

アンケート調査結果概要

1 目的

墨田区基本構想（以下「基本構想」という。）の策定に向けた基礎資料とするため、以下のとおり、アンケート調査を行った。

2 調査の実施方法

アンケート名	主な内容	回答者の抽出方法	回答方法	有効回収数及び回収率
区のイメージに関する調査	・基本構想の達成度 ・区に対するイメージ など	満 18 歳以上の区民 3,000 人を無作為抽出	郵送・インターネット回答を併用	744 人 (24.8%)
転出入に関する調査	・転出入理由 ・区に対するイメージ など	令和 4 年 6 月から令和 5 年 5 月までの期間に おける区への転入者 2,000 人及び区からの 転出者 2,000 人を無作 為抽出	郵送・インターネット回答を併用	・転入者からの回答 579 人 (29.0%) ・転出者からの回答 598 人 (29.9%) ※ 小数点第 2 位四捨五入
区のイメージに関する web 調査	・区に対するイメージ など	区報「すみだ」、区ウェブサイト、SNS より回答者を募集	インターネット回答	188 人

3 基本構想の達成度（区のイメージに関する調査）

現在の基本構想の達成度を測る問において、「達成できていると思う」と回答した割合（「とてもそう思う」「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の合計割合）は、以下のとおりである。

基本目標	政策	達成できていると思う割合 (%)
基本目標Ⅰ 「すみだ」らしさの息づくまちをつくる	① 「歴史ある文化を伝えつつ、新たな文化を創造する」	79.8
	② 「特色ある、多彩な魅力や個性を発信する」	71.8
	③ 「水と緑を活かした、美しい景観をつくる」	69.5
基本目標Ⅱ 地域で快適に暮らせる「すみだ」をつくる	④ 「多様な都市機能が調和したまちをつくる」	73.7
	⑤ 「人々が交流できる、利便性が高いまちをつくる」	71.0
	⑥ 「誰もが安全・快適に暮らし、移動できるまちをつくる」	71.4
基本目標Ⅲ 新しい事業が起き、人が集まる「す	⑦ 「活力ある、新たな産業の創出を図る」	48.0
	⑧ 「楽しく時間を過ごせる、こだわりをもった商業・サービスの集積を進める」	70.4

みだ」をつくる	⑨ 「誰もが地域のなかで、生きがいをもって働くことができるしくみをつくる」	51.2
基本目標Ⅳ 安心して暮らせる 「すみだ」をつくる	⑩ 「災害や犯罪から身を守る、安全・安心なまちとしくみをつくる」	61.0
	⑪ 「すべての人がいきいきと生活できるしくみをつくる」	61.3
	⑫ 「生涯にわたり、健康に暮らせるしくみをつくる」	79.2
	⑬ 「豊かな人間性をもった子どもたちが健やかに育つしくみをつくる」	64.1
	⑭ 「地球にやさしい、環境への負荷の少ないまちとしくみをつくる」	62.6
基本目標Ⅴ 区民と区が協働で 「すみだ」をつくる	⑮ 「人と人とのつながりの強い、地域力の高いまちをつくる」	58.1
	⑯ 「多様な公共の担い手が協働できるしくみをつくる」	56.5

4 区民ニーズの概要

(1) 区へのイメージ

現在の墨田区へのイメージ及び今後の区に期待しているイメージを、選択肢から最大3つまで回答する問において、選択率が高い項目はそれぞれ以下のとおりである。

ア 現在の区へのイメージ

	区のイメージ調査	転入者調査	転出者調査	web調査
1位	便利で住みやすいまち (51.9%)	便利で住みやすいまち (49.4%)	便利で住みやすいまち (58.9%)	便利で住みやすいまち (51.6%)
2位	伝統、文化、芸術が感じられるまち (47.4%)	伝統、文化、芸術が感じられるまち (42.5%)	伝統、文化、芸術が感じられるまち (45.5%)	伝統、文化、芸術が感じられるまち (45.7%)
3位	多くの人を訪れるにぎわいのあるまち (43.0%)	多くの人を訪れるにぎわいのあるまち (41.1%)	多くの人を訪れるにぎわいのあるまち (42.3%)	地域のつながりが強いまち (36.2%)

いずれの調査でも「便利で住みやすいまち」、「伝統、文化、芸術が感じられるまち」、「多くの人を訪れるにぎわいのあるまち」の選択率が高い。

イ 今後の区に期待しているイメージ

	区のイメージ調査	転入者調査	転出者調査	web調査
1位	災害に強いまち (34.9%)	治安が良いまち (33.9%)	出産・子育てがしやすいまち (38.6%)	災害に強いまち (41.0%)
2位	治安が良いまち (34.8%)	便利で住みやすいまち (32.3%)	治安が良いまち (29.4%)	便利で住みやすいまち (31.9%)
3位	便利で住みやすいまち (32.3%)	災害に強いまち (29.7%)	災害に強いまち (26.4%)	治安が良いまち (30.3%)

複数の調査で、「災害に強いまち」、「治安が良いまち」、「便利で住みやすいまち」の選択率が高い。また、転出者調査では「出産・子育てがしやすいまち」の選択率が高い。

(2) 区への満足点、区への不満点、区がより魅力的になるための点

区への満足点、不満点、区がより魅力的になるために重要だと思う点を、選択肢のキーワードから最大5つまで回答する問において、「特になし」を除き、選択率が高い項目はそれぞれ以下のとおりである。

ア 区への満足点

	区のイメージ調査	転入者調査	転出者調査	web 調査
1位	交通 (52.7%)	交通 (57.9%)	交通 (66.6%)	交通 (47.9%)
2位	伝統・歴史 (42.1%)	住環境(住宅・道路・公園等) (46.1%)	住環境(住宅・道路・公園等) (51.3%)	伝統・歴史 (40.4%)
3位	観光 (38.3%)	商業・商店街 (34.7%)	商業・商店街 (42.8%)	観光 (27.1%)

いずれの調査でも「交通」が区への満足点として選択される割合が高い。

ほかに、「伝統・歴史」、「住環境(住宅・道路・公園等)」、「観光」、「商業・商店街」も複数の調査で選択率が高い。

イ 区への不満点

	区のイメージ調査	転入者調査	転出者調査	web 調査
1位	商業・商店街 (28.6%)	商業・商店街 (16.4%)	住環境(住宅・道路・公園等) (18.9%)	住環境(住宅・道路・公園等) (35.6%)
2位	防災 (28.5%)	住環境(住宅・道路・公園等) (11.7%)	防犯 (17.4%)	防災 (33.5%)
3位	防犯 (26.9%)	防犯 (11.1%)	防災 (16.9%)	子ども・若者支援 (28.7%)

複数の調査において、「住環境(住宅・道路・公園等)」、「商業・商店街」、「防災」、「防犯」の選択率が高い。

ウ 区がより魅力的になるために重要だと思う点(区民のイメージに関する調査)

	区のイメージ調査	web 調査
1位	住環境(住宅・道路・公園等) (32.1%)	住環境(住宅・道路・公園等) (46.3%)
2位	まちなみ (29.4%)	商業・商店街 (33.0%)
3位	子ども・若者支援 (28.4%)	防災 (30.9%)

両調査で「住環境(住宅・道路・公園等)」の選択率が高く、他には「まちなみ」、「商業・商店街」、「子ども・若者支援」、「防災」の選択率が上位である。

(3) 地域課題の解決やまちづくりへの区民参画(区民アンケートのみ)

地域課題の解決やまちづくり(以下「まちづくり等」という。)への区民参画の重要性や参加意向に関する問において、「重要だと思う」「参加したいと思う」「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」を選択した合計の割合)と回答した割合は以下のとおりである。

ア まちづくり等への区民参画の重要性

	区のイメージ調査	web 調査
区民や事業者と区が協力してまちづくり等を進めていくことが重要と思う割合	94.9%	97.3%

区民や事業者と区が協力してまちづくり等を進めていくことが重要だと考える方の割合は両調査もとに 95%前後を占める。

イ まちづくり等への参加意向（「参加意向があると回答した割合」を掲載）

	全体	10代、20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
区のイメージ調査	59.4% (n=744)	65.2% (n=92)	66.9% (n=148)	57.4% (n=176)	60.3% (n=141)	58.2% (n=110)	42.9% (n=77)
web 調査	85.1% (n=188)	100% (n=4)	86.4% (n=44)	81.3% (n=48)	92.5% (n=40)	78.8% (n=33)	84.2% (n=19)

・まちづくり等への参加意向は、区のイメージ調査では約 6 割、web 調査では約 8.5 割である。

・年代別の区のイメージ調査の結果から、まちづくり等への参加意向があると回答した割合が最も高いのは「30 代」で、最も低いのは「70 代以上」である。