

令和3年度

市政モニターアンケート調査結果  
【 広報について 】



長 崎 市  
広報戦略室

## 1. 調査の目的

市民との良好なコミュニケーションを形成し、市民と一緒にまちづくりを進めていくために広報の重要性が増しています。

長崎市では、令和2年3月に策定した広報戦略に基づき、重点的広報テーマとして、市民のくらしを便利で豊かにする情報をお届けするくらしプロモーション「マル得長崎」と、100年に一度のまちの変化から生まれる魅力などを市内外に発信するまちづくりのプロモーション「長崎 MIRAIISM (ミライズム)」を実施するなど、戦略的・効果的な広報をめざして取組みを進めています。

今回は、これらの広報戦略に関わる項目について、取組みの成果検証に活かすために調査を行いました。

## 2. 調査の概要

調査期間：令和3年11月18日 ～ 令和3年12月2日

送付数：227人（郵送モニター 180人 インターネットモニター 47人）

回答率：61.2%（139人）

（郵送モニター 116人 インターネットモニター 23人）

## 3. 調査結果

今回は、昨年と同様に「過去1年間に市役所から情報を入手しようとしたことがあるか」、その際に「どのような情報を入手しようとしたか」、その結果「必要な情報を入手することができたか」について確認することができました。

また、市民が抱いている「長崎市に対するイメージ」についても、その変化の傾向を確認できました。

情報の入手状況については、「過去1年間に市役所から情報を入手しようとしたこと」が「ある」と回答したかたが、約54%（昨年度調査比▲4%）でした。どのような情報を入手しようとしたかについては、「生活に関すること」が約60%（同比▲10%）、「新型コロナウイルスに関すること」が約47%（新設）と、2項目が突出しており、生活に身近な情報や、新型コロナウイルス、ワクチン接種などに関する情報に関心が高いことがうかがえます。

このうち、必要な情報の入手が「できた」または「どちらかといえばできた」かたの割合は約90%（同比+2%）となりました。特に「できた」の割合が約62%（同比+10%）と伸びており、必要な情報を確実に入手できたかたが増えています。

一方で、「過去1年間で市役所から情報を入手したこと」が「ない」かたの割合は約46%（同比+4%）に上り、その理由の約69%（同比▲10%）が「必要性がないから」という結果になりました。

これらを踏まえ、部署間で連携しながらニーズの把握に努め、興味・関心を持つ

ていただけるような情報の編集や発信方法の改善などに取り組んでいきます。また、興味・関心のある情報を選んで受け取ることができる新たな広報媒体「長崎市公式LINE」などを活用して情報を入手していただけるよう、媒体の周知にも努めてまいります。

市民が持っている「長崎市に対するイメージ」については、「歴史・文化のまち」（約90%）、「観光・レジャーのまち」（約83%）、「農林水産業が盛んなまち」（約36%）、「国際交流のまち」（約34%）、「災害リスクが小さいまち」（約18%）が上位となりました。

「長崎市に対するイメージ」について、この1年間で変化があったかたは、約31%となっており、このうち、新たにイメージを持ったかたが増えた項目（「変化があった」と答えたかたのうち、「新たにイメージを持った」かたと、「イメージがなくなった」かたの差）は、「歴史・文化のまち」が最も増え、「観光・レジャーのまち」「スポーツのまち」が続き、増加した項目の上位を占めています。一方で、「住民参加のまち」「地場産業が盛んなまち」はイメージが減少した項目の上位となりました。

これらのイメージを持つ割合が高まることは、市民のまちへの愛着の深まりや、暮らしやすさ、まちの魅力の向上などにつながるものであることから、長崎市のまちづくりの情報や暮らしに役立つ情報、まちの魅力、民間事業者の取り組みなどが分かりやすく伝わるよう、効果的な情報発信に取り組んでいきます。

#### 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。

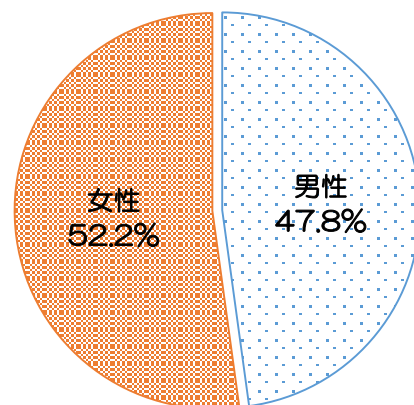
また、複数回答可とした設問においては、合計が100パーセントを上回る場合があります。

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。

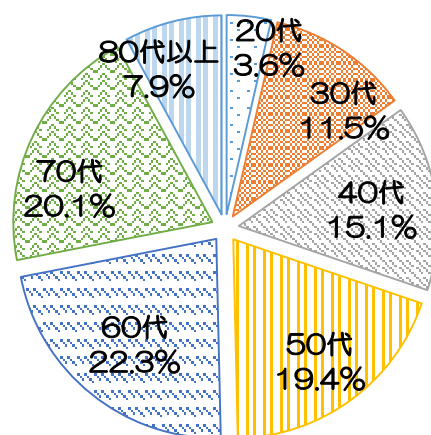
選択肢	回答者数	割合
男性	66人	47.8%
女性	72人	52.2%
合計	138人	100.0%

(無回答1人)



問2 あなたの年齢を選択してください。

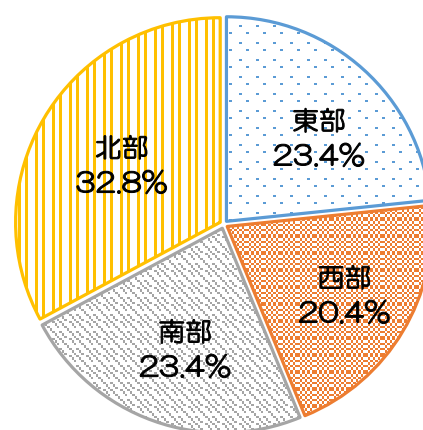
選択肢	回答者数	割合
20代	5人	3.6%
30代	16人	11.5%
40代	21人	15.1%
50代	27人	19.4%
60代	31人	22.3%
70代	28人	20.1%
80代以上	11人	7.9%
合計	139人	100.0%



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	32人	23.4%
西部	28人	20.4%
南部	32人	23.4%
北部	45人	32.8%
合計	137人	100.0%

(無回答2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。

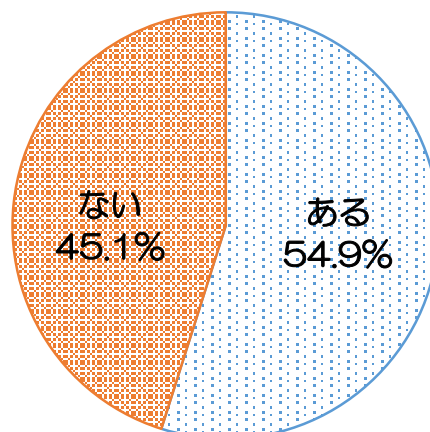
【広報全般について】

問 17 過去 1 年間に市役所からの情報を入手しようとしたことがありますか。

(当てはまるもの1つ回答)

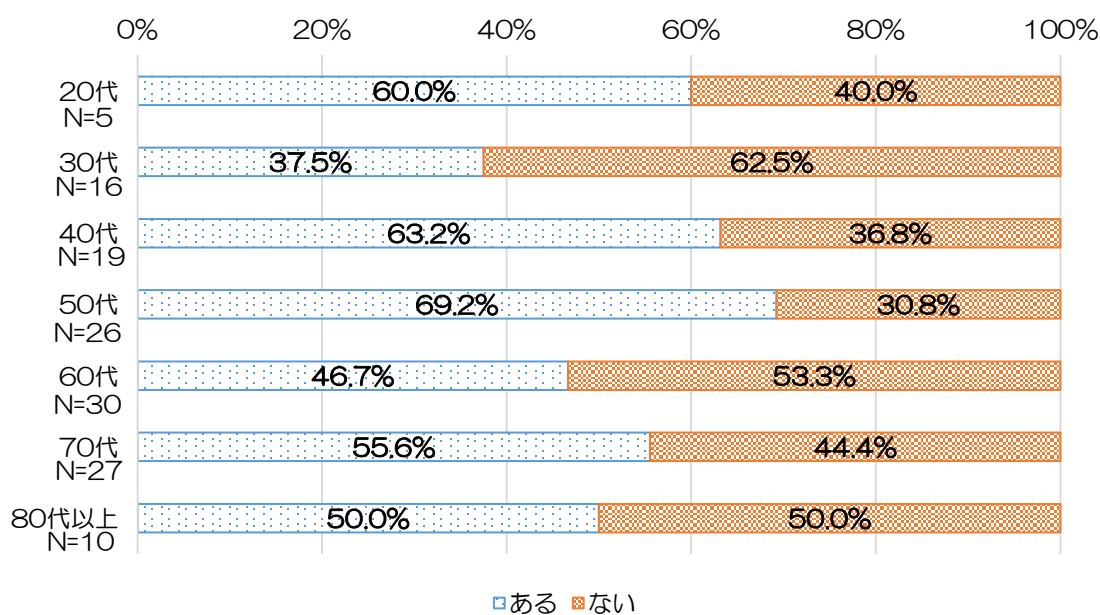
選択肢	回答者数	割合
ある	73 人	54.9%
ない	60 人	45.1%
合計	133 人	100.0%

(無回答：3 人 無効回答：3 人)



〈年齢別割合〉

(単位：%)



過去 1 年間で市役所からの情報を入手しようとしたことが「ある」かたは、約 55% となりました。年齢別で見ると概ね 40% から 70% 程度となっていますが、50 代の割合が最も高く、約 70% となっています。一方、30 代の割合は低く、約 40% となっています。

問 18 問 17で「1 ある」と答えた方にお尋ねします。  
 入手しようとした情報はどのような内容ですか。(複数回答可)

選択肢	回答者数	割合
生活に関すること(証明書の申請や税金、ごみの出し方など)	45人	61.6%
福祉・健康に関すること	14人	19.2%
子育て・学びに関すること	11人	15.1%
住まいに関すること(空き家や市営住宅、リフォーム補助の申請など)	11人	15.1%
まちづくりに関すること(大型事業、都市計画・都市景観、まちなかの賑わいづくりなど)	11人	15.1%
産業に関すること	3人	4.1%
防災・消防に関すること	9人	12.3%
新型コロナウイルスに関すること	35人	47.9%
その他	7人	9.6%

(回答者数：73人 有効回答数：146)

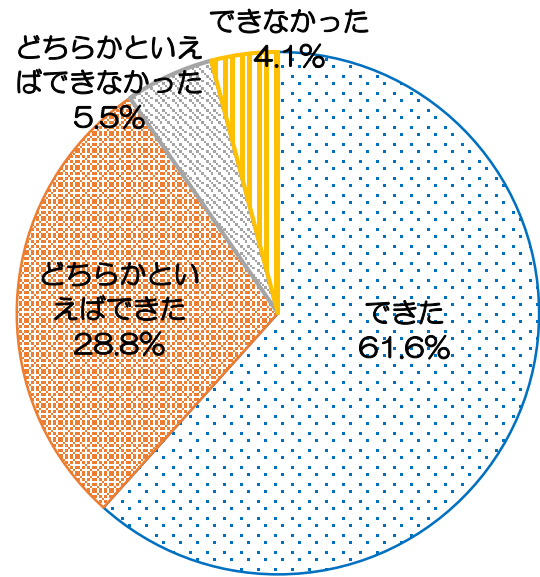
※「その他」の意見

- 先祖供養について
- 公共料金の支払い方法について
- 就活について
- 地元実行組合で共同保有する森林の共有者の所在。固定資産税の納入の為。
- イベント情報やお出かけスポット探し
- 介護・原爆ホーム
- マイナンバーカードについて

生活に特に関わりが深い、証明書の交付や税金、ごみの出し方などの「生活に関すること」が約62%、「新型コロナウイルスに関すること」が約48%、「福祉・健康に関すること」が約19%となっており、生活に身近な情報や新型コロナウイルスに関する情報に関心が高いことがうかがえます。

問 19 問 17で「1 ある」と答えた方にお尋ねします。  
 必要な情報は入手できましたか。(当てはまるもの1つ回答)

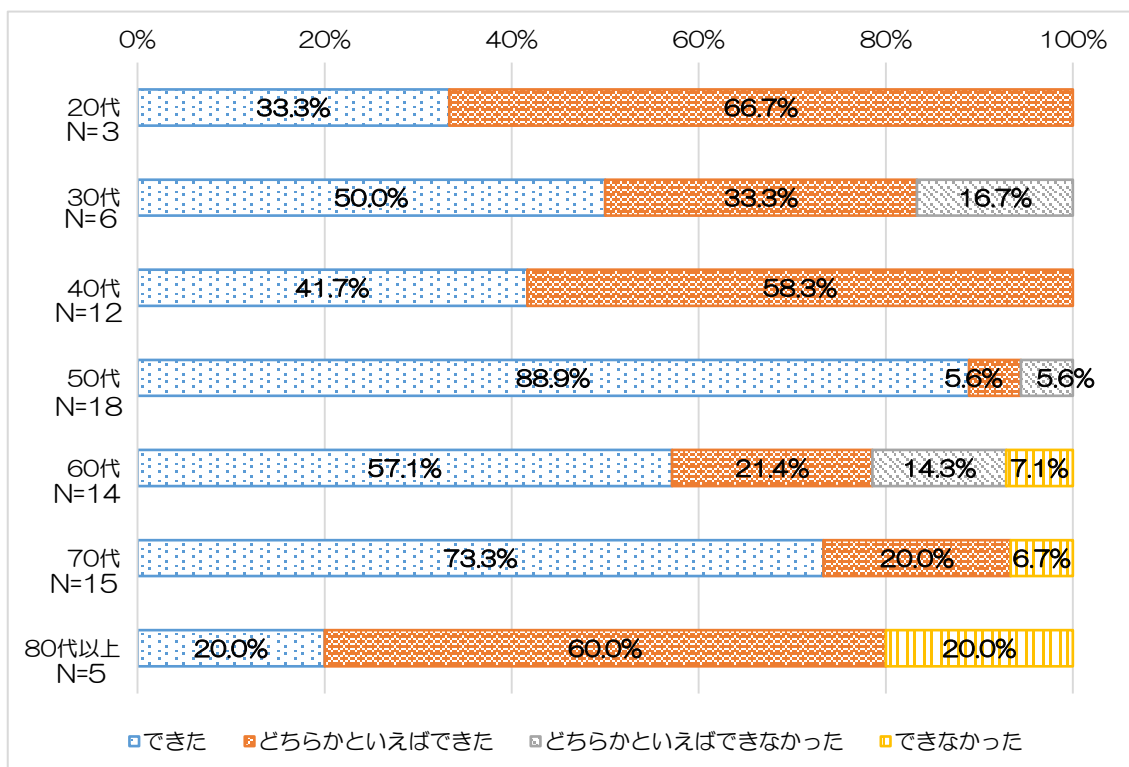
選択肢	回答者数	割合
できた	45人	61.6%
どちらかといえ ばできた	21人	28.8%
どちらかといえ ばできなかった	4人	5.5%
できなかった	3人	4.1%
合計	73人	100.0%



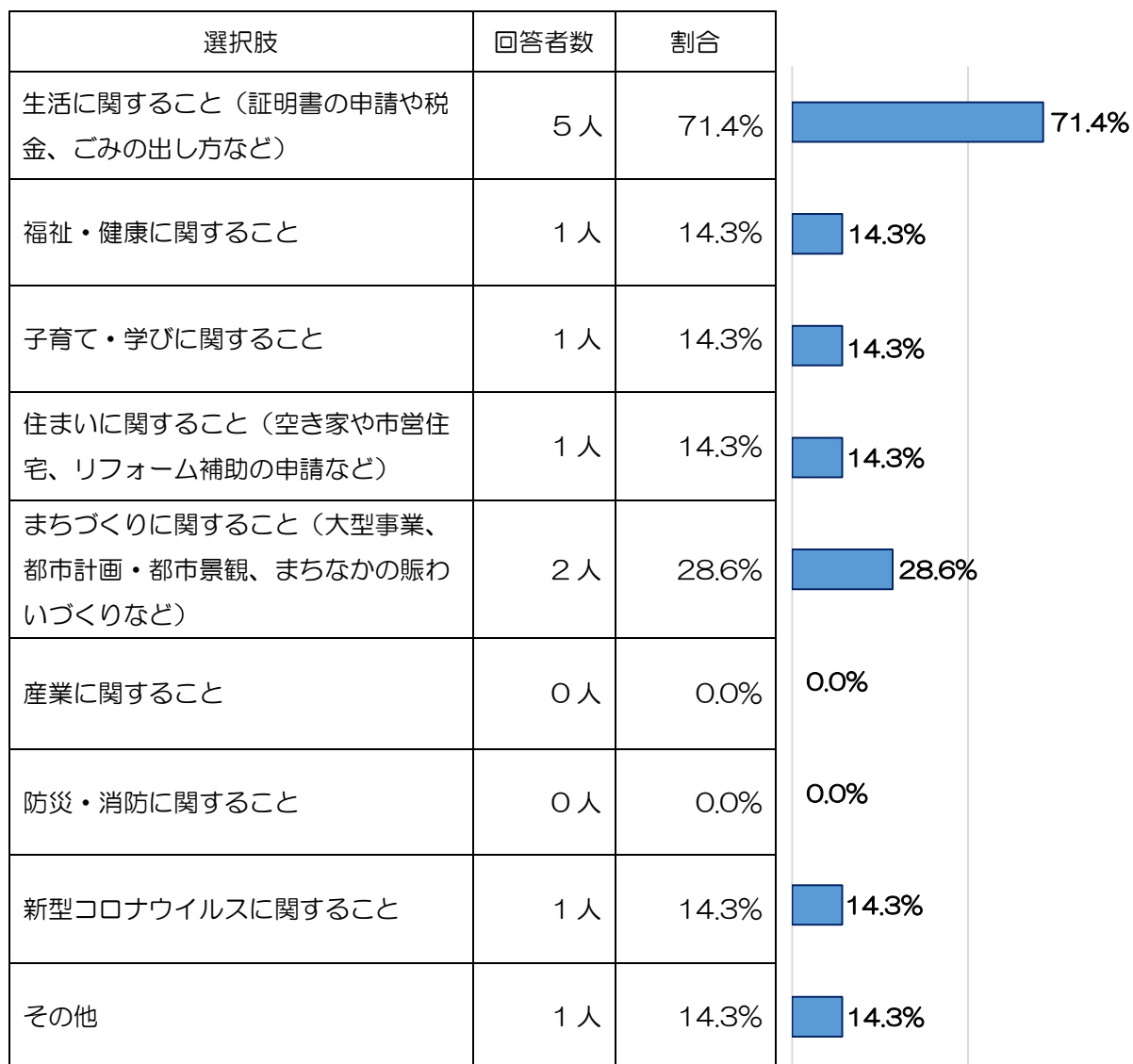
(無回答：なし 無効回答：3人)

〈年齢別割合〉

(単位：%)



【参考】問 19 で「どちらかといえばできなかった」「できなかった」と答えた方が入手しようとした情報について



（回答者数：7 人 有効回答数：12）

※「その他」の意見

- 土地の共有者の所在について

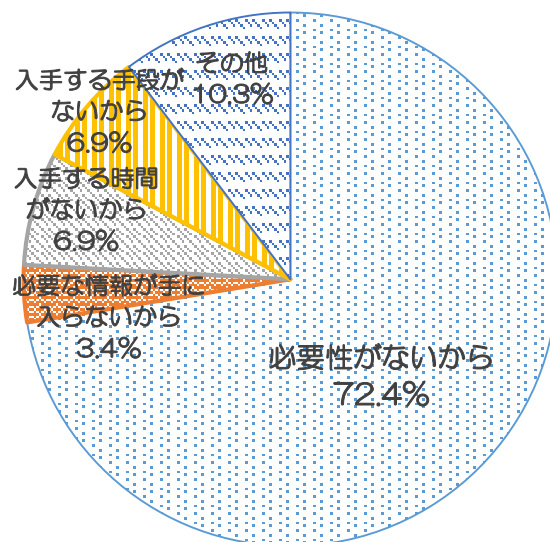
必要な情報の入手が「できた」または「どちらかといえばできた」かたの割合は約 90%であり、昨年度調査と比べると、「できた」の割合が 51.5%から 61.6%と、10%以上伸びており、必要な情報を確実に入手できたかたが増えています。

「どちらかといえばできなかった」「できなかった」かたの割合は、20 代では 0%だったのに対し、60 代と 80 代以上では 20%に達しています。年齢が高いかたが求める情報に関するニーズの把握や、情報を入手しやすい環境づくりなどを検討する必要があります。



問 20 問 17で「2 ない」と答えた方にお尋ねします。  
市役所から情報を入手しようとしたことがない理由は何ですか。（当てはまるもの  
1つ回答）

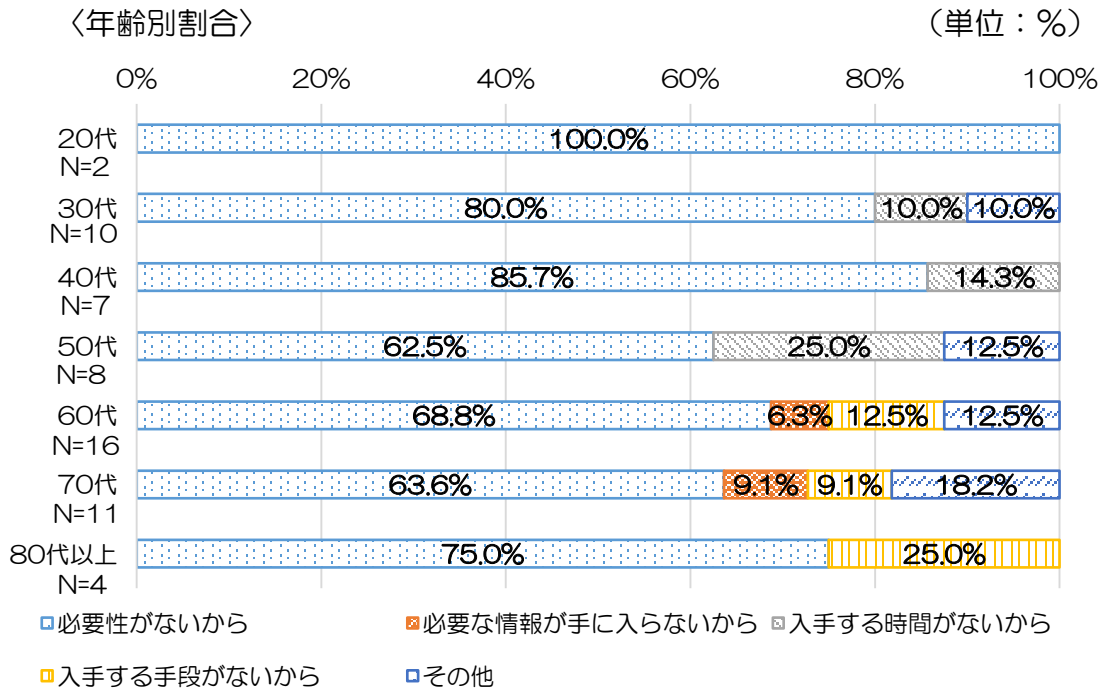
選択肢	回答者数	割合
必要性がないから	42人	72.4%
必要な情報が手に入らないから	2人	3.4%
入手する時間がないから	4人	6.9%
入手する手段がないから	4人	6.9%
その他	6人	10.3%
合計	58人	100.0%



（無回答：1人 無効回答：1人）

※「その他」の意見

- 広報ながさき、新聞から入手
- 必要な情報は広報ながさきで分かるから
- 情報そのものが何かわからない。もっと情報を流す？出してほしい。
- 特別に手に入れなくても広報とかで知ることが出来る。
- 特に興味がないから
- 何もかも知らない事ばかり



「必要性がないから」が約 72%と大部分を占めました。市役所が発信する情報には、くらしに密着した情報や安全・安心に関わる情報など知っていただきたい情報があるため、興味・関心を持っていただけるような情報の編集や発信方法の改善などに努めていく必要があります。

【重点的広報テーマについて】

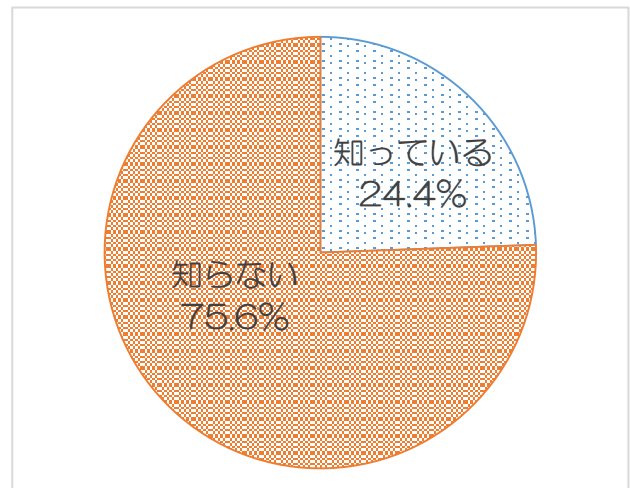
問 21 長崎市では、100年に一度のまちの変化から生まれる魅力等を発信する、まちづくりのプロモーション「長崎 MIRAISM (ミライズム)」を実施しています。あなたは、「長崎 MIRAISM」のことを知っていますか。(当てはまるもの1つ回答)

※参考「長崎 MIRAISM」のホームページはこちら

<https://nagasaki-miraism.com/>

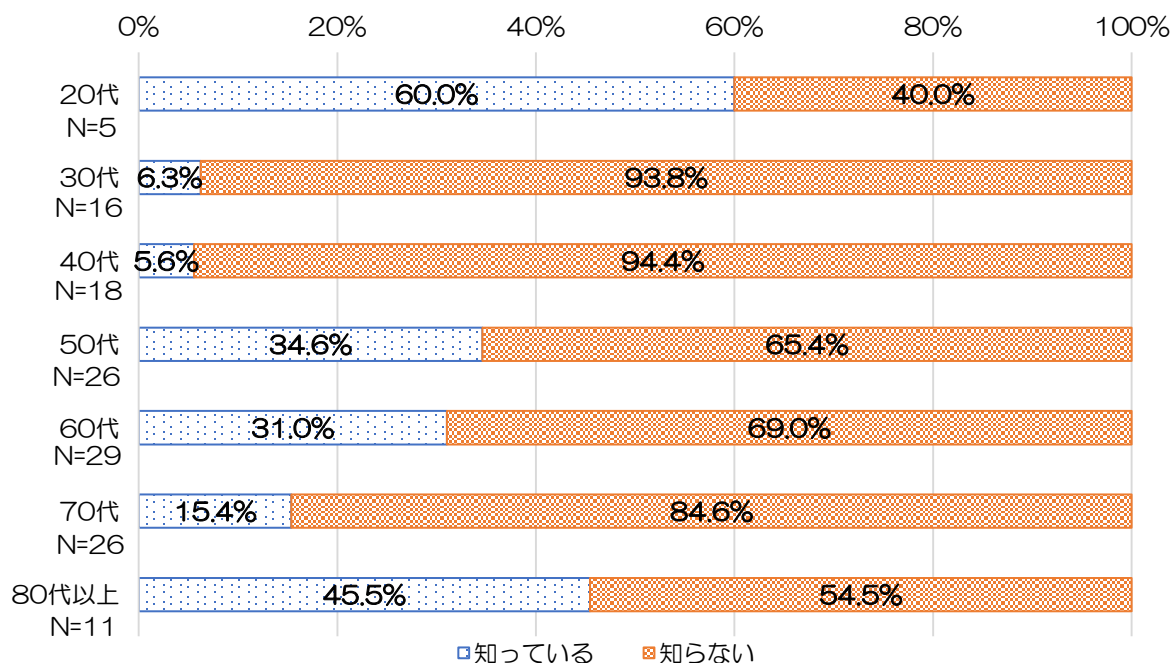
選択肢	回答者数	割合
知っている	32人	24.4%
知らない	99人	75.6%
合計	131人	100.0%

(無回答：4人 無効回答：4人)



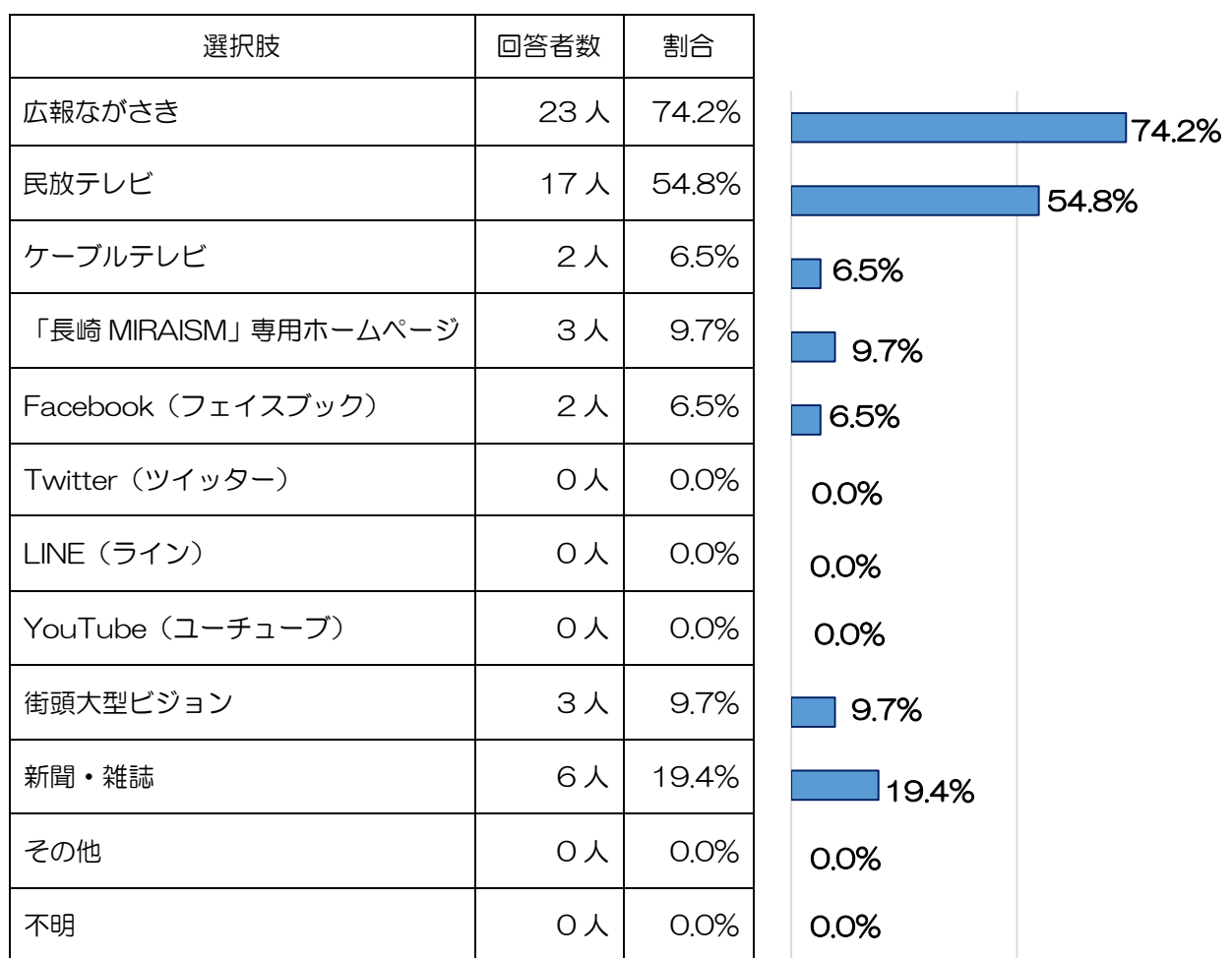
〈年齢別割合〉

(単位：%)



「知らない」と答えたかたが全体の約 76%を占めており、特に 30 代・40 代への周知が不足していることが分かりました。令和 3 年 4 月からスタートした長崎 MIRAISM については、様々な広報媒体を通じて周知を行っていますが、現段階では周知が行き届いているとは言えないことから、情報発信のさらなる強化を図る必要があると感じました。

問 22 「問 21」で「1 知っている」と回答した方にお尋ねします。  
 どのようにして知りましたか。(複数回答可)

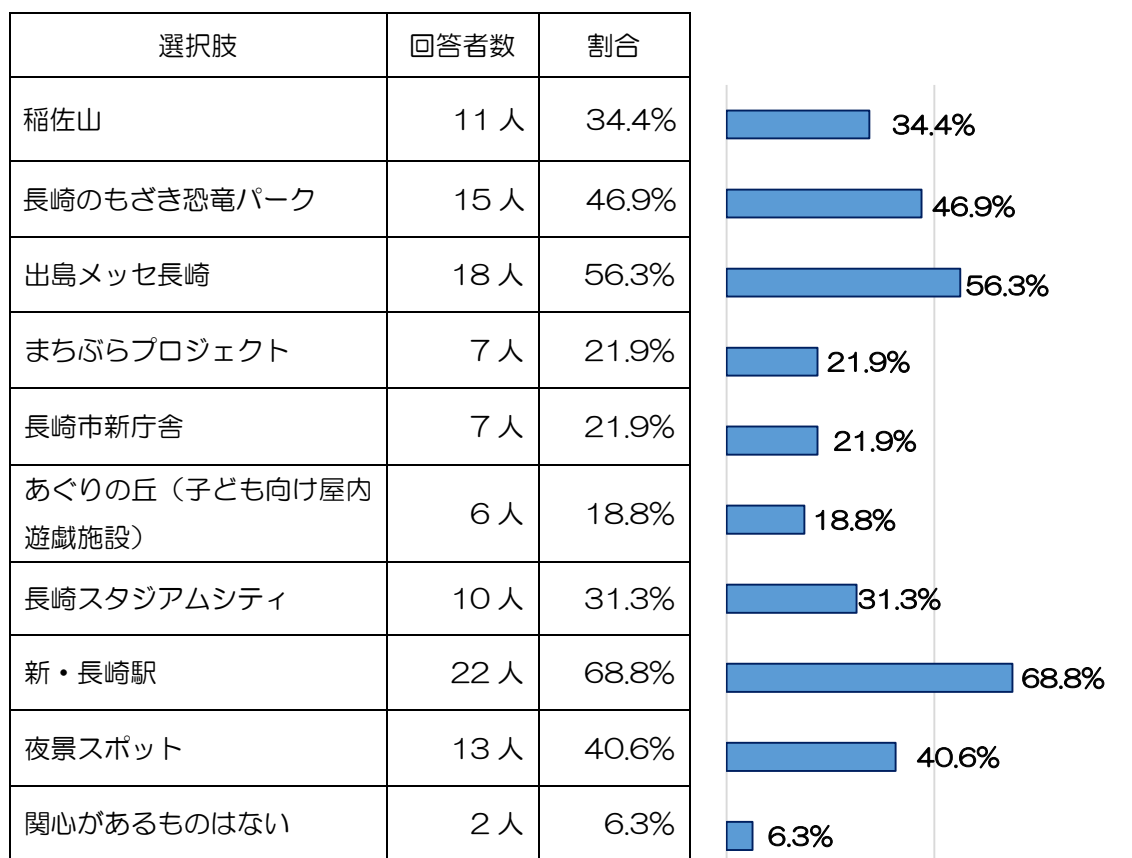


(回答者数：31 人 無回答：1 人 有効回答数=56)

様々な媒体を活用して広報を行っている中、「広報ながさき」・「民放テレビ」で情報を得たかたが多い結果となりました。問 21 において、特に 30 代・40 代の認知度が低いこと、また、若い世代の利用率が高い Facebook、Twitter、LINE、YouTube などのソーシャルメディアを介して情報に触れた数が少ないことから、これらの媒体を活用した発信に、より一層力を入れる必要があると感じました。

問 23 「問 21」で「1 知っている」と回答した方にお尋ねします。

「長崎 MIRAISM」では、100 年に一度の変化に関わる9つの事業を取り上げていますが、このうち関心があるものはありますか。(複数回答可)



(回答者数=32 人 有効回答数=111)

令和 4 年秋に西九州新幹線の開業を控えるなど、整備が続く「新・長崎駅」に関心があるかたが最も多く、続いて令和 3 年にオープンした「出島メッセ長崎」「長崎のもざき恐竜パーク」が続いています。「あぐりの丘 (子ども向け屋内遊戯施設)」「長崎市新庁舎」については令和 4 年度にオープンの予定ですが、関心が高くない結果となったため、さらに周知を図る必要があります。

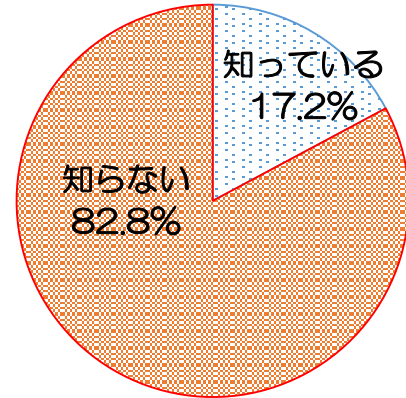
問 24 長崎市では、市民の暮らしに役立つ情報をわかりやすくお届けする、暮らしのプロモーション「マル得長崎」を実施しています。あなたは、「マル得長崎」のことを知っていますか。（当てはまるもの1つ回答）

※参考「マル得長崎」のホームページはこちら

<https://nagasaki-miraism.com/marutoku/>

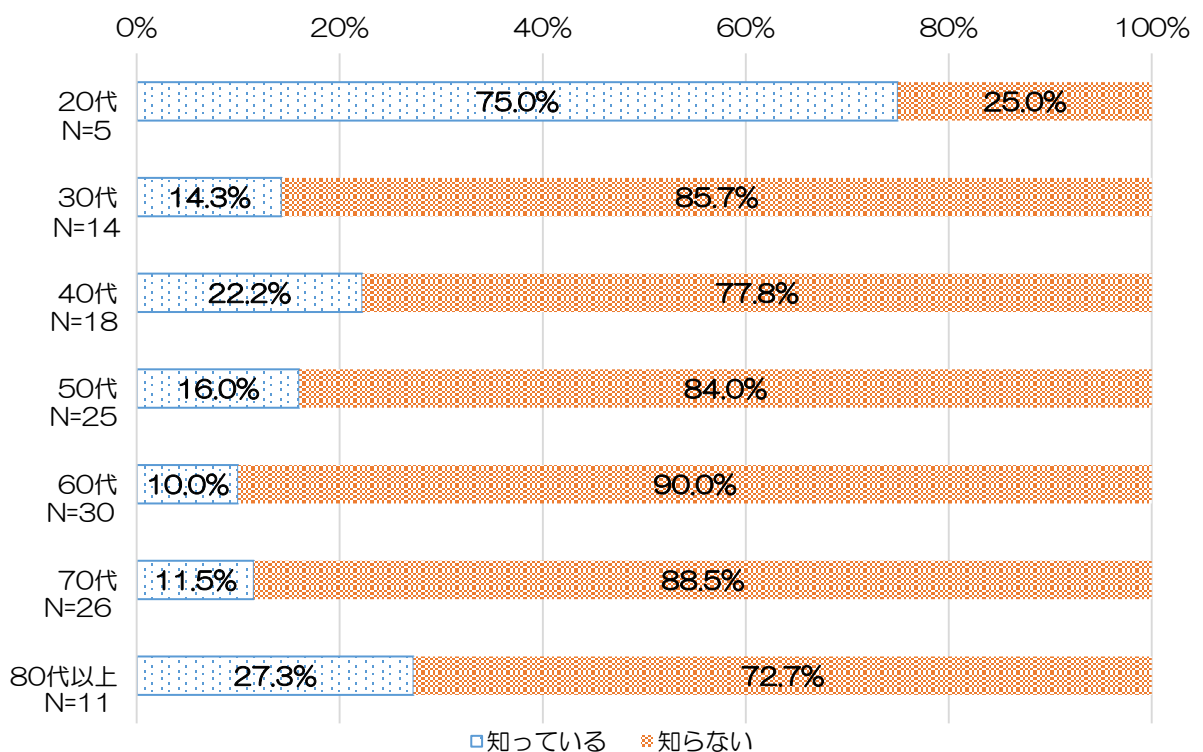
選択肢	回答者数	割合
知っている	22人	17.2%
知らない	106人	82.8%
合計	128人	100.0%

（無回答：2人 無効回答：9人）



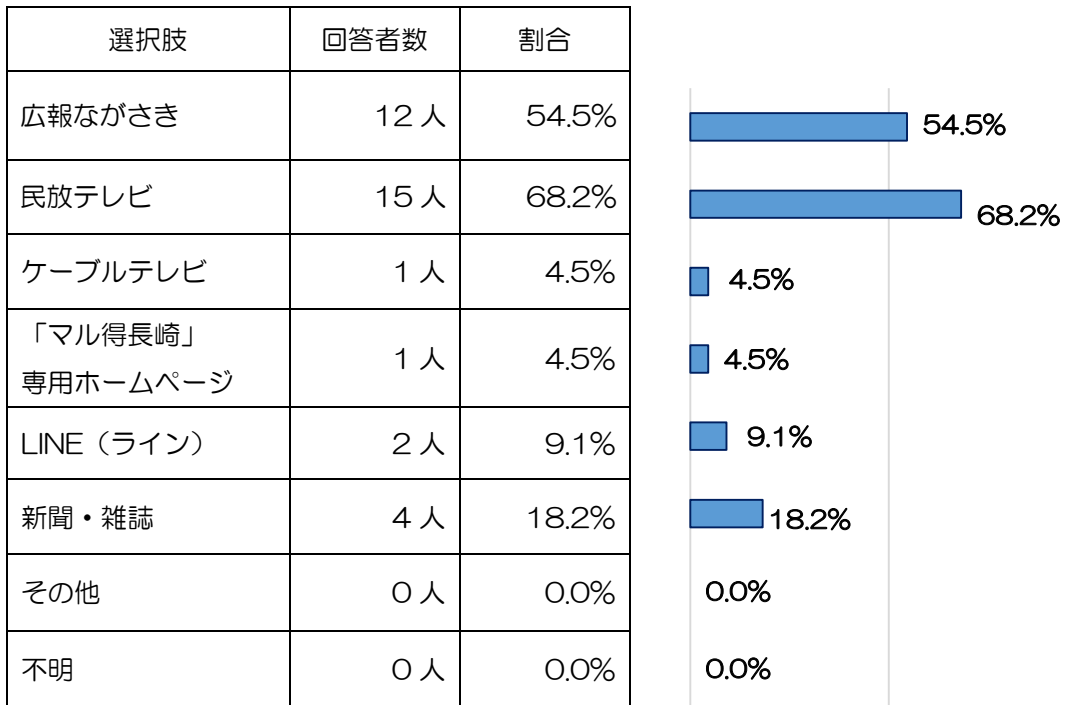
〈年齢別割合〉

（単位：％）



「知らない」と答えたかたが、全体の約83%を占めていることが分かりました。マル得長崎については、まだまだ周知が行き届いておらず、さらに情報を発信していく必要があると感じました。

問 25 「問 24」で「1 知っている」と回答した方にお尋ねします。どのようにして知りましたか。(複数回答可)



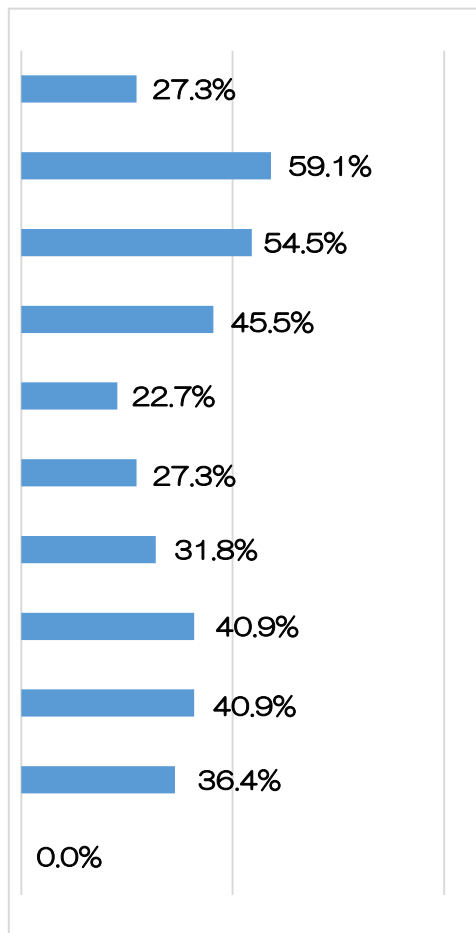
(回答者数=22 人 有効回答数=35)

「民放テレビ」・「広報ながさき」で情報を得た方が多い結果となりました。広報ながさきには、毎号もくじのページに、市民のかたがすぐにマル得長崎の情報につながるよう、QRコードを掲載しています。今後も継続的に、様々な場面で情報にアクセスできるような周知を図っていきます。

問 26 「問 24」で「1 知っている」と回答した方にお尋ねします。

「マル得長崎」では、暮らしに密着した次の分野の情報について、長崎市公式 LINE で発信しています。あなたはどの分野に関心がありますか。(複数回答可)

選択肢	回答者数	割合
子育て・教育	6 人	27.3%
健康・福祉	13 人	59.1%
文化・レジャー	12 人	54.5%
食	10 人	45.5%
暮らし(環境・上下水道 など)	5 人	22.7%
住まい	6 人	27.3%
防災・安全	7 人	31.8%
まちづくり	9 人	40.9%
新型コロナウイルス	9 人	40.9%
イベント	8 人	36.4%
その他	0 人	0.0%



(回答者数=22 人 有効回答数=85)

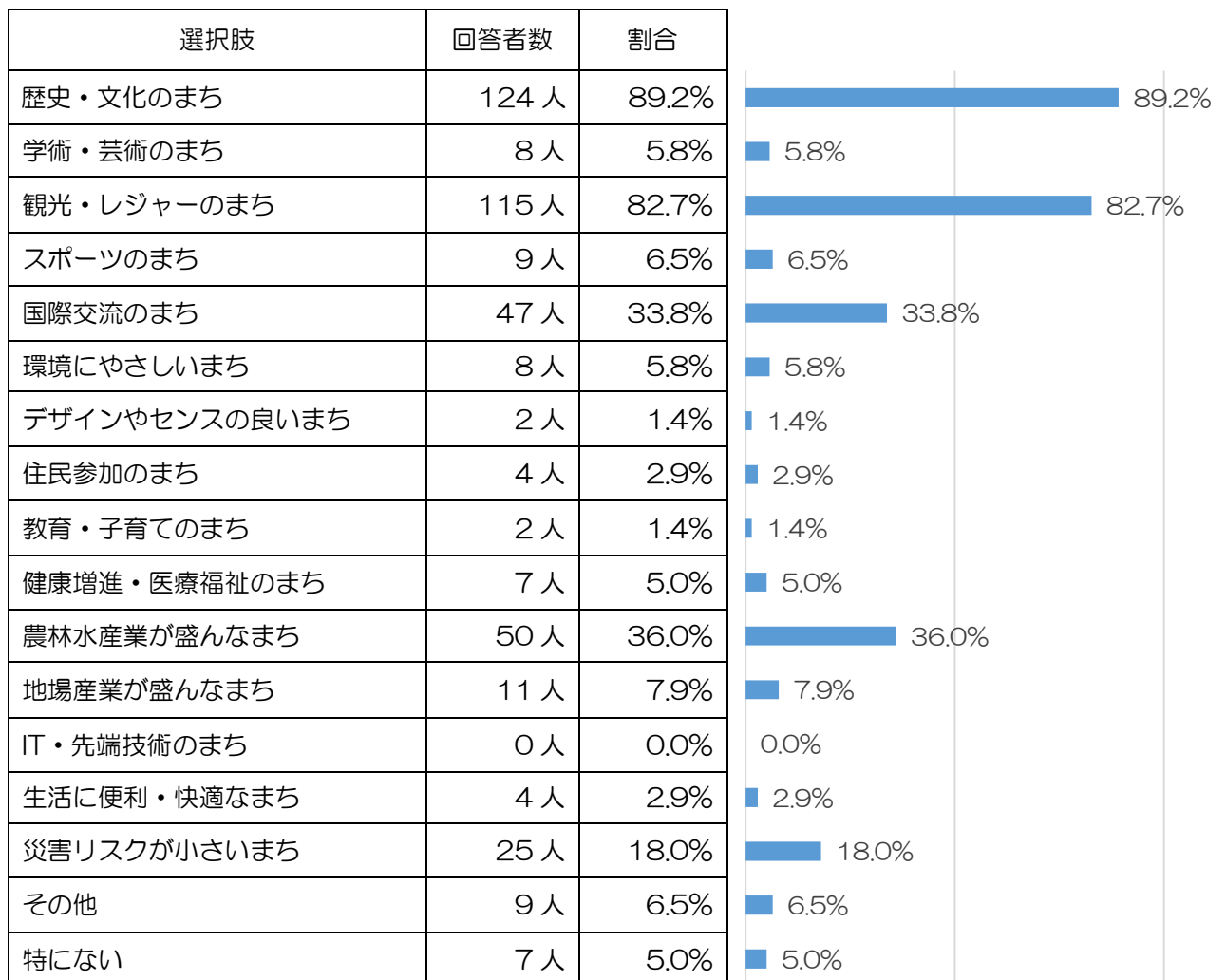
「健康・福祉」に関心があるかたが最も多く、続いて「文化・レジャー」「食」「イベント」「まちづくり」「新型コロナウイルス」が続いています。

マル得長崎は、「いつでも・どこでも・わかりやすく」情報を入手できるよう、SNS の中でも最も利用者が多く、お手元のスマートフォンに直接情報が届く LINE を活用しており、「子育て・教育」「健康・福祉」などの中から、必要な分野を選んで登録することができます。

今後は、わかりやすい情報発信とともに、さらに LINE の登録者が増えて、多くのかたが必要な情報を入手できるよう努めていきます。



問 27 あなたは長崎市に対して、どのようなまちのイメージを持っていますか。  
(複数回答可)



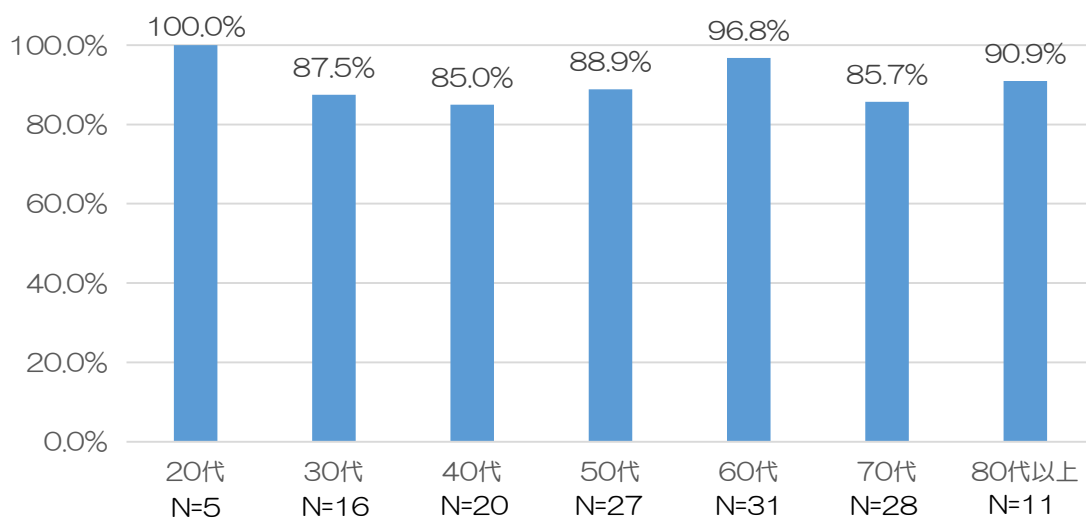
(回答者数=138人 無回答=1人 有効回答数=432)

※「その他」の意見

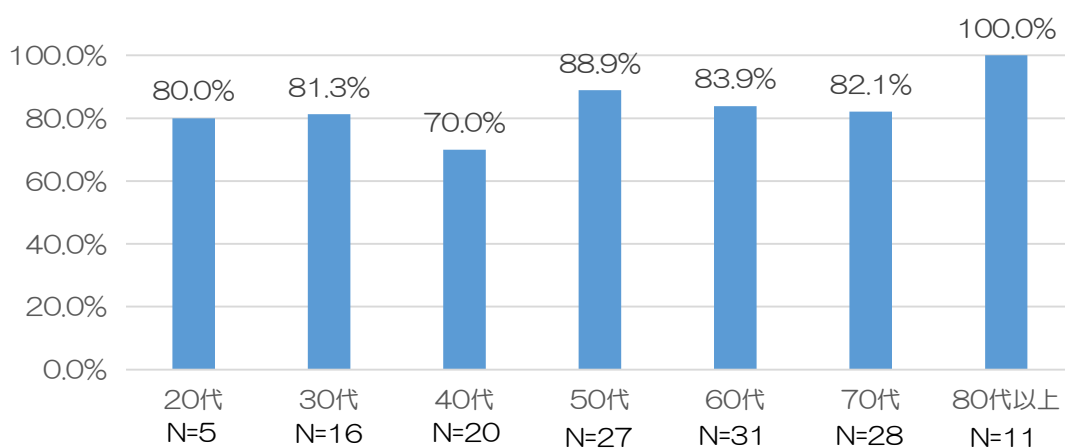
- 平地の少ないまち、夜景のまち
- 生活に便利だが、坂道が苦
- 坂の多いまち、猫が多いまち、路面電車が通っているまち
- 水道代が高い
- 適当に田舎で、適当に都会、住みやすい
- 海や山が町のすぐ近くにあり美しい街
- 生活するには不便 など

【年齢別割合】※割合が高かった5つを抜粋

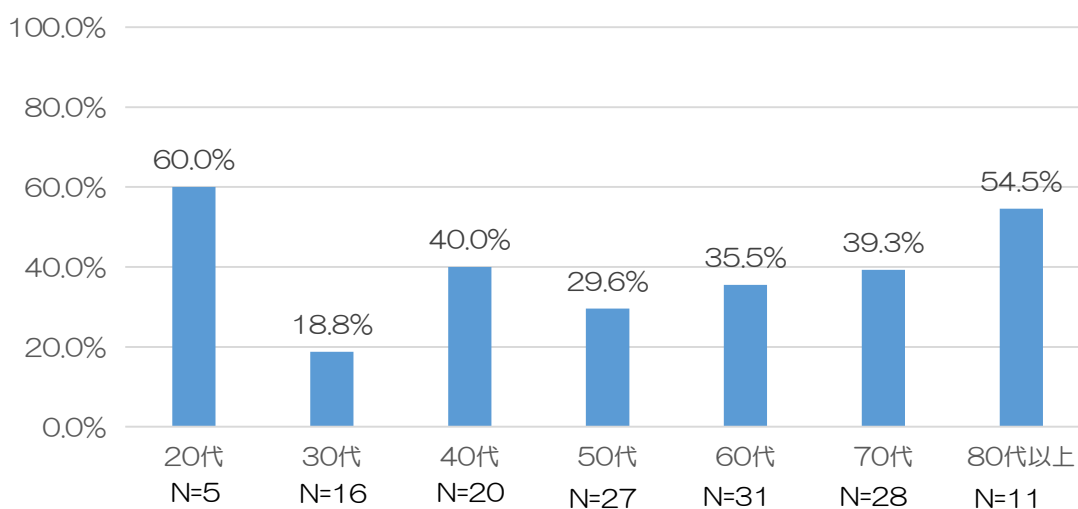
○「歴史・文化のまち」124人



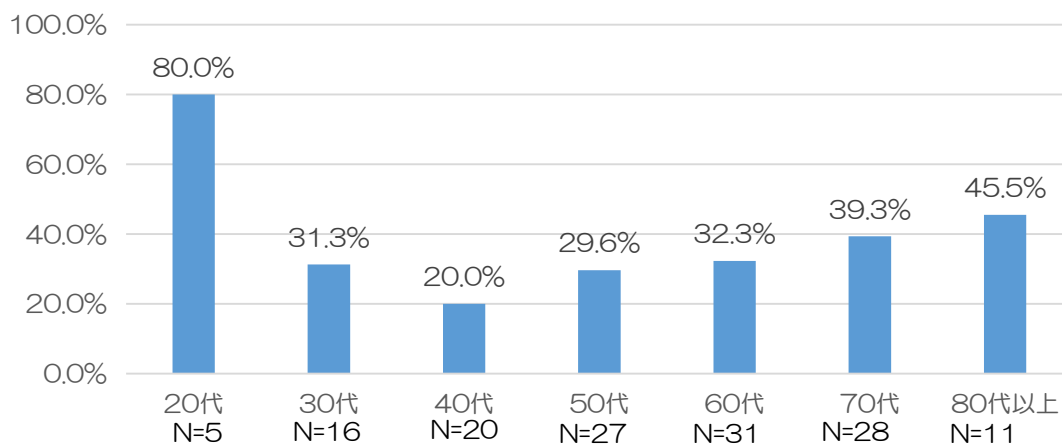
○「観光・レジャーのまち」115人



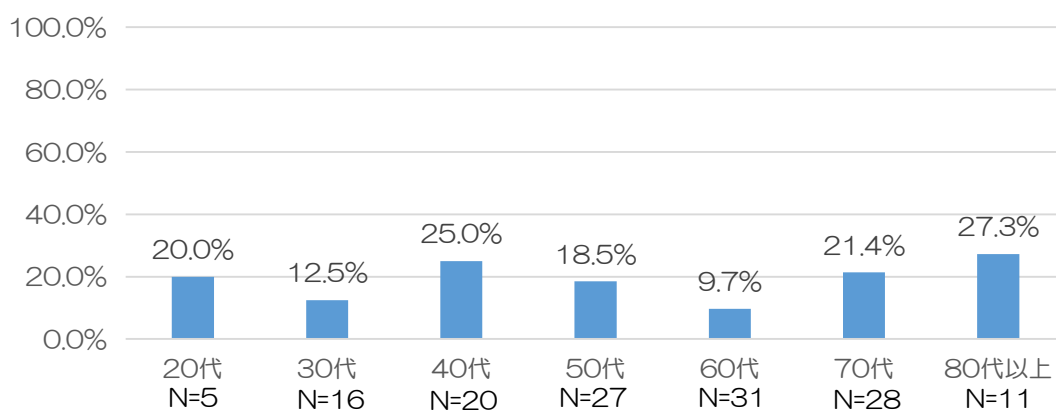
○「農林水産業が盛んなまち」50人



○「国際交流のまち」47人



○「災害リスクが小さいまち」25人



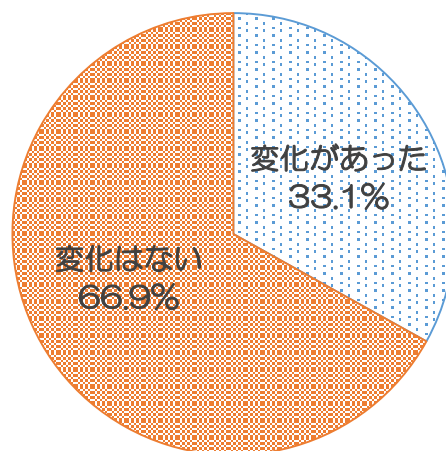
市民が抱いている「長崎市に対するイメージ」については、「歴史・文化のまち」（約90%）、「観光・レジャーのまち」（約83%）、「農林水産業が盛んなまち」（約36%）、「国際交流のまち」（約34%）、「災害リスクが小さいまち」（約18%）が上位となり、特に「歴史・文化のまち」「観光・レジャーのまち」の割合が高くなっています。

上位5つを年齢別でみると、「歴史・文化のまち」は20代の全員がイメージを持っているなど、各年代で高い割合となっています。また、「観光・レジャーのまち」「農林水産業が盛んなまち」は80代以上、「国際交流のまち」は20代、「災害リスクが小さいまち」は80代以上の世代が最も高くなりました。

問 28 長崎市に対するあなたのイメージについて、この 1 年間に変化がありましたか。(当てはまるもの 1 つ回答)

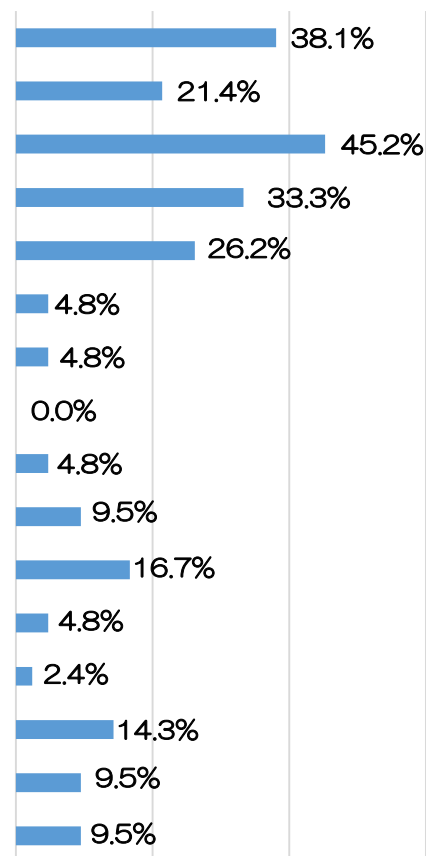
選択肢	回答者数	割合
変化があった	43 人	33.1%
変化はない	87 人	66.9%
合計	130 人	100.0%

(無回答：3 人 無効回答：6 人)



問 29 問 28 で「1 変化があった」と回答した方にお尋ねします。  
新たに長崎市に対して、持つこととなったイメージはどのようなものですか。  
(複数回答可)

選択肢	回答者数	割合
歴史・文化のまち	16 人	38.1%
学術・芸術のまち	9 人	21.4%
観光・レジャーのまち	19 人	45.2%
スポーツのまち	14 人	33.3%
国際交流のまち	11 人	26.2%
環境にやさしいまち	2 人	4.8%
デザインやセンスの良いまち	2 人	4.8%
住民参加のまち	0 人	0.0%
教育・子育てのまち	2 人	4.8%
健康増進・医療福祉のまち	4 人	9.5%
農林水産業が盛んなまち	7 人	16.7%
地場産業が盛んなまち	2 人	4.8%
IT・先端技術のまち	1 人	2.4%
生活に便利・快適なまち	6 人	14.3%
災害リスクが小さいまち	4 人	9.5%
その他	4 人	9.5%



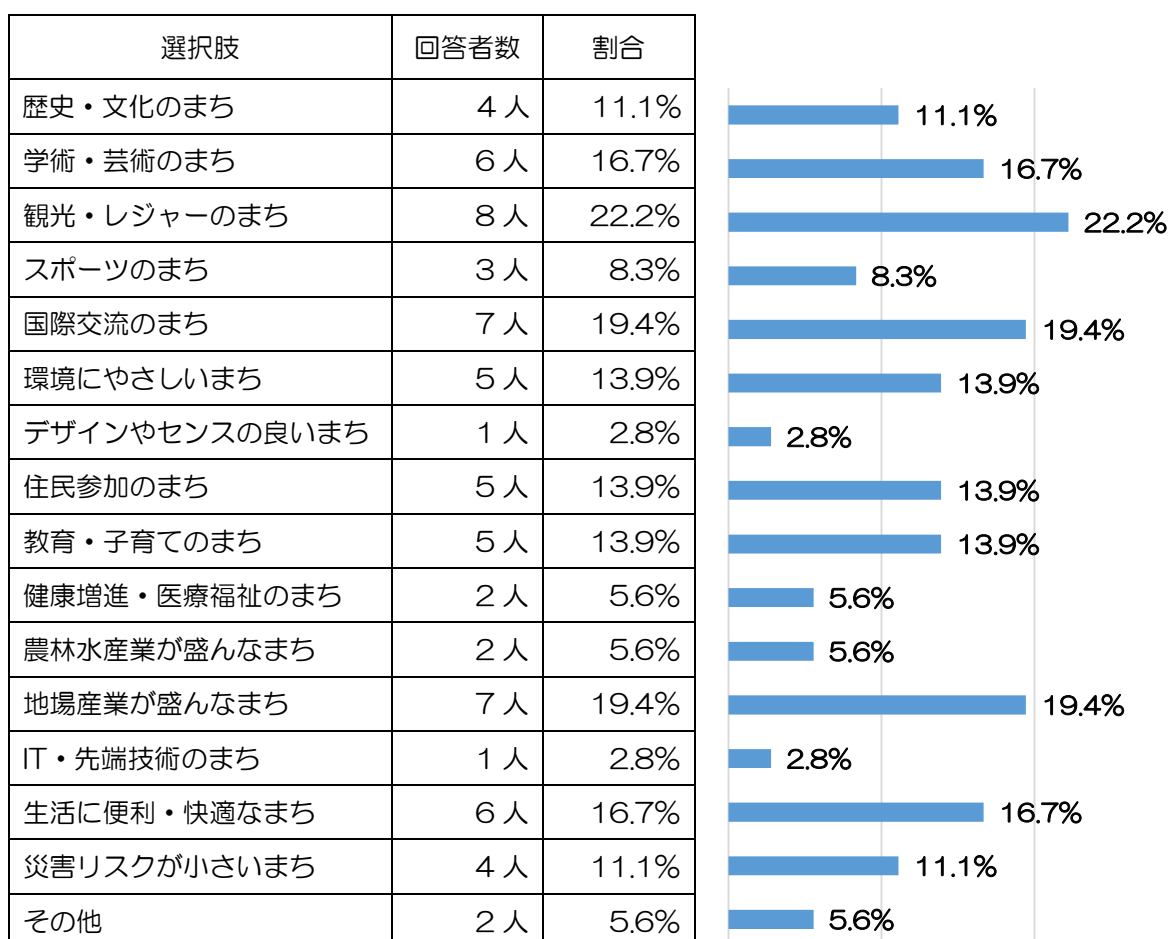
(回答者数：42人 無回答：1人 有効回答数：103)

※「その他」の意見

- 都市開発が盛んなまち
- 長崎駅周辺の変化、公会堂、浜口等かなりの景観の変化。また、銀行の合併に伴う支店の改編。更に長崎駅北側の変化。
- 観光のまちだと思っていたから。コロナで観光客が減り、大きなダメージを受けている。

問30 問28で「1 変化があった」と回答した方にお尋ねします。

以前長崎市に対して持っていたものの、なくなったイメージはどのようなものですか。(複数回答可)



(回答者数：36人 無回答：7人 有効回答数：68)

※「その他」の意見

- 記入なし(〇のみ)

【イメージを持つかたの増減】

算出方法：問 29 と問 30 の人数の差により増減を表しています。

選択肢	イメージを新たに持った	イメージがなくなった	増減
歴史・文化のまち	16 人	4 人	+12 人
学術・芸術のまち	9 人	6 人	+3 人
観光・レジャーのまち	19 人	8 人	+11 人
スポーツのまち	14 人	3 人	+11 人
国際交流のまち	11 人	7 人	+4 人
環境にやさしいまち	2 人	5 人	▲3 人
デザインやセンスの良いまち	2 人	1 人	+1 人
住民参加のまち	0 人	5 人	▲5 人
教育・子育てのまち	2 人	5 人	▲3 人
健康増進・医療福祉のまち	4 人	2 人	+2 人
農林水産業が盛んなまち	7 人	2 人	+5 人
地場産業が盛んなまち	2 人	7 人	▲5 人
IT・先端技術のまち	1 人	1 人	±0 人
生活に便利・快適なまち	6 人	6 人	±0 人
災害リスクが小さいまち	4 人	4 人	±0 人

約 33%のかたが「変化があった」と回答しました。

このうち、新たにイメージを持ったかたが増えた項目（「変化があった」と答えたかたのうち、「新たにイメージを持った」かたと、「イメージがなくなった」かたの差）は、「歴史・文化のまち」が 12 人の増、「観光・レジャーのまち」「スポーツのまち」が 11 人の増、「農林水産業が盛んなまち」が 5 人の増となり、増加した項目の上位となっています。

一方で、「住民参加のまち」「地場産業が盛んなまち」は 5 人の減となり、イメージがなくなった項目の上位となりました。

問 31 問 28 で「1 変化があった」と回答した方にお尋ねします。

変化した理由やきっかけがあれば教えてください。

【暮らしに関すること】

- 大人や子ども向けの室内で体を動かす、過ごす場所はあるが、中高生、学生等、若者向けの健全で低価な体を動かす施設がない。カラオケやゲームセンター、ショッピングセンターしかない。

【まちづくりに関すること】

- バスケチーム、サッカーチームの活躍。サッカー場ができるのを楽しみにしている。駅も。
- 官公庁移転に伴う交通状況が変わった。そのために交通渋滞が感じられるようになった。
- 駅周辺の活性化
- 住みやすいまちとは思いますが、若者に対しての魅力のあるまちかと言われると全く思えないので、早急に取り組みが必要と感じる。
- 長崎駅も新しくなる計画や、出島メッセ長崎も開業され、息子もバドミントン部に入部して、「スポーツのまち」。長崎市内の野外会場や体育館が沢山利用されるといいと思う。大人も子供も健康のため、身体を動かせる場が必要だと感じています。
- さまざまな場所で工事が行われており、都市開発が進んでいるのだなと考えさせられるから。
- 47都道府県の魅力度ランキングで、長崎県が8位になっていました。うれしかったです。
- 長崎駅の変化
- 長崎駅が新しくなった。
- 県庁が新しくなった。
- 長崎ヴェルカ（バスケット）
- 新幹線
- 出島道路拡張
- 長崎駅周辺の変化、公会堂、浜口等かなりの景観の変化。また、銀行の合併に伴う支店の改編。更に長崎駅北側の変化。
- MICE、恐竜博物館、駅周辺整備など新しい長崎になっていく。
- 「長崎 MIRAISM」や「マル得長崎」については、この調査票とホームページでその存在と詳細を初めて知った。
- 長崎新幹線工事 浦上ー長崎高架化

- あちこち建て替えや工事をしていて色んな思い出があったのに一気に街並みが変わってしまって悲しい。
- もっと若い人達が活躍できるような場を増やして、長崎を元気に盛り上げて欲しい。
- 文科省実施の全国学力テストの結果、長崎県はすべての科目で全国平均を下回った。長崎市も同じレベルと懸念する。長崎市の人口転出も全国ワースト1位。高齢化が進み、今後の長崎市は衰退の変化の中にある。長崎市庁舎やMICE 長崎駅周辺の箱物に対する投資だけでは、教育、人口減少はとめられないのではないか。さらに地域住民の生活道路の穴ぼこは困ったものだ。一方で観光客向けの道路は整備されている。長崎は、地域住民のための町であり、観光客のためのものではない。長崎市政全般、長崎 MIRAIISM 等が地に足がついていないように思う。もっとも重要な市民生活の基盤を大切に教育、人口減少、高齢化対策を中心とした予算の組み方の再考を願います。
- 恐竜博物館が出来て良いですね。出島も良いです。
- 長崎駅周辺が大きく変化した、新幹線ができた、在来線鉄道の高架橋が完成し便利になった。
- 恐竜パークや出島メッセ長崎のオープンは長崎のこれからに大きな変化になると思います。

#### 【観光・レジャーに関すること】

- 長崎海開港フェスタイベントは予約制になっている事を知らなかったです。もっとアピールしてください。せっかく楽しみにしておりましたが、気づいた時には、予約することができませんでした。また、フェスタなどは、開催となりましたが、おくんちなども開催いただけたらと思いました。しかし、コロナ対策は万全にしておかないと。
- 変化があった＝長崎市のイメージが増えたなと思います。長崎ヴェルカができたり、長崎駅がより便利になったり、新しいお店や観光地が増えたりなど、今までの長崎のイメージの良いところが追加されました。
- ブリックホールのフリースペースに立ち寄ってみました。閉まった昔のレストランの空気が残っているような暗い雰囲気でした。あのままではまた来たいという気持ちにはなれません。ただ一つの場所であってもせっかく試みたものであるならば、一つ一つ成功の場を作らなければ意味がありません。照明を明るくするだけでも違うのではないのでしょうか。窓は広いですが、樹々が繁りすぎて外からの光も入らないような気がしました。
- ホテルが建ったり新幹線などの努力は良いのですが、パーキングなど少なかったり、これだというレジャー施設がない。ハウステンボス止まりのような気がします。温泉街のように皆が集まるような場所があると良いですね。
- 世界遺産の夜景、幸町のスタジアム開設



- ・ 観光地が他県の人に案内しやすい。

#### 【歴史・文化に関すること】

- ・ 芸術のイベントをもっと増やしてほしい。
- ・ 長崎は歴史的建造物をすぐ壊す。長崎らしさがどんどん失われ悲しい。都会ぶらなくていいから、自然も大事にしてほしい。
- ・ JR 長崎駅周辺の再開発が進み、モダンな一画になろうとしていると感じます。繁栄する機会になればよいと思います。ただ残念なのは全国どこにでもある風景となりつつあるようです。オランダ人の人形や丸山芸妓の人形、オランダ船、オランダ国旗など、異国情緒に満ちた雑多な感じがあるのが良いと思う。

#### 【産業に関すること】

- ・ 企業誘致やブランドを長崎市に取り入れてほしい。
- ・ 造船、農林水産業が衰えた気がする。
- ・ ジャパネットのスポーツへの参画により、サッカー、バスケットなどの強化が著しい。一方、三菱重工の組織改革により、長崎の規模が縮小傾向にあり、長崎市の人口減の一因になっている。

#### 【子育てに関すること】

- ・ 子ども向け屋外遊戯施設遊園地を建設してほしいと周囲で多数意見がありました。
- ・ このアンケートに毎回書き、お願いしているところですが、今年野母崎地区に恐竜博物館ができました。それに伴って、広場？公園ができましたが、小さな小さな広場です。長崎市には大村や諫早にあるような広場や公園が全くないように思います。あぐりや稲佐山はありますが、本当に小さすぎると思います。佐世保に新しくできた公園に行ったら、知った人たちが来ていて、「長崎にもほしいよね」の毎回同じ会話です。どうぞ子育てするのに優しい街、市になってほしいと願うばかりです。

#### 【安全・安心に関すること】

- ・ 災害の多い1年だったので、災害リスクは特に感じました。都会にはない自然をコロナ禍で味わうことができた。
- ・ 交通の渋滞が多く、生活に便利でない。大雨で土砂崩れの心配があり、災害リスクが高いと感じた。

#### 【その他】

- ・ スポーツでは、サッカー・バスケ、歴史・文化・学術芸術では、恐竜化石、観

光では、稲佐山・・・しかし、山が住宅街に変わり、緑の山・鳥・虫が少なくなった。

- 田上市長の努力
- 「問 28」2 変化はないでのアンケート終了はおかしい。なんで変化ないとしたのか、そこを調査するのが行政である。
- アンケート結果の紙がゴミ箱に捨てる際、かさばります。資源のムダだと思います。
- ヴェルカ長崎の立ち上げにあたり、チアリーダーの選考やチーム育成のために尽力されているのをテレビで見たことがあり、チームの応援をこれからしたいと思った。
- 変化はない。
- 半世紀も前に長崎を出て県外で生活し、13 年前に戻ってきました。この空白の期間の故に長崎の印象も変化したものと思われます。

など

## 参考 調査票

### 【広報全般について】

問 17 過去1年間に市役所からの情報を入手しようとしたことがありますか。  
(当てはまるもの1つ回答)

- 1 ある → 【問 18、問 19 へお進みください】
- 2 ない → 【問 20 へお進みください】

問 18 「問 17」で「1 ある」と回答した方にお尋ねします。  
入手しようとした情報は、どのような内容ですか。(複数回答可)

- 1 生活に関する事(証明書の申請や税金、ごみの出し方など)
- 2 福祉・健康に関する事
- 3 子育て・学びに関する事
- 4 住まいに関する事(空き家や市営住宅、リフォーム補助の申請など)
- 5 まちづくりに関する事  
(大型事業、都市計画・都市景観、まちなかの賑わいづくりなど)
- 6 産業に関する事
- 7 防災・消防に関する事
- 8 新型コロナウイルスに関する事
- 9 その他 ( )

問 19 「問 17」で「1 ある」と回答した方にお尋ねします。  
必要な情報は入手できましたか。(当てはまるもの1つ回答)

- 1 できた
- 2 どちらかといえばできた
- 3 どちらかといえばできなかった
- 4 できなかった

問 20 「問 17」で「2 ない」と回答した方にお尋ねします。  
市役所からの情報を入手しようとしたことがない理由は何ですか。  
(当てはまるもの1つ回答)

- 1 必要性がないから
- 2 必要な情報が手に入らないから
- 3 入手する時間がないから
- 4 入手する手段がないから
- 5 その他 ( )

#### 【重点的広報テーマについて】

問 21 長崎市では、100年に一度のまちの変化から生まれる魅力等を発信する、まちづくりのプロモーション「長崎 MIRAISM (ミライズム)」を実施しています。あなたは、「長崎 MIRAISM」のことを知っていますか。  
(当てはまるもの1つ回答)

※参考「長崎 MIRAISM」のホームページはこちら  
<https://nagasaki-miraism.com/>

- 1 知っている → 【問 22、問 23 へお進みください】
- 2 知らない → 【問 24 へお進みください】

問22 「問21」で「1 知っている」と回答した方にお尋ねします。  
どのようにして知りましたか。(複数回答可)

- 1 広報ながさき
- 2 民放テレビ
- 3 ケーブルテレビ
- 4 「長崎 MIRAISM」専用ホームページ
- 5 facebook (フェイスブック)
- 6 Twitter (ツイッター)
- 7 LINE (ライン)
- 8 Youtube (ユーチューブ)
- 9 街頭大型ビジョン
- 10 新聞・雑誌
- 11 その他 ( )
- 12 不明

問23 「問21」で「1 知っている」と回答した方にお尋ねします。  
「長崎 MIRAISM」では、100年に一度の変化に関わる9つの事業を取り上げていますが、このうち関心があるものはありますか。(複数回答可)

- 1 稲佐山
- 2 長崎のもぞき恐竜パーク
- 3 出島メッセ長崎
- 4 まちぶらプロジェクト
- 5 長崎市新庁舎
- 6 あぐりの丘 (子ども向け屋内遊戯施設)
- 7 長崎スタジアムシティ
- 8 新・長崎駅
- 9 夜景スポット
- 10 関心があるものはない

問 24 長崎市では、市民の暮らしに役立つ情報をわかりやすくお届けする、くらしのプロモーション「マル得長崎」を実施しています。あなたは、「マル得長崎」のことを知っていますか。(当てはまるもの1つ回答)

※参考「マル得長崎」のホームページはこちら

<https://nagasaki-miraism.com/marutoku/>

- 1 知っている → 【問 25、問 26 へお進みください】
- 2 知らない → 【問 27 へお進みください】

問 25 「問 24」で「1 知っている」と回答した方にお尋ねします。どのようにして知りましたか。(複数回答可)

- 1 広報ながさき
- 2 民放テレビ
- 3 ケーブルテレビ
- 4 「マル得長崎」専用ホームページ
- 5 LINE (ライン)
- 6 新聞・雑誌
- 7 その他 ( )
- 8 不明

問 26 「問 24」で「1 知っている」と回答した方にお尋ねします。「マル得長崎」では、暮らしに密着した次の分野の情報について、長崎市公式 LINE で発信しています。あなたはどの分野に関心がありますか。(複数回答可)

- 1 子育て・教育
- 2 健康・福祉
- 3 文化・レジャー
- 4 食
- 5 くらし(環境・上下水道など)
- 6 住まい
- 7 防災・安全
- 8 まちづくり
- 9 新型コロナウイルス
- 10 イベント
- 11 その他 ( )

【長崎市のイメージについて】

問 27 あなたは長崎市に対して、どのようなまちのイメージを持っていますか。(複数回答可)

- 1 歴史・文化のまち
- 2 学術・芸術のまち
- 3 観光・レジャーのまち
- 4 スポーツのまち
- 5 国際交流のまち
- 6 環境にやさしいまち
- 7 デザインやセンスの良いまち
- 8 住民参加のまち
- 9 教育・子育てのまち
- 10 健康増進・医療福祉のまち
- 11 農林水産業が盛んなまち
- 12 地場産業が盛んなまち
- 13 IT・先端技術のまち
- 14 生活に便利・快適なまち
- 15 災害リスクが小さいまち
- 16 その他( )
- 17 特にない

問 28 長崎市に対するあなたのイメージについて、この1年間に変化がありましたか。(当てはまるもの1つ回答)

- 1 変化があった → 【問 29、問 30、問 31 へお進みください】
- 2 変化はない → 【以上で、アンケートは終了です】

問 29 「問 28」で「1 変化がある」と回答した方にお尋ねします。  
新たに長崎市に対して、持つことになったイメージはどのようなもの  
ですか。(複数回答可)

- 1 歴史・文化のまち
- 2 学術・芸術のまち
- 3 観光・レジャーのまち
- 4 スポーツのまち
- 5 国際交流のまち
- 6 環境にやさしいまち
- 7 デザインやセンスの良いまち
- 8 住民参加のまち
- 9 教育・子育てのまち
- 10 健康増進・医療福祉のまち
- 11 農林水産業が盛んなまち
- 12 地場産業が盛んなまち
- 13 IT・先端技術のまち
- 14 生活に便利・快適なまち
- 15 災害リスクが小さいまち
- 16 その他 ( )

問30 「問28」で「1 変化がある」と回答した方にお尋ねします。  
以前長崎市に対して持っていたものの、なくなったイメージはどのようなものですか。(複数回答可)

- 1 歴史・文化のまち
- 2 学術・芸術のまち
- 3 観光・レジャーのまち
- 4 スポーツのまち
- 5 国際交流のまち
- 6 環境にやさしいまち
- 7 デザインやセンスの良いまち
- 8 住民参加のまち
- 9 教育・子育てのまち
- 10 健康増進・医療福祉のまち
- 11 農林水産業が盛んなまち
- 12 地場産業が盛んなまち
- 13 IT・先端技術のまち
- 14 生活に便利・快適なまち
- 15 災害リスクが小さいまち
- 16 その他( )

問31 「問28」で「1 変化がある」と回答した方にお尋ねします。  
変化した理由やきっかけがあれば教えてください。  
【自由記載】