

パブリック・コメントの周知状況

様々な媒体等を活用した周知

・第7回策定委員会で報告した実施方法に加えて、区役所電光掲示板やラジオでの周知を追加実施

都市計画マスタープラン(素案)について
ご意見をお寄せください

直接会場へ

6月16日(金)～7月18日(火) (消印有効)

開催場所	日時	会場
都市計画課、区政情報コーナー (区役所3階304番)、区民事務所、区民サービスコーナー、図書館、ウィメンズパル(立石5-27-1)	6/16(金)午前10時～午後8時	アリオ亀有1階ウインドコート (亀有3-49-3)
	6/17(土)午前10時～午後7時	
	6/30(金)午後2～8時	新小岩駅北口広場 (信新小岩1-2号)
	7/1(土)午前10時～午後5時	

広報かつしか6月15日号

オープンハウス開催します

SNSへの投稿
(Twitter・Facebook・LINE)

**地域別勉強会参加者や
区内関係団体への案内**

人が集まる場所
での説明会
(オープンハウス)
詳細は5ページ

葛飾区都市計画マスタープラン素案のパブリック・コメントとオープンハウスについて

令和3年から改定作業を進めている葛飾区都市計画マスタープラン素案について、パブリック・コメントとオープンハウスを実施します。

パブリック・コメント(区民意見提出手続)

意見提出期間 6月16日(金曜日)～7月16日(火曜日)

閲覧場所 都市計画課(区役所3階302番)

区ホームページ

You Tube動画・概要欄

小・中学生へのチラシ配布



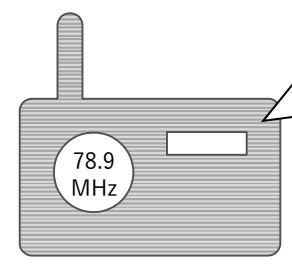
追加実施



区役所区民ホール



電光掲示板



かつしかエフエム

平日 2回 9:00～/14:00～
「かつしかインフォメーション」

6/12～16 アリオ亀有OH開催
6/19～6/23 パブコメ実施中
6/26～6/30 新小岩駅前OH開催
7/3～7/14 パブコメ実施中

様々な媒体等を活用した周知

・ ホームページ閲覧回数、動画再生回数、オープンハウス来場者数が昨年度を上回る

名称	訴求結果	補足	参考
ホームページ (都市計画 マスタープラン)	閲覧回数 873回 広報かつしか配布 ～パブコメ最終日 R.5.6.12～7.18	(パブリック・コメントと オープンハウスについて) 閲覧回数 861回 パブコメ最終日 R5.7.18時点	幅広い世代からの意見収集 広報かつしか配布～オープンハウ ス最終日までR.4.6.22～7.19 515回 令和4年度の月平均閲覧回数 約500回
プロモーション動画	再生回数 878回 パブコメ最終日 R5.7.18時点	10月5日時点の再生回数 1212回	幅広い世代からの意見収集 説明動画のアンケート期間 R4.6.30～R5.7.31 565回
説明動画	再生回数 797回 パブコメ最終日 R5.7.18時点	10月5日時点の再生回数 974回	今年6月に区公式YouTubeに 公開された他動画再生回数 R5.7.18時点 平均285回／動画 5月公開 平均234回／動画 4月公開 平均481回／動画
オープンハウス	アンケート回答者数 284名	アンケート未提出や複数名で 来場し代表者のみアンケート を回答するケース多数 (会場に明確な出入口が無く、 来場者数の把握までは困難)	幅広い世代からの意見収集 アンケート回答者 82名 (来場者数 101名)

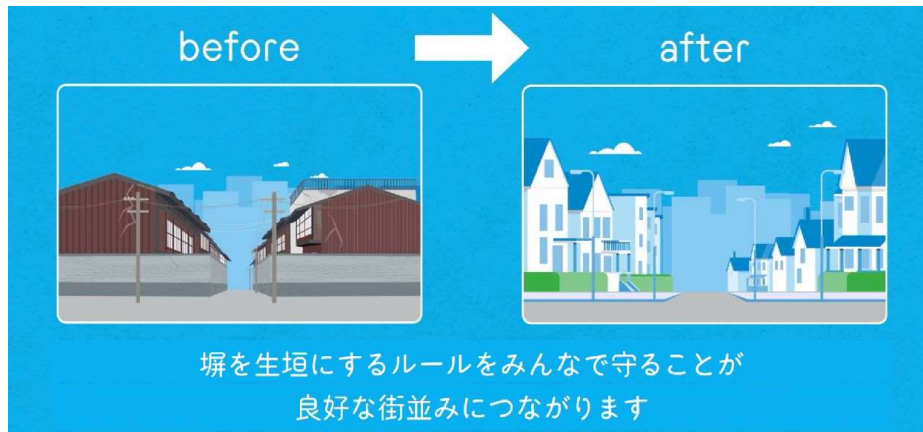
簡潔で分かりやすい動画

- ・第7回策定委員会でのご意見も踏まえたプロモーション動画と説明動画を制作

▼プロモーション動画（約2分）



新小岩駅南北自由通路などもまちづくりの成果です
これらは、都市計画マスタープランに基づいて進められています
身近な街の変化が都市マスに基づいて進捗



塀を生垣にするルールをみんなで守ることが
良好な街並みにつながります
街づくりには区民の協力が必要



都市マス冊子を開くシーンごとに表示内容が変化

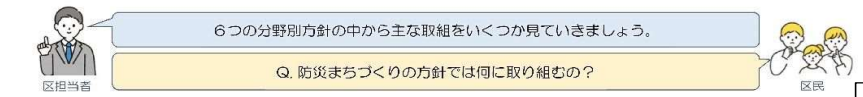
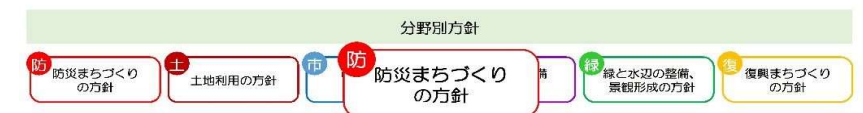
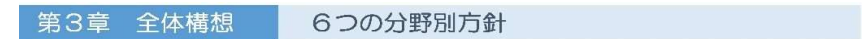
▼素案説明動画（約17分）



デザインについて助言を受けられるアドバイザリー制度
を活用し、動画のサムネイルを作成



見たい分野から見られるチャプター設定



対話形式のナレーション

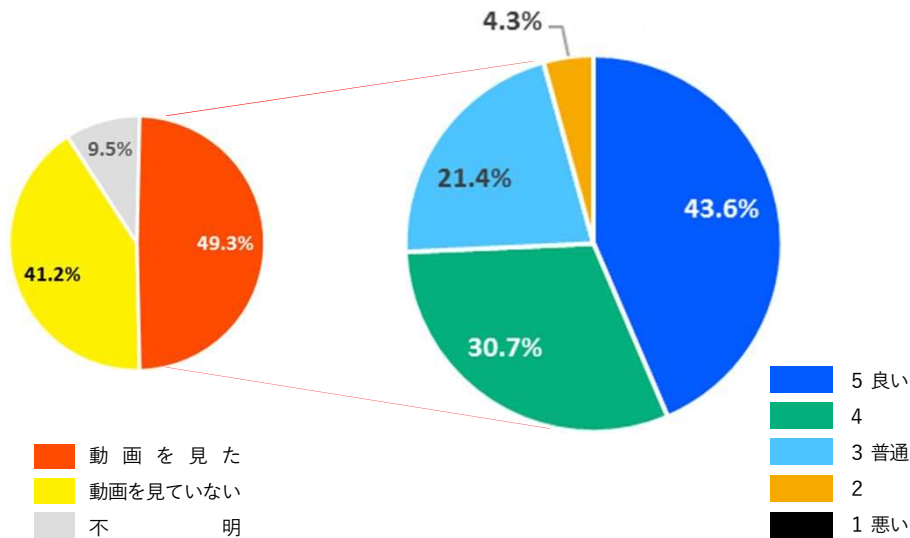
簡潔で分かりやすい動画

・動画に対する5段階評価は、上位評価「4」と最高評価「5」で7割を超え、最低評価「1」は無い

プロモーション動画の評価※



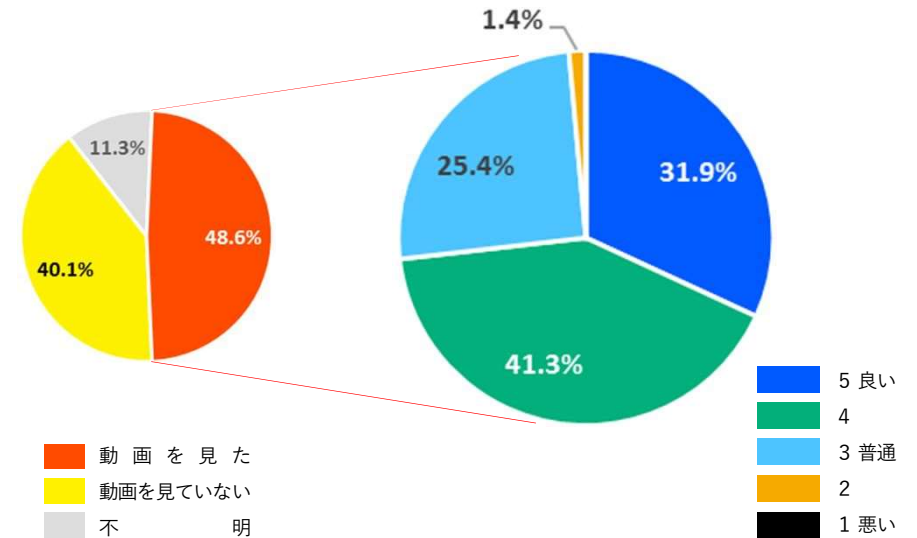
- 約半数が動画を視聴したと回答
- うち、74.3%が4・5の高い評価
- 最高評価「5」が4割超え



素案説明動画の評価※



- 約半数が動画を視聴したと回答
- うち、73.2%が5・4の高い評価



※オープンハウスアンケート回答より

動画の感想・意見

- ・プロモーション動画は導入として分かりやすく良かった。（多数）
- ・動画は親しみやすくとても良かった。
- ・動画や画像に現在の区内の風景が多くあると、もっと入り込みやすいと思う。
- ・説明文とCG映像中心だと、初めて都市マスに触れる人には内容が抽象的に感じると思う。
- ・素案説明動画は分かりやすかったが、地域別構想のところが早すぎて読めなかった。
- ・動画での説明はありがたい。1つ1つを短く分割した方が見やすい。

人の集まる場所での説明会

- ・アリオ亀有、新小岩駅 駅前広場でオープンハウスを開催し、多くの方に来場してもらう取組を実施

▼オープンハウス会場コンテンツ

各パネルには説明に関連する分野の素案ページや動画のチャプターにリンクするバーコードも表示



展示パネル (全10枚)



呼び込み看板の設置

アイキャッチディスプレイの設置



動画の放映



スタッフによる説明・対応

資料の閲覧や意見提出には、ネット、紙どちらにも対応



閲覧・意見提出スペース



来場プレゼントやチラシ配布

▼アリオ亀有会場の様子



アリオ店内3か所にB1サイズのポスターを掲示し、アリオ亀有HPのイベント情報にも掲載

学校で配布したチラシを見て来場された小学生グループ



子どもと一緒に来場し、素案の挿絵を素材にした塗り絵に興じる家族連れ



▼新小岩会場の様子

日没後も人々の往来が絶えない 南北自由通路出入口付近



ケーブルテレビがオープンハウス取材

屋外でも各動画を視聴できる環境を整備



降雨や南口イベントが中止されるなかでも、多くの方が来場

人の集まる場所での説明会

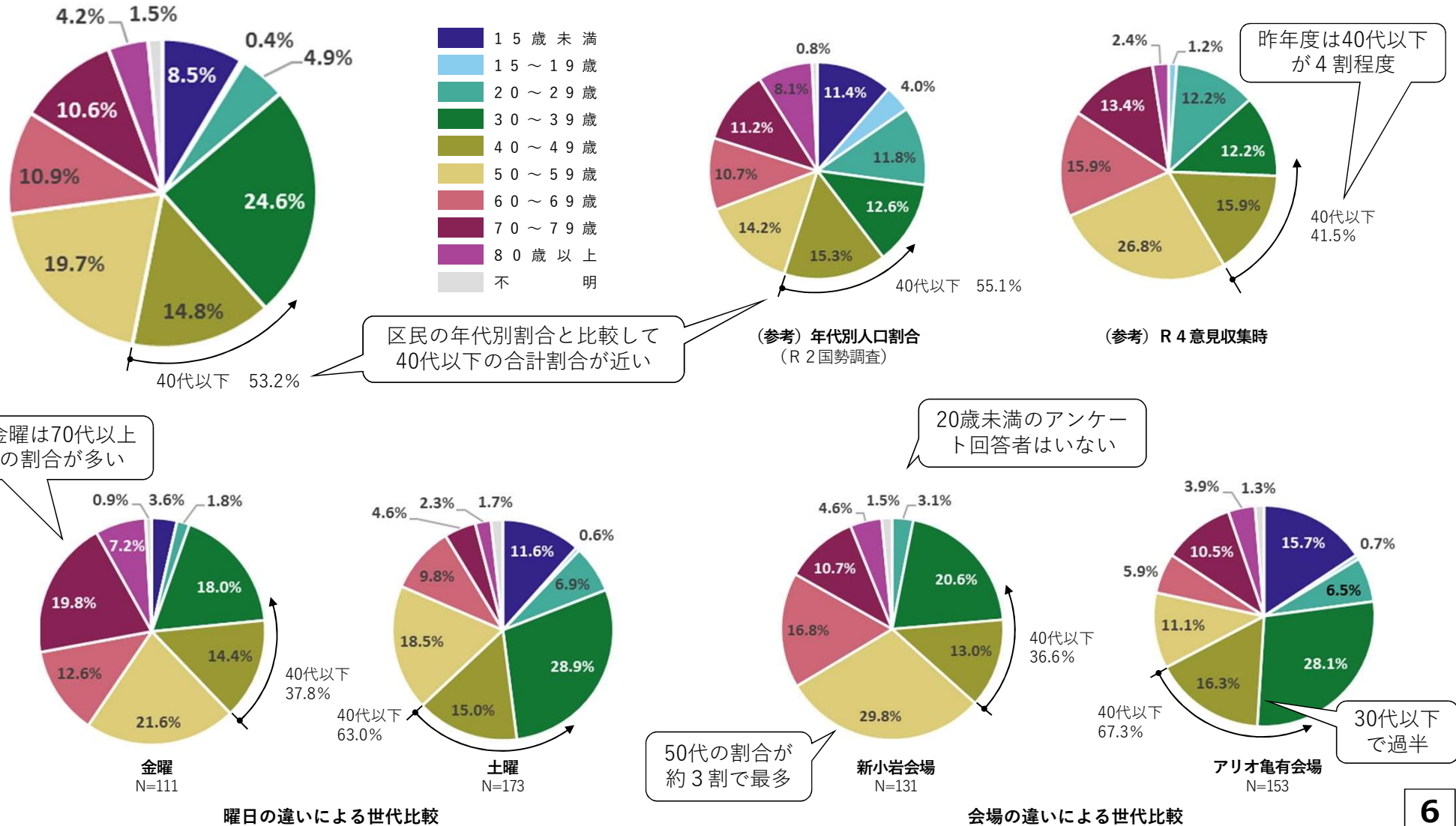
- ・昨年度と比較して、15歳未満や30代の若い世代の来場が増加し、40代までで過半を占める
- ・曜日や会場によって来場者の世代に違いが見られる

アンケート回答方法は、WEBでの回答フォームも準備したが、全て会場配布の紙面での回答となった。

アンケート回答者の年齢

○30代が最も多く、40代までで過半を占めるが、15～19歳と20代が少ない。

○土曜やアリオ亀有会場では30代中心に若い世代が来場された一方、金曜では70代以上の割合が大きく、新小岩会場では50代の割合が特に大きい。



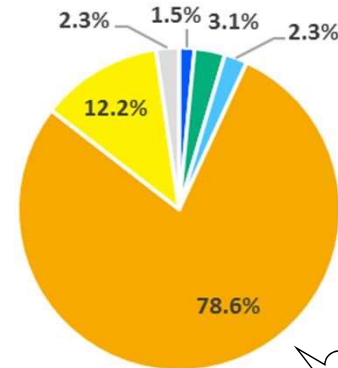
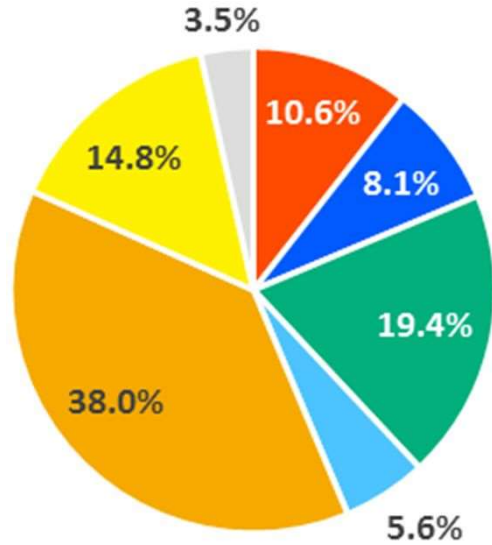
人の集まる場所での説明会

・新小岩会場は特に地元地域からの来場者が多く、会場の違いによる居住地の偏りが見られる

アンケート回答者の居住地

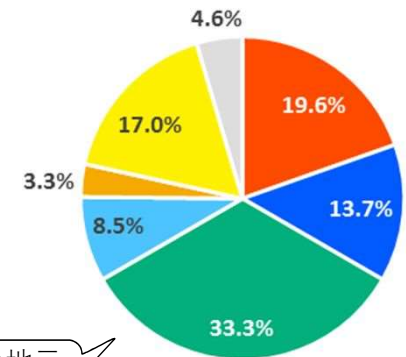
○奥戸・新小岩が最多で4割近く、青戸・立石・四つ木地域が最少。

○新小岩会場は地元の奥戸・新小岩地域が8割と集中する一方、アリオ亀有会場は、地元以外からも来場。



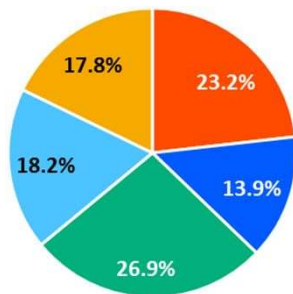
新小岩会場
N=131

会場の地元
地域が最多

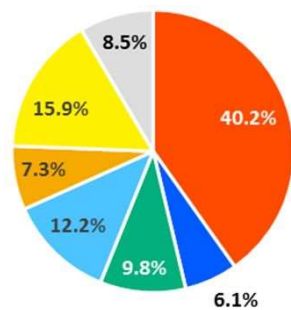


アリオ亀有会場
N=153

会場の違いによる居住地比較



(参考) 地域別人口割合
(R2国勢調査より)



(参考) R4意見収集時

昨年度は駅近接会場
(かみふらっと) への
来場者数の多さが影響

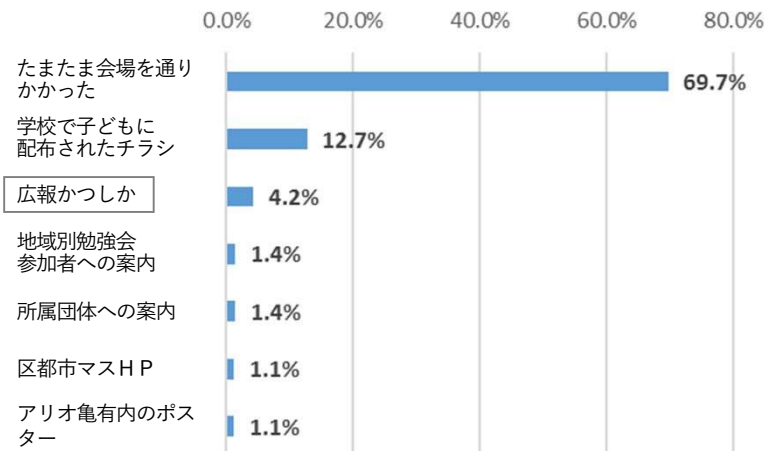
人の集まる場所での説明会

- ・来場のきっかけは「たまたま会場を通りかかった」と「学校で子どもに配布されたチラシ」で8割を超え、今回の取り組みによる効果が見られる
- ・オープンハウスの満足度や都市マス素案の評価はおおむね良好な結果

来場のきっかけ（上位7項目※）

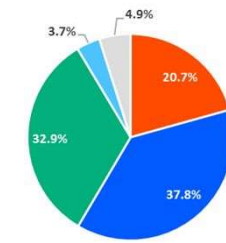
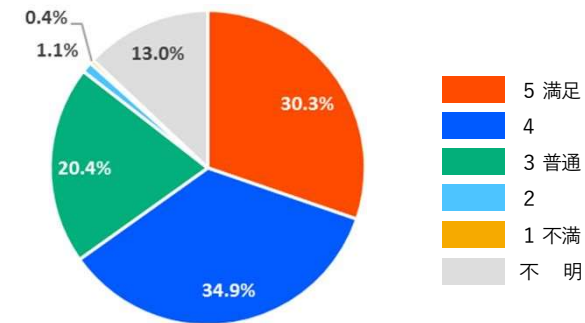
※その他、不明・無回答を除く、単独で1%以上の項目

- 「たまたま会場を通りかかった」が最も多く、約7割を占め、次いで「学校で子どもに配布されたチラシ」が1割超。
- 一方、広報かつしかによる効果は相対的に低下。



オープンハウスに対する満足度

○昨年度よりも、5段階評価の最高評価「5」が増え、上位評価「4」と合わせて、全体の約3分の2を占める。



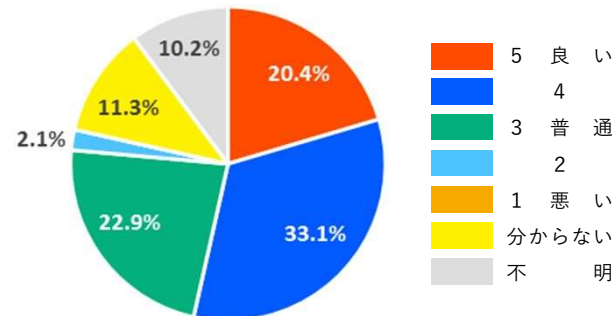
(参考) R4意見収集時

オープンハウスの主な感想

- ・人通り多く、目につく場所で立ち寄りやすい。入りやすくて良い。
- ・展示パネルがパッと見られて良い。分かりやすかった。
- ・展示パネルの字が小さく読みづらい。情報量、文字が多い。
- ・もう少し具体的な内容、イメージがあると良い。

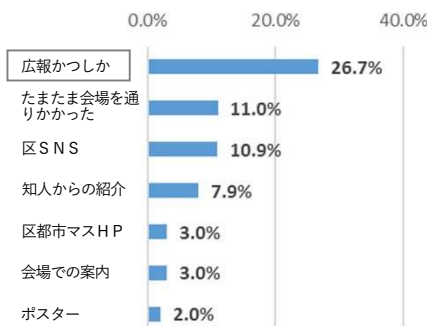
都市マス素案に対する評価

○5段階評価の最高評価「5」と上位評価「4」で過半を占め、最低評価「1」の回答はない。



(参考) 下位評価「2」とした方の感想

- ・ビル群に変わるとテナントがつまらない店ばかりになる
- ・駅周辺の再開発に期待



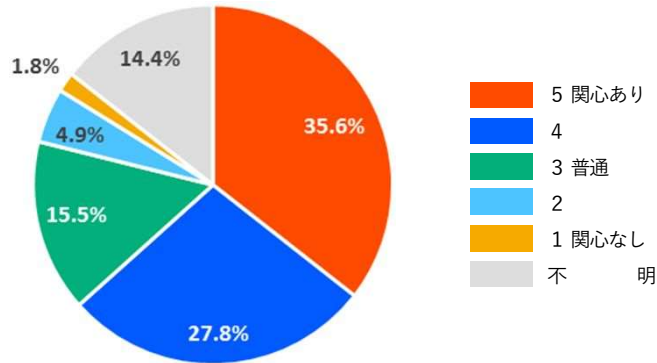
(参考) R4意見収集時

策定以降の実現化方策に向けた分析

・まちづくりへの関心は高く、周知方法ではオープンハウスを支持する回答が多い

まちづくりへの関心の有無

○関心の度合いは、5段階評価の上位5、4で6割を超える。



まちづくりへの関心の主な理由（概要）

- ・住んでいる所がよりよくなったら良いので。
- ・自然災害の対策が気になった。
- ・子どもたちが将来暮らしやすいかどうか。
- ・仕事上関係があるから。

（参考）まちづくりへの関心の理由項目と関心度の関係

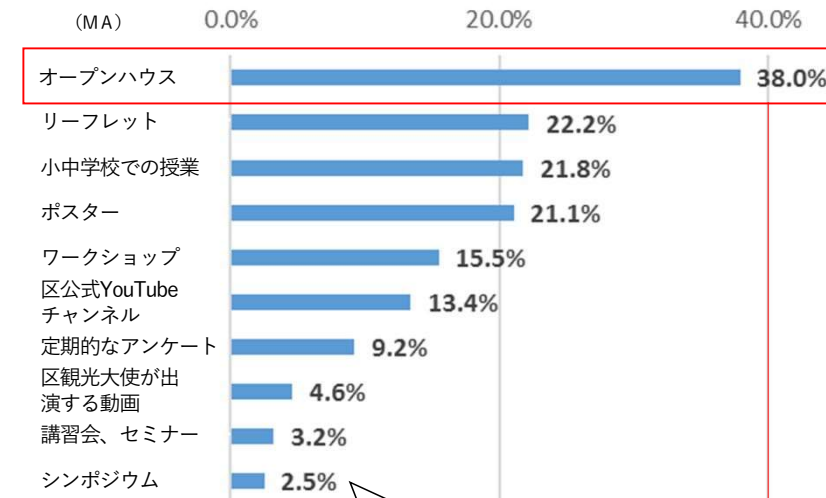
分類項目	関心度						合計
	関心あり5	4	3	2	関心なし1	無回答	
住んでいるから・勤め先があるから	20	13	2	1	0	0	36
防災	9	6	2	0	0	0	17
生活の向上	6	7	2	0	0	0	15
子育て	4	3	0	0	0	0	7
仕事と関係している	5	1	0	0	0	0	6
再開発	2	0	0	0	0	0	2
納税者	0	2	0	0	0	0	2
住みたい	0	2	0	0	0	0	2
資産価値	1	1	0	0	0	0	2
その他	13	8	2	2	1	1	27
合計	60	43	8	3	1	1 ※	116

※関心度の理由を回答した人数

関心を持つまちづくりの周知方法

○オープンハウスが4割近くを占める。

○リーフレットや学校での授業、ポスターが2割を超える。



講習会やセミナー、シンポジウムを支持する回答が少ない

駅前や商業施設が半数



参加しやすいオープンハウス会場