

令和 2 年度

市政モニターアンケート調査結果
【 効果的な情報発信について 】



長 崎 市
広報広聴課

1. 調査の目的

昨今の世の中は、情報発信手段や各種情報があふれています。そのような中、長崎市役所には広報ながさきや市政テレビ番組「週刊あじさい」、ホームページ、SNSなどさまざまな広報媒体がありますが、必要な情報を必要なかたへ効果的にお届けするためには、世代などに応じたニーズや各媒体の特性などを踏まえる必要があります。そこで、効果的に情報発信を行うための検討材料とするため、現状把握として詳細な属性や情報の入手方法、情報ニーズなどを調査しました。

2. 調査の概要

調査期間：令和2年12月7日 ～ 令和2年12月21日
送付数：229人（郵送モニター 182人 インターネットモニター 47人）
回答率：78.6%（180人）
（郵送回答 166人 インターネット回答 14人）

3. 調査結果

年代によって、一般的な情報の入手手段や、広報ながさきについては読まれているページが異なることなどがわかりました。一方で、テレビといった全年代で共通して使用される媒体もありました。また、分野による長崎市役所への情報ニーズの違いもありました。

長崎市役所は、さまざまな媒体で情報を発信していますが、媒体ごとにどのような方々に活用していただくかという視点があまり意識されていませんでしたので、今回の調査結果を活かしながら、今後はその点を今以上に意識し、膨大な情報の中から市役所として発信すべき情報を的確にとらえ、年代等に応じた情報発信を行う必要があると感じました。

4. 調査結果の見方

調査結果の数字は、百分率で表記しているものがあり、百分率の値は、小数点以下第2位を四捨五入して、小数点第1位まで表記しています。そのため、内訳を合計しても100パーセントに合致しない場合があります。

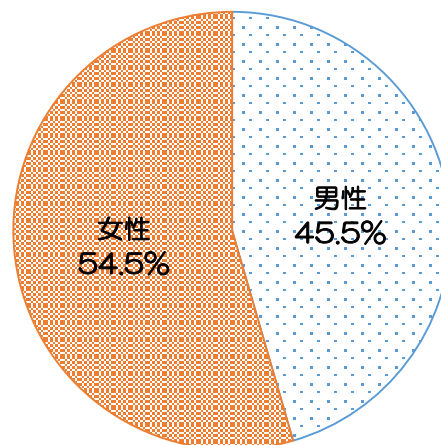
また、複数回答可とした設問においては、合計が100パーセントを上回る場合があります。

なお、回答者数の異なる問については、回答者の数を「N=〇〇人」で表現しています。

問1 あなたの性別をお答えください。

選択肢	回答者数	割合
男性	81人	45.5%
女性	97人	54.5%
合計	178人	100.0%

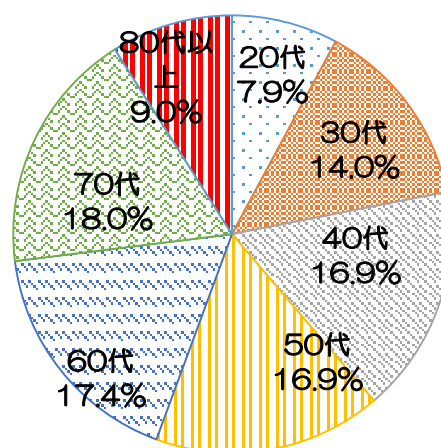
(無回答：2人)



問2 あなたの年齢を選択してください。

選択肢	回答者数	割合
20代	14人	7.9%
30代	25人	14.0%
40代	30人	16.9%
50代	30人	16.9%
60代	31人	17.4%
70代	32人	18.0%
80代以上	16人	9.0%
合計	178人	100%

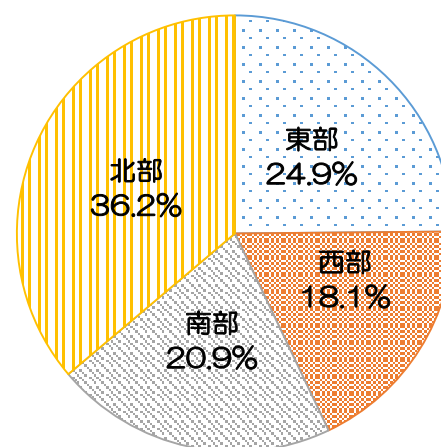
(無回答：2人)



問3 お住まいの町名を教えてください。

選択肢	回答者数	割合
東部	44人	24.9%
西部	32人	18.1%
南部	37人	20.9%
北部	64人	36.2%
合計	177人	100.0%

(無回答：3人)



※ご記入いただいた町名をもとに、東西南北に分けて集計しています。

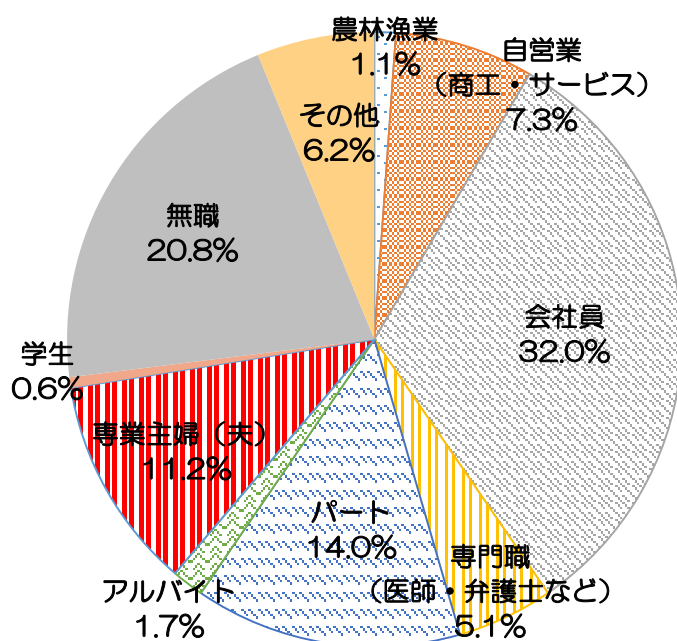
問 4 あなたの職業をお答えください。(当てはまるもの 1 つ回答)

選択肢	回答者数	割合
農林漁業	2 人	1.1%
自営業 (商工・サービス)	13 人	7.3%
会社員	57 人	32.0%
専門職 (医師・弁護士など)	9 人	5.1%
パート	25 人	14.0%
アルバイト	3 人	1.7%
専業主婦(夫)	20 人	11.2%
学生	1 人	0.6%
無職	37 人	20.8%
その他	11 人	6.2%
合計	178 人	100%

(無回答：2 人)

※「その他」の職業

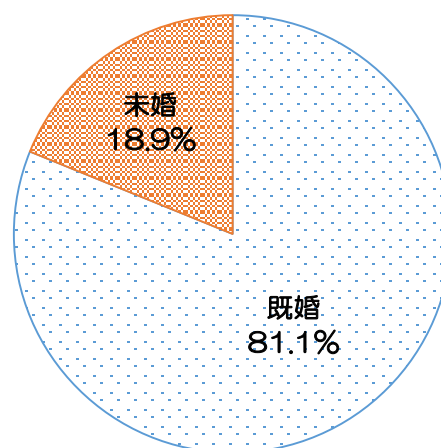
- ・会社役員 ・期間雇用社員 ・経営者 ・公務員 ・コンサルティング
- ・定年退職者 ・法人役員 ・老人福祉介護施設経営



問5 あなたの婚姻状況についてお答えください。(当てはまるもの1つ回答)

選択肢	回答者数	割合
既婚	142人	81.1%
未婚	33人	18.9%
合計	175人	100.0%

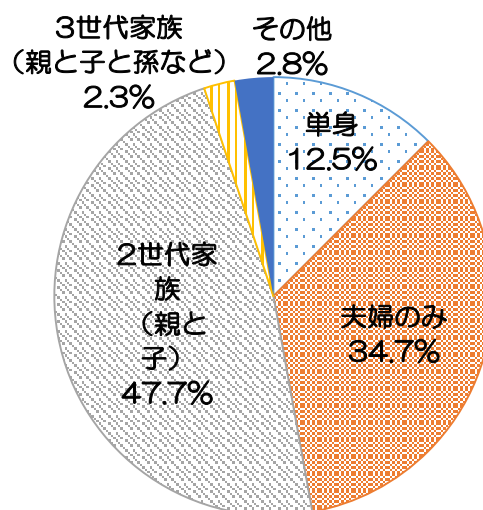
(無回答：5人)



問6 あなたの世帯状況についてお答えください。(当てはまるもの1つ回答)

選択肢	回答者数	割合
单身	22人	12.5%
夫婦のみ	61人	34.7%
2世代家族 (親と子)	84人	47.7%
3世代家族 (親と子と 孫など)	4人	2.3%
その他	5人	2.8%
合計	176人	100.0%

(無回答：4人)



※「その他」の世帯状況

- ・兄と
- ・子供と2人
- ・母と子と障害者
- ・1人暮らし

世帯については、夫婦のみ世帯は年代が高い方が比較的多く、「2世代家族(親と子)」は20代から40代に年代があがるにつれて多くなり、40代以降は少なくなる傾向がありました。

問7 長崎市役所を含めた長崎市内の情報を知る時・知りたい時、何から入手しますか。(複数回答可)

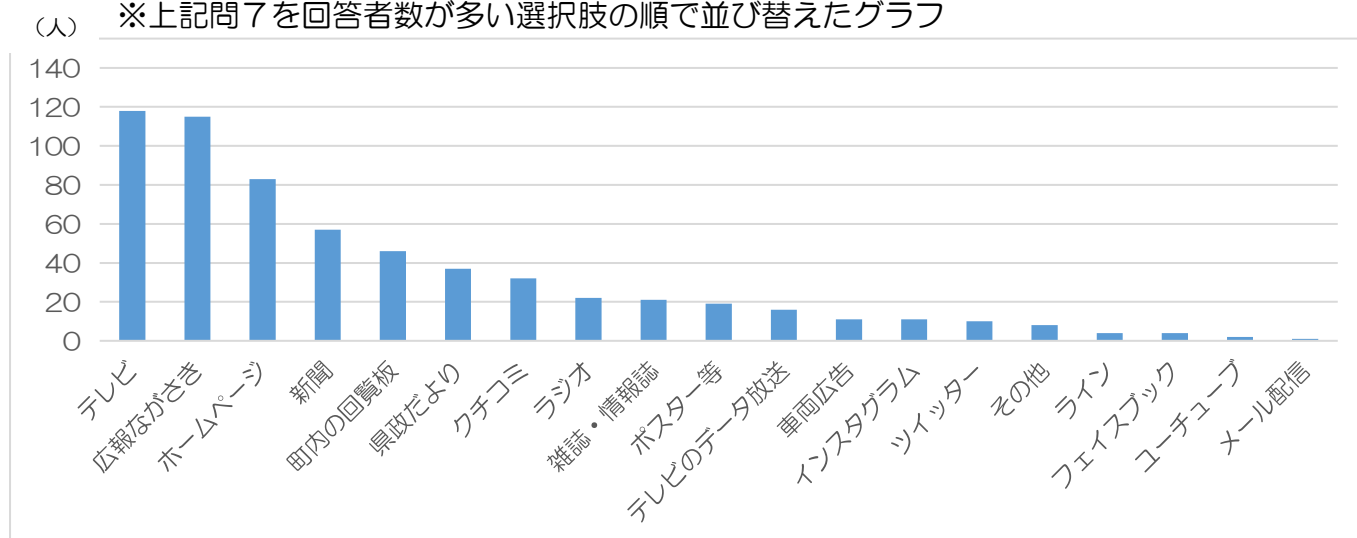
選択肢	回答者数	割合
テレビ(一般的なテレビの報道やニュース、市政テレビ番組)	118人	67.8%
ラジオ(一般的なラジオの報道やニュース、市政ラジオ番組)	22人	12.6%
テレビのデータ放送	16人	9.2%
広報ながさき	115人	66.1%
県政だより	37人	21.3%
雑誌・情報誌(タウン誌・フリーペーパー)	21人	12.1%
新聞	57人	32.8%
町内の回覧板	46人	26.4%
ポスター・チラシ・看板・掲示板	19人	10.9%
車両広告(バス・電車など)	11人	6.3%
クチコミ(家族・友達・知人などから教えてもらう)	32人	18.4%
ホームページ	83人	47.7%
ライン	4人	2.3%
ツイッター	10人	5.7%
フェイスブック	4人	2.3%
インスタグラム	11人	6.3%
ユーチューブ	2人	1.1%
メール配信	1人	0.6%
その他	8人	4.6%

(回答者数：174人 有効回答数：617 無回答：6人)

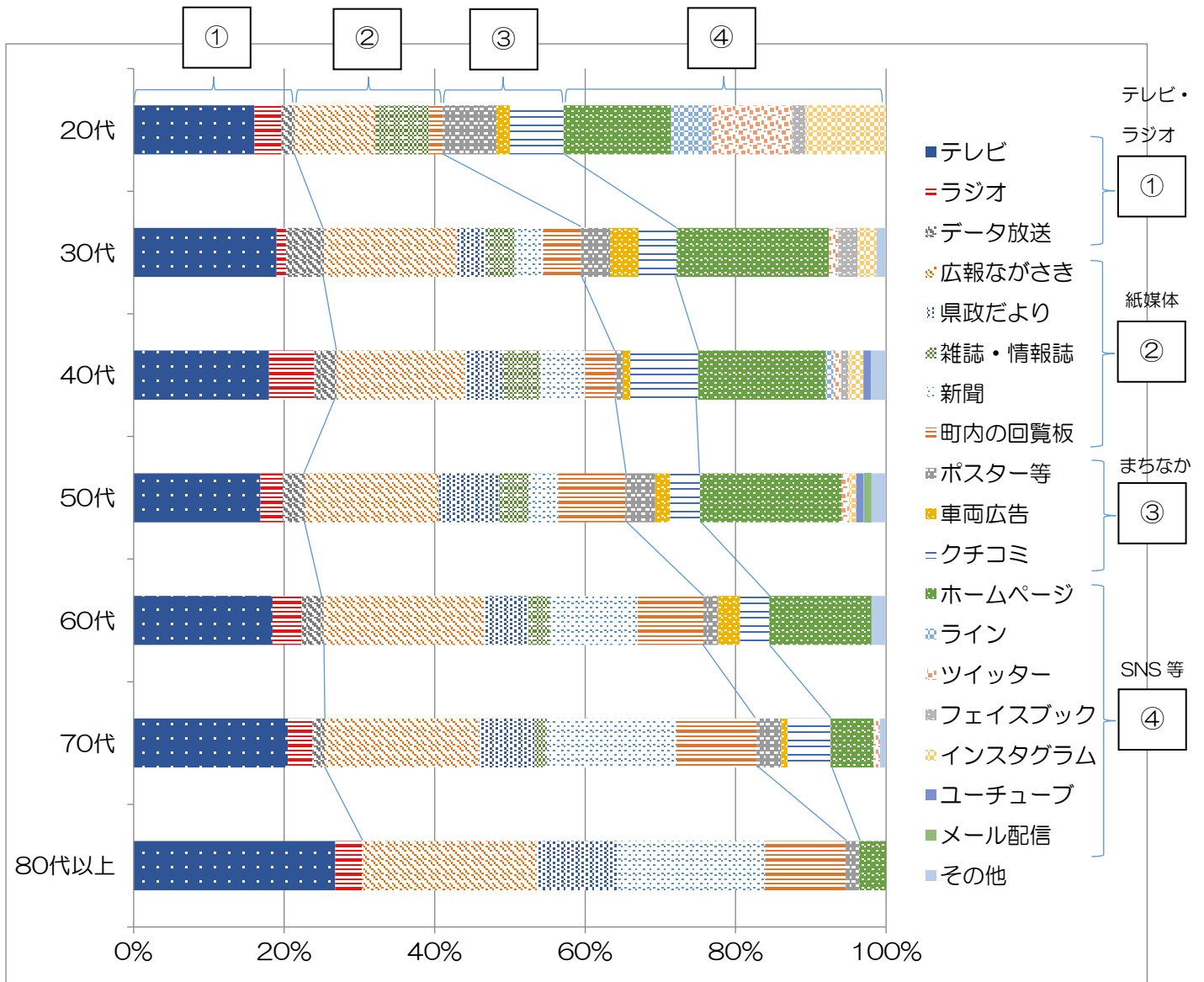
※「その他」の内訳

・Yahoo ・あじさいコール ・イベント ・ネット ・市役所で職員に聞く

※上記問7を回答者数が多い選択肢の順で並び替えたグラフ



※P5 を年代別情報入手手段の比率で表したグラフ



※年代別の職業・婚姻・世帯・情報入手手段

(人)

	職業										婚姻		世帯			情報入手手段																				
	農林漁業	自営業	会社員	専門職	パート	アルバイト	専業主婦(夫)	学生	無職	その他	既婚	未婚	単身	夫婦のみ	2世代家族	3世代家族	その他	テレビ	ラジオ	データ放送	広報ながさき	県政だより	雑誌・情報誌	新聞	町内の回覧板	ポスター等	車両広告	クチコミ	ホームページ	ライン	ツイッター	フェイスブック	インスタグラム	ユーチューブ	メール配信	その他
20代	0	0	10	2	0	0	0	1	0	1	5	9	3	1	10	0	0	9	2	1	6	0	4	0	1	4	1	4	8	3	6	1	6	0	0	0
30代	0	1	12	2	5	1	4	0	0	0	22	3	1	1	19	3	0	15	1	4	14	3	3	3	4	3	3	4	16	0	1	2	2	0	0	1
40代	0	5	12	3	6	1	3	0	0	0	24	6	4	2	24	0	0	18	6	3	17	5	5	6	4	1	1	9	17	1	1	1	2	1	0	2
50代	0	3	12	2	9	0	2	0	1	1	21	9	7	11	10	1	1	17	3	3	18	8	4	4	9	4	2	4	19	0	1	0	1	1	1	2
60代	1	1	10	0	2	1	6	0	7	3	28	3	1	18	12	0	0	19	4	3	22	6	3	12	9	2	3	4	14	0	0	0	0	0	0	2
70代	1	2	1	0	3	0	4	0	17	4	28	3	4	21	4	0	2	25	4	2	25	9	2	21	13	4	1	7	7	0	1	0	0	0	0	1
80代以上	0	1	0	0	0	0	1	0	12	2	14	0	2	7	5	0	2	15	2	0	13	6	0	11	6	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0

長崎市役所が情報を発信する媒体を含めた長崎市内の情報を得る手段として、全年代の合計では、上位3媒体はテレビ、広報ながさき、ホームページでした。InstagramやTwitterといったSNSについては、近年急速に普及していると言われますが、全年代の合計の中では、相対的にまだ高くないことが分かりました。

年代ごとに見てみると、テレビについては全年代で情報を得る手段として上位ですが、広報ながさきや新聞といった紙媒体については、年代が高いほど上位になり、また、ホームページやSNSについては年代が低いほど上位になりました。

回答者の属性としては、年代別の職業・婚姻・世帯・情報入手手段を見ると、年代が低い方が働いている方が比較的多く、「専業主婦（夫）」については20代を除いて年代ごとの大きな特徴は認められませんでした。

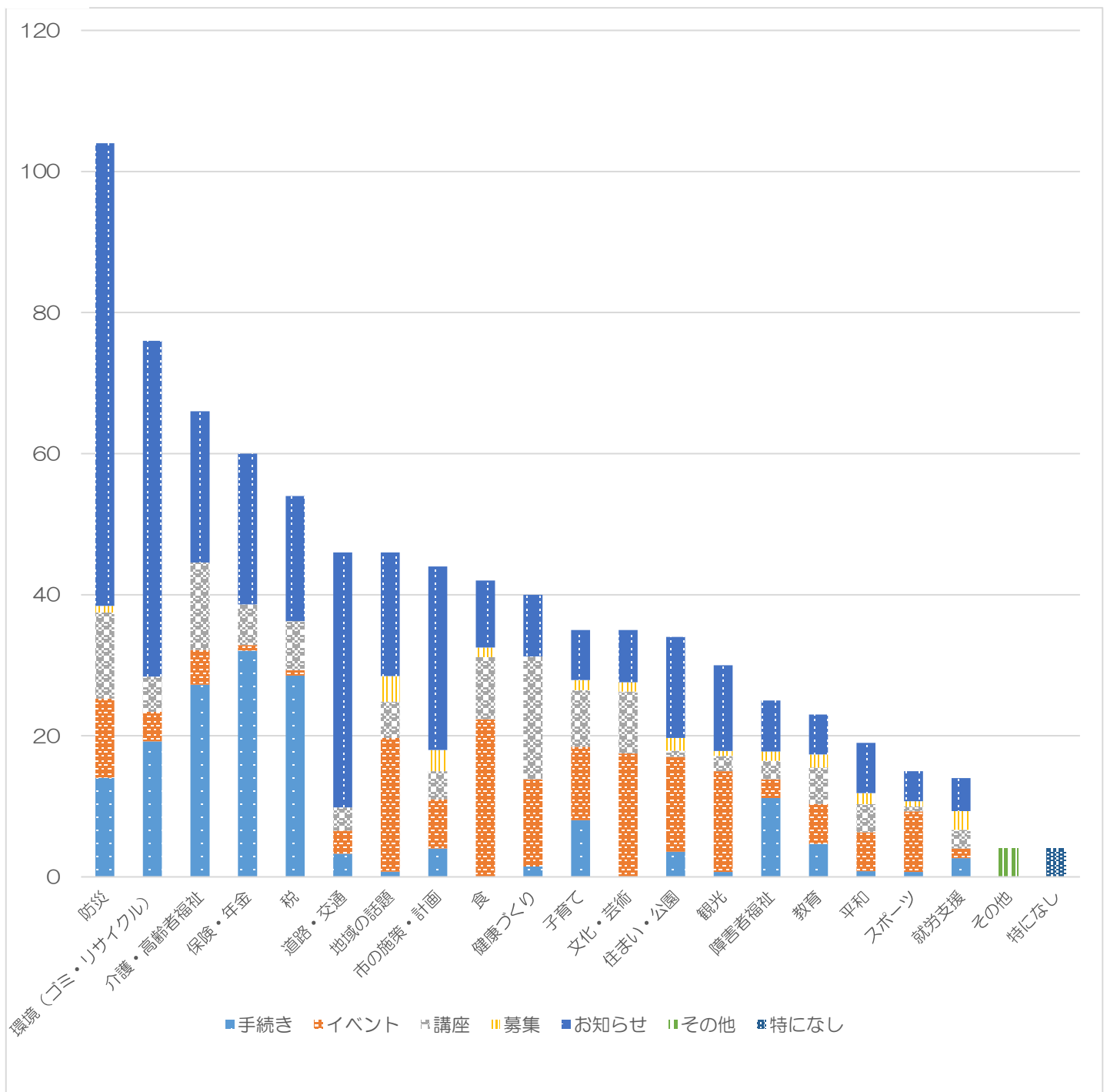
問8 長崎市役所からどの分野の情報が欲しいですか。該当するものに○をつけてください。 <u>(複数回答可)</u>	回答者数(人)	割合(%)	問8で○をつけたものについて、どの項目の情報が欲しいですか。該当するものに○をつけてください。 <u>(複数回答可)</u>						合計(複数回答可のため回答者数と一致しない)
			手続き	イベント	講座	募集(例委員募集)	お知らせ(例休日窓口)		
防災	104	57.8	15	12	13	1	70	111	
健康づくり	40	22.2	2	17	24	0	12	55	
介護・高齢者福祉	66	36.7	33	6	15	0	26	80	
障害者福祉	25	13.9	17	4	4	2	11	38	
環境(ゴミ・リサイクル)	76	42.2	23	5	6	0	57	91	
子育て	35	19.4	17	22	17	3	15	74	
就労支援	14	7.8	4	2	4	4	7	21	
市の施策・計画	44	24.4	4	7	4	3	26	44	
教育	23	12.8	10	12	11	4	12	49	
税	54	30.0	37	1	9	0	23	70	
保険・年金	60	33.3	39	1	7	0	26	73	
住まい・公園	34	18.9	4	15	1	2	16	38	
道路・交通	46	25.6	3	3	3	0	33	42	
食	42	23.3	0	33	13	2	14	62	
文化・芸術	35	19.4	0	26	13	2	11	52	
スポーツ	15	8.3	1	12	1	1	6	21	
地域の話	46	25.6	1	26	7	5	24	63	
観光	30	16.7	1	20	3	1	17	42	
平和	19	10.6	1	7	5	2	9	24	
その他	4	2.2							
特になし	4	2.2							
合計			212	231	160	32	415	1050	

(回答者数：180人 有効回答数：816)

※「その他」の意見

・イベント ・議会のやりとり ・手芸 ・公営住宅

(人) ※P8 を回答者数の多い分野から並び替えたグラフと希望する情報の内訳比率



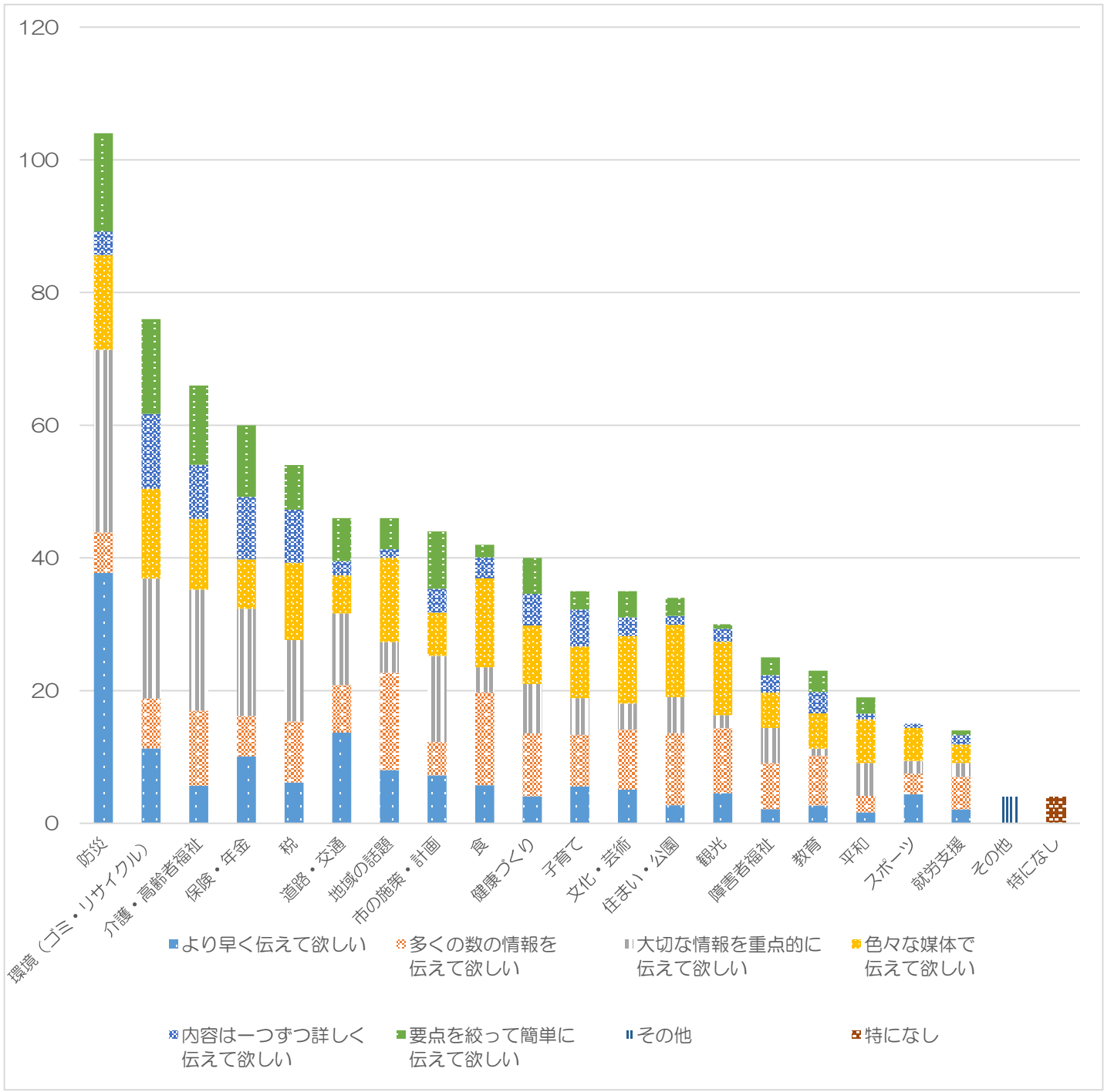
防災に関する情報が突出して高く、防災情報の中でも「お知らせ」情報を求めていることが分かりました。また、上位5分野については、「手続き」と「お知らせ」に関するニーズが高く、それ以外は比較的「イベント」と「お知らせ」に関する情報ニーズが高いことが分かりました。

問8(再掲) 長崎市役所からどの分野の情報が欲しいですか。該当するものに○をつけてください。 (複数回答可)	回答者数(人)	割合(%)	問8で○をつけたものについて、どのように伝えて欲しいですか。該当するものに○をつけてください。 (3つまで回答可)							合計(3つまで回答可のため回答者数と一致しない)
			より早く伝えて欲しい	多くの数の情報を伝えて欲しい	大切な情報を重点的に伝えて欲しい	色々な媒体で伝えて欲しい	内容は一つずつ詳しく伝えて欲しい	要点を絞って簡単に伝えて欲しい		
防災	104	57.8	74	12	54	28	7	29	204	
健康づくり	40	22.2	6	14	11	13	7	8	59	
介護・高齢者福祉	66	36.7	9	18	29	17	13	19	105	
障害者福祉	25	13.9	4	13	10	10	5	5	47	
環境(ゴミ・リサイクル)	76	42.2	15	10	24	18	15	19	101	
子育て	35	19.4	10	14	10	14	10	5	63	
就労支援	14	7.8	3	7	3	4	2	1	20	
市の施策・計画	44	24.4	10	7	18	9	5	12	61	
教育	23	12.8	5	14	2	10	6	6	43	
税	54	30.0	10	15	20	19	13	11	88	
保険・年金	60	33.3	15	9	24	11	14	16	89	
住まい・公園	34	18.9	4	16	8	16	2	4	50	
道路・交通	46	25.6	19	10	15	8	3	9	64	
食	42	23.3	9	22	6	21	5	3	66	
文化・芸術	35	19.4	9	16	7	18	5	7	62	
スポーツ	15	8.3	7	5	3	8	1	0	24	
地域の話	46	25.6	12	22	7	19	2	7	69	
観光	30	16.7	7	15	3	17	3	1	46	
平和	19	10.6	2	3	6	8	1	3	23	
その他	4	2.2								
特になし	4	2.2								
合計			230	242	260	268	119	165	1284	

(回答者数：180人 有効回答数：816)

※P10 を回答者数が多い分野から並び替えたグラフと、伝え方に関する希望の内訳比率

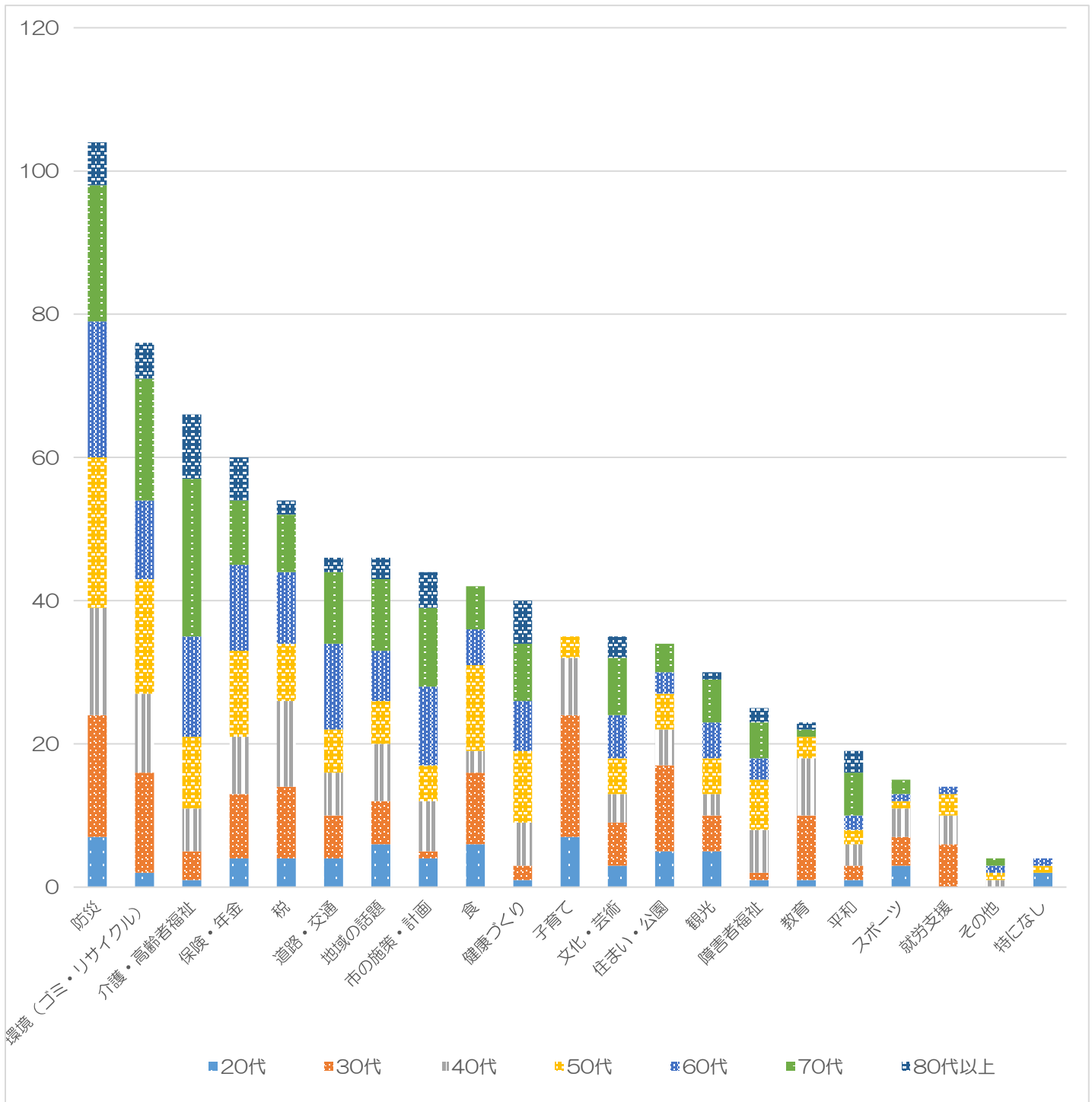
(人)



防災に関する情報が突出して高く、かつ、防災情報は「早さ」と「重点的な情報発信」を求めていることが分かりました。また、地域の話や食、文化・芸術、観光は色々な媒体での情報発信を、また、その中でも地域の話や食は多くの情報も求めている割合が高い結果となりました。

<参考>

(人) ※P10 を回答者数が多い分野から並び替えたグラフと年齢ごとの人数

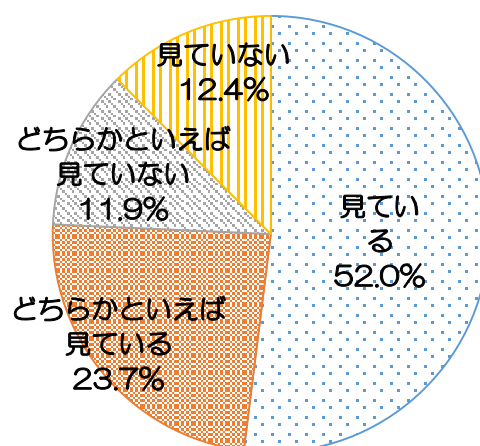


どの世代でも防災に関する情報が高いことが分かりました。また、子育てに関する情報は20～30代、環境や保険年金など暮らしに関する情報は概ね40代以上、健康や介護等の福祉に関する情報は概ね50代以上が相対的に多いことが分かりました。

問 49 広報ながさきを見ていますか。(当てはまるもの1つ回答)

選択肢	回答者数	割合
見ている	92人	52.0%
どちらかといえば見ている	42人	23.7%
どちらかといえば見えない	21人	11.9%
見えない	22人	12.4%
合計	177人	100.0%

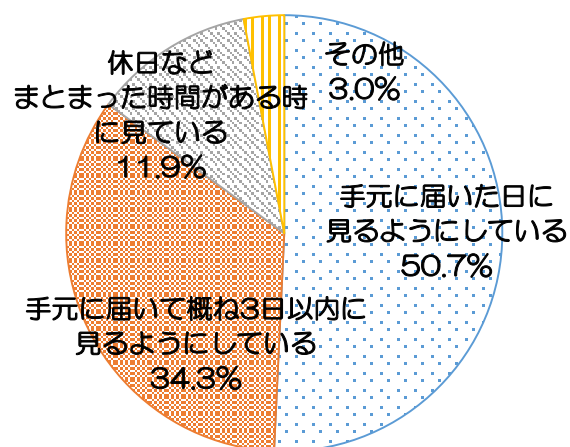
(無回答：3人)



問 50 問 49 で「1.見ている」「2.どちらかというで見ている」を選択した方にお尋ねします。広報ながさきをどのようなタイミングで見えていますか。

(当てはまるもの1つ回答)

選択肢	回答者数	割合
手元に届いた日に見るようにしている	68人	50.7%
手元に届いて概ね3日以内に見るようにしている	46人	34.3%
休日などまとまった時間がある時に見ている	16人	11.9%
その他	4人	3.0%
合計	134人	100.0%



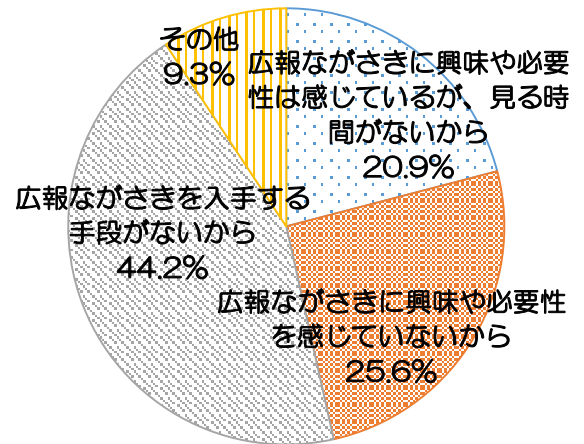
※「休日などまとまった時間があるときに見ている」と回答した方の曜日
土曜日のみ2人 日曜日のみ8人 土・日曜日3人 平日1人

※「その他」の意見

- ・知りたい情報に先ず目を通し、他は、時間を見つけて全て目を通して見ている。
- ・支所へ行く用事があったときに見ている。
- ・実家で見る。今の家には入手する手段がないため。
- ・TV

問 51 「3.どちらかというと見ていない」「4.見ていない」を選択した方にお尋ねします。広報ながさきを見ていない理由はなんですか。（当てはまるもの1つ回答）

選択肢	回答者数	割合
広報ながさきに興味や必要性は感じているが、見る時間がないから	9人	20.9%
広報ながさきに興味や必要性を感じていないから	11人	25.6%
広報ながさきを入手する手段がないから	19人	44.2%
その他	4人	9.3%
合計	43人	100.0%



※「その他」の意見

- ・自治会に入っていないから配られてこない！支所とかに取りに行けばもらえるのは知っているけどわざわざ行かないですね。
- ・見ようと思ってもつい後回しになってしまう。
- ・関心がないから。
- ・自治会などで配布されるが、仕事で自分のいないときに配られており、気が付いて読んだときには、終わっている情報が多いから。

広報ながさきを「見ている」または「どちらかといえば見ている」と回答した方は、75.7%でした。また、広報ながさきを見ている方は、8割以上の方が、手元に届いてすぐまたは概ね3日以内に見ているという結果になりました。

また、広報ながさきを見ていない方の、見ていない理由は、「広報ながさきを入手する手段がないから」の割合が高い結果となりました。

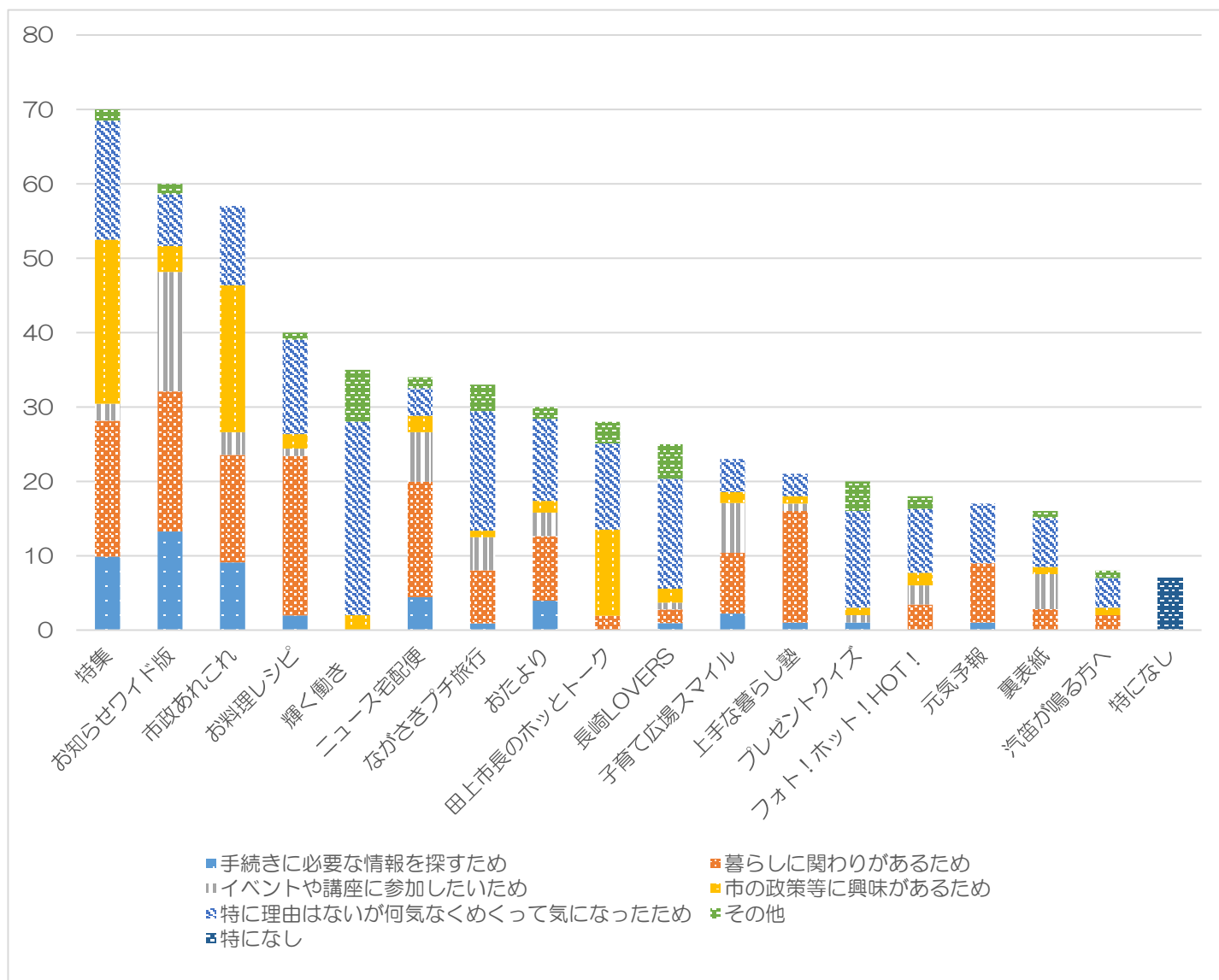
問52～問69

問49で「1. 見ている」「2. どちらかといえば見ている」「3. どちらかといえば見ていない」を選択した方にお尋ねします。次の表の中から、広報ながさきの中で、よく見るコーナーや、興味や必要性を感じるコーナーを選び、そのコーナーをよく見る理由、興味や必要性を感じる理由に「○」をつけてください。

問52 広報ながさきの中で、よく見るコーナーや、興味や必要性を感じるコーナーは何ですか。該当するものに○をつけてください。(複数回答可)	回答者数(人)	割合(%)	問52で○をつけたものについて、そのコーナーをよく見る理由、興味や必要性を感じる理由に該当するものに○をつけてください。(複数回答可)							合計(複数回答可のため回答者数と一致しない)
			手続きに必要な情報を探すため	暮らしに関わりがあるため	イベントや講座に参加したため	市の政策等に興味があるため	特に理由はないが何気なくめくって気になったため	その他		
特集	70	45.8	13	24	3	29	21	2	92	
市政あれこれ	57	37.4	12	19	4	26	14	0	75	
田上市長のホットトーク	28	18.1	0	2	0	12	12	3	29	
ながさきプチ旅行	33	21.3	1	8	5	1	18	4	37	
フォト!ホット!HOT!	18	11.6	0	4	3	2	10	2	21	
長崎 LOVERS	25	16.1	1	2	1	2	16	5	27	
輝く働き人	35	22.6	0	0	0	2	26	7	35	
おたより	30	19.4	5	11	4	2	14	2	38	
プレゼントクイズ	20	12.9	1	0	1	1	13	4	20	
お料理レシピ	40	25.8	2	22	1	2	13	1	41	
汽笛が鳴る方へ	8	5.2	0	2	0	1	4	1	8	
上手な暮らし塾	21	13.5	1	15	1	1	3	0	21	
元気予報	17	11.0	1	8	0	0	8	0	17	
子育て広場スマイル	23	14.2	3	11	9	2	6	0	31	
お知らせワイド版	60	38.1	19	27	23	5	10	2	86	
ニュース宅配便	34	21.9	6	21	9	3	5	2	46	
裏表紙	16	10.3	0	3	5	1	7	1	17	
特になし	7	4.5								
合計			65	179	69	92	200	36	641	

(回答者数：155人 有効回答数：542)

(八) ※P15 を回答者数が多いコーナーから並び替えたグラフと理由の比率



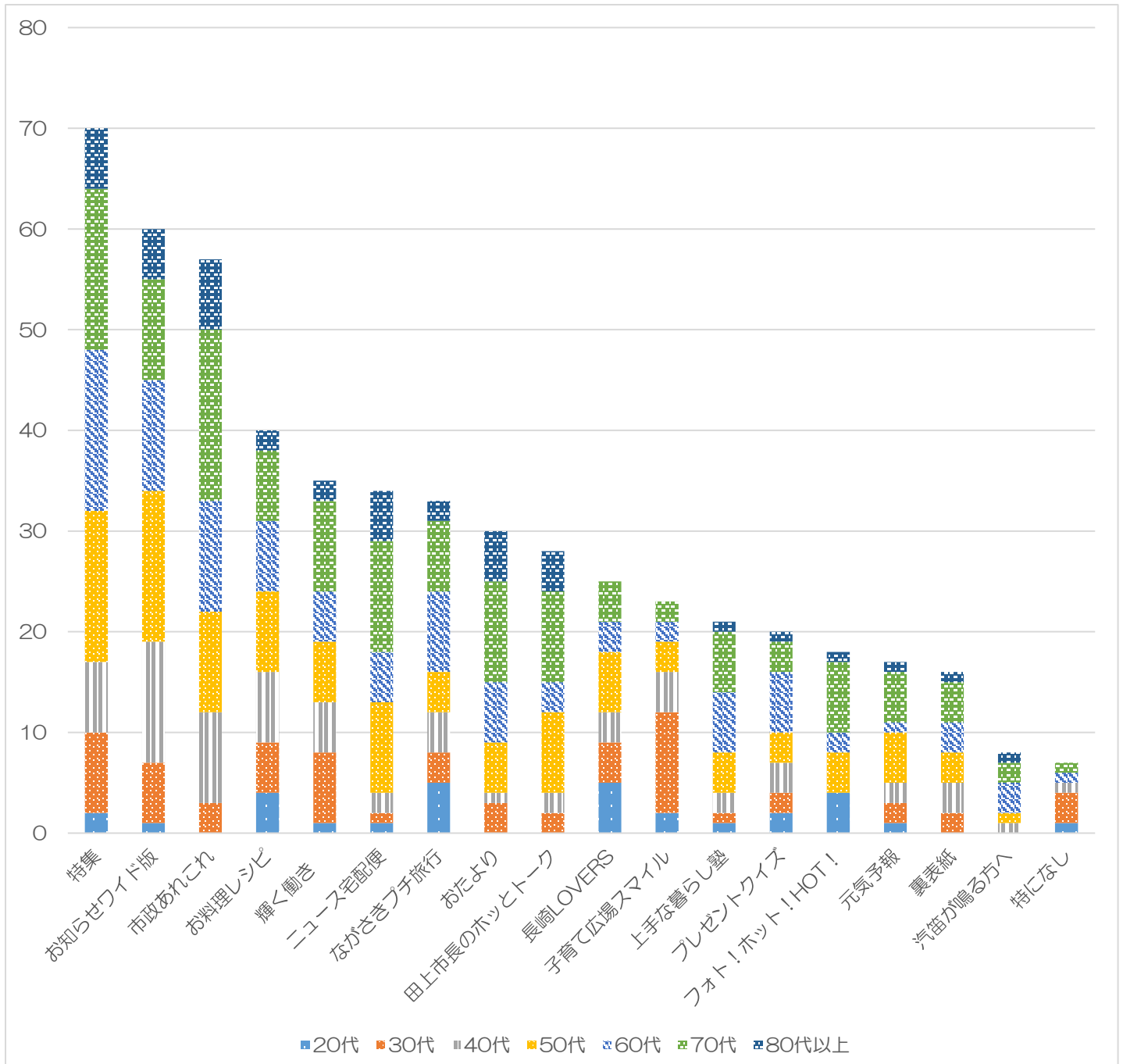
写真やイラストが比較的多く用いながらデザインをしているコーナーが、見られやすい傾向にあることが分かりました。

一定の情報をまとめてお知らせする「ニュース宅配便」「子育て広場スマイル」「元気予報」の中で、「子育て広場スマイル」「元気予報」が相対的に低く、また全体の中でも低い結果となりました。

「汽笛が鳴る方へ」については、新型コロナウイルス感染症の影響でクルーズ客船の入港が困難な状況を反映した結果ではないかと感じました。

<参考>

(人) ※P15 を回答者数が多い分野から並び替えたグラフと年齢ごとの人数



「特集」や「お知らせワイド版」は20代を除いた世代で、見られやすいことが分かりました。また、情報量が多い「ニュース宅配便」は年代が高い世代に見られやすい結果となりました。

20～30代などは、「ながさきプチ旅行」「長崎LOVERS」「フォト!ホット!HOT!」といった、比較的短時間で読みやすいコーナーが見られやすいことが分かりました。