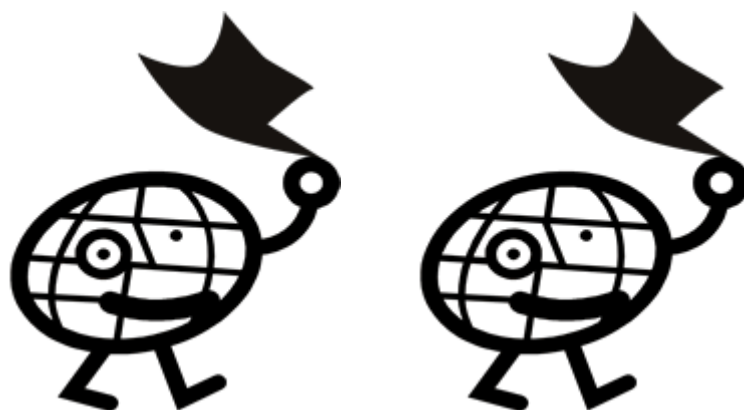


令和7年度第2回

新宿区

区政モニターアンケート報告書

- テーマ1 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2 幸福実感度と地域愛着度について
- テーマ3 『広報新宿』について
- テーマ4 ごみの減量とリサイクルについて



新宿区

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 認知症になっても安心して暮らせるまちについて	5
(1) 認知症の認知状況	5
(2) 認知症サポーター養成講座の認知状況.....	11
(3) 認知症サポーター養成講座受講の意向.....	12
(4) 「認知症・もの忘れ相談」の認知状況.....	13
テーマ2 幸福実感度と地域愛着度について	14
(1) 現在の幸福実感度	14
(2) 将来の幸福実感度	18
(3) 現在の地域愛着度	22
(4) 町内の人々の幸福実感度.....	26
(5) 身近なまわりの人の幸福実感度.....	30
(6) 新宿区民であることの誇りについて	32
(7) 新宿区居住の意向	34
テーマ3 『広報新宿』について.....	36
(1) リニューアル後の『広報新宿』の認知状況	36
(2) リニューアル後の『広報新宿』の印象 (リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人)	38
(3) リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点 (リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人)	40
(4) 区政や地域・まちへの関心の変化 (リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人)	43
(5) リニューアル後の『広報新宿』の印象 (リニューアル後の『広報新宿』を読んでいない人)	45
(6) リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点 (リニューアル後の『広報新宿』を読んでいない人)	47
(7) 『広報新宿』を今後も読みたいと思うか.....	50
(8) 『広報新宿』の内容に関する希望.....	52
テーマ4 ごみの減量とリサイクルについて	53
(1) 実際に行っている3R活動.....	53
(2) 食品ロスを減らすために、行っていること	56
(3) プラスチックごみ削減のために、行っていること	66

（４）ごみ・資源の出し方	73
（５）資源（古紙）の日または地域の集団回収に出している雑がみ	79
（６）資源プラスチックを資源として出していない理由	80
Ⅲ 資料（調査票）	81

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、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1回》	調査対象	区政モニター 996名
	調査内容	テーマ1 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2 幸福実感度と地域愛着度について
		テーマ3 『広報新宿』について
		テーマ4 ごみの減量とリサイクルについて
	調査期間	令和7年8月22日～令和7年9月5日
	調査方法	郵送配布・郵送回収
	回答数	890票（回収率89.4%）

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。
- 複数の選択肢をあわせた項目の構成比（%）は、その選択肢の選択者数を基数で除して算出している。そのため、各選択肢の構成比を足し上げた数値と差が生じることがある。
- 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

○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 : 子どものいない 40 歳未満の夫婦、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、子どものいない 40 歳から 64 歳の夫婦など

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	105	11.8	6 戸塚	103	11.6
2 簗笥町	126	14.2	7 落合第一	86	9.7
3 榎町	99	11.1	8 落合第二	86	9.7
4 若松町	82	9.2	9 柏木	69	7.8
5 大久保	94	10.6	10 角筈・区役所	40	4.5
			計	890	100.0%

(2) 性別

選択肢	回答数	割合 (%)	選択肢	回答数	割合 (%)
1 男性	346	38.9	3 自由回答	1	0.1
2 女性	497	55.8	無回答	46	5.2
			計	890	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	5	0.6	9 55～59 歳	86	9.7
2 20～24 歳	20	2.2	10 60～64 歳	78	8.8
3 25～29 歳	32	3.6	11 65～69 歳	62	7.0
4 30～34 歳	54	6.1	12 70～74 歳	58	6.5
5 35～39 歳	53	6.0	13 75～79 歳	63	7.1
6 40～44 歳	80	9.0	14 80 歳以上	69	7.8
7 45～49 歳	93	10.4	無回答	13	1.5
8 50～54 歳	124	13.9	計	890	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	360	40.4	5 学生	19	2.1
2 会社役員・団体役員	50	5.6	6 専業主婦・主夫	109	12.2
3 パート・アルバイト、非常勤、嘱託、派遣など	117	13.1	7 無職	132	14.8
4 自営業、自由業	77	8.7	8 その他	9	1.0
			無回答	17	1.9
			計	890	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	235	37.7
2 新宿区外	383	61.5
無回答	5	0.8
計	623	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	325	36.5	6 兄弟姉妹	33	3.7
2 妻または夫	519	58.3	7 その他	33	3.7
3 親	88	9.9	8 ひとり暮らし	195	21.9
4 祖父母	1	0.1	無回答	23	2.6
5 孫	10	1.1	回答総計	1227	137.9%
			計	890	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	315	46.8	4 4人	29	4.3
2 2人	186	27.6	5 5人以上	10	1.5
3 3人	126	18.7	無回答	7	1.0
			計	673	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	59	18.2	4 一番上の子が学校を卒業	88	27.2
2 一番上の子が小・中学生	98	30.2	無回答	10	3.1
3 一番上の子が高校・大学生	69	21.3	計	324	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	0	0.0	5	10 年以上 20 年未満	195	21.9
2	1 年以上 3 年未満	66	7.4	6	20 年以上 30 年未満	141	15.8
3	3 年以上 5 年未満	73	8.2	7	30 年以上	277	31.1
4	5 年以上 10 年未満	123	13.8		無回答	15	1.7
				計		890	100.0%

(10) 住居形態

選択肢		回答数	割合 (%)
一戸建て	1 持ち家の一戸建て	216	24.3
	2 賃貸の一戸建て	13	1.5
	3 社宅・公務員官舎の一戸建て	8	0.9
	4 その他	2	0.2
集合住宅	5 分譲マンション・アパート（自己所有のものを含む）	316	35.5
	6 賃貸マンション・アパート	249	28.0
	7 賃貸のUR都市機構（旧公団）・公社のマンション・アパート	5	0.6
	8 賃貸の都営・区営住宅	39	4.4
	9 社宅・公務員官舎	27	3.0
	10 その他	4	0.4
無回答		11	1.2
計		890	100.0%

(11) ライフステージ

選択肢		回答数	割合 (%)	選択肢		回答数	割合 (%)
1	独身期	96	10.8	5	家族成熟期	52	5.8
2	家族形成期	77	8.7	6	高齢期	252	28.3
3	家族成長前期	97	10.9	7	その他	233	26.2
4	家族成長後期	67	7.5		無回答	16	1.8
				計		890	100.0%

Ⅱ 調査の結果

テーマ 1 認知症になっても安心して暮らせるまちについて

(1) 認知症の認知状況

◎もの盗られ妄想（※）や興奮などの、介護を困難にする認知症の症状は、周囲の理解と適切な対応によって和らげることができることを「知らない」が 1 割台半ば

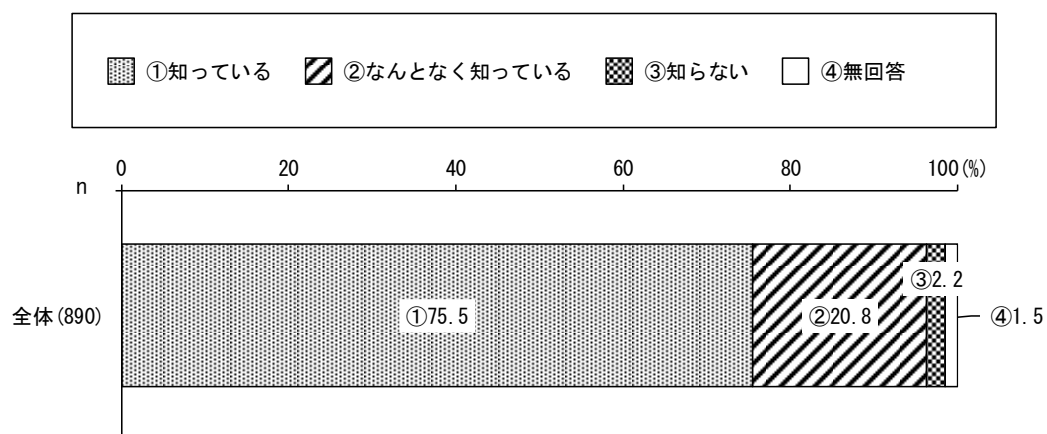
問 1 あなたは認知症について以下のことを知っていますか。 (ア～ウそれぞれで、1～3に1つだけ○をつけてください) (n=890)				
	知っている	知って いる な ん と な く	知らない	無回答
ア 認知症は、高齢者だけでなく誰でもなる可能性がある身近なものである	75.5%	20.8%	2.2%	1.5%
イ 認知症は早期診断・早期治療を受けることで、 進行を遅らせたり、生活のしづらさを軽減したり できる可能性がある	69.0	24.7	4.4	1.9
ウ もの盗られ妄想（※）や興奮などの、介護を困 難にする認知症の症状は、周囲の理解と適切な 対応によって和らげることができる	45.1	37.4	15.8	1.7

(※) もの盗られ妄想とは、財布や通帳などの大切なものを、周りの人に盗られたと思い込んでしまう症状のことです。

Ⅱ 調査の結果（テーマ1 認知症になっても安心して暮らせるまちについて）

図1－1－1 認知症の認知状況

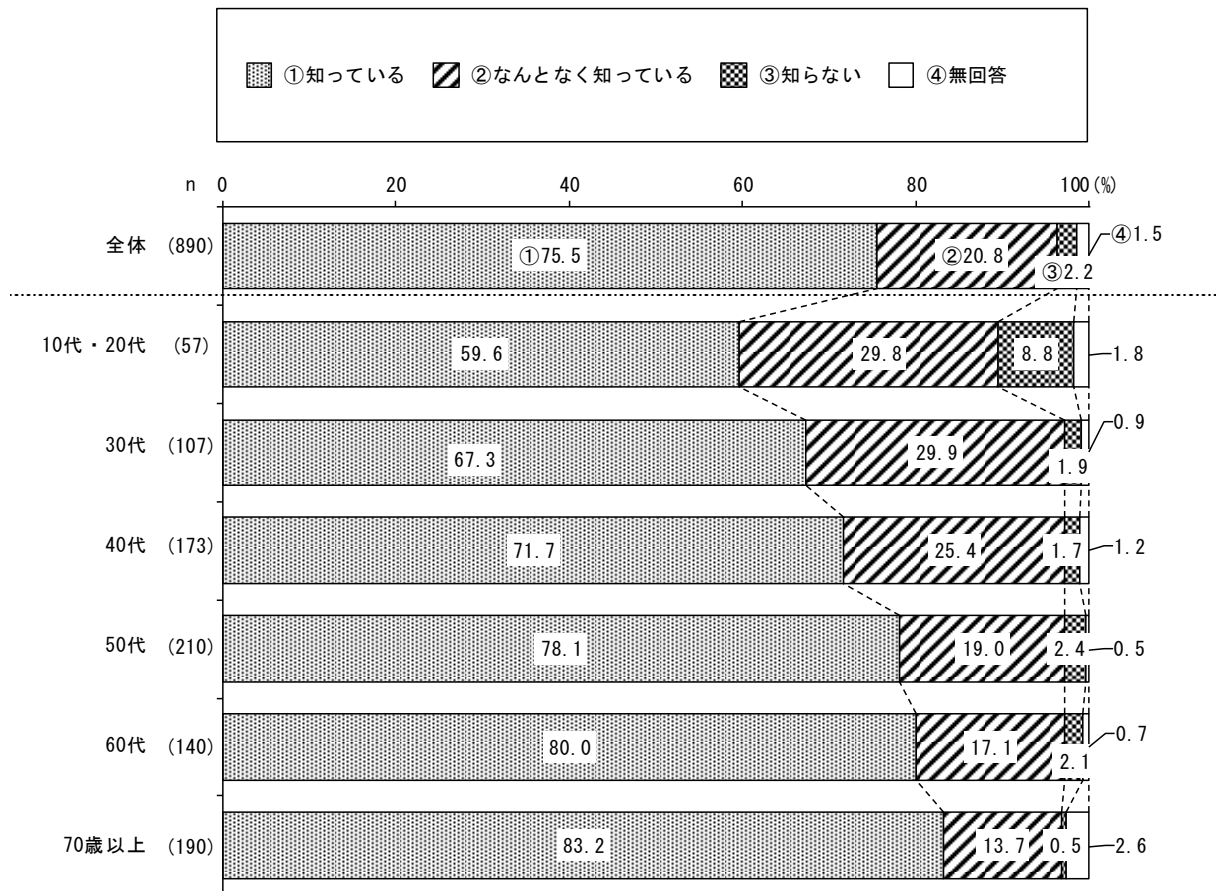
（ア）認知症は、高齢者だけでなく誰でもなる可能性がある身近なものである



認知症は、高齢者だけでなく誰でもなる可能性がある身近なものであることの認知状況について、「知っている」（75.5%）が7割台半ば、「なんとなく知っている」（20.8%）が約2割となっている。（図1－1－1）

図 1－1－2 認知症の認知状況

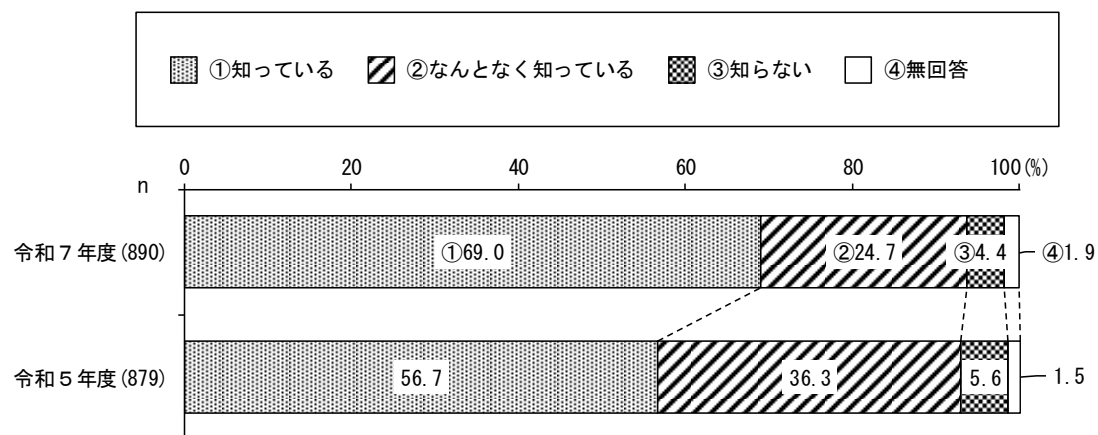
(ア) 認知症は、高齢者だけでなく誰でもなる可能性がある身近なものである (年代別)



年代別でみると、「知っている」は10代・20代 (59.6%) が6割弱と、全体 (75.5%) を15.9ポイント下回っている。(図 1－1－2)

Ⅱ 調査の結果（テーマ１ 認知症になっても安心して暮らせるまちについて）

図１－１－３ 認知症の認知状況（経年推移）
（イ）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、生活のしづらさを軽減したりできる可能性がある

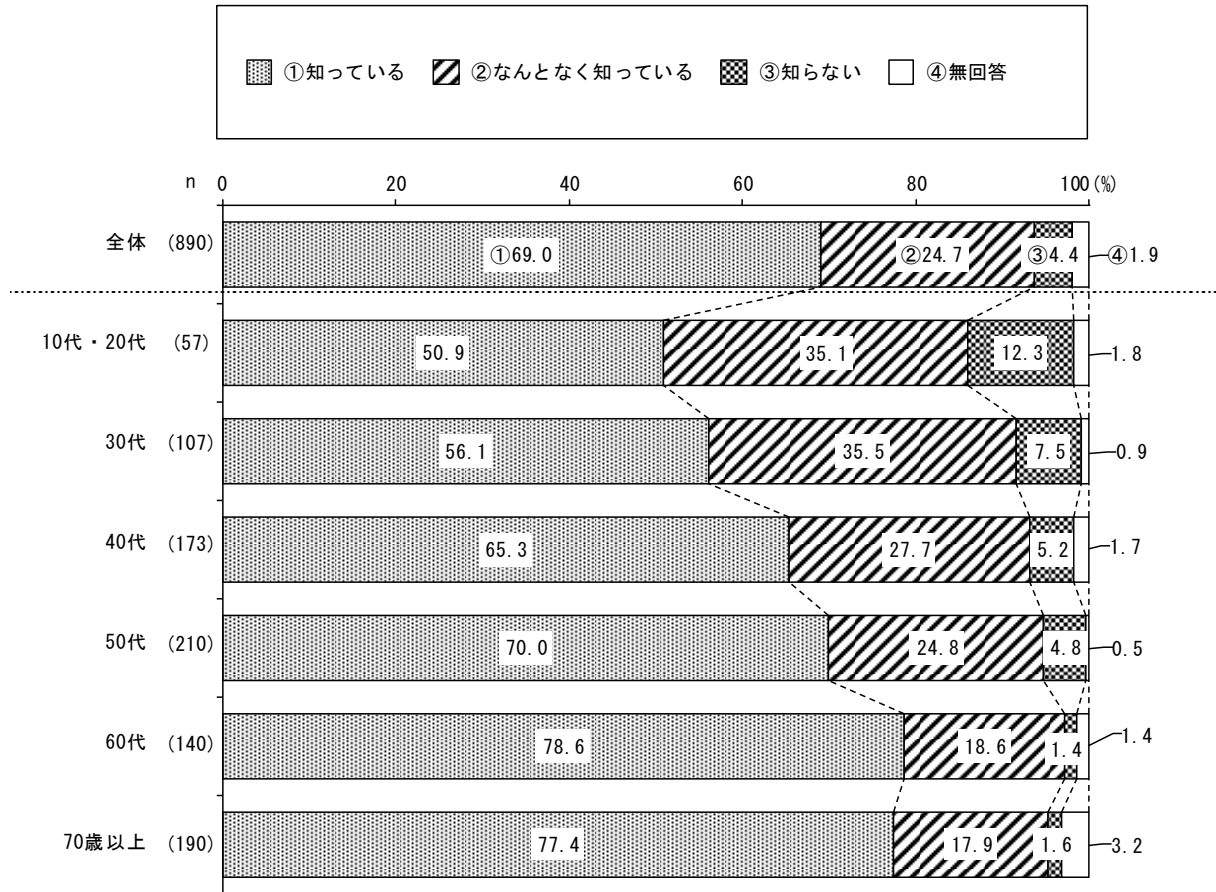


認知症は早期診断・早期治療を受けることで、進行を遅らせたり、生活のしづらさを軽減したりできる可能性があることの認知状況について、「知っている」（69.0%）が7割弱、「なんとなく知っている」（24.7%）が2割台半ば近くとなっている。

前回の調査結果（令和5年度区政モニターアンケート）と比較すると、「知っている」（69.0%）が前回（56.7%）から12.3ポイント高くなっている。（図１－１－３）

図 1－1－4 認知症の認知状況

(イ) 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、
生活のしづらさを軽減したりできる可能性がある（年代別）

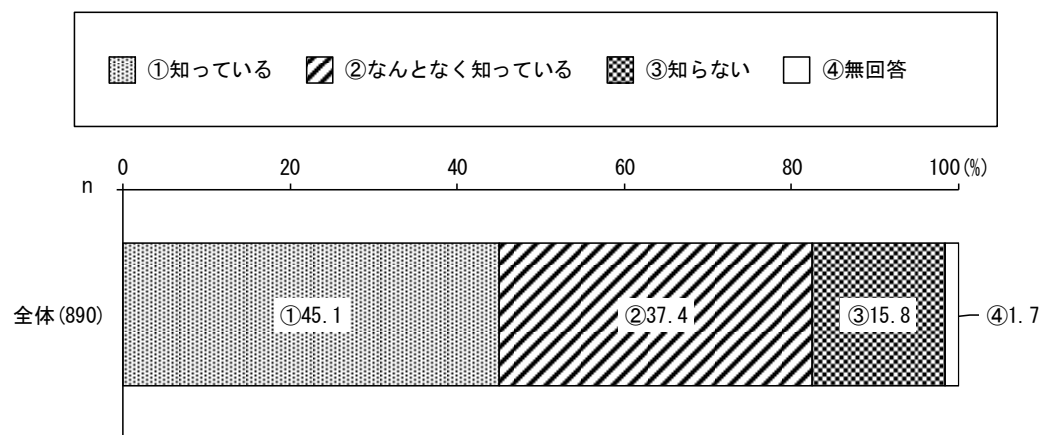


年代別でみると、「知っている」は10代・20代（50.9%）が約5割と、全体（69.0%）を18.1ポイント下回っている。（図 1－1－4）

Ⅱ 調査の結果（テーマ１ 認知症になっても安心して暮らせるまちについて）

図１－１－５ 認知症の認知状況

（ウ）もの盗られ妄想や興奮などの、介護を困難にする認知症の症状は、
周囲の理解と適切な対応によって和らげることができる



もの盗られ妄想や興奮などの、介護を困難にする認知症の症状は、周囲の理解と適切な対応によって和らげることができることの認知状況について、「知っている」（45.1%）が4割台半ば、「なんとなく知っている」（37.4%）が3割台半ばを超えている。

一方、「知らない」（15.8%）は1割台半ばとなっている。（図１－１－５）

(2) 認知症サポーター養成講座の認知状況

◎認知症サポーターを養成する講座を「知らない」が7割台半ば近く

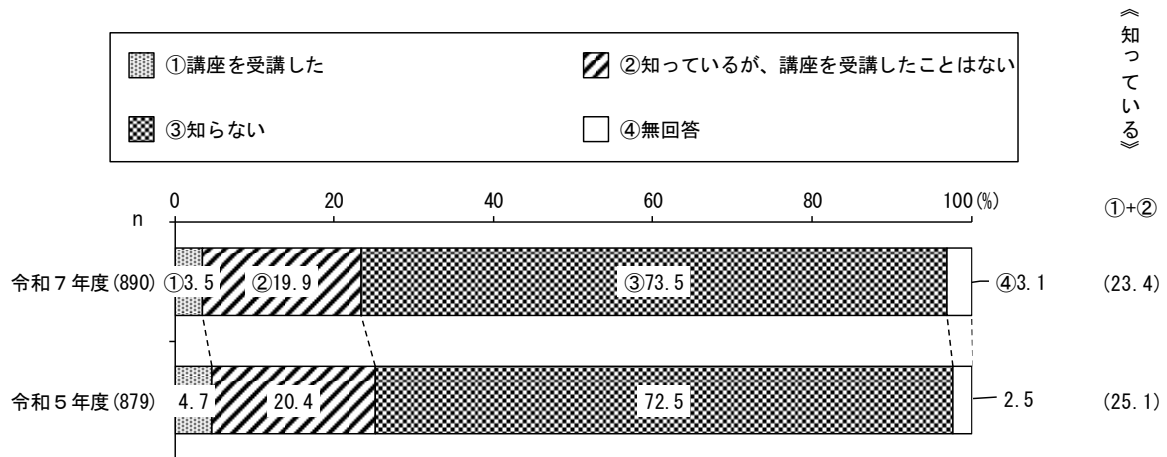
問 2 区では、認知症について正しく理解し、本人やその家族を支援する認知症サポーターを養成する講座を開催しています。(※同封資料参照)

あなたは、この講座を知っていますか。(〇は1つ)

(n=890)

1 講座を受講した	3.5%
2 知っているが、講座を受講したことはない	19.9
3 知らない	73.5
無回答	3.1

図 1-2 認知症サポーター養成講座の認知状況



認知症サポーター養成講座の認知状況について、「知らない」(73.5%)が7割台半ば近く、「知っているが、講座を受講したことはない」(19.9%)が2割弱となっている。

前回の調査結果(令和5年度区政モニターアンケート)と比較すると、「知っている」(3.5%)が前回(4.7%)から1.2ポイント低くなっている。(図1-2)

（３）認知症サポーター養成講座受講の意向

◎認知症サポーターを養成する講座を「受講してみたい」が５割台半ば近く

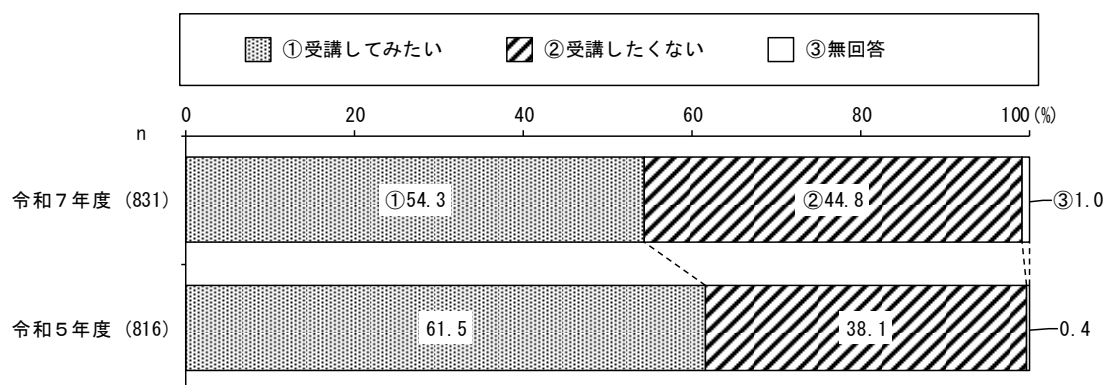
問２－１ 問２で、「２」または「３」に○をした方にお伺いします。

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=831)
1 受講してみたい	54.3%
2 受講したくない	44.8
無回答	1.0

図１－３ 認知症サポーター養成講座受講の意向



認知症サポーター養成講座受講の意向について、「受講してみたい」（54.3％）が５割台半ば近く、「受講したくない」（44.8％）が４割台半ば近くとなっている。

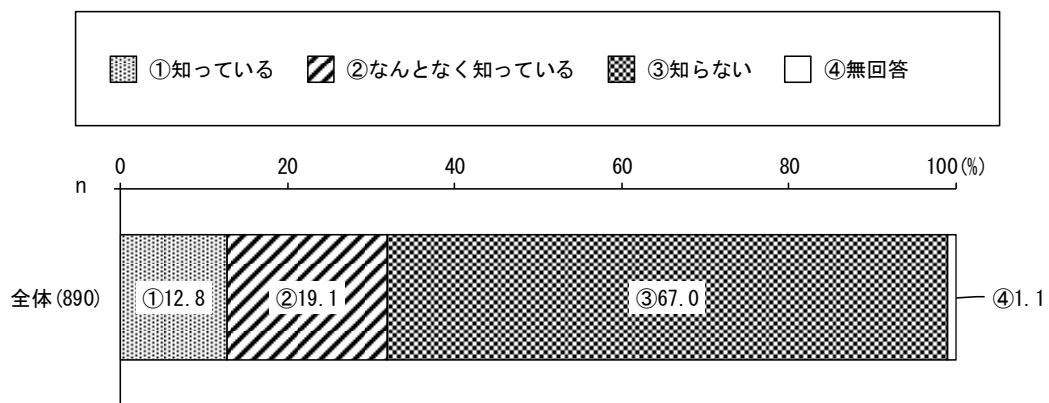
前回の調査結果(令和５年度区政モニターアンケート)と比較すると、「受講したくない」(44.8％)が前回(38.1％)から6.7ポイント高くなっている。(図１－３)

(4) 「認知症・もの忘れ相談」の認知状況

◎「認知症・もの忘れ相談」を「知らない」が6割台半ば超え

問3 区では、認知症またはもの忘れについての心配や不安を医師に相談できる「認知症・もの忘れ相談」を実施しています。(※同封資料参照)	
あなたはこのことを知っていますか。(○は1つ)	
	(n=890)
1 知っている	12.8%
2 なんとなく知っている	19.1
3 知らない	67.0
無回答	1.1

図 1－4 「認知症・もの忘れ相談」の認知状況



「認知症・もの忘れ相談」の認知状況について、「知らない」(67.0%)が6割台半ばを超え、「なんとなく知っている」(19.1%)が2割弱、「知っている」(12.8%)が1割強となっている。(図 1－4)

テーマ2 幸福実感度と地域愛着度について

（1）現在の幸福実感度

◎「8」点が3割強

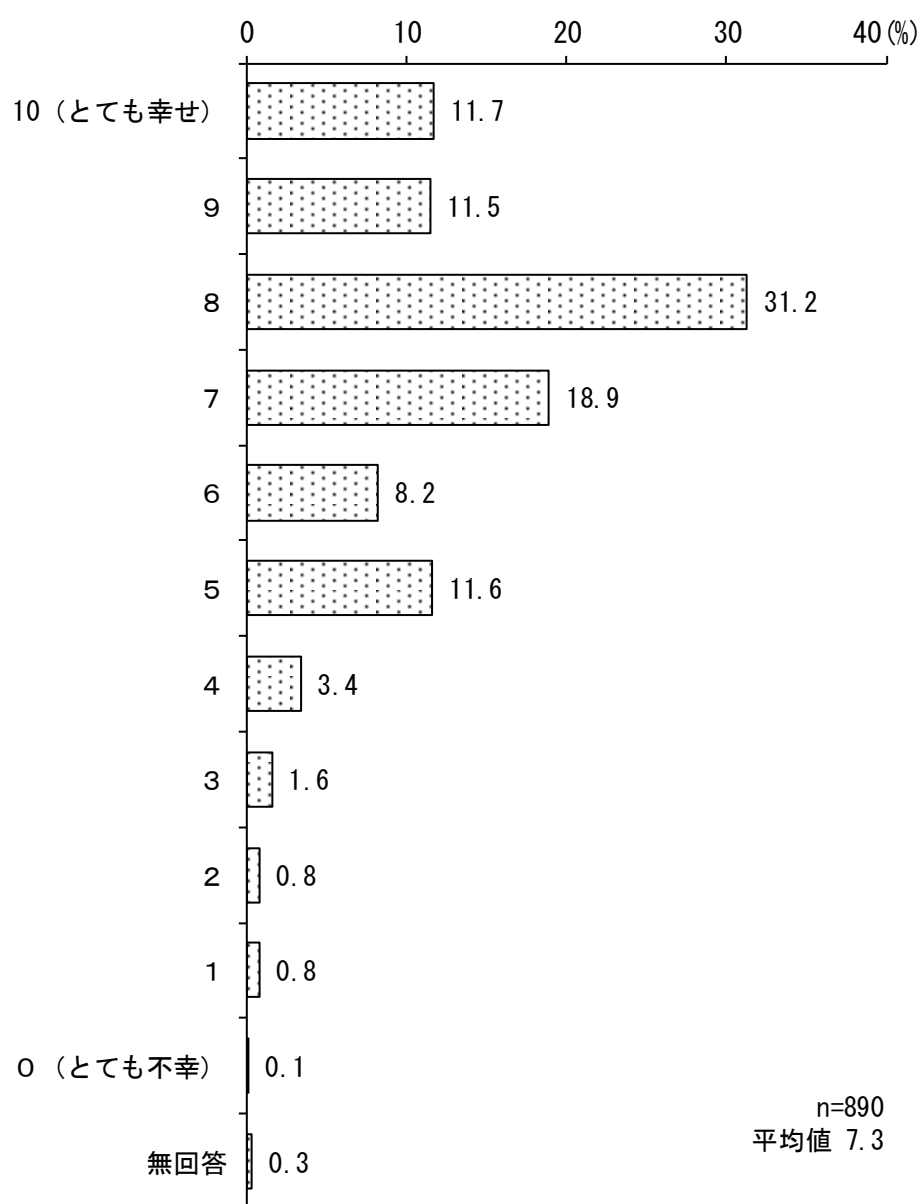
問4 現在、あなたはどの程度幸せですか。

「とても幸せ」を10点、「とても不幸」を0点とすると、何点くらいになると思いますか。

（○は1つ）

（n=890）

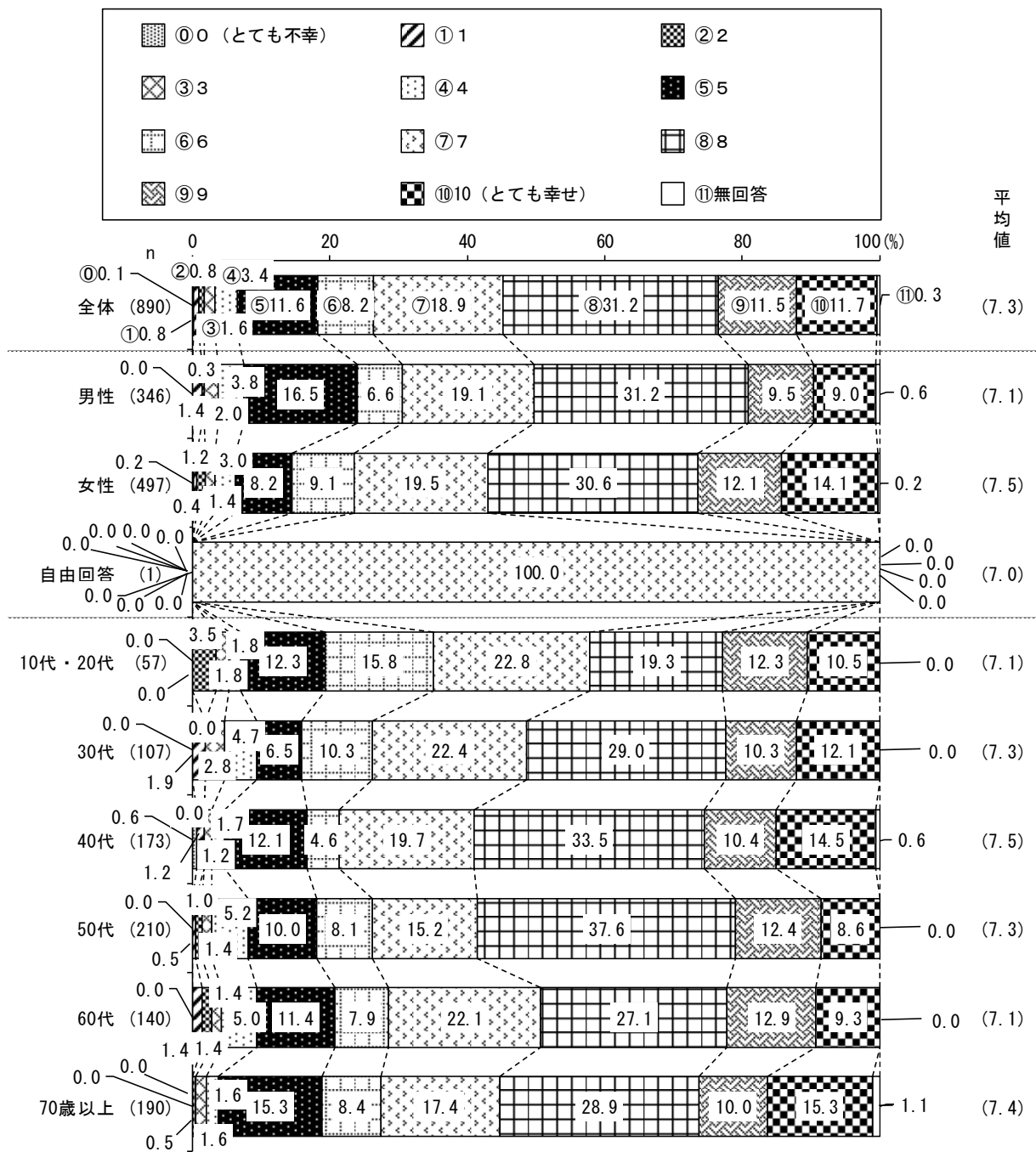
図2-1-1 現在の幸福実感度



現在の幸福実感度について、「8」（31.2%）が3割強、「7」（18.9%）が2割近く、「10（とても幸せ）」（11.7%）が1割強となっている。

また、平均値は7.3となっている。（図2-1-1）

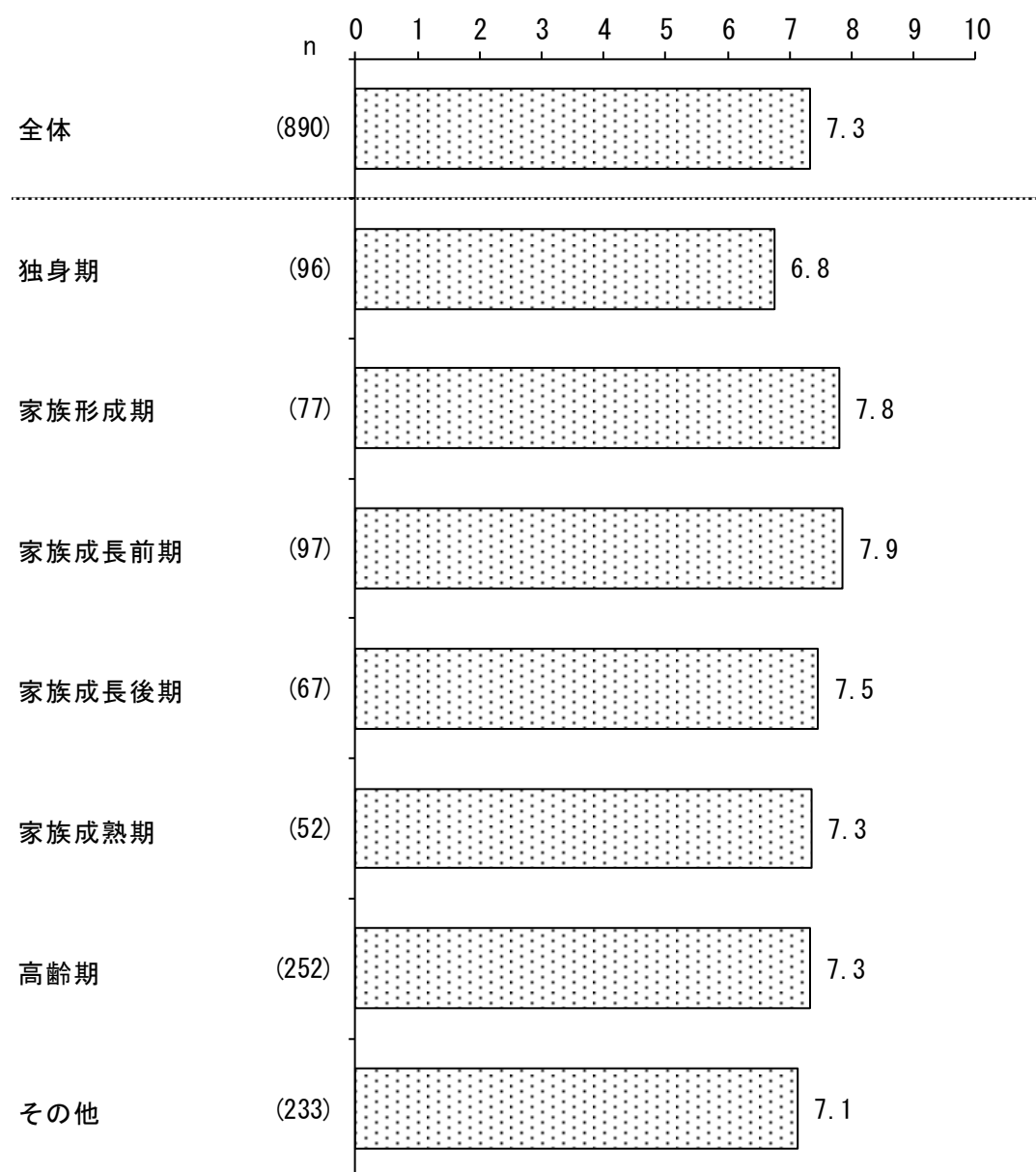
図2-1-2 現在の幸福実感度（性別・年代別）



性別でみると、「5」は男性（16.5%）が1割台半ばを超え、女性（8.2%）を8.3ポイント上回っている。

年代別でみると、「6」は10代・20代（15.8%）が1割台半ばと、全体（8.2%）を7.6ポイント上回っている。（図2-1-2）

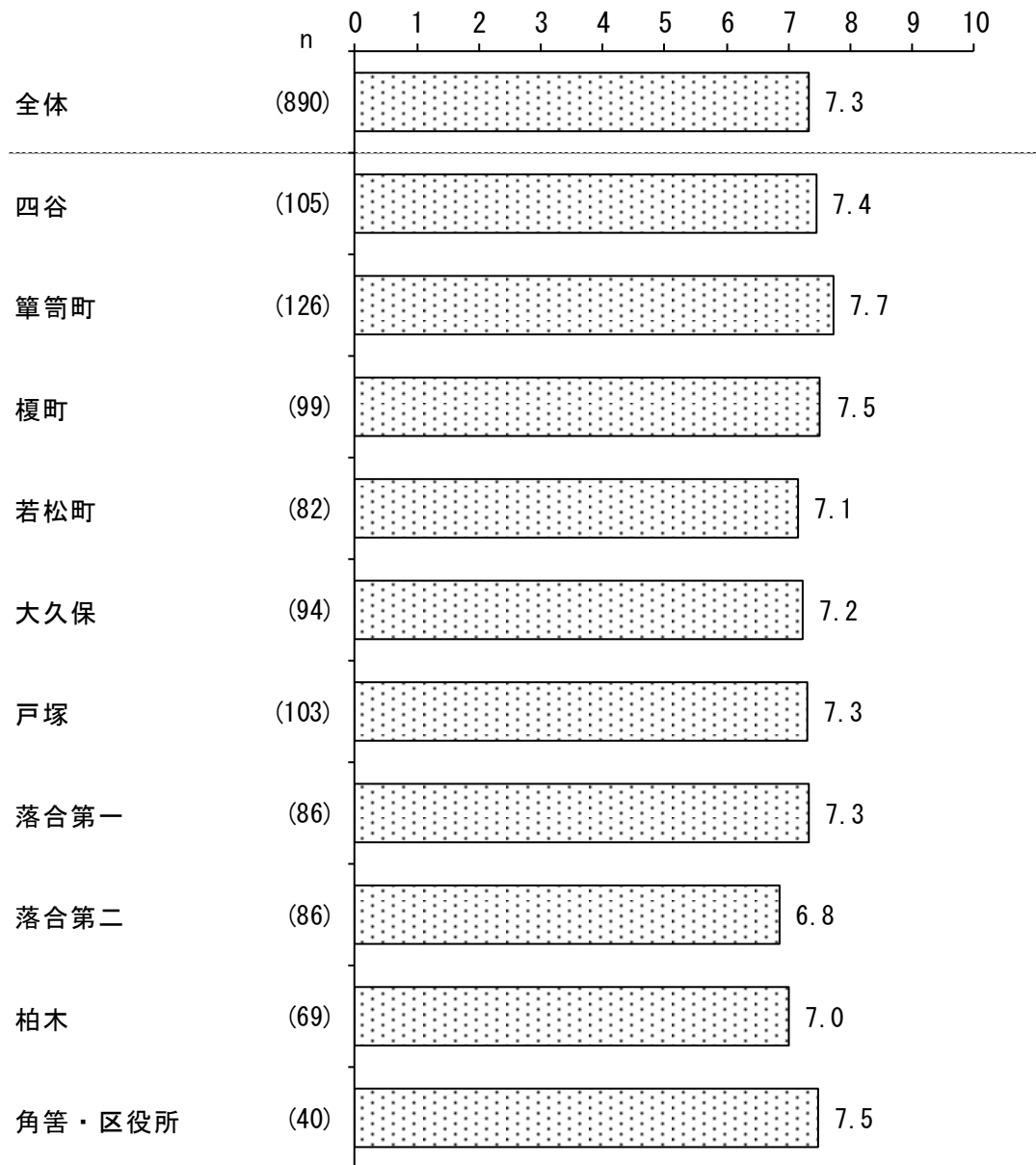
図2-1-3 現在の幸福実感度（ライフステージ別の平均値）



ライフステージ別の平均値でみると、「家族成長前期」（7.9点）が、全体（7.3点）を0.6ポイント上回っている。

一方、「独身期」（6.8点）が、全体（7.3点）を0.5ポイント下回っている。（図2-1-3）

図 2-1-4 現在の幸福実感度（居住地域別の平均値）



居住地域別の平均値でみると、「簗笥町」（7.7 点）が、全体（7.3 点）を 0.4 ポイント上回っている。

一方、「落合第二」（6.8 点）が、全体（7.3 点）を 0.5 ポイント下回っている。（図 2-1-4）

（２）将来の幸福実感度

◎「８」点が２割台半ばを超え

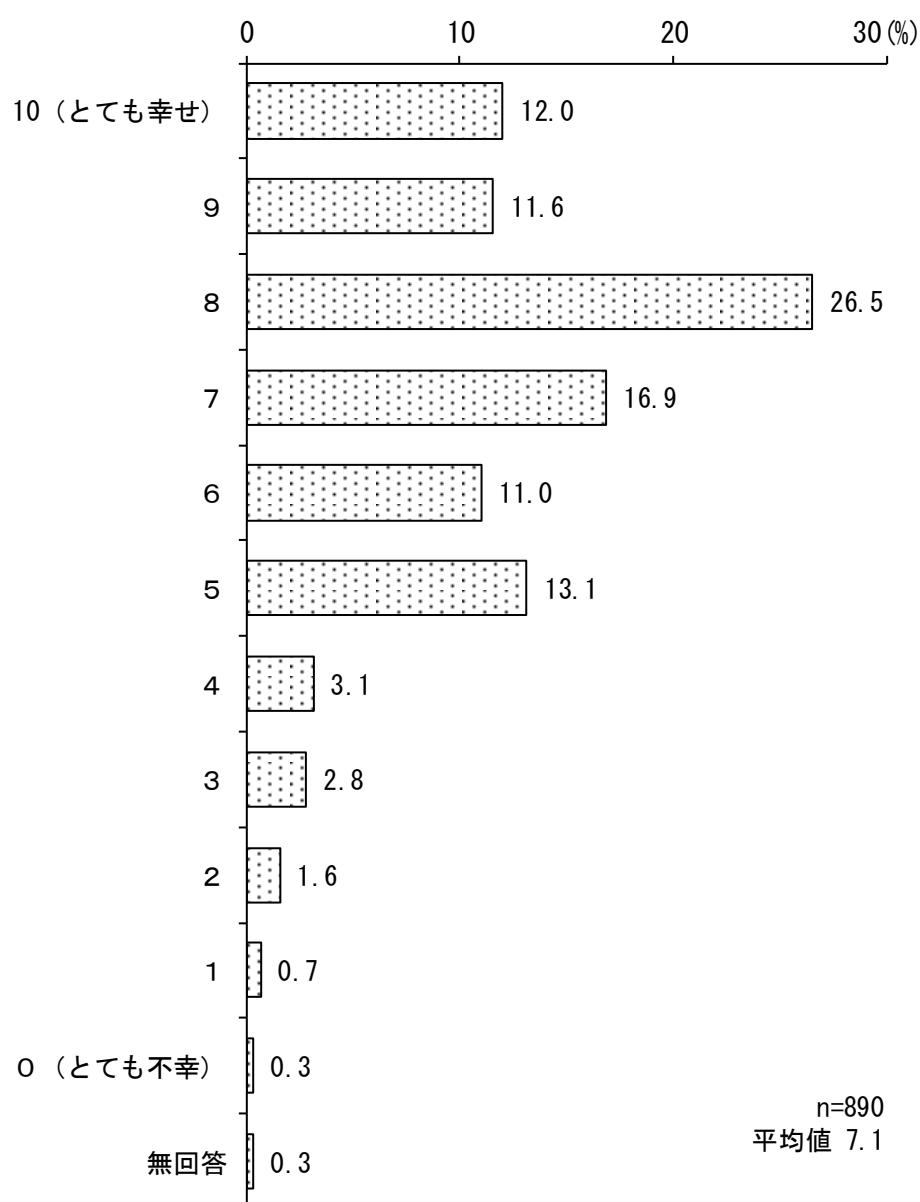
問５ 今から５年後、あなたはどの程度幸せだと思いますか。

「とても幸せ」を１０点、「とても不幸」を０点とすると、何点くらいになると思いますか。

（○は１つ）

（n=890）

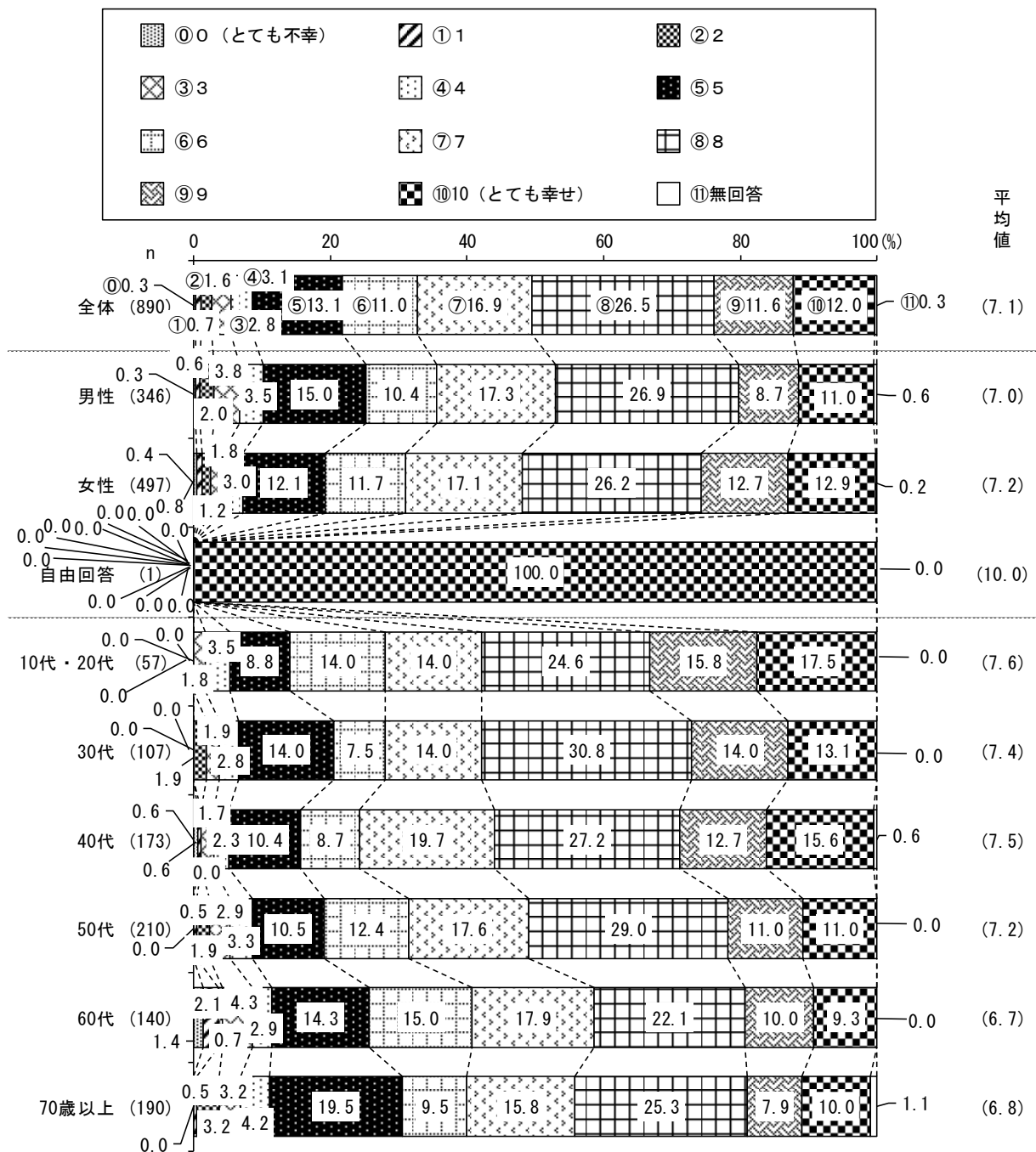
図２－２－１ 将来の幸福実感度



将来の幸福実感度について、「８」（26.5％）が２割台半ばを超え、「７」（16.9％）が１割台半ばを超え、「５」（13.1％）が１割台半ば近くとなっている。

また、平均値は7.1となっている。（図２－２－１）

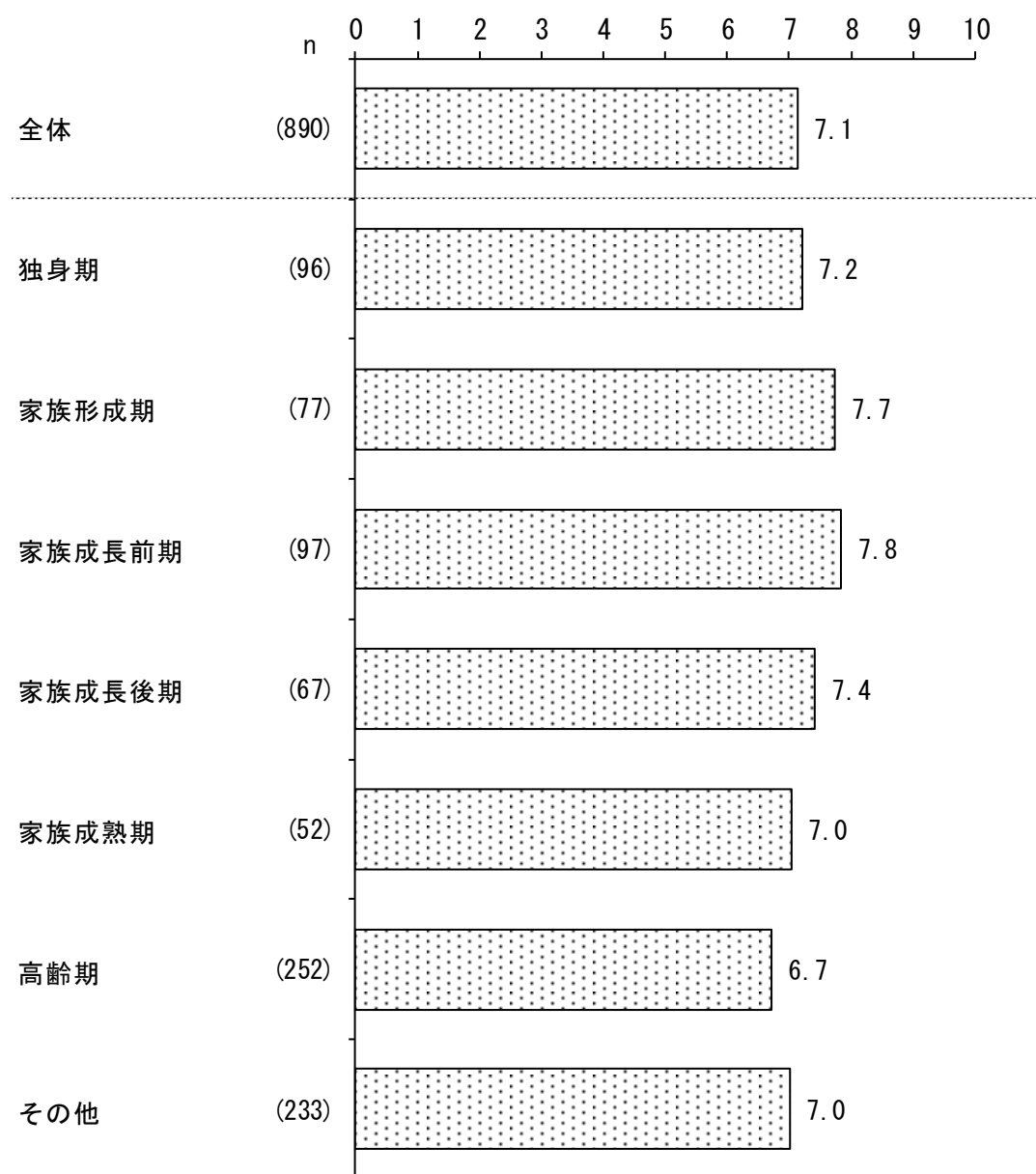
図2-2-2 将来の幸福実感度（性別・年代別）



性別でみると、「9」は女性（12.7%）が1割強と、男性（8.7%）を4.0ポイント上回っている。

年代別でみると、「5」は70歳以上（19.5%）が2割弱と、全体（13.1%）を6.4ポイント上回っている。（図2-2-2）

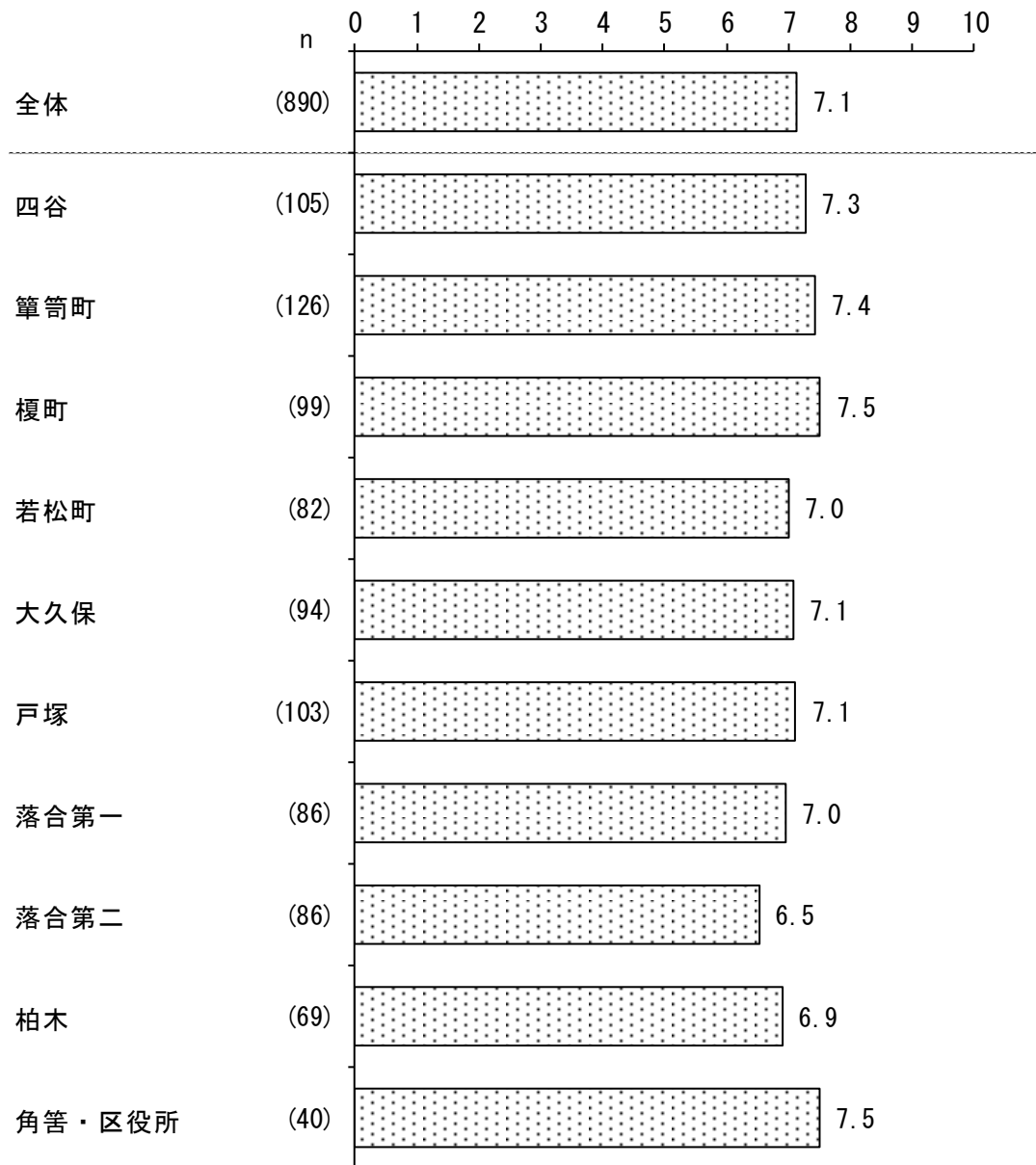
図2-2-3 将来の幸福実感度（ライフステージ別の平均値）



ライフステージ別の平均値でみると、「家族成長前期」（7.8点）が、全体（7.1点）を0.7ポイント上回っている。

一方、「高齢期」（6.7点）が、全体（7.1点）を0.4ポイント下回っている。（図2-2-3）

図 2-2-4 将来の幸福実感度（居住地域別の平均値）



居住地域別の平均値でみると、「榎町」と「角筈・区役所」（7.5 点）が、全体（7.1 点）を 0.4 ポイント上回っている。

一方、「落合第二」（6.5 点）が、全体（7.1 点）を 0.6 ポイント下回っている。（図 2-2-4）

（３）現在の地域愛着度

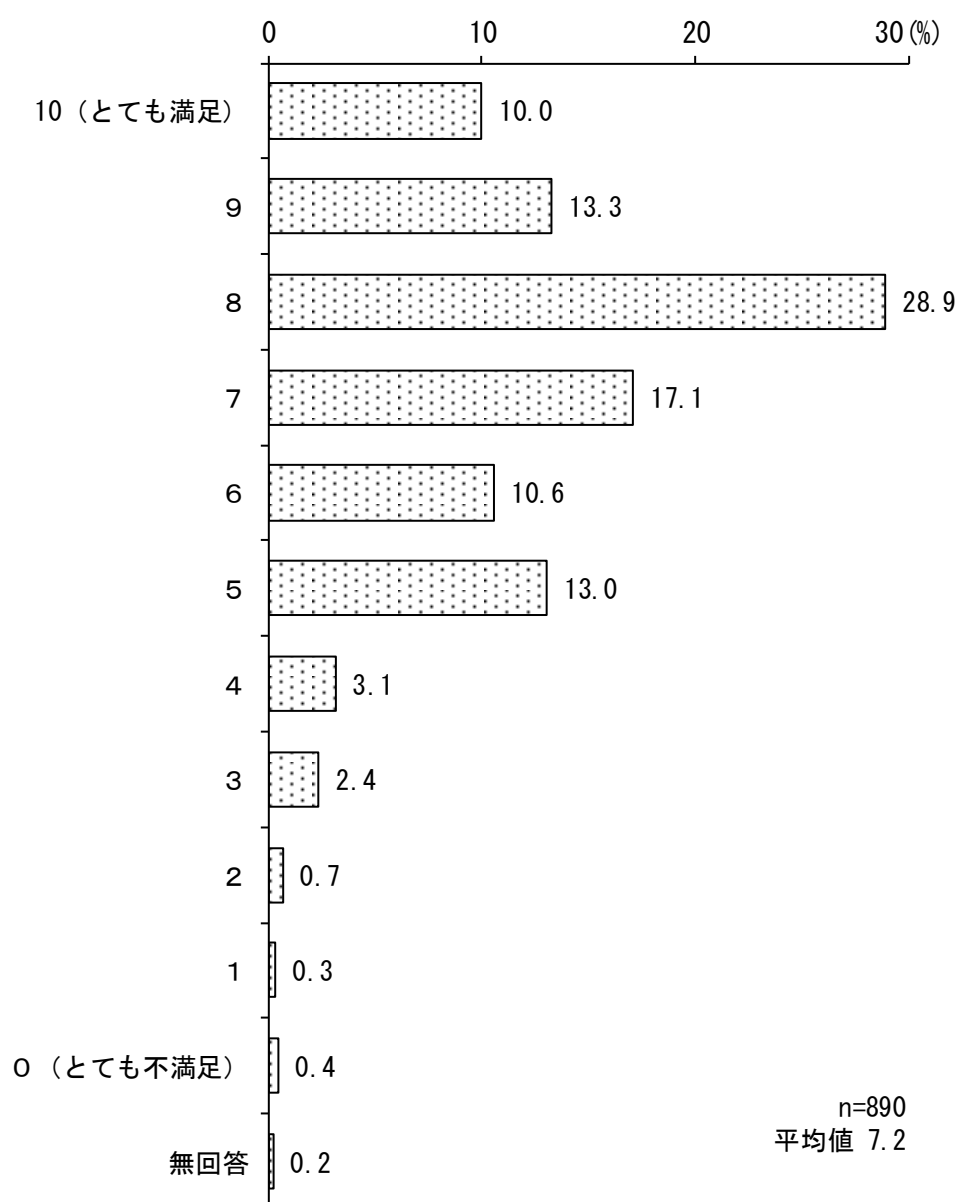
◎「８」点が３割近く

問６ 現在、あなたの住んでいる地域の暮らしにどの程度満足していますか。

「とても満足」を１０点、「とても不満足」を０点とすると、何点くらいになると思いますか。（○は１つ）

(n=890)

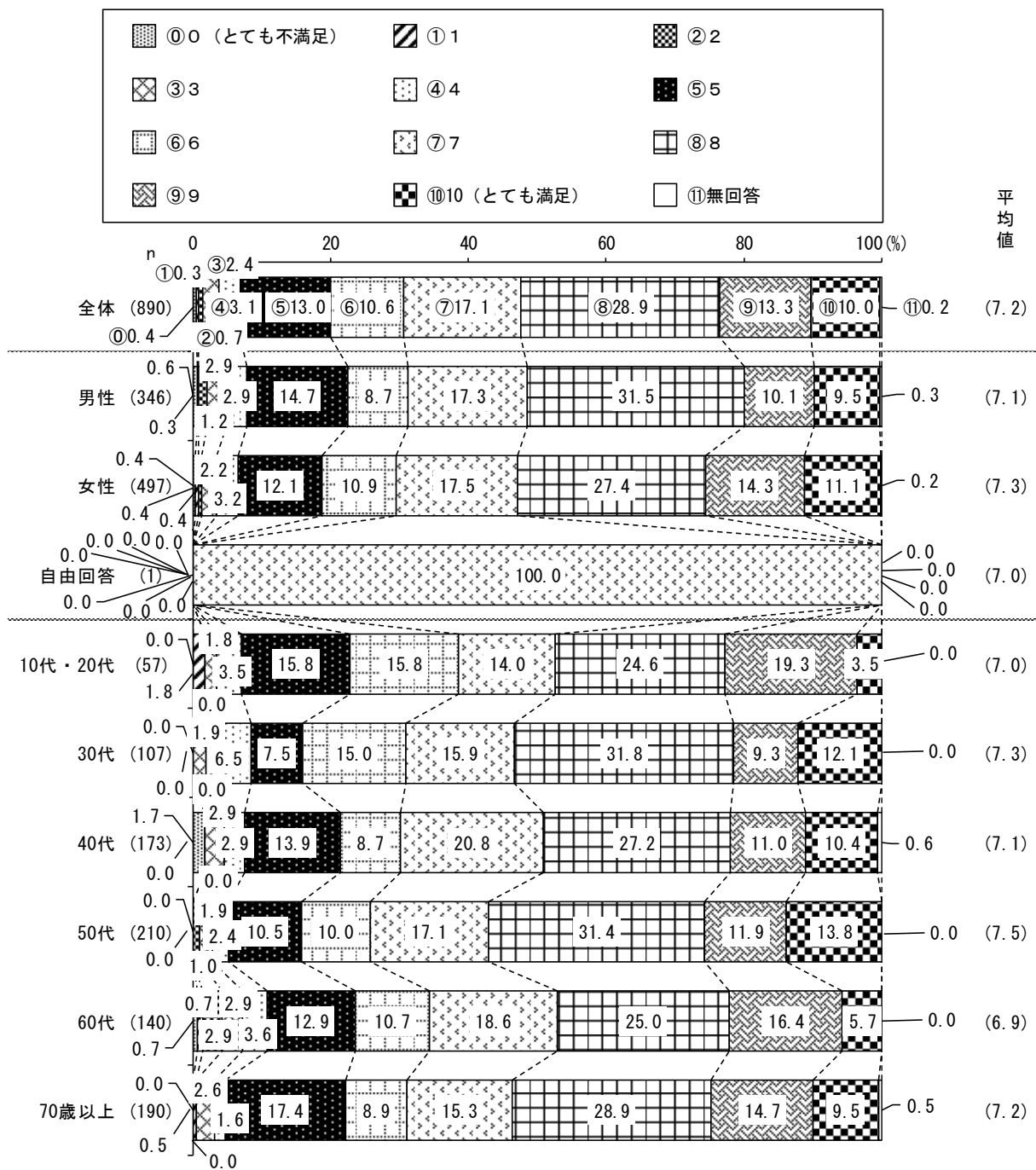
図２－３－１ 現在の地域愛着度



現在の地域愛着度について、「８」（28.9％）が３割近く、「７」（17.1％）が１割台半ばを超え、「９」（13.3％）が１割台半ば近くとなっている。

また、平均値は7.2となっている。（図２－３－１）

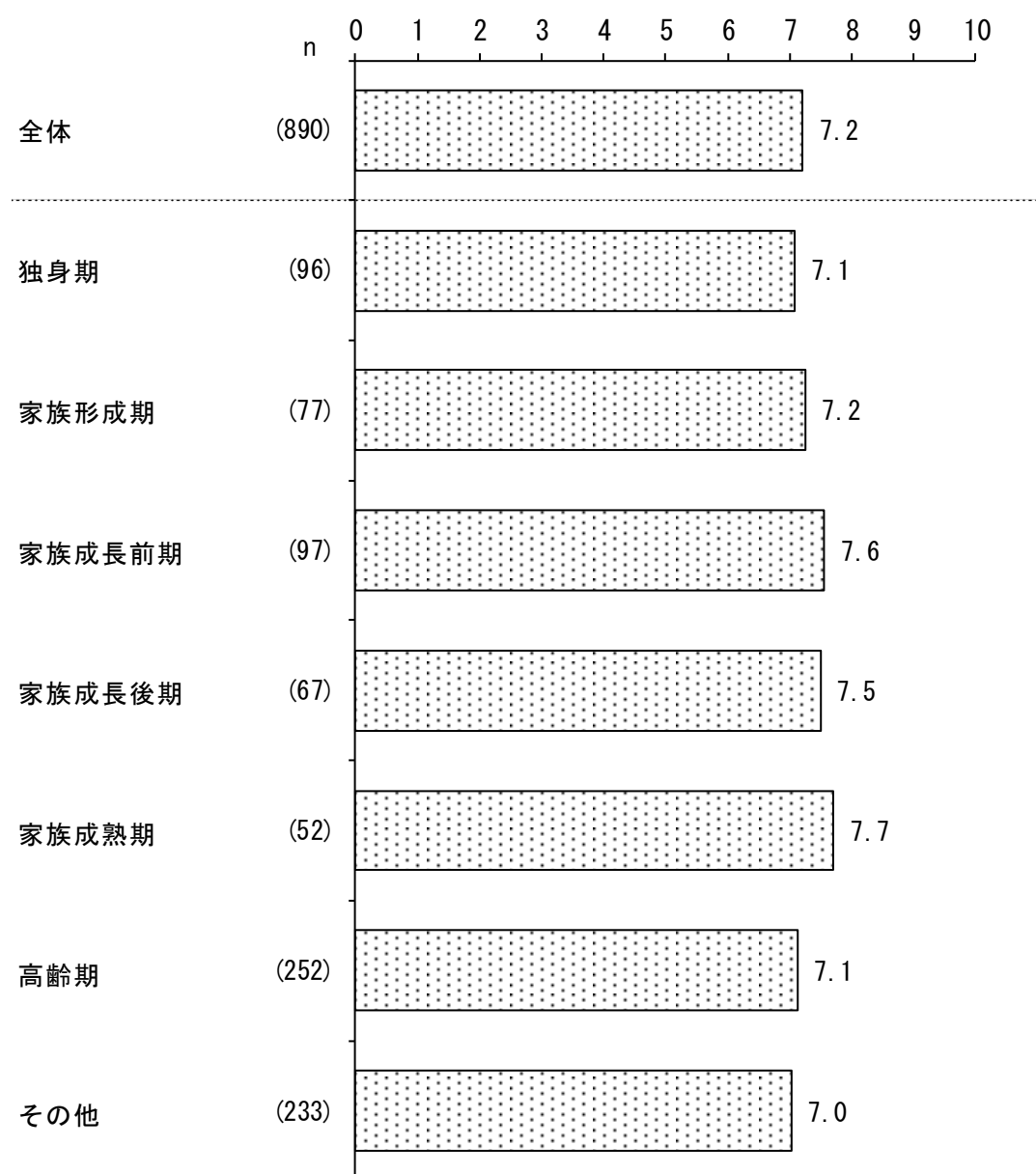
図2-3-2 現在の地域愛着度（性別・年代別）



性別でみると、「9」は女性（14.3%）が1割台半ば近くと、男性（10.1%）を4.2ポイント上回っている。

年代別でみると、「9」は10代・20代（19.3%）が2割弱と、全体（13.3%）を6.0ポイント上回っている。（図2-3-2）

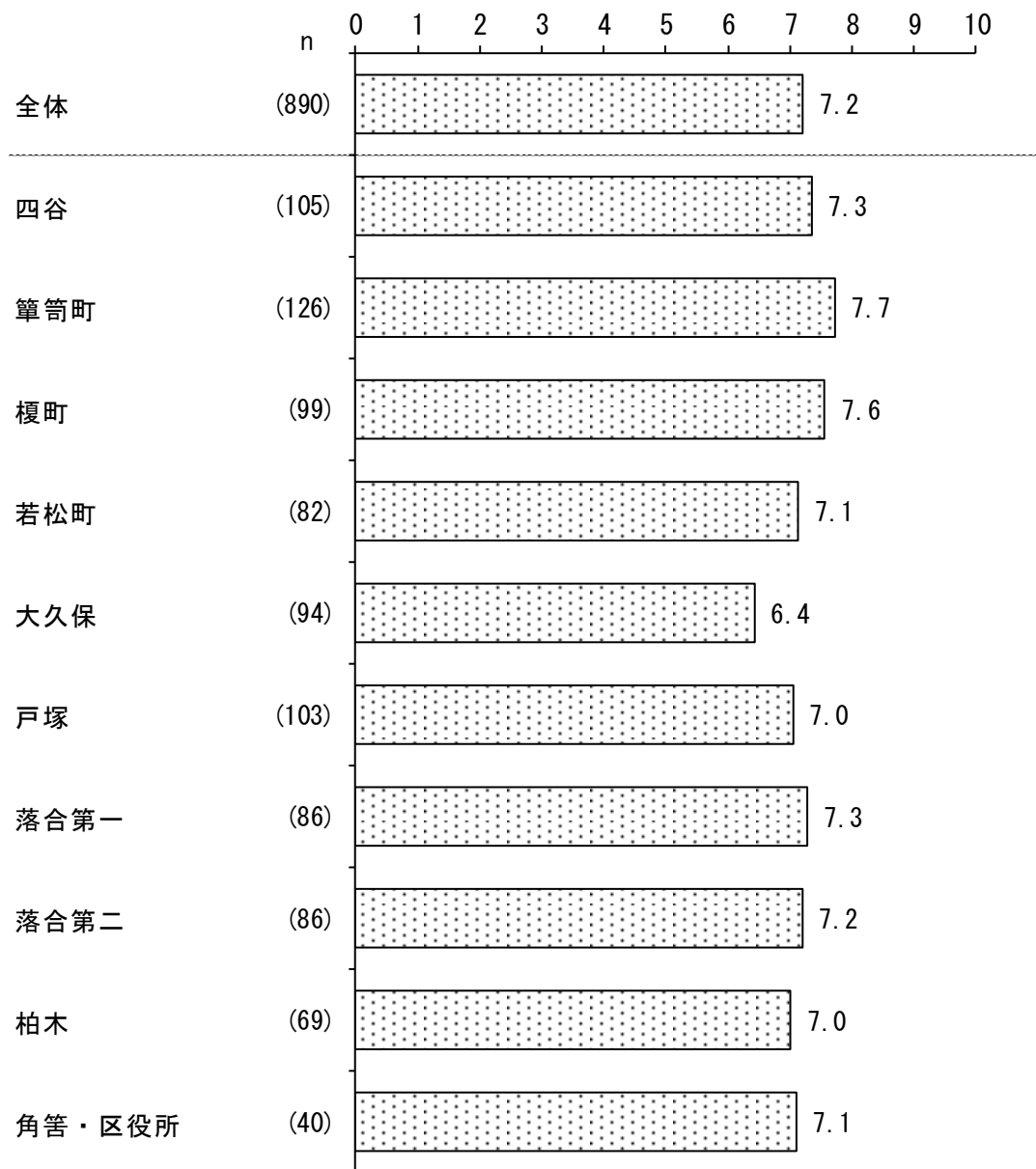
図2-3-3 現在の地域愛着度（ライフステージ別の平均値）



ライフステージ別の平均値でみると、「家族成熟期」（7.7点）が、全体（7.2点）を0.5ポイント上回っている。

一方、「その他」（7.0点）が、全体（7.2点）を0.2ポイント下回っている。（図2-3-3）

図 2-3-4 現在の地域愛着度（居住地域別の平均値）



居住地域別の平均値でみると、「簗笥町」（7.7 点）が、全体（7.2 点）を 0.5 ポイント上回っている。

一方、「大久保」（6.4 点）が、全体（7.2 点）を 0.8 ポイント下回っている。（図 2-3-4）

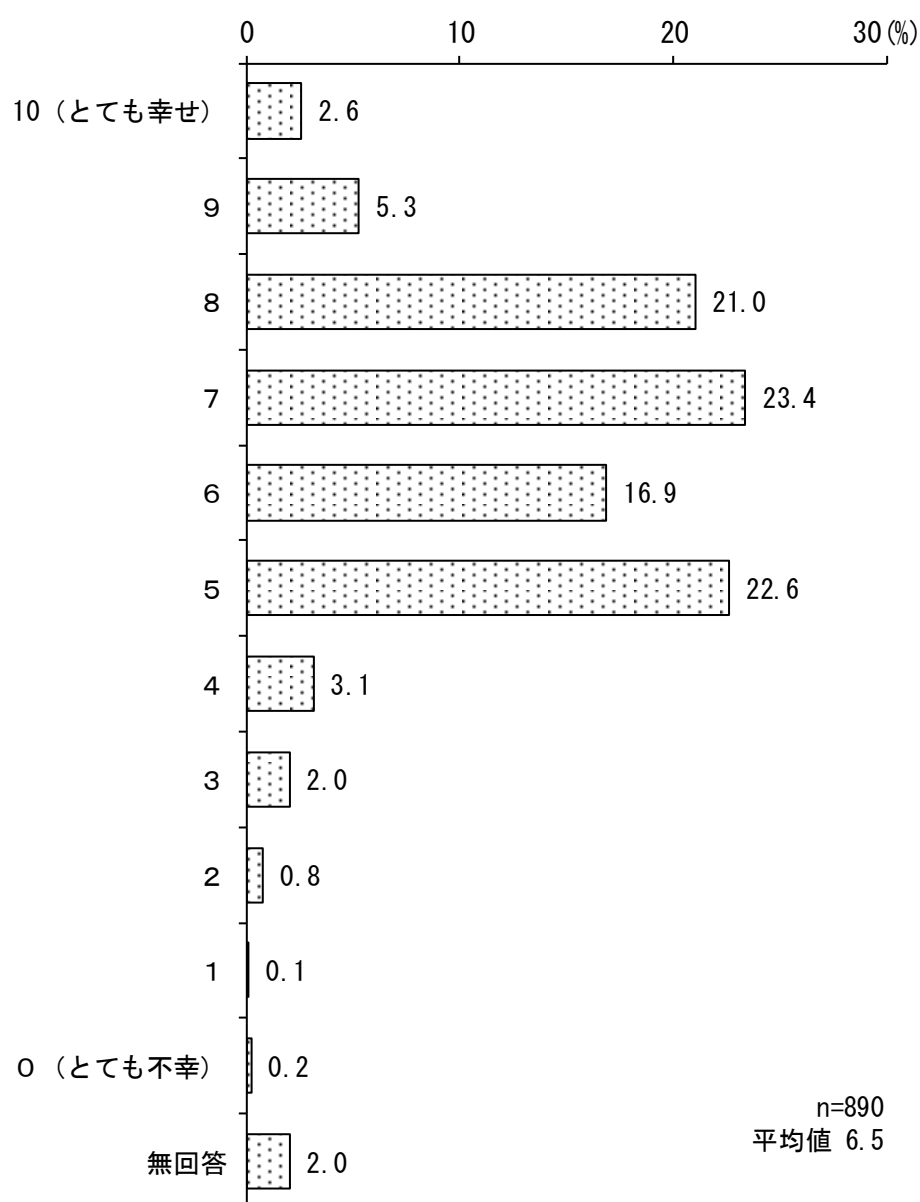
（４）町内の人々の幸福実感度

◎「７」点が２割台半ば近く

問７ あなたの町内の人々は、大体において、どれくらい幸せだと思いますか。
「とても幸せ」を１０点、「とても不幸」を０点とすると、何点くらいになると思いますか。
（○は１つ）

(n=890)

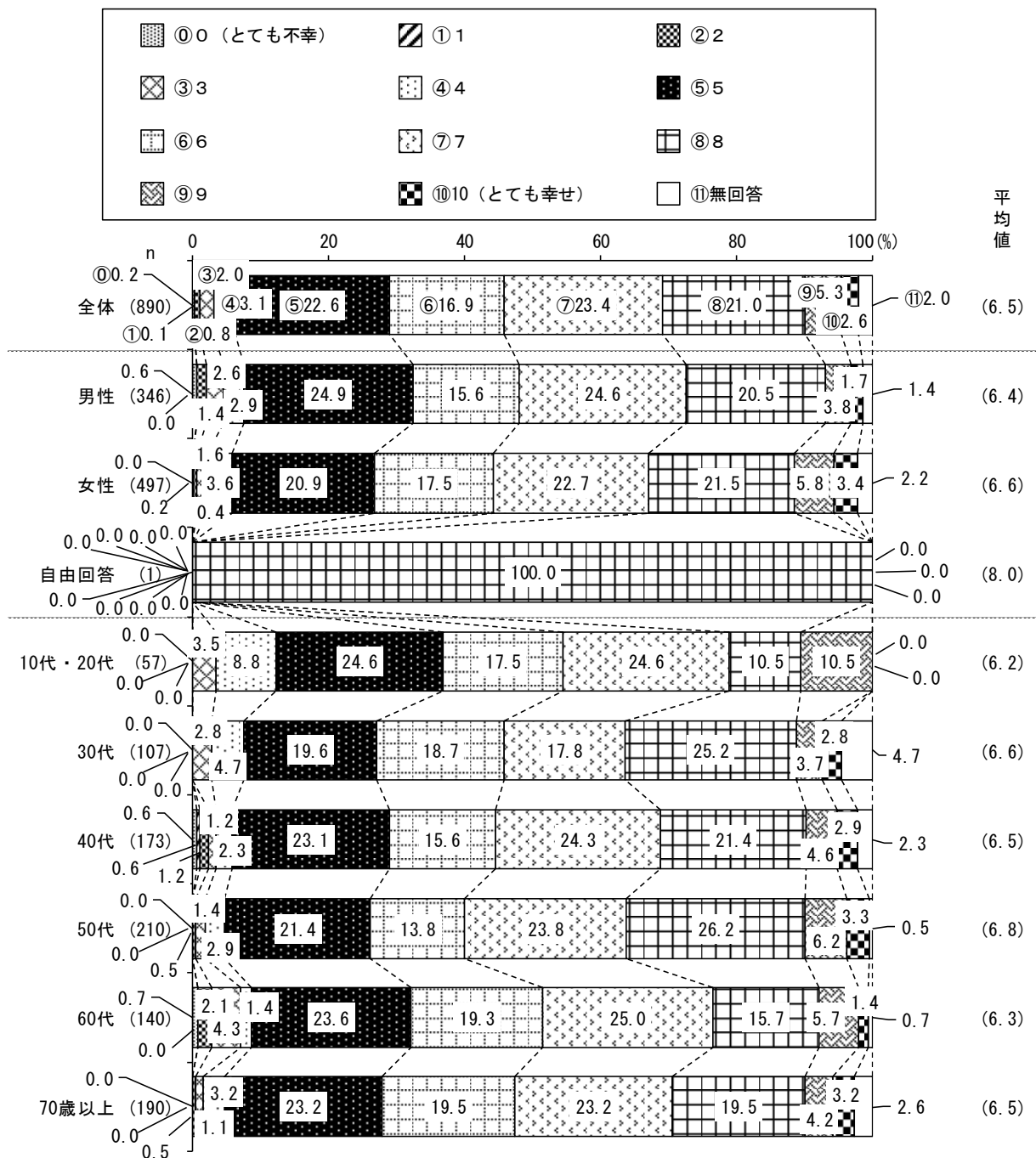
図２－４－１ 町内の人々の幸福実感度



町内の人々の幸福実感度について、「７」（２３．４％）が２割台半ば近く、「５」（２２．６％）、「８」（２１．０％）が２割強となっている。

また、平均値は６．５となっている。（図２－４－１）

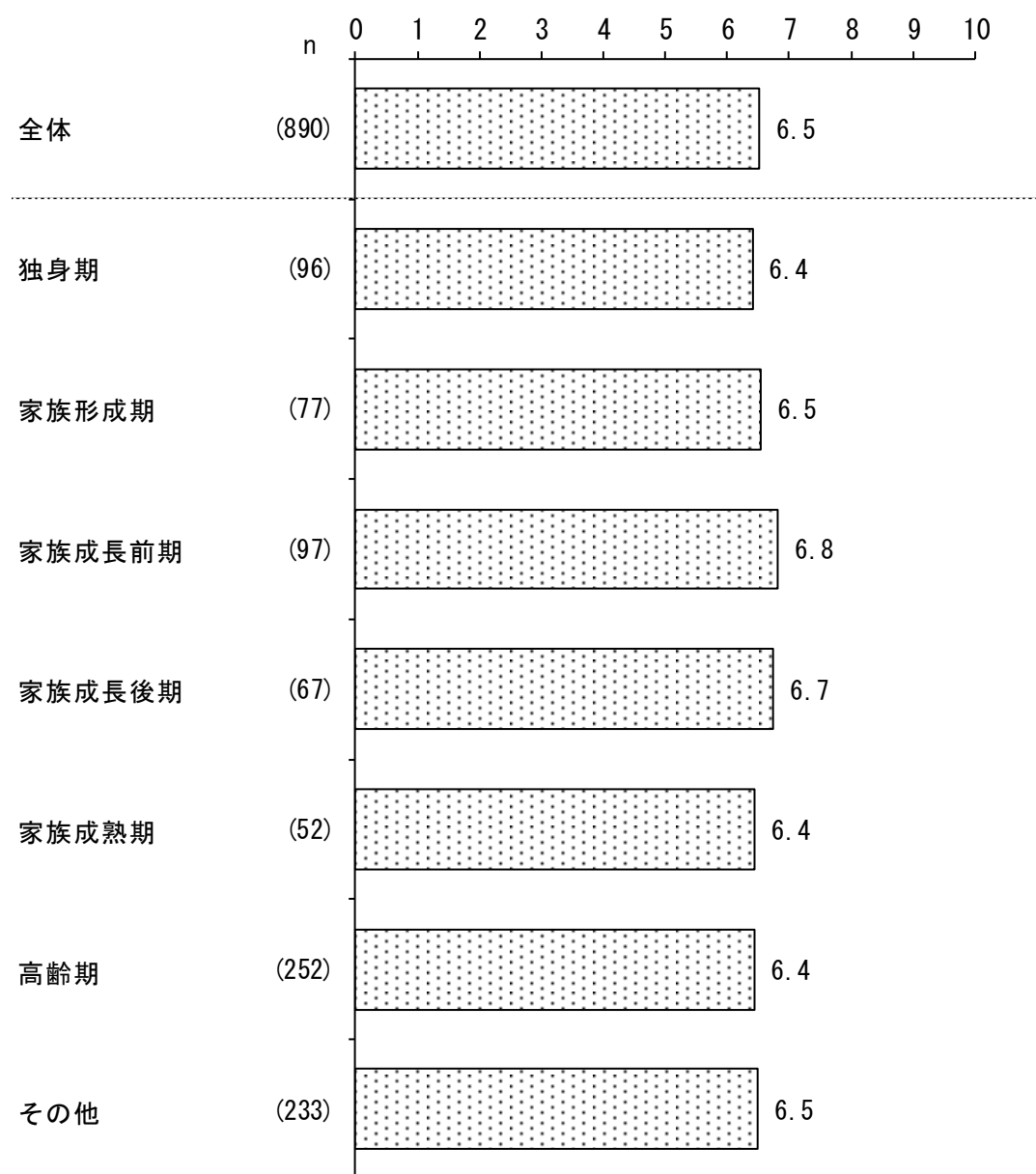
図2-4-2 町内の人々の幸福実感度（性別・年代別）



性別でみると、「5」は男性（24.9%）が2割台半ば近くと、女性（20.9%）を4.0ポイント上回っている。

年代別でみると、「7」は30代（17.8%）が1割台半ばを超え、全体（23.4%）を5.6ポイント下回っている。（図2-4-2）

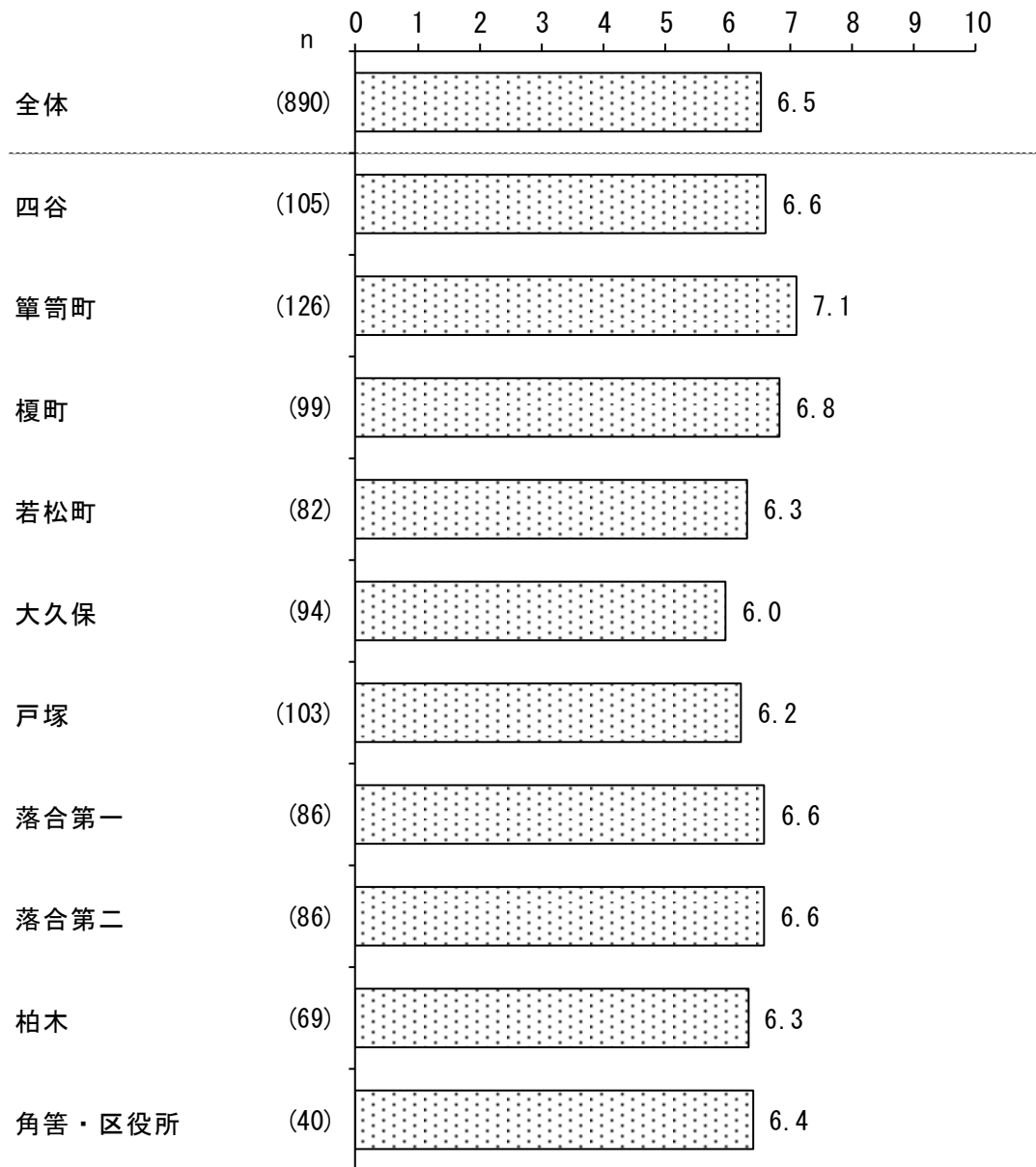
図 2-4-3 町内の人々の幸福実感度（ライフステージ別の平均値）



ライフステージ別の平均値でみると、「家族成長前期」（6.8 点）が、全体（6.5 点）を 0.3 ポイント上回っている。

一方、「独身期」、「家族成熟期」、「高齢期」（6.4 点）が、全体（6.5 点）を 0.1 ポイント下回っている。（図 2-4-3）

図 2-4-4 町内の人々の幸福実感度（居住地域別の平均値）



居住地域別の平均値でみると、「簗笥町」(7.1 点) が、全体 (6.5 点) を 0.6 ポイント上回っている。

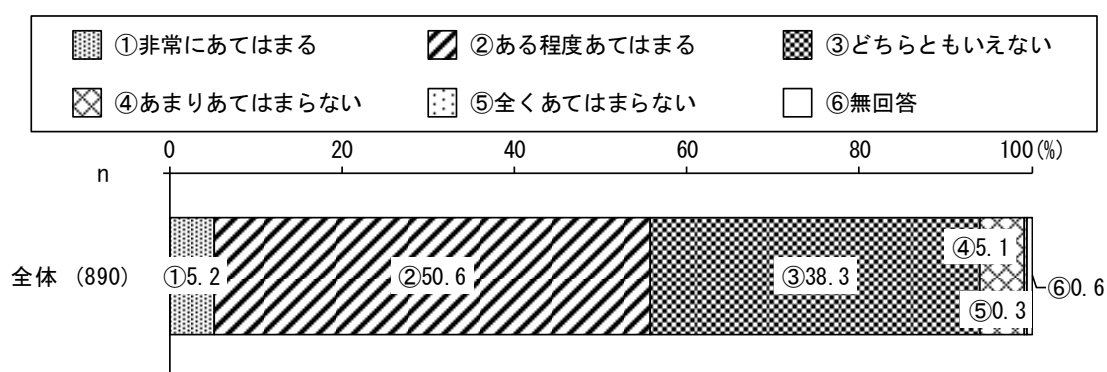
一方、「大久保」(6.0 点) が、全体 (6.5 点) を 0.5 ポイント下回っている。(図 2-4-4)

（５）身近なまわりの人の幸福実感度

◎「ある程度あてはまる」が約５割

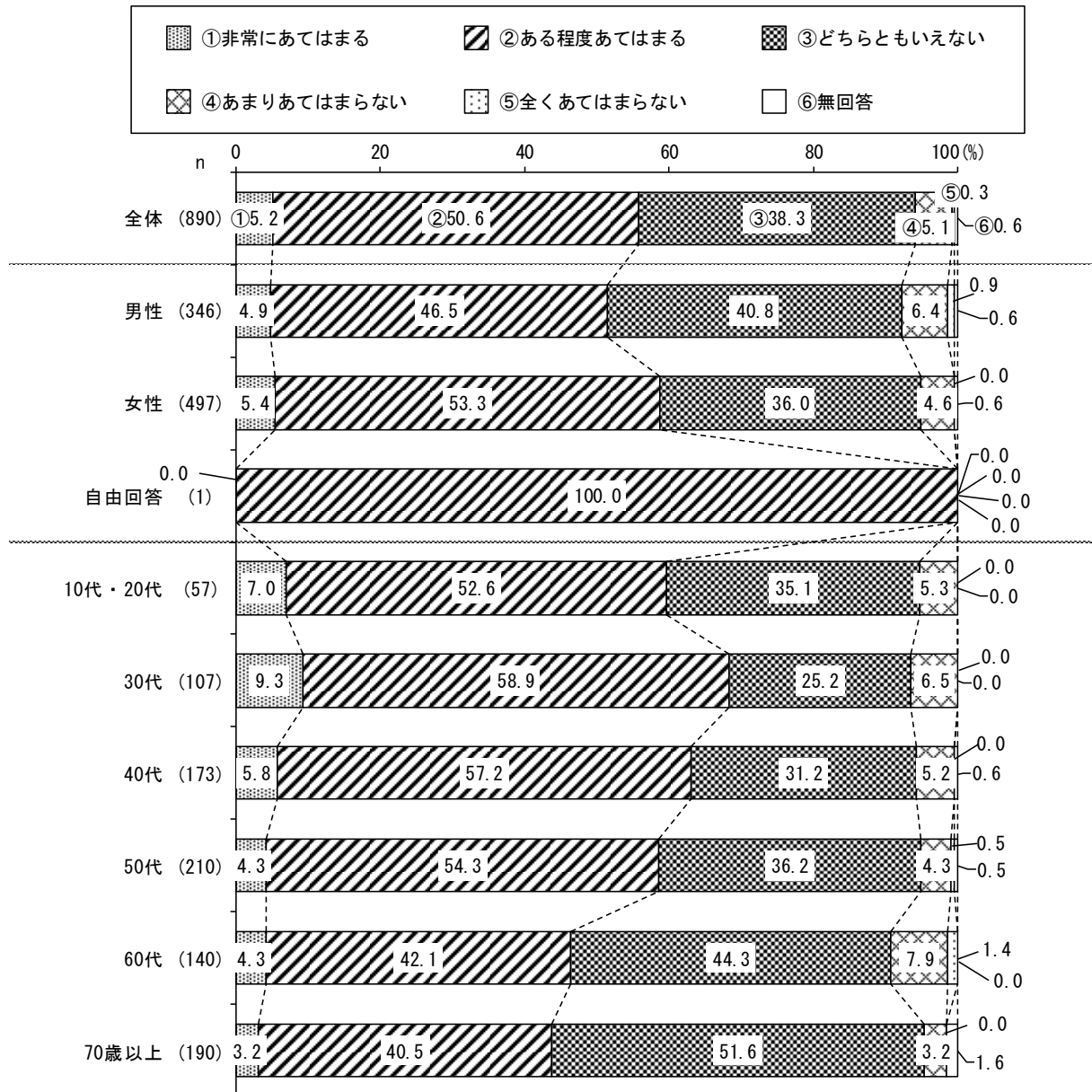
問８ 自分だけではなく、身近なまわりの人も楽しい気持ちでいると思いますか。（○は１つ）	
	(n=890)
１ 非常にあてはまる	5.2%
２ ある程度あてはまる	50.6
３ どちらともいえない	38.3
４ あまりあてはまらない	5.1
５ 全くあてはまらない	0.3
無回答	0.6

図２－５－１ 身近なまわりの人の幸福実感度



身近なまわりの人の幸福実感度について、「ある程度あてはまる」（50.6％）が約５割、「どちらともいえない」（38.3％）が４割近くとなっている。（図２－５－１）

図 2-5-2 身近なまわりの人の幸福実感度（性別・年代別）



性別でみると、「ある程度あてはまる」は女性（53.3%）が5割台半ば近くと、男性（46.5%）を6.8ポイント上回っている。

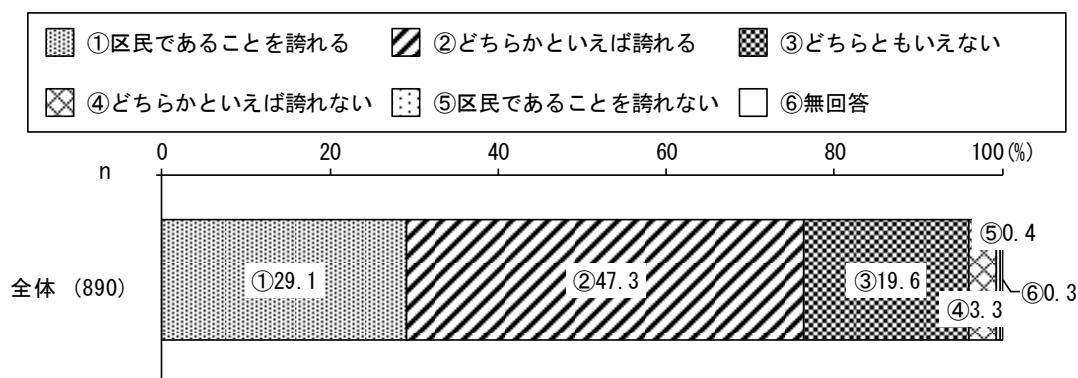
年代別でみると、「どちらともいえない」は70歳以上（51.6%）が5割強と、全体（38.3%）を13.3ポイント上回っている。（図2-5-2）

（6）新宿区民であることの誇りについて

◎「どちらかといえば誇れる」が4割台半ば超え

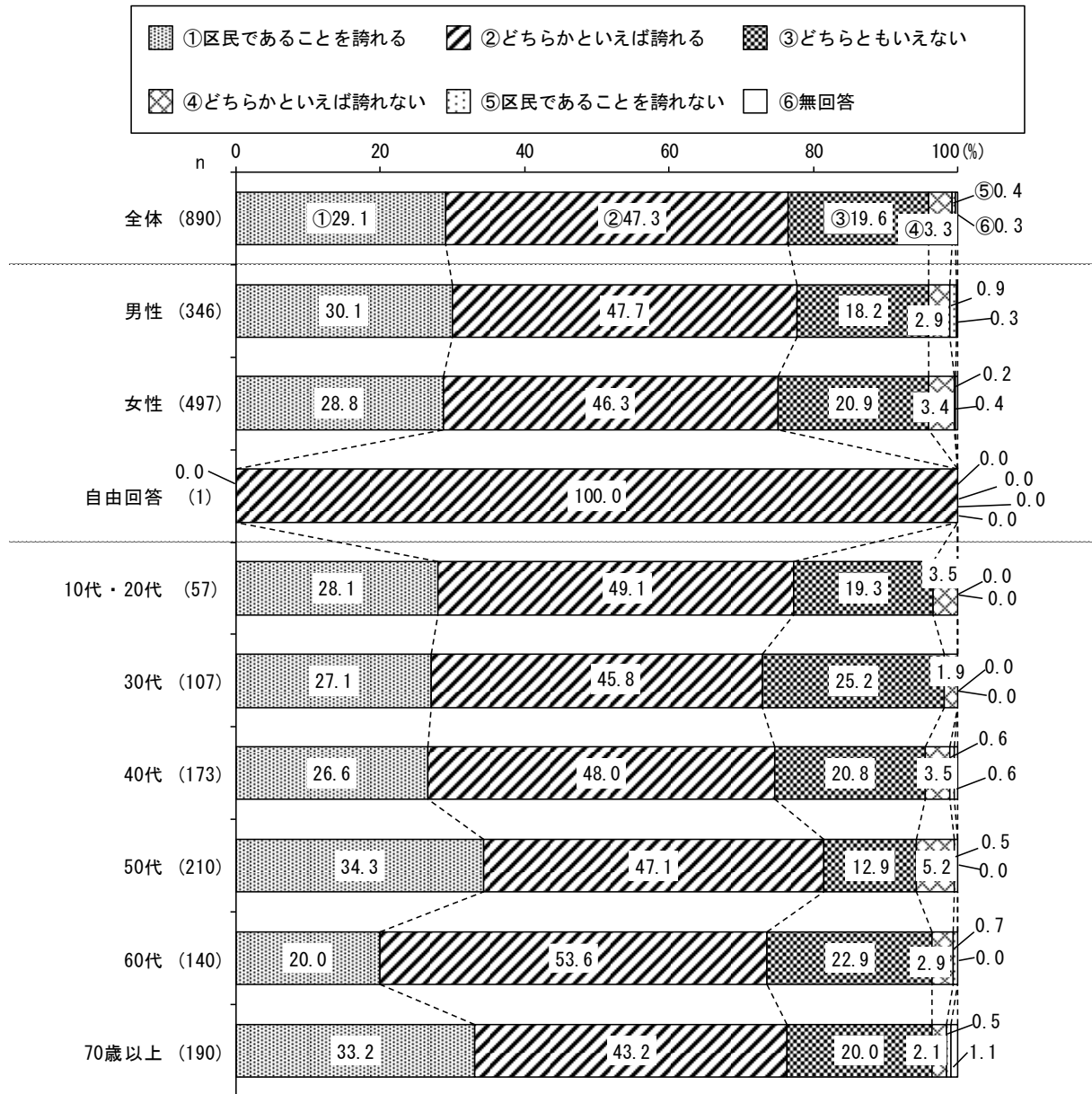
問9 あなたは、友人や知人に新宿区民であることを誇れますか。（○は1つ）		(n=890)
1	区民であることを誇れる	29.1%
2	どちらかといえば誇れる	47.3
3	どちらともいえない	19.6
4	どちらかといえば誇れない	3.3
5	区民であることを誇れない	0.4
	無回答	0.3

図2-6-1 新宿区民であることの誇りについて



新宿区民であることの誇りについて、「どちらかといえば誇れる」（47.3%）が4割台半ばを超え、「区民であることを誇れる」（29.1%）が3割弱、「どちらともいえない」（19.6%）が2割弱となっている。（図2-6-1）

図 2-6-2 新宿区民であることの誇りについて（性別・年代別）



性別でみると、「どちらともいえない」は男性（18.2%）が 2 割近くと、女性（20.9%）を 2.7 ポイント下回っている。

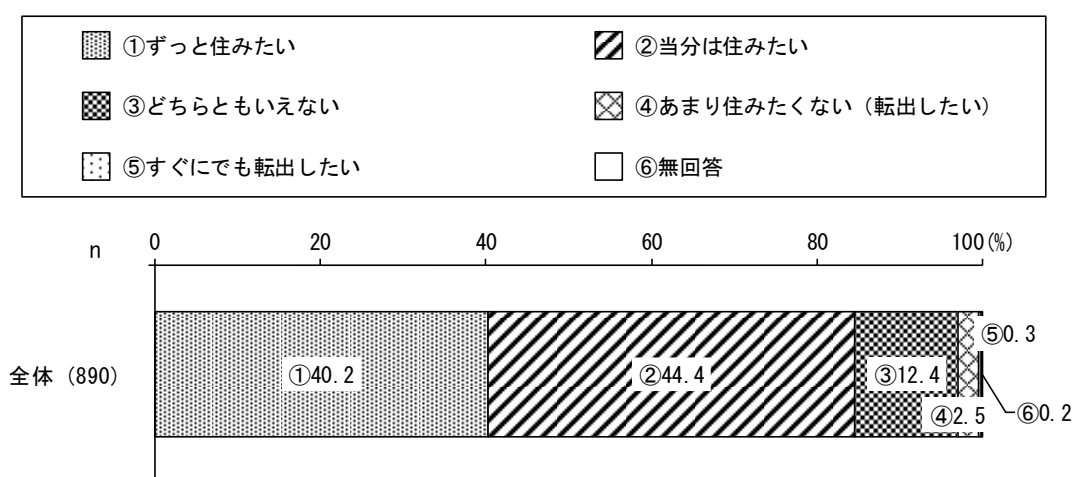
年代別でみると、「どちらかといえば誇れる」は 60 代（53.6%）が 5 割台半ば近くと、全体（47.3%）を 6.3 ポイント上回っている。（図 2-6-2）

（7）新宿区居住の意向

◎「当分は住みたい」が4割台半ば近く

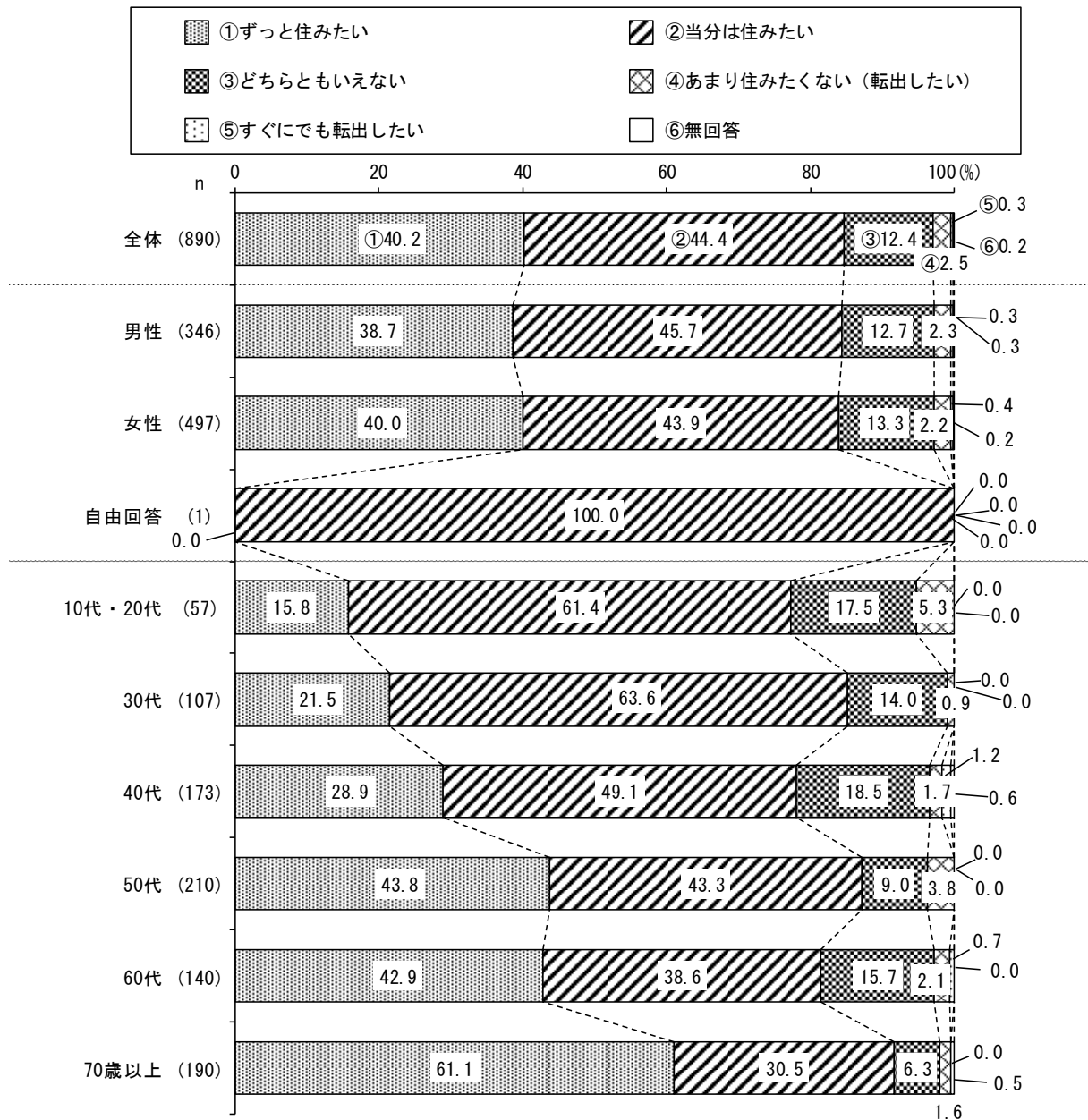
問10 あなたは、これからも新宿区に住みたいと思いますか。（○は1つ）		(n=890)
1	ずっと住みたい	40.2%
2	当分は住みたい	44.4
3	どちらともいえない	12.4
4	あまり住みたくない（転出したい）	2.5
5	すぐに転出したい	0.3
	無回答	0.2

図2-7-1 新宿区居住の意向



新宿区居住の意向について、「当分は住みたい」（44.4%）が4割台半ば近く、「ずっと住みたい」（40.2%）が約4割、「どちらともいえない」（12.4%）が1割強となっている。（図2-7-1）

図 2-7-2 新宿区居住の意向（性別・年代別）



性別でみると、「当分は住みたい」は男性（45.7%）が4割台半ばと、女性（43.9%）を1.8ポイント上回っている。

年代別でみると、「当分は住みたい」は30代（63.6%）が6割台半ば近くと、全体（44.4%）を19.2ポイント上回っている。（図2-7-2）

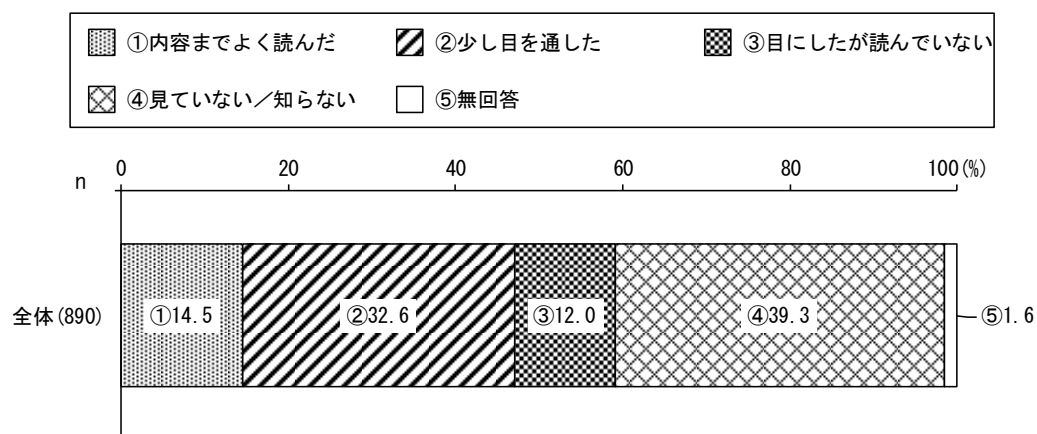
テーマ3 『広報新宿』について

（1）リニューアル後の『広報新宿』の認知状況

◎リニューアル後の『広報新宿』（令和6年8月5日号以降）を「見ていない／知らない」が4割弱

問11 リニューアル後の『広報新宿』（令和6年8月5日号以降）をご覧になりましたか。 （○は1つ）	
	(n=890)
1 内容までよく読んだ	14.5%
2 少し目を通した	32.6
3 目にしたが読んでいない	12.0
4 見ていない／知らない	39.3
無回答	1.6

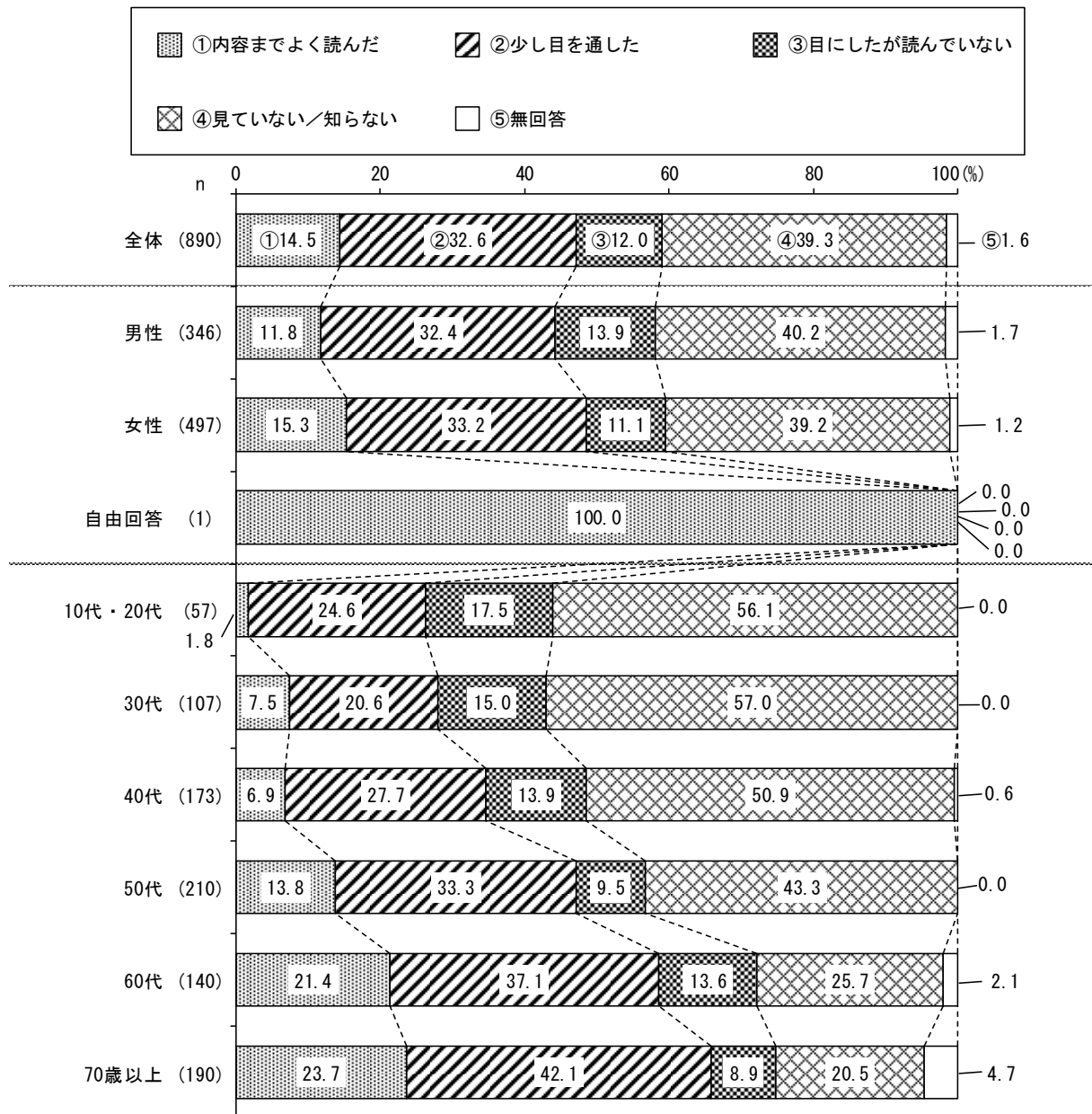
図3-1-1 リニューアル後の『広報新宿』の認知状況



リニューアル後の『広報新宿』の認知状況について、「少し目を通した」（32.6%）が3割強となっており、「内容までよく読んだ」（14.5%）と合わせると4割台半ばを超えている。

一方、「見ていない／知らない」（39.3%）が4割弱となっている。（図3-1-1）

図3-1-2 リニューアル後の『広報新宿』の認知状況（性別・年代別）



性別でみると、「内容までよく読んだ」は女性（15.3%）が1割台半ばと、男性（11.8%）を3.5ポイント上回っている。

年代別でみると、「少し目を通した」は70歳以上（42.1%）が4割強と、全体（32.6%）を9.5ポイント上回っている。（図3-1-2）

（２）リニューアル後の『広報新宿』の印象
（リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人）

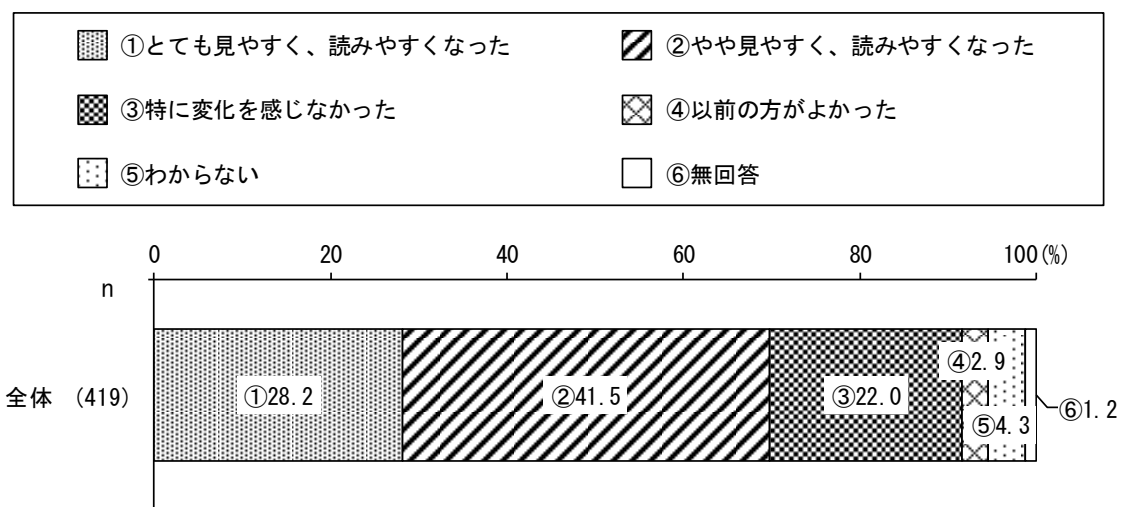
◎「やや見やすく、読みやすくなった」が４割強

問１１－１ 問１１で、「１」または「２」に○をした方にお伺いします。

リニューアル後の『広報新宿』の印象について、あてはまるものをお選びください。（○は１つ）

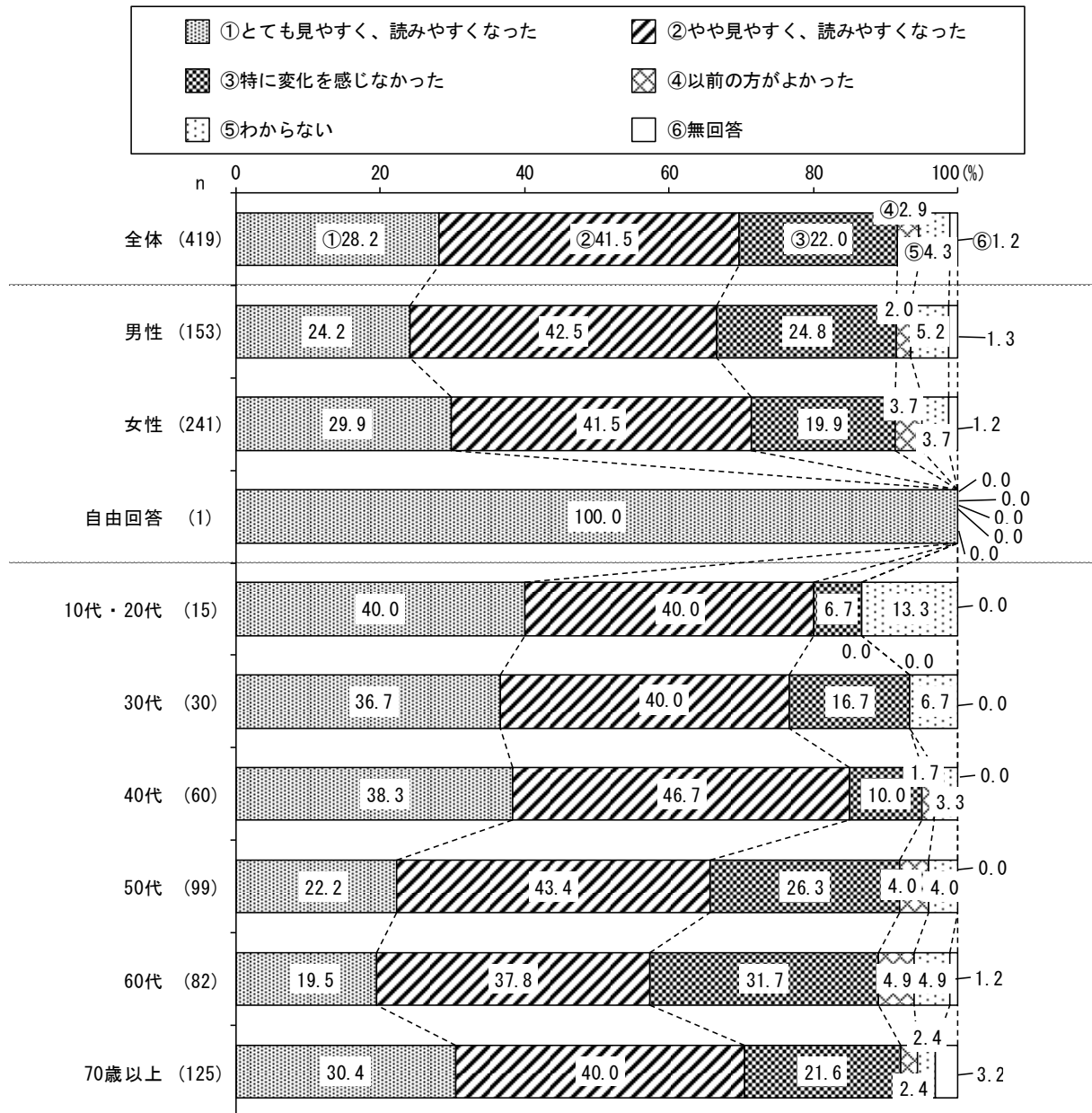
	(n=419)
１ とても見やすく、読みやすくなった	28.2%
２ やや見やすく、読みやすくなった	41.5
３ 特に変化を感じなかった	22.0
４ 以前の方がよかった	2.9
５ わからない	4.3
無回答	1.2

図３－２－１ リニューアル後の『広報新宿』の印象
（リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人）



リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人のリニューアル後の『広報新宿』の印象について、「やや見やすく、読みやすくなった」(41.5%)が４割強、「とても見やすく、読みやすくなった」(28.2%)が３割近く、「特に変化を感じなかった」(22.0%)が２割強となっている。（図３－２－１）

図3-2-2 リニューアル後の『広報新宿』の印象
(リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人)(性別・年代別)



性別でみると、「とても見やすく、読みやすくなった」は女性(29.9%)が3割弱と、男性(24.2%)を5.7ポイント上回っている。

年代別でみると、「とても見やすく、読みやすくなった」は30代(36.7%)が3割台半ばを超え、40代(38.3%)が4割近くとなっている。

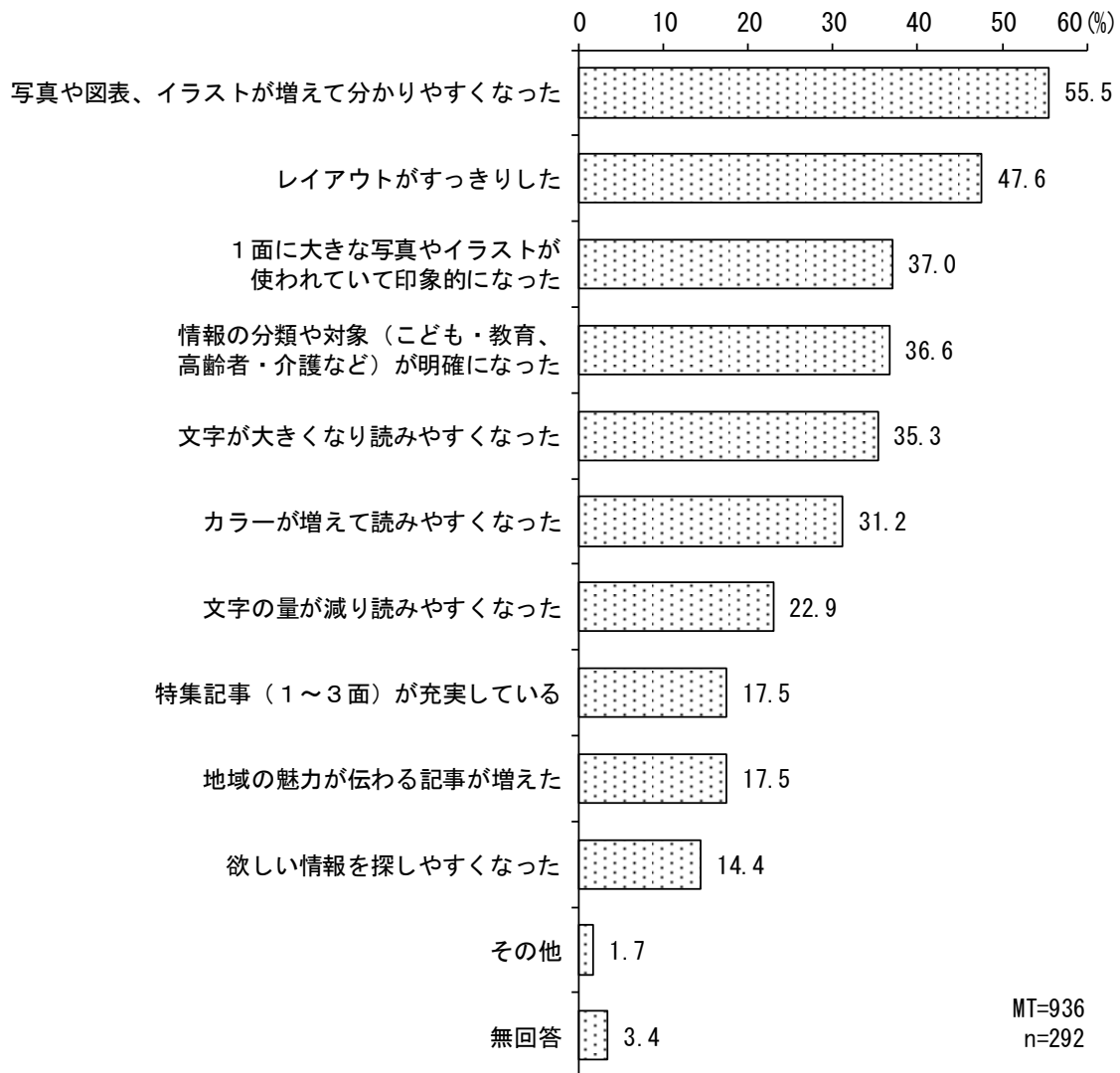
一方、60代(19.5%)が2割弱と、全体(28.2%)を8.7ポイント下回っている。(図3-2-2)

**（３）リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点
（リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人）**

◎「写真や図表、イラストが増えて分かりやすくなった」が５割台半ば

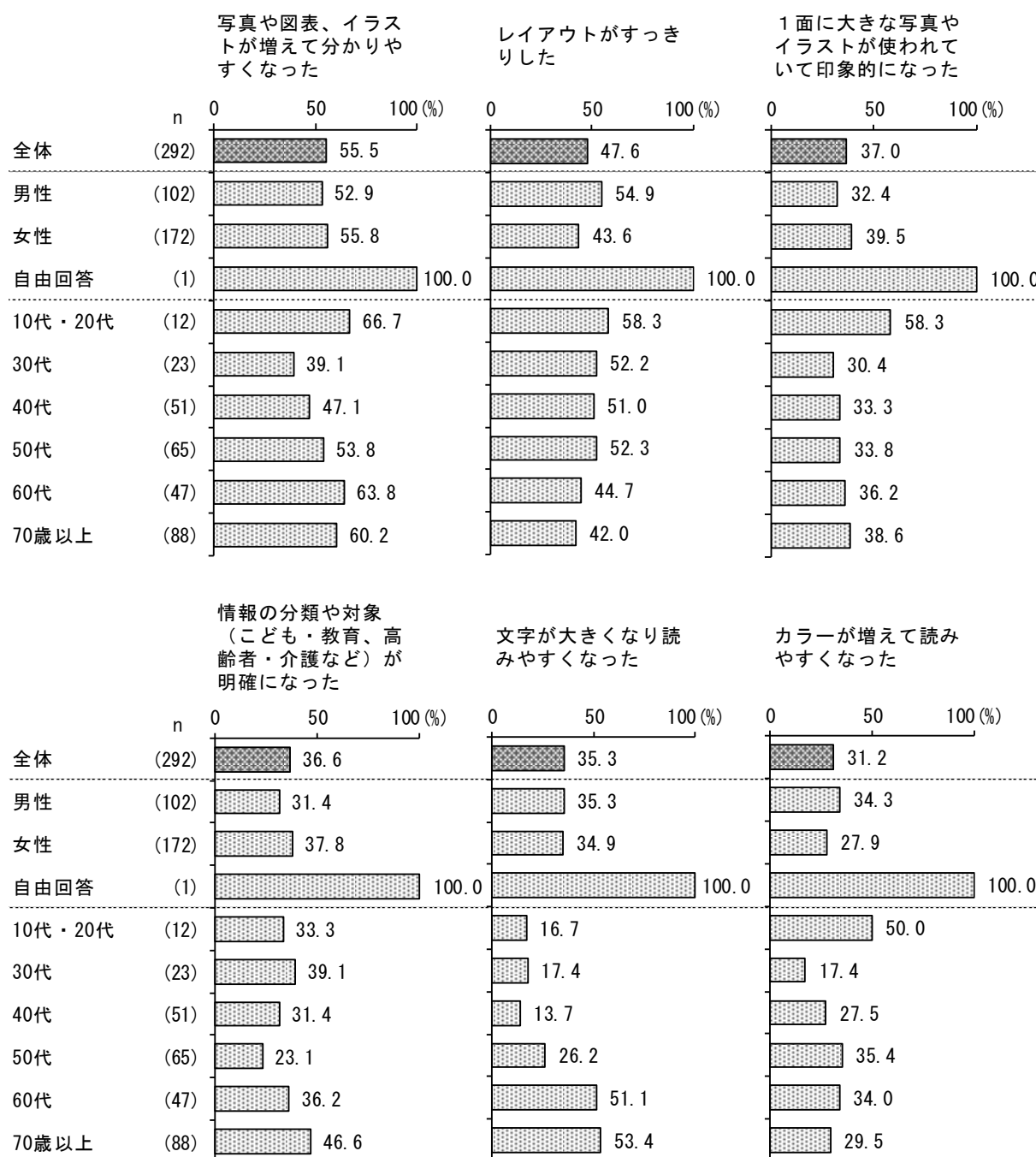
問１１－２ 問１１－１で、「１」または「２」に○をした方にお伺いします。	
リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点がありますか。	
（あてはまるものにいくつでも○をつけてください）	
	(n=292)
１ レイアウトがすっきりした	47.6%
２ 写真や図表、イラストが増えて分かりやすくなった	55.5
３ 文字の量が減り読みやすくなった	22.9
４ 文字が大きくなり読みやすくなった	35.3
５ 欲しい情報を探しやすくなった	14.4
６ 情報の分類や対象（こども・教育、高齢者・介護など）が明確になった	36.6
７ カラーが増えて読みやすくなった	31.2
８ １面に大きな写真やイラストが使われていて印象的になった	37.0
９ 特集記事（１～３面）が充実している	17.5
１０ 地域の魅力が伝わる記事が増えた	17.5
１１ その他	1.7
無回答	3.4

図 3-3-1 リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点
(リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人)



リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人のリニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点について、「写真や図表、イラストが増えて分かりやすくなった」(55.5%)が5割台半ば、「レイアウトがすっきりした」(47.6%)が4割台半ばを超え、「1面に大きな写真やイラストが使われていて印象的になった」(37.0%)が3割台半ばを超えている。(図 3-3-1)

図3-3-2 リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点
（リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人）（性別・年代別）上位6項目



性別でみると、「レイアウトがすっきりした」は男性(54.9%)が5割台半ば近くと、女性(43.6%)を11.3ポイント上回っている。

年代別でみると、「文字が大きくなり読みやすくなった」は70歳以上(53.4%)が5割台半ば近くと、全体(35.3%)を18.1ポイント上回っている。(図3-3-2)

(4) 区政や地域・まちへの関心の変化

(リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人)

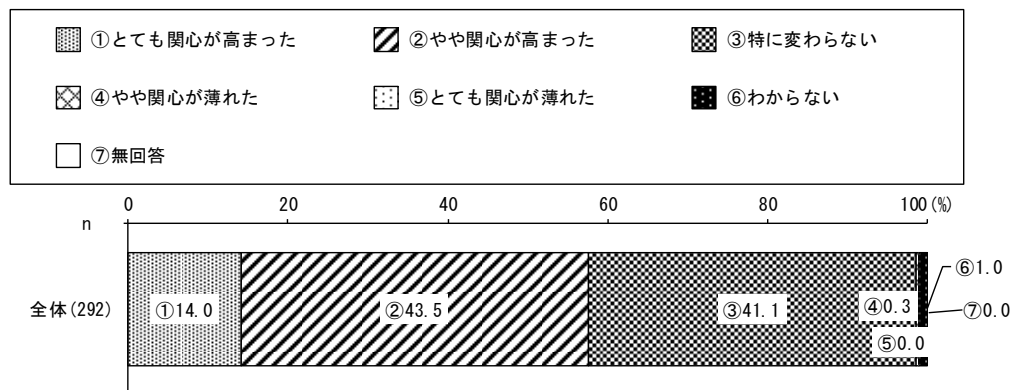
◎「やや関心が高まった」が 4 割台半ば近く

問 1 1 - 3 問 1 1 - 1 で、「1」または「2」に○をした方にお伺いします。リニューアル後の『広報新宿』を通じて、区政や地域・まちへの関心は変わりましたか。

(○は 1 つ)

	(n=292)
1 とても関心が高まった	14.0%
2 やや関心が高まった	43.5
3 特に変わらない	41.1
4 やや関心が薄れた	0.3
5 とても関心が薄れた	0.0
6 わからない	1.0
無回答	0.0

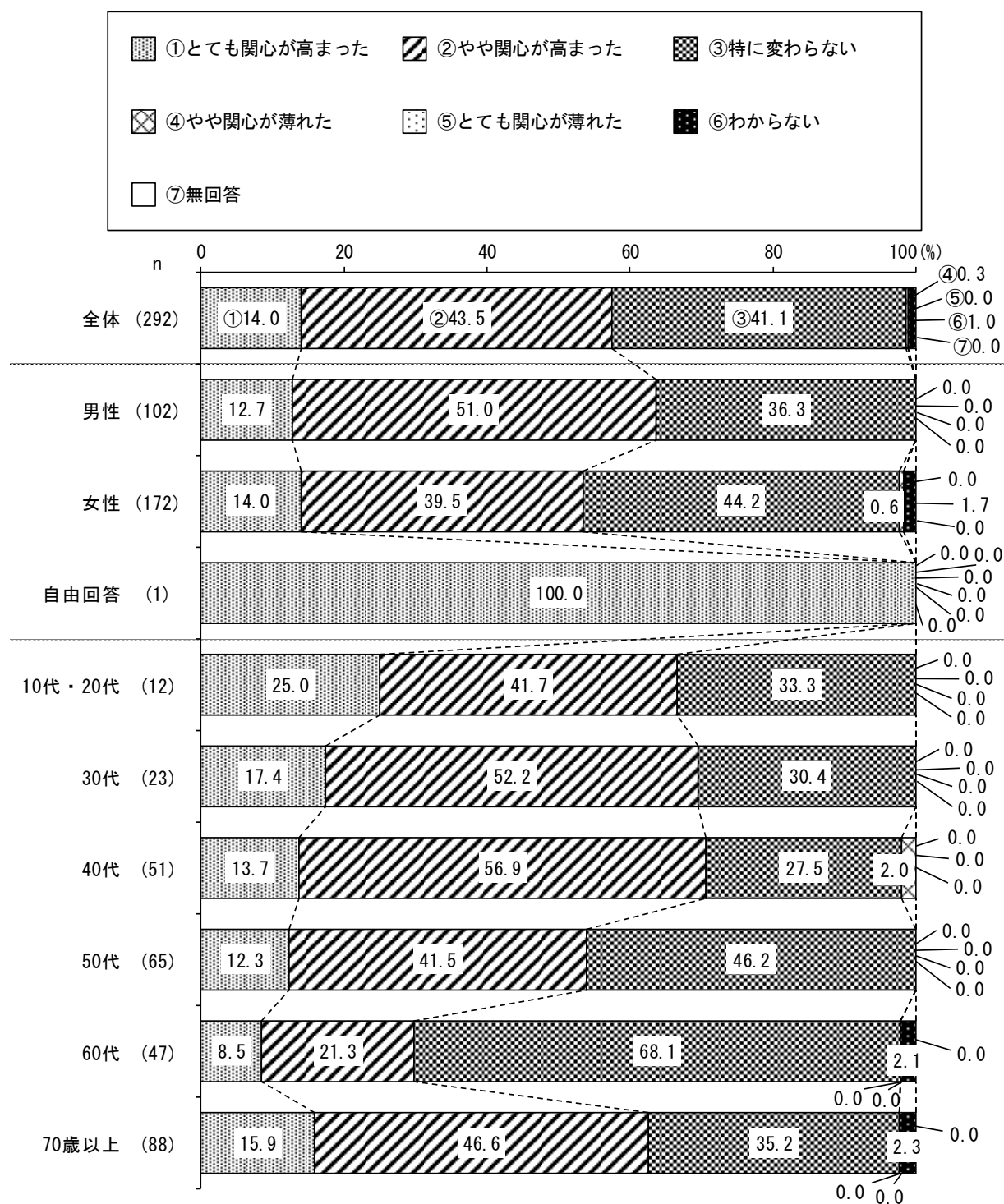
図 3 - 4 - 1 区政や地域・まちへの関心の変化
(リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人)



リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人の区政や地域・まちへの関心の変化について、「やや関心が高まった」(43.5%) が 4 割台半ば近くとなっており、「とても関心が高まった」(14.0%) と合わせると 57.5% と 5 割台半ばを超えている。

一方、「特に変わらない」(41.1%) が 4 割強となっている。(図 3 - 4 - 1)

図3-4-2 区政や地域・まちへの関心の変化
（リニューアル後の『広報新宿』を読んだ人）（性別・年代別）



性別でみると、「やや関心が高まった」は男性（51.0%）が5割強と、女性（39.5%）を11.5ポイント上回っている。

年代別でみると、「やや関心が高まった」は40代（56.9%）が5割台半ばを超え、全体（43.5%）を13.4ポイント上回っている。

一方、「特に変わらない」は60代（68.1%）が7割近くと、全体（41.1%）を27.0ポイント上回っている。（図3-4-2）

(5) リニューアル後の『広報新宿』の印象

(リニューアル後の『広報新宿』を読んでいない人)

◎「やや見やすく、読みやすくなった」が約 3 割

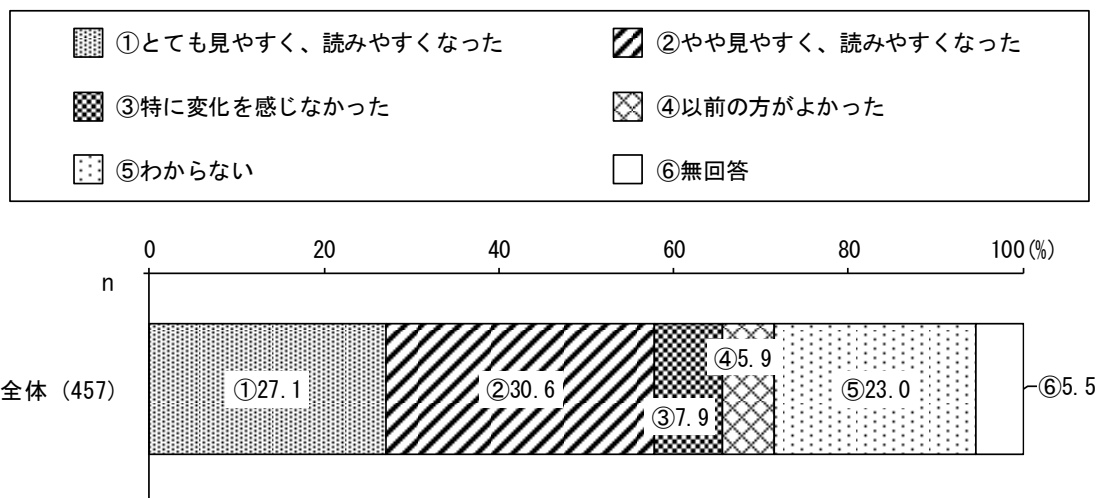
問 1 1 - 4 問 1 1 で、「3」または「4」に○をした方にお伺いします。同封資料からリニューアル前後の『広報新宿』をご覧いただき、リニューアル後の『広報新宿』の印象について、あてはまるものをお選びください。

(○は 1 つ)

	(n=457)
1 とても見やすく、読みやすくなった	27.1%
2 やや見やすく、読みやすくなった	30.6
3 特に変化を感じなかった	7.9
4 以前の方がよかった	5.9
5 わからない	23.0
無回答	5.5

図 3-5-1 リニューアル後の『広報新宿』の印象

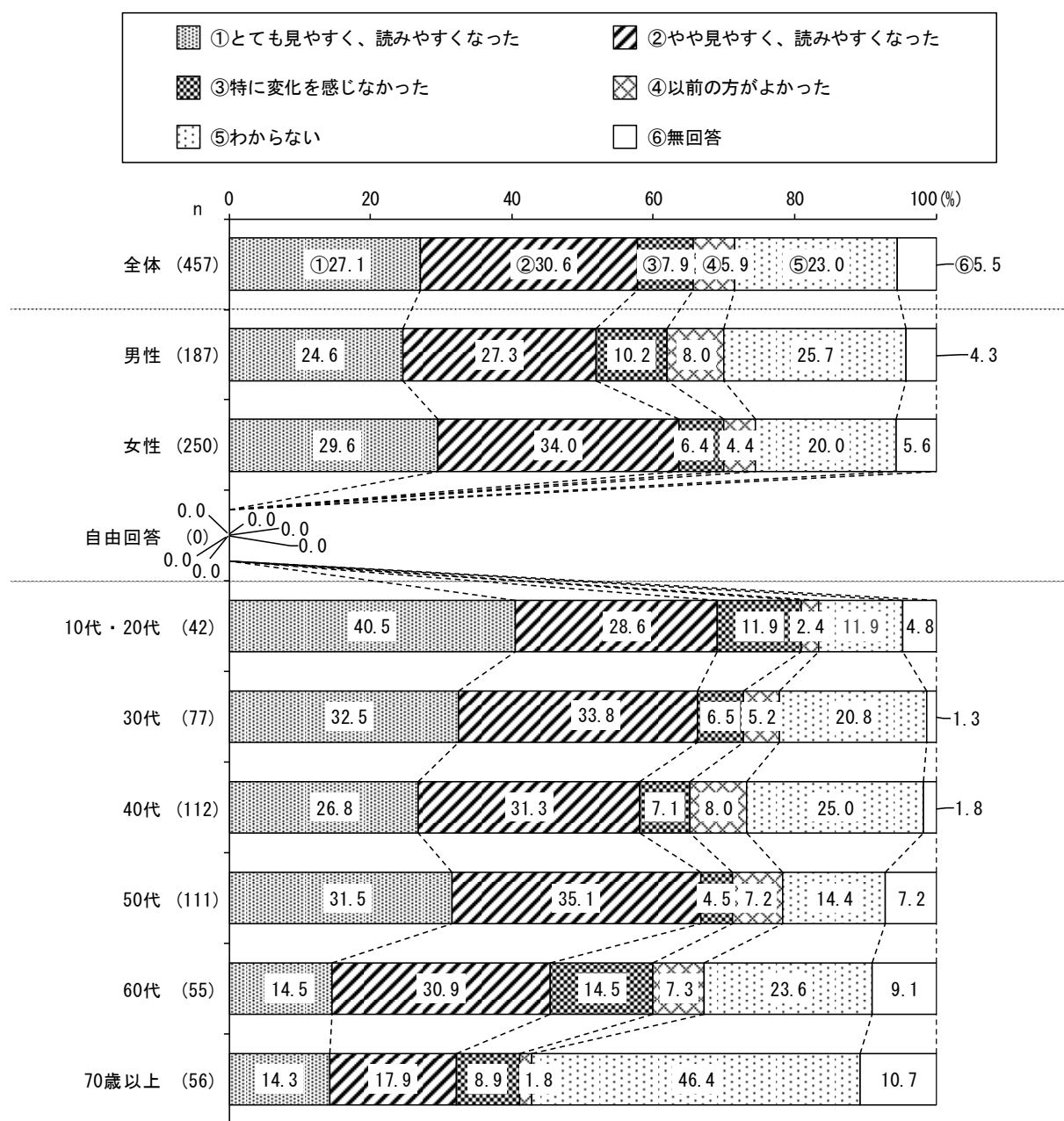
(リニューアル後の『広報新宿』を読んでいない人)



リニューアル後の『広報新宿』を読んでいない人のリニューアル後の『広報新宿』の印象について、「やや見やすく、読みやすくなった」(30.6%)が約 3 割、「とても見やすく、読みやすくなった」(27.1%)が 2 割台半ばを超えている。

一方、「わからない」(23.0%)は 2 割台半ば近くとなっている。(図 3-5-1)

図3-5-2 リニューアル後の『広報新宿』の印象
（リニューアル後の『広報新宿』を読んでいない人）（性別・年代別）



性別でみると、「やや見やすく、読みやすくなった」は女性（34.0%）が3割台半ば近くと、男性（27.3%）を6.7ポイント上回っている。

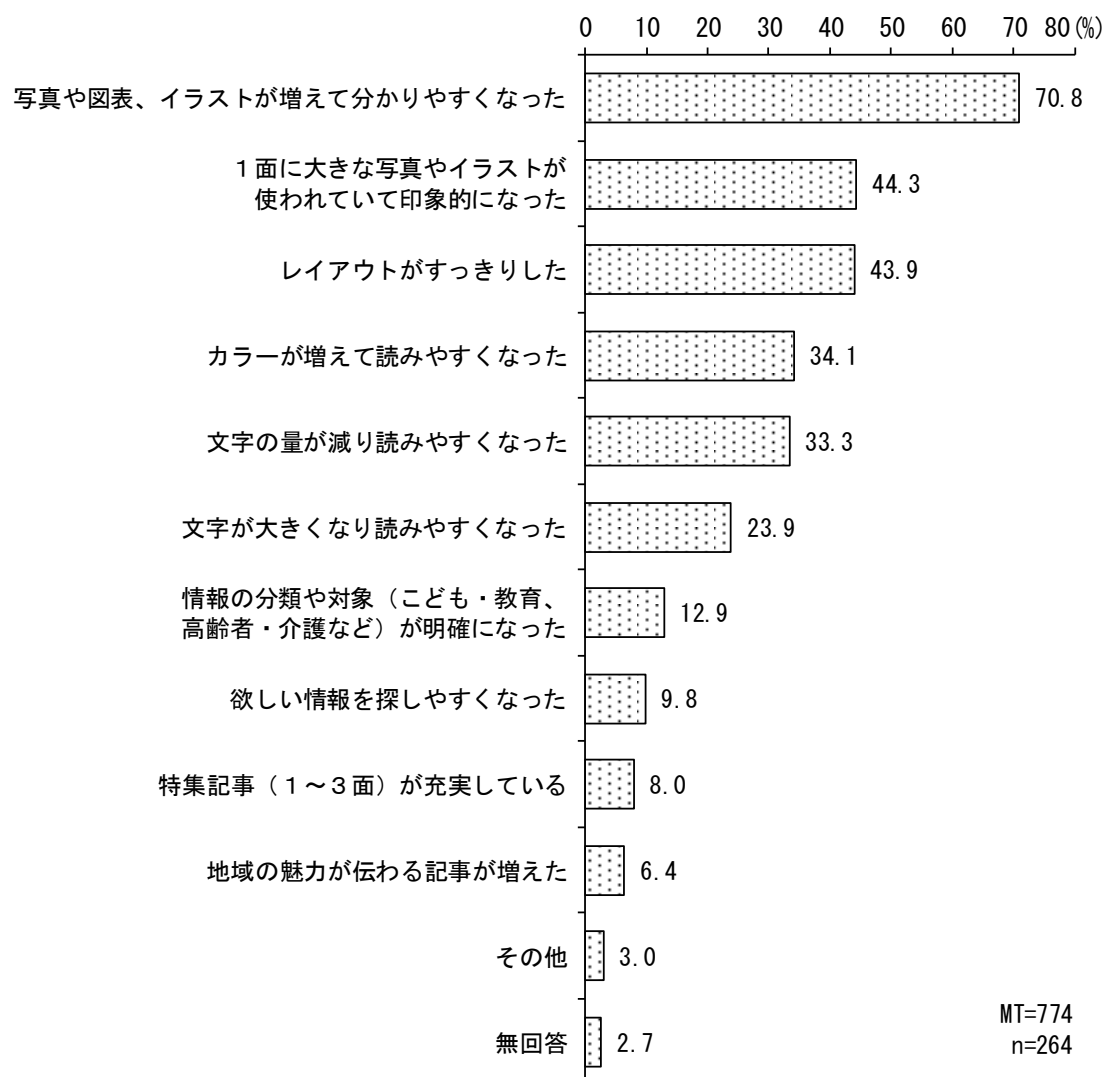
年代別でみると、「わからない」は70歳以上（46.4%）が4割台半ばを超え、全体（23.0%）を23.4ポイント上回っている。（図3-5-2）

(6) リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点
(リニューアル後の『広報新宿』を読んでいない人)

◎「写真や図表、イラストが増えて分かりやすくなった」が約 7 割

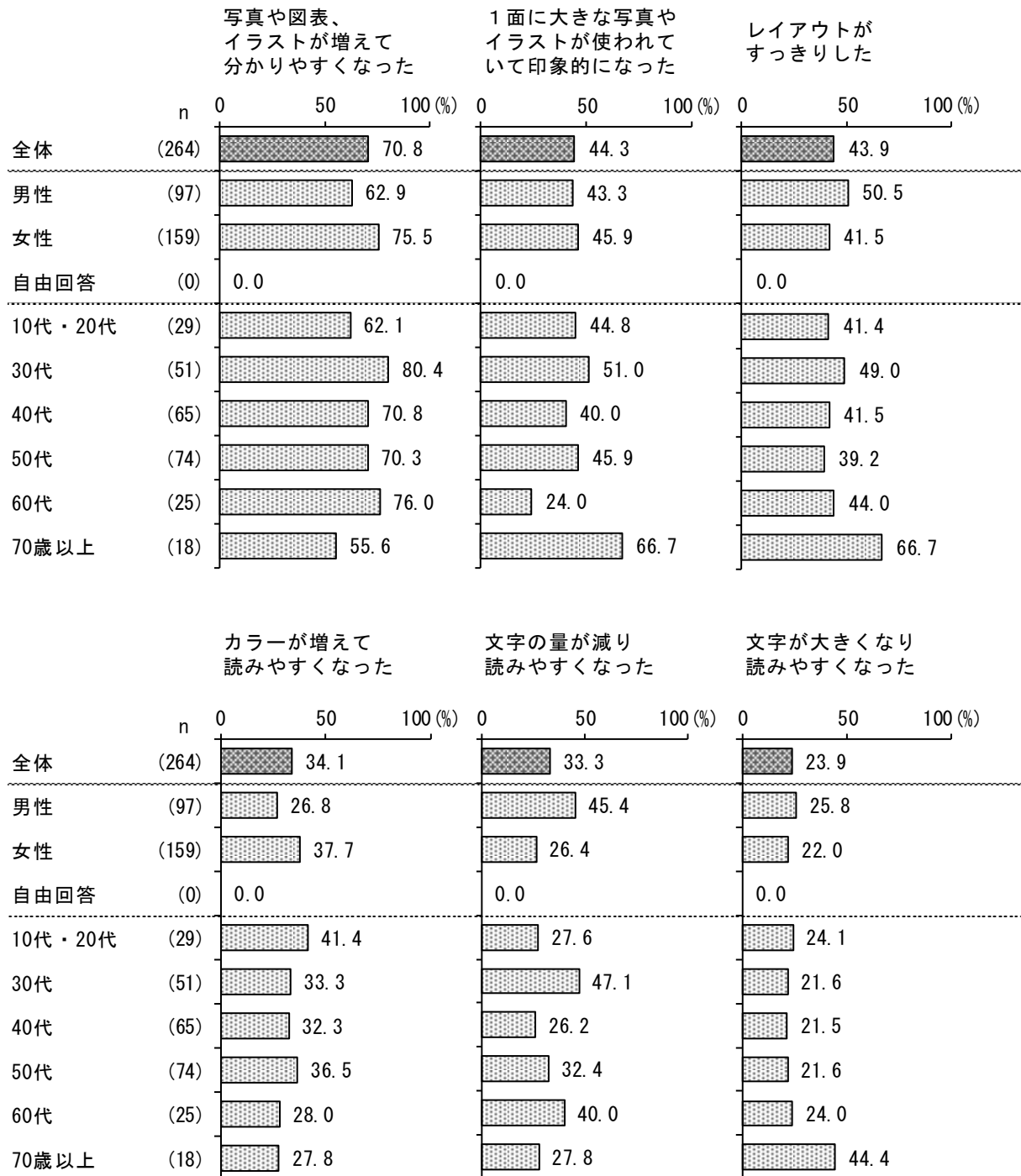
問 1 1－5 問 1 1－4 で、「1」または「2」に○をした方にお伺いします。同封資料からリニューアル前後の『広報新宿』をご覧いただき、リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点がありますか。	
(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)	
	(n=264)
1 レイアウトがすっきりした	43.9%
2 写真や図表、イラストが増えて分かりやすくなった	70.8
3 文字の量が減り読みやすくなった	33.3
4 文字が大きくなり読みやすくなった	23.9
5 欲しい情報を探しやすくなった	9.8
6 情報の分類や対象（こども・教育、高齢者・介護など）が明確になった	12.9
7 カラーが増えて読みやすくなった	34.1
8 1 面に大きな写真やイラストが使われていて印象的になった	44.3
9 特集記事（1～3 面）が充実している	8.0
10 地域の魅力が伝わる記事が増えた	6.4
11 その他	3.0
無回答	2.7

図3-6-1 リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点
（リニューアル後の『広報新宿』を読んでいない人）



リニューアル後の『広報新宿』を読んでいない人のリニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点について、「写真や図表、イラストが増えて分かりやすくなった」（70.8%）が約7割で最も高く、次いで、「1面に大きな写真やイラストが使われていて印象的になった」（44.3%）、「レイアウトがすっきりした」（43.9%）が4割台半ば近くと続いている。（図3-6-1）

図3-6-2 リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点
(リニューアル後の『広報新宿』を読んでいない人)(性別・年代別)上位6項目



性別でみると、「文字の量が減り読みやすくなった」は男性（45.4%）が4割台半ばと、女性（26.4%）を19.0ポイント上回っている。

年代別でみると、「文字が大きくなり読みやすくなった」は70歳以上（44.4%）が4割台半ば近くと、全体（23.9%）を20.5ポイント上回っている。（図3-6-2）

（7）『広報新宿』を今後も読みたいと思うか

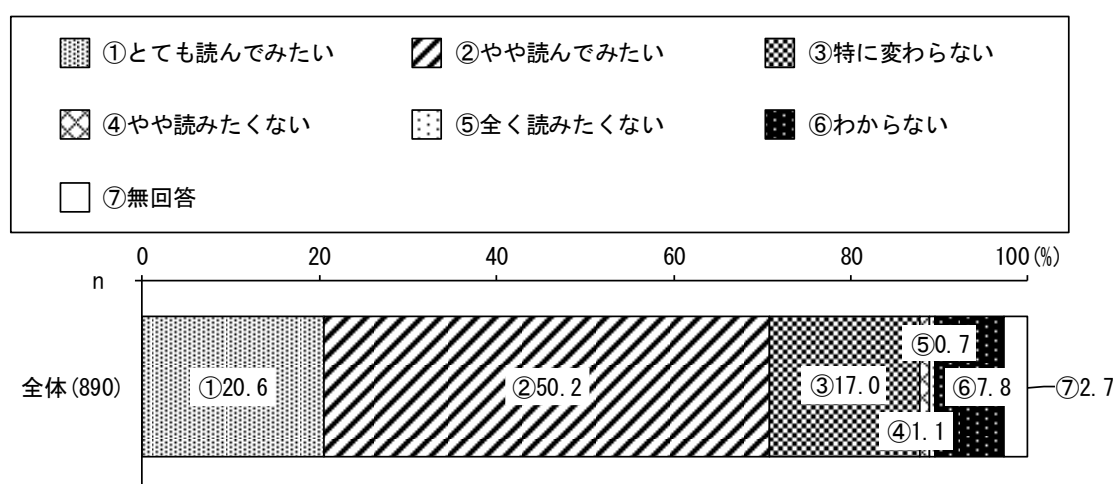
◎「やや読んでみたい」が約5割

問12 全ての方にお伺いします。リニューアル後の『広報新宿』をご覧ください、今後読みたいと思いましたか。

(n=890)

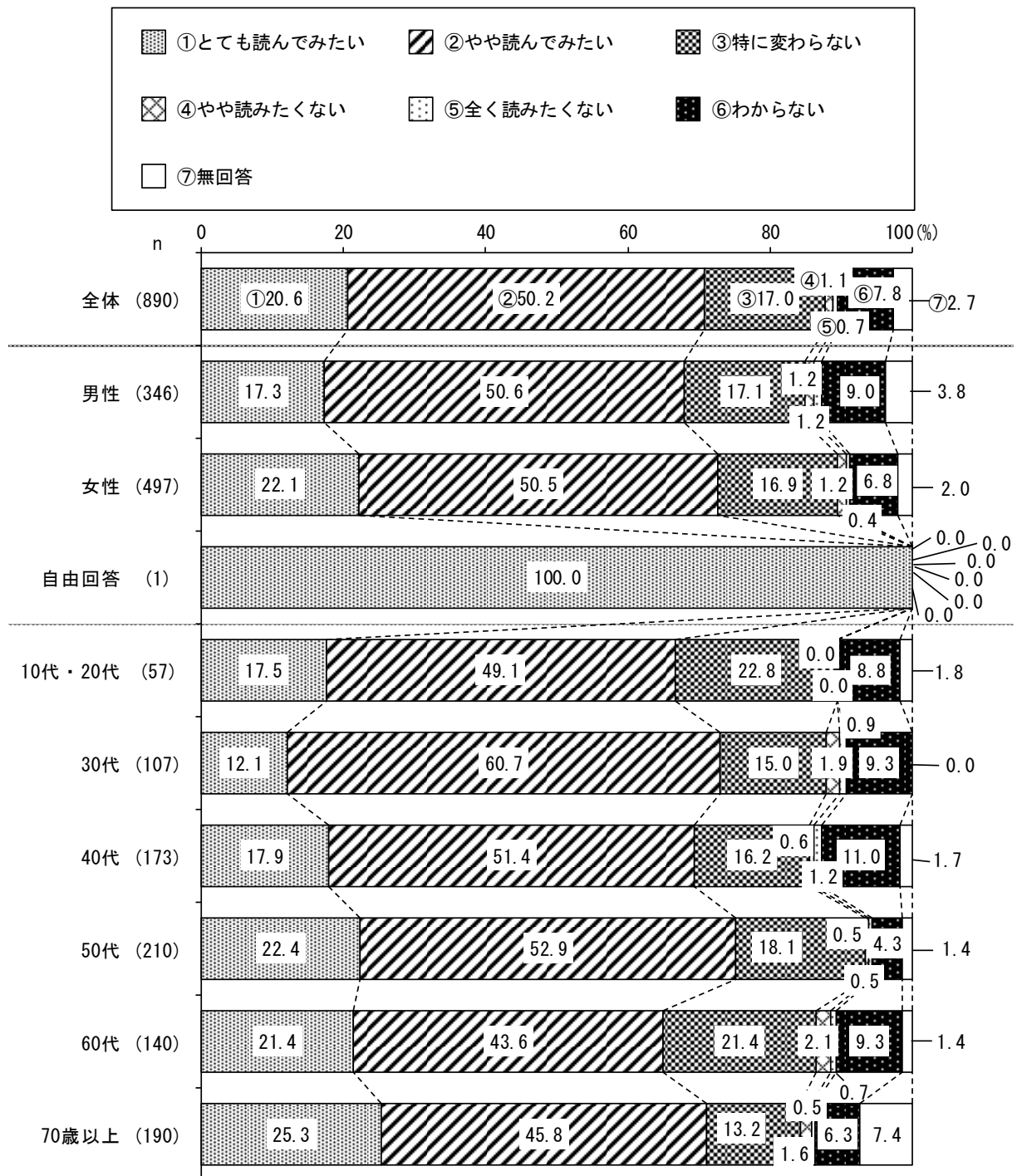
1	とても読んでみたい	20.6%
2	やや読んでみたい	50.2
3	特に変わらない	17.0
4	やや読みたくない	1.1
5	全く読みたくない	0.7
6	わからない	7.8
	無回答	2.7

図3-7-1 『広報新宿』を今後も読みたいと思うか



『広報新宿』を今後も読みたいと思うかについて、「やや読んでみたい」（50.2%）が約5割、「とても読んでみたい」（20.6%）が約2割、「特に変わらない」（17.0%）が1割台半ばを超えている。（図3-7-1）

図3-7-2 『広報新宿』を今後も読みたいと思うか（性別・年代別）



性別でみると、「とても読んでみたい」は女性（22.1%）が2割強と、男性（17.3%）を4.8ポイント上回っている。

年代別でみると、「やや読んでみたい」は30代（60.7%）が約6割と、全体（50.2%）を10.5ポイント上回っている。（図3-7-2）

（８）『広報新宿』の内容に関する希望

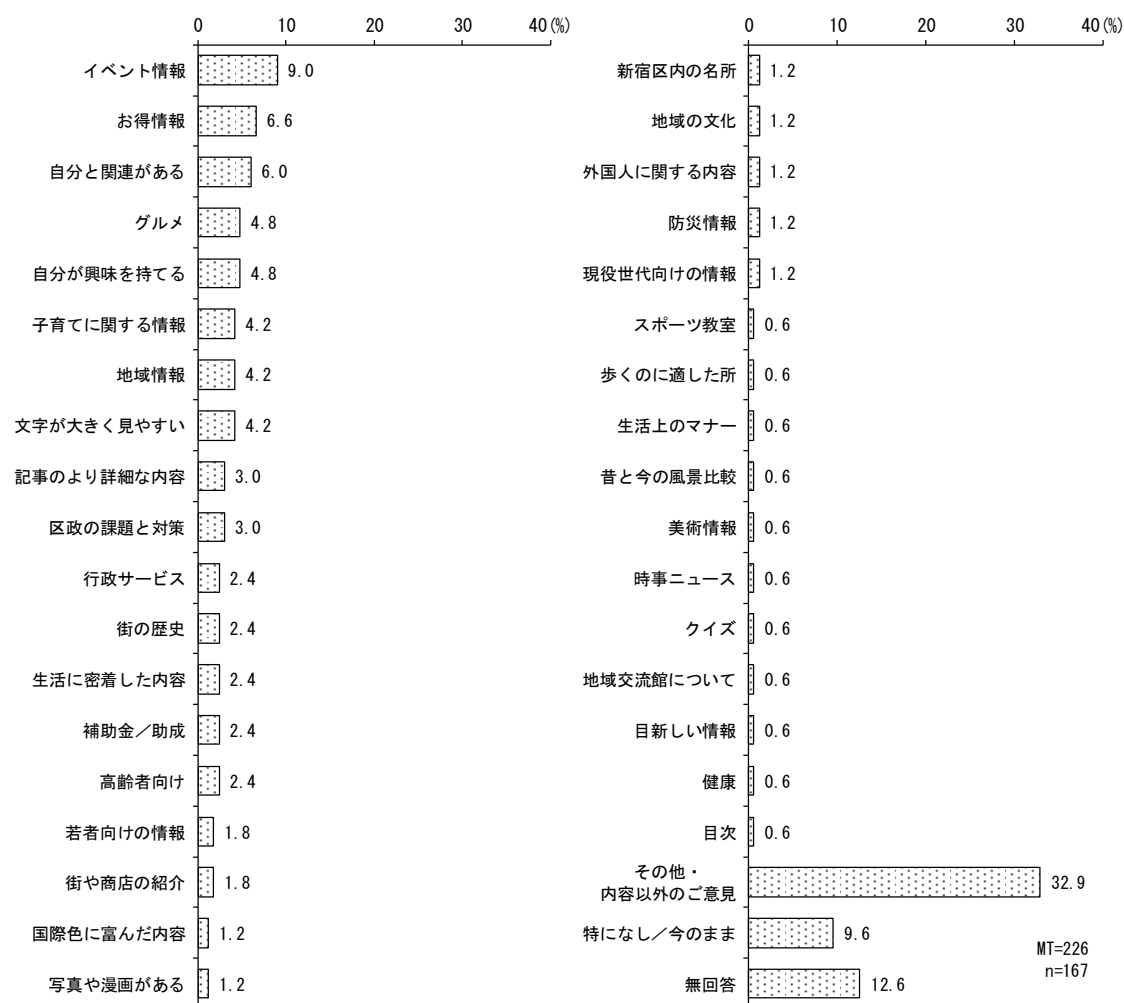
◎「イベント情報」が１割未満

問１２－１ 問１２で、「３」～「５」に○をした方にお伺いします。どのような内容であれば、『広報新宿』を読みたいと思いますか。具体的に記述してください。

※自由記述

(n=167)

図３－８－１ 『広報新宿』の内容に関する希望



『広報新宿』の内容に関する希望について、「イベント情報」（9.0%）が最も高く、次いで「お得情報」（6.6%）、「自分と関連がある」（6.0%）と続いている他、多種多様な回答が寄せられている。（図３－８－１）

テーマ 4 ごみの減量とリサイクルについて

(1) 実際に行っている 3 R 活動

◎「ごみを正しく分別し、資源となるものは資源回収に出す」が 9 割強

問 1 3 以下の活動（「3 R 活動」）の中であなたが実際に行っているものはありますか。

（あてはまるものにいくつでも○をつけてください）

(n=890)

【リデュース】

- | | |
|-----------------------------------|-------|
| 1 必要な分だけ購入する、長く使えるものを購入する | 65.1% |
| 2 買い物の際には、過剰包装を断ったり、マイバッグを持参したりする | 83.9 |
| 3 食品ロスを出さないような取組を行っている | 55.3 |
| 4 使い捨てになるものは、なるべく購入しない | 23.5 |

【リユース】

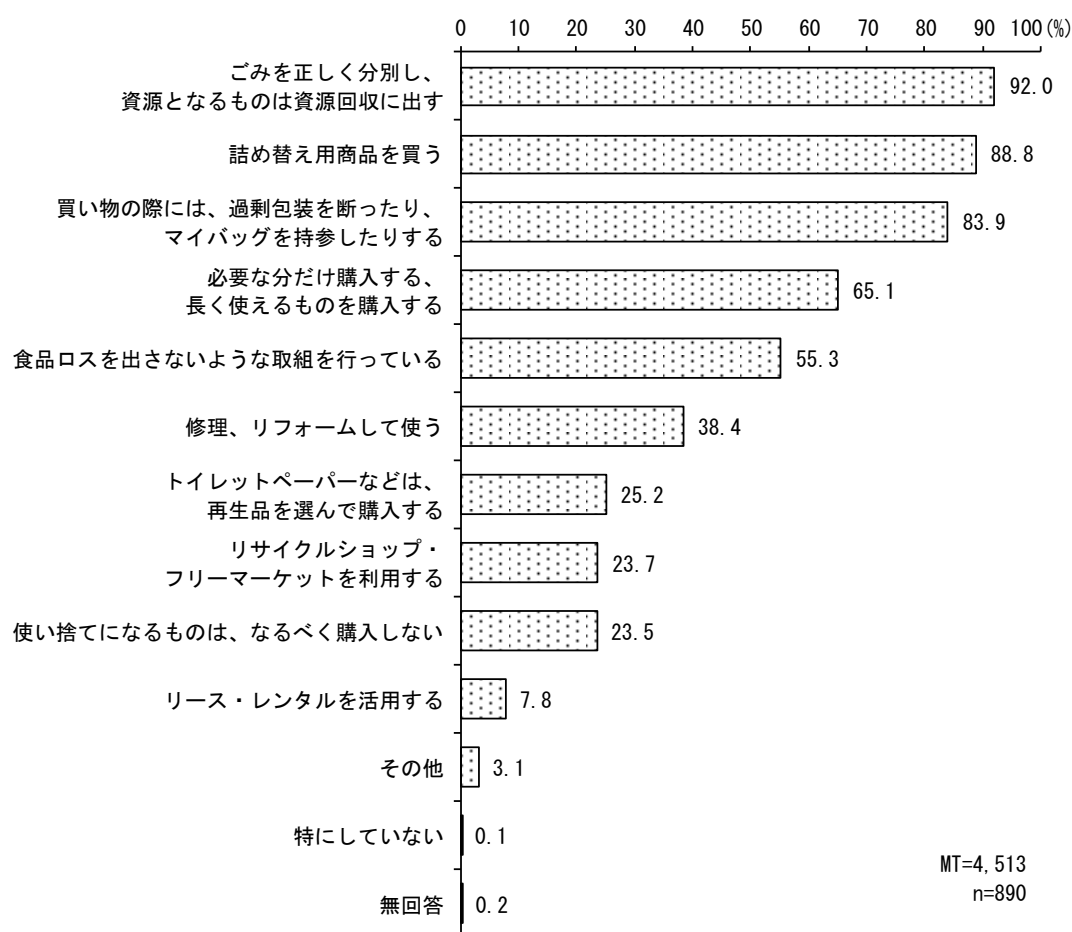
- | | |
|---------------------------|------|
| 5 詰め替え用商品を買う | 88.8 |
| 6 リサイクルショップ・フリーマーケットを利用する | 23.7 |
| 7 リース・レンタルを活用する | 7.8 |
| 8 修理、リフォームして使う | 38.4 |

【リサイクル】

- | | |
|-----------------------------|------|
| 9 ごみを正しく分別し、資源となるものは資源回収に出す | 92.0 |
| 10 トイレットペーパーなどは、再生品を選んで購入する | 25.2 |
| 11 その他 | 3.1 |
| 12 特にしていない | 0.1 |
| 無回答 | 0.2 |

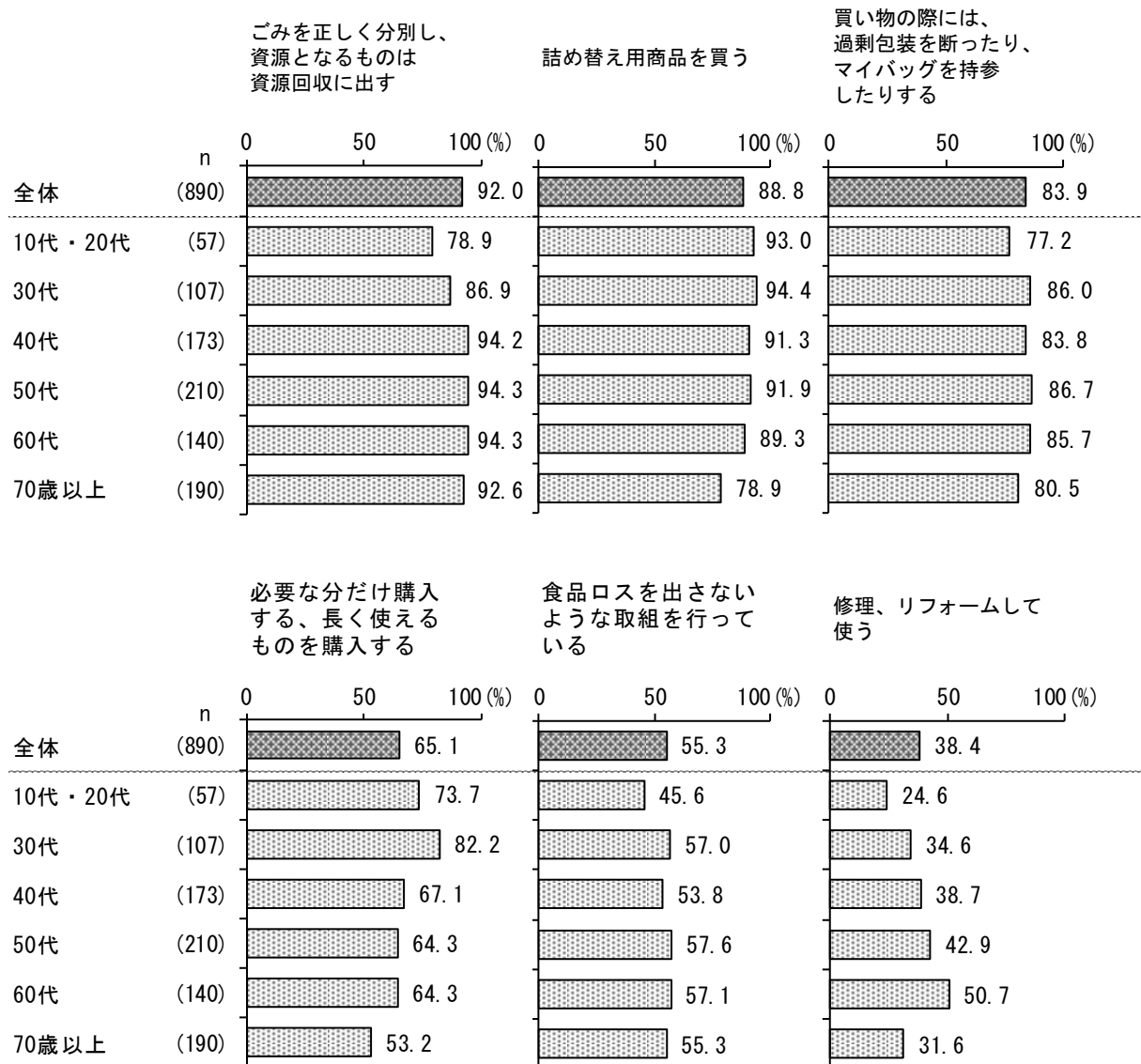
Ⅱ 調査の結果（テーマ４ ごみの減量とリサイクルについて）

図４－１－１ 実際に行っている３Ｒ活動



実際に行っている３Ｒ活動について、「ごみを正しく分別し、資源となるものは資源回収に出す」（92.0%）が９割強で最も高く、次いで「詰め替え用商品を買う」（88.8%）が９割近く、「買い物の際には、過剰包装を断ったり、マイバッグを持参したりする」（83.9%）が８割台半ば近くと続いている。（図４－１－１）

図 4-1-2 実際にやっている 3R 活動
(年代別) 上位 6 項目



上位 6 項目について、年代別でみると、「必要な分だけ購入する、長く使えるものを購入する」は 30 代 (82.2%) が 8 割強と、全体 (65.1%) を 17.1 ポイント上回っている。(図 4-1-2)

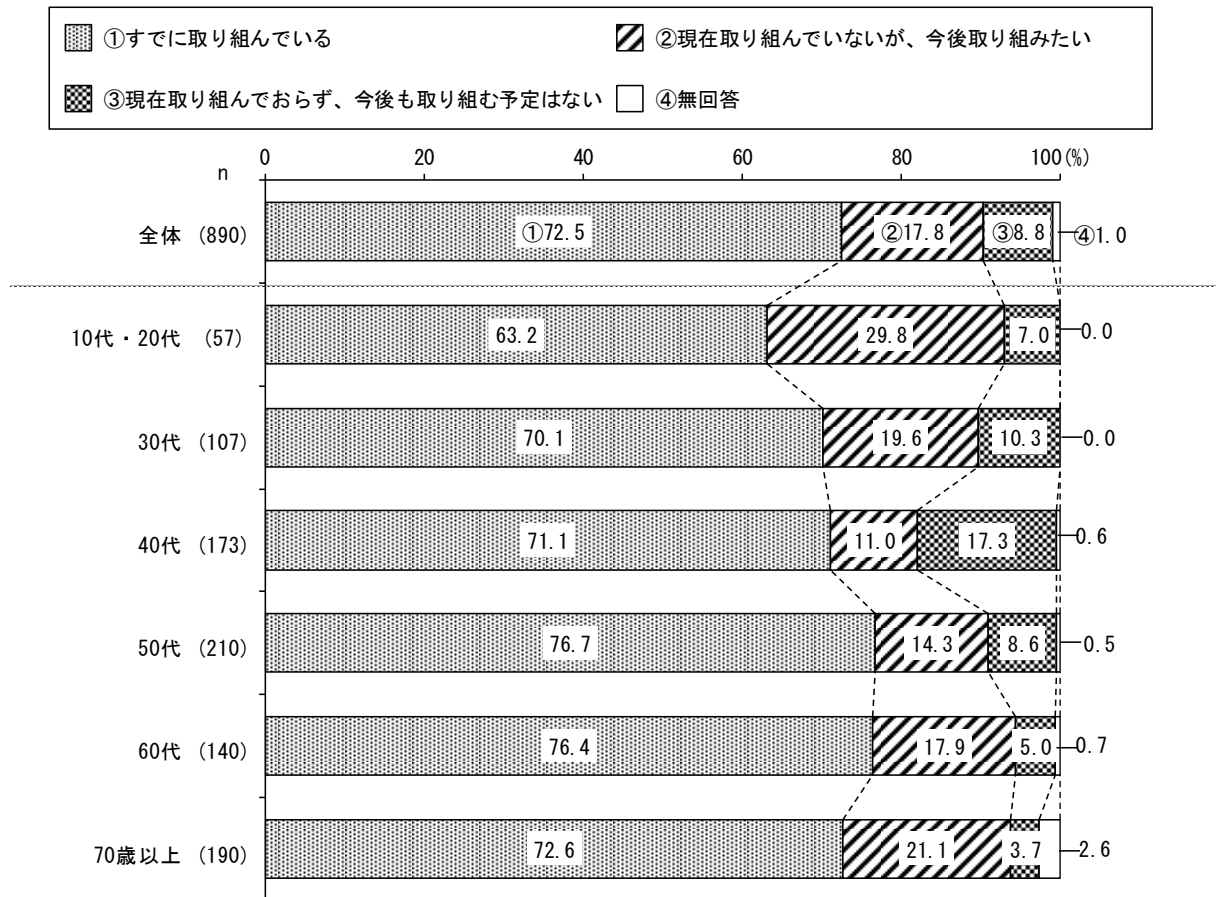
（２）食品ロスを減らすために、行っていること

◎「すでに取り組んでいる」方が多いのは『家庭では、食べ切る量を調理して、食べ残しをしないようにする』が８割台半ば超え

問１４ 「食品ロス削減に向けた取組」について、あなたの状況を教えてください。 (ア～ケそれぞれで、１～３に１つだけ○をつけてください)				
	(n=890)			
	すでに取り組んでいる	現在取り組んでいないが、今後取り組みたい	現在取り組んでおらず、今後取り組み予定はない	無回答
ア 買い物をする前に、冷蔵庫や収納庫の在庫をメモするなど必要な食品を確認する	72.5%	17.8%	8.8%	1.0%
イ 売り場では、すぐに消費する食品は手前に陳列されている商品から購入する	53.4	23.0	21.7	1.9
ウ 食品は、ばら売りや量り売りなどを利用し、必要な食材をこまめに購入する	54.8	22.1	20.9	2.1
エ 家庭では、食べ切る量を調理して、食べ残しをしないようにする	87.9	8.2	3.0	0.9
オ 野菜や果物の皮を薄くむいたり、食材として活用して生ごみを減らす	51.0	31.6	16.4	1.0
カ 食べ切れなかった場合は、他の料理に作り替えるなど献立や調理方法を工夫する	76.6	15.5	6.6	1.2
キ 外食時は、食べ切る量（小盛りメニュー等）を選ぶ	86.2	8.3	3.9	1.6
ク フードドライブとして食品を提供する	6.7	43.1	48.3	1.8
ケ フードシェアリングサービスを活用する	2.5	37.8	58.0	1.8

図 4-2-1 食品ロスを減らすために、行っていること
(年代別)

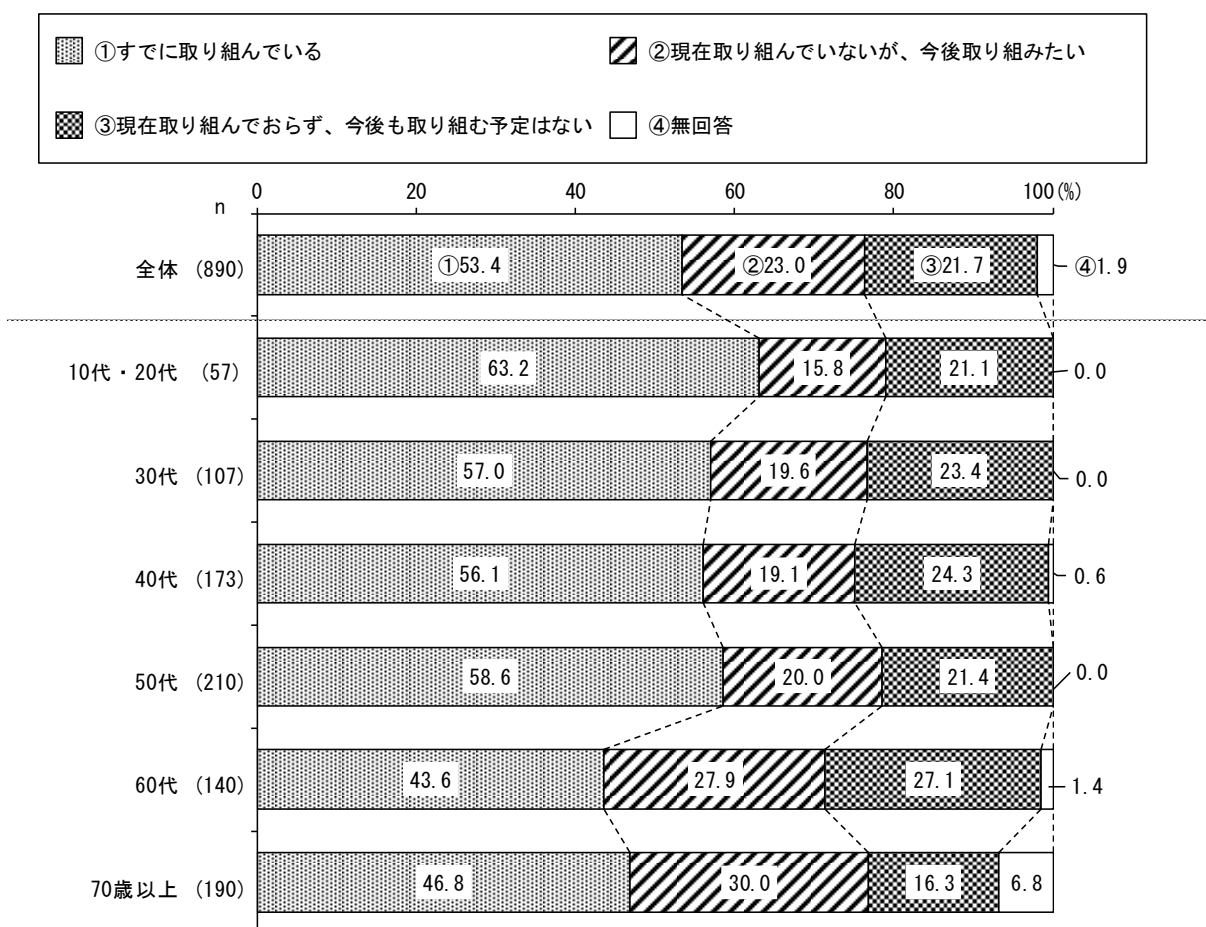
『ア 買い物をする前に、冷蔵庫や収納庫の在庫をメモするなど必要な食品を確認する』



『買い物をする前に、冷蔵庫や収納庫の在庫をメモするなど必要な食品を確認する』について、年代別でみると、「現在取り組んでいないが、今後取り組みたい」は10代・20代（29.8%）が3割弱と、全体（17.8%）を12.0ポイント上回っている。（図4-2-1）

図4-2-2 食品ロスを減らすために、行っていること
（年代別）

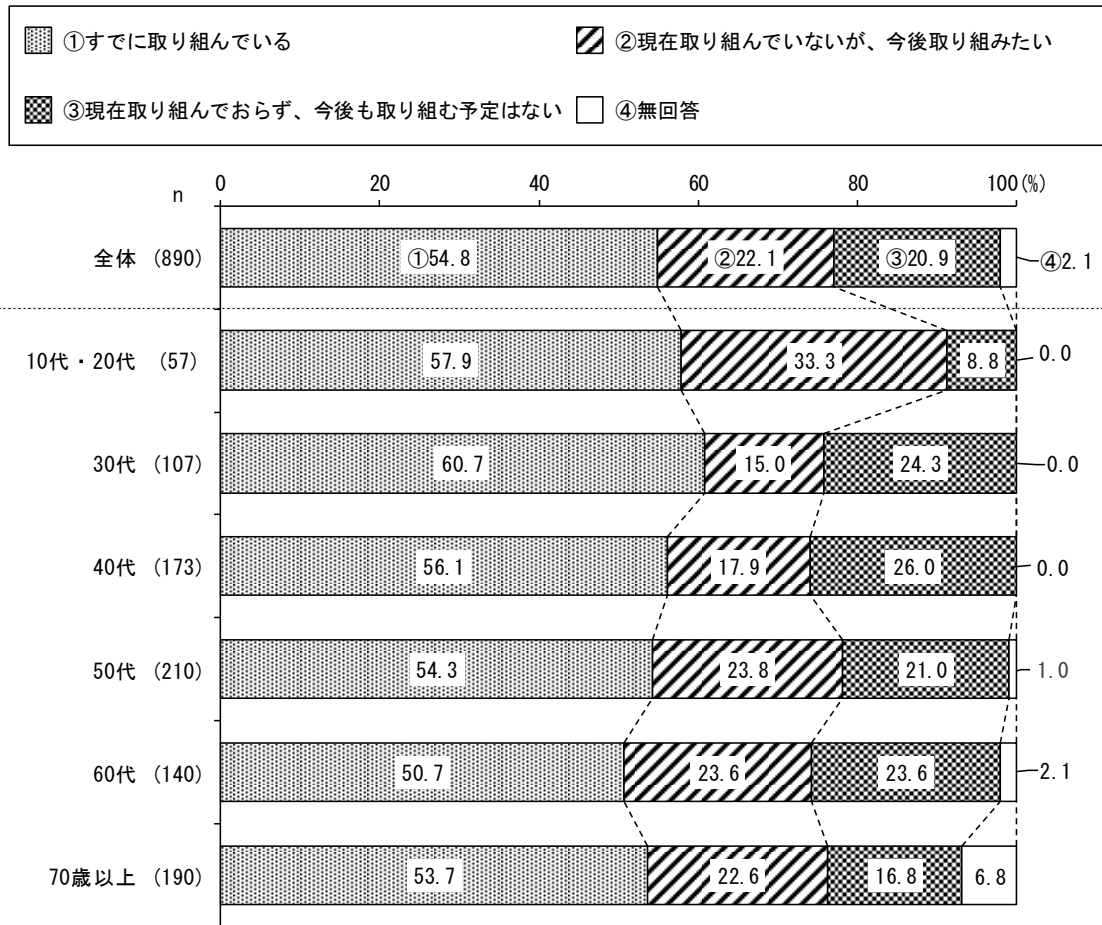
『イ 売り場では、すぐに消費する食品は手前に陳列されている商品から購入する』



『売り場では、すぐに消費する食品は手前に陳列されている商品から購入する』について、年代別でみると、「すでに取り組んでいる」は10代・20代（63.2%）が6割台半ば近くと、全体（53.4%）を9.8ポイント上回っている。（図4-2-2）

図4-2-3 食品ロスを減らすために、行っていること
(年代別)

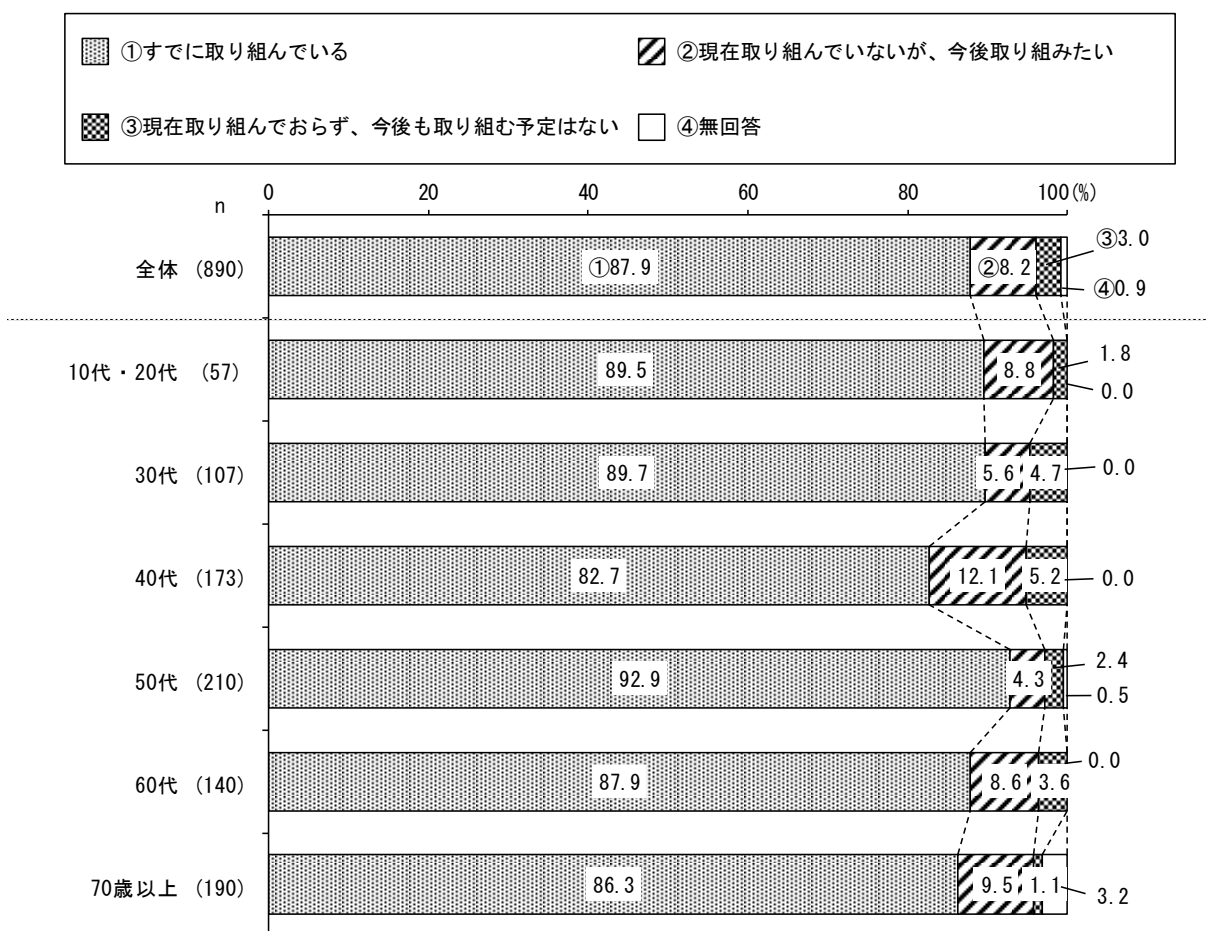
『ウ 食品は、ばら売りや量り売りなどを利用し、必要な食材をこまめに購入する』



『食品は、ばら売りや量り売りなどを利用し、必要な食材をこまめに購入する』について、年代別でみると、「現在取り組んでいないが、今後取り組みたい」は10代・20代（33.3%）が3割台半ば近くと、全体（22.1%）を11.2ポイント上回っている。（図4-2-3）

図4-2-4 食品ロスを減らすために、行っていること
（年代別）

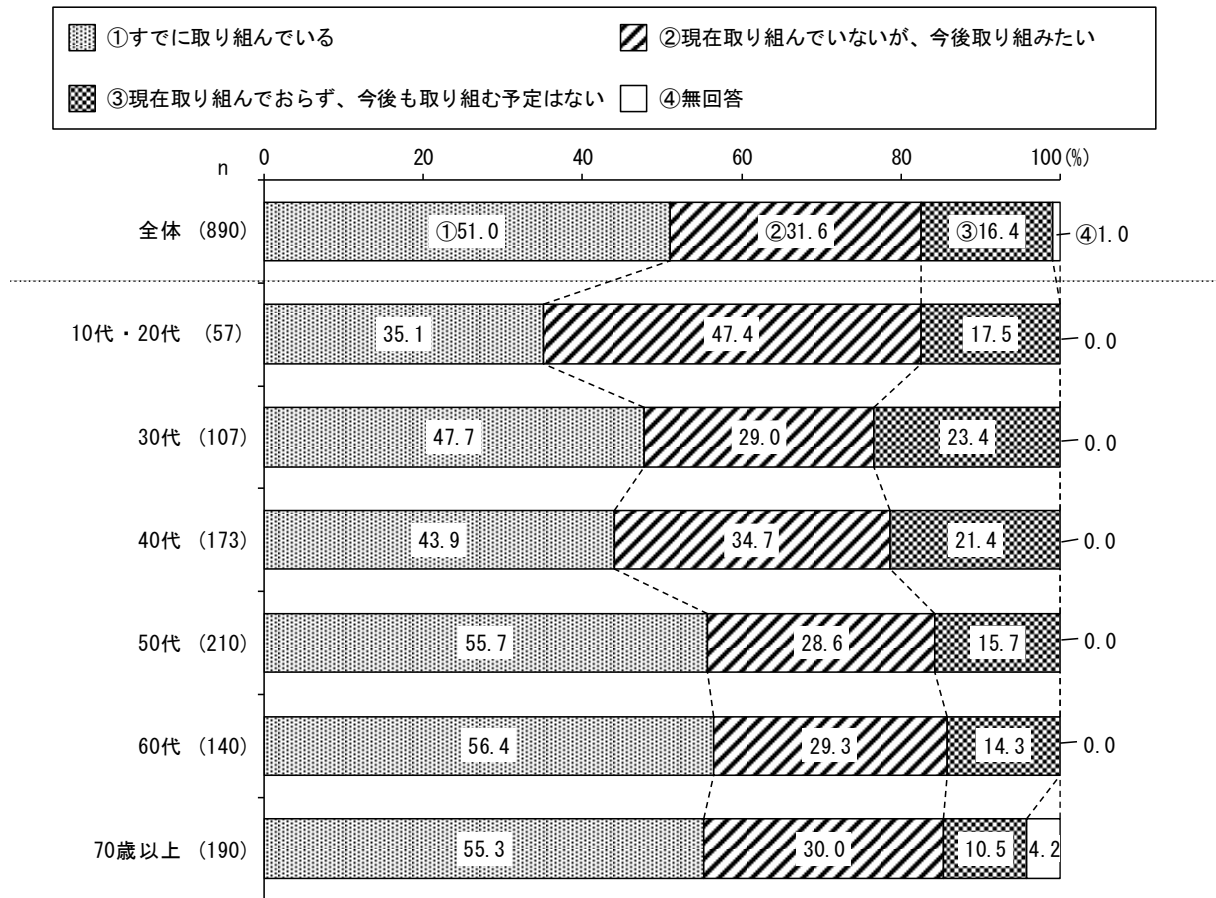
『エ 家庭では、食べ切る量を調理して、食べ残しをしないようにする』



『家庭では、食べ切る量を調理して、食べ残しをしないようにする』について、年代別でみると、「すでに取り組んでいる」は50代（92.9%）が9割強と、全体（87.9%）を5.0ポイント上回っている。（図4-2-4）

図4-2-5 食品ロスを減らすために、行っていること
(年代別)

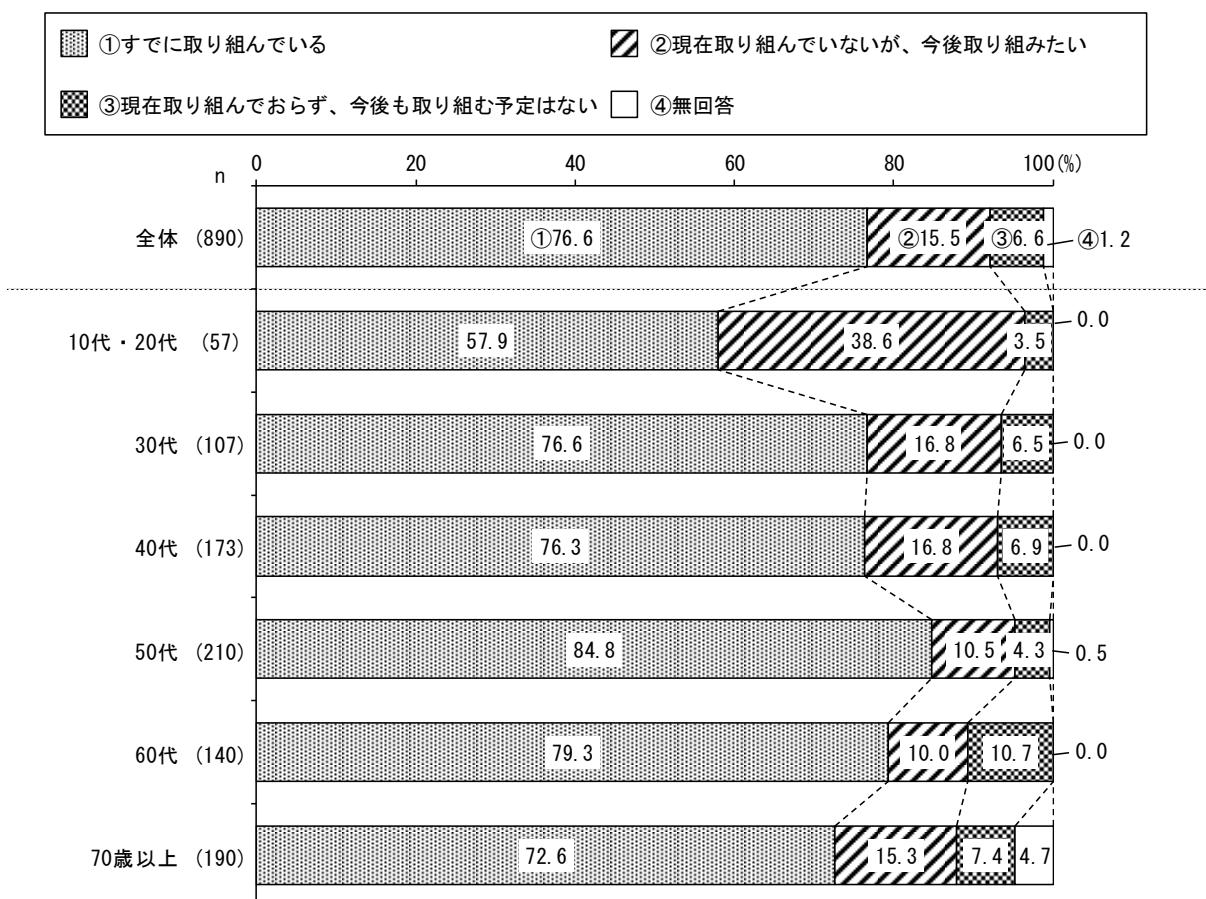
『オ 野菜や果物の皮を薄くむいたり、食材として活用して生ごみを減らす』



『野菜や果物の皮を薄くむいたり、食材として活用して生ごみを減らす』について、年代別で見ると、「すでに取り組んでいる」は10代・20代(35.1%)が3割台半ばと、全体(51.0%)を15.9ポイント下回っている。(図4-2-5)

図4-2-6 食品ロスを減らすために、行っていること
（年代別）

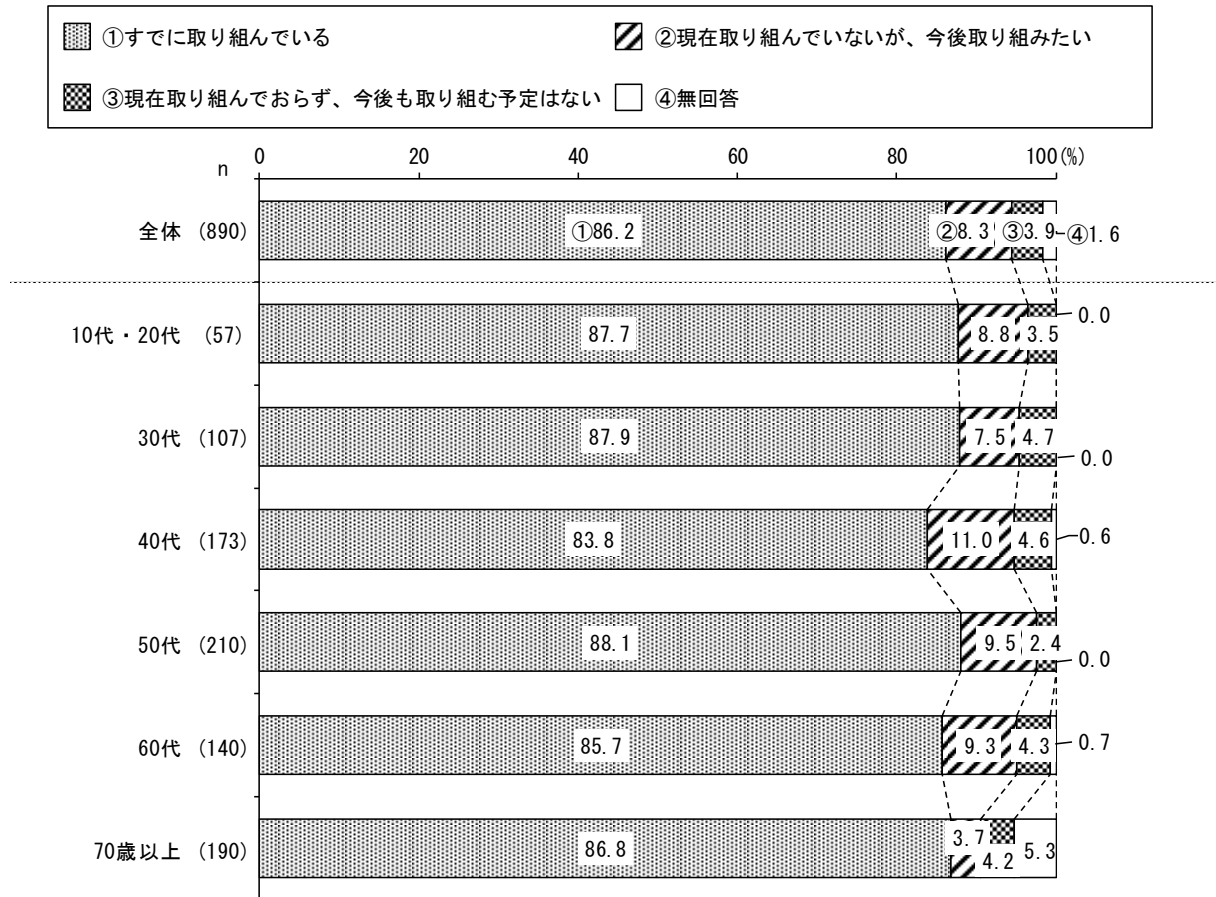
『カ 食べ切れなかった場合は、他の料理に作り替えるなど献立や調理方法を工夫する』



『食べ切れなかった場合は、他の料理に作り替えるなど献立や調理方法を工夫する』について、年代別でみると、「現在取り組んでいないが、今後取り組みたい」は10代・20代（38.6%）が4割近くと、全体（15.5%）を23.1ポイント上回っている。（図4-2-6）

図 4-2-7 食品ロスを減らすために、行っていること
(年代別)

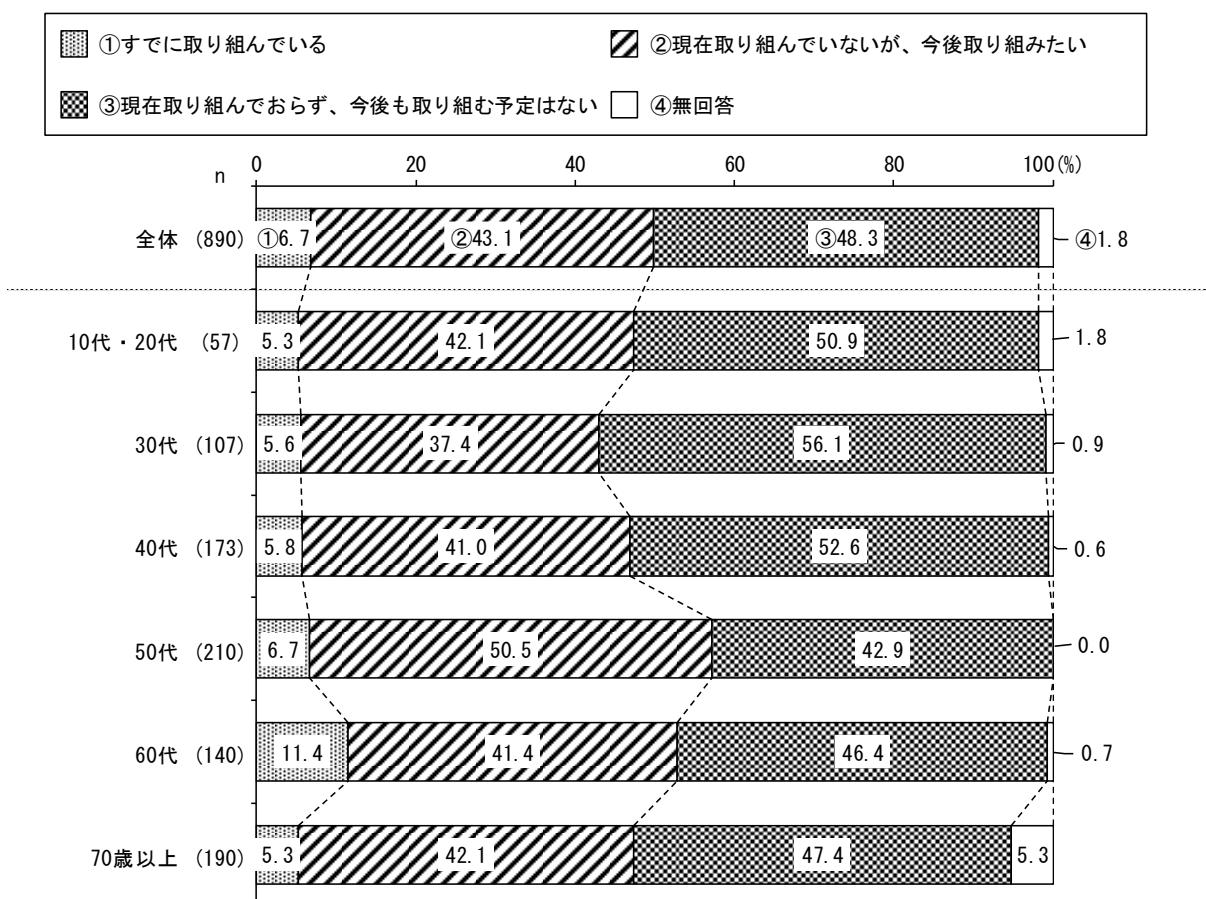
『キ 外食時は、食べ切る量(小盛りメニュー等)を選ぶ』



『外食時は、食べ切る量(小盛りメニュー等)を選ぶ』について、年代別でみると、「現在取り組んでいないが、今後取り組みたい」は70歳以上(3.7%)が1割未満と、全体(8.3%)を4.6ポイント下回っている。(図4-2-7)

図4-2-8 食品ロスを減らすために、行っていること
（年代別）

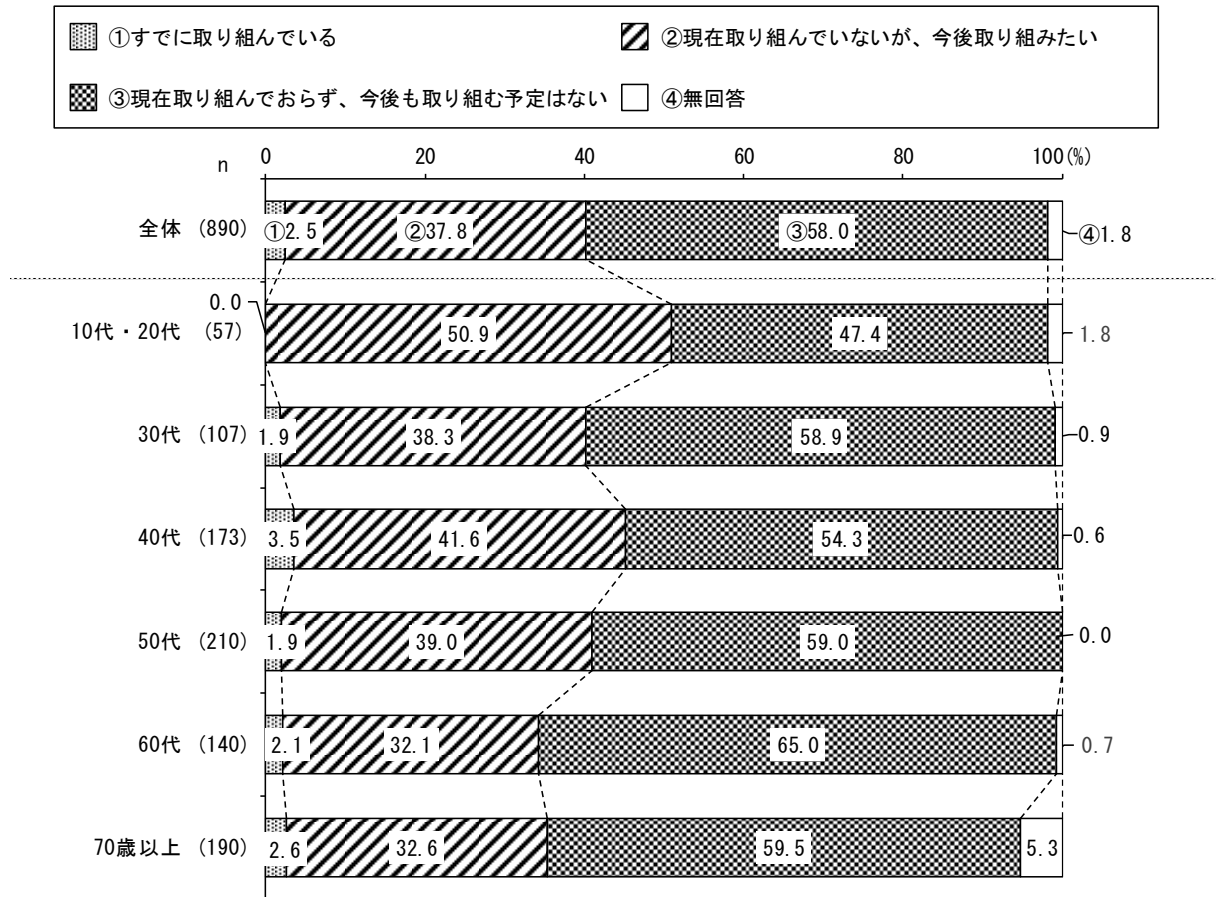
『クフードドライブとして食品を提供する』



『フードドライブとして食品を提供する』について、年代別でみると、「現在取り組んでいないが、今後取り組みたい」は50代（50.5%）が約5割と、全体（43.1%）を7.4ポイント上回っている。（図4-2-8）

図 4-2-9 食品ロスを減らすために、行っていること
(年代別)

『ケ フードシェアリングサービスを活用する』



『フードシェアリングサービスを活用する』について、年代別でみると、「現在取り組んでいないが、今後取り組みたい」は10代・20代（50.9%）が約5割と、全体（37.8%）を13.1ポイント上回っている。（図4-2-9）

Ⅱ 調査の結果（テーマ４ ごみの減量とリサイクルについて）

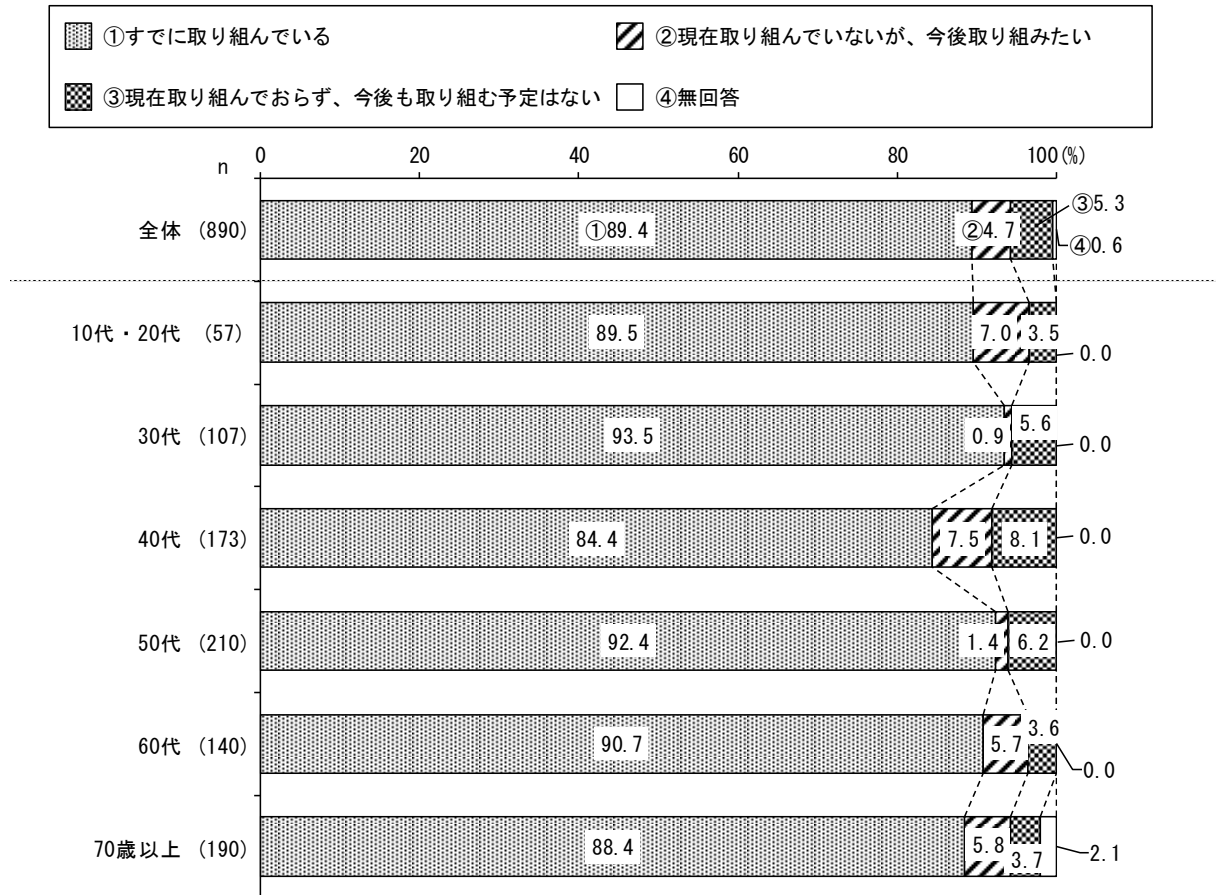
（３）プラスチックごみ削減のために、行っていること

◎「すでに取り組んでいる」方が多いのは『区の資源回収を利用し、資源プラスチック・ペットボトル等を資源として排出する』が約９割

問１５ 「プラスチック使用削減やプラスチックごみ削減に向けた取組」について、あなたの状況を教えてください。 (ア～カそれぞれで、１～３に１つだけ○をつけてください)				
	すでに取り組んでいる	今後取り組みたい	現在取り組んでいないが、 現在取り組む予定はない	無回答
ア マイバッグを持参するなど、できる限りレジ袋を受け取らない	89.4%	4.7%	5.3%	0.6%
イ マイボトルを持参するなど、使い捨ての飲料容器（ペットボトル等）をできる限り使用しない	53.0	24.4	21.3	1.2
ウ プラスチック製の食器（スプーン・フォーク等）、ストロー、おしぼり、アメニティグッズ、雨天時の傘袋等をできる限り受け取らない	54.3	27.6	17.1	1.0
エ 区の資源回収を利用し、資源プラスチック・ペットボトル等を資源として排出する	90.6	6.3	2.6	0.6
オ スーパーマーケット等での店頭回収を利用し、缶、食品トレイ・ペットボトル等を資源として排出する	39.9	30.3	28.5	1.2
カ リサイクル材や、植物を原料としたプラスチック（バイオマスプラスチック）などを使った製品を積極的に選ぶ	26.0	54.5	18.3	1.2

図 4-3-1 プラスチックごみ削減のために、行っていること
(年代別)

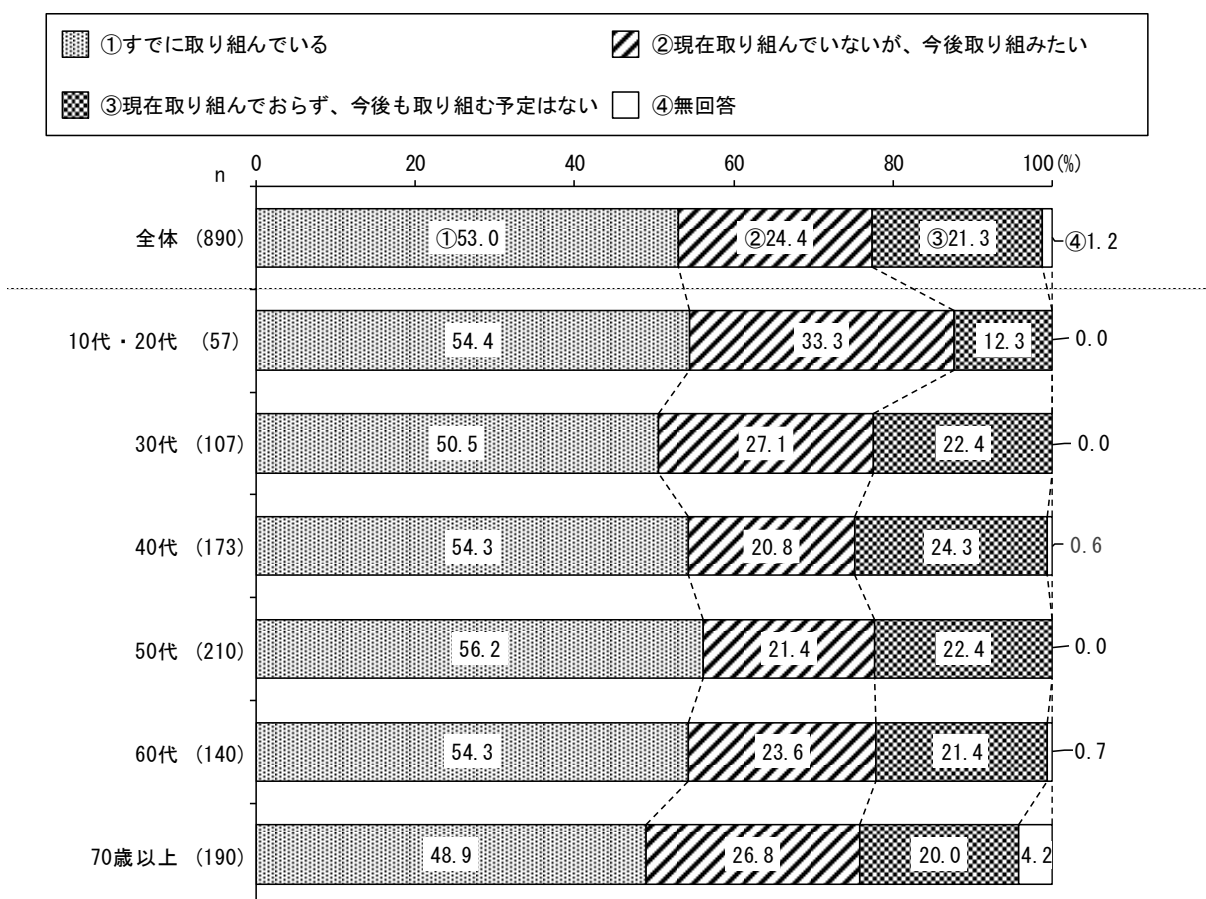
『ア マイバッグを持参するなど、できる限りレジ袋を受け取らない』



『マイバッグを持参するなど、できる限りレジ袋を受け取らない』について、年代別でみると、「すでに取り組んでいる」は30代（93.5%）が9割台半ば近くと、全体（89.4%）を4.1ポイント上回っている。（図4-3-1）

図4-3-2 プラスチックごみ削減のために、行っていること
（年代別）

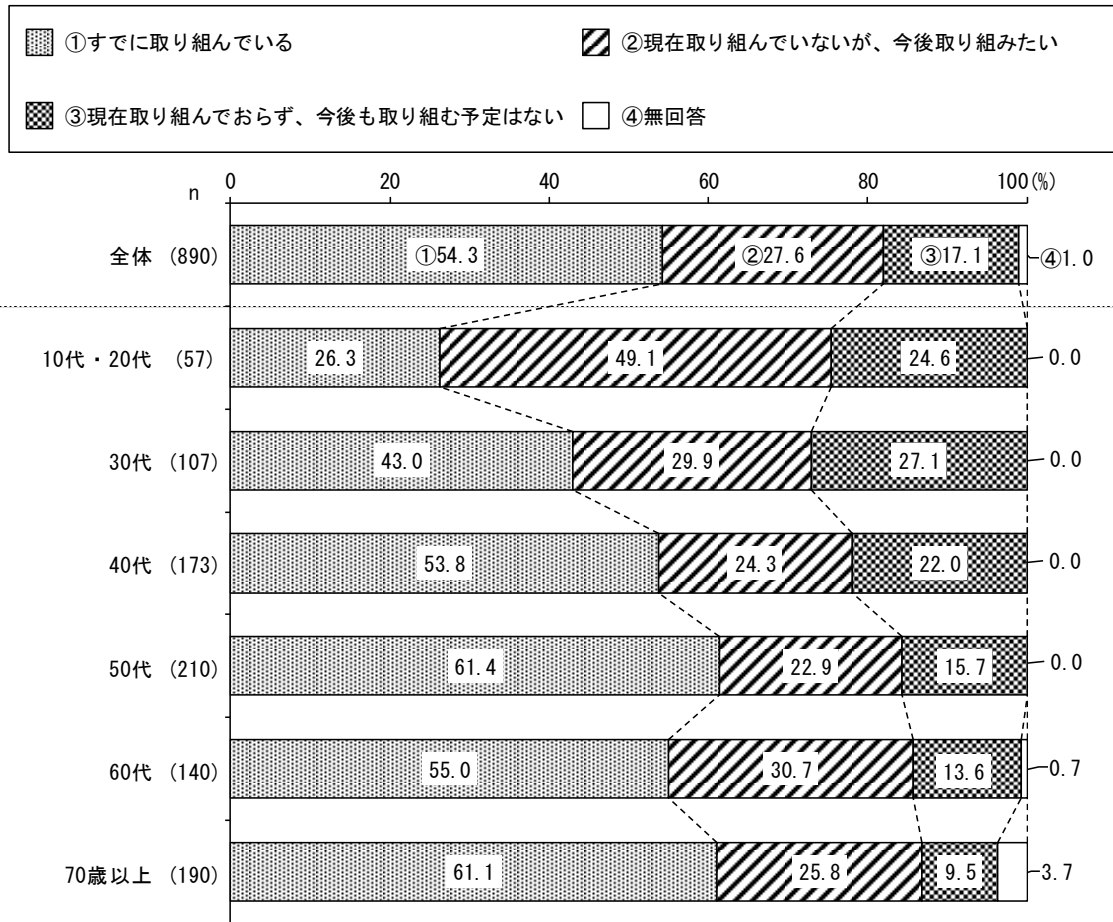
『マイボトルを持参するなど、使い捨ての飲料容器（ペットボトル等）をできる限り使用しない』



『マイボトルを持参するなど、使い捨ての飲料容器（ペットボトル等）をできる限り使用しない』について、年代別でみると、「現在取り組んでいないが、今後取り組みたい」は10代・20代（33.3%）が3割台半ば近くと、全体（24.4%）を8.9ポイント上回っている。（図4-3-2）

図 4-3-3 プラスチックごみ削減のために、行っていること
(年代別)

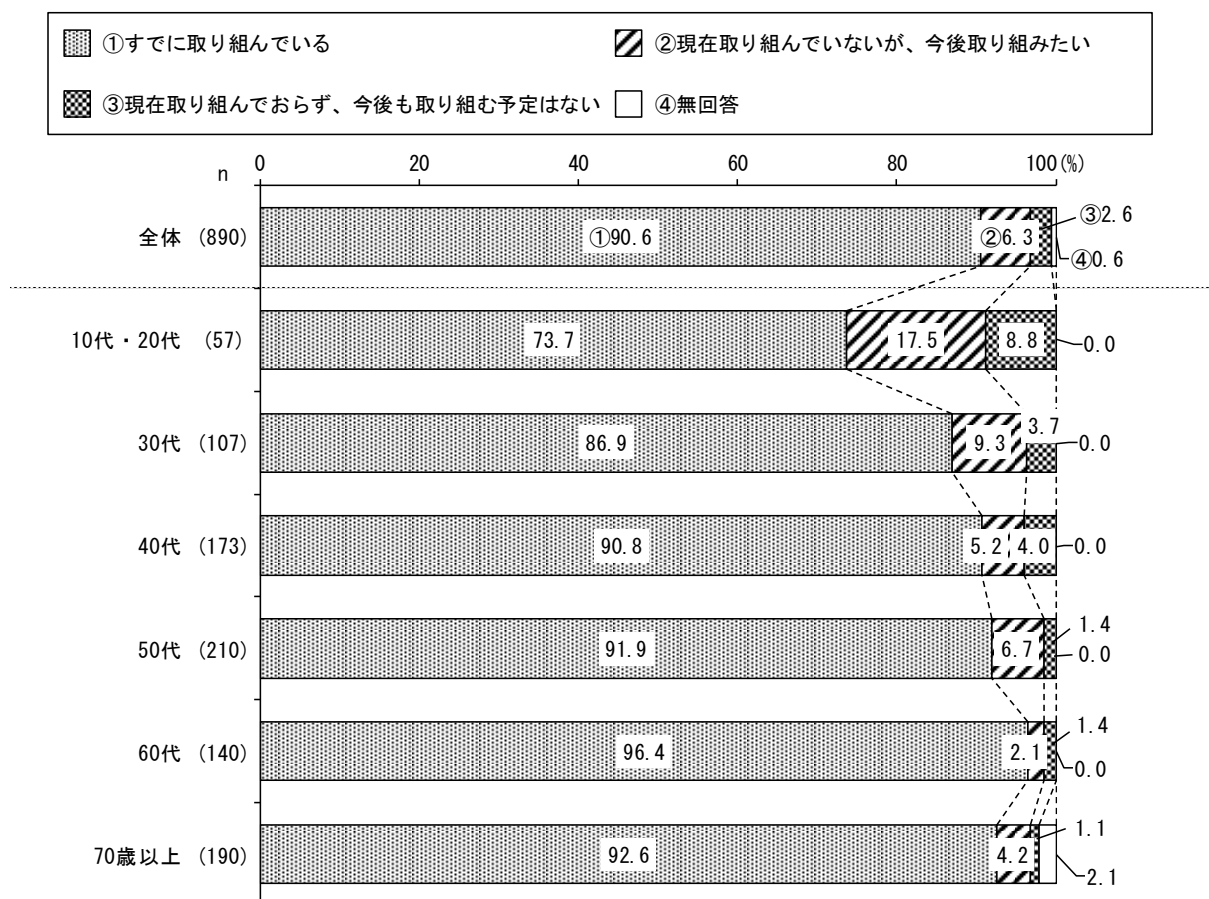
『ウ プラスチック製の食器（スプーン・フォーク等）、ストロー、おしぼり、アメニティグッズ、雨天時の傘袋等をできる限り受け取らない』



『プラスチック製の食器（スプーン・フォーク等）、ストロー、おしぼり、アメニティグッズ、雨天時の傘袋等をできる限り受け取らない』について、年代別でみると、「すでに取り組んでいる」は10代・20代（26.3%）が2割台半ばを超え、全体（54.3%）を28.0ポイント下回っている。（図4-3-3）

図4-3-4 プラスチックごみ削減のために、行っていること
（年代別）

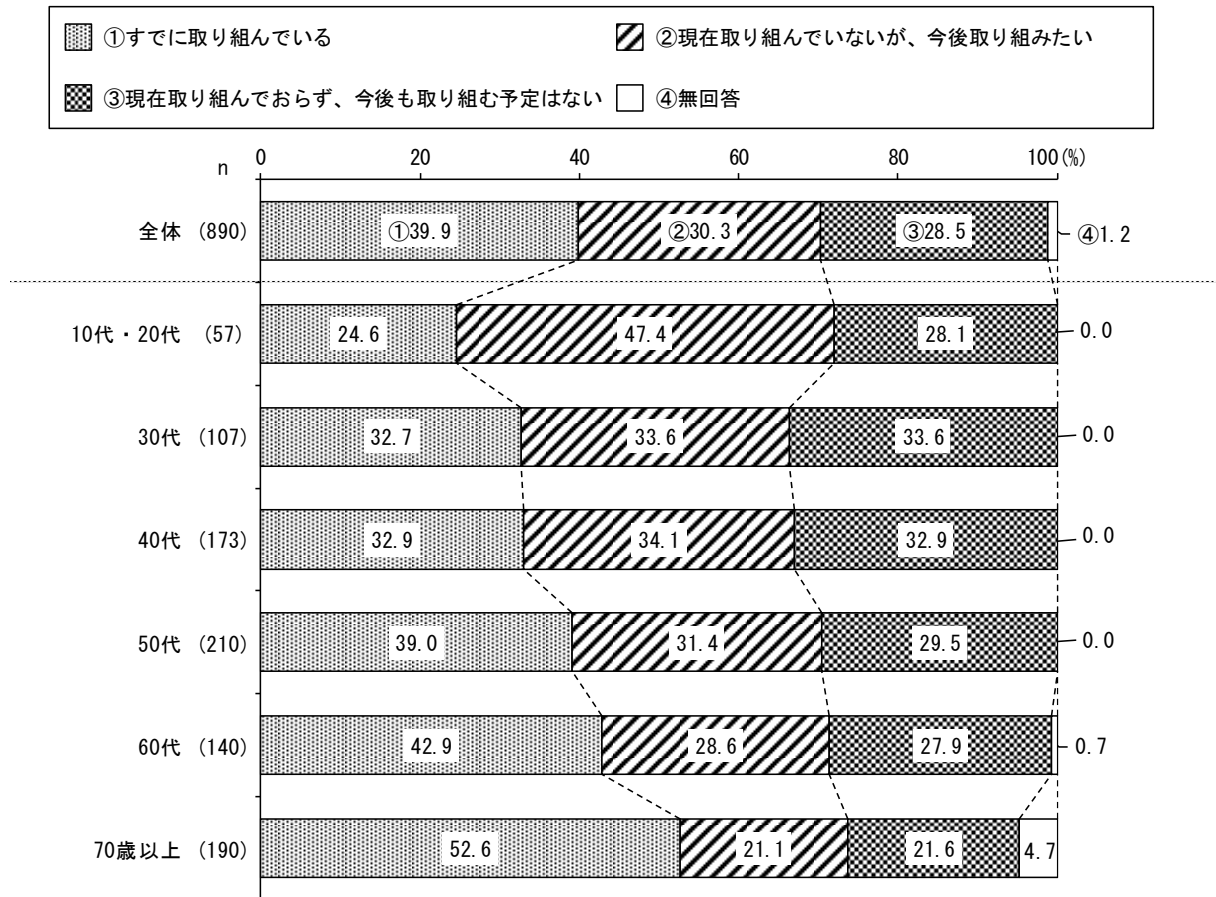
『エ 区の資源回収を利用し、資源プラスチック・ペットボトル等を資源として排出する』



『区の資源回収を利用し、資源プラスチック・ペットボトル等を資源として排出する』について、年代別でみると、「すでに取り組んでいる」は10代・20代（73.7%）が7割台半ば近くと、全体（90.6%）を16.9ポイント下回っている。（図4-3-4）

図 4-3-5 プラスチックごみ削減のために、行っていること
(年代別)

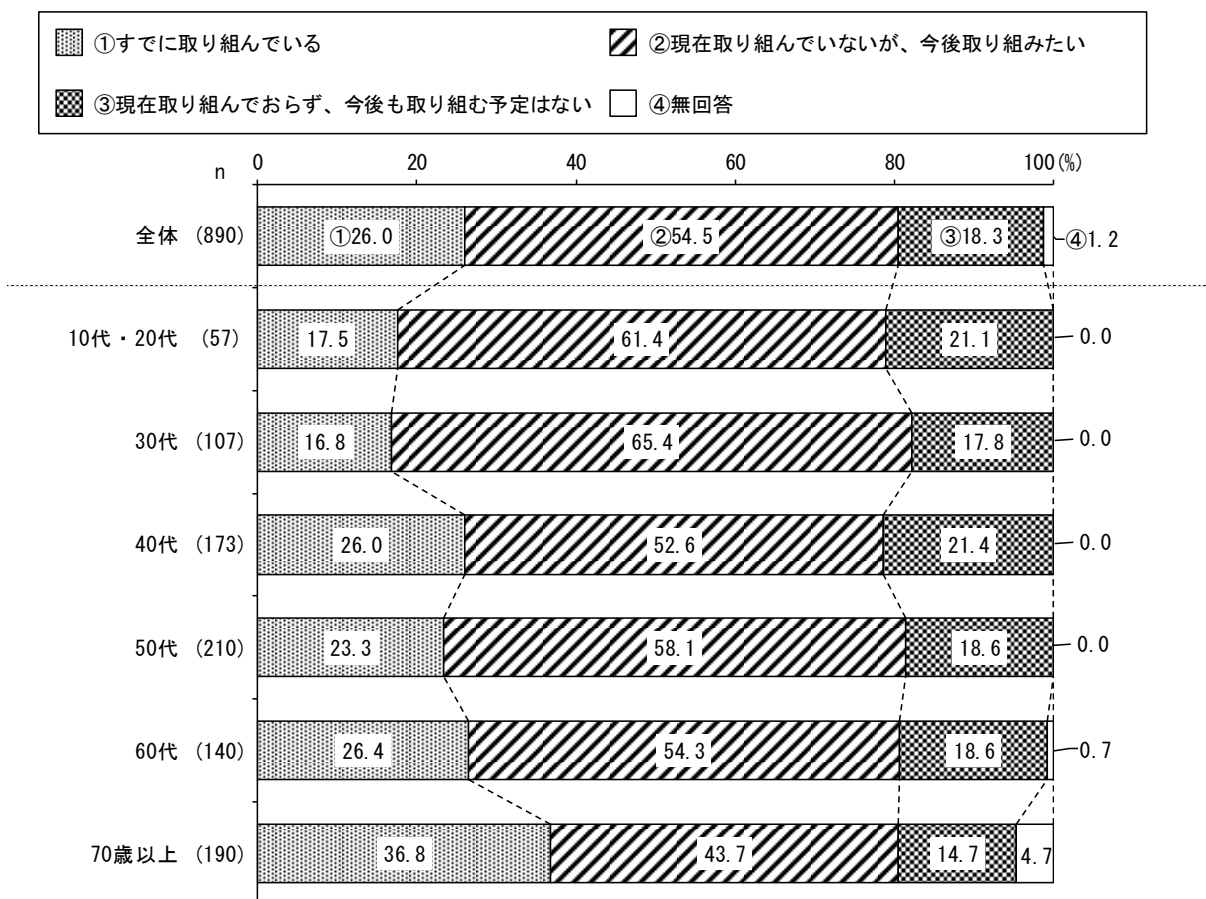
『オ スーパーマーケット等での店頭回収を利用し、缶、食品トレー、ペットボトル等を
資源として排出する』



『スーパーマーケット等での店頭回収を利用し、缶、食品トレー、ペットボトル等を資源として排出する』について、年代別でみると、「現在取り組んでいないが、今後取り組みたい」は 10 代・20 代 (47.4%) が 4 割台半ばを超え、全体 (30.3%) を 17.1 ポイント上回っている。(図 4-3-5)

図4-3-6 プラスチックごみ削減のために、行っていること
（年代別）

『カ リサイクル材や、植物を原料としたプラスチック（バイオマスプラスチック）などを使った製品を積極的に選ぶ』



『リサイクル材や、植物を原料としたプラスチック（バイオマスプラスチック）などを使った製品を積極的に選ぶ』について、年代別でみると、「現在取り組んでいないが、今後取り組みたい」は30代（65.4%）が6割台半ばと、全体（54.5%）を10.9ポイント上回っている。

（図4-3-6）

(4) ごみ・資源の出し方

◎『ペットボトル』では、「資源」の回収日に出すが8割台半ば近く

問16 新宿区では、古紙（新聞・雑誌・段ボール等）、資源プラスチック、びん、缶、ペットボトル、スプレー缶・カセットボンベ、乾電池等を「資源・ごみ集積所」で回収しています。また、地域や集合住宅における集団回収のほか、販売店等でも一部の品目を回収しています。あなたは下記の品目をどのように出していますか。

（ア～ケそれぞれで、あてはまるものにいくつでも○をつけてください）

(n=890)

	燃やすごみ (週2回)	金属・陶器・ガラスごみ (月2回)	資源 (週1回)	地域の集団回収	販売店等による回収 (※1)	無回答
ア 新聞・チラシ	18.5%	0.9%	64.3%	19.1%	1.5%	2.6%
イ 雑誌・段ボール	4.9	0.2	78.7	18.7	0.1	1.6
ウ 雑がみ（菓子箱・包装紙等）	50.1	0.4	41.1	11.0	0.4	1.9
エ 資源プラスチック（※2）	11.0	1.5	82.7		3.3	4.9
オ びん	1.1	19.0	70.8	9.4	0.7	1.3
カ 缶	1.0	13.9	72.8	11.6	1.3	1.8
キ ペットボトル	2.6	3.5	84.6		7.6	4.7
ク スプレー缶・カセットボンベ	1.0	27.3	64.8			7.5
ケ 乾電池等（※3）	0.9	17.6	63.8		13.3	6.4

（※1）販売店等による回収とは、スーパーマーケット等での缶、食品トレイ、ペットボトルの店頭回収のほか、新聞販売店等による新聞紙の回収、生協等による宅配時の容器回収などを含みます。

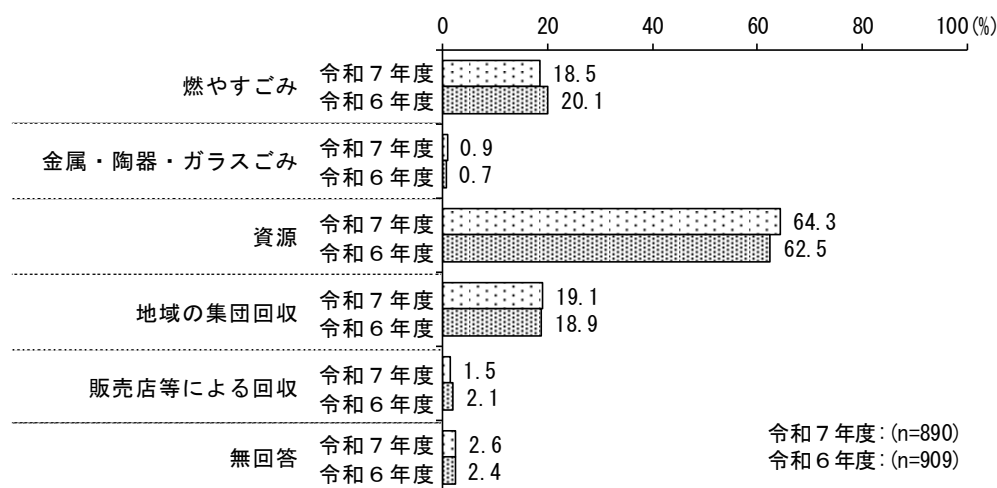
（※2）資源プラスチックとは、容器包装プラスチック及び100%プラスチックでできている製品を指し、令和6年4月から週1回、資源・ごみ集積所で回収しています。

（※3）乾電池等とは、乾電池のほか、リチウムイオン電池等の小型充電式電池を含みます。令和7年4月からリチウムイオン電池等の小型充電式電池を週1回、資源・ごみ集積所で回収しています。

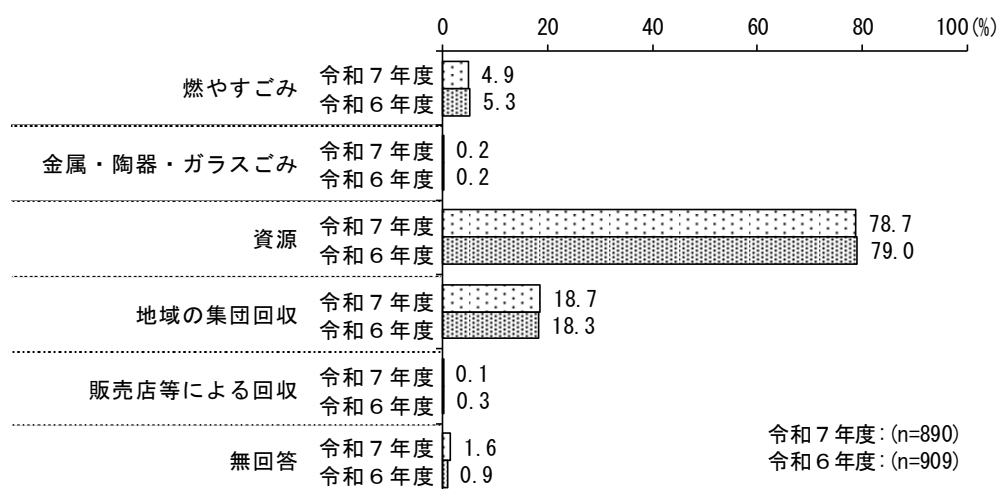
図4-4-1 ごみ・資源の出し方（経年推移）

『(ア) 新聞・チラシ』・『(イ) 雑誌・段ボール』

『(ア) 新聞・チラシ』



『(イ) 雑誌・段ボール』



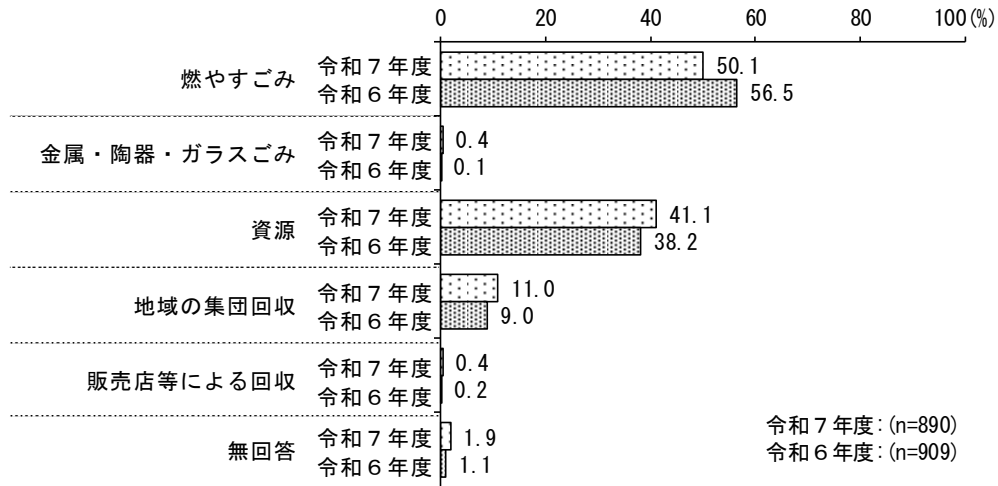
ごみ・資源の出し方についてそれぞれみると、『新聞・チラシ』では、「資源」（64.3%）が6割台半ば近くで最も高く、次いで「地域の集団回収」（19.1%）が2割弱、「燃やすごみ」（18.5%）が2割近くと続いている。

前回の調査結果（令和6年度区政モニターアンケート調査）と比較すると、「資源」（64.3%）が前回（62.5%）から1.8ポイント高くなっている。

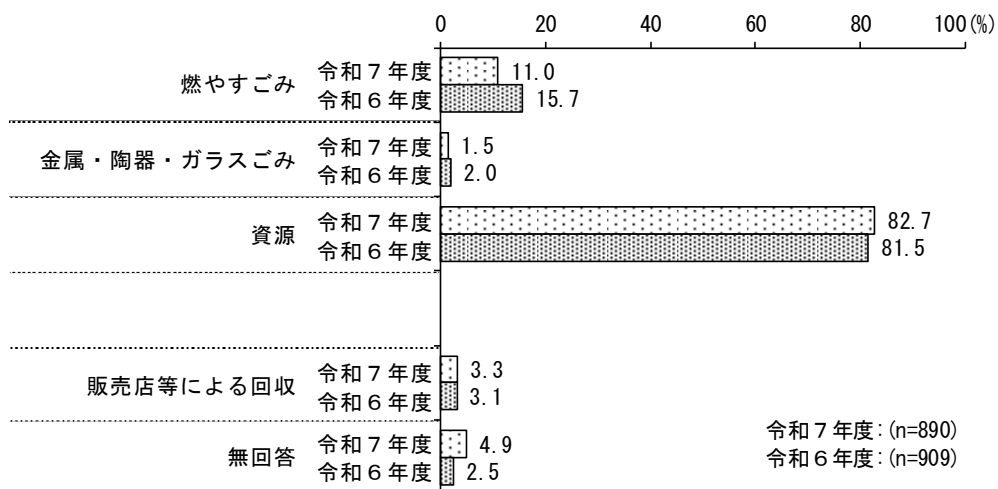
『雑誌・段ボール』では、「資源」（78.7%）が8割近くで最も高く、次いで「地域の集団回収」（18.7%）が2割近くと続いている。（図4-4-1）

図 4-4-2 ごみ・資源の出し方（経年推移）
『(ウ) 雑がみ（菓子箱・包装紙等）』・『(エ) 資源プラスチック』

『(ウ) 雑がみ（菓子箱・包装紙等）』



『(エ) 資源プラスチック』



『雑がみ（菓子箱・包装紙等）』では、「燃やすごみ」（50.1%）が約 5 割で最も高く、次いで「資源」（41.1%）が 4 割強となっている。

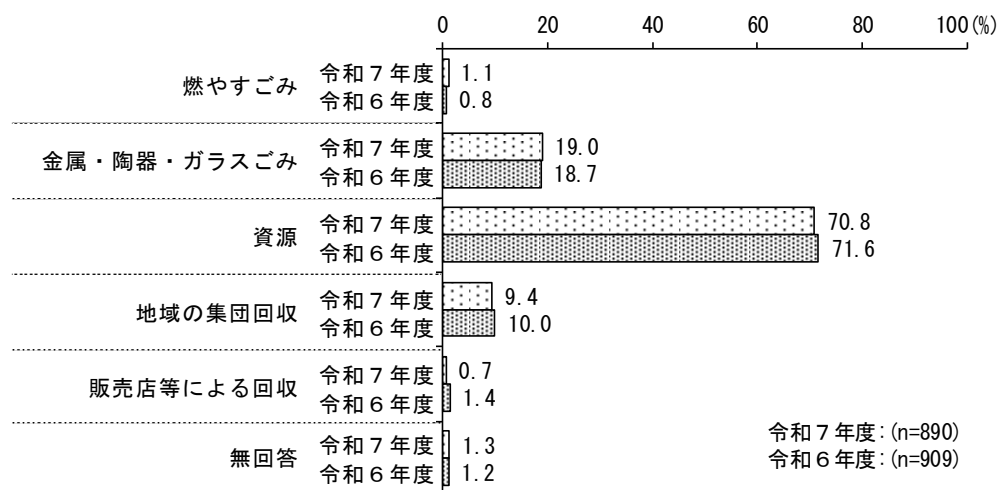
前回の調査結果（令和 6 年度区政モニターアンケート調査）と比較すると、「燃やすごみ」（50.1%）が前回（56.5%）から 6.4 ポイント低くなっている。

『資源プラスチック』では、「資源」（82.7%）が 8 割強で最も高く、次いで「燃やすごみ」（11.0%）が 1 割強と続いている。

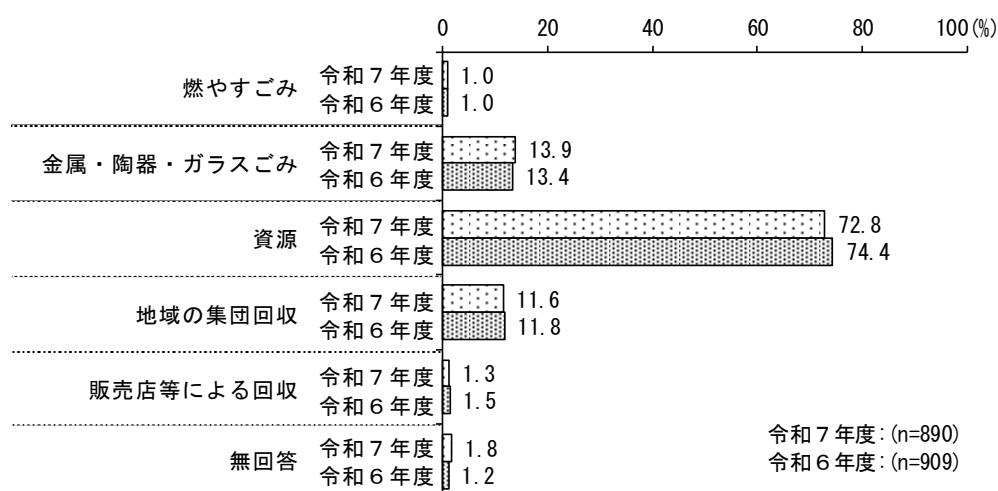
前回の調査結果（令和 6 年度区政モニターアンケート調査）と比較すると、「燃やすごみ」（11.0%）が前回（15.7%）から 4.7 ポイント低くなっている。（図 4-4-2）

図4-4-3 ごみ・資源の出し方（経年推移）
『(オ) びん』・『(カ) 缶』

『(オ) びん』



『(カ) 缶』

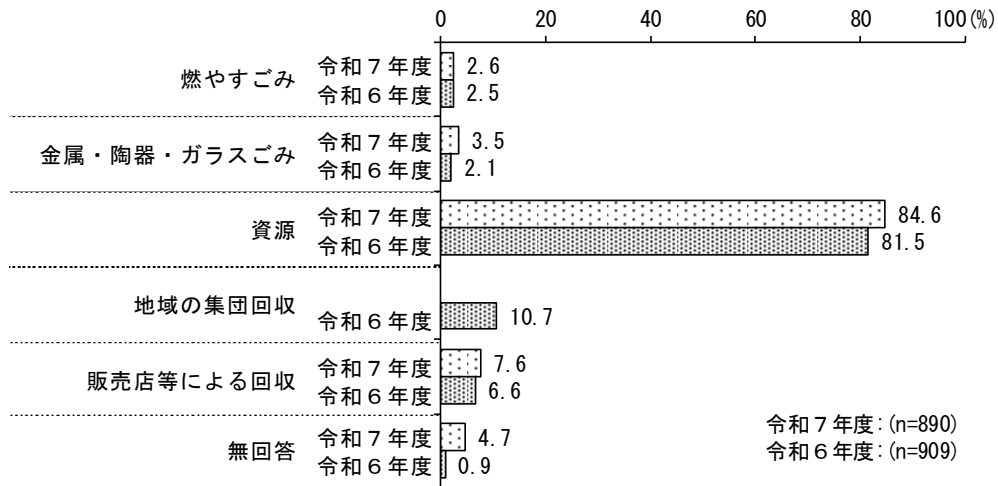


『びん』では、「資源」(70.8%)が約7割で最も高く、次いで「金属・陶器・ガラスごみ」(19.0%)が2割弱、「地域の集団回収」(9.4%)が1割弱と続いている。

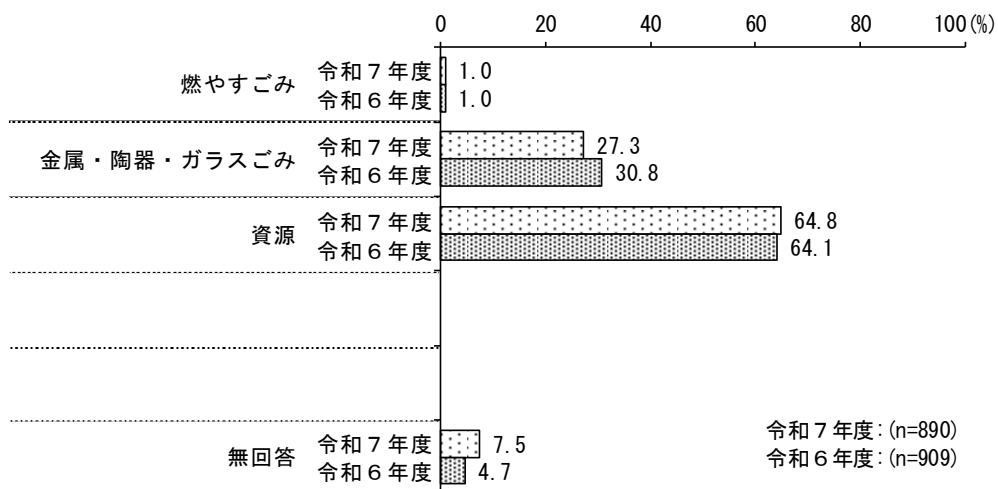
『缶』では、「資源」(72.8%)が7割強と最も高く、次いで「金属・陶器・ガラスごみ」(13.9%)が1割台半ば近く、「地域の集団回収」(11.6%)が1割強と続いている。(図4-4-3)

図 4-4-4 ごみ・資源の出し方（経年推移）
『(キ) ペットボトル』・『(ク) スプレー缶・カセットボンベ』

『(キ) ペットボトル』



『(ク) スプレー缶・カセットボンベ』



『ペットボトル』では、「資源」(84.6%) が 8 割半ば近くと最も高く、次いで「販売店等による回収」(7.6%) が 1 割未満と続いている。

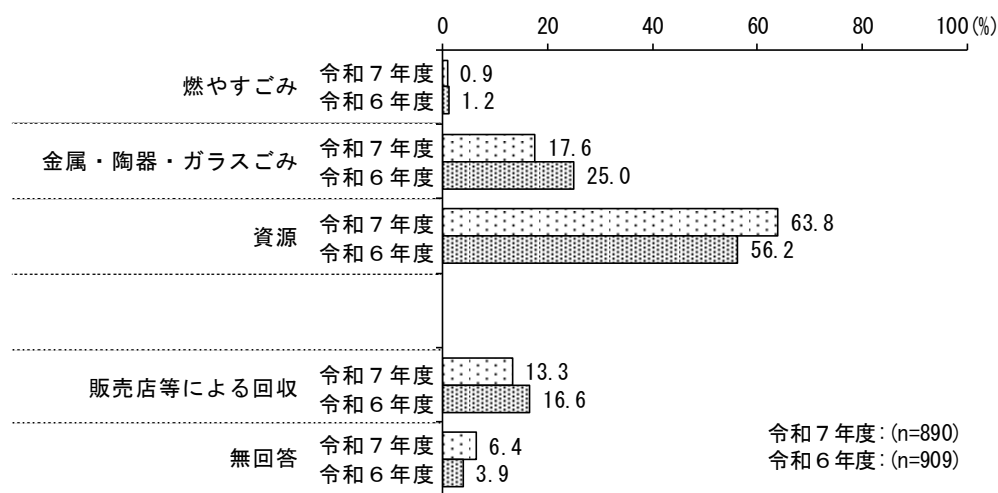
前回の調査結果（令和 6 年度区政モニターアンケート調査）と比較すると、「資源」(84.6%) が前回 (81.5%) から 3.1 ポイント高くなっている。

『スプレー缶・カセットボンベ』では、「資源」(64.8%) が 6 割台半ば近くで最も高く、次いで「金属・陶器・ガラスごみ」(27.3%) が 2 割台半ばを超えと続いている。

前回の調査結果（令和 6 年度区政モニターアンケート調査）と比較すると、「金属・陶器・ガラスごみ」(27.3%) が前回 (30.8%) から 3.5 ポイント低くなっている。（図 4-4-4）

図4-4-5 ごみ・資源の出し方（経年推移）
『(ケ) 乾電池等』

『(ケ) 乾電池等』



『乾電池等』では、「資源」（63.8%）が6割台半ば近くと最も高く、次いで「金属・陶器・ガラスごみ」（17.6%）が2割台半ばを超え、「販売店等による回収」（13.3%）が1割台半ば近くとなっている。

前回の調査結果（令和6年度区政モニターアンケート調査）と比較すると、「資源」（63.8%）が前回（56.2%）から7.6ポイント高くなっている。（図4-4-5）

(5) 資源（古紙）の日または地域の集団回収に出している雑がみ

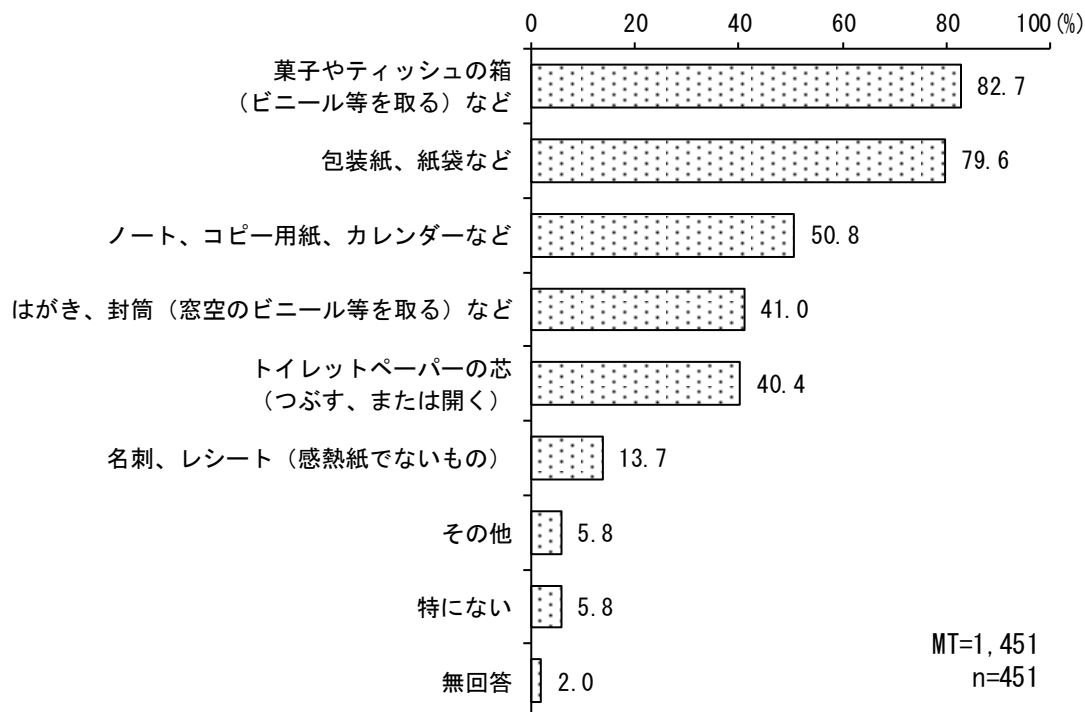
◎「菓子やティッシュの箱（ビニール等を取る）など」が8割強

問16-1 問16の(ウ)雑がみ（菓子箱・包装紙等）で、「3」または「4」に○をした方
にお伺いします。雑がみのうち、資源（古紙）の日または地域の集団回収に出しているのはどれで
すか。

（あてはまるものにいくつでも○をつけてください）

	(n=451)
1 菓子やティッシュの箱（ビニール等を取る）など	82.7%
2 包装紙、紙袋など	79.6
3 はがき、封筒（窓空のビニール等を取る）など	41.0
4 ノート、コピー用紙、カレンダーなど	50.8
5 トイレットペーパーの芯（つぶす、または開く）	40.4
6 名刺、レシート（感熱紙でないもの）	13.7
7 その他	5.8
8 特にない	5.8
無回答	2.0

図4-5 資源（古紙）の日または地域の集団回収に出している雑がみ



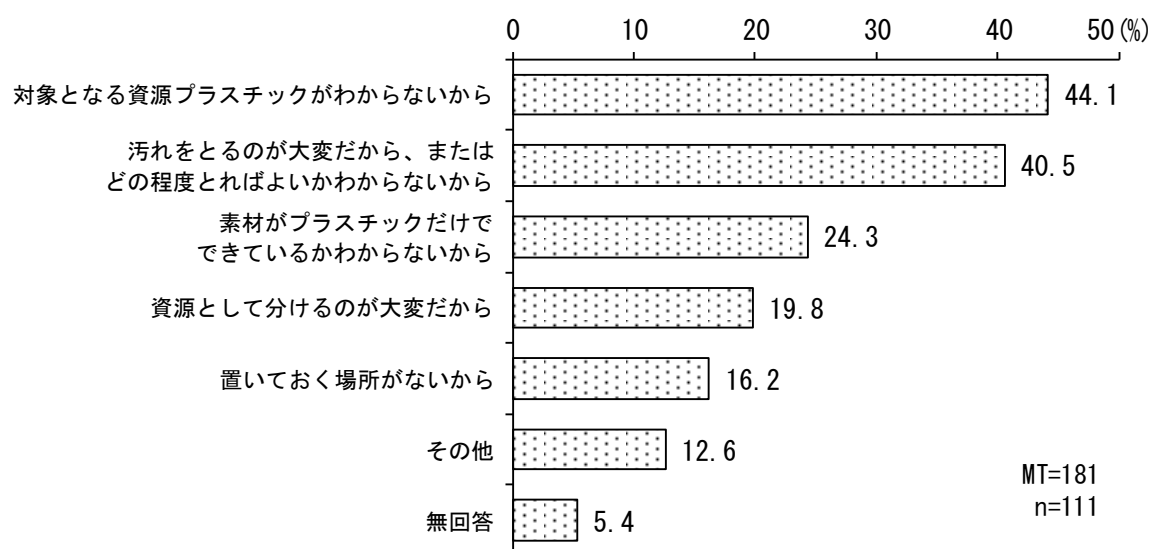
資源（古紙）の日または地域の集団回収に出している雑がみは、「菓子やティッシュの箱（ビニール等を取る）など」（82.7%）が8割強で最も高く、次いで「包装紙、紙袋など」（79.6%）が8割弱、「ノート、コピー用紙、カレンダーなど」（50.8%）が約5割と続いている。（図4-5）

（6）資源プラスチックを資源として出していない理由

◎「対象となる資源プラスチックがわからないから」が4割台半ば近く

問16-2 問16の（エ）資源プラスチックで、「1」または「2」に○をした方にお伺いします。資源プラスチックを資源として出していない理由は何ですか。（あてはまるものにいくつでも○をつけてください）	
	(n=111)
1 対象となる資源プラスチックがわからないから	44.1%
2 素材がプラスチックだけでできているかわからないから	24.3
3 汚れをとるのが大変だから、またはどの程度とればよいかわからないから	40.5
4 置いておく場所がないから	16.2
5 資源として分けるのが大変だから	19.8
6 その他	12.6
無回答	5.4

図4-6 資源プラスチックを資源として出していない理由



資源プラスチックを資源として出していない理由は、「対象となる資源プラスチックがわからないから」（44.1%）が4割台半ば近くと最も高く、次いで「汚れをとるのが大変だから、またはどの程度とればよいかわからないから」（40.5%）が約4割、「素材がプラスチックだけでできているかわからないから」（24.3%）が2割台半ば近くと続いている。（図4-6）

Ⅲ 資料（調査票）

令和 7 年度 新宿区区政モニターアンケート 第 2 回

- テーマ 1 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 2 幸福実感度と地域愛着度について
テーマ 3 『広報新宿』について
テーマ 4 ごみの減量とリサイクルについて

テーマ 1・3 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 7 年 9 月 5 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。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



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 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では認知症高齢者は増加しており、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、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

認知症とは、さまざまな原因により脳に変化がおこり、それまでできていたことができなくなり、生活に支障をきたした状態をいいます。

問1 あなたは認知症について以下のことを知っていますか。

（ア～ウそれぞれで、1～3に1つだけ○をつけてください）

	知っている	なんとなく知っている	知らない
ア 認知症は、高齢者だけでなく誰でもなる可能性がある身近なものである	1	2	3
イ 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、生活のしづらさを軽減したりできる可能性がある	1	2	3
ウ もの盗られ妄想（※）や興奮などの、介護を困難にする認知症の症状は、周囲の理解と適切な対応によって和らげることができる	1	2	3

（※）もの盗られ妄想とは、財布や通帳などの大切なものを、周りの人に盗られたと思い込んでしまう症状のことです。

問 2 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 2 - 1 へ

問 2 - 1 問 2 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 3 区では、認知症またはもの忘れについての心配や不安を医師に相談できる「認知症・もの忘れ相談」を実施しています。(※同封資料参照)
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

テーマ2 幸福実感度と地域愛着度について

新宿区（新宿自治創造研究所）では、区民の「暮らしやすさ」と「幸福実感」を指標で数値化・可視化した「ウェルビーイング」について、区の政策への活用の可能性を調査研究しています。

また、他自治体においては、「幸福実感」の一つの要因として、地域への愛着の度合いである「地域愛着度」が高いと、居住地域への定住・定住意向につながっているのではないかと研究が進められています。

そこで、区民の皆様に「幸福実感」と「地域愛着度」についておたずねし、「幸福実感」に関する意識を把握・分析するとともに、「幸福実感度」と「地域愛着度」、「地域愛着度」と定住・定住意向の関係性の詳細分析や検証などを行い、調査研究の内容をより深めることで、「ウェルビーイング」の活用に向けた取組の参考にしたいと考えています。

用語解説 ウェルビーイングとは

ウェルビーイングとは、「肉体的にも、精神的にも、そして社会的にもすべてが満たされた状態（well-being）にある」（WHO（世界保健機構）憲章前文より）こととされており、心と体の健康だけでなく、社会生活の面でも満たされた状態にあることを言います。

なお、「幸福」が一時的な感情を表す場合もあるのに対して、「ウェルビーイング」はよい（well）状態（being）を表すため、より持続的・長期的な内容を伴う概念です。

ウェルビーイングの研究内容は
こちらから
（新宿自治創造研究所
研究所レポート 2024）



https://www.city.shinjuku.lg.jp/ku-sei/jichi01_002036_00003.html

問4 現在、あなたはどの程度幸せですか。

「とても幸せ」を10点、「とても不幸」を0点とすると、何点くらいになると思いますか。

（〇は1つ）

とても幸せ

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0

とても不幸

問5 今から5年後、あなたはどの程度幸せだと思いますか。

「とても幸せ」を10点、「とても不幸」を0点とすると、何点くらいになると思いますか。

（〇は1つ）

とても幸せ

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0

とても不幸

問6 現在、あなたの住んでいる地域の暮らしにどの程度満足していますか。

「とても満足」を10点、「とても不満足」を0点とすると、何点くらいになると思いますか。（〇は1つ）

とても満足

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0

とても不満足

問7 あなたの町内の人々は、大体において、どれくらい幸せだと思いますか。
 「とても幸せ」を10点、「とても不幸」を0点とすると、何点くらいになると思いますか。
(〇は1つ)
 ここでは自分の同居家族は除いて考えてください。

とても幸せ

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

とても不幸

問8 自分だけではなく、身近なまわりの人も楽しい気持ちでいると思いますか。(〇は1つ)

- 1 非常にあてはまる
- 2 ある程度あてはまる
- 3 どちらともいえない
- 4 あまりあてはまらない
- 5 全くあてはまらない

問9 あなたは、友人や知人に新宿区民であることを誇れますか。(〇は1つ)

- 1 区民であることを誇れる
- 2 どちらかといえば誇れる
- 3 どちらともいえない
- 4 どちらかといえば誇れない
- 5 区民であることを誇れない

問10 あなたは、これからも新宿区に住みたいと思いますか。(〇は1つ)

- 1 ずっと住みたい
- 2 当分は住みたい
- 3 どちらともいえない
- 4 あまり住みたくない（転出したい）
- 5 すぐにでも転出したい

テーマ3 『広報新宿』について

新宿区では、区民の皆様に広く区政情報をお伝えするため、月3回、広報紙『広報新宿』を制作・発行しています。『広報新宿』は、より多くの方に手に取っていただける広報紙を目指し、令和6年8月に紙面をリニューアルしました。

そこで、リニューアル後の『広報新宿』の印象等についておたずねし、今後の区政情報の効果的な発信に役立てていきたいと考えています。

※リニューアル前後の『広報新宿』については、同封の資料をご覧ください。

問11 リニューアル後の『広報新宿』（令和6年8月5日号以降）をご覧になりましたか。
（○は1つ）

<div>1 内容までよく読んだ</div> <div>2 少し目を通した</div>	→ 問11-1へ
<div>3 目にしたが読んでいない</div> <div>4 見ていない／知らない</div>	→ 問11-4へ

問11-1 問11で、「1」または「2」に○をした方にお伺いします。リニューアル後の『広報新宿』の印象について、あてはまるものをお選びください。
（○は1つ）

<div>1 とても見やすく、読みやすくなった</div> <div>2 やや見やすく、読みやすくなった</div>	→ 問11-2 問11-3へ
<div>3 特に変化を感じなかった</div> <div>4 以前の方がよかった（理由</div> <div>5 わからない</div>	→ 問12へ

問11-2 問11-1で、「1」または「2」に○をした方にお伺いします。リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点がありますか。
(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)

- 1 レイアウトがすっきりした
- 2 写真や図表、イラストが増えて分かりやすくなった
- 3 文字の量が減り読みやすくなった
- 4 文字が大きくなり読みやすくなった
- 5 欲しい情報を探しやすくなった
- 6 情報の分類や対象（こども・教育、高齢者・介護など）が明確になった
- 7 カラーが増えて読みやすくなった
- 8 1面に大きな写真やイラストが使われていて印象的になった
- 9 特集記事（1～3面）が充実している
- 10 地域の魅力が伝わる記事が増えた
- 11 その他（ ）

問11-3 問11-1で、「1」または「2」に○をした方にお伺いします。リニューアル後の『広報新宿』を通じて、区政や地域・まちへの関心は変わりましたか。
(○は1つ)

- | | |
|--------------|-------------|
| 1 とても関心が高まった | 4 やや関心が薄れた |
| 2 やや関心が高まった | 5 とても関心が薄れた |
| 3 特に変わらない | 6 わからない |

→ 問12へお進みください。

問11-4 問11で、「3」または「4」に○をした方にお伺いします。同封資料からリニューアル前後の『広報新宿』をご覧いただき、リニューアル後の『広報新宿』の印象について、あてはまるものをお選びください。(○は1つ)

- | | |
|---|----------|
| <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> 1 とても見やすく、読みやすくなった
 2 やや見やすく、読みやすくなった </div> | → 問11-5へ |
| <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> 3 特に変化を感じなかった
 4 以前の方がよかった（理由 ）
 5 わからない </div> | → 問12へ |

Ⅲ 資料（調査票）

問 1 1 - 5 問 1 1 - 4 で、「1」または「2」に○をした方にお伺いします。同封資料からリニューアル前後の『広報新宿』をご覧ください、リニューアル後の『広報新宿』で良くなったと感じる点がありますか。
（あてはまるものにいくつでも○をつけてください）

- 1 レイアウトがすっきりした
- 2 写真や図表、イラストが増えて分かりやすくなった
- 3 文字の量が減り読みやすくなった
- 4 文字が大きくなり読みやすくなった
- 5 欲しい情報を探しやすくなった
- 6 情報の分類や対象（こども・教育、高齢者・介護など）が明確になった
- 7 カラーが増えて読みやすくなった
- 8 1面に大きな写真やイラストが使われていて印象的になった
- 9 特集記事（1～3面）が充実している
- 10 地域の魅力が伝わる記事が増えた
- 11 その他（ ）

問 1 2 全ての方にお伺いします。リニューアル後の『広報新宿』をご覧ください、今後読みたいと思いましたか。（○は1つ）

- 1 とても読んでみたい
- 2 やや読んでみたい
- 3 特に変わらない
- 4 やや読みたいくない
- 5 全く読みたいくない
- 6 わからない

→ 問 1 2 - 1 へ

問 1 2 - 1 問 1 2 で、「3」～「5」に○をした方にお伺いします。どのような内容であれば、『広報新宿』を読んでみたいと思いますか。具体的に記述してください。

テーマ4 ごみの減量とリサイクルについて

新宿区では、「環境への負荷を少なくし、未来の環境を創るまち」の実現に向け、資源循環型社会の構築を目指しています。

ごみの発生抑制（リデュース：Reduce）、再使用（リユース：Reuse）、再生利用（リサイクル：Recycle）による「3R 活動」の推進が重要になり、ごみとして処分する場合も、適正に分別する必要があります。

3R 活動や食品ロス（※）の削減、資源・ごみの分別状況などをおたずねし、今後の普及啓発活動の向上に役立てていきたいと思ひます。

（※）食品ロスとは、本来食べられるのに捨てられてしまう食品のことで、例えば、消費期限・賞味期限切れの食品や食べ残し、調理の際に過剰に除去した食べられる部分などを指します。

問 1 3 以下の活動（「3 R 活動」）の中であなたが実際に行っているものはありますか。
（あてはまるものにいくつでも○をつけてください）

【リデュース】	1 必要な分だけ購入する、長く使えるものを購入する 2 買い物の際には、過剰包装を断ったり、マイバッグを持参したりする 3 食品ロスを出さないような取組を行っている 4 使い捨てになるものは、なるべく購入しない
【リユース】	5 詰め替え用商品を買う 6 リサイクルショップ・フリーマーケットを利用する 7 リース・レンタルを活用する 8 修理、リフォームして使う
【リサイクル】	9 ごみを正しく分別し、資源となるものは資源回収に出す 10 トイレットペーパーなどは、再生品を選んで購入する
	11 その他（ ） 12 特にしていない

Ⅲ 資料（調査票）

問 1 4 「食品ロス削減に向けた取組」について、あなたの状況を教えてください。

（ア～ケそれぞれで、1～3に1つだけ○をつけてください）

	すでに 取り組んでいる	現在 取り組んでいないが、 今後 取り組みたい	現在 取り組んでおらず、 今後も 取り組む 予定はない
ア 買い物をする前に、冷蔵庫や収納庫の在庫をメモするなど必要な食品を確認する	1	2	3
イ 売り場では、すぐに消費する食品は手前に陳列されている商品から購入する	1	2	3
ウ 食品は、ばら売りや量り売りなどを利用し、必要な食材をこまめに購入する	1	2	3
エ 家庭では、食べ切る量を調理して、食べ残しをしないようにする	1	2	3
オ 野菜や果物の皮を薄くむいたり、食材として活用したりして生ごみを減らす	1	2	3
カ 食べ切れなかった場合は、他の料理に作り替えるなど献立や調理方法を工夫する	1	2	3
キ 外食時は、食べ切る量（小盛りメニュー等）を選ぶ	1	2	3
ク フードドライブ（※1）として食品を提供する	1	2	3
ケ フードシェアリングサービス（※2）を活用する	1	2	3

（※1）フードドライブとは、家庭等での未利用の食品（賞味期限内であるなど一定の条件があります）を回収し、食品を必要とする施設や家庭に配布することです。

（※2）フードシェアリングサービスとは、そのままでは廃棄されてしまう食品と購入希望者のマッチングを行う、スマートフォンアプリ等でのサービスのことです。

問 15 「プラスチック使用削減やプラスチックごみ削減に向けた取組」について、あなたの状況を教えてください。

(ア～カそれぞれで、1～3に1つだけ○をつけてください)

	すでに 取り組んでいる	現在 取り組んでいないが、 今後 取り組みたい	現在 取り組んでおらず、 今後 も取り組む 予定はない
ア マイバッグを持参するなど、できる限りレジ袋を受け取らない	1	2	3
イ マイボトルを持参するなど、使い捨ての飲料容器（ペットボトル等）をできる限り使用しない	1	2	3
ウ プラスチック製の食器（スプーン・フォーク等）、ストロー、おしぼり、アメニティグッズ、雨天時の傘袋等をできる限り受け取らない	1	2	3
エ 区の資源回収を利用し、資源プラスチック・ペットボトル等を資源として排出する	1	2	3
オ スーパーマーケット等での店頭回収を利用し、缶、食品トレイ、ペットボトル等を資源として排出する	1	2	3
カ リサイクル材や、植物を原料としたプラスチック（バイオマスプラスチック）などを使った製品を積極的に選ぶ	1	2	3

Ⅲ 資料（調査票）

問 16 新宿区では、古紙（新聞・雑誌・段ボール等）、資源プラスチック、びん、缶、ペットボトル、スプレー缶・カセットボンベ、乾電池等を「資源・ごみ集積所」で回収しています。また、地域や集合住宅における集団回収のほか、販売店等でも一部の品目を回収しています。あなたは下記の品目をどのように出していますか。

（ア～ケそれぞれで、あてはまるものにいくつでも○をつけてください）

	燃やすごみ (週 2 回)	金属・陶器・ ガラスごみ (月 2 回)	資 源 (週 1 回)	地域の 集団回収	販売店等による回収 (※ 1)
ア 新聞・チラシ	1	2	3	4	5
イ 雑誌・段ボール	1	2	3	4	5
ウ 雑がみ（菓子箱・包装紙等）	1	2	3	4	5
エ 資源プラスチック（※ 2）	1	2	3	—	5
オ びん	1	2	3	4	5
カ 缶	1	2	3	4	5
キ ペットボトル	1	2	3	—	5
ク スプレー缶・カセットボンベ	1	2	3	—	—
ケ 乾電池等（※ 3）	1	2	3	—	5

（※ 1）販売店等による回収とは、スーパーマーケット等での缶、食品トレー、ペットボトルの店頭回収のほか、新聞販売店等による新聞紙の回収、生協等による宅配時の容器回収などを含みます。

（※ 2）資源プラスチックとは、容器包装プラスチック及び 100%プラスチックでできている製品を指し、令和 6 年 4 月から週 1 回、資源・ごみ集積所で回収しています。

（※ 3）乾電池等とは、乾電池のほか、リチウムイオン電池等の小型充電式電池を含みます。令和 7 年 4 月からリチウムイオン電池等の小型充電式電池を週 1 回、資源・ごみ集積所で回収しています。

問 1 6 - 1 問 1 6 の (ウ) 雑がみ (菓子箱・包装紙等) で、「3」または「4」に○をした方にお伺いします。

雑がみのうち、資源 (古紙) の日または地域の集団回収に出しているのはどれですか。

(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)

- | | | |
|---|--------------------------|---|
| 1 | 菓子やティッシュの箱 (ビニール等を取る) など | |
| 2 | 包装紙、紙袋など | |
| 3 | はがき、封筒 (窓空のビニール等を取る) など | |
| 4 | ノート、コピー用紙、カレンダーなど | |
| 5 | トイレットペーパーの芯 (つぶす、または開く) | |
| 6 | 名刺、レシート (感熱紙でないもの) | |
| 7 | その他 (|) |
| 8 | 特にない | |

問 1 6 - 2 問 1 6 の (エ) 資源プラスチックで、「1」または「2」に○をした方にお伺いします。

資源プラスチックを資源として出していない理由は何ですか。

(あてはまるものにいくつでも○をつけてください)

- | | | |
|---|-----------------------------------|---|
| 1 | 対象となる資源プラスチックがわからないから | |
| 2 | 素材がプラスチックだけでできているかわからないから | |
| 3 | 汚れをとるのが大変だから、またはどの程度とればよいかわからないから | |
| 4 | 置いておく場所がないから | |
| 5 | 資源として分けるのが大変だから | |
| 6 | 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）

※あなたの地域は、宛名紙の下部枠内に記載されています。

- | | |
|-------|-----------|
| 1 四谷 | 6 戸塚 |
| 2 簗笥町 | 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 あなたの性別をお選びください。（○は1つ）

- | | | |
|------|------|-------|
| 1 男性 | 2 女性 | 3 () |
|------|------|-------|

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。（○は1つ）

- | |
|------------------------------|
| 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 |
| 6 専業主婦・主夫 |
| 7 無職 |
| 8 その他 () |

→ 問エー1へ

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)

<div style="border: 2px dashed black; padding: 5px;"> <p>1 子</p> <p>2 妻または夫</p> <p>3 親</p> <p>4 祖父母</p> <p>5 孫</p> <p>6 兄弟姉妹</p> <p>7 その他 ()</p> <p>8 ひとり暮らし</p> </div>	<p>1～7の方は、</p> <p>→ 問オー1～問オー2へ</p>
--	------------------------------------

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 一番上の子が高校・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 | |

Ⅲ 資料（調査票）

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5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

令和 7 年度第 2 回新宿区区政モニターアンケート

令和 7 年 12 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）

刊 行 物 作 成 番 号

2 0 2 5 - 1 7 - 2 1 0 6

この刊行物は、業者委託により
100 部印刷製本しています。その
経費として、1 部あたり 935 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。