

令和4年度広報活動アンケート調査結果報告書

高松市総務局広聴広報課

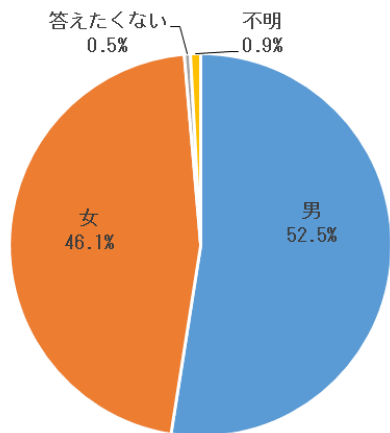
アンケート概要

調査目的	本市では、「広報高松」を始め、ケーブルテレビやホームページ、SNS、ラジオなど各種広報媒体を通じて、市の施策や事業、各種制度、イベントなど、さまざまな市政情報の発信に努めている。これら本市の広報媒体がどの程度市民に親しまれているかを調査するとともに、市民からの意見や要望等を把握し、その結果を今後の広報活動に反映させるために実施したものである。	
調査対象	満18歳以上の市民 2,000人	
調査対象者の抽出方法	住民基本台帳（令和4年5月1日現在）から無作為抽出	
調査期間	令和4年7月1日（金）～7月21日（木）	
調査方法	郵送配布、郵送回収、オンライン回答	
端数処理	集計結果は、全て小数点第2位以下を四捨五入しているため、比率の合計が100にならない場合がある。	
その他	この調査は、昭和57年度から3年に1度実施しており、今回で15回目となる。	
調査内容	項目	貢
	情報収集方法	5
	広報紙「広報高松」について	12
	テレビ・ラジオ広報番組について	18
	高松市公式ホームページ「もっと高松」について	19
	動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」について	22
	高松市公式SNSについて	24
	ケーブルテレビについて	27
集計結果の分析及び今後の対応	28	

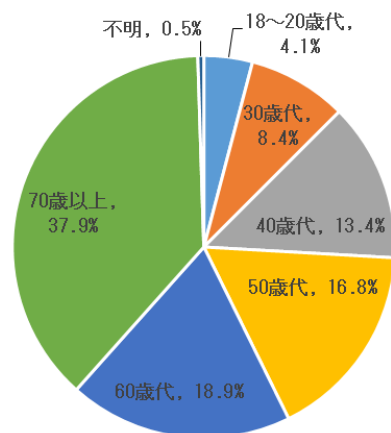
アンケート回収状況

配布数	回収数	回収率
2,000	583	29.2% (前回令和元年度実績 35.6%)

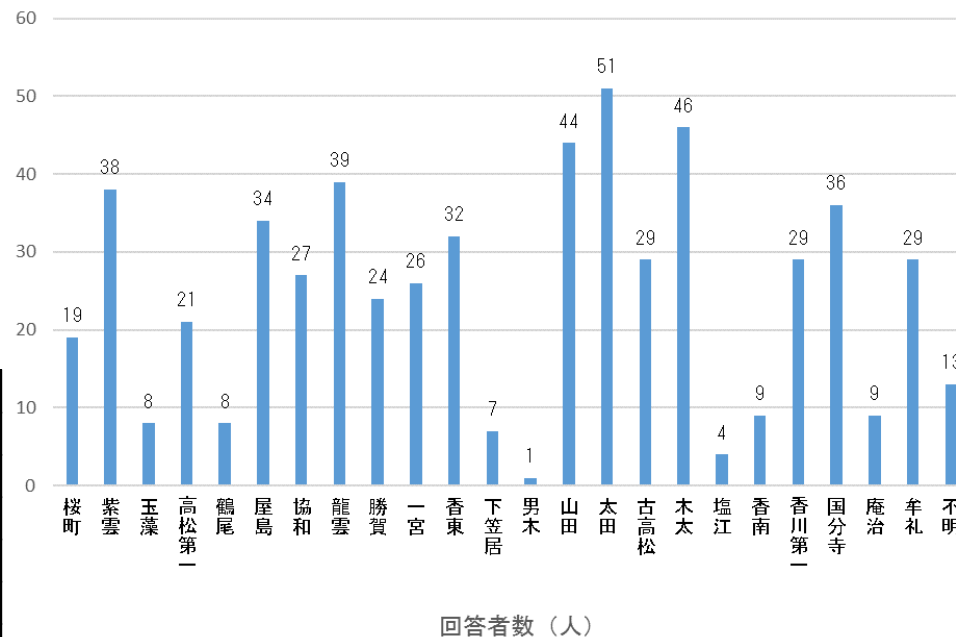
【性別】



【年齢別】



【中学校区別】



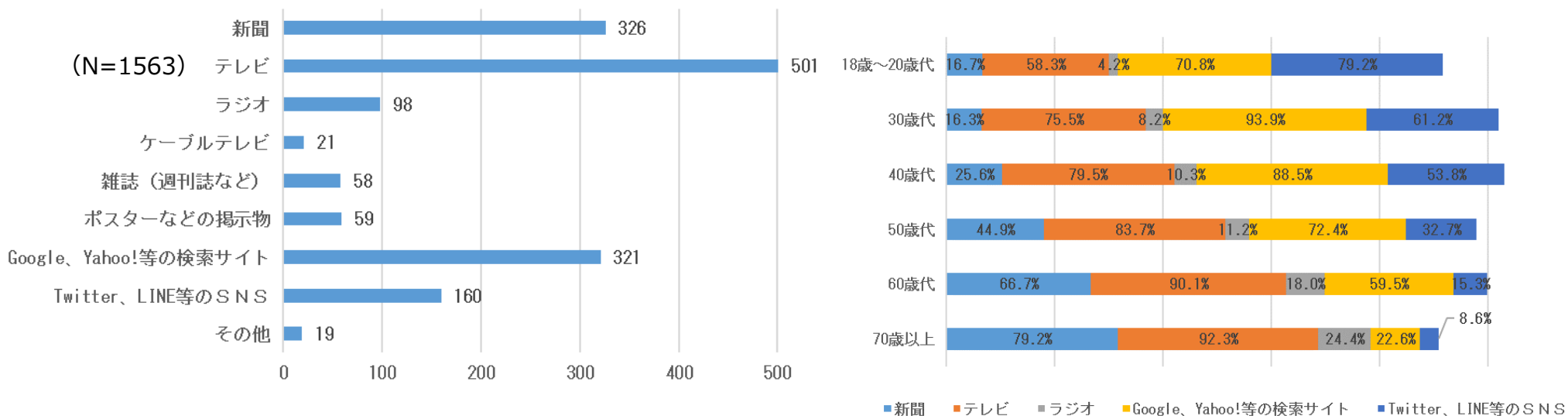
	人数	構成比
男性	306	52.5%
女性	269	46.1%
答えたくない	3	0.5%
不明	5	0.9%
計	583	100.0%

	人数	構成比
18~20歳代	24	4.1%
30歳代	49	8.4%
40歳代	78	13.4%
50歳代	98	16.8%
60歳代	110	18.9%
70歳以上	221	37.9%
不明	3	0.5%
計	583	100.0%

調査結果

1 情報収集方法

Q1 あなたは、日常生活に関する様々な情報を、主に何から入手していますか。次の中から3つまで選んでください。



媒体	回答数	割合	媒体	回答数	割合
新聞	326	55.9%	テレビ	501	85.9%
ラジオ	98	16.8%	ケーブルテレビ	21	3.6%
雑誌（週刊誌など）	58	9.9%	ポスターなどの掲示物	59	10.1%
Google、Yahoo!等の検索サイト	321	55.1%	Twitter、LINE等のSNS	160	27.4%
その他	19	3.3%			

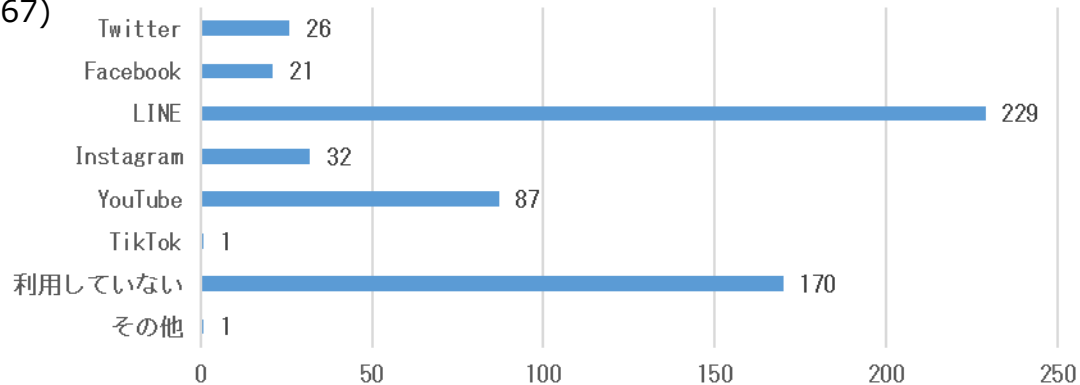
【回答傾向・分析】

高齢者になるほど新聞・テレビといった従来からある手段での情報収集の割合が高くなっている。特に60歳代以上ではテレビと答えた回答者が9割を超えている。一方、若者世代ほど新聞・テレビの割合が低くなり、インターネットやSNSなどの割合が高くなっている。

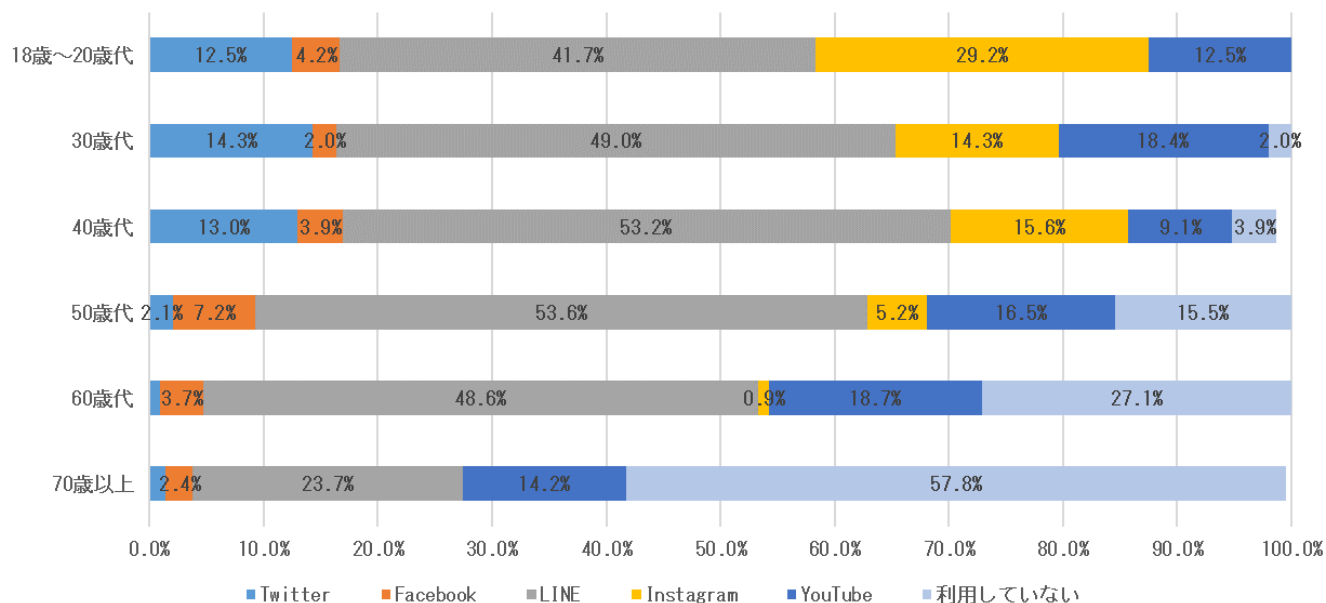
1 情報収集方法

Q2 あなたがよく使うSNSを、次の中から1つ選んでください。

(N=567)



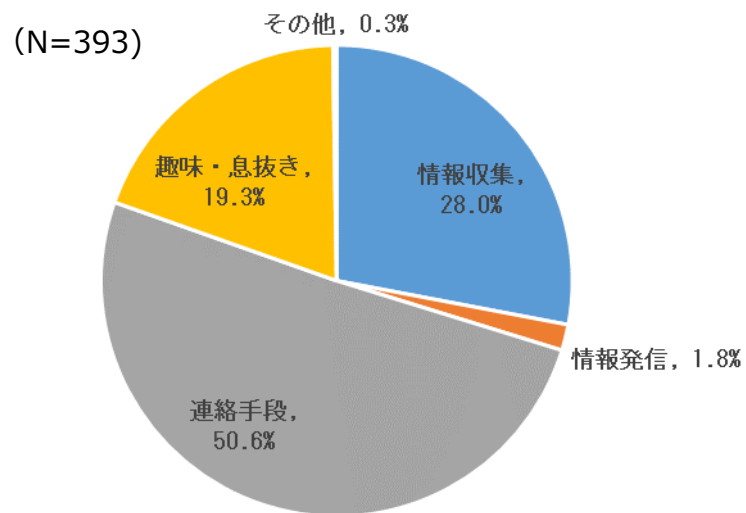
SNSツール	回答数	割合
Twitter	26	4.6%
Facebook	21	3.7%
LINE	229	40.4%
Instagram	32	5.6%
YouTube	87	15.3%
TikTok	1	0.2%
利用していない	170	30.0%
その他	1	0.2%



1 情報収集方法

Q3 SNSの主な利用目的を、次の中から1つ選んでください。

(Q2で「利用していない」以外を選んだ方が対象)



利用目的	回答数	割合
情報収集	110	28.00%
情報発信	7	1.80%
連絡手段	199	50.60%
趣味・息抜き	76	19.30%
その他	1	0.30%

	Twitter	Facebook	LINE	Instagram	YouTube	TikTok
情報収集	65.40%	31.60%	14.00%	68.80%	39.30%	0.00%
情報発信	0.00%	21.10%	1.30%	0.00%	0.00%	0.00%
連絡手段	7.70%	10.50%	82.50%	9.40%	4.80%	0.00%
趣味・息抜き	26.90%	36.80%	2.20%	21.90%	54.80%	100.00%
その他	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.20%	0.00%

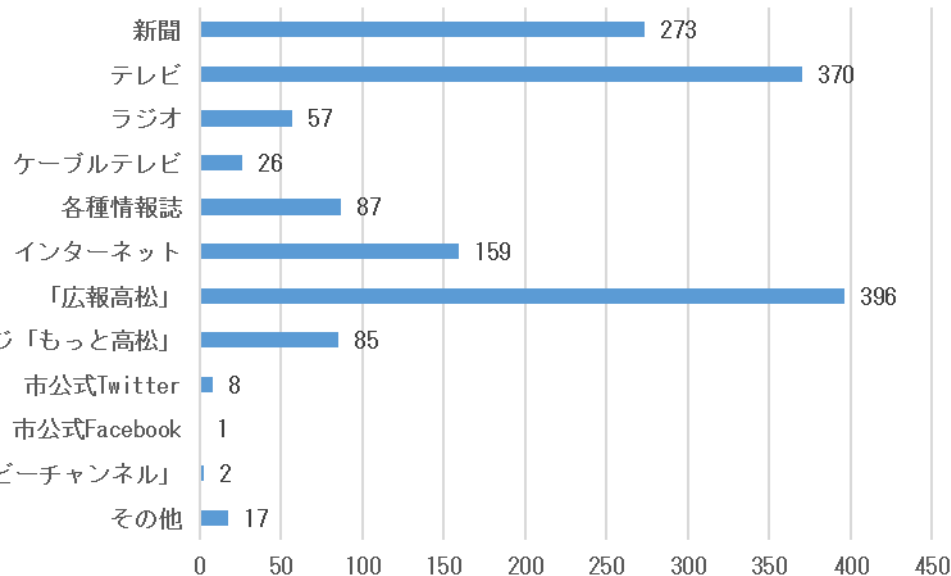
【回答傾向・分析】

よく使うSNSはLINEが最も高くなっており、利用目的は連絡手段が最も高くなっている。YouTubeは趣味・息抜き、TwitterやInstagramは情報収集が最も高く、SNSごとに利用目的がそれぞれ異なっていることがわかる。

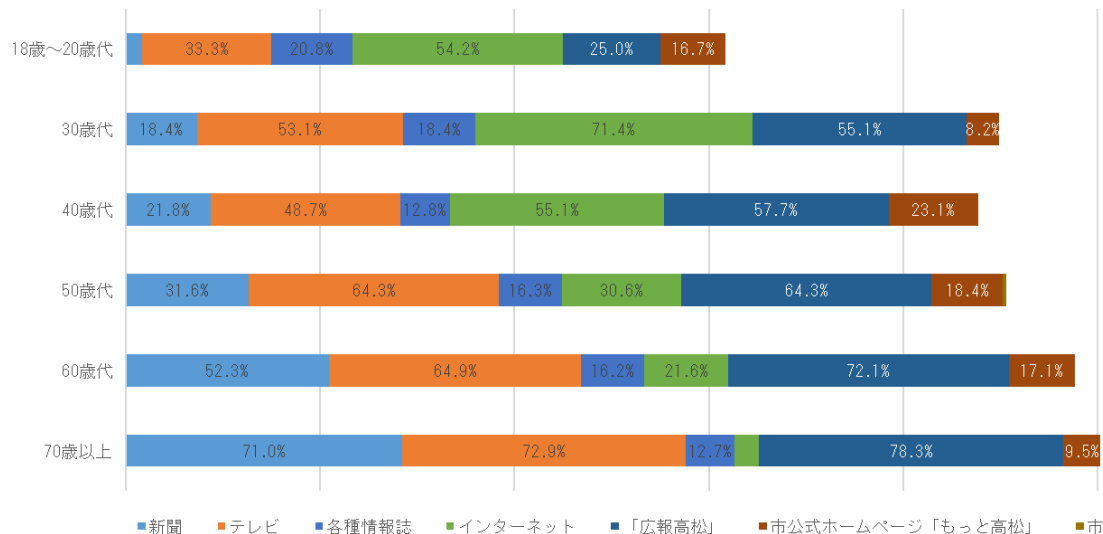
1 情報収集方法

Q4 高松市の施策や制度、生活に必要な情報、各種イベントなどの情報を、主に何から入手していますか。次の中から3つまで選んでください。

(N=1481)



情報入手手段	回答数	割合
新聞	273	46.8%
テレビ	370	63.5%
ラジオ	57	9.8%
ケーブルテレビ	26	4.5%
各種情報誌	87	14.9%
インターネット	159	27.3%
「広報高松」	396	67.9%
市公式ホームページ「もっと高松」	85	14.6%
市公式Twitter	8	1.4%
市公式Facebook	1	0.2%
動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」	2	0.3%
その他	17	2.9%

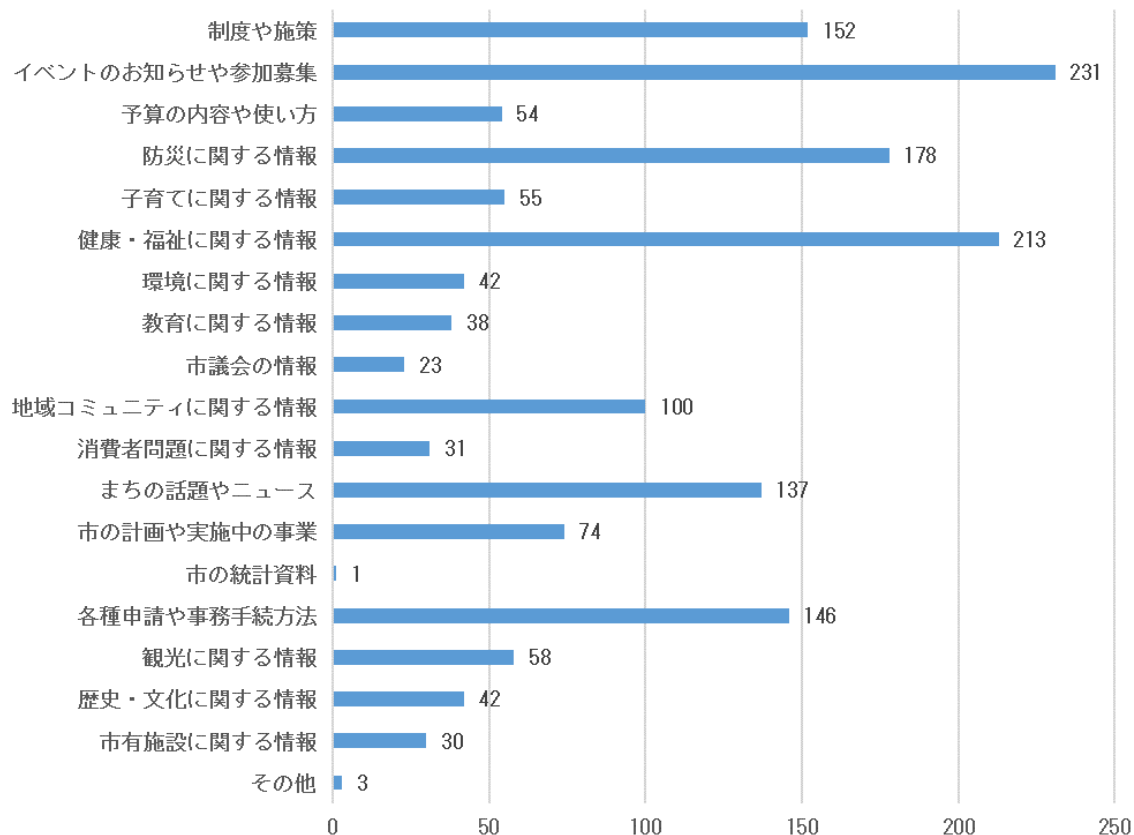


【回答傾向・分析】
 情報入手手段は広報高松の割合が最も高く約7割を占める。次いでテレビ、新聞と続いており、前回調査と同様の結果となっている。

1 情報収集方法

Q5 高松市が発信する情報で、日頃から知りたいと思っていることは、どのようなことですか。次の中から3つまで選んでください。

(N=1608)



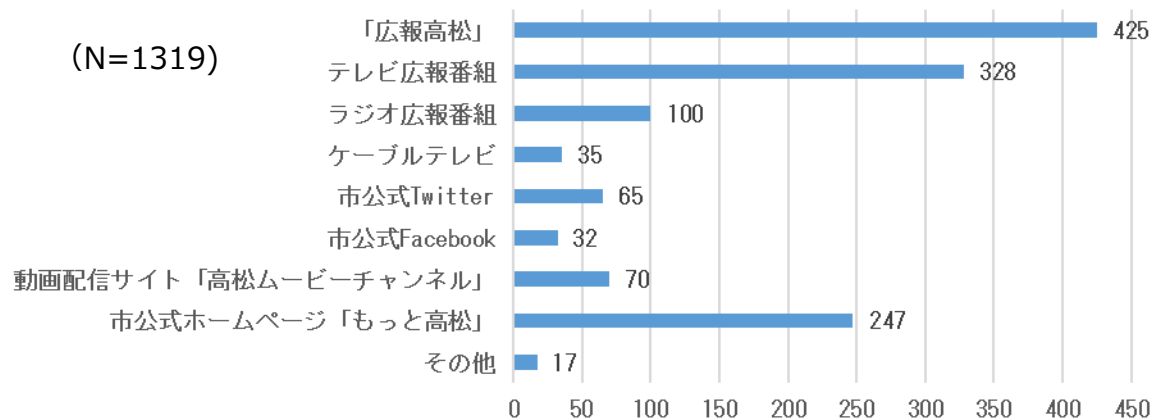
知りたい情報	回答数	割合
制度や施策	152	26.1%
イベントのお知らせや参加募集	231	39.6%
予算の内容や使い方	54	9.3%
防災に関する情報	178	30.5%
子育てに関する情報	55	9.4%
健康・福祉に関する情報	213	36.5%
環境に関する情報	42	7.2%
教育に関する情報	38	6.5%
市議会の情報	23	3.9%
地域コミュニティに関する情報	100	17.2%
消費者問題に関する情報	31	5.3%
まちの話題やニュース	137	23.5%
市の計画や実施中の事業	74	12.7%
市の統計資料	1	0.2%
各種申請や事務手続方法	146	25.0%
観光に関する情報	58	9.9%
歴史・文化に関する情報	42	7.2%
市有施設に関する情報	30	5.1%
その他	3	0.5%

【回答傾向・分析】

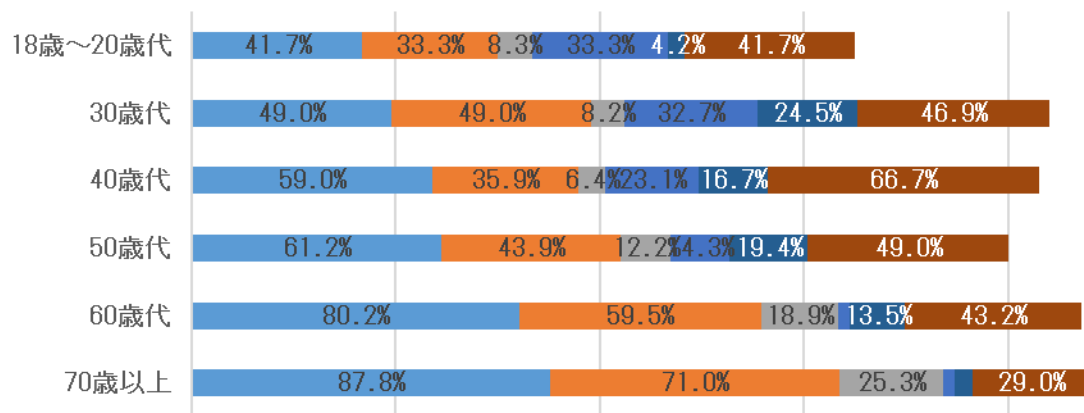
日頃から知りたい情報は、イベント情報や暮らしに役立つ情報など生活に関係する情報が上位を占めている。

1 情報収集方法

Q6 今後、高松市の市政情報で充実を図るべき広報手段はどれですか。次の中から3つまで選んでください。



充実を図るべき広報手段	回答数	割合
「広報高松」	425	72.9%
テレビ広報番組	328	56.3%
ラジオ広報番組	100	17.2%
ケーブルテレビ	35	6.0%
市公式Twitter	65	11.1%
市公式Facebook	32	5.5%
動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」	70	12.0%
市公式ホームページ「もっと高松」	247	42.4%
その他	17	2.9%



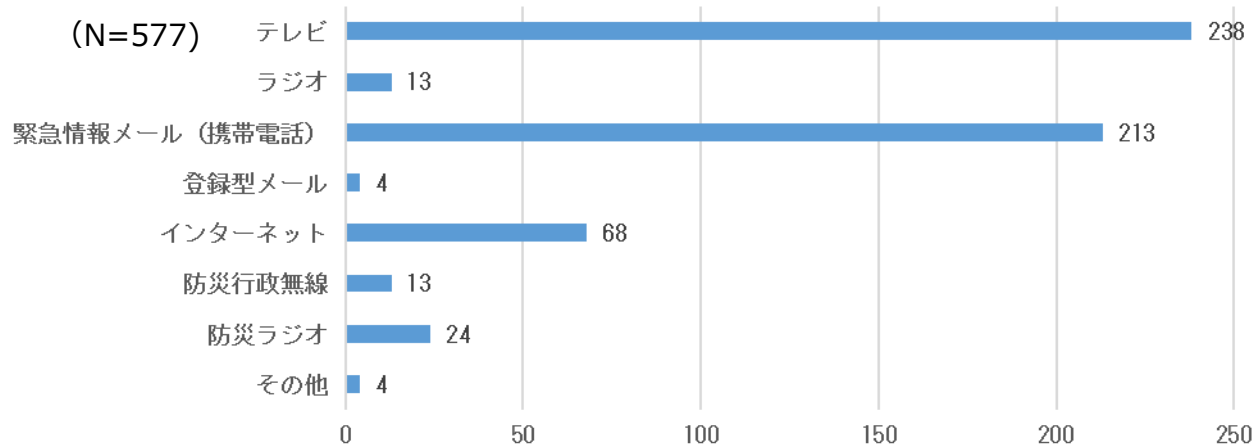
- 「広報高松」
- テレビ広報番組
- ラジオ広報番組
- 市公式Twitter
- 動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」
- 市公式ホームページ「もっと高松」

【回答傾向・分析】

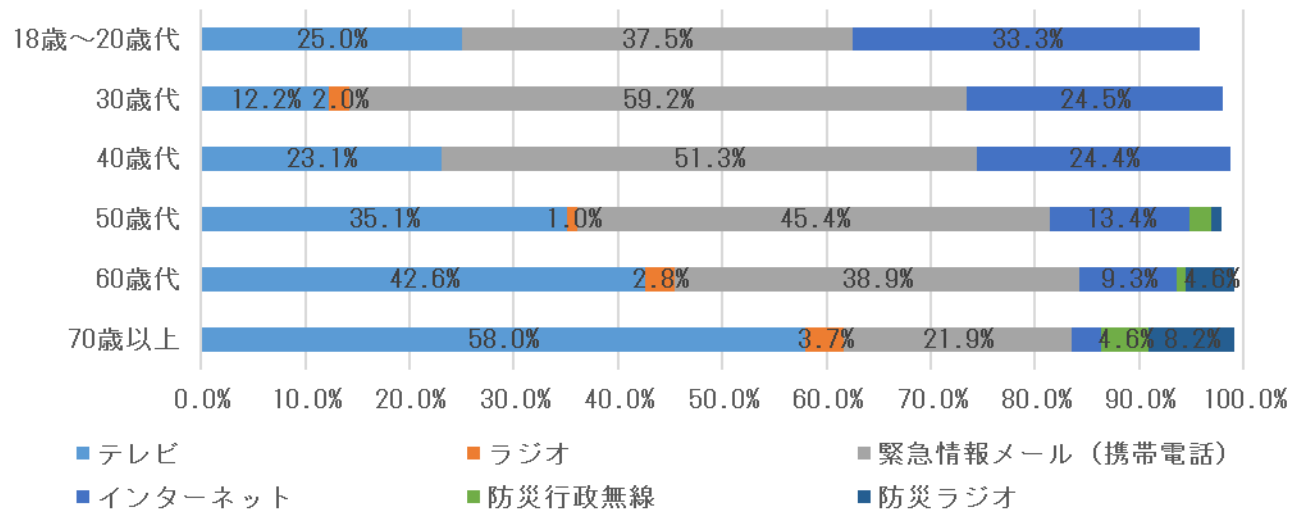
インターネットやSNS等情報入手手段は多岐にわたっているが、高齢世代においては広報高松やテレビといった従来からある手段での情報発信を望む声が大半を占めている。一方で10代から40代の若い世代ではtwitter等のSNSでの情報発信を望む声も多い。

1 情報収集方法

Q7 災害時の避難勧告などの避難情報を、主に何から入手していますか。次の中から1つ選んでください。



避難情報の入手手段	回答数	割合
テレビ	238	41.2%
ラジオ	13	2.3%
緊急情報メール (携帯電話)	213	36.9%
登録型メール	4	0.7%
インターネット	68	11.8%
防災行政無線	13	2.3%
防災ラジオ	24	4.2%
その他	4	0.7%

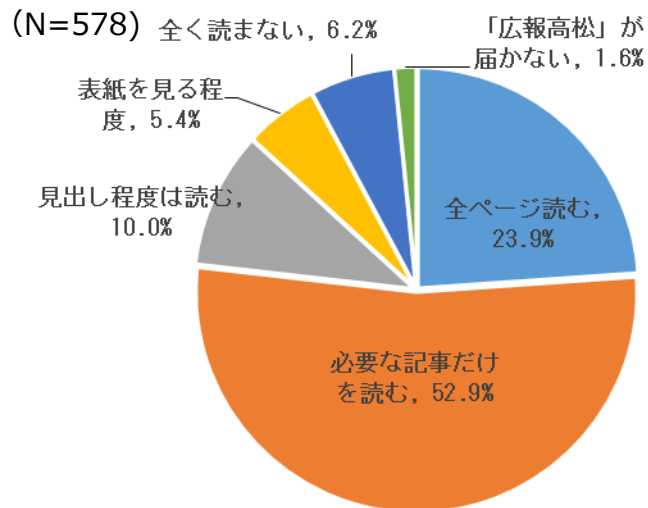


【回答傾向・分析】

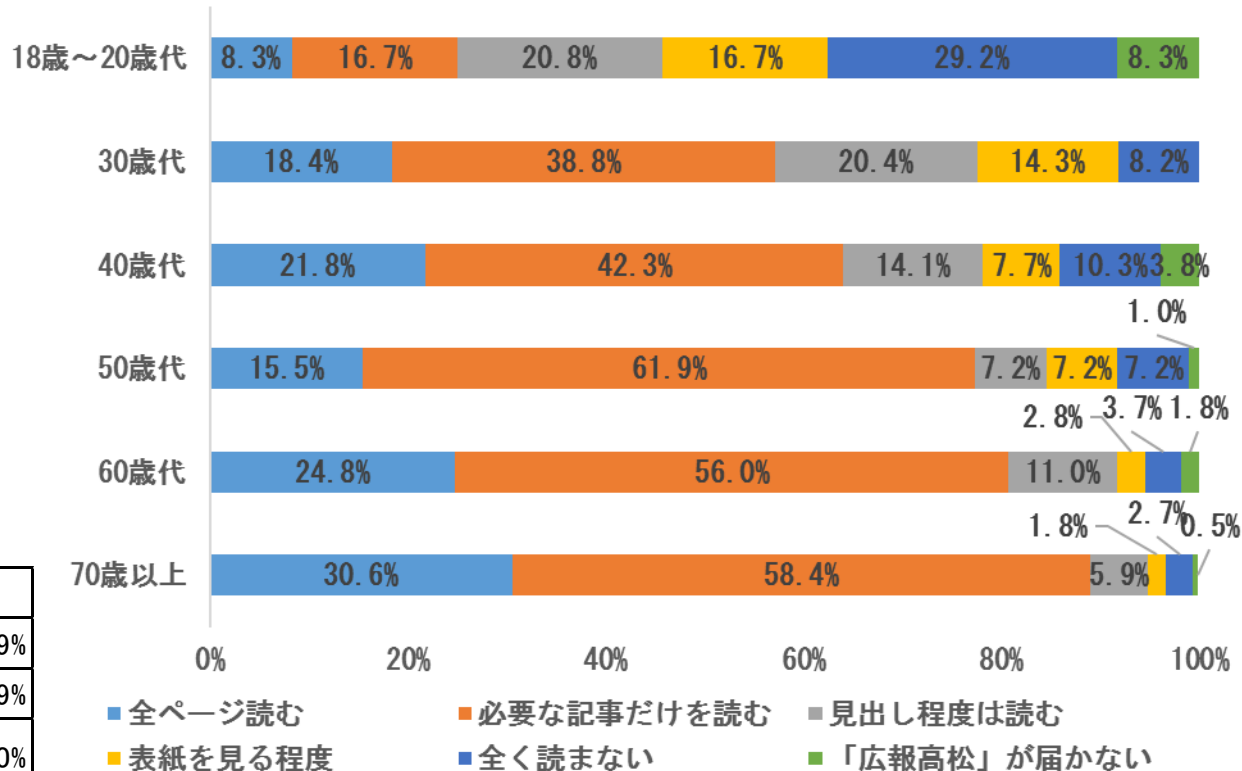
災害時の避難情報の入手手段はテレビと緊急情報メール（携帯電話）で約8割を占めている。

2 広報紙「広報高松」について

Q8 - 1 「広報高松」をどの程度読みますか。次の中から1つ選んでください。



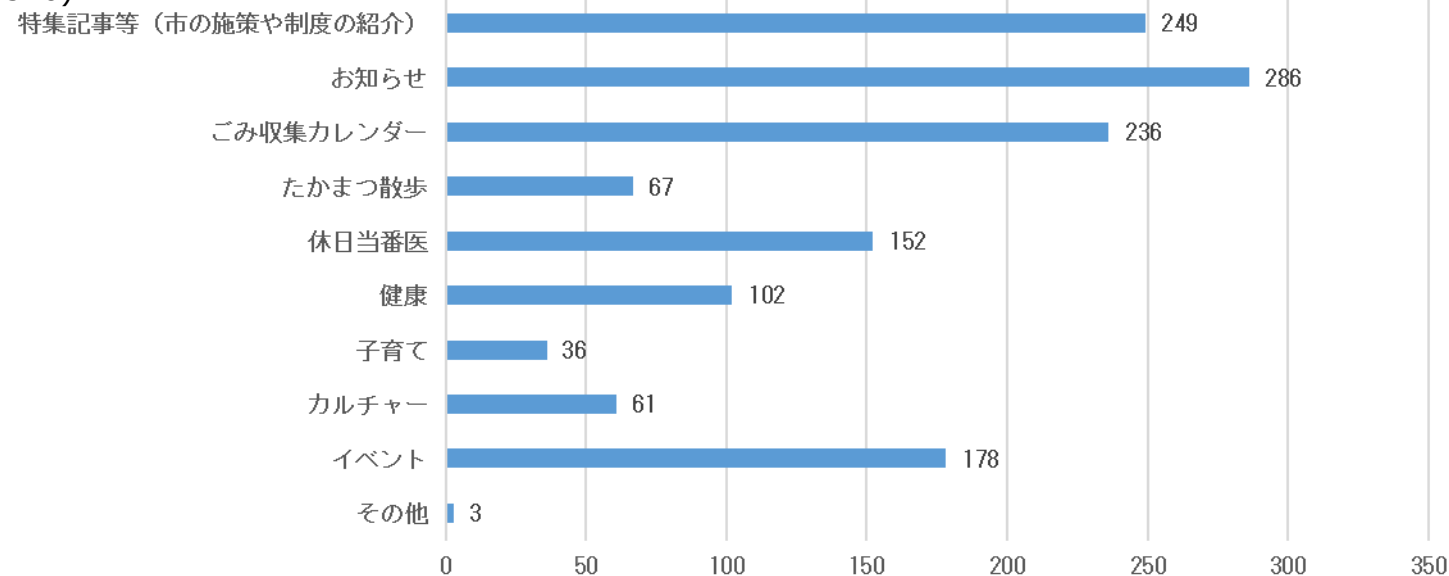
利用目的	回答数	割合
全ページ読む	138	23.9%
必要な記事だけを読む	306	52.9%
見出し程度は読む	58	10.0%
表紙を見る程度	31	5.4%
全く読まない	36	6.2%
「広報高松」が届かない	9	1.6%



2 広報紙「広報高松」について

Q8 - 2 「広報高松」で、よく読むコーナーはどれですか。次の中から3つまで選んでください。（Q8 - 1で「全ページ読む」、「必要な記事だけを読む」、「見出し程度は読む」を選んだ方が対象）

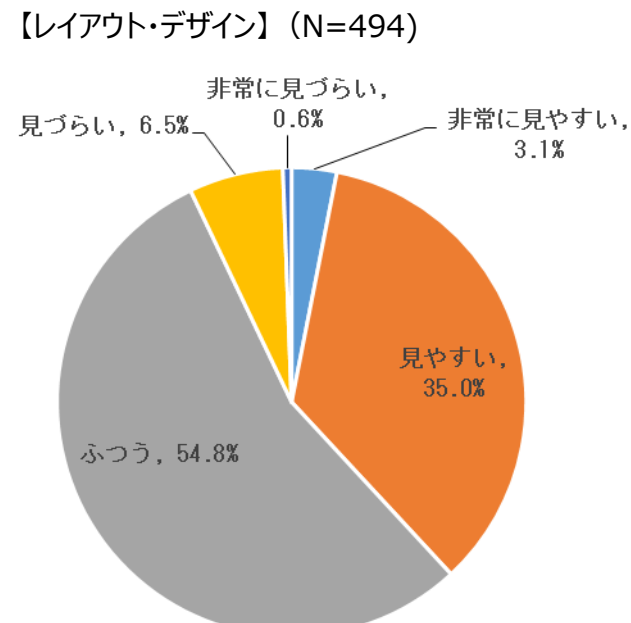
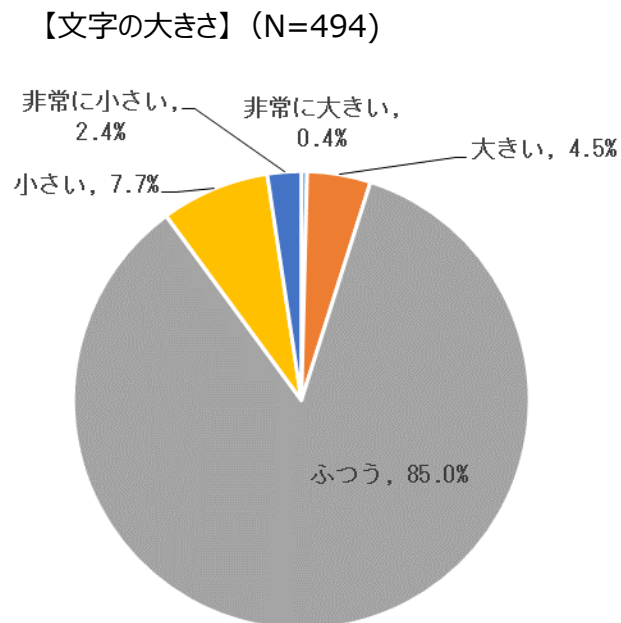
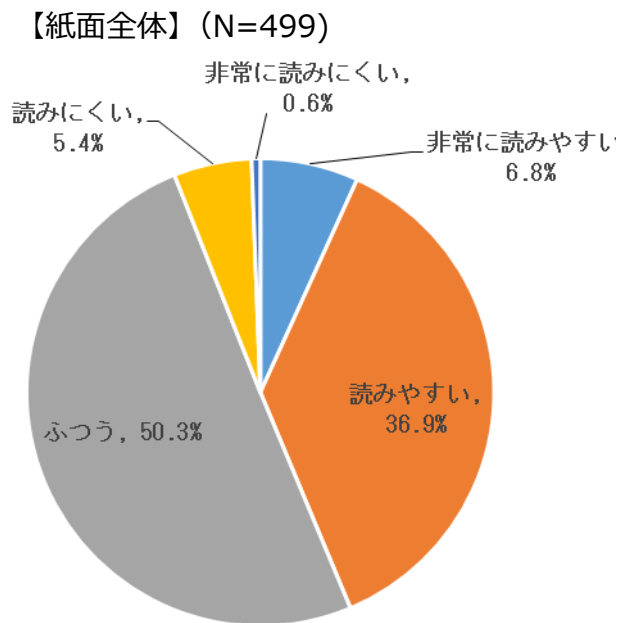
(N=1370)



「広報高松」でよく読むコーナー	回答数	割合	「広報高松」でよく読むコーナー	回答数	割合
特集記事等 (市の施策や制度の紹介)	249	49.6%	お知らせ	286	57.0%
ごみ収集カレンダー	236	47.0%	たかまつ散歩	67	13.3%
休日当番医	152	30.3%	健康	102	20.3%
子育て	36	7.2%	カルチャー	61	12.2%
イベント	178	35.5%	その他	3	0.6%

2 広報紙「広報高松」について

Q8 - 3 「広報高松」の印象を教えてください。(Q8 - 1 で「全ページ読む」、「必要な記事だけを読む」、「見出し程度は読む」を選んだ方が対象)



紙面全体	回答数	割合
非常に読みやすい	34	6.8%
読みやすい	184	36.9%
ふつう	251	50.3%
読みにくい	27	5.4%
非常に読みにくい	3	0.6%

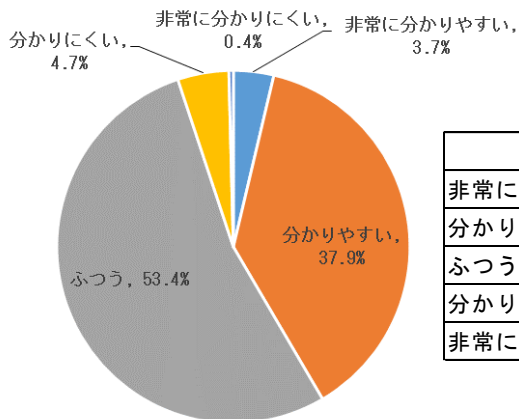
文字の大きさ	回答数	割合
非常に大きい	2	0.4%
大きい	22	4.5%
ふつう	420	85.0%
小さい	38	7.7%
非常に小さい	12	2.4%

レイアウト・デザイン	回答数	割合
非常に見やすい	15	3.1%
見やすい	172	35.0%
ふつう	269	54.8%
見づらい	32	6.5%
非常に見づらい	3	0.6%

2 広報紙「広報高松」について

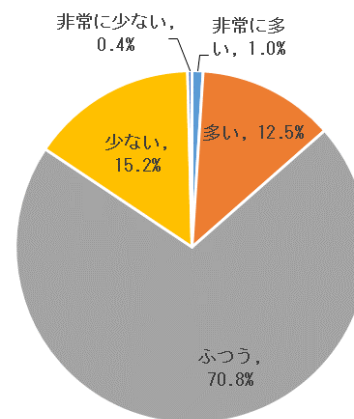
Q8 - 3 「広報高松」の印象を教えてください。(Q8 - 1 で「全ページ読む」、「必要な記事だけを読む」、「見出し程度は読む」を選んだ方が対象)

【内容】(N=491)



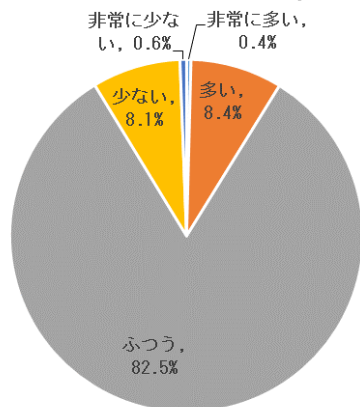
内容	回答数	割合
非常に分かりやすい	18	3.7%
分かる	186	37.9%
ふつう	262	53.4%
分かりにくい	23	4.7%
非常に分かりにくい	2	0.4%

【情報量】(N=487)



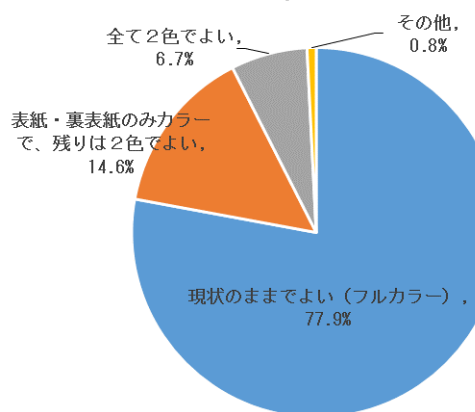
情報量	回答数	割合
非常に多い	5	1.0%
多い	61	12.5%
ふつう	345	70.8%
少ない	74	15.2%
非常に少ない	2	0.4%

【ページ数】(N=491)



ページ数	回答数	割合
非常に多い	2	0.4%
多い	41	8.4%
ふつう	405	82.5%
少ない	40	8.1%
非常に少ない	3	0.6%

【刷り色】(N=480)

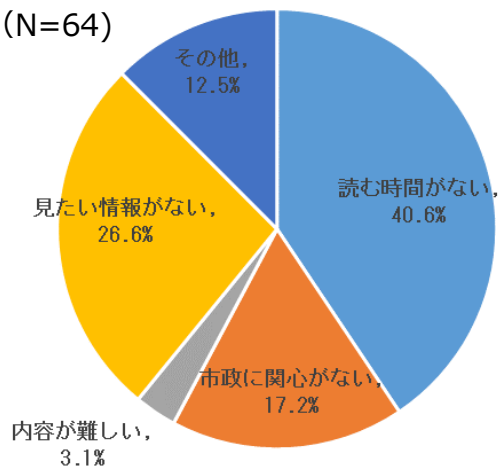


内容	回答数	割合
現状のままでよい(フルカラー)	374	77.9%
表紙・裏表紙のみカラーで、残りは2色でよい	70	14.6%
全て2色でよい	32	6.7%
その他	4	0.8%

2 広報紙「広報高松」について

Q8-4 「広報高松」を読まない理由を次の中から1つ選んでください。(Q8-1で「表紙を見る程度」、「全く読まない」を選んだ方が対象)

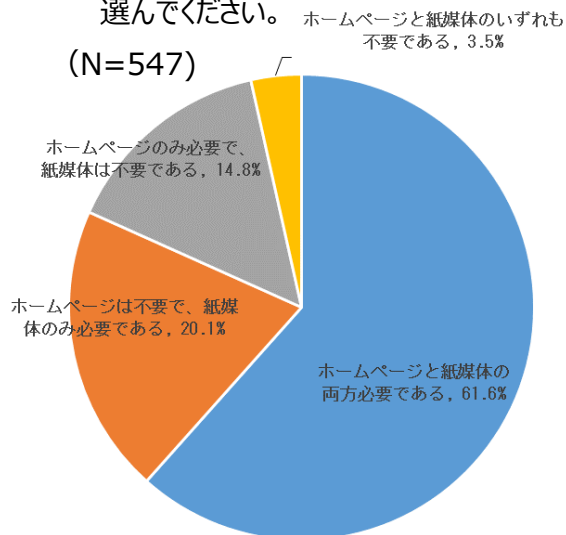
(N=64)



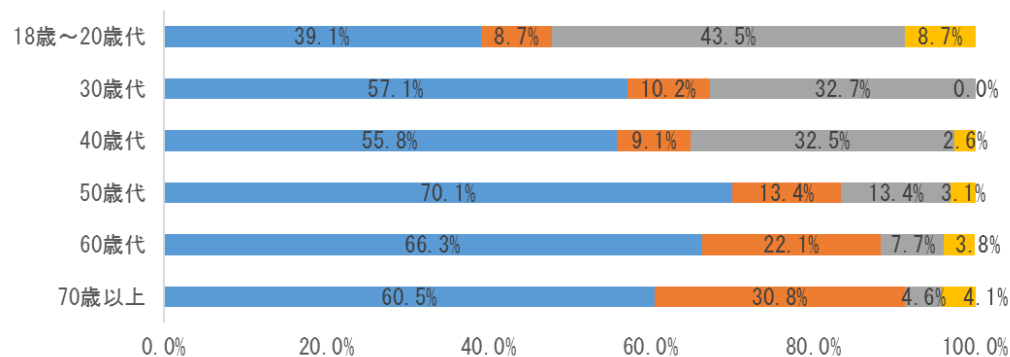
「広報高松」を読まない理由	回答数	割合
読む時間がない	26	40.6%
見たい情報がない	17	26.6%
その他	8	12.5%
市政に関心がない	11	17.2%
内容が難しい	2	3.1%

Q9 市公式ホームページ「もっと高松」でも市政情報を発信していますが、「広報高松」(紙媒体)による広報の必要性について、あなたの世帯のみで考えた場合、次の中から1つ選んでください。

(N=547)



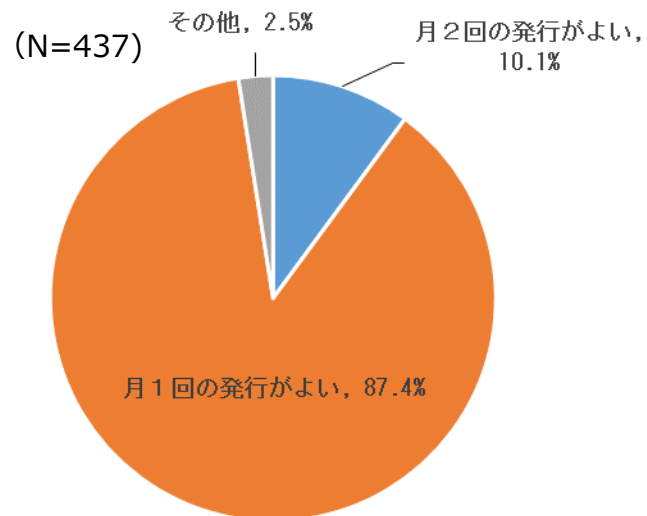
紙媒体の必要性	回答数	割合
ホームページと紙媒体の両方必要である	337	61.6%
ホームページは不要で、紙媒体のみ必要である	110	20.1%
ホームページのみ必要で、紙媒体は不要である	81	14.8%
ホームページと紙媒体のいずれも不要である	19	3.5%



■ ホームページと紙媒体の両方必要である ■ ホームページは不要で、紙媒体のみ必要である
 ■ ホームページのみ必要で、紙媒体は不要である ■ ホームページと紙媒体のいずれも不要である

2 広報紙「広報高松」について

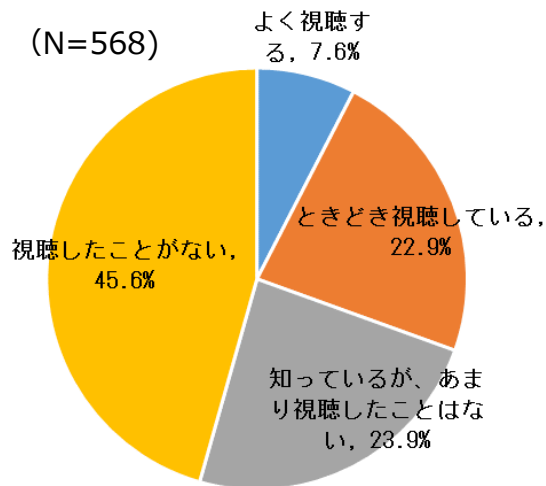
Q10 令和2年度から「広報高松」の発行が月2回から月1回に変更しましたが、発行回数についてあなたの意見を次の中から1つ選んでください。
(Q9で「ホームページと紙媒体の両方必要である」、「ホームページは不要で、紙媒体のみ必要である」を選んだ方が対象)



「広報高松」の発行回数	回答数	割合
月2回の発行がよい	44	10.1%
月1回の発行がよい	382	87.4%
その他	11	2.5%

3 テレビ・ラジオ広報番組について

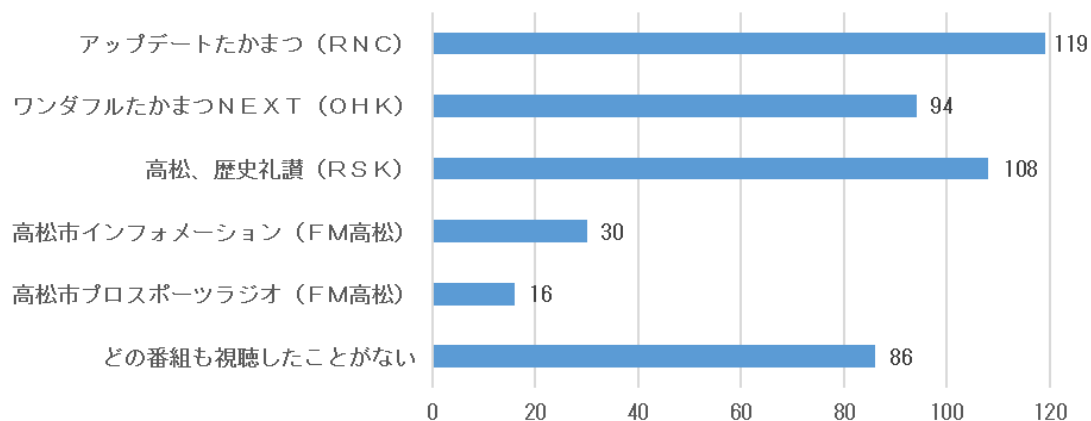
Q1 1 テレビ・ラジオ広報番組をどの程度視聴していますか。次の中から1つ選んでください。



テレビ・ラジオ広報番組の視聴頻度	回答数	割合
よく視聴する	43	7.6%
ときどき視聴している	130	22.9%
知っているが、あまり視聴したことはない	136	23.9%
視聴したことがない	259	45.6%

Q1 2 令和3年度に放送した広報番組の中で、視聴したことがあるものを、全て選んでください。(Q1 1で「視聴したことがない」以外を選んだ方が対象)

(N=502)

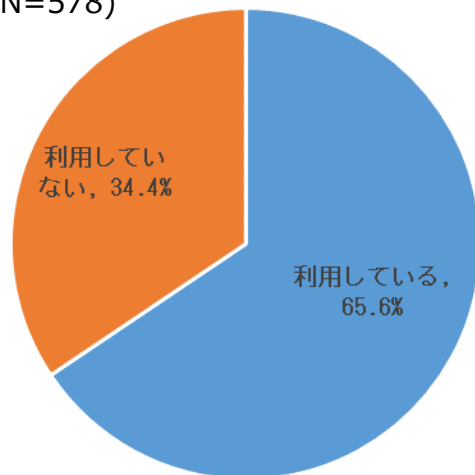


視聴したことがある広報番組	回答数	割合
アップデートたかまつ (RNC)	119	38.5%
ワンダフルたかまつNEXT (OHK)	94	30.4%
高松、歴史礼讃 (RSK)	108	35.0%
高松市インフォメーション (FM高松)	30	9.7%
高松市プロスポーツラジオ (FM高松)	16	5.2%
どの番組も視聴したことがない	86	27.8%

4 高松市公式ホームページ「もっと高松」について

Q13 あなたは、普段インターネットを利用していますか。

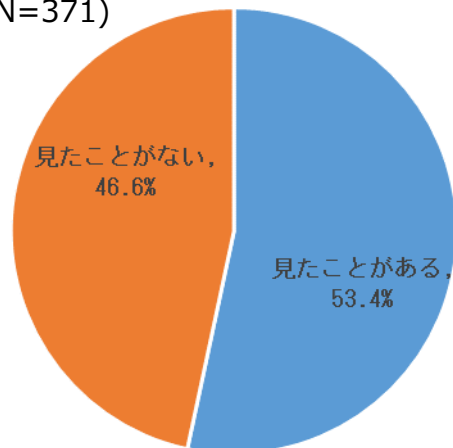
(N=578)



インターネットの利用の有無	回答数	割合
利用している	379	65.6%
利用していない	199	34.4%

Q14 市公式ホームページ「もっと高松」を見たことがありますか。(Q13で「利用している」を選んだ方が対象)

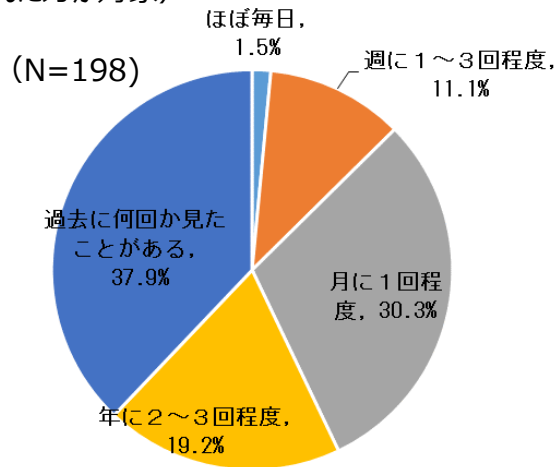
(N=371)



市公式ホームページ「もっと高松」を見たことがあるか	回答数	割合
見たことがある	198	53.4%
見たことがない	173	46.6%

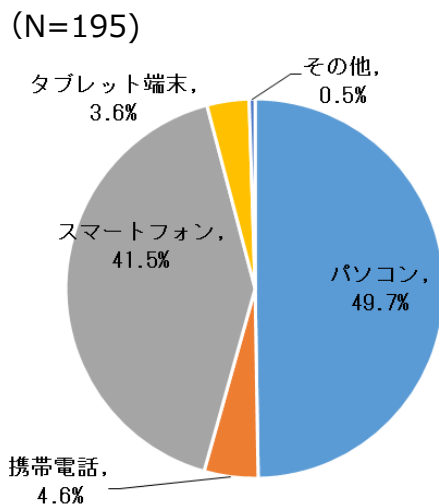
4 高松市公式ホームページ「もっと高松」について

Q15 市公式ホームページ「もっと高松」をどれくらい閲覧していますか。次の中から最も近いものを1つ選んでください。（Q14で「見たことがある」を選んだ方が対象）



市公式ホームページ「もっと高松」の閲覧頻度	回答数	割合
ほぼ毎日	3	1.5%
週に1~3回程度	22	11.1%
月に1回程度	60	30.3%
年に2~3回程度	38	19.2%
過去に何回か見たことがある	75	37.9%

Q16 市公式ホームページ「もっと高松」を見ると、主にどの機器を利用しますか。次の中から1つ選んでください。（Q14で「見たことがある」を選んだ方が対象）

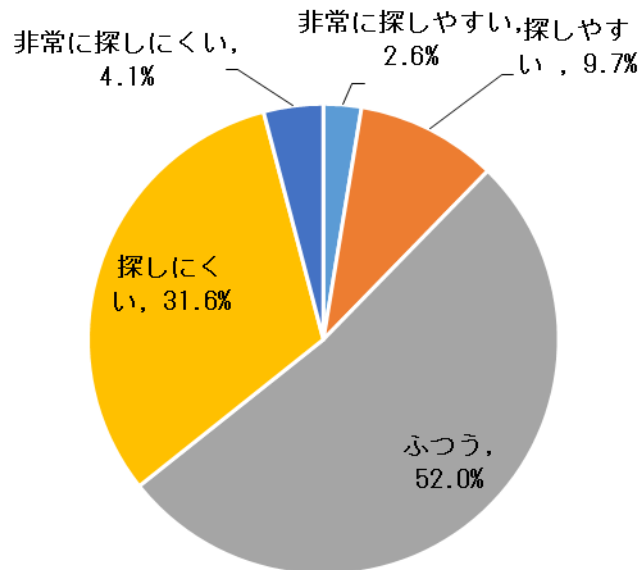


利用機器	回答数	割合
パソコン	97	49.7%
携帯電話	9	4.6%
スマートフォン	81	41.5%
タブレット端末	7	3.6%
その他	1	0.5%

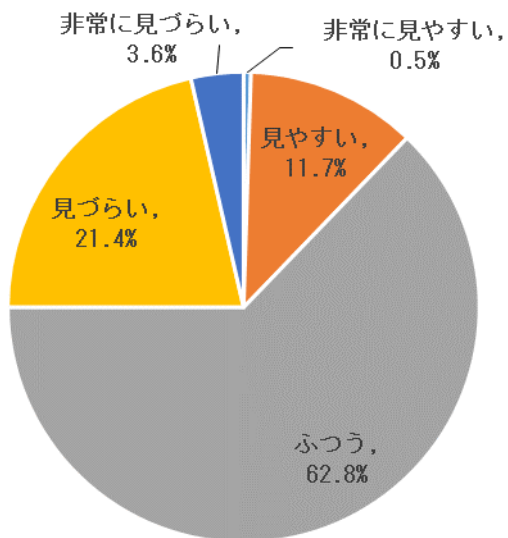
4 高松市公式ホームページ「もっと高松」について

Q17 市公式ホームページ「もっと高松」の印象を教えてください。(Q14で「見たことがある」を選んだ方が対象)

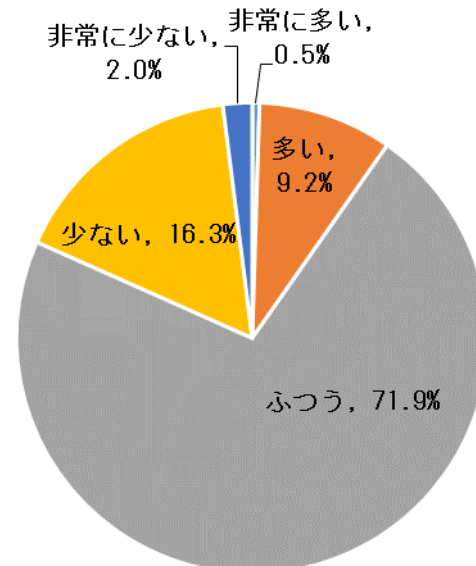
【目的のページの探しやすさ】(N=196)



【レイアウト・デザイン】(N=196)



【情報量】(N=196)



目的のページの探しやすさ	回答数	割合
非常に探しやすい	5	2.6%
探しやすい	19	9.7%
ふつう	102	52.0%
探しにくい	62	31.6%
非常に探しにくい	8	4.1%

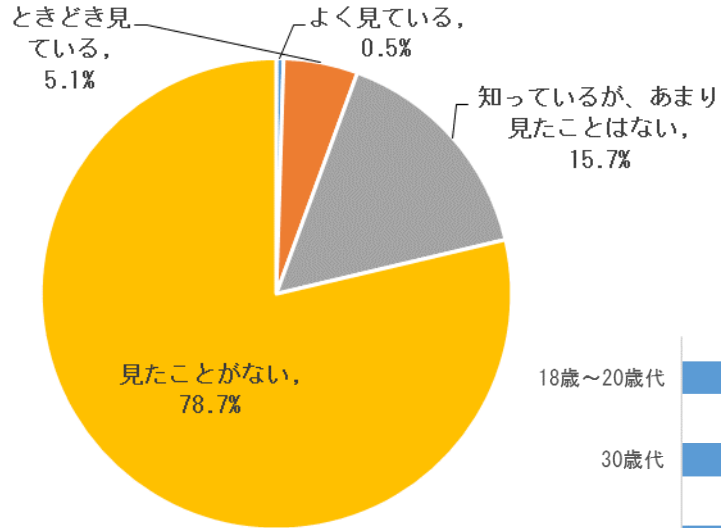
レイアウト・デザイン	回答数	割合
非常に見やすい	1	0.5%
見やすい	23	11.7%
ふつう	123	62.8%
見づらい	42	21.4%
非常に見づらい	7	3.6%

情報量	回答数	割合
非常に多い	1	0.5%
多い	18	9.2%
ふつう	141	71.9%
少ない	32	16.3%
非常に少ない	4	2.0%

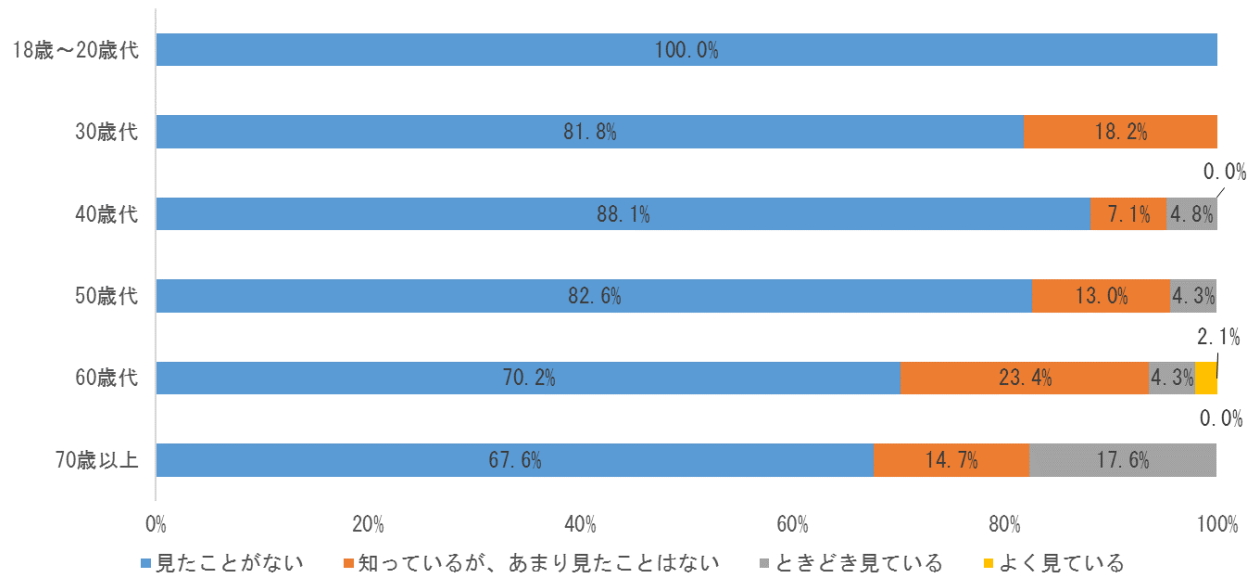
5 動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」について

Q18 あなたは「高松ムービーチャンネル」を見たことはありますか。次の中から1つを選んでください。（Q14で「見たことがある」を選んだ方が対象）

(N=197)



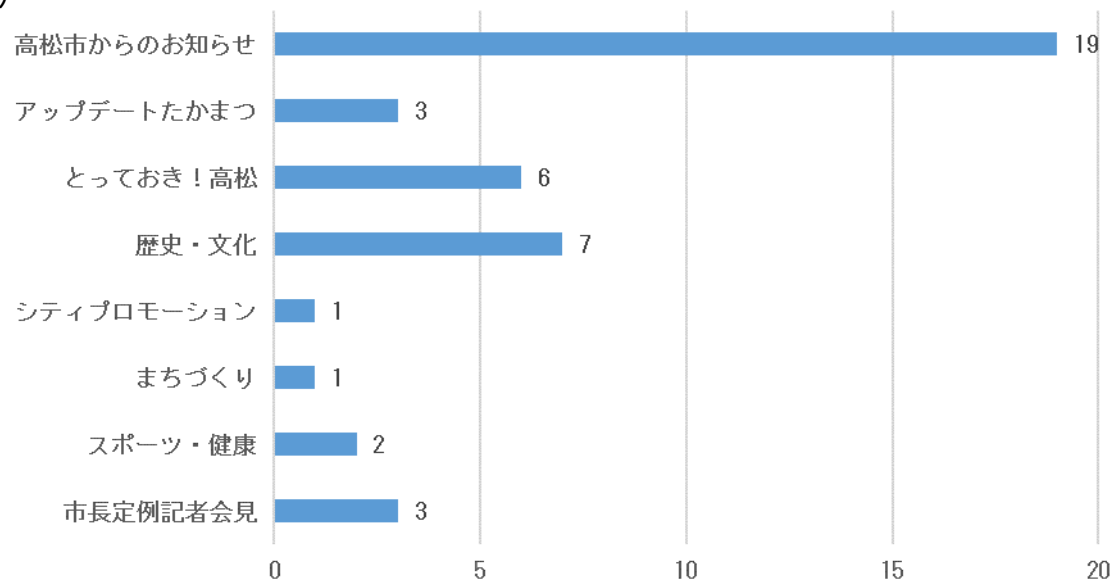
「高松ムービーチャンネル」の閲覧頻度	回答数	割合
よく見ている	1	0.5%
知っているが、あまり見たことはない	31	15.7%
ときどき見ている	10	5.1%
見たことがない	155	78.7%



5 動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」について

Q19 「高松ムービーチャンネル」の中で良くご覧になる動画を、次の中から1つ選んでください。（Q18で「よく見ている」、「ときどき見ている」、「知っているが、あまり見たことがない」を選んだ方が対象）

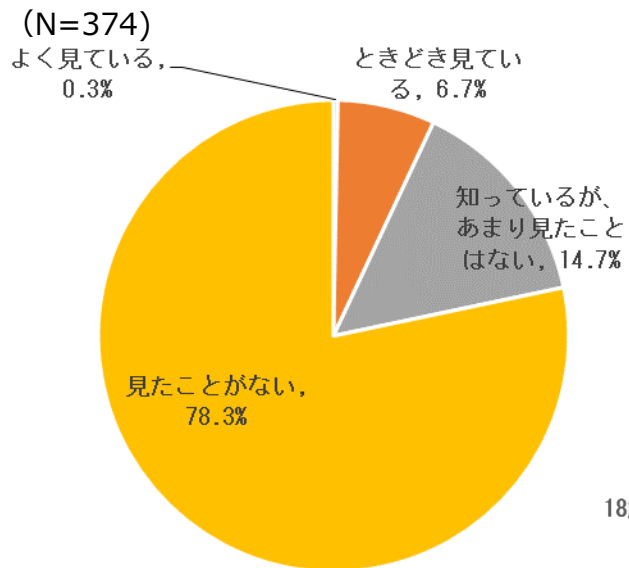
(N=42)



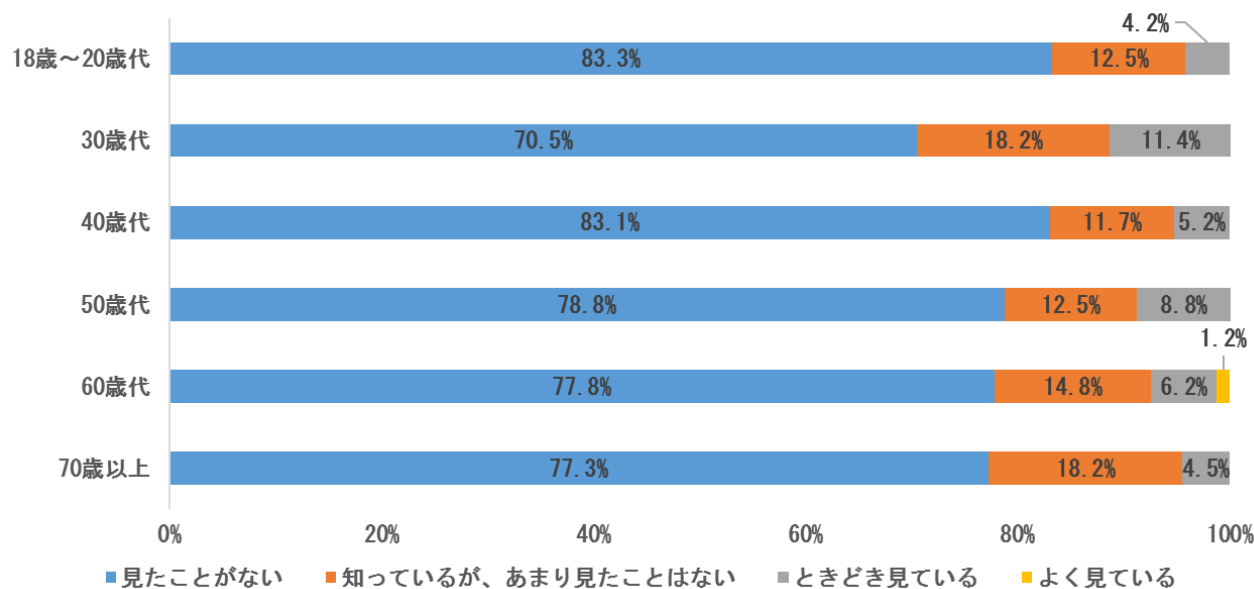
良く視聴する動画	回答数	割合	良く視聴する動画	回答数	割合
高松市からのお知らせ	19	45.2%	アップデートたかまつ	3	7.1%
とっておき!高松	6	14.3%	歴史・文化	7	16.7%
シティプロモーション	1	2.4%	まちづくり	1	2.4%
スポーツ・健康	2	4.8%	市長定例記者会見	3	7.1%

6 高松市公式 SNS について

Q20 高松市が利用している SNS を見たことがありますか。次の中から1つ選んでください。（Q13で「利用している」を選んだ方が対象）



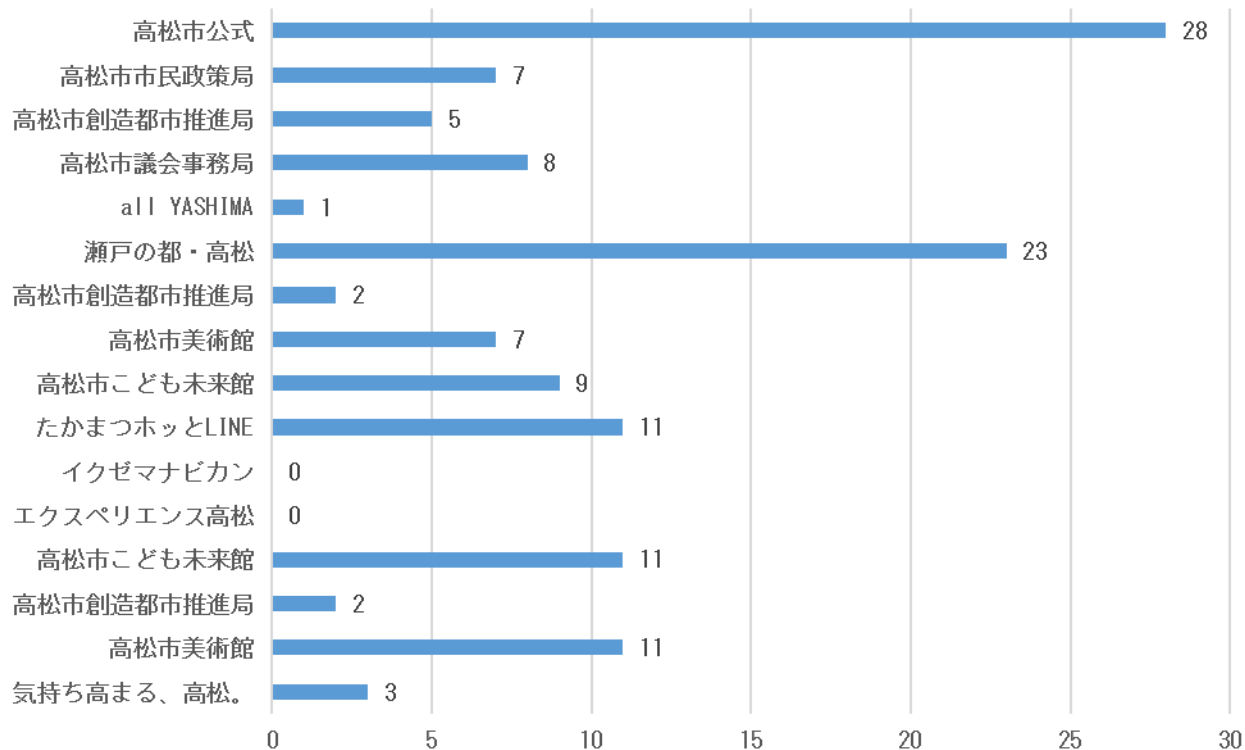
SNSの閲覧頻度	回答数	割合
よく見ている	1	0.3%
ときどき見ている	25	6.7%
知っているが、あまり見たことはない	55	14.7%
見たことがない	293	78.3%



6 高松市公式SNSについて

Q2 1 高松市が利用しているSNSでよく利用するものを次の中から3つ選んでください。(Q2 0で「よく見ている」、「ときどき見ている」、「知っているが、あまり見たことがない」を選んだ方が対象)

(N=128)



【Facebook】

よく利用するSNS	回答数	割合
高松市公式	28	34.6%
高松市市民政策局	7	8.6%
高松市創造都市推進局	5	6.2%
高松市議会事務局	8	9.9%
all YASHIMA	1	1.2%

【Twitter】

よく利用するSNS	回答数	割合
瀬戸の都・高松	23	28.4%
高松市創造都市推進局	2	2.5%
高松市美術館	7	8.6%
高松市子ども未来館	9	11.1%

【LINE】

よく利用するSNS	回答数	割合
たかまつホッとLINE	11	13.6%

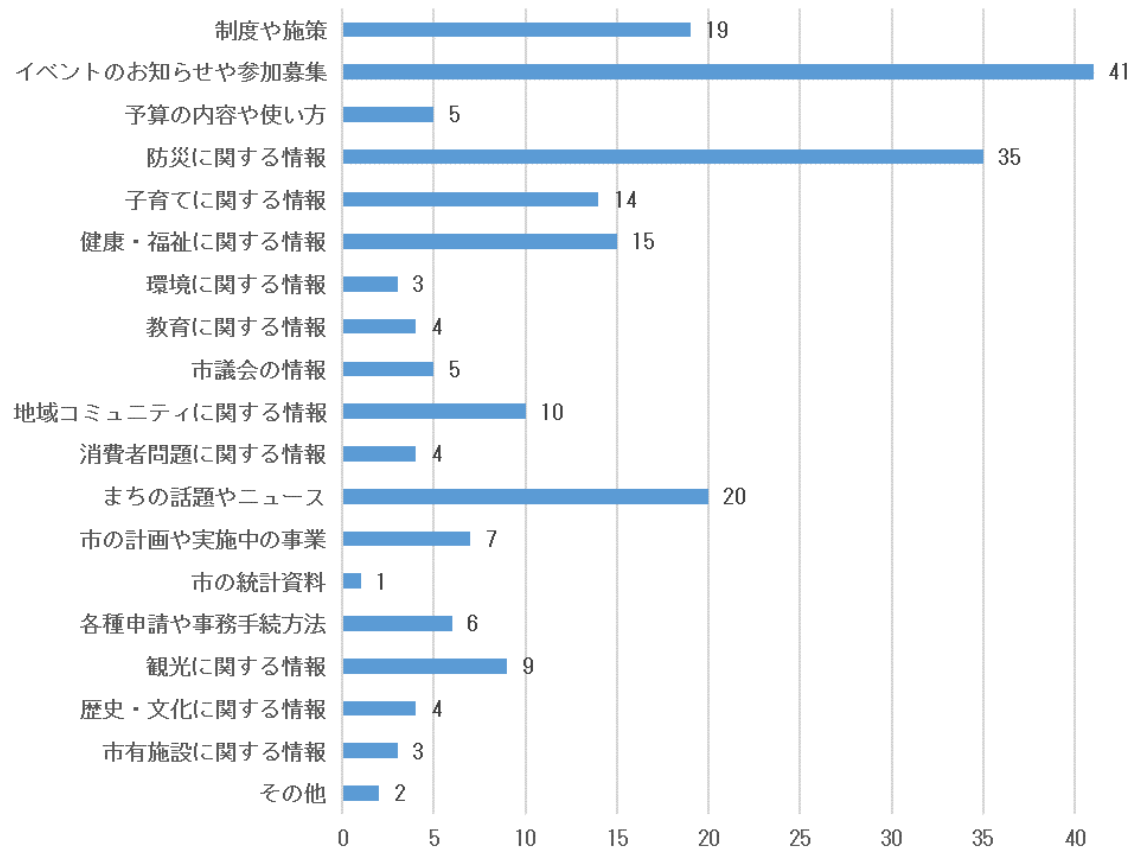
【Instagram】

よく利用するSNS	回答数	割合
イクゼマナビカン	0	0.00%
エクスペリエンス高松	0	0.00%
高松市子ども未来館	11	13.60%
高松市創造都市推進局	2	2.50%
高松市美術館	11	13.60%
気持ち高まる、高松。	3	3.70%

6 高松市公式SNSについて

Q2 2 高松市が利用しているSNSから、どのような情報の発信を希望しますか。次の中から3つ選んでください。(Q2 0で「よく見ている」、「ときどき見ている」、「知っているが、あまり見たことがない」を選んだ方が対象)

(N=207)

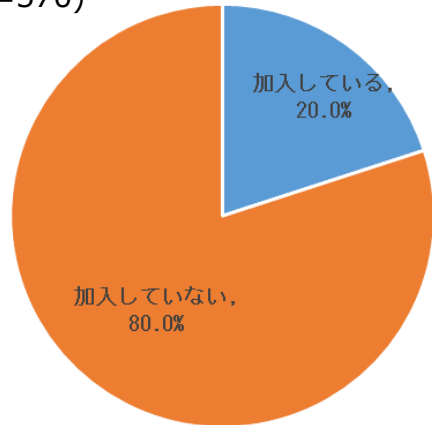


SNSから発信する情報で希望するもの	回答数	割合
制度や施策	19	23.5%
イベントのお知らせや参加募集	41	50.6%
予算の内容や使い方	5	6.2%
防災に関する情報	35	43.2%
子育てに関する情報	14	17.3%
健康・福祉に関する情報	15	18.5%
環境に関する情報	3	3.7%
教育に関する情報	4	4.9%
市議会の情報	5	6.2%
地域コミュニティに関する情報	10	12.3%
消費者問題に関する情報	4	4.9%
まちの話題やニュース	20	24.7%
市の計画や実施中の事業	7	8.6%
市の統計資料	1	1.2%
各種申請や事務手続方法	6	7.4%
観光に関する情報	9	11.1%
歴史・文化に関する情報	4	4.9%
市有施設に関する情報	3	3.7%
その他	2	2.5%

7 ケーブルテレビについて

Q2 3 あなたは、ケーブルテレビに加入していますか。

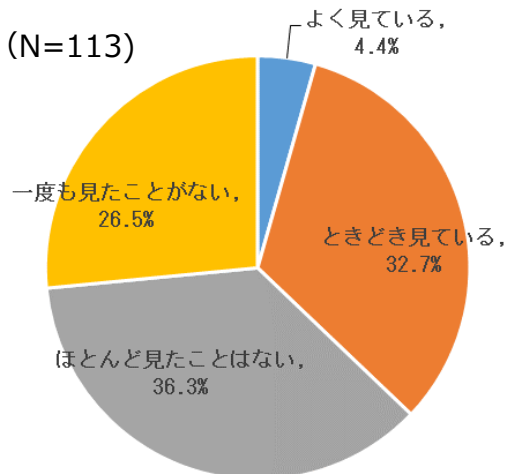
(N=570)



ケーブルテレビ加入の有無	回答数	割合
加入している	114	20.0%
加入していない	456	80.0%

Q2 4 ケーブルテレビで「いきいき・高松」や「とっておき高松」を見たことがありますか。(Q2 3で「加入している」を選んだ方が対象)

(N=113)



ケーブルテレビで市政情報番組を見たことがあるか	回答数	割合
よく見ている	5	4.4%
ときどき見ている	37	32.7%
ほとんど見たことはない	41	36.3%
一度も見たことがない	30	26.5%

8 集計結果の分析及び今後の対応

情報収集方法

情報を得る媒体としては、「テレビ」、「新聞」、「インターネット」が圧倒的に多く、今後の広報活動においてこれら3媒体が中心となると考える。一方で「Twitter、LINE等のSNS」も27.4%と高い割合を占めており、特にSNSの中ではLINE及びYouTubeの使用率が高くなっていることから、今後これらの情報発信も充実させる必要がある。

市政情報では、「健康・福祉」、「防災」、「イベント」、「制度・施策」、「申請・事務手続」に関する情報に市民は高い関心を示しており、今後、広報高松の特集や、市広報テレビ番組、SNSなどで積極的に取り上げていく必要がある。

広報紙「広報高松」

「広報高松」を、市政情報を入手する広報媒体と回答した人が67.9%と、最も高くなっており、市政情報を市民に発信する上で、最も有効な広報媒体となっている。

また、「広報高松」の印象については、「非常に読みやすい」(6.8%)、「読みやすい」(36.9%)を合わせると40%を超え、「非常に読みにくい」、「読みにくい」を合わせた6%を大幅に上回り、読みやすさについて一定の評価を得られている。

この他、広報高松の発行回数を、令和2年度に、月2回発行を月1回発行に変更したが、「月に1回の発行がよい」と回答した人が、87.4%で、市民から高い満足度を得ていることが分かった。

テレビ・ラジオ広報番組

テレビ・ラジオ広報番組については、「あまり視聴しない」(23.9%)「視聴したことがない」(45.6%)とあわせると69.5%と過半数を超えており、市民の認知度は低調となっている。より市民の興味を引くような番組の作成等に取り組み、市民の広報番組の視聴機会を増加させる必要がある。

また、インターネットやSNSの普及により情報収集手段の選択肢が増加している為、テレビやラジオなどの情報発信コンテンツについても、見直しの必要がある。

高松市ホームページ「もっと高松」

市ホームページについては、46.6%の人が「見たことがない」と回答している。

また、目的のページの探しやすさについて、「非常に探しにくい」(4.1%)、「探しにくい」(31.6%)を合わせると35.7%の人が探しにくいと感じており、今後の更なる情報化の進展を見据え、情報をカテゴリーごとに集約して整理するなど、より分かりやすい形で情報発信することで、利便性を高めるとともに、LINEなどのSNSと効果的に連携させて、情報配信する必要がある。

8 集計結果の分析及び今後の対応

動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」

高松ムービーチャンネルについては、「見たことがない」（78.7%）の回答が最も多く、市民の認知度は大変低くなっている。一方で、市民がよく使うSNSとしてLINE（40.4%）に次いで、YouTube（15.3%）が使われており、有効な広報媒体の一つであることから、SNSと効果的に連携させることなどにより高松ムービーチャンネルの認知度を高め、市民の利用を促進する必要がある。

高松市公式SNS

高松公式SNSについては、Facebook、Twitter、LINE、Instagramを活用しているが、その閲覧頻度では、78.3%の人が見たことがないと回答しており、市民への認知が進んでいないことが分かる。一方で令和4年12月に市公式LINE「たかまつホットLINE」をリニューアルし、子育て情報や防災情報、イベント情報などの生活に役立つ情報を利用者が選択して取得できるようになった。アンケート結果から、SNSの中でもLINEの使用率が最も高く、今後リニューアルしたLINEを効果的に活用し、市政情報やイベント情報など市民の関心が高い情報をタイムリーに発信していく必要がある。

ケーブルテレビ

ケーブルテレビ加入率は20.0%で、そのうち約半数の人はケーブルテレビで放送している市政情報番組を見たことがないと回答をしている。インターネットやSNSの普及により情報収集手段の選択肢が増加している為、今後ケーブルテレビによる情報発信のあり方についての見直しが必要である。