

II 調査結果の要約

Ⅱ 調査結果の要約

1. 区民の定住性

(1) 居住年数

「5年未満」(31.5%)が3割強で最も高く、これに「5年以上10年未満」(18.0%)を合わせた『短期居住者』(49.5%)は5割弱となっている。また、「30年以上」(9.7%)と「生まれてからずっと」(8.0%)を合わせた『長期居住者』(17.7%)は1割台半ばを超えている。

(2) 定住意向

「当分はここに住むつもり」(52.2%)が5割強で最も高く、これに「永住するつもり」(28.3%)を合わせた『定住意向』(80.5%)は約8割となっている。一方、「近いうちに区外に転出するつもり」(4.7%)と「1年以内に区外に転出するつもり」(1.9%)を合わせた『転出意向』(6.6%)は1割未満となっている。

(2-1) 定住意向の理由

「交通網が充実していて便利だから」(84.1%)が8割台半ば近くで最も高く、次いで「千代田区が好きだから」(46.0%)、「勤務先に近いから」(40.3%)、「医療や福祉などの質が高いから」(37.7%)、「文化的な施設やコンサート会場が近いから」(29.4%)と続いている。

(2-2) 転出意向の理由

「転勤などの仕事の都合」(36.5%)が3割台半ばを超え最も高く、次いで「もっと広い住宅に住みたい」(28.8%)、「もっと家賃や物価の安いところに住みたい」(25.0%)、「もっと居住環境の良いところに住みたい」(23.1%)、「もっと日常生活の便利なおところに住みたい」(15.4%)と続いている。

2. 居住環境評価

(1) 周辺的生活環境評価

『良い』が最も高い項目は“交通の便”(97.6%)で9割台半ばを超えと高くなっている。『悪い』が最も高い項目は“騒音・振動”(34.6%)で3割台半ば近くとなっている。

(2) 周辺の居住環境の満足度

「満足している」(55.4%)が5割台半ば近くと最も高く、これに「大変満足している」(21.4%)を合わせた『満足』(76.8%)は7割台半ばを超えとなっている。一方、「不満である」(5.2%)と「大変不満である」(1.1%)を合わせた『不満』(6.3%)は1割未満となっている。

(2-1) 「周辺的生活環境評価」と「周辺の居住環境の満足度」の相関分析

“景観・まちなみ”(0.50)・“建物の周囲の空間・日当たり”(0.44)・“安全・安心なまち”(0.43)の3項目は相関係数(r)が0.4を超えており、居住環境の満足度と中程度の相関がみられた。周辺的生活環境の中でも、特にこれらの評価が向上することが、居住環境満足度向上に影響すると考えられる。

3. 区の施策への要望

(1) 力を入れてほしい施策

「防災対策」(35.0%)が3割台半ばと最も高く、次いで「環境対策」(34.1%)、「高齢者施策」(28.1%)、「まちづくりの推進」(25.4%)と続いている。

4. 施策の満足度・重要度

(1) 施策の満足度・重要度

「満足」と「やや満足」を合わせた『満足』は“保健・衛生対策”（55.5%）が5割台半ばと最も高くなっている。一方、「やや不満」と「不満」を合わせた『不満』は“環境対策”（31.6%）が3割強と高くなっている。

「重要」と「まあ重要」を合わせた『重要』は“防災対策”（92.9%）が9割強と最も高くなっている。一方、「あまり重要でない」と「重要でない」を合わせた『重要でない』は“商工・観光・消費生活”（15.2%）、“生涯学習、文化・スポーツの振興”（15.0%）が1割台半ばと高くなっている。

5. 区の施設への要望

(1) 整備・充実すべき施設

「公園・児童遊園・広場」（35.5%）が最も高く、次いで、「スポーツ施設」（32.7%）、「高齢者福祉施設」（26.3%）、「図書館」（25.8%）の順となっている。

6. 広報活動

(1) 区政情報の取得媒体

「広報千代田」（77.9%）が7割台半ばを超え最も高く、次いで「区のホームページ」（41.1%）の順となっている。

(2) 新聞購読の有無

「自宅で新聞を購読していない」が68.5%で最も高くなっている。一方、「自宅で新聞を購読している」（26.7%）は2割台半ばを超えている。

(3) 広報千代田の閲読の有無

「読んでいる」（82.4%）が8割強、「読んでいない」（17.1%）は1割台半ばを超えている。

(3-1) 広報千代田の閲読状況

「多くのページに目を通す」（42.3%）と「必要・関心のあるところだけ読む」（47.1%）を合わせた『内容を見ている』（89.4%）が9割弱となっている。一方、「写真や見出しを見る程度」（10.6%）は約1割となっている。

(3-2) 広報千代田を読まない理由

「掲載記事に興味のあるものが少ないから」（38.5%）が4割近くで最も高く、次いで「広報千代田が発行されていることを知らなかったから」（32.6%）、「区政に興味がないから」（9.6%）と続いている。

7. 区政情報の把握

(1) 東京ケーブルネットワークの視聴環境の有無

「ない」（72.1%）が7割強と高くなっている。一方、「ある」（26.0%）は2割台半ばを超えている。

(2) 区が制作した東京ケーブルネットワークの番組の視聴経験

「1回も見ることがない」（81.7%）が8割強で最も高くなっている。一方、「頻繁にみている」（0.5%）、「1週間に1回は見ている」（0.6%）、「1か月に1回は見ている」（2.0%）となり、日常的に見ている方はわずか3.1%にとどまっている。

(3) YouTube の視聴環境の有無

「見ることができる」(93.8%) が9割台半ば近くと最も高く、「見ることができない」(3.3%) は1割未満となっている。

(4) 区公式 YouTube チャンネルの視聴経験

「一度も見たことがない」(87.5%) が8割台半ばを超えと最も高くなっている。一方、「頻繁にみている」(1.5%)、「1週間に1回は見ている」(0.4%)、「1か月に1回は見ている」(0.8%) となり、日常的に見ている方はわずか2.7%にとどまっている。

8. 町会・ボランティア

(1) 地域の活動(町会やボランティア活動など)への参加状況

「よく参加している」(5.2%)、「何回か参加したことがある」(16.1%)、「参加したことは無いが、関心はある」(37.9%)を合わせた『参加経験または関心がある』(59.2%)は6割弱となっている。一方、「参加したことが無く、あまり関心も無い」(38.7%)は3割台半ばを超えているとなっている。

(2) 町会・ボランティア活動で力を入れて欲しい分野

「地域コミュニティの形成」(36.7%)が3割台半ばを超えと最も高く、次いで、「区内大学、専修学校・各種学校との連携の推進」(30.8%)、「地域住民と町会との交流促進」(29.1%)、「NPO・ボランティア等との連携・協働の推進」(20.7%)と続いている。

9. かかりつけ医

(1) かかりつけ医の有無

「はい」(いる) (55.5%) が5割台半ば、一方「いいえ」(いない) (44.0%) は4割台半ば近くとなっている。

(1-1) かかりつけ医の医療機関

「診療所」(72.9%) が7割強、「病院」(25.5%) が2割台半ばとなっている。

(2) かかりつけ歯科医の有無

「はい」(いる) (68.5%) が7割近く、一方「いいえ」(いない) (30.7%) は約3割となっている。

10. 時期健康増進計画の策定

(1) 地域の人との関わり

「あいさつをする程度のつきあいの人がいる」(29.3%) が3割弱、次いで「ほとんど顔も知らない」(26.3%)、「顔をあわせれば雑談などをする人がいる」(17.8%) となっている。

11. 自殺対策

(1) 千代田区自殺対策計画の認知度

「知らなかったが関心がある」(68.4%) が7割近くで最も高く、これに「知らなかったし関心もない」(26.8%)を合わせた『知らなかった』(95.2%)は9割半ばとなっている。一方、「知っていて意識が高まった」(2.1%)と「知っているが関心がない」(2.3%)を合わせた『知っていた』(4.4%)は1割未満となっている。

(2) ストレス等の有無

「やや感じた」(38.7%)が4割近くで最も高く、これに「とても感じた」(20.1%)を合わせた『感じた』(58.8%)は6割近くとなっている。一方、「感じていない」(15.4%)と「あまり感じていない」(25.0%)を合わせた『感じていない』(40.4%)は約4割となっている。

(3) 悩みを相談できる人の有無

「いる」(86.1%)が8割台半ばを超え、「いない」(13.4%)が1割台半ば近くとなっている。

(3-1) 悩みを相談する相手

「家族や親族」(86.8%)が8割台半ばを超え最も高く、次いで「友人や同僚」(68.6%)が7割近くで続いている。

(3-2) 相談内容

「勤務関係の問題」(42.4%)が4割強と最も高く、次いで「病気・健康の問題」(42.3%)が続いている。

(4) 睡眠時間

「ほぼ足りている」(41.2%)が4割強で最も高く、これに「十分足りている」(19.3%)を合わせた『足りている』(60.5%)は約6割となっている。一方、「まったく足りていない」(7.2%)と「やや不足している」(32.0%)を合わせた『足りていない』(39.2%)は4割弱となっている。

(5) 熟睡できないことの有無

「ときどきある」(41.0%)が4割強で最も高く、これに「よくある」(23.8%)を合わせた『ある』(64.8%)は6割台半ば近くとなっている。一方、「まったくない」(10.1%)と「めったにない」(24.5%)を合わせた『ない』(34.6%)は3割台半ば近くとなっている。

(5-1) 眠れない日が続いた時の対応

「入浴や運動をする」(35.2%)が3割台半ばで最も高く、次いで「何もしない」(31.8%)、「スマートフォン等の電子機器を使う」(21.3%)となっている。

(6) 自分の居場所がないと感じることの有無

「まったく感じない」(41.3%)が4割強で最も高く、これに「あまり感じない」(40.8%)を合わせた『感じない』(82.1%)は8割強となっている。一方、「たまに感じる」(14.7%)と「いつも感じる」(2.5%)を合わせた『感じる』(17.2%)は1割台半ばを超えている。

(7) 悩みを相談する手段

「対面相談(訪問相談を含む)」(44.8%)が4割台半ば近くで最も高く、次いで、「インターネットを利用して解決法を検索」(38.2%)、「電話相談」(36.5%)となっている。

(8) 「死にたい」と打ち明けられた時の対応

「ひたすら相手の話を聞く」(74.0%)が7割台半ば近くで最も高く、次いで「解決策と一緒に考える」(47.4%)、「精神科など専門機関への相談を勧める」(46.4%)となっている。一方、「何かしたいが何をしてもよいかわからない」(12.4%)は1割強となっている。

(9) 自殺を考えたことの有無

「考えたことがない」(66.4%)が6割台半ばを超え最も高く、「考えたことがある」(22.5%)が2割強、「答えたくない」(10.0%)が1割となっている。

12. 男女平等、人権

(1) 性別による不平等を感じることもあるか

「ときどき感じる」(34.3%)が3割台半ば近くと最も高く、これに「感じる」(18.0%)を合わせた『感じる』(52.3%)は5割強となっている。一方、「感じない」(15.2%)と「あまり感じない」(32.1%)を合わせた『感じない』(47.3%)は4割台半ばを超えている。

(2) 人権が尊重されている社会だと思うか

「ときどき感じる」(36.0%)が3割台半ばを超えと最も高く、これに「感じる」(33.9%)を合わせた『感じる』(69.9%)は7割弱となっている。一方、「あまり感じない」(24.9%)と「感じない」(4.7%)を合わせた『感じない』(29.6%)は3割弱となっている。

(3) 最も関心のある人権問題

「インターネットによる人権侵害」(15.0%)が1割台半ばと最も高く、次いで「子ども」(14.4%)、「女性」(13.0%)と続いている。

(4) LGBTQについて正しく理解したいと思うか

「思う」(38.9%)が4割近くと最も高く、これに「どちらかというと思う」(34.3%)を合わせた『思う』(73.2%)は7割台半ば近くとなっている。一方、「あまり思わない」(17.7%)と「思わない」(8.2%)を合わせた『思わない』(25.9%)は2割台半ばとなっている。

(5) 同性のパートナーの権利について

「思う」(47.2%)が4割台半ばを超えと最も高く、これに「どちらかというと思う」(30.6%)を合わせた『思う』(77.8%)は7割台半ばを超えとなっている。一方、「あまり思わない」(13.7%)と「思わない」(7.8%)を合わせた『思わない』(21.5%)は2割強となっている。

13. スポーツ実施率

(1) 運動・スポーツを行う頻度

「30分以上の運動を週2回以上」(33.9%)が3割台半ば近くと最も高く、これに「週2回以上(時間は問わない)」(14.2%)と「週1回程度(時間は問わない)」(17.2%)を合わせた『週1回以上』(65.3%)は6割台半ばとなっている。

(1-1) この1年間に行った運動・スポーツ

「ウォーキング」(65.5%)が6割台半ばと最も高く、次いで「筋力トレーニング」(29.4%)、「ランニング(ジョギング)・マラソン」(14.8%)と続いている。

(1-2) この1年間に運動・スポーツを行った場所

「道路・空き地」(45.2%)が4割台半ばと最も高く、次いで「自宅または自宅敷地内」(29.6%)、「民間商業インドア施設」(26.2%)と続いている。

(1-3) この1年間に運動・スポーツをほとんど行わなかった理由

「仕事や家事で疲れている」(52.9%)が5割強と最も高く、次いで「忙しくて時間がない」(43.0%)、「体力に自信がない」(22.7%)と続いている。

(2) 今後新しく始めたいと思う運動・スポーツ

「筋力トレーニング」(22.8%)が2割強と最も高く、次いで「ウォーキング」(19.0%)、「エアロビクス・ヨガ・バレエ・ピラティス」(16.7%)と続いている。一方、「新しく始めたいと思う運動・スポーツはない」(23.1%)は2割台半ば近くとなっている。

(3) 地域での運動やスポーツ活動に期待する効果

「健康・体力づくり」(77.9%)が7割台半ばを超えと最も高く、次いで「余暇時間の有効活用」(29.0%)、「高齢者の生きがいづくり」(27.7%)と続いている。

(4) 公共スポーツ施設の運営や生涯スポーツ振興策について望むこと

「施設数の増加・施設の拡充」(55.6%)が5割台半ばと最も高く、次いで「施設の快適化(空調・バリアフリーなど)」(30.5%)、「子どもの居場所づくり・健全育成」(25.7%)と続いている。

(5) 千代田区民体育大会の認知度

「知っている、参加したことがある」(10.7%)と「知っているが、参加したことはない」(28.3%)、「知らないが、参加してみたい」(15.0%)を合わせた『知っていた、または参加の意思がある』(54.0%)は5割台半ばとなっている。一方、「知らないし、参加するつもりもない」(44.5%)は4割台半ばとなっている。

(5-1) 千代田区民体育大会を知ったきっかけ

「広報千代田(区の広報紙)」(56.3%)が5割台半ばを超えと最も高く、次いで「家族や友人から聞いて」(31.4%)、「町会で聞いて」(24.9%)と続いている。

14. 生物多様性

(1) 生物多様性という言葉の認知度

「知っている」(45.5%)が4割台半ばで最も高く、次いで「知らない」(31.9%)が3割強、「意味は知らなかったが、言葉は聞いたことがある」(22.1%)が2割強となっている。

(2) 生物多様性への関心の有無

「大切なことで、関心がある」(54.5%)が5割台半ば近くと最も高く、次いで「大切とは思いますが、関心はない」(22.3%)が2割強、「考えたこともなかった」(18.6%)が2割近くと続いている。

(3) 生物多様性の保全活動等への参加経験

「参加したことがある」(1.6%)、「活動は知っているが参加したことはない」(20.1%)、「活動は知らなかったが参加してみたい」(37.0%)を合わせた『知っていた、または参加の意思がある』(58.7%)が6割近くとなっている。一方、「活動を知らないし参加したくもない」(39.6%)は4割弱となっている。

(4) 区内の生物多様性に関する情報の取得媒体

「広報千代田(区の広報紙)」(61.7%)が6割強と最も高く、次いで「区のホームページ」(12.6%)が1割強、「公共施設での展示・配布物」(9.5%)が1割弱と続いている。

15. 2050 ゼロカーボンちよだに向けた取り組み

(1) 「2050 ゼロカーボンちよだ」の認知度

「知らない」(81.0%)が8割強で最も高く、次いで「知っている」(8.2%)、「意味は知らないが、聞いたことがある」(5.8%)となっている。

(2) 脱炭素社会への関心の有無

「大切なことで、関心がある」(56.9%)が5割台半ばを超えと最も高く、次いで「大切とは思いますが、関心はない」(23.6%)が2割台半ば近く、「考えたこともなかった」(9.1%)が1割弱と続いている。

(3) 環境保全イベントや活動への参加経験

「活動があることを知っており参加したことがある」(0.8%)、「活動は知っているが参加したことはない」(15.5%)、「活動は知らなかったが参加してみたい」(33.9%)を合わせた『肯定的な意見』(50.2%)が約5割となっている。一方、「活動を知らないし参加したくもない」(48.2%)は5割近くとなっている。

(4) 区内の温暖化対策や脱炭素に関する情報の取得媒体

「広報千代田(区の広報紙)」(61.4%)が6割強と最も高く、次いで「区のホームページ」(15.3%)が1割台半ば、「テレビ・ラジオ・新聞・図書」(10.0%)が1割と続いている。

16. 食品ロス削減

(1) 食品ロスへの意識

「少し意識している」(49.9%)が5割弱で最も高く、これに「とても意識している」(39.1%)を合わせた『意識している』(89.0%)は9割弱となっている。一方、「あまり意識していない」(8.1%)と「まったく意識していない」(1.9%)を合わせた『意識していない』(10.0%)は1割となっている。

(2) 食品ロスの発生頻度

「ときどき出る」(48.3%)が5割近くと最も高く、次いで「ほとんど出ない」(37.3%)、「ひんぱんに出る」と「まったくでない」(7.0%)と続いている。

(3) 食品ロスの発生場所

「自宅で調理したおかず等」(49.3%)が5割弱と最も高く、次いで「缶詰、レトルト食品などの保存食品」(23.6%)と「買って来た弁当、総菜」(23.6%)が2割台半ば近くと続いている。

(4) 消費期限と賞味期限の違いの認識

「どちらも認識している」(90.6%)が約9割と最も高く、「消費期限は認識している」(3.7%)、「賞味期限は認識している」(4.2%)、「どちらもわからない」(1.0%)は1割未満となっている。

(5) 賞味期限の過ぎた食品の扱い

「色や見た目、において判断する」(47.5%)が4割台半ばを超えと最も高く、次いで「1週間以内であれば使う」(33.2%)、「1か月以内であれば使う」(10.0%)と続いている。

(6) 食品ロスを出さないために実践している取り組み

「残さずに食べる」(62.6%)が6割強と最も高く、次いで「冷凍保存を活用する」(58.2%)、「賞味期限を過ぎても、自分で食べられるか否かを判断する」(47.8%)と続いている。

(7) フードドライブの利用状況

「提供する食品は発生しない」(50.8%)が約5割と最も高く、次いで「今後利用したい」(24.1%)、「利用するつもりはない」(19.0%)、「利用したことがある」(4.3%)と続いている。

(7-1) フードドライブを今後利用するために必要だと思う工夫

記入された主な意見は、情報の周知(66件)、利用場所・時間帯(53件)、利用のしやすさ等(40件)、その他(25件)などがあつた。

(7-2) フードドライブを利用するつもりがない理由

記入された主な意見は、利用する必要がある(57件)、面倒だから(30件)、衛生面等(21件)、活動内容、利用方法が分からない(18件)、その他(9件)などがあつた。

17. まちづくりに関する情報収集の方法について

(1) まちづくりに関する情報の取得状況

「どちらかというと思う」(47.5%)が4割台半ばを超えて最も高く、これに「思う」(6.4%)を合わせた『思う』(53.9%)は5割強となっている。一方、「あまり思わない」(33.5%)と「思わない」(11.1%)を合わせた『思わない』(44.6%)は4割台半ば近くとなっている。

(1-1) まちづくりに関する情報の取得先

「広報千代田(区の広報紙)」(91.8%)が9割強と最も高く、次いで「区ホームページ」(23.7%)、「広報掲示板」(18.0%)と続いている。

(1-2) まちづくりに関する情報を十分に得られていないと思う理由

記入された主な意見は、情報量、得る機会が足りない(96件)、興味・関心がない(71件)、自分が知らない、情報に触れていない(65件)、その他(46件)などがあつた。

18. ポータルサイトの利用状況

(1) 千代田区ポータルサイトの認知度

「知らない」(76.5%)が7割台半ばを超えて最も高くなっている。一方、「知っている」(10.1%)と「知っているが利用したことがない」(13.0%)を合わせた『知っている』(23.1%)は2割台半ば近くとなっている。

(1-1) 千代田区ポータルサイトを知ったきっかけ

「広報千代田(区の広報紙)」(61.7%)が6割強と最も高く、次いで「区ホームページ」(30.6%)と続いている。

(1-2) 千代田区ポータルサイトを利用したことがない理由

「オンライン申請したい手続きがない」(40.8%)が約4割と最も高く、次いで「アカウント登録が面倒」(29.1%)、「個人情報の取り扱いが不安」(14.6%)、「難しそう」(8.7%)と続いている。

(2) 登録すると区から必要な情報がポータル上で届くことの認知度

「知らない」(88.1%)が9割弱で、「知っている」(6.7%)は1割未満となっている。

(3) 千代田区ポータルサイトに欲しい機能

「問い合わせに対応してくれるチャット機能」(22.9%)が2割強で最も高く、次いで「FAQやヘルプセンターの充実」(12.6%)、「情報をシェアできる SNS との連携」(8.0%)、「背景色や画面構成をカスタマイズできるマイページ」(2.3%)となっている。

19. 公共施設の管理の課題

(1) 公共施設の数量や質と区が負担するコストとの関係

「公共施設の数量や質を現状程度に維持するために必要な程度のコスト増は認める」(48.5%)が5割近くで最も高く、次いで「公共施設の数量や質を積極的に整理・縮小してコストを下げることで、福祉等の他の行政サービスを充実させる」(18.7%)、「コストがさらに増加しても、公共施設の数量や質を現状より充実させていく」(18.6%)、「公共施設の数量や質が現状より下がったとしてもコストは現状を維持する」(6.3%)と続いている。

(2) 区有施設（建物）の管理で重視すべき点

「防災拠点として機能する」（56.3%）が5割台半ばを超えと最も高く、次いで「地域の実態に応じて、必要な施設が配置されている」（47.0%）、「経済負担が小さく維持管理できる」（42.7%）と続いている。

(3) インフラ施設（建物を除く）の管理で重視すべき点

「緊急時にも安全に利用できる」（64.7%）が6割台半ば近くと最も高く、次いで「区民ニーズに応じて、柔軟に利用できる」（50.6%）、「経済負担が小さく維持管理できる」（40.3%）と続いている。

(4) 公共施設の利用状況

“公園・広場”（15.0%）で1割台半ばと最も高くなっている。一方、「利用していない」は“児童施設（児童館）”（82.4%）で8割強と最も高くなっている。

(4-1) 施設（用途）を利用している理由

「家から行きやすい」は“公園・広場”（81.3%）で8割強と最も高くなっている。また、「料金等の費用負担が少ない」は“スポーツ施設”（64.6%）で6割台半ば近くと最も高くなっている。

(4-2) 施設（用途）を利用していない理由

「利用する用事が無い」は“区民集会施設”（74.4%）で7割台半ば近くと最も高くなっている。また、「仕事や学校等で施設を利用する時間がない」は“公園・広場”（21.0%）で2割強と最も高くなっている。

(5-1) 複合施設の連続利用状況

『連続して利用したことがある』は“千代田区役所”（49.9%）が5割弱と最も高く、次いで“各出張所”（37.2%）が3割台半ばを超えと続いている。一方、「連続して利用したことがない」は“昌平童夢館”（81.7%）、“ちよだパークサイドプラザ”（81.4%）で8割強と高くなっている。

(5-2) 複合施設を連続利用した際の満足度

『満足』は“千代田区役所”（78.7%）で8割近くと最も高く、次いで“各出張所”（70.8%）、「日比谷図書文化館」（63.9%）と続いている。一方、『不満』は“いきいきプラザ一番町”（10.2%）で約1割と最も高く、次いで“スポーツセンター”（9.9%）と続いている。

(6-1) 指定管理者制度を活用した施設の利用状況

『利用したことがある』は“千代田区立図書館”（41.9%）が4割強と最も高く、次いで“スポーツセンター”（25.1%）が2割台半ばと続いている。一方、「利用したことがない」は“ジョブ・サポート・プラザちよだ”（89.4%）で9割弱と最も高く、次いで“えみふる（障害者福祉センター）”（87.7%）、“岩本町ほほえみプラザ”（87.0%）で高くなっている。

(6-2) 指定管理者制度を活用した施設を利用した際の満足度

『満足』は“千代田区立図書館”（70.8%）で約7割と最も高く、次いで“富士見わんぱく広場”（53.3%）、“いきいきプラザ一番町”（51.0%）と続いている。一方、『不満』は“スポーツセンター”（13.6%）で1割台半ば近くと最も高く、次いで“富士見わんぱく広場”（8.7%）と続いている。

20. 区民の防災対策

(1) 地域の避難所の認知度

「知っている」(65.0%)が6割台半ば、「知らない」(33.1%)が3割台半ば近くとなっている。

(2) 家具等の安全対策の実施状況

「一部の家具等をしている」(60.8%)が約6割と最も高く、これに「すべての家具等をしている」(11.0%)を合わせた『安全対策をしている』(71.8%)は7割強となっている。一方、「まったくしていない」(26.2%)は2割台半ばを超えている。

(3) 自宅周辺の災害リスクの認知度

「知っている」(69.9%)が7割弱、「知らない」(28.4%)は3割近くとなっている。

(4) 災害時の避難方法

「在宅避難」(60.6%)が約6割と最も高くなっている。また、「縁故避難(親戚や知人宅への避難)」(4.9%)と「避難所への避難」(26.0%)を合わせた『在宅以外への避難』(30.9%)が約3割となっている。

(5) 災害に備えた備蓄状況

「飲料水」(80.9%)が約8割と最も高く、次いで「食料品(米・缶詰・ビスケット・レトルト品等)」(76.5%)、「懐中電灯」(67.6%)と続いている。

(5-1) 備蓄量

“飲料水”では「3日分～6日分」(50.0%)が5割と最も高く、次いで「1日分～2日分」(34.1%)、「7日以上」(15.8%)と続いている。“食料品”では「3日分～6日分」(51.4%)が5割強と最も高く、次いで「1日分～2日分」(35.9%)、「7日以上」(12.7%)と続いている。“携帯トイレ”では「3日分～6日分」(44.5%)が4割台半ば近くと最も高く、次いで「1日分～2日分」(42.1%)、「7日以上」(12.7%)と続いている。

(6) 災害発生時に知りたい情報

「電気・水道等のライフラインの情報」(83.7%)が8割強と最も高く、次いで「被害の状況」(76.4%)、「災害の規模や気象情報」(72.1%)と続いている。

(7) 災害時に情報を取得する媒体

「テレビ」(66.4%)が6割台半ばを超えと最も高く、次いで「SNS(Facebook、X(旧Twitter)、LINEなど)」(56.5%)、「ラジオ」(43.5%)と続いている。