

令和2年度 渋谷区 区民意識調査
報告書（概要版）

渋谷区

目次

I. 調査の概要	1
II. 回答者の属性	2
III. 調査結果	6
1. 定住性について	6
2. 区政について	8
3. コロナについて	11
4. 渋谷区基本構想について	13
5. 高齢者施策について	15
6. アクティブシニアについて	18
7. 渋谷区喫煙ルールについて	19
8. ネウボラについて	21
9. スマートフォンについて	23
10. おとなりサンデーについて	25
11. 町会・自治会について	27
12. 広報紙「しぶや区ニュース」について	29
13. コミュニティFM・SNSについて	30

I. 調査の概要

(1) 調査の名称

区民意識調査

(2) 調査の目的

区民の区政に対する意識等を把握し、今後の区政課題に反映させることを目的とする。

(3) 調査対象

渋谷区在住の18歳以上の人

(4) 調査期間

令和2年 11 月 11 日～令和2年 12 月 3 日

(5) 調査方法及び回答件数

年齢	配布方法	回収方法	配布数
18～64 歳	はがきで URL を案内	インターネット	14,300
65 歳以上	調査票を郵送	郵送回収 (インターネットによる 回答も可)	700

回収方法	配布数	有効回収数 ^{注)}	回収率
インターネット	14,300	2,153	15.1%
郵送	700	307	43.9%
合 計		2,460	

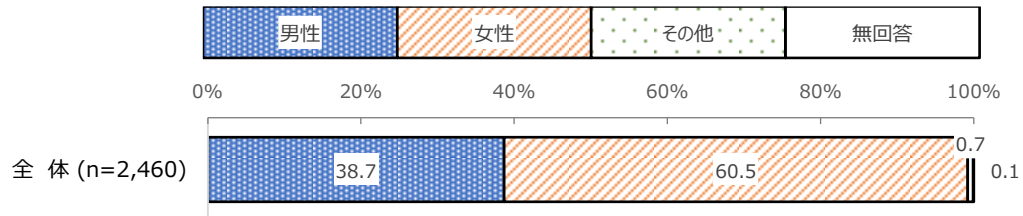
注) インターネットの有効回収数は、郵送配布したもののうちインターネットによる回答も含まれる

(6) 報告書における表及び図表の見方

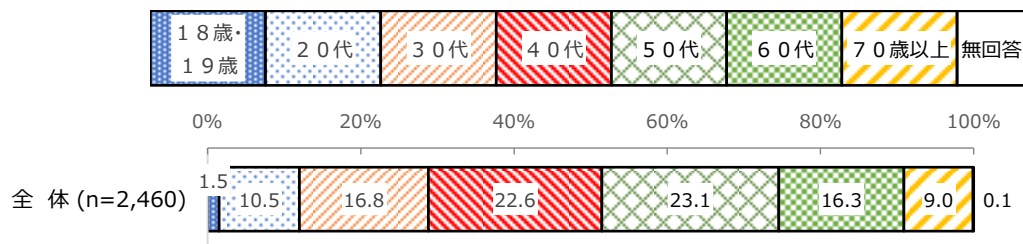
- ・図表内の「n」は、設問に対する回答すべき人数(基数)である。回答数が 30 未満のものは誤差が大きくなるため、参考値とする。
- ・集計は、小数第2位を四捨五入し、小数第1位までを表示しているため、比率の合計が 100.0%とならない場合がある。同様に、複数の比率の合計も図表の数字が一致しない場合がある。
- ・複数回答を求めた設問では、設問に対する回答者数を基数として算出しているため、回答比率の合計が 100.0%を超えることがある。
- ・本文や図表内の選択肢表記は、場合によっては語句を短縮・簡略化している。

Ⅱ. 回答者の属性

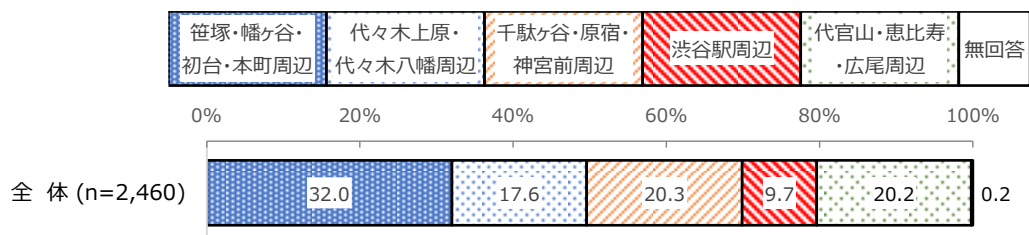
(1) 性別



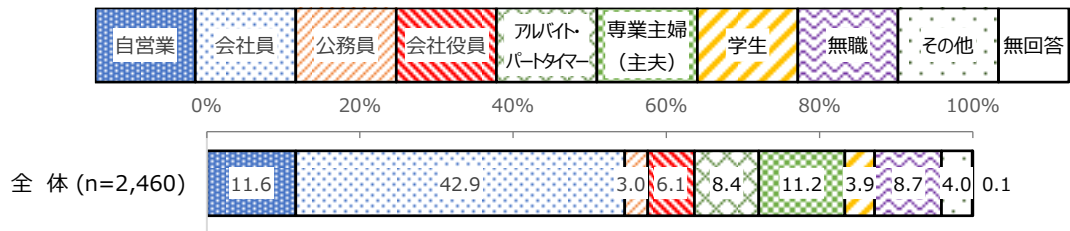
(2) 年齢



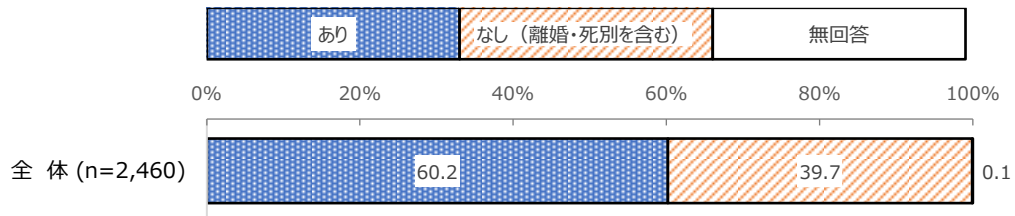
(3) 地区



(4) 職業

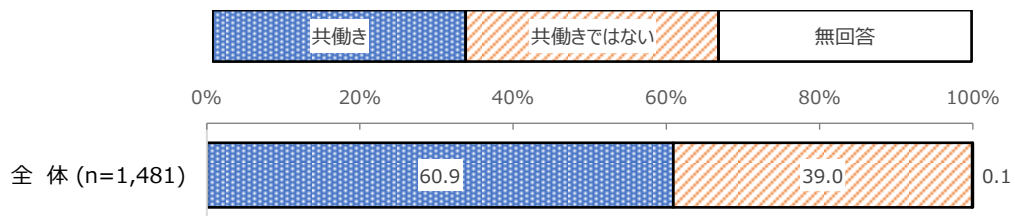


(5) 配偶者の有無

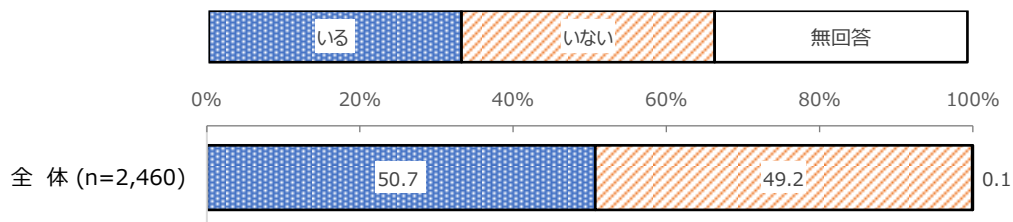


(6) 共働きの有無

※配偶者ありの方対象

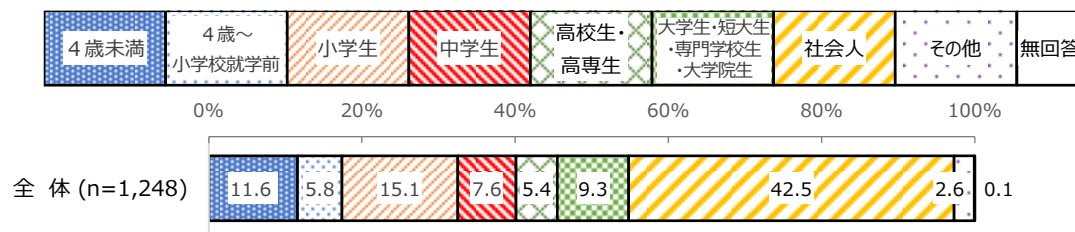


(7) 子どもの有無

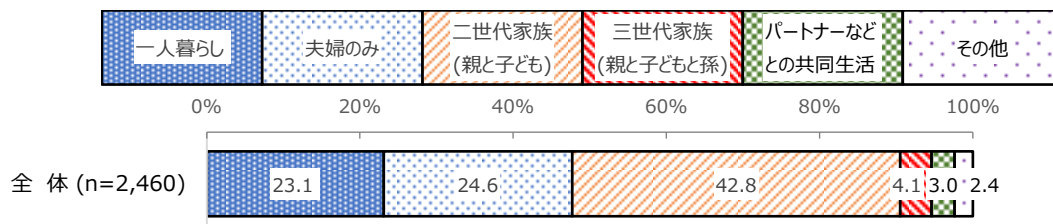


(8) 長子年齢

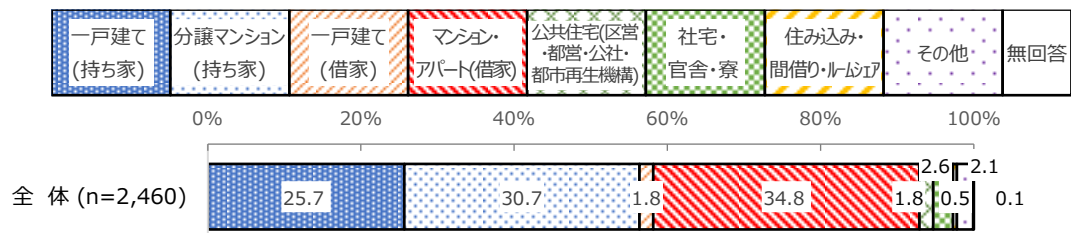
※子供がいる方対象



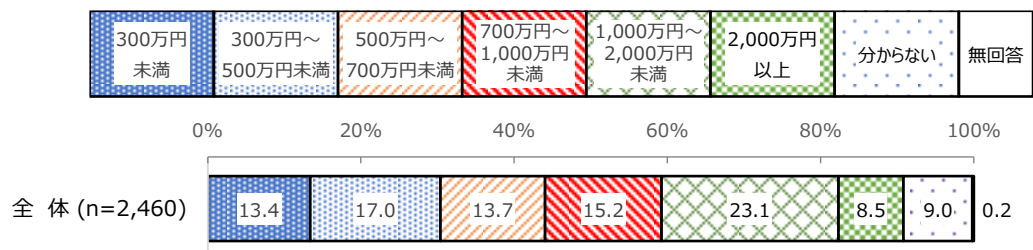
(9) 世帯構成



(10) 居住形態



(11) 世帯年収



Ⅲ. 調査結果

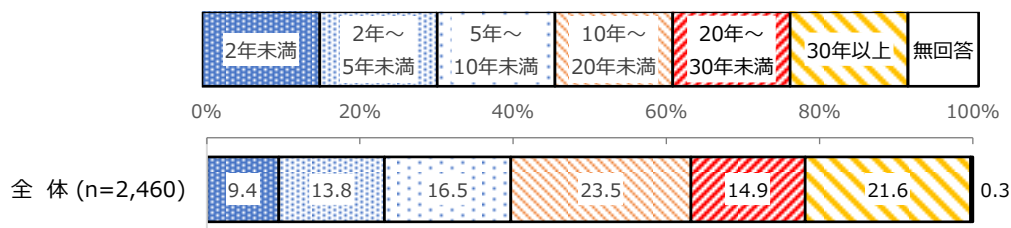
1. 定住性について

(1) 居住年数

問1 あなたは、渋谷区に住んで何年になりますか。(答は1つ)

※直近の居住年数についてお答えください。過去の居住については含みません。

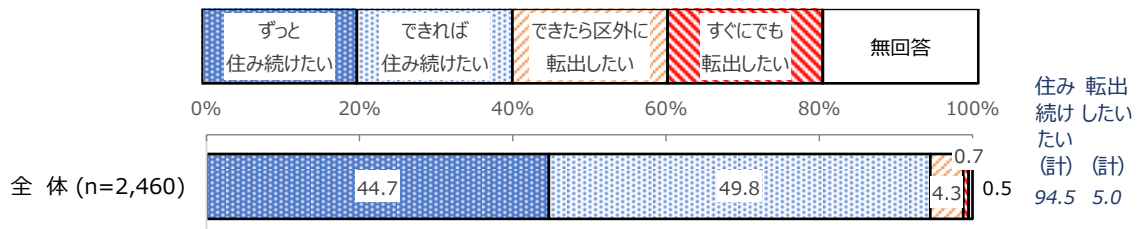
「10年～20年未満」が23.5%で最も高く、次いで「30年以上」(21.6%)が高い。居住年数10年以上が6割を占める。



(2) 今後の定住意向

問3 これからも渋谷区に住みつづけたいと思いますか。(答は1つ)

「ずっと住み続けたい」が44.7%、「できれば住み続けたい」が49.8%である。「住み続けたい(計)」(「ずっと住み続けたい」+「できれば住み続けたい」)は94.5%に達する。

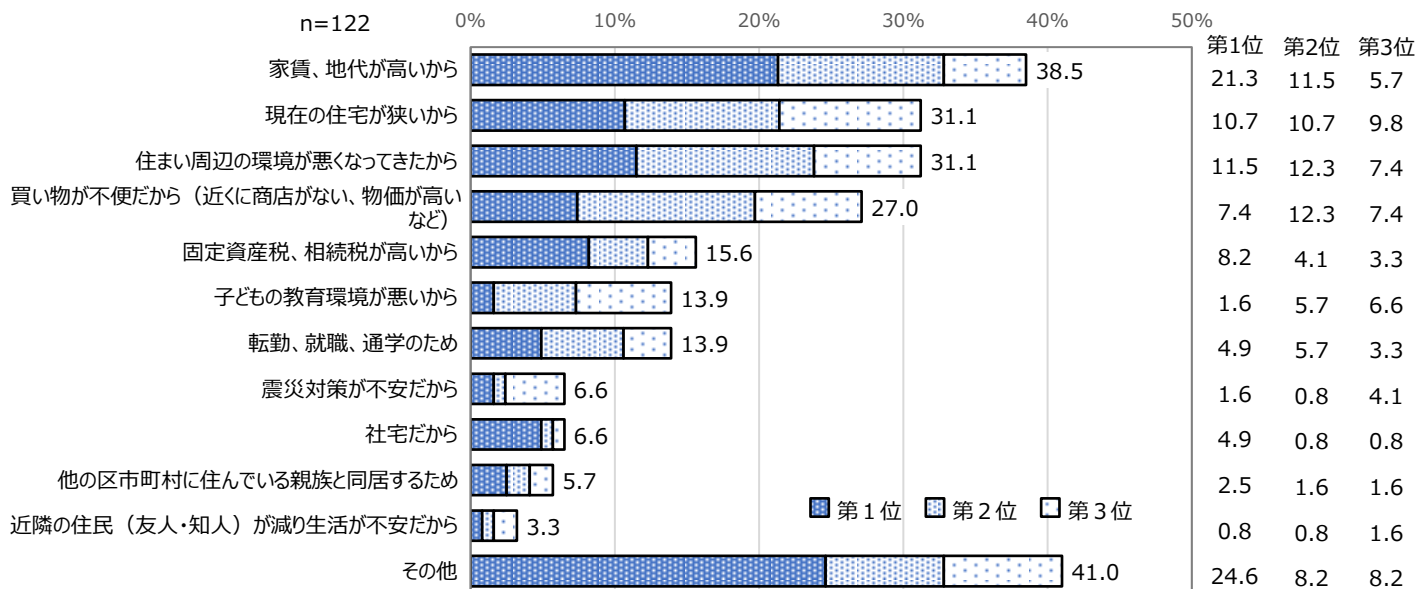
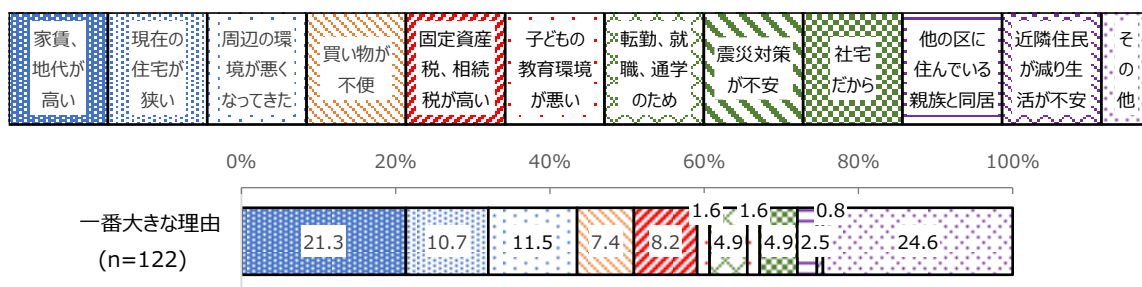


(3) 転出意向理由

問3-1 あなたが区外に転出したい理由は何ですか。一番大きな理由、次に大きな理由、三番目に大きな理由を、それぞれ教えてください。(答はそれぞれ1つ) [問3で「できれば区外に転出したい」「すぐにでも転出したい」と回答した方対象]

一番大きな理由は「家賃、地代が高いから」が 21.3%で最も高く、次いで、「住まい周辺の環境が悪くなってきたから」(11.5%)、「現在の住宅が狭いから」(10.7%)が高い。

一番大きな理由から三番目に大きな理由までを合わせると、「家賃、地代が高いから」が 38.5%で最も高く、以下、「現在の住宅が狭いから」「住まい周辺の環境が悪くなってきたから」(共に 31.1%)、「買い物が不便だから(近くに商店がない、物価が高いなど)」(27.0%)などが続く。

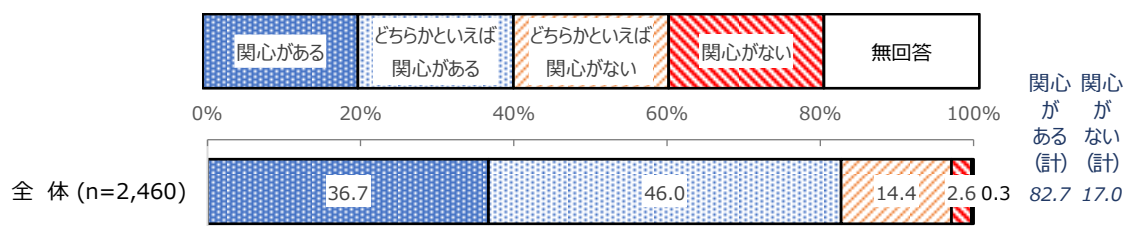


2. 区政について

(1) 区政への関心度

問4 あなたは、渋谷区政に関心がありますか。(答は1つ)

「どちらかといえば関心がある」が 46.0%で最も高い。「関心がある(計)」「関心がある」+「どちらかといえば関心がある」)は 82.7%、「関心がない(計)」「どちらかといえば関心がない」+「関心がない」)は 17.0%である。

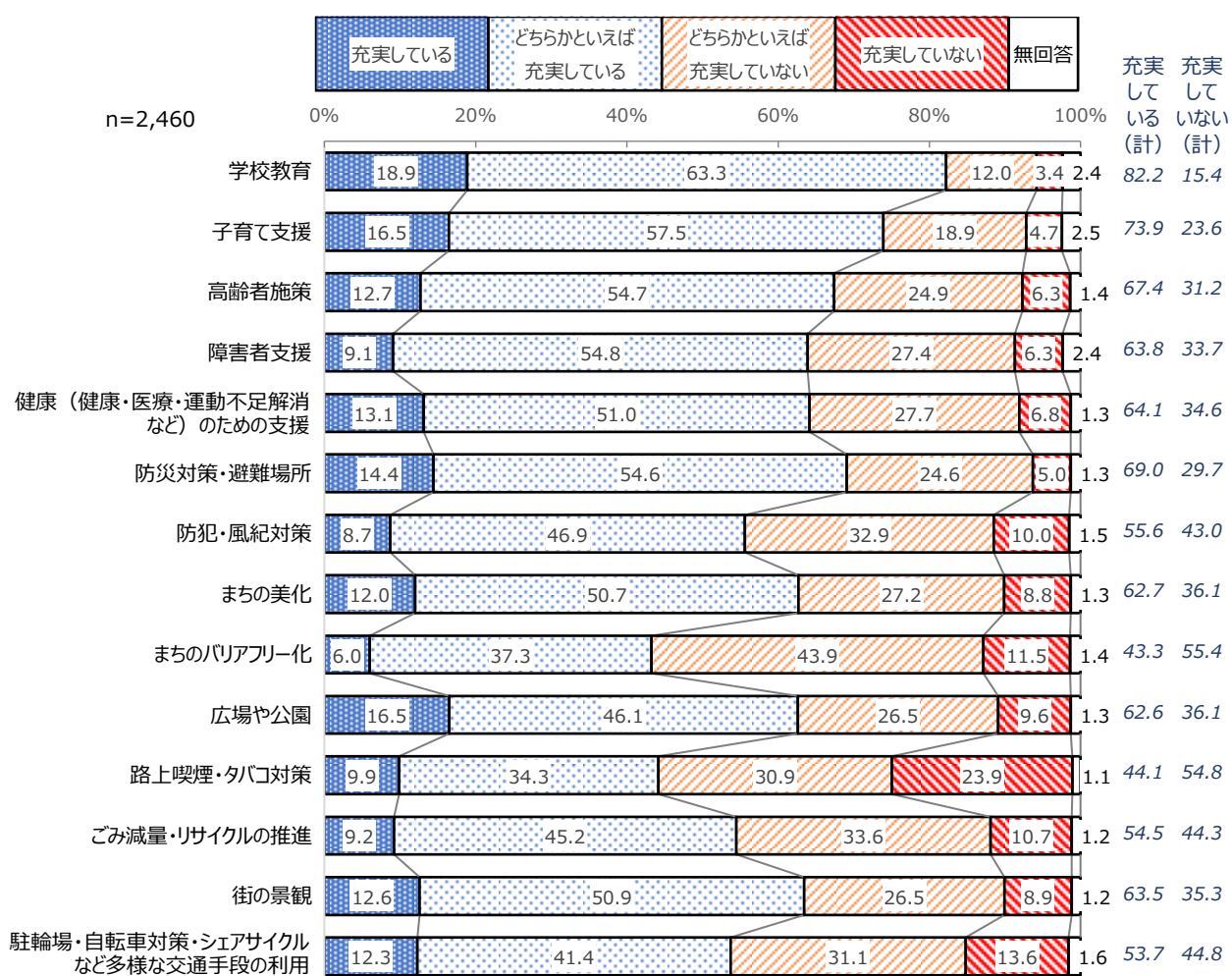


(2) 区の施策の充実度

問5 あなたは、渋谷区の以下の施策について充実していると思いますか。(答はそれぞれ1つ)

「充実している(計)」「充実している」+「どちらかといえば充実している)」が高い施策は「学校教育」(82.2%)、「子育て支援」(73.9%)、「防災対策・避難場所」(69.0%)、「高齢者施策」(67.4%)、「健康のための支援」(64.1%)、「障害者支援」(63.8%)、「街の景観」(63.5%)、「まちの美化」(62.7%)、「広場や公園」(62.6%)などである。

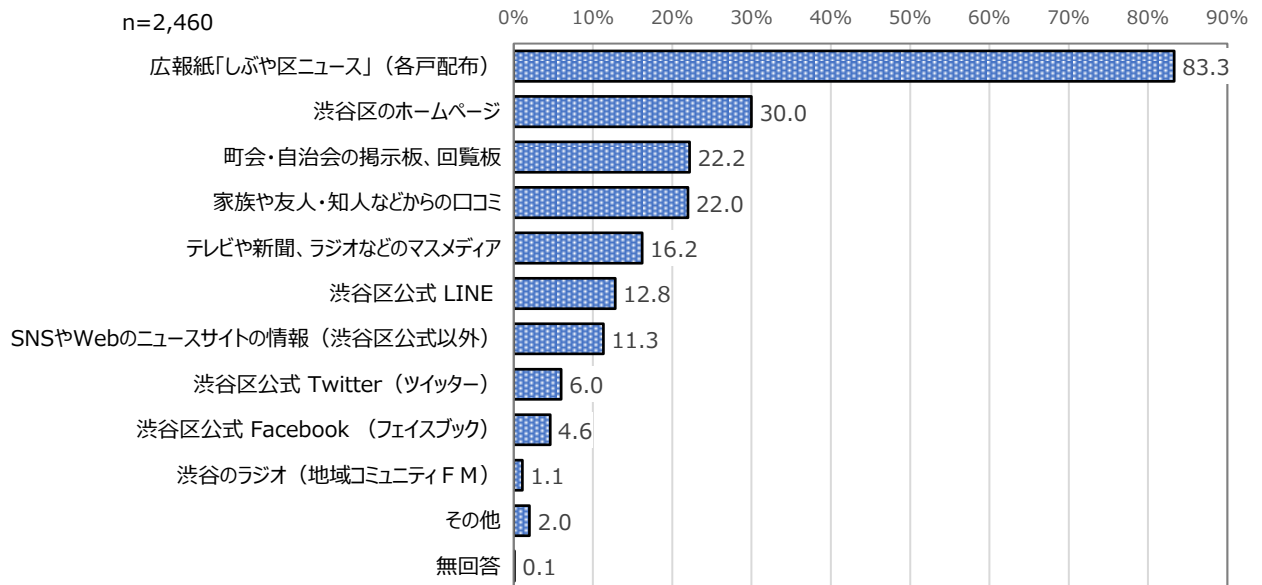
一方、「充実していない(計)」「充実していない」+「どちらかといえば充実していない)」が高い施策は、「まちのバリアフリー化」(55.4%)、「路上喫煙・タバコ対策」(54.8%)などである。



(3) 区政の情報入手経路

問6 あなたは日頃、区政に関する情報をどのような方法で入手していますか。(答はいくつでも)

「広報紙『しぶや区ニュース』(各戸配布)」が 83.3%で最も高い。以下、大きく差があつて「渋谷区のホームページ」(30.0%)、「町会・自治会の掲示板、回覧板」(22.2%)、「家族や友人・知人などからの口コミ」(22.0%)などが続く。



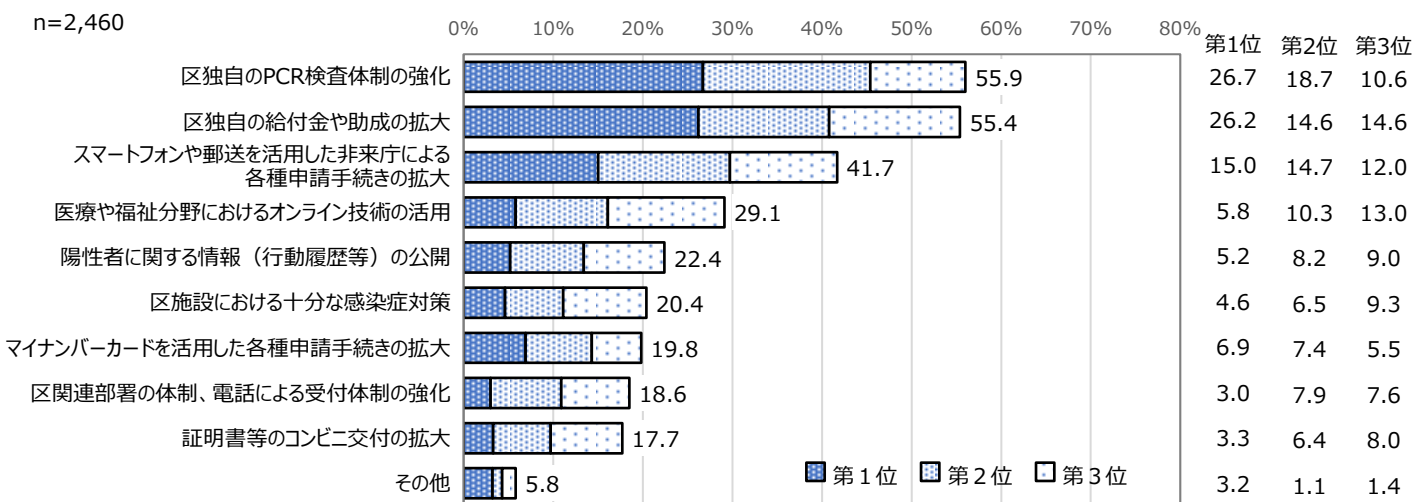
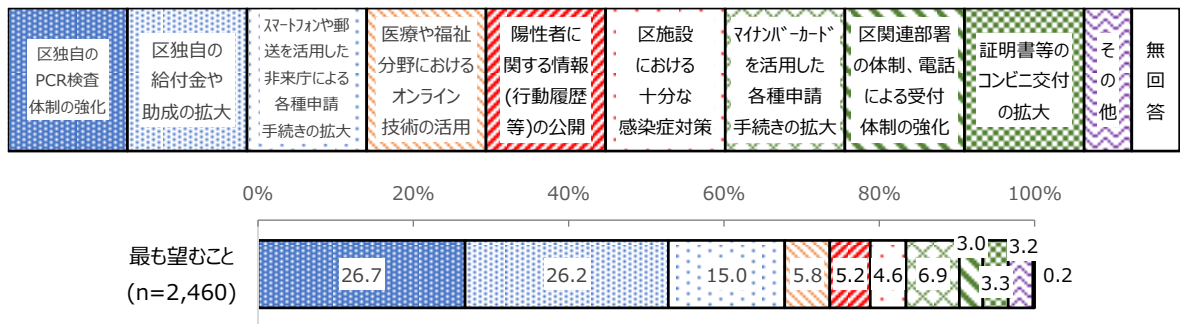
3. コロナについて

(1) 渋谷区に望む新型コロナウイルス感染症対策

問7 現在、世界中で猛威を振るっている新型コロナウイルス感染症について、今後、対策として渋谷区に望むこと
 はどのようなことですか。最も望むこと、次に望むこと、三番目に望むことを、それぞれ教えてください。（答は
 それぞれ1つ）

最も望むことは「区独自の PCR 検査体制の強化」(26.7%)と「区独自の給付金や助成の拡大」(26.2%)
 がそれぞれ2割半ばを占め、次いで、「スマートフォンや郵送を活用した非来庁による各種申請手続きの拡大」
 (15.0%)が1割半ばを占める。

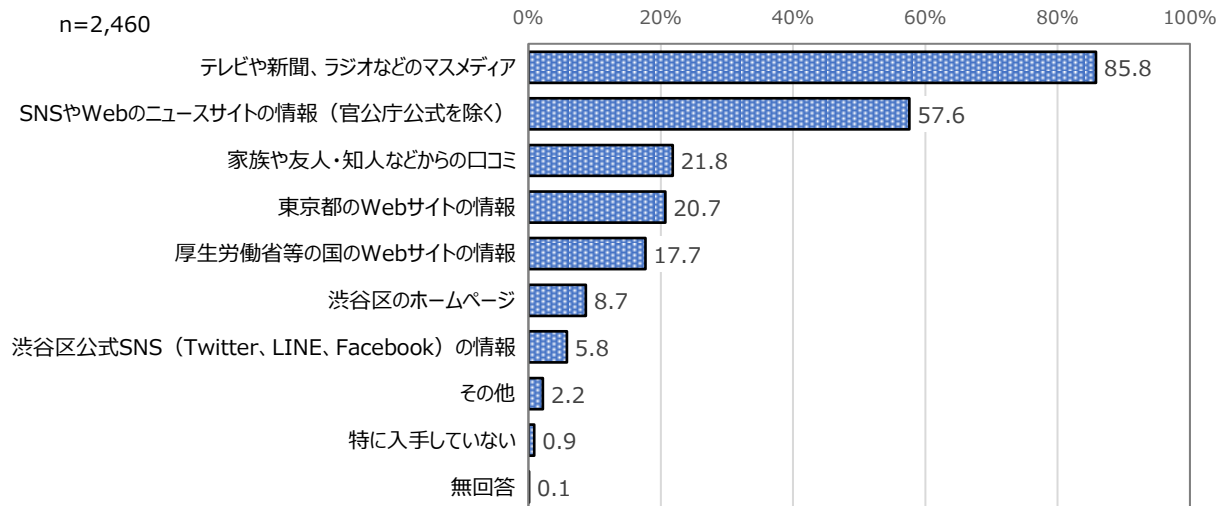
最も望むことから三番目に望むことまでを合わせると、「区独自の PCR 検査体制の強化」(55.9%)と「区
 独自の給付金や助成の拡大」(55.4%)がそれぞれ5割半ばと高く、以下、「スマートフォンや郵送を活用した非
 来庁による各種申請手続きの拡大」(41.7%)、「医療や福祉分野におけるオンライン技術の活用」(29.1%)
 などが続く。



(2) 新型コロナウイルス感染症の情報入手経路

問8 あなたは日頃、新型コロナウイルス感染症に関する情報をどのような方法で入手していますか。(答はいくつでも)

「テレビや新聞、ラジオなどのマスメディア」が 85.8%で最も高く、次いで、「SNSやWebのニュースサイトの情報(官公庁公式を除く)」(57.6%)が高い。以下、「家族や友人・知人などからの口コミ」(21.8%)、「東京都のWebサイトの情報」(20.7%)、「厚生労働省等の国のWebサイトの情報」(17.7%)などが続く。



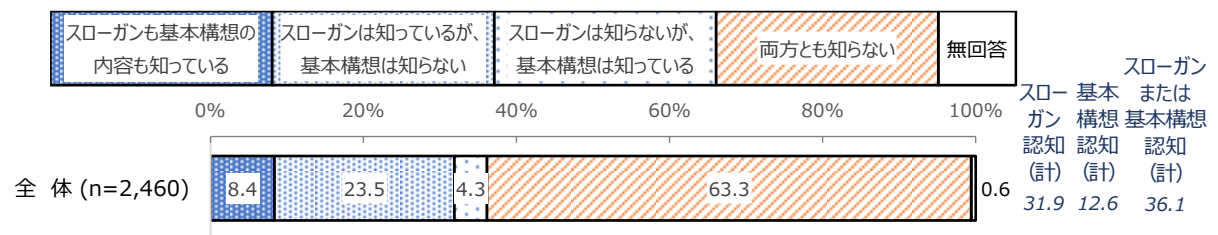
4. 渋谷区基本構想について

(1) 基本構想とスローガンの認知度

問9 渋谷区では平成28年10月に渋谷区の未来像として、「ちがいを ちからに 変える街。渋谷区」というスローガンを掲げる新しい基本構想を策定しました。この基本構想またはスローガンをご存知ですか。(答は1つ)

※このアンケートに答える前の事についてお答えください。

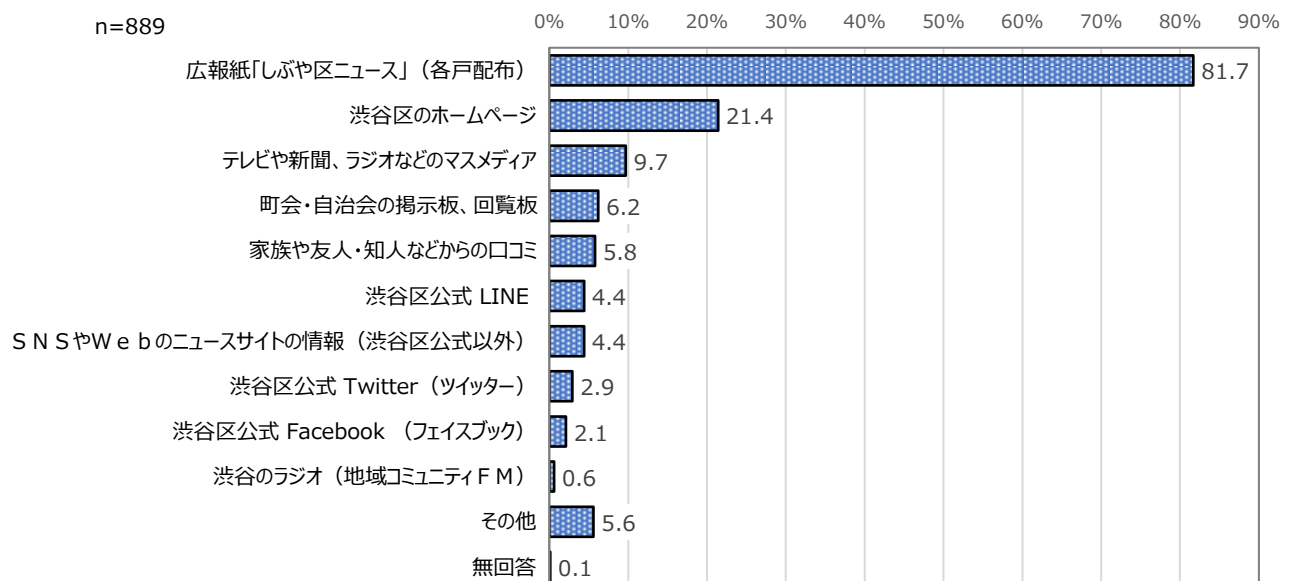
「両方とも知らない」が 63.3%で最も高い。次いで、「スローガンは知っているが、基本構想は知らない」(23.5%)が高い。スローガンの認知率(「スローガンも基本構想の内容も知っている」+「スローガンは知っているが、基本構想は知らない」)は31.9%、基本構想の認知率(「スローガンも基本構想の内容も知っている」+「スローガンは知らないが、基本構想は知っている」)は12.6%である。



(2) 基本構想とスローガンの認知経路

問9-1 スローガンまたは基本構想を何からお知りになりましたか。(答はいくつでも) [問9で「スローガンも基本構想の内容も知っている」「スローガンは知っているが、基本構想は知らない」「スローガンは知らないが、基本構想は知っている」と回答した方対象]

「広報紙『しぶや区ニュース』(各戸配布)」が断然高く 81.7%を占める。「渋谷区のホームページ」は21.4%、その他の経路は10%未満である。

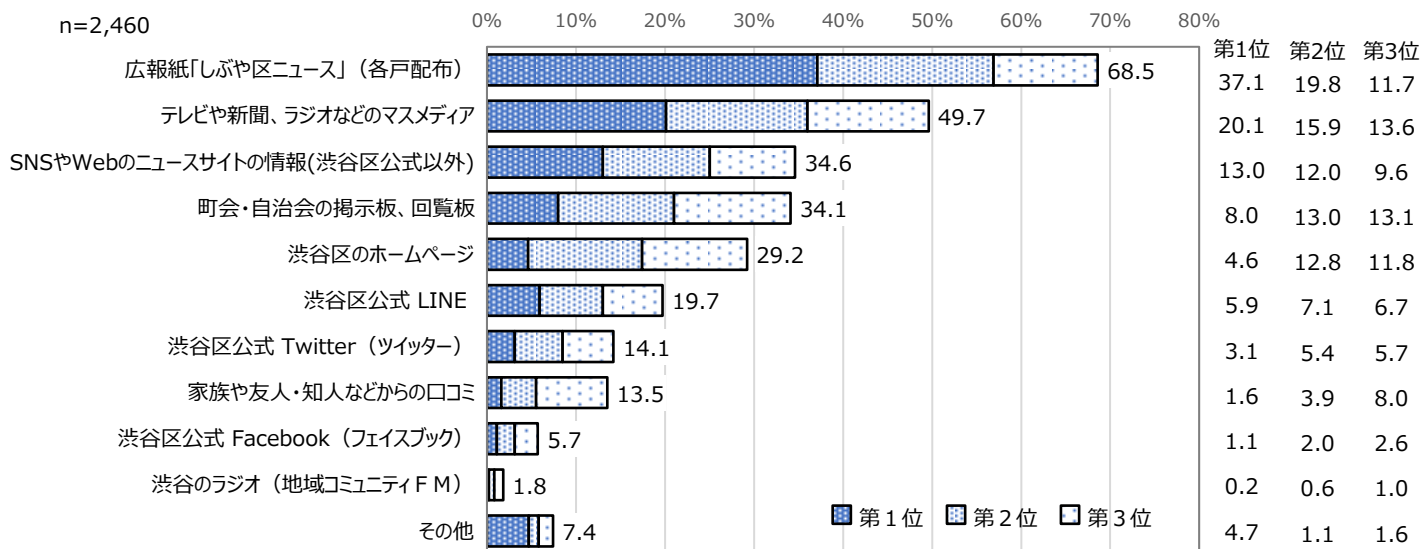
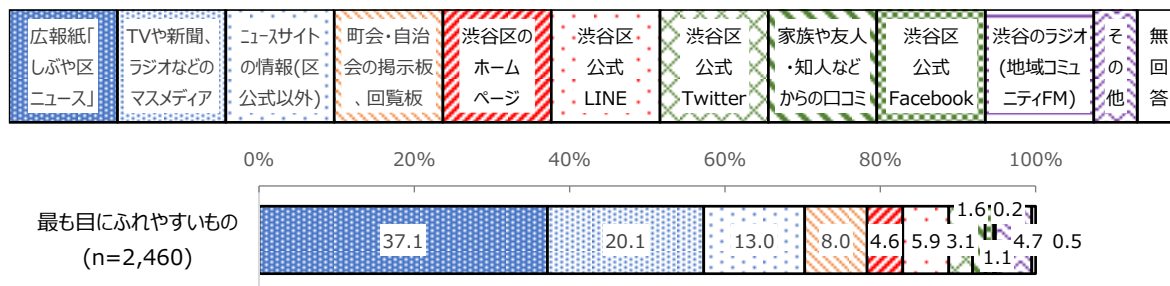


(3) 基本構想とスローガンの広報手段

問 10 スローガン、基本構想がどのようなところで紹介されれば目にふれやすいと思いますか。最も目にふれやすいもの、次に目にふれやすいもの、三番目に目にふれやすいものを、それぞれ教えてください。(答はそれぞれ1つ)

最も目にふれやすいものは「広報紙『しぶや区ニュース』(各戸配布)」が 37.1%で最も高い。次いで、「テレビや新聞、ラジオなどのマスメディア」(20.1%)、「SNSやWebのニュースサイトの情報(渋谷区公式以外)」(13.0%)が高い。

最も目にふれやすいものから三番目に目にふれやすいものまでを合わせると、「広報紙『しぶや区ニュース』(各戸配布)」が 68.5%で最も高く、次いで、「テレビや新聞、ラジオなどのマスメディア」(49.7%)が高い。以下、「SNSやWebのニュースサイトの情報(渋谷区公式以外)」(34.6%)、「町会・自治会の掲示板、回覧板」(34.1%)が3割半ば、「渋谷区のホームページ」(29.2%)が3割弱で続く。

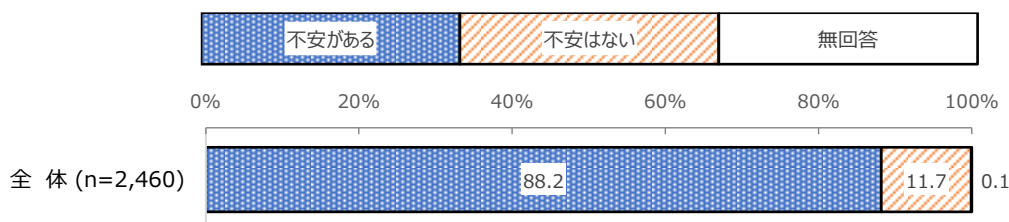


5. 高齢者施策について

(1) 介護に対する不安

問 11 あなたご自身またはご家族に介護が必要となった場合、不安はありますか。すでに介護が必要な場合を含めてお答えください。(答は1つ)

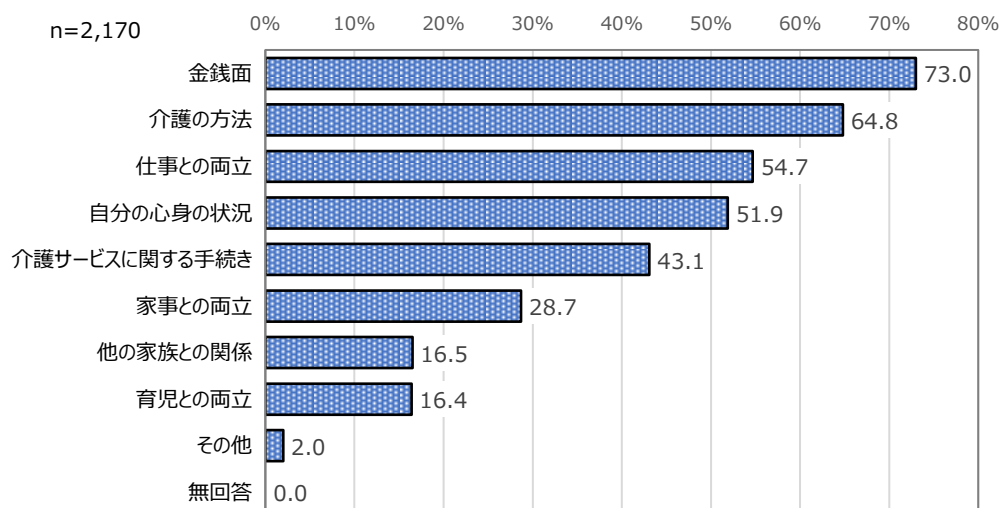
「不安がある」が88.2%を占める。「不安はない」は11.7%である。



(2) 介護に対する不安の具体的な内容

問 11-1 具体的にはどのような不安がありますか。(答はいくつでも) [問 11 で「不安がある」と回答した方対象]

「金銭面」が73.0%で最も高く、次いで、「介護の方法」(64.8%)が高い。以下、「仕事との両立」(54.7%)、「自分の心身の状況」(51.9%)、「介護サービスに関する手続き」(43.1%)などが続く。

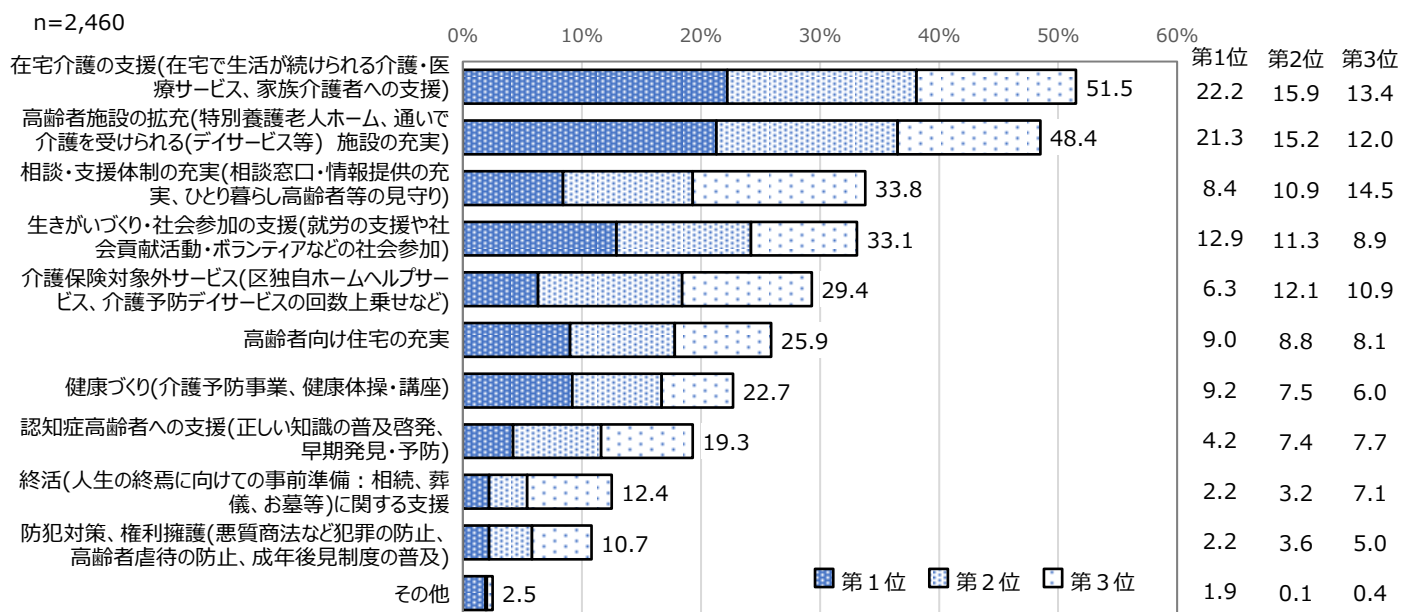
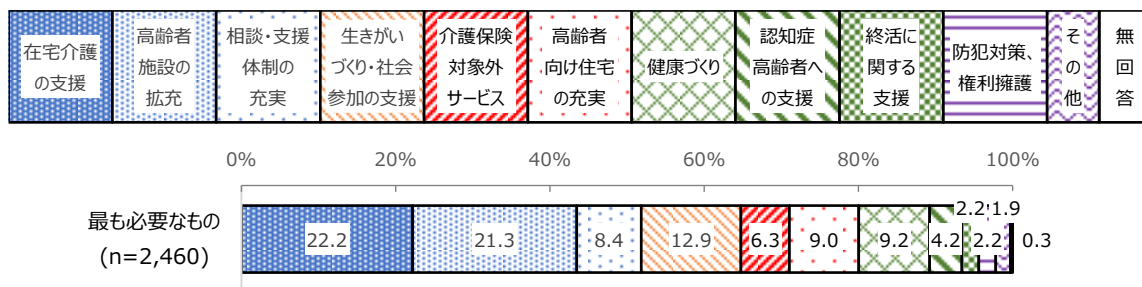


(3) 渋谷区が優先的に取り組むべき高齢者施策

問 12 これからの高齢者施策で渋谷区が優先的に取り組む必要があるものは何ですか。最も必要なもの、次に必要なもの、三番目に必要なものを、それぞれ教えてください。(答はそれぞれ1つ)

最も必要なものは「在宅介護の支援(在宅で生活が続けられる介護・医療サービス、家族介護者への支援)」(22.2%)、「高齢者施設の拡充(特別養護老人ホーム、通いで介護を受けられる(デイサービス等)施設の充実)」(21.3%)がそれぞれ2割を超える。

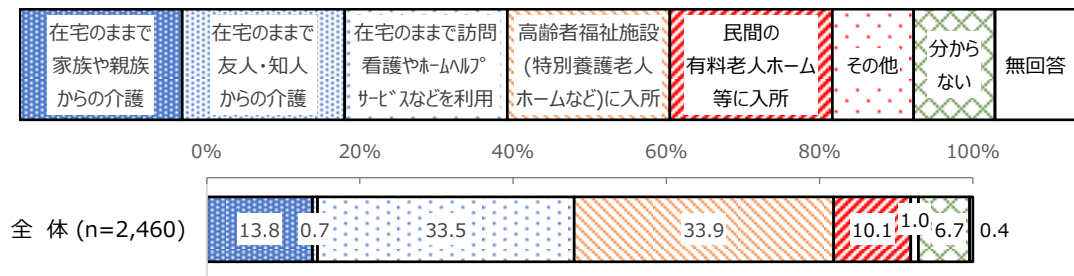
最も必要なものから三番目に必要なものまでを合わせると、「在宅介護の支援(在宅で生活が続けられる介護・医療サービス、家族介護者への支援)」(51.5%)が5割を超えて最も高く、次いで、「高齢者施設の拡充(特別養護老人ホーム、通いで介護を受けられる(デイサービス等)施設の充実)」(48.4%)が高い。以下、「相談・支援体制の充実(相談窓口・情報提供の充実、ひとり暮らし高齢者等の見守り)」(33.8%)、「生きがいづくり・社会参加の支援(就労の支援や社会貢献活動・ボランティアなどの社会参加)」(33.1%)などが続く。



(4) 将来望む介護

問 13 あなたが将来介護を必要とする状況になった場合、どのような介護を最も望みますか。現在介護を受けている方も、最も望む介護をお選びください。(答は1つ)

「高齢者福祉施設(特別養護老人ホームなど)に入所」(33.9%)と「在宅のままで訪問看護やホームヘルプサービスなどを利用」(33.5%)が3割を超える。在宅のままの介護を希望する人と施設への入所を希望する人の割合は拮抗している。

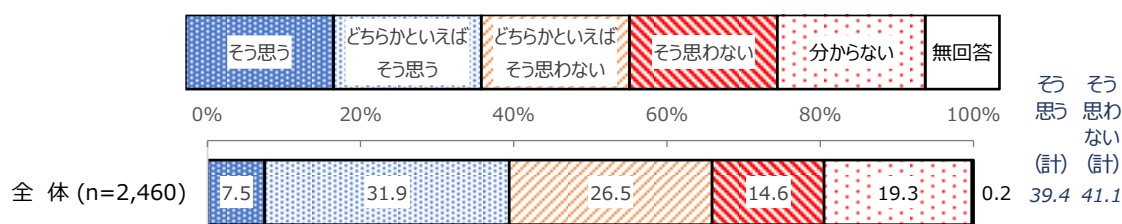


6. アクティブシニアについて

(1) 渋谷区に住む高齢者の社会との関わり

問 14 あなたは、渋谷区に住む高齢者が、地域の多様な活動や区主催の事業への参加などを通じて、社会と関わりを持ちながら生活を送っていると思いますか。若年層の方は、ご家族や近所の方など、身の回り的高齢者を想定してお答えください。(答は1つ)

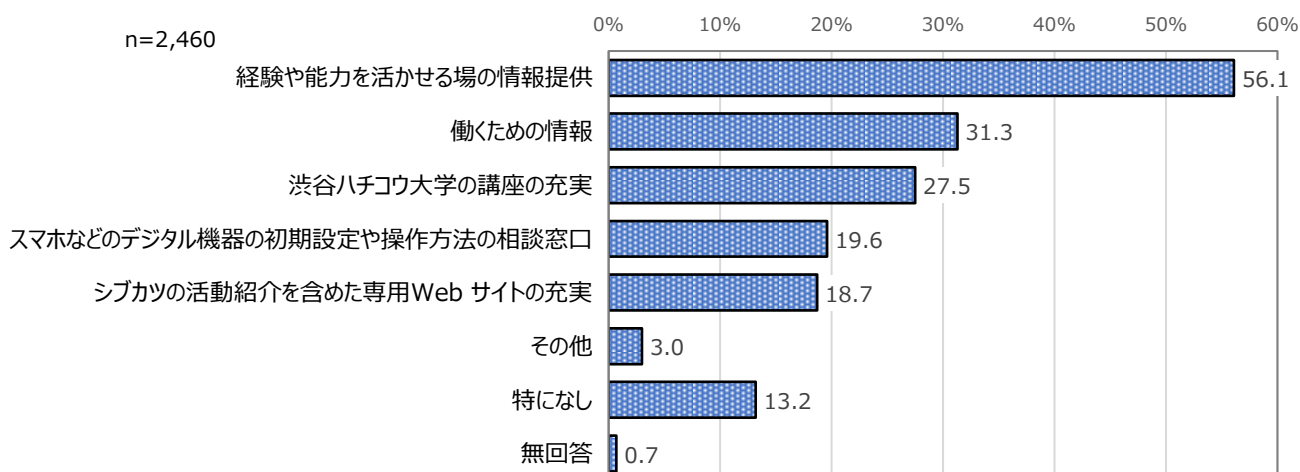
「どちらかといえばそう思う」が31.9%で最も高い。「そう思う(計)」「(「そう思う」+「どちらかといえばそう思う」)は39.4%で、「そう思わない(計)」「(「どちらかといえばそう思わない」+「そう思わない」)の41.1%と拮抗している。



(2) シブカツに今後期待すること

問 15 プレシニア世代からアクティブシニア世代の方がいつまでも楽しく元気に活躍し続けられるように、皆様がお持ちの経験や能力を活かすことができる機会や新たな学びの場などを提供する「渋谷生涯活躍ネットワーク・シブカツ(通称シブカツ)」を、令和元年7月から渋谷ヒカリエ8階に開設しました。また、シブカツでは区内の大学や民間企業等と連携し、今までにない新しい学びのカタチ「渋谷ハチコウ大学」を開講しています。あなたは、今後どのようなことをシブカツに期待しますか。(答はいくつでも)

「経験や能力を活かせる場の情報提供」が56.1%で最も高い。次いで、「働くための情報」(31.3%)が高く、情報提供への期待が高い。以下、「渋谷ハチコウ大学の講座の充実」(27.5%)、「スマホなどのデジタル機器の初期設定や操作方法の相談窓口」(19.6%)、「シブカツの活動紹介を含めた専用 Web サイトの充実」(18.7%)と続く。



7. 渋谷区喫煙ルールについて

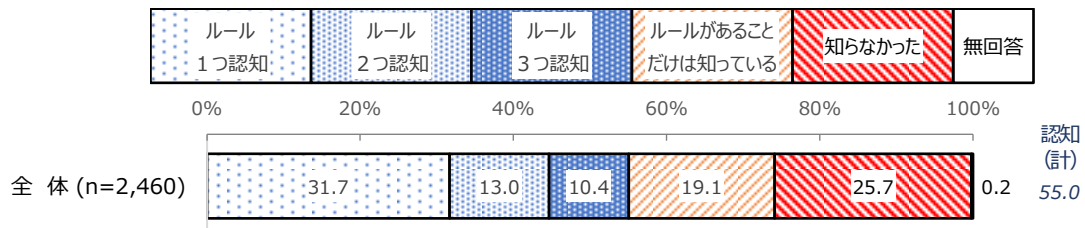
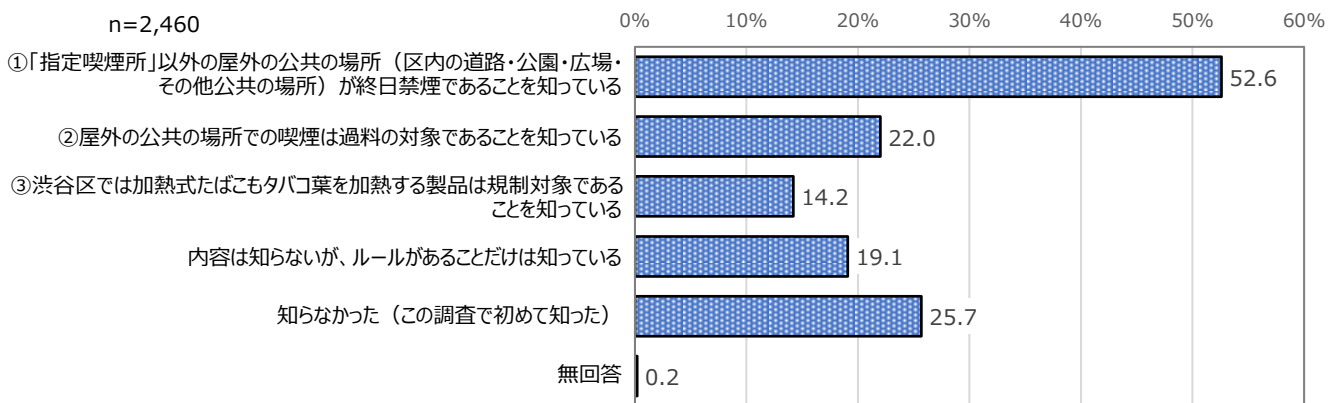
(1) 「渋谷区喫煙ルール」認知状況

問 16 渋谷区では、平成31年4月より『きれいなまち渋谷をみんなで作る条例』改正に伴い、「屋外の公共の場所では喫煙しない」「たばこは決められた場所のみで吸うことができる」という『渋谷区喫煙ルール』を新たに定めました。あなたは、この『渋谷区喫煙ルール』をどの程度知っていますか。(答はいくつでも)

渋谷区喫煙ルールの中では、「①『指定喫煙所』以外の屋外の公共の場所(区内の道路・公園・広場・その他公共の場所)が終日禁煙であることを知っている」が 52.6%で最も高く、次いで、「②屋外の公共の場所での喫煙は過料の対象であることを知っている」(22.0%)が高い。「③渋谷区では加熱式たばこもタバコ葉を加熱する製品は規制対象であることを知っている」は 14.2%にとどまっている。

「内容は知らないが、ルールがあることだけは知っている」は 19.1%、「知らなかった(この調査で初めて知った)」は 25.7%である。

渋谷区喫煙ルール①～③の認知数で見ると、「ルール1つ認知」が31.7%で最も高い。「ルール2つ認知」は 13.0%、「ルール3つ認知」は 10.4%である。「認知(計)」(ルールを1つ以上認知)は 55.0%である。



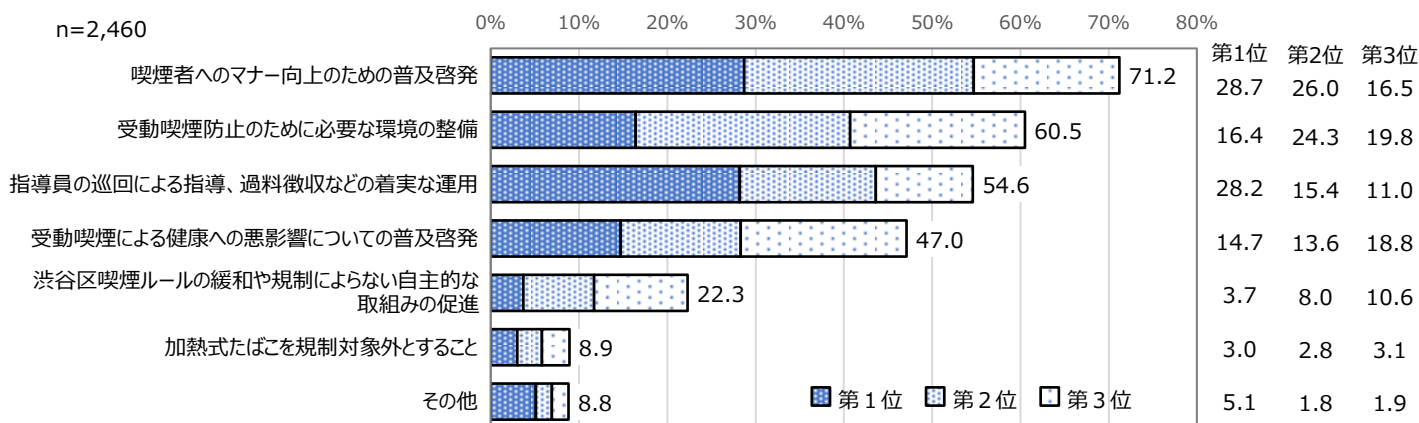
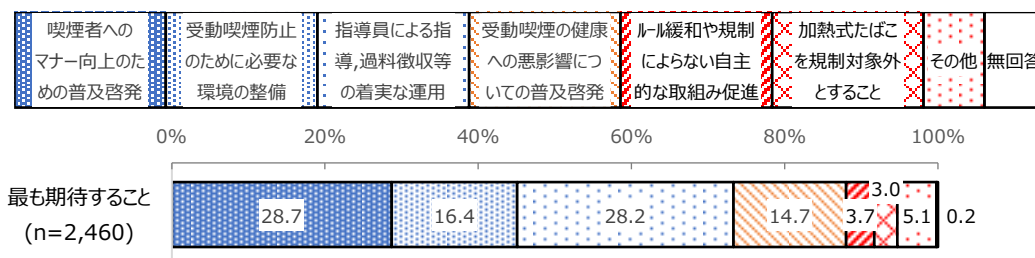
(2) 渋谷区に期待する喫煙ルール

問 17 今後、喫煙ルールについて、渋谷区にどのようなことを期待しますか。最も期待すること、次に期待すること、三番目に期待することを、それぞれ教えてください。(答はそれぞれ1つ)

最も期待することは「喫煙者へのマナー向上のための普及啓発」(28.7%)と「指導員の巡回による指導、過料徴収などの着実な運用」(28.2%)が3割弱で高い。

最も期待することから三番目に期待することまでを合わせると、「喫煙者へのマナー向上のための普及啓発」が71.2%で最も高い。以下、「受動喫煙防止のために必要な環境の整備」(60.5%)、「指導員の巡回による指導、過料徴収などの着実な運用」(54.6%)、「受動喫煙による健康への悪影響についての普及啓発」(47.0%)などが続く。

「受動喫煙防止のために必要な環境の整備」は最も期待することでは上位2項目に比べるとやや低いが三番目までを合わせると「喫煙者へのマナー向上のための普及啓発」に次いで高い。また「指導員の巡回による指導、過料徴収などの着実な運用」は最も期待することでは1位の「喫煙者へのマナー向上のための普及啓発」と拮抗していたが三番目までを合わせると3位となり、最も期待することと三番目までを合わせた結果では若干傾向に違いがみられる。

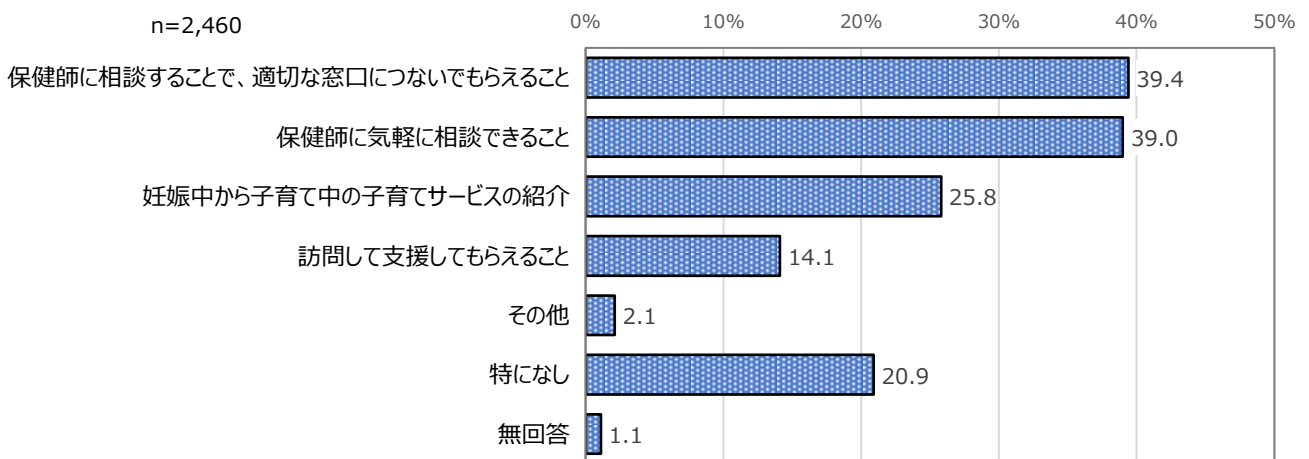


8. ネウボラについて

(1) 「渋谷区子育てネウボラ」に期待すること

問 18 保健師があらゆる相談の窓口になって、妊娠中から子どもが18歳になるまで支援する「渋谷区子育てネウボラ」についてどのようなことを期待しますか。(答は2つまで)

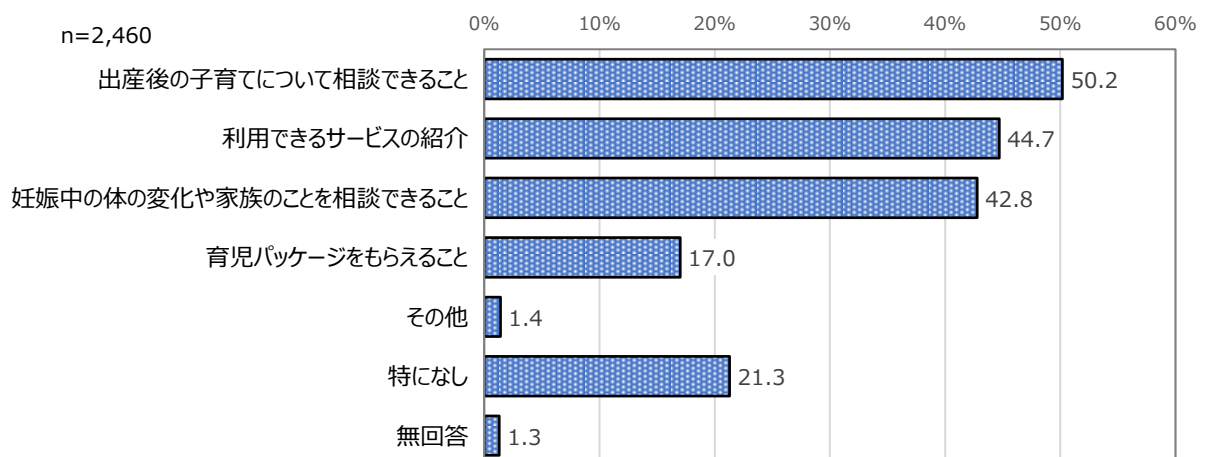
「保健師に相談することで、適切な窓口につないでもらえること」(39.4%)と「保健師に気軽に相談できること」(39.0%)が高く、相談に関する期待が高い。以下、「妊娠中から子育て中の子育てサービスの紹介」(25.8%)、「訪問して支援してもらえること」(14.1%)などが続く。



(2) 「妊婦面接」に期待すること

問 19 平成31年度からすべての妊婦の方を対象とした保健師による面接を始めています。「妊婦面接」にどのようなことを期待しますか。(答はいくつでも)

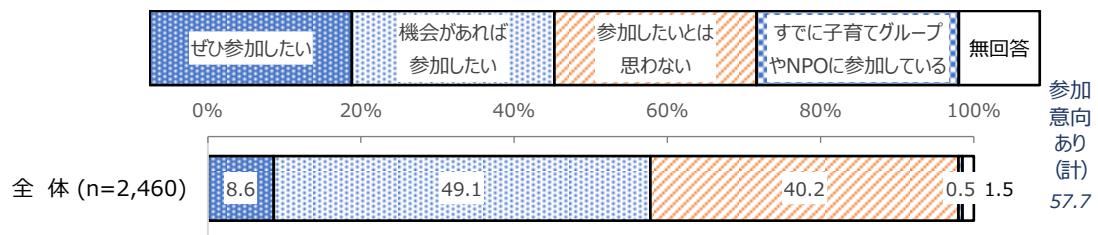
「出産後の子育てについて相談できること」が 50.2%で最も高い。次いで、「利用できるサービスの紹介」(44.7%)、「妊娠中の体の変化や家族のことを相談できること」(42.8%)が高い。



(3) 地域の子育てへの参加意向

問 20 「渋谷区子育てネウボラ」では、「妊娠から出産、子育てを通じて家族みんながいつでも相談できる場をつくる。子育てを通じて、出会う、集う、語る、つながる。そして地域みんなで子どもを育てる。」ことを目指しています。あなたも地域の子育てに参加したいと思いますか。(答は1つ)

「機会があれば参加したい」が 49.1%で最も高い。「参加意向あり(計)」「ぜひ参加したい」+「機会があれば参加したい」は 57.7%である。一方、「参加したいとは思わない」は 40.2%である。

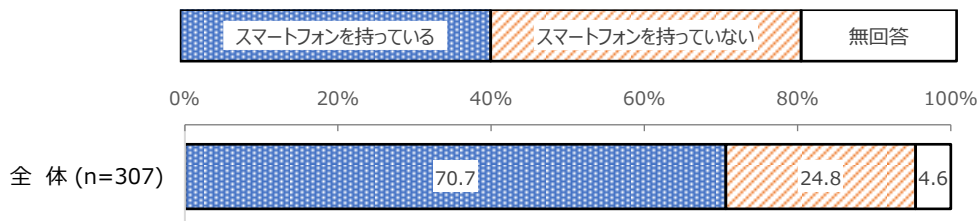


9. スマートフォンについて

(1) スマートフォン所有状況

問 21 あなたはスマートフォンを持っていますか。(答は1つ) [郵送回答者対象]

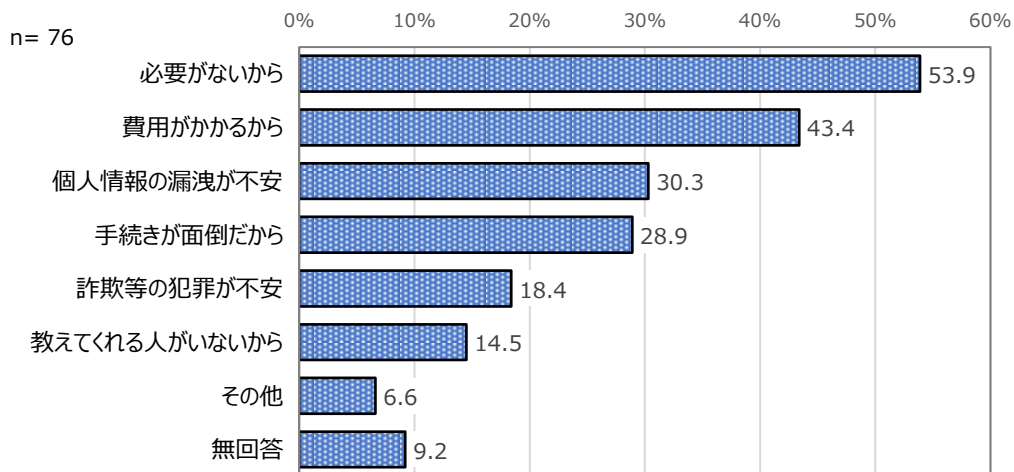
「スマートフォンを持っている」が 70.7%を占める。「スマートフォンを持っていない」は 24.8%である。



(2) スマートフォン未所有理由

問 21-1 スマートフォンを持っていない理由は何ですか。(答はいくつでも) [問 21 で「スマートフォンを持っていない」と回答した方対象]

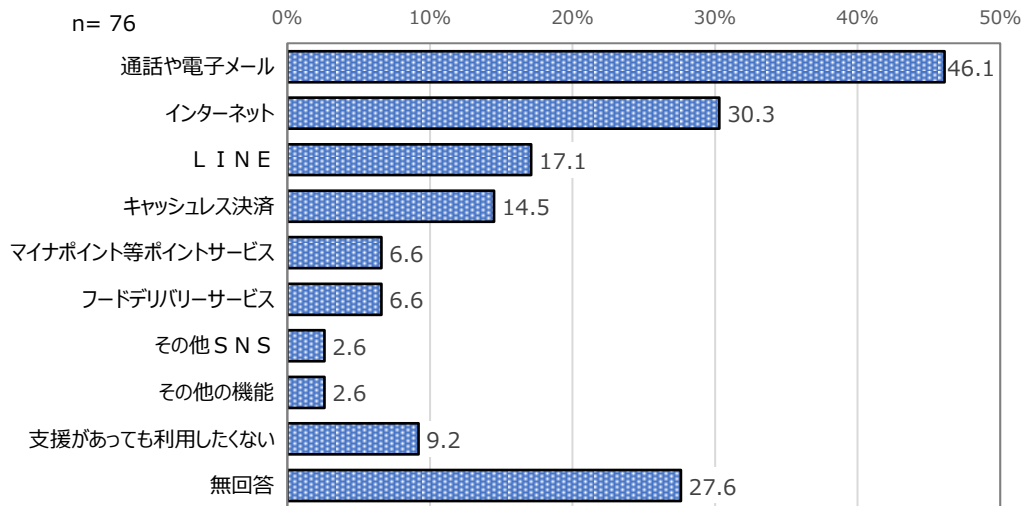
「必要がないから」が 53.9%で最も高く、次いで、「費用がかかるから」(43.4%)が高い。以下、「個人情報の漏洩が不安」(30.3%)、「手続きが面倒だから」(28.9%)、「詐欺等の犯罪が不安」(18.4%)、「教えてくれる人がいないから」(14.5%)と続く。



(3) 利用してみたいスマートフォンの機能

問 21-2 渋谷区から、購入費用や操作方法の支援が受けられる場合、利用してみたいスマートフォンの機能はどんなことですか。(答はいくつでも) [問 21 で「スマートフォンを持っていない」と回答した方対象]

「通話や電子メール」が 46.1%で最も高く、次いで、「インターネット」(30.3%)が高い。以下、「LINE」(17.1%)、「キャッシュレス決済」(14.5%)などが続く。「支援があっても利用したくない」は 9.2%である。

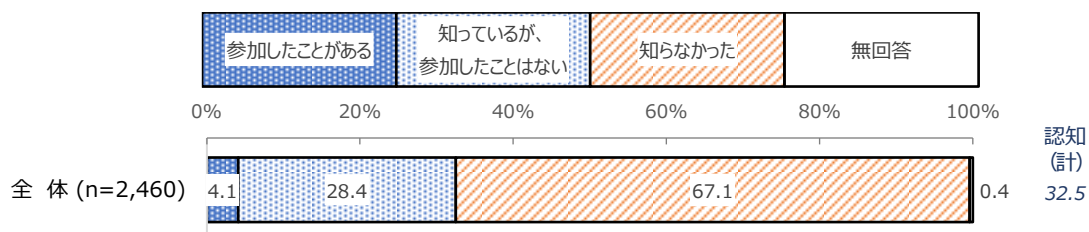


10. おとなりサンデーについて

(1) 「渋谷区おとなりサンデー」認知度

問 22 渋谷区では、平成29年から毎年6月に“ふだん話す機会の少ない近隣の人ともっと顔見知りになる「渋谷おとなりサンデー」(渋谷区版隣人まつり)”を実施しています。この「渋谷おとなりサンデー」を知っていますか。
(答は1つ)

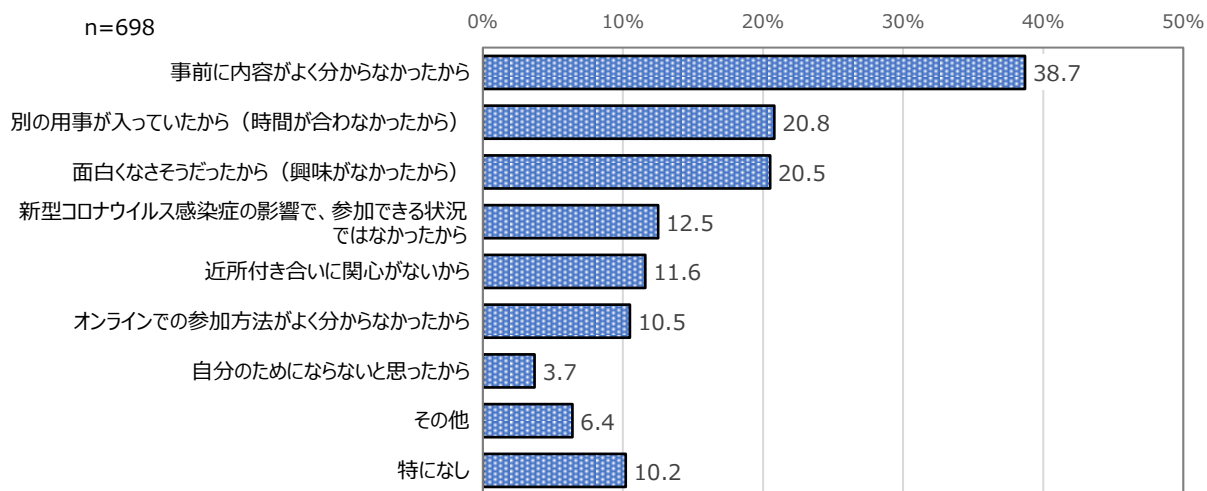
「知らなかった」が 67.1%で最も高い。「知っているが、参加したことはない」は 28.4%、「参加したことがある」は 4.1%で、認知率(「参加したことがある」+「知っているが、参加したことはない」)は 32.5%である。



(2) 「渋谷区おとなりサンデー」未参加理由

問 22-1 参加しなかった理由は何ですか。(答は2つまで) [問 22 で「知っているが、参加したことはない」と回答した方対象]

「事前に内容がよく分からなかったから」が 38.7%で最も高い。以下、「別の用事が入っていたから(時間が合わなかったから)」(20.8%)、「面白くなさそうだったから(興味がなかったから)」(20.5%)などが続く。

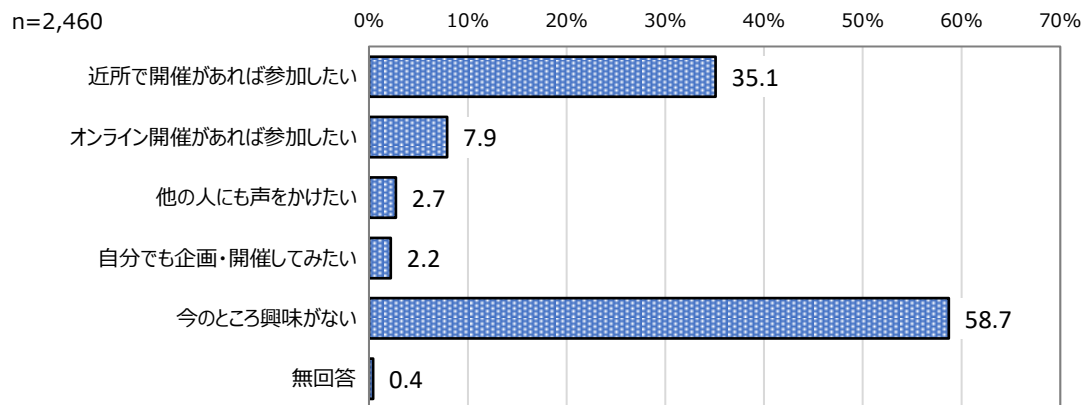


(3) 地域イベントなどに対する考え

問 23 「渋谷おとなりサンデー」のようなご近所さんと顔見知りになるための様々な地域のイベントや小さなパーティーについての考えをお選びください。(答はいくつでも)

「今のところ興味がない」が 58.7%で最も高い。

参加意向がある中では、「近所で開催があれば参加したい」が 35.1%で最も高く、次いで、「オンライン開催があれば参加したい」が 7.9%である。



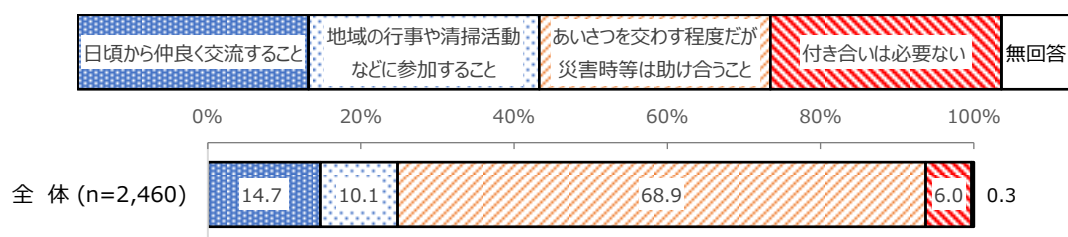
11. 町会・自治会について

(1) 近所付き合いの望ましい姿

問 24 あなたの考える近所付き合いはどのようなものですか。(答は1つ)

※あてはまるものが無い人も、選択肢の中から比較して最もお気持ちに近いものをお選びください。

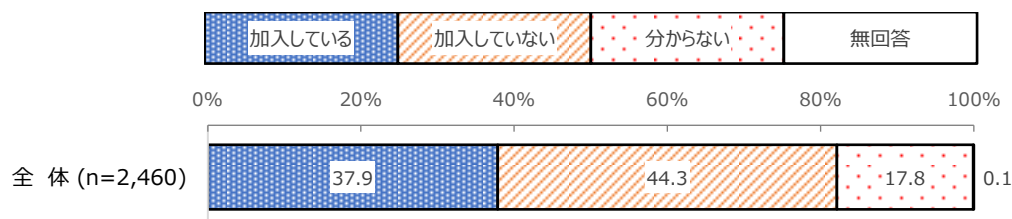
「あいさつを交わす程度だが災害時等は助け合うこと」が 68.9%で最も高い。次いで、「日頃から仲良く交流すること」(14.7%)、「地域の行事や清掃活動などに参加すること」(10.1%)である。「付き合いは必要ない」は 6.0%である。



(2) 町会・自治会の加入状況

問 25 あなたは、町会・自治会に加入していますか。(答は1つ)

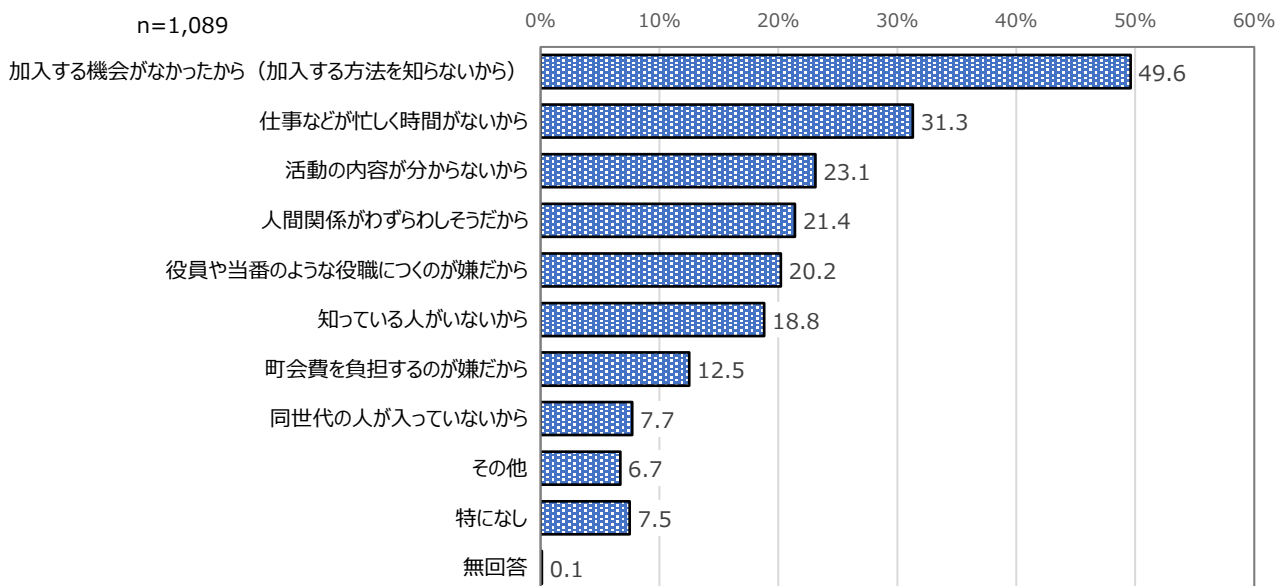
「加入していない」が 44.3%、「加入している」が 37.9%、「分からない」が 17.8%である。



(3) 町会・自治会の未加入理由

問 25-1 加入していない理由は何ですか。(答はいくつでも) [問 25 で「加入していない」と回答した方対象]

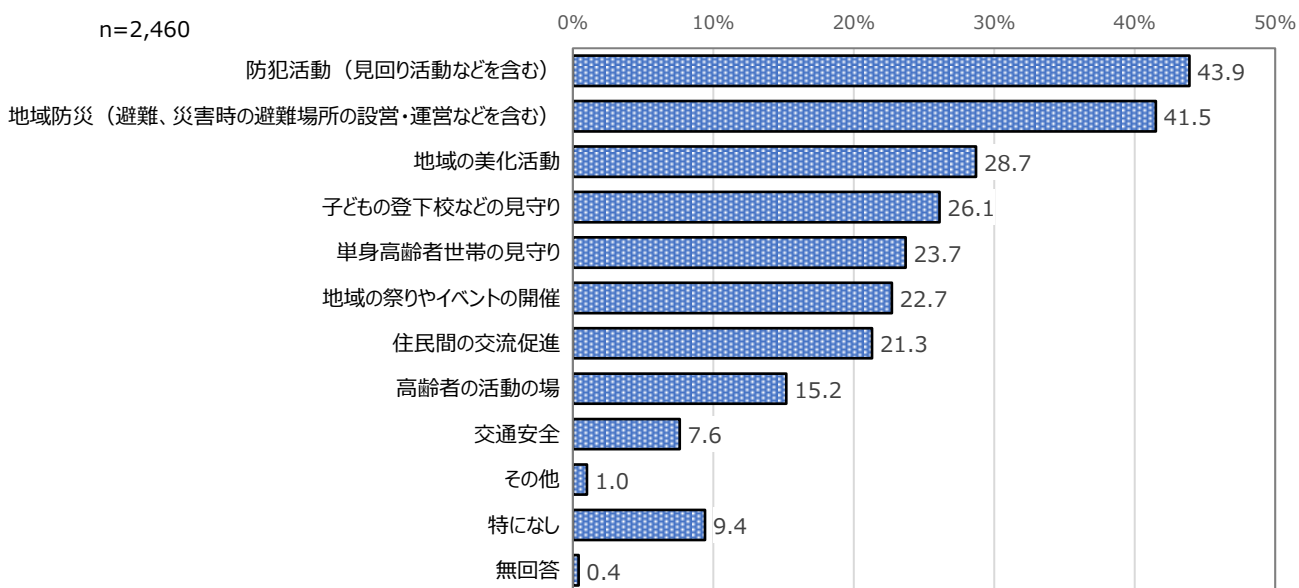
「加入する機会がなかったから(加入する方法を知らないから)」が 49.6%で最も高い。以下、「仕事などが忙しく時間がないから」(31.3%)、「活動の内容が分からないから」(23.1%)などが続く。



(4) 町会・自治会へ期待する役割

問 26 町会・自治会の役割としてどのようなことを期待しますか。(答は3つまで)

「防犯活動(見回り活動などを含む)」(43.9%)や「地域防災(避難、災害時の避難場所の設営・運営などを含む)」(41.5%)が高く、防災・防犯への期待が高いことがわかる。

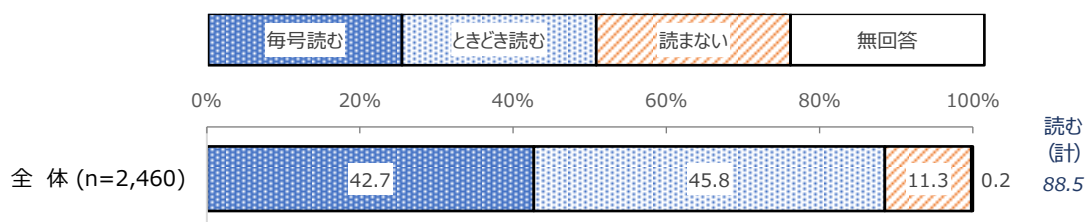


12. 広報紙「しぶや区ニュース」について

(1) 広報紙「しぶや区ニュース」の閲読状況

問 27 あなたは、広報紙「しぶや区ニュース」を読んでいますか。(答は1つ)

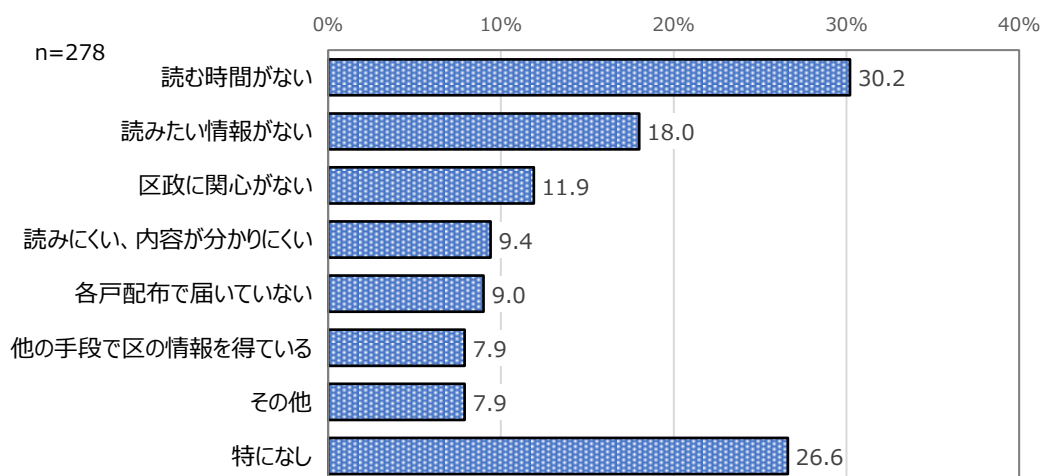
「ときどき読む」が 45.8%、「毎号読む」が 42.7%、「読まない」が 11.3%である。「読む(計)」「(「毎号読む」+「ときどき読む」)は 88.5%を占める。



(2) 広報紙「しぶや区ニュース」の非閲読理由

問 27-1 「しぶや区ニュース」を読まない理由は何ですか。(答はいくつでも) [問 27 で「読まない」と回答した方対象]

「読む時間がない」が 30.2%で最も高く、以下、「読みたい情報がない」(18.0%)、「区政に関心がない」(11.9%)などが続く。

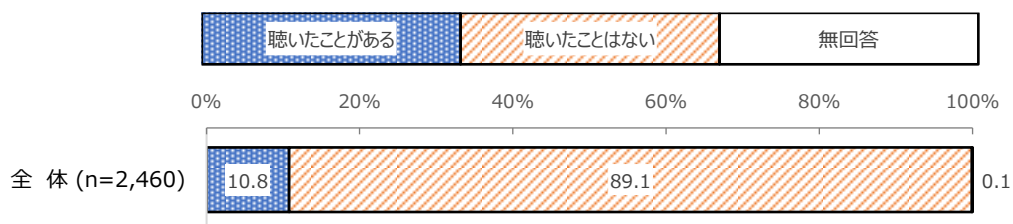


13. コミュニティFM・SNSについて

(1) 地域コミュニティFM「渋谷のラジオ」の聴取状況

問 28 渋谷区内では、平成28年4月から地域コミュニティ FM「渋谷のラジオ」(87.6MHz)が放送を開始しましたが、聴いたことがありますか。(答は1つ)

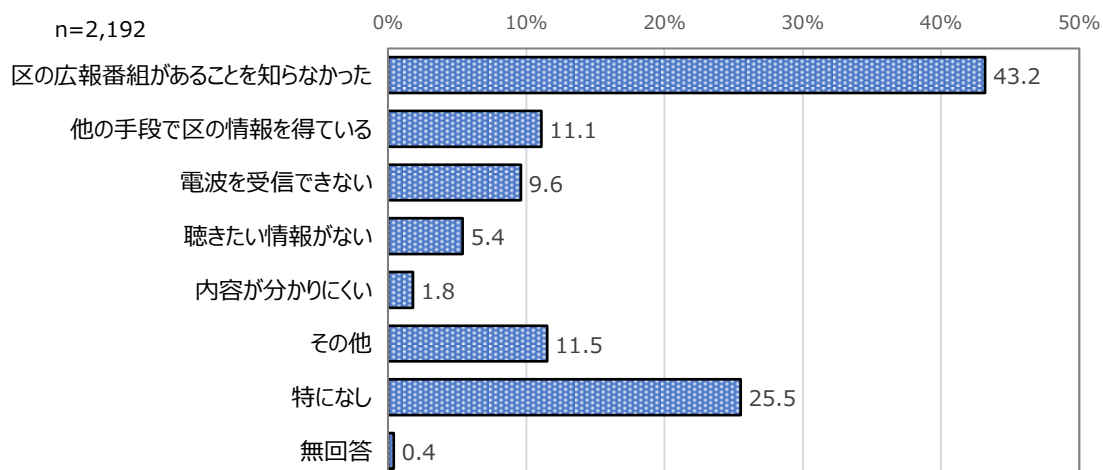
「聴いたことはない」が 89.1%を占める。「聴いたことがある」は 10.8%である。



(2) 「渋谷のラジオ」非聴取理由

問 28-1 「渋谷のラジオ」を聴いていない理由は何ですか。(答はいくつでも) [問 28 で「聴いたことはない」と回答した方対象]

「区の広報番組があることを知らなかった」が 43.2%で最も高い。以下、「他の手段で区の情報を得ている」(11.1%)、「電波を受信できない」(9.6%)などが続く。「特になし」も 25.5%を占める。

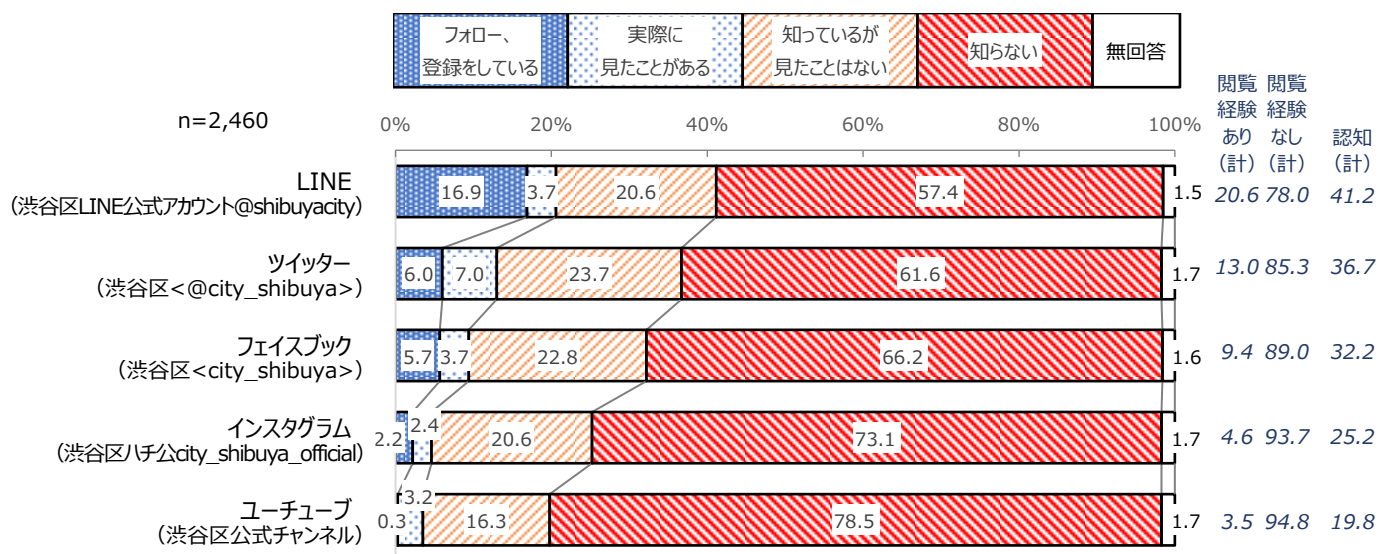


(3) 渋谷区SNSの認知・利用度

問 29 渋谷区では、LINE、Twitterなどソーシャルメディアを通じて情報を発信しています。あなたの利用状況を教えてください。(答はそれぞれ1つ)

「認知(計)」(「フォロー、登録をしている」+「実際に見たことがある」+「知っているが見たことはない」)は、「LINE(渋谷区 LINE 公式アカウント@shibuyacity)」が 41.2%で最も高く、次いで、「ツイッター(渋谷区<@city_shibuya>)」(36.7%)、「フェイスブック(渋谷区<city_shibuya>)」(32.2%)が3割を超える。

「閲覧経験あり(計)」(「フォロー、登録をしている」+「実際に見たことがある」)は、「LINE(渋谷区 LINE 公式アカウント@shibuyacity)」(20.6%)が2割強、「ツイッター(渋谷区<@city_shibuya>)」(13.0%)が1割半ばである。



令和2年度 渋谷区 区民意識調査 報告書（概要版）

発行：渋谷区 経営企画部 広報コミュニケーション課
〒150-8010 東京都渋谷区宇田川町 1-1
電話：03-3463-1211 FAX：03-5458-4920

実施：株式会社アダムスコミュニケーション
〒168-0074 東京都杉並区上高井戸 1-8-17
ブライトコアビル新館 6階
電話：03-6847-5757 FAX：03-6847-5756