

第56回

中央区政世論調査

概要版

令和8年5月実施



【調査の項目】

- | | |
|---------------|----------------------|
| 1 定住性 | 10 受動喫煙防止対策 |
| 2 防災対策 | 11 デジタル技術を活用した区民サービス |
| 3 健康診査 | 12 広報 |
| 4 高齢者施策 | 13 環境 |
| 5 障害者施策 | 14 中央区の森 |
| 6 子育て支援 | 15 伝統と文化 |
| 7 防犯対策 | 16 事業の認知度・満足度 |
| 8 スポーツ | 17 施策の要望・評価 |
| 9 地域のコミュニティ活動 | |

【調査対象】 中央区に居住する満18歳以上の個人

【対象者】 2,000人

【抽出方法】 層化無作為抽出法

令和8年4月1日現在の住民基本台帳に登録された
満18歳以上の個人161,969人から抽出

【調査方法】 [配布] 郵送配布

[回収] 郵送回収またはインターネット回答

【調査時期】 令和8年5月7日(木)～6月5日(金)

【調査機関】 株式会社ケー・デー・シー

【回収結果】 回収数 954(郵送回収 468 インターネット回答 486) 回収率 47.7%



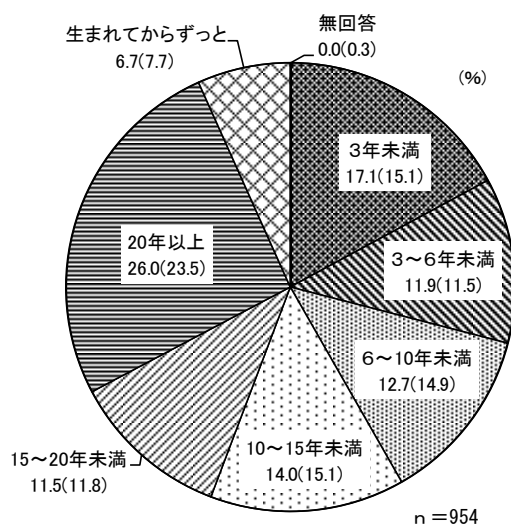
1 定住性

■居住年数

『短期居住者』（「3年未満」と「3～6年未満」の合計）は29.0%で約3割となっている。

『中期居住者』（「6～10年未満」、「10～15年未満」および「15～20年未満」の3つの合計）は38.2%で4割近く、『長期居住者』（「20年以上」と「生まれてからずっと」の合計）は32.7%で3割を超えている。

昨年の調査結果と比較すると、『中期居住者』は3.6ポイント減少し、『短期居住者』は2.4ポイント増加している。



■定住意向

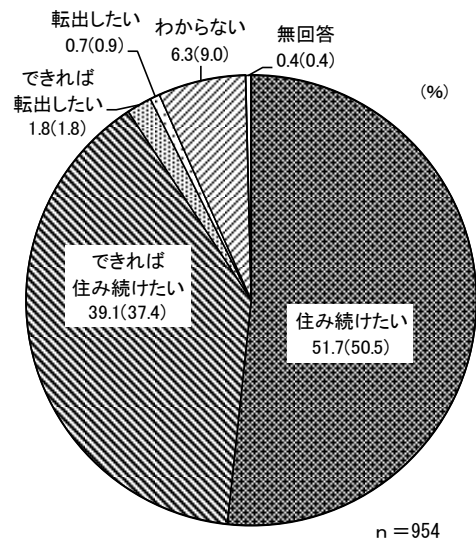
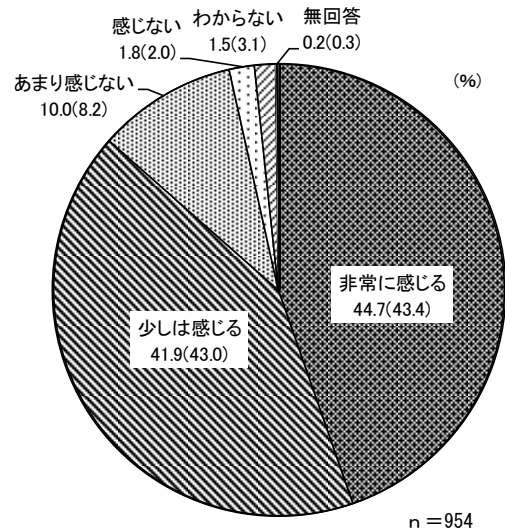
『定住意向』（「住み続けたい」と「できれば住み続けたい」の合計）は90.8%で約9割となっている。一方、『転出意向』（「できれば転出したい」と「転出したい」の合計）は2.5%で1割未満にとどまっている。

過去の調査結果と比較すると、『定住意向』は今回初めて約9割となった。

■愛着心

『感じる』（「非常に感じる」と「少しは感じる」の合計）は86.6%で9割近くとなっている。一方、『感じない』（「あまり感じない」と「感じない」の合計）は11.8%で1割を超えている。

過去の調査結果と比較すると、『感じる』は平成18年以降8割台で推移している。

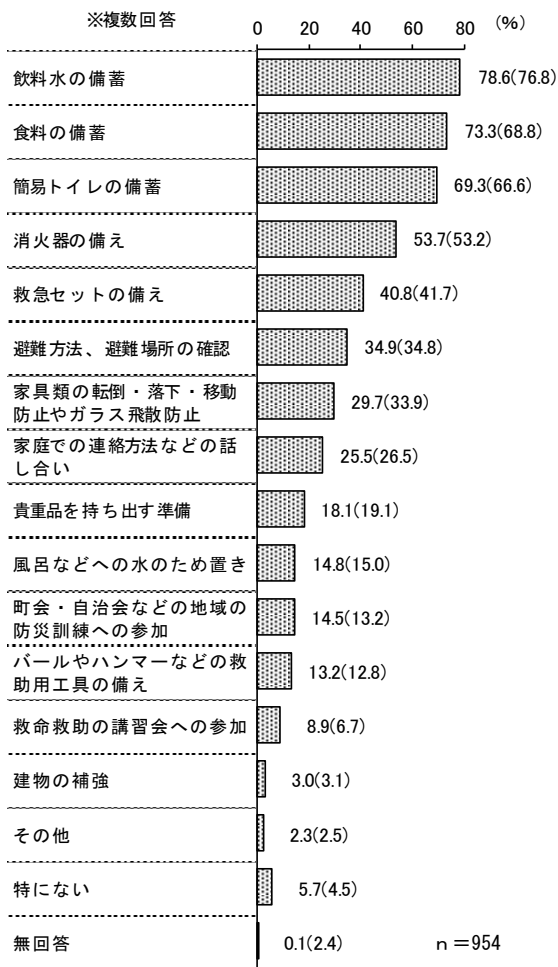


2 防災対策

■家庭での災害に対する備え

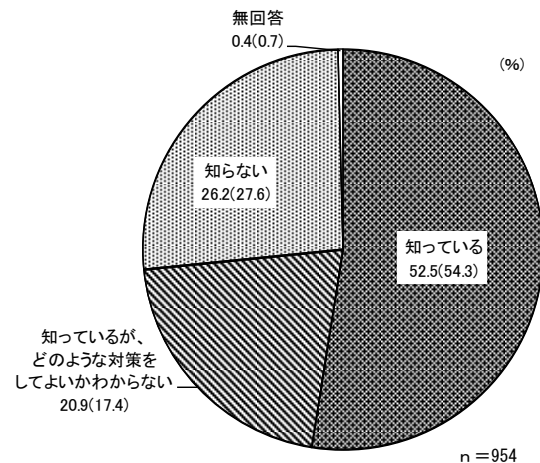
「飲料水の備蓄」(78.6%)が8割近くで最も高くなっている。次いで、「食料の備蓄」(73.3%)、「簡易トイレの備蓄」(69.3%)、「消火器の備え」(53.7%)、「救急セットの備え」(40.8%)などとなっている。

昨年の調査結果と比較すると、「食料の備蓄」は4.5ポイント増加している。



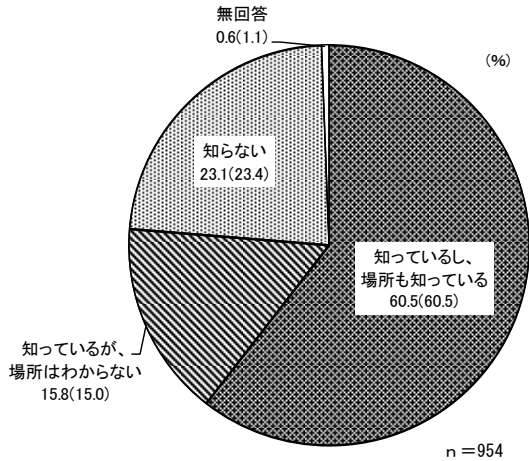
■在宅避難の認知度

「知っている」(52.5%)が5割を超えて最も高くなっている。「知っているが、どのような対策をしてよいかわからない」(20.9%)が約2割、「知らない」(26.2%)が2割台半ばとなっている。



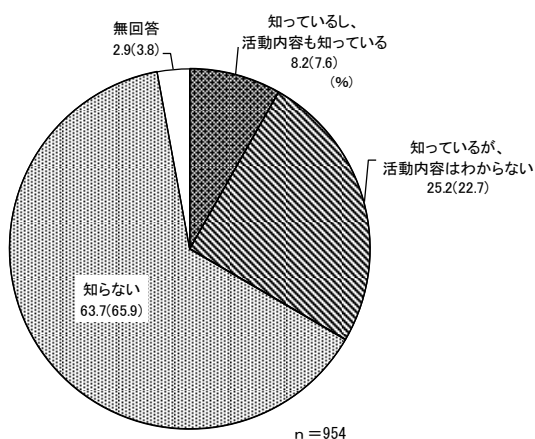
■防災拠点の認知度

「知っているし、場所も知っている」(60.5%)が約6割で最も高くなっている。「知っているが、場所はわからない」(15.8%)は1割台半ば、「知らない」(23.1%)は2割を超えている。



■防災拠点運営委員会の認知度

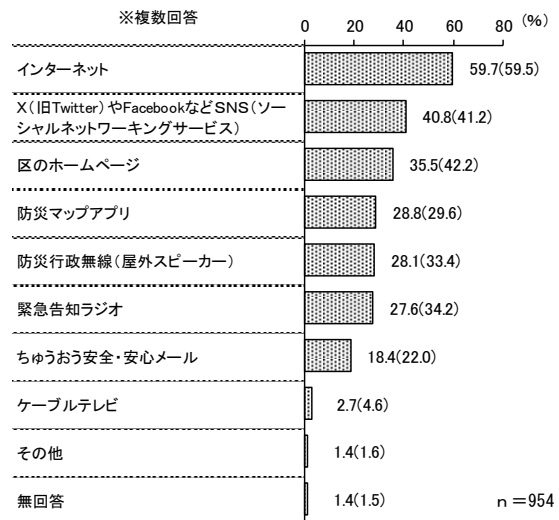
「知らない」(63.7%)が6割を超えて最も高くなっている。「知っているし、活動内容も知っている」(8.2%)が1割未満、「知っているが、活動内容はわからない」(25.2%)が2割台半ばとなっている。



■災害情報を得る手段として有効だと思うもの

「インターネット」(59.7%)が6割と最も高くなっている。次いで、「X(旧Twitter)やFacebookなどSNS(ソーシャルネットワーキングサービス)」(40.8%)、「区のホームページ」(35.5%)、「防災マップアプリ」(28.8%)、「防災行政無線(屋外スピーカー)」(28.1%)などとなっている。

昨年の調査結果と比較すると、「区のホームページ」は6.7ポイント、「緊急告知ラジオ」は6.6ポイント、「防災行政無線(屋外スピーカー)」は5.3ポイント、それぞれ減少している。

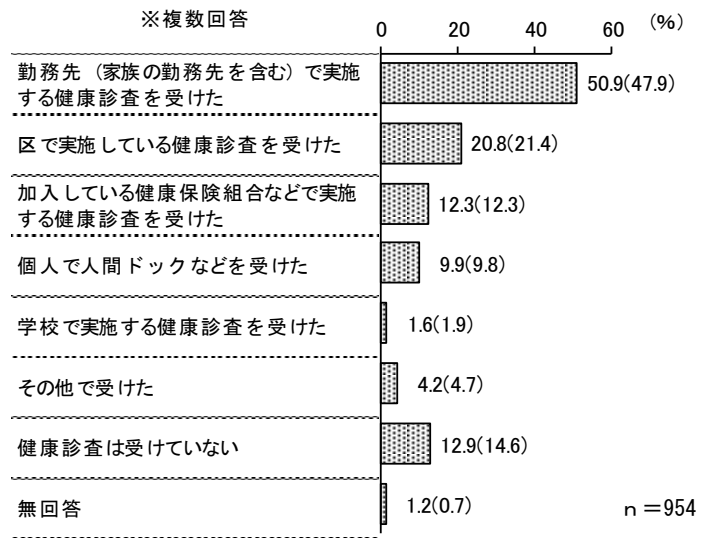


3 健康診査

■健康診査の受診状況

「勤務先（家族の勤務先を含む）で実施する健康診査を受けた」（50.9%）が約5割で最も高くなっている。次いで、「区で実施している健康診査を受けた」（20.8%）、「加入している健康保険組合などで実施する健康診査を受けた」（12.3%）、「個人で人間ドックなどを受けた」（9.9%）などとなっている。一方、「健康診査は受けていない」（12.9%）が1割を超えている。

昨年の調査結果と比較すると、「勤務先（家族の勤務先を含む）で実施する健康診査を受けた」は3.0ポイント増加している。

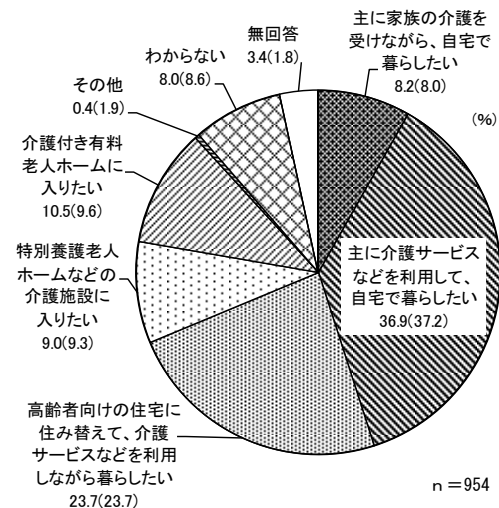


4 高齢者施策

■要介護時における暮らし方

「主に介護サービスなどを利用して、自宅で暮らしたい」（36.9%）が4割近くで最も高くなっている。次いで、「高齢者向けの住宅に住み替えて、介護サービスなどを利用しながら暮らしたい」（23.7%）、「介護付き有料老人ホームに入りたい」（10.5%）、「特別養護老人ホームなどの介護施設に入りたい」（9.0%）などとなっている。

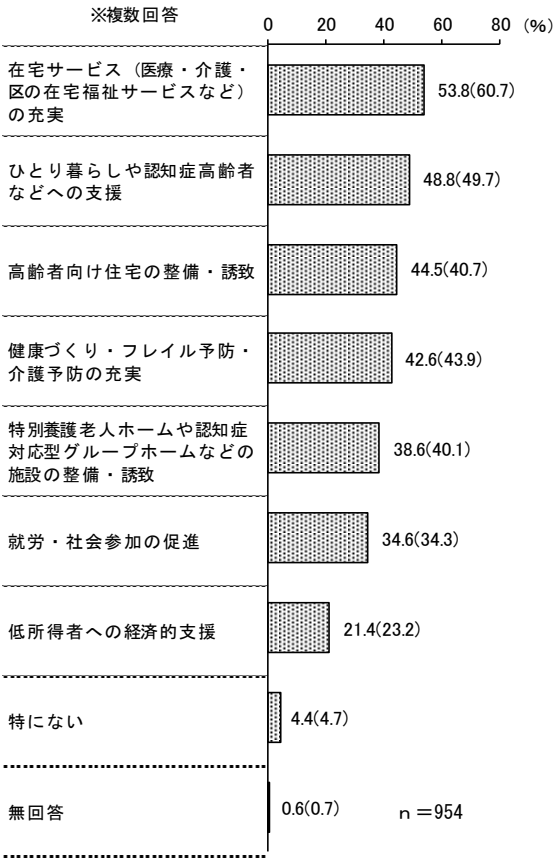
過去の調査結果と比較すると、「主に介護サービスなどを利用して、自宅で暮らしたい」は平成17年以降3割台で推移している。



■区に望む高齢者保健福祉サービス

「在宅サービス（医療・介護・区の在宅福祉サービスなど）の充実」（53.8%）が5割を超えて最も高くなっている。次いで、「ひとり暮らしや認知症高齢者などへの支援」（48.8%）、「高齢者向け住宅の整備・誘致」（44.5%）、「健康づくり・フレイル予防・介護予防の充実」（42.6%）、「特別養護老人ホームや認知症対応型グループホームなどの施設の整備・誘致」（38.6%）などとなっている。

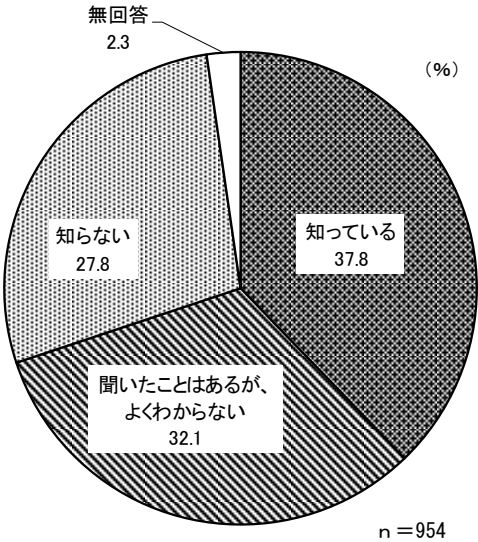
昨年の調査結果と比較すると、「在宅サービス（医療・介護・区の在宅福祉サービスなど）の充実」は 6.9 ポイント減少している。



5 障害者施策

■障害者差別解消法の認知度

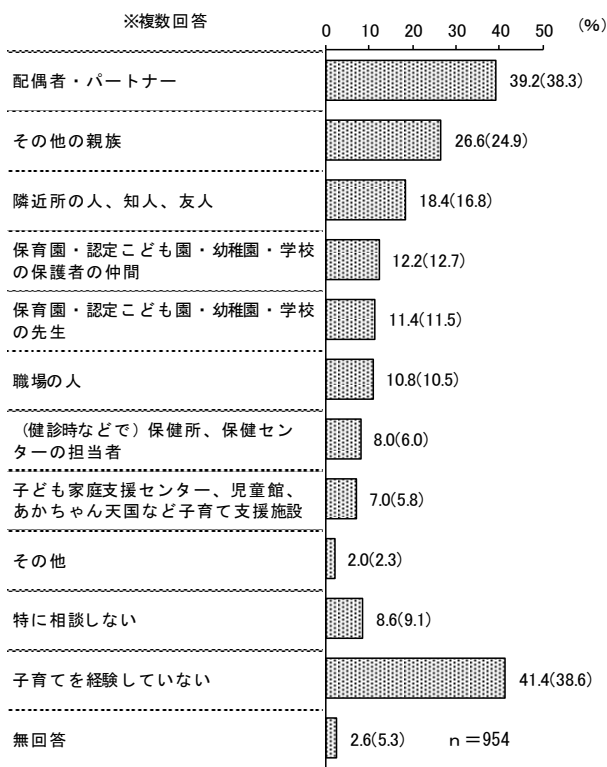
「知っている」（37.8%）が4割近く、「聞いたことはあるが、よくわからない」（32.1%）が3割を超え、「知らない」（27.8%）が3割近くとなっている。



6 子育て支援

■子育てに関する悩みの相談

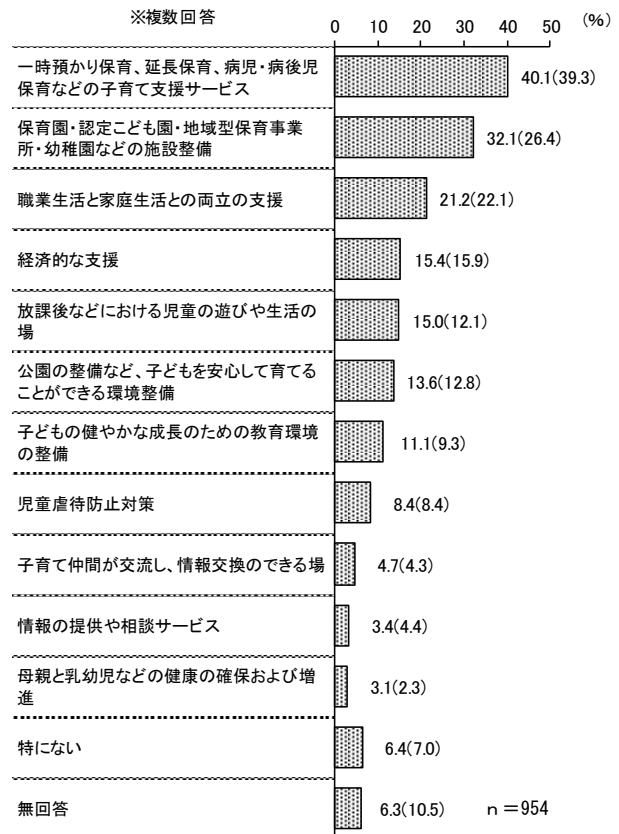
「配偶者・パートナー」(39.2%)が約4割と最も高くなっている。次いで、「その他の親族」(26.6%)、「隣近所の人、知人、友人」(18.4%)、「保育園・認定こども園・幼稚園・学校の保護者の仲間」(12.2%)などとなっている。



■重要と考える子育て支援策

「一時預かり保育、延長保育、病児・病後児保育などの子育て支援サービス」(40.1%)が4割で最も高くなっている。次いで、「保育園・認定こども園・地域型保育事業所・幼稚園などの施設整備」(32.1%)、「職業生活と家庭生活との両立の支援」(21.2%)、「経済的な支援」(15.4%)、「放課後などにおける児童の遊びや生活の場」(15.0%)などとなっている。

昨年の調査結果と比較すると、「保育園・認定こども園・地域型保育事業所・幼稚園などの施設整備」は5.7ポイント増加している。

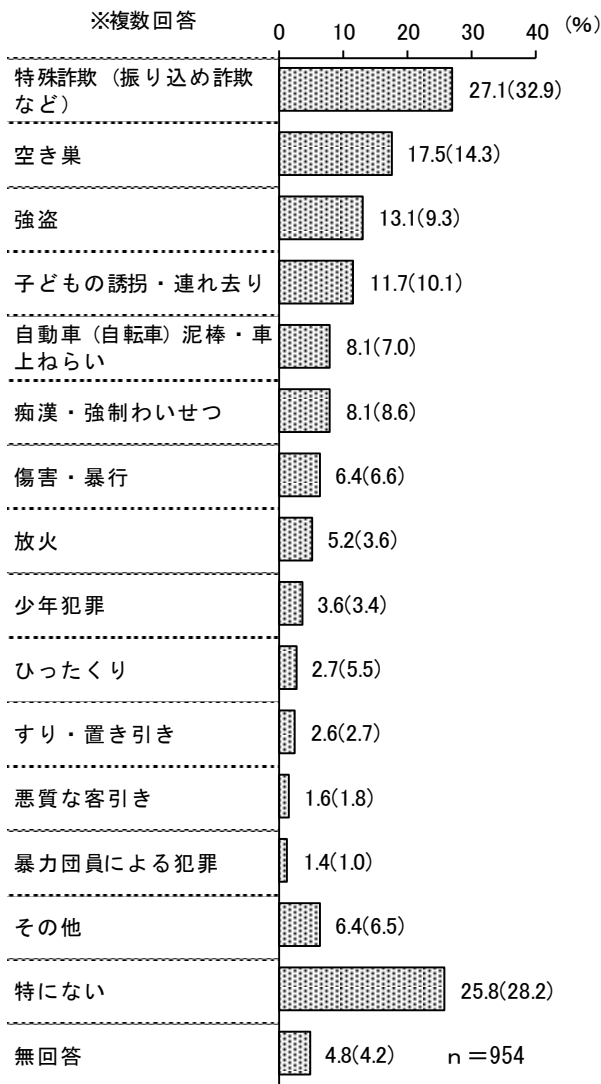


7 防犯対策

■不安に感じる犯罪

「特殊詐欺（振り込め詐欺など）」（27.1%）が3割近くと最も高くなっている。次いで、「空き巣」（17.5%）、「強盗」（13.1%）、「子どもの誘拐・連れ去り」（11.7%）、「自動車（自転車）泥棒・車上ねらい」（8.1%）、「痴漢・強制わいせつ」（8.1%）などとなっている。一方、「特にない」（25.8%）が2割台半ばとなっている。

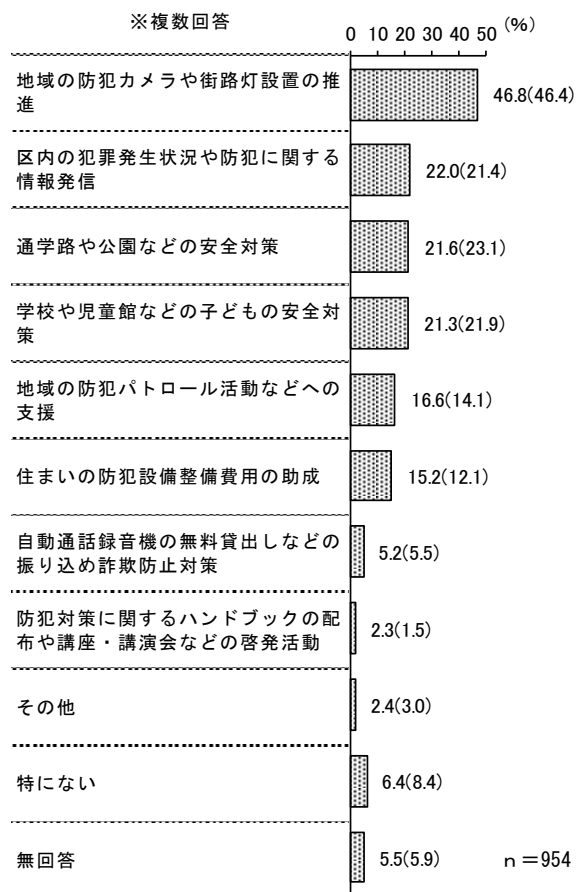
昨年の調査結果と比較すると、「強盗」は3.8ポイント、「空き巣」は3.2ポイント増加している。



■区に特に力を入れてほしい施策

「地域の防犯カメラや街路灯設置の推進」（46.8%）が5割近くで最も高くなっている。次いで、「区内の犯罪発生状況や防犯に関する情報発信」（22.0%）、「通学路や公園などの安全対策」（21.6%）、「学校や児童館などの子どもの安全対策」（21.3%）、「地域の防犯パトロール活動などへの支援」（16.6%）などとなっている。

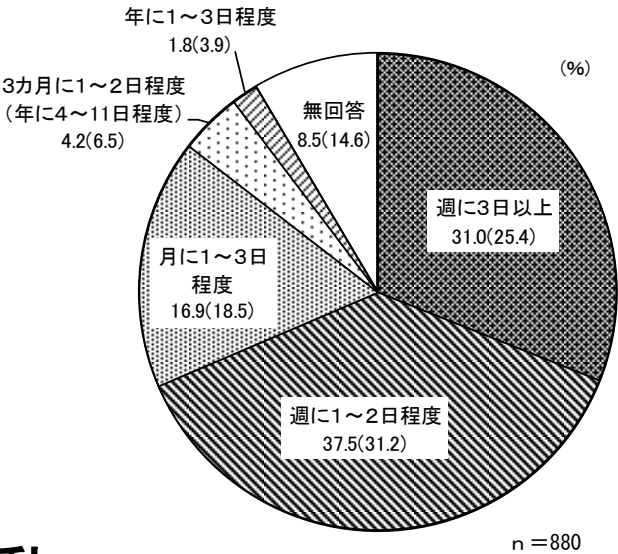
昨年の調査結果と比較すると、「住まいの防犯設備整備費用の助成」は3.1ポイント増加している。



8 スポーツ

■過去1年間に行ったスポーツや運動の頻度

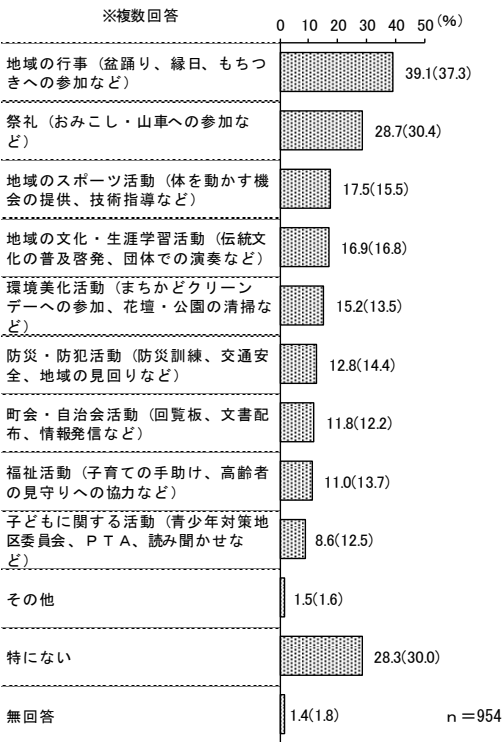
過去1年間にいずれかのスポーツや運動をしたことがあると回答した方のスポーツや運動の頻度は、「週に1～2日程度」(37.5%)が4割近くと最も高くなっている。次いで、「週に3日以上」(31.0%)、「月に1～3日程度」(16.9%)、「3カ月に1～2日程度(年に4～11日程度)」(4.2%) などとなっている。



9 地域のコミュニティ活動

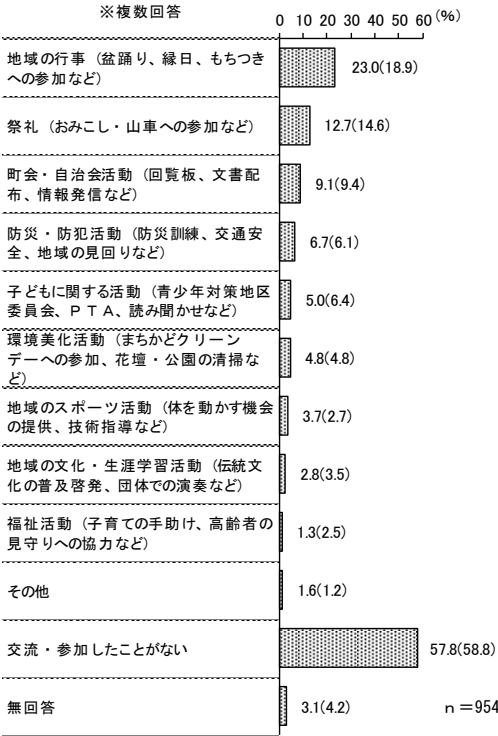
■地域の方と交流を持ちたいと思う活動

「地域の行事(盆踊り、縁日、もちつきへの参加など)」(39.1%)が約4割と最も高くなっている。次いで、「祭礼(おみこし・山車への参加など)」(28.7%)、「地域のスポーツ活動(体を動かす機会の提供、技術指導など)」(17.5%) などとなっている。



■すでに交流・参加している活動

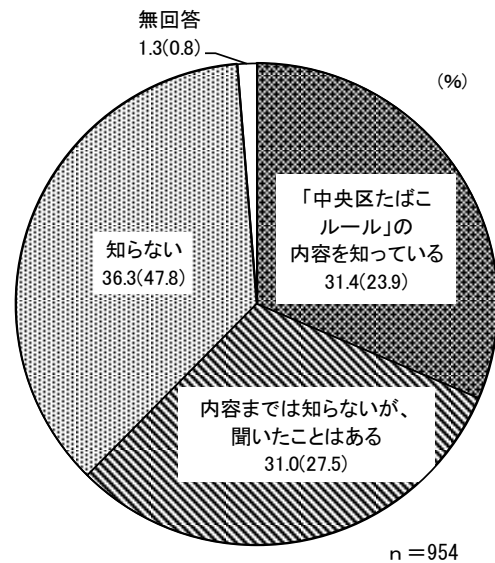
「地域の行事(盆踊り、縁日、もちつきへの参加など)」(23.0%)が2割を超えて最も高くなっている。次いで、「祭礼(おみこし・山車への参加など)」(12.7%)、「町会・自治会活動(回覧板、文書配布、情報発信など)」(9.1%) などとなっている。



10 受動喫煙防止対策

■「中央区たばこルール」の認知度

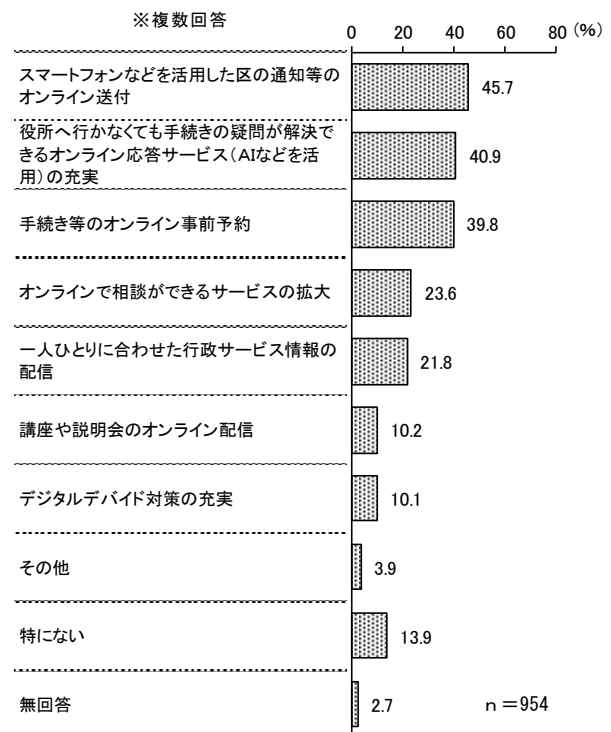
「『中央区たばこルール』の内容を知っている」(31.4%)が3割を超えている。「内容までは知らないが、聞いたことはある」(31.0%)は3割を超え、「知らない」(36.3%)は3割台半ばとなっている。



11 デジタル技術を活用した区民サービス

■区に進めてほしいデジタル技術を活用した区民サービス

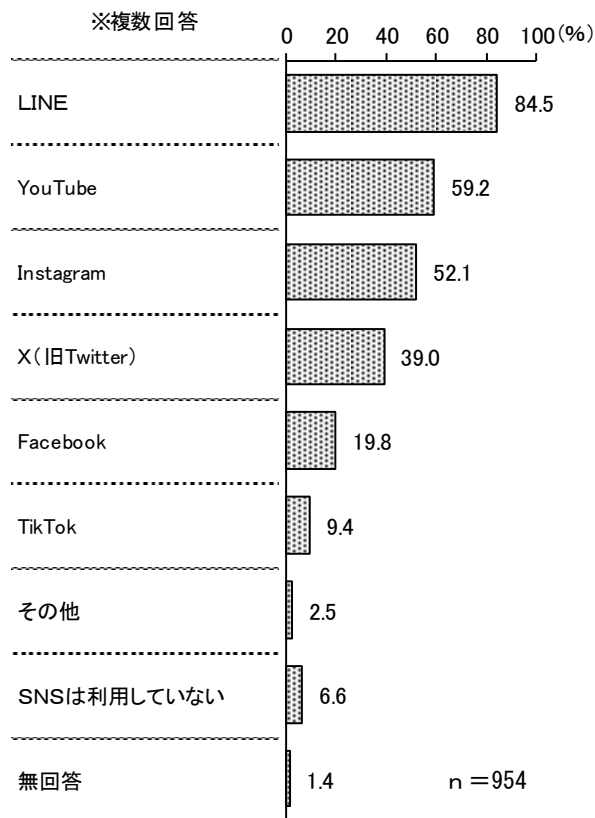
「スマートフォンなどを活用した区の通知等のオンライン送付」(45.7%)が4割台半ばと最も高くなっている。次いで、「役所へ行かなくても手続きの疑問が解決できるオンライン応答サービス(AIなどを活用)の充実」(40.9%)、「手続き等のオンライン事前予約」(39.8%)などとなっている。



12 広報

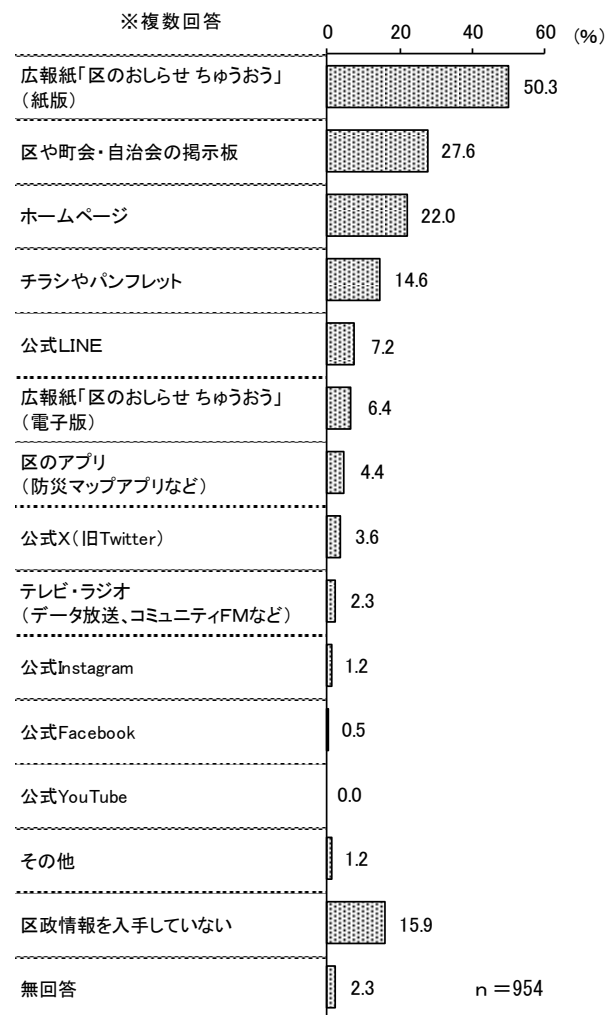
■情報収集手段

「LINE」(84.5%)が8割台半ばと最も高くなっている。次いで、「YouTube」(59.2%)、「Instagram」(52.1%)、「X(旧Twitter)」(39.0%)、「Facebook」(19.8%)などとなっている。一方、「SNSは利用していない」(6.6%)は1割未満となっている。



■区政情報の入手方法

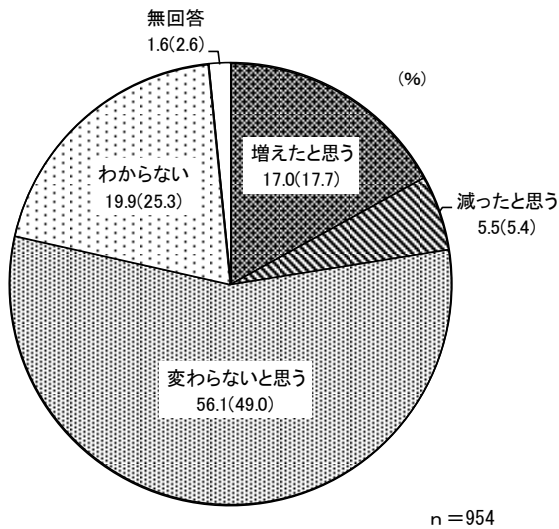
「広報紙「区のおしらせ ちゅうおう」(紙版)」(50.3%)が5割と最も高くなっている。次いで、「区や町会・自治会の掲示板」(27.6%)、「ホームページ」(22.0%)、「チラシやパンフレット」(14.6%)などとなっている。一方、「区政情報を入手していない」(15.9%)は1割台半ばとなっている。



13 環境

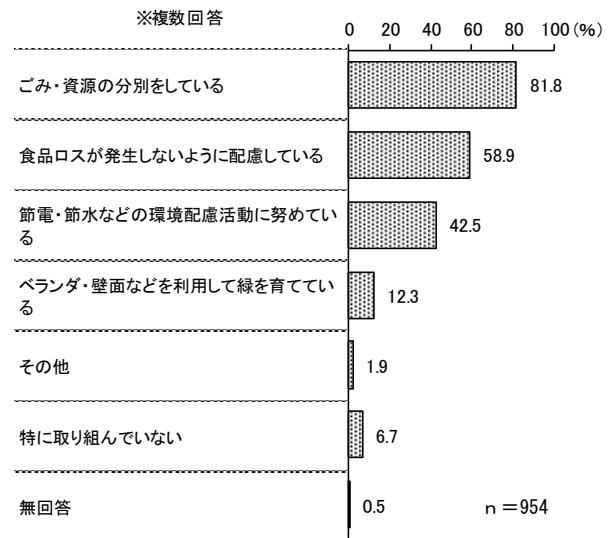
■区内のみどり

「増えたと思う」(17.0%)が2割近く、「減ったと思う」(5.5%)が1割未満、「変わらないと思う」(56.1%)が5割台半ばとなっている。



■環境を守るための取り組み

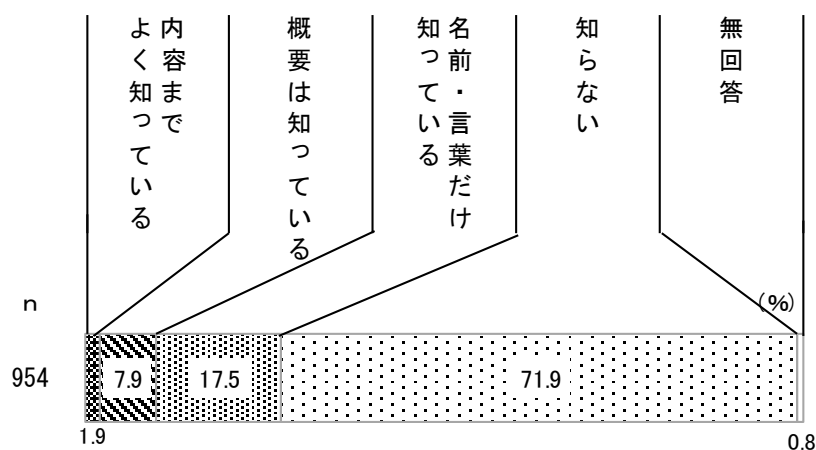
「ごみ・資源の分別をしている」(81.8%)が8割を超えて最も高くなっている。次いで、「食品ロスが発生しないように配慮している」(58.9%)、「節電・節水などの環境配慮活動に努めている」(42.5%)などとなっている。



14 中央区の森

■「中央区の森」の認知度

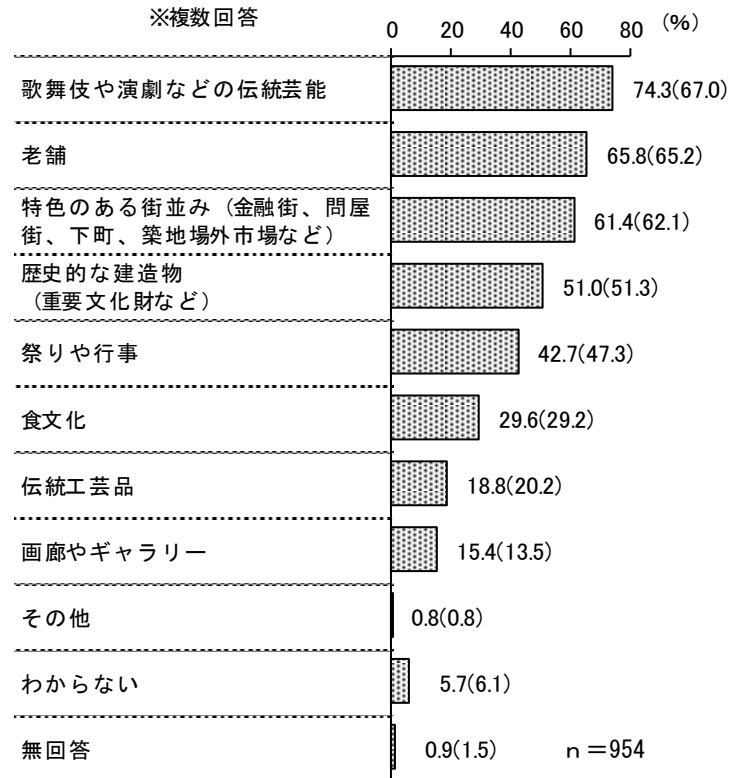
「中央区の森」の認知度は、「内容までよく知っている」(1.9%)と「概要は知っている」(7.9%)が1割未満、「名前・言葉だけ知っている」(17.5%)が2割近く、「知らない」(71.9%)が7割を超えている。



15 伝統と文化

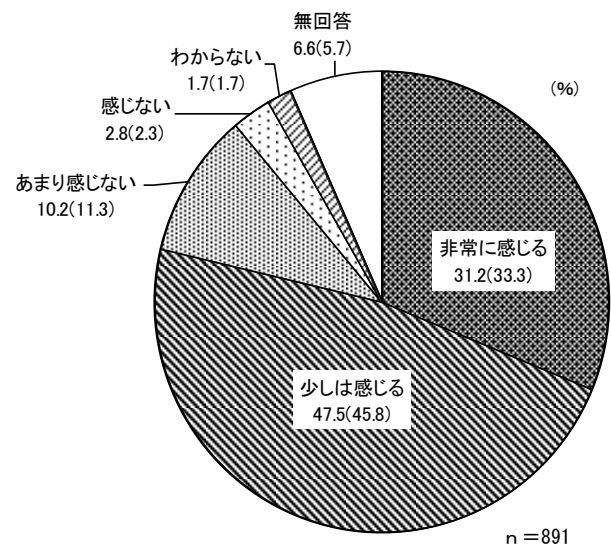
■中央区ならではの伝統と文化

「歌舞伎や演劇などの伝統芸能」(74.3%)が7割台半ばと最も高くなっている。次いで、「老舗」(65.8%)、「特色のある街並み(金融街、問屋街、下町、築地場外市場など)」(61.4%)、「歴史的な建造物(重要文化財など)」(51.0%)、「祭りや行事」(42.7%)などとなっている。



■伝統と文化を身近に感じているか

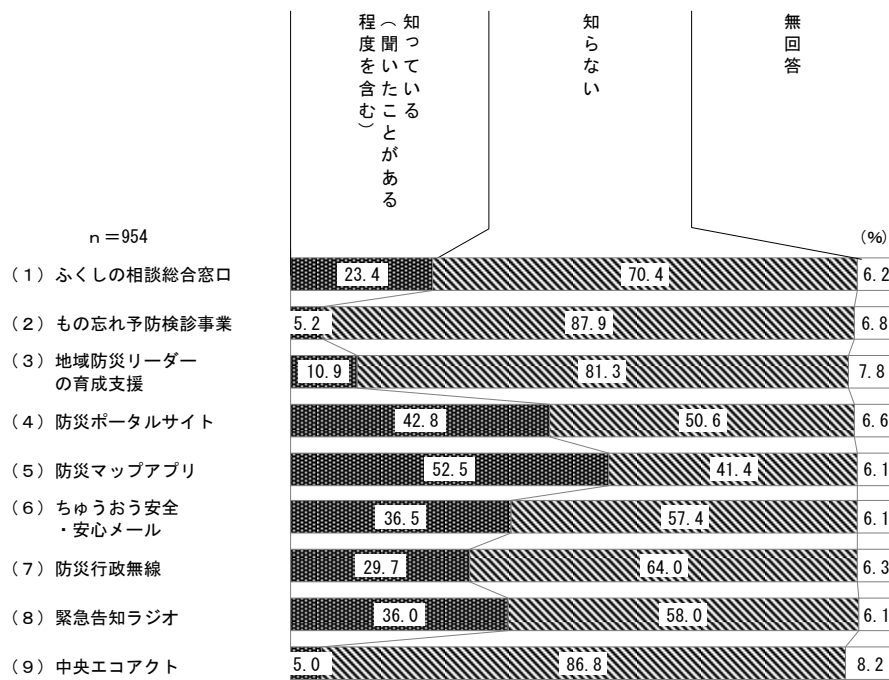
「非常に感じる」(31.2%)と「少しは感じる」(47.5%)を合わせた『感じる』(78.7%)は8割近くとなっている。一方、「あまり感じない」(10.2%)と「感じない」(2.8%)を合わせた『感じない』(13.0%)は1割を超えている。



16 事業の認知度・満足度

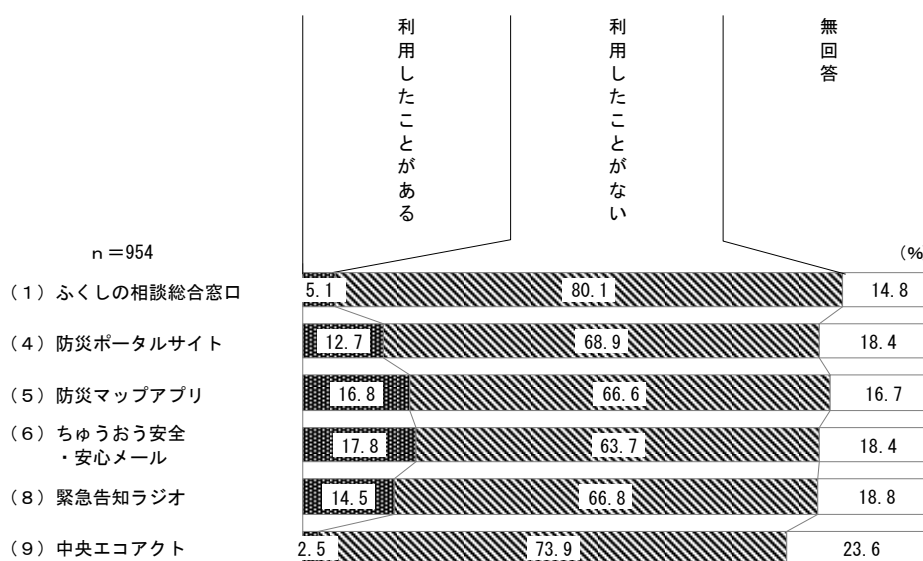
■事業の認知度

認知度は、「防災マップアプリ」(52.5%) が5割を超えて最も高くなっている。次いで、「防災ポータルサイト」(42.8%)、「ちゅうおう安全・安心メール」(36.5%) などとなっている。



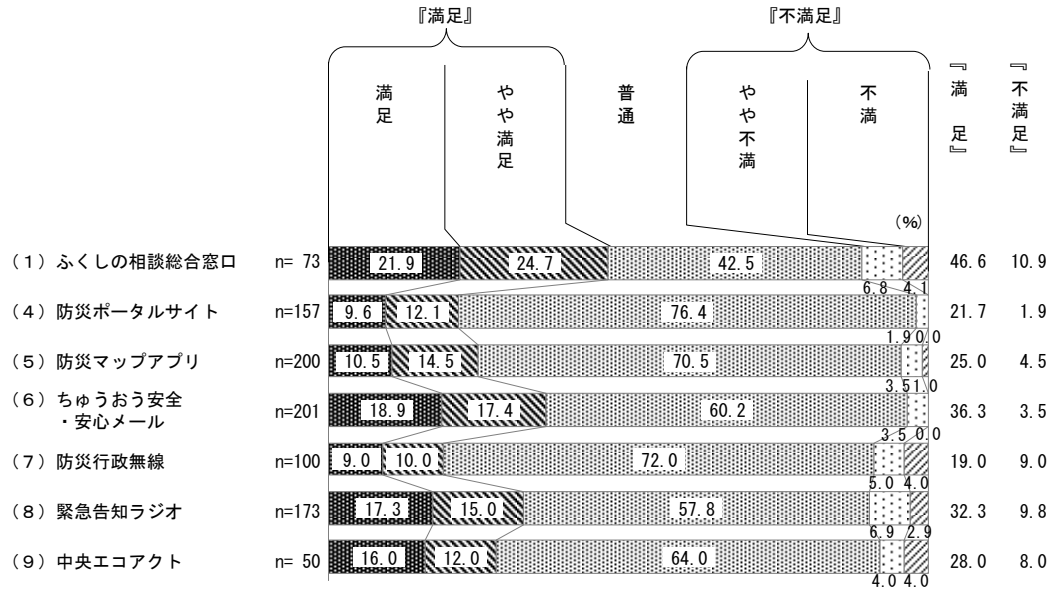
■事業の利用状況

利用状況は、「ちゅうおう安全・安心メール」(17.8%) が2割近くと最も高くなっている。次いで、「防災マップアプリ」(16.8%)、「緊急告知ラジオ」(14.5%) などとなっている。



事業の満足度

満足度『満足』は、「ふくしの相談総合窓口」(46.6%)が5割近くとなっている。



17 施策の要望・評価

■区の施策の満足度

「満足」と「やや満足」の合計を『満足』とし、「やや不満」と「不満」の合計を『不満足』とした場合の、それぞれの上位5項目は次のようになっている。

『満足』

- ①公園・緑地の整備 (40.7%)
- ②水辺環境の整備 (40.4%)
- ③清掃・リサイクル事業の推進 (28.3%)
- ④子育て支援 (25.3%)
- ⑤再開発などによる地域整備 (23.9%)

『不満足』

- ①駐車場・駐輪場の整備 (23.1%)
- ②住宅対策 (20.7%)
- ③デジタル化の推進 (14.7%)
- ④消費者生活対策 (14.1%)
- ⑤公園・緑地の整備 (13.6%)



■区の施策の重要度

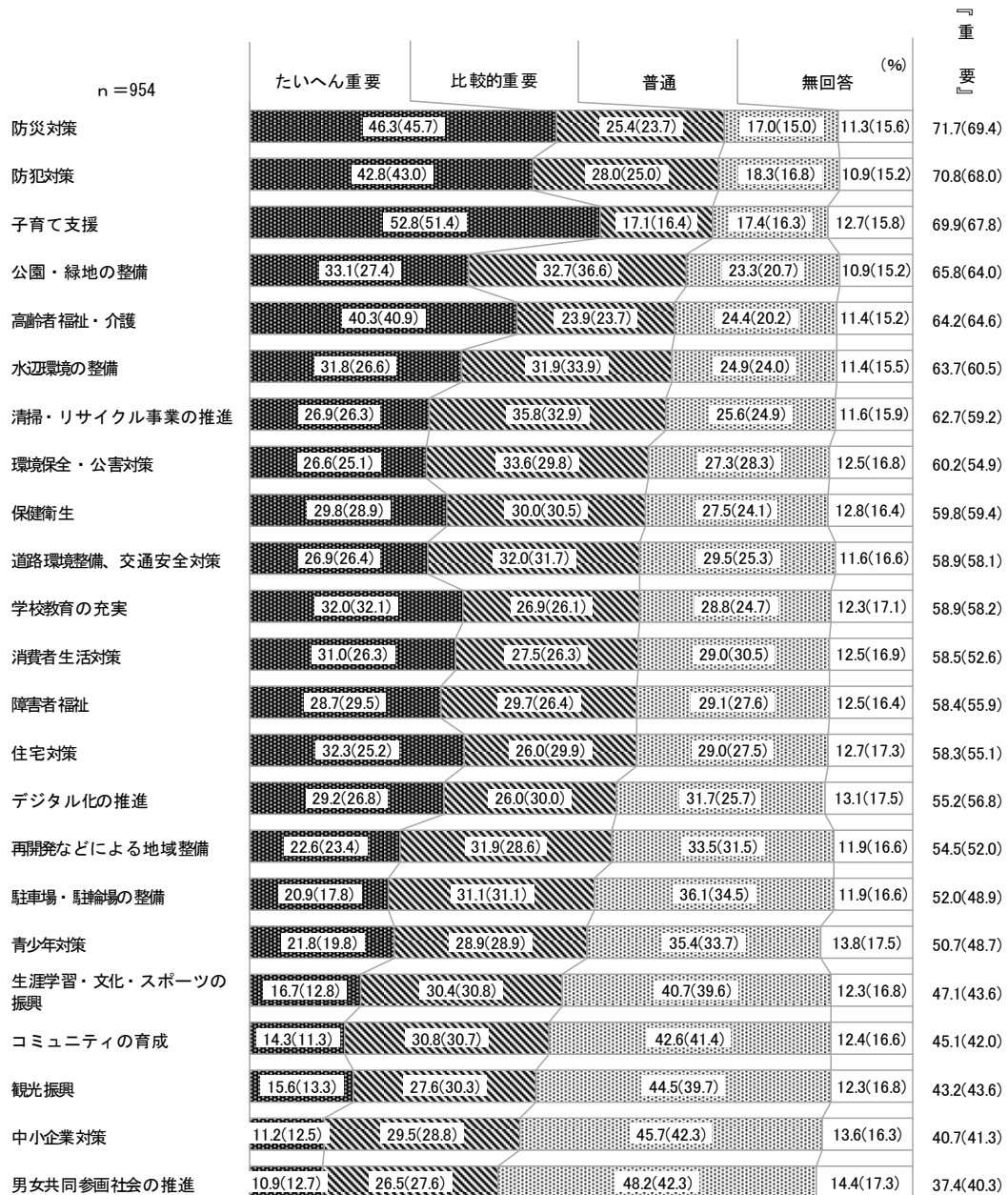
「たいへん重要」と「比較的重要」の合計を『重要』とした場合の、上位5項目と下位5項目は次のようになっている。

上 位

- ①防災対策 (71.7%)
- ②防犯対策 (70.8%)
- ③子育て支援 (69.9%)
- ④公園・緑地の整備 (65.8%)
- ⑤高齢者福祉・介護 (64.2%)

下 位

- ①男女共同参画社会の推進 (37.4%)
- ②中小企業対策 (40.7%)
- ③観光振興 (43.2%)
- ④コミュニティの育成 (45.1%)
- ⑤生涯学習・文化・スポーツの振興 (47.1%)



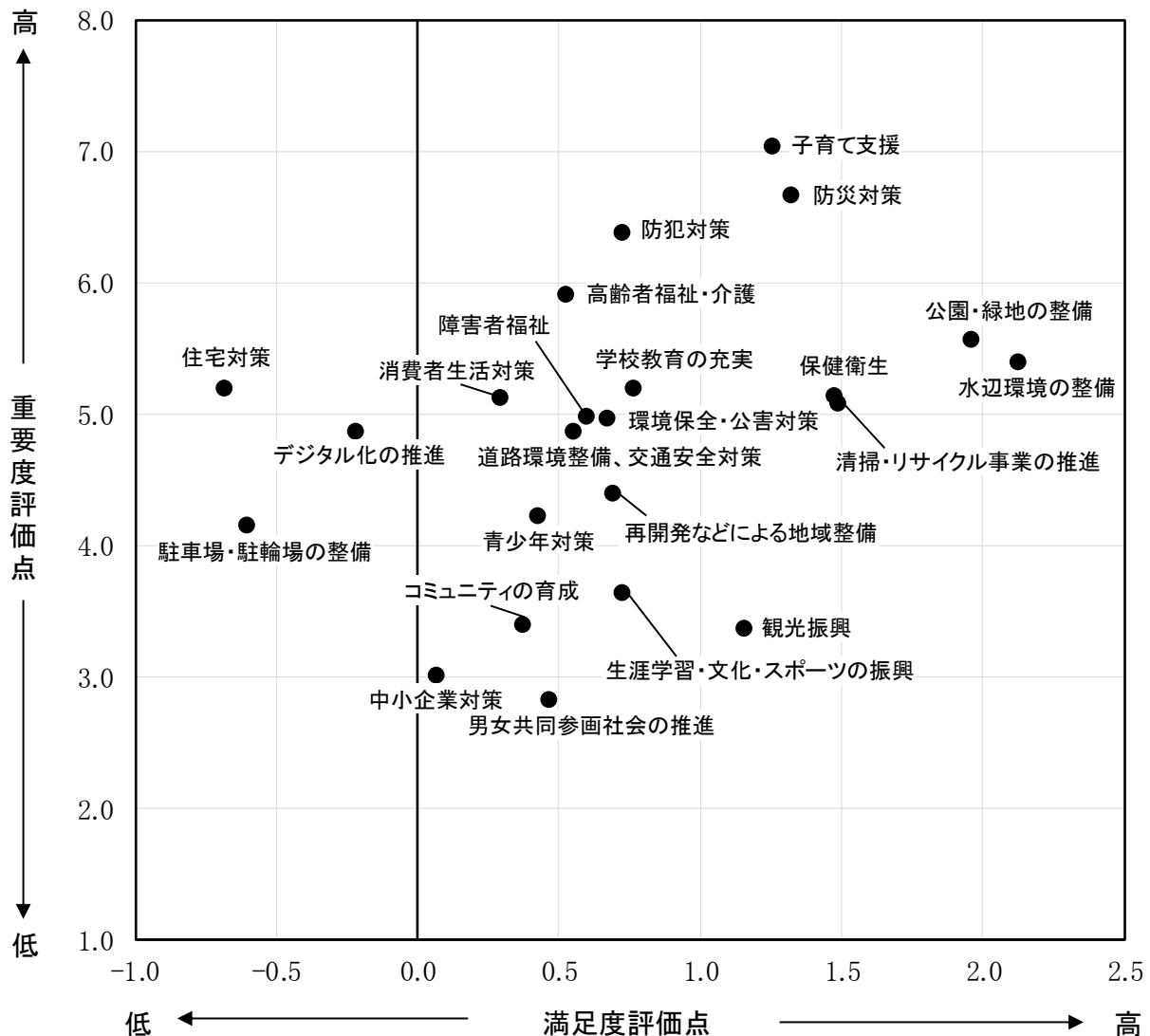
■区の施策の満足度と重要度の相関

次の図表は、加重平均値による満足度評価と重要度評価を相関させた散布図である。横軸が満足度評価点、縦軸が重要度評価点になっている。それぞれの算出方法は以下の通りである。

満足度評価点 = (「満足」の回答者数×10点+「やや満足」の回答者数×5点+「普通」の回答者数×0点+「やや不満」の回答者数×▲5点+「不満」の回答者数×▲10点)
÷ (回答者数－無回答者数)

重要度評価点 = (「たいへん重要」の回答者数×10点+「比較的重要」の回答者数×5点+「普通」の回答者数×0点) ÷ (回答者数－無回答者数)

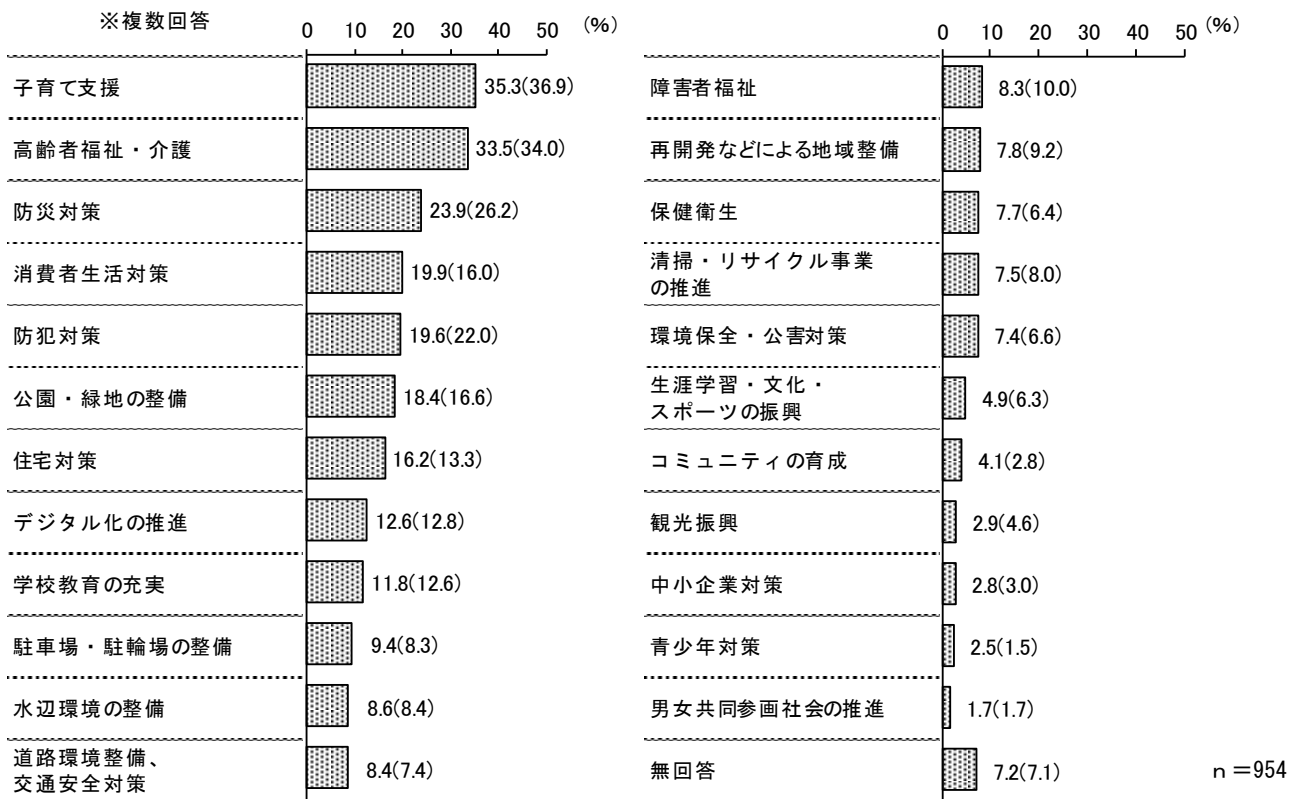
このグラフでは、満足度評価が低く、重要度評価が高い領域（左上方）にある項目が比較的居民ニーズが高いもので、今後の行政課題となるものと考えられる。



■区の施策への要望

「子育て支援」(35.3%)が3割台半ばと高くなっている。次いで、「高齢者福祉・介護」(33.5%)、「防災対策」(23.9%)、「消費者生活対策」(19.9%)、「防犯対策」(19.6%)などとなっている。

昨年の調査結果と比較すると、「消費者生活対策」は3.9ポイント増加している。一方、「防犯対策」は2.4ポイント減少している。



第56回 中央区政世論調査

令和8年9月

刊行物登録番号

8-041



調査報告書（本編）と概要版は
中央区ホームページで
ご覧になれます。

発行 中央区企画部広報課
中央区築地一丁目1番1号
03（3546）5222（直通）

実施 株式会社ケー・デー・シー
港区虎ノ門四丁目2番12号
03（5733）5111