

**令和元年度
広報活動アンケート調査結果報告書**

令和2年2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	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	20
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、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

- ・ 広報活動について
- ・ 広報たかまつについて
- ・ テレビ、ラジオ広報番組について
- ・ SNS 広報について
- ・ 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

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（令和元年7月1日現在）から無作為抽出

(5) 調査期間

令和元年8月9日（金）～9月30日（月）

(6) 調査方法

郵送配布、郵送回収

(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14回目となる。

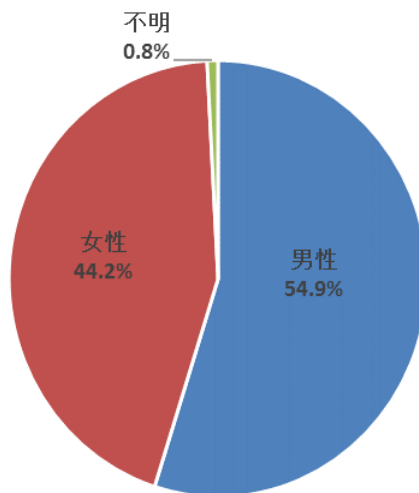
2 アンケート回収状況

回収数

配布数	回収数	回収率
2, 0 0 0	7 1 2	3 5 . 6 % (前回平成 2 8 年度実績 3 3 . 8 %)

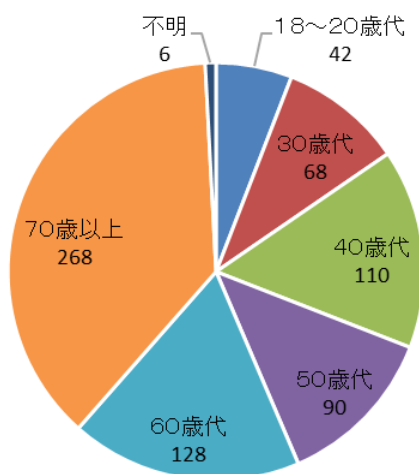
回答者の属性

【性 別】



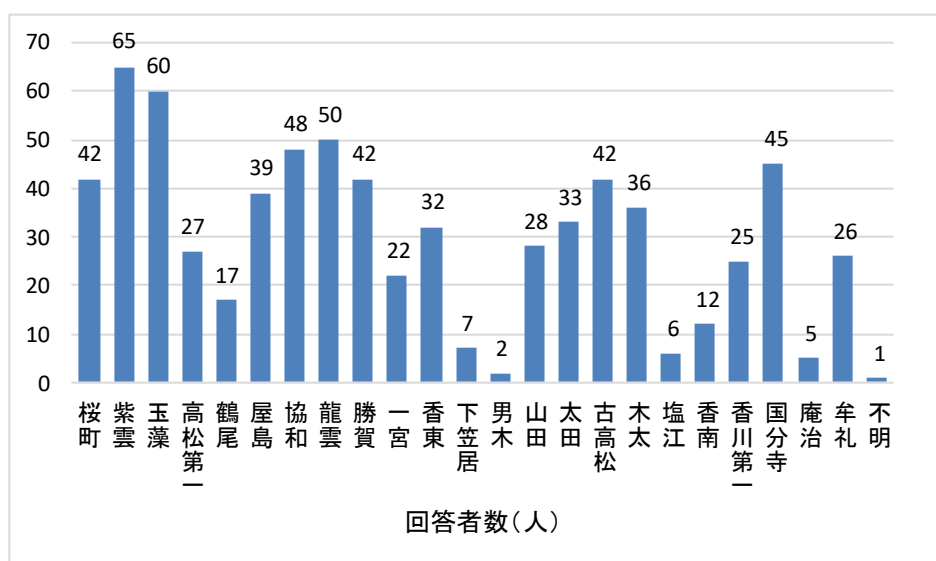
	人数	構成比
男性	391	54.9%
女性	315	44.2%
不明	6	0.8%
計	712	100.0%

【年齢別】



	人数	構成比
18~20歳代	42	5.9%
30歳代	68	9.6%
40歳代	110	15.4%
50歳代	90	12.6%
60歳代	128	18.0%
70歳以上	268	37.6%
不明	6	0.8%
計	712	100.0%

【中学校区別】

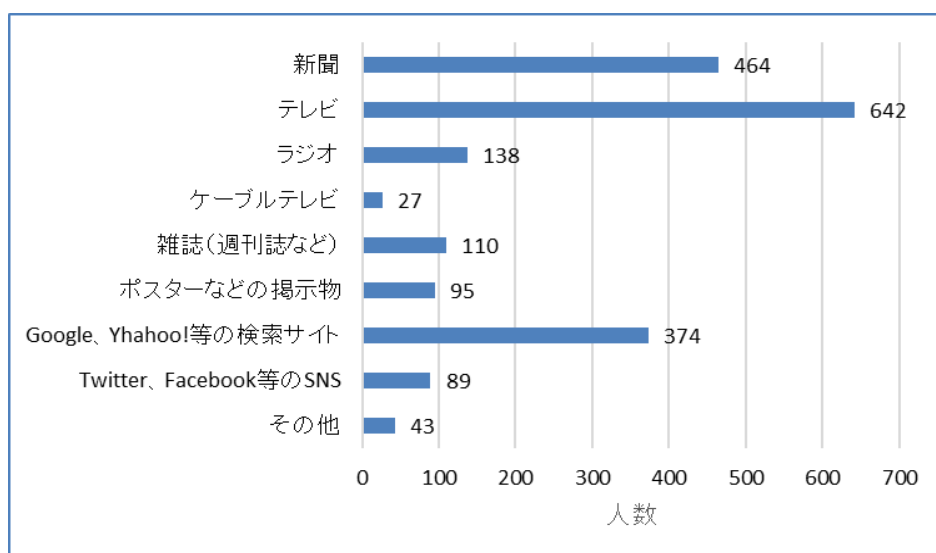


3 調査結果

《広報活動について》

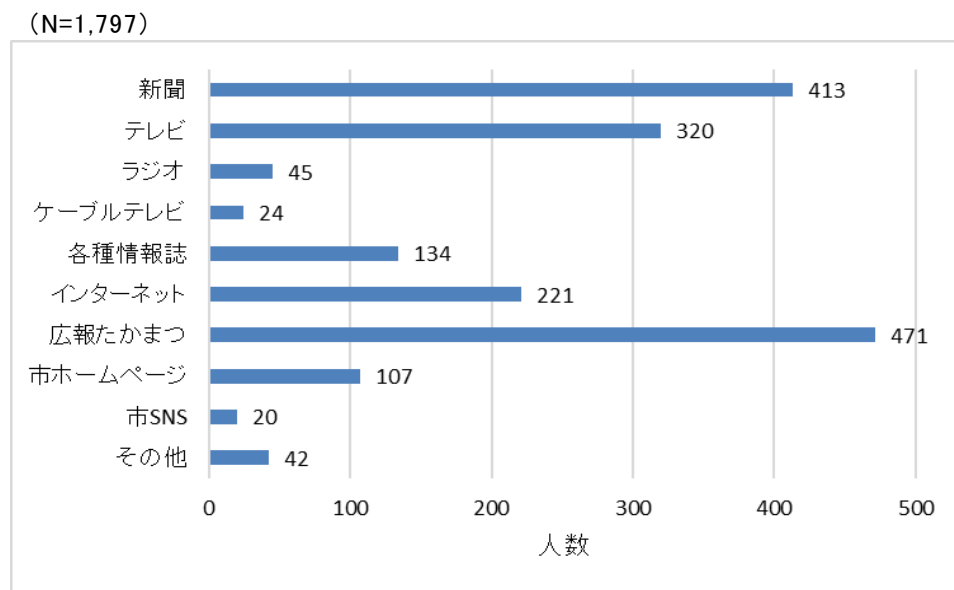
問1 日常生活に関する様々な情報を、どのような媒体から入手しているか。(複数回答)

(N=1,982)



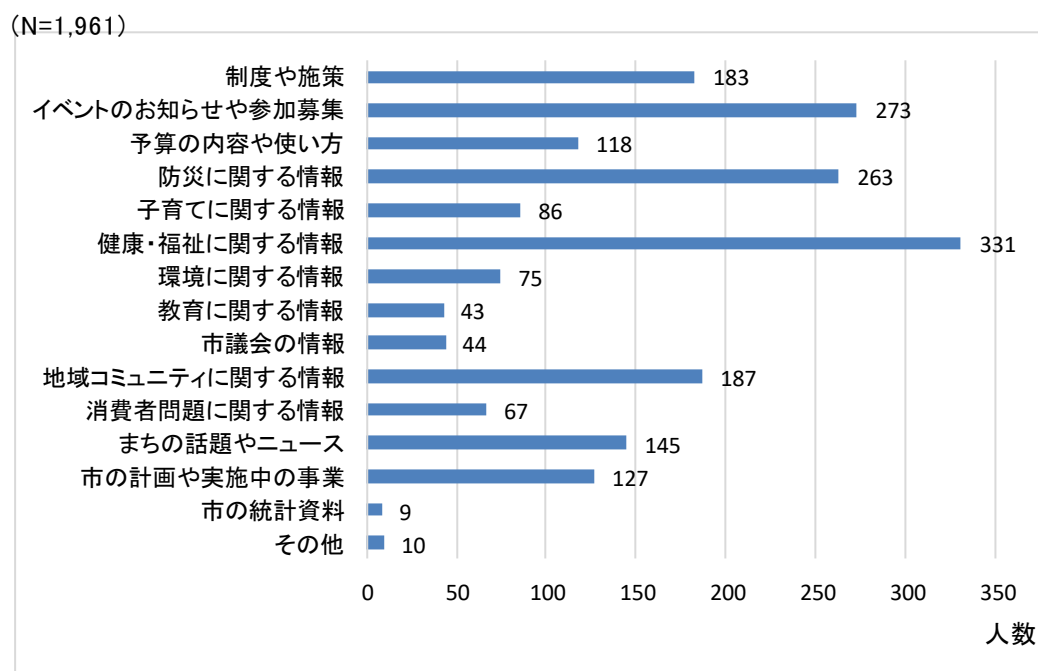
媒 体	人 数	割 合	媒 体	人 数	割 合
新 聞	464	65.6%	ポスター等掲示物	95	13.4%
テレビ	642	90.8%	Google、Yahoo!等の検索サイト	374	52.9%
ラジオ	138	19.5%	Twitter、facebook等のSNS	89	12.6%
ケーブルテレビ	27	3.8%	その他	43	6.1%
雑 誌	110	15.6%			

問2 市の施策や制度等の情報を主に何から得るか(複数回答)



媒 体	人 数	割 合	媒 体	人 数	割 合
新聞	413	58.8%	インターネット	221	31.5%
テレビ	320	45.6%	広報たかまつ	471	67.1%
ラジオ	45	6.4%	市ホームページ	107	15.2%
ケーブルテレビ	24	3.4%	市SNS	20	2.8%
各種情報誌	134	19.1%	その他	42	6.0%

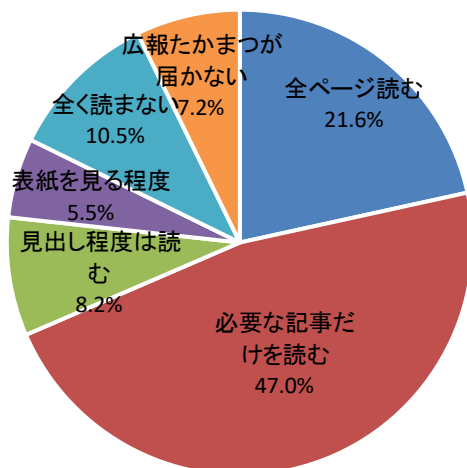
問3 市政で知りたいと思っていること(複数回答)



内 容	人 数	割 合	内 容	人 数	割 合
制度や施策	183	26.5%	市議会の情報	44	6.4%
イベントのお知らせや参加募集	273	39.5%	地域コミュニティに関する情報	187	27.1%
予算内容と使い方	118	17.1%	消費者問題に関する情報	67	9.7%
防災に関する情報	263	38.1%	まちの話題やニュース	145	21.0%
子育てに関する情報	86	12.4%	市の計画や実施中の事業	127	18.4%
健康・福祉に関する情報	331	47.9%	市の統計資料	9	1.3%
環境に関する情報	75	10.9%	その他	10	1.4%
教育に関する情報	43	6.2%			

《広報たかまつについて》

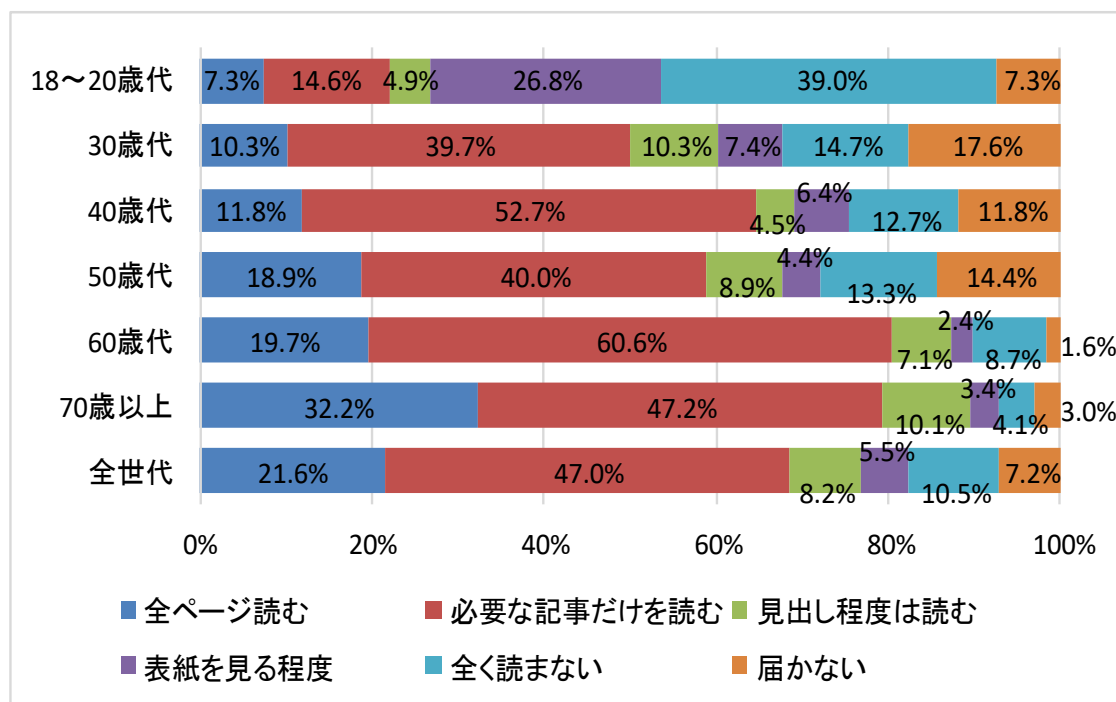
問4(1)「広報たかまつ」をどの程度読むか



(N=705)

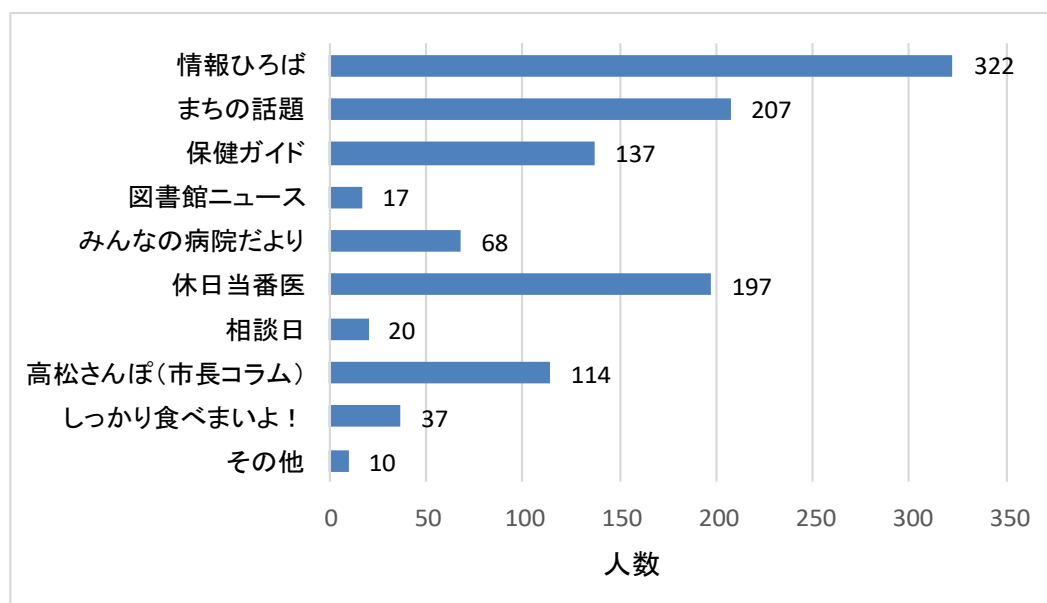
読む程度	人 数	割 合
全ページ	152	21.6%
必要な記事だけ	331	47.0%
見出し程度	58	8.2%
表紙を見る程度	39	5.5%
全く読まない	74	10.5%
届かない	51	7.2%

【年代別割合】



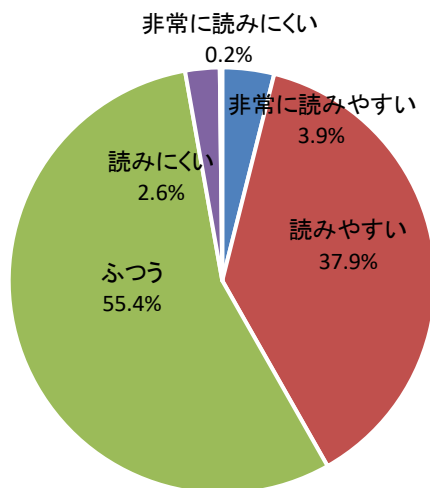
問4(2)「広報たかまつ」でよく読むコーナー(複数回答)

(N=1,482)



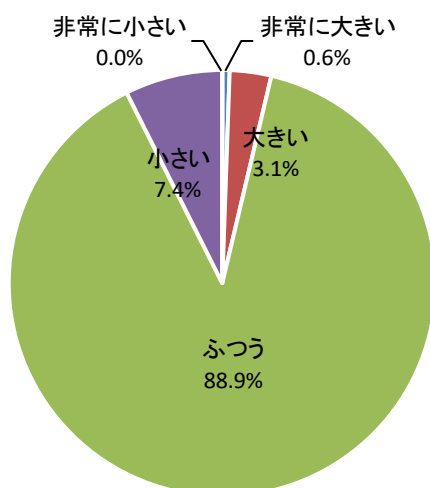
問4(3)「広報たかまつ」の印象

【紙面全体】(N=536)



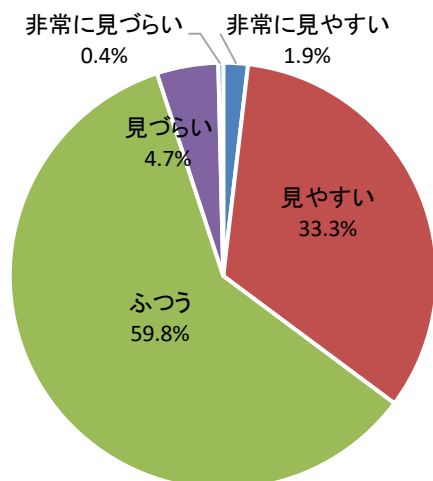
内 容	人 数	割合
非常に読みやすい	21	3.9%
読みやすい	203	37.9%
ふつう	297	55.4%
読みにくい	14	2.6%
非常に読みにくい	1	0.2%

【文字の大きさ】(N=541)



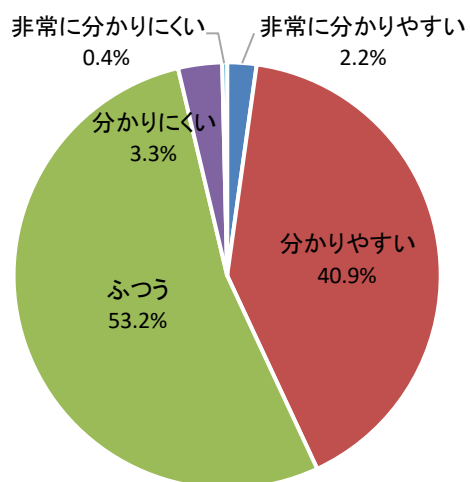
内 容	人 数	割合
非常に大きい	3	0.6%
大きい	17	3.1%
ふつう	481	88.9%
小さい	40	7.4%
非常に小さい	0	0.0%

【レイアウト・デザイン】(N=537)



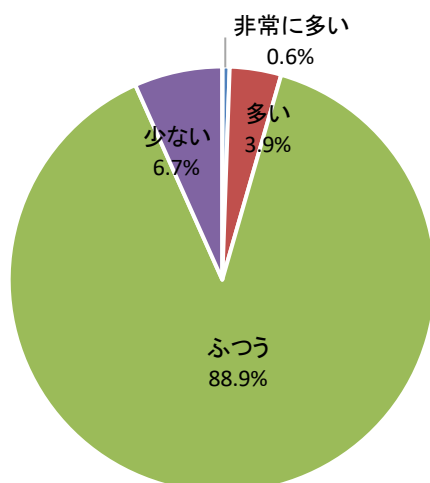
内 容	人 数	割合
非常に見やすい	10	1.9%
見やすい	179	33.3%
ふつう	321	59.8%
見づらい	25	4.7%
非常に見づらい	2	0.4%

【内 容】(N=541)



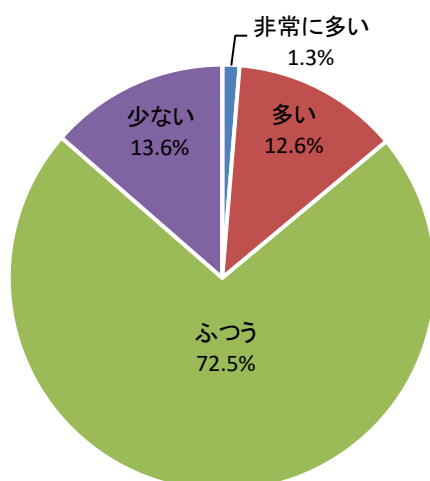
内 容	人 数	割合
非常に分かりやすい	12	2.2%
分かりやすい	221	40.9%
ふつう	288	53.2%
分かりにくい	18	3.3%
非常に分かりにくい	2	0.4%

【ページ数】(N=539)



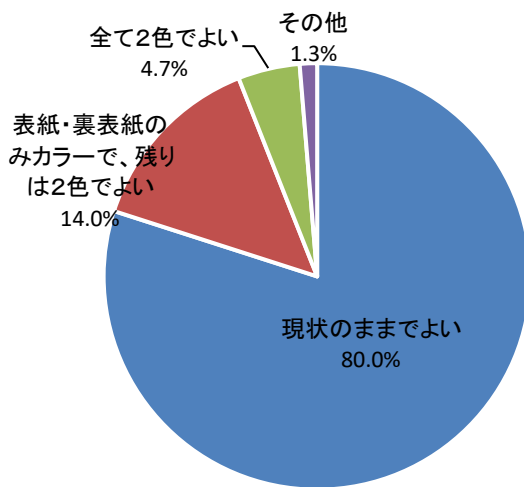
内 容	人 数	割合
非常に多い	3	0.6%
多い	21	3.9%
ふつう	479	88.9%
少ない	36	6.7%
非常に少ない	0	0.0%

【情報量】(N=539)



内 容	人 数	割合
非常に多い	7	1.3%
多い	68	12.6%
ふつう	390	72.5%
少ない	73	13.6%
非常に少ない	0	0.0%

【刷り色】(N=534)



内 容	人 数	割合
現状のままでよい	427	80.0%
表紙・裏表紙のみカラーで、残りは2色でよい	75	14.0%
全て2色でよい	25	4.7%
その他	7	1.3%

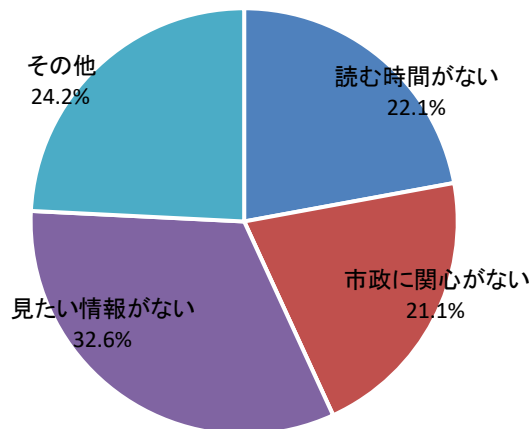
【「その他」の主な内容】

- ・コストが抑えられる刷り色なら何でもよい
- ・白黒でよい ・どうでもよい
- ・基本は白黒で必要な部分だけカラー

問4(4) 「広報たかまつ」を読まない理由

(問4(1)で、「表紙を見る程度」、「全く読まない」を選んだ方が対象)

(N=95)

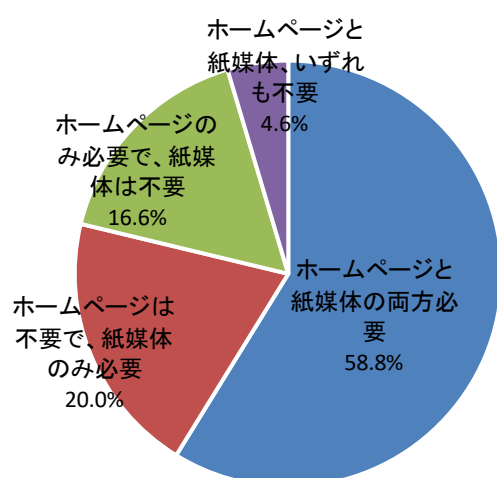


内 容	人 数	割合
読む時間がない	21	22.1%
市政に関心がない	20	21.1%
内容が難しい	0	0.0%
見たい情報がない	31	32.6%
その他	23	24.2%

【「その他」の主な内容】

- ・表紙に惹かれない
- ・ぱっと見て読んでみようと思わない
- ・見出しに惹かれない
- ・役に立つ情報がない
- ・紙面では読もうと思わない など

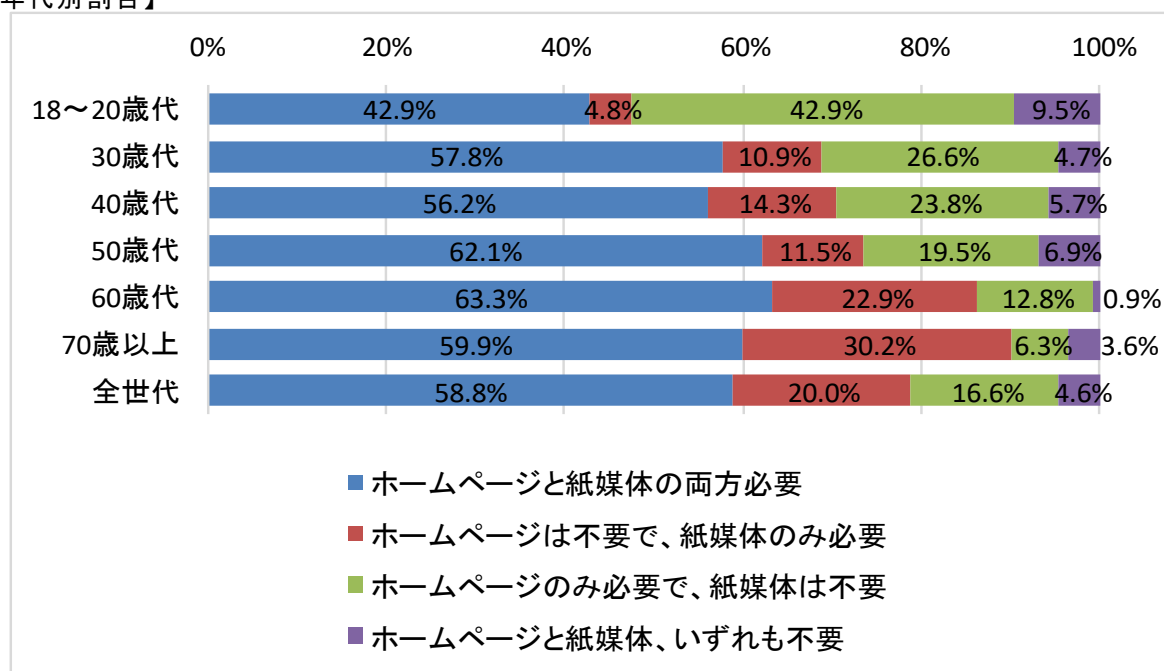
問5 「広報たかまつ」(紙媒体)の必要性



(N=631)

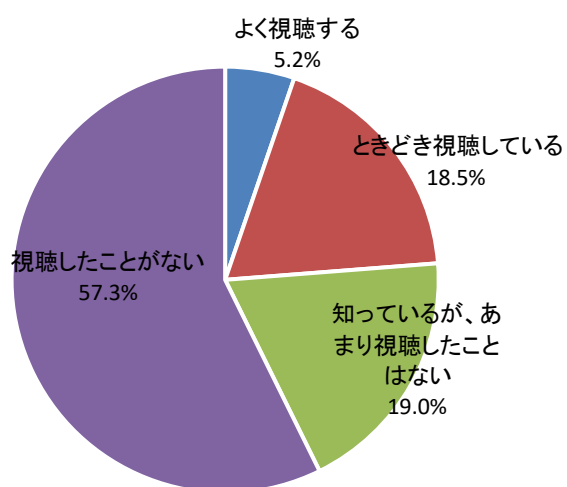
内 容	人 数	割合
ホームページと紙媒体の両方必要	371	58.8%
ホームページは不要で、紙媒体のみ必要	126	20.0%
ホームページのみ必要で、紙媒体は不要	105	16.6%
ホームページと紙媒体、いずれも不要	29	4.6%

【年代別割合】



《テレビ・ラジオ広報番組について》

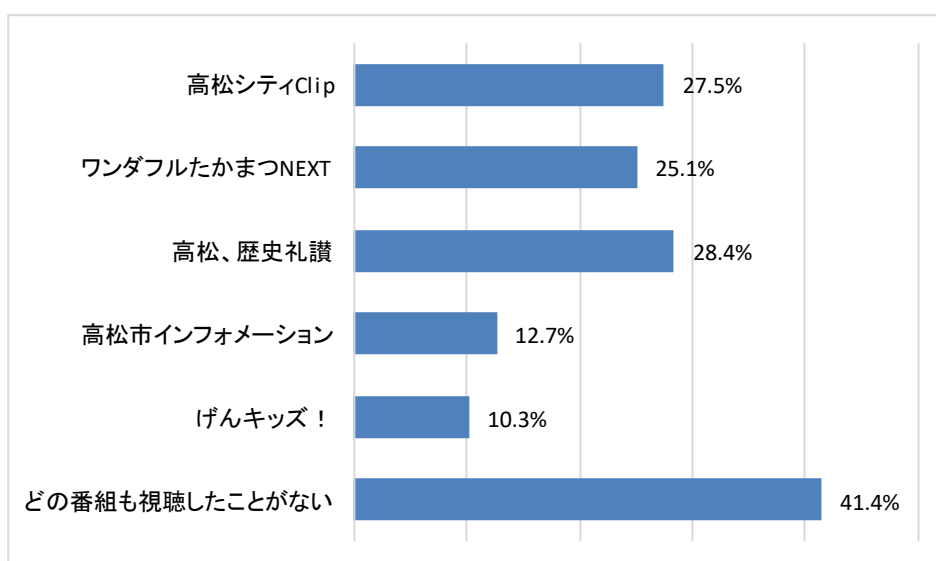
問6 テレビ・ラジオによる市政広報番組をどの程度視聴しているか



(N=686)

内 容	人 数	割合
よく視聴する	36	5.2%
ときどき視聴している	127	18.5%
知っているが、あまり視聴したことはない	130	19.0%
視聴したことがない	393	57.3%

問7 視聴したことがある番組（複数回答）

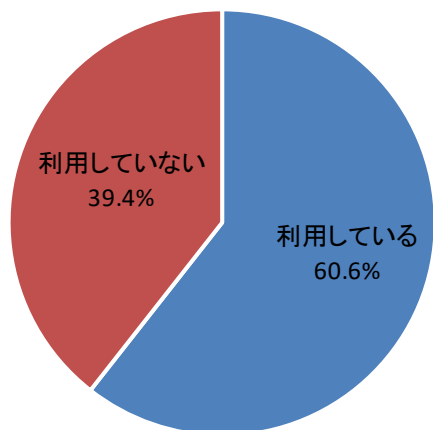


(N=331)

内 容	人 数	割合
高松シティ Clip	91	27.5%
ワンダフルたかまつ NEXT	83	25.1%
高松、歴史礼讃	94	28.4%
高松市インフォメーション	42	12.7%
げんキッズ！	34	10.3%
どの番組も視聴したことがない	137	41.4%

《高松市ホームページ「もっと高松」及び SNS 広報について》

問8 インターネット利用の有無

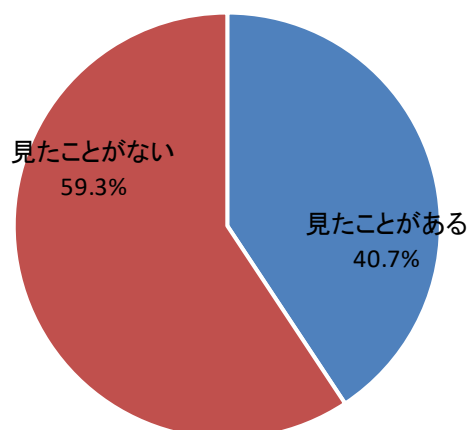


(N=685)

内 容	人 数	割合
利用している	415	60.6%
利用していない	270	39.4%

問9 ホームページ「もっと高松」を見たことがあるか

(問8でインターネットを利用していると回答した方が対象)

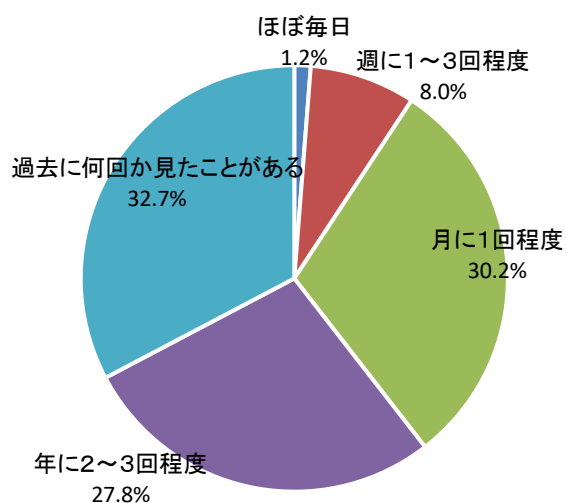


(N=403)

内 容	人 数	割合
見たことがある	164	40.7%
見たことがない	239	59.3%

問10 ホームページ「もっと高松」の閲覧頻度

(問9で「もっと高松」を見たことがあると回答した方が対象)

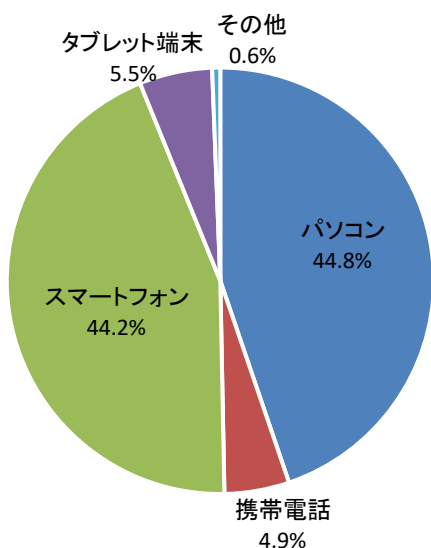


(N=162)

内 容	人 数	割合
ほぼ毎日	2	1.2%
週に1～3回程度	13	8.0%
月に1回程度	49	30.2%
年に2～3回程度	45	27.8%
過去に何回か見たことがある	53	32.7%

問11 ホームページ「もっと高松」を閲覧する際に利用する機器

(問9で「もっと高松」を見たことがあると回答した方が対象)



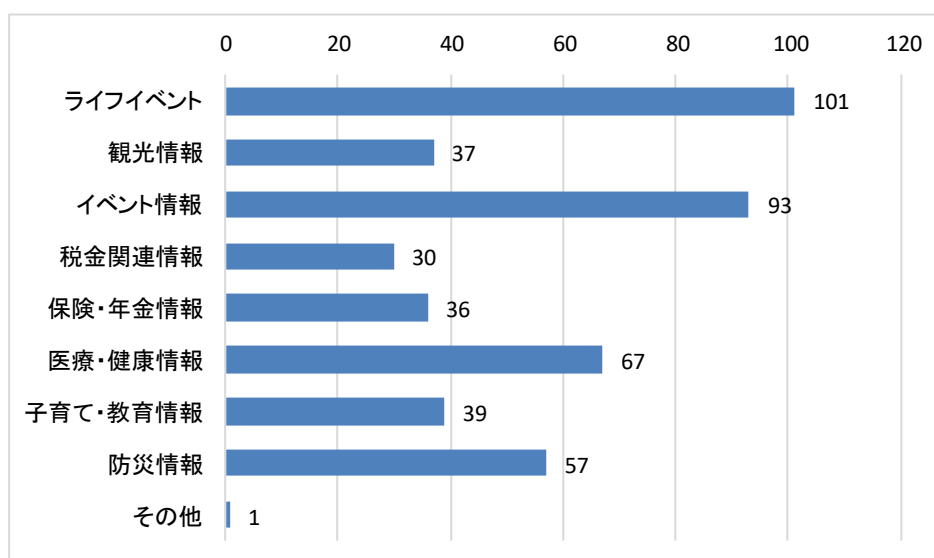
(N=163)

内 容	人 数	割合
パソコン	73	44.8%
携帯電話	8	4.9%
スマートフォン	72	44.2%
タブレット端末	9	5.5%
その他	1	0.6%

【「その他」の内容】
・インターネットカフェ

問12 ホームページ「もっと高松」で充実してほしい内容（複数回答）

（問9で「もっと高松」を見たことがあると回答した方が対象）



（N=461）

内 容	人 数	割合
ライフイベント	101	62.0%
観光情報	37	22.7%
イベント情報	93	57.1%
税金関連情報	30	18.4%
保険・年金情報	36	22.1%
医療・健康情報	67	41.1%
子育て・教育情報	39	23.9%
防災情報	57	35.0%
その他	1	0.6%

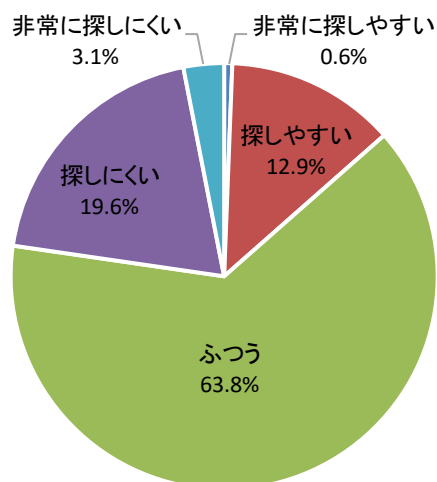
【「その他」の内容】

・スマートフォンによる情報発信に関する情報

問13 ホームページ「もっと高松」の印象

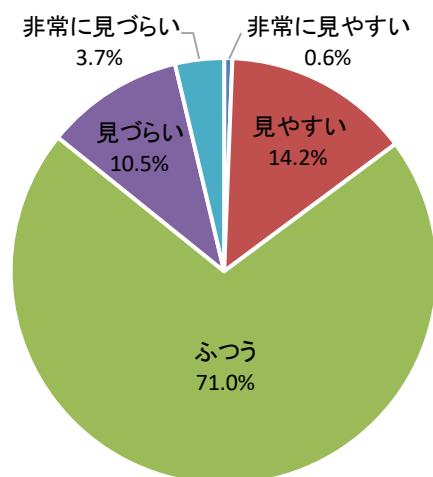
(問9で「もっと高松」を見たことがあると回答した方が対象)

【目的のページの探しやすさ】(N=163)



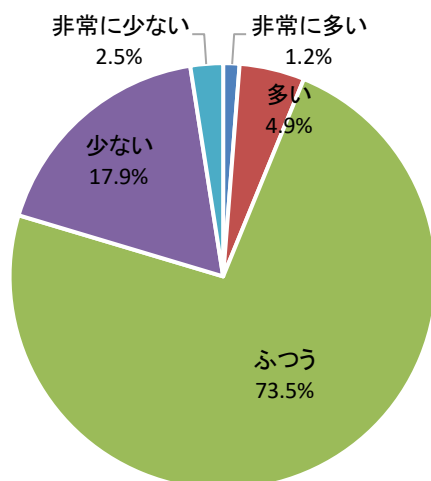
内 容	人 数	割合
非常に探しやすい	1	0.6%
探しやすい	21	12.9%
ふつう	104	63.8%
探しにくい	32	19.6%
非常に探しにくい	5	3.1%

【レイアウト・デザイン】(N=162)



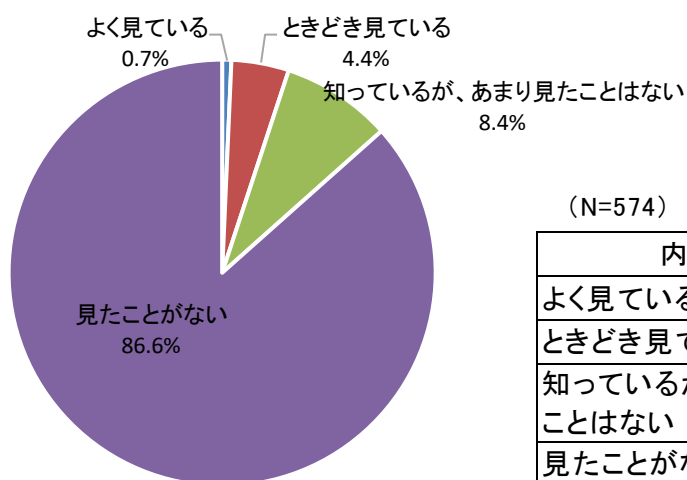
内 容	人 数	割合
非常に見やすい	1	0.6%
見やすい	23	14.2%
ふつう	115	71.0%
見づらい	17	10.5%
非常に見づらい	6	3.7%

【情報量】(N=162)



内 容	人 数	割合
非常に多い	2	1.2%
多い	8	4.9%
ふつう	119	73.5%
少ない	29	17.9%
非常に少ない	4	2.5%

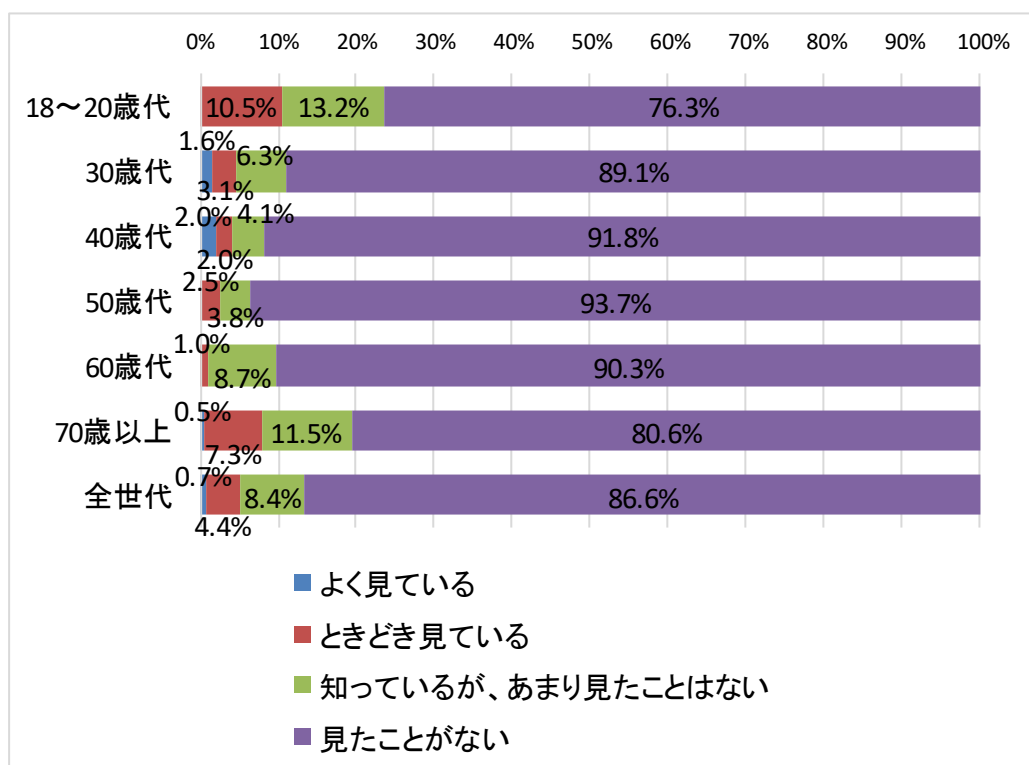
問14 市 SNS 広報 (Twitter、Facebook) の閲覧頻度



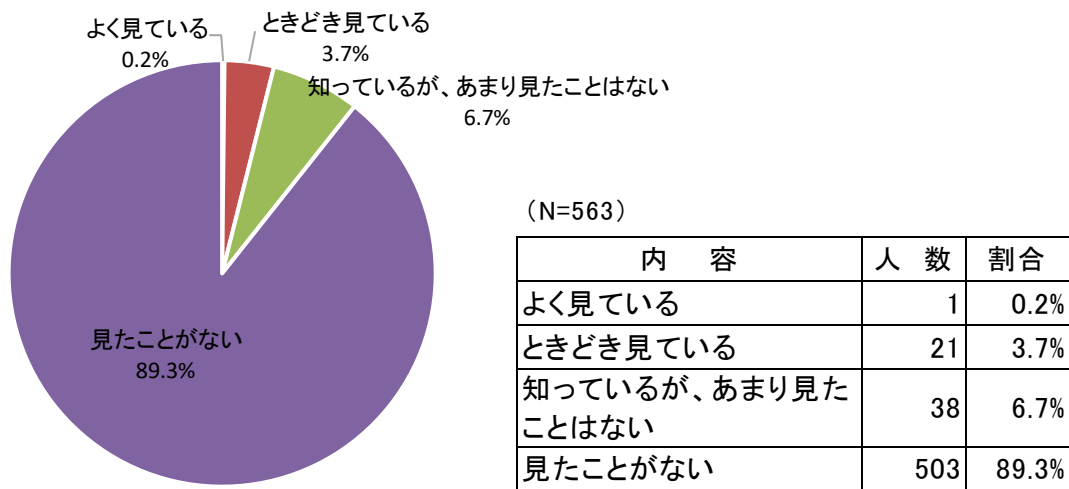
(N=574)

内 容	人 数	割合
よく見ている	4	0.7%
ときどき見ている	25	4.4%
知っているが、あまり見たことはない	48	8.4%
見たことがない	497	86.6%

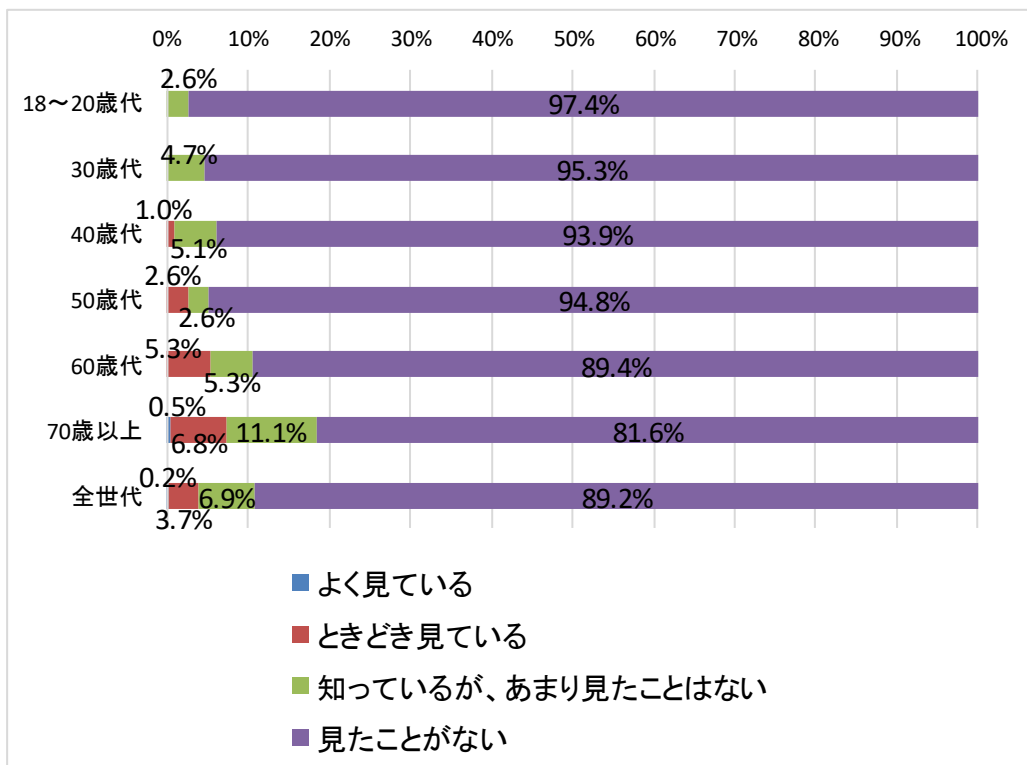
【年代別割合】



問15 高松ムービー(動画)チャンネルの閲覧頻度

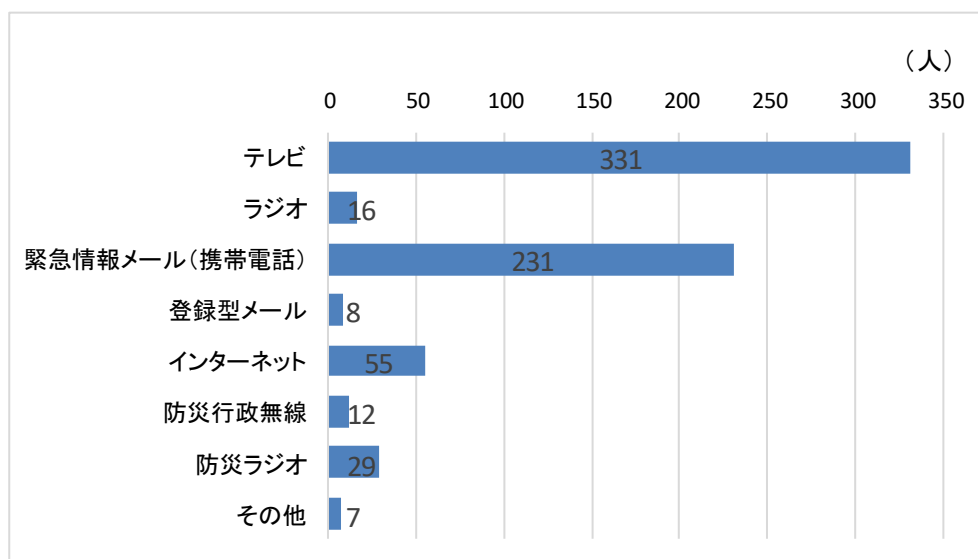


【年代別割合】



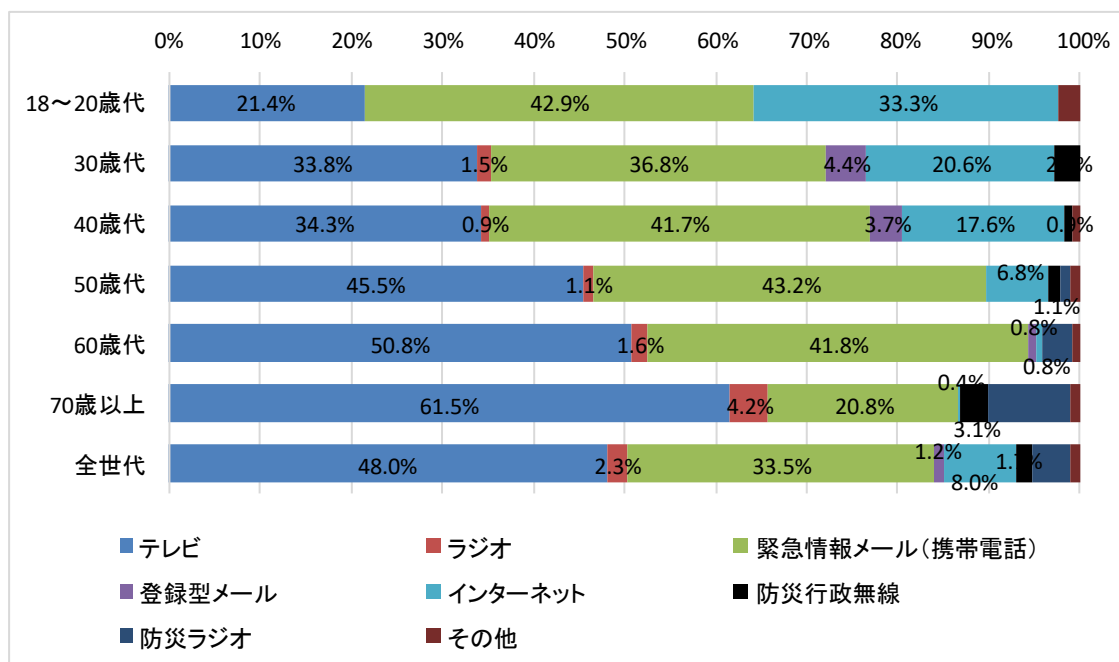
問16 災害時の避難勧告などの避難情報の入手元

(N=689)



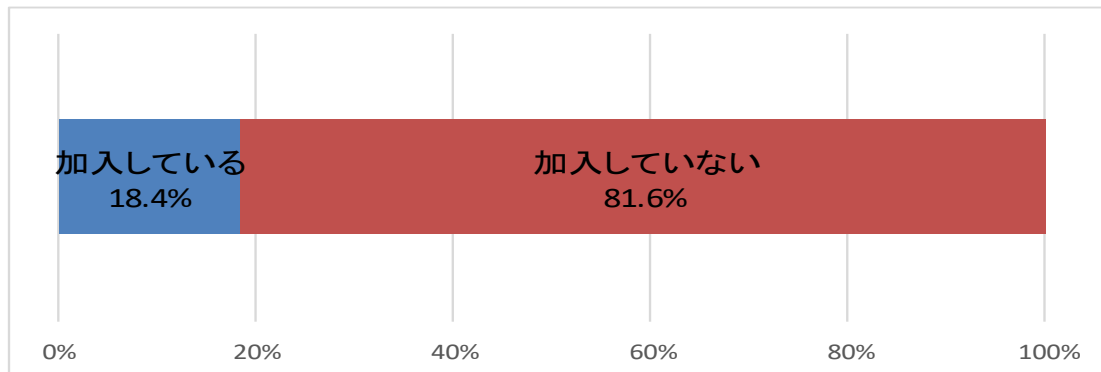
【「その他」の内容】

- ・人づてに情報を得る
- ・メディアを頼らない



《ケーブルテレビ市政広報番組について》

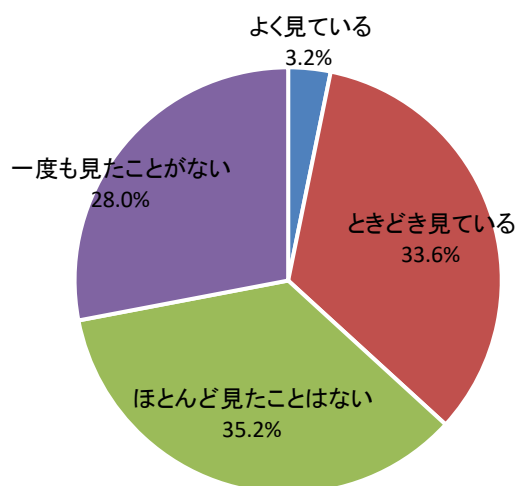
問17 ケーブルテレビ加入の有無



(N=691)

内 容	人 数	割合
加入している	127	18.4%
加入していない	564	81.6%

問18 市政情報番組「いき・いき高松」を見たことがあるか



(N=125)

内 容	人 数	割合
よく見ている	4	3.2%
ときどき見ている	42	33.6%
ほとんど見たことはない	44	35.2%
一度も見たことがない	35	28.0%

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」、「インターネット」が圧倒的に多く、今後も広報活動においてこれら3媒体が主軸となる。

市政情報では、「健康福祉」、「防災」、「イベント」、「制度・施策」、「地域コミュニティ」に関する情報に市民は高い関心を示しており、今後、広報たかまつの特集や、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)広報紙「広報たかまつ」

市政に関する情報の入手元として、67%の人が広報たかまつを挙げており、また、インターネットが普及した現在でも、なお、78%の人が紙媒体の広報紙を必要としていることから、「広報たかまつ」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（ケーブルテレビ）・ラジオ広報番組

いずれも、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、工夫して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」・SNS

ホームページは約6割、SNSは約9割の人が、本市の情報発信を見たことがないと回答していることから、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整理するなど、より分かりやすい形で情報発信するとともに、その存在をPRしていく必要がある。