

平成28年度  
広報活動アンケート調査結果報告書

平成29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 ~ 3 7
4 集計結果の分析及び今後の対応 .....	3 8 ~ 3 9
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28年6月1日現在）から、等間隔で無作為抽出

### (5) 調査期間

平成28年7月23日（土）～8月10日（水）

### (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13回目となる。
- ・ 各設問の回答比率（％）は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100％にならないことがある。

## 2 調査票回収結果

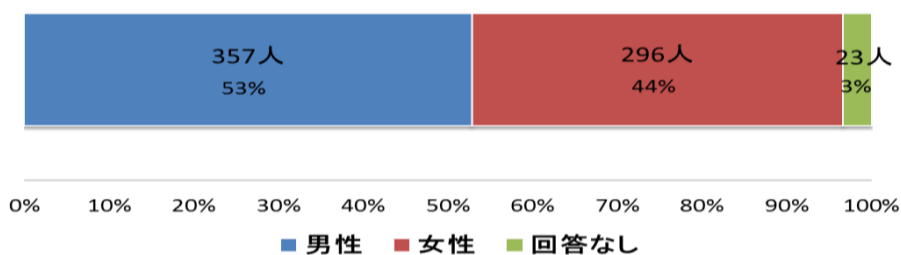
### (1) 回収数

676件 (回収率33.8%) 【前回平成25年 39.5%】

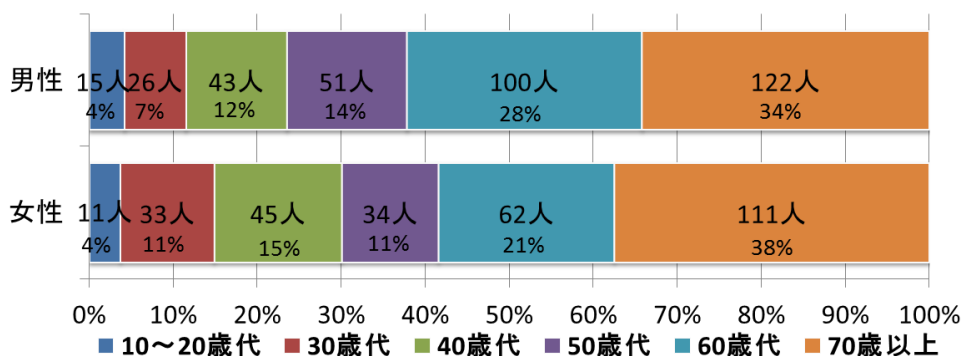
### (2) 回答者の属性

回答者676人のうち、男性は357人(53%)、女性は296人(44%)、回答なし23人(3%)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。

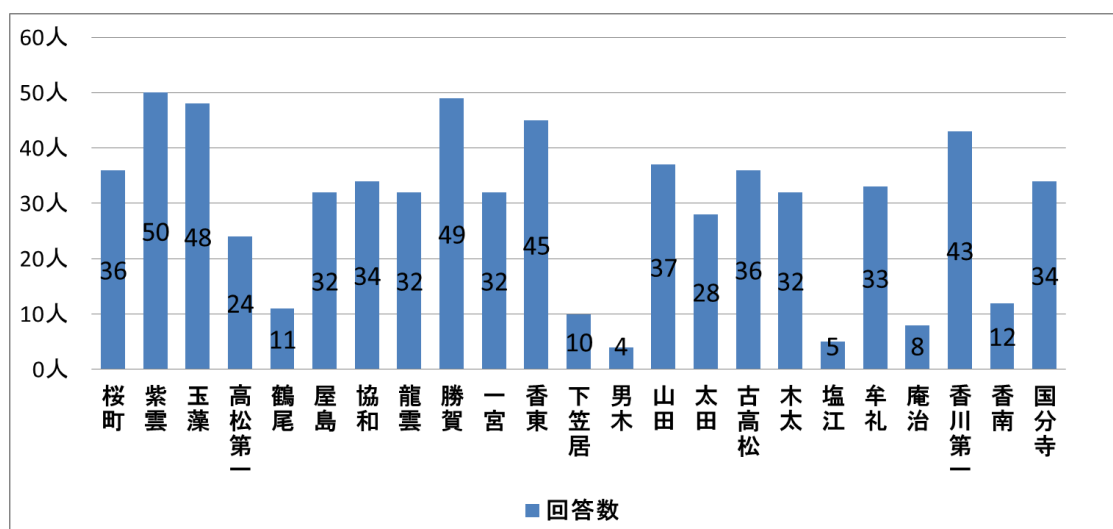
#### 性別構成



#### 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」から情報を入手する人が多く、「テレビ」では93%、「新聞」では74%となっている。

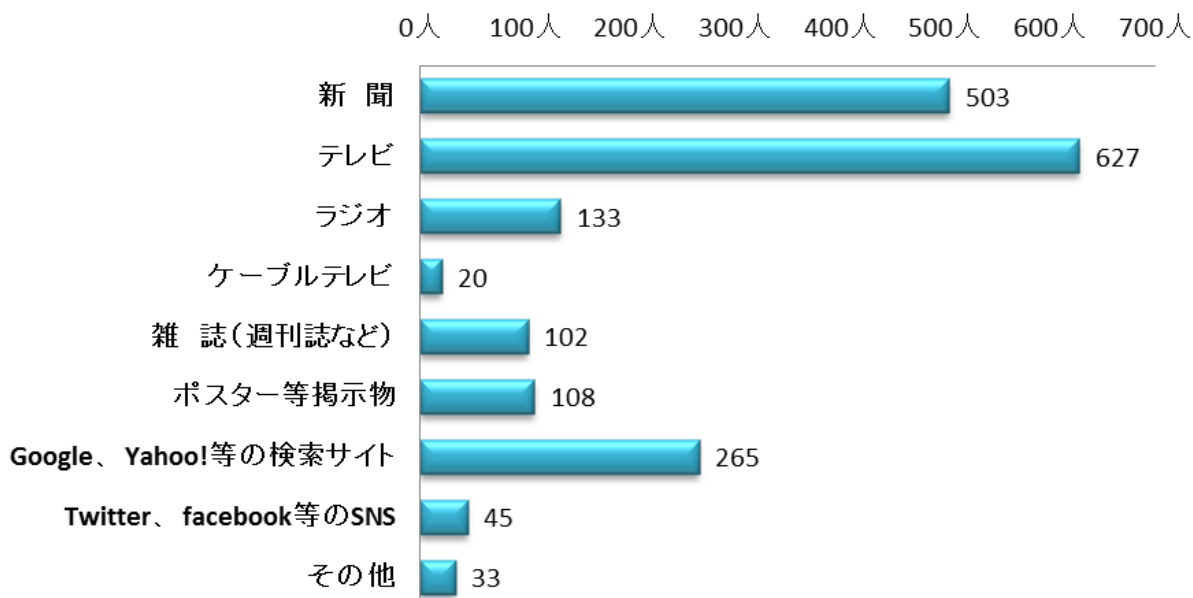
また、「Google、Yahoo!等の検索サイト」のほか、「ラジオ」・「ポスター等掲示物」・「雑誌」から情報を得る人も比較的多く、情報提供していく媒体として有効であると考えられる。

性別・年齢別で見ると、10～20歳代から30歳代まででは、「Google、Yahoo!等の検索サイト」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歳代では「Twitter、facebook等のSNS」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、「Google、Yahoo!等の検索サイト」や「Twitter、facebook等のSNS」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	503	74%	ポスター等掲示物	108	16%
テレビ	627	93%	Google、Yahoo!等の検索サイト	265	39%
ラジオ	133	20%	Twitter、facebook等のSNS	45	7%
ケーブルテレビ	20	3%	その他	33	5%
雑誌	102	15%			

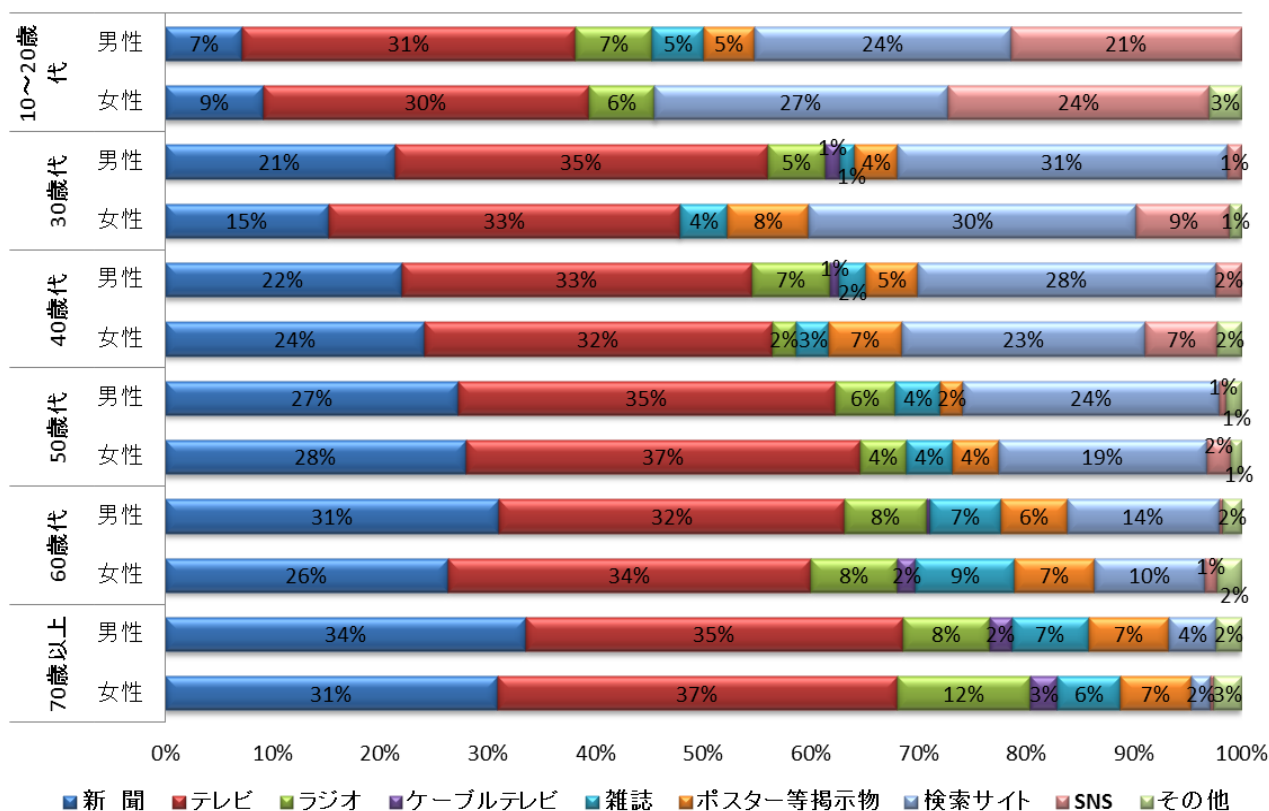


### 性別・年齢別割合

(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	3	3	16	14	27	32	39	26	90	46	113	85
テレビ	13	10	26	30	40	43	50	34	93	59	118	102
ラジオ	3	2	4	0	9	3	8	4	22	14	27	34
ケーブルテレビ	0	0	1	0	1	0	0	0	1	3	7	7
雑 誌	2	0	1	4	3	4	6	4	19	16	24	16
ポスター等掲示物	2	0	3	7	6	9	3	4	18	13	25	18
検索サイト	10	9	23	28	34	30	34	18	41	18	15	5
S N S	9	8	1	8	3	9	1	2	1	2	0	1
その他	0	1	0	1	0	3	2	1	5	4	8	7

### 性別・年齢別割合



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72%、「テレビ」が66%、「新聞」が65%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。

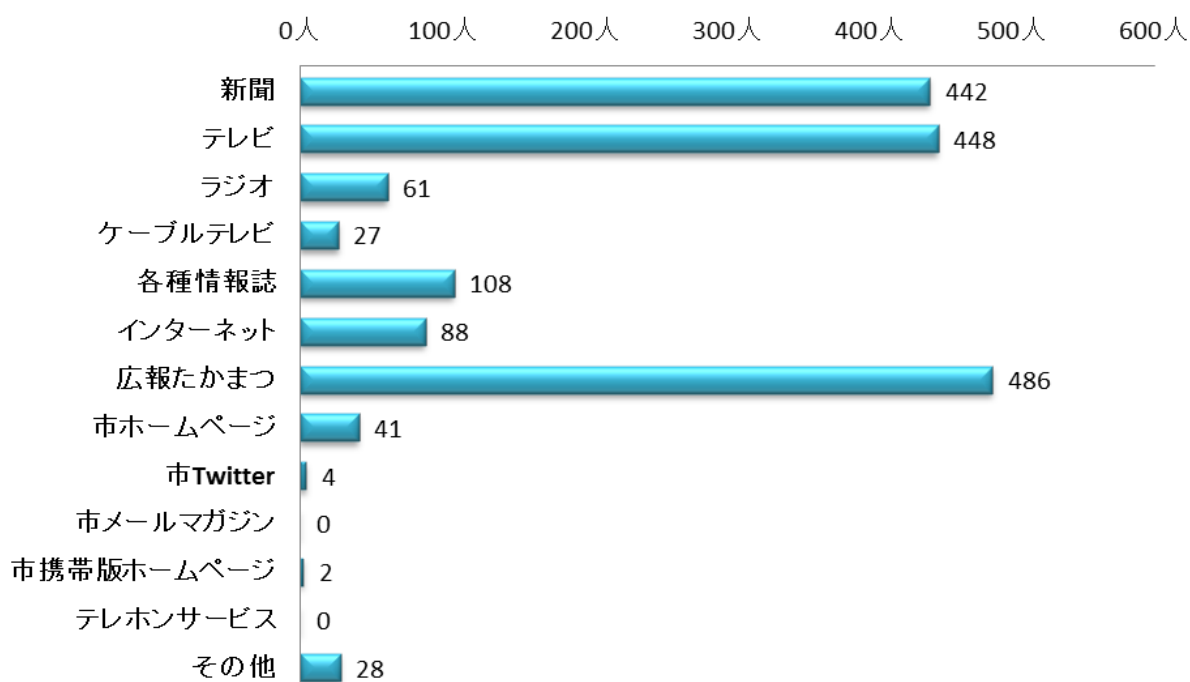
この結果からすると、市から提供する情報は「広報たかまつ」のほか、報道による情報も大きな位置を占めており、今後も引き続き「広報たかまつ」やテレビ広報番組による情報提供に加えて、報道機関を通じての情報提供が重要であると言える。

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「ポスター」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
新聞	442	65%	市ホームページ	41	6%
テレビ	448	66%	市Twitter	4	1%
ラジオ	61	9%	市メールマガジン	0	0%
ケーブルテレビ	27	4%	市携帯版ホームページ	2	0%
各種情報誌	108	16%	テレホンサービス	0	0%
インターネット	88	13%	その他	28	4%
広報たかまつ	486	72%			

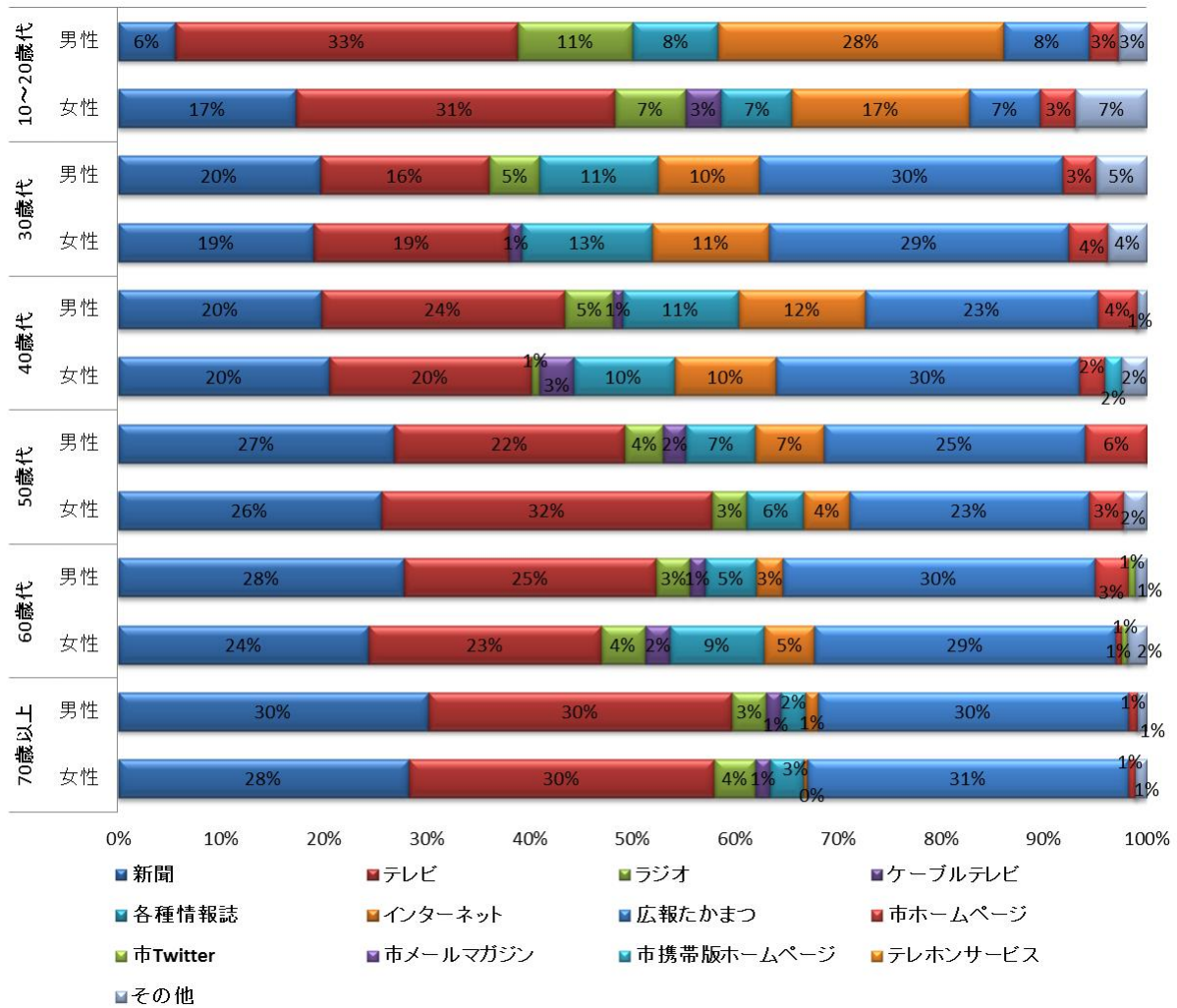


性別・年齢別割合

(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	2	5	12	15	21	25	36	23	77	40	101	78
テレビ	12	9	10	15	25	24	30	29	68	37	99	82
ラジオ	4	2	3	0	5	1	5	3	9	7	11	11
ケーブルテレビ	0	1	0	1	1	4	3	0	4	4	5	4
各種情報誌	3	2	7	10	12	12	9	5	14	15	8	9
インターネット	10	5	6	9	13	12	9	4	7	8	4	1
広報たかまつ	3	2	18	23	24	36	34	21	84	48	101	86
市ホームページ	1	1	2	3	4	3	8	3	9	1	3	2
市Twitter	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
市メールマガジン	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
市携帯版ホームページ	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
テレホンサービス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	1	2	3	3	1	3	0	2	3	3	3	3

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)

「計画や事業の動き」が38%と最も多く、次いで、「防災に関する情報」が35%、「福祉に関する情報」が34%となっている。

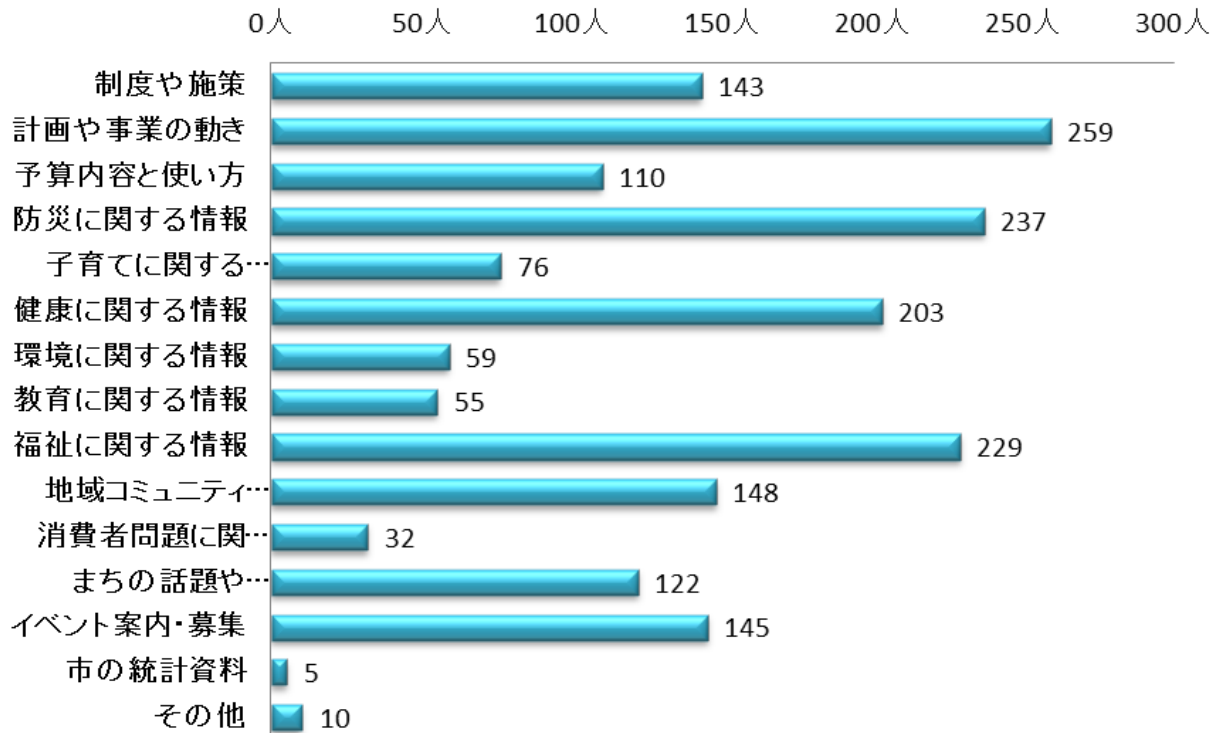
そのほかでは、「健康に関する情報」が30%、「地域コミュニティに関する情報」が22%、「イベント案内・募集」、「制度や施策」が21%などとなっている。

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うかがえる。

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	143	21%	福祉に関する情報	229	34%
計画や事業の動き	259	38%	地域コミュニティに関する情報	148	22%
予算内容と使い方	110	16%	消費者問題に関する情報	32	5%
防災に関する情報	237	35%	まちの話題やニュース	122	18%
子育てに関する情報	76	11%	イベント案内・募集	145	21%
健康に関する情報	203	30%	市の統計資料	5	1%
環境に関する情報	59	9%	その他	10	1%
教育に関する情報	55	8%			

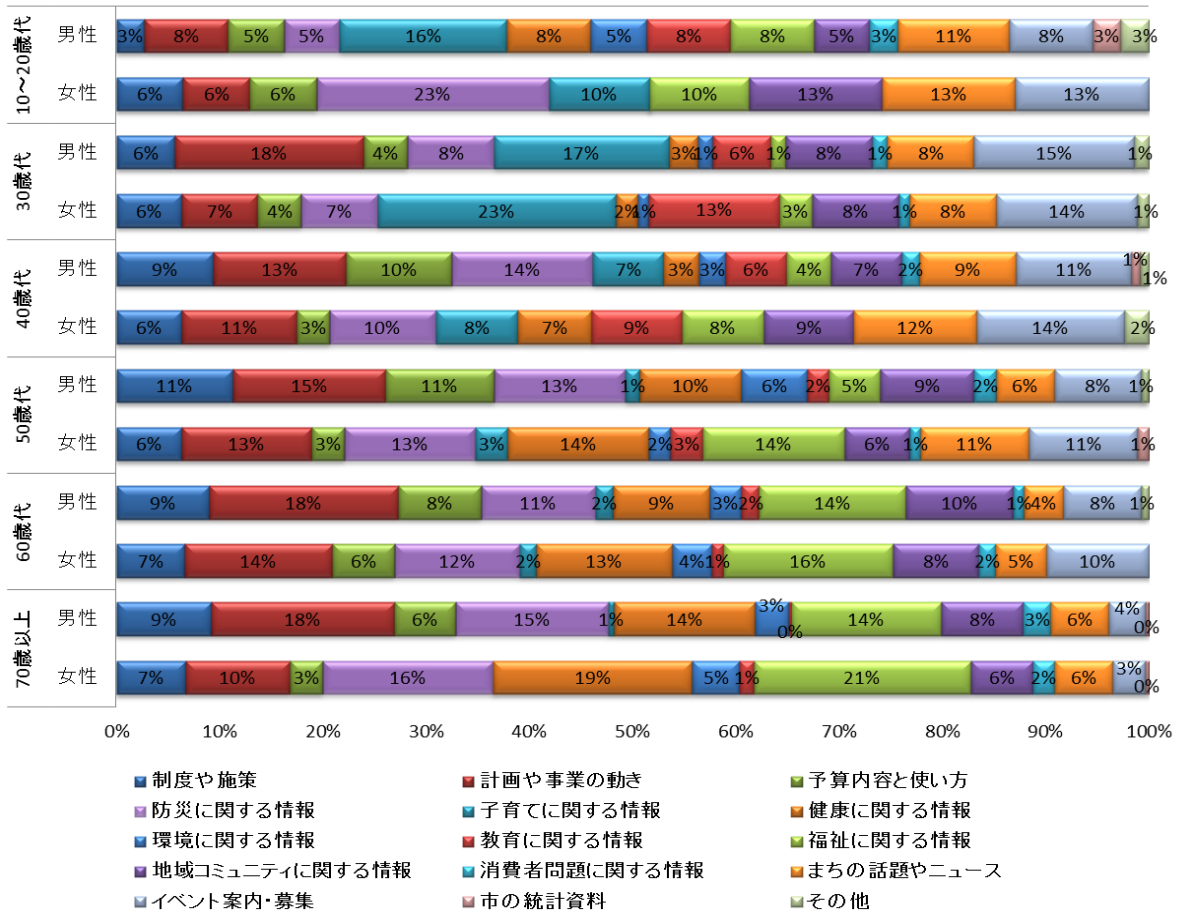


性別・年齢別割合

(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	1	2	4	6	11	8	16	6	26	12	31	19
計画や事業の動き	3	2	13	7	15	14	21	12	53	26	60	29
予算内容と使いみち	2	2	3	4	12	4	15	3	23	11	20	9
防災に関する情報	2	7	6	7	16	13	18	12	32	22	50	47
子育てに関する情報	6	3	12	22	8	10	2	3	5	3	2	0
健康に関する情報	3	0	2	2	4	9	14	13	27	24	46	55
環境に関する情報	2	0	1	1	3	0	9	2	9	7	11	13
教育に関する情報	3	0	4	12	7	11	3	3	5	2	1	4
福祉に関する情報	3	3	1	3	5	10	7	13	41	30	49	60
地域コミュニティに関する情報	2	4	6	8	8	11	13	6	30	15	27	17
消費者問題に関する情報	1	0	1	1	2	0	3	1	3	3	9	6
まちの話題やニュース	4	4	6	8	11	15	8	10	11	9	19	16
イベント案内・募集	3	4	11	13	13	18	12	10	22	18	12	9
統計資料	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1
その他	1	0	1	1	1	3	1	0	2	0	0	0

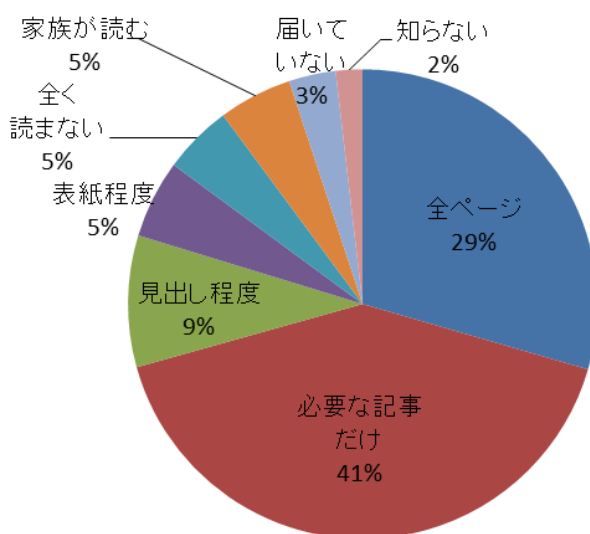
性別・年齢別割合



## 《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

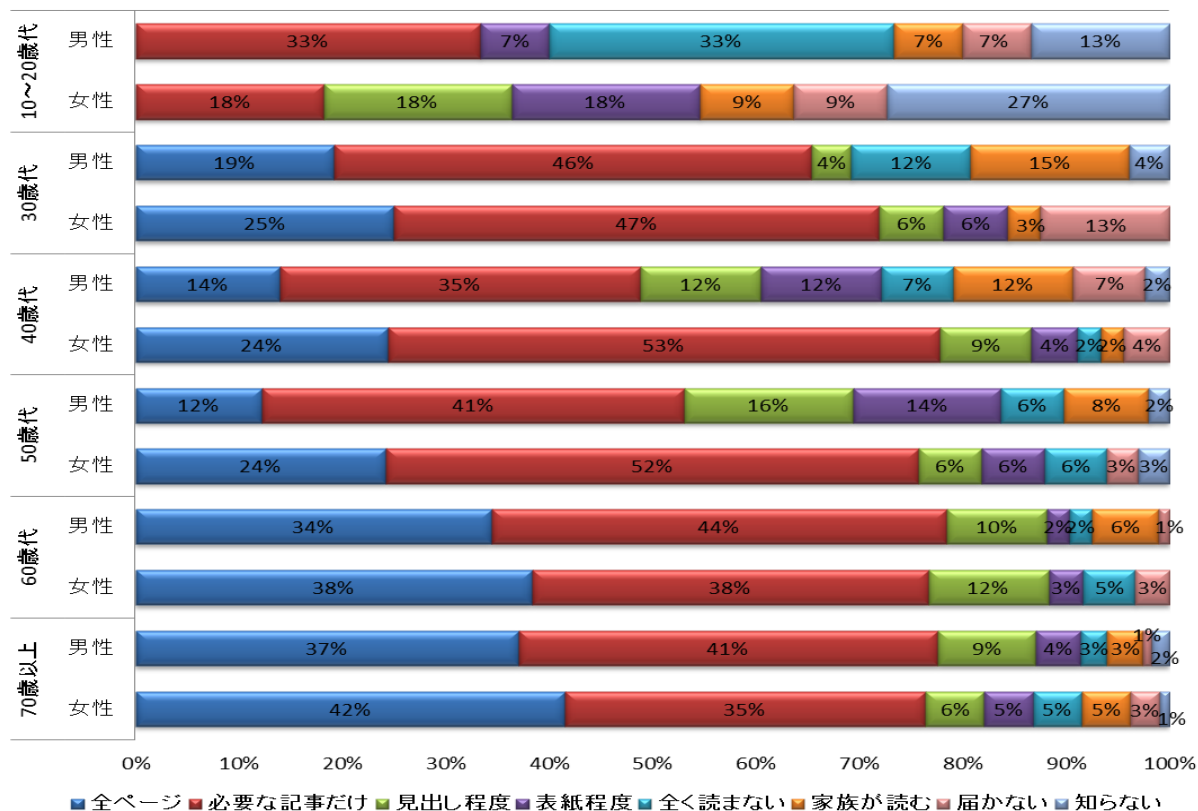
読む程度	人数	割合
全ページ	192	29%
必要な記事だけ	268	41%
見出し程度	59	9%
表紙程度	35	5%
全く読まない	31	5%
家族が読む	33	5%
届いていない	21	3%
知らない	12	2%



全ページ読む人が29%あり、また、必要な記事だけを読む人も加えると70%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歳代と40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。

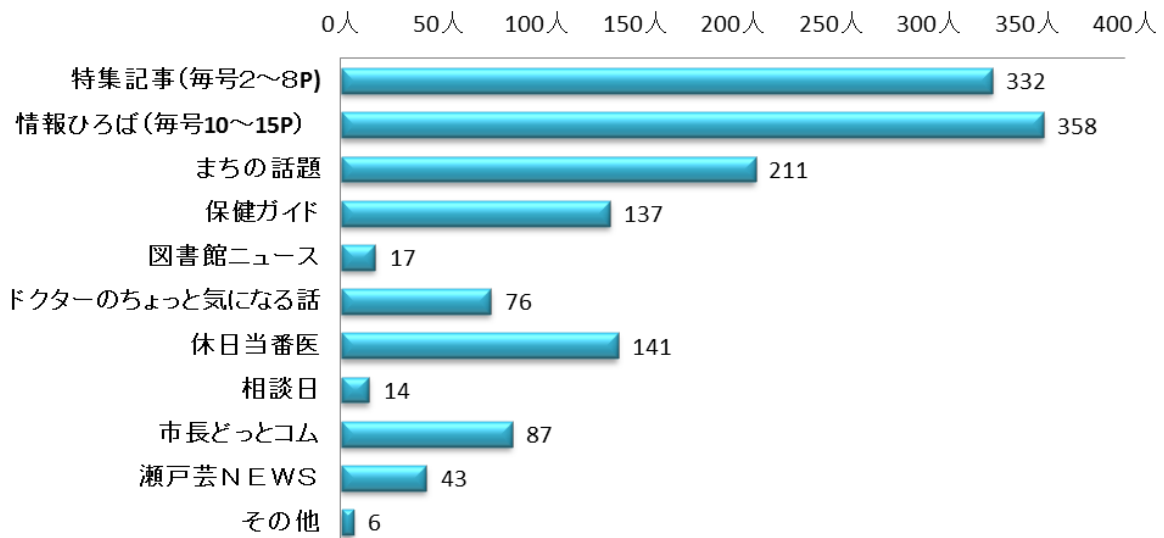
### 性別・年齢別割合



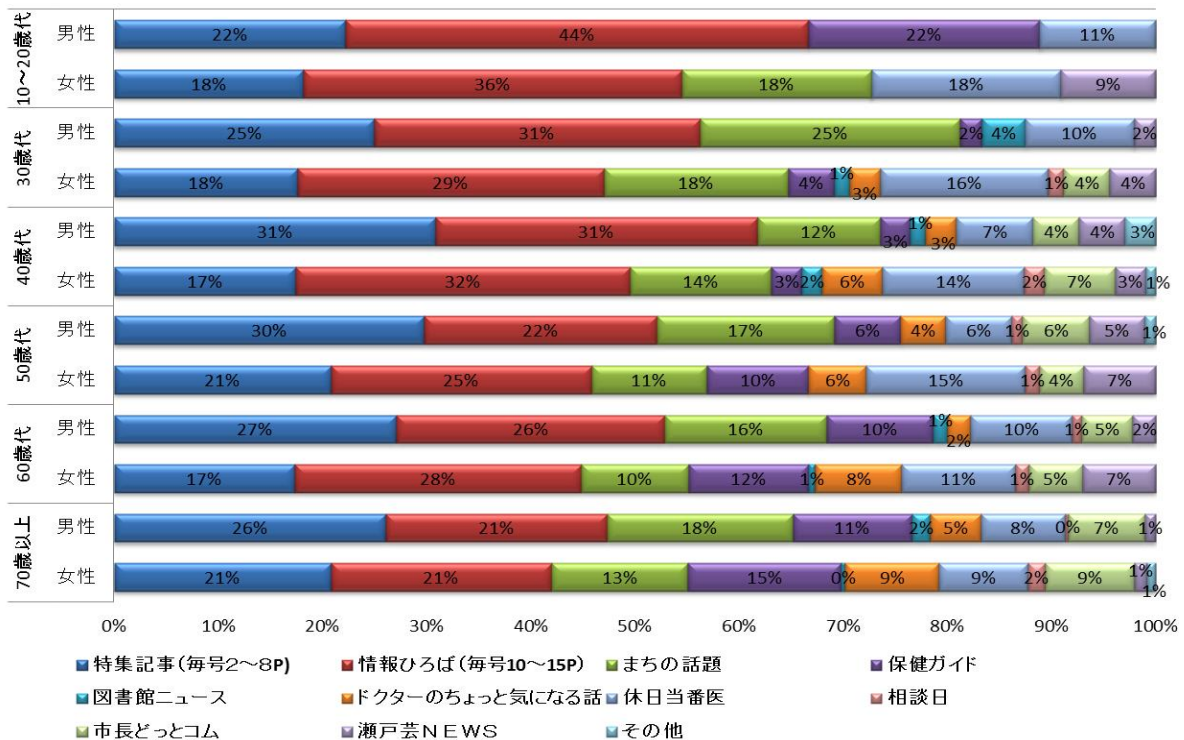
問 「広報たかまつ」をよく読むコーナーは(複数回答)

「情報ひろば」が69%、次いで、市の施策や制度等を紹介する「特集記事」が64%、「まちの話題」、「休日当番医」がそれぞれ41%、27%となっている。

記事	人数	割合	記事	人数	割合
特集記事(毎号2~8P)	332	64%	休日当番医	141	27%
情報ひろば(毎号10~15P)	358	69%	相談日	14	3%
まちの話題	211	41%	市長どっとコム	87	17%
保健ガイド	137	26%	瀬戸芸NEWS	43	8%
図書館ニュース	17	3%	その他	6	1%
ドクターのちょっと気になる話	76	15%			



性別・年齢別割合



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44%、「ふつう」と答えた人が51%となっている。性別や年齢別にみると、30歳代の女性は60%の人が「非常に読みやすい」「読みやすい」と答えており、50歳代の男性が「読みにくい」と答えた人が多かった。

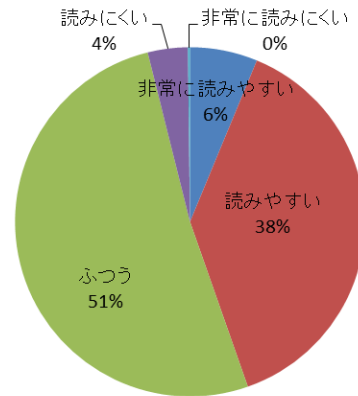
内容については、「非常に分かりやすい」と「分かりやすい」が43%、「ふつう」が53%となり、おおむね良い評価を得ているという結果だった。

レイアウト・デザインについては、「非常に見やすい」と「見やすい」が39%、「ふつう」が57%となり、おおむね良い評価となった。

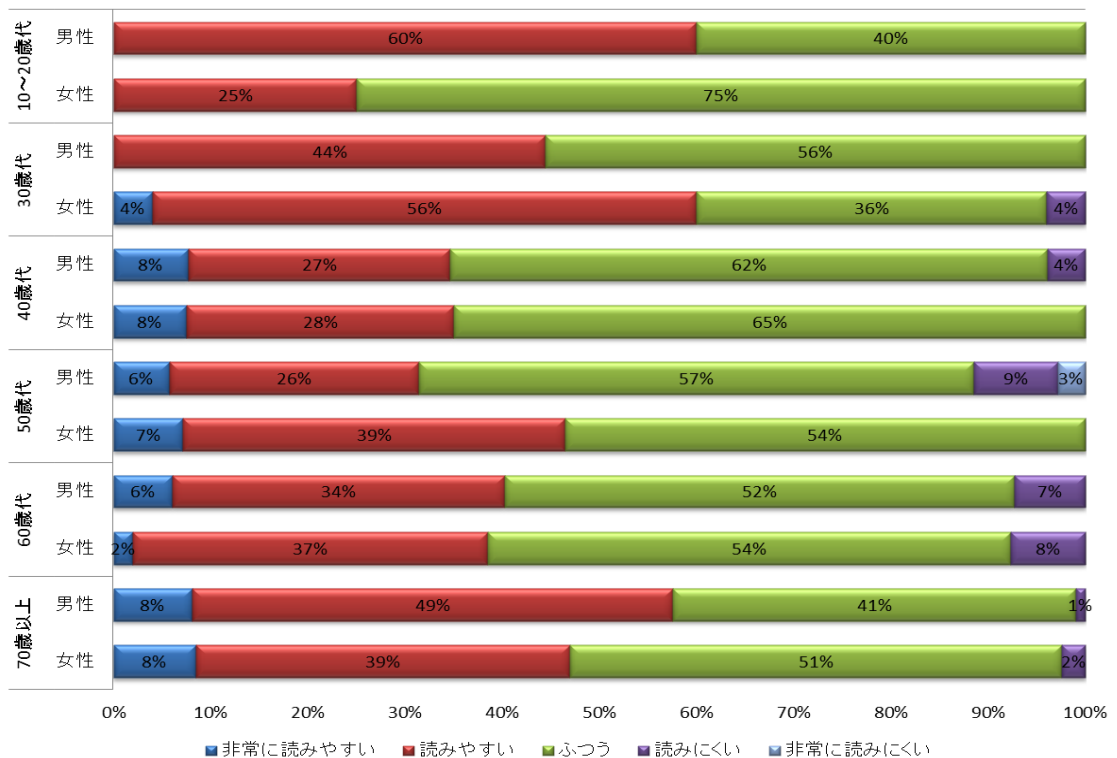
文字の大きさ、ページ数、情報量について見てみると、全般的に「普通」とする回答が圧倒的に多く、以下の表・図のようになっている。

【紙面全体】

内 容	人 数	割合
非常に読みやすい	32	6%
読みやすい	197	38%
ふつう	264	51%
読みにくい	19	4%
非常に読みにくい	1	0%

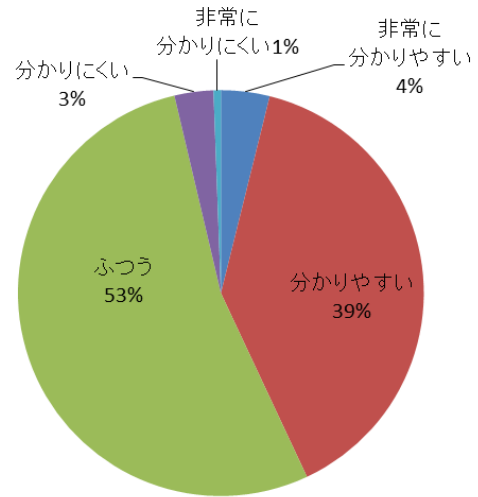


性別・年齢別割合

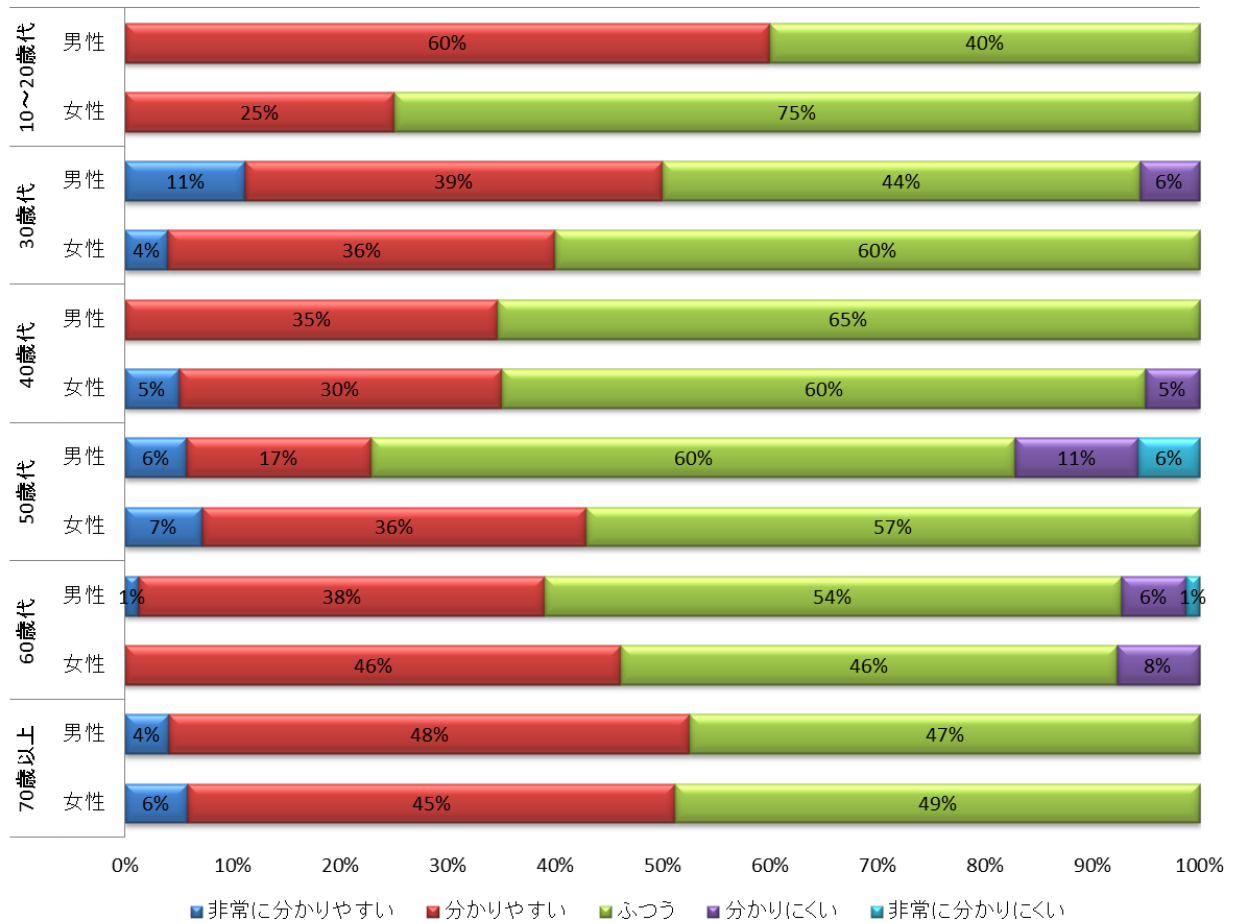


【内 容】

内 容	人 数	割合
非常に分かりやすい	20	4%
分かりやすい	202	39%
ふつう	275	53%
分かりにくい	16	3%
非常に分かりにくい	3	1%

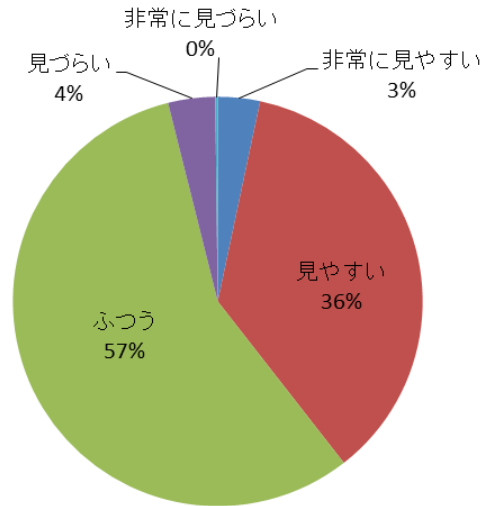


性別・年齢別割合

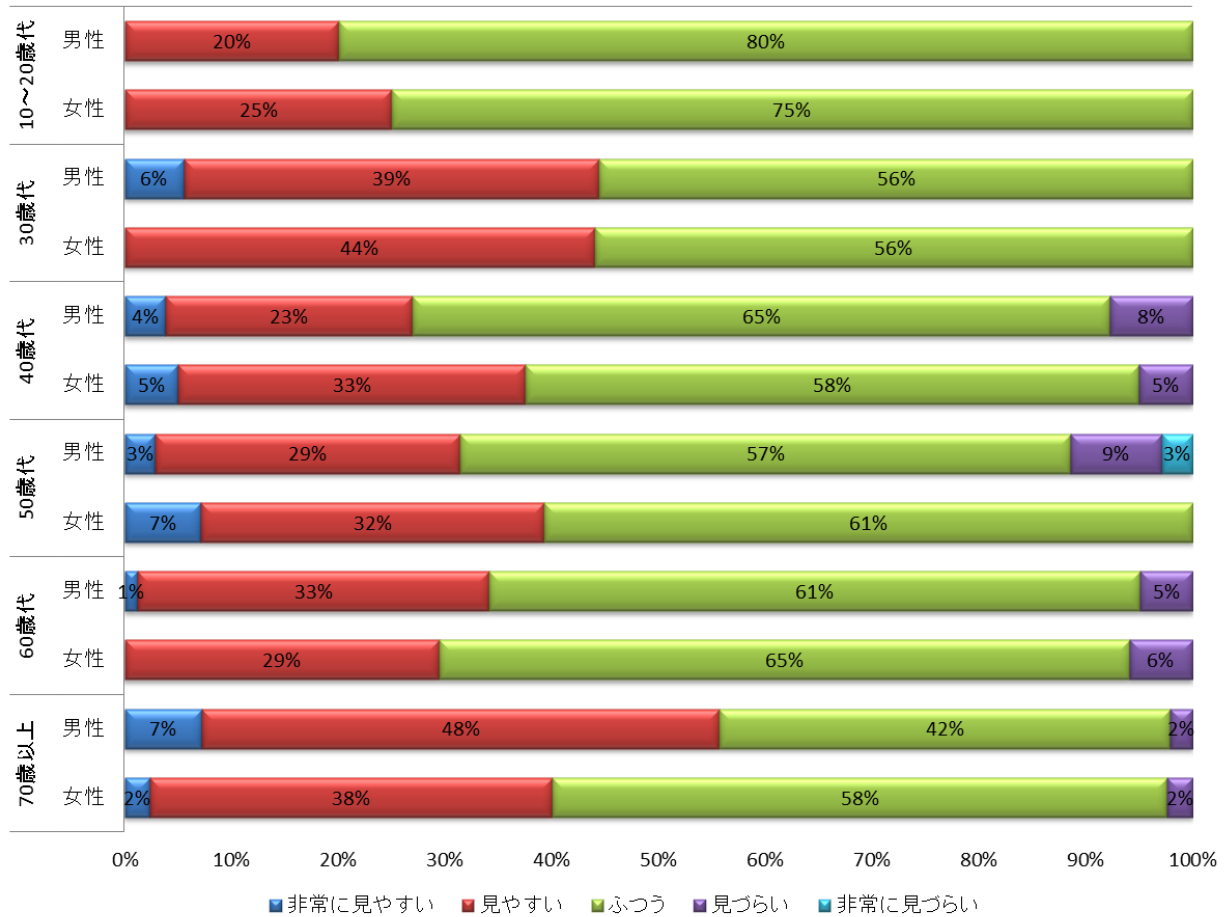


【レイアウト・デザイン】

内 容	人 数	割合
非常にしやすい	17	3%
しやすい	185	36%
ふつう	290	57%
見づらい	19	4%
非常に見づらい	1	0%

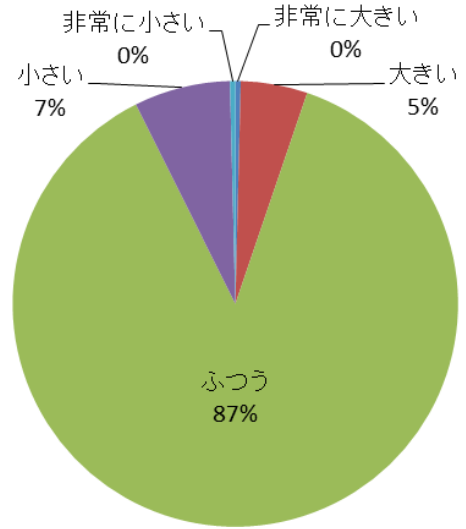


性別・年齢別割合

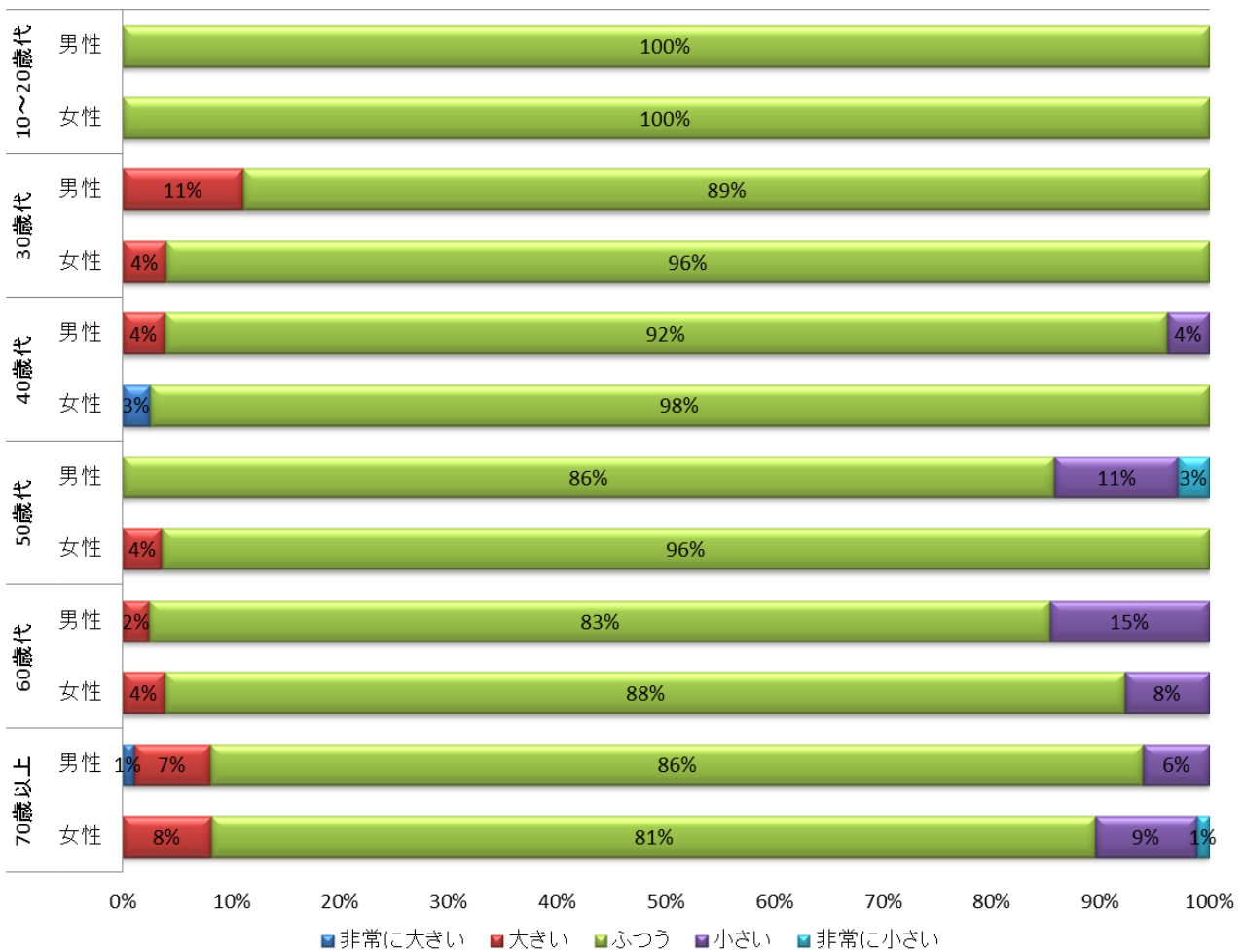


【文字の大きさ】

内 容	人 数	割合
非常に大きい	2	0%
大きい	25	5%
ふつう	451	87%
小さい	36	7%
非常に小さい	2	0%



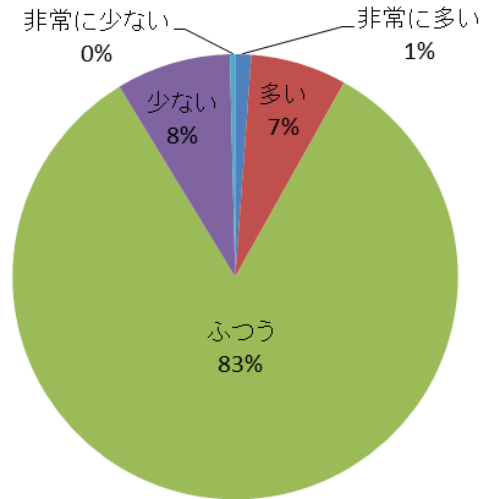
性別・年齢別割合



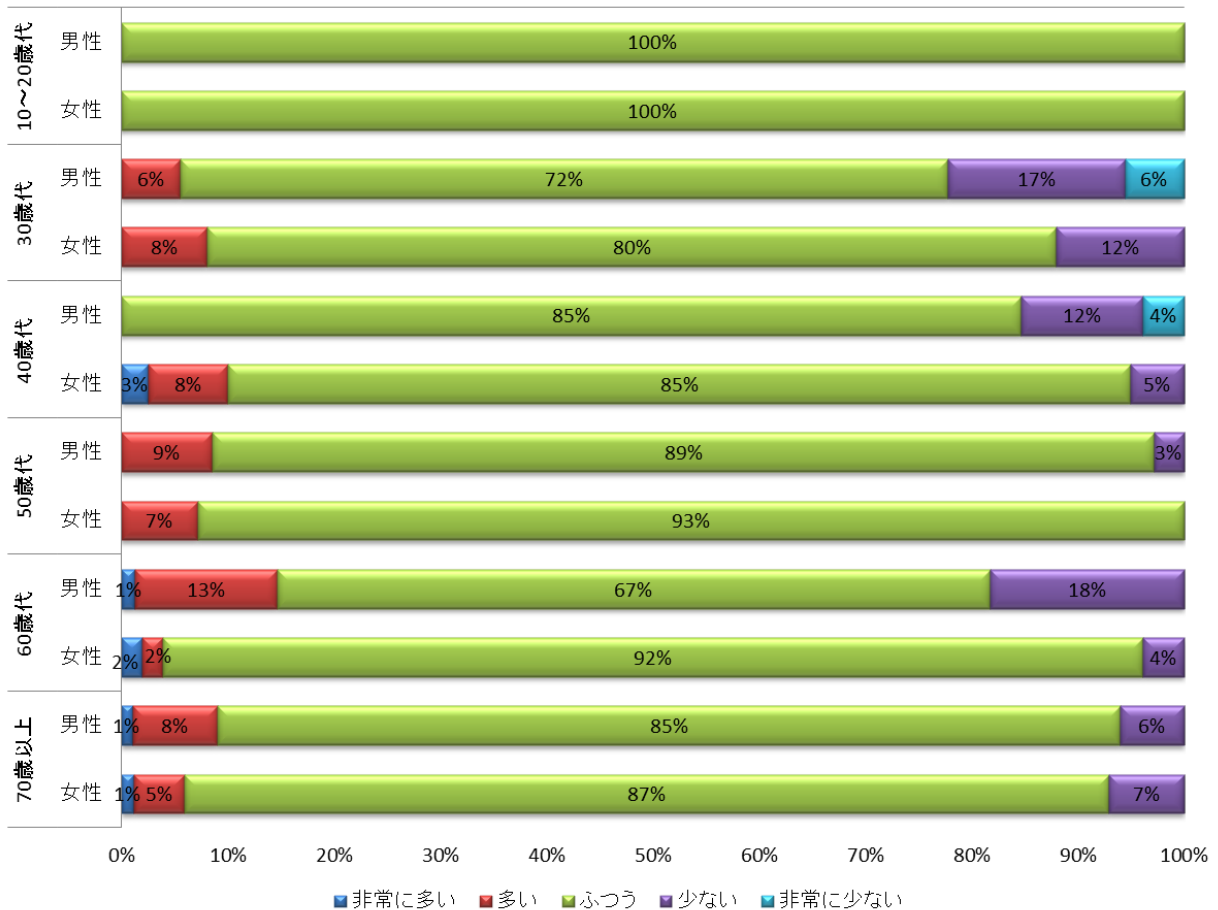


【ページ数】

内 容	人 数	割合
非常に多い	6	1%
多い	36	7%
ふつう	430	83%
少ない	43	8%
非常に少ない	2	0%

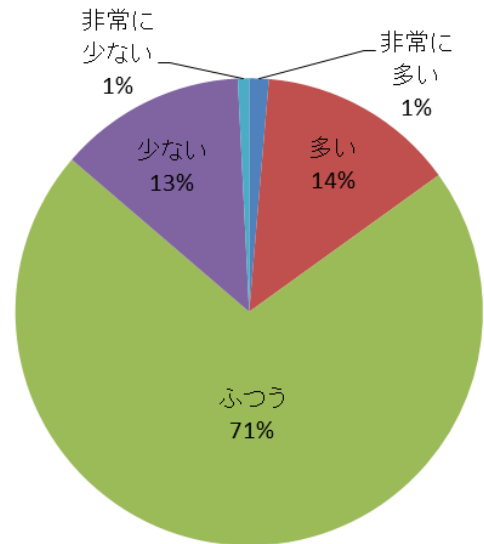


性別・年齢別割合

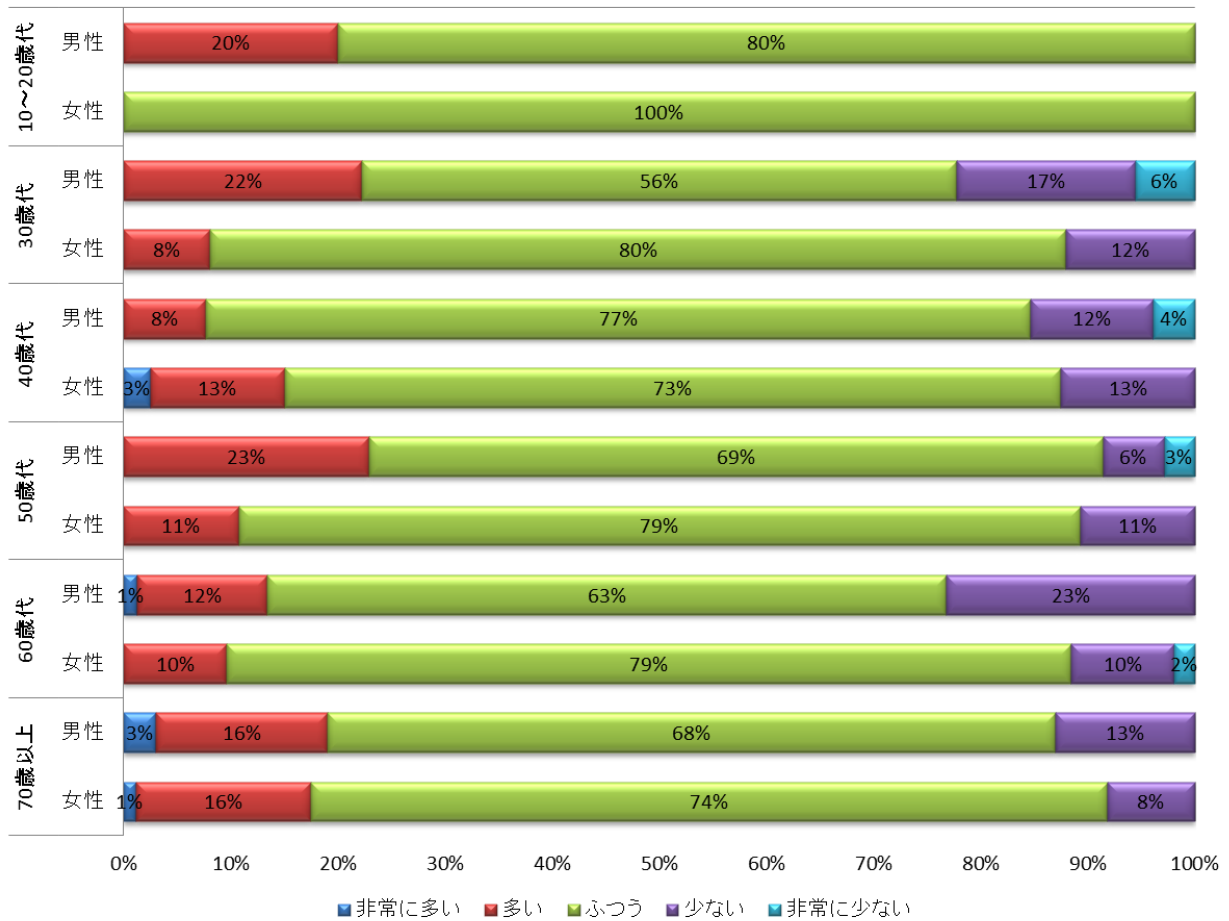


【情報量】

内 容	人 数	割 合
非常に多い	7	1%
多い	71	14%
ふつう	369	71%
少ない	67	13%
非常に少ない	4	1%

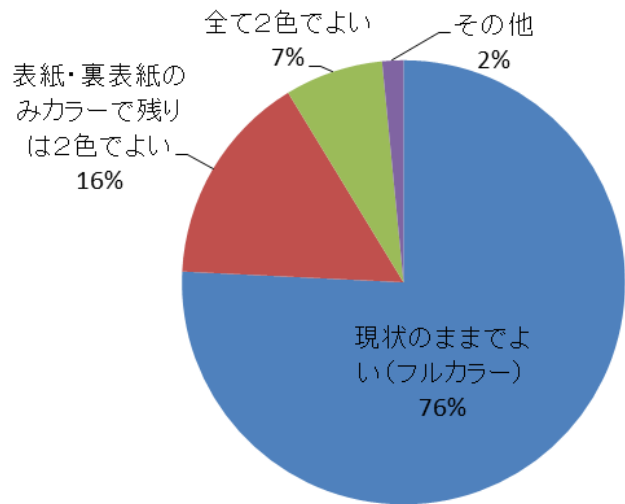


性別・年齢別割合

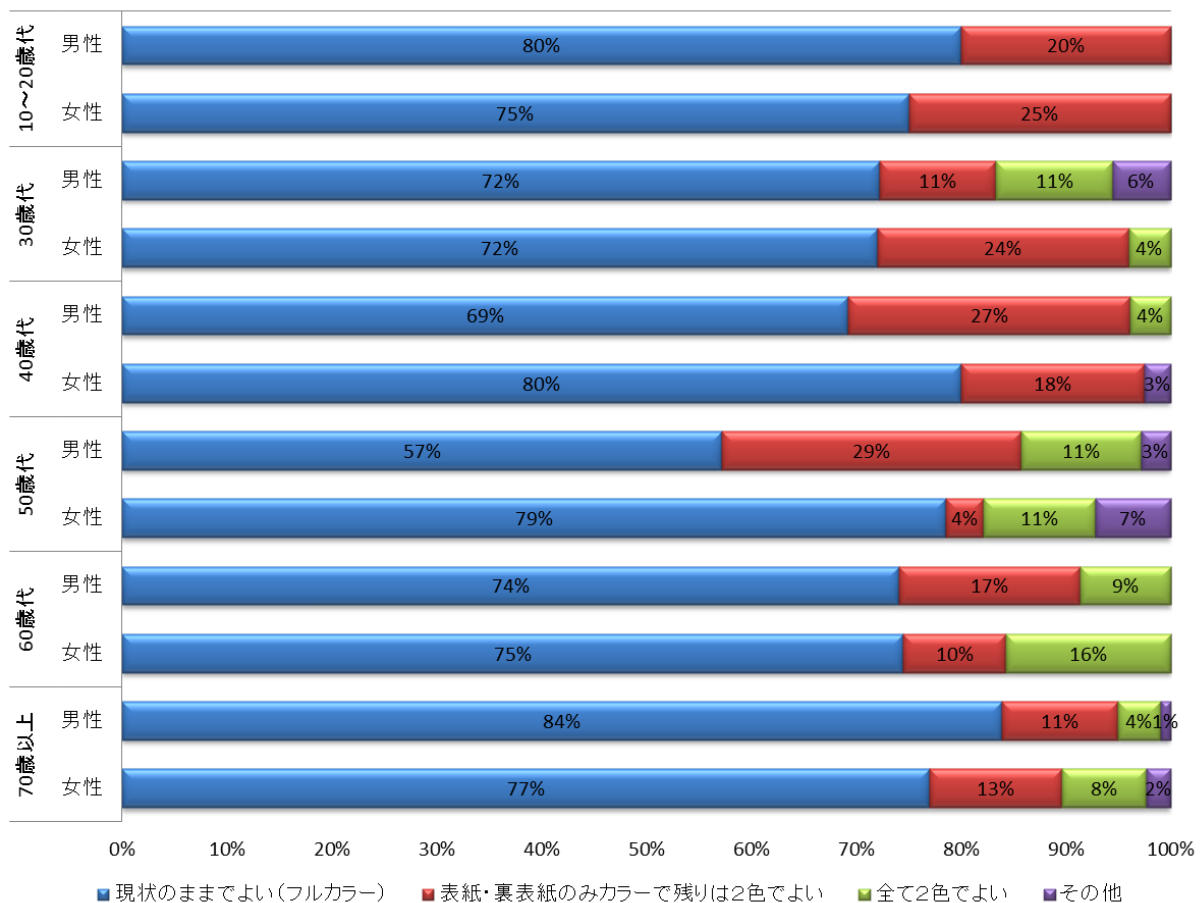


【刷り色】

内 容	人 数	割 合
現状のままでよい (フルカラー)	391	76%
表紙・裏表紙のみ カラーで残りは 2色でよい	80	16%
全て2色でよい	37	7%
その他	8	2%



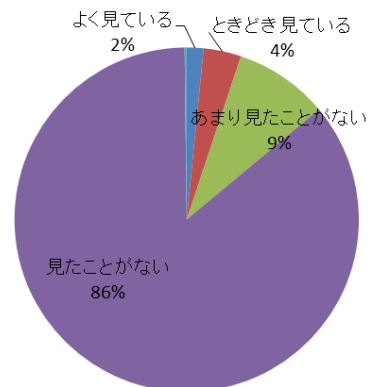
性別・年齢別割合



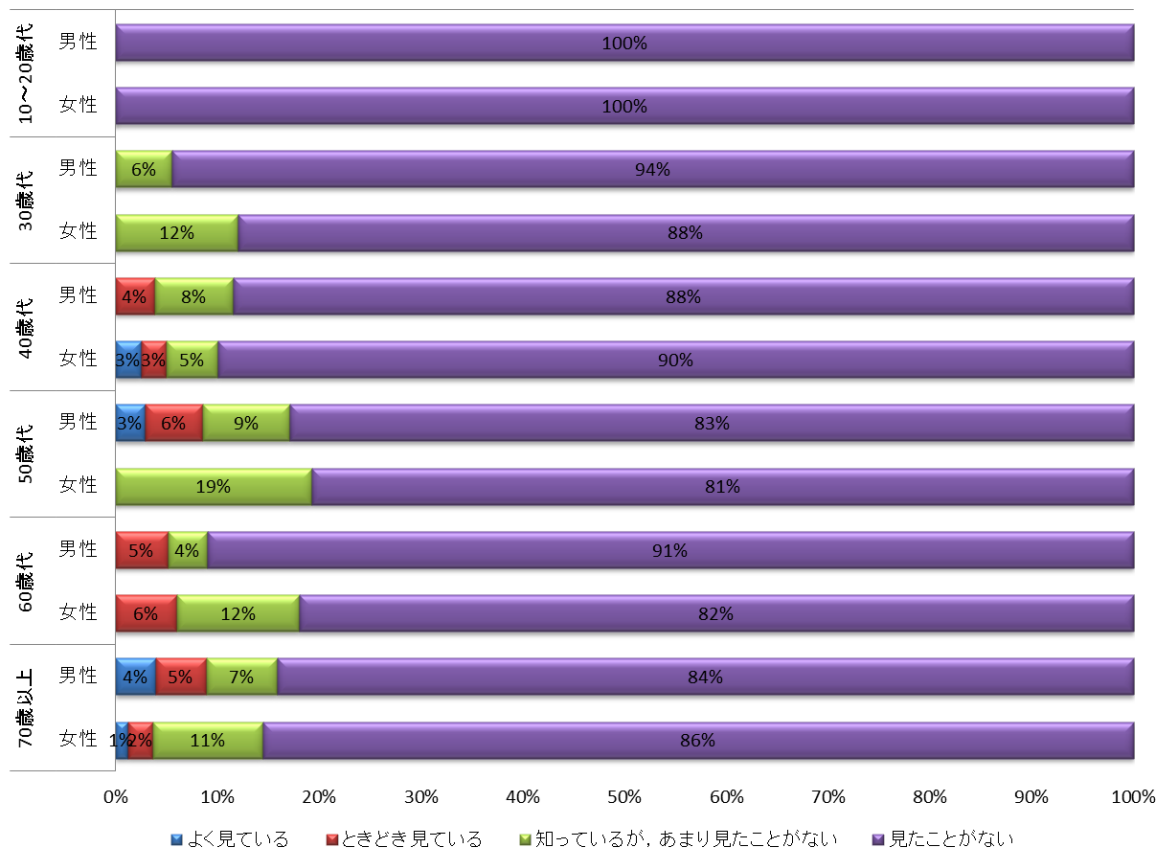
問 「広報たかまつ」に導入している、AR(拡張現実)技術の認知度

「見たことがない」が86%、「あまり見たことがない」が9%と約9割の人が、あまり見ていないことがうかがえる。

内 容	人 数	割 合
よく見ている	8	2%
ときどき見ている	18	4%
知っているがあまり見たことがない	45	9%
見たことがない	437	86%



性別・年齢別割合

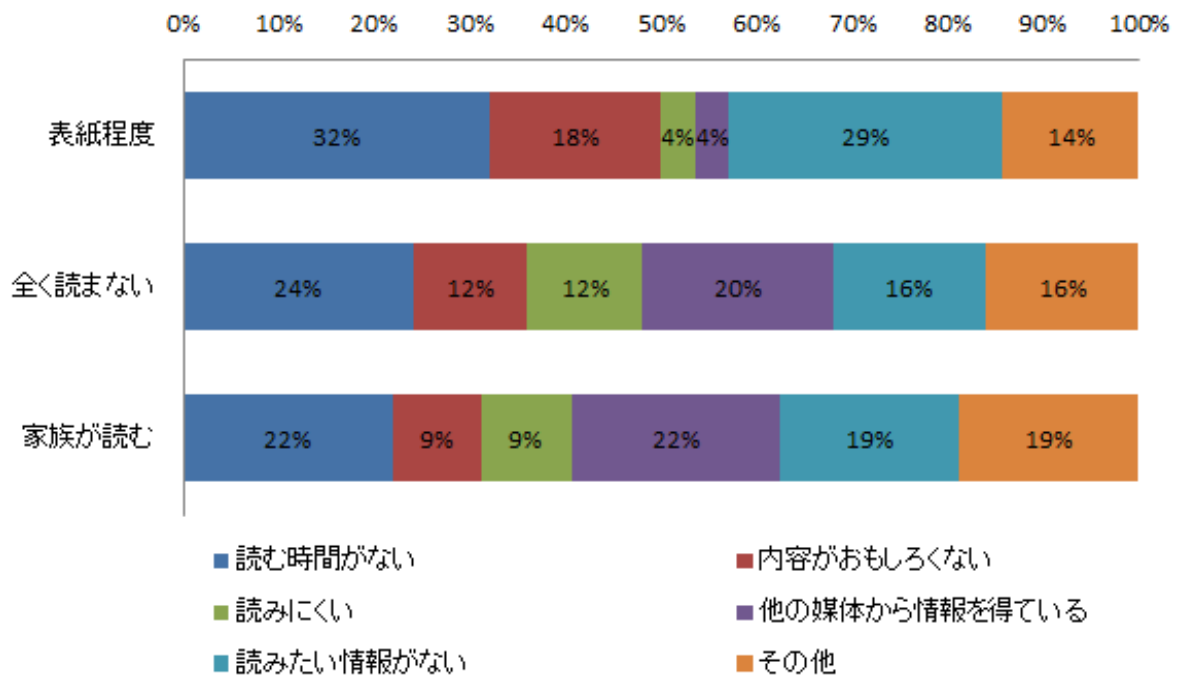


問 「広報たかまつ」を読まない理由は(表紙程度しか見ない 全く読まない人など)

「表紙程度しか見ない」、「全く読まない」、「自分は読まないが、家族が読んでい  
る」と回答した99人のうち85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「関心がない」、「特に理由がない」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	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	9	5	1	1	8	4
全く読まない	6	3	3	5	4	4
家族が読む	7	3	3	7	6	6

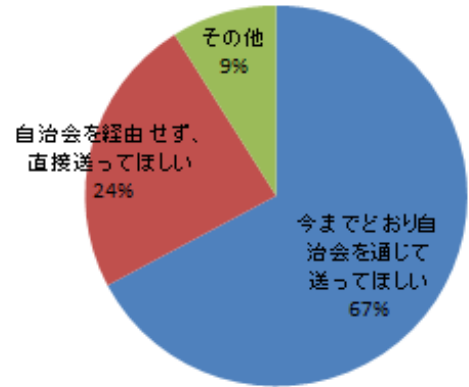


問 現在の「広報たかまつ」の配布方法については

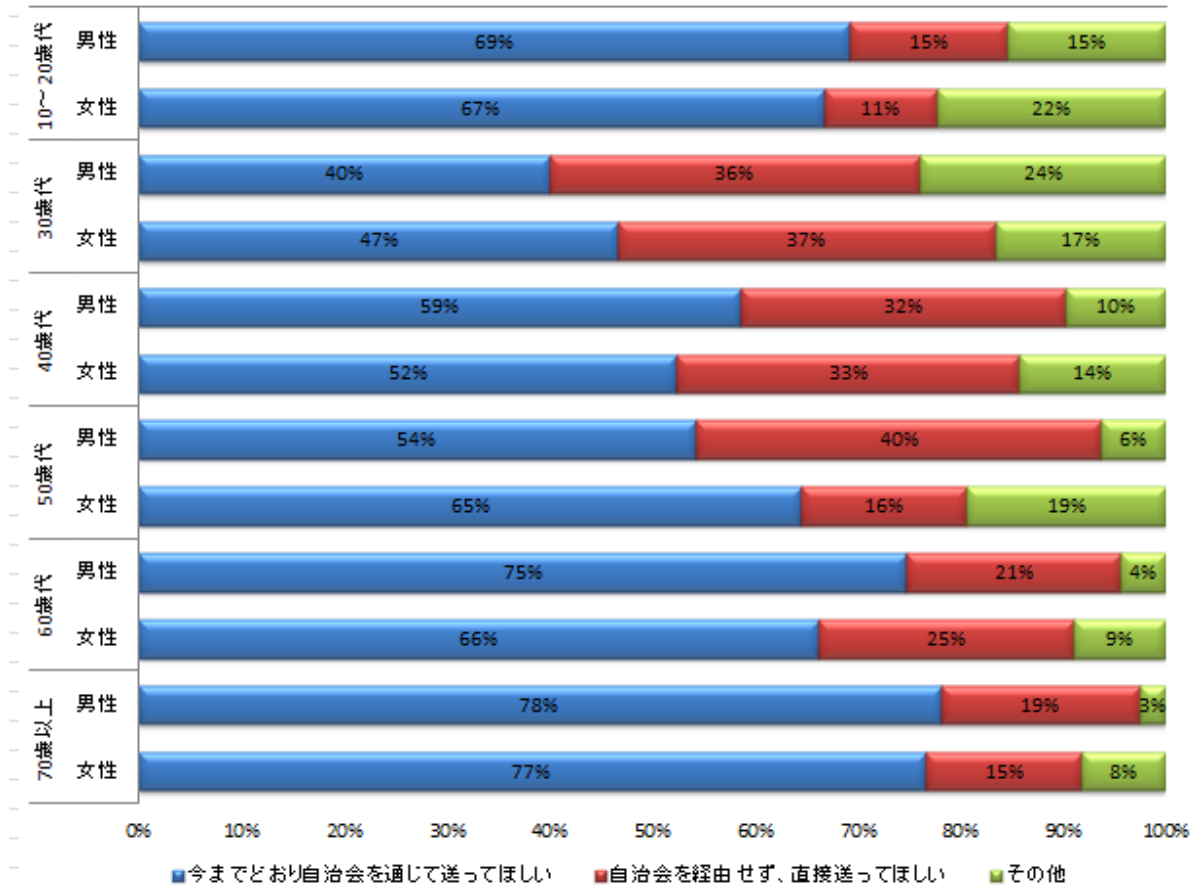
現在の「広報たかまつ」の配布方法については、「今までどおり自治会を通じて送ってほしい」が67%、「自治会を経由せず、直接送ってほしい」が24%であった。

その他として、「希望者のみに配布」、「スーパー等に配置すればよい」等の意見があった。

内 容	人 数	割 合
今までどおり自治会を通じて送ってほしい	414	67%
自治会を経由せず、直接送ってほしい	147	24%
その他	55	9%



性別・年齢別割合

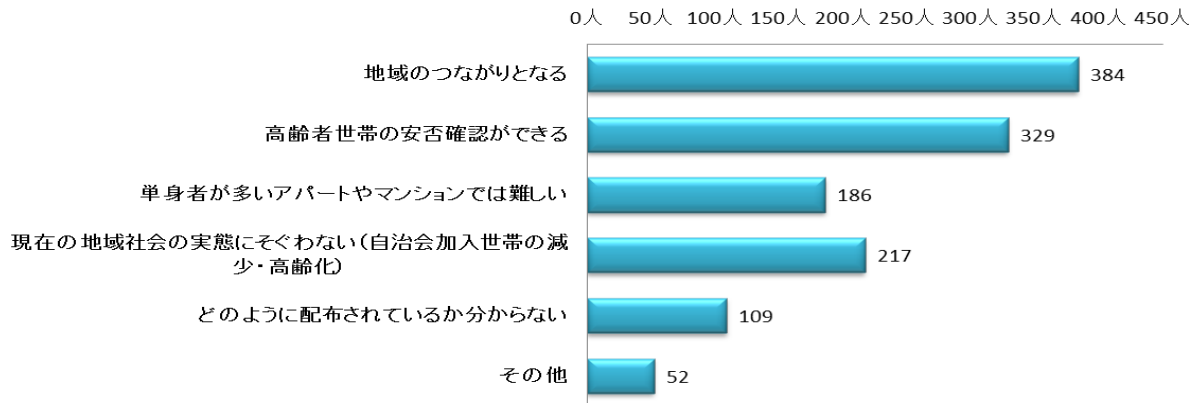


問 自治会等を通じての配布方法については(複数回答)

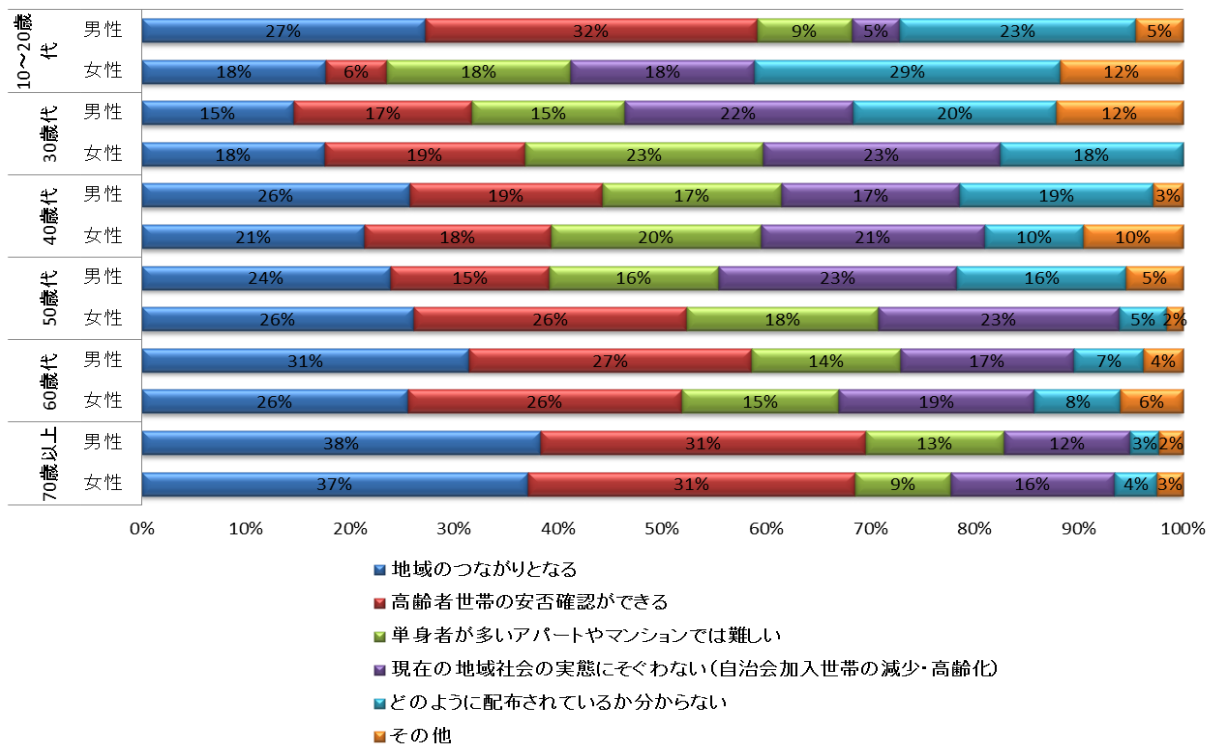
自治会等を通じての配布方法については、「地域のつながりとなる」が60%、「高齢者世帯の安否確認ができる」が52%となっており、現在の配布方法の利点を挙げる意見が半数以上を占めた。

また、一方で「現在の地域社会の実態にそぐわない」、「単身者が多いアパートやマンションでは難しい」といった意見が34%、29%となっている。

記 事	人数	割合
地域のつながりとなる	384	60%
高齢者世帯の安否確認ができる	329	52%
単身者が多いアパートやマンションでは難しい	186	29%
現在の地域社会の実態にそぐわない (自治会加入世帯の減少・高齢化)	217	34%
どのように配布されているか分からない	109	17%
その他	52	8%



性別・年齢別割合

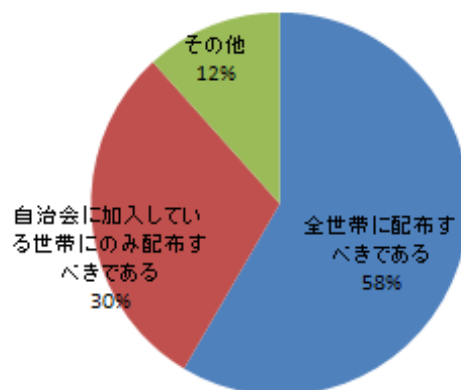


問 「広報たかまつ」が自治会に加入していない世帯に配布できていないことについては

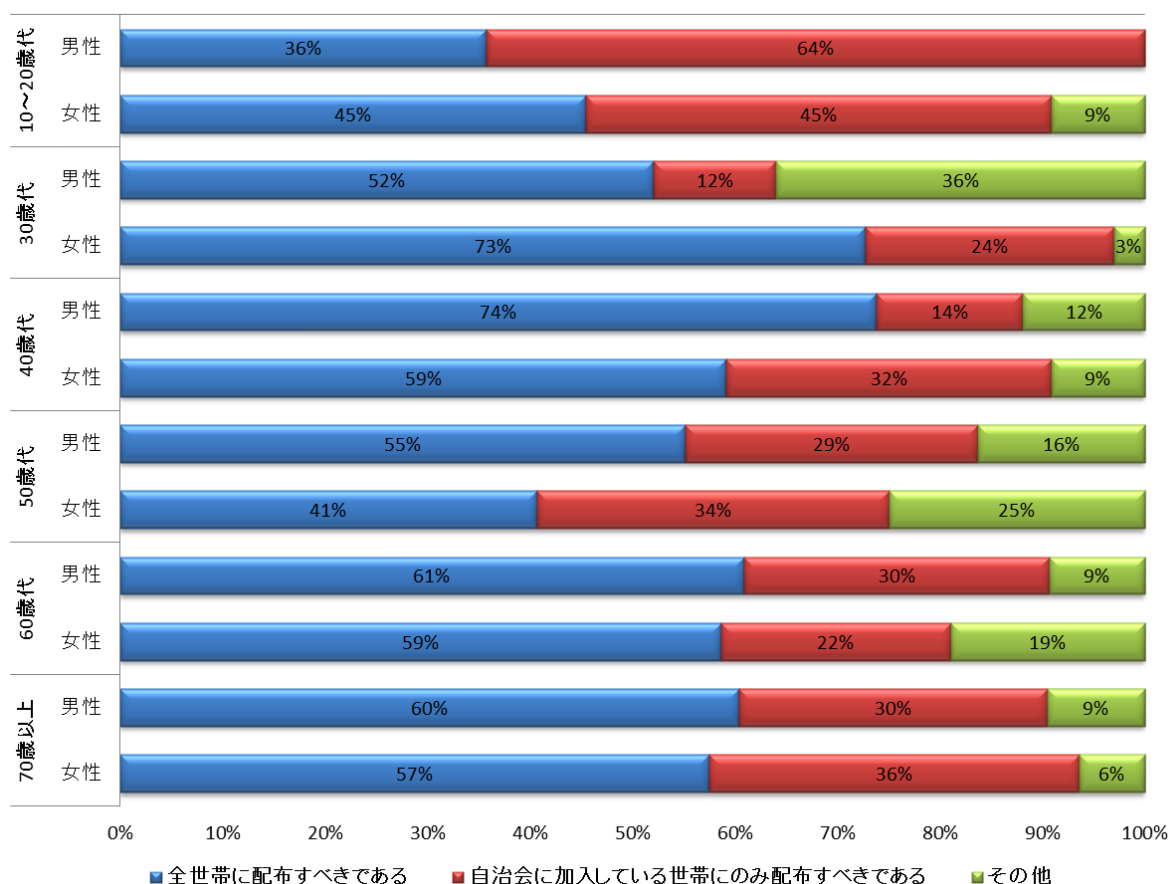
「広報たかまつ」が自治会に加入していない世帯に配布できていないことについては、「全世帯に配布すべきである」が58%、「自治会に加入している世帯にのみ配布すべきである」が30%であった。

その他として、「希望者のみに配布」、「自治会に加入するべき」等の意見があった。

内 容	人 数	割 合
全世帯に配布すべきである	369	58%
自治会に加入している世帯にのみ配布すべきである	188	30%
その他	74	12%



性別・年齢別割合

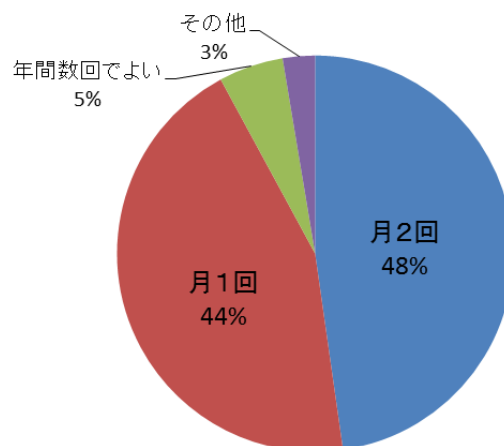




問 「広報たかまつ」の発行回数を、どう思うか

「広報たかまつ」の発行回数については、「月2回（現状のまま）」が48%、「月1回」と答えた人が44%であり、月2回発行が妥当であるという人がわずかに多い状況であった。それ以外の「年数回」、その他を合わせて8%という結果であった。

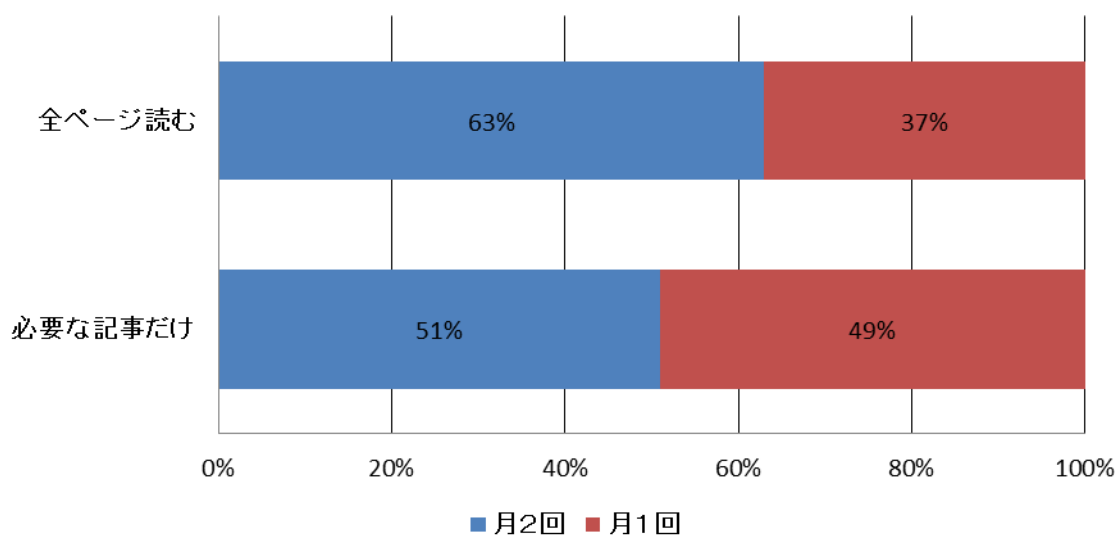
内 容	人 数	割合
月2回	308	48%
月1回	286	44%
年数回	34	5%
その他	17	3%



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。

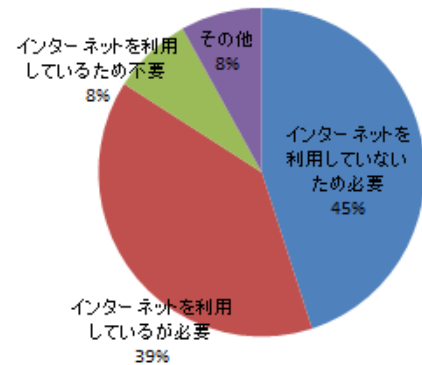
月2回のみでよいと考えている人の割合は、全ページ読む人のほうが多くなっている。

内 容	月2回	月1回	合計
全ページ読む	118	69	187
必要な記事だけ読む	124	118	242



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

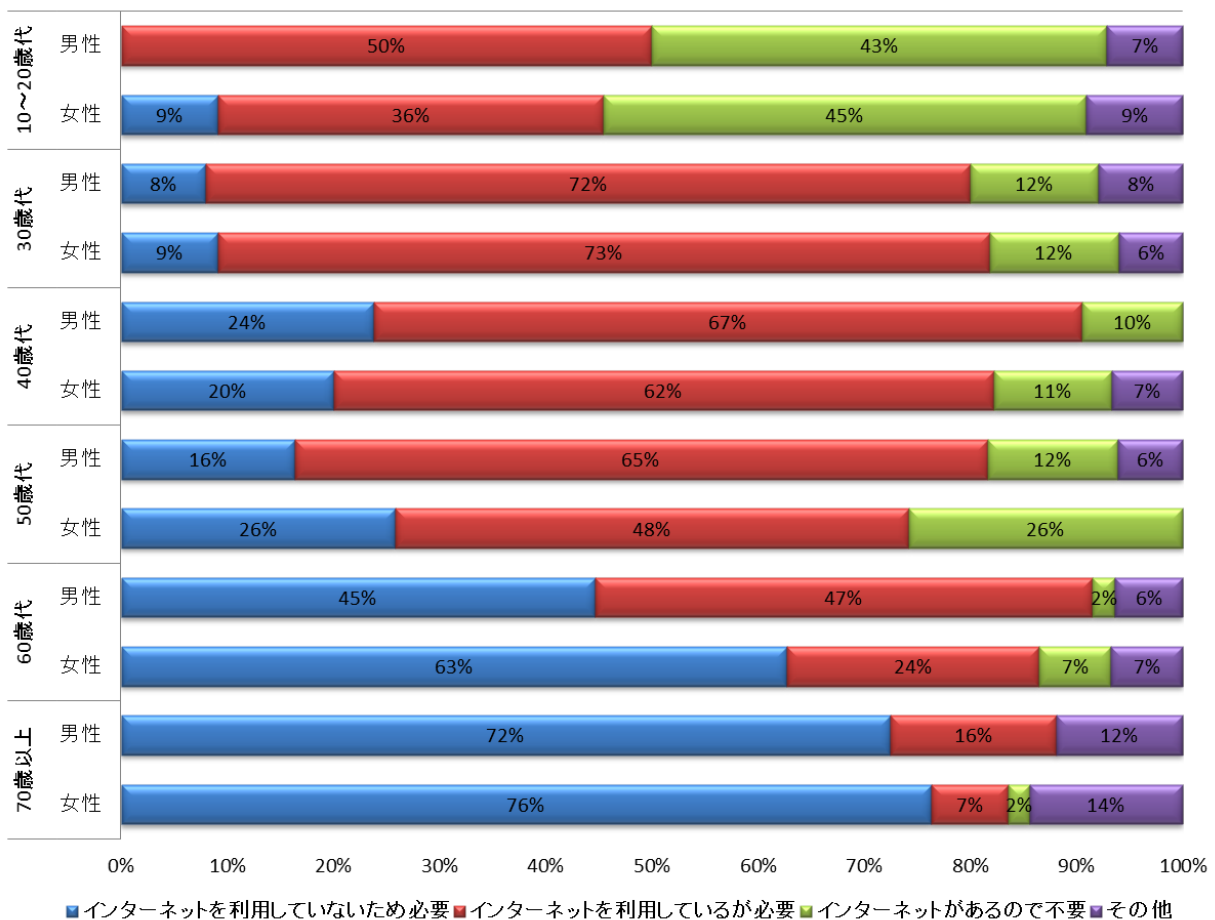
内 容	人 数	割 合
インターネット未利用のため必要	279	45%
インターネットを利用しているが必要	242	39%
インターネット利用のため不要	49	8%
その他	50	8%



「インターネット未利用のため必要」と答えた人が全体の45%、「インターネットを利用しているが必要」と答えた人が39%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。

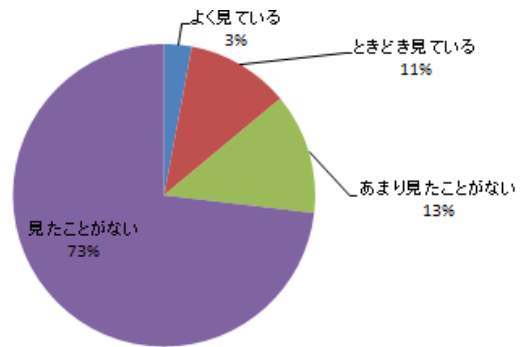
性別や年齢別に見ると、年齢が高くなるほど、「インターネット未利用のため必要」と答える割合が多い。

性別・年齢別割合



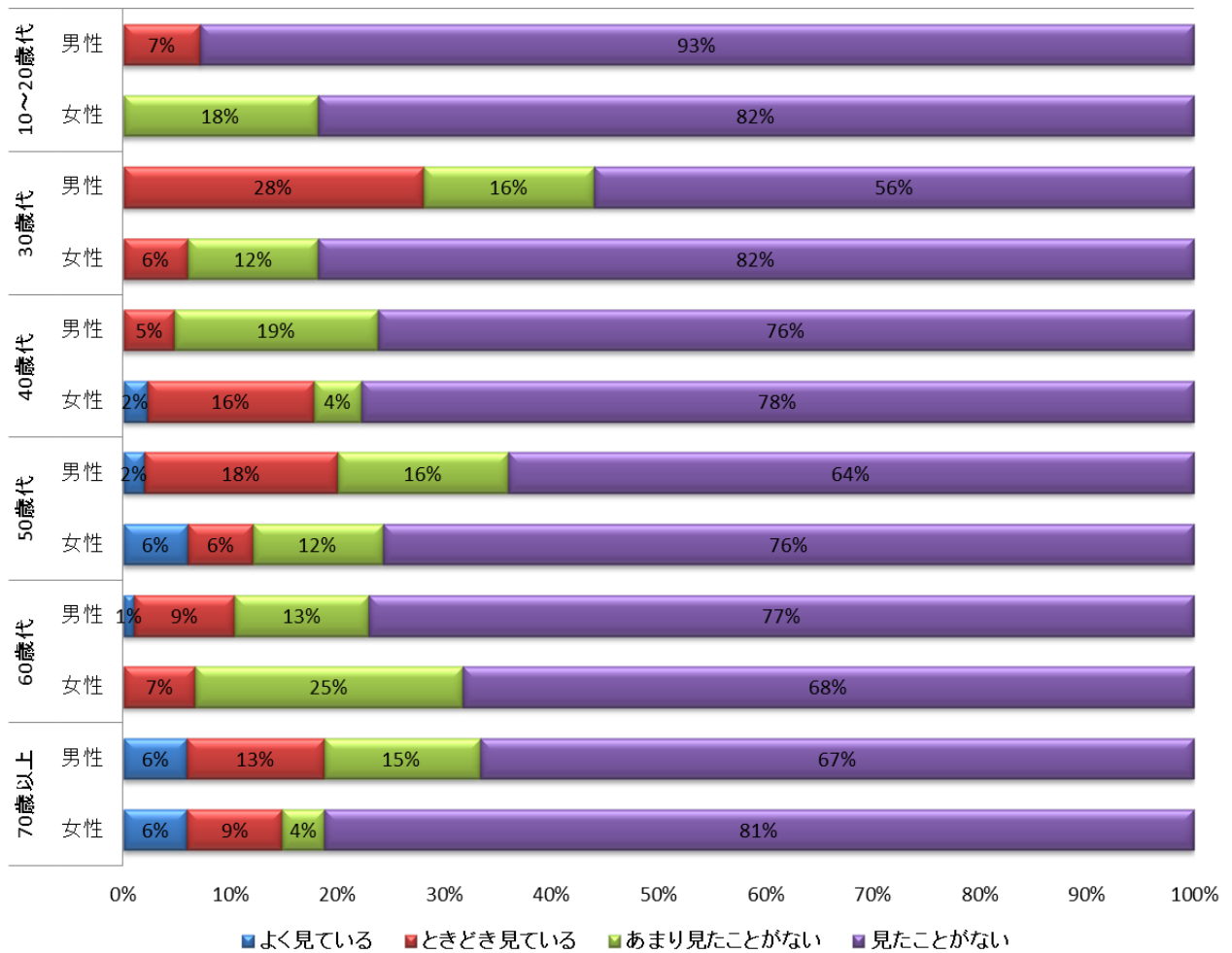
問 「広報たかまつ」を市ホームページで見たことがあるか

内 容	人 数	割 合
よく見ている	19	3%
ときどき見ている	71	11%
あまり見たことがない	83	13%
見たことがない	470	73%



「あまり見たことがない」、「見たことがない」が86%と非常に高い。

性別・年齢別割合

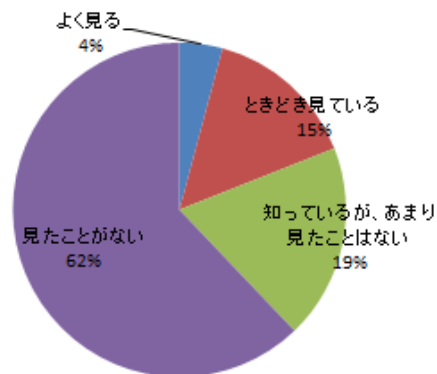


## 《テレビ広報番組について》

### 問 テレビ広報番組をどの程度見ているか

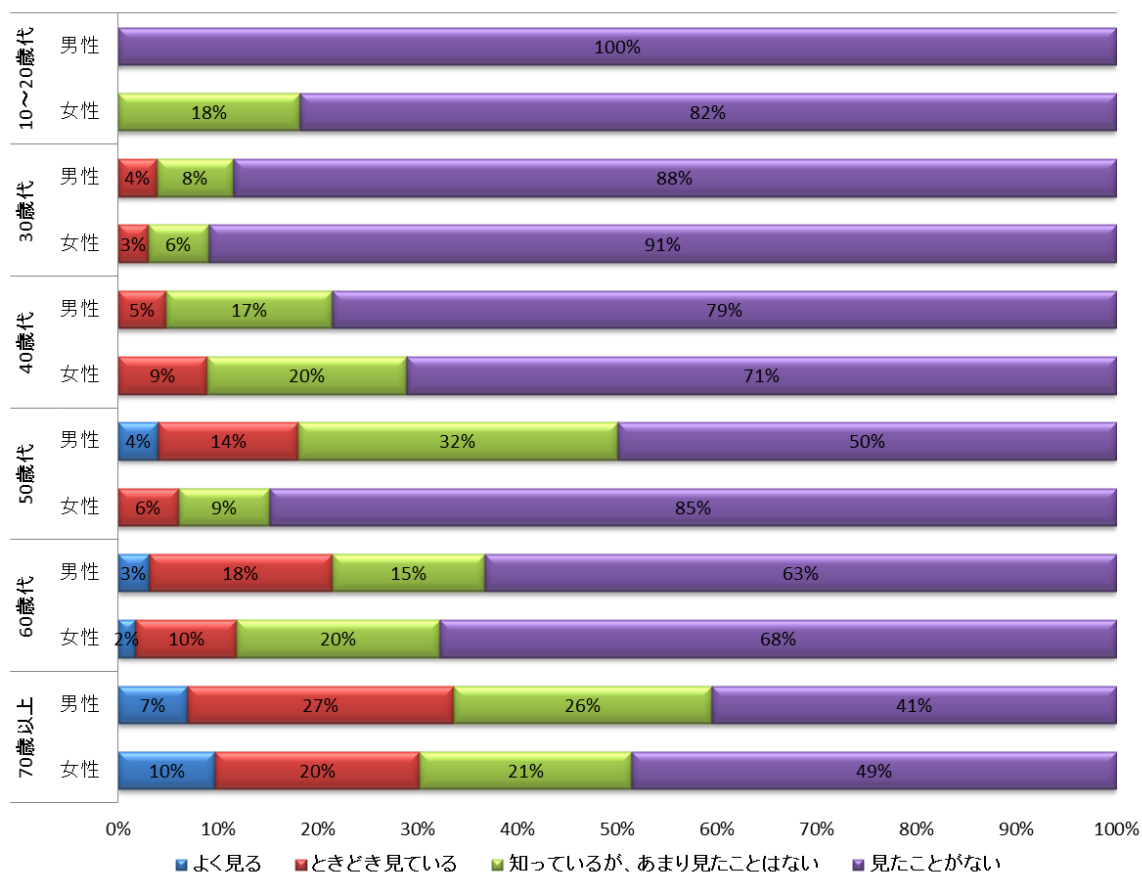
全体では、「見たことがない」が62%と大半を占め、「よく見る」と答えた人4%と「ときどき見る」と答えた人15%を合わせても19%となっている。

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、10～20歳代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	27	4%
ときどき見ている	96	15%
知っているが、あまり見たことがない	122	19%
見たことがない	402	62%

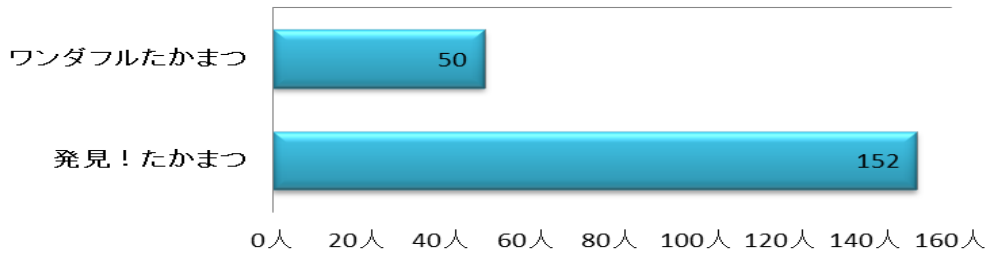
### 性別・年齢別割合



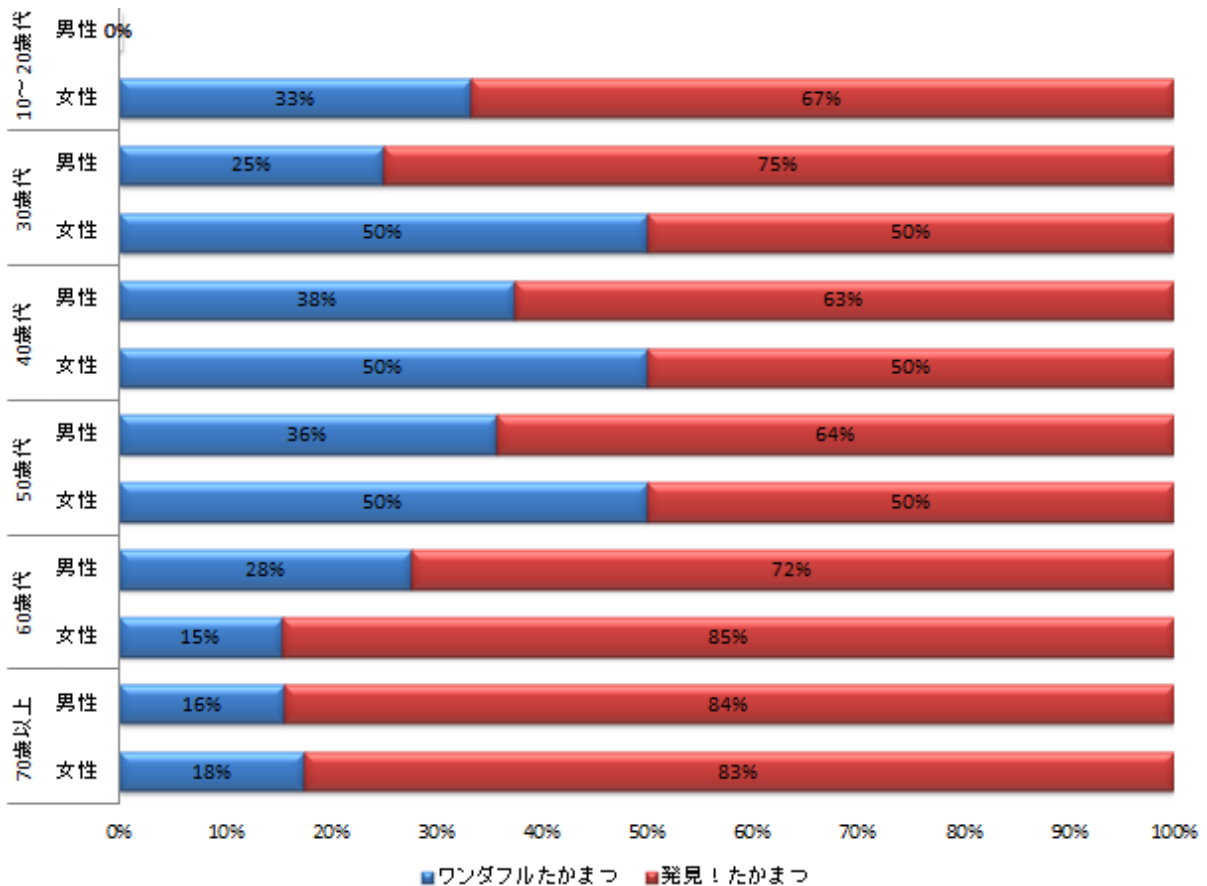
問 広報テレビ番組で見たことがあるもの(複数回答)

見たことがある番組は「発見!たかまつ」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、10～20歳代男性からは、回答がなかった。



性別・年齢別割合

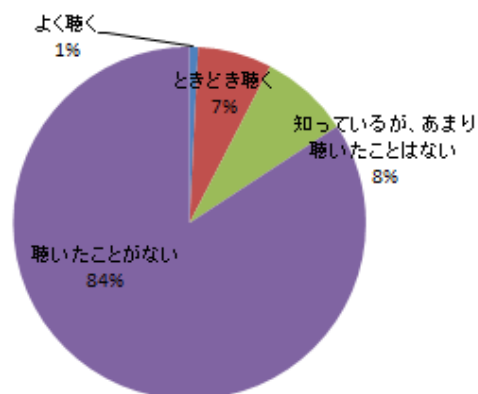


## 《ラジオ広報番組について》

### 問 ラジオ広報番組を聞いたことがあるか

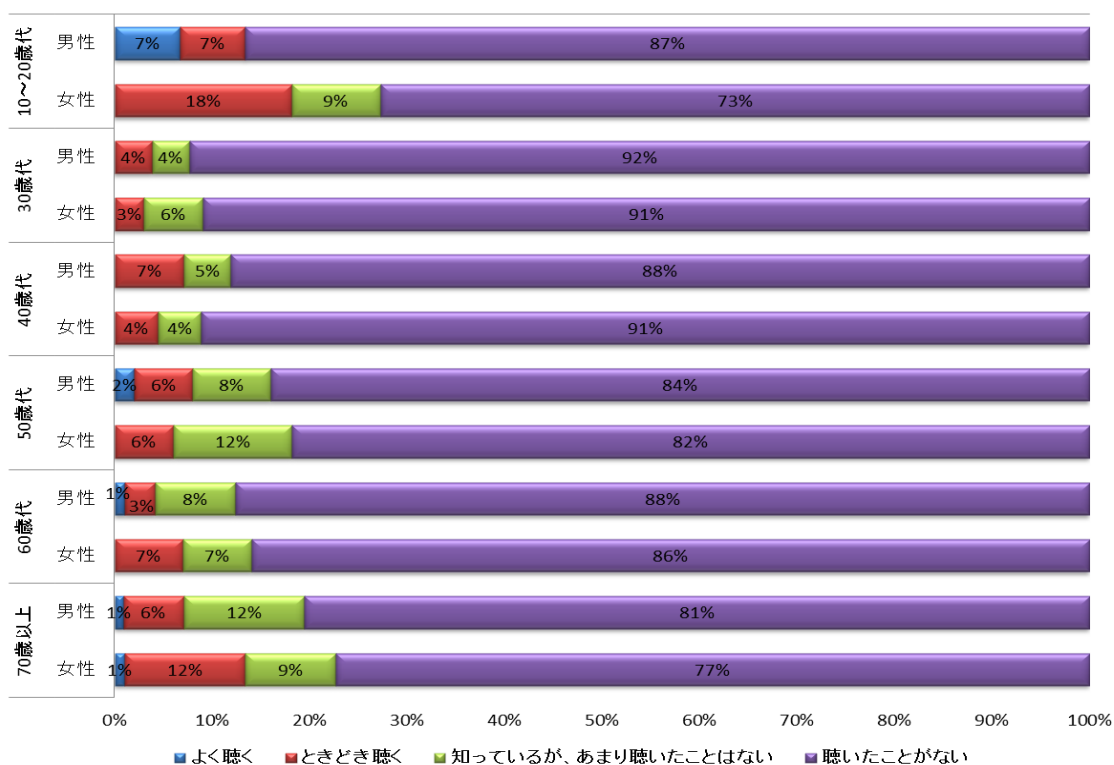
「よく聴く」、「ときどき聴く」を合わせても8%で、聴いている人はかなり少ない状況になっている。

性別・年齢別では、30歳代～50歳代は、男性の方が聴いている人が多い。



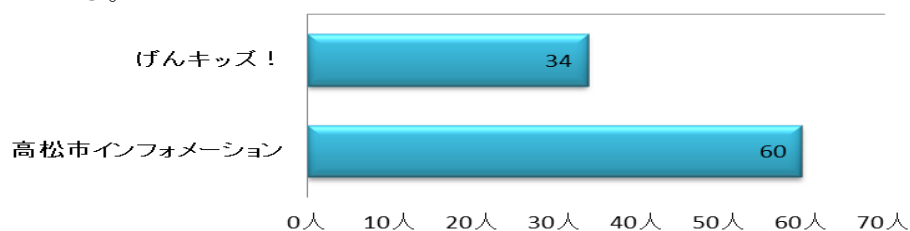
回答	人数	割合
よく聴く	5	1%
ときどき聴く	43	7%
あまり聴いたことがない	52	8%
聴いたことがない	534	84%

### 性別・年齢別割合



### 問 ラジオ広報番組で聞いたことがあるもの(複数回答)

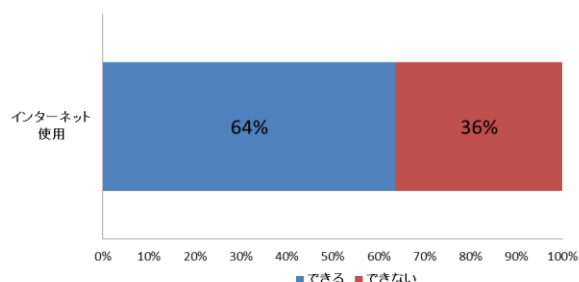
聴いたことがある番組は、「高松市インフォメーション」が「げんキッズ！」より多くなっている。



## 《高松市ホームページ「もっと高松」について》

### 問 インターネットが利用できる環境にあるか

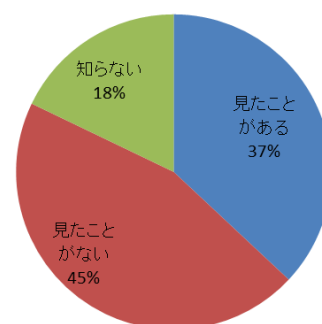
回答者644人中、「インターネットができる」と答えた人は410人（64%）、また、「インターネットができない」と答えた人は234人（36%）で、約6割の人（世帯）でインターネットを利用できる環境にある。



### 問 高松市ホームページ「もっと高松」を見たことがあるか

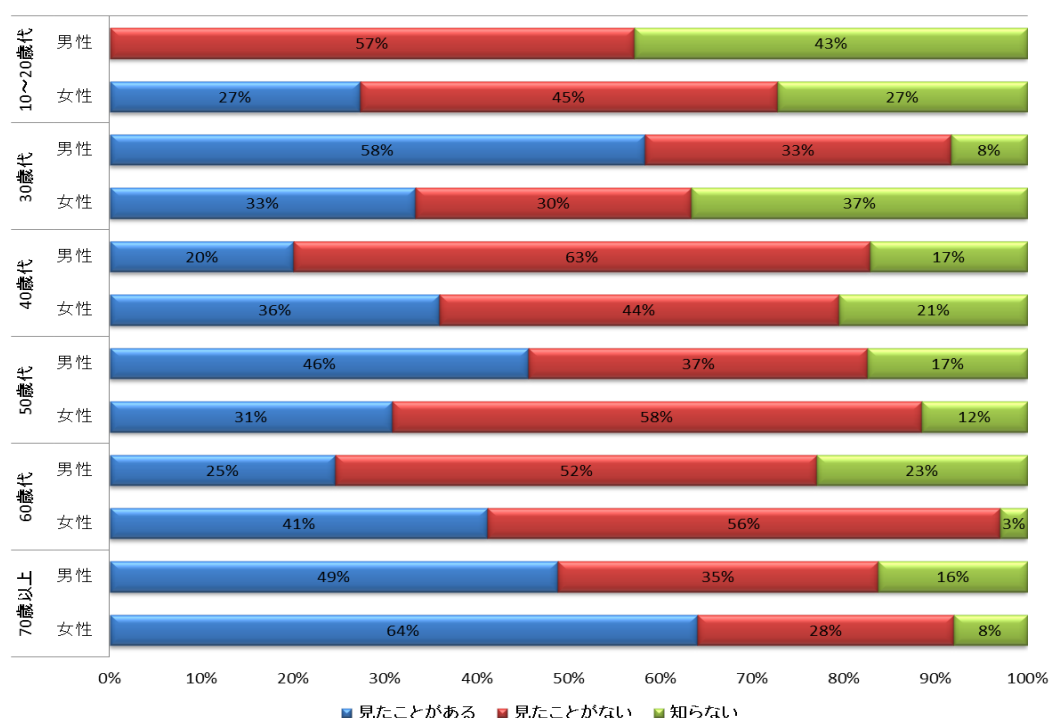
高松市ホームページ「もっと高松」の利用については、「見たことがある」と答えた人が37%である一方、「見たことがない」、「知らない」と答えた人が半数以上を占めている。

性別・年齢別では、「見たことがある」は、70歳代女性が64%で最も高く、一方、「見たことがない」は、40歳代の男性が63%で最も高い。



内容	人数	割合
見たことがある	149	37%
見たことがない	182	45%
知らない	72	18%

### 性別・年齢別割合

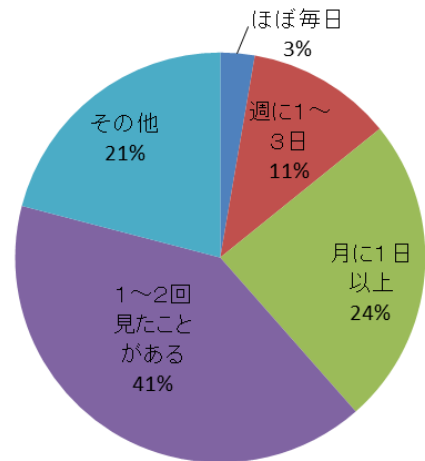


問 「もっと高松」をどのくらい利用しているか《回答：見たことがある人》

「月に1日以上」市のホームページを利用している人は24%で、「ほぼ毎日」3%と「週に1～3日」11%を合わせた「週1回以上利用している」は14%と少ない状況である。

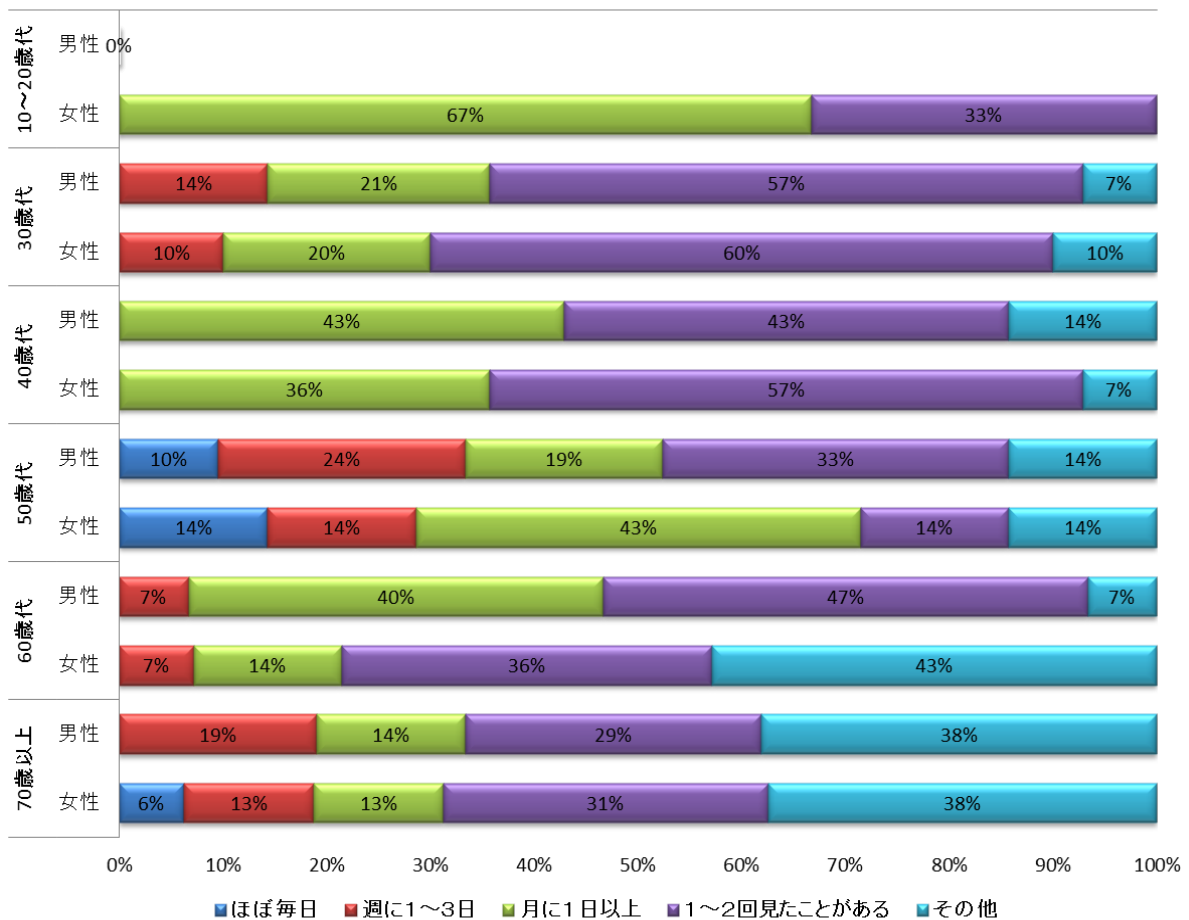
性別・年齢別では、すべてにおいて「ほぼ毎日」、「週に1～3日」を合わせても40%以下となる中、50歳代、70歳代で比較的高くなっている。

一方、10～20歳代と40歳代では、極端に低くなっている。



内 容	人 数	割合
ほぼ毎日	4	3%
週に1～3日	17	11%
月に1日以上	36	24%
1～2回見たことがある	60	41%
その他	31	21%

性別・年齢別割合

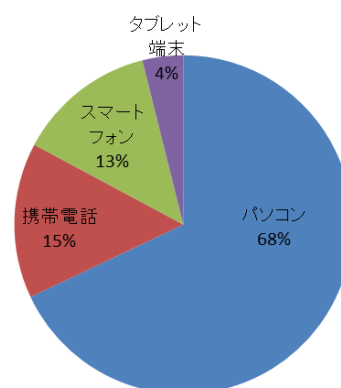




問 高松市ホームページ「もっと高松」の閲覧の方法

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68%で、携帯電話、スマートフォンなどの携帯移動端末から32%となっている。

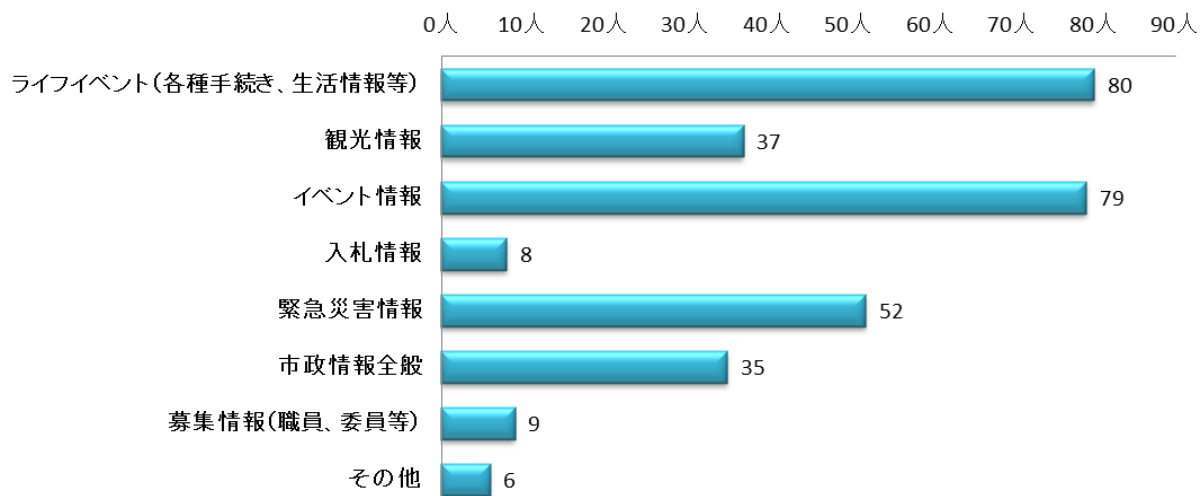
内 容	人 数	割 合
パソコン	87	68%
携帯電話	19	15%
スマートフォン	17	13%
タブレット端末	5	4%



問 高松市ホームページ「もっと高松」をどのような情報を探す時に利用するか(複数回答)

ライフイベントが54%と最も高く、次いで、イベント情報が53%、緊急災害情報が35%となっている。

内 容	人 数	割 合
ライフイベント (各種手続き、生活情報等)	80	54%
観光情報	37	25%
イベント情報	79	53%
入札情報	8	5%
緊急災害情報	52	35%
市政情報全般	35	23%
募集情報 (職員、委員等)	9	6%
その他	6	4%



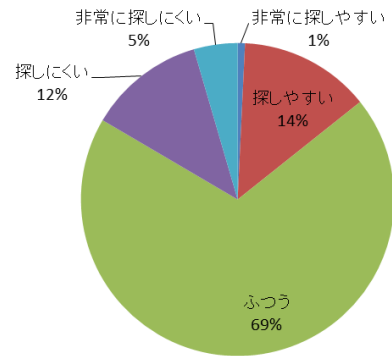
## 問 高松市ホームページ「もっと高松」の印象

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14%であり、15%の人に好評であった。「ふつう」という評価が69%となった。一方、「探しにくい」「非常に探しにくい」という人も17%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。

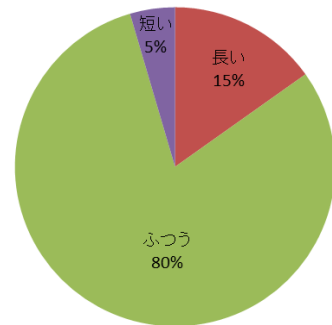
### 【目的のページの探しやすさ】

内 容	人 数	割合
非常に探しやすい	1	1%
探しやすい	18	14%
ふつう	92	69%
探しにくい	16	12%
非常に探しにくい	6	5%



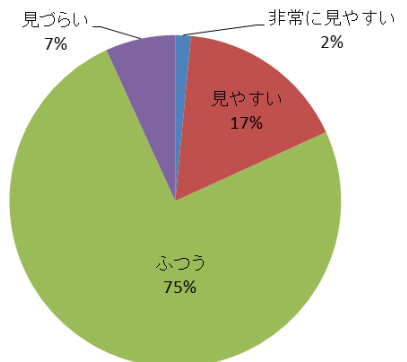
### 【文章の長さ】

内 容	人 数	割合
非常に長い	0	0%
長い	20	15%
ふつう	106	80%
短い	6	5%
非常に短い	0	0%



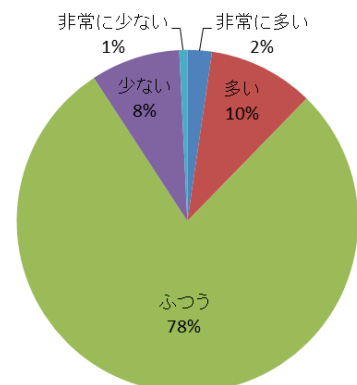
### 【レイアウト・デザイン】

内 容	人 数	割合
非常に見やすい	2	2%
見やすい	22	17%
ふつう	99	75%
見づらい	9	7%
非常に見づらい	0	0%



### 【情報量】

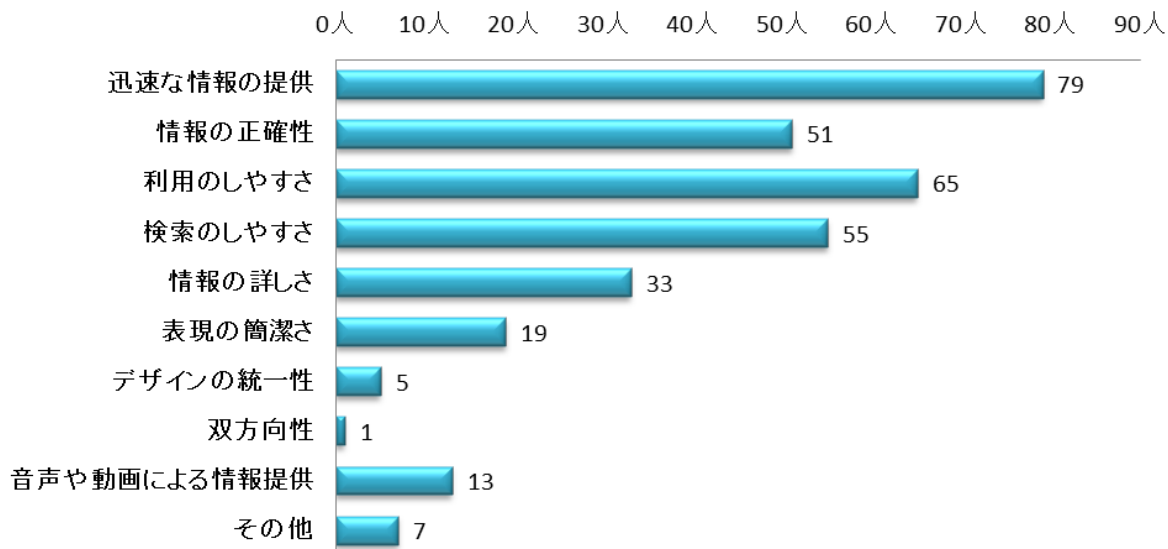
内 容	人 数	割合
非常に多い	3	2%
多い	13	10%
ふつう	102	78%
少ない	11	8%
非常に少ない	1	1%



問 高松市ホームページ「もっと高松」に期待すること(複数回答)

「迅速な情報の提供」が53%と最も高く、次いで、「利用のしやすさ」が44%、「検索のしやすさ」が37%と続いている。

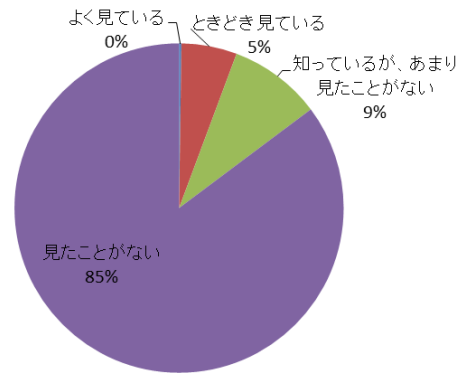
内 容	人 数	割 合
迅速な情報の提供	79	53%
情報の正確性	51	34%
利用のしやすさ	65	44%
検索のしやすさ	55	37%
情報の詳しさ	33	22%
表現の簡潔さ	19	13%
デザインの統一性	5	3%
双方向性	1	1%
音声や動画による情報提供	13	9%
その他	7	5%



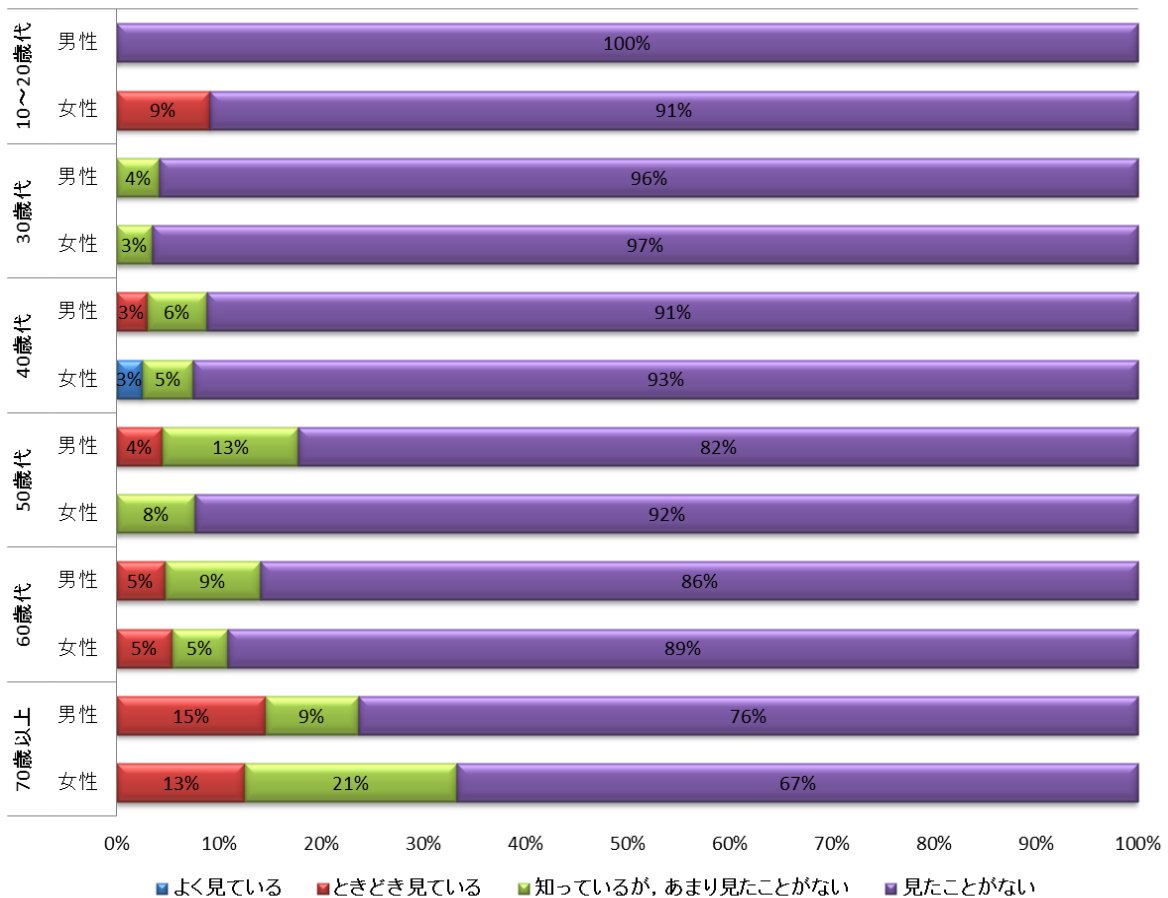
## 問 高松市の公式ツイッターの認知度

「見たことがない」が85%、「あまり見たことがない」が9%と、約9割の人が、あまり見ていないことがうかがえる。

内 容	人 数	割 合
よく見ている	1	0%
ときどき見ている	24	5%
知っているが、あまり見たことがない	40	9%
見たことがない	375	85%



### 性別・年齢別割合

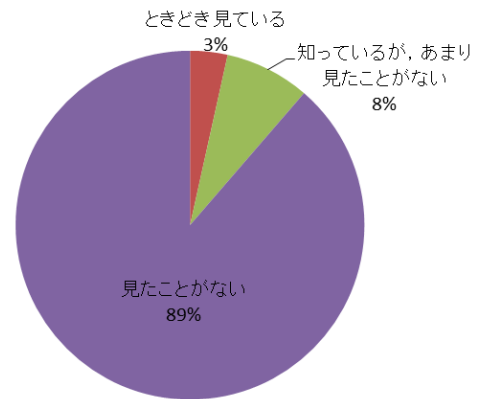


## 問 高松ムービー(動画)チャンネルの認知度

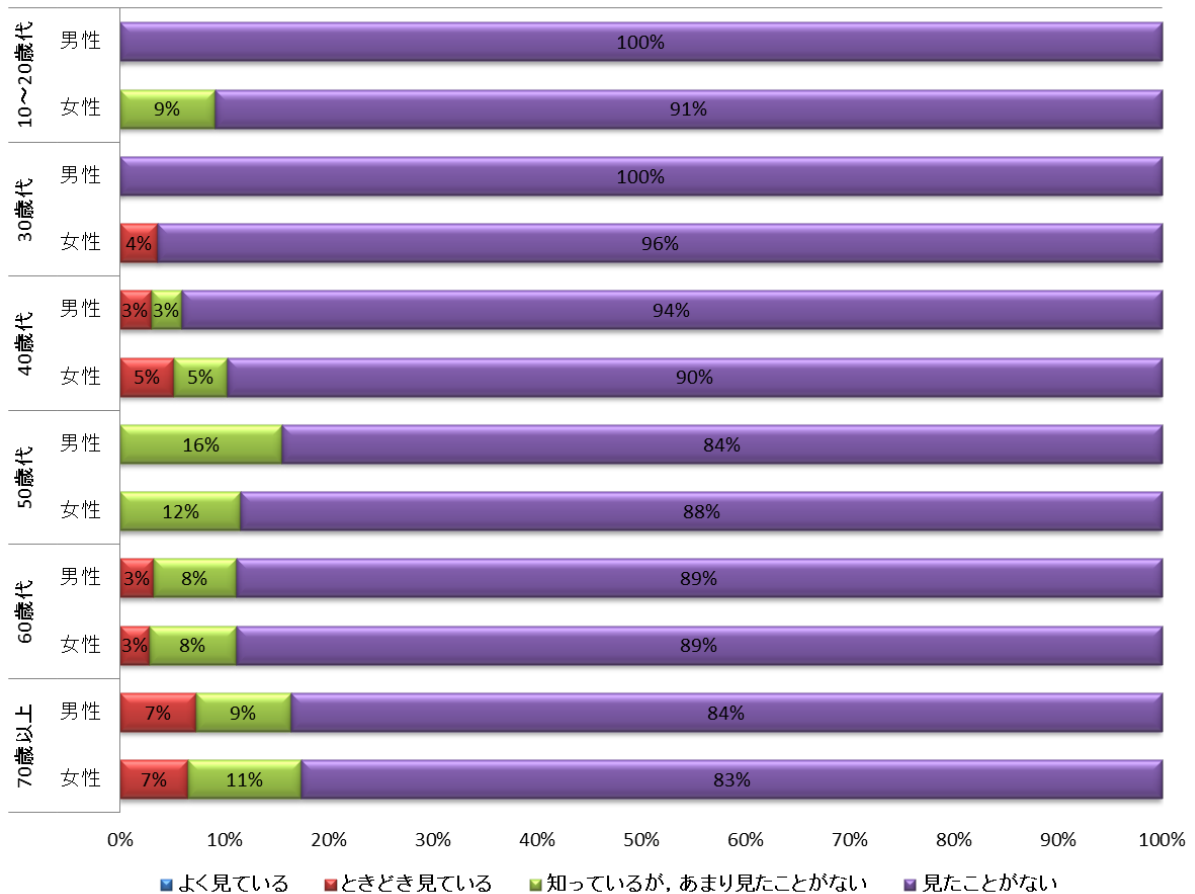
「見たことがない」が89%、「あまり見たことがない」が8%と、ほとんど認知されていないことがうかがえる。

特に、10～20歳代及び30歳代の男性では、「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	0	0%
ときどき見ている	15	3%
知っているが、あまり見たことがない	34	8%
見たことがない	383	89%



### 性別・年齢別割合

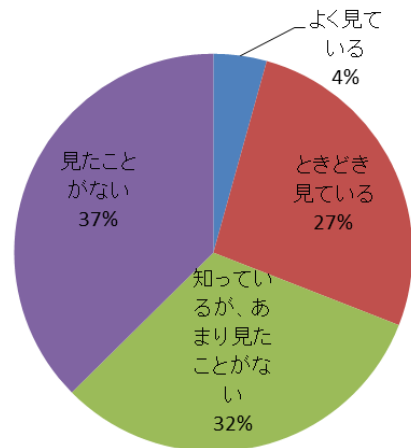


《ケーブルテレビ市政情報番組「いき・いき高松」について》

加入している人は、この質問の回答者649人のうち144人(22%)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4%、「ときどき見ている」が27%で、加入者のうち約3割の人が「いき・いき高松」を見ている。

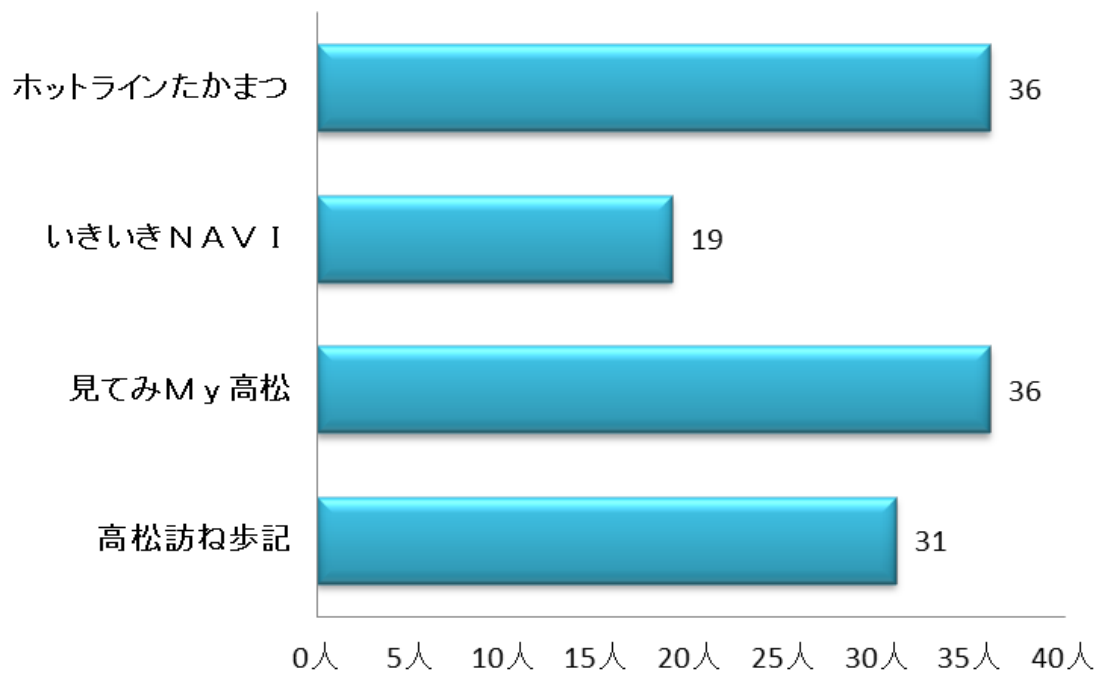


(人)

	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	1	1	0	0
ときどき見ている	0	0	1	1	4	4	4	0
知っているがあまり見たことがない	0	2	1	3	3	4	7	4
見たことがない	0	3	3	1	3	0	3	4
	60 歳代		70 歳以上					
	男性	女性	男性	女性				
よく見ている	0	0	1	2				
ときどき見ている	6	2	9	5				
知っているがあまり見たことがない	8	3	4	5				
見たことがない	9	5	8	12				

問 いきいき高松でどの番組を見るか(複数回答)

市の制度などを紹介する「ホットラインたかまつ」と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」、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。



## 4 集計結果の分析及び今後の対応

### (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、「Google、Yahoo!等の検索サイト」の利用割合が高く、特に10～20歳代では、「Twitter、facebook等のSNS」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、「計画や事業の動き」・「防災」・「福祉」・「健康」の4項目が多く、年代別にみると、どの年代も「計画や事業の動き」・「防災」が高く、30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（44%）」・「普通（51%）」と答え、全体の7割の人が「全ページ（29%）」又は「必要な記事（41%）」を読んでおり、有効な広報媒体になっていると考えられる。

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」・「まちの話題」・「休日当番医」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、「現状の月2回でよい」が、前回調査（平成25年度）の67%から48%に減少し、「月1回でよい」は、27%から44%に増加している。

刷り色については、「全ページカラー（現状のまま）」が全体の76%を占め、圧倒的に多いが、「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挙げられていた。

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。

また、配布方法については、「今までどおり自治会を通じて送ってほしい」と答えた人が67%を占めており、自治会等を通じて配布することにより、「地域のつながり」や「高齢者世帯の安否確認」につながると考えられているようである。

### (3) テレビ広報番組

「よく見る」、「ときどき見ている」と答えた人が2割弱であったことから、今後は、番組内容や放送回数・時間帯などの検討を行う必要がある。

### (4) ラジオ広報番組

「聴いたことがない」と答えた人が84%もあり、ほとんど聴かれていない状況であるため、今後は、番組内容の見直しや番組の告知などを行う必要がある。



#### (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」(3%)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4割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が、今後、その利用者は確実に増えていくものと思われ、広報媒体としての活用方法を更に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22%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31%で、前回調査(平成25年度)の35%から4%減少している。

見る番組としては、市の制度などを紹介する「ホットラインたかまつ」と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」、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。

前回調査と比べて、番組を見ている人の割合が減少していることから、今後、番組の告知を十分に行うとともに、より一層、工夫して番組づくりを行っていく必要がある。