

第4回 広報キャンペーン「よりどりみどり練馬」について

調査概要

(1) 調査目的

平成27年3月より緑あふれる区の魅力を全国に発信するため、区民参加による広報キャンペーン「よりどりみどり練馬」を展開している。

この調査は、「よりどりみどり練馬」について、区民の意識や意向を統計的にとらえ、今後の広報活動の基礎資料とするものである。

(2) 調査期間 平成28年9月5日～9月16日

(3) 調査対象 区政モニター 200人

(4) 調査設問数 24問（フェイスシート4問を含む）

(5) 調査方法 配布：郵送

回収：郵送またはインターネット

(6) 回答状況 送付数 200件

回答数 154件

回答率 77.0%

(7) 集計結果の見方

ア 図表中の「n」とは、その質問への回答者総数のことである。

イ 回答は、回答者総数を100%として算出し、小数点第2位を四捨五入している。

このため、回答率の合計が100%にならない場合がある。

ウ 複数回答の質問では、回答率の合計が100%を超える場合がある。

エ 図表中、スペースの都合上、回答選択肢を短縮している場合がある。

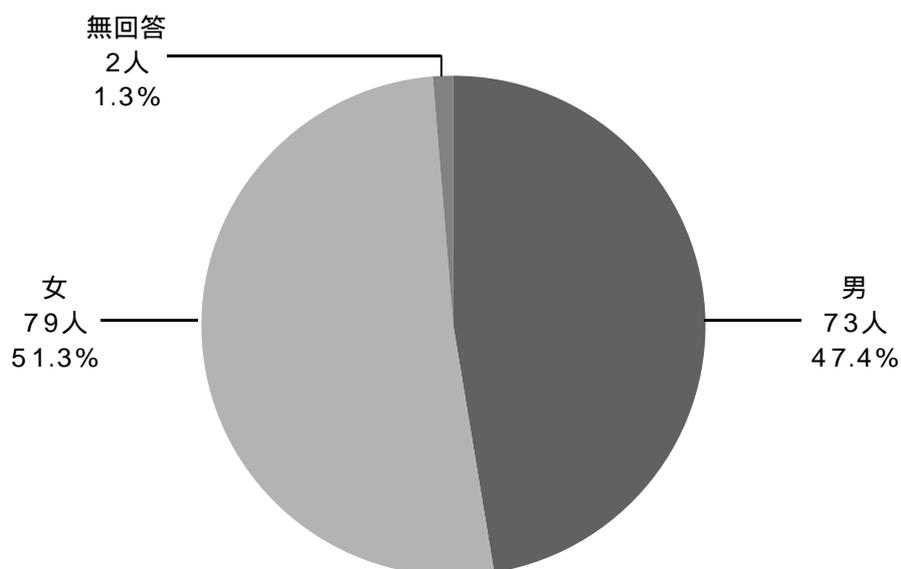
オ 自由意見については、テーマに沿ったもののみを抽出して掲載している。また、類似の意見については、1つにまとめている場合がある。

質問事項と調査結果

1 あなたご自身について教えてください。

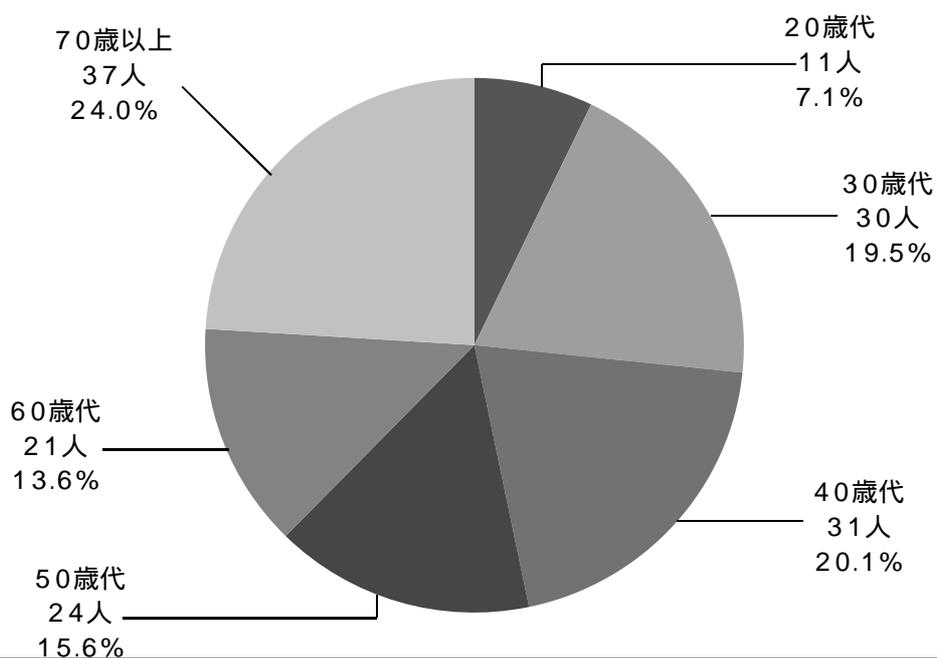
F 1 . あなたの性別をお答えください。

図1-1 性別 (n=154)

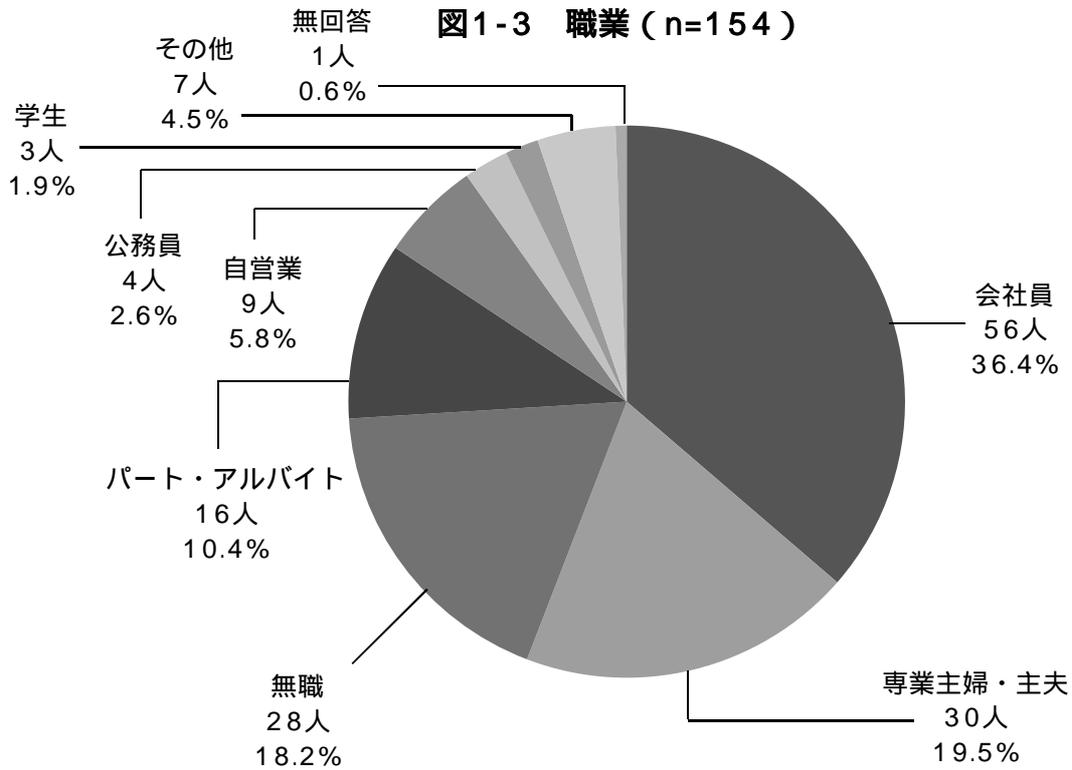


F 2 . あなたの年代をお答えください。

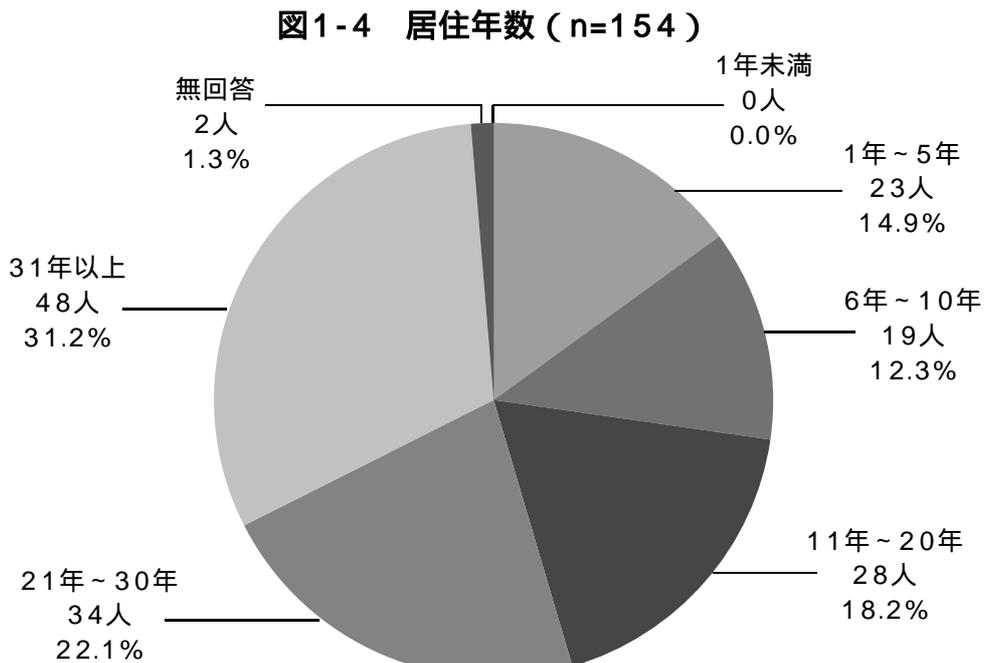
図1-2 年代 (n=154)



F 3 . あなたの職業をお答えください。



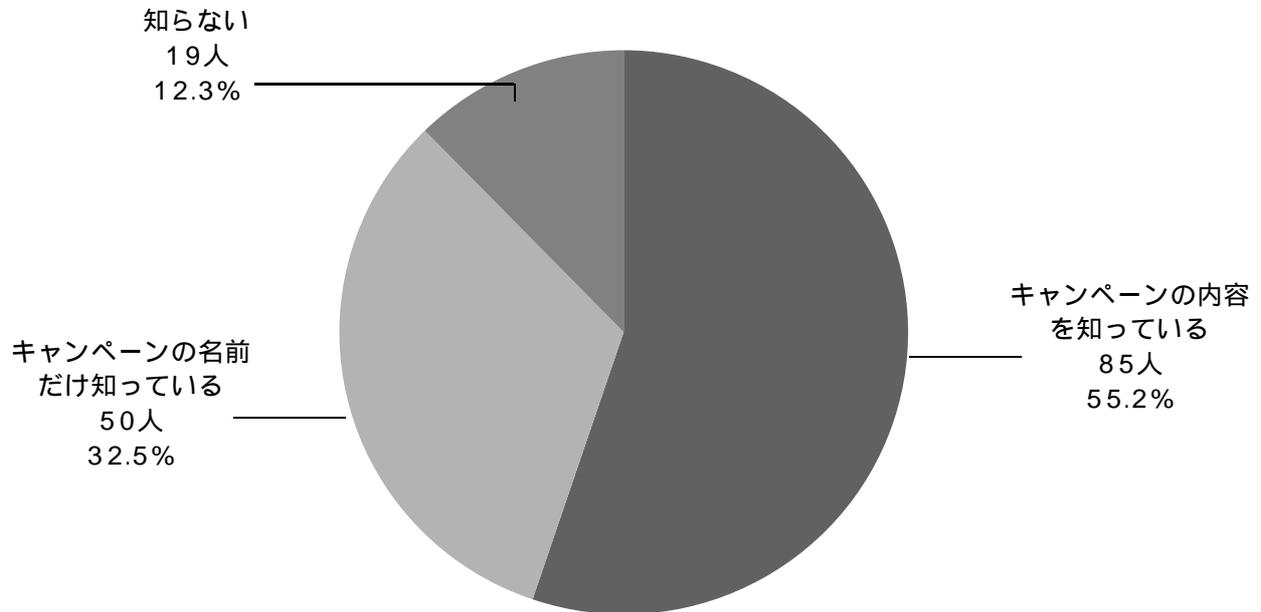
F 4 . 練馬区にお住いの年数についてお答えください。



2 広報キャンペーン「よりどりみどり練馬」について

問1．あなたは、練馬区が行う広報キャンペーン「よりどりみどり練馬」をご存知ですか。

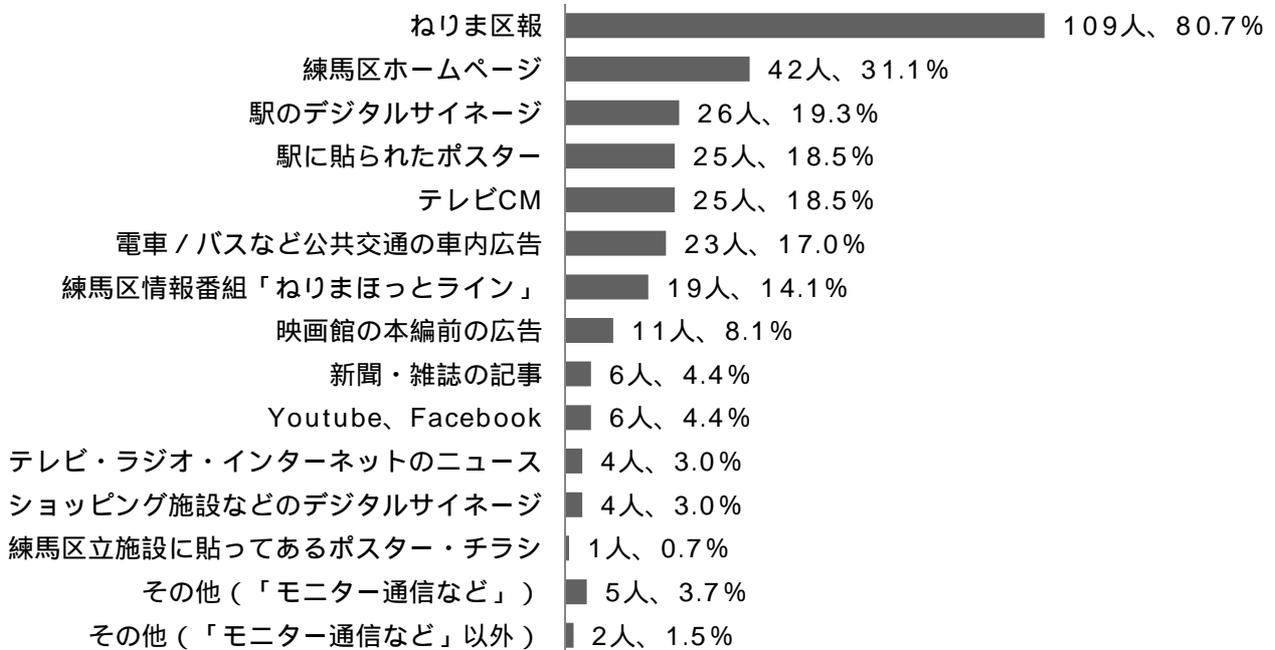
図2-1 キャンペーンの認知度 (n=154)



広報キャンペーン「よりどりみどり練馬」を知っているか聞いたところ、「キャンペーンの内容を知っている」(55.2%)と「キャンペーンの名前だけ知っている」(32.5%)を合わせた『知っている』は87.7%となっている。一方、「知らない」は12.3%となっている。

問2 . あなたは、「よりどりみどり練馬」をどちらでお知りになりましたか。

図2-2 キャンペーンの認知経路 (n=135)



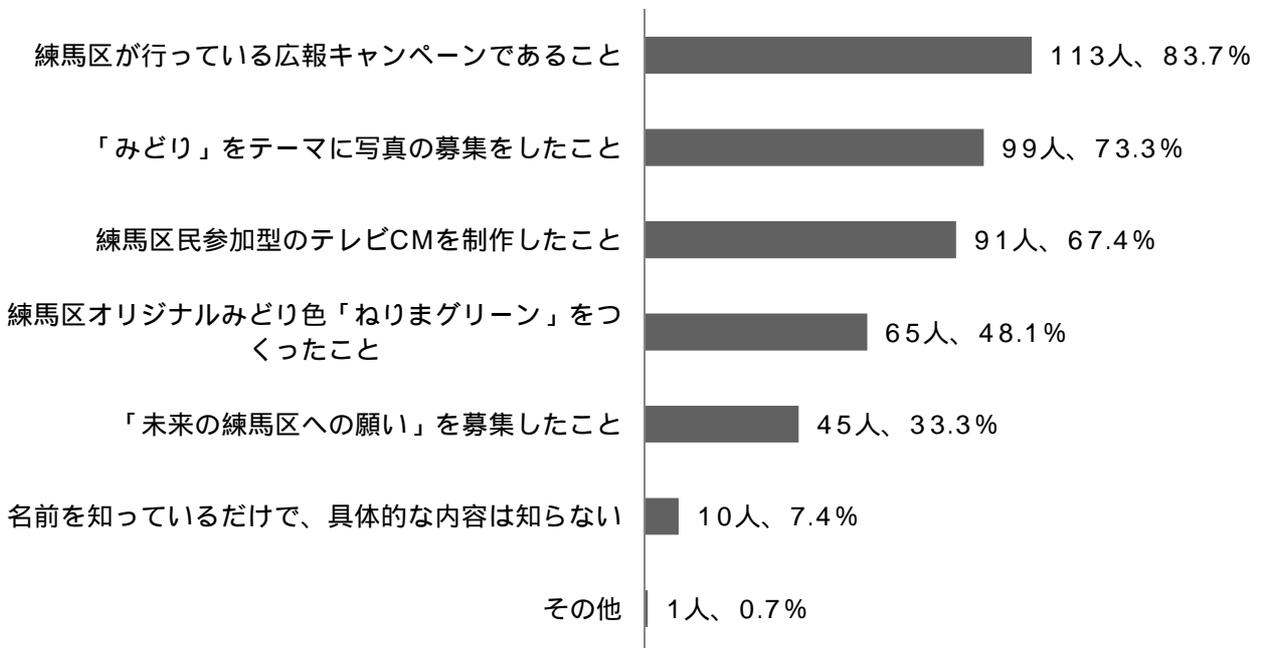
「その他」と回答した方の意見：モニター通信など(5件)、照姫まつりでの出店ブース(1件)、小学校の配布物(1件)

「よりどりみどり練馬」を『知っている』と回答した方(135人)にどこで知ったか聞いたところ、「ねりま区報」が80.7%と最も多く、次いで「練馬区ホームページ」(31.1%)、「駅のデジタルサイネージ」(19.3%)の順になっている。

問3 . あなたは、「よりどりみどり練馬」について、どのようなことをご存知ですか。

【複数回答可】

図2-3 キャンペーンの認知内容 (n=135)

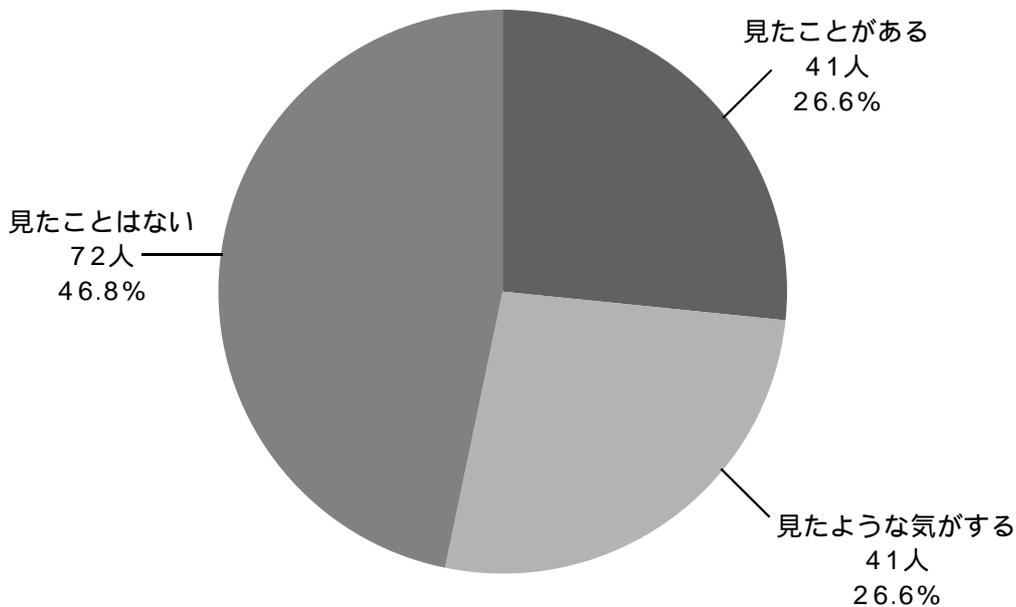


「その他」と回答した方の意見：博報堂が制作していること

「よりどりみどり練馬」を『知っている』と回答した方(135人)にどんなことを知っているか聞いたところ、「練馬区が行っている広報キャンペーンであること」が83.7%と最も多く、次いで「『みどり』をテーマに写真の募集をしたこと」(73.3%)、「練馬区民参加型のテレビCMを制作したこと」(67.4%)の順になっている。

問4 . あなたは、今年制作した「よりどりみどり練馬」のCM（「願いの木」篇）をご覧になったことはありますか。

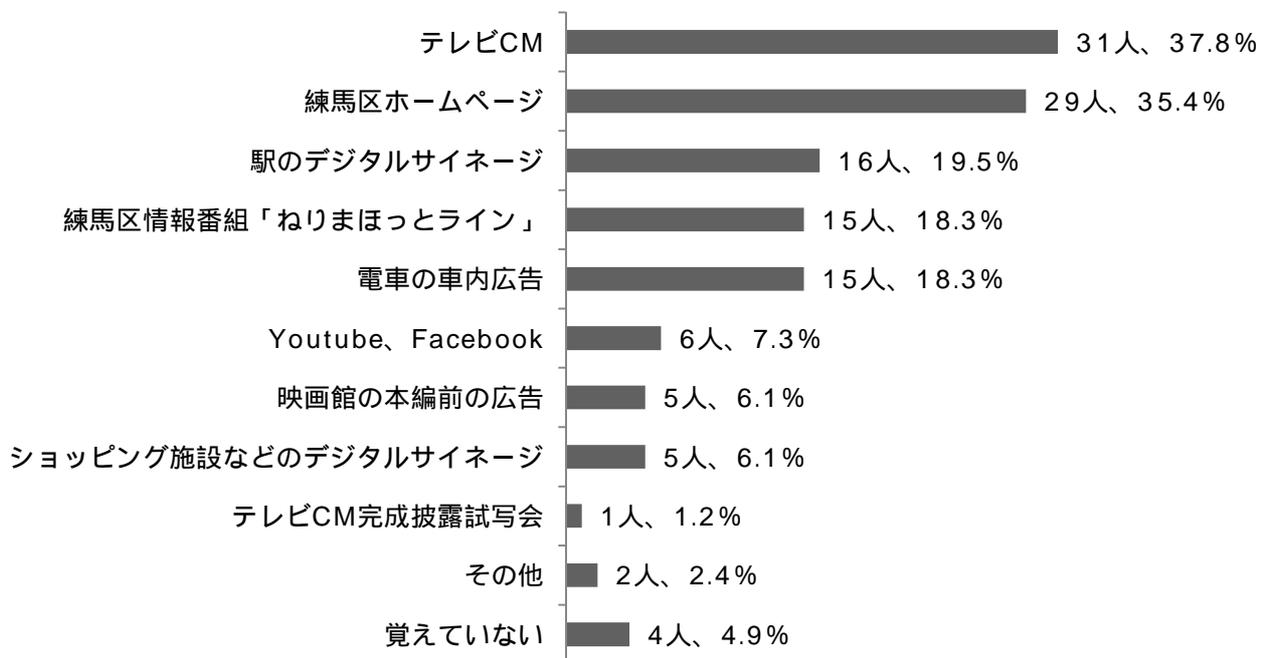
図2-4 CMの認知度（n=154）



今年制作したCMを見たか聞いたところ、「見たことがある」(26.6%)と「見たような気がする」(26.6%)を合わせた『CMを認知』は53.2%となっている。一方、「見たことはない」は46.8%となっている。

問5 . CM をどちらでご覧になりましたか。【複数回答可】

図2-5 CMの認知経路 (n=82)

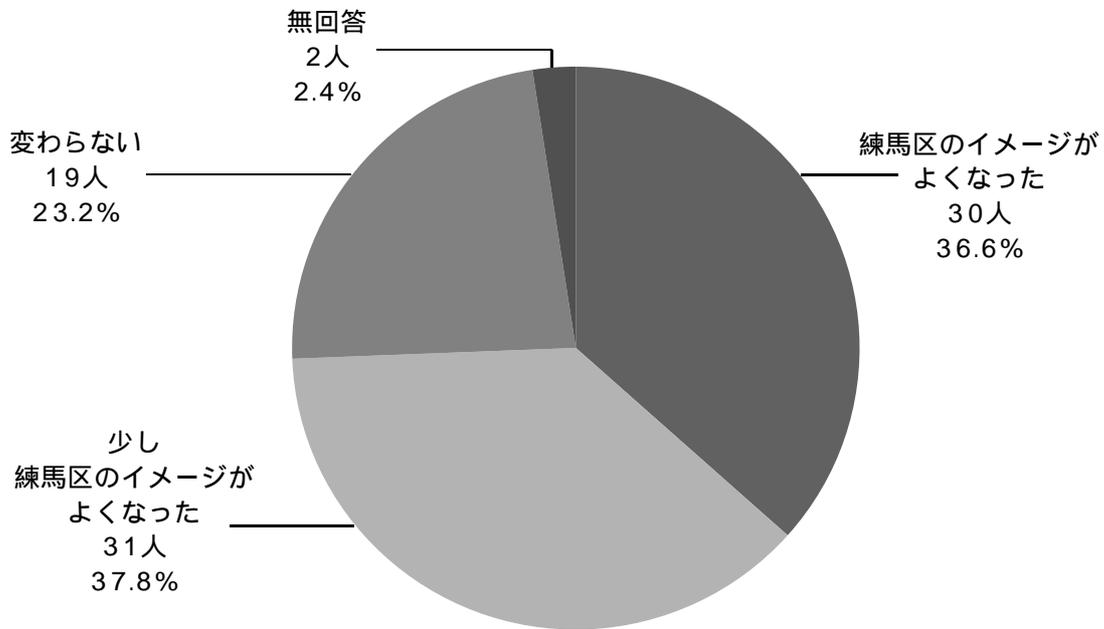


「その他」と回答した方の意見：モニターの会議、大泉区民事務所

『CM を認知』と回答した方（82 人）にどこで見たか聞いたところ、「テレビ CM」が 37.8%と最も多く、次いで「練馬区ホームページ」(35.4%)、「駅のデジタルサイネージ」(19.5%)の順になっている。

問 6 . あなたは、この「よりどりみどり練馬」のCM(「願いの木」篇)をご覧になって、練馬区に対するイメージに変化はありましたか。

図2-6 CM視聴による練馬区に対するイメージ変化 (n=82)



CM を見て練馬区に対するイメージがよくなったか聞いたところ、「練馬区のイメージがよくなった」(36.6%)と「少し練馬区のイメージがよくなった」(37.8%)を合わせた『イメージがよくなった』は74.4%となっている。

問7. あなたが、この「よりどりみどり練馬」のCM(「願いの木」篇)をご覧になって、思ったこと、感じたことを一言でお知らせください。【自由回答】

【20歳代 男性】

23区という全国的に見れば大都会である地域でも、緑があるというアピールにつながっていると思います。

何をCMしたいのか良くわからない。イメージは良い。

【20歳代 女性】

改めて練馬区に住んでいてよかったと思った。感動してしまった。

【30歳代 男性】

大人も子どもも緑の大きな木を囲んで楽しそうにしているのが印象的。

こういったCMをどんどん流してほしい。

練馬区は緑(自然)が多いことを再確認。

CM撮影をしていたこの公園はどこだろう？

【30歳代 女性】

住民が練馬区に誇りをもっていることがわかって共感する。

市民参加型の愛情あるCM。

I wish that 練馬区 grow big.

23区の中では緑が多い区であることから、イメージは合っていると思う。

「よりどりみどり練馬」のCMは電車に乗って駅に行くまでによくみかけるようになり、目につくようになった。

第1弾のCMよりハデで良いなと思いましたが、「願いの木」というコンセプトがキラキラしすぎていて、恥ずかしくて、見たい気持ちになれずにいます。

CMしているんだ練馬区は。お金あるのねえ。

【40歳代 男性】

練馬区はみどり色のテーマはよい感じがする。

練馬のイメージアップに向けて挑戦している。

緑がきれいで良かった。

未来に希望が感じられる気がしました。

自然が豊かで、明るい雰囲気がある。

緑がきれいで、インパクトがあった。

CMの最初に何を訴えたいのかもっとはっきり具体的に示したほうがCM全体の印象が心に残りやすいかと思います。

【40歳代 女性】

練馬をもっと身近に感じた。

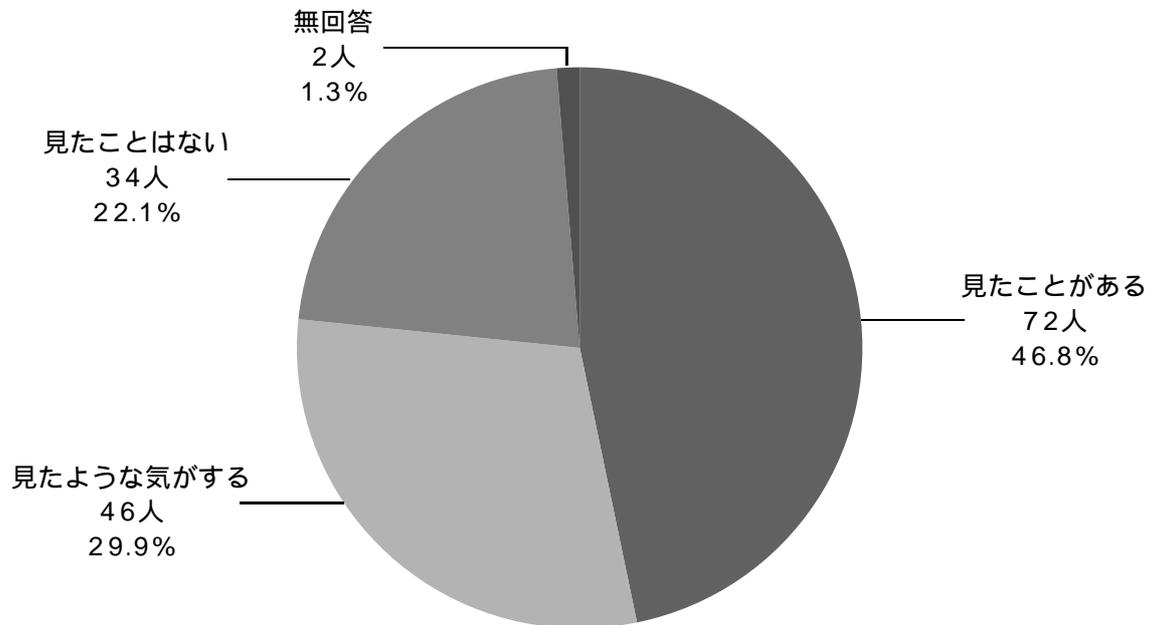
色で表現するすばらしさが伝わってきます。緑=練馬というのが定着して欲しいです。

さわやか、すがすがしい、笑顔、和やか、自然、大らか、若々しい。
練馬区の TVCM があったなんてビックリ！
なぜ「みどり」なのかと思いました。
インパクトがあまりない。
【50歳代 男性】
内容はすばらしい。ただ、いくらぐらいかかっているのか気になった。
がんばっているなと思った。
【50歳代 女性】
練馬は自然を大事にしている区だと思いました。
全編見たことがない。ちらっと TV で見かけました。緑鮮やかな印象を受けました。
「ぴったり」だと思った。
こんなことをしていて、こんな方が住んでいるんだとわかった。23区内で一番緑が多いんだとわかってよかった。
「あなたの願いで練馬はもっと伸びていく」というフレーズを聞いて内容を理解できた。カウントダウンはあまり意味なくかんじた。
実際のねりまの暮らしが見えてこない。ファンタジーの世界。
何で区の CM を作らなければいけないのかという疑問。
このような広告をつくって税金のむだづかいだと思った。
イメージではなく具体的な練馬区の良いところを発信してほしい。
CM を何人の人が見るのか？など感じる。
練馬区は23区の中でも緑や自然がとても多いと言うこと。
【60歳代 男性】
子供たちが多く出ていることで、将来への発展性が感じられた。
自発的参加と言うより、地域、団体に参加している様にした。
”みどり”へのこだわりがよくわかる。
緑の多い区なのだ！と認識できる。
よく工夫されたと感じた。
練馬・みどりは結び付くが、練馬区の将来像のイメージがよく分からない。
【60歳代 女性】
区民が参加しているのが良いと思った。
緑の多い区なのだ！と認識できる。
グリーンってすばらしい。
とてもいいと思いますが、できればポイント（画面がいろいろ変わるので）をしぼって。これだと残るものがない。
大がかりにすることはベストではありません。PR する内容について何を目的にするかを事前に区報等で周知しつつ、区民が参加しやすい状況を作り出すことが必要かと思いません。

どのくらい予算が使われているのかわかりませんが、あまり区民に浸透していない気がします。今後目的を考えて、この方法が適当かを検討すべきでしょう。
【70歳代 男性】
大勢の人々が練馬区に愛着を感じ、みどりの多いことに誇りを持ち、自然を大切にしていきたい。
人の心を豊かにするよい企画と思う。
住んでよかったと感じています。
若者を中心に区民の願いで練馬区は大きく発展する。
願いごとは、実現への一歩。よいことだ。
愛情豊か。
みどり豊かな街になりそう!!
設問から離れてしまうが、「みどり」は「水」があってこそ育つものであり、練馬には石神井公園や豊島園、石神井川、千川（暗渠になっている）等々「水」が豊かである。「水」も強調してほしいし、「せせらぎ」のある練馬も実現してほしい。
【70歳代 女性】
練馬区民が本当に練馬を好きなんだなあと思いました。私も葉っぱに書きたかったです。
練馬区をPRする一つの試みとして良いと思う。
緑の多い区・街であることが認識された。多くの区民の参加が良いと思う。
明るくほのぼのとしている。
みどりが多いということは空気もきれいになるし、火事の時も防火に役立つし、良いことだらけです。
練馬という今でも沢山畑があるので、野菜や大泉の方で果物もでき、広い土地に畑の緑の印象が強いと友人に言われたり、池袋の知人はお孫さんたちが光が丘や石神井、何回か行き、空気がおいしかったとお孫さんの評。田舎の知人も練馬というと「畑＝緑」を連想し、田舎に帰らなくても緑万歳で住みよいでしょうねと言われます。
「願いの木」ネーミングがよい。私はなにをお願いしようかなとあたたかい気持ちになりました。
「よりどりみどり練馬」の具体的イメージにピッタリ。
【70歳代 不明】
都内では貴重な緑の多い練馬区を大切に育てたいです
練馬への明るい前向きな希望を感じる。大勢の区民が参加し、かかわって作られたことを感じる。

問8 . あなたは、今年制作した「よりどりみどり練馬」のポスターやチラシ（同封物）を
ご覧になったことがありますか。

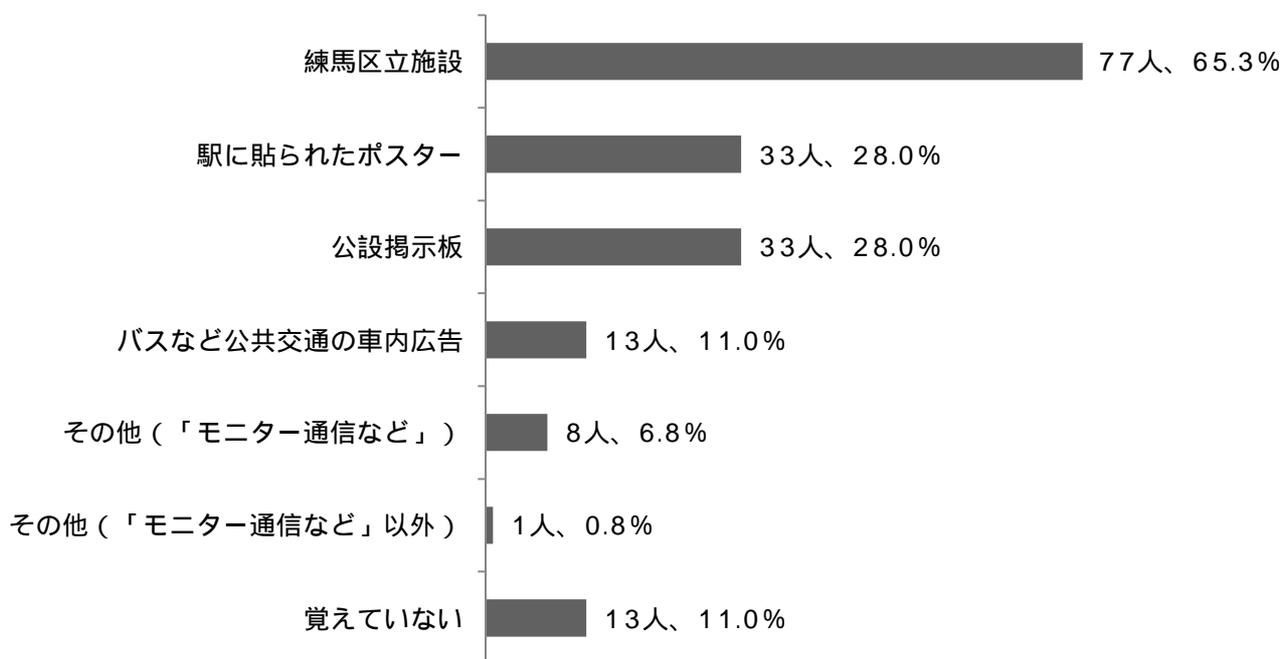
図2-8 ポスター・チラシの認知度（n=154）



ポスター・チラシを見たか聞いたところ、「見たことがある」(46.8%)と「見たような気がする」(29.9%)を合わせた『ポスター・チラシを認知』は76.6%となっている。一方、「見たことはない」は22.1%となっている。

問 9 . あなたは、この「よりどりみどり練馬」のポスターやチラシをどちらでご覧になりましたか。

図2-9 ポスター・チラシの認知経路 (n=118)

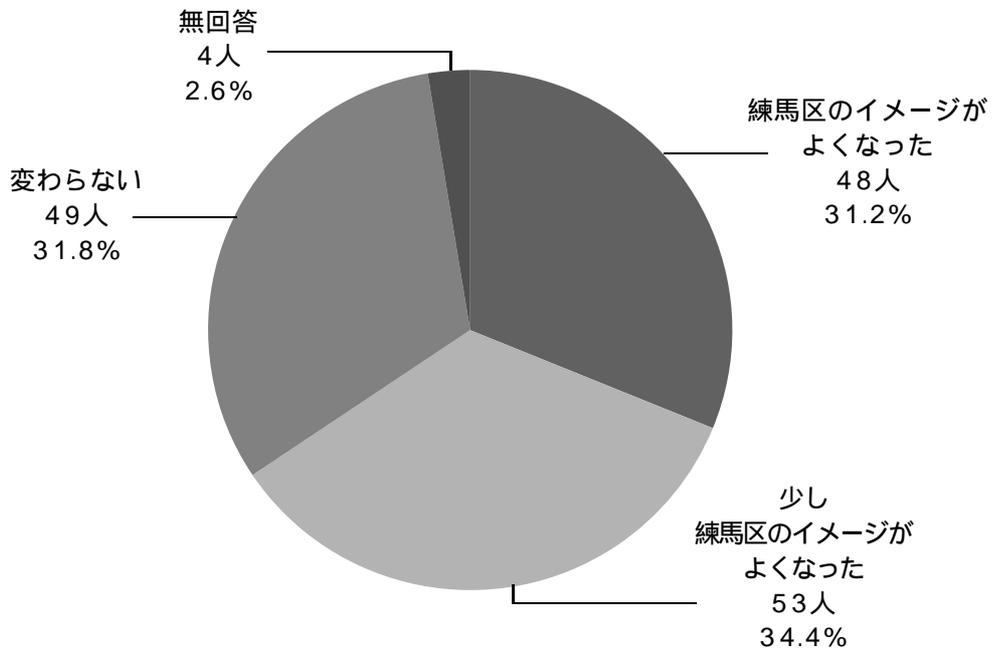


「その他」と回答した方の意見：モニター通信など(8件)、インターネット

『ポスター・チラシを認知』と回答した方(118人)にどこで見たか聞いたところ、「練馬区立施設」が65.3%と最も多く、次いで「駅に貼られたポスター」(28.0%)、「公設掲示板」(28.0%)の順となっている。

問10 . あなたは、この「よりどりみどり練馬」のポスターやチラシをご覧になって、練馬区に対するイメージに変化はありましたか。

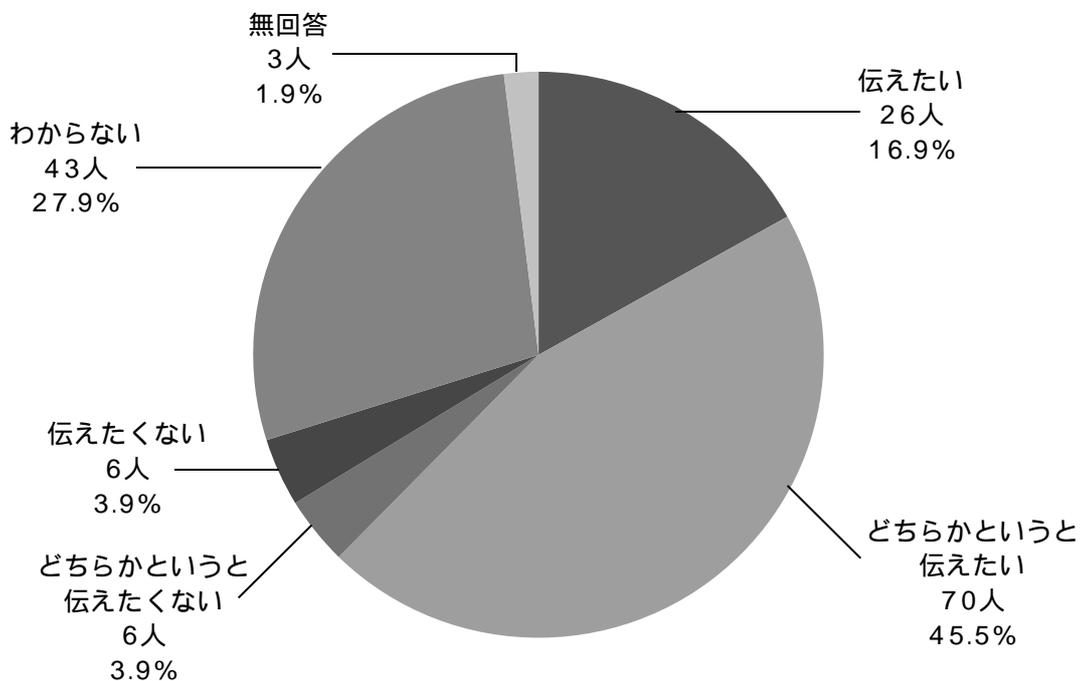
図 2-10 ポスター・チラシ認知による練馬区に対するイメージ変化 (n=154)



ポスター・チラシを見て練馬区に対するイメージがよくなったか聞いたところ、「練馬区のイメージがよくなった」(31.2%)と「少し練馬区のイメージがよくなった」(34.4%)を合わせた『イメージがよくなった』は65.6%となっている。

問11. あなたは、「よりどりみどり練馬」に関することを人に伝えたいと思いますか。

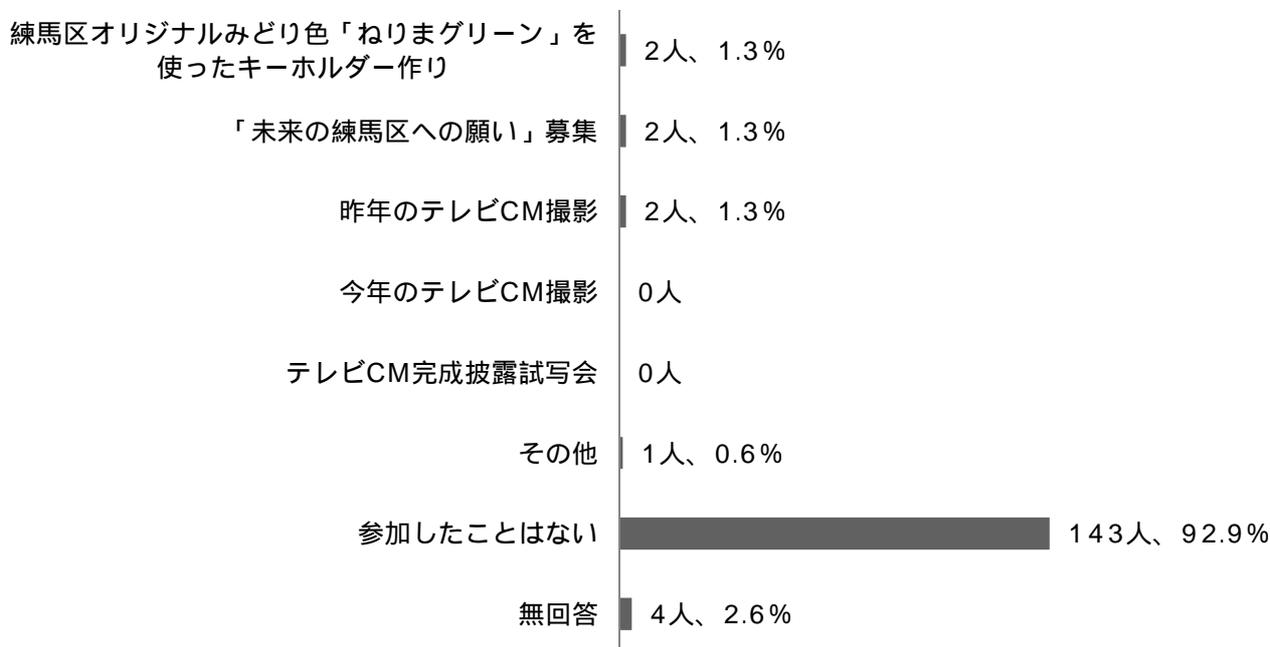
図2-11 「よりどりみどり練馬」を人に伝えたいか (n=154)



「よりどりみどり練馬」について人に伝えたいか聞いたところ、「伝えたい」(16.9%)と「どちらかという伝えたい」(45.5%)を合わせた『伝えたい』は62.3%となっている。一方、「伝えたくない」(3.9%)と「どちらかという伝えたくない」(3.9%)を合わせた『伝えたくない』は7.8%となっている。

問12. あなたは、「よりどりみどり練馬」のイベントに参加したことがありますか。

図2-12 「よりどりみどり練馬」のイベントへの参加経験 (n=154)

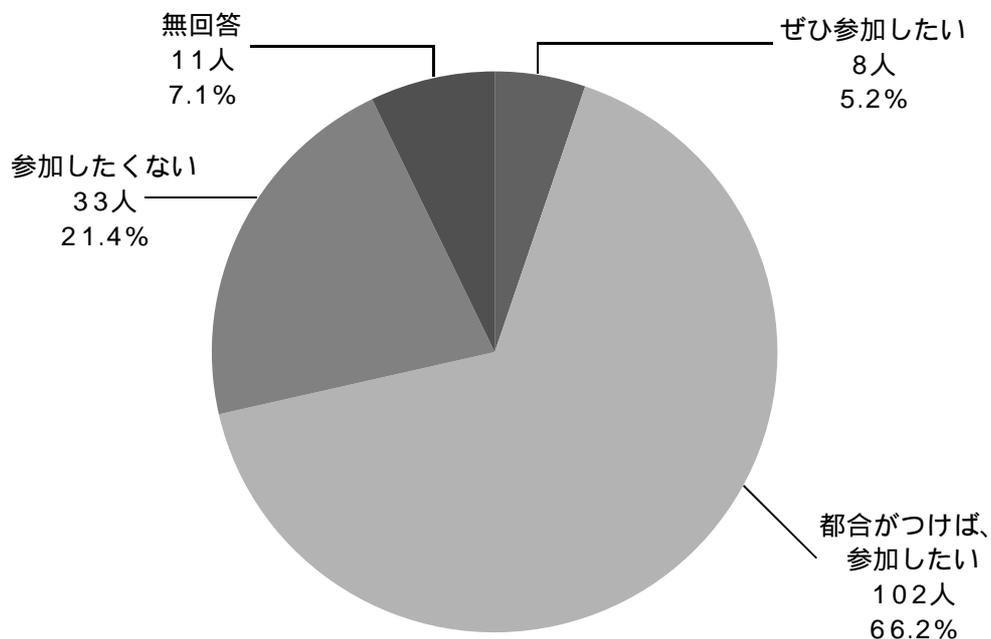


「その他」と回答した方の意見：「練馬のみどり」をテーマにした写真募集

「よりどりみどり練馬」のイベントへの参加経験を聞いたところ、「参加したことない」が92.9%と最も多く、次いで「練馬区オリジナルみどり色『ねりまグリーン』を使ったキーホルダー作り」、「『未来の練馬区への願い』募集」、「昨年のテレビCM撮影」が1.3%となっている。

問13 . あなたは、「よりどりみどり練馬」のイベントに今後参加したいと思いますか。

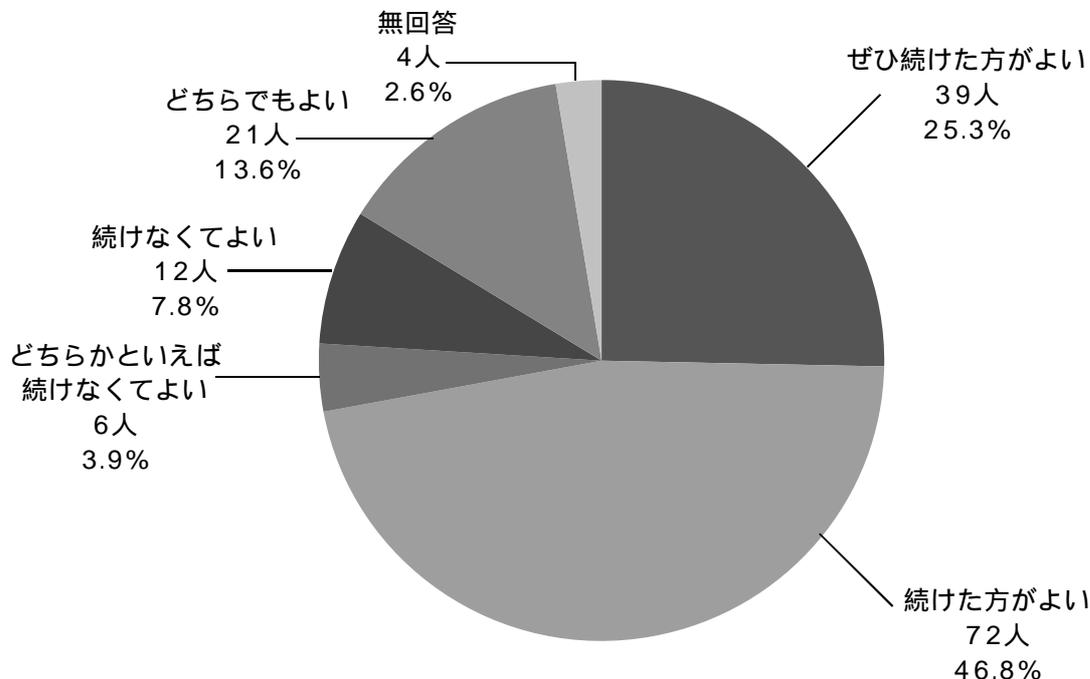
図2-13 「よりどりみどり練馬」のイベントへの参加希望 (n=154)



「よりどりみどり練馬」のイベントに今後参加を希望するか聞いたところ、「ぜひ参加したい」(5.2%)と「都合がつけば、参加したい」(66.2%)を合わせた『参加したい』は71.4%となっている。一方、「参加したくない」は21.4%となっている。

問14. あなたは、これからも「よりどりみどり練馬」を通じて、区外へのイメージアップ活動を続けた方がよいと思いますか。

図2-14 「よりどりみどり練馬」の継続希望 (n=154)



これからも広報キャンペーン「よりどりみどり練馬」を通して区外へのイメージアップを図ることを続けた方がよいか聞いたところ、「ぜひ続けたほうがよい」(25.3%)と「続けた方がよい」(46.8%)を合わせた『継続希望』は72.1%となっている。一方、「続けなくてよい」(7.8%)と「どちらかといえば続けなくてよい」(3.9%)を合わせた『中止希望』は11.7%となっている。

問15. あなたが、「よりどりみどり練馬」に対して、思ったこと、感じたことをひと言でお知らせください。【自由回答】

【20歳代 男性】

世代を問わずイベントを行っている点が良いと思います。

練馬 = 自然や緑のイメージはあると思う。

練馬区は自然ゆたかなのかなと感じた。

応募作品のハードルが高い。

緑色のルアーモジュール

【20歳代 女性】

区民参加型なのがとても良いと思いました。

緑に関する政策に積極的なことがよくわかる。区民の意識が高まると思う。

練馬区頑張っているなと思います。

【30歳代 男性】

今後も続けてほしい。

さわやか!!

緑が増える事は良いことだと思う。

自然が多い。

あまり知らなかった。

区内ではなく、区外の人がこの活動を認知しているかを調べてみてはどうか。(埼玉県民ではなく23区の人)

もっとインパクトをつけたほうがいい。

ぱっと見てあまり記憶に残らないかも。

【30歳代 女性】

このモニターアンケートで「よりどりみどり練馬」をご存知ですか?は、ハイとすぐ思いましたが、何を訴えるメッセージのものはすぐ答えられませんでした。でも、TVCMで区で流しているCMは他に思いつきませんし、住むならあんなに緑豊かな練馬もいいね!と思ってもらえると思うので、今後も活動したらよいと思います。

みどりが多い練馬に住めてよかった。

練馬の良いところが伝わると思った。

自然がたくさんあって住みやすい街。

練馬区の緑(自然)がいっぱいなイメージが伝わりました。

昔から緑の多いイメージだったけれど「よりどりみどり練馬」に力を入れていると感じている。

実際に参加したら、愛着がわくと思う。

これからもみどりを大切にしたい。街づくりに気軽に区民がかかわれるきっかけづく

りをしつづけて欲しい。
一時的なものではなく、今度も続けていくことでイベントの良さが伝わっていくと思います。
みんながひとつにまとまるのは良いことです。
緑がいっぱい。
秋になっても「みどり」色を使うのですか？秋には紅葉するし冬は落葉するし一年中緑色に違和感が...桜の木やイチョウの木は多くありますが落葉しますよ。
チラシの写真が良いと思いました。(大きな木を囲んでいる写真)このキャンペーンの目的がいまひとつわかりません。
ポスターが少しダサい。もう少しきれいなひとを使うとか。ねり丸を使うとか。ねり丸すごくかわいい。
何千万の税金をかけて、区民にどんなりターンがあるのか？(イメージUPというあいまいなものではなく、地価があがるなどの数値的価値として)はっきり示してほしい。よりどりみどり練馬で、描かれる練馬は、練馬らしい印象がなく、オシャレすぎて違和感があります。もっと素朴な魅力、地に足の着いた生活感のよさをアピールしてもらえたらなと思います。なんか”イイカンジ”なんか”オシャレ”で終わりなら、税金を他のことに回してほしい。もともと練馬への愛着は非常に深いので、CMを見て変わることはありません。
昨年の区政モニターのよりどりみどり練馬の懇談会では、参加者のほぼ全員が反対の意見を言っていた。また、区政に関心のある方のツイートでも、否定的な意見が多い。これだけ反対が多いにも関わらず、何故続けているのか。理解に苦しむ。今年は一切幾ら税金を使っているのだろうか。CMやポスター等、派手なことをするのが練馬区のアピール方法であり、よりどりみどり練馬をアピールすることで練馬区を変えられる！！と信じ込んでいる前川区長の考え方は理解できない。もっと他にやることあるはず。よりどりみどり練馬は、パフォーマンス第一主義の前川区長の姿勢がよく出ていると感じる。
何に対する広告なのか、および何を目的としてつくった広告なのか、あいまいとしていてよく分からない。対象や焦点をより明確化しないと伝わりにくいのではないか。
いいと思うが、お金のかかることだと思う。福祉に回してほしい。
【40歳代 男性】
住みやすい街と思った。子育てにもよい環境であるとのイメージも持った。
継続は力なり。まずは認知していただくことが重要であると思う。
練馬区のアピールとして継続したほうがよい。
練馬区はみどりを残してほしい。
非常に明るく好感が持てた。
練馬区のイメージがアップした。子育て世帯なので得をしていると感じた。
区のイメージアップにはなったと思う。
それぞれの願いが単なるスローガンに終わらないように具体的な対策案が示されるとより興味を持つことができるかと思います。

申し訳ありませんが知りませんでした。よりよい練馬と一緒にしていきたい気持ちはあります。
区外へのアピールが必要なのか分からない。
知らなかったのが残念です。もっとアピールできたら良いと思いました。
税金の使いみちは他にあるのではないか。
同封のチラシについて、イメージは伝わってきましたが、具体的な内容がよくわかりません。小さくても構わないので、具体的な活動内容が記載されていればよかったです。
【40歳代 女性】
いただいたチラシはイメージアップにつながると思うのですが、正直どんな活動なのか分かりません。私が知らないだけかもしれませんが、もう少しアピールした方がいいと思います。
同封のポスターを見て、緑の多い練馬区のイメージに合っていると感じました。区のイメージアップにつながりそうですね。
きれいでさわやかなイメージを持った。
昨年の活動しか知りませんが、練馬のイメージがよくなった。住みやすいし、CM出演の方が生き生きとしている。
区外に向けてもっと発信できる機会があればと思う。
練馬区は緑があふれる街ということを再認識する良い機会になったと思います。未来の練馬区も緑いっぱいの街であってほしいと思いました。
活力ある区になってほしい。
よりどりみどりのネーミングがいまいち。手短かにみどり練馬のほうが分かりやすい。よりどりみどりの意味が分かりにくい。
目的や効果などが良くわからない。ねりまグリーンとはどんな色なのだろう。
区のお祭りや催しの際によりどりみどり練馬の写真がついたグッズなどを配布するといい。
入園入学等、子供の頃から節目の時に、ねりまカラーを使ったグッズを配布してはどうですか？
色がキレイで印象が良かったが、何を伝えたいのか、よく分からなかった。
「よりどりみどり練馬」のことは私もモニターをしているので、知ってはいるけれど、他の人はあまり知らないと思う。地味なのでめだたない。
CM撮影に参加した子どもからスポーツの団体で仲間と参加したと聞いたくらいで、特に関心がないです。
【50歳代 男性】
イメージアップにはつながっていると思うので、それを今後もっと具体的に練馬のイメージアップ戦略につなげて欲しい。
将来的に練馬区の緑を残していければ、今の住みやすい練馬が続くと思う。

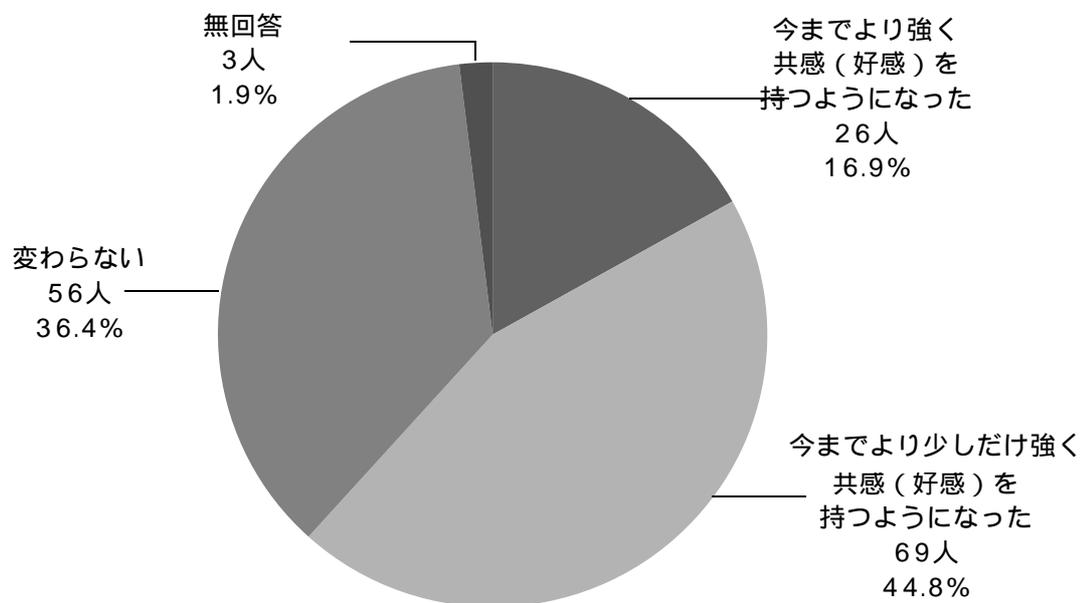
<p>アピールすることは良いことだと思う。</p>
<p>そのままのイメージであり、個人的にはなぜわざわざアピールするのかと思います。</p>
<p>具体的に何をしているのか理解出来ていないので感想がない。</p>
<p>書籍で「沿線力」とか「23区格差」のような本が話題になってるようで良く読まれていると思います。そのような媒体に働きかけることはできませんでしょうか？また、雑誌などでも練馬区の住みやすさや強み（子育てとか）をアピールしてほしいと思います。</p>
<p>【50歳代 女性】</p>
<p>区民が楽しそうで絆が生まれたと思う。</p>
<p>練馬をみどりと結びつけているが、もともとのイメージがみどりの多い区。もっと練馬がアニメや撮影所など他にアピールできる部分をアピールしていくとよい。</p>
<p>以前よりも、練馬区に対する知名度が高くなったのではないかと思う。どんな区なのか特長を他の区や市の人達にも教えてあげられるのではないかと思う企画だと思う。</p>
<p>色の感じがよい。</p>
<p>テーマに対し何をしたかを発信して欲しい。フィードバック。</p>
<p>インパクトがうすいかなと思った。でもさわやかさは良いと思った。</p>
<p>イメージ戦略的なところが大きく中身が見えにくい。もっと区内の自然、緑、農地、畑、野菜、またそれをとりまく活動や区民に具体的にスポットをあてた内容でアピールしてほしい。何月にはキャベツが旬、ここの公園ではつつじの花がきれいです etc...など。区民に対してなのか、区外に対してなのかどこへ向けて何を伝えたいのか分かりにくい。</p>
<p>すぐに意味が分からない。</p>
<p>区外の方にどれほど効果があるのか（例えば区に転入する方が増加する等）。費用をかけるに値するかどうか……。どれくらいかかっているのでしょうか。きちんと知らなくてすみません。個人的にはイメージアップになって好きですが、「効果」がないならやらなくてよい。アイデアはすてきです。</p>
<p>主旨が伝わりにくいと感じた。漠然としたイメージで印象に残らないのでもう少しストレートな表現がよいと思う。</p>
<p>練馬は昔に比べて交通の便もよくなり、区の人口も増えているかと思います。区のPRを何のためにしているのか分からないし、その予算をもっと他の必要なことに振り分けてほしいと思います。</p>
<p>区民が参加することは良いと思うが、経費をかけてもすることか疑問に思う。</p>
<p>インパクトがなく、印象が薄いように思われます。</p>
<p>イメージアップをしなくても、練馬区は良いイメージがあると思う。</p>
<p>【60歳代 男性】</p>
<p>他区から転入する1つのキーポイントになるように感じる。（実際におられた）</p>
<p>躍進と発展が感じ取れる内容で良いと思う。</p>
<p>「継続は力なり」の精神で続けて下さい。</p>
<p>広報活動は大切なので継続して欲しい。</p>

イメージアップすることは良いことと思います。実際が伴えばですが。
練馬区は23区で土が多く緑も多い住みよい所だと思います。
今でも、練馬区は緑が多い、そして公園が身近にある。最近、宅地化進んでいるが、みどりは守ってほしいと思う。
添付のパンフを見て、何が言いたいのか、何がどうしたいのか分からない。もっと Simple & Clear に表して欲しい。
地球温暖化が近年の天候不順に関わっているらしいとの報道。この関わりで、緑化で環境を整えてまいりましょう。
練馬のイメージアップの一つの方法としては理解できるが、重要な他の施策を推進すべきである。
身近なところで宅地化や道路の緑が伐採され、緑の練馬と言われても実感がない。
【60歳代 女性】
自然環境との共生。
イベントを実際に見たことがないのでよく分からないのですが、根本ですが、区民にあまり知られていないようです。
(同封のカラーチラシを見て)参加している子供たちの笑顔がとてもいいですね。“一瞬しか見ることのできない”「願いの木」とはどんなものか見てみたいです。
もっともっと力を入れたほうが良いし、区民参加型を進めたほうが良い。
【70歳代 男性】
行政がこんなにがんばっているのだから、区民の一人として、なにかしなければという気持ちになりました。
区外へのイメージアップではなく、区民への意識喚起をねらってやった方がよい。
みどりを通した人との繋がり。
環境を大事にする取り組みに熱心である。
練馬区は23区内で緑の占める割合が(畑も含めて)一番であることを知り、この環境を維持していきたいと思った。
みどりは植物のみどり。酸素を出し、人々の目を楽しませ、地球温暖化を防ぎ、防音断熱・精神的安らぎを与える。人々の心をつなぎ平和につながる。防災にもつながる、みどりは人々の健康につながる社会を明るくする「よりどりみどり練馬」は最善のテーマだと思う。強力に進めてほしい。全力で協力したい。
練馬区の良い点を対称的にPRし、区外の人々が練馬区の良さを感じ、転入してくれれば、人口増と税収増等で、練馬区が一層活性化するのに大いに役立つと思われる。ただし、コストパフォーマンスも考えながら、進めていく必要もあると思われる。
好感もてる練馬区
区の特徴を出し、生かすことは大いに賛成。住んでいて「良かった」と思える誇りのある区にしたい。
都内での練馬区は緑の非常に多い街と理解している。引き続き大切・拡充してほしい。

<p>練馬区は23区の中でもイメージが必ずしもよくなく、地価なども隣接区に比べて安いのが実状である。この際「みどりの練馬」を大きく宣伝してイメージ向上を計ってほしい。</p>
<p>小中学校等のキャンペーンはどのような形でアピールしているのでしょうか。</p>
<p>【70歳代 女性】</p>
<p>練馬区はみどりが多く、区民も楽しんでいる様子が伺える。</p>
<p>以前、さいたま新都心近くに住んで居ましたが、練馬（光が丘）に越して来て、一番に感じたことは緑が多いこと、都会なのにとっても緑が多く春夏秋冬気持ち良く過ごせること。緑が多いのは人間の心にも安らぎを与えるし身体にも良い。私は以前ハウスダスト鼻炎で悩まされて居ましたが緑に囲まれた町に住んでから完全と云っていいほど治りました。ずっと住み続けたい緑の町です。</p>
<p>都会ではどんどん”みどり”が少なくなっていく中で「よりどりみどり練馬」を誇りに思います。</p>
<p>多くの区民の参加がよい。芸能人を使わないのがよい。</p>
<p>区民の誰もが参加でき、わが町住みよい練馬に転居してよかったな。平地で道路状況もよく交通の便もよく、高齢者にとって住みやすいです。</p>
<p>改めて身近を見直してみると他の区より「みどり」が多く住みよいことを実感している。</p>
<p>ポスターを気にして見たり読んだりしていません。</p>
<p>イメージだけの区政より、実の有る防災、貧困、教育、そちらを重視していただきたい。</p>
<p>一生懸命練馬と緑アピール、これからも続けてください。今年マラソンもありましたが、アピールにはとても良かったのでは・・・。練馬でも東上線の方は一寸アピールが少ない気がする。銭湯等にもアピールできるとよいと思います。</p>
<p>緑の多い練馬区のPRにとっても良い。</p>
<p>やることは悪いとは云えないが他にもっとやるべき事があるのでは。費用もけっこうかかっているのでは。立野町ではあまり実感ないんです。同じ費用をかけるなら外の区などから見学に来るような、例えば芝桜を一面に作るとかしたらどうでしょう。</p>
<p>「よりどりみどり練馬」に参加したいと思ってもどこに書いてあるのか分からないので、ポスターを町会の掲示板に貼ってもらいたいと思います。</p>
<p>現状のみどりを極力減らさずに大切に、多くの公共のスペースにみどりを配置するようにして二酸化炭素の少ない練馬区の環境にしてゆきたい。</p>
<p>【70歳代 不明】</p>
<p>骨折をしてしまいましたので参加できず残念でした。大泉学園のテニスコートの自然の森に行き、小鳥のさえずりを聞き、昭和の頃の風景をみて緑の大切さを感じました。今年はイベントに参加したいと思っています。</p>
<p>多くの区民が参加、明るいイメージ。</p>

問16. あなたは、「よりどりみどり練馬」を通じて、練馬区への共感（好感）に変化はありましたか。

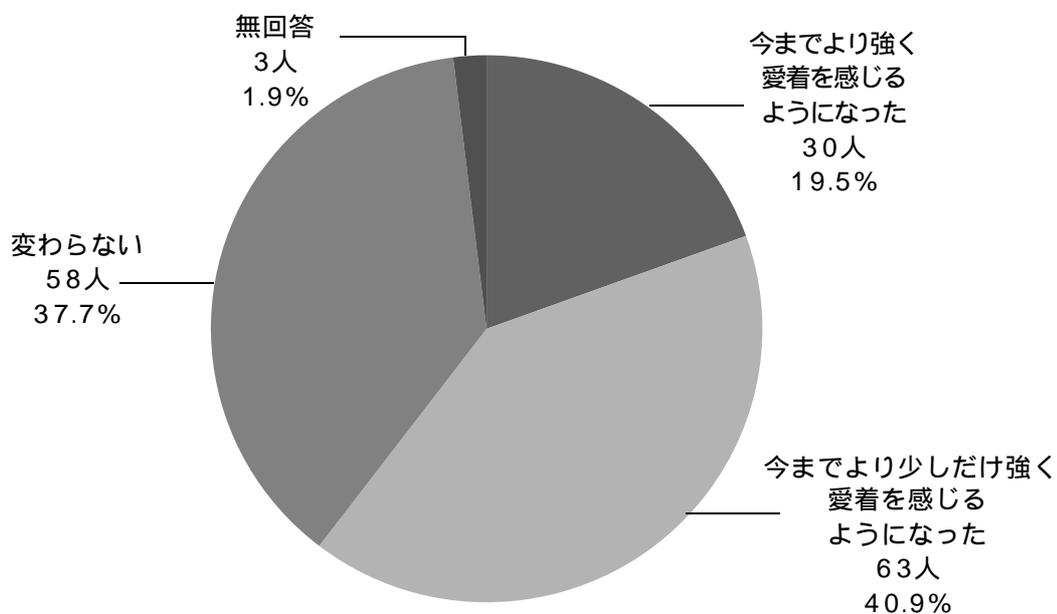
図2-16 「よりどりみどり練馬」による練馬区への共感（好感）の変化（n=154）



「よりどりみどり練馬」により練馬区に対する共感（好感）に変化があったか聞いたところ、「今までより強く共感（好感）を持つようになった」（16.9%）と「今までより少しだけ強く共感（好感）を持つようになった」（44.8%）を合わせた『今までより持つようになった』は61.7%となっている。

問17. あなたは、「よりどりみどり練馬」を通じて、練馬区への愛着に変化はありましたか。

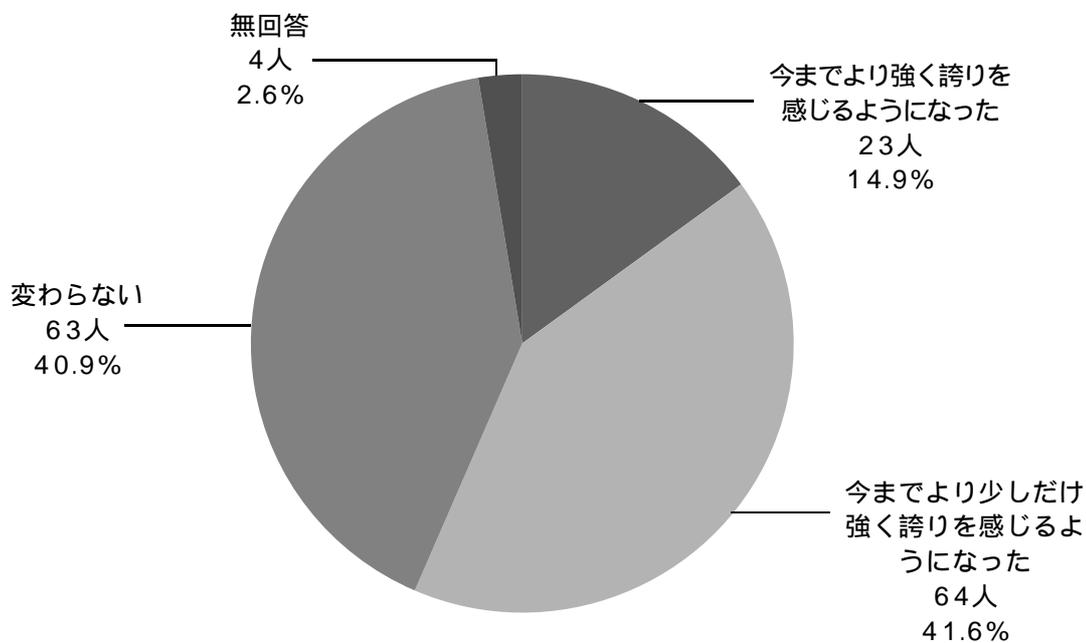
図 2-17 「よりどりみどり練馬」による練馬区への愛着の変化 (n=154)



「よりどりみどり練馬」により練馬区に対する愛着に変化があったか聞いたところ、「今までより強く愛着を感じるようになった」(19.5%)と「今までより少しだけ強く愛着を感じるようになった」(40.9%)を合わせた『今までより感じるようになった』は60.4%となっている。

問18. あなたは、「よりどりみどり練馬」を通じて、練馬区に対する誇りに変化はありましたか。

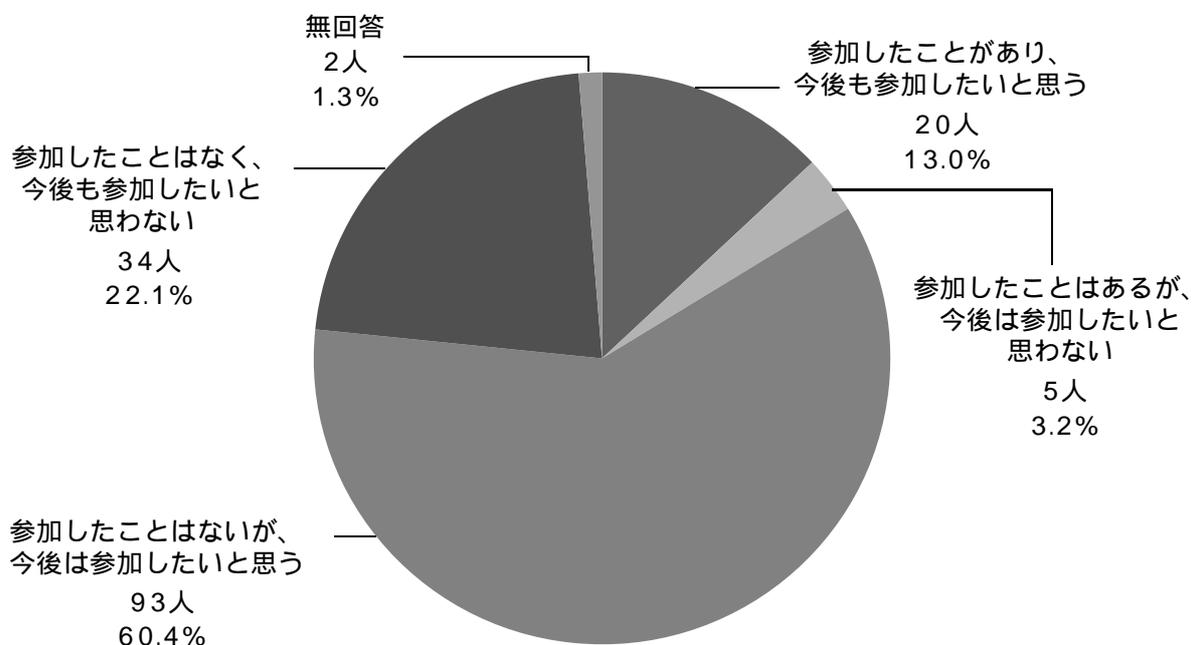
図2-18 「よりどりみどり練馬」による練馬区への誇りの変化 (n=154)



「よりどりみどり練馬」により練馬区に対する誇りに変化があったか聞いたところ、「今までより強く誇りを感じるようになった」(14.9%)と「今までより少しだけ強く誇りを感じるようになった」(41.6%)を合わせた『今までより感じるようになった』は56.5%となっている。

問19. あなたは、練馬区の区民参加型事業(「よりどりみどり練馬」のイベントを除く)に参加したことがありますか。また、今後参加したいと思いますか。

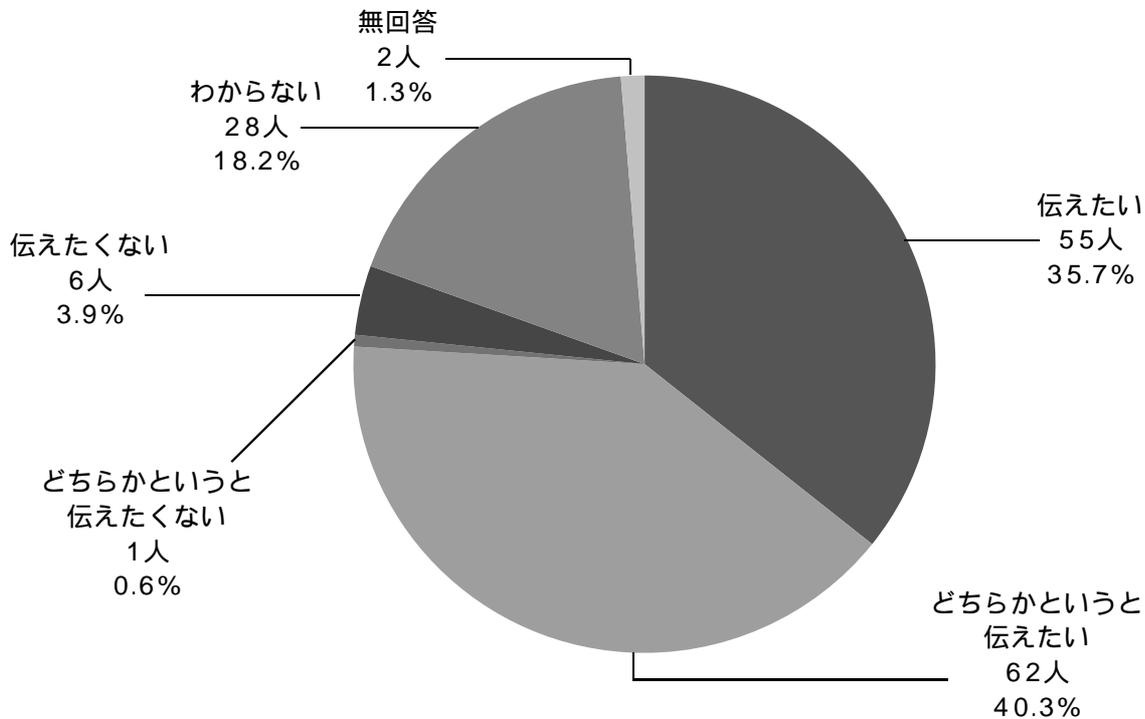
図2-19 区民参加型事業への参加経験および参加希望 (n=154)



区民参加型事業への参加経験および参加希望を聞いたところ、「参加したことがあります、今後も参加したいと思う」(13.0%)と「参加したことはないが、今後は参加したいと思う」(60.4%)を合わせた『参加希望』は73.4%となっている。一方、「参加したことはあるが、今後は参加したいと思わない」(3.2%)と「参加したことはなく、今後も参加したいと思わない」(22.1%)を合わせた『不参加希望』は25.3%となっている。

問20 . あなたは、練馬区の魅力を人に伝えたいと思いますか。

図2-20 練馬区の魅力を人に伝えたいか (n=154)



練馬区の魅力を人に伝えたいか聞いたところ、「伝えたい」(35.7%)と「どちらかという伝えたい」(40.3%)を合わせた『伝えたい』は76.0%となっている。一方、「伝えたくない」(3.9%)と「どちらかという伝えたくない」(0.6%)を合わせた『伝えたくない』は4.5%となっている。