

下松市広報活動に関するアンケート 集計結果

目的

広報に対する市民の意識や情報通信機器の利用状況等を把握し、今後の広報活動に生かす。

実施期間

平成30年9月～10月

対象者

16歳～75歳の市民 1,500人 (平成30年7月時点)

回答数と回収率

608人 (回収率 40.5%)

| 世代 | 16～ | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | ～75 | 計 |
|-----|----------|---------|---------|---------|----------|----------|-----------|
| 返信数 | 102 (42) | 92 (39) | 91 (31) | 98 (38) | 107 (52) | 118 (57) | 608 (259) |
| 回収率 | 21.2% | 39.0% | 37.9% | 51.6% | 59.8% | 67.0% | 40.5% |

返信数の () は男性の返信数

アンケートを効率的に実施すると共に、有為な結果を得るため、信頼率を95%、許容誤差を10%に設定した。回収率については、40代以下が40%、50代以上は50%と想定した。性差ではなく世代間の差異に着目することとして、送付対象者数を設定した。

1 情報機器の利用状況について

① スマートフォン (携帯電話を除く) (%)

| 世代 | 利用している | 利用していない | |
|--------|--------|---------|----------|
| | | 将来利用したい | 将来も利用しない |
| 16～20代 | 95.1 | 2.0 | 2.0 |
| 30代 | 92.4 | 4.3 | 3.3 |
| 40代 | 92.3 | 3.3 | 3.3 |
| 50代 | 80.6 | 9.2 | 9.2 |
| 60代 | 42.1 | 20.6 | 31.8 |
| ～75 | 28.0 | 21.2 | 40.7 |

40代以下のスマホ利用率が9割を超えている。また、60代の利用率が4割を超え、70代は3割に迫る一方で、将来も利用しないと答えた割合はいずれも3割を超えている。

② 携帯電話（スマートフォンを除く） (％)

| 世代 | 利用している | 利用していない | |
|--------|--------|---------|----------|
| | | 将来利用したい | 将来も利用しない |
| 16～20代 | 4.9 | 2.9 | 74.5 |
| 30代 | 13.0 | 4.3 | 69.6 |
| 40代 | 17.6 | 4.4 | 49.5 |
| 50代 | 37.8 | 4.1 | 37.8 |
| 60代 | 55.1 | 2.8 | 26.2 |
| ～75 | 61.9 | 0.8 | 22.9 |

60代以上の携帯電話利用率が、5割を超えている。

③ タブレット端末 (％)

| 世代 | 利用している | 利用していない | |
|--------|--------|---------|----------|
| | | 将来利用したい | 将来も利用しない |
| 16～20代 | 31.4 | 31.4 | 26.5 |
| 30代 | 27.2 | 44.6 | 22.8 |
| 40代 | 42.9 | 17.6 | 22.0 |
| 50代 | 27.6 | 26.5 | 28.6 |
| 60代 | 29.9 | 12.1 | 46.7 |
| ～75 | 11.0 | 13.6 | 55.9 |

40代、70代以外の世代での利用率は、3割前後となっている。

④ パソコン（タブレット端末を除く） (％)

| 世代 | 利用している | 利用していない | |
|--------|--------|---------|----------|
| | | 将来利用したい | 将来も利用しない |
| 16～20代 | 68.6 | 18.6 | 4.9 |
| 30代 | 76.1 | 15.2 | 5.4 |
| 40代 | 71.4 | 8.8 | 8.8 |
| 50代 | 67.3 | 13.3 | 5.1 |
| 60代 | 44.9 | 11.2 | 33.6 |
| ～75 | 33.1 | 9.3 | 42.4 |

50代以下の世代では、スマホよりもパソコンの利用率が低い。

60代では3割、70代では将来も利用しないと答えた者が、4割を超える。

⑤ ケーブルテレビ (％)

| 世代 | 利用している | 利用していない | |
|--------|--------|---------|----------|
| | | 将来利用したい | 将来も利用しない |
| 16～20代 | 55.9 | 6.9 | 24.5 |
| 30代 | 77.2 | 8.7 | 10.9 |
| 40代 | 75.8 | 5.5 | 13.2 |
| 50代 | 69.4 | 8.2 | 14.3 |
| 60代 | 67.3 | 4.7 | 19.6 |
| ～75 | 62.7 | 4.2 | 24.6 |

利用していると答えた割合が、いずれの世代も5割を超える。

⑥ AMラジオ (％)

| 世代 | 利用している | 利用していない | |
|--------|--------|---------|----------|
| | | 将来利用したい | 将来も利用しない |
| 16～20代 | 12.7 | 11.8 | 62.7 |
| 30代 | 26.1 | 18.5 | 46.7 |
| 40代 | 29.7 | 9.9 | 42.9 |
| 50代 | 43.9 | 9.2 | 26.5 |
| 60代 | 58.9 | 4.7 | 23.4 |
| ～75 | 60.2 | 2.5 | 23.7 |

20代以下では、将来も利用しないと答えた割合が6割を超え、40代以下においても4割を超えている。

⑦ FMラジオ (％)

| 世代 | 利用している | 利用していない | |
|--------|--------|---------|----------|
| | | 将来利用したい | 将来も利用しない |
| 16～20代 | 19.6 | 18.8 | 27.9 |
| 30代 | 40.2 | 25.0 | 16.7 |
| 40代 | 36.3 | 20.8 | 15.8 |
| 50代 | 53.1 | 14.6 | 9.8 |
| 60代 | 52.3 | 14.6 | 14.0 |
| ～75 | 55.1 | 6.3 | 15.8 |

50代以下では、利用していると答えた割合がAMラジオを上回っている。

② インターネットを利用する際に、最も利用頻度の高い端末（回答は1つのみ）

(%)

| 世代 | ① スマホ | ② 携帯 | ③ タブレット | ④ パソコン | ①～④ の合計 | 将来も 利用しない | 将来は 利用したい |
|--------|----------|---------|------------|-----------|------------|--------------|--------------|
| 16～20代 | 90.2 | 0.0 | 3.9 | 3.9 | 98 | 2.0 | 0.0 |
| 30代 | 79.3 | 2.2 | 1.1 | 15.2 | 97.8 | 1.1 | 1.1 |
| 40代 | 82.4 | 1.1 | 7.7 | 5.5 | 96.7 | 2.2 | 0.0 |
| 50代 | 59.2 | 7.1 | 5.1 | 23.5 | 94.9 | 3.1 | 1.0 |
| 60代 | 26.2 | 7.5 | 11.2 | 21.5 | 66.4 | 25.2 | 4.7 |
| ～75 | 16.9 | 10.2 | 3.4 | 17.8 | 48.3 | 36.4 | 9.3 |

60代は66%、70代では48%を超える者がインターネットを利用している。

③ ソーシャルメディアの利用状況

① Facebook

(%)

| 世代 | ①見る | ②書き込む・投稿する | ①と②の合計 | 利用していない |
|--------|------|------------|--------|---------|
| 16～20代 | 39.2 | 2.9 | 42.1 | 52.9 |
| 30代 | 29.3 | 17.4 | 46.7 | 52.2 |
| 40代 | 20.9 | 5.5 | 26.4 | 58.2 |
| 50代 | 17.3 | 8.2 | 25.5 | 60.2 |
| 60代 | 9.3 | 1.9 | 11.2 | 74.8 |
| ～75 | 1.7 | 0.8 | 2.5 | 80.5 |

いずれの世代も5割を超える者が利用していないと回答している。

②Twitter

(%)

| 世代 | ①見る | ②書き込む・投稿する | ①と②の合計 | 利用していない |
|--------|------|------------|--------|---------|
| 16～20代 | 49.0 | 28.4 | 77.4 | 16.7 |
| 30代 | 26.1 | 6.5 | 32.6 | 64.1 |
| 40代 | 24.2 | 3.3 | 27.5 | 57.1 |
| 50代 | 15.3 | 7.1 | 22.4 | 62.2 |
| 60代 | 6.5 | 0.9 | 7.4 | 78.5 |
| ～75 | 2.5 | 0.0 | 2.5 | 79.7 |

20代以下では、利用者（見る・書き込む・投稿するの合計）の割合が7割を超える。その他の世代では、いずれも5割を超える者が利用していないと回答している。

③ LINE

(%)

| 世代 | ①見る | ②書き込む・投稿する | ①と②の合計 | 利用していない |
|--------|------|------------|--------|---------|
| 16～20代 | 40.2 | 55.9 | 96.1 | 3.9 |
| 30代 | 41.3 | 50.0 | 91.3 | 8.7 |
| 40代 | 44.0 | 47.3 | 91.3 | 6.6 |
| 50代 | 33.7 | 40.8 | 74.5 | 23.5 |
| 60代 | 20.6 | 16.8 | 37.4 | 57.0 |
| ～75 | 17.8 | 5.9 | 23.7 | 67.8 |

40代以下の利用率は、いずれも90%を超える。

60代、70代の利用率はそれぞれ3割、2割を超え、いずれの世代においてもソーシャルメディアの中で最も高い利用率となっている。

④ Youtube

(%)

| 世代 | ①見る | ②書き込む・投稿する | ①と②の合計 | 利用していない |
|--------|------|------------|--------|---------|
| 16～20代 | 91.2 | 1.0 | 92.2 | 6.9 |
| 30代 | 84.8 | 3.3 | 88.1 | 10.9 |
| 40代 | 79.1 | 0.0 | 79.1 | 12.1 |
| 50代 | 63.3 | 2.0 | 65.3 | 24.5 |
| 60代 | 34.6 | 0.0 | 34.6 | 57.9 |
| ～75 | 16.1 | 0.8 | 16.9 | 68.6 |

50代以下の利用率が65%を超え、70代の利用率は15%を超えている。

⑤Instagram

(%)

| 世代 | ①見る | ②書き込む・投稿する | ①と②の合計 | 利用していない |
|--------|------|------------|--------|---------|
| 16～20代 | 37.3 | 30.4 | 67.7 | 28.4 |
| 30代 | 27.2 | 16.3 | 43.5 | 54.3 |
| 40代 | 20.9 | 6.6 | 27.5 | 56.0 |
| 50代 | 21.4 | 3.1 | 24.5 | 63.3 |
| 60代 | 6.5 | 0.9 | 7.4 | 79.4 |
| ～75 | 2.5 | 0.0 | 2.5 | 78.8 |

20代以下の書き込む・投稿すると答えた割合が3割を超える。

4 広報を読んでいますか

(%)

| 世代 | 全く 読まない | ほとんど 読まない | 「読まない」 の合計 | 毎月読む | だいたい 読む | 「読む」 の合計 |
|--------|------------|--------------|---------------|------|------------|-------------|
| 16～20代 | 42.2 | 39.2 | 81.4 | 4.9 | 13.7 | 18.6 |
| 30代 | 13.0 | 28.3 | 41.3 | 32.6 | 25.0 | 57.6 |
| 40代 | 9.9 | 16.5 | 26.4 | 40.7 | 33.0 | 73.7 |
| 50代 | 9.2 | 21.4 | 30.6 | 37.8 | 30.6 | 68.4 |
| 60代 | 3.7 | 11.2 | 14.9 | 50.5 | 33.6 | 84.1 |
| ～75 | 2.5 | 13.6 | 16.1 | 47.5 | 32.2 | 79.7 |

20代以下では、「読まない」と答えた割合が8割を超えるが、30代以上の世代は、55%を超える者が「読む」と答えている。

5 広報を読まない理由

(%)

| 世代 | 知りたい 情報がない | 広報を読む 必要が無い | 家に届かない | 存在を知らない | その他 |
|--------|---------------|----------------|--------|---------|-----|
| 16～20代 | 15.7 | 41.2 | 6.9 | 9.8 | 7.8 |
| 30代 | 4.3 | 18.5 | 7.6 | 6.5 | 4.3 |
| 40代 | 7.7 | 12.1 | 3.3 | 1.1 | 2.2 |
| 50代 | 10.2 | 12.2 | 1.0 | 1.0 | 7.1 |
| 60代 | 2.8 | 6.5 | 1.9 | 0.9 | 2.8 |
| ～75 | 5.9 | 5.1 | 1.7 | 0.8 | 2.5 |

20代以下の4割は、広報を読む必要が無いことを理由にあげている。

6 市ホームページを閲覧したことがある

(%)

| 世代 | 見たことがある | 見たことがない |
|--------|---------|---------|
| 16～20代 | 23.5 | 72.5 |
| 30代 | 55.4 | 43.5 |
| 40代 | 46.2 | 53.8 |
| 50代 | 46.9 | 50.0 |
| 60代 | 41.1 | 57.0 |
| ～75 | 30.5 | 61.0 |

30代を除く世代のすべてにおいて、見たことがないと答えた者が5割を超えている。

7 市ホームページで探したいページはすぐに見つかりましたか

(%)

| 世代 | すぐに見つかった | すぐに見つけられなかった | ページが存在しなかった |
|--------|----------|--------------|-------------|
| 16～20代 | 74.1 | 22.2 | 3.7 |
| 30代 | 56.9 | 43.1 | 0.0 |
| 40代 | 71.1 | 26.7 | 2.2 |
| 50代 | 72.3 | 25.5 | 2.1 |
| 60代 | 75.6 | 22.2 | 2.2 |
| ～75 | 55.6 | 44.4 | 0.0 |

すぐに見つけられなかったと答えた割合が、30代、70代において4割を超えている。ページが存在しなかったという割合は、いずれの世代でも低くなっている。

「広報を読む」と「ホームページを見たことがある」の相関

(%)

| HPの利用 | 広報 | 16～20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | ～75 |
|-------|----------|--------|------|------|------|------|------|
| ない | 全く読まない | 31.6 | 7.8 | 7.7 | 5.3 | 2.9 | 1.0 |
| | ほとんど読まない | 31.6 | 14.4 | 8.8 | 18.1 | 5.8 | 12.4 |
| | 毎月読む | 1.0 | 6.7 | 20.9 | 14.9 | 26.9 | 31.4 |
| | だいたい読む | 11.2 | 15.6 | 16.5 | 12.8 | 22.1 | 22.9 |
| ある | 全く読まない | 10.2 | 4.4 | 2.2 | 3.2 | 1.0 | 1.0 |
| | ほとんど読まない | 7.1 | 14.4 | 7.7 | 4.3 | 5.8 | 1.9 |
| | 毎月読む | 4.1 | 26.7 | 19.8 | 23.4 | 24.0 | 17.1 |
| | だいたい読む | 3.1 | 10.0 | 16.5 | 18.1 | 11.5 | 12.4 |

20代以下では、市ホームページ、広報のいずれも“見ない”と答えた者が6割を超える。

8 広報の読みやすさ

(%)

| | 16~20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | ~75 |
|-----------|--------|------|------|------|------|------|
| ①非常に読みにくい | 1.0 | 0.0 | 1.1 | 0.0 | 0.0 | 0.8 |
| ②少し読みにくい | 4.9 | 8.7 | 4.4 | 7.1 | 0.0 | 5.1 |
| ①と②の合計 | 5.9 | 8.7 | 5.5 | 7.1 | 0 | 5.9 |
| 普通 | 17.6 | 37.0 | 50.5 | 51.0 | 58.9 | 55.1 |
| 読みやすい | 2.9 | 14.1 | 17.6 | 15.3 | 25.2 | 28.8 |
| 非常に読みやすい | 1.0 | 4.3 | 3.3 | 5.1 | 3.7 | 2.5 |

“読みにくい”と答えた割合は、いずれの世代でも1割を切っている。

9 広報掲載記事への興味と関心

(%)

| | 16~20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | ~75 |
|----------|--------|------|------|------|------|------|
| 全く関心がない | 1.0 | 0.0 | 2.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| あまり関心がない | 8.8 | 7.6 | 5.5 | 8.2 | 8.4 | 10.2 |
| 普通 | 15.7 | 28.3 | 45.1 | 54.1 | 51.4 | 50.0 |
| 関心がある | 2.9 | 25.0 | 22.0 | 15.3 | 27.1 | 28.0 |
| 非常に関心がある | 0.0 | 3.3 | 3.3 | 1.0 | 1.9 | 3.4 |

“関心がない”と答えた割合は、いずれの世代でも1割を切っている。

10 広報掲載情報量

(%)

| | 16~20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | ~75 |
|--------|--------|------|------|------|------|------|
| 少なすぎる | 2.9 | 0.0 | 0.0 | 1.0 | 1.9 | 0.0 |
| 少し足りない | 4.9 | 9.8 | 11.0 | 7.1 | 10.3 | 10.2 |
| ちょうど良い | 16.7 | 53.3 | 62.6 | 61.2 | 68.2 | 70.3 |
| 少し多い | 2.0 | 1.1 | 2.2 | 6.1 | 6.5 | 8.5 |
| 多すぎる | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.0 | 0.9 | 0.0 |

30代以上の5割以上が、ちょうど良いと答えている。

11 広報づくりへの参画意識

(%)

| | 16~20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | ~75 |
|-------------|--------|------|------|------|------|------|
| 企画・編集への参加 | 2.0 | 6.5 | 6.6 | 0.0 | 0.9 | 0.0 |
| 行事の取材 | 4.9 | 4.3 | 5.5 | 4.1 | 1.9 | 0.8 |
| 写真の投稿 | 12.7 | 10.9 | 11.0 | 7.1 | 7.5 | 3.4 |
| 文章の寄稿 | 1.0 | 1.1 | 3.3 | 2.0 | 3.7 | 5.1 |
| 参加したいとは思わない | 74.5 | 73.9 | 73.6 | 84.7 | 82.2 | 83.9 |

いずれの世代も参加したいと思わないと答えた割合が7割をこえる。

12 今後、市の情報を得るための情報源として利用したいと思うもの（いくつでも選択可）

※全ての世代をまとめて算定（n=608）

(%)

| | 制度や手続き | 催し・イベント | 講座・教室の募集 |
|-----------|--------|---------|----------|
| 広報 | 60.4 | 61.7 | 40.6 |
| HP | 48.5 | 29.4 | 17.8 |
| テレビ | 23.2 | 43.6 | 10.2 |
| 新聞 | 20.1 | 28.1 | 7.9 |
| フリーペーパー | 7.7 | 27.6 | 15.0 |
| LINE | 8.6 | 18.1 | 7.1 |
| Twitter | 4.6 | 14.6 | 4.6 |
| youtube | 5.1 | 12.2 | 3.8 |
| facebook | 3.1 | 13.3 | 4.4 |
| Instagram | 2.1 | 12.7 | 4.3 |

いずれの項目もすべての媒体の中で広報が最も高い割合を占めている。