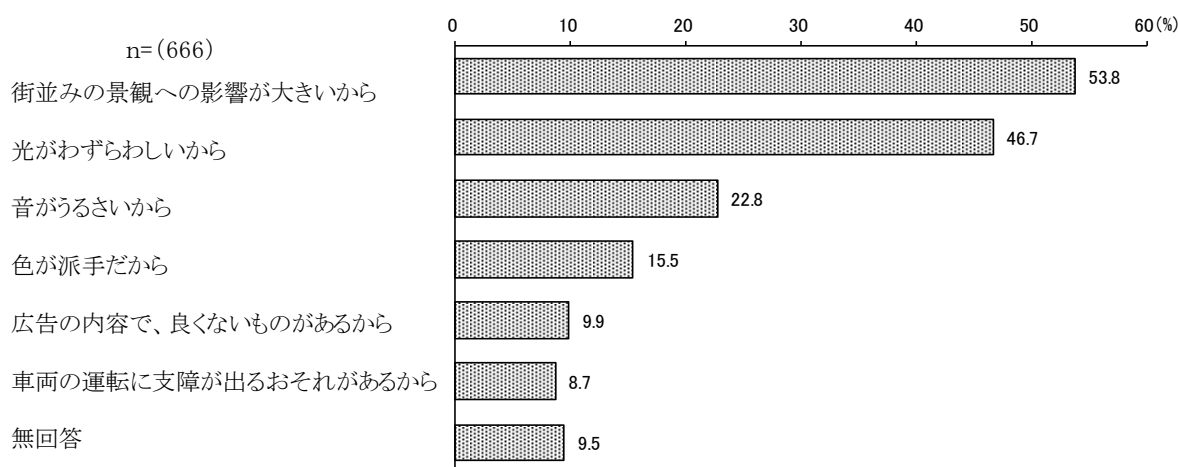
◆デジタルサイネージ（住宅地）の設置について良いと思う理由は、「災害時の情報発信に役立つから」が5割弱で最も高く、「看板に比べ情報が多いから」が3割台半ば近くで続いています。

住宅地へのデジタルサイネージの設置について良いと思う理由は、「災害時の情報発信に役立つから」（49.4%）が5割弱で最も高く、次いで「看板に比べて情報が多いから」（33.0%）が3割台半ば近く、「時間帯等に応じて表示内容を変えられるから」（27.8%）が2割台半ばを超えています。



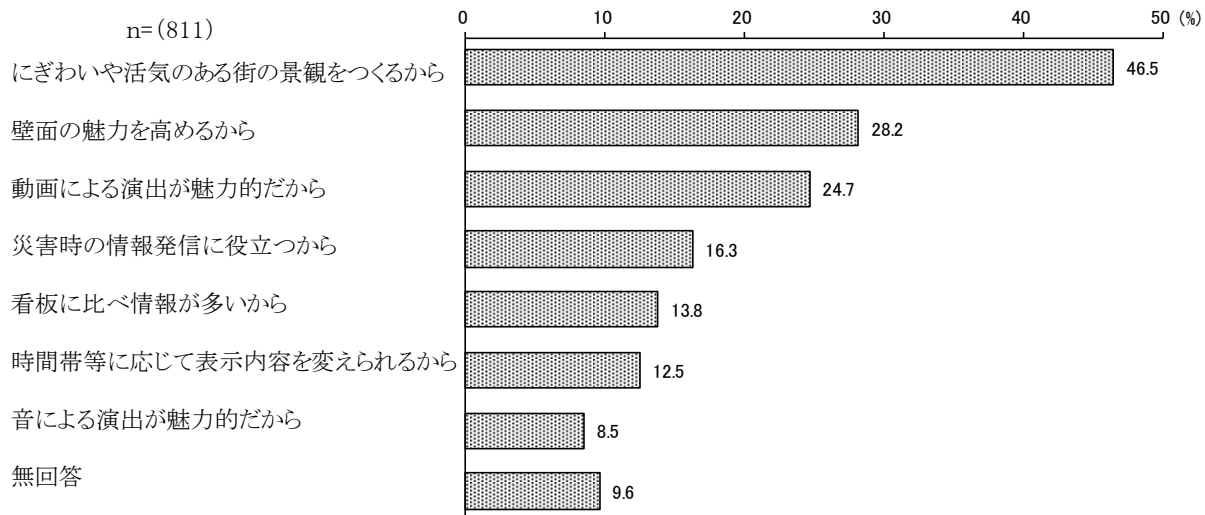
◆デジタルサイネージ（住宅地）の設置について悪いと思う理由は、「街並みの景観への影響が大きいから」が5割台半ば近くで最も高く、「光がわずらわしいから」が4割台半ばを超えて続いています。

住宅地へのデジタルサイネージの設置について悪いと思う理由は、「街並みの景観への影響が大きいから」（53.8%）が5割台半ば近くで最も高く、次いで「光がわずらわしいから」（46.7%）が4割台半ばを超え、「音がうるさいから」（22.8%）が2割強となっています。



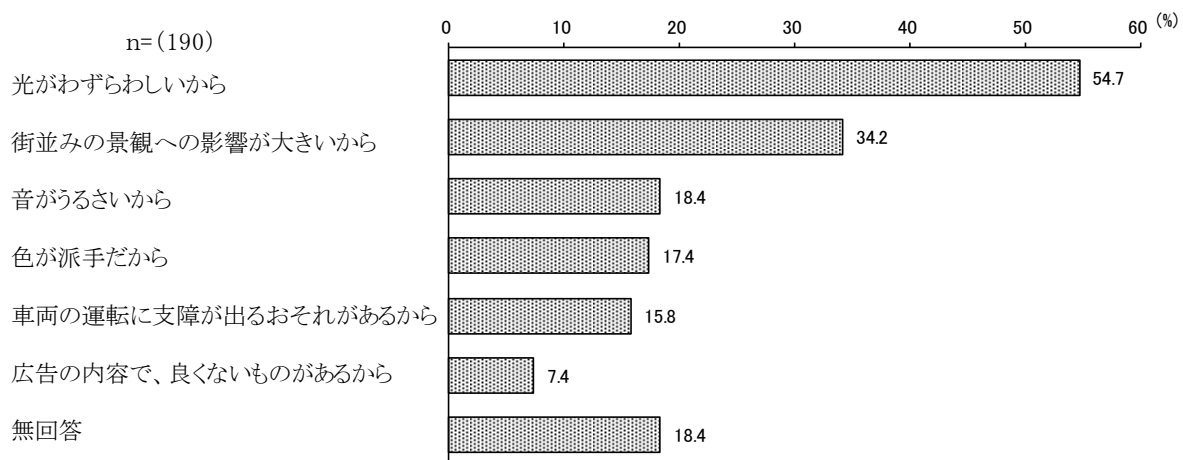
◆プロジェクションマッピング（商業地）の設置について良いと思う理由は、
「にぎわいや活気のある街の景観をつくるから」が4割台半ばを超えて最も
高く、「壁面の魅力を高めるから」が3割近くで続いています。

商業地へのプロジェクションマッピングの設置について良いと思う理由は、「にぎわいや活気のある街の景観をつくるから」（46.5%）が4割台半ばを超えて最も高く、次いで「壁面の魅力を高めるから」（28.2%）が3割近く、「動画による演出が魅力的だから」（24.7%）が2割台半ば近くとなっています。



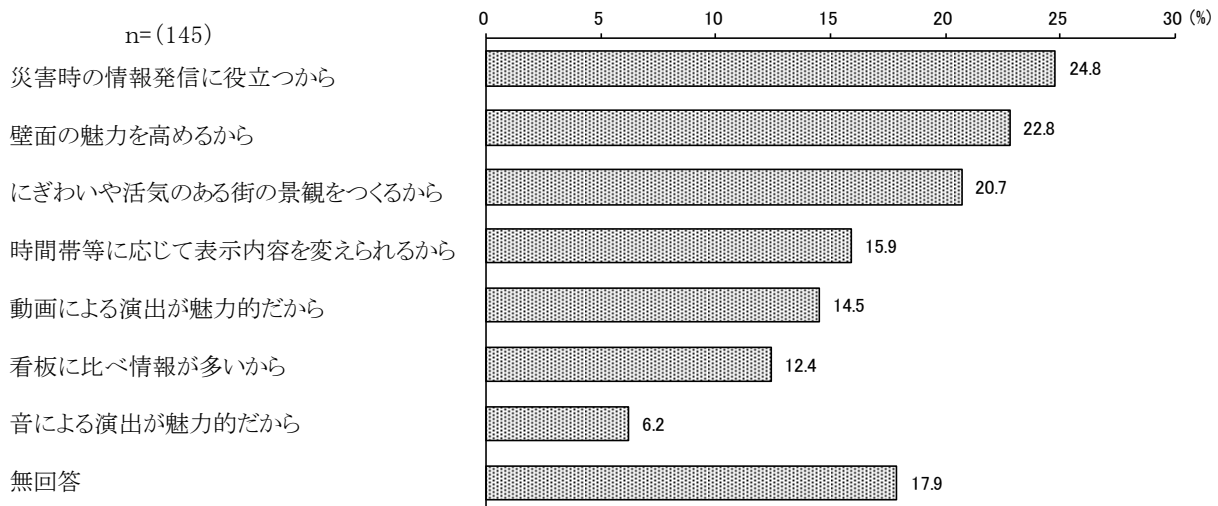
◆プロジェクションマッピング（商業地）の設置について悪いと思う理由は、
「光がわずらわしいから」が5割台半ば近くで最も高く、「街並みの景観への
影響が大きいから」が3割台半ば近くで続いています。

商業地へのプロジェクションマッピングの設置について悪いと思う理由は、「光がわずらわしいから」（54.7%）が5割台半ば近くで最も高く、次いで「街並みの景観への影響が大きいから」（34.2%）が3割台半ば近く、「音がうるさいから」（18.4%）が2割近くとなっています。



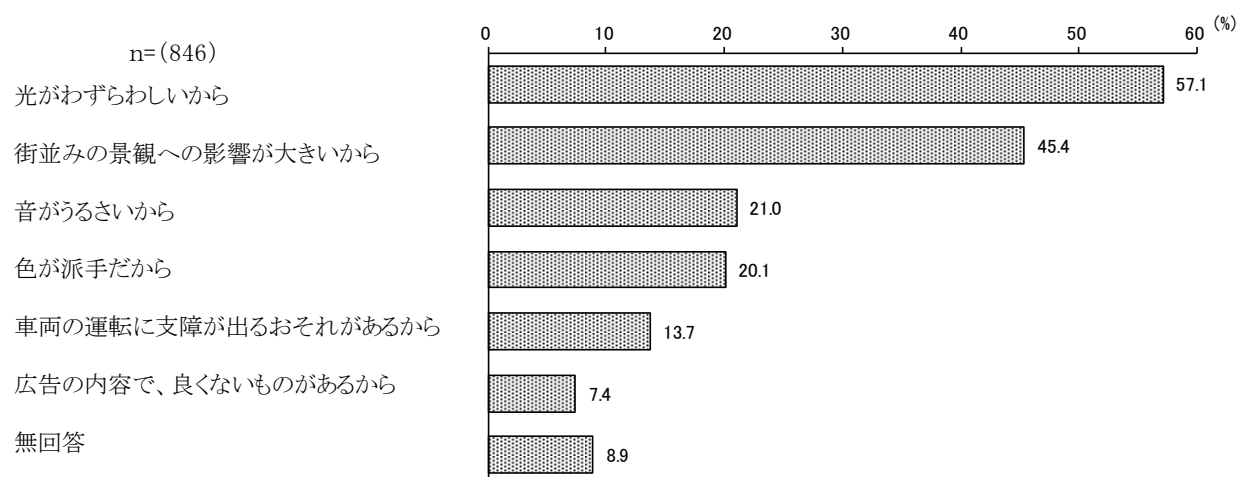
◆プロジェクションマッピング（住宅地）の設置について良いと思う理由は、
「災害時の情報発信に役立つから」が2割台半ば近くで最も高く、「壁面の
魅力を高めるから」が2割強で続いています。

住宅地へのプロジェクションマッピングの設置について良いと思う理由は、「災害時の情報発信に役立つから」（24.8%）が2割台半ば近くで最も高く、次いで「壁面の魅力を高めるから」（22.8%）が2割強、「にぎわいや活気のある街の景観をつくるから」（20.7%）が約2割となっています。



◆プロジェクションマッピング（住宅地）の設置について悪いと思う理由は、
「光がわずらわしいから」が5割台半ばを超えて最も高く、「街並みの景観
への影響が大きいから」が4割台半ばで続いています。

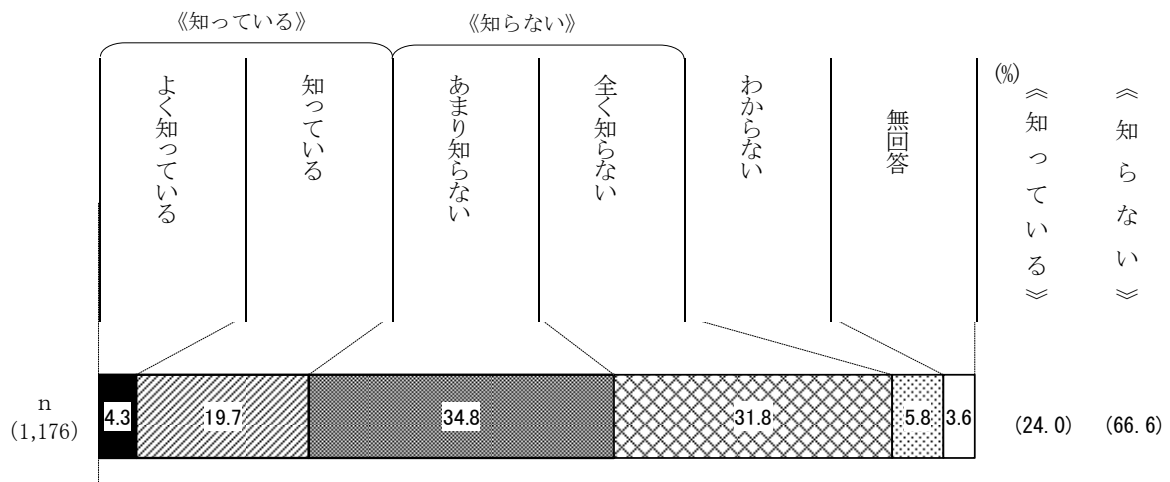
住宅地へのプロジェクションマッピングの設置について悪いと思う理由は、「光がわずらわしいから」（57.1%）が5割台半ばを超えて最も高く、次いで「街並みの景観への影響が大きいから」（45.4%）が4割台半ば、「音がうるさいから」（21.0%）が2割強となっています。



10 公民連携（PPP）の推進

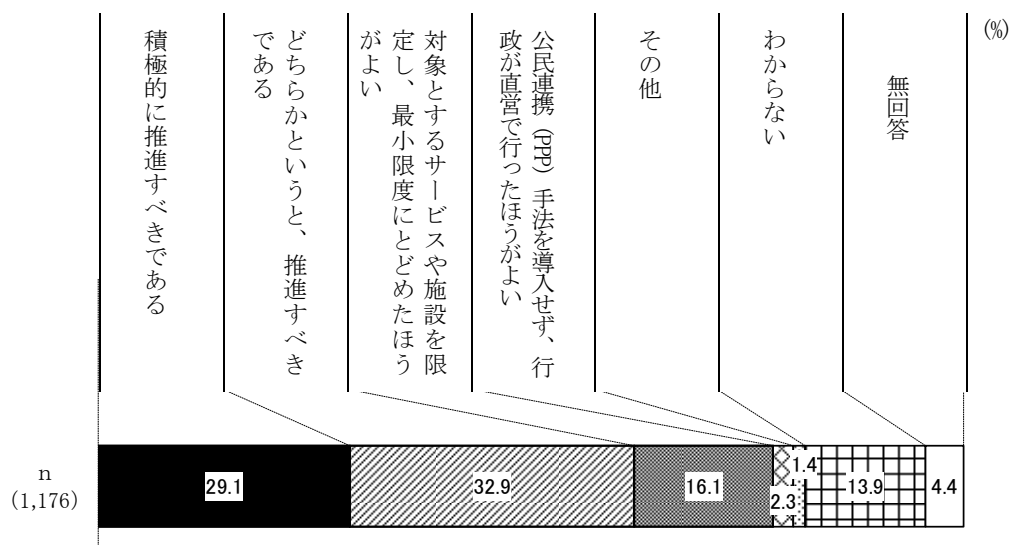
◆区において実施される公民連携（PPP）の認知度は、「よく知っている」「知っている」の《知っている》が2割台半ば近くにとどまっています。

区において実施される公民連携（PPP）の認知度は、「あまり知らない」（34.8%）が3割台半ば近くで最も高く、「全く知らない」（31.8%）が3割強で続きます。一方、「知っている」（19.7%）は2割弱で、「よく知っている」（4.3%）は1割未満となっています。「よく知っている」と「知っている」をあわせた《知っている》は2割台半ば近くとなっています。



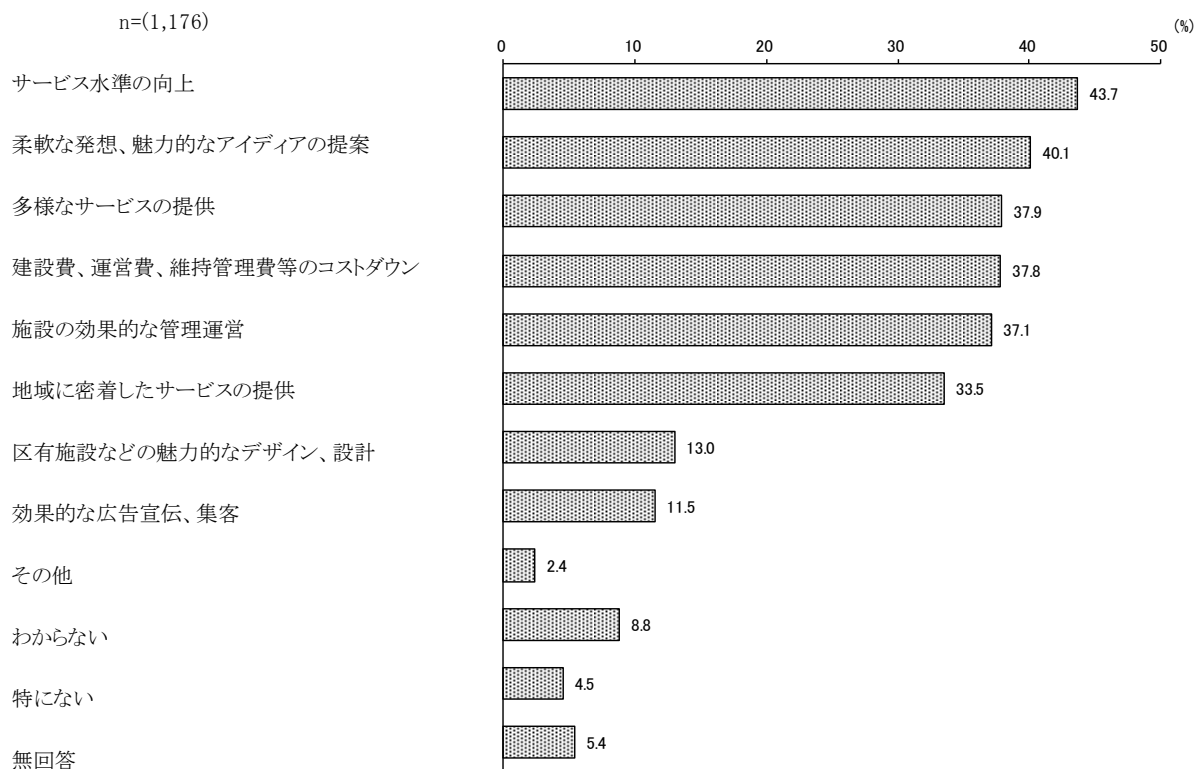
◆区の公民連携（PPP）推進について考えることは、「どちらかという、推進すべきである」が3割強で最も高く、「積極的に推進すべきである」が3割弱で続きます。

区の公民連携（PPP）推進について考えることは、「どちらかという、推進すべきである」（32.9%）が3割強で最も高く、次いで「積極的に推進すべきである」（29.1%）が3割弱となっています。



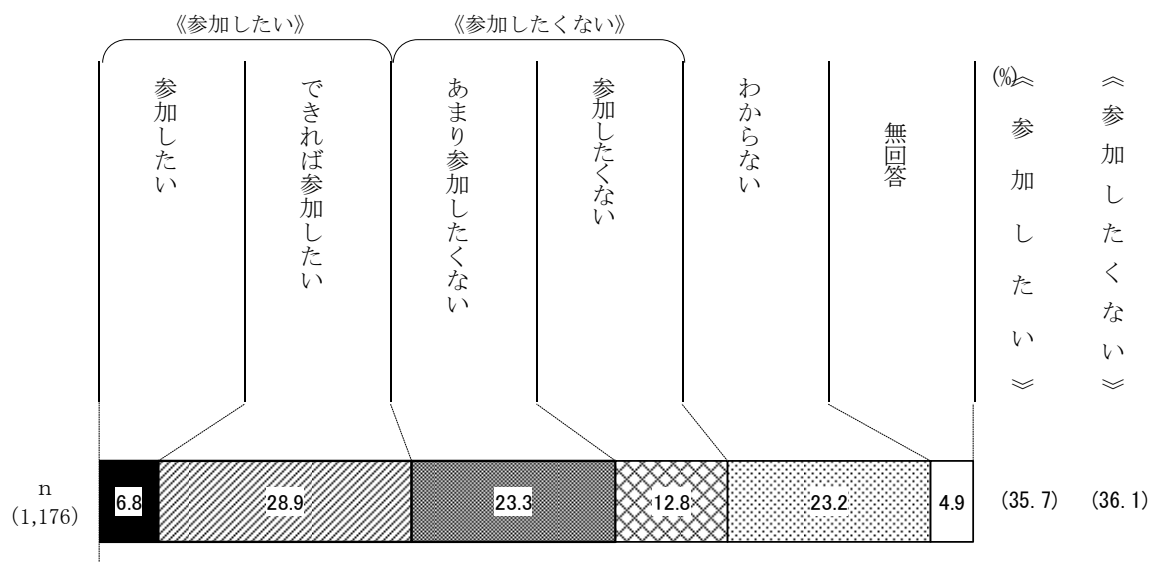
◆**公民連携（PPP）に期待することは、「サービス水準の向上」が4割台半ば近くで最も高く、「柔軟な発想、魅力的なアイデアの提案」が約4割で続いています。**

公民連携（PPP）に期待することは、「サービス水準の向上」（43.7%）が4割台半ば近くで最も高く、次いで「柔軟な発想、魅力的なアイデアの提案」（40.1%）が約4割となっています。



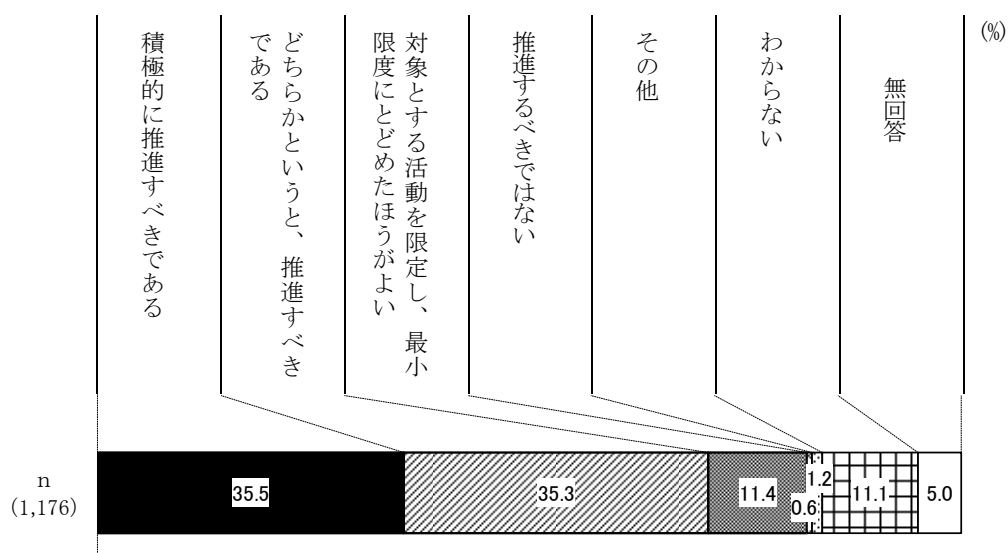
◆**取組への参加希望は、「参加したい」「できれば参加したい」の《参加したい》は3割台半ばとなっています。**

取組への参加希望は、「できれば参加したい」（28.9%）が3割近くで最も高く、次いで「あまり参加したくない」（23.3%）が2割台半ば近くとなっています。「参加したい」と「できれば参加したい」を合わせた《参加したい》は3割台半ばとなっています。



◆民間のノウハウ等の導入意識は、「積極的に推進すべきである」「どちらかというと、推進すべきである」が3割台半ばで最も高く、「対象とする活動を限定し、最小限度にとどめたほうがよい」が1割強で続きます。

民間のノウハウ等の導入意識は、「積極的に推進すべきである」(35.5%)と「どちらかというと、推進すべきである」(35.3%)が3割台半ばで高く、次いで「対象とする活動を限定し、最小限度にとどめたほうがよい」が1割強となっています。



詳しい結果が載っている「令和元年度 新宿区区民意識調査」の報告書は、総合政策部区政情報課、区政情報センター、区立図書館で閲覧できます。

また、区のホームページ <http://www.city.shinjuku.lg.jp>からも全文を閲覧できます。

どうぞ、ご利用ください。

この印刷物は、業者委託により、1,000部印刷製本しています。その経費として1部あたり165円（税込み）がかかっています。ただし、編集時の職員人件費や配送費等は含んでいません。

令和元年度 新宿区区民意識調査 要約版

2020年（令和2年）1月発行

印刷物作成番号

2019-17-2106

【発行】 新宿区 総合政策部 区政情報課 広聴係
〒160-8484 新宿区歌舞伎町1丁目4番1号
☎ 03（5273）4065（直通）

【実施】 株式会社 都市計画21
〒103-0013 中央区日本橋人形町1丁目6番10号
☎ 03（5623）6371

- 新宿区は、環境への負荷を少なくし、未来の環境を創造するまちづくりを推進しています。本誌は森林資源の保護とリサイクルの促進のため、古紙を利用した再生紙を使用しています。