

令和元年度第2回

新宿区

区政モニターアンケート報告書

- テーマ1 歌舞伎町ルネッサンスの推進について
- テーマ2 認知症になっても安心して暮らせるまちについて
- テーマ3 新宿応援セールについて
- テーマ4 成年後見制度について



新宿区総合政策部区政情報課広聴係

目 次

I 調査の概要.....	1
1 調査の目的.....	1
2 調査の概要.....	1
3 集計・分析結果を読む際の注意点.....	1
4 回答者の属性.....	2
II 調査の結果.....	5
テーマ1 歌舞伎町ルネッサンスの推進について.....	5
（1）歌舞伎町に行く目的.....	5
（2）今後の、歌舞伎町への来街意向.....	8
（3）歌舞伎町ルネッサンスの認知状況.....	12
（4）歌舞伎町の印象の変化.....	13
（5）歌舞伎町ルネッサンスについての意見・要望.....	22
テーマ2 認知症になっても安心して暮らせるまちについて.....	24
（1）認知症の早期診断・早期治療が大切であることの理解度.....	24
（2）認知症は家族等の理解と対応で症状が和らぐことの理解度.....	26
（3）認知症サポーター養成講座について.....	27
（4）認知症サポーター養成講座の受講希望について.....	28
（5）「認知症・もの忘れ相談医」について.....	29
テーマ3 新宿応援セールについて.....	30
（1）「新宿応援セール」の認知状況.....	30
（2）「新宿応援セール」の認知経路.....	31
（3）「新宿応援セール」中の商店会での買い物の有無・頻度.....	32
（4）「新宿応援セール」中に買い物をした店舗.....	33
（5）「新宿応援セール」中の購入額.....	34
（6）「新宿応援セール」中の1回あたりの購入金額.....	35
（7）「新宿応援セール」の当選券の利用.....	36
（8）「新宿応援セール」の当選券を利用しなかった理由.....	37
（9）「新宿応援セール」への意見・要望.....	38
テーマ4 成年後見制度について.....	40
（1）成年後見制度の認知度.....	40
（2）成年後見制度の利用意向.....	43
（3）後見人になってほしい人.....	45
（4）成年後見制度が利用されるために必要なこと.....	46
（5）成年後見制度に関する周知方法.....	47

Ⅲ 資料（調査票）	49
-----------------	----

I 調査の概要

1 調査の目的

この調査は、今日的な区政課題への迅速な対応の検討や的確な事業執行を進める上での基礎資料とするため、アンケート区政モニターの方を対象にアンケート調査を実施し、今後の区政運営の参考とするものである。

2 調査の概要

《第2回》	調査対象	アンケート区政モニター 993 名
	調査内容	テーマ1 歌舞伎町ルネッサンスの推進について
		テーマ2 認知症になっても安心して暮らせるまちについて
		テーマ3 新宿応援セールについて
		テーマ4 成年後見制度について
	調査期間	令和元年9月6日～令和元年9月20日
	調査方法	郵送配布・郵送回収
	回答数	875 票（回収率 88.1%）

3 集計・分析結果を読む際の注意点

- 「調査結果」の図表は、原則として回答者の構成比（百分率）で表している。
- 「n」は、「Number of case」の略で、構成比算出の母数を示している。
- 「MT」は、「Multiple Total」の略で、複数回答の合計数を示している。
- 回答はすべて百分率（%）で表し、小数点以下第2位を四捨五入している。そのため、その数値の合計は100%を前後する場合がある。
- 複数回答の設問では、すべての比率の合計が100%を超えることがある。
- 図表中の「0.0」は四捨五入の結果または回答者が皆無であることを表す。
- クロス集計の分析軸となる項目に「無回答」がある場合、これを表示していない。よって「全体」の数値と各項目の和が一致しない場合がある。

統計の数値を考察するにあたり、本報告書では次の表現を用いる。

（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
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

I 調査の概要

○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 : 40歳未満の子どものない夫婦、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

(生計を別にした子どもがいる人を含む)

高齢期 : 65歳以上の人 (生計を別にした子どもがいる人を含む)

その他 : 40歳から64歳の独身者、40歳から64歳の子どものない夫婦など

4 回答者の属性

(1) 居住地域

選択肢	回答数	割合 (%)	選択肢	回答数	割合 (%)
1 四谷	134	15.3	6 戸塚	100	11.4
2 筆筈町	109	12.5	7 落合第一	90	10.3
3 榎町	81	9.3	8 落合第二	90	10.3
4 若松町	91	10.4	9 柏木	56	6.4
5 大久保	89	10.2	10 角筈・区役所	35	4.0
			計	875	100.0%

(2) 性別

選択肢	回答数	割合 (%)
1 男性	377	43.1
2 女性	498	56.9
計	875	100.0%

(3) 年齢

選択肢	回答数	割合 (%)	選択肢	回答数	割合 (%)
1 18～19歳	6	0.7	9 55～59歳	81	9.3
2 20～24歳	16	1.8	10 60～64歳	53	6.1
3 25～29歳	43	4.9	11 65～69歳	56	6.4
4 30～34歳	75	8.6	12 70～74歳	72	8.2
5 35～39歳	83	9.5	13 75～79歳	56	6.4
6 40～44歳	107	12.2	14 80歳以上	53	6.1
7 45～49歳	85	9.7	無回答	7	0.8
8 50～54歳	82	9.4	計	875	100.0%

(4) 職業

選択肢	回答数	割合 (%)	選択肢	回答数	割合 (%)
1 会社員・団体職員	333	38.1	5 学生	23	2.6
2 会社役員・団体役員	49	5.6	6 専業主婦・主夫	119	13.6
3 パート・アルバイト、 非常勤、嘱託、派遣など	136	15.5	7 無職	114	13.0
4 自営業、自由業	84	9.6	8 その他	10	1.1
			無回答	7	0.8
			計	875	100.0%

(5) 職場や学校の所在地

選択肢	回答数	割合 (%)
1 新宿区内	230	36.8
2 新宿区外	391	62.6
無回答	4	0.6
計	625	100.0%

(6) 同居している家族等

選択肢	回答数	割合 (%)	選択肢	回答数	割合 (%)
1 子	366	41.8	6 兄弟姉妹	33	3.8
2 妻または夫	534	61.0	7 その他	21	2.4
3 親	97	11.1	8 ひとり暮らし	176	20.1
4 祖父母	8	0.9	無回答	15	1.7
5 孫	15	1.7	回答総計	1,265	144.6%
			計	875	100.0%

(7) 同居者数

選択肢	回答数	割合 (%)	選択肢	回答数	割合 (%)
1 1人	279	40.8	4 4人	31	4.5
2 2人	230	33.6	5 5人以上	23	3.4
3 3人	120	17.5	無回答	1	0.1
			計	684	100.0%

(8) 同居している子

選択肢	回答数	割合 (%)	選択肢	回答数	割合 (%)
1 一番上の子が小学校入学前	97	26.5	4 一番上の子が学校を卒業	108	29.5
2 一番上の子が小・中学生	90	24.6	無回答	12	3.3
3 一番上の子が高・大学生	59	16.1	計	366	100.0%

(9) 新宿区での居住年数

選択肢	回答数	割合 (%)	選択肢	回答数	割合 (%)
1 1年未満	1	0.1	5 10年以上20年未満	166	19.0
2 1年以上3年未満	71	8.1	6 20年以上30年未満	109	12.5
3 3年以上5年未満	104	11.9	7 30年以上	272	31.1
4 5年以上10年未満	140	16.0	無回答	12	1.4
			計	875	100.0%

I 調査の概要

(10) 住居形態

選択肢		回答数	割合 (%)	選択肢		回答数	割合 (%)
一戸建て	1 持ち家の一戸建て	221	25.3	集合住宅	5 分譲マンション・アパート	322	36.8
	2 賃貸の一戸建て	23	2.6		6 賃貸マンション・アパート	215	24.6
	3 社宅・公務員官舎の一戸建て	6	0.7		7 賃貸のUR都市機構（旧公団）・公社のマンション・アパート	7	0.8
	4 その他	6	0.7		8 賃貸の都営・区営住宅	33	3.8
					9 社宅・公務員官舎	28	3.2
			10 その他		8	0.9	
			無回答		6	0.7	
			計		875	100.0%	

(11) ライフステージ

選択肢			選択肢		
回答数		割合 (%)	回答数		割合 (%)
1 独身期	54	6.2	5 家族成熟期	49	5.6
2 家族形成期	124	14.2	6 高齢期	237	27.1
3 家族成長前期	90	10.3	7 その他	262	29.9
4 家族成長後期	59	6.7	計	875	100.0%

Ⅱ 調査の結果

テーマ1 歌舞伎町ルネッサンスの推進について

(1) 歌舞伎町に行く目的

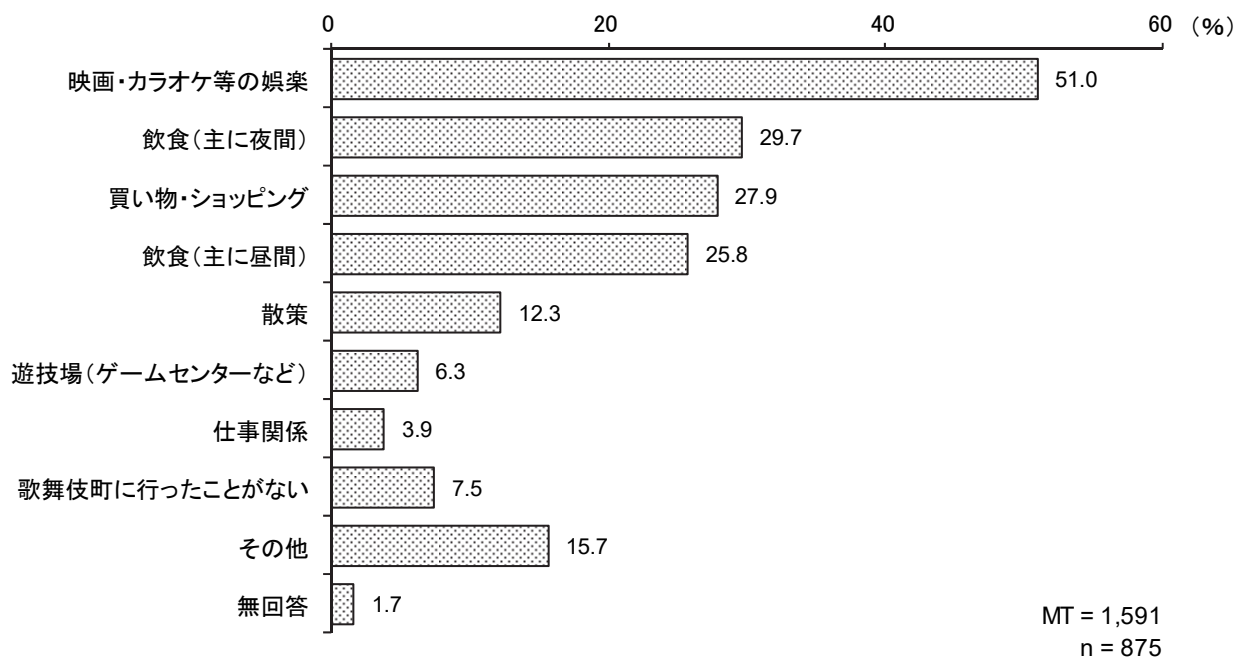
◎「映画・カラオケ等の娯楽」が5割強

問1 歌舞伎町に行く主な目的は何ですか。

(あてはまるものに3つまで○をつけてください)

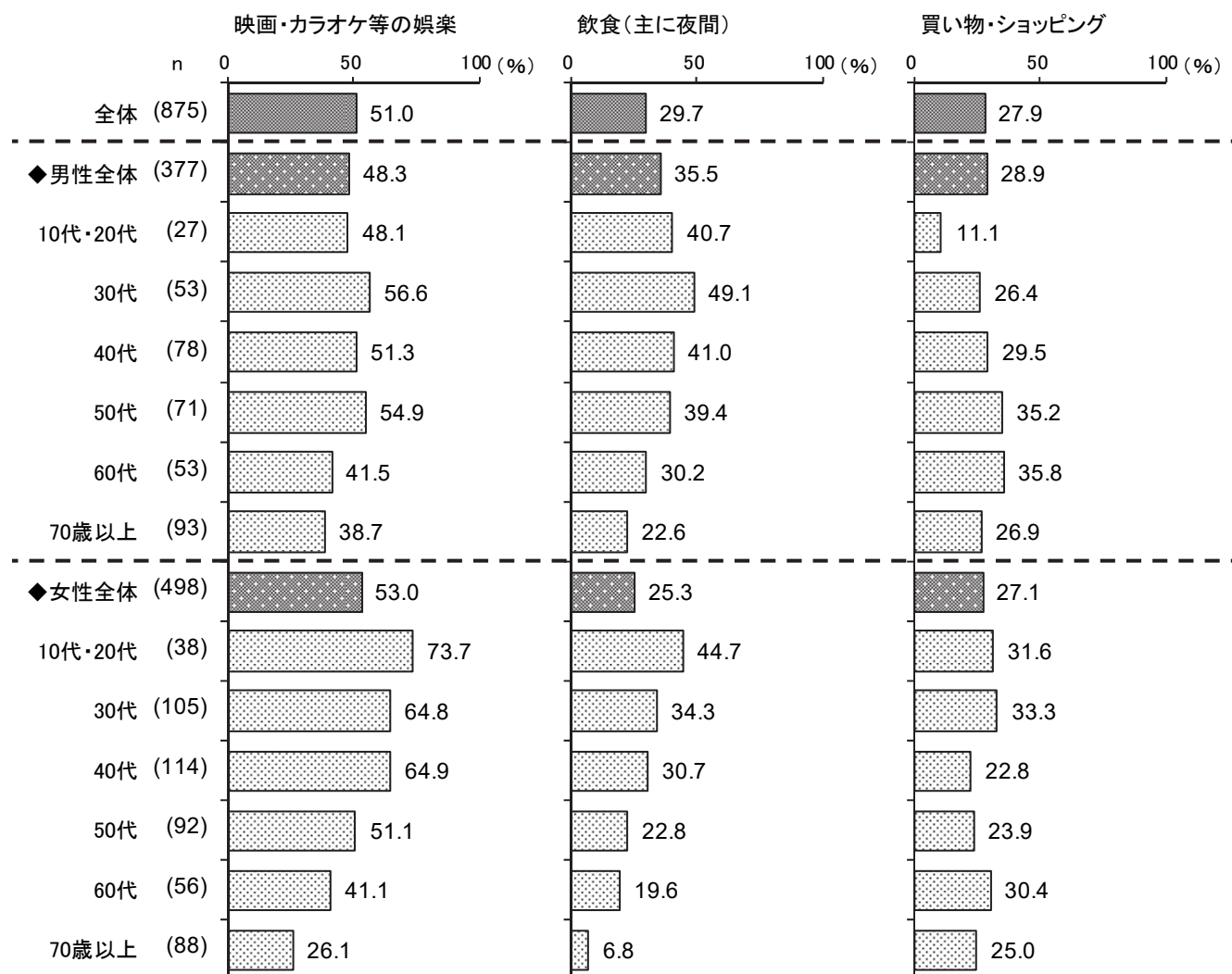
	(n=875)
1 買い物・ショッピング	27.9%
2 映画・カラオケ等の娯楽	51.0
3 散策	12.3
4 遊技場(ゲームセンターなど)	6.3
5 仕事関係	3.9
6 飲食(主に昼間)	25.8
7 飲食(主に夜間)	29.7
8 歌舞伎町に行ったことがない	7.5
9 その他	15.7
無回答	1.7

図1-1-1 歌舞伎町に行く目的



歌舞伎町に行く目的について、「映画・カラオケ等の娯楽」(51.0%)が5割強で最も高く、次いで「飲食(主に夜間)」(29.7%)が3割弱、「買い物・ショッピング」(27.9%)が2割台半ばを超えている。(図1-1-1)

図１－１－２ 歌舞伎町に行く目的
（性別・性／年代別）
１～３位

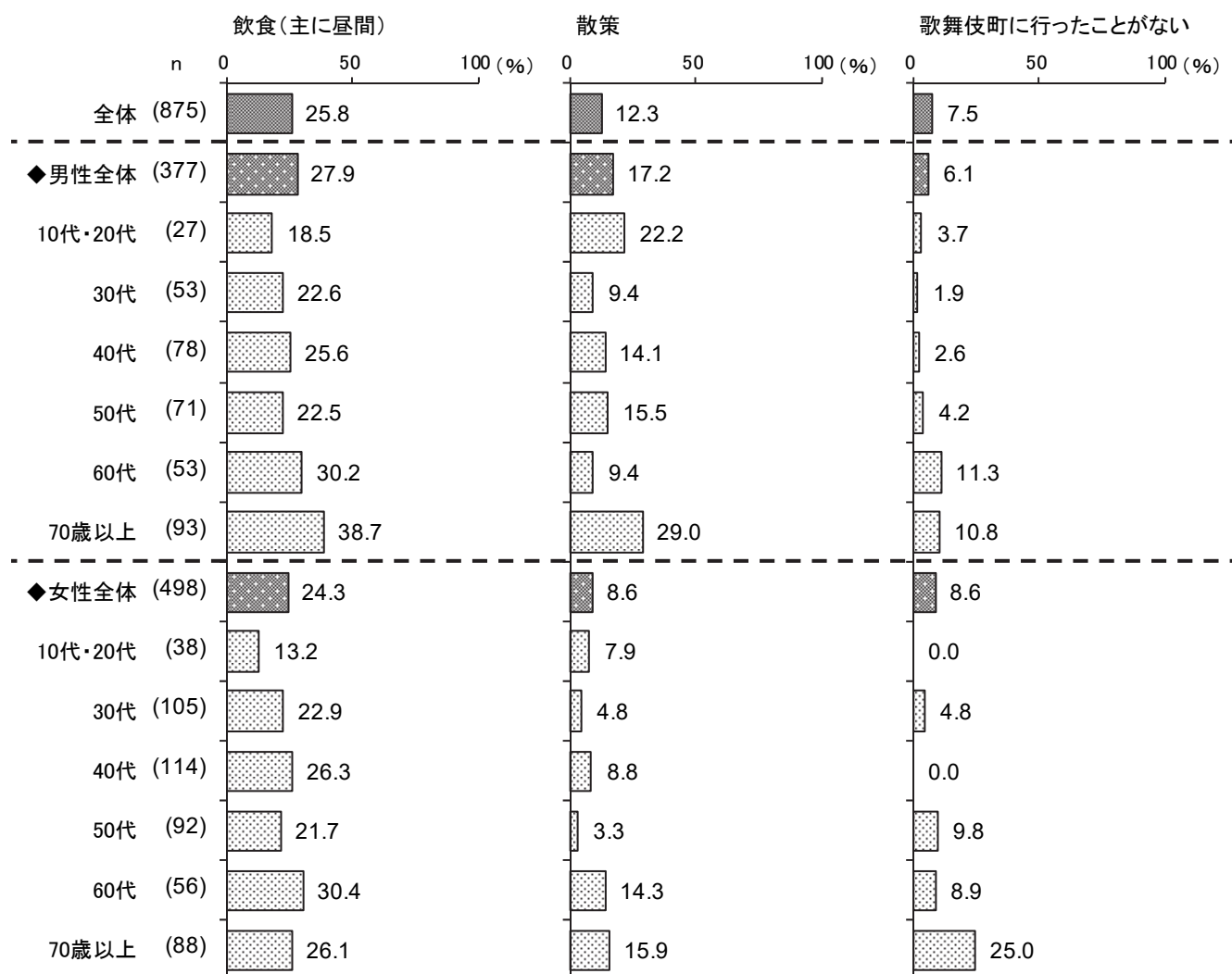


１～３位の項目について、性別で見ると、「飲食（主に夜間）」は男性（35.5%）が３割台半ばと、女性（25.3%）を10.2ポイント上回っている。

性／年代別で見ると、「映画・カラオケ等の娯楽」は女性の10代・20代（73.7%）が7割台半ば近くと、全体（51.0%）を22.7ポイント上回っている。

「飲食（主に夜間）」は男性の30代（49.1%）が5割弱と、全体（29.7%）を19.4ポイント上回っている。（図１－１－２）

図1-1-3 歌舞伎町に行く目的
(性別・性／年代別)
4～5位+「歌舞伎町に行ったことがない」



4～5位の項目と「歌舞伎町に行ったことがない」について、性別でみると、「散策」は男性（17.2%）が1割台半ばを超え、女性（8.6%）を8.6ポイント上回っている。

性／年代別でみると、「飲食(主に昼間)」は男性の70歳以上（38.7%）が4割近くと、全体（25.8%）を12.9ポイント上回っている。

「散策」は男性の70歳以上（29.0%）が3割弱と、全体（12.3%）を16.7ポイント上回っている。

「歌舞伎町に行ったことがない」は女性の70歳以上（25.0%）が2割台半ばと、全体（7.5%）を17.5ポイント上回っている。（図1-1-3）

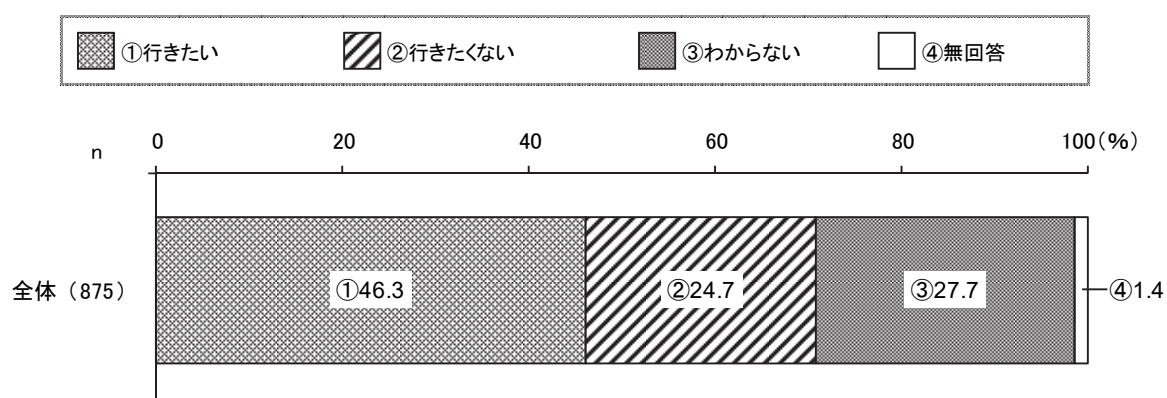
（２）今後の、歌舞伎町への来街意向

◎今後、「行きたい」が４割台半ばを超え

問２ あなたは今後、歌舞伎町へ行きたいと思いますか。（○は１つ）

	(n=875)
１ 行きたい	46.3%
２ 行きたくない	24.7
３ わからない	27.7
無回答	1.4

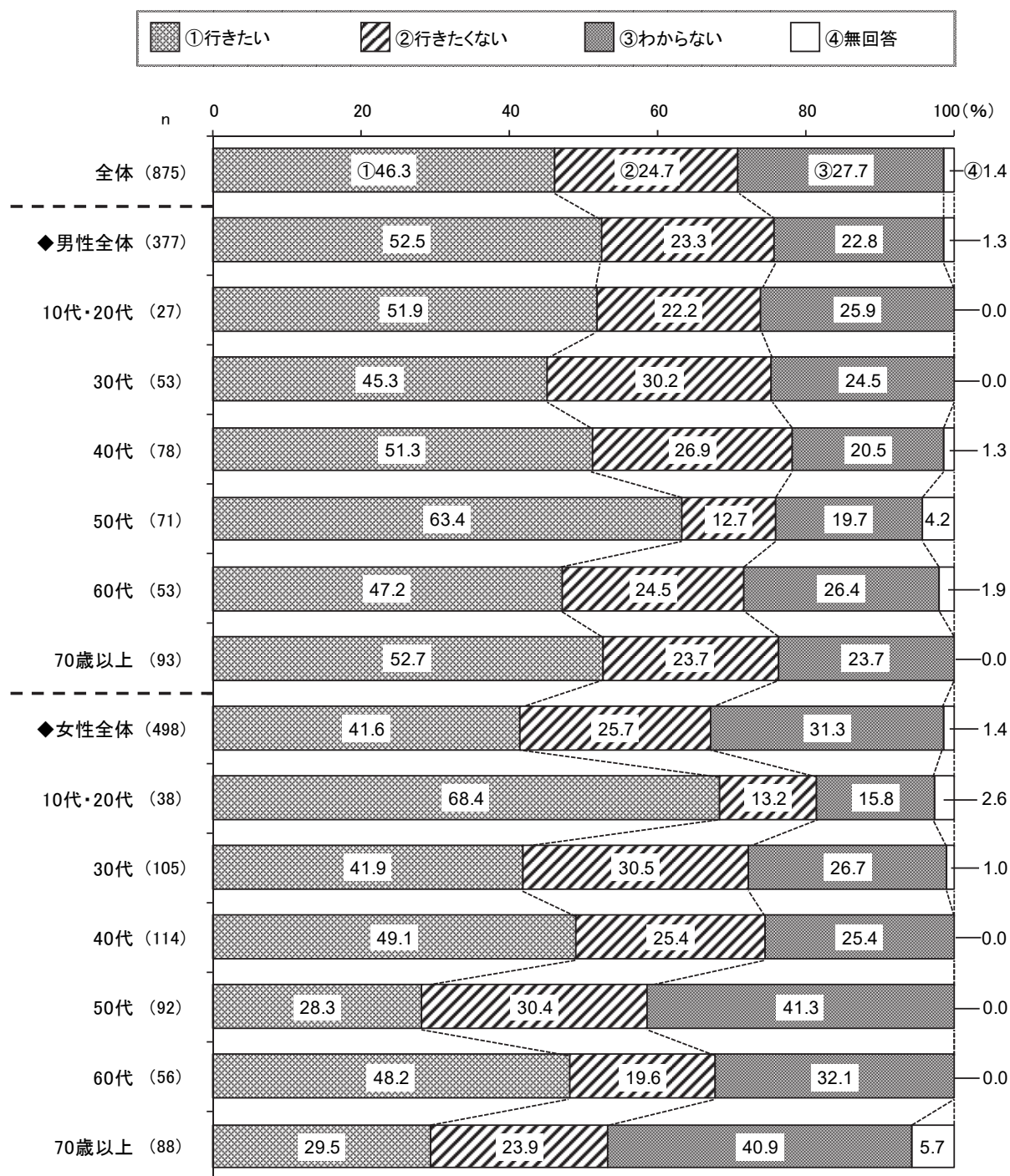
図１－２－１ 今後の、歌舞伎町への来街意向



今後の、歌舞伎町への来街意向について、「行きたい」（46.3％）が４割台半ばを超え、「行きたくない」（24.7％）が２割台半ば近く、「わからない」（27.7％）が２割台半ばを超えている。

（図１－２－１）

図1-2-2 今後の、歌舞伎町への来街意向
(性別・性／年代別)



性別でみると、「行きたい」は男性（52.5%）が5割強と、女性（41.6%）を10.9ポイント上回っている。

性／年代別でみると、「行きたい」は女性の10代・20代（68.4%）が7割近くと、全体（46.3%）を22.1ポイント上回っている。（図1-2-2）

Ⅱ 調査の結果（テーマ１ 歌舞伎町ルネッサンスの推進について）

表１－２－１ 今後の、歌舞伎町への来街意向
「行きたい」・「行きたくない」
（性別・性／年代別 経年推移）

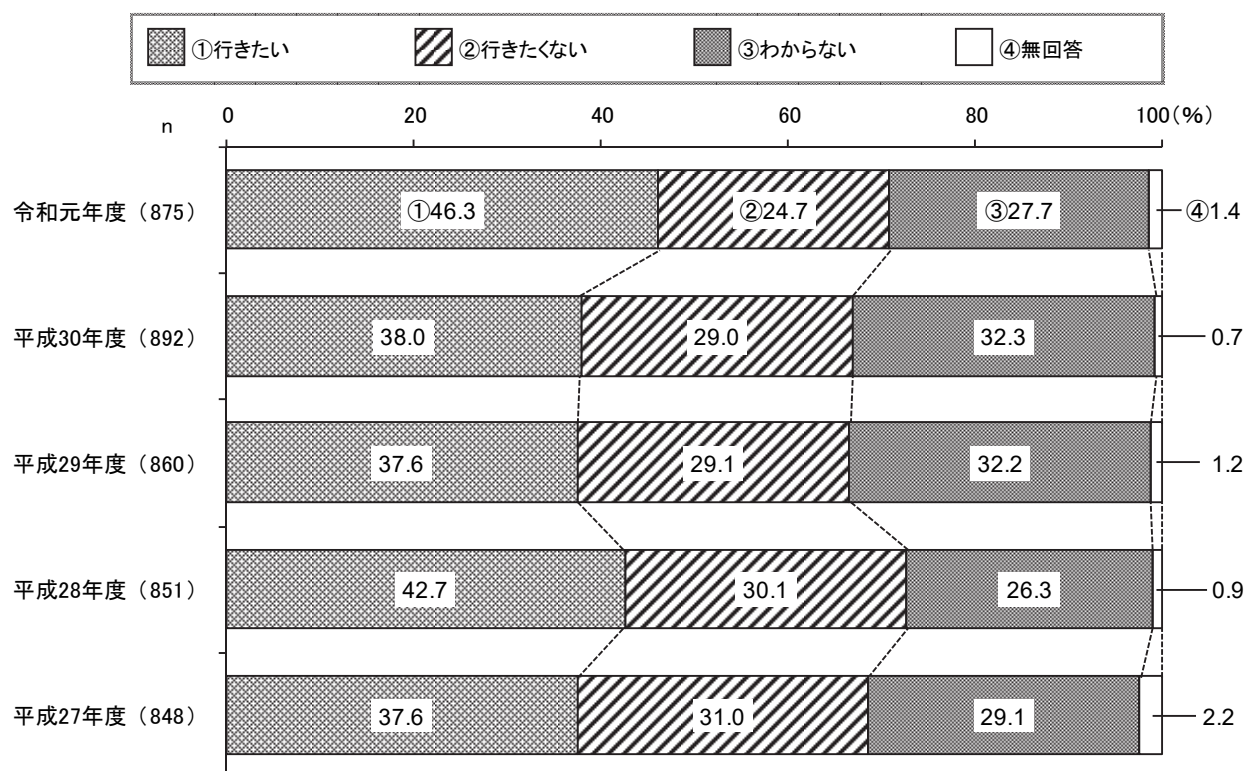
（令和元年度：n=875、平成30年度：n=892）

項目	年次	全体	性別	年次	各性別 全体	10代・20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
行きたい	令和元年度	46.3	男性	令和元年度	52.5	51.9	45.3	51.3	63.4	47.2	52.7
	平成30年度			平成30年度	43.3	46.2	56.0	39.1	46.1	42.6	37.0
	増減			増減	+9.2 ↗	+5.7 ↗	-10.7 ↘	+12.2 ↗	+17.3 ↗	+4.6 ↗	+15.7 ↗
	平成30年度	38.0	女性	令和元年度	41.6	68.4	41.9	49.1	28.3	48.2	29.5
				平成30年度	34.1	44.4	31.9	36.5	40.0	29.5	26.5
	増減	+8.3 ↗		増減	+7.5 ↗	+24.0 ↗	+10.0 ↗	+12.6 ↗	-11.7 ↘	+18.7 ↗	+3.0 ↗
行きたくない	令和元年度	24.7	男性	令和元年度	23.3	22.2	30.2	26.9	12.7	24.5	23.7
	平成30年度			平成30年度	22.8	26.9	24.0	29.0	21.1	29.5	15.2
	増減			増減	+0.5 ↗	-4.7 ↘	+6.2 ↗	-2.1 ↘	-8.4 ↘	-5.0 ↘	+8.5 ↗
	平成30年度	29.0	女性	令和元年度	25.7	13.2	30.5	25.4	30.4	19.6	23.9
				平成30年度	33.7	27.8	39.4	30.2	26.7	42.6	35.7
	増減	-4.3 ↘		増減	-8.0 ↘	-14.6 ↘	-8.9 ↘	-4.8 ↘	+3.7 ↗	-23.0 ↘	-11.8 ↘

「行きたい」の割合を、平成30年度調査と比べると、男性では、30代以外の年代で上昇しており、特に50代が17.3ポイント高くなっている。女性では、50代以外の年代で上昇しており、特に10代・20代が24.0ポイント高くなっている。

「行きたくない」の割合を、平成30年度調査と比べると、女性では、50代以外の年代で下降しており、特に60代が23.0ポイント低くなっている。（表１－２－１）

図 1－2－3 今後の、歌舞伎町への来街意向
(経年推移)



過去5年間の経年推移をみると、「行きたい」では、平成30年度(38.0%)から令和元年度(46.3%)にかけて8.3ポイント高く、過去5年間で最も高くなっている。(図1－2－3)

（３）歌舞伎町ルネッサンスの認知状況

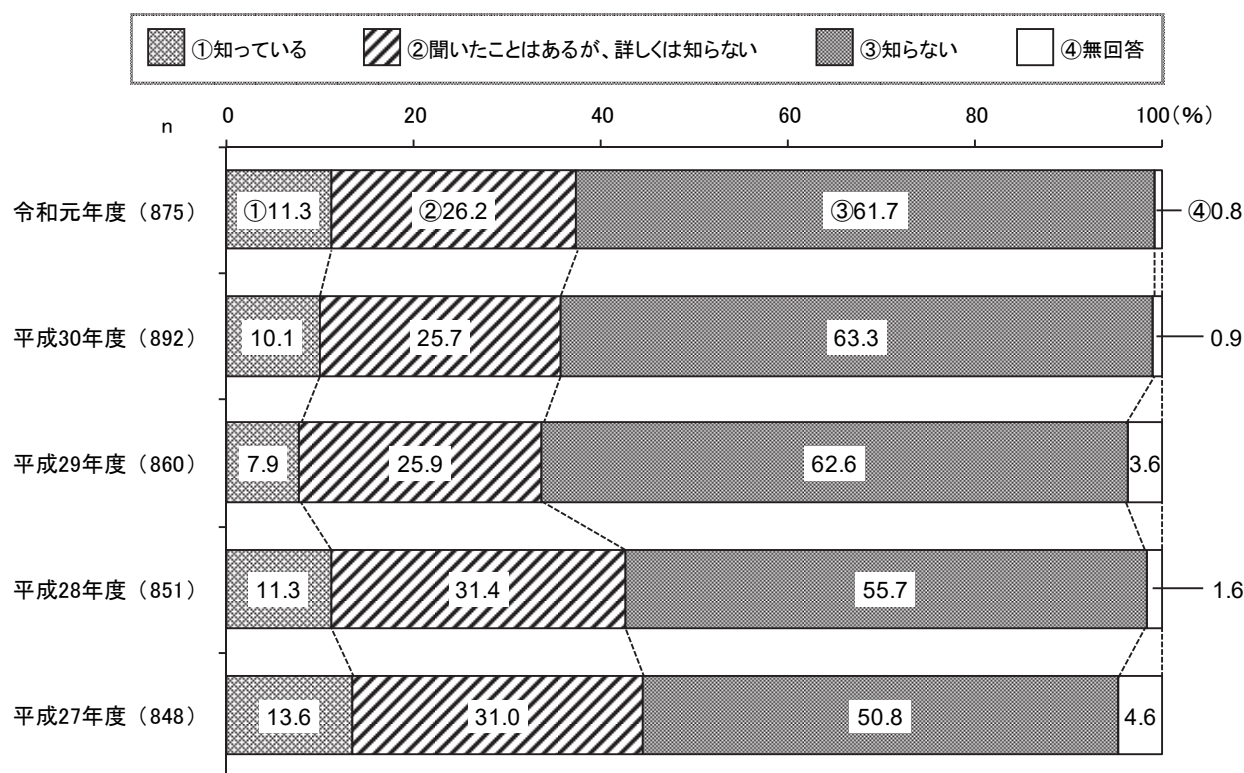
◎「知っている」が１割強

問３ あなたは、「歌舞伎町ルネッサンス」の取組を知っていますか。（○は１つ）

(n=875)

１ 知っている	11.3%
２ 聞いたことはあるが、詳しくは知らない	26.2
３ 知らない	61.7
無回答	0.8

図１－３ 歌舞伎町ルネッサンスの認知状況
（経年推移）



歌舞伎町ルネッサンスの認知状況について、「知っている」（11.3%）が１割強、「聞いたことはあるが、詳しくは知らない」（26.2%）が２割台半ばを超え、「知らない」（61.7%）が６割強となっている。

過去５年間の経年推移をみると、平成３０年度と割合に大きな変化はみられない。

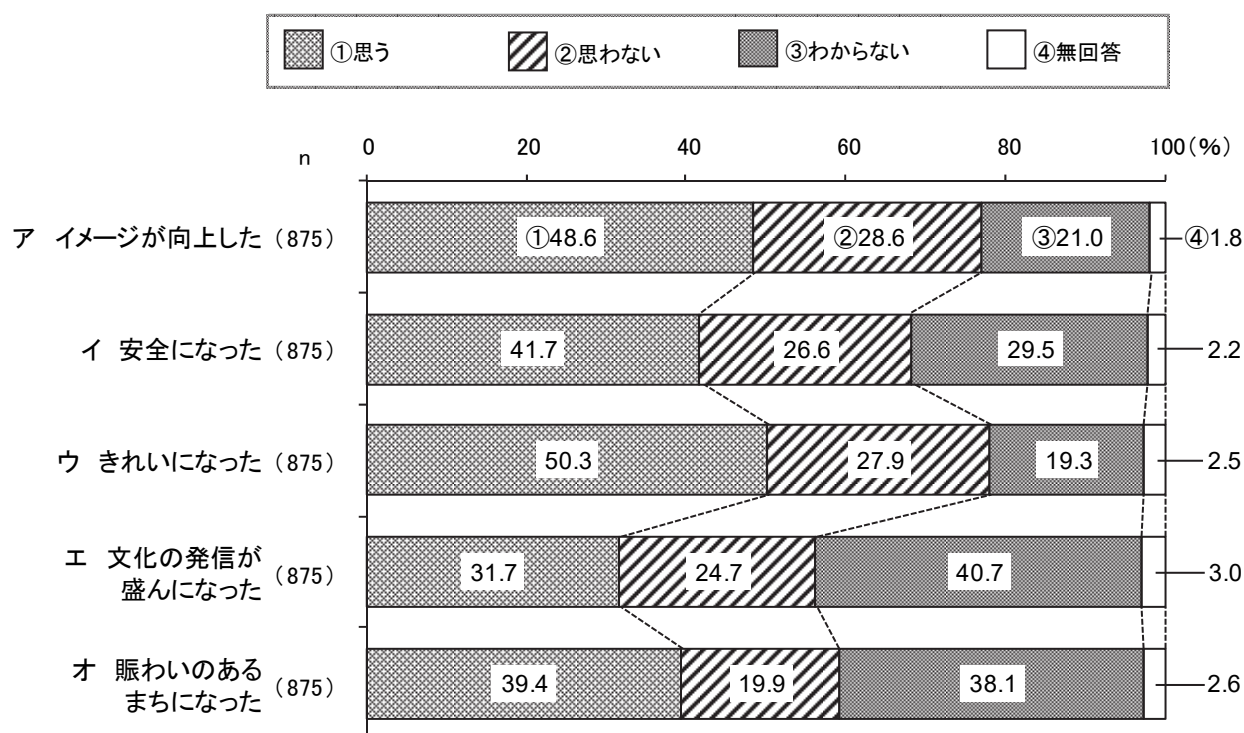
平成３０年度まで「知らない」は、年々高くなっており、平成２７年度（50.8%）から平成３０年度（63.3%）にかけて12.5ポイント高くなっている。（図１－３）

(4) 歌舞伎町の印象の変化

◎『きれいになった』と思うか「思う」が約5割

問4 あなたの歌舞伎町の印象は、以前と比べて変わったと思いますか。 (ア～オそれぞれで、1～3に1つだけ○をつけてください)				
	(n=875)			
	思う	思わない	わからない	無回答
ア イメージが向上した	48.6%	28.6%	21.0%	1.8%
イ 安全になった	41.7	26.6	29.5	2.2
ウ きれいになった	50.3	27.9	19.3	2.5
エ 文化の発信が盛んになった	31.7	24.7	40.7	3.0
オ 賑わいのあるまちになった	39.4	19.9	38.1	2.6

図1-4-1 歌舞伎町の印象の変化



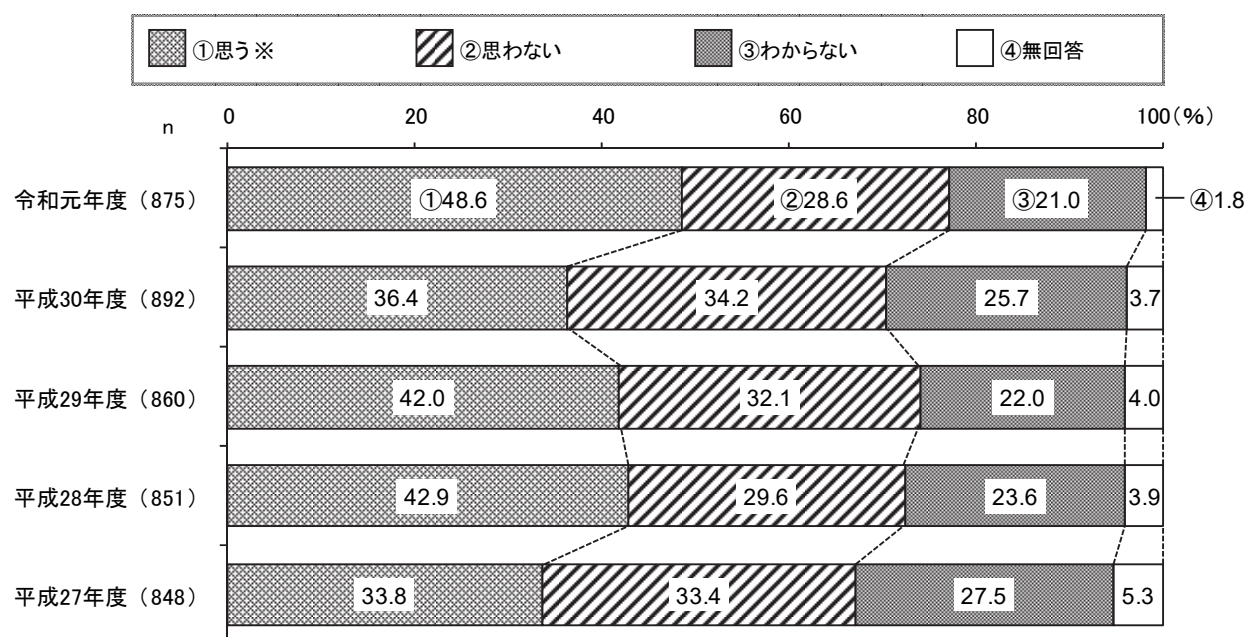
歌舞伎町の印象の変化について、「思う」は『きれいになった』(50.3%)が約5割で最も高く、次いで『イメージが向上した』(48.6%)が5割近く、『安全になった』(41.7%)が4割強となっている。(図1-4-1)

図１－４－２ 歌舞伎町の印象の変化

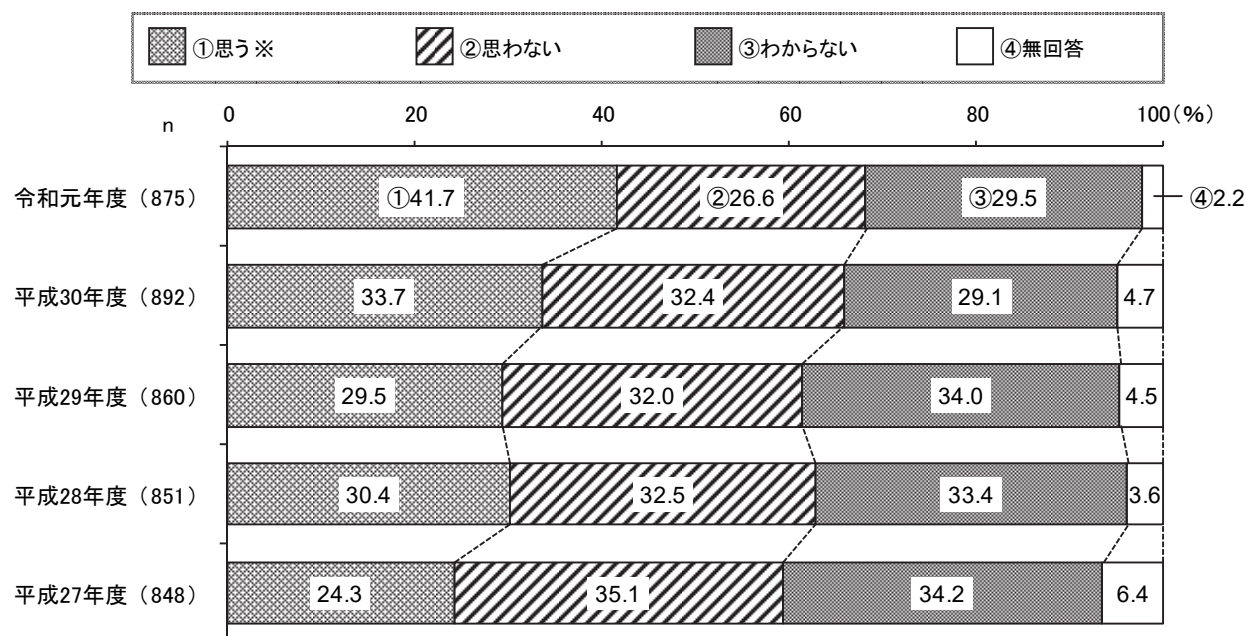
（経年推移）

※平成 29 年度まで「そう思う」

『ア イメージが向上した』



『イ 安全になった』



それぞれの項目ごとに過去 5 年間の経年推移をみると、いずれの項目も「思う」の割合が過去 5 年間で最も高くなっている。

『イメージが向上した』において、「思う」は、平成 27 年度（33.8%）から令和元年度（48.6%）にかけて 14.8 ポイント高くなっている。

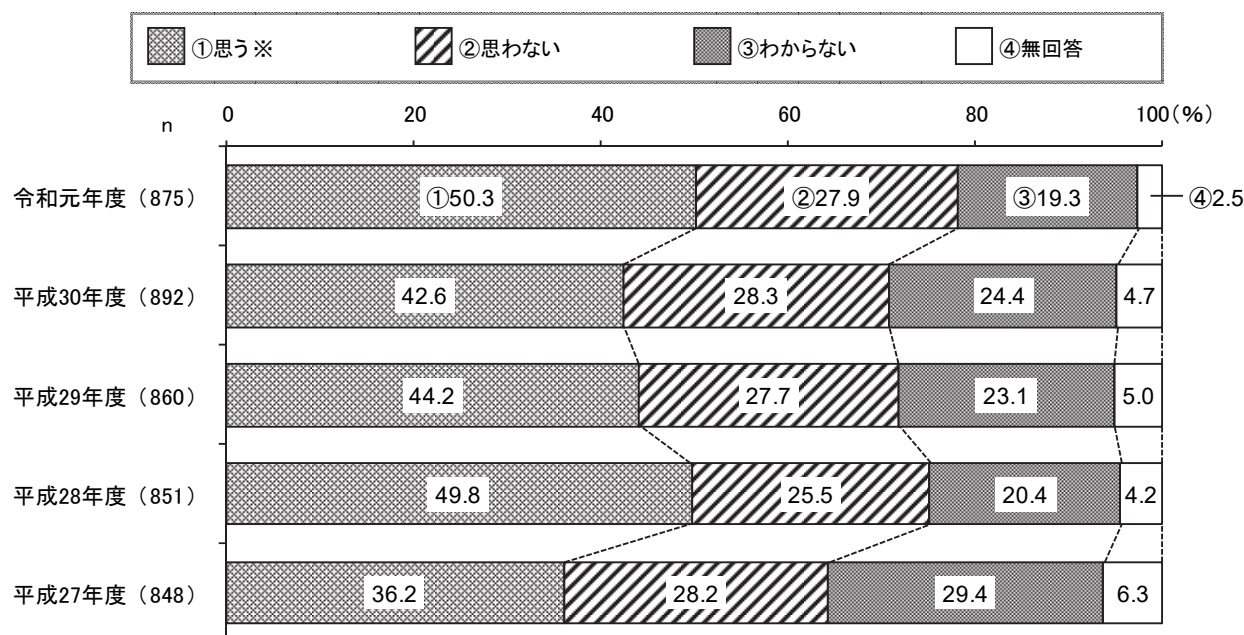
『安全になった』において、「思う」は、平成 27 年度（24.3%）から令和元年度（41.7%）にかけて 17.4 ポイント高くなっている。（図 1－4－2）

図1-4-3 歌舞伎町の印象の変化

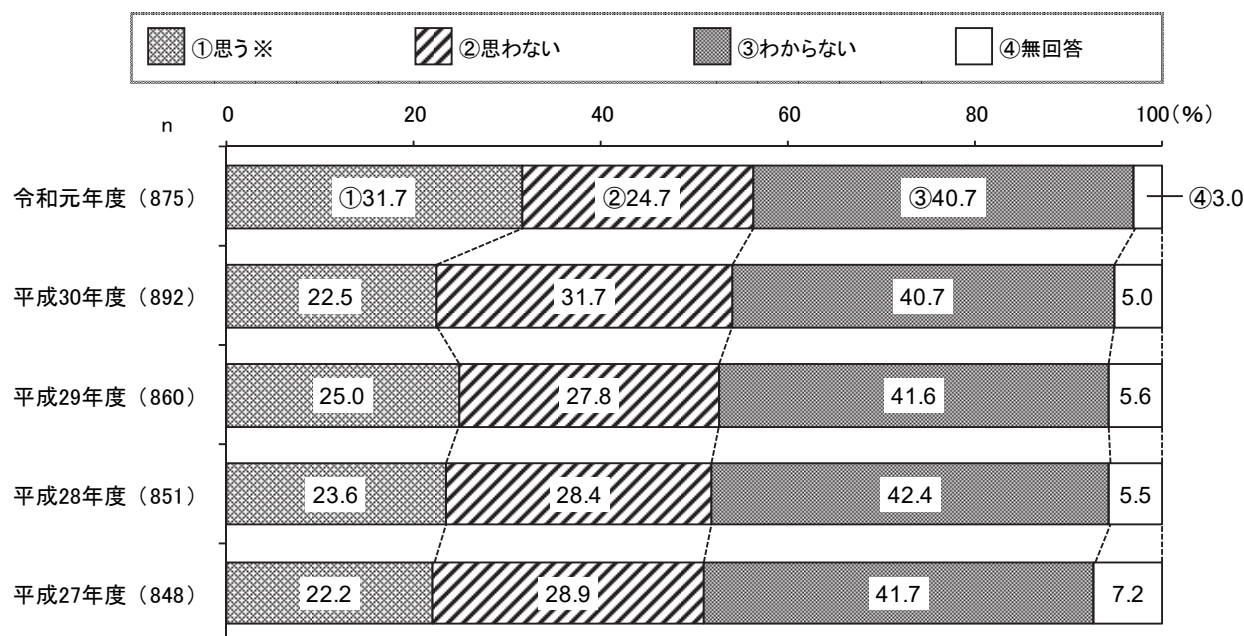
(経年推移)

※平成29年度まで「そう思う」

『ウ キれいになった』



『エ 文化の発信が盛んになった』



『きれいになった』において、「思う」は、平成30年度(42.6%)から令和元年度(50.3%)にかけて7.7ポイント高くなっている。

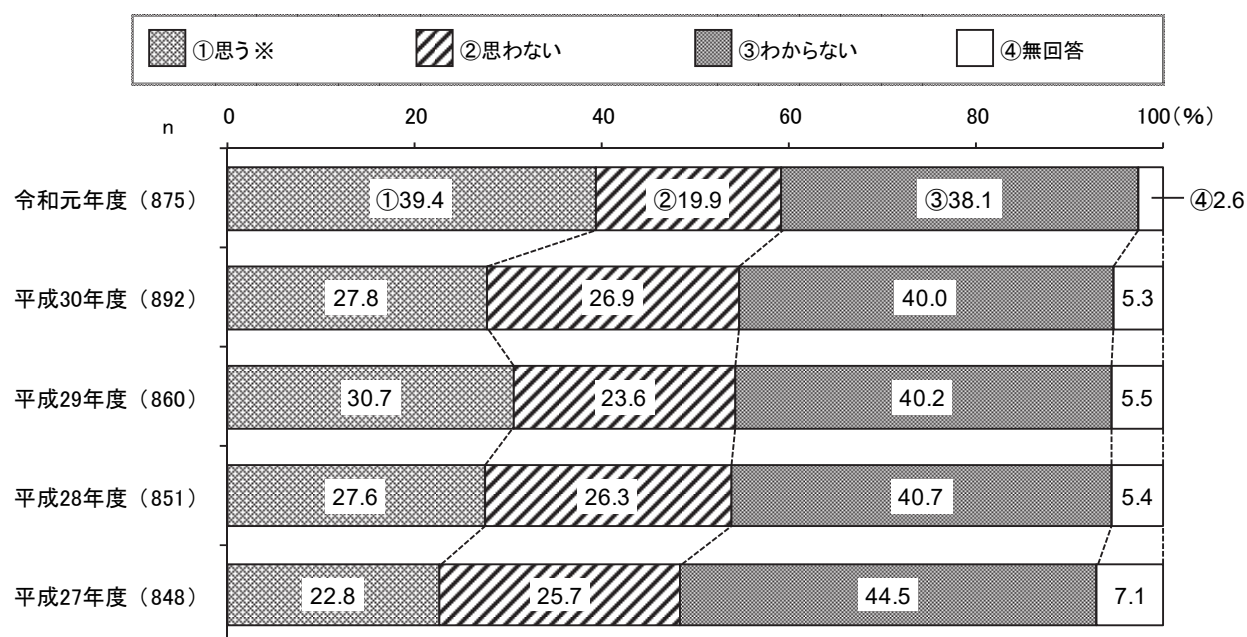
『文化の発信が盛んになった』において、「思う」は、平成30年度(22.5%)から令和元年度(31.7%)にかけて9.2ポイント高くなっている。(図1-4-3)

図1－4－4 歌舞伎町の印象の変化

（経年推移）

※平成29年度まで「そう思う」

『オ 賑わいのあるまちになった』

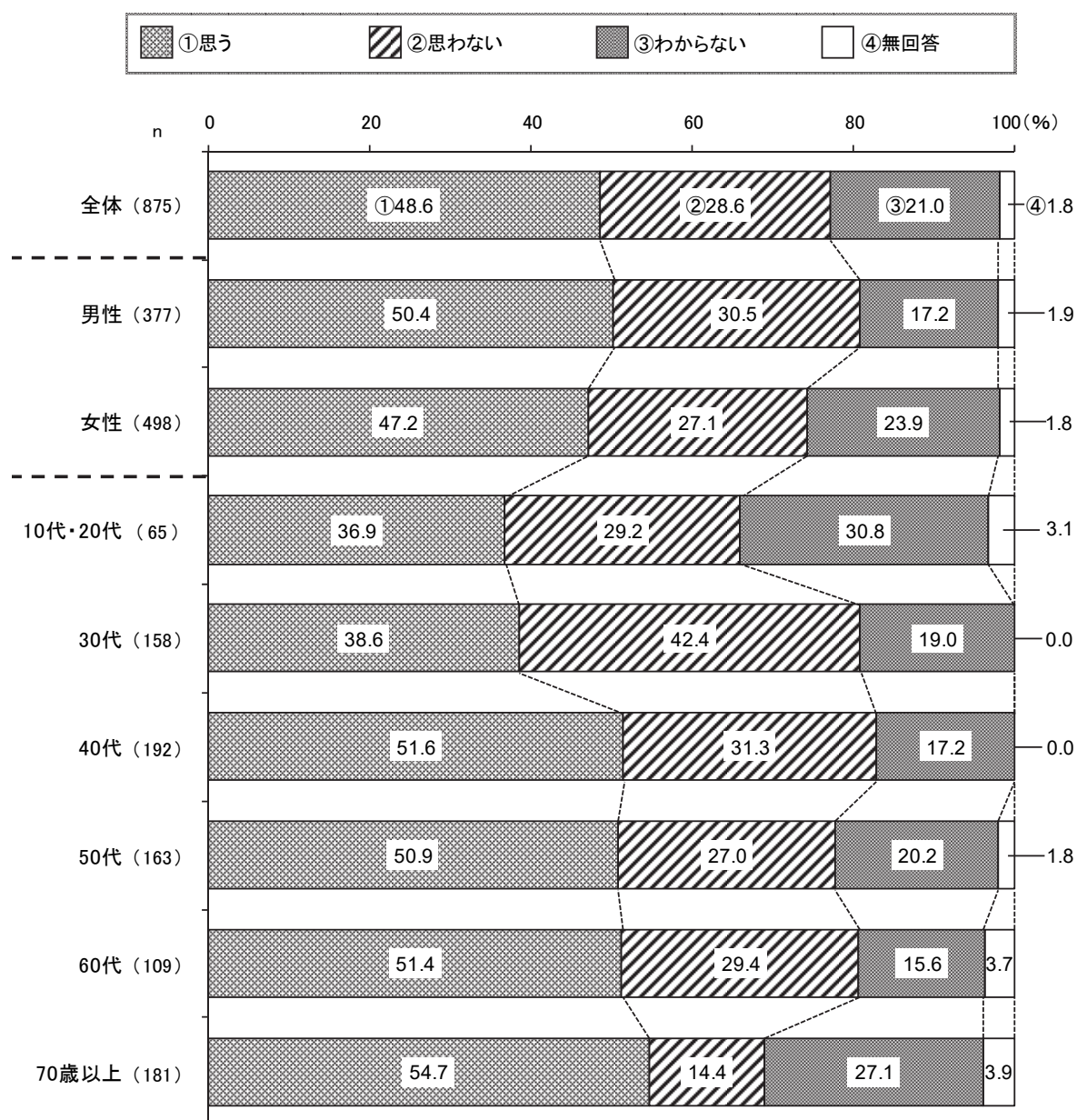


『賑わいのあるまちになった』において、「思う」は、平成27年度（22.8%）から令和元年度（39.4%）にかけて16.6ポイント高くなっている。（図1－4－4）

図1-4-5 歌舞伎町の印象の変化

(性別・年代別)

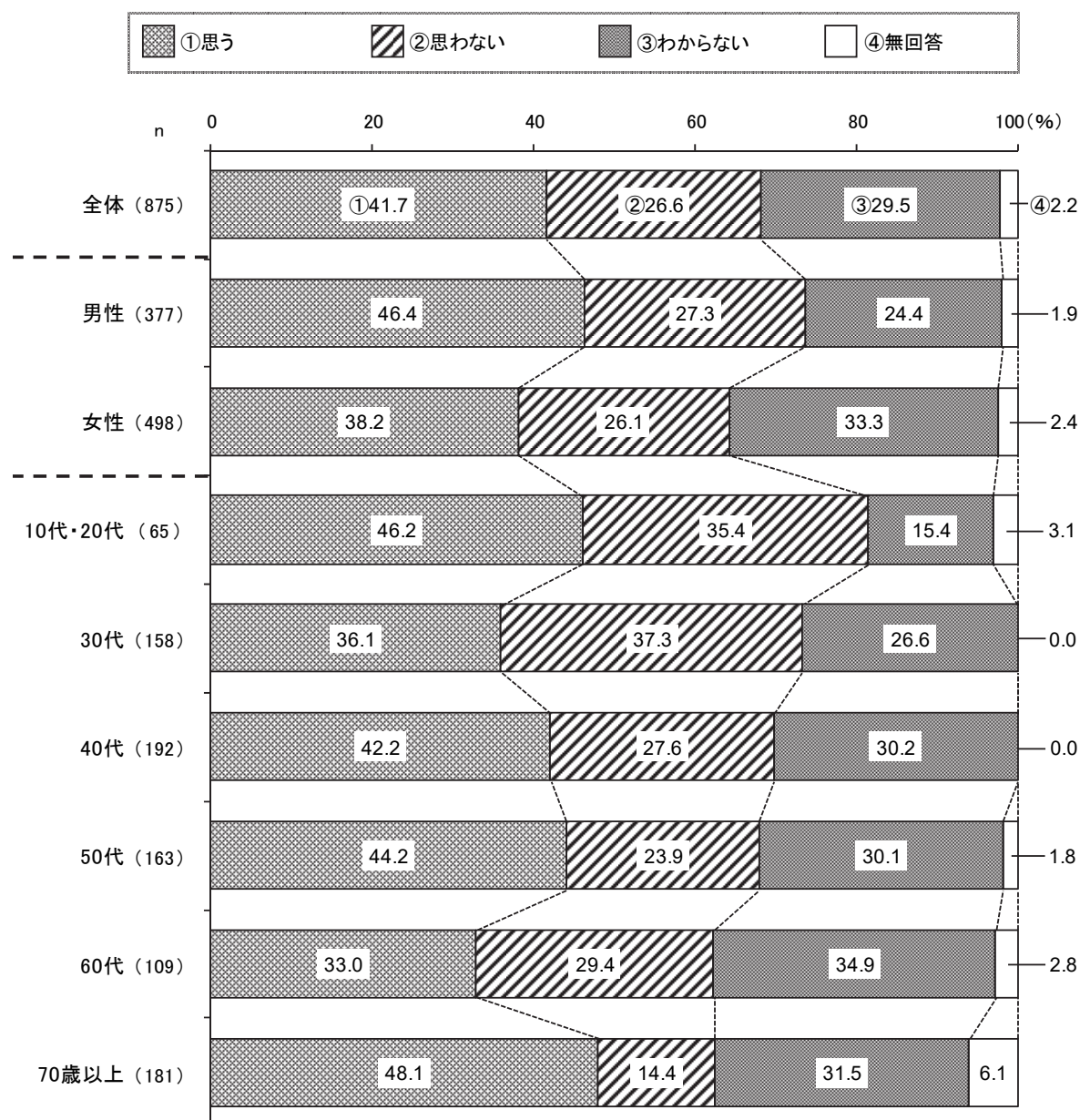
『イメージが向上した』



『イメージが向上した』において、性別でみると、「わからない」は女性（23.9%）が2割台半ば近くと、男性（17.2%）を6.7ポイント上回っている。

年代別でみると、「思わない」は30代（42.4%）が4割強と、全体（28.6%）を13.8ポイント上回っている。（図1-4-5）

図1－4－6 歌舞伎町の印象の変化
（性別・年代別）
『イ 安全になった』



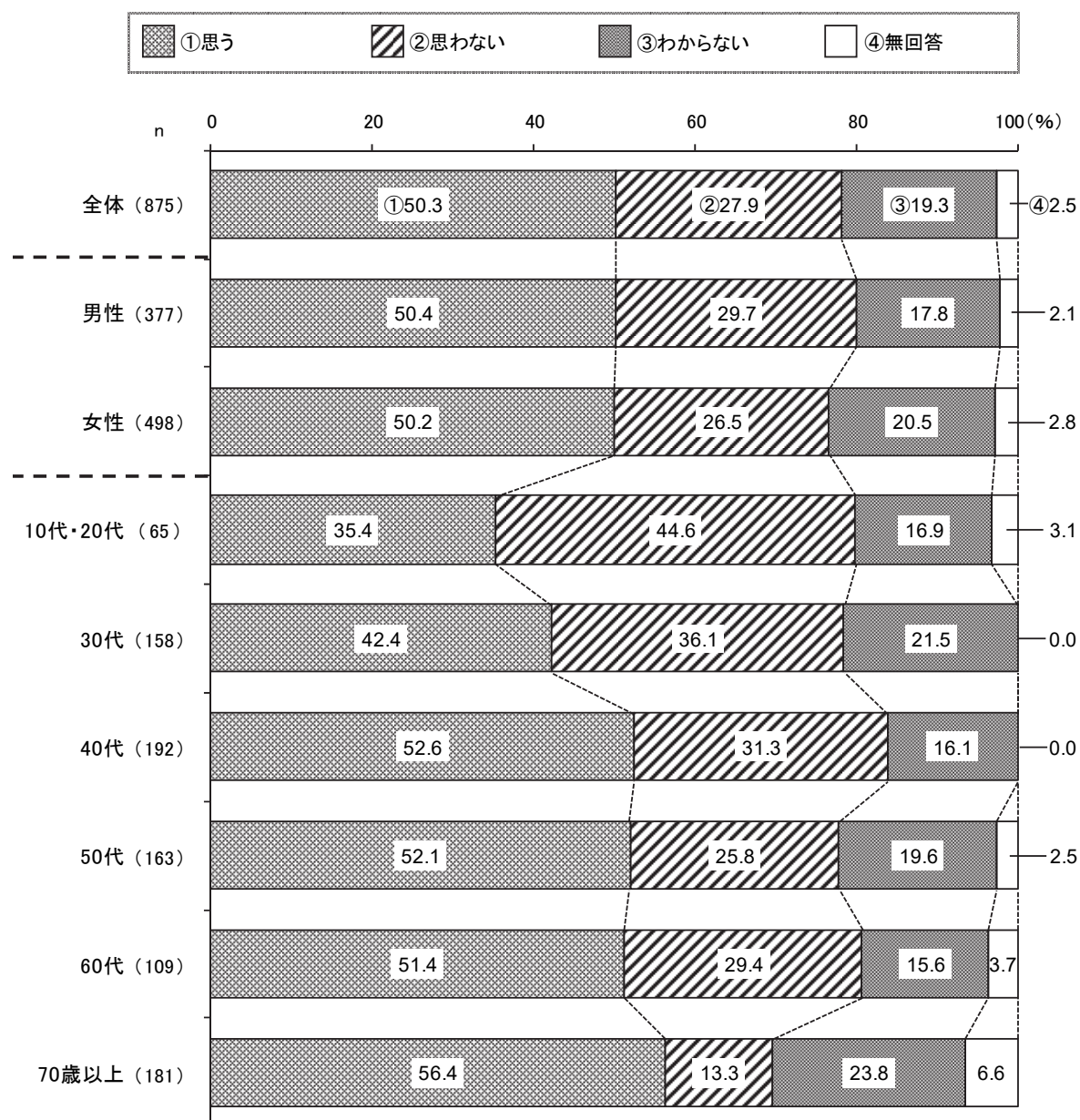
『安全になった』において、性別でみると、「思う」は男性（46.4%）が4割台半ばを超え、女性（38.2%）を8.2ポイント上回っている。

年代別でみると、「思わない」は30代（37.3%）が3割台半ばを超え、全体（26.6%）を10.7ポイント上回っている。（図1－4－6）

図1-4-7 歌舞伎町の印象の変化

(性別・年代別)

『ウ キれいになった』



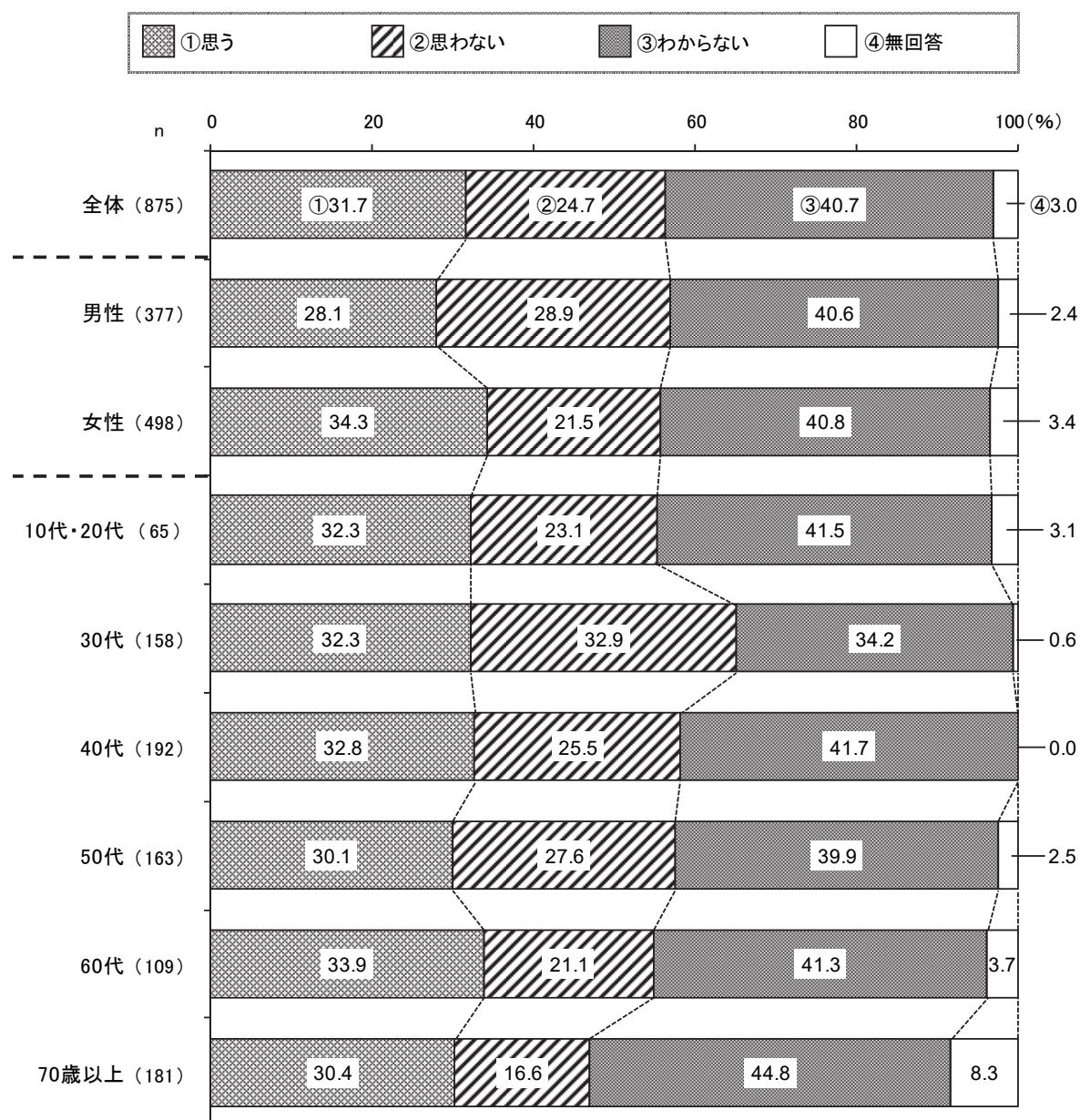
『きれいになった』において、性別でみると、男女の割合に大きな差はみられない。

年代別でみると、「思わない」は10代・20代(44.6%)が4割台半ば近くと、全体(27.9%)を16.7ポイント上回っている。(図1-4-7)

図１－４－８ 歌舞伎町の印象の変化

（性別・年代別）

『エ 文化の発信が盛んになった』



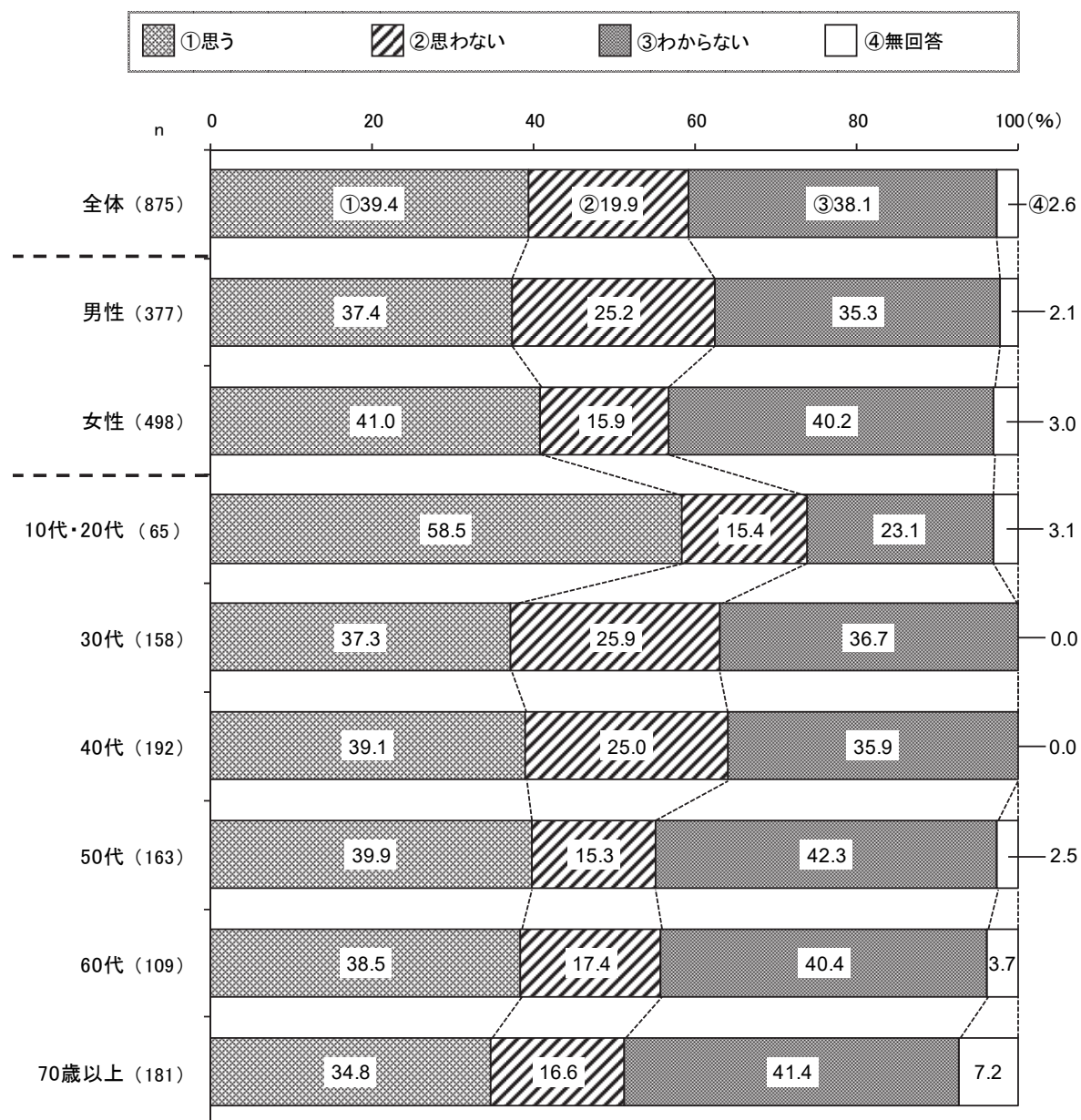
『文化の発信が盛んになった』において、性別でみると、「思わない」は男性（28.9%）が3割近くと、女性（21.5%）を7.4ポイント上回っている。

年代別でみると、「思わない」は30代（32.9%）が3割強と、全体（24.7%）を8.2ポイント上回っている。（図１－４－８）

図1-4-9 歌舞伎町の印象の変化

(性別・年代別)

『オ 賑わいのあるまちになった』



『賑わいのあるまちになった』において、性別で見ると、「思わない」は男性（25.2%）が2割台半ばと、女性（15.9%）を9.3ポイント上回っている。

年代別で見ると、「思う」は10代・20代（58.5%）が6割近くと、全体（39.4%）を19.1ポイント上回っている。（図1-4-9）

（５）歌舞伎町ルネッサンスについての意見・要望

問５ 歌舞伎町のイメージアップに期待するものや効果的なもの、
その他歌舞伎町ルネッサンスについてご意見・ご要望がありましたらご記入ください。
（ご自由にお書きください）

★ご意見・ご提案（一部抜粋）★

- 近年は、外国人の観光客も多いので、イベントの外国人向け案内も充実させることが大事だと感じます。
- 繁華街から少し外れると、植込にゴミを隠すように捨てられているところが目につく。ガード下に浮浪者、またはその荷物が置かれている。このあたりもパトロール、美化を強化してほしい。
- 以前より風俗店が表向き少なくなったので女性や子連れでも歩きやすくなった。まだまだ客引きは多いので取り締まってほしい。客引きが通行人の妨げになっているので。
- 犯罪が減るのは素晴らしいが、街のつくりが雑然としているのはすぐに変わりようがなく、それが街の特徴でもあるので「歌舞伎町らしさ」が何なのかということ、どういう方向になっていくのかを発信してほしいと思いました。
- 映画館（東宝シネマズ）への道が広く、見通しが良いため、危険な感じが以前より薄れて良くなった。しかし相変わらず子供には見せたくない看板の店が多いのでできれば行きたくないと感じる。下品な看板を出せないようにしてほしい。
- 安全な町というのが定着してきたと思います。客引き防止のパトロールや各場所での清掃活動でクリーンなイメージを持ってもらえ、各イベント等も盛況に行われていると思います。各活動をこれからも継続していただきたい。
- 飲食店の客引きがいまだに多く夜は特に行きたくなくなるので、取り締まってほしい。
- 日中、歌舞伎町を通ったのですが、イメージと異なり、きれいで、怖いというイメージはありませんでした。小学生の子どもがいるので、子どもや親子で参加できるイベントを増やしていただけると、親しみがわくと思います。
- 博物館や美術館等、若年層からご年配の方まで利用できるような教養の場をつくってほしい。
- やはり客引き防止パトロールやキャンペーン、環境美化活動を継続していくことが、歌舞伎町のイメージアップにつながると思います。シネシティ広場でのイベントはあまり知らなかったもので、もっとPRをする必要があると思います。でも毎年確実に増えている、ということは、楽しいと感じ、リピーターが増えているということでしょうか。
- 新宿大ガード下をもっと明るくしてほしい。ホームレスが寝泊りしないようにしてほしい。歌舞伎町一番街の入り口などに、人がたまらないように道を広くするなどしてほしい。
- 歌舞伎町の取組で様々なことを行われていることは、今回初めて知りました。もっと周知されれば面白いイベントもさらに盛り上がると思います。毎年、同時期に同イベントを繰り返すことで、回を重ねる毎に多くの方々に周知されると思います。子供向けイベントはママ、パパのネットワークで広がりやすいので、区内小、中、幼、保育園などに案内、パンフを配布するのも効果的だと思います。

- 安全にはなったと思うが、イメージはそれ程よくないので、もっと取組をアピールした方が良いと思う。裏通りはまだ良いイメージはないので、もっとキレイにしてほしい。
- 映画館周辺はきれいになったが、ゴミや浮浪者などは変わらず、汚いイメージがかなりあり、正直行きたいと思ってないです。風俗店のあからさまな看板がなくなればもう少しましになると思います。あくまでもましになるというだけで、イメージアップ自体難しいと思います。
- 歌舞伎町清掃に参加した事がありますが、地域やP T A、企業の人など町全体で協力して定期的に清掃するのが、とても効果があると思いました。その際廃墟のビル周辺が特に汚れていた、ガラスビンが散乱していたので、管理者がいないビルの問題があると思いました。
- 路上駐車が多く、道路の混雑緩和を期待します。
- 繁華街としての華やかさや、昔からの猥雑さを残しつつも若い人も訪れやすい街になってほしいと思います。昔はこわくて一人では絶対行けませんでした。だいぶイメージが変わりました。楽しい街になってほしいです。
- 子供連れでも恐くない様にしてほしい。子供（乳幼児）が遊べる公園や施設を作してほしい。細い路地には恐そうな人がいるのとまだまだ道がデコボコなので改善してほしい。
- 大久保公園のフードイベントに行ったり、歌舞伎町の映画館に最近でも何度か行ってます。冊子を見るとシネシティ広場でもいろいろイベントが行われていたようですが、認識していませんでした。広報に工夫が必要かと思います。
- 夜間はまだ治安が悪い印象が強いため、夜も安全に過ごせるイメージが持てることを期待します。また、ゴミがあいかわらず多く、きれいにしてもらいたいです。
- 外国人用に、英語や中国語などの表示を増やしたらどうでしょうか。

テーマ2 認知症になっても安心して暮らせるまちについて

（1）認知症の早期診断・早期治療が大切であることの理解度

◎「知っている」が6割強

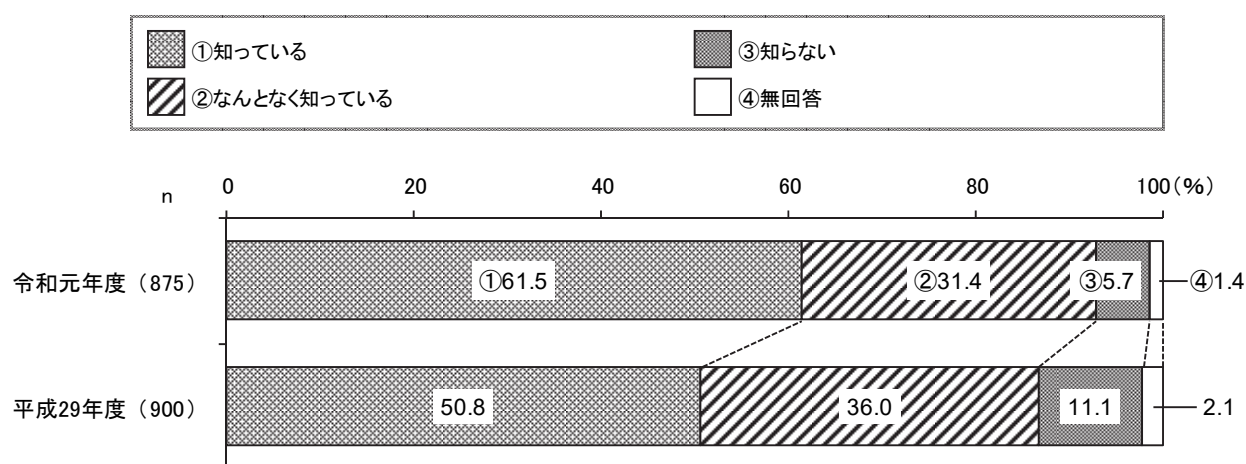
問6 認知症は、早期診断・早期治療を受けることで、進行を遅らせたり、症状を改善して生活上の障害を軽減することができると言われてしています。

あなたは、このことを知っていますか。（○は1つ）

(n=875)

1 知っている	61.5%
2 なんとなく知っている	31.4
3 知らない	5.7
無回答	1.4

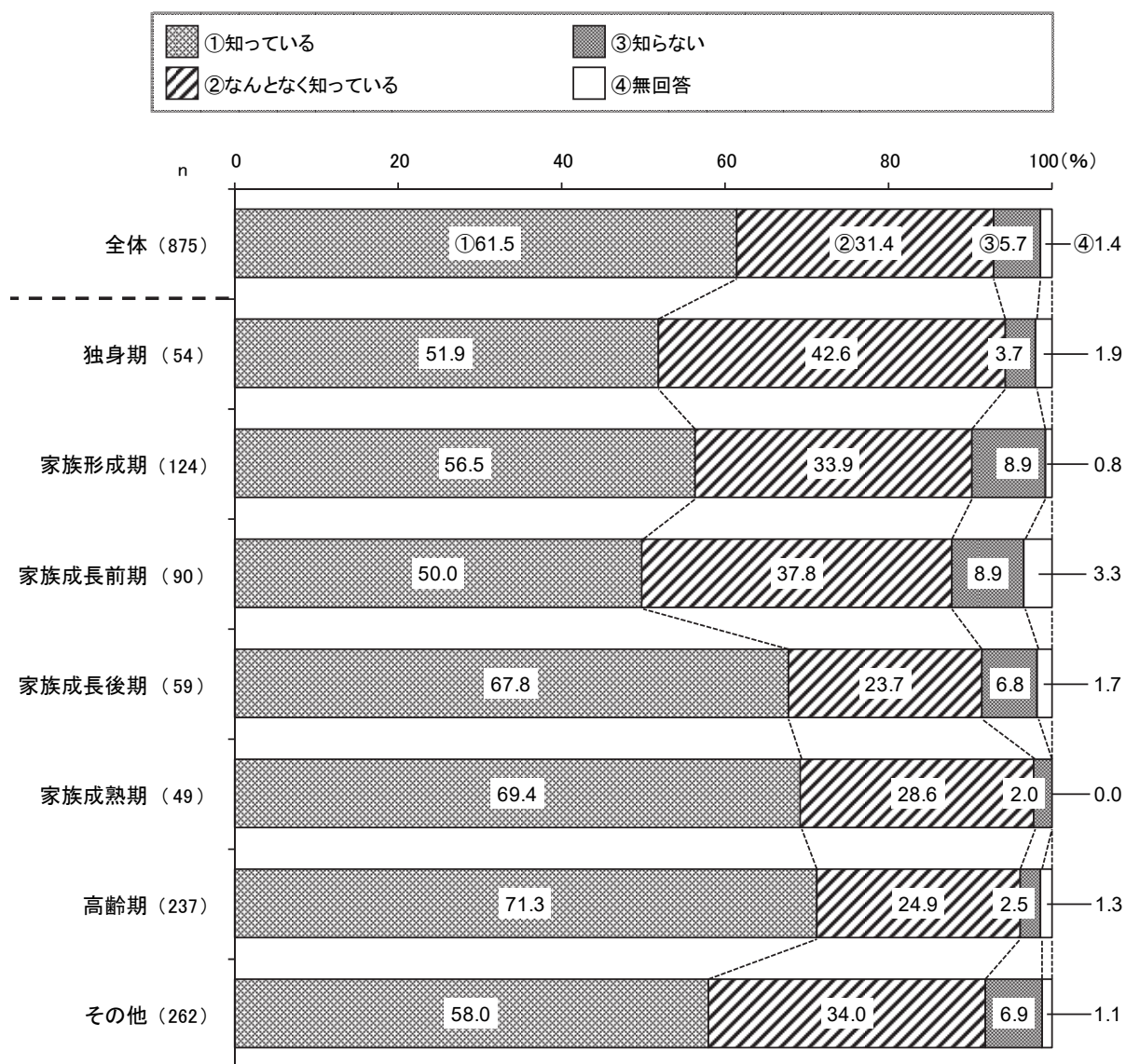
図2-1-1 認知症の早期診断・早期治療が大切であることの理解度
（経年推移）



認知症の早期診断・早期治療が大切であることを知っているか聞いたところ、「知っている」（61.5%）が6割強、「なんとなく知っている」（31.4%）が3割強となっている。

前回の調査結果（平成29年度区政モニターアンケート調査）と比較すると、「知っている」が前回（50.8%）より10.7ポイント高くなっている。（図2-1-1）

図2-1-2 認知症の早期診断・早期治療が大切であることの理解度
(ライフステージ別)



ライフステージ別でみると、「知っている」は高齢期（71.3%）が7割強で最も高く、家族成長前期（50.0%）が5割で最も低くなっている。（図2-1-2）

（２）認知症は家族等の理解と対応で症状が和らぐことの理解度

◎「知っている」が４割台半ば近く

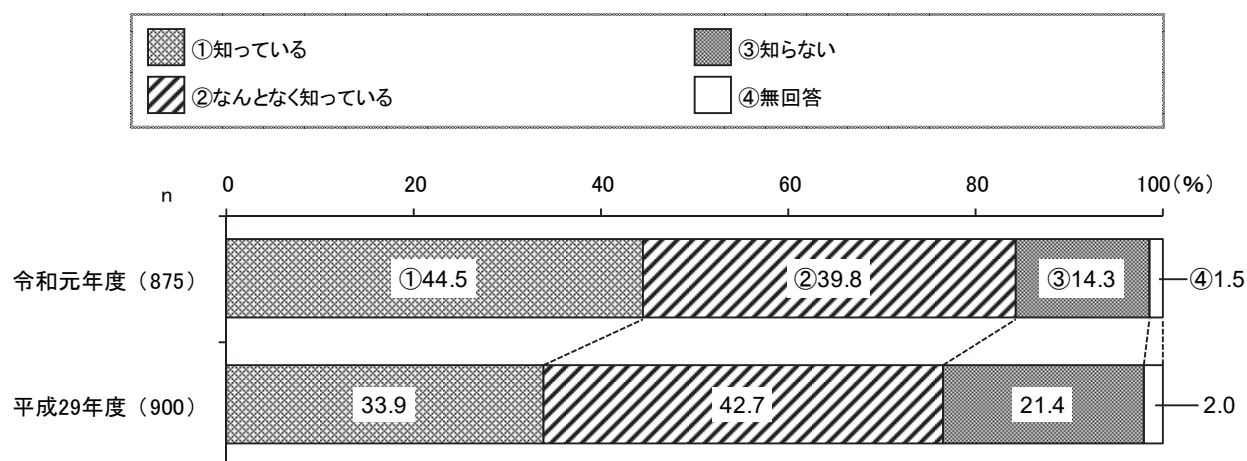
問７ 認知症になっても、ご家族や周囲の方の理解と適切な対応によって、物とられ妄想や徘徊などの介護を困難にする症状を和らげることができると言われてしています。

あなたは、このことを知っていますか。（○は１つ）

(n=875)

1 知っている	44.5%
2 なんとなく知っている	39.8
3 知らない	14.3
無回答	1.5

図２－２－１ 認知症は家族等の理解と対応で症状が和らぐことの理解度
（経年推移）



認知症は家族等の理解と対応で症状が和らぐことを知っているか聞いたところ、「知っている」(44.5%)が４割台半ば近く、「なんとなく知っている」(39.8%)が４割弱、「知らない」(14.3%)が１割台半ば近くとなっている。

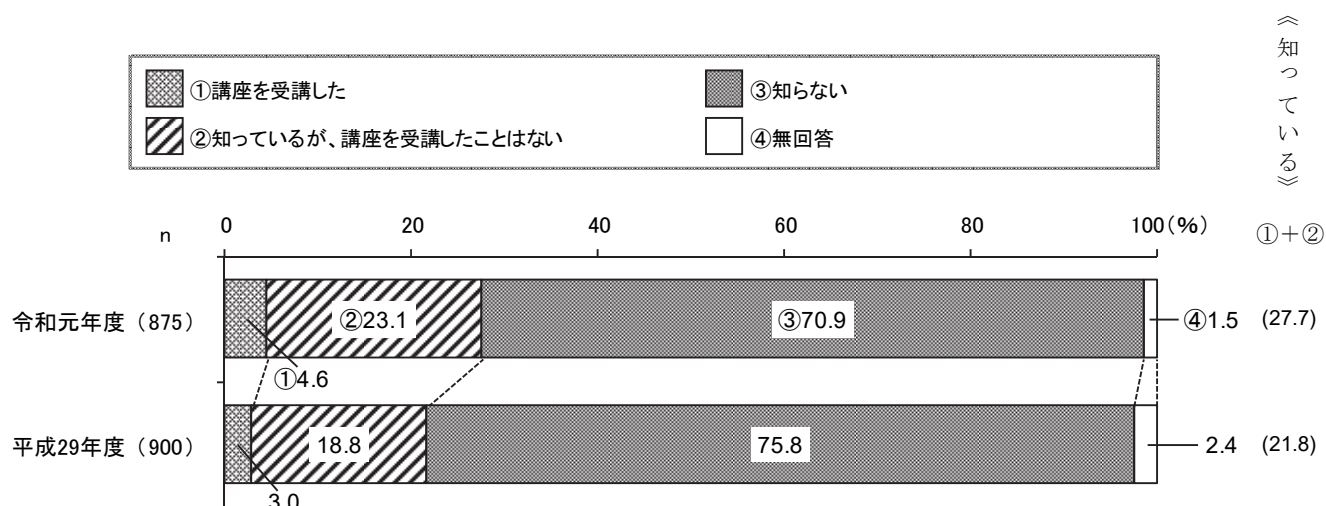
前回の調査結果（平成29年度区政モニターアンケート調査）と比較すると、「知っている」が前回（33.9%）より10.6ポイント高くなっている。（図２－２－１）

(3) 認知症サポーター養成講座について

◎「講座を受講した」と「知っているが、講座を受講したことはない」を合わせた《知っている》が2割台半ばを超え、一方「知らない」が約7割

問8 区では、認知症について正しく理解し、本人やその家族を支援する認知症サポーターを養成する講座を開催しています。あなたは、この講座を知っていますか。(〇は1つ)	
	(n=875)
1 講座を受講した	4.6%
2 知っているが、講座を受講したことはない	23.1
3 知らない	70.9
無回答	1.5

図2-3 認知症サポーター養成講座について
(経年推移)



認知症サポーター養成講座を知っているか聞いたところ、「知らない」(70.9%)が約7割で最も高く、「知っているが、講座を受講したことはない」(23.1%)が2割台半ば近く、「講座を受講した」(4.6%)が1割未満となっている。「講座を受講した」と「知っているが、講座を受講したことはない」を合わせた《知っている》(27.7%)は、2割台半ばを超えている。

前回の調査結果(平成29年度区政モニターアンケート調査)と比較すると、《知っている》が前回(21.8%)より5.9ポイント高くなっている。(図2-3)

（４）認知症サポーター養成講座の受講希望について

◎認知症サポーター養成講座を「受講してみたい」が5割台半ばを超え

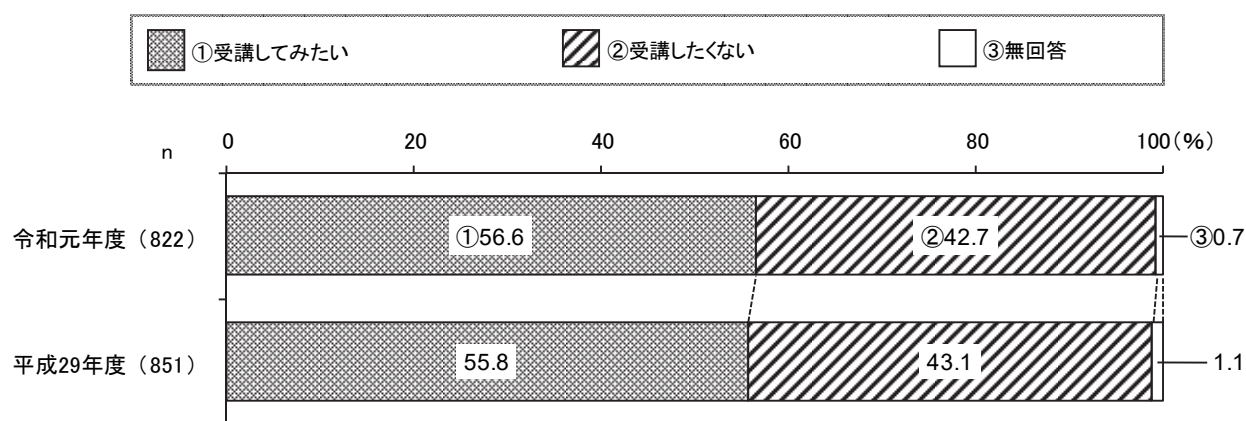
問8－1 問8で、「2」または、「3」に○をした方にお伺いします。

あなたは、認知症サポーターを養成する講座を受講してみたいと思いますか。

（○は1つ）

	(n=822)
1 受講してみたい	56.6%
2 受講したくない	42.7
無回答	0.7

図2－4 認知症サポーター養成講座の受講希望について
（経年推移）



認知症サポーター養成講座の受講希望について、「受講してみたい」（56.6%）が5割台半ばを超え、「受講したくない」（42.7%）が4割強となっている。

前回の調査結果（平成29年度区政モニターアンケート調査）と比較すると、割合に大きな変化はみられない。（図2－4）

(5)「認知症・もの忘れ相談医」について

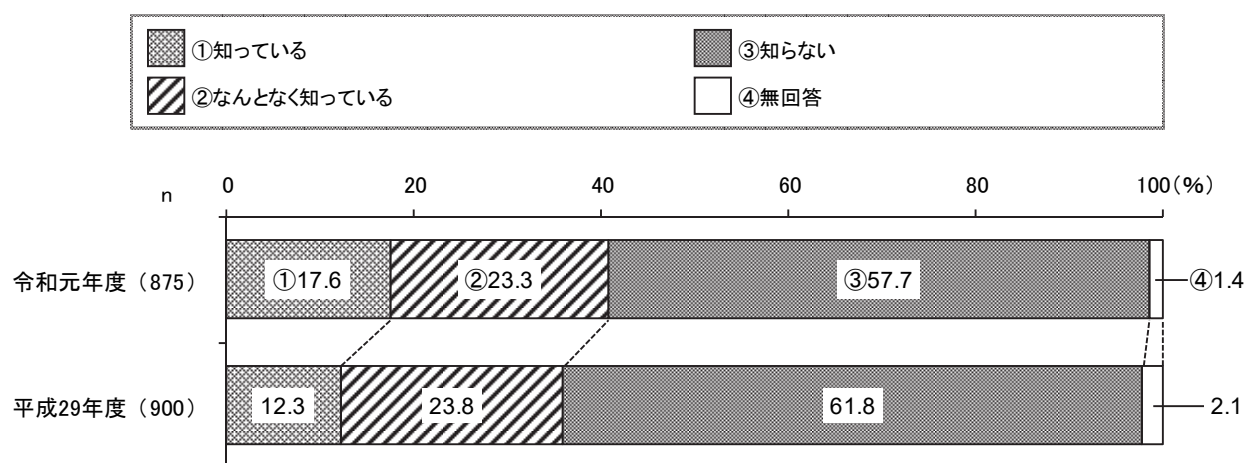
◎「認知症・もの忘れ相談医」を「知っている」が1割台半ばを超え

問9 もの忘れが気になったり、認知症の症状があり困っているときなど、身近で相談できる「認知症・もの忘れ相談医」がいることを知っていますか。(〇は1つ)

(n=875)

1 知っている	17.6%
2 なんとなく知っている	23.3
3 知らない	57.7
無回答	1.4

図2-5 「認知症・もの忘れ相談医」について
(経年推移)



「認知症・もの忘れ相談医」について、「知っている」(17.6%)が1割台半ばを超え、「なんとなく知っている」(23.3%)が2割台半ば近く、「知らない」(57.7%)が5割台半ばを超えている。

前回の調査結果(平成29年度区政モニターアンケート調査)と比較すると、「知っている」が前回(12.3%)より5.3ポイント高くなっている。(図2-5)

テーマ3 新宿応援セールについて

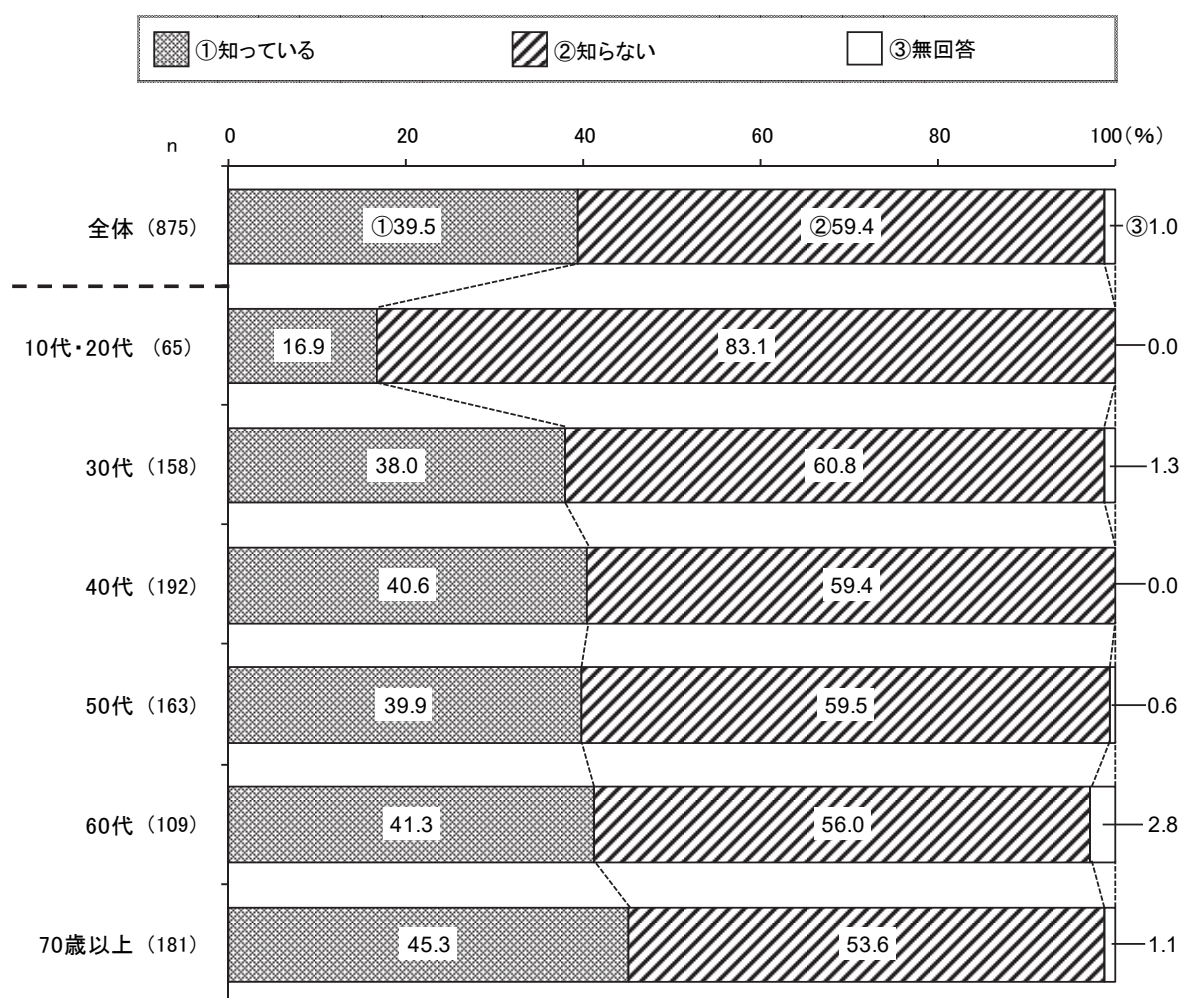
（１）「新宿応援セール」の認知状況

◎新宿応援セールを「知っている」が４割弱

問１０ あなたは、「新宿応援セール」を知っていますか。（○は１つ）

	(n=875)
１ 知っている	39.5%
２ 知らない	59.4
無回答	1.0

図３－１ 「新宿応援セール」の認知状況
（年代別）



「新宿応援セール」の認知状況について、「知っている」(39.5%)が４割弱、「知らない」(59.4%)が６割弱となっている。

年代別でみると、おおむね年齢が高くなるほど「知っている」の割合は高くなり、70歳以上(45.3%)が４割台半ばで最も高くなっている。一方、「知らない」は10代・20代(83.1%)が８割台半ば近くで最も高くなっている。(図３－１)

(2)「新宿応援セール」の認知経路

◎セールの認知経路は「店頭ポスター」が6割強

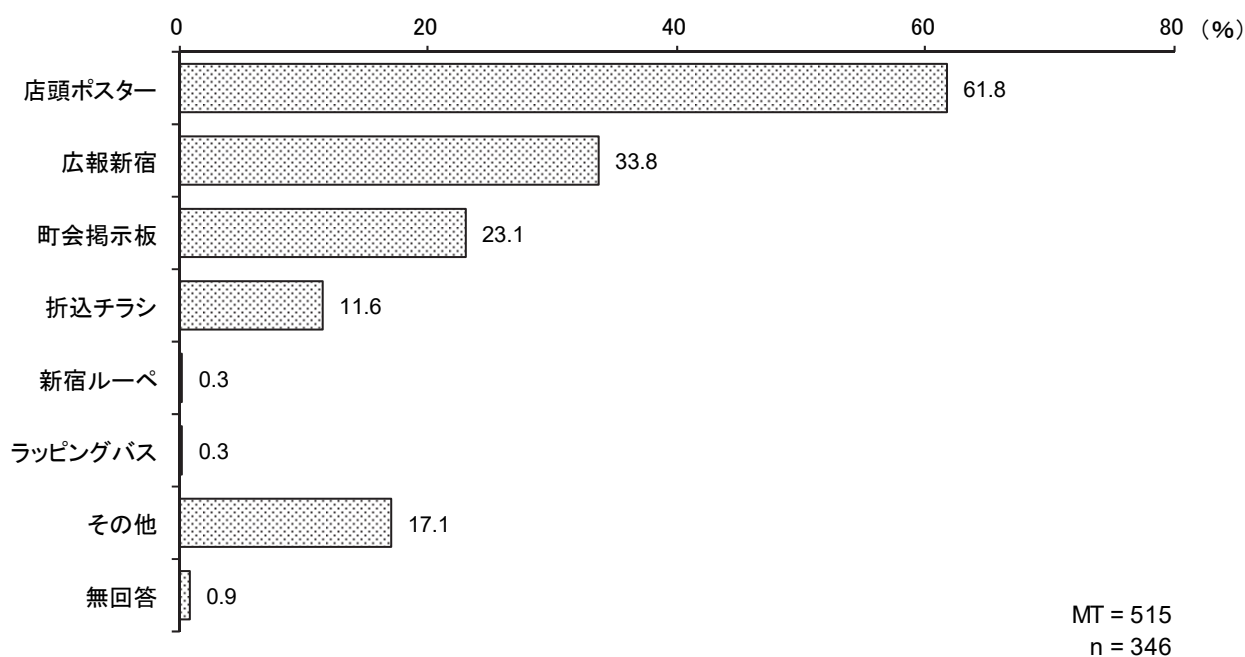
問10-1 問10で、「1」に○をした方にお伺いします。

あなたは、「新宿応援セール」を何で知りましたか。

(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)

	(n=346)
1 広報新宿	33.8%
2 折込チラシ	11.6
3 新宿ルーペ	0.3
4 店頭ポスター	61.8
5 町会掲示板	23.1
6 ラッピングバス	0.3
7 その他	17.1
無回答	0.9

図3-2 「新宿応援セール」の認知経路



「新宿応援セール」の認知経路は、「店頭ポスター」(61.8%)が6割強で最も高く、次いで「広報新宿」(33.8%)が3割台半ば近くと続いている。(図3-2)

（3）「新宿応援セール」中の商店会での買い物の有無・頻度

◎商店会での買い物の有無・頻度は「普段と同じくらい」が6割台半ばを超え

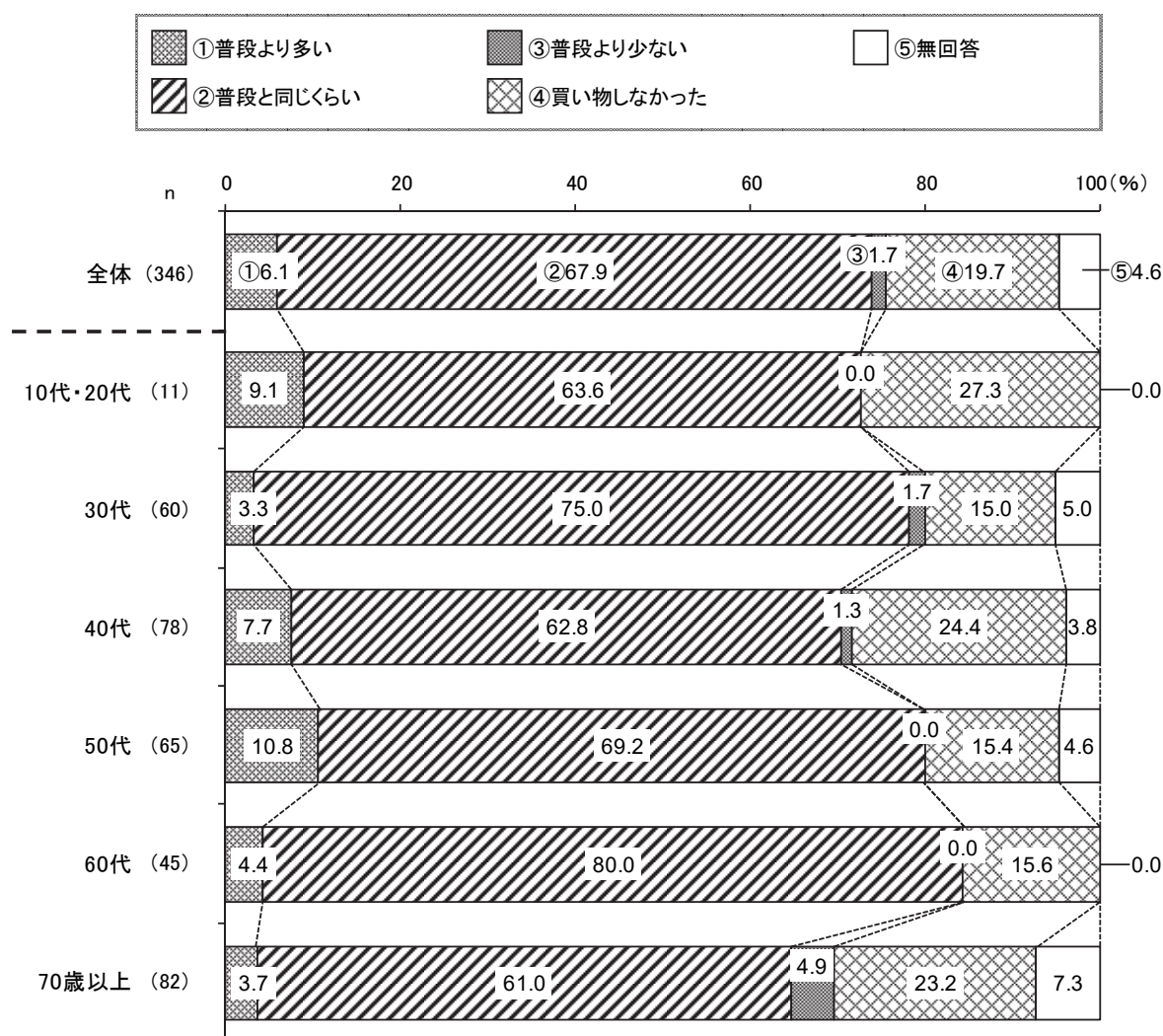
問10-2 問10で、「1」に○をした方にお伺いします。

あなたは、「新宿応援セール」中に、どのくらいの頻度で、商店会で買い物をしましたか。（○は1つ）

(n=346)

1 普段より多い	6.1%
2 普段と同じくらい	67.9
3 普段より少ない	1.7
4 買い物しなかった	19.7
無回答	4.6

図3-3 「新宿応援セール」中の商店会での買い物の有無・頻度（年代別）



「新宿応援セール」中の商店会での買い物の有無・頻度は、「普段と同じくらい」（67.9％）が6割台半ばを超え、「買い物しなかった」（19.7％）が2割弱となっている。

年代別でみると「買い物しなかった」は10代・20代（27.3％）が2割台半ばを超え、全体（19.7％）を7.6ポイント上回っている。（図3-3）

(4)「新宿応援セール」中に買い物をした店舗

◎セール中に買い物をした店舗は「食料品販売店」が8割近く

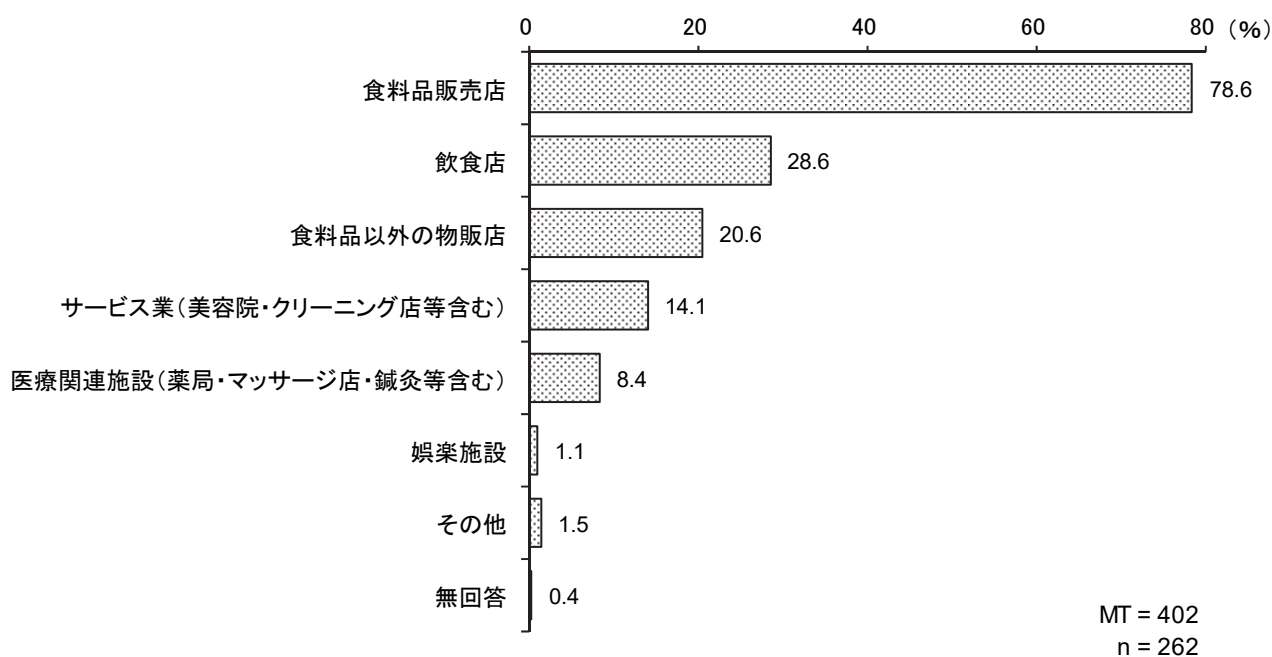
問10-3 問10-2で、「1」～「3」に○をした方にお伺いします。

あなたは、「新宿応援セール」中に商店会のどちらの店舗で買い物をしましたか。

(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)

	(n=262)
1 食料品販売店	78.6%
2 食料品以外の物販店	20.6
3 飲食店	28.6
4 サービス業(美容院・クリーニング店等含む)	14.1
5 医療関連施設(薬局・マッサージ店・鍼灸等含む)	8.4
6 娯楽施設	1.1
7 その他	1.5
無回答	0.4

図3-4 「新宿応援セール」中に買い物をした店舗



「新宿応援セール」中に買い物をした店舗は、「食料品販売店」(78.6%)が8割近くで最も高くなっている。(図3-4)

（５）「新宿応援セール」中の購入額

◎セール中の購入額は「普段と同額くらい」が８割台半ばを超え

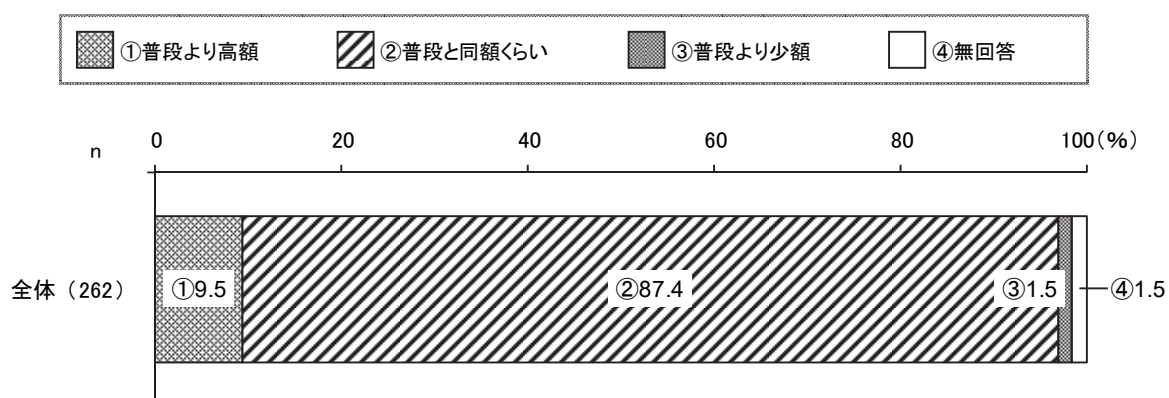
問１０－４ 問１０－２で、「１」～「３」に○をした方にお伺いします。

あなたは、「新宿応援セール」中に、いくらくらい商店会で買い物をしましたか。

（○は１つ）

	(n=262)
１ 普段より高額	9.5%
２ 普段と同額くらい	87.4
３ 普段より少額	1.5
無回答	1.5

図３－５ 「新宿応援セール」中の購入額



「新宿応援セール」中の購入額について、「普段と同額くらい」（87.4%）が８割台半ばを超えている。（図３－５）

(6) 「新宿応援セール」中の1回あたりの購入金額

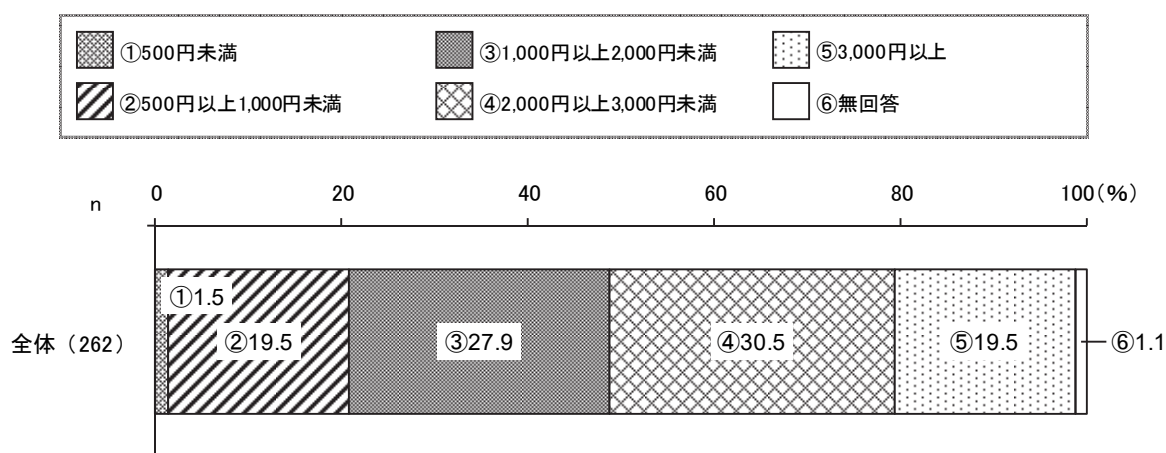
◎セール中の1回あたりの購入金額は「2,000円以上3,000円未満」が約3割

問10-5 問10-2で、「1」～「3」に○をした方にお伺いします。

あなたが「新宿応援セール」中に商店会で買い物をした1回あたりの平均金額を教えてください。(○は1つ)

	(n=262)
1 500円未満	1.5%
2 500円以上1,000円未満	19.5
3 1,000円以上2,000円未満	27.9
4 2,000円以上3,000円未満	30.5
5 3,000円以上	19.5
無回答	1.1

図3-6 「新宿応援セール」中の1回あたりの購入金額



「新宿応援セール」中の1回あたりの購入金額は、「2,000円以上3,000円未満」(30.5%)が約3割で最も高く、次いで「1,000円以上2,000円未満」(27.9%)が2割台半ばを超え、「500円以上1,000円未満」(19.5%)および「3,000円以上」(19.5%)がともに2割弱となっている。

(図3-6)

（7）「新宿応援セール」の当選券の利用

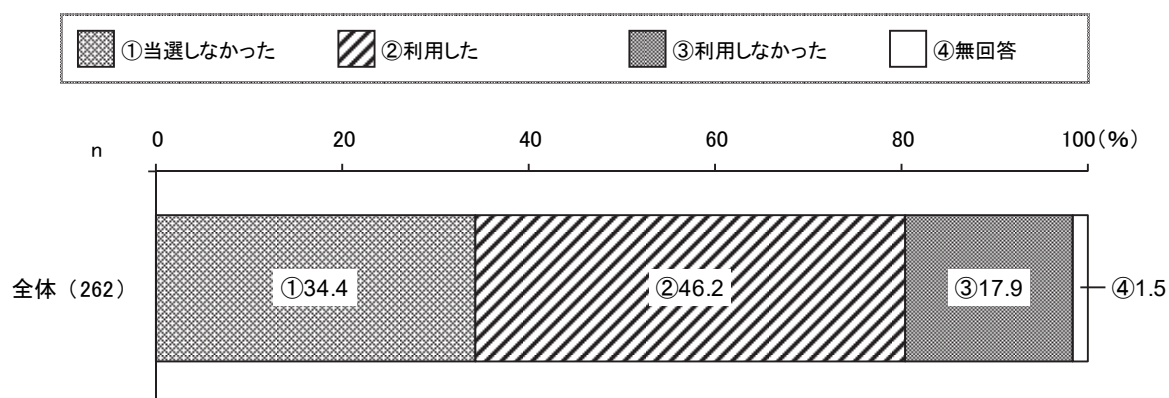
◎当選券を「利用した」が4割台半ばを超え

問10-6 問10-2で、「1」～「3」に○をした方にお伺いします。

あなたは、「新宿応援セール」の当選券を利用しましたか。（○は1つ）

	(n=262)
1 当選しなかった	34.4%
2 利用した	46.2
3 利用しなかった	17.9
無回答	1.5

図3-7 「新宿応援セール」の当選券の利用



「新宿応援セール」の当選券の利用は、「利用した」（46.2％）が4割台半ばを超えている。一方、「当選しなかった」（34.4％）が3割台半ば近くとなっている。（図3-7）

(8)「新宿応援セール」の当選券を利用しなかった理由

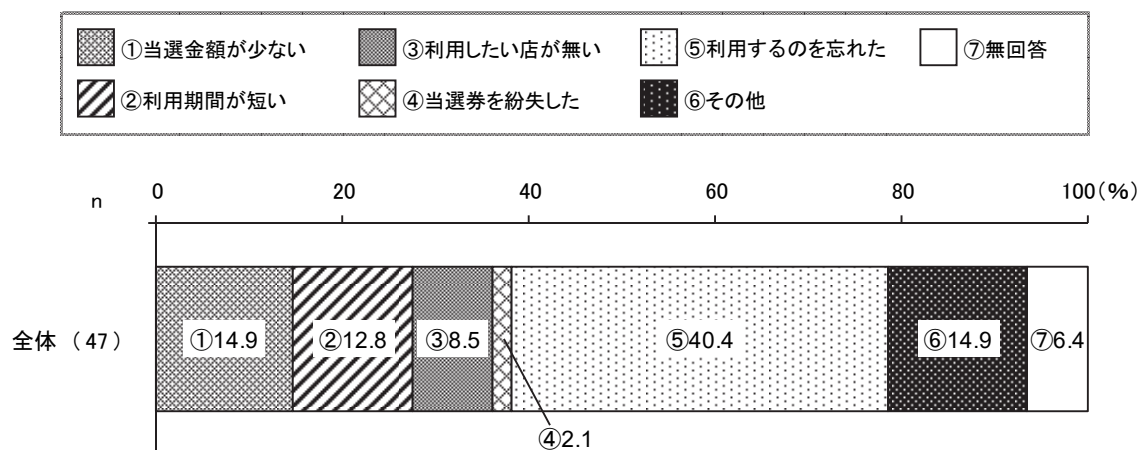
問10-7 問10-6で、「3」に○をした方にお伺いします。

あなたが「新宿応援セール」の当選券を利用しなかった理由は何ですか。

(○は1つ)

	(n=47)
1 当選金額が少ない	14.9%
2 利用期間が短い	12.8
3 利用したい店が無い	8.5
4 当選券を紛失した	2.1
5 利用するのを忘れた	40.4
6 その他	14.9
無回答	6.4

図3-8 「新宿応援セール」の当選券を利用しなかった理由



※この設問の回答者は47人と少なく、極端な結果になりやすいため参考値とする。

（９）「新宿応援セール」への意見・要望

問 1 1 「新宿応援セール」についてご意見がありましたらご記入ください。
（ご自由にお書きください）

★ご意見・ご提案（一部抜粋）★

- 商店街があまりお店がないので、利用するのに限界がある。もっと多種多様なお店、商店街近辺も巻き込まないと苦しいと思う。新聞折込みなど期間の前に知らないと商店街に行かないと思う。
- たまたま期間中に商店を利用した際に券をもらえるとうれしいので現状のまま続けてほしい。
- 特に興味がないので、なくても良い。
- 子供が毎回あのくじ引きをととても楽しみにしています。スーパーマーケットでももらえるので利用しやすいです。参加店がもっと増えると良いと思います。
- 店舗掲示ポスターを見える場所に貼ってほしい。
- 新聞に入ってくる広報新宿を来年はちゃんと見て買い物を楽しみたいと思います。ポスターなどは見たことがありません。
- 新宿応援セールを知らなかったのもっと色々な所で宣伝をしてほしい。
- 現状のままでいいのですが、いつも行くスーパーでは、期間内でも配布終了してしまうので、枚数を増やしてほしいです。
- 各店が、負担でなければ、続けてほしい。当たると、嬉しいので。
- 商店街での買い物をあまりしないので、もっと購入しやすい環境を整えてほしい。（電子マネーを使える店など）
- 初めて券を頂いたのは薬局でした。商店街の発展のためにも続けてほしいと思います。
- 一部の方には大変好評だが全般的にはまだまだ認知度という点では低いと思いますがこれからも続けていって商店の活性化を手助けしていただきたい。
- 続けてほしいが、商店街も、チェーン店が増え、参加店舗が限られていて、利用しづらい。
- 知らなかったのも、利用したいです。参加店を増やしてほしいです。
- 普段より多く買ってもあたらないことが多く残念ですが、ぜひ続けてほしいです。
- なんとなく、判っているが上に有るような店舗掲示ポスターが目につく事が少なく参加店も少ないように感じ意識の中に残らない。
- もう少し当選枚数を増やしてほしい。たくさんもらって当選しなかったときもあるので。
- 地元商店街活性化には賛成だが、商店が少なくなっている（閉店等）。新宿応援セールは続けた方がよいと思う。
- 若い人ほど知名度が低いと思うので、若い人が参加しやすくしてほしい。
- もう少し期間を長くしてもらった方が使う機会があった。使えるお店の一覧など分かりにくかった。
- 本数が少なくても良いので高額金額があった方がワクワク感が増すような気がする。
- 理由（応援セールの内容）を知らずに、配布されて、当選してラッキーと思っていたが、事前に知っていれば期間を意識して買い物をしたと思う。例年やっているとは知らなかった。
- 地域が活性する取組はぜひ続けてもらいたい。

- この件について、知らなかったけれど、地元で買い物をする事には、賛同なので、現状のまま続けていただきたい。
- 楽しいことは続けてほしい。
- 近くに商店街がないため毎日の買い物は立地上他区のマーケット、デパ地下に行くためあまりなじみがない。
- 正直名前くらいしか知らない。普段買い物をしない店が参加店のケースが多く関わり方がわからない。(近寄りがたい)

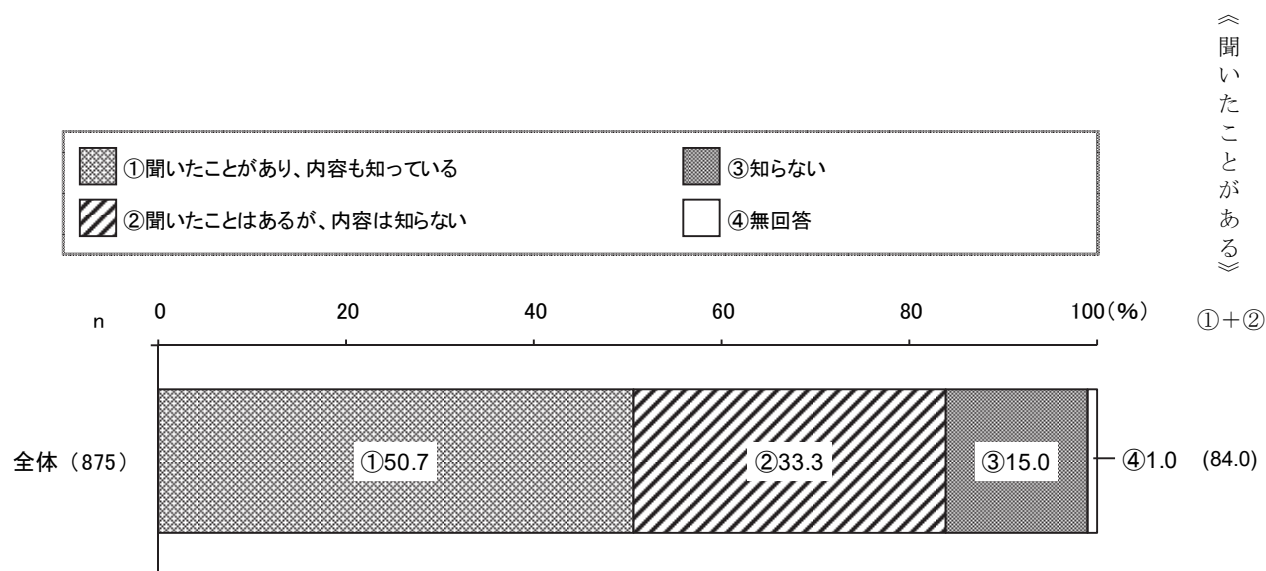
テーマ４ 成年後見制度について

（１）成年後見制度の認知度

◎「聞いたことがあり、内容も知っている」が約５割

問１２ あなたは、成年後見制度を知っていますか。（○は１つ）		(n=875)
１	聞いたことがあり、内容も知っている	50.7%
２	聞いたことはあるが、内容は知らない	33.3
３	知らない	15.0
	無回答	1.0

図４－１－１ 成年後見制度の認知度

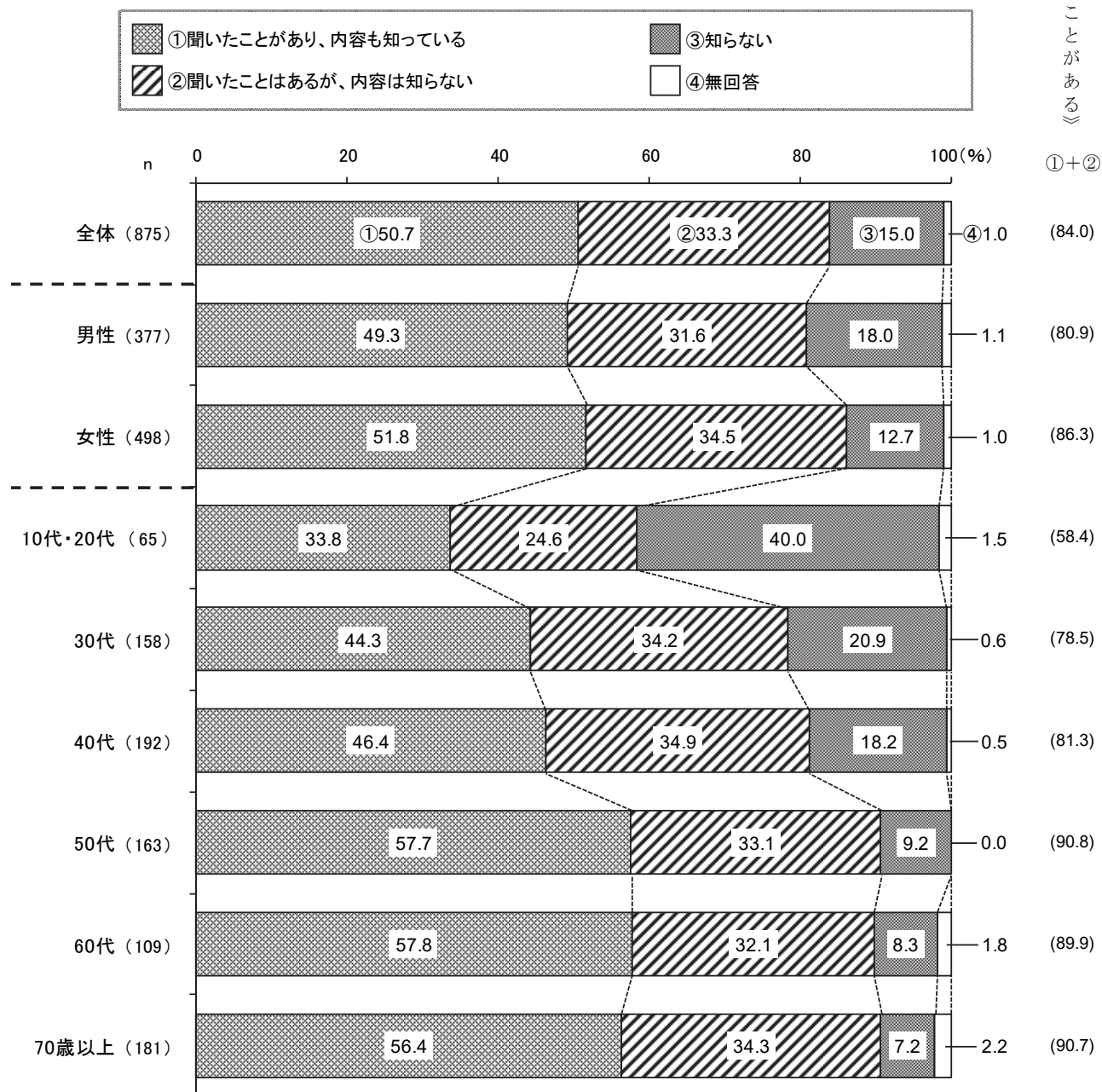


成年後見制度の認知度について、「聞いたことがあり、内容も知っている」（50.7％）が約５割、「聞いたことはあるが、内容は知らない」（33.3％）が３割台半ば近く、「知らない」（15.0％）が１割台半ばとなっている。

「聞いたことがあり、内容も知っている」と「聞いたことはあるが、内容は知らない」を合わせた《聞いたことがある》（84.0％）は８割台半ば近くとなっている。（図４－１－１）

図4-1-2 成年後見制度の認知度
(性別・年代別)

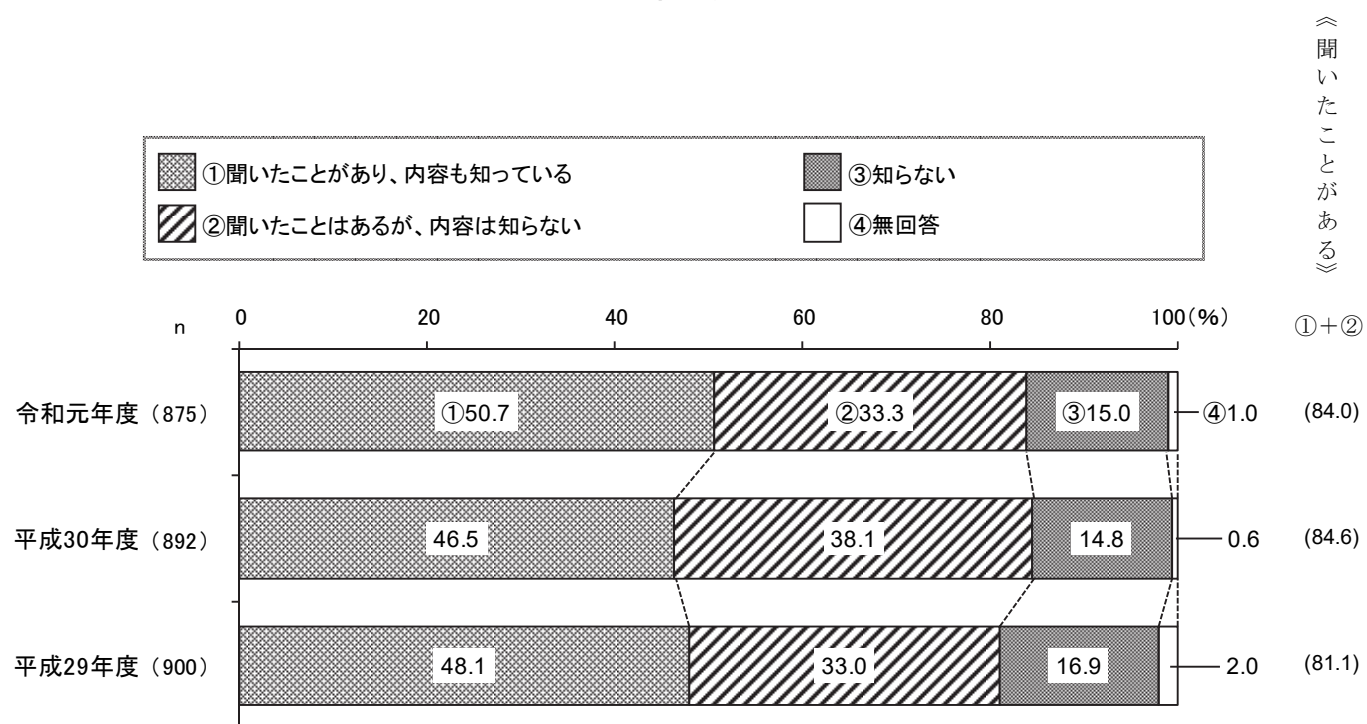
《聞いたことがある》



性別でみると、《聞いたことがある》は女性（86.3%）が8割台半ばを超え、男性（80.9%）を5.4ポイント上回っている。

年代別でみると、「知らない」は10代・20代（40.0%）が4割と、全体（15.0%）を25.0ポイント上回っている。（図4-1-2）

図4－1－3 成年後見制度の認知度
（経年推移）



過去3年間の経年推移をみると、「聞いたことがあり、内容も知っている」は、平成30年度(46.5%)から令和元年度(50.7%)にかけて4.2ポイント高くなっている。(図4－1－3)

(2) 成年後見制度の利用意向

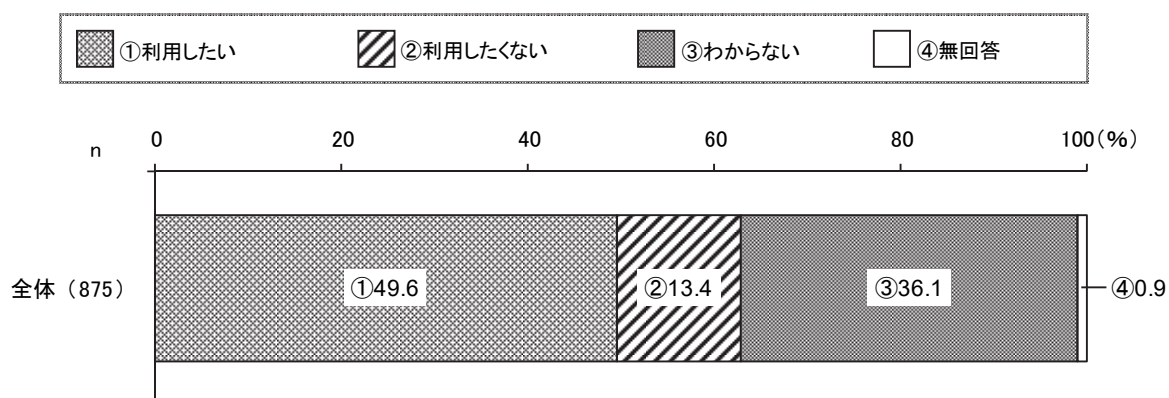
◎成年後見制度を「利用したい」が5割弱

問13 あなたは、あなた自身や家族・親族が、認知症等により判断能力が十分でなくなったとき、成年後見制度を利用したいと思いますか。(〇は1つ)

(n=875)

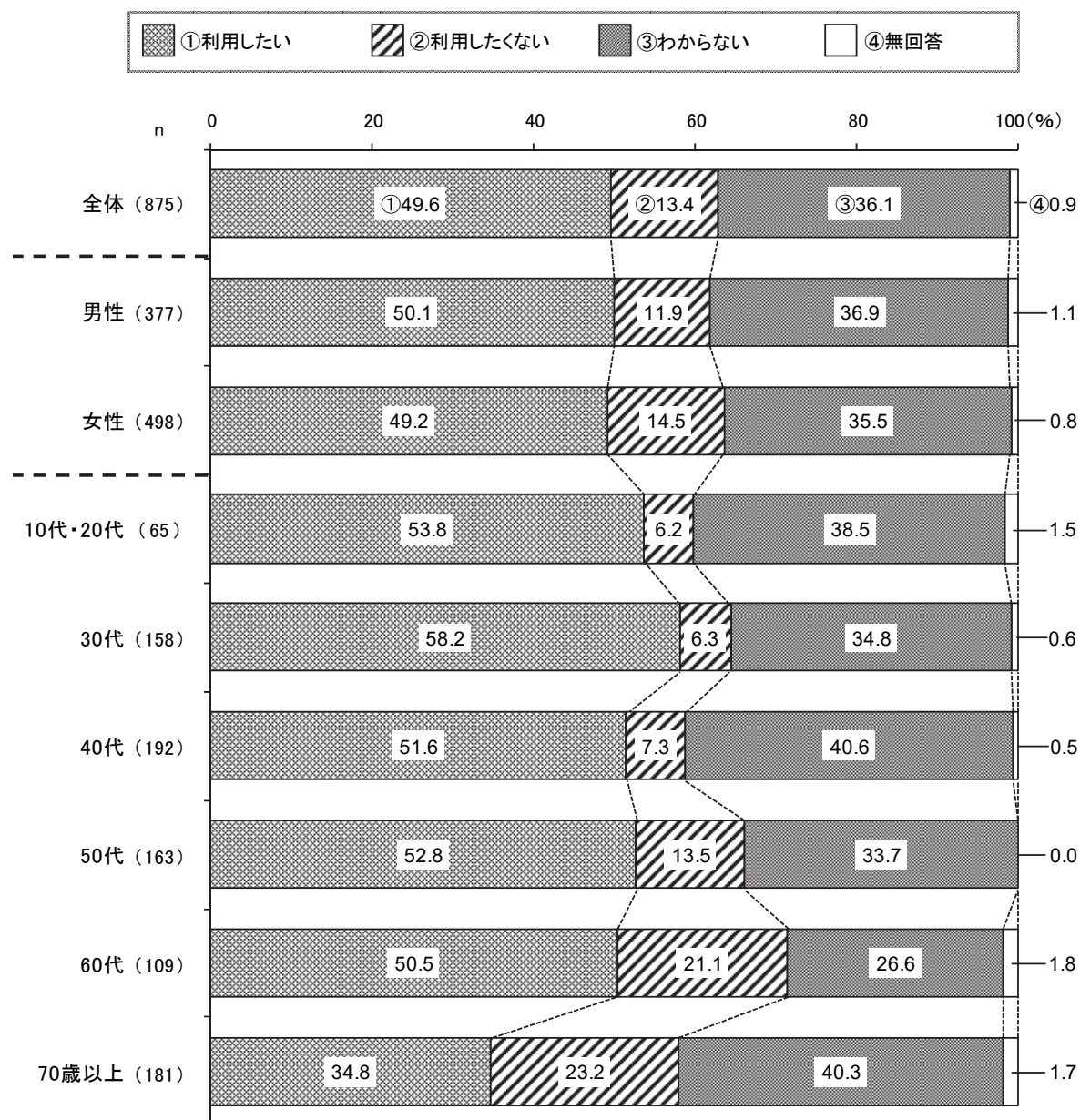
1 利用したい	49.6%
2 利用したくない	13.4
3 わからない	36.1
無回答	0.9

図4-2-1 成年後見制度の利用意向



成年後見制度の利用意向について、「利用したい」(49.6%)が5割弱、「利用したくない」(13.4%)が1割台半ば近く、「わからない」(36.1%)が3割台半ばを超えている。(図4-2-1)

図4-2-2 成年後見制度の利用意向
（性別・年代別）



性別でみると、男女の割合に大きな差はみられない。

年代別でみると、「利用したい」は30代（58.2%）が6割近くと、全体（49.6%）を8.6ポイント上回っている。（図4-2-2）

(3) 後見人になってほしい人

◎後見人になってほしい人は「家族・親族」が8割弱

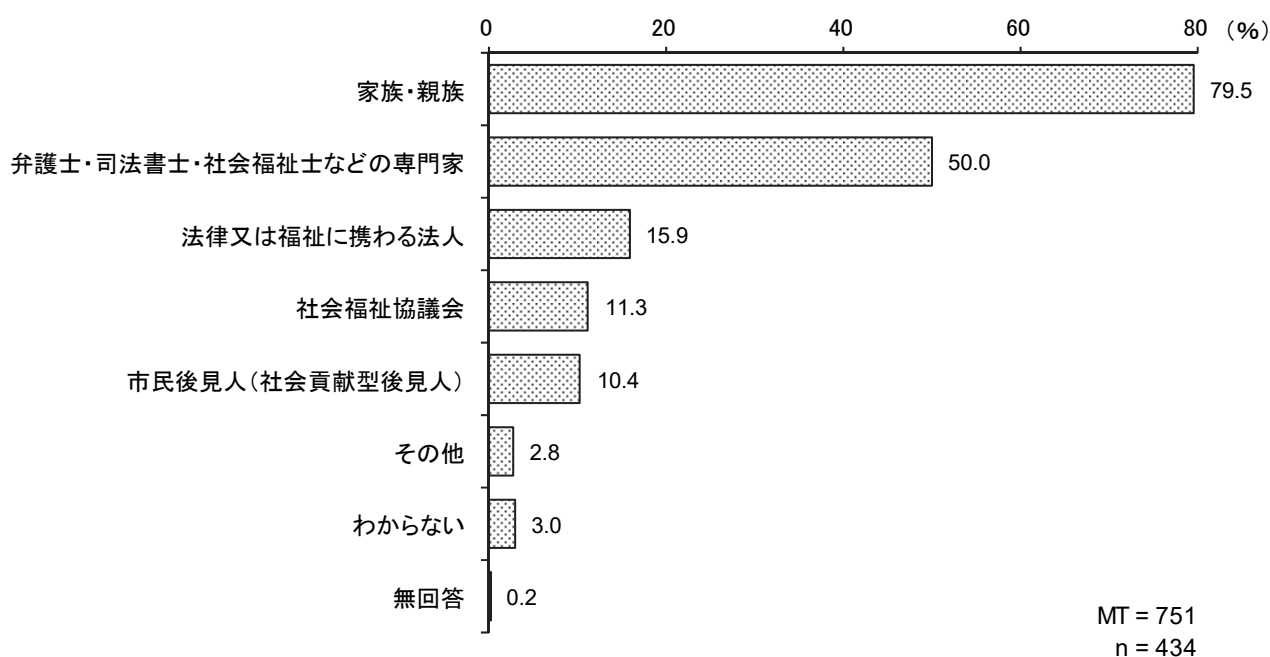
問13-1 問13で、「1」に○をした方にお伺いします。

成年後見制度を利用する際、どのような人に成年後見人等になってほしいと思いますか。すでに利用している人もお答えください。

(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)

	(n=434)
1 家族・親族	79.5%
2 弁護士・司法書士・社会福祉士などの専門家	50.0
3 市民後見人(社会貢献型後見人)	10.4
4 社会福祉協議会	11.3
5 法律又は福祉に携わる法人	15.9
6 その他	2.8
7 わからない	3.0
無回答	0.2

図4-3 後見人になってほしい人



後見人になってほしい人について、「家族・親族」(79.5%)が8割弱で最も高く、次いで「弁護士・司法書士・社会福祉士などの専門家」(50.0%)が5割と続いている。(図4-3)

（４）成年後見制度が利用されるために必要なこと

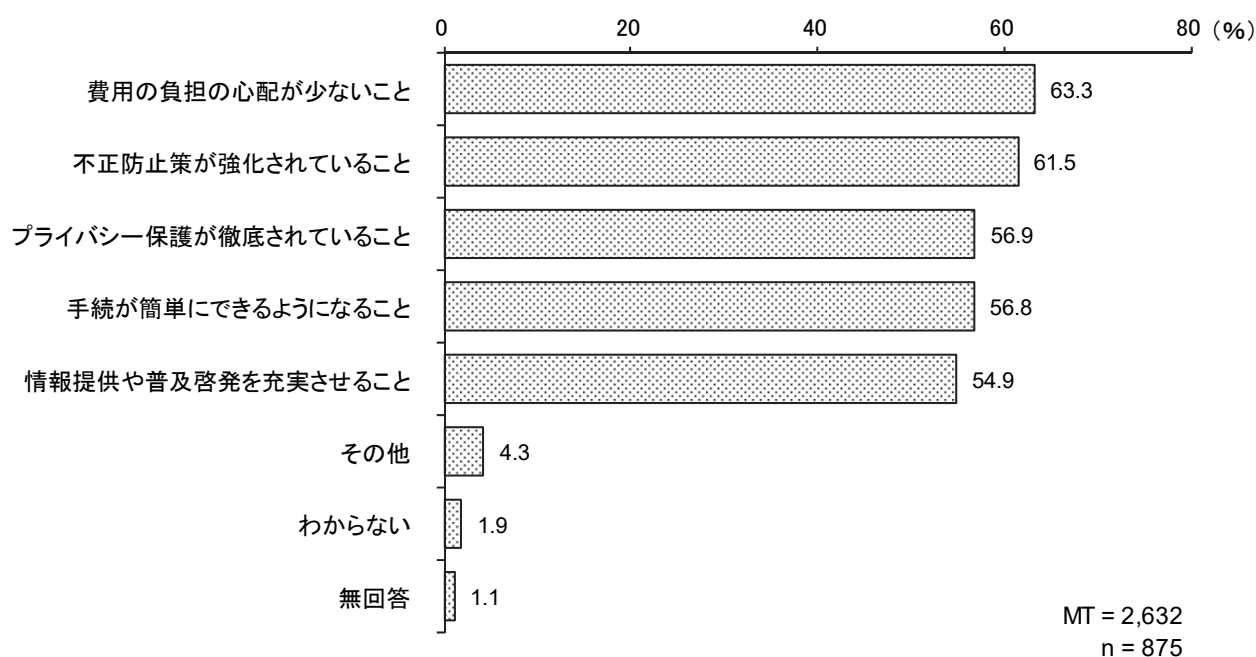
◎「費用の負担の心配が少ないこと」が６割台半ば近く

問１４ あなたは、成年後見制度がより多くの人に利用されるために、どのようなことが必要だと思いますか。（あてはまるものにいくつでも○をつけてください）

(n=875)

１ 情報提供や普及啓発を充実させること	54.9%
２ 費用の負担の心配が少ないこと	63.3
３ プライバシー保護が徹底されていること	56.9
４ 手続きが簡単にできるようになること	56.8
５ 不正防止策が強化されていること	61.5
６ その他	4.3
７ わからない	1.9
無回答	1.1

図４－４ 成年後見制度が利用されるために必要なこと



成年後見制度が利用されるために必要なことは、「費用の負担の心配が少ないこと」（63.3％）が６割台半ば近くで最も高く、次いで「不正防止策が強化されていること」（61.5％）が６割強となっている。以下「プライバシー保護が徹底されていること」（56.9％）および「手続きが簡単にできるようになること」（56.8％）がともに５割台半ばを超え、「情報提供や普及啓発を充実させること」（54.9％）が５割台半ば近くとなっている。（図４－４）

（５）成年後見制度に関する周知方法

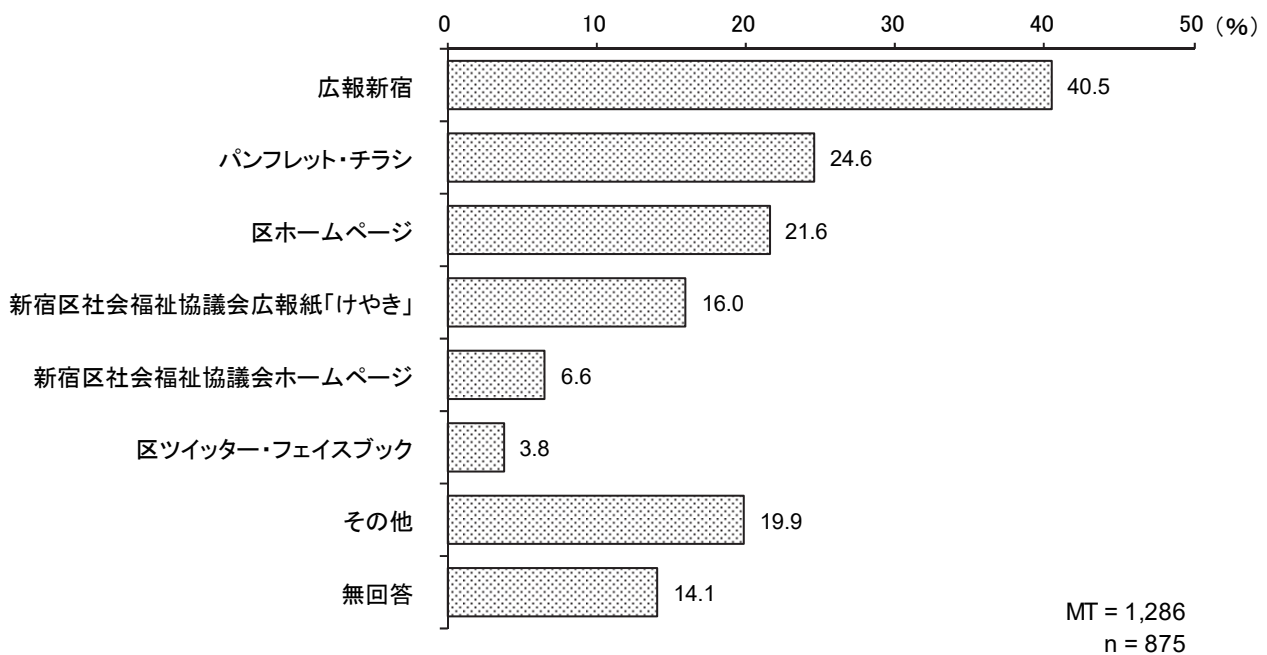
◎「広報新宿」が約４割

問１５ 現在、成年後見制度に関する周知方法として、知っているものは何ですか。

（あてはまるものにいくつでも○をつけてください）

	(n=875)
1 広報新宿	40.5%
2 パンフレット・チラシ	24.6
3 新宿区社会福祉協議会広報紙「けやき」	16.0
4 区ホームページ	21.6
5 新宿区社会福祉協議会ホームページ	6.6
6 区ツイッター・フェイスブック	3.8
7 その他	19.9
無回答	14.1

図４－５ 成年後見制度に関する周知方法



成年後見制度に関する周知方法について、「広報新宿」（40.5％）が約４割で最も高く、次いで「パンフレット・チラシ」（24.6％）が２割台半ば近く、「区ホームページ」（21.6％）が２割強と続いている。（図４－５）

Ⅲ 資料（調査票）

令和元年度 新宿区政モニターアンケート 第2回

- テーマ1 歌舞伎町ルネッサンスの推進について
- テーマ2 認知症になっても安心して暮らせるまちについて
- テーマ3 新宿応援セールについて
- テーマ4 成年後見制度について

テーマ1及びテーマ2に関する資料を同封しています。ご回答の前に一読ください。

アンケートご記入にあたってのお願い

1. 回答は、**あてはまる番号に○印をつけてください**。設問によって、**1つだけの場合や、あてはまるもの全てに○印をつけていただく場合**などがあります。問いの最後に“(○は1つ)”などと記載してありますので、確認のうえご記入をお願いいたします。
2. **前問の回答によって、次に答える設問が変わる場合があります。**
(例：問1で、「1」に○をした方におたずねします、など)
問いの前文や、回答欄の矢印等の指示に従ってお進みください。
3. 「その他」を選んだ場合には、() 内に具体的な回答をご記入ください。

全てご記入頂けましたら、同封の返信用封筒にて

整理票を取り外さず、

令和元年9月20日（金）までにご返送ください。

※整理票は、ご協力のお礼を発送するために必要なものです。開封後直ちに調査票から切り離しますので、調査票によって個人が特定されることは一切ございません。

問合せ先 新宿区総合政策部 区政情報課 広聴係
電話 03-5273-4065（直通）
FAX 03-5272-5500
E-Mail kuseijoho@city.shinjuku.lg.jp



ご協力くださいますようよろしくお願いいたします。



テーマ1 歌舞伎町ルネッサンスの推進について

区は、地元商店街振興組合、町会、警察・消防をはじめとする関係行政機関、民間企業等と強く連携して、歌舞伎町を誰もが安心して楽しめるまちへ再生する取組「歌舞伎町ルネッサンス」を推進しています。歌舞伎町ルネッサンスでは、路上清掃、客引き行為等の指導や防止パトロールなどを実施し、環境美化と安全・安心なまちづくりを進めるとともに、様々なイベントを開催し、賑わいづくりと文化の創造・発信にも取り組んでいます。

※歌舞伎町ルネッサンスの詳しい内容は、同封の冊子をご覧ください。

問1 歌舞伎町に行く主な目的は何ですか。(あてはまるものに3つまで○をつけてください)

- 1 買い物・ショッピング
- 2 映画・カラオケ等の娯楽
- 3 散策
- 4 遊技場（ゲームセンターなど）
- 5 仕事関係
- 6 飲食（主に昼間）
- 7 飲食（主に夜間）
- 8 歌舞伎町に行ったことがない
- 9 その他（)

問2 あなたは今後、歌舞伎町へ行きたいと思いますか。(○は1つ)

- 1 行きたい
- 2 行きたくない
- 3 わからない

問3 あなたは、「歌舞伎町ルネッサンス」の取組を知っていますか。(○は1つ)

- 1 知っている
- 2 聞いたことはあるが、詳しくは知らない
- 3 知らない

(ア～オそれぞれで、1～3に1つだけ○をつけてください)

問5 歌舞伎町のイメージアップに期待するものや効果的なもの、その他歌舞伎町ルネッサンスについてご意見・ご要望がありましたらご記入ください。

(ご自由にお書きください)

※ 歌舞伎町ルネッサンスの紹介ページ

(地域振興部地域コミュニティ課のホームページ)

https://www.city.shinjuku.lg.jp/kusei/index13_132.html

※ 歌舞伎町ルネッサンスオフィシャルサイト

(歌舞伎町タウン・マネージメントのホームページ)

<https://www.d-kabukicho.com/>

テーマ2 認知症になっても安心して暮らせるまち について

超高齢社会となった日本における認知症高齢者数は、平成30年度の時点で65歳以上の7人に1人と推計されています。新宿区においても、介護保険の要支援・要介護認定を受けている人の2人に1人は、見守りや支援が必要な認知症の症状があるという現状です。

新宿区は、「認知症になっても安心して暮らせるまち」を区民の皆様と共につくっていくことを目指しています。そのために認知症という病気や対応方法への正しい理解を深める取り組みを行い、個人の早期受診や早期対応を促進するなど、認知症のご本人やご家族を見守り、支援する輪を拡げています。

そこで今回は、皆様に、認知症に関しておたずねし、認知症についての理解や支援体制の推進に向けた取り組みの充実に役立てていきたいと考えています。

用語解説 認知症とは

認知症は、さまざまな病気がひきがねとなって、「記憶する」、「時・場所・人などを認識する」、「計算や計画をする」などの認知機能が低下していく「脳の病気」のひとつです。（※同封資料参照）

問6 認知症は、早期診断・早期治療を受けることで、進行を遅らせたり、症状を改善して生活上の障害を軽減することができると言われています。

あなたは、このことを知っていますか。（○は1つ）

- 1 知っている
- 2 なんとなく知っている
- 3 知らない

問7 認知症になっても、ご家族や周囲の方の理解と適切な対応によって、物とられ妄想や徘徊などの介護を困難にする症状を和らげることができると言われています。

あなたは、このことを知っていますか。（○は1つ）

- 1 知っている
- 2 なんとなく知っている
- 3 知らない

問 8 区では、認知症について正しく理解し、本人やその家族を支援する認知症サポーターを養成する講座を開催しています。(※同封資料参照)

あなたは、この講座を知っていますか。(○は1つ)

1 講座を受講した

2 知っているが、講座を受講したことはない

3 知らない

→ 問 8 - 1 へ

問 8 - 1 問 8 で、「2」または、「3」に○をした方にお伺いします。

あなたは、認知症サポーターを養成する講座を受講してみたいと思いますか。

(○は1つ)

1 受講してみたい

2 受講したくない (理由 :

)

問 9 もの忘れが気になったり、認知症の症状があり困っているときなど、身近で相談できる「認知症・もの忘れ相談医」がいることを知っていますか。(○は1つ)

1 知っている

2 なんとなく知っている

3 知らない

テーマ3 新宿応援セールについて

新宿応援セールは消費拡大の推進と商店街活性化を図るため、平成21年度から毎年実施している総額3,000万円が新宿区内全域の商店街の店舗で当たる、スピードくじ方式の抽選券を配布するキャンペーンです。(令和元年度実施期間：6月1日～30日【配布期間は6月20日まで】)

新宿応援セールについて、皆様のお考えと実情をお聞きし、今後の施策に役立てていきたいと考えています。

問10 あなたは、「新宿応援セール」を知っていますか。(〇は1つ)

1 知っている	→ 問10-1～問10-2へ
2 知らない	→ 問11へ

問10-1 問10で、「1」に〇をした方にお伺いします。

あなたは、「新宿応援セール」を何で知りましたか。

(あてはまるものにいくつでも〇をつけてください)

1 広報新宿	5 町会掲示板
2 折込チラシ	6 ラッピングバス
3 新宿ルーペ	7 その他 ()
4 店頭ポスター	

問10-2 問10で、「1」に〇をした方にお伺いします。

あなたは、「新宿応援セール」中に、どのくらいの頻度で、商店会で買い物をしましたか。(〇は1つ)

1 普段より多い	→ 問10-3～問10-6へ
2 普段と同じくらい	
3 普段より少ない	
4 買い物しなかった	→ 問11へ

問10-3 問10-2で、「1」～「3」に〇をした方にお伺いします。

あなたは、「新宿応援セール」中に商店会のどちらの店舗で買い物をしましたか。

(あてはまるものにいくつでも〇をつけてください)

1 食料品販売店
2 食料品以外の物販店
3 飲食店
4 サービス業 (美容院・クリーニング店等含む)
5 医療関連施設 (薬局・マッサージ店・鍼灸等含む)
6 娯楽施設
7 その他 ()

問 10-4 問 10-2 で、「1」～「3」に○をした方にお伺いします。
あなたは、「新宿応援セール」中に、いくらくらい商店会で買い物をしましたか。
(○は1つ)

- | | | |
|----------|------------|----------|
| 1 普段より高額 | 2 普段と同額くらい | 3 普段より少額 |
|----------|------------|----------|

問 10-5 問 10-2 で、「1」～「3」に○をした方にお伺いします。
あなたが「新宿応援セール」中に商店会で買い物をした1回あたりの平均金額を
教えてください。(○は1つ)

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1 500円未満 | 4 2,000円以上3,000円未満 |
| 2 500円以上1,000円未満 | 5 3,000円以上 |
| 3 1,000円以上2,000円未満 | |

問 10-6 問 10-2 で、「1」～「3」に○をした方にお伺いします。
あなたは、「新宿応援セール」の当選券を利用しましたか。(○は1つ)

1 当選しなかった	→ 問 11 へ
2 利用した	→ 問 11 へ
3 利用しなかった	→ 問 10-7 へ

問 10-7 問 10-6 で、「3」に○をした方にお伺いします。
あなたが「新宿応援セール」の当選券を利用しなかった理由は何ですか。
(○は1つ)

- | | |
|-------------|-------------|
| 1 当選金額が少ない | 4 当選券を紛失した |
| 2 利用期間が短い | 5 利用するのを忘れた |
| 3 利用したい店が無い | 6 その他 () |

問 11 「新宿応援セール」についてご意見がありましたらご記入ください。
(ご自由にお書きください)

- (例) ・現状のまま続けてほしい。
・店舗掲示ポスターを見える場所に貼ってほしい。
・参加店を増やしてほしい。

テーマ4 成年後見制度について

成年後見制度とは、認知症、知的障害、精神障害などによって、物事を判断する能力が十分でない方（「本人」）について、本人の権利を守る成年後見人等（「成年後見人・保佐人・補助人」）を選ぶことで、本人の意思を尊重し、その人らしい生活のために、法律面や生活面で支援するしくみです。今後、制度の更なる利用促進を図るために、区民の皆様には成年後見制度に関する意識や利用意向、制度の運用体制についておたずねします。

問 12 あなたは、成年後見制度を知っていますか。(○は1つ)

- 1 聞いたことがあり、内容も知っている
- 2 聞いたことはあるが、内容は知らない
- 3 知らない

問 13 あなたは、あなた自身や家族・親族が、認知症等により判断能力が十分でなくなったとき、成年後見制度を利用したいと思いますか。(○は1つ)

- 1 利用したい → 問 1 3 - 1 へ
2 利用したくない
3 わからない

問13-1 問13で、「1」に○をした方にお伺いします。

成年後見制度を利用する際、どのような人に成年後見人等になってほしいと思いますか。すでに利用している人もお答えください。

(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)

- 1 家族・親族
- 2 弁護士・司法書士・社会福祉士などの専門家
- 3 市民後見人※（社会貢献型後見人）
- 4 社会福祉協議会
- 5 法律又は福祉に携わる法人
- 6 その他（ ）
- 7 わからない

※市民後見人とは、弁護士や司法書士などの資格を持たない市民の中で、成年後見に関する一定の知識等を身に付けた第三者の成年後見人等のことです。

問 1 4 あなたは、成年後見制度がより多くの人に利用されるために、どのようなことが必要だと思いますか。(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)

- 1 情報提供や普及啓発を充実させること
- 2 費用の負担の心配が少ないこと
- 3 プライバシー保護が徹底されていること
- 4 手続きが簡単にできるようになること
- 5 不正防止策が強化されていること
- 6 その他 ()
- 7 わからない

問 1 5 現在、成年後見制度に関する周知方法として、知っているものは何ですか。
(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)

- 1 広報新宿
- 2 パンフレット・チラシ
- 3 新宿区社会福祉協議会広報紙「けやき」
- 4 区ホームページ
- 5 新宿区社会福祉協議会ホームページ
- 6 区ツイッター・フェイスブック
- 7 その他 ()

—— 引き続き、回答者の属性のご記入をお願いします ——

※調査結果を統計処理する際に必要ですので、次ページ以降の回答者の属性もご記入ください。
※調査票についている「整理票」は、ご協力のお礼をお送りするために必要ですので、取り外さずにそのままご返送ください。区に到着後、整理票は調査票から取り外して保管しますので、調査票から個人が特定されることはございません。

回答者の属性

問ア あなたのお住まいの地域（所管する特別出張所の地域）をお選びください。（○は1つ）

- | | |
|-------|-----------|
| 1 四谷 | 6 戸塚 |
| 2 簞笥町 | 7 落合第一 |
| 3 榎町 | 8 落合第二 |
| 4 若松町 | 9 柏木 |
| 5 大久保 | 10 角筈・区役所 |

問イ 性別をお答えください。(〇は1つ)

- | | |
|------|------|
| 1 男性 | 2 女性 |
|------|------|

問ウ あなたの年齢（満年齢）を、次の中からお選びください。（○は1つ）

- | | | | |
|---|--------|----|--------|
| 1 | 18～19歳 | 8 | 50～54歳 |
| 2 | 20～24歳 | 9 | 55～59歳 |
| 3 | 25～29歳 | 10 | 60～64歳 |
| 4 | 30～34歳 | 11 | 65～69歳 |
| 5 | 35～39歳 | 12 | 70～74歳 |
| 6 | 40～44歳 | 13 | 75～79歳 |
| 7 | 45～49歳 | 14 | 80歳以上 |

問エ あなたのご職業を、次の中からお選びください。(〇は1つ)

- | | |
|--|--------|
| <ol style="list-style-type: none">1 会社員・団体職員2 会社役員・団体役員3 パート・アルバイト、非常勤、嘱託、派遣など4 自営業、自由業（開業医、弁護士、司法書士なども含む）5 学生 | →問エー１へ |
|--|--------|

 - 6 専業主婦・主夫
 - 7 無職
 - 8 その他（

問エー 1 問エで、「1」～「5」に○をした方にお伺いします。現在のあなたの職場・学校はどこにありますか。(○は1つ)

1 新宿区内

2 新宿区外

問オ 現在、あなたは誰かと同居していますか。同居している場合は、あなたからみた続柄で、同居している方すべてに○をしてください。

(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)

- 1 子
- 2 妻または夫
- 3 親
- 4 祖父母
- 5 孫
- 6 兄弟姉妹
- 7 その他 ()
- 8 ひとり暮らし

1～7の方は、
→ 問オー 1～問オー 2へ

問オー 1 問オで、「1」～「7」に○をした方にお伺いします。同居している人は、あなたを除いて全員で何人ですか。

【 】の中に人数を記入してください。

同居している人は、あなた＋【 】人

問オー 2 問オで、「1 子」に○をした方にお伺いします。同居している子の就学状況は、次のどれにあてはまりますか。(○は1つ)

1 一番上の子が小学校入学前

3 一番上の子が高・大学生

2 一番上の子が小・中学生

4 一番上の子が学校を卒業

問カ あなたは新宿区に住んで何年になりますか。(○は1つ)

1 1年未満

5 10年以上20年未満

2 1年以上3年未満

6 20年以上30年未満

3 3年以上5年未満

7 30年以上

4 5年以上10年未満

問キ 現在のあなたの住宅の形態は、次のうちどれですか。(○は1つ)

一戸建て	集合住宅
1 持ち家の一戸建て	5 分譲マンション・アパート (自己所有のものを含む)
2 賃貸の一戸建て	6 賃貸マンション・アパート
3 社宅・公務員官舎の一戸建て	7 賃貸のUR都市機構(旧公団) ・公社のマンション・アパート
4 その他 ()	8 賃貸の都営・区営住宅
	9 社宅・公務員官舎
	10 その他 ()

アンケートにご協力いただきまして、ありがとうございました。

お手数をおかけしますが、同封の返信用封筒にて、

整理票を取り外さず、

9月20日(金)までに、ご返送ください。

(返送・問合せ先)

〒160-8484 新宿区歌舞伎町1-4-1

新宿区総合政策部 区政情報課 広聴係

電話 03-5273-4065 (直通)

FAX 03-5272-5500

E-mail kuseijoho@city.shinjuku.lg.jp

令和元年度第2回新宿区区政モニターアンケート

令和2年1月発行

編集・発行

新宿区総合政策部区政情報課広聴係

東京都新宿区歌舞伎町1-4-1

電話(03)5273-4065(直通)

印刷物作成番号

2019-21-2106

この印刷物は、業者委託により400部印刷製本しています。その経費として、1部あたり440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経費などは含んでいません。

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。