

令和7年度 広報活動アンケート調査結果報告書



令和8年3月

高松市政策局広聴広報・シティプロモーション課

目 次

1 広報活動アンケート調査の概要	1
2 アンケート回収状況	2
3 調査結果	3
4 集計結果の分析及び今後の対応	24
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。

(2) 調査内容

- ・情報収集方法
- ・広報紙「広報高松」について
- ・テレビ・ラジオ広報番組について
- ・高松市公式ホームページ「もっと高松」について
- ・動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」について
- ・高松市公式 SNS について
- ・ケーブルテレビについて

(3) 調査対象

満18歳以上の市民 3,000人

(4) 調査対象者の抽出方法

住民基本台帳（令和7年7月1日現在）から無作為抽出

(5) 調査期間

令和7年9月12日（金）～9月30日（火）

(6) 調査方法

郵送配布、郵送回収・オンライン回答

(7) 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。

(8) 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16回目となる。

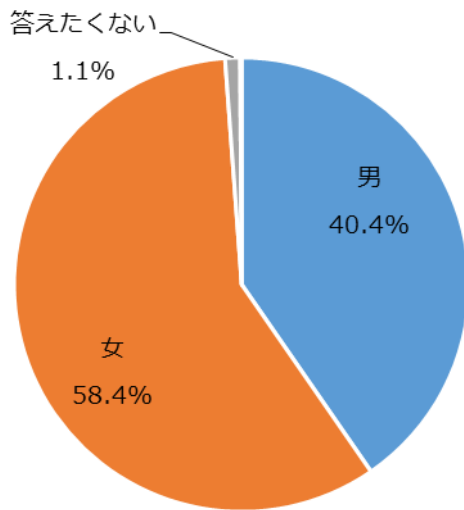
2 アンケート回収状況

回収数

配布数	回収数	回収率
3,000	936	31.2% (前回令和4年度実績 29.2%)

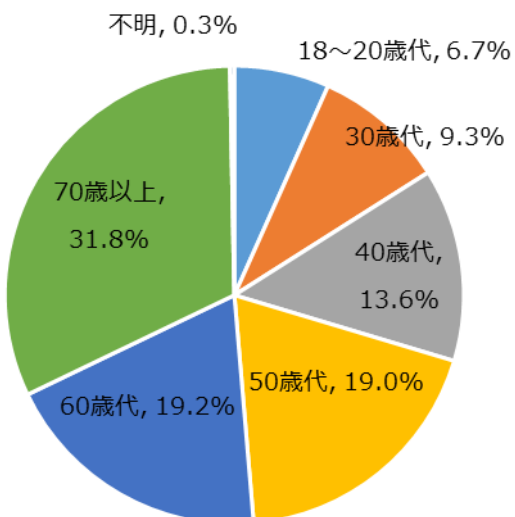
回答者の属性

問1 性別



	人数	構成比(前回)
男性	378	40.4%(52.5%)
女性	547	58.4%(46.1%)
回答したくない	10	1.1%(0.5%)
不明	1	0.1%(0.9%)
計	936	100.0%

問2 年齢別



	人数	構成比(前回)
18~20歳代	63	6.7%(4.1%)
30歳代	87	9.3%(8.4%)
40歳代	127	13.6%(13.4%)
50歳代	178	19.0%(16.8%)
60歳代	180	19.2%(18.9%)
70歳以上	298	31.8%(37.9%)
不明	3	0.3%(0.5%)
計	936	100.0%

3 調査結果

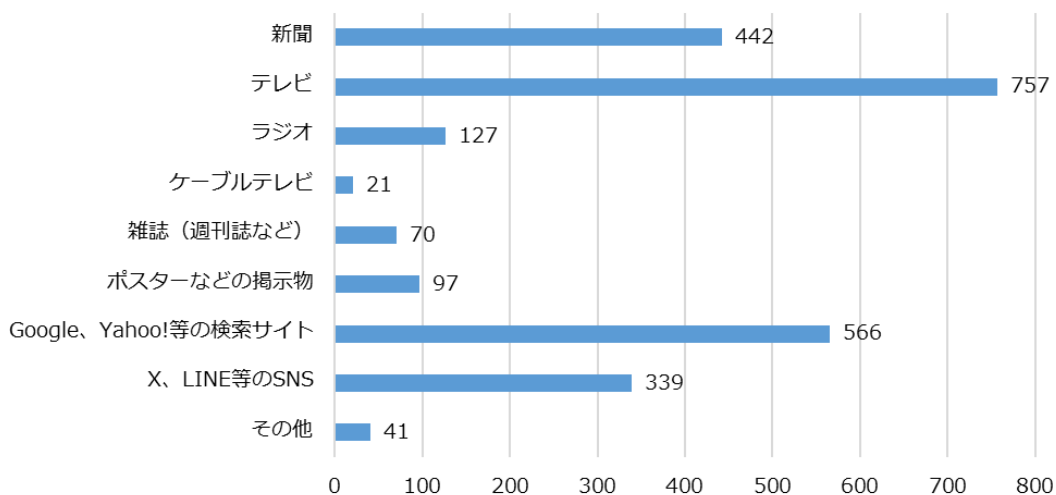
《情報収集方法》

問3 日常生活に関する情報の入手方法（複数回答）

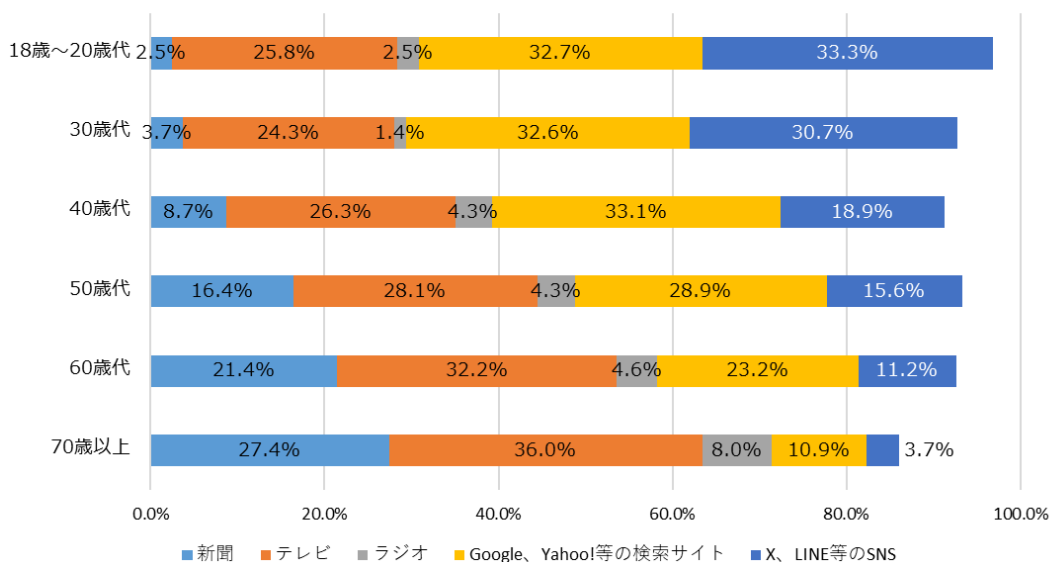
(N=936) ※上位5項目について①～⑤と表記しています

媒体	回答数	割合（前回）	媒体	回答数	割合（前回）
新聞③	442	47.2%(55.9%)	テレビ①	757	80.9%(85.9%)
ラジオ⑤	127	13.6%(16.8%)	ケーブルテレビ	21	2.2%(3.6%)
雑誌（週刊誌など）	70	7.5%(9.9%)	ポスターなどの 掲示物	97	10.4%(10.1%)
Google、Yahoo! 等の検索サイト②	566	60.5%(55.1%)	X、LINE等の SNS④	339	36.2%(27.4%)
その他	41	4.4%(3.3%)			

※その他の意見：家族・知人・友人、ニュースアプリ・ニュースサイト等のWEB情報など



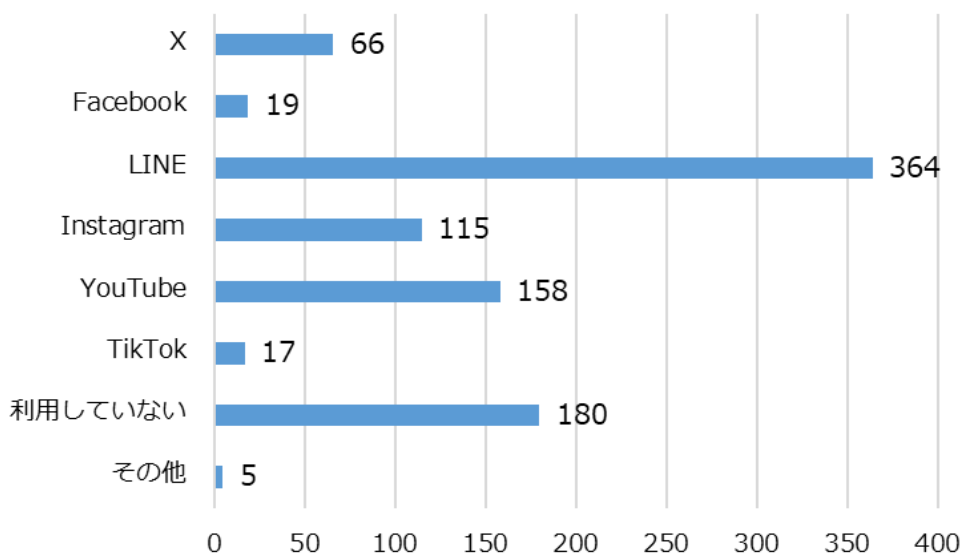
【年代別割合】



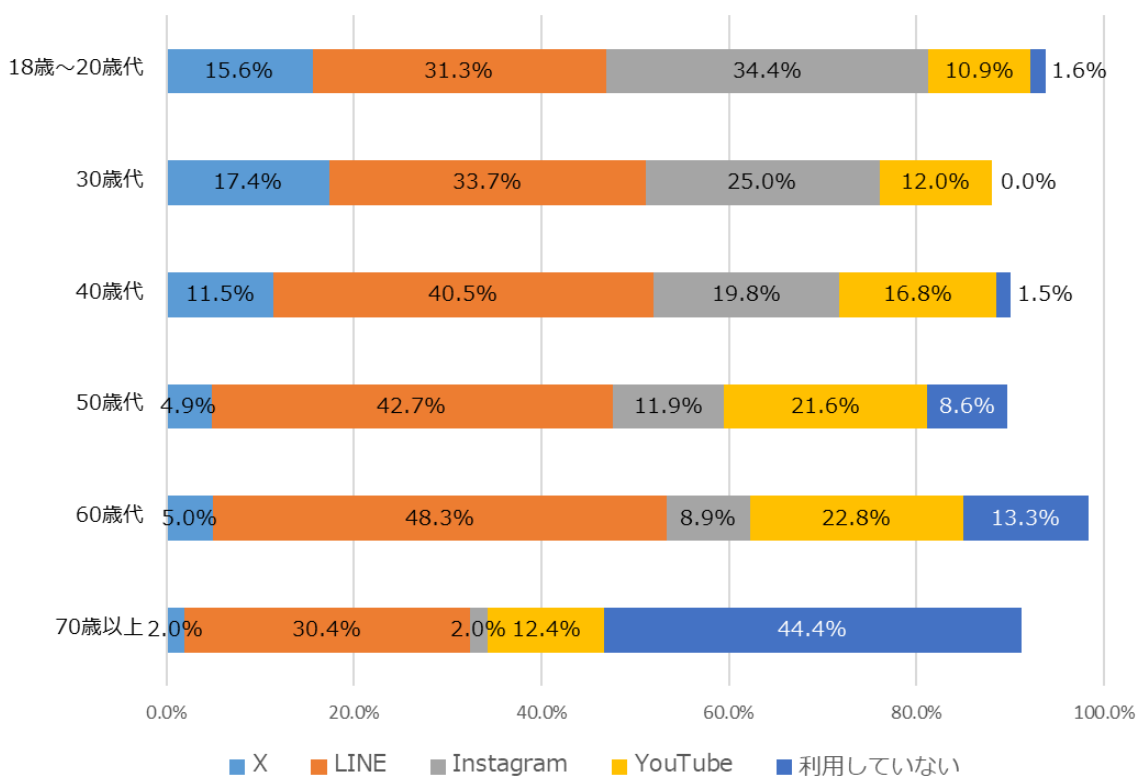
問4 よく利用する SNS

(N=924) ※上位5項目について①～⑤と表記しています

SNS ツール	回答数	割合 (前回)	SNS ツール	回答数	割合 (前回)
X⑤	66	7.1%(4.6%)	Facebook	19	2.1%(3.7%)
LINE①	364	39.4%(40.4%)	Instagram④	115	12.4%(5.6%)
YouTube③	158	17.1%(15.3%)	TikTok	17	1.8%(0.2%)
利用していない②	180	19.5%(30.0%)	その他	5	0.5%(0.2%)



【年代別割合】

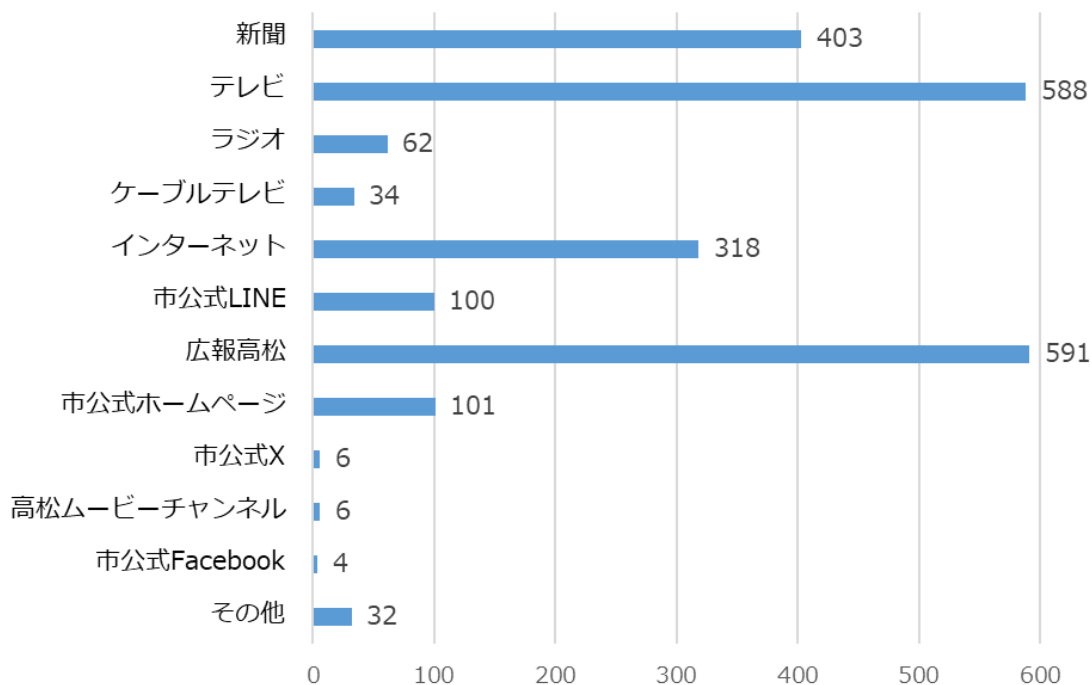


問5 市の施策や制度等の情報を主に何から得るか（複数回答可）

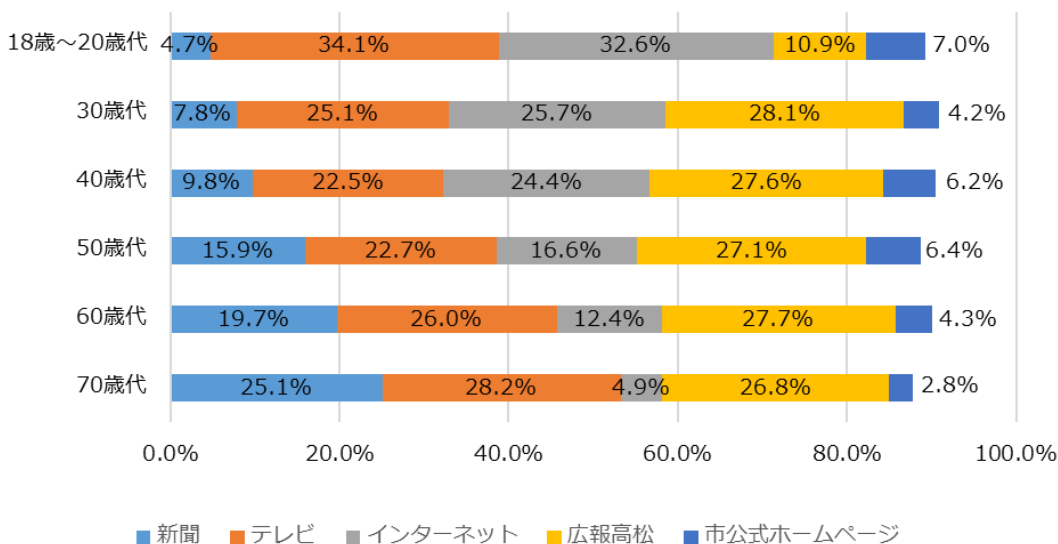
(N=935) ※上位5項目について①～⑤と表記しています

情報入手手段	回答数	割合（前回）	情報入手手段	回答数	割合（前回）
新聞③	403	43.1%(46.8%)	テレビ②	588	62.9%(63.5%)
ラジオ	62	6.6%(9.8%)	ケーブルテレビ	34	3.6%(4.5%)
インターネット④	318	34.0%(27.3%)	市公式LINE	100	10.7%(－)
広報高松①	591	63.2%(67.9%)	市公式ホームページ「もっと高松」⑤	101	10.8%(14.6%)
市公式X	6	0.6%(1.4%)	動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」	6	0.6%(0.3%)
市公式Facebook	4	0.4%(0.2%)	その他※	32	3.4%(2.9%)

※その他の意見：知人・友人、地域の情報誌など



【年代別割合】

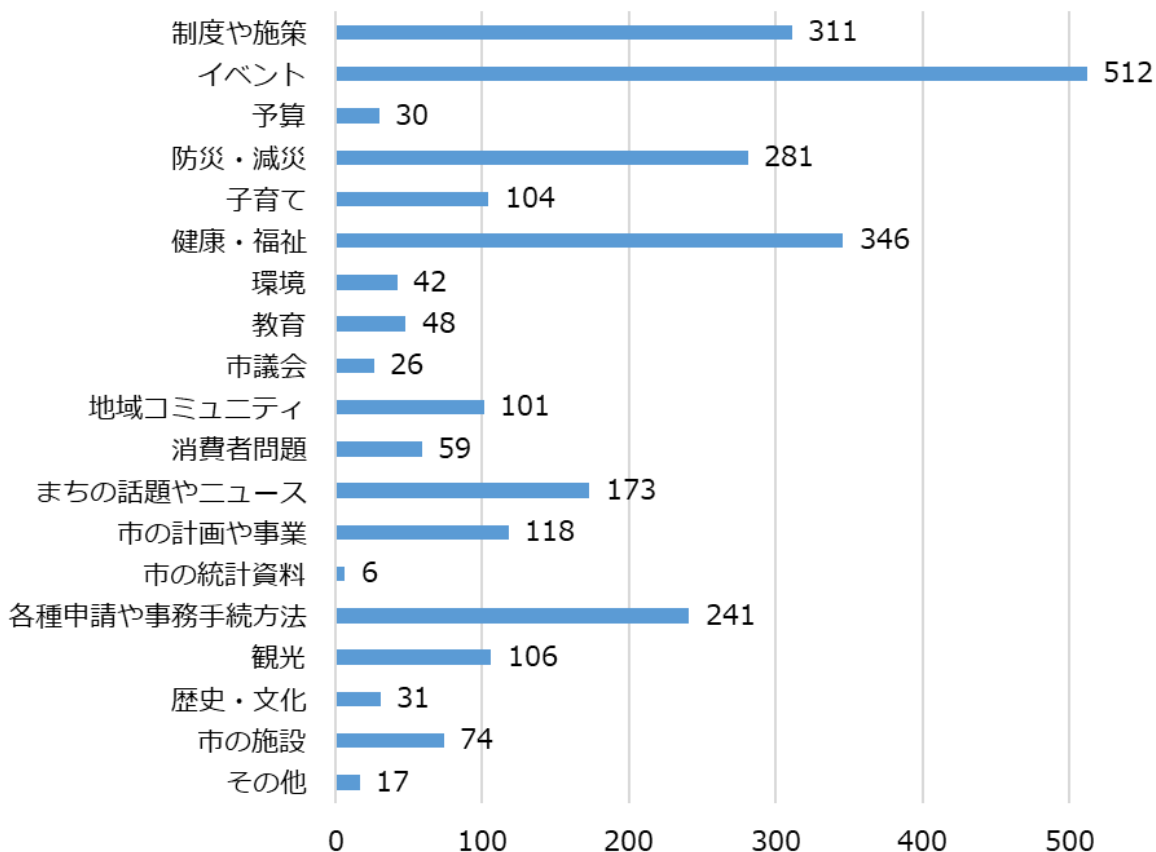


問6 市が発信する情報で知りたいと思っている情報（複数回答）

(N=931) ※上位5項目について①～⑤と表記しています

内容	回答数	割合（前回）	内容	回答数	割合（前回）
制度や施策③	311	33.4%(26.1%)	イベント①	512	55.0%(39.6%)
予算	30	3.2%(9.3%)	防災・減災④	281	30.2%(30.5%)
子育て	104	11.2%(9.4%)	健康・福祉②	346	37.2%(36.5%)
環境	42	4.5%(7.2%)	教育	48	5.2%(6.5%)
市議会	26	2.8%(3.9%)	地域コミュニティ⑤	101	10.8%(17.2%)
消費者問題	59	6.3%(5.3%)	まちの話題や ニュース	173	18.6%(23.5%)
市の計画や事業	118	12.7%(12.7%)	市の統計資料	6	0.6%(0.2%)
各種申請や 事務手続方法	241	25.9%(-)	観光	106	11.4%(9.9%)
歴史・文化	31	3.3%(7.2%)	市の施設	74	7.9%(5.1%)
その他※	17	1.8%(0.5%)			

※その他の意見：ごみ出しカレンダー、救急医療、給付金・補助金など

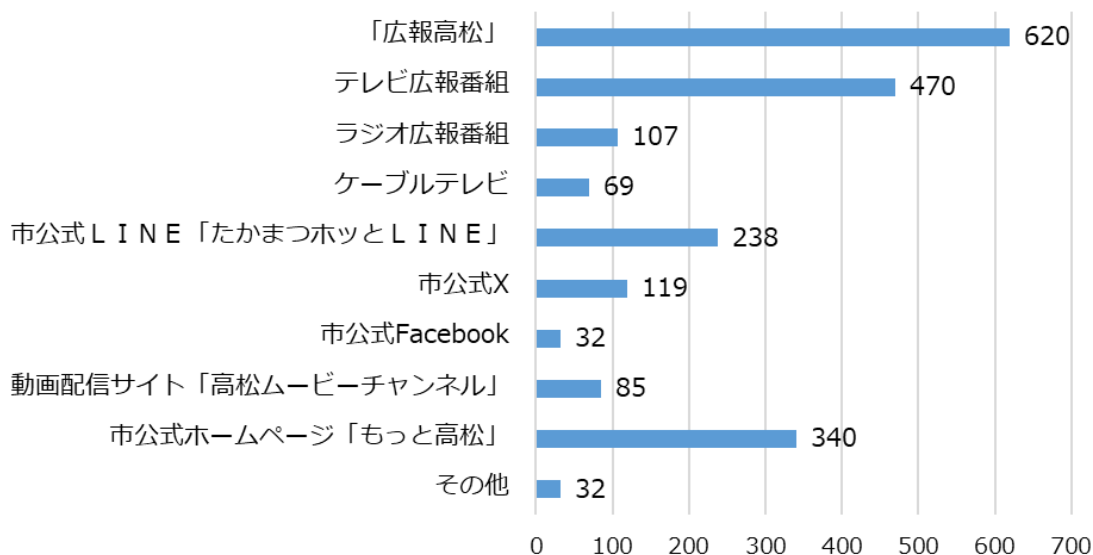


問7 市政情報で充実を図るべき広報手段（複数回答）

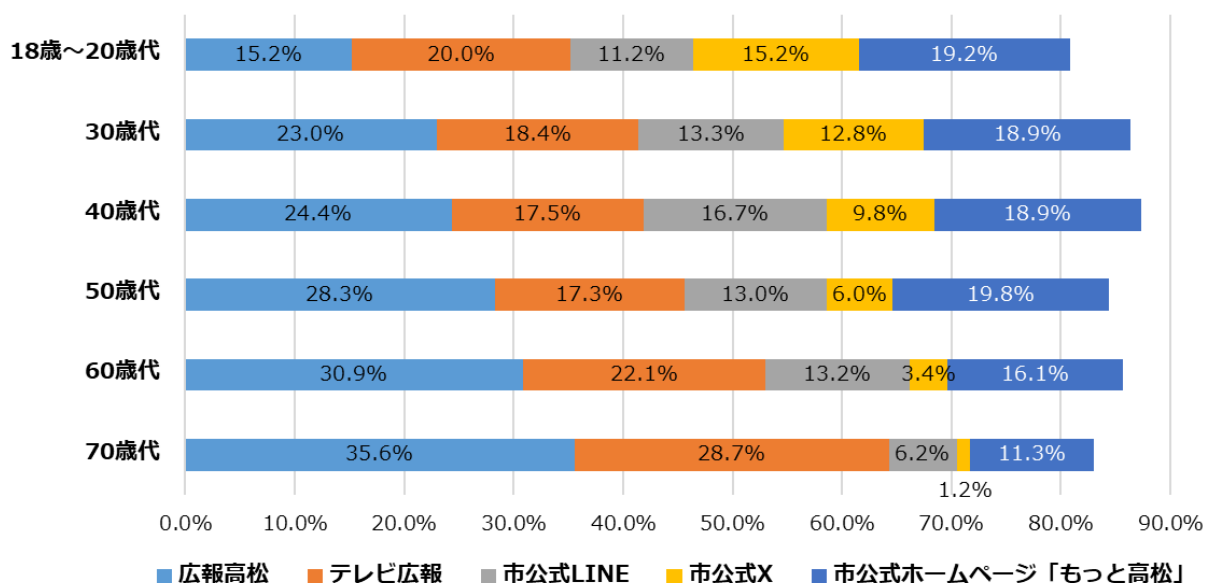
(N=906) ※上位5項目について①～⑤と表記しています

内容	回答数	割合（前回）	内容	回答数	割合（前回）
「広報高松」①	620	68.4%(72.9%)	テレビ広報番組②	470	51.8%(56.3%)
ラジオ広報番組	107	11.8%(17.2%)	ケーブルテレビ	69	7.6%(6.0%)
市公式LINE④	238	26.3%(－)	市公式X⑤	119	13.1%(11.1%)
市公式Facebook	32	3.5%(5.5%)	動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」	85	9.4%(12.0%)
市公式ホームページ「もっと高松」③	340	37.5%(42.4%)	その他※	32	3.5%(2.9%)

※その他の意見：Instagram、報道機関への情報提供など



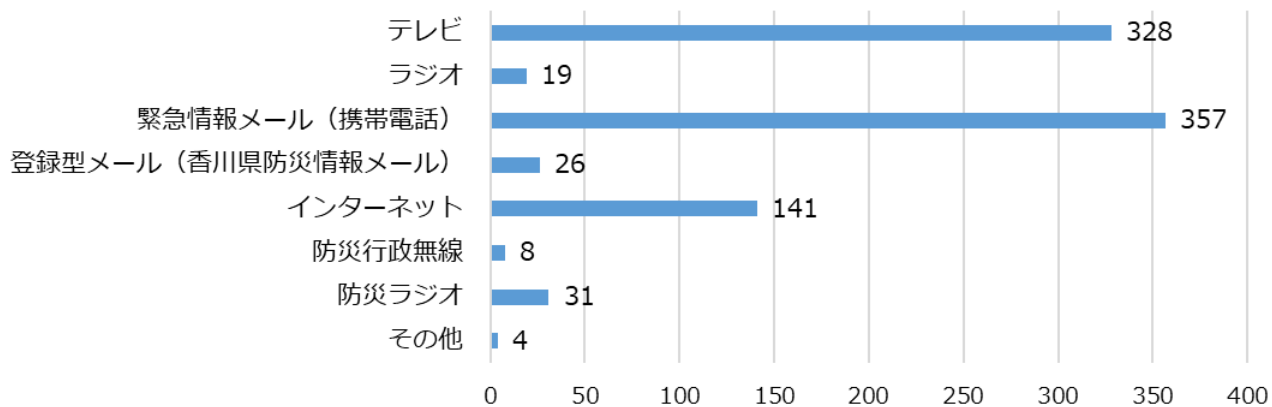
【年代別割合】



問 8 災害時の避難勧告などの避難情報の入手元

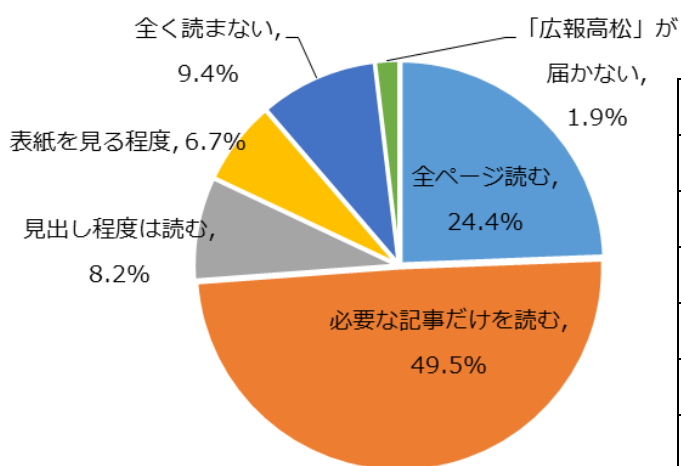
(N=914) ※上位5項目について①～⑤と表記しています

内容	回答数	割合 (前回)	内容	回答数	割合 (前回)
テレビ②	328	35.9% (41.2%)	ラジオ	19	2.1% (2.3%)
緊急情報メール (携帯電話) ①	357	39.1% (36.9%)	登録型メール (防災情報メール)⑤	26	2.8% (0.7%)
インターネット③	141	15.4% (11.8%)	防災行政無線	8	0.9% (2.3%)
防災ラジオ④	31	3.4% (4.2%)	その他	4	0.4% (0.7%)



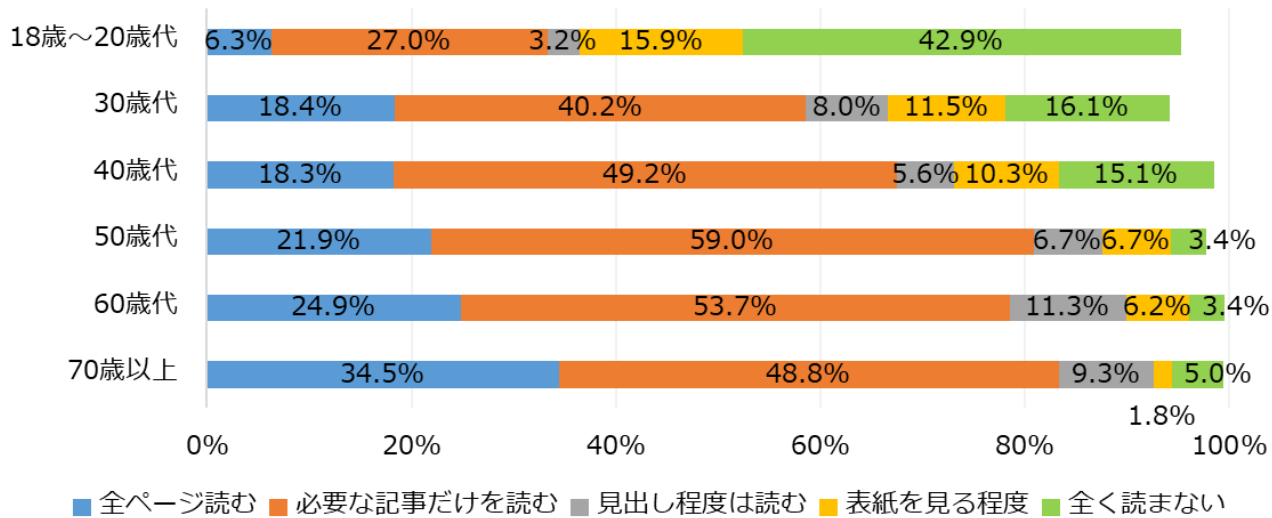
《広報紙「広報高松」について》

問9(1) 「広報高松」をどの程度読むか



内容	回答数	割合(前回)
全ページ読む	223	24.4%(23.9%)
必要な記事だけを読む	452	49.5%(52.9%)
見出し程度は読む	75	8.2%(10.0%)
表紙を見る程度	61	6.7%(5.4%)
全く読まない	86	9.4%(6.2%)
「広報高松」が届かない	17	1.9%(1.6%)

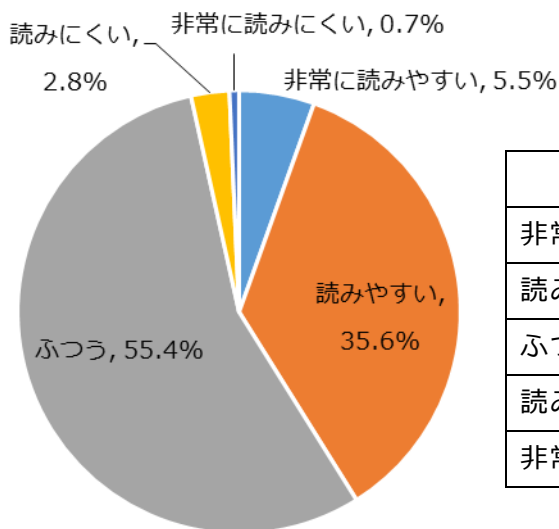
【年代別割合】



問 9 (2) 「広報高松」の印象

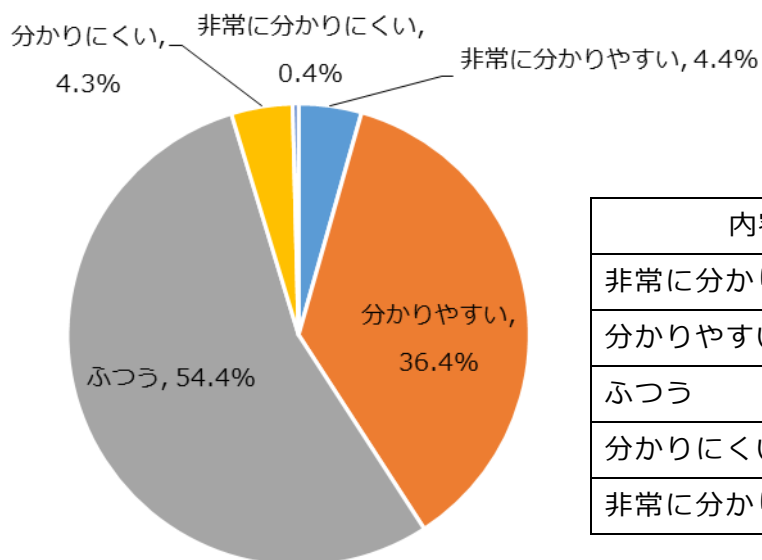
(問 9 (1) で「全ページ読む」、「必要な記事だけを読む」、「見出し程度は読む」を選んだ方が対象)

① 【紙面全体】 (N=745)



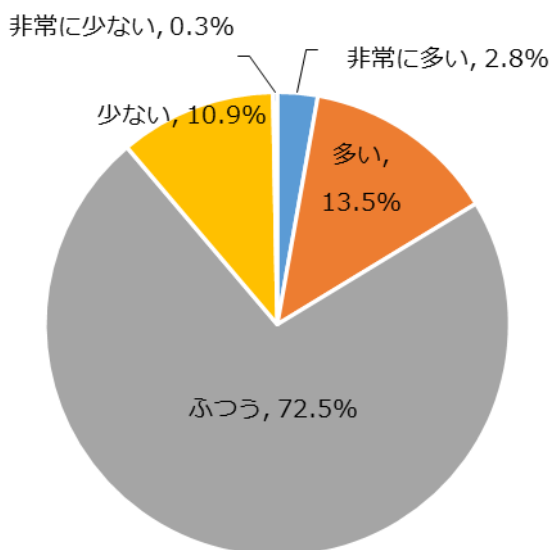
内容	回答数	割合 (前回)
非常に読みやすい	41	5.5%(6.8%)
読みやすい	265	35.6%(36.9%)
ふつう	413	55.4%(50.3%)
読みにくい	21	2.8%(5.4%)
非常に読みにくい	5	0.7%(0.6%)

② 【内 容】 (N=744)



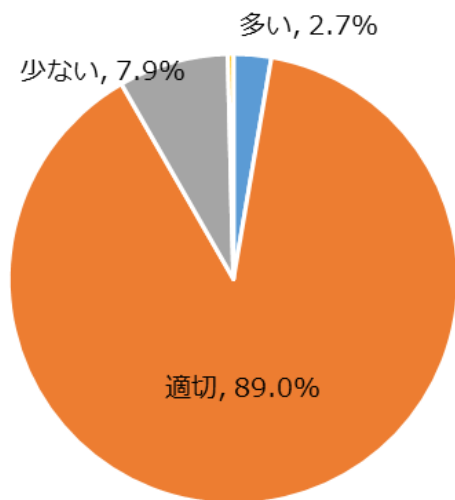
内容	回答数	割合 (前回)
非常に分かりやすい	33	4.4% (3.7%)
分かりやすい	271	36.4% (37.9%)
ふつう	405	54.4% (53.4%)
分かりにくい	32	4.3% (4.7%)
非常に分かりにくい	3	0.4% (0.4%)

③ 【情報量】 (N=743)



内容	回答数	割合 (前回)
非常に多い	21	2.8% (1.0%)
多い	100	13.5% (12.5%)
ふつう	539	72.5% (70.8%)
少ない	81	10.9% (15.2%)
非常に少ない	2	0.3% (0.4%)

④ 【発行回数】 (N=738)



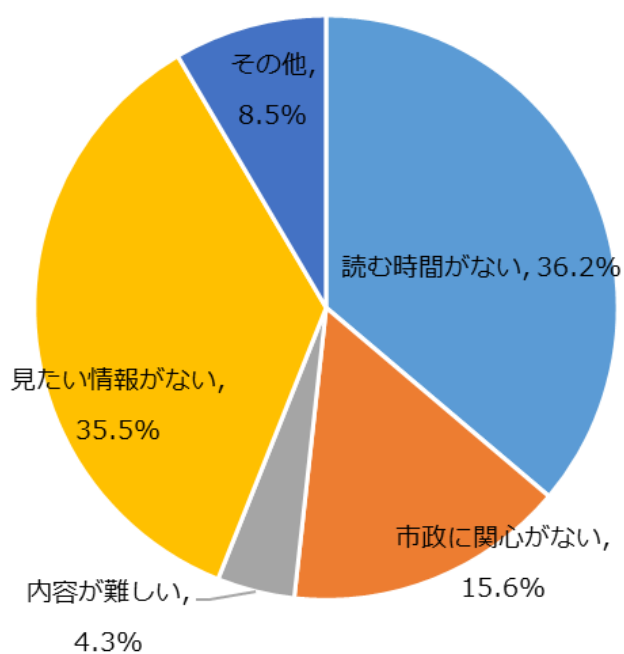
発行回数	回答数	割合
多い	20	2.7%
適切	657	89.0%
少ない	58	7.9%
その他	3	0.4%

問 9 (3) 「広報高松」を読まない理由

(問 9 (1) で「表紙を見る程度」、「全く読まない」を選んだ方が対象)
(N=141)

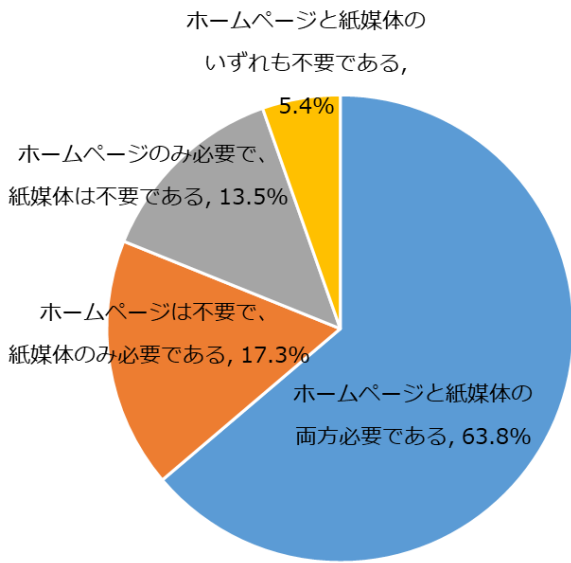
内容	回答数	割合 (前回)
読む時間がない	51	36.2% (40.6%)
市政に関心がない	22	15.6% (17.2%)
内容が難しい	6	4.3% (3.1%)
見たい情報がない	50	35.5% (26.6%)
その他※	12	8.5% (12.5%)

※その他の意見：紙媒体を見ない、読むのが面倒など



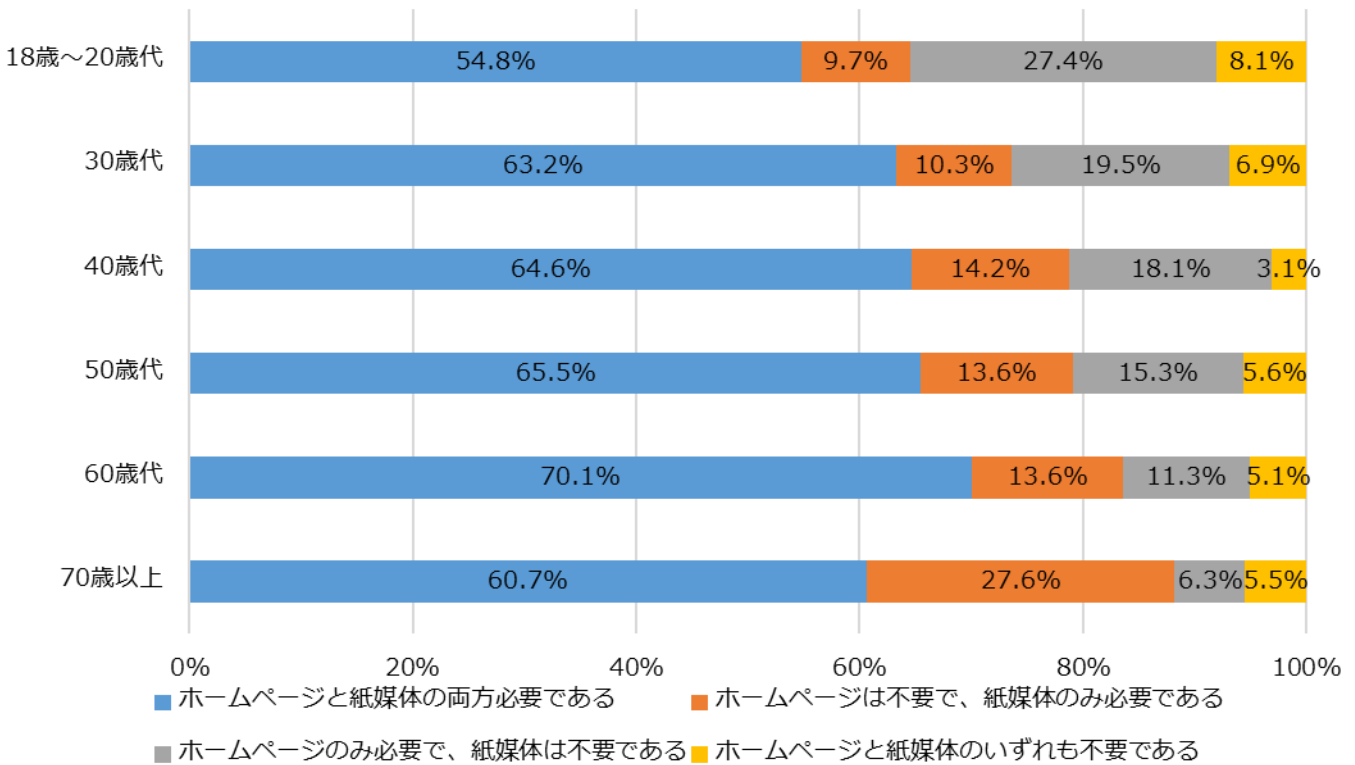
問 1 0 「広報高松」（紙媒体）の必要性

(N=905)



内容	回答数	割合（前回）
ホームページと紙媒体の両方必要である	577	63.8% (61.6%)
ホームページは不要で、紙媒体のみ必要である	157	17.3% (20.1%)
ホームページのみ必要で、紙媒体は不要である	122	13.5% (14.8%)
ホームページと紙媒体のいずれも不要である	49	5.4% (3.5%)

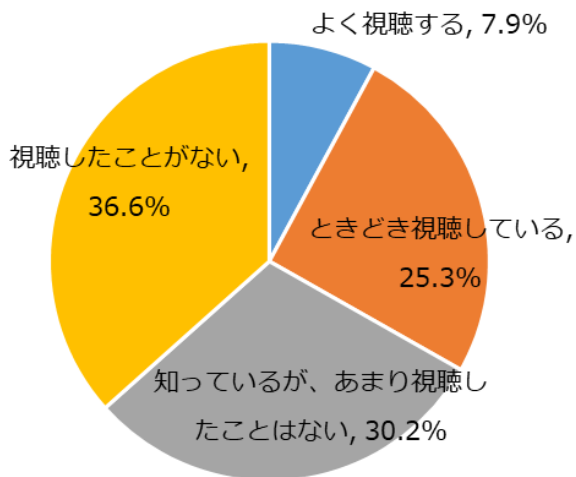
【年代別割合】



《テレビ・ラジオ広報番組について》

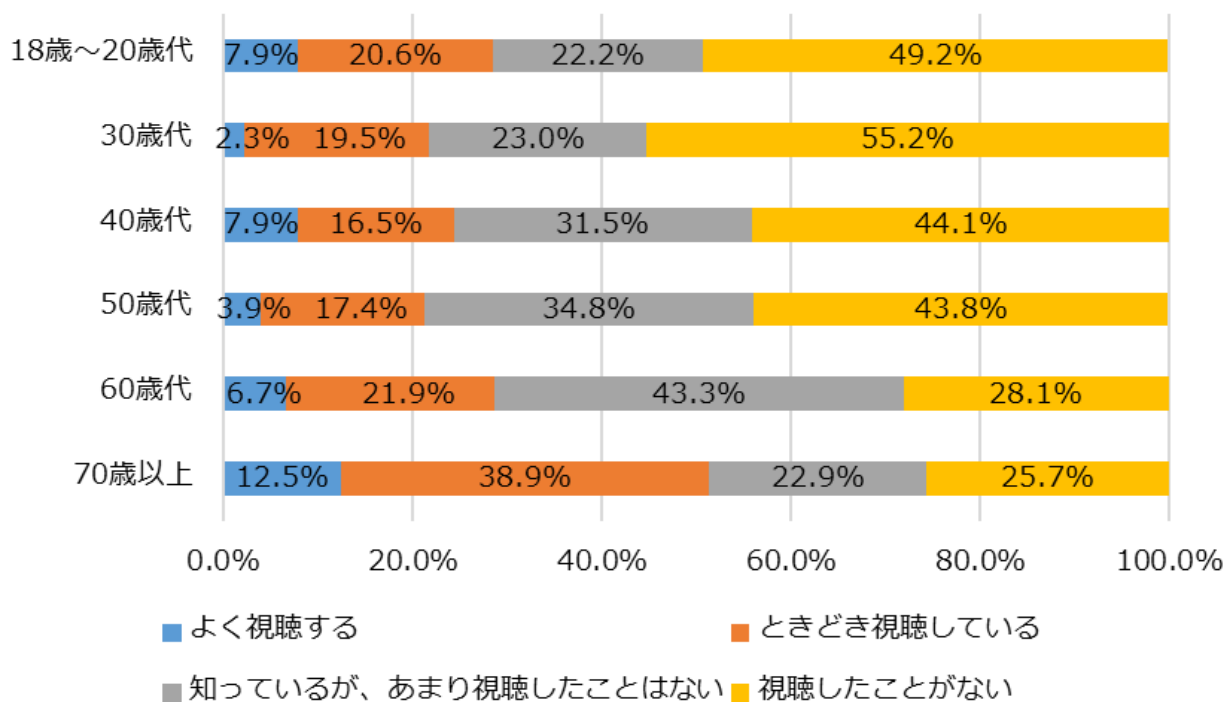
問 11 本市のテレビ・ラジオ広報番組の視聴頻度

(N=924)



視聴頻度	回答数	割合 (前回)
よく視聴する	73	7.9% (7.6%)
ときどき視聴している	234	25.3% (22.9%)
知っているが、あまり視聴したことはない	279	30.2% (23.9%)
視聴したことがない	338	36.6% (45.6%)

【年代別割合】

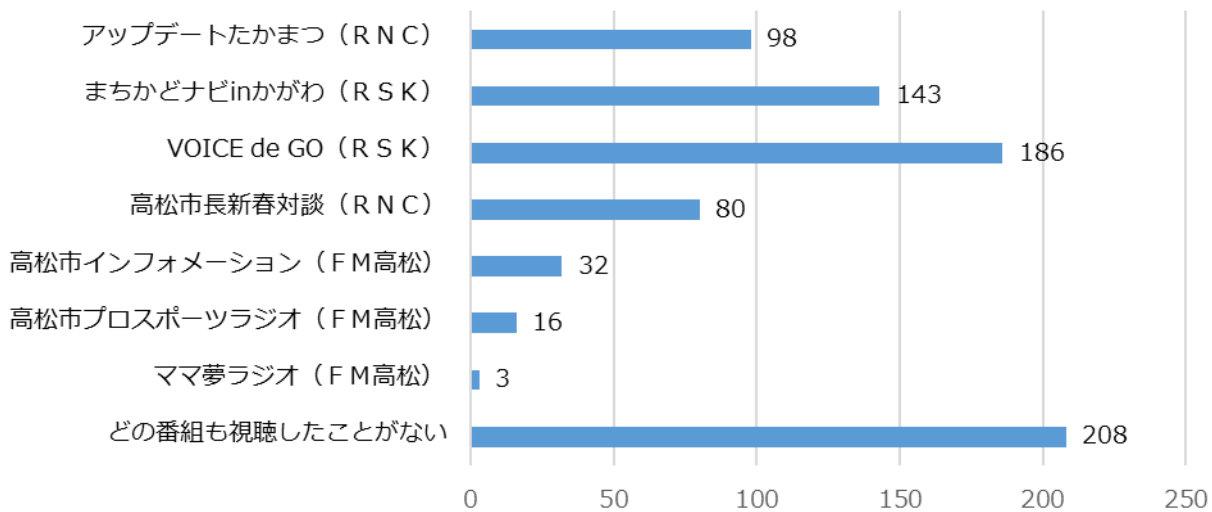


問 12 視聴したことがある番組（複数回答）

（問 11 で「視聴したことがない」以外を選んだ方が対象）

（N=563）※上位 5 項目について①～⑤と表記しています

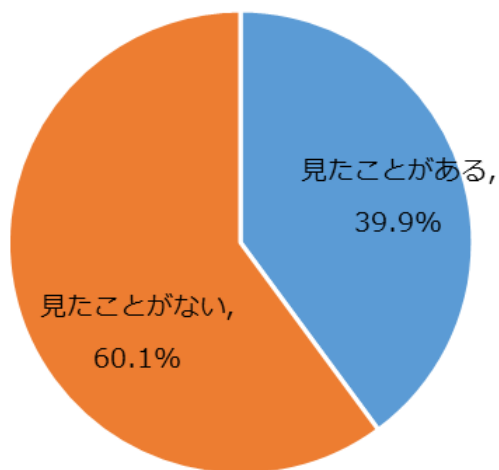
内容	回答数	割合 (前回)	内容	回答数	割合 (前回)
アップデートたかまつ (RNC) ④	98	17.4% (38.5%)	まちかどナビ in かがわ (RSK) ③	143	25.4% (-)
VOICE de GO (RSK) ②	186	33.0% (-)	高松市長新春対談 (RNC) ⑤	80	14.2% (-)
高松市インフォメーション (FM高松)	32	5.7% (9.7%)	高松市プロスポーツラジオ (FM高松)	16	2.8% (5.2%)
ママ夢ラジオ (FM高松)	3	0.5% (-)	どの番組も視聴したことが ない①	208	36.9% (27.8%)



« 高松市公式ホームページ「もっと高松」について »

問 13 市公式ホームページ「もっと高松」を見たことがあるか

(N=912)

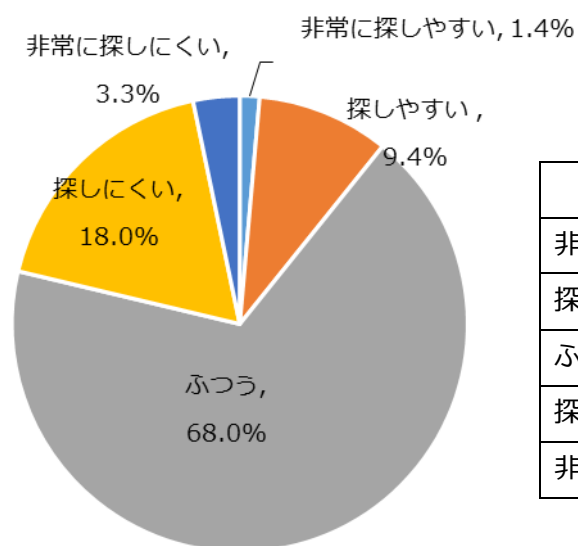


内容	回答数	割合 (前回)
見たことがある	364	39.9% (53.4%)
見たことがない	548	60.1% (46.6%)

問 14 市公式ホームページ「もっと高松」の印象

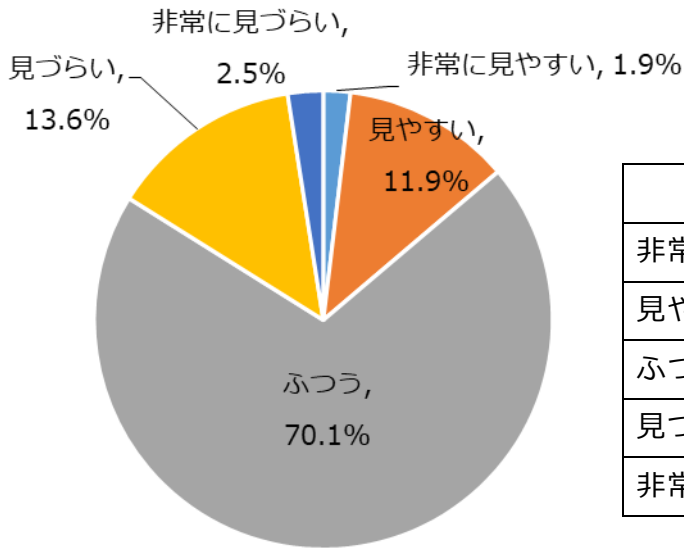
(問 13 で「見たことがある」を選んだ方が対象)

【目的のページの探しやすさ】 (N=362)



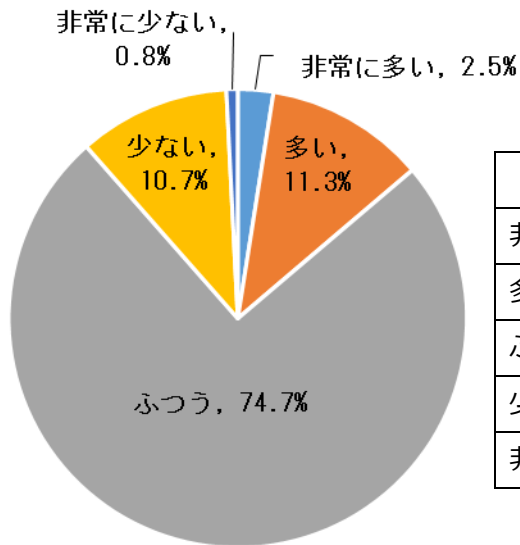
内容	回答数	割合 (前回)
非常に探しやすい	5	1.4% (2.6%)
探しやすい	34	9.4% (9.7%)
ふつう	246	68.0% (52.0%)
探しにくい	65	18.0% (31.6%)
非常に探しにくい	12	3.3% (4.1%)

【レイアウト・デザイン】 (N=361)



内容	回答数	割合 (前回)
非常に見やすい	7	1.9% (0.5%)
見やすい	43	11.9% (11.7%)
ふつう	253	70.1% (62.8%)
見づらい	49	13.6% (21.4%)
非常に見づらい	9	2.5% (3.6%)

【情報量】 (N=363)



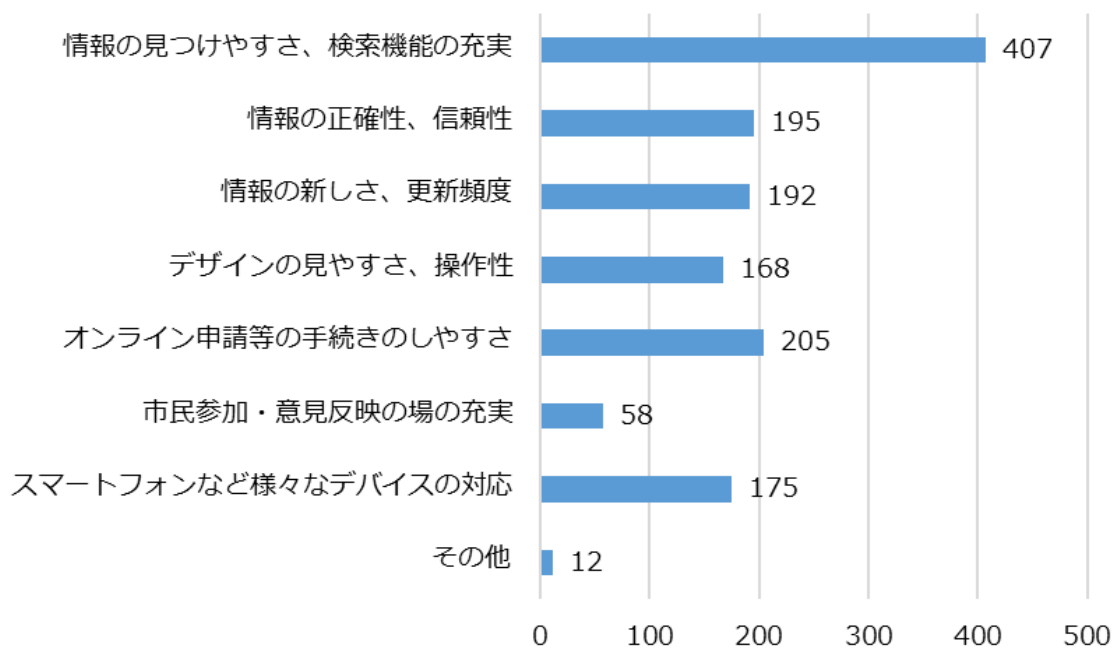
内容	回答数	割合 (前回)
非常に多い	9	2.5% (0.5%)
多い	41	11.3% (9.2%)
ふつう	271	74.7% (71.9%)
少ない	39	10.7% (16.3%)
非常に少ない	3	0.8% (2.0%)

問 16 リニューアル後の市公式ホームページにおいて特に重視する点（複数回答）

(N=625) ※上位5項目について①～⑤と表記しています

ホームページで特に重視する点	回答数	割合
情報の見つけやすさ、検索機能の充実①	407	65.1%
情報の正確性、信頼性③	195	31.2%
情報の新しさ、更新頻度④	192	30.7%
デザインの見やすさ、操作性	168	26.9%
オンライン申請等の手続きのしやすさ②	205	32.8%
市民参加・意見反映の場の充実	58	9.3%
スマートフォンなど様々なデバイスの対応⑤	175	28.0%
その他※	12	1.9%

※その他の意見：リンク切れをなくす、SNS との連携など



《動画配信サイト「高松ムービーチャンネル」について》

問 17 「高松ムービーチャンネル」の閲覧頻度

(N=898)

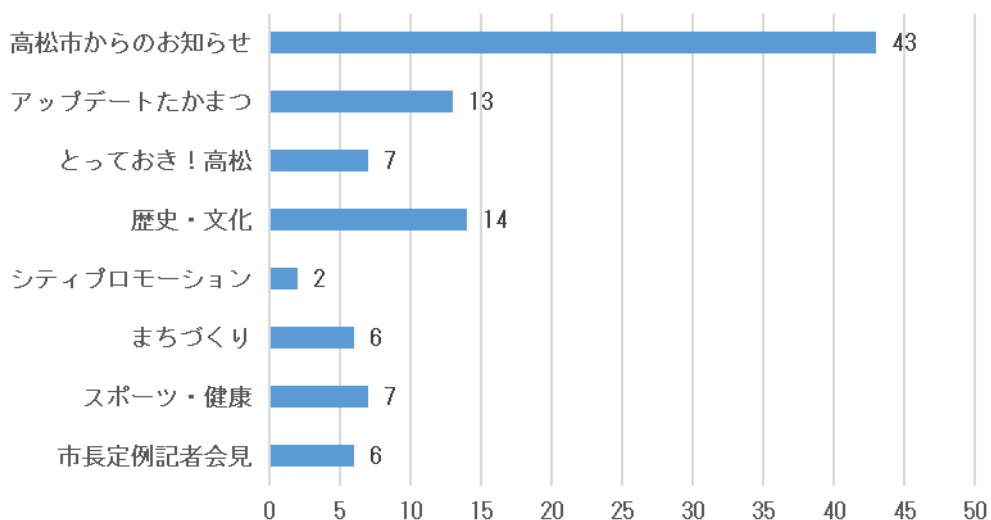
閲覧頻度	回答数	割合 (前回)
よく見ている	4	0.4% (0.5%)
ときどき見ている	30	3.3% (5.1%)
知っているが、あまり見たことはない	77	8.6% (15.7%)
見たことがない	787	87.6 (78.7%)

問 18 「高松ムービーチャンネル」の中でよく見る動画

(問 17 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=98) ※上位 5 項目について①~⑤と表記しています

内容	回答数	割合 (前回)	内容	回答数	割合 (前回)
高松市からのお知らせ①	43	43.9% (45.2%)	アップデートたかまつ③	13	13.3% (7.1%)
とっておき！高松④	7	7.1% (14.3%)	歴史・文化②	14	14.3% (16.7%)
シティプロモーション	2	2.0% (2.4%)	まちづくり	6	6.1% (2.4%)
スポーツ・健康④	7	7.1% (4.8%)	市長定例記者会見	6	6.1% (7.1%)



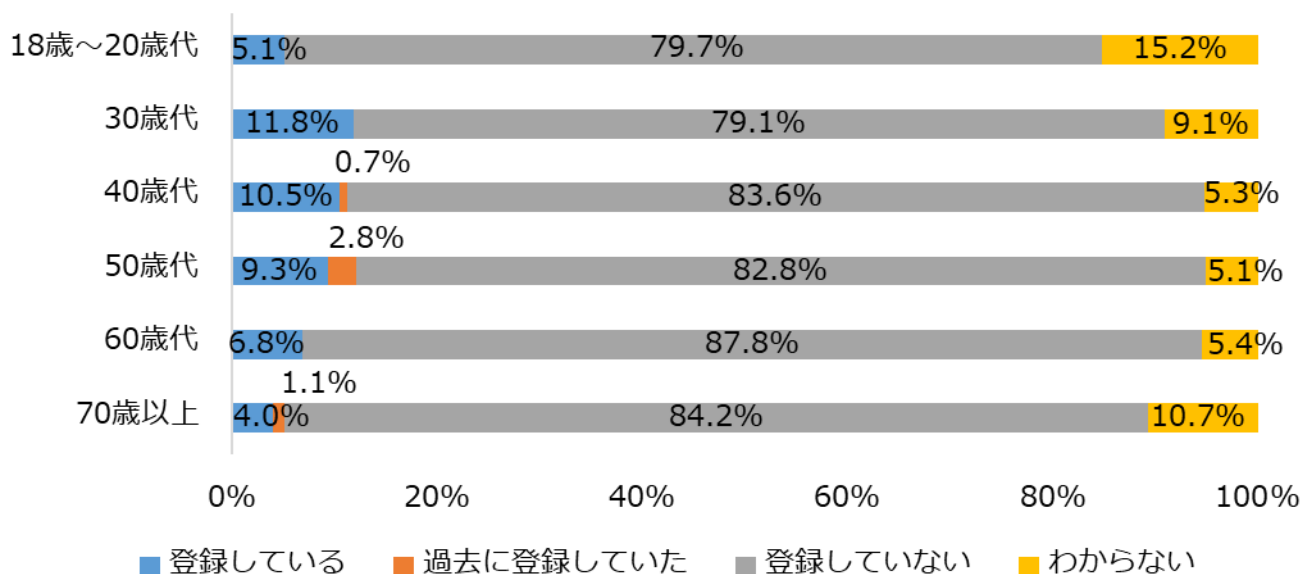
« 高松市公式 SNS について »

問 19 (1) 高松市公式 LINE を友達登録しているか

(N=893)

内容	回答数	割合
登録している	81	9.1%
過去に登録していた	11	1.2%
登録していない	710	79.5%
わからない	91	10.2%

【年代別割合】



問 19 (2) 問 19 (1) で「過去に登録していた」または「登録していない」を選んだ理由

(N=689)

登録していない理由	回答数	割合
存在を知らなかった	468	67.9%
必要性を感じない	188	27.3%
その他※	33	4.8%

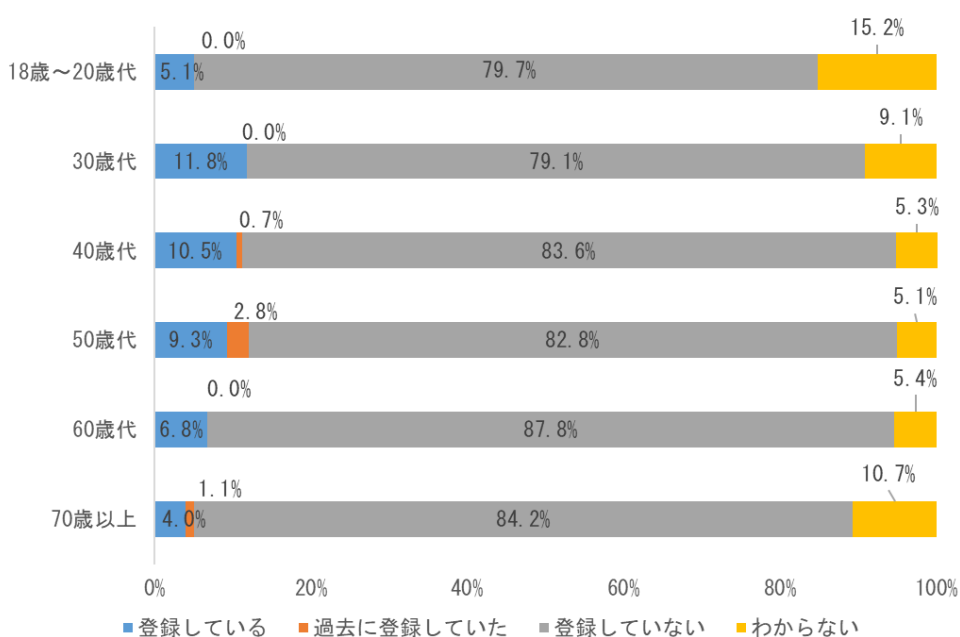
※その他の意見：友達を増やしたくない、どう役に立つのか分からないなど

問 20 高松市公式 X をフォローしているか

(N=915)

内容	回答数	割合
フォローしている	22	2.4%
過去にフォローしていた	6	0.7%
フォローしていない	747	81.6%
わからない	140	15.3%

【年代別割合】



問 20 (2) 問 20 (1) で「過去にフォローしていた」または「フォローしていない」を選んだ理由

(N=738)

登録していない理由	回答数	割合
存在を知らなかった	413	56.0%
必要性を感じない	256	34.7%
その他※	69	9.3%

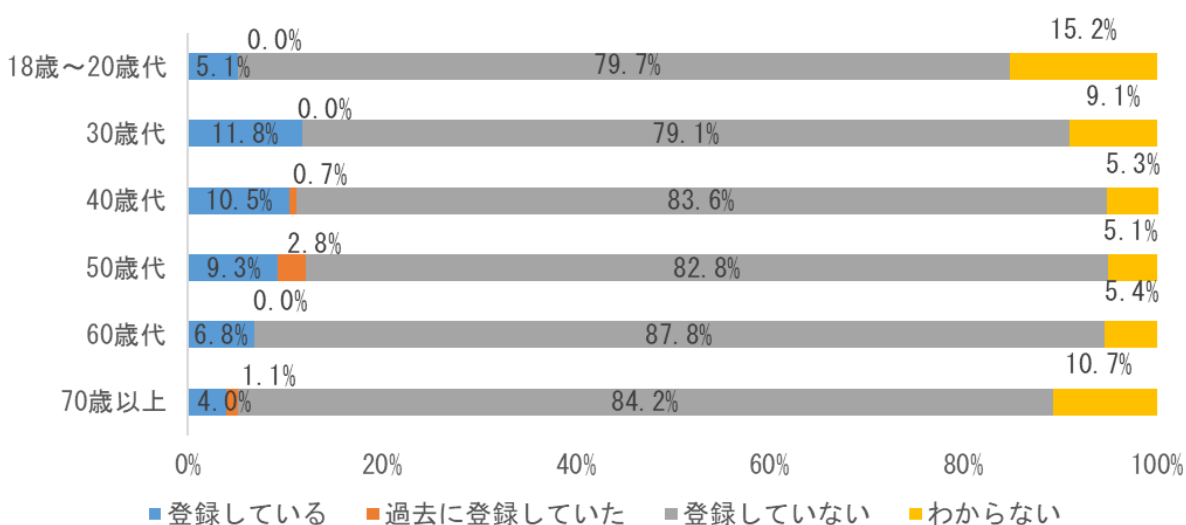
※その他の意見：X を使用していない

問 21 高松市公式 Instagram をフォローしているか

(N=904)

内容	回答数	割合
フォローしている	20	2.2%
過去にフォローしていた	6	0.7%
フォローしていない	756	83.6%
わからない	122	13.5%

【年代別割合】



問 2 1 (2) 問 2 1 (1) で「過去にフォローしていた」または「フォローしていない」を選んだ理由

(N=749)

登録していない理由	回答数	割合
存在を知らなかった	423	56.5%
必要性を感じない	278	37.1%
その他※	48	6.4%

※その他の意見：Instagram を使用していない

問 22 高松市が利用しているSNSからどのような情報が見たいか（複数回答）

(N=876)

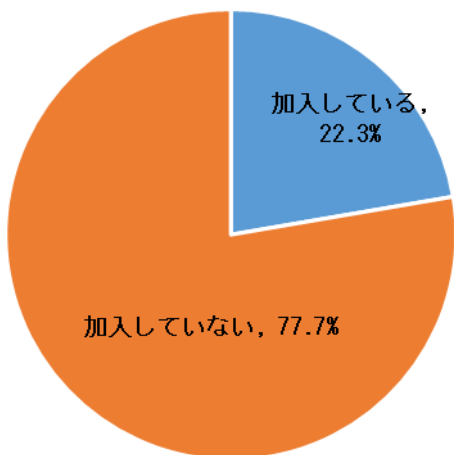
内容	回答数	割合 (前回)	内容	回答数	割合 (前回)
制度や施策④	240	27.4% (23.5%)	イベント①	477	54.5% (50.6%)
予算	20	2.3% (6.2%)	防災・減災②	321	36.6% (43.2%)
子育て	88	10.0% (17.3%)	健康・福祉③	255	29.1% (18.5%)
環境	32	3.7% (3.7%)	教育	30	3.4% (4.9%)
市議会	19	2.2% (6.2%)	地域コミュニティ	112	12.8% (12.3%)
消費者問題	41	4.7% (4.9%)	まちの話題や ニュース⑤	221	25.2% (24.7%)
市の計画や事業	89	10.2% (8.6%)	市の統計資料	8	0.9% (1.2%)
各種申請や事務手続方法	219	25.0% (7.4%)	観光	113	12.9% (11.1%)
歴史・文化に関する情報	51	5.8% (4.9%)	市の施設	58	6.6% (3.7%)
その他※	23	2.6% (2.5%)			

※その他の意見：災害時の避難所案内、給付金、救急医療など

《ケーブルテレビについて》

問 23 ケーブルテレビ加入の有無

(N=914)

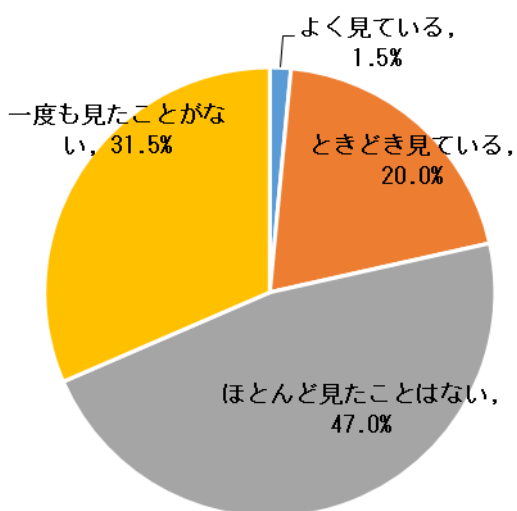


内容	回答数	割合(前回)
加入している	204	22.3% (20.0%)
加入していない	710	77.7% (80.0%)

問 24 ケーブルテレビで「いきいき・高松」や「とっておき高松」を見たことがあるか

(問 23 で「加入している」を選んだ方が対象)

(N=200)



内容	回答数	割合(前回)
よく見ている	3	1.5% (4.4%)
ときどき見ている	40	20.0% (32.7%)
ほとんど見たことはない	94	47.0% (36.3%)
一度も見たことがない	63	31.5% (26.5%)

4 集計結果の分析及び今後の対応

(1)情報収集方法

情報を得る媒体としては、「テレビ」、「Google、Yahoo!等の検索サイト」が圧倒的に多く、今後も広報活動においてこれら2媒体が主軸となる。

また「X、LINE等のSNS」も36.2%を占めており、SNSツールの中でもとりわけ「LINE」及び「YouTube」の使用率が高くなっている。今後SNSを通じた情報発信の更なる充実も必要である。

市政情報では、「イベント」、「健康・福祉」、「制度や施策」、「防災・減災」、「各種申請や事務手続方法」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、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。

(2)広報紙「広報高松」

市政に関する情報の入手元として、63.2%の人が広報高松を挙げており、また、インターネットが普及した現在でも、81.1%の人が紙媒体の広報紙を必要としていることから、広報高松は、本市の広報活動の主軸となる媒体として、更に内容を充実させる必要がある。

(3)テレビ・ラジオ広報番組

市政に関する情報の入手元として、62.9%の人がテレビを挙げている反面、本市の広報番組の認知度、定着度が低調であることから、今後とも、番組の告知を十分に行うとともに、より一層市民の興味を引くよう、番組内容や放送時間等を工夫した番組づくりを行っていく必要がある。

(4)高松市ホームページ「もっと高松」

ホームページについては60.1%の人が見たことがないと回答しており、令和9年度に予定しているホームページのリニューアルにおいて重視すべき点として65.1%の人が「情報の見つけやすさ、検索機能の充実」を選択していることから、今後リニューアル時には、求めている情報に辿り着きやすいよう工夫し、多くの人に利用してもらえるホームページを目指していく必要がある。

(5)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、87.6%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。今後、より市民の興味を引くような動画作成やSNS等を利用した周知を図っていく必要がある。

(6)高松市公式 SNS (LINE、X、Facebook、Instagram)

市政に関する情報の入手元として、11.7%の人が高松市公式 SNS から情報を入力しているが、各 SNS における登録及びフォローしていると回答した割合は10%未満であり、市民への認知が十分に進んでいない。市政情報やイベント情報など市民の関心がある情報を、よりタイムリーに発信していく必要がある。

また、SNS の中でも LINE の使用率が特に高くなっている為、今後、LINE での情報発信の強化を図るとともに、市公式 LINE の認知を進める取組や、登録者数の増加に向けて、有用性について更なる周知啓発を行う必要がある。

(7)ケーブルテレビ

ケーブルテレビ加入率は22.3%で、そのうち約31.5%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も見直しが必要である。