

平成25年度
広報活動アンケート調査結果報告書

平成26年3月

高松市総務局広聴広報課

目 次

1 広報活動アンケート調査の概要	1
2 調査票回収結果	2
3 集計結果の概要	3～36
4 集計結果の分析および今後の対応	37～38
5 資料（アンケート調査票）	別添

1 広報活動アンケート調査の概要

(1) 調査目的

本市では、「広報たかまつ」を始め、ケーブルテレビやホームページ、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。

そこで、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実施したものである。

(2) 調査内容

- ・広報活動について
- ・広報たかまつについて
- ・テレビ広報番組について
- ・ラジオ広報番組について
- ・高松市ホームページ「もっと高松」について
- ・ケーブルテレビ市政情報番組「いき・いき高松」について

(3) 調査対象者

満18歳以上の市民 2,000人

(4) 調査対象者の抽出方法

住民基本台帳（平成25年9月1日現在）から、等間隔で無作為抽出

(5) 調査期間

平成25年10月1日（火）～31日（木）

(6) 調査方法

調査対象者に、調査票と返信用封筒を同封して郵送

(7) その他

この調査は、昭和57年度から実施しており、今回で12回目となる。

2 調査票回収結果

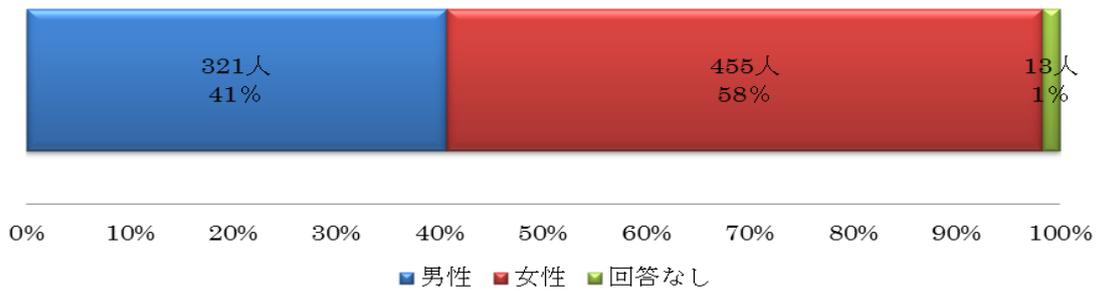
(1) 回収数

789件 (回収率39.5%) 【前回平成22年 39.35%】

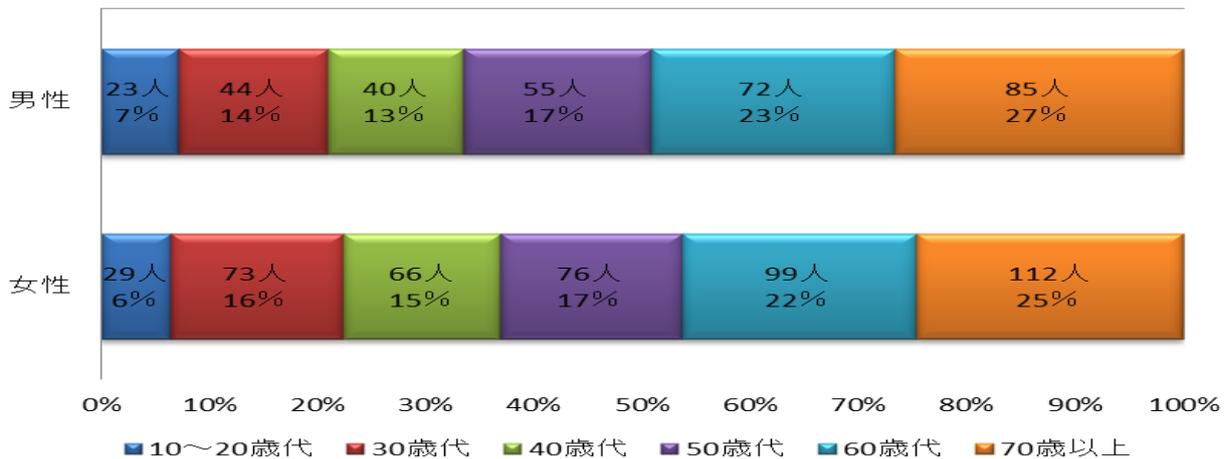
(2) 回答者の属性

回答者789人のうち、男性は321人(41%)、女性は455人(58%)、回答なし13人(1%)で、それぞれの年齢構成などについては下図のようになっている。

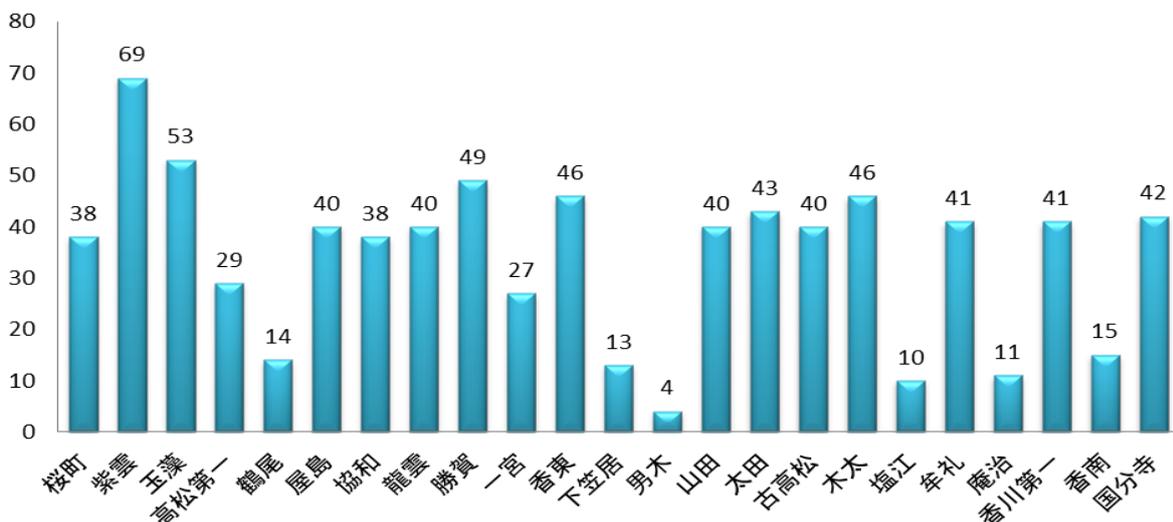
性別構成



年齢別・性別構成



地区別構成



3 集計結果の概要 《広報活動について》

問 日常生活に関するいろいろな情報をどのような媒体で入手しているか。(複数回答)

日常生活の中では、「テレビ」・「新聞」から情報入手する人が多く、「テレビ」では90%、「新聞」では75%となっている。

また、「インターネット」のほか、「携帯電話・スマートフォン」・「ラジオ」・「雑誌」から情報を得る人も比較的多く、情報提供していく媒体として有効であると考えられる。

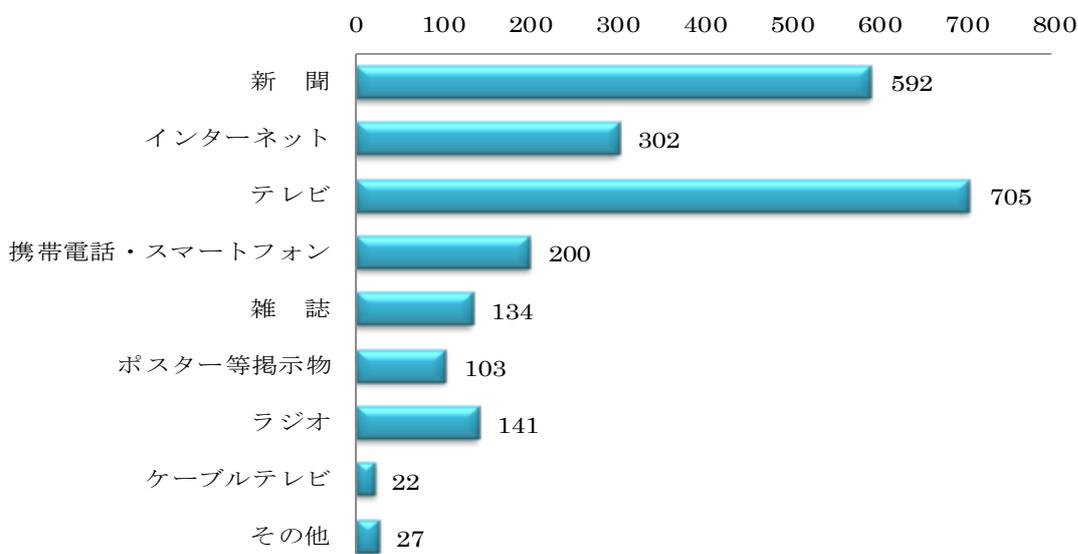
前回調査（平成22年度）と比較すると、特徴としては、「携帯電話・スマートフォン」から情報入手する人が増えており、25%（前回14%）で、情報入手する媒体の一つになりつつあるようである。

性別・年齢別で見ると、10～20歳代から30歳代まででは、「携帯電話・スマートフォン」の割合が他の年代と比較して高く、「新聞」の割合がやや低い。また、10～20歳代から40歳代まででは「インターネット」の利用割合が高くなっている。

一方、年齢が高くなるほど「新聞」の割合が高く、「インターネット」や「携帯電話・スマートフォン」の割合は低くなっており、パソコンや携帯電話等からの情報入手は、高齢者にとって操作に不慣れなことなどから、避けられる傾向にある状況が現れている。

日常生活の情報入手手段

媒体	人数	割合	媒体	人数	割合
新聞	592	75%	ポスター等掲示物	103	13%
インターネット	302	38%	ラジオ	141	18%
テレビ	705	90%	ケーブルテレビ	22	3%
携帯電話・スマートフォン	200	25%	その他	27	3%
雑誌	134	17%			

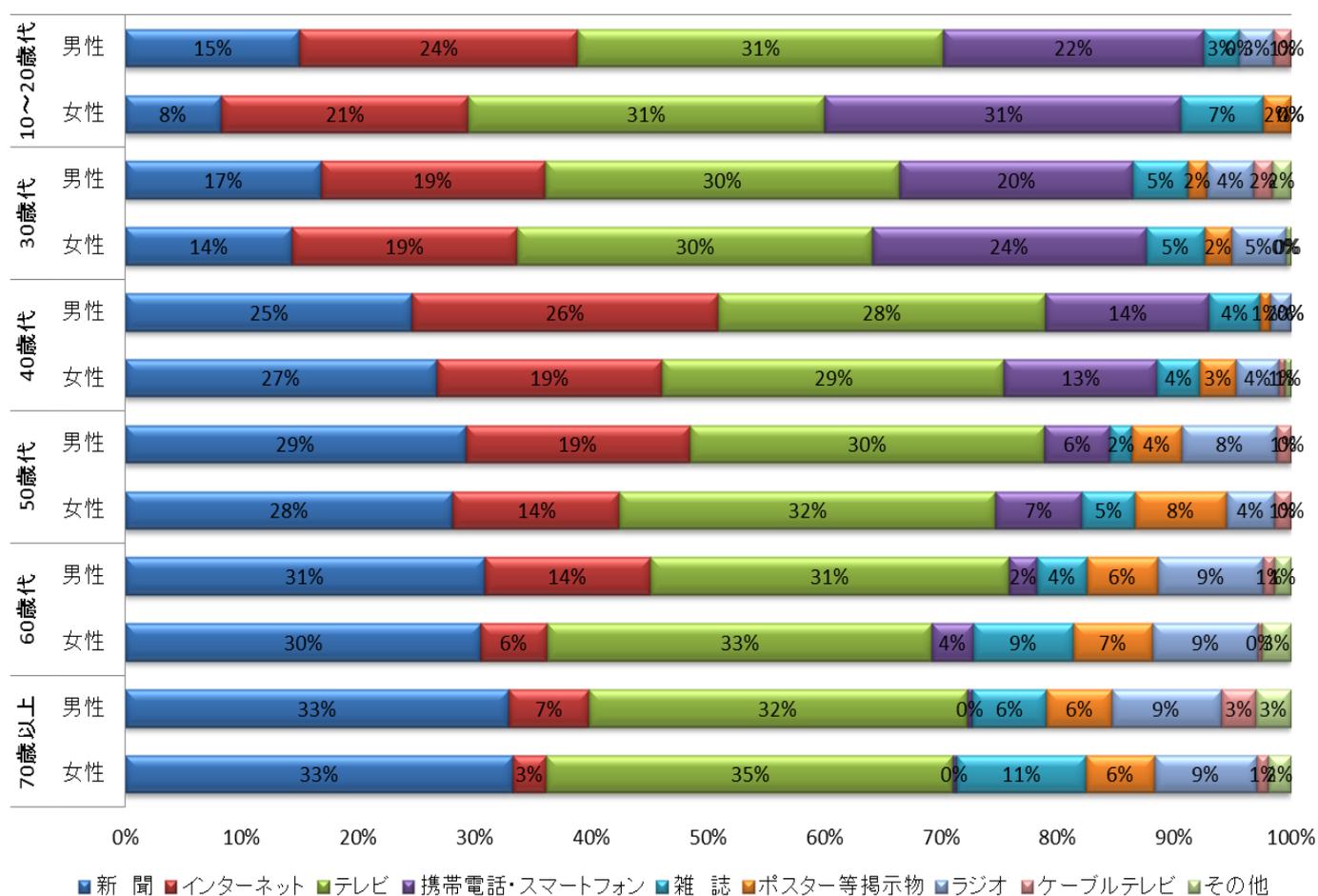


性別・年齢別割合

(人)

媒 体	10～20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
新 聞	10	7	21	31	28	51	47	61	65	85	77	102
インターネット	16	18	24	42	30	37	31	31	30	16	16	9
テレビ	21	26	38	66	32	56	49	70	65	92	76	107
携帯電話・スマートフォン	15	26	25	51	16	25	9	16	5	10	1	1
雑 誌	2	6	6	11	5	7	3	10	9	24	15	34
ポスター等掲示物	0	2	2	5	1	6	7	17	13	19	13	18
ラジオ	2	0	5	10	2	7	13	9	19	25	22	27
ケーブルテレビ	1	0	2	0	0	1	2	3	2	1	7	3
その他	0	0	2	1	0	1	0	0	3	7	7	6

性別・年齢別割合



※割合の合計は、それぞれの割合を四捨五入しているため100%にはならない。

問 市政の施策や制度等の情報を主に何から知るか。(複数回答)

市政情報を知る媒体として、「広報たかまつ」が80%、「新聞」が64%、「テレビ」が60%と、この3つの媒体から市政情報を知る人が多いほか、「各種情報誌」も情報を知る媒体としてあげている。

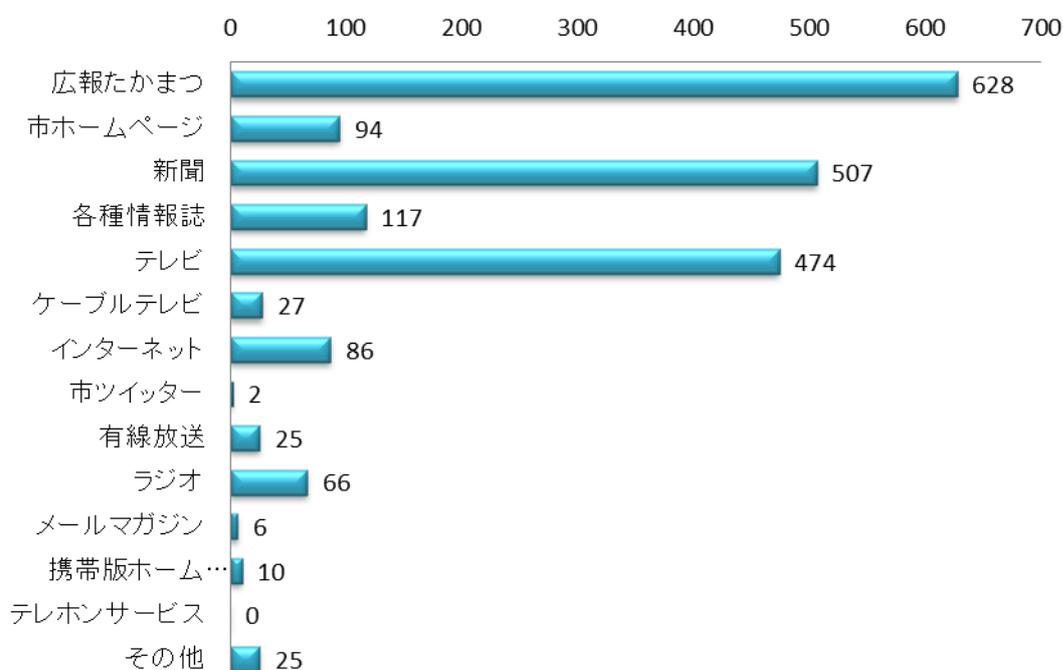
この結果からすると、市から提供する情報は「広報たかまつ」のほか、報道による情報も大きな位置を占めており、今後も引き続き「広報たかまつ」やテレビ広報番組による情報提供に加えて、報道機関を通じての情報提供が重要であると言える。

また、「広報たかまつ」については、10～20歳代の男女とも低く、市ホームページやツイッターなどは情報提供の媒体として、今後の活用が期待されているものの、市政情報を得る媒体としては、まだ十分に利用されているとは言えない状況にある。

このほか、「その他」の媒体としては、「友人や知人から」や「回覧板」があった。

市政情報を知る媒体

媒体	人数	割合	媒体	人数	割合
広報たかまつ	628	80%	市ツイッター	2	0%
市ホームページ	94	12%	有線放送	25	3%
新聞	507	64%	ラジオ	66	1%
各種情報誌	117	15%	メールマガジン	6	1%
テレビ	474	60%	携帯版ホームページ	10	1%
ケーブルテレビ	27	3%	テレホンサービス	0	0%
インターネット	86	11%	その他	25	3%

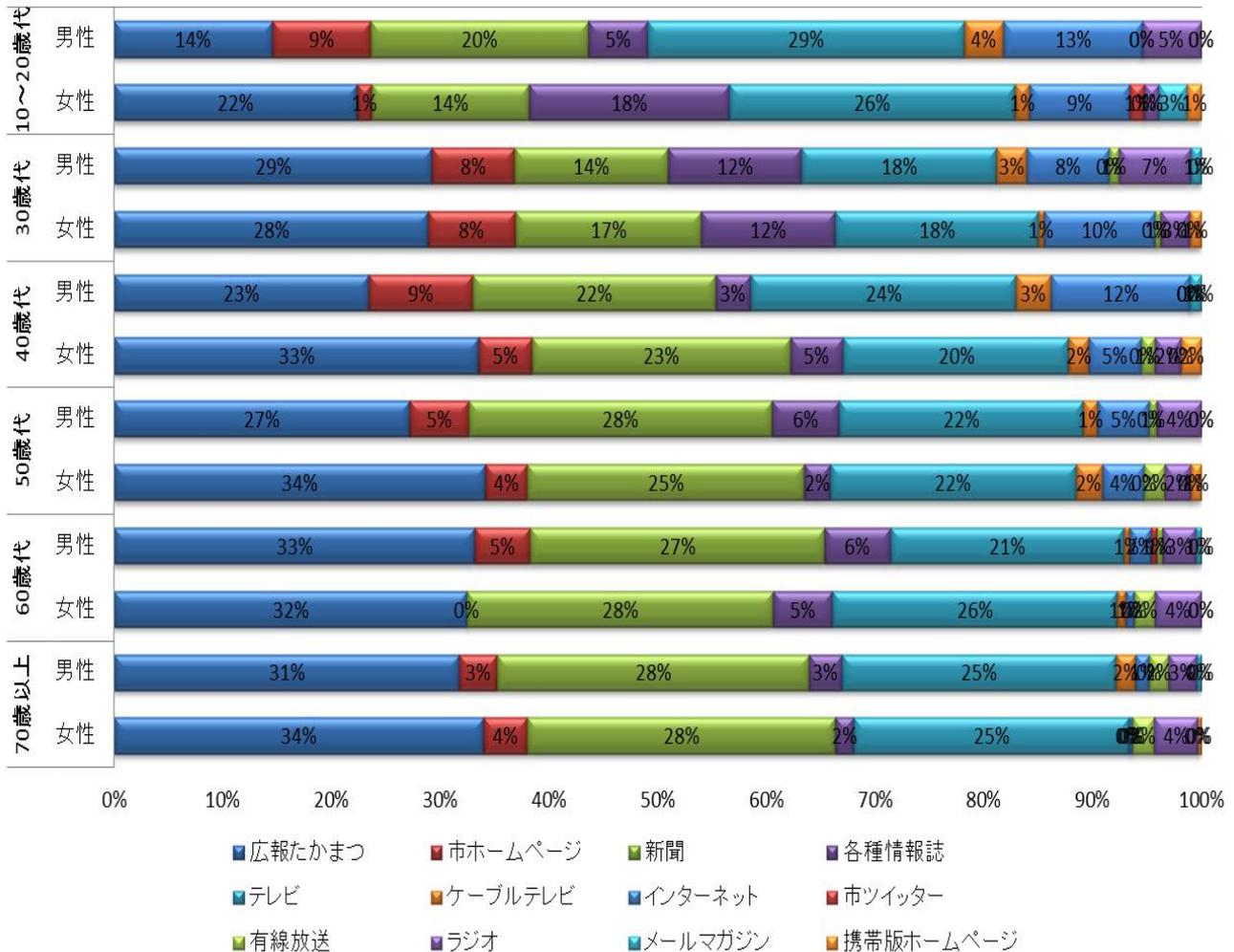


性別・年齢別割合

(人)

媒体	10～20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
広報たかまつ	8	17	31	54	22	55	40	71	65	84	73	102
市ホームページ	5	1	8	15	9	8	8	8	10	0	8	12
新聞	11	11	15	32	21	39	41	53	53	73	66	85
各種情報誌	3	14	13	23	3	8	9	5	12	14	7	5
テレビ	16	20	19	35	23	34	33	47	42	68	58	76
ケーブルテレビ	2	1	3	1	3	3	2	5	1	2	4	0
インターネット	7	7	8	19	12	8	7	8	4	2	3	1
市ツイッター	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
有線放送	0	0	1	1	0	2	1	4	1	5	4	6
ラジオ	3	1	7	5	0	4	6	5	6	11	6	12
メールマガジン	0	2	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0
携帯版ホームページ	0	1	0	2	0	3	0	2	0	0	0	1
テレホンサービス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	1	0	0	3	3	3	1	1	1	2	2	0

性別・年齢別割合



問 市政で知りたいと思っていること。(複数回答)

「福祉に関する情報」が32%と最も多く、次いで「計画や事業の動き」, 「防災に関する情報」, 「健康に関する情報」がそれぞれ31%となっている。

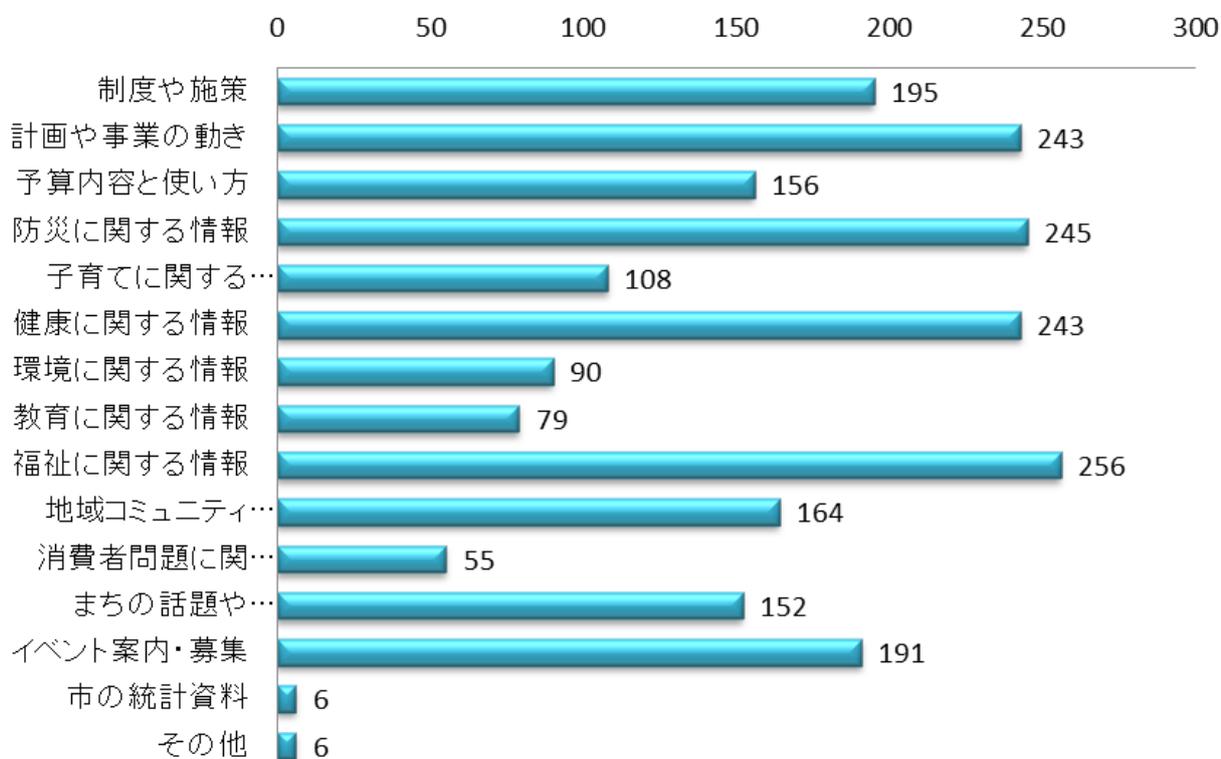
そのほかでは, 「制度や施策」が25%, 「イベント案内・募集」が24%, 「地域コミュニティに関する情報」が21%などとなっている。

一方, 日々の暮らしとはあまり直結しない「統計資料」などは1%となっている。

ここからは, 市民生活に密着した情報を得たい人や市政の動きに関心を持っている人が多くいることが伺える。

市政で知りたいこと

内 容	人 数	割 合	内 容	人 数	割 合
制度や施策	195	25%	福祉に関する情報	256	32%
計画や事業の動き	243	31%	地域コミュニティに関する情報	164	21%
予算内容と使い方	156	20%	消費者問題に関する情報	55	7%
防災に関する情報	245	31%	まちの話題やニュース	152	19%
子育てに関する情報	108	14%	イベント案内・募集	191	24%
健康に関する情報	243	31%	市の統計資料	6	1%
環境に関する情報	90	11%	その他	6	1%
教育に関する情報	79	10%			

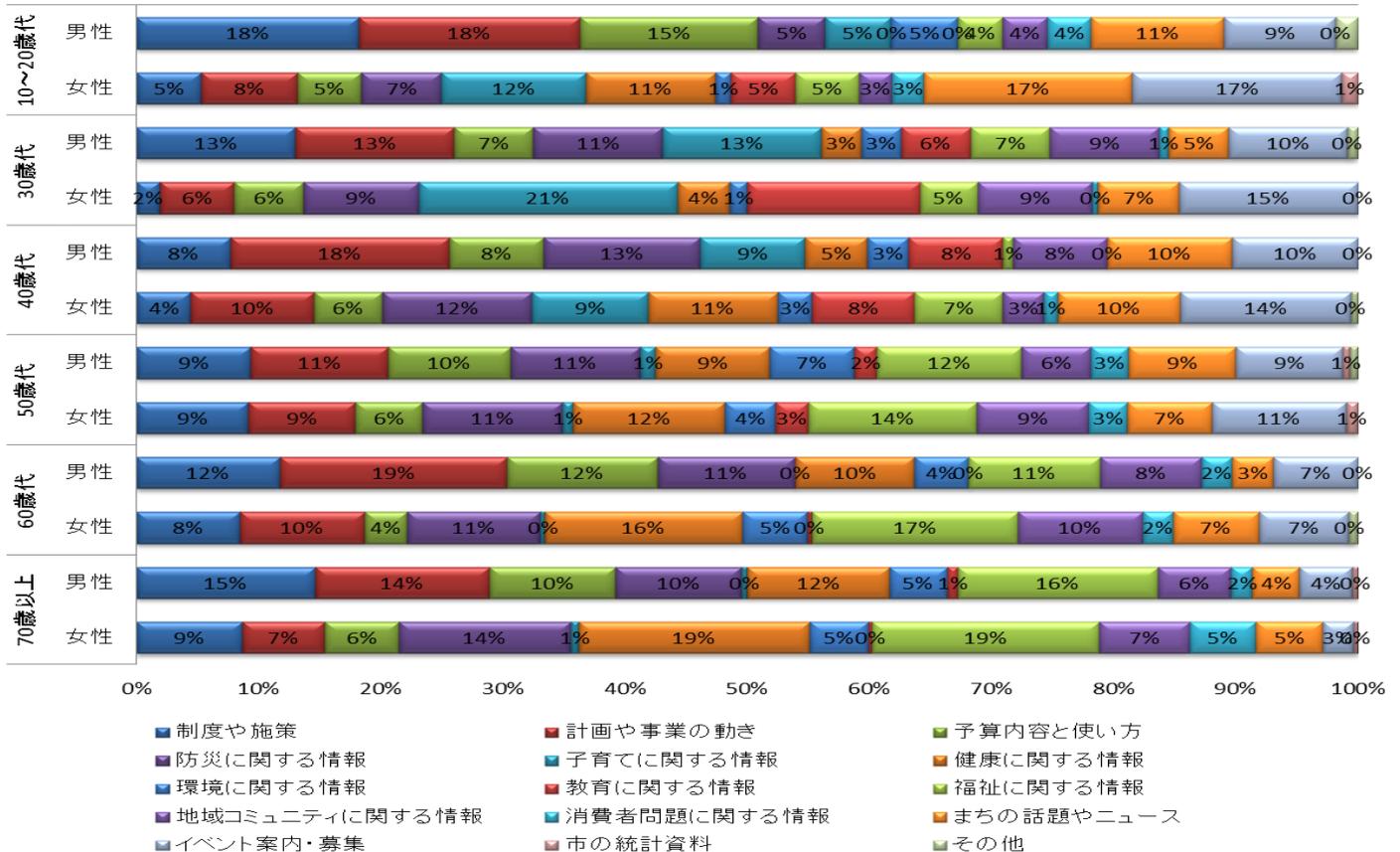


性別・年齢別割合

(人)

内 容	10～20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
制度や施策	5	1	10	14	19	13	13	14	24	22	20	17
計画や事業の動き	6	3	11	20	25	25	23	15	33	24	29	25
予算内容と使いみち	13	5	13	10	12	16	22	11	27	24	27	10
防災に関する情報	3	4	11	7	8	9	12	11	31	21	18	25
子育てに関する情報	8	11	15	42	6	13	3	2	0	5	2	1
健康に関する情報	5	8	5	16	5	18	10	24	15	38	23	55
環境に関する情報	4	3	1	2	2	9	4	9	6	10	11	11
教育に関する情報	5	9	9	20	6	24	1	5	2	5	1	2
福祉に関する情報	2	4	3	7	5	13	16	24	33	49	29	62
地域コミュニティに関する情報	4	5	7	13	9	18	7	12	21	20	12	23
まちの話題やニュース	9	11	15	21	20	30	13	16	20	21	14	25
イベント案内・募集	13	15	10	43	14	35	14	33	24	24	5	16
統計資料	2	0	1	0	1	1	2	0	5	1	1	0
消費者問題に関する情報	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0

性別・年齢別割合



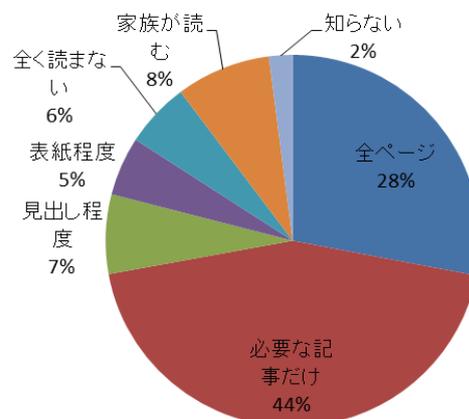
※割合の合計は、それぞれの割合を四捨五入しているため100%にはならない。

《広報たかまつについて》

問 「広報たかまつ」をどの程度読むか。

読む程度	人数	割合
全ページ	219	28%
必要な記事だけ	345	44%
見出し程度	54	7%
表紙程度	40	5%
全く読まない	44	6%
家族が読む	64	8%
知らない	16	2%

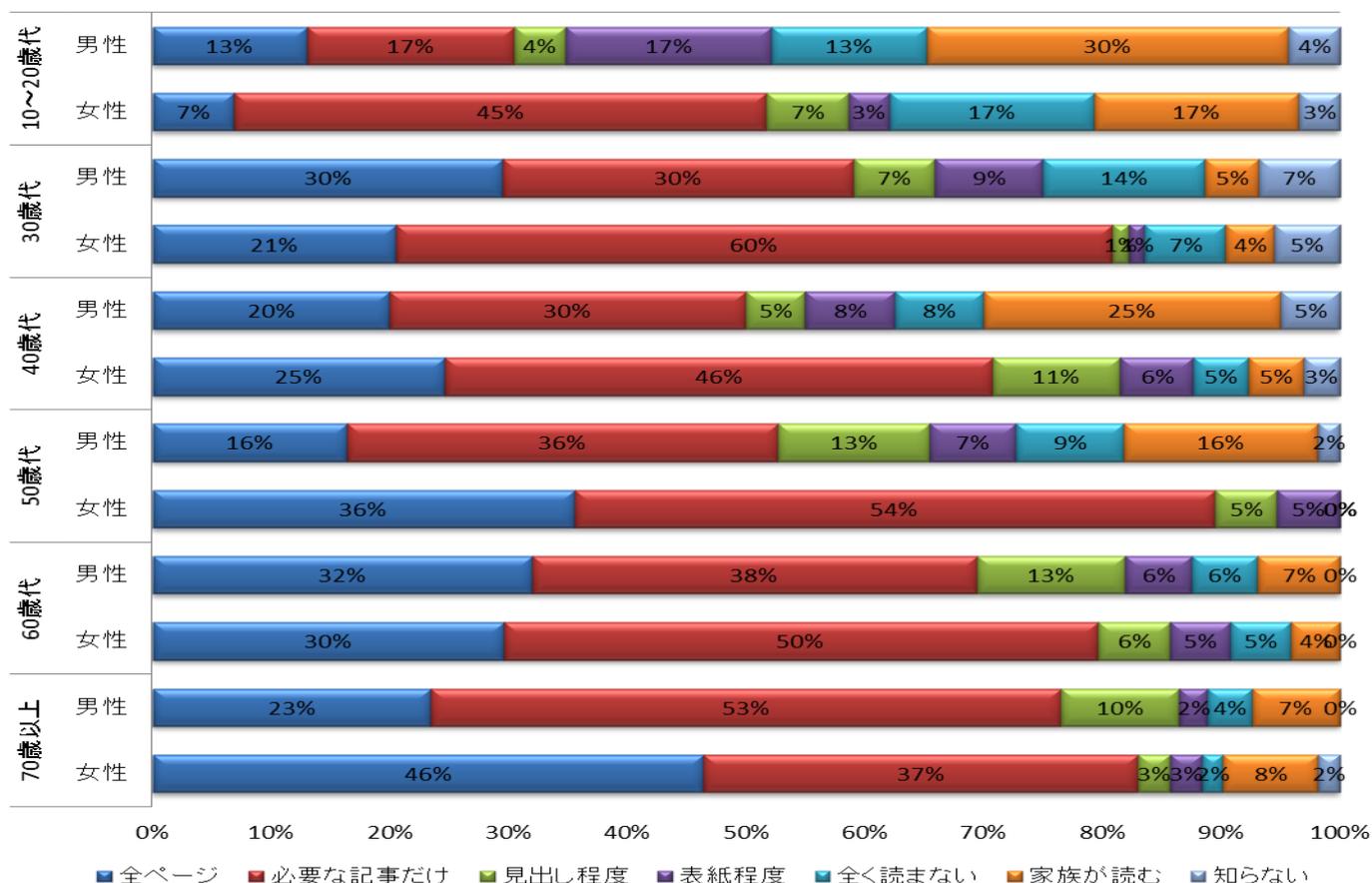
どの程度読んでいるか



全ページ読む人が28%あり、また、必要な記事だけを読む人も加えると72%の人が広報たかまつを読んでいると考えられる。

性別・年齢別では、10～20歳代の男性以外は「全ページ」または「必要な記事」を読んでいる人が多く、全般的に年齢が高くなるほど、その割合が高くなり、女性の割合がやや高くなっている。

性別・年齢別割合

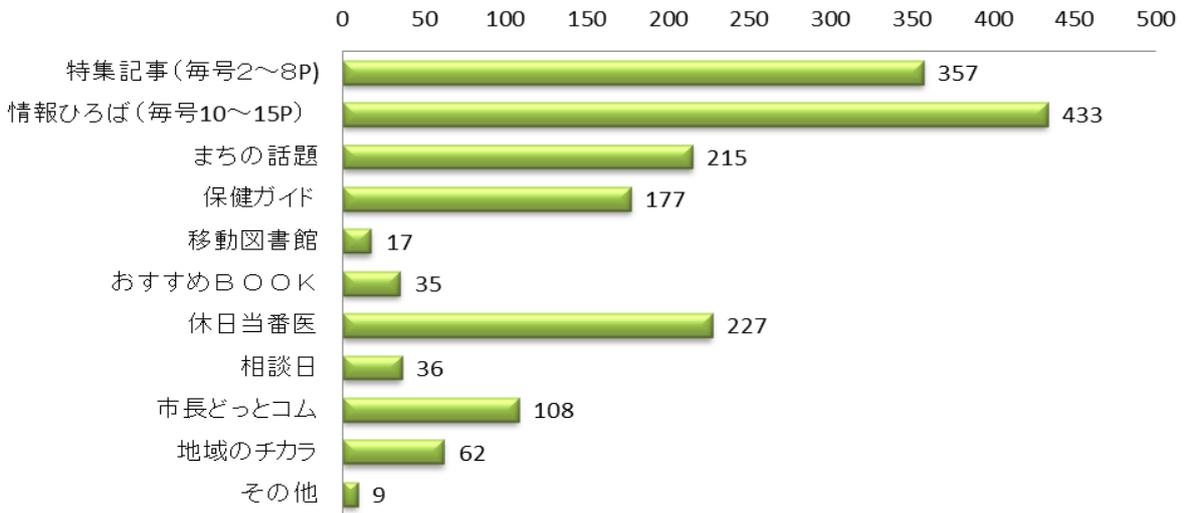


問 「広報たかまつ」をよく読むコーナーは。(複数回答)

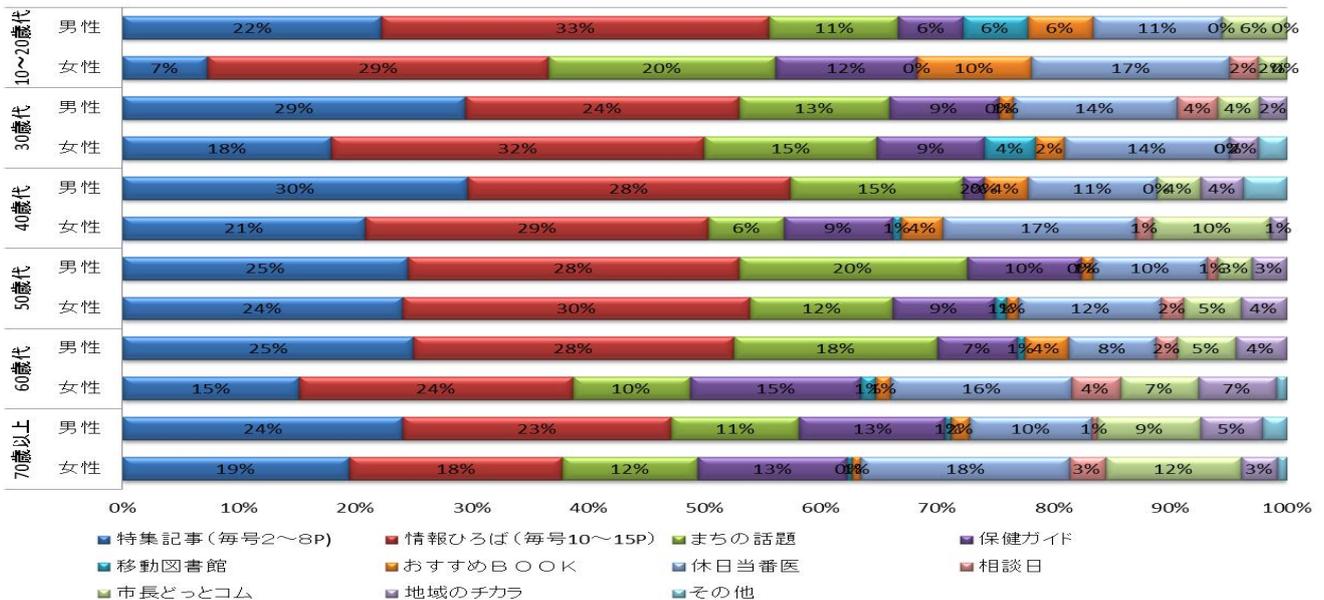
「情報ひろば」が70%，次いで，市の施策や制度等を紹介する「特集記事」が58%，「休日当番医」，「まちの話題」がそれぞれ37%，35%となっている。

年齢別では，10～20歳代の女性以外は，「情報ひろば」や「特集記事」が役立っているという結果であった。

記 事	人数	割合	記 事	人数	割合
特集記事 (毎号2～8P)	357	58%	休日当番医	227	37%
情報ひろば (毎号10～15P)	433	70%	相談日	36	6%
まちの話題	215	35%	市長どっとコム	108	17%
保健ガイド	177	29%	地域のチカラ	62	10%
移動図書館	17	3%	その他	9	1%
おすすめBOOK	35	6%			



性別・年齢別割合

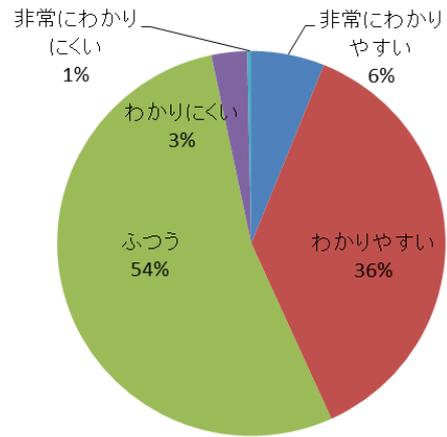


問 「広報たかまつ」の各コーナーについて、どう思うか。

【特集記事（市の施策や制度等を紹介）】

	人数	割合
非常にわかりやすい	37	6%
わかりやすい	225	36%
ふつう	324	54%
わかりにくい	18	3%
非常にわかりにくい	2	1%

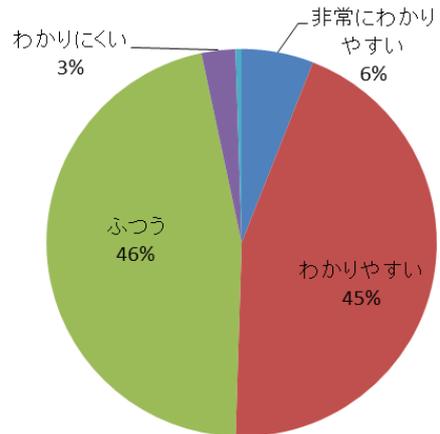
非常にわかりやすい、わかりやすい、ふつうを合わせると90%以上を占めるが、わかりにくいと感じている人が4%程度ある。



【情報ひろば（募集・行事等お知らせ）】

	人数	割合
非常にわかりやすい	36	6%
わかりやすい	269	45%
ふつう	279	46%
わかりにくい	17	3%
非常にわかりにくい	3	0%

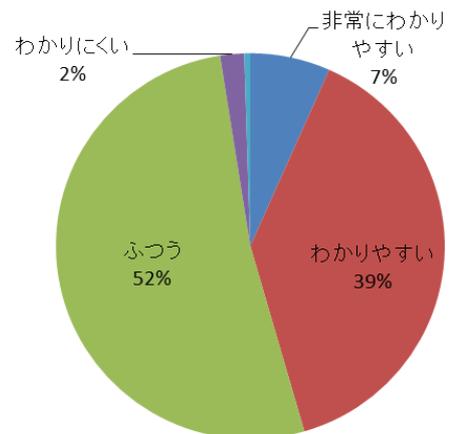
非常にわかりやすい、わかりやすい、ふつうを合わせると90%以上を占めるが、わかりにくいと感じている人が3%程度ある。



【まちの話題】

	人数	割合
非常にわかりやすい	40	7%
わかりやすい	234	39%
ふつう	313	52%
わかりにくい	12	2%
非常にわかりにくい	3	0%

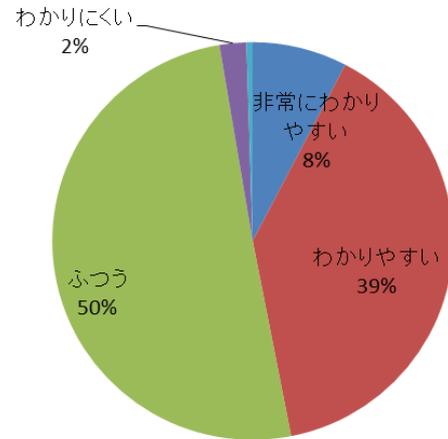
非常にわかりやすい、わかりやすい、ふつうを合わせると90%以上を占めるが、わかりにくいと感じている人が3%程度ある。



【保健ガイド】

	人数	割合
非常にわかりやすい	46	8%
わかりやすい	236	39%
ふつう	303	50%
わかりにくい	13	2%
非常にわかりにくい	3	0%

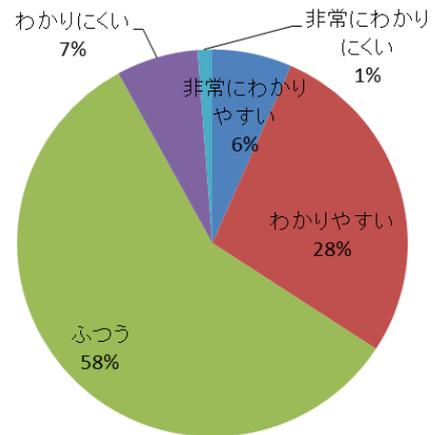
非常にわかりやすい，わかりやすい，ふつうを合わせると90%以上を占めるが，わかりにくいと感じている人が2%程度ある。



【移動図書館】

	人数	割合
非常にわかりやすい	38	7%
わかりやすい	159	28%
ふつう	333	58%
わかりにくい	39	7%
非常にわかりにくい	7	1%

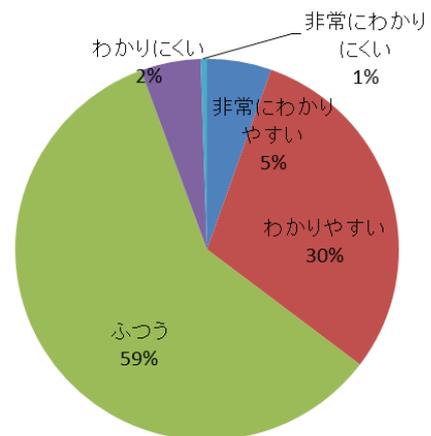
非常にわかりやすい，わかりやすい，ふつうを合わせると90%以上を占めるが，わかりにくいと感じている人が8%程度ある。



【おすすめBOOK】

	人数	割合
非常にわかりやすい	31	5%
わかりやすい	171	30%
ふつう	338	59%
わかりにくい	29	5%
非常にわかりにくい	3	1%

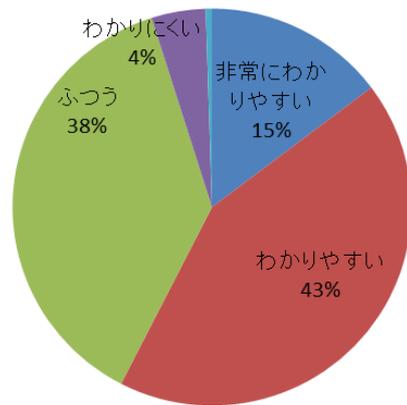
非常にわかりやすい，わかりやすい，ふつうを合わせると90%以上を占めるが，わかりにくいと感じている人が6%程度ある。



【休日当番医】

	人数	割合
非常にわかりやすい	87	15%
わかりやすい	253	43%
ふつう	222	38%
わかりにくい	26	4%
非常にわかりにくい	3	1%

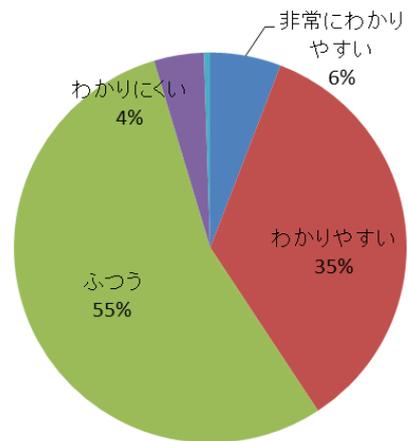
非常にわかりやすい，わかりやすい，ふつうを合わせると90%以上を占めるが，わかりにくいと感じている人が5%程度ある。



【相談日】

	人数	割合
非常にわかりやすい	34	6%
わかりやすい	204	35%
ふつう	319	55%
わかりにくい	24	4%
非常にわかりにくい	3	1%

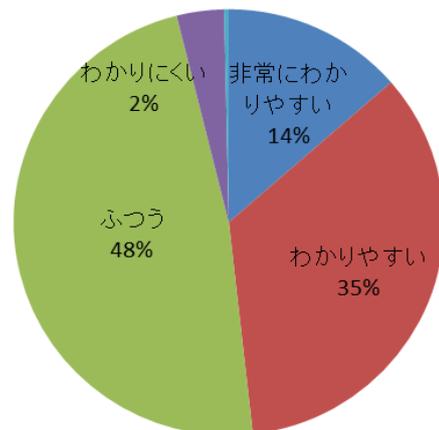
非常にわかりやすい，わかりやすい，ふつうを合わせると90%以上を占めるが，わかりにくいと感じている人が5%程度ある。



【市長どっとコム】

	人数	割合
非常にわかりやすい	80	14%
わかりやすい	204	35%
ふつう	282	48%
わかりにくい	21	4%
非常にわかりにくい	2	0%

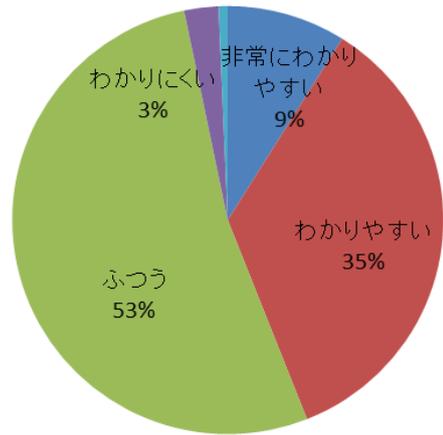
非常にわかりやすい，わかりやすい，ふつうを合わせると90%以上を占めるが，わかりにくいと感じている人が4%程度ある。



【地域のチカラ】

	人数	割合
非常にわかりやすい	52	9%
わかりやすい	205	35%
ふつう	308	53%
わかりにくい	15	3%
非常にわかりにくい	4	1%

非常にわかりやすい、わかりやすい、ふつうを合わせると90%以上を占めるが、わかりにくいと感じている人が4%程度ある。



問 「広報たかまつ」をどのように感じるのか。

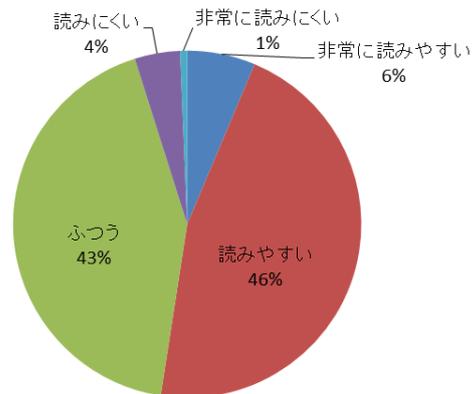
「非常に読みやすい」「読みやすい」と答えた人が全体の52%、「ふつう」と答えた人が43%となっている。性別や年齢別にみても、10～20歳代の男性を除き、概ね50%の人が「非常に読みやすい」「読みやすい」と答えており、10～20歳代の男性が「読みにくい」と答えた人が多かった。内容についても、「非常に分かりやすい」と「分かりやすい」が41%、「ふつう」が55%となり、概ね良い評価を得ているという結果だったが、10～20歳代男性からは、「分かりにくい」との意見が多かった。

レイアウト・デザインについては、「非常に見やすい」、「見やすい」、「ふつう」が93%を占め、概ね良い評価となった。

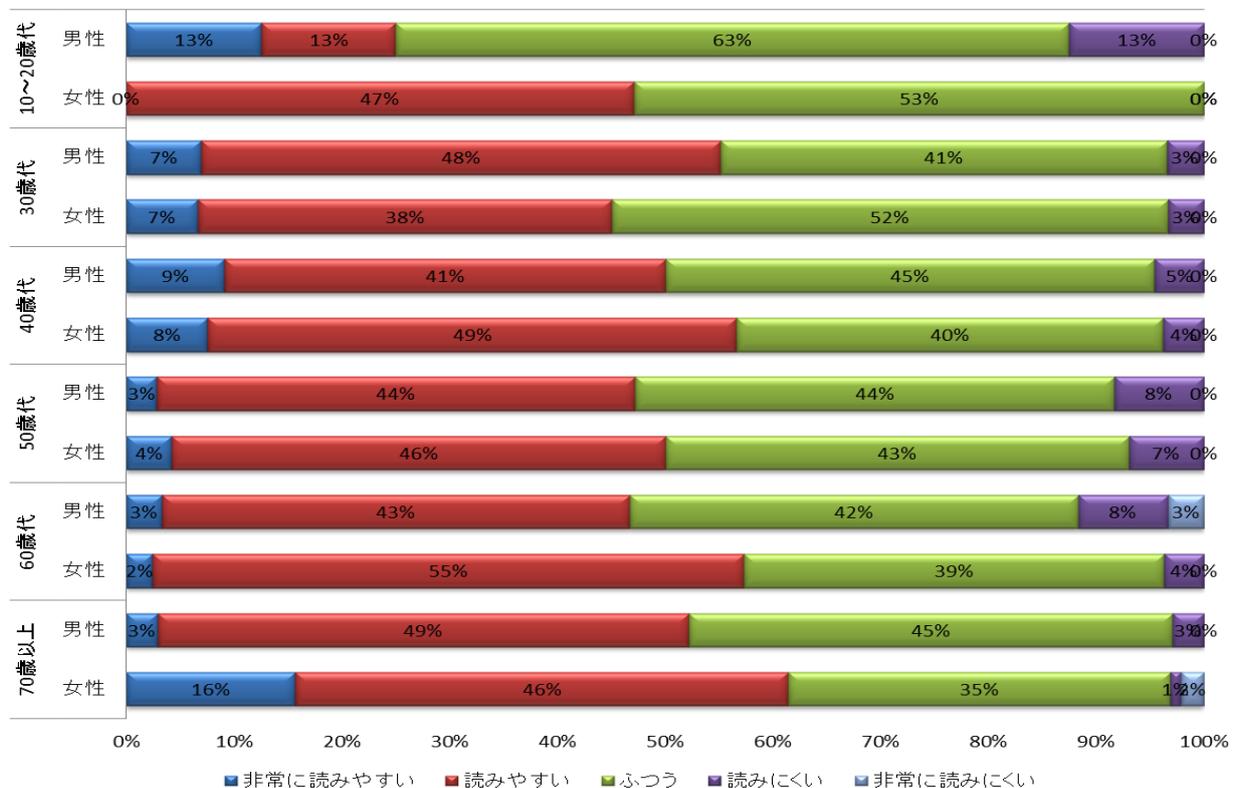
文字の大きさ、ページ数、情報量について見てみると、全般的に「普通」とする回答が圧倒的に多く、以下の表・図のようになっている。

【紙面全体】

内 容	人 数	割 合
非常に読みやすい	39	6%
読みやすい	284	46%
ふつう	263	43%
読みにくい	26	4%
非常に読みにくい	4	1%

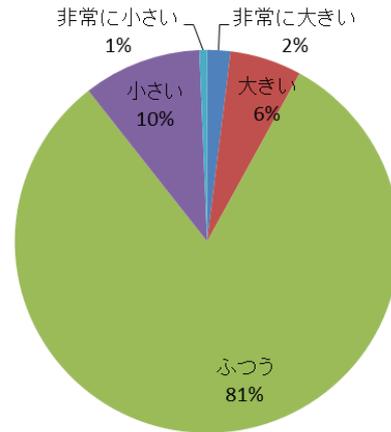


性別・年齢別割合

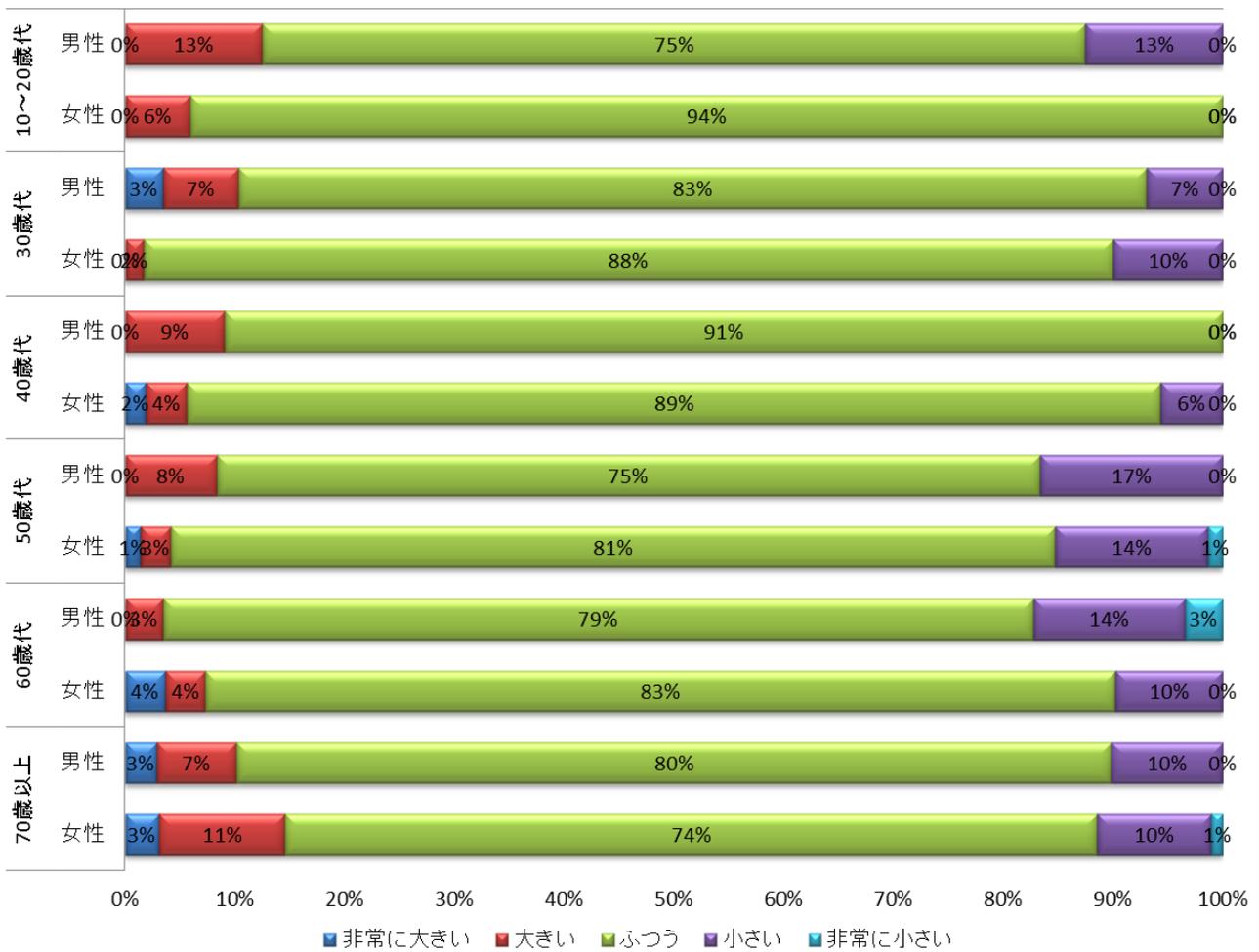


【文字の大きさ】

内 容	人 数	割 合
非常に大きい	12	2%
大きい	37	6%
ふつう	500	81%
小さい	61	10%
非常に小さい	4	1%

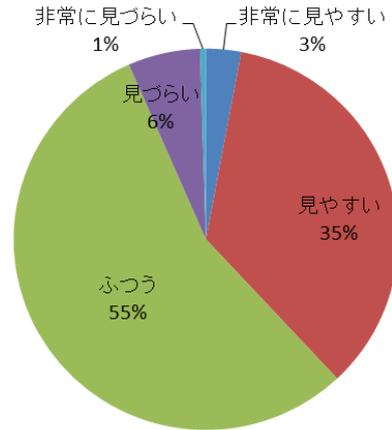


性別・年齢別割合

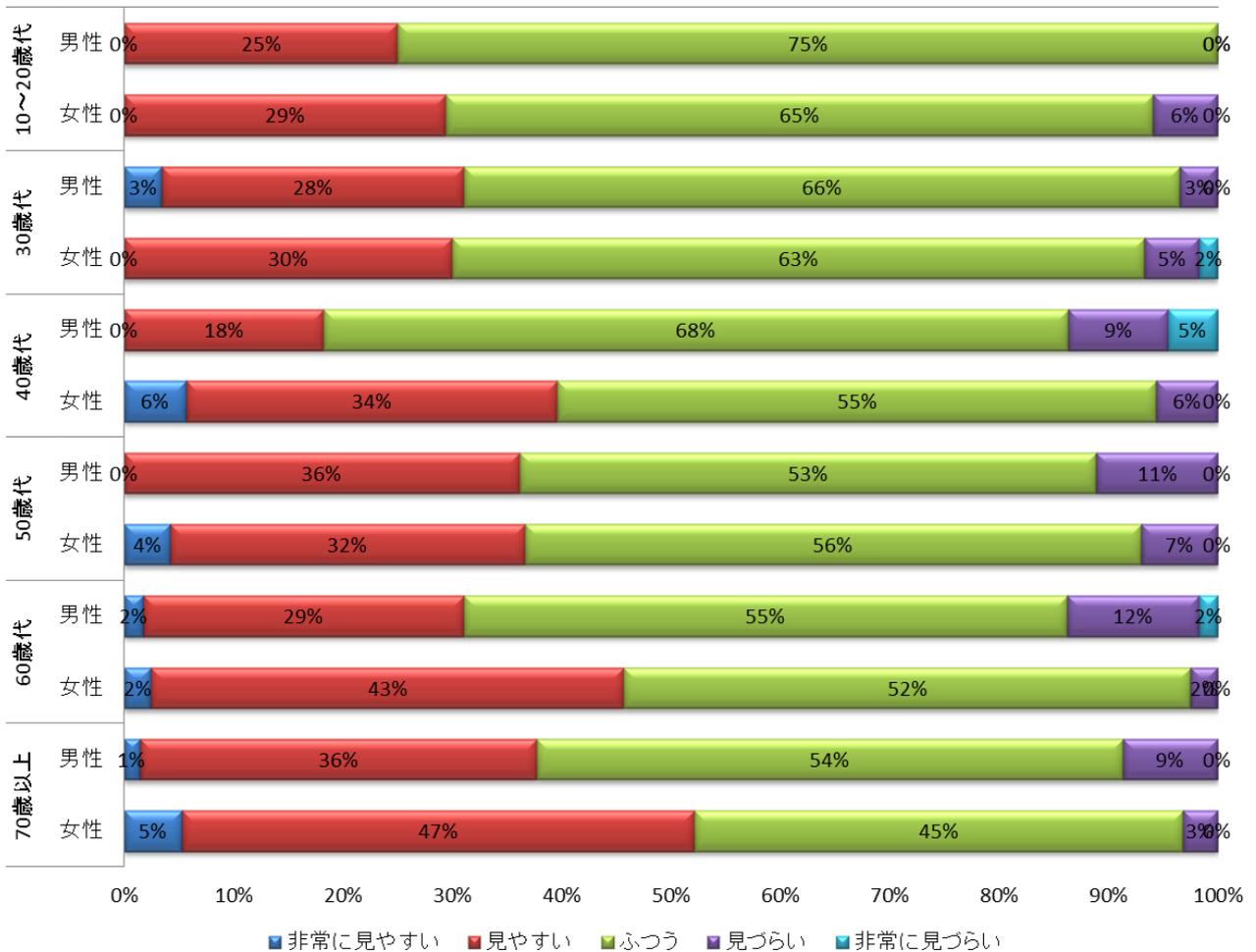


【レイアウト・デザイン】

内 容	人 数	割 合
非常に見やすい	18	3%
見やすい	214	35%
ふつう	338	55%
見づらい	37	6%
非常にみづらい	3	1%

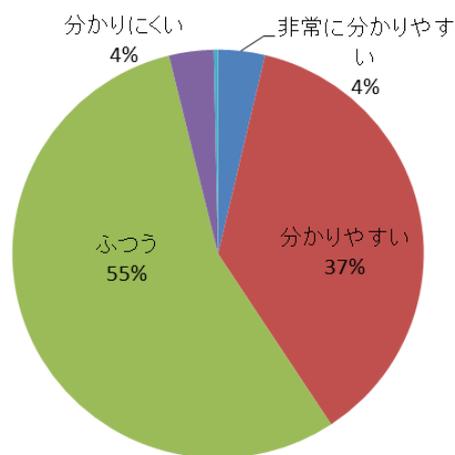


性別・年齢別割合

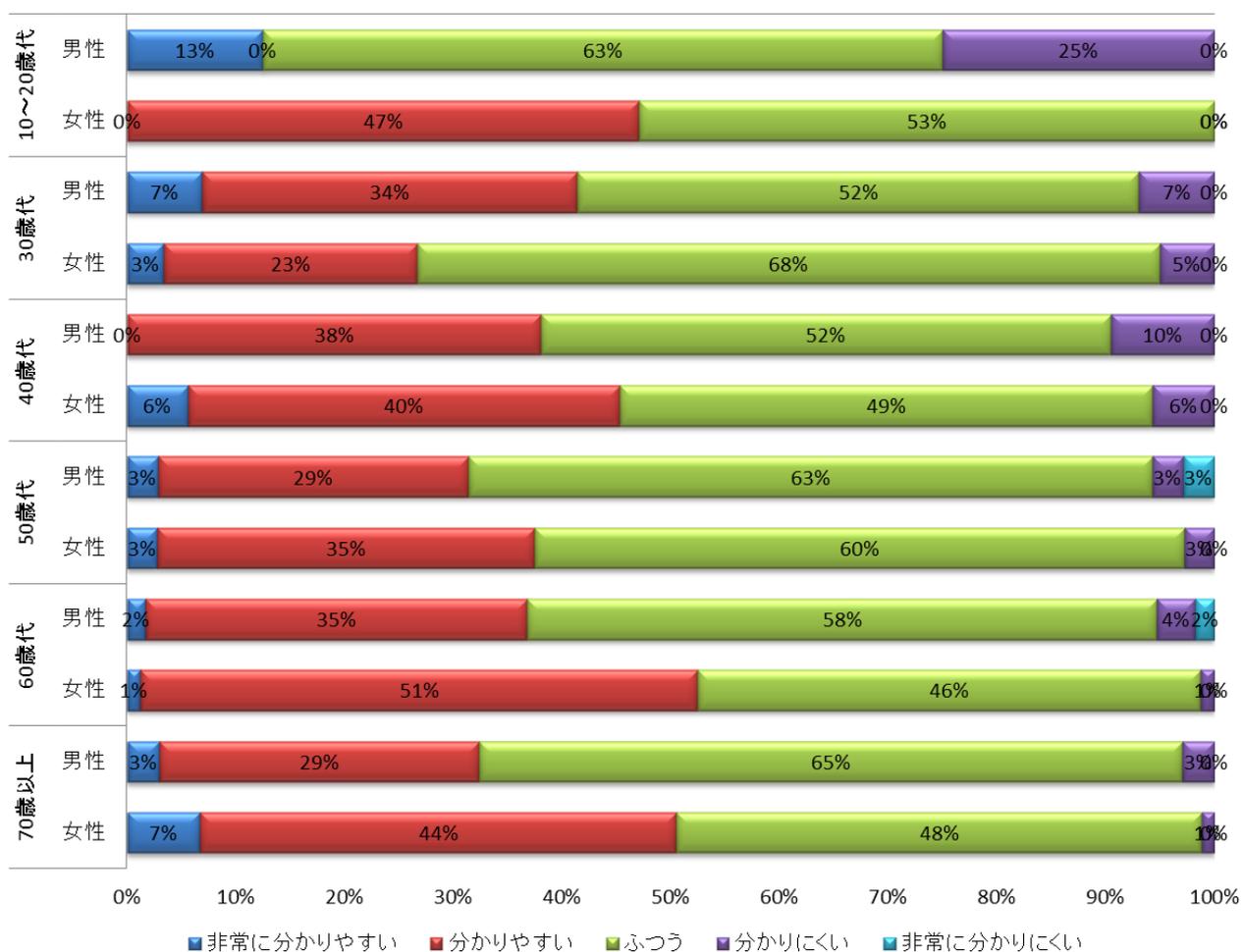


【内 容】

内 容	人 数	割合
非常に分かりやすい	22	4%
分かりやすい	222	37%
ふつう	332	55%
分かりにくい	21	4%
非常に分かりにくい	2	0%

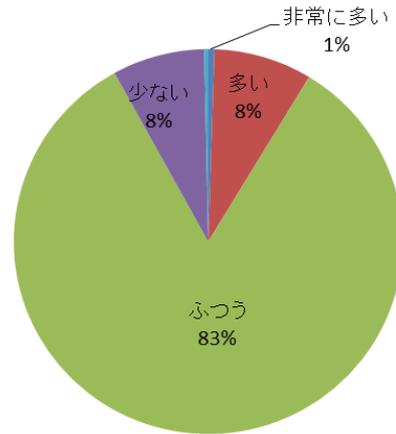


性別・年齢別割合

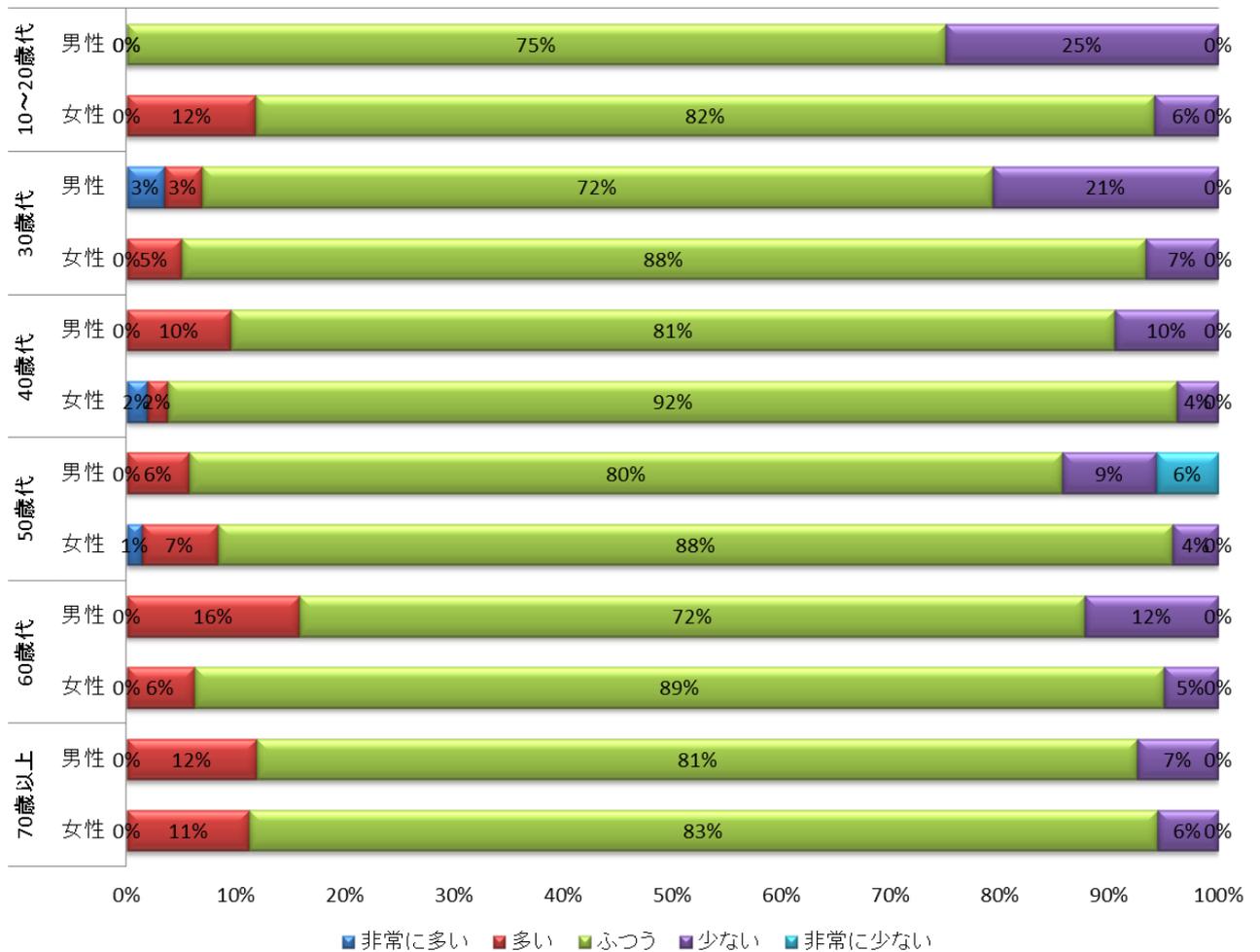


【ページ数】

内 容	人 数	割 合
非常に多い	3	1%
多い	49	8%
ふつう	499	83%
少ない	46	8%
非常に少ない	2	0%

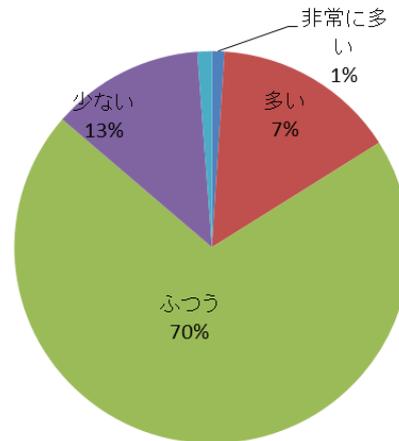


性別・年齢別割合

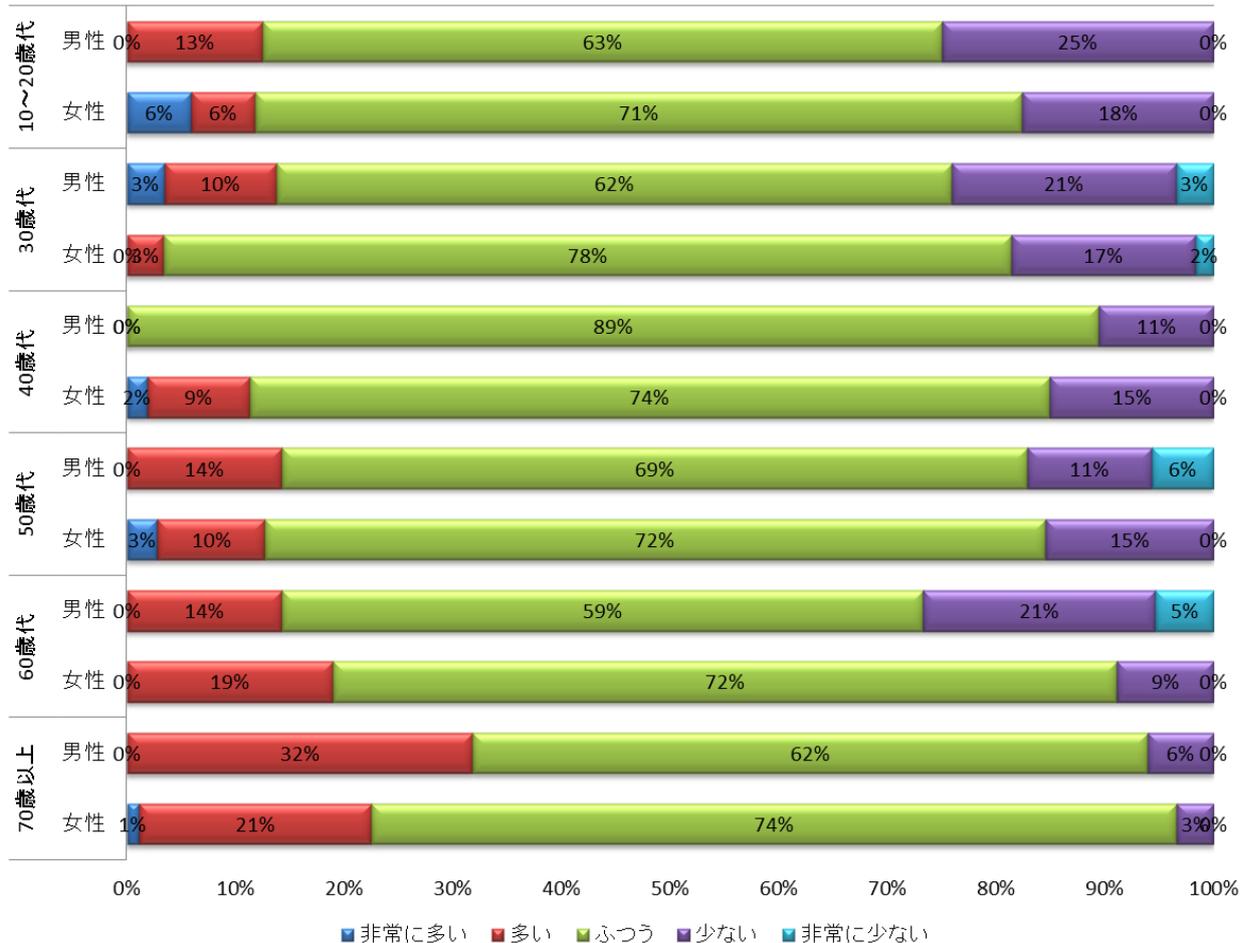


【情報量】

内 容	人 数	割 合
非常に多い	6	1%
多い	89	15%
ふつう	416	70%
少ない	74	13%
非常に少ない	7	1%



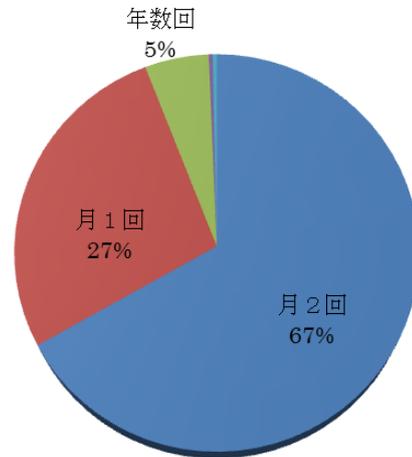
性別・年齢別割合



問 「広報たかまつ」の発行回数を、どう思うか。

発行回数をどのように思っているかの問いでは、「月2回（現状のまま）」が67%であり、月2回発行が妥当であるという人が半数以上に達している。「月1回」と答えた人が27%で、それ以外の「年数回」、「発行しなくてよい」、その他を合わせて7%という結果であった。

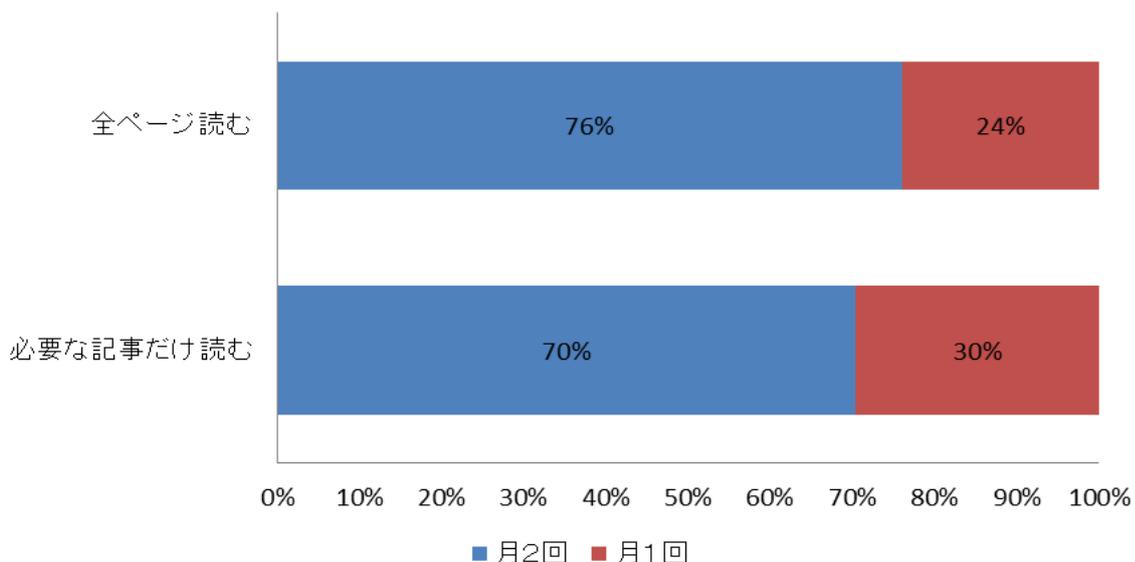
内 容	人 数	割合
月2回	405	67%
月1回	165	27%
年数回	32	5%
発行しなくてよい	2	1%
その他	2	1%



発行回数について、“全ページ読む人”と“必要な記事だけを読む人”がどう考えているのかについて見てみると、下の表・図のようになっている。

月2回のままでよいと考えている人の割合は、全ページ読む人のほうが多くなっている。

内 容	月2回	月1回	合計
全ページ読む	159	50	209
必要な記事だけ読む	221	93	314

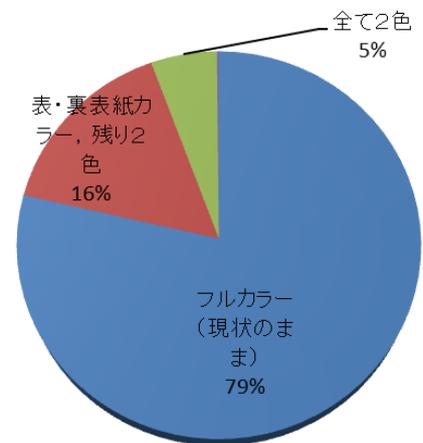


問 「広報たかまつ」の刷り色を、どう思うか。

全ページカラー（現状のまま）が79%を占め、圧倒的に多く、「表紙のみカラー」，「全て2色」とする回答が21%あった。

その理由としては経費削減などがあげられていた。

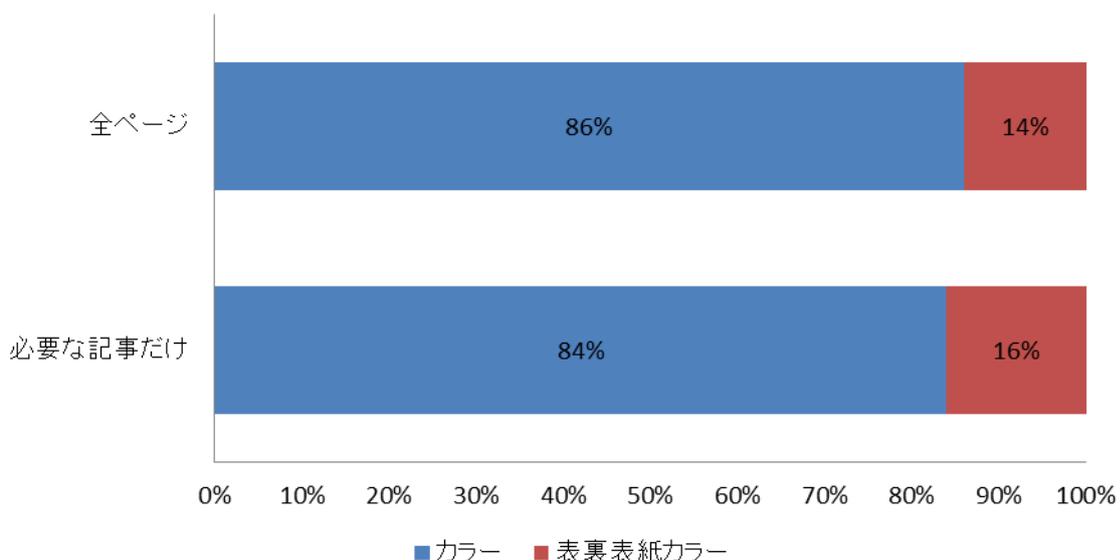
内 容	人 数	割 合
カラー（現状のまま）	475	79%
表・裏表紙はカラー，残りは2色	95	16%
全て2色	33	5%
その他	1	0%



刷り色について，“全ページ読む人”と“必要な記事だけを読む人”がどう考えているのかについて見てみると，下の表・図のようになっている。

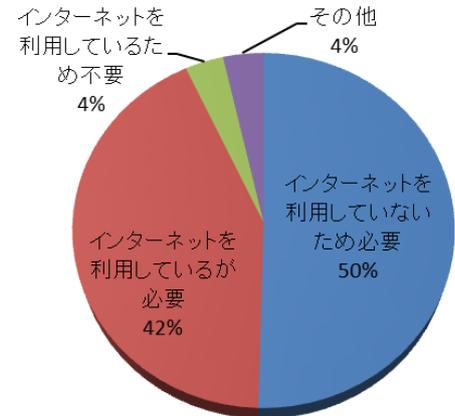
カラーのままでよいと考えている人の割合は，全ページ読む人のほうが多くなっている。

内 容	カラー（現状のまま）		表・裏表紙カラー		合計
	人数	割合	人数	割合	
全ページ読む	179	86%	30	14%	209
必要な記事だけ読む	260	84%	51	16%	311



問 「広報たかまつ」など紙媒体の広報の必要性を、どう思うか。

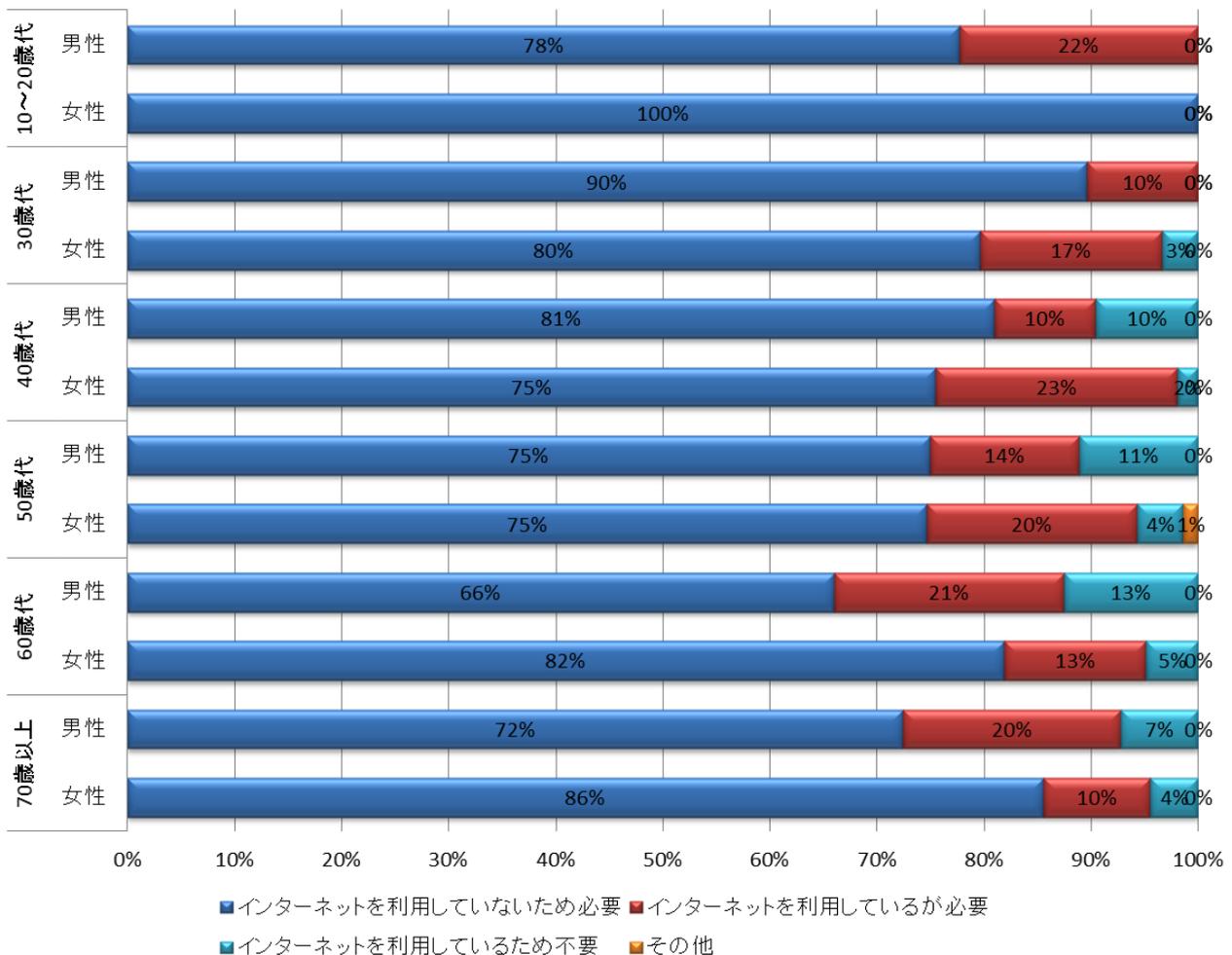
内 容	人 数	割 合
インターネット未利用のため必要	297	50%
インターネットを利用しているが必要	251	42%
インターネット利用のため不要	20	4%
その他	21	4%



「インターネット未利用のため必要」と答えた人が全体の50%、「インターネットを利用しているが必要」と答えた人が42%となっており、インターネットが普及した現在でも、広報紙を必要とする意見が圧倒的に多く、紙媒体は情報伝達的手段として、重要な役割を果たしていると言える。

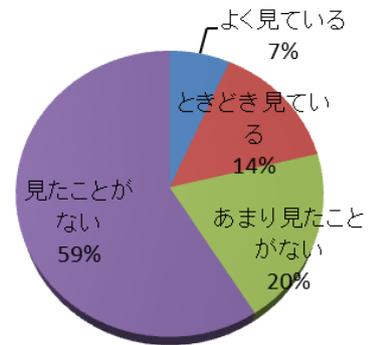
性別や年齢別に見ると、年齢が高くなるほど、「インターネット未利用のため必要」と答える割合が多い。

性別・年齢別割合



問 「広報たかまつ」を市ホームページで見たことがあるか。

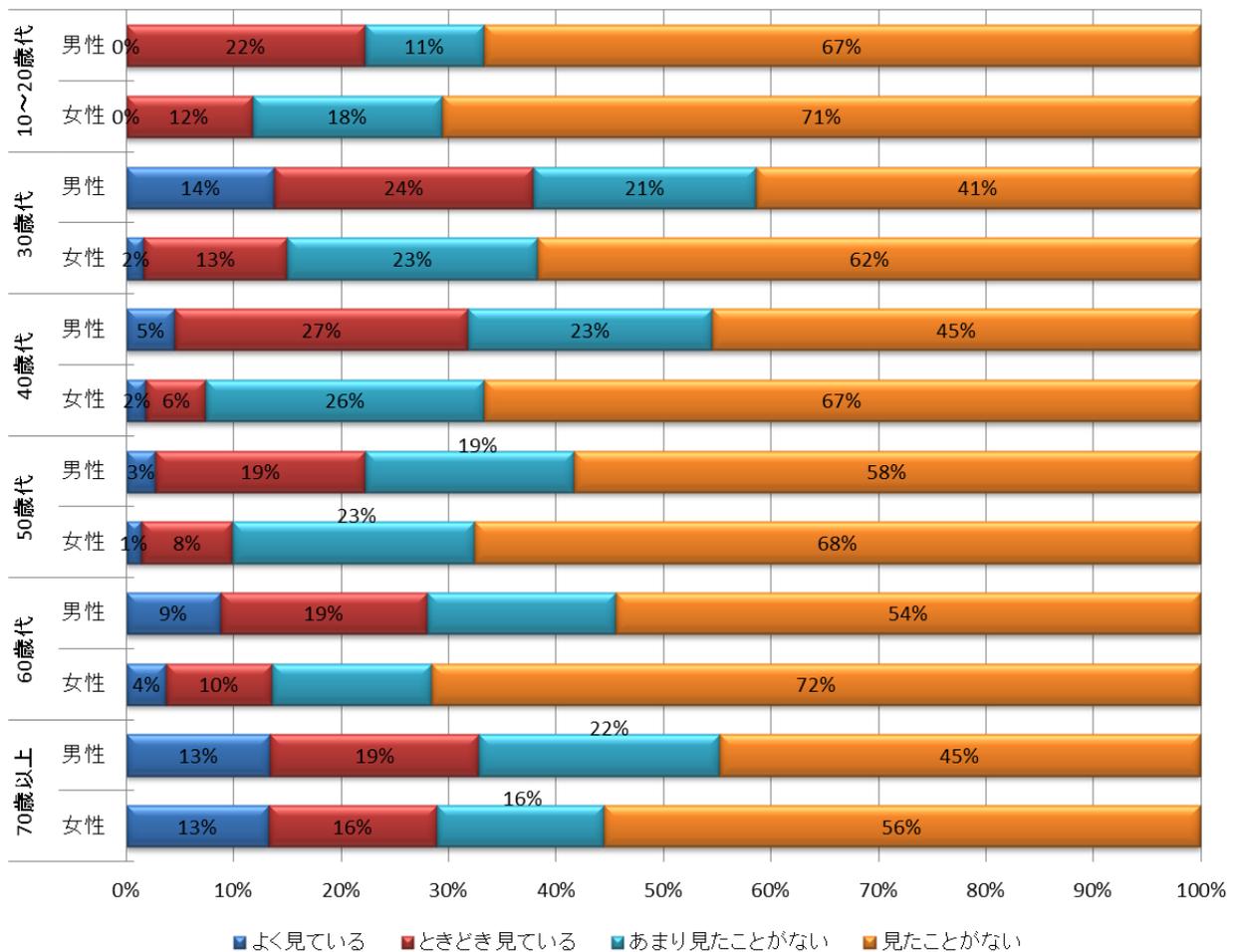
内 容	人 数	割 合
よく見ている	40	7%
ときどき見ている	88	14%
あまり見たことがない	120	20%
見たことがない	356	59%



「あまり見たことがない」，「見たことがない」が79%と非常に高い。

性別や年齢別では，各年代を通じて，年齢が高くなるほど，「インターネット未利用のため必要」と答える割合が多い。

性別・年齢別割合

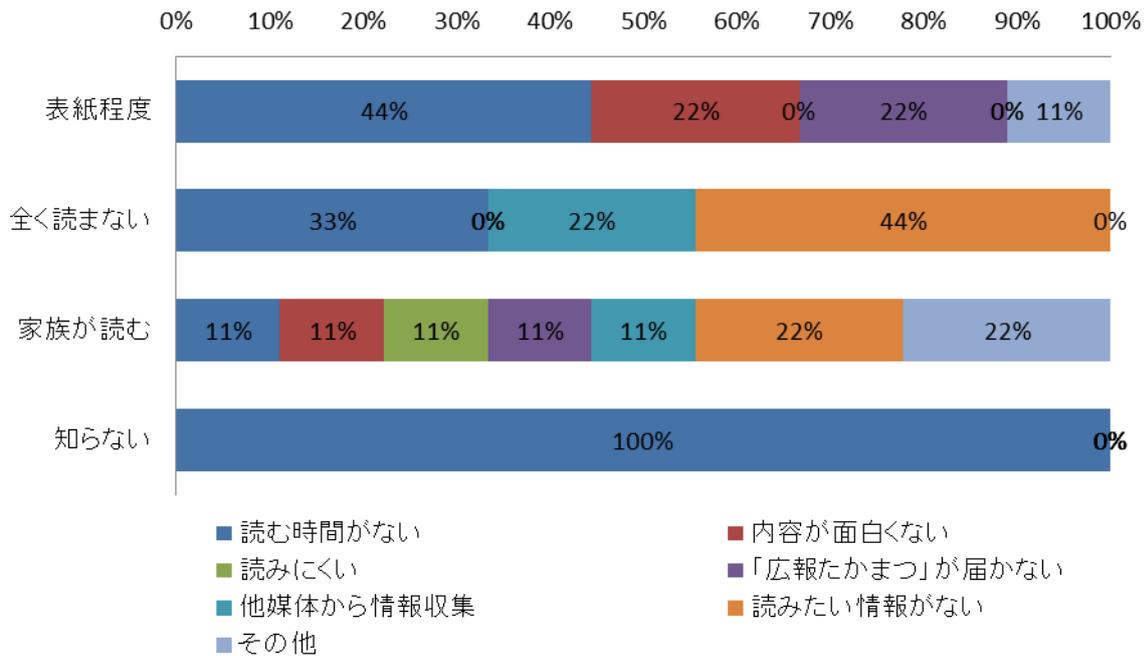


問 「広報たかまつ」を読まない理由は。(表紙程度しか見ない 全く読まない人など)

「表紙程度しか見ない」などと回答した164人のうち28人の回答があり、下表・図のような結果となった。

その他として「興味がない」, 「読むのが面倒」などの意見があった。

内容／(人)	読む時間がない	内容が面白くない	読みにくい	届かない	他媒体から情報収集	読みたい情報がない	その他
表紙程度	4	2	0	2	0	0	1
全く読まない	3	0	0	0	2	4	0
家族が読む	1	1	1	1	1	2	2
知らない	1	0	0	0	0	0	0

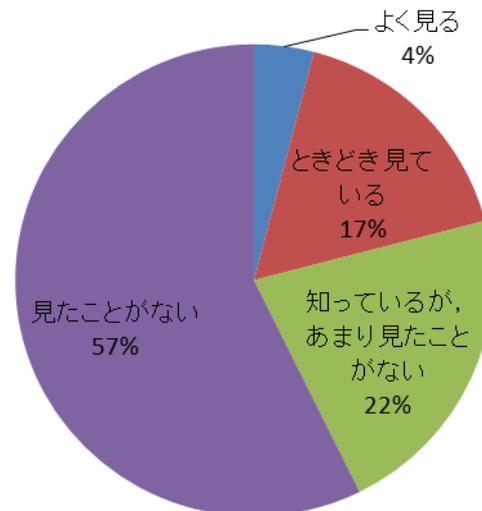


《テレビ広報番組について》

問 テレビ広報番組をどの程度見ているか。

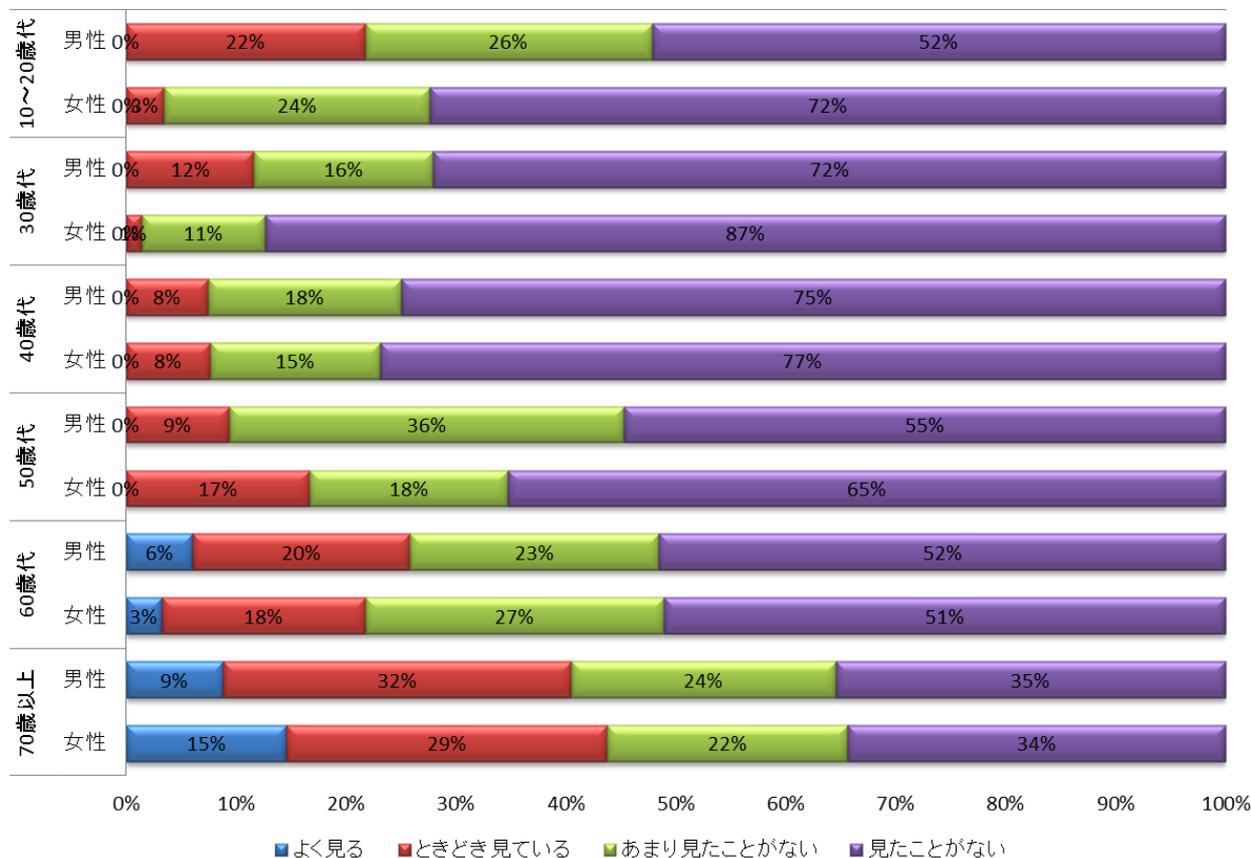
全体では、「見たことがない」が57%と大半を占め、「よく見る」と答えた人4%と「ときどき見る」と答えた人17%を合わせても21%となっている。

性別・年齢別では、50歳代以降から年齢の高い層ほど番組を見ている割合が高く、30歳代女性の見る割合が最も低くなっている。



内 容	人数	割合
よく見る	30	4%
ときどき見ている	125	17%
知っているが、あまり見たことがない	161	22%
見たことがない	424	57%

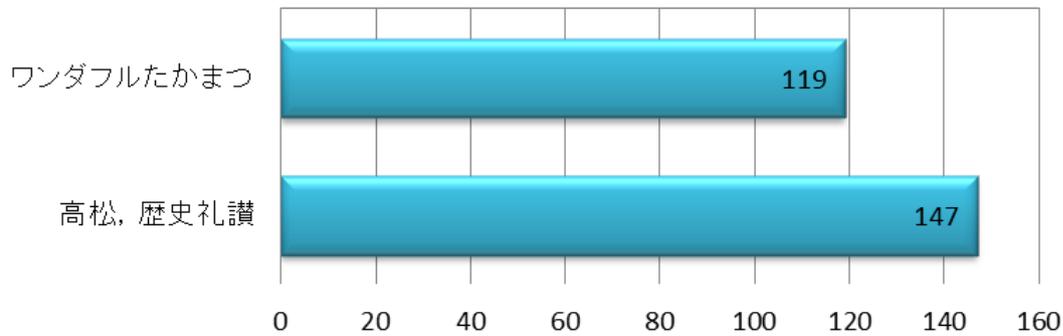
性別・年齢別割合



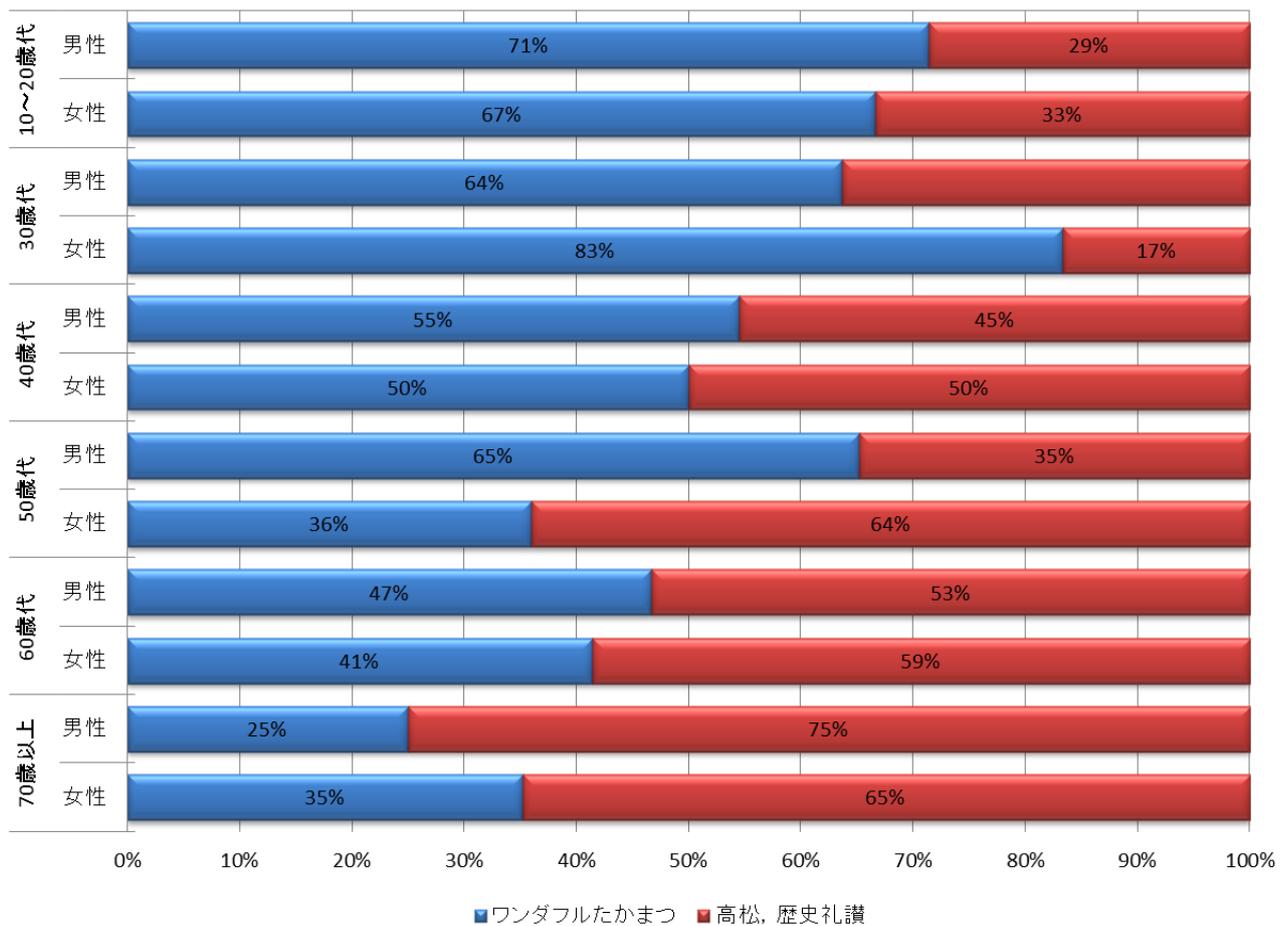
問 広報テレビ番組で見たことがあるもの。(複数回答)

見たことがある番組は「高松，歴史礼讃」が、「ワンダフルたかまつ」より多くなっている。

性別・年齢別では，30歳代以下では，「ワンダフルたかまつ」を見る割合が高くなっている。



性別・年齢別割合



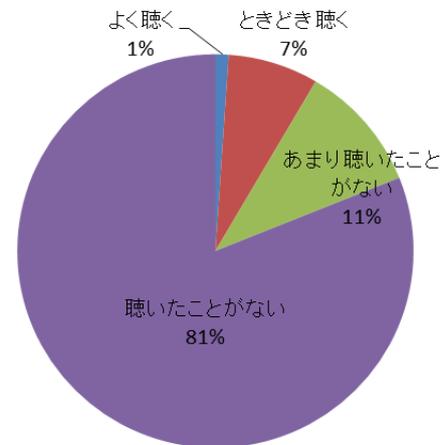
《ラジオ広報番組について》

問 ラジオ広報番組を聞いたことがあるか。

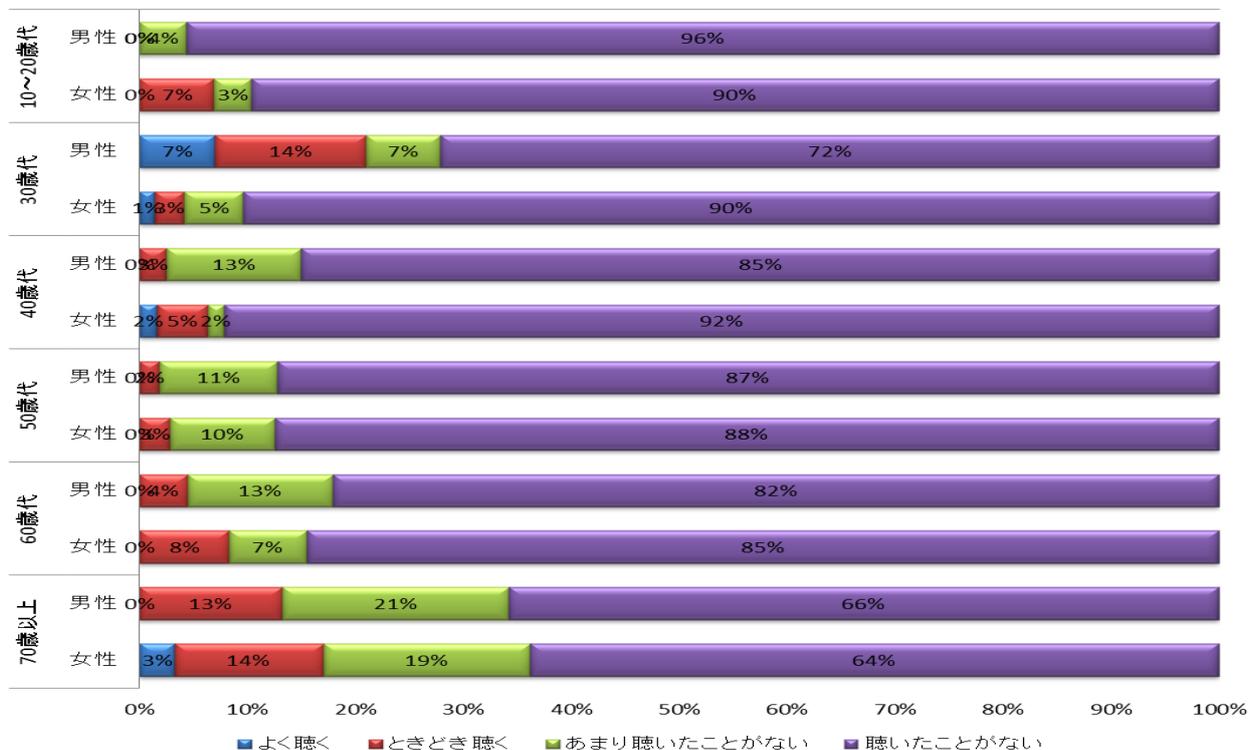
「よく聴く」，「ときどき聴く」を合わせても8％で，聴いている人はかなり少ない状況になっている。

性別・年齢別では，30歳代を除いて，女性の方が聴いている人が多い。

回 答	人数	割合
よく聴く	8	1%
ときどき聴く	55	7%
あまり聴いたことがない	78	11%
聴いたことがない	604	81%

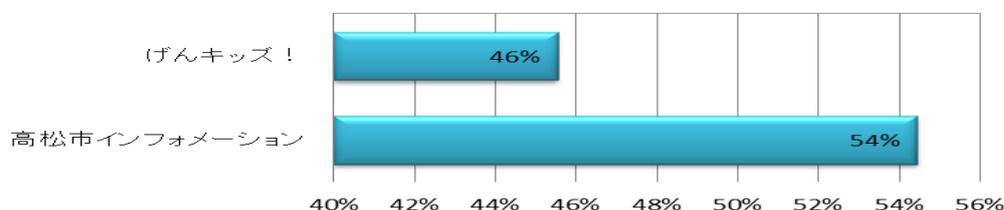


性別・年齢別割合



問 ラジオ広報番組で聴いたことがあるもの。(複数回答)

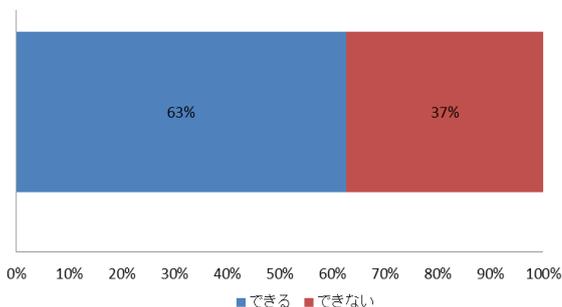
聴いたことがある番組は「高松市インフォメーション」が，「げんキッズ！」より多くなっている。



《高松市ホームページ「もっと高松」について》

問 自宅でインターネットが利用できるか。

回答者747人中、「自宅でインターネットができる」と答えた人は468人（63%）、また、「インターネットができません」と答えた人は279人（37%）で、約6割の人（世帯）でインターネットを利用できる環境にある。

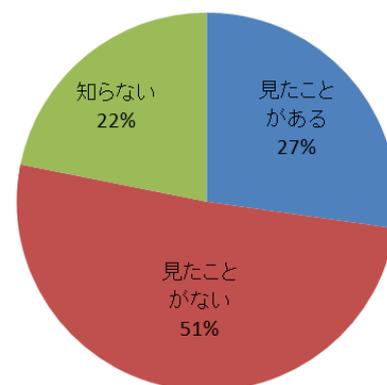


問 高松市ホームページ「もっと高松」を見たことがあるか。

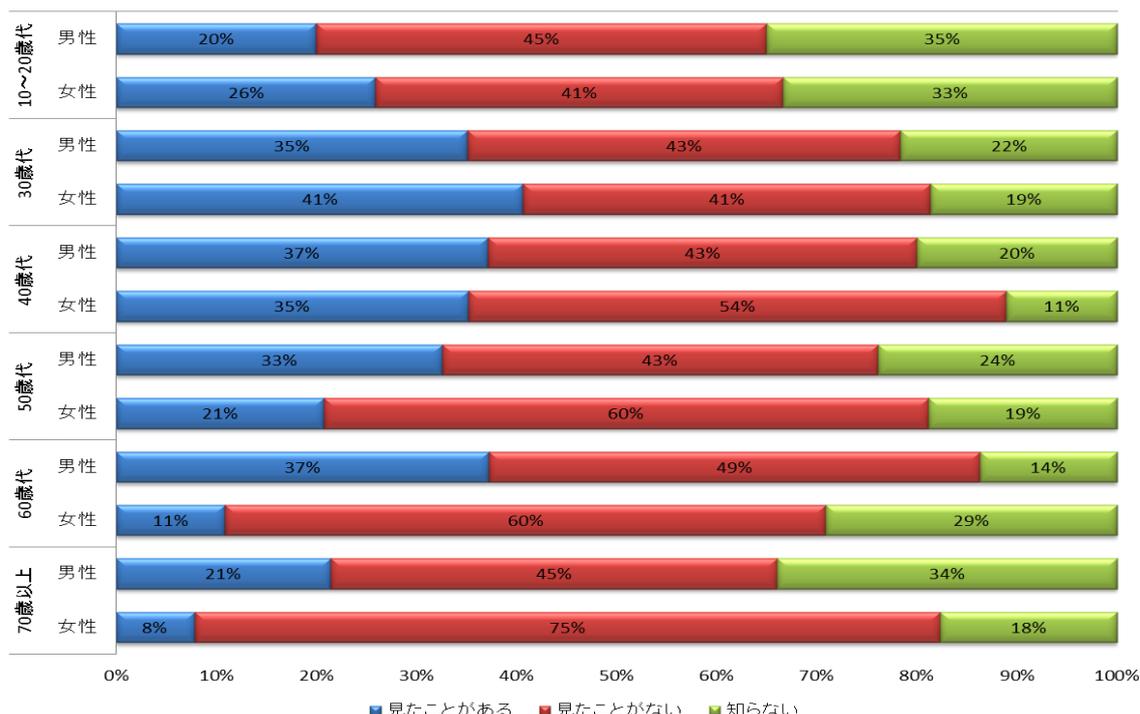
高松市ホームページ「もっと高松」の利用については、「見たことがある」と答えた人が27%である一方、「見たことがない」と答えた人は半数近くの51%を占めている。

性別・年齢別では、「見たことがある」は、30歳代女性が41%で最も高く、一方、「見たことがない」は、70歳以上の女性が高くなっている。

内 容	人 数	割合
見たことがある	151	27%
見たことがない	282	51%
知らない	121	22%



性別・年齢別割合

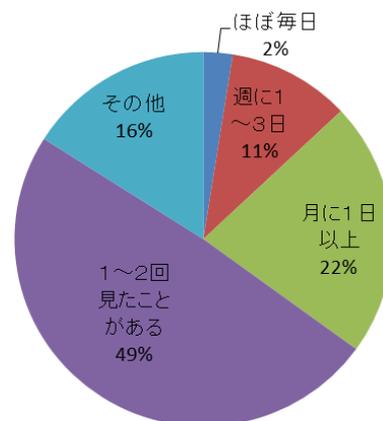


問 「もっと高松」をどのくらい利用しているか。《回答：見たことがある人》

「月に1日以上」市のホームページを利用している人は25%で、「ほぼ毎日」（2%）と「週に1～3日」（11%）を合わせた「週1回以上利用している」は13%と少ない状況である。

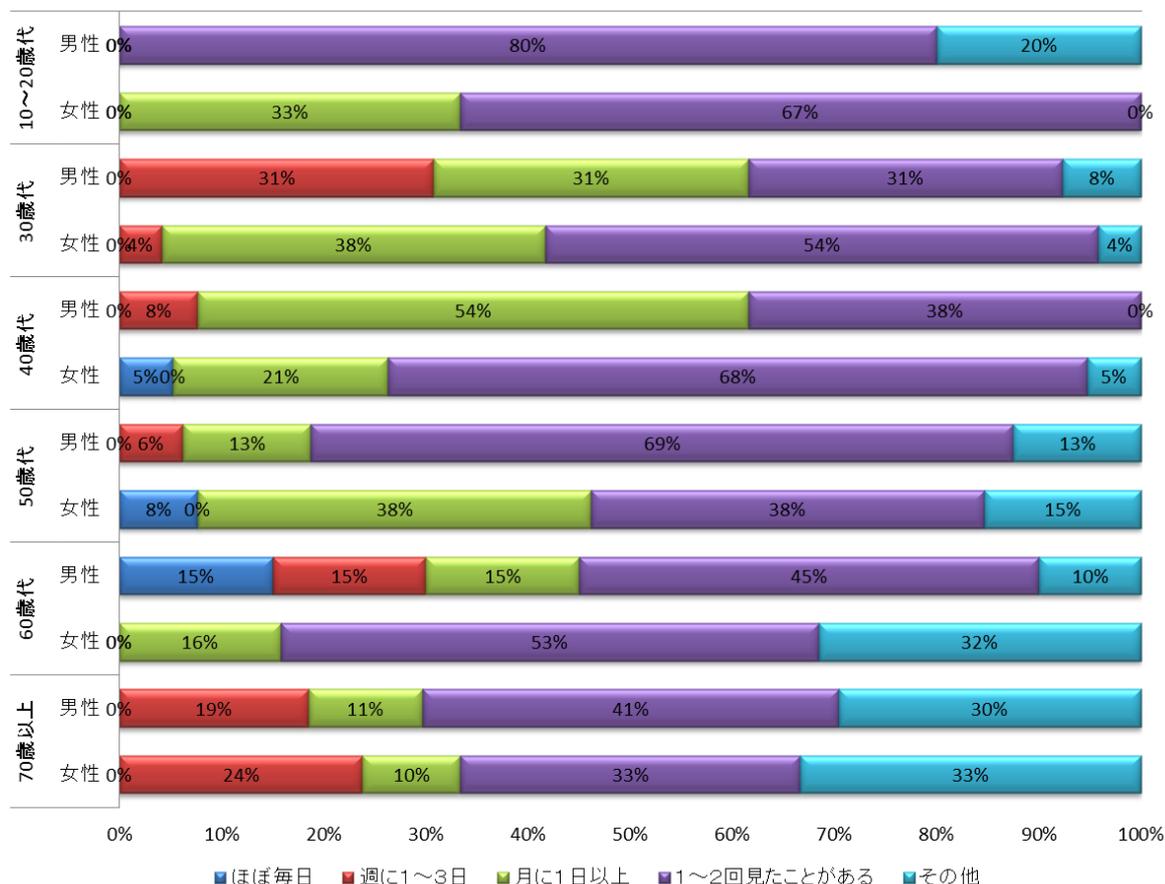
性別・年齢別では、すべてにおいて「ほぼ毎日」，「週に1～3日」を合わせても30%以下となる中，30歳代および60歳代の男性と，70歳代が比較的高くなっている。

一方，10～20歳代と60歳代女性では0%と極端に低くなっている。



内 容	人 数	割合
ほぼ毎日	5	2%
週に1～3日	21	11%
月に1日以上	44	22%
1～2回見たことがある	98	49%
その他	32	16%

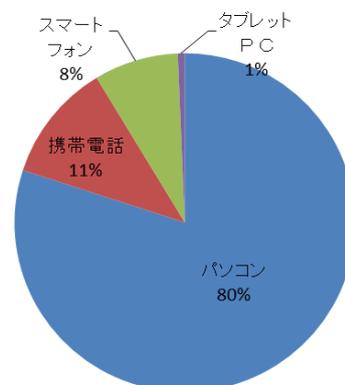
性別・年齢別割合



問 高松市ホームページ「もっと高松」の閲覧の方法。

高松市ホームページ「もっと高松」の閲覧方法については、パソコンが80%で、携帯電話、スマートフォンなどの携帯移動端末から20パーセントとなっている。

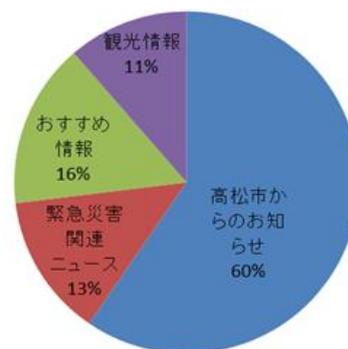
内 容	人 数	割 合
パソコン	120	80%
携帯電話	17	11%
スマートフォン	12	8%
タブレットPC	1	1%



問 高松市ホームページ「もっと高松」のトップページでよく利用する項目は。

市からのお知らせが、60%と最も高く、その他は、10パーセント強の結果となっている。

内 容	人 数	割 合
高松市からのお知らせ	84	60%
緊急災害関連ニュース	19	13%
おすすめ情報	22	16%
観光情報	16	11%



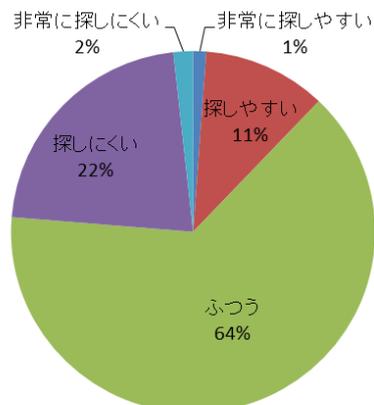
問 高松市ホームページの印象。

ホームページの探しやすさ（使いやすさ）は、「非常に探しやすい」が1%、「探しやすい」が11%であり、12%の人に好評であった。「ふつう」という評価が64%となった。一方、「探しにくい」「非常に探しにくい」という人も24%を占めた。

このほかの設問については、「ふつう」という評価がおおよそ7割以上を占めている。

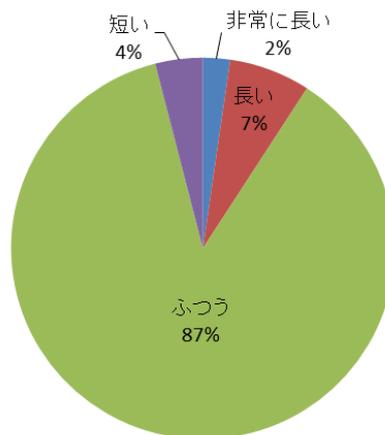
【目的のページの探しやすさ】

内 容	人 数	割 合
非常に探しやすい	2	1%
探しやすい	19	11%
ふつう	111	64%
探しにくい	38	22%
非常に探しにくい	3	2%



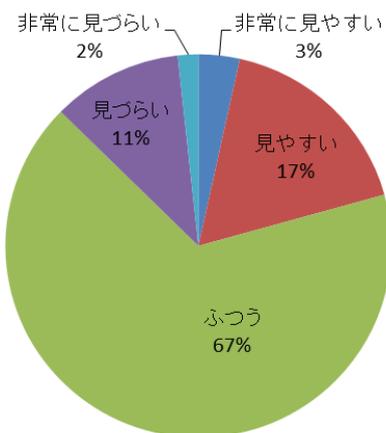
【文章の長さ】

内 容	人 数	割合
非常に長い	4	2%
長い	12	7%
ふつう	152	87%
短い	7	4%
非常に短い	0	0%



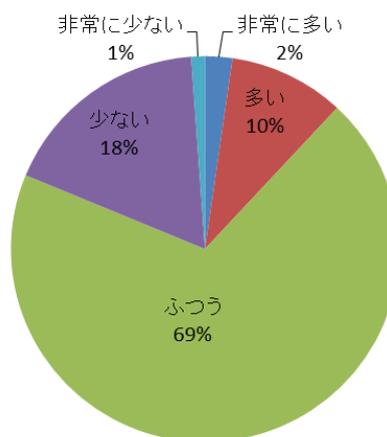
【レイアウト・デザイン】

内 容	人 数	割合
非常に見やすい	6	3%
見やすい	30	17%
ふつう	116	67%
見づらい	19	11%
非常に見づらい	3	2%



【情報量】

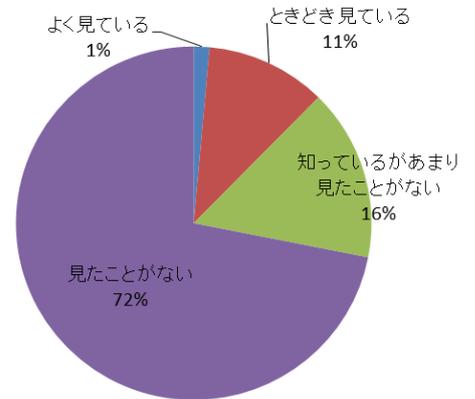
内 容	人 数	割合
非常に多い	4	2%
多い	17	10%
ふつう	122	69%
少ない	31	18%
非常に少ない	2	1%



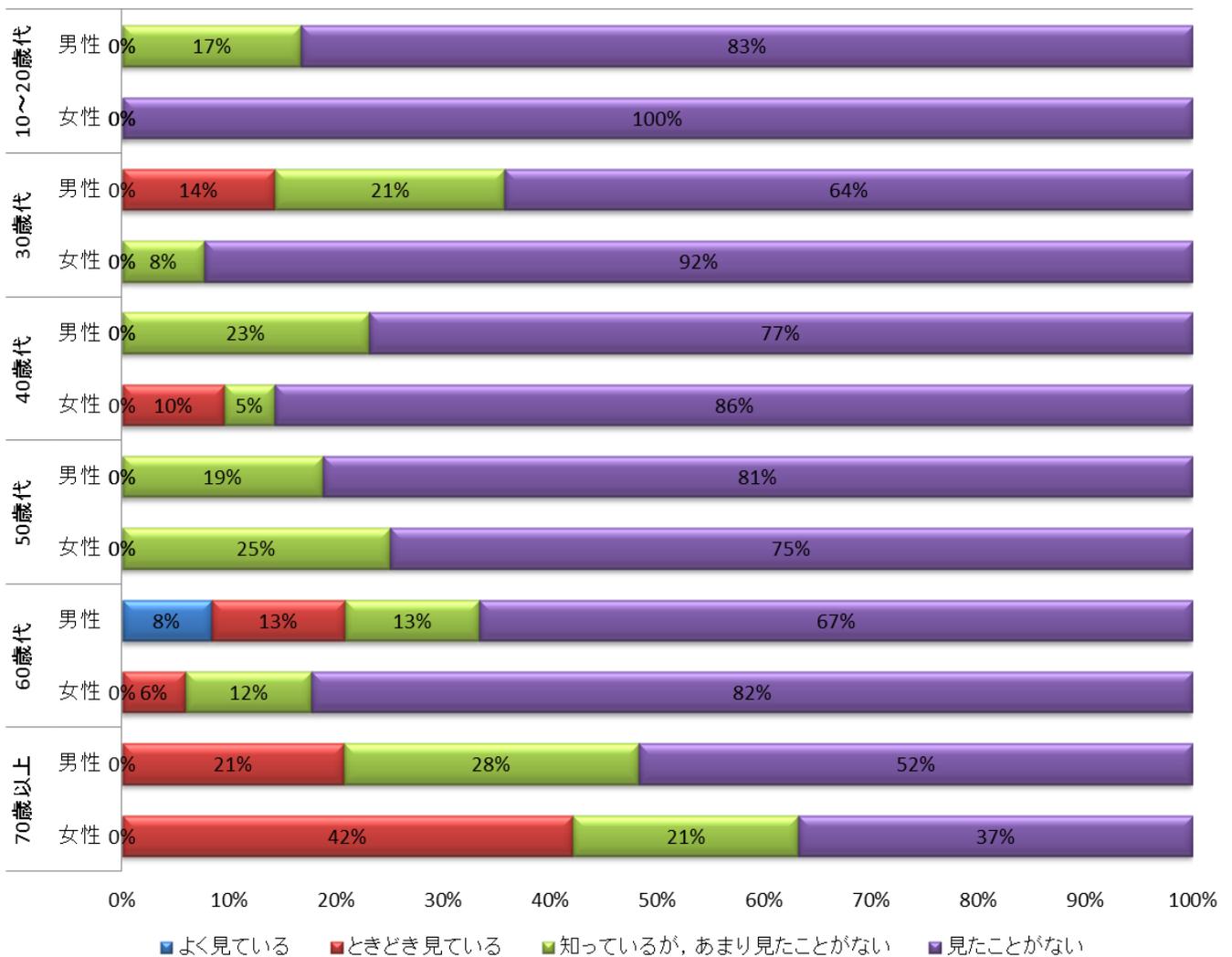
問 高松市の公式ツイッターの認知度

「見たことがない」が72%、「あまり見たことがない」が16%と約9割の人が、あまりみていないことがうかがえる。

内 容	人 数	割合
よく見ている	3	1%
ときどき見ている	23	11%
知っているがあまり見たことがない	33	16%
見たことがない	151	72%



性別・年齢別割合

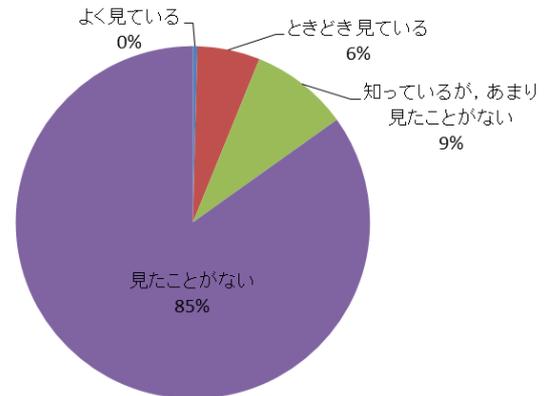


問 高松ムービー(動画)チャンネルの認知度

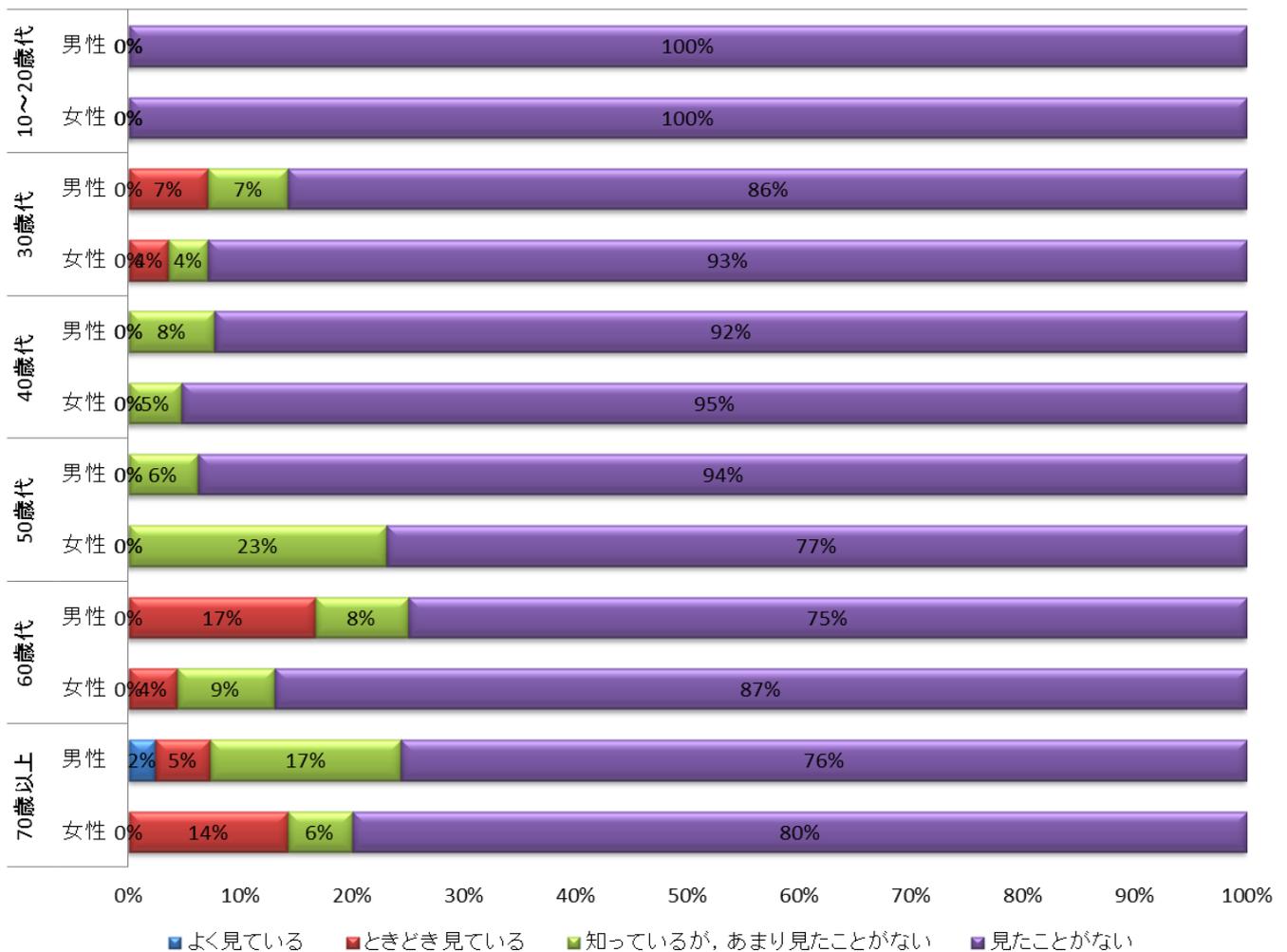
「見たことがない」が85%、「あまり見たことがない」が9%とほとんど認知されていないことがうかがえる。

特に、10歳代から20歳代では、「見たことがない」が100%となっている。

内 容	人 数	割合
よく見ている	1	0%
ときどき見ている	14	6%
あまり見たことがない	22	9%
見たことがない	208	85%



性別・年齢別割合

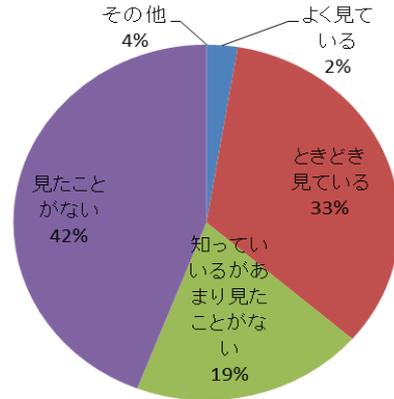


《ケーブルテレビ市政情報番組「いき・いき高松」について》

加入している人は、この質問の回答者745人のうち160人(21%)で、この加入者の回答についてまとめた。

問 「いき・いき高松」を見たことがあるか。

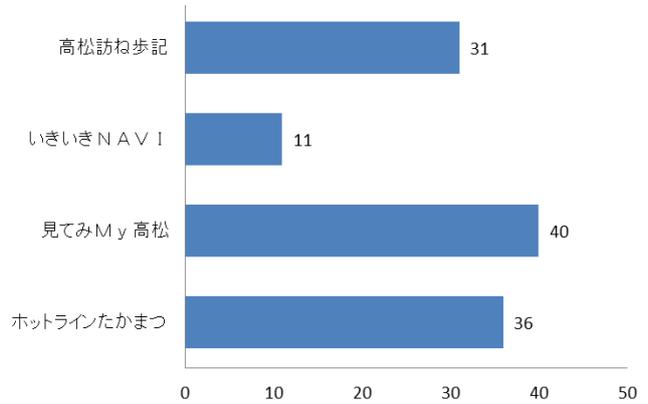
「よく見ている」が2%、「ときどき見ている」が33%で、加入者のうち4割近くの人が「いき・いき高松」を見ていることになる。



	10～20 歳代		30 歳代		40 歳代		50 歳代	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
よく見ている	0	0	0	0	0	0	1	1
ときどき見ている	1	1	3	2	3	4	1	8
知っているがあまり見たことがない	0	1	3	0	4	4	5	4
見たことがない	3	3	2	7	4	5	6	7
	60 歳代		70 歳以上					
	男性	女性	男性	女性				
よく見ている	1	0	0	0				
ときどき見ている	4	6	8	9				
知っているがあまり見たことがない	3	0	2	3				
見たことがない	9	8	7	7				

問 いきいき高松でどの番組を見るか。(複数回答)

市内で行われる行事やイベントなどをニュース形式でお知らせする「見てみMy高松」と市の制度などを紹介する「ホットラインたかまつ」、市の歴史・文化を紹介する「高松訪ね歩記」、がよく見られている。

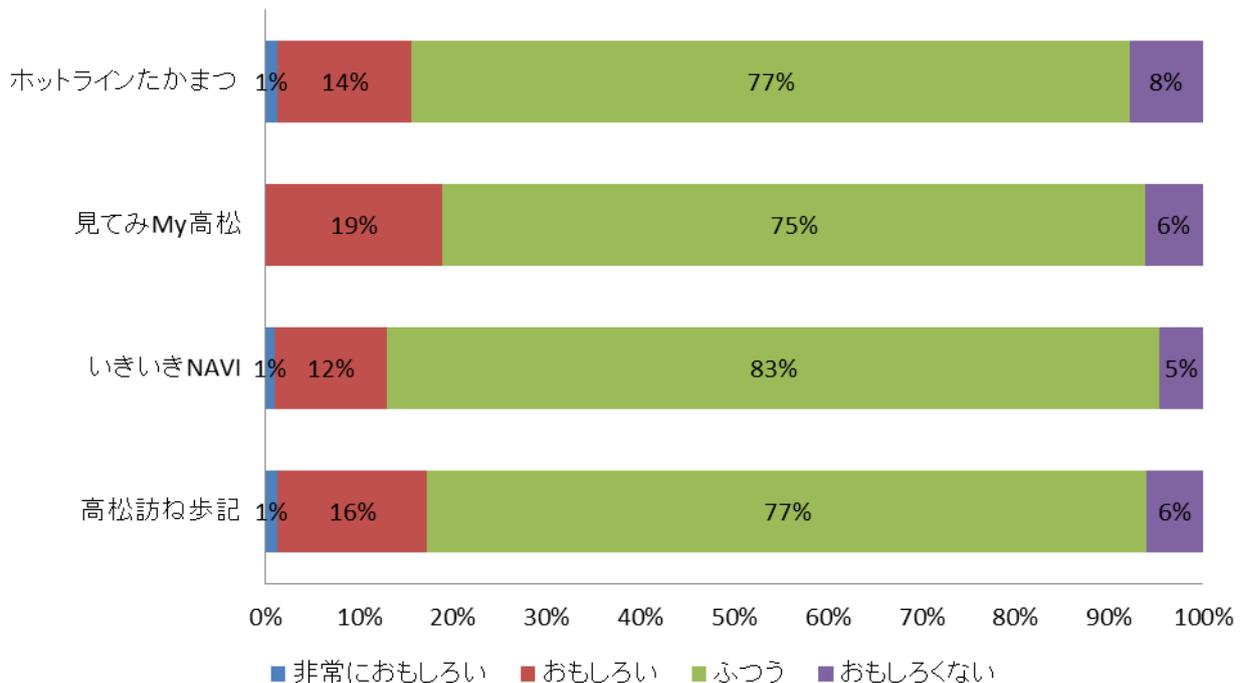


問 市政情報番組を見ての感想。

「非常におもしろい」と「おもしろい」の割合は、どの番組も20%以下で、「ふつう」が約80%となっている。

市政情報番組としての役割を果たしているとある程度の評価はされているが、「おもしろくない」と答えている人も数名いる。

番組名／人	非常におもしろい	おもしろい	ふつう	おもしろくない	非常におもしろくない
ホットラインたかまつ	1	11	59	6	0
見てみMy高松	0	12	49	4	0
いきいきNAVI	1	7	53	3	0
高松訪ね歩記	1	12	59	5	0



4 集計の分析および今後の対応

(1) 広報活動

情報を得る媒体としては、「テレビ」・「新聞」が圧倒的に多く、広報活動の中でこの2つの媒体は重要な位置を占めている。10～20歳代から40歳代までの世代を中心に、「インターネット」の利用割合が高く、特に10～20歳代から30歳代までは、「携帯電話・スマートフォン」の割合が、他の年代と比較して高くなっており、若い人たちには有効と考えられる。

市政情報の内容としては、「福祉」・「計画や事業の動き」・「イベント案内・募集」・「健康」の4項目が多く、年代別にみると、どの年代も「イベント案内・募集」が高く、30歳・40歳代では「子育て」・「教育」が、50歳以上では「福祉」・「健康」が高くなっていることから、「広報たかまつ」の中での特集や、ケーブルテレビ市政情報番組などで積極的に取り上げていく必要がある。

(2) 広報たかまつ

9割を超える人が「（非常に）読みやすい（52%）」・「普通（43%）」と答え、全体の7割強の人が「全ページ（28%）」または「必要な記事（44%）」を読んでおり、有効なものであると考えられる。

読まれる内容としては、「情報ひろば」が最も多く、市の施策や制度等を紹介する「特集記事」・「休日当番医」・「まちの話題」が続き、市民の生活に密着した情報が読まれているようである。

発行回数については、「現状のままでよい（月2回）」が、前回調査（平成22年度）の60%から66%に増加し、「（ページ数を増やし）月1回とする」は、28%から27%に減少している。

刷り色については、「全ページカラー（現状のまま）」が全体の79%を占め、圧倒的に多く、「表紙のみカラー」、「全て2色」とする回答が2割程度あり、その理由としては経費削減などがあげられていた。

なお、「広報たかまつ」が読みにくいと答えた方の理由としては、情報を詰め込みすぎとの意見もあり、検討の必要がある。

(3) 民放テレビ広報番組

「よく見る」、「ときどき見ている」と答えた人は2割強だが、番組はケーブルテレビ市政情報番組内において再放送を行っている。

(4) ラジオ

「聴いたことがない」と答えた人が81%もあり、ほとんど聴かれていない状況であるため、今後は、テレビ番組と同様に、番組の告知を十分行う必要がある。

(5)高松市ホームページ「もっと高松」

広報活動の項目の調査でもインターネットは、普及しつつあるものの、「ほぼ毎日」（2%）と「週に1～3日」（11%）を合わせても1割強で、これに「月に1日以上」ホームページを利用している人を合わせても3割強程度と少ない状況である。

テレビや新聞などに比べるとその活用形態は、まだ十分であるとは言えない結果となっている。しかし、今後、その利用者は増えていくものと思われ、広報媒体としての活用方法も検討しておく必要がある。

(6)ケーブルテレビ市政情報番組

回答者のうち21%の人が加入しており、「よく見ている」、「ときどき見ている」を合わせると35%で、前回調査（平成22年度）の32%から3%増加している。

見る番組としては、市内で行われる行事やイベントなどをニュース形式でお知らせする「見てみMy高松」と市の制度などを紹介する「ホットラインたかまつ」、市の歴史・文化を紹介する「高松訪ね歩記」、がよく見られている。

番組を見ての感想は、加入者の9割以上がどの番組も「（非常に）おもしろい」、「ふつう」と答えているが、「ふつう」が約8割を占めていることから、今後より一層、工夫して番組づくりを行っていく必要がある。

