

令和6年度

市政モニターアンケート調査結果
【 広報戦略について 】



長 崎 市
広報広聴課

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年に策定した広報戦略に基づき、戦略的・効果的な広報をめざして取組みを進めていますが、令和7年度からは「100年に一度のその先へ」をコンセプトに、シティプロモーション「長崎のWA!」を展開し、市民のまちへの期待感やシビックプライドの醸成を目指すこととしています。

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7年2月7日 ～ 令和7年2月21日

送付数：269人

回答率：82.5%（222人）

（郵送モニター 136人 インターネットモニター 86人）

3. 調査結果

調査を通じて、市民の皆さんの市政情報の入手状況や、情報入手するためにどの媒体を選択されているか、さらに入手しようとした情報の内容などについて、年代による傾向を含めて現状を確認することができました。

市政の情報を入手したかたが、情報を入手する際に利用した媒体は「広報ながさき」「ホームページ」が特に高く、次いで「LINE」「民放テレビ」「コールセンター」と続きます。年代別にみると、60代以上の世代においては「広報ながさき」が主な情報の入手先となっていますが、20代～50代は「ホームページ」を利用するかたが多くなっており、さらに「今後、情報を入手したいと考えているメディア」においても、「ホームページ」を選択するかた（65.0%）が、「広報ながさき」を選択するかた（61.8%）を上回る結果となりました。また30代においては「LINE」での情報入手を希望するかたが多く、今後、インターネットを通じた情報提供がさらに重要になることが予想されます。

長崎市では、令和6年度に公式ウェブサイト及び公式LINEをリニューアルし、市民が「いつでも」「どこでも」必要な情報を入手することができる環境を整えたことから、今後、さらに市民が必要とする情報を分かりやすく発信していく必要があると考えています。

また、市政情報を入手するにあたっては、必要な情報を「入手できた」「どちらかといえば入手できた」かたの割合は95.9%となっており、ほとんどのかたが必要

な情報を入手できている結果となっています。一方、「市役所の情報を入手したことがない」と答えたかたの 70%が「(市役所からの情報の) 必要性を感じていない」という状況でした。年代別にみると、特に 40 代及び 70 代においては 80%を超えるかたが必要性を感じていないという結果であったことから、世代ごとのニーズの把握とともに興味・関心を促すような情報発信に取り組んでいく必要があると感じています。

また今回の調査では、令和 7 年度からシティプロモーション「長崎の WA!」を展開し、市民のまちへの期待感やシビックプライドの醸成を目指していることから、市民の人がどの程度長崎市に愛着や誇りをもっているのか、さらには市外の人に誇れると感じているのはどのような分野なのかをお尋ねしました。

結果、市外の人に「長崎市を自慢したいと思う」「どちらかといえば自慢したいと思う」と回答したかたは 79.4%となっており、多くの方が長崎市に愛着や誇りを持っておられることが分かりました。一方、年代別割合をみると、今後の長崎市を支える 40 代のかたの「長崎市を自慢したいと思う」割合が 11.5%と、他の世代と比較しても極端に低くなっていることから、より世代に合わせた効果的なプロモーションの展開を考えていく必要があると考えています。

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。

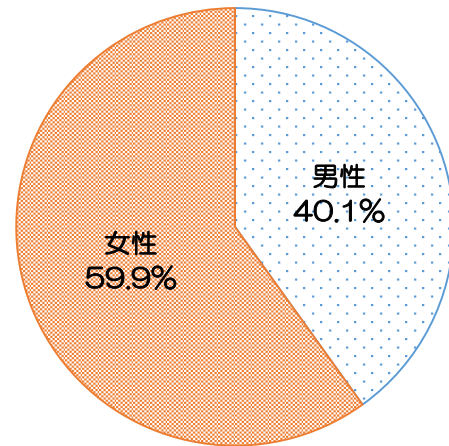
また、複数回答可とした設問においては、合計が 100 パーセントを上回る場合があります。

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。

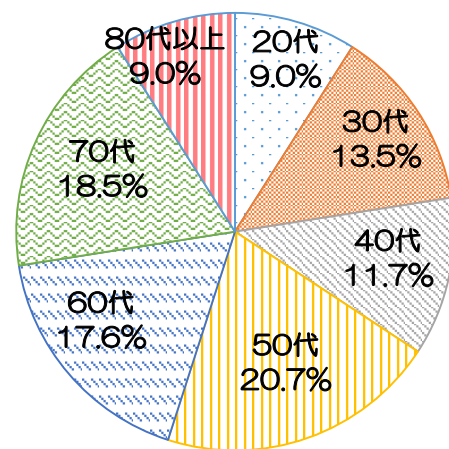
選択肢	回答者数	割合
男性	87 人	40.1%
女性	130 人	59.9%
合計	217 人	100.0%

(無回答 5 人)



問2 あなたの年齢を選択してください。

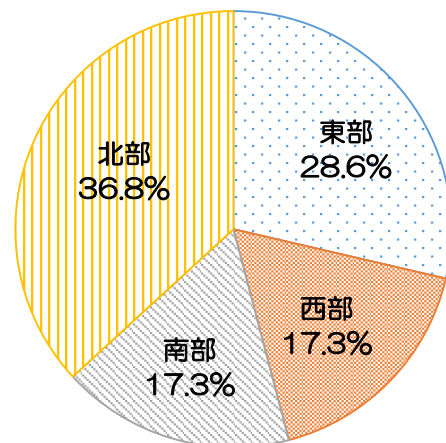
選択肢	回答者数	割合
20 代	20 人	9.0%
30 代	30 人	13.5%
40 代	26 人	11.7%
50 代	46 人	20.7%
60 代	39 人	17.6%
70 代	41 人	18.5%
80 代以上	20 人	9.0%
合計	222 人	100.0%



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	63 人	28.6%
西部	38 人	17.3%
南部	38 人	17.3%
北部	81 人	33.8%
合計	220 人	100.0%

(無回答 2 人)



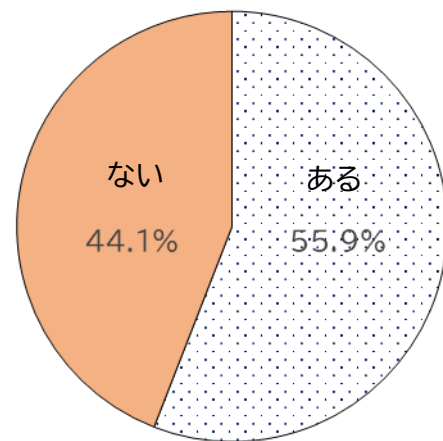
※ご記入いただいた町名をもとに、東西南北に分けて集計しています。

【広報戦略について】

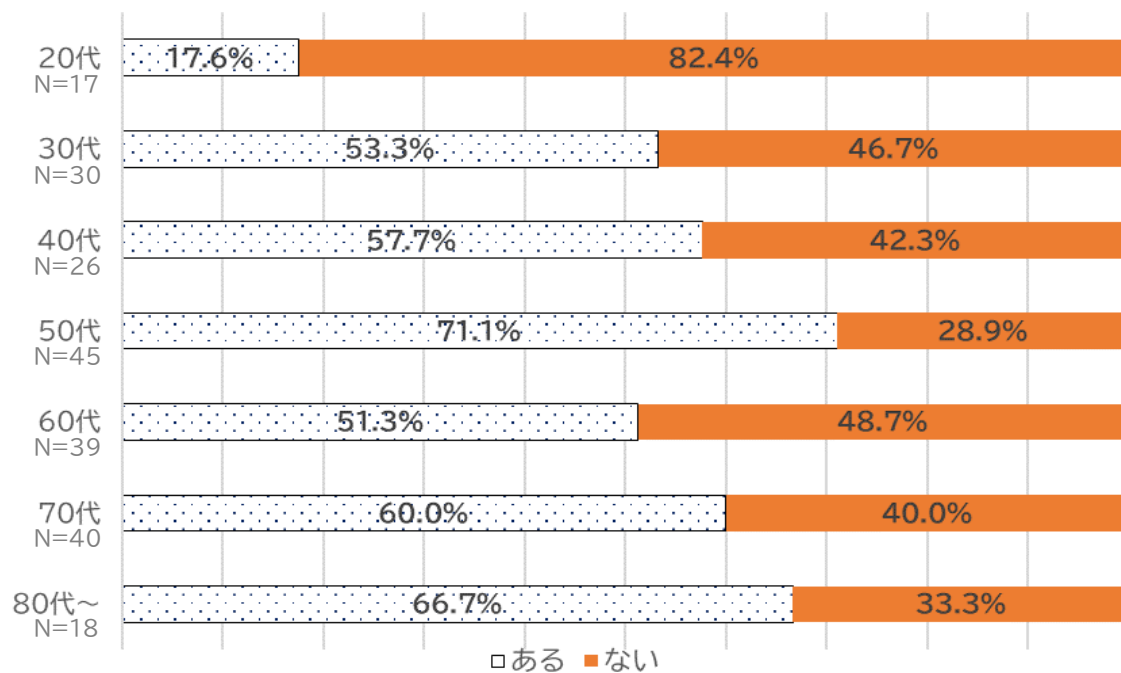
問 26 過去 1 年間に市役所からの情報を入手しようとしたことがありますか。

選択肢	回答者数	割合
ある	123 人	55.9%
ない	97 人	44.1%
合計	220 人	100.0%

(無回答 5 人)



〈年代別割合〉



過去 1 年間のうちに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、55.9%という結果であった。50 代の 71.1%をはじめ、多くの世代が 50%を超える割合を示す一方で、20 代は 17.6%と低い割合に留まっており、市役所からの情報を届けにくい状況となっている。

問 27 問 26 で「1 ある」と回答したかた（123 人）に質問です。どこから情報を入手しようと思いましたか。（複数回答可）

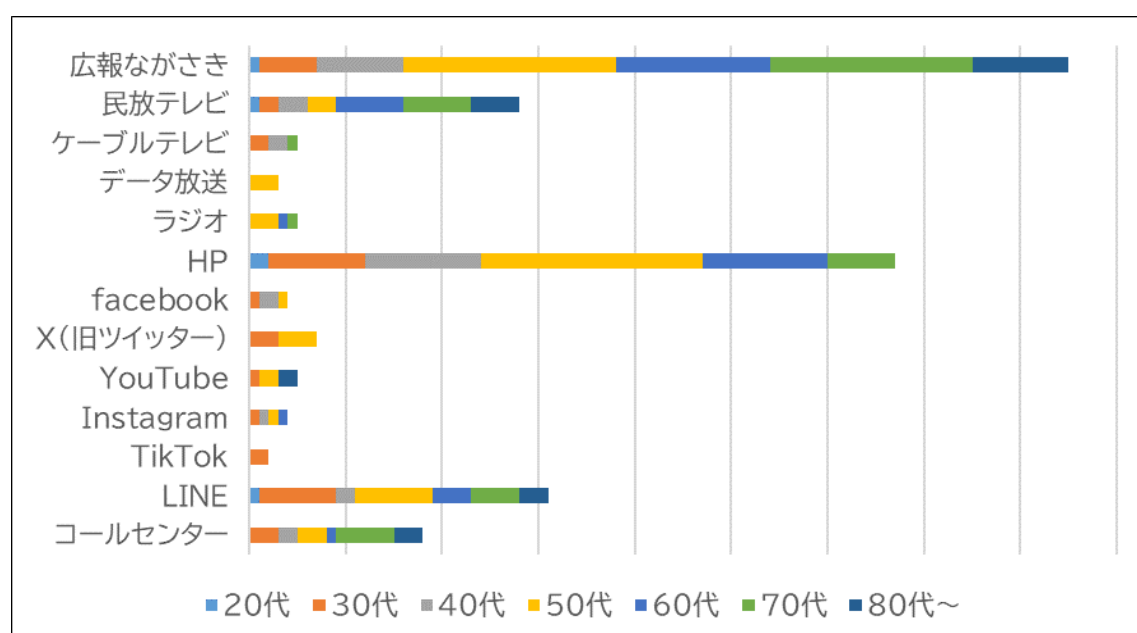
選択肢	回答者数	割合
1 広報ながさき	85	69.1%
2 民放テレビ	28	22.8%
3 ケーブルテレビ	5	4.1%
4 データ放送	3	2.4%
5 ラジオ	5	4.1%
6 ホームページ	67	54.5%
7 facebook	4	3.3%
8 X(旧ツイッター)	7	5.7%
9 YouTube	5	4.1%
10 Instagram	4	3.3%
11 TikTok	2	1.6%
12 LINE	31	25.2%
13 コールセンター	18	14.6%
14 その他(※)	6	4.9%
「ある」と回答したかた	123	—

（回答者数＝123 人 有効回答数＝270）

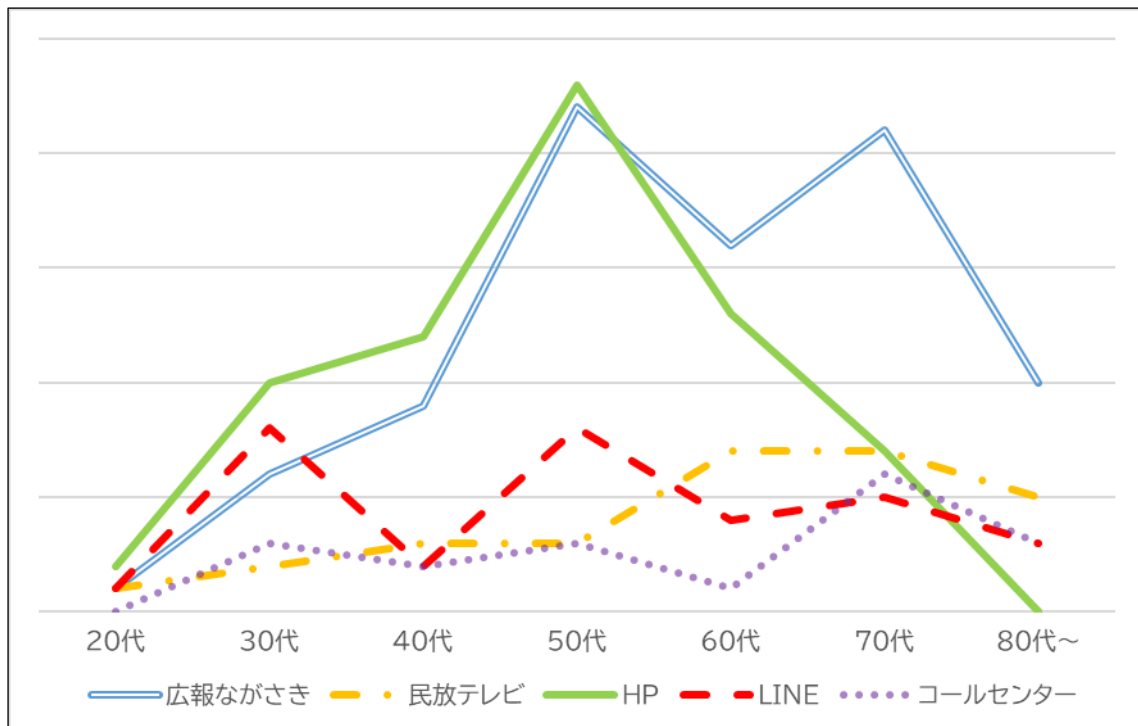
※「その他」の意見

・市役所窓口…2、新聞…2、掲示板…1、チラシ類…1

（媒体別の情報入手先）※年代情報含む



(情報入手先の上位5媒体の年代別割合)



情報の入手先として選ばれているのは「広報ながさき」「ホームページ」「LINE」「民放テレビ」「コールセンター」の5媒体の数値が特に高くなっている。

その上位5媒体の年代別割合をみると、60代以上の世代は「広報ながさき」で情報を入手している人の割合が高いが、30代~50代までは「ホームページ」の割合が高くなっている。

また「LINE」は全世代を通じて一定の割合の人が利用しており、コールセンターは70代以上のかたの利用が高い割合となっている。

問 28：問 26 で「1 ある」と回答したかた（123 人）に質問です。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）

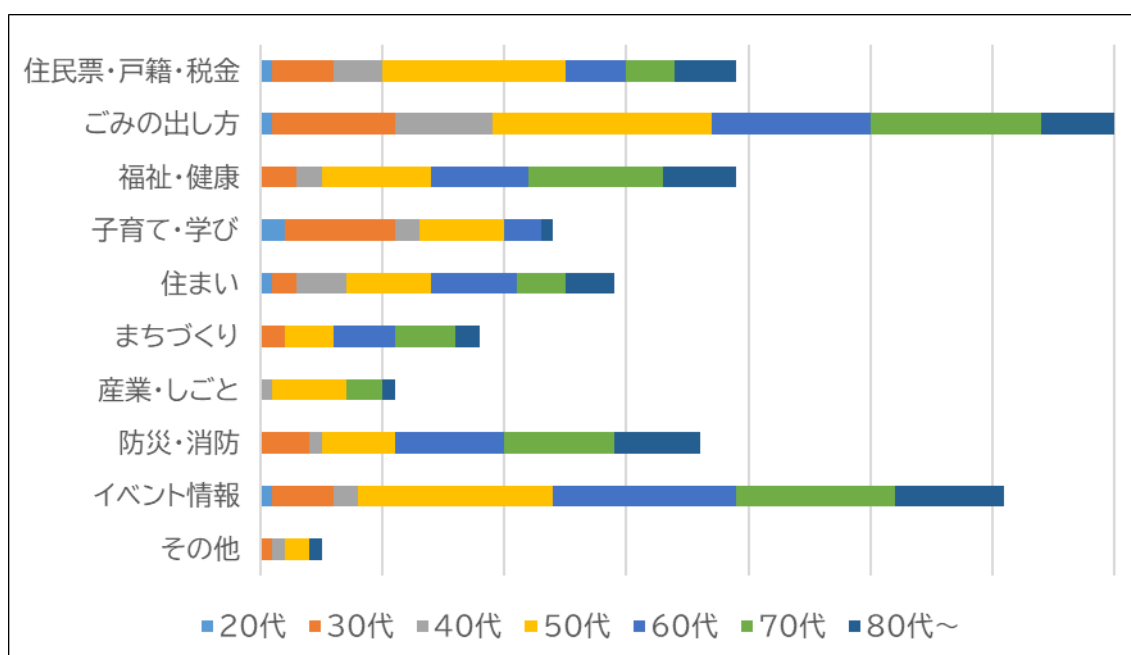
選択肢	回答者数	割合
1 住民票や戸籍などの申請や税金に関すること	39	31.7%
2 ごみの出し方に関すること	70	56.9%
3 福祉・健康に関すること	39	31.7%
4 子育て・学びに関すること	24	19.5%
5 住まいに関すること(空き家や市営住宅、リフォーム補助の申請など)	29	23.6%
6 まちづくりに関すること(都市計画や都市景観、まちなかの賑わいづくりなど)	18	14.6%
7 産業・しごとに関すること	11	8.9%
8 防災・消防に関すること	36	29.3%
9 お祭りなどイベント情報	61	49.6%
10 その他	5	4.1%
「ある」と回答したかた	123	—

（回答者数＝123 人 有効回答数＝332）

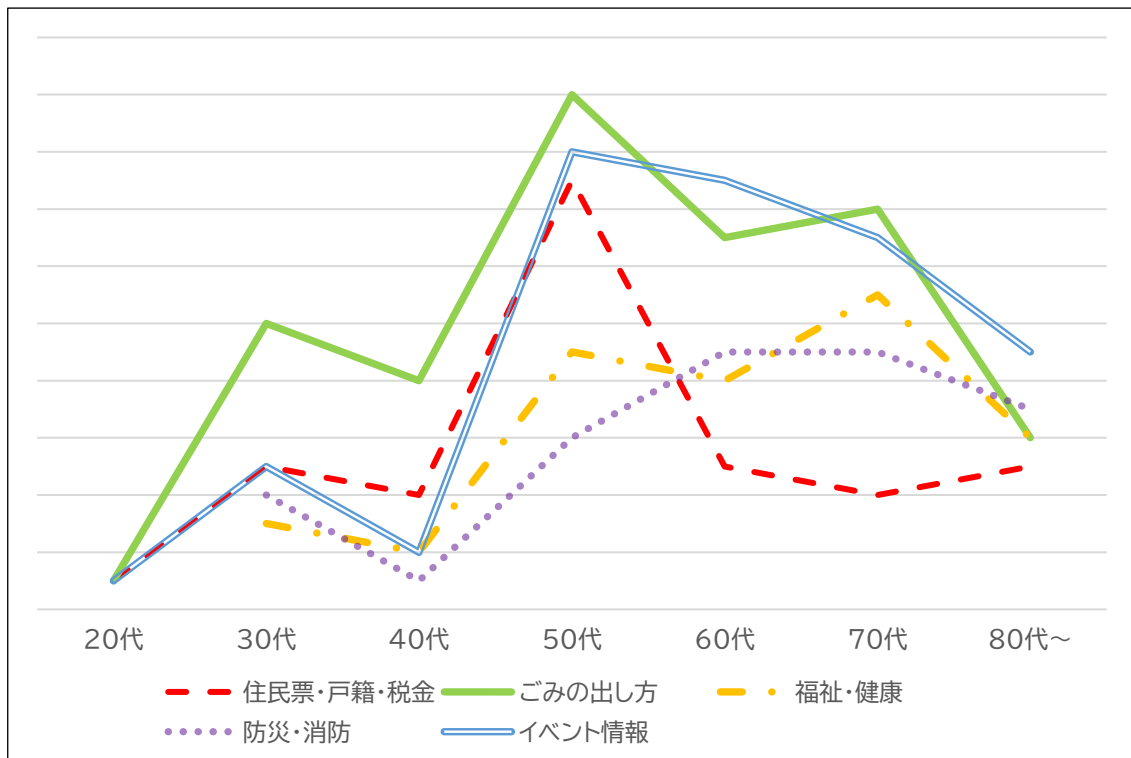
※「その他」の意見

・マイナンバーカードの作り方、各種補助金に関すること など

（入手した情報の種類）※年代情報を含む



(入手情報の上位5種類の年代別割合)

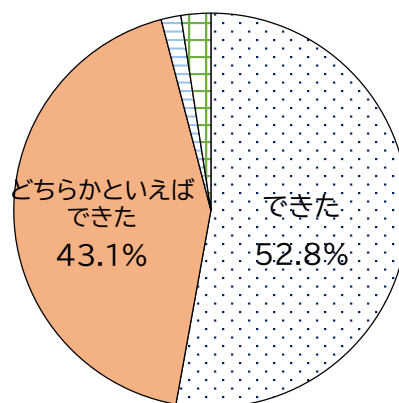


「ごみの出し方」が約57%、「イベント情報」が約50%と多くのかたから問い合わせをいただいております。他には「住民票・戸籍・税金」「福祉・健康」「防災・消防」など暮らしに密着する情報について約30%の方が入手されており、関心が高い状況となっています。

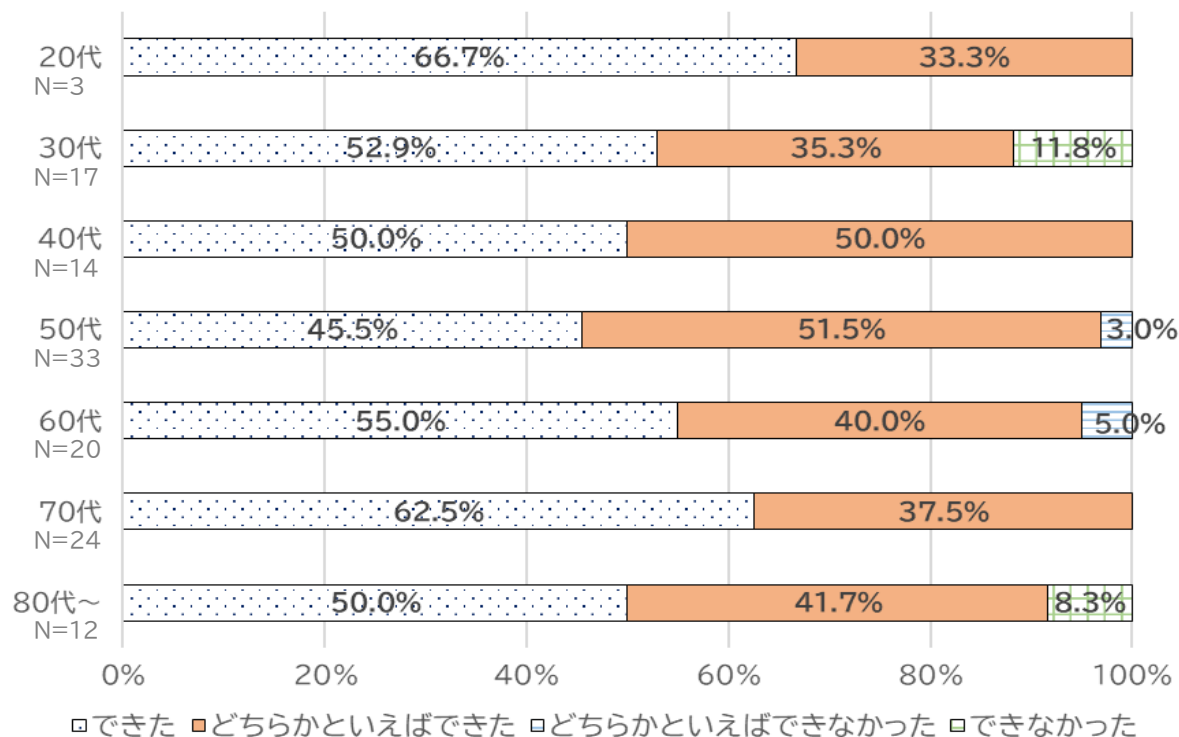
上位5種類の年代別割合を見ると、「ごみの出し方」「住民票等」については50代からの問い合わせが突出しているが、一方、その他の世代からの問い合わせは少ない。「イベント情報」「福祉・健康」「防災・消防」については、40代までの関心は低いが、50代以降からの関心はおしなべて高いという状況で、ジャンル間の差が激しい。

問 29：問 26 で「1 ある」と回答したかた（123 人）に質問です。必要な情報が入手できましたか。

選択肢	回答者数	割合
1 できた	65	52.8%
2 どちらかといえばできた	53	43.1%
3 どちらかといえばできなかった	2	1.6%
4 できなかった	3	2.4%
「ある」と回答したかた	123	



〈年代別割合〉



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」人の割合は約 95.9%で、ほとんどのかたが情報を入手できている結果となっている。

一方、情報を入手「できなかった」かたも一定数存在することから、さらにターゲットに応じた情報発信を推進する必要がある。

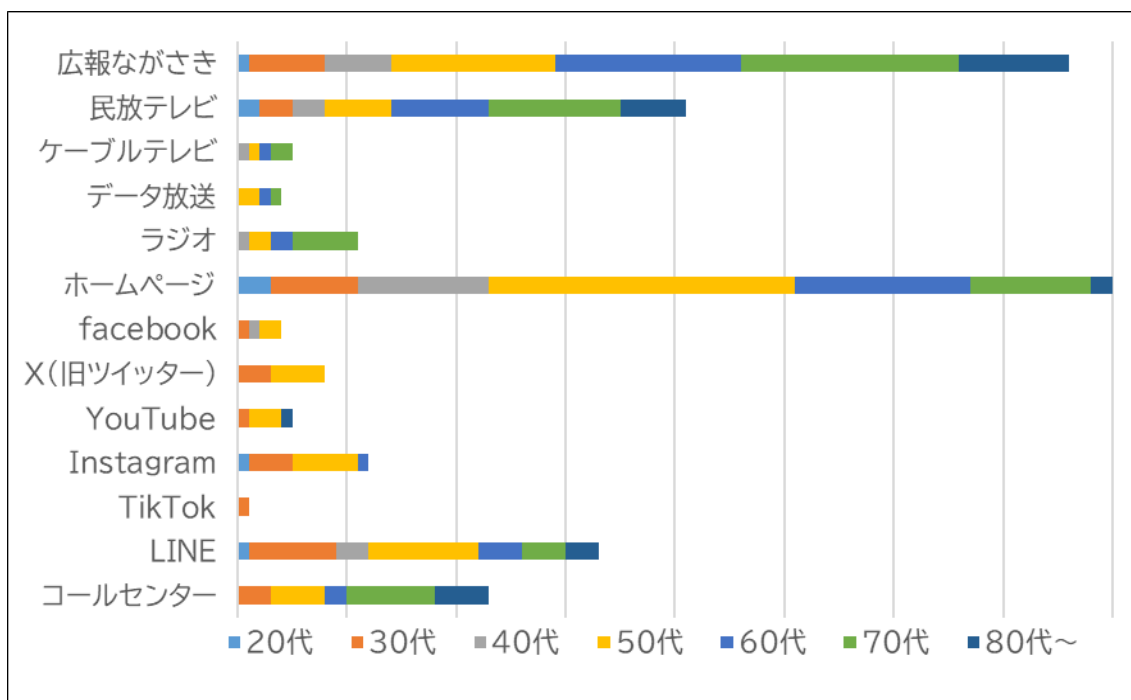
問 30：問 26 で「1 ある」と回答したかた（123 人）に質問です。今後、どのメディアから情報を入手したいと思いますか。（複数回答可）

選択肢	回答者数	割合
1 広報ながさき	76	61.8%
2 民放テレビ	41	33.3%
3 ケーブルテレビ	5	4.1%
4 データ放送	4	3.3%
5 ラジオ	11	8.9%
6 ホームページ	80	65.0%
7 facebook	4	3.3%
8 X(旧ツイッター)	8	6.5%
9 YouTube	5	4.1%
10 Instagram	12	9.8%
11 TikTok	1	0.8%
12 LINE	33	26.8%
13 コールセンター	23	18.7%
14 その他	4	3.3%
「ある」と回答したかた	123	

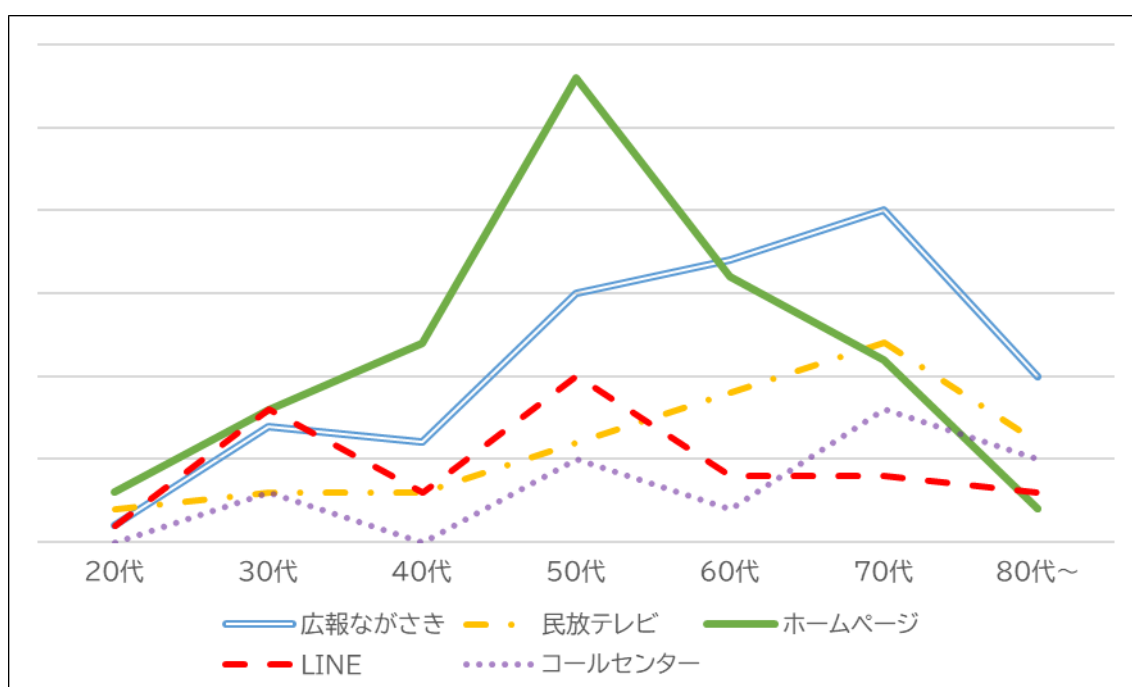
（回答者数＝123 人 有効回答数＝307）

※「その他」の意見

・市役所窓口…2、新聞…2



（今後情報を入手したい上位5メディアの年代別割合）



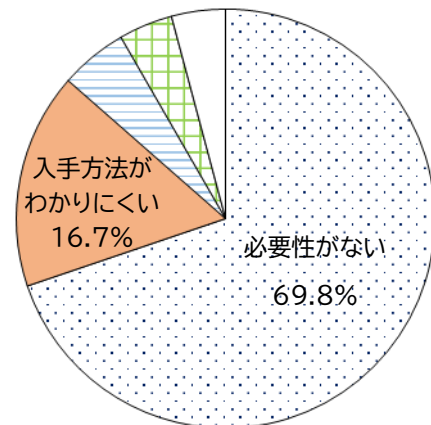
今後、情報を入手したいと考えるメディアについては「ホームページ」が60.0%と一番高く、次いで「広報ながさき」「民放テレビ」「LINE」「コールセンター」での希望が多くなった。

年代別でみると、20代~60代までは「ホームページ」での情報入手を希望する方が多く、60代以上になると「広報ながさき」での情報入手を希望する方が多い傾向がある。また30代は「LINE」での情報入手を希望する方が多いという結果となった。

問 31：問 26 で「2 ない」と回答したかた（97 人）に質問です。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。

選択肢	回答者数	割合
1 必要性がない	67	69.8%
2 入手する方法が分かりにくい	16	16.7%
3 入手する時間がない	5	5.2%
4 入手する手段がない	4	4.2%
5 その他	4	4.2%
「ない」と回答したかた	96	

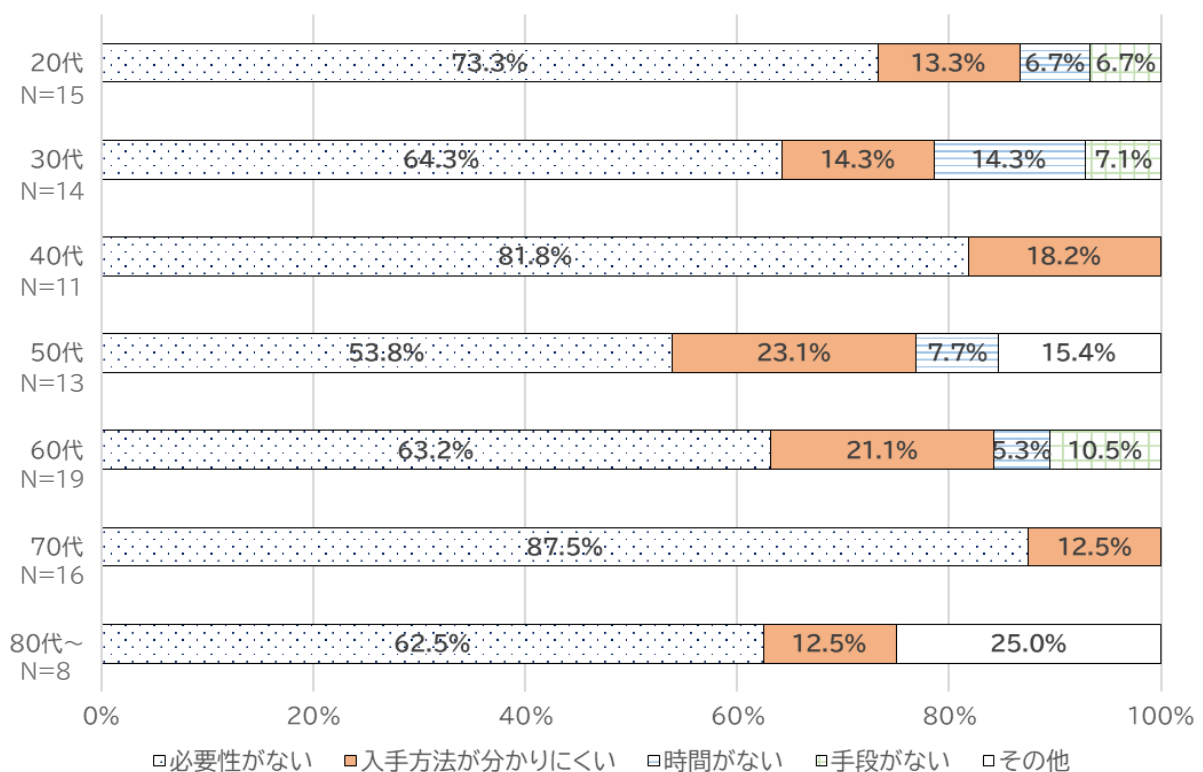
（無回答 1 人）



※「その他」の意見

- ・広報紙を見ているため

〈年代別割合〉



市役所の情報を入手しない理由として「必要性がない」が約 70%と最も多い理由となっている。一方、「入手方法がわかりにくい」というかたも各世代に一定数いらっしゃる状況である。

問 32：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）

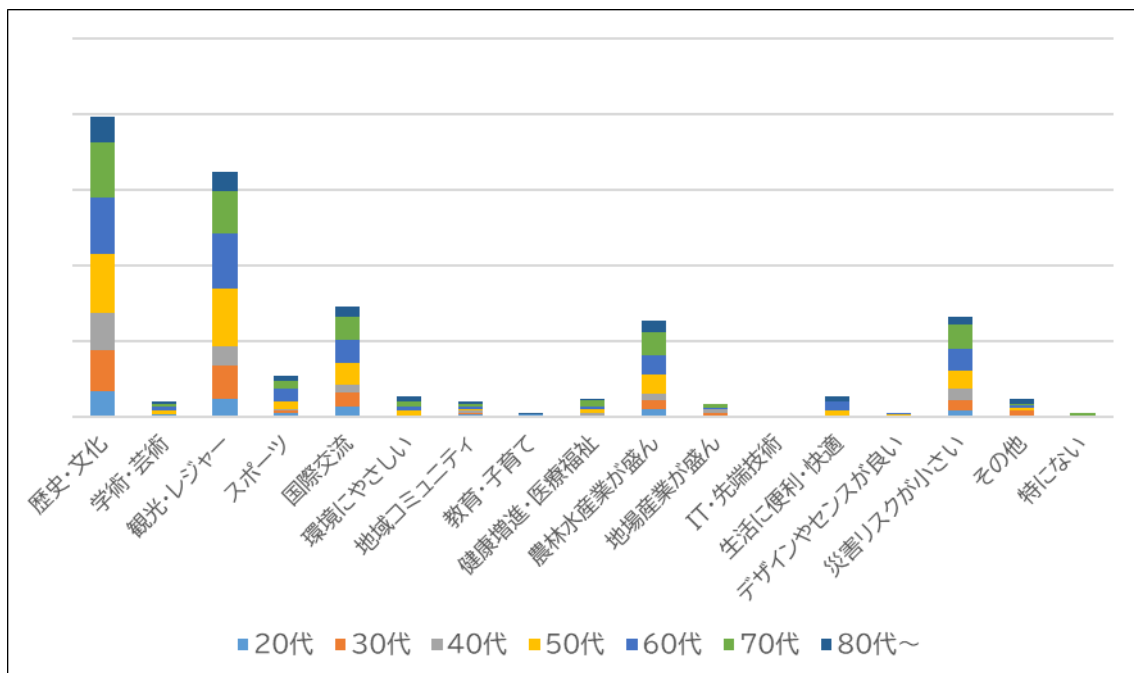
選択肢	回答者数	割合
1 歴史・文化のまち	198	90.4%
2 学術・芸術のまち	10	4.6%
3 観光・レジャーのまち	162	74.0%
4 スポーツのまち	27	12.3%
5 国際交流のまち	73	33.3%
6 環境にやさしいまち	14	6.4%
7 地域コミュニティのまち	10	4.6%
8 教育・子育てのまち	3	1.4%
9 健康増進・医療福祉のまち	12	5.5%
10 農林水産業が盛んなまち	64	29.2%
11 地場産業が盛んなまち	9	4.1%
12 IT・先端技術のまち	0	0.0%
13 生活に便利・快適なまち	14	6.4%
14 デザインやセンスの良いまち	3	1.4%
15 災害リスクが小さいまち	66	30.1%
16 その他(※)	12	5.5%
17 特にない	3	1.4%
有効回答者数	219	

（回答者数＝219人 有効回答数＝680）

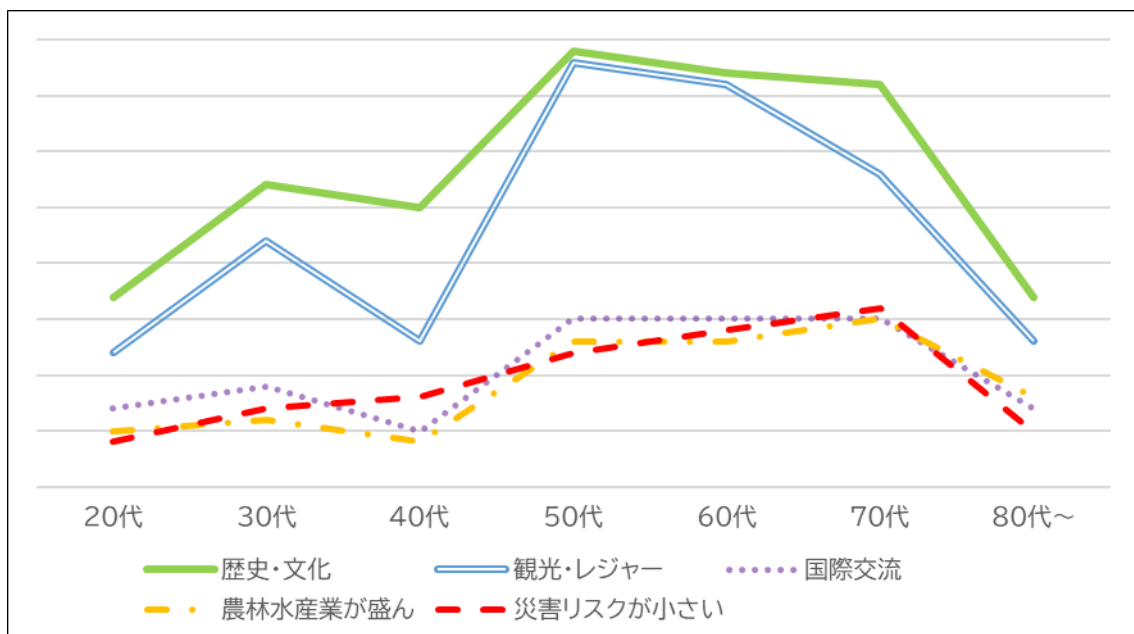
※「その他」の主な意見

- ・安全なまち（60代）
- ・他都市との連携が必要（30代）
- ・海が見えるまち、景色が良い（30代）
- ・道路の舗装が悪い（60代）
- ・市民がやさしい（50代）
- ・原爆・平和都市（80代）
- ・変化に富んだホスピタリティのある小さなまち（80代）
- ・空気が日本一きれい。坂や階段が多い（70代）
- ・まつりが盛んなまち（50代）
- ・坂と階段が多く、高齢者が多い（30代）

(長崎市に対するイメージ)



(長崎市に対するイメージ 上位5分野の年代別割合)



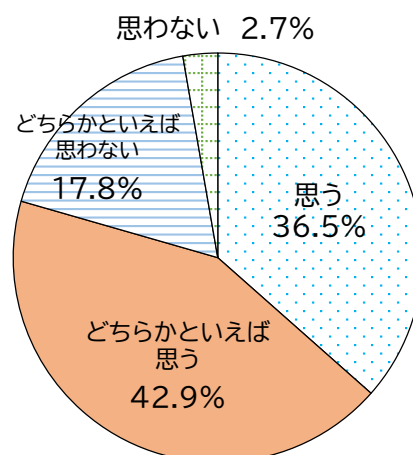
市民が抱いている「長崎市のイメージ」としては、「歴史・文化（90.4%）」と「観光・レジャー（74.0%）」が最も高く、次いで「国際交流（33.3%）」「災害リスクが小さい（30.1%）」「農林水産業が盛ん（29.2%）」などが続く。

全国的に地震などの自然災害が発生する状況の中で、「災害リスクが小さい（30.1%）」というイメージも高くなっている。

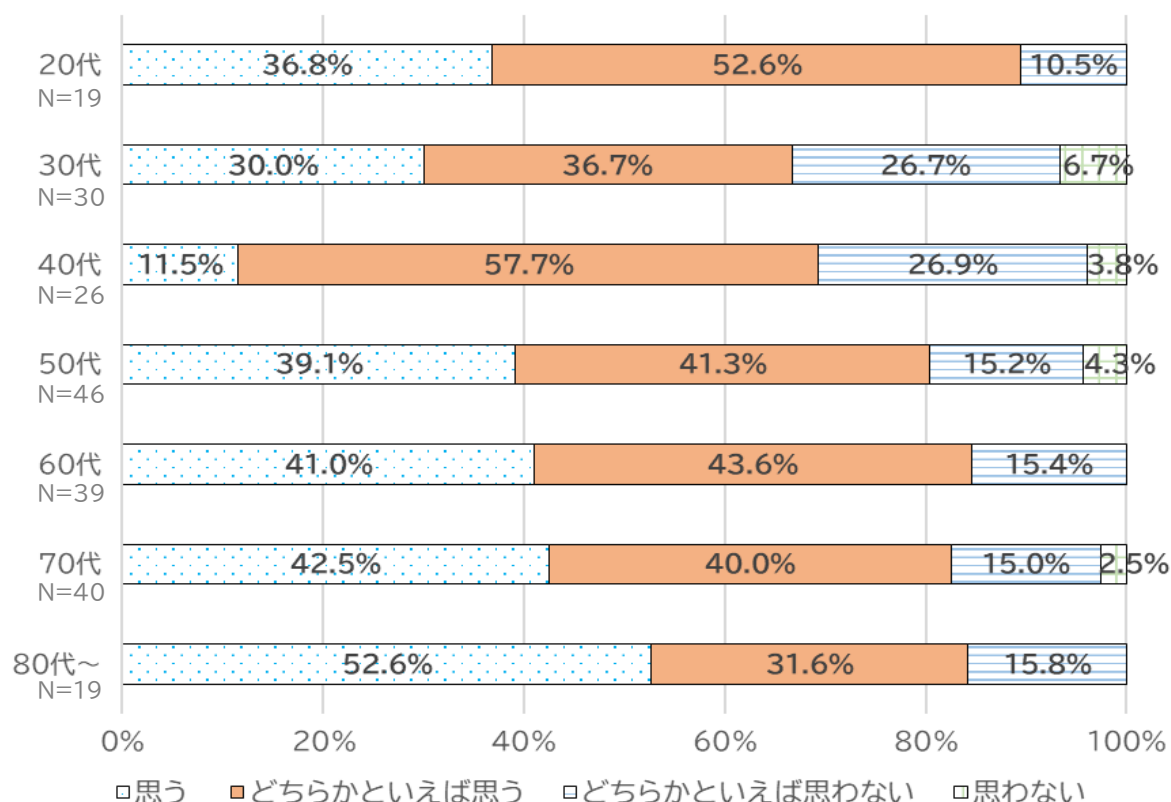
問 33：あなたは、市外の人に対して「長崎市」を自慢したいと思いますか。

選択肢	回答数	割合
1 思う	80	36.5%
2 どちらかといえば 思う	94	42.9%
3 どちらかといえば 思わない	39	17.8%
4 思わない	6	2.7%
有効回答数	219	

(無回答3人)



〈年代別割合〉



長崎市を市外の人に「自慢したいと思う」「どちらかといえば思う」かたは、合わせて79.4%となっており、多くのかたが長崎市を誇りに思っている。

年代ごとに見ると、年代が高くなるごとに長崎を自慢に思うかたが多くなる傾向にあるが、「自慢したいと思う」「どちらかといえば思う」を合わせた割合は、20代が一番高い(89.4%)結果となった。

一方40代の「自慢したいと思う」割合は11.5%と極端に低い結果となった。

問 34：問 33 で「1 思う」、「2 どちらかといえば思う」と回答したかた
 (174 人) に質問です。「長崎市」を自慢するとしたら、次のどの分野ですか。
 (複数回答可)

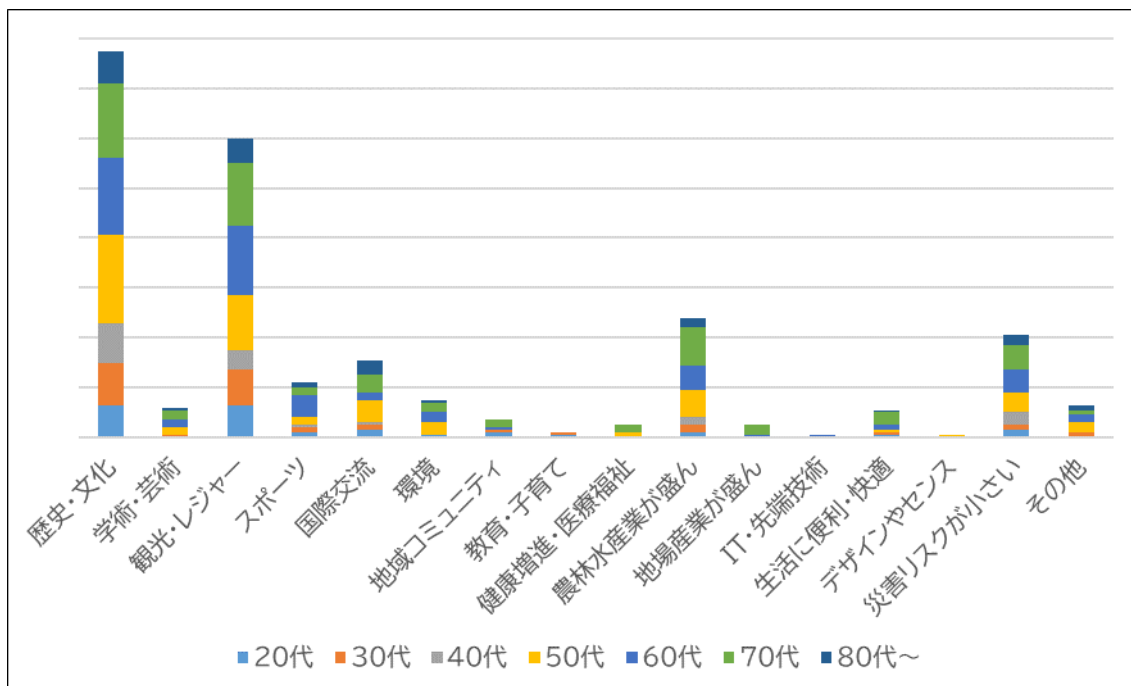
選択肢	回答者数	割合
1 歴史・文化	155	89.1%
2 学術・芸術	12	6.9%
3 観光・レジャー	120	69.0%
4 スポーツ	22	12.6%
5 国際交流	31	17.8%
6 環境	15	8.6%
7 地域コミュニティ	7	4.0%
8 教育・子育て	2	1.1%
9 健康増進・医療福祉	5	2.9%
10 農林水産業が盛ん	48	27.6%
11 地場産業が盛ん	5	2.9%
12 IT・先端技術	1	0.6%
13 生活に便利・快適	11	6.3%
14 デザインやセンスの良いまち	1	0.6%
15 災害リスクが小さい	41	23.6%
16 その他	13	7.5%
有効回答者数	174	

(回答者数=174 人 有効回答数=489)

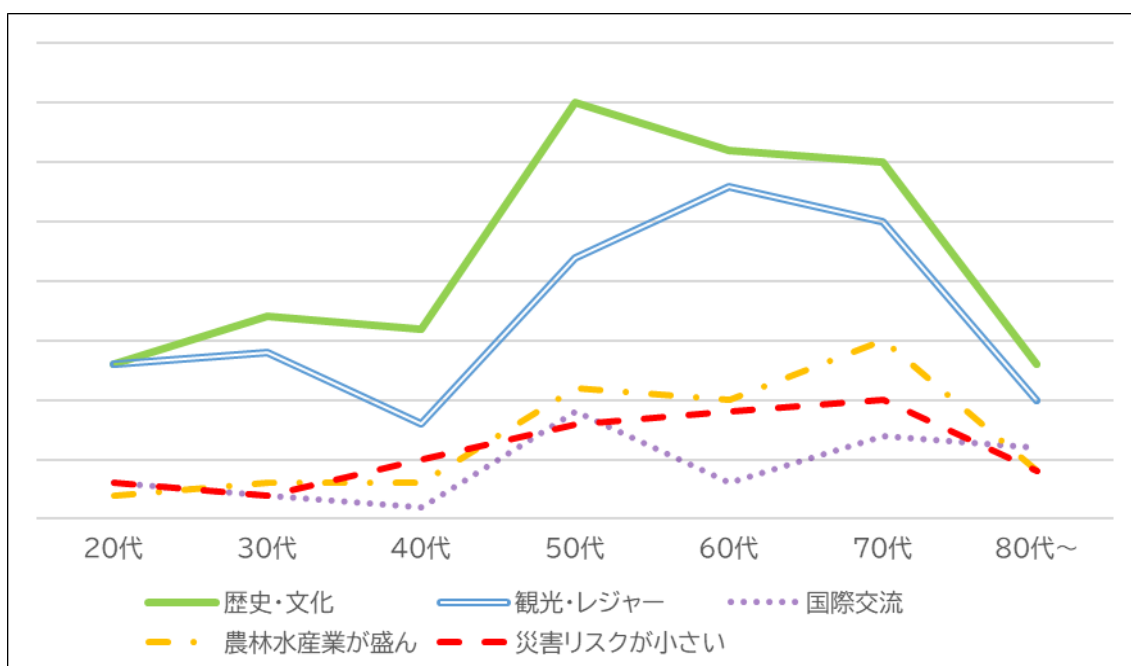
※「その他」の主な意見

- 食べ物がおいしい
- 景観、夜景
- 住みやすい (70 代)
- 治安が良い (60 代)
- 雰囲気 (30 代)
- 市民がやさしい (50 代)
- 高齢者への交通費支援 (80 代)
- 長崎市歌 (80 代)

（自慢したい分野）



（自慢したい分野 上位5分野の年代別割合）



自慢したい分野については、問 32 の市民が抱いている「長崎市のイメージ」と同様に「歴史・文化（89.1%）」と「観光・レジャー（69.0%）」が最も高く、次いで「農林水産業が盛ん（27.6%）」「災害リスクが小さい（23.6%）」などが続くが、長崎へのイメージと比較して、全体的に割合が低くなっている。