

令和7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ることから、長崎市では、戦略的・効果的な広報を目指しています。また、長崎市では令和7年3月にウェブサイト及び市公式LINEをリニューアルしました。

そこで、市政情報の入手に関する状況や満足度等について調査し、成果検証を行うとともに、今後の方針策定に活かすためにアンケート調査を実施しました。

## 2. 調査の概要

調査期間：令和8年2月6日～令和8年2月24日

送付数：261人

回答率：74.3%（194人）

（郵送回答 112人（57.7%）、インターネット回答 82人（42.3%）

## 3. 調査結果

### 【戦略的な広報について】

市政情報の入手状況や、入手のためにどの媒体を選択されているかなどについて、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。

必要な情報を入手「できた」または「どちらかといえばできた」人の割合は約98.3%となっており、ほとんどの方が必要な情報を入手できています。

情報を入手する際に利用した媒体は「広報ながさき」「ウェブサイト」が特に高く、次いで「LINE」「民放テレビ」と続いています。さらに「今後、情報を入手したいメディア」については年代により大きく異なることから、ターゲット層に応じた適切な媒体を選択すること、さらに全世代で利用を希望されている「LINE」から適切な媒体に誘導することが重要であることが分かりました。

また、友人や知人に長崎市を「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83%とであり、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。

### 【ウェブサイトについて】

リニューアルしたウェブサイトについて、39.9%の人が「使いやすくなった」又は「概ね使いやすくなった」と回答し、「やや使いにくくなった」又は「使いにくくなった」と回答した人は7.0%で、多くの方がリニューアルによりウェブサイトがよくなったと感じていることが分かりました。他方、最も多い回答は「ほとんど閲覧したことがない」で、全年代で最多でした。中でも、80代の方の73.3%が「ほとんど閲覧したことがない」ことが分かりました。

#### 【LINEについて】

「市公式LINEに登録している」と回答した人（「長崎市公式LINEに登録していて、満足している」・「長崎市公式LINEに登録していて、概ね満足している」・「長崎市公式LINEに登録していて、やや不満がある」・「長崎市公式LINEに登録していて、不満がある」の合計）が32.5%、「LINEは利用しているが、市公式LINEを利用していない」と回答した人が35.1%で、LINE利用者の約半数は市公式LINEに登録しているという結果でした。市公式LINE登録者（60人）のうち、88.3%は「満足」又は「概ね満足」と回答していることが分かりました。他方、「LINEを利用していない」と回答した人も32.4%にのぼり、特に70代の46.2%、80代以上の64.3%はLINEを利用していないとの回答でした。

#### 4. 調査結果の見方

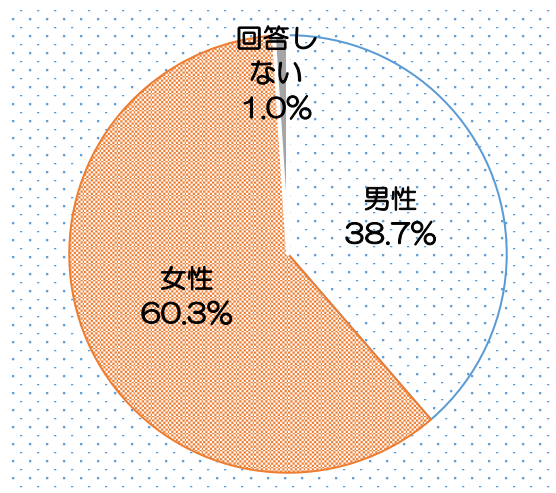
調査結果の数字は、百分率で表記しているものがあり、百分率の値は、小数点以下第2位を四捨五入して、小数点第1位まで表記しています。そのため、内訳を合計しても100パーセントに合致しない場合があります。

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

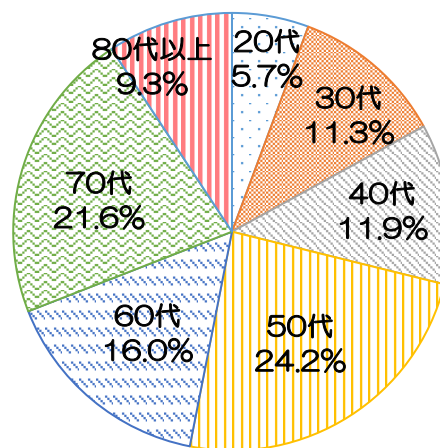
問1 あなたの性別をお答えください。

| 選択肢   | 回答者数 | 割合     |
|-------|------|--------|
| 男性    | 75人  | 38.7%  |
| 女性    | 117人 | 60.3%  |
| 回答しない | 2人   | 1.0%   |
| 合計    | 194人 | 100.0% |



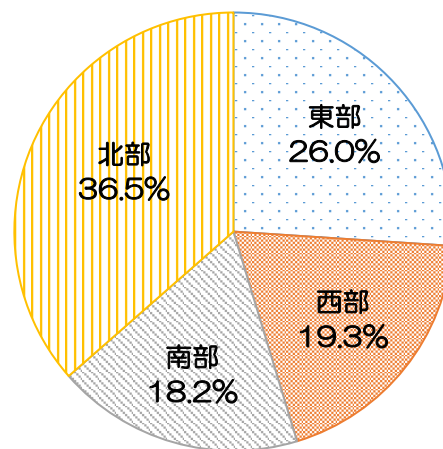
問2 あなたの年齢を選択してください。

| 選択肢   | 回答者数 | 割合     |
|-------|------|--------|
| 20代   | 11人  | 5.7%   |
| 30代   | 22人  | 11.3%  |
| 40代   | 23人  | 11.9%  |
| 50代   | 47人  | 24.2%  |
| 60代   | 31人  | 16.0%  |
| 70代   | 42人  | 21.6%  |
| 80代以上 | 18人  | 9.3%   |
| 合計    | 194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  | 50人  | 26.0%  |
| 西部  | 37人  | 19.3%  |
| 南部  | 35人  | 18.2%  |
| 北部  | 70人  | 36.5%  |
| 合計  | 192人 | 100.0% |



(無回答 2人)

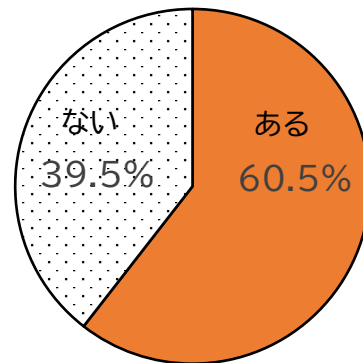
※ご記入いただいた町名をもとに、東西南北に分けて集計しています。

【広報戦略について】

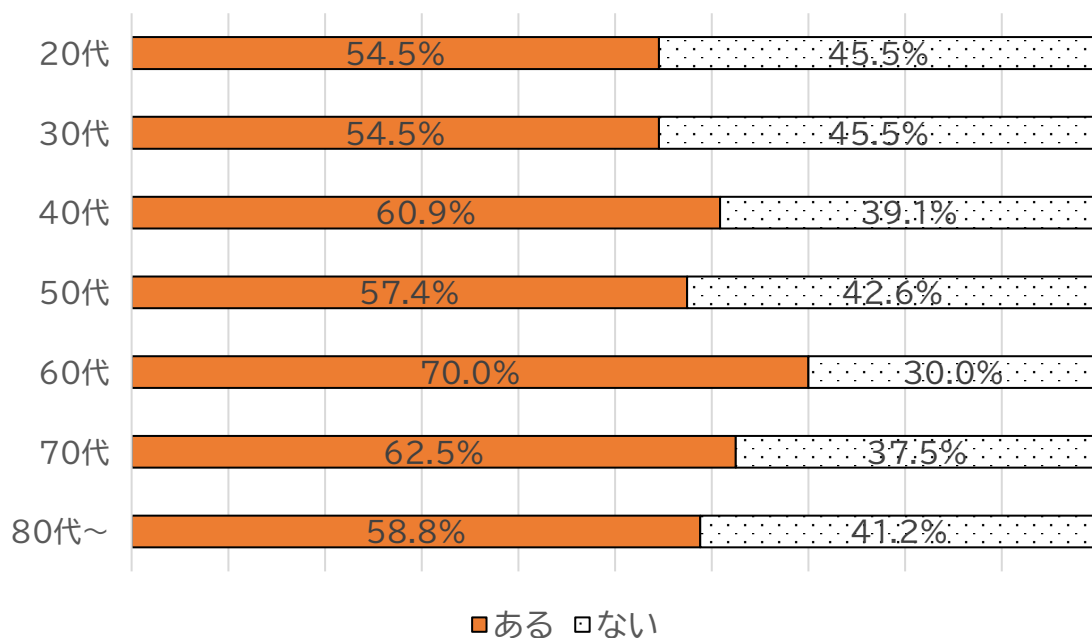
問 20 過去 1 年間に市役所からの情報を入手しようとしたことがありますか。

| 選択肢 | 回答者数  | 割合     |
|-----|-------|--------|
| ある  | 115 人 | 60.5%  |
| ない  | 75 人  | 39.5%  |
| 合計  | 190 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、60.5%という結果であった。すべての世代において、50%を超える人が情報を入手しようとしている。

問21 「問20」で「1 ある」と回答した方（115人）に質問です。どこから情報を入手しようとしたか。（複数回答可）

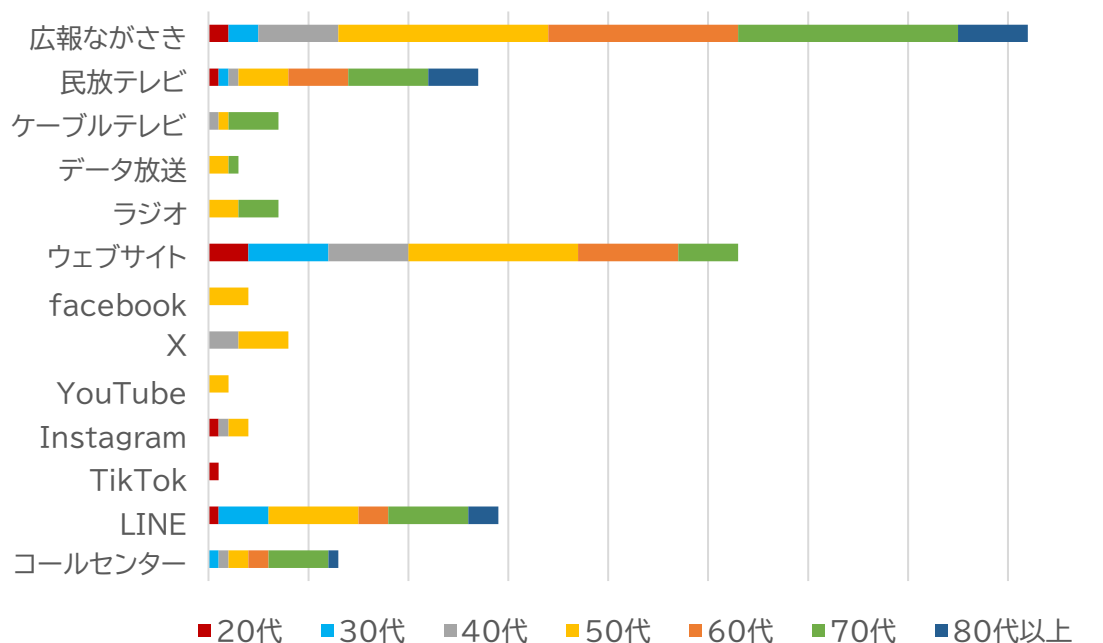
| 選択肢                        | 回答者数 | 割合    |
|----------------------------|------|-------|
| 1 広報ながさき                   | 82   | 71.3% |
| 2 民放テレビ                    | 27   | 23.5% |
| 3 ケーブルテレビ                  | 7    | 6.1%  |
| 4 データ放送                    | 3    | 2.6%  |
| 5 ラジオ                      | 7    | 6.1%  |
| 6 ウェブサイト                   | 53   | 46.1% |
| 7 facebook(フェイスブック)        | 4    | 3.5%  |
| 8 X(旧ツイッター)                | 8    | 7.0%  |
| 9 YouTube(ユーチューブ)          | 2    | 1.7%  |
| 10 Instagram(インスタグラム)      | 4    | 3.5%  |
| 11 TikTok(ティックトック)         | 1    | 0.9%  |
| 12 LINE(ライン)               | 29   | 25.2% |
| 13 コールセンター(あじさいコール)        | 13   | 11.3% |
| 14 その他(※)                  | 4    | 3.5%  |
| 15 情報を入手しようとしたが調べ方が分からなかった | 1    |       |

(回答者数=115人 有効回答数=245)

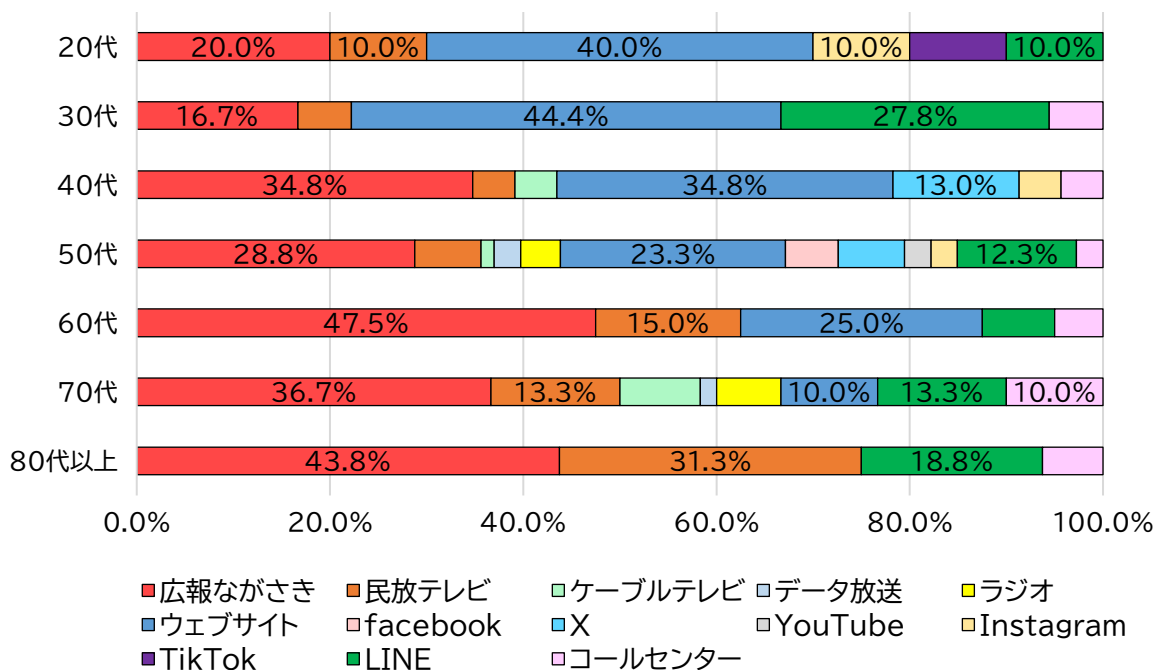
※「その他」の意見

- ・市役所窓口…1、病院…1、ふれあいセンター…1、新聞…1

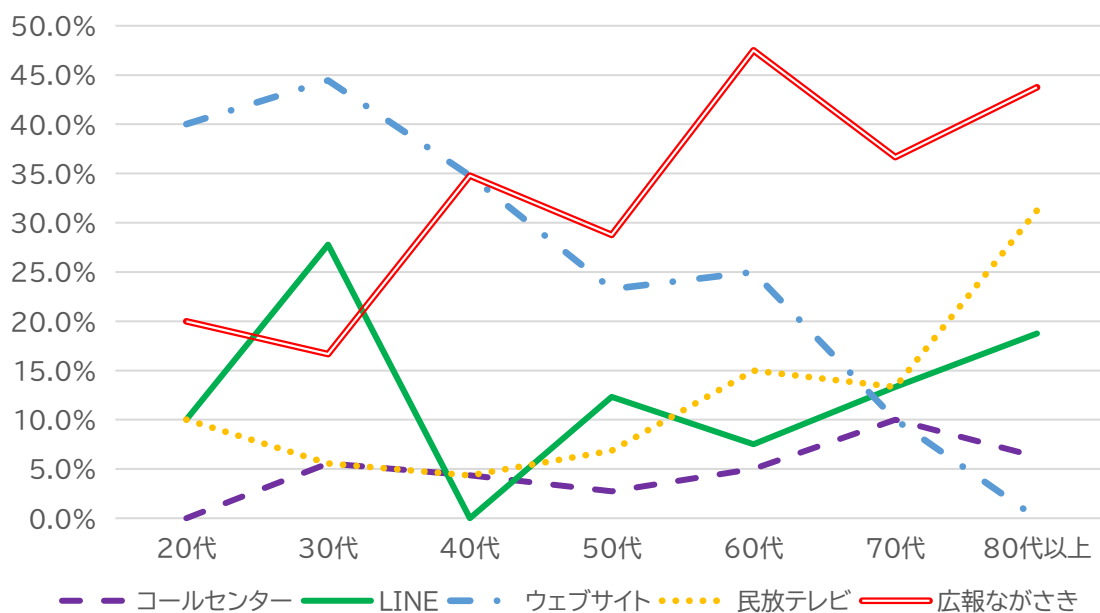
(媒体別の情報入手先)



(年代別の情報入手先)



(情報入手先の上位5媒体の年代別割合)



市民の情報の入手先として、主に「広報ながさき」「ウェブサイト」「LINE」「民放テレビ」「コールセンター」が選ばれている。年代別割合で傾向をみると、50代以上は「広報ながさき」を利用している人が多い。一方「ウェブサイト」は20代・30代に多く利用されているが、70代以上にはほとんど利用されていない。「LINE」は30代に多く利用されている一方、40代ではほとんど利用されていない。「民放テレビ」は80代以上で多く利用されている。

問22 「問20」で「1 ある」と回答した方（115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）

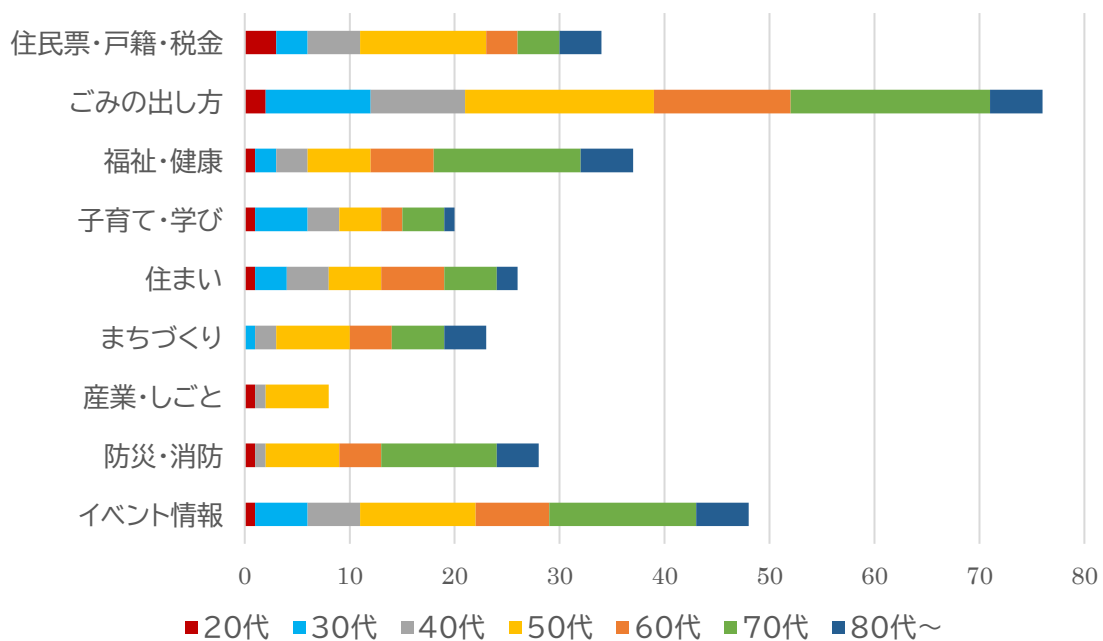
| 選択肢                                    | 回答者数 | 割合    |
|--|------|-------|
| 1 住民票や戸籍などの申請や税金に関すること                 | 34   | 29.6% |
| 2 ごみの出し方に関すること                         | 76   | 66.1% |
| 3 福祉・健康に関すること                          | 37   | 32.2% |
| 4 子育て・学びに関すること                         | 20   | 17.4% |
| 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)     | 26   | 22.6% |
| 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) | 23   | 20.0% |
| 7 産業・しごとに関すること                         | 8    | 7.0%  |
| 8 防災・消防に関すること                          | 28   | 24.3% |
| 9 お祭りなどイベント情報                          | 48   | 41.7% |
| 10 その他                                 | 8    | 7.0%  |

(回答者数=115人 有効回答数=308)

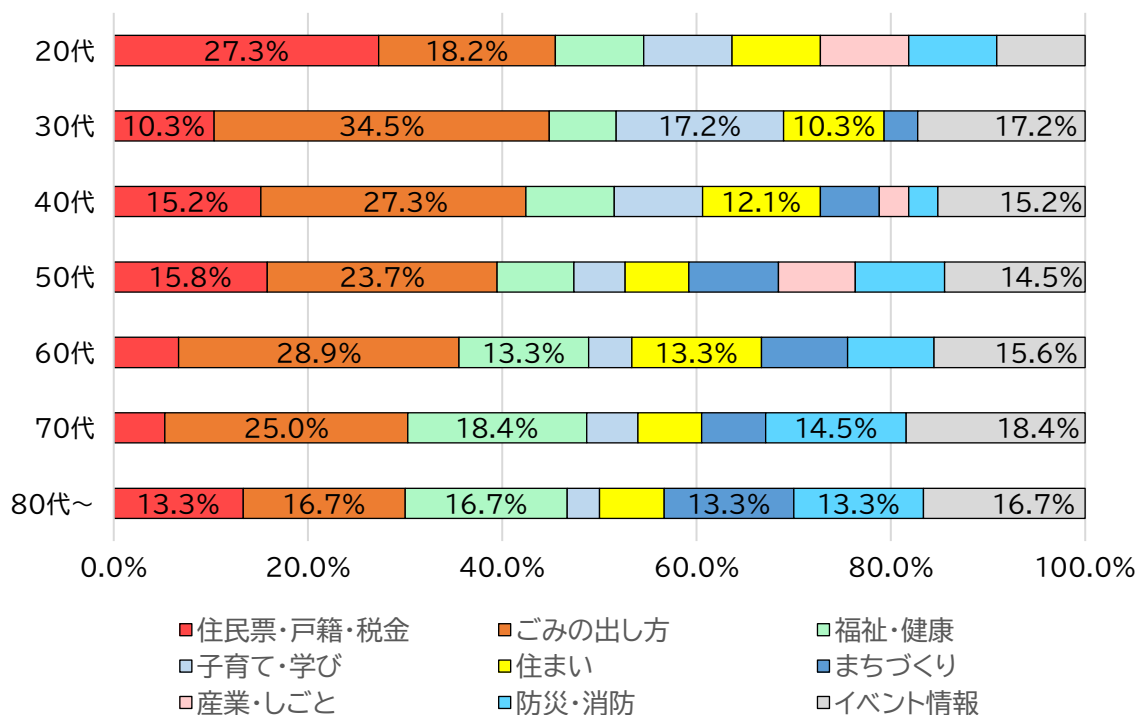
※「その他」の意見

- ・マイナンバー、パブリックビューイング、補助金に関すること など

(入手した情報の内容)



(年代別の入手した情報の内容)

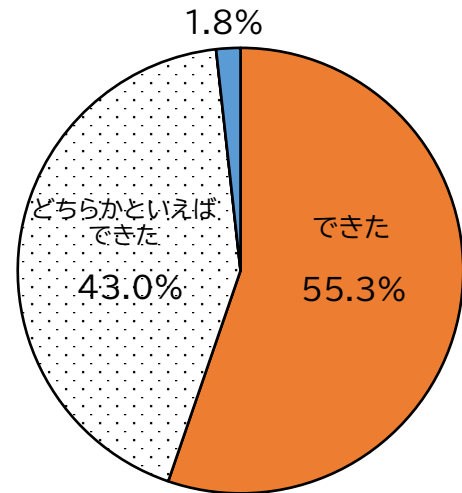


入手している情報の内容については「ごみの出し方」が66.1%、「イベント情報」が41.7%であり特に関心が高い。他に「福祉・健康」「住民票・戸籍・税金」「防災・消防」など暮らしに密着した情報について関心が高くなっている。

年代別の入手した情報の内容を見ると、「ごみの出し方」や「イベント情報」はほとんどの世代で関心が高い。その他「住民票・戸籍・税金」については20代からの問い合わせが多く、「福祉・健康」は60代以上からの問い合わせが多く、「子育て・学び」は30代からの問い合わせが多いなど、ライフステージに応じて情報を入手している傾向が強いことが窺える。

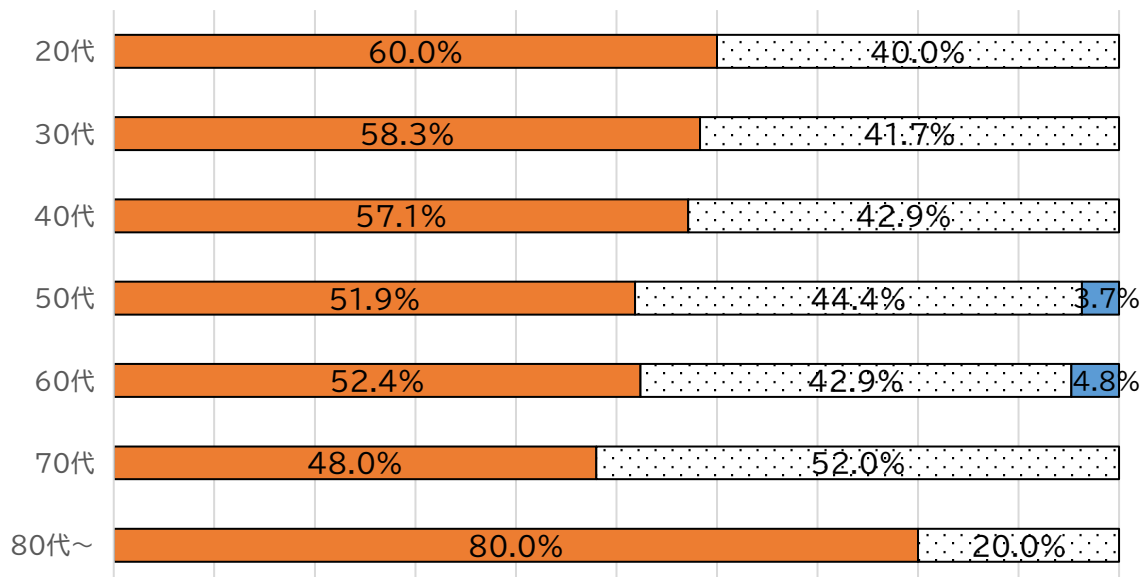
問23 「問20」で「1 ある」と回答したかた（115人）に質問です。必要な情報が入手できましたか。（当てはまるものを1つ回答）

| 選択肢              | 回答者数 | 割合    |
|------------------|------|-------|
| 1 できた            | 63   | 55.3% |
| 2 どちらかといえばできた    | 49   | 43.0% |
| 3 どちらかといえばできなかった | 0    | 0.0%  |
| 4 できなかった         | 2    | 1.8%  |
| 合計               | 114  |       |



（無回答 1人）

〈年代別割合〉



■できた □どちらかといえばできた ■どちらかといえばできなかった ■できなかった

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」と回答した方割合は約98.3%で、ほとんどの方が情報を入手できている結果となっている。特に、80代以上の80%の方から「できた」と回答いただいております。引き続き分かりやすい情報提供を推進していく。

問 24「問 20」で「1 ある」と回答した方（115 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）

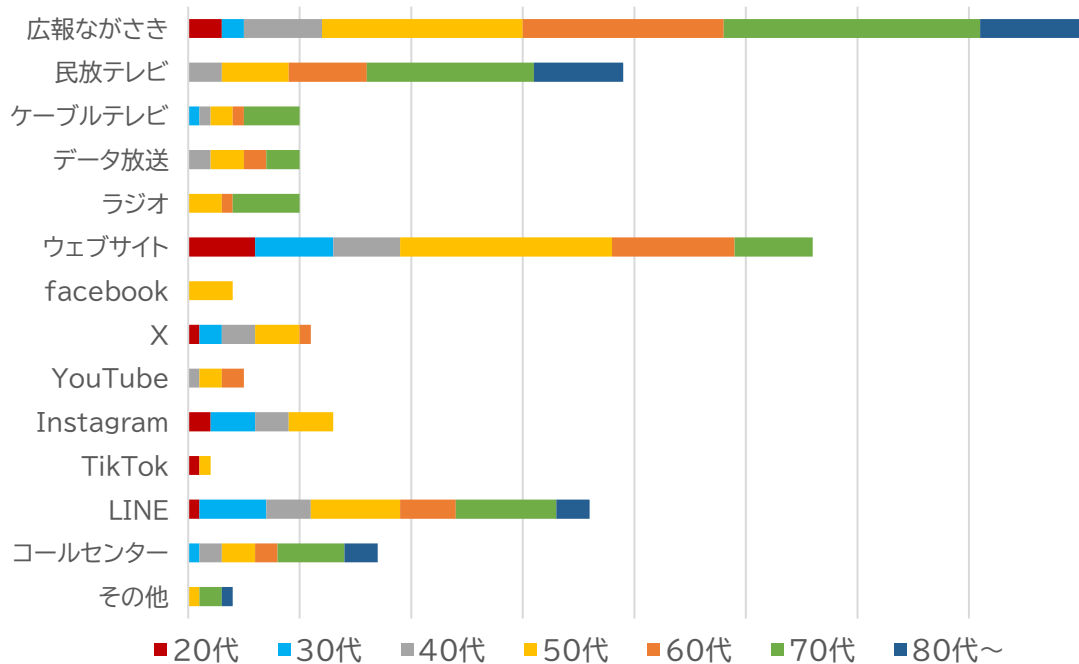
| 選択肢                   | 回答者数 | 割合    |
|-----------------------|------|-------|
| 1 広報ながさき              | 80   | 69.6% |
| 2 民放テレビ               | 39   | 33.9% |
| 3 ケーブルテレビ             | 10   | 8.7%  |
| 4 データ放送               | 10   | 8.7%  |
| 5 ラジオ                 | 10   | 8.7%  |
| 6 ウェブサイト              | 56   | 48.7% |
| 7 facebook(フェイスブック)   | 4    | 3.5%  |
| 8 X(旧ツイッター)           | 11   | 9.6%  |
| 9 YouTube(ユーチューブ)     | 5    | 4.3%  |
| 10 Instagram(インスタグラム) | 13   | 11.3% |
| 11 TikTok(ティックトック)    | 2    | 1.7%  |
| 12 LINE(ライン)          | 36   | 31.3% |
| 13 コールセンター(あじさいコール)   | 17   | 14.8% |
| 14 その他                | 4    | 3.5%  |

(回答者数=115 人 有効回答数=297)

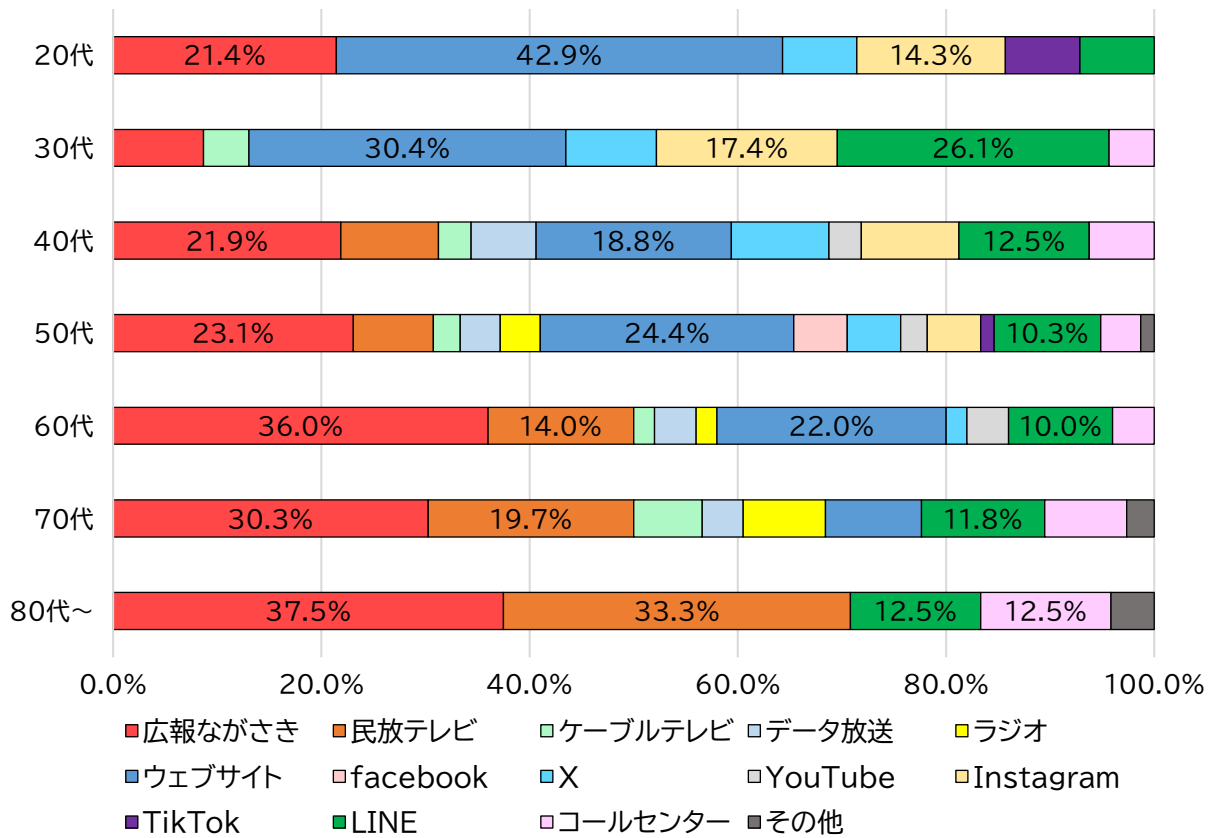
※「その他」の意見

- ・市役所窓口、新聞、公民館・ふれあいセンター

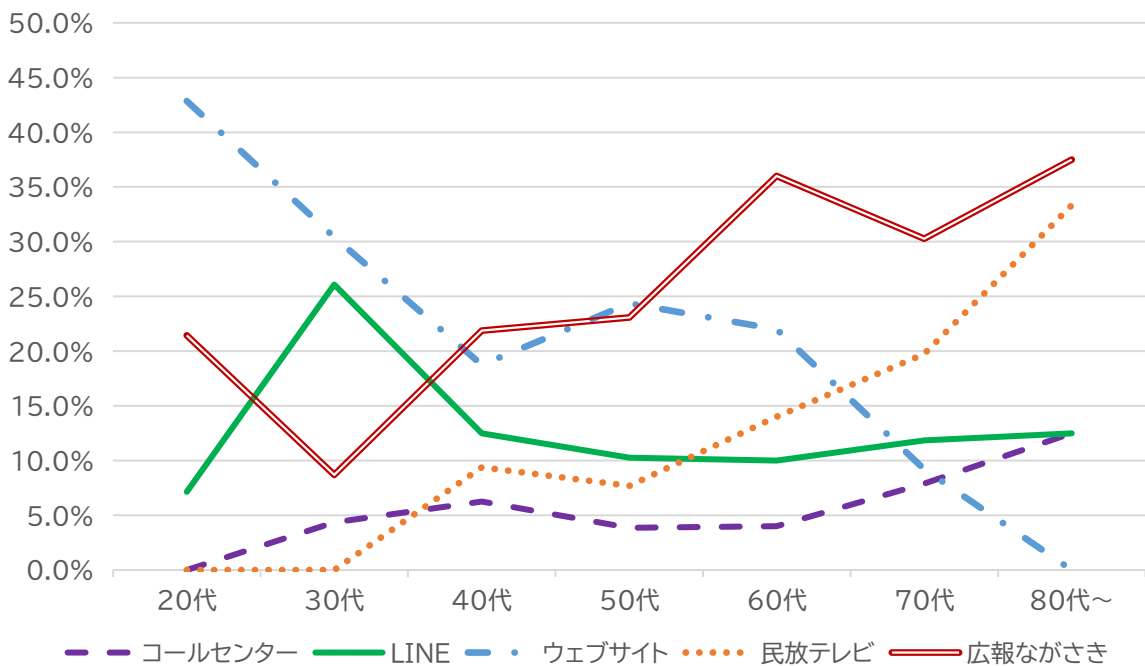
(今後「情報を入手したい」メディア)



(年代別の「今後情報を入手したい」メディア)



(「今後情報を入手したい」上位5メディアの年代別割合)



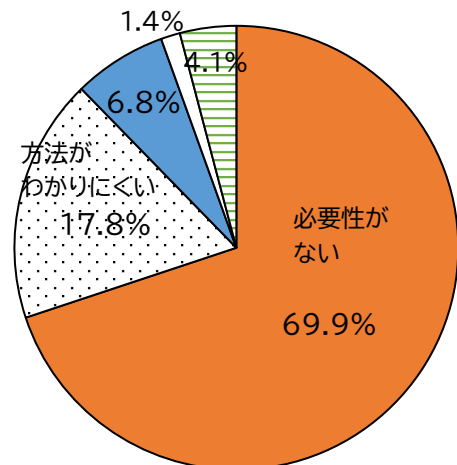
今後、情報を入力したいと考えているメディアは「広報ながさき」が69.6%、「ウェブサイト」が48.7%と希望する市民が多い。他に「民放テレビ」「LINE」での情報入手を希望する方が30%を超えている。

年代別での傾向をみると、60代以上は「広報ながさき」での情報入手を希望する方が最も多く、70代以上は「民放テレビ」を希望する方も多い。20代・30代は「ウェブサイト」での情報入手を希望する方が特に多く、逆に「広報ながさき」を希望する方は少ない。「LINE」は全世代で希望する方が多く、特に30代では希望する方が特に多い結果となった。

年代により希望する媒体が大きく異なることから、ターゲット層に応じた媒体の選択、さらに、全世代で利用を希望されている「LINE」から適切な媒体に誘導することが、各世代に情報を届ける際に重要となってくる。

問25 「問20」で「2 ない」と回答した方（75人）に質問です。市役所からの情報を入力しようとしたことがない理由は何ですか。（当てはまるものを1つ回答）

| 選択肢               | 回答者数 | 割合    |
|-------------------|------|-------|
| 1 必要性がないから        | 51   | 69.9% |
| 2 入手する方法が分かりにくいから | 13   | 17.8% |
| 3 入手する時間がないから     | 5    | 6.8%  |
| 4 入手する手段がないから     | 1    | 1.4%  |
| 5 その他             | 3    | 4.1%  |



（回答者数 73人、無回答2人）

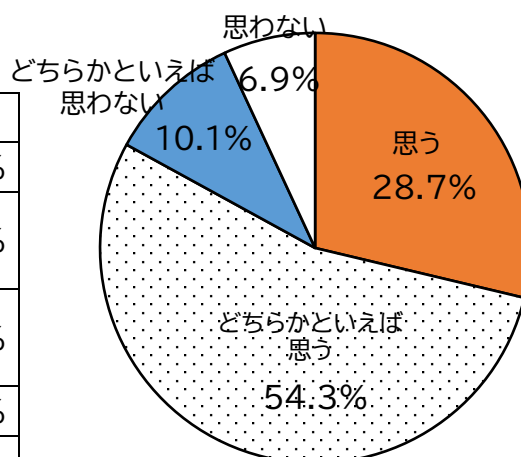
※「その他」の意見

- ・高齢でスマホやインターネットが使えない、広報紙で十分

市役所の情報を入力しない理由として「必要性がない」が69.9%と最も多い理由となっている。

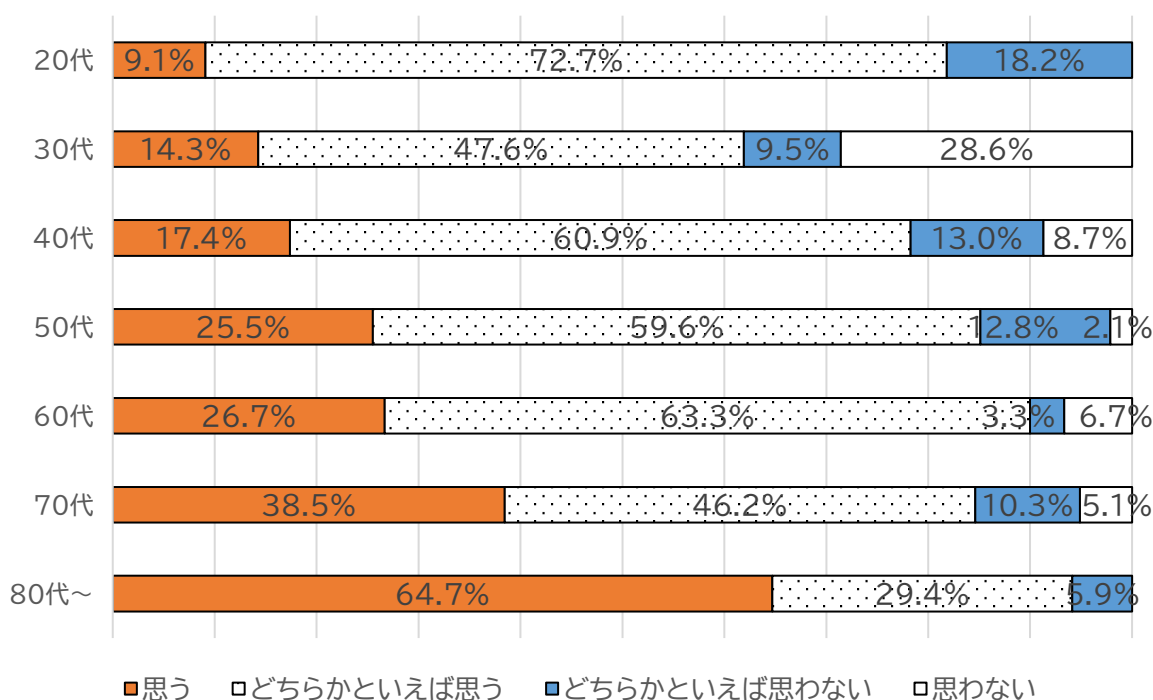
問 26 あなたは、友人・知人に対して「長崎市」を自慢したいと思いますか。  
 (当てはまるものを1つ回答)

| 選択肢                | 回答数 | 割合    |
|--------------------|-----|-------|
| 1 思う               | 54  | 28.7% |
| 2 どちらかといえば<br>思う   | 102 | 54.3% |
| 3 どちらかといえば<br>思わない | 19  | 10.1% |
| 4 思わない             | 13  | 6.9%  |
|                    |     |       |



(回答者数 188人、無回答 6人)

〈年代別割合〉



長崎市を友人・知人に「自慢したいと思う」「どちらかといえば思う」方は、合わせて83%となっており、多くの方が長崎市を誇りに思っている。  
 年代別での傾向を見ると、年代が高くなるごとに長崎を自慢に思う方が多くなる傾向にある。一方、30代は「自慢したいと思わない」割合が28.6%と極端に高くなっている。

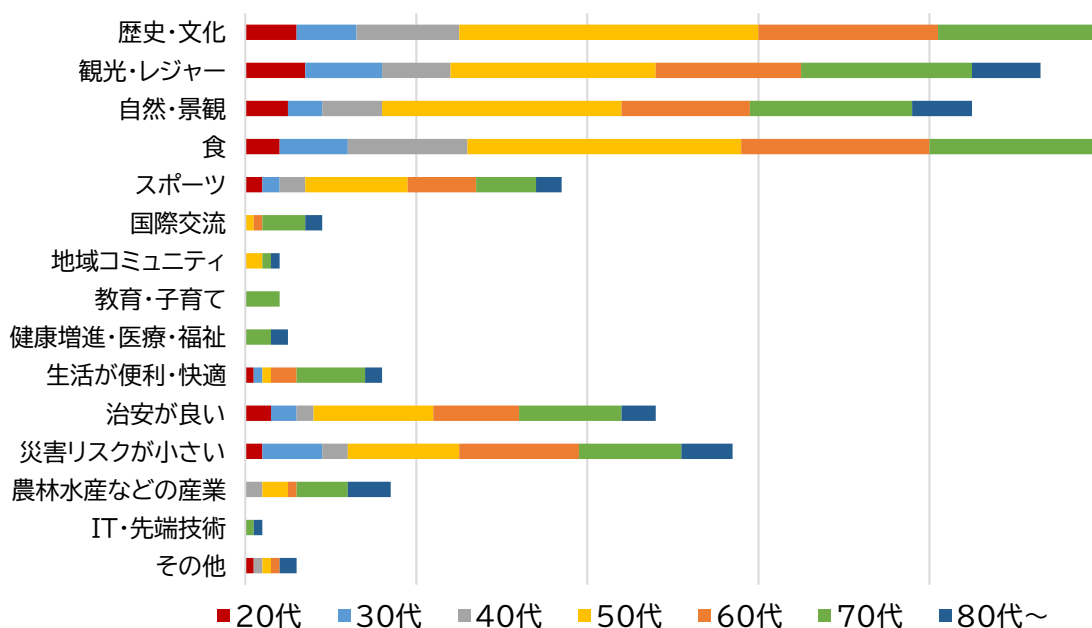
問 27 「問 26」で「1 思う」、「2 どちらかといえば思う」と回答した方（156 人）に質問です。「長崎市」を自慢するとしたら、次のどの分野ですか。（複数回答可）

| 選択肢          | 回答者数 | 割合    |
|--------------|------|-------|
| 1 歴史・文化      | 124  | 79.5% |
| 2 観光・レジャー    | 93   | 59.6% |
| 3 自然・景観      | 85   | 54.5% |
| 4 食          | 115  | 73.7% |
| 5 スポーツ       | 37   | 23.7% |
| 6 国際交流       | 9    | 5.8%  |
| 7 地域コミュニティ   | 4    | 2.6%  |
| 8 教育・子育て     | 4    | 2.6%  |
| 9 健康増進・医療・福祉 | 5    | 3.2%  |
| 10 生活が便利・快適  | 16   | 10.3% |
| 11 治安が良い     | 48   | 30.8% |
| 12 災害リスクが小さい | 57   | 36.5% |
| 13 農林水産などの産業 | 17   | 10.9% |
| 14 IT・先端技術   | 2    | 1.3%  |
| 15 その他       | 6    | 3.8%  |

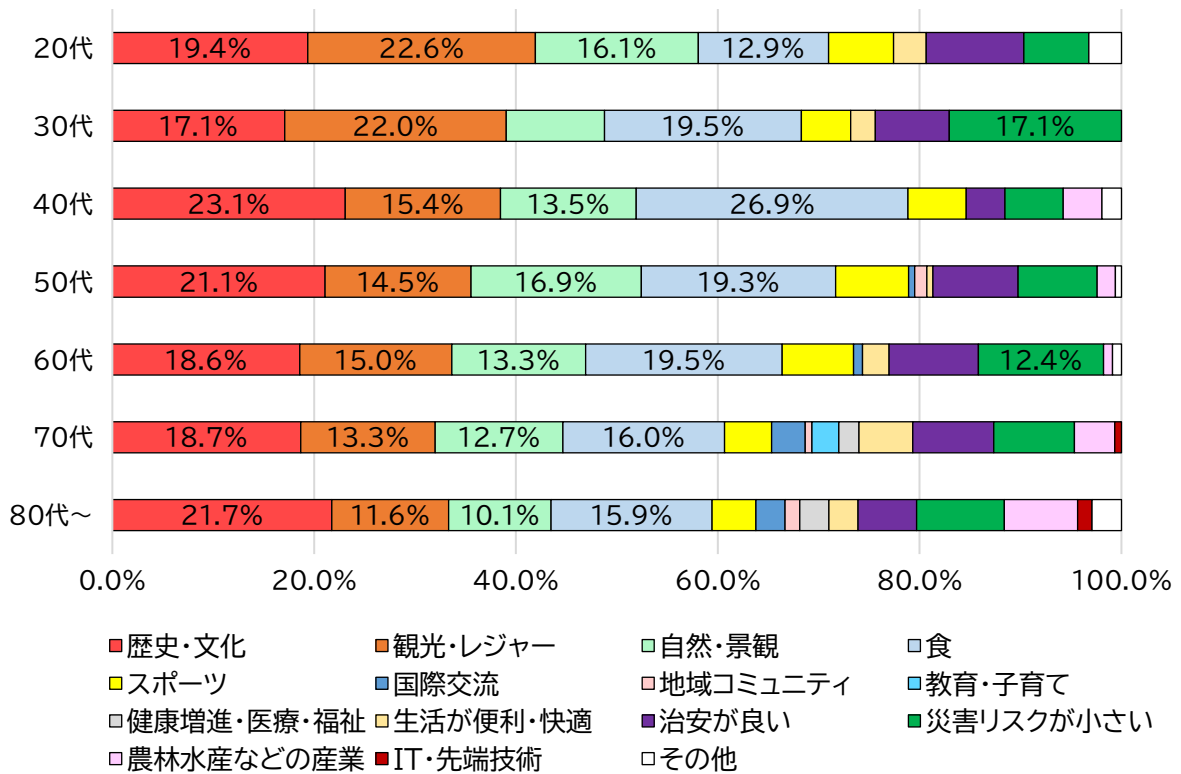
（回答者数＝156 人 有効回答数＝622）

※「その他」の主な意見

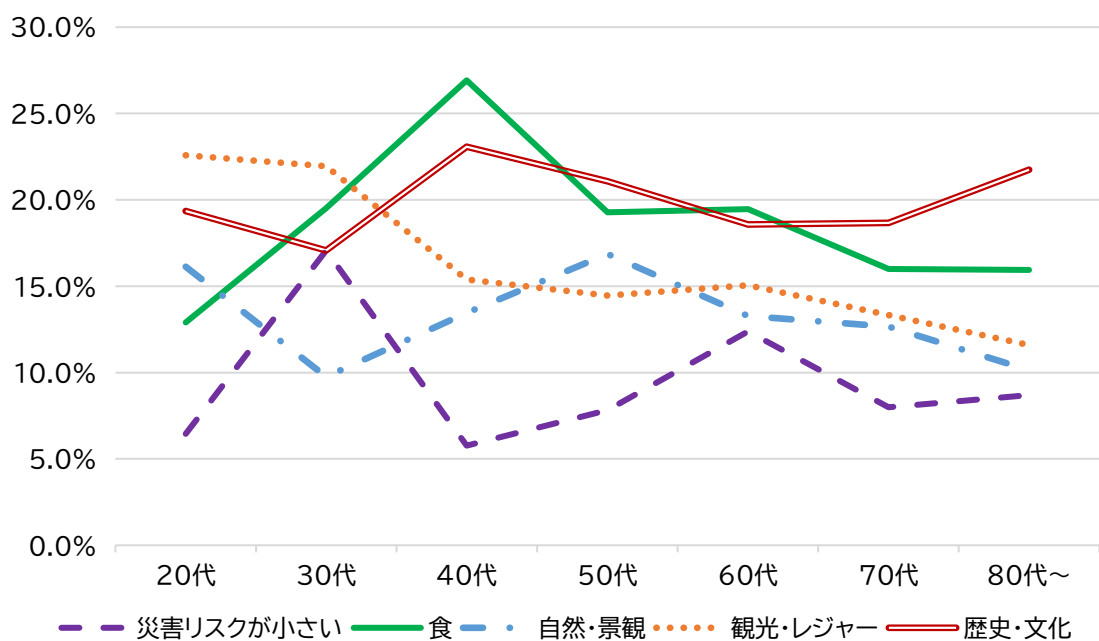
- ・人が良い、三菱造船、スタジアムシティ、コンパクトシティ



(年代別の長崎の自慢したいと思う分野)



(自慢したい分野 上位5分野の年代別割合)



自慢したい分野としては「歴史・文化 (79.5%)」と「食 (73.7%)」が最も高く、「観光・レジャー」「自然・景観」も50%を超えている。年代別での傾向をみると、「歴史・文化」は全世代で割合が高いが、その他は「食」は40代で高く、「観光・レジャー」は30代以下で高いばらつきが見られる。

問 28 長崎市を友人・知人にお勧めする気持ちを表すと、どの程度ですか。0～10の11段階でお答えください。

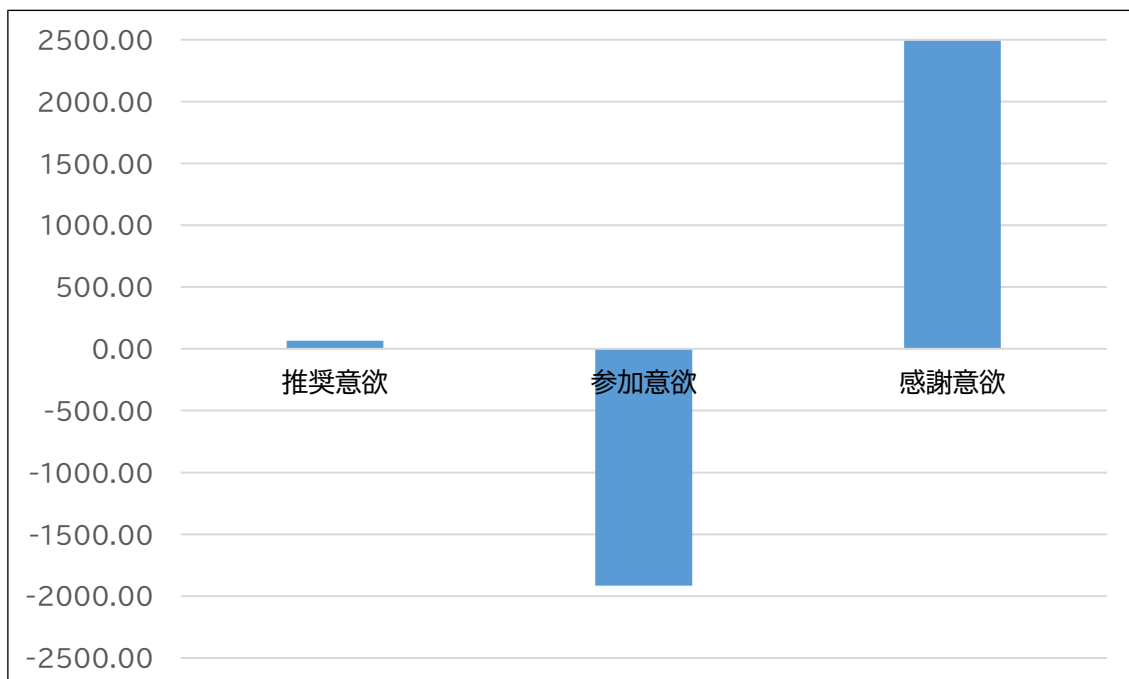
問 29 長崎市をより良くするための活動への参加や行動しようとする気持ちを表すと、どの程度ですか。0～10の11段階でお答えください。

問 30 長崎市をより良くしようと活動している人に感謝の気持ちを表すと、どの程度ですか。0～10の11段階でお答えください。

問 28～問 30 は、まちへの推奨・参加・感謝といった“地域へ関わろうとする意欲”を測ることで、まちへの愛着の度合いを測るための設問です。

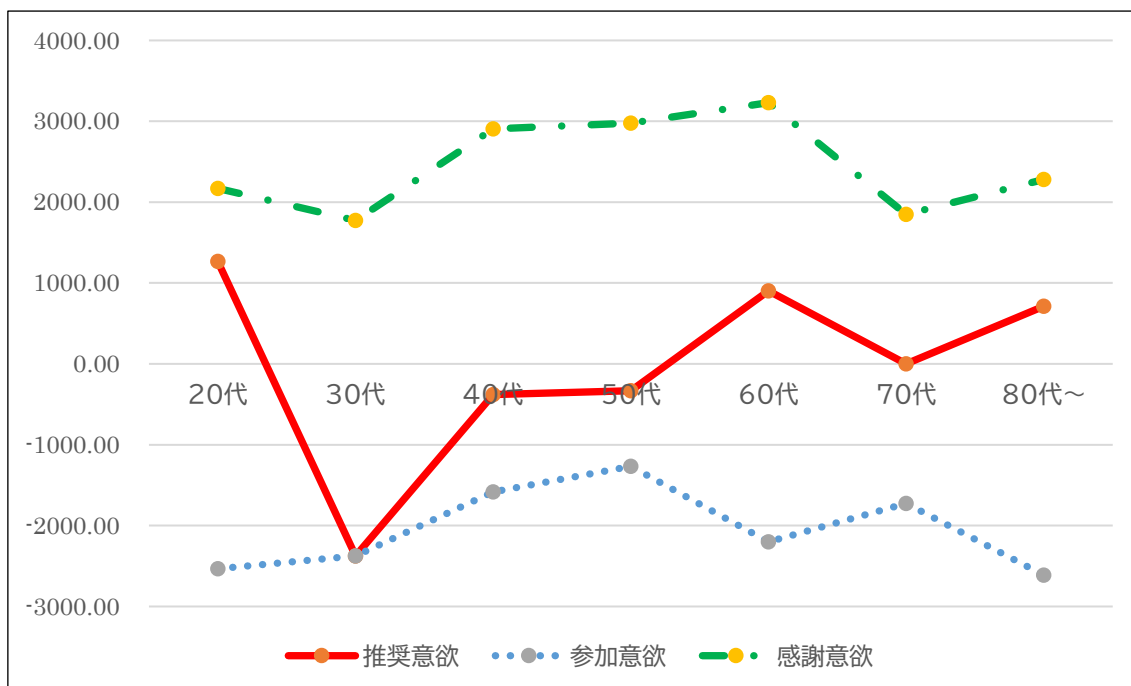
この3要素の数値が高いほど、地域に参画しようとする意識が高いということがいえます。以下のとおり長崎市における市民のまちへの想いの傾向を分析しました。

#### ■長崎市民は「感謝意欲」が高く、「参加意欲」が低い傾向があります



長崎市を知人へおすすめる「推奨意欲」、市内の地域活動等への「参加意欲」、市内の活動に関する「感謝意欲」の3視点で設問を設定しました。

調査結果から比較すると、長崎市民は地域活動を行ってくれている方への感謝意欲が高い傾向がありますが、一方で参加意欲が低い傾向となっています。



年代別にみると、「感謝意欲」は年代を問わずに高い水準です。「推奨意欲」は20代が一番高いですが、一方30代が一番低くなっており年代により大きなばらつきがあります。「参加意欲」は全体的に低い水準となっています。

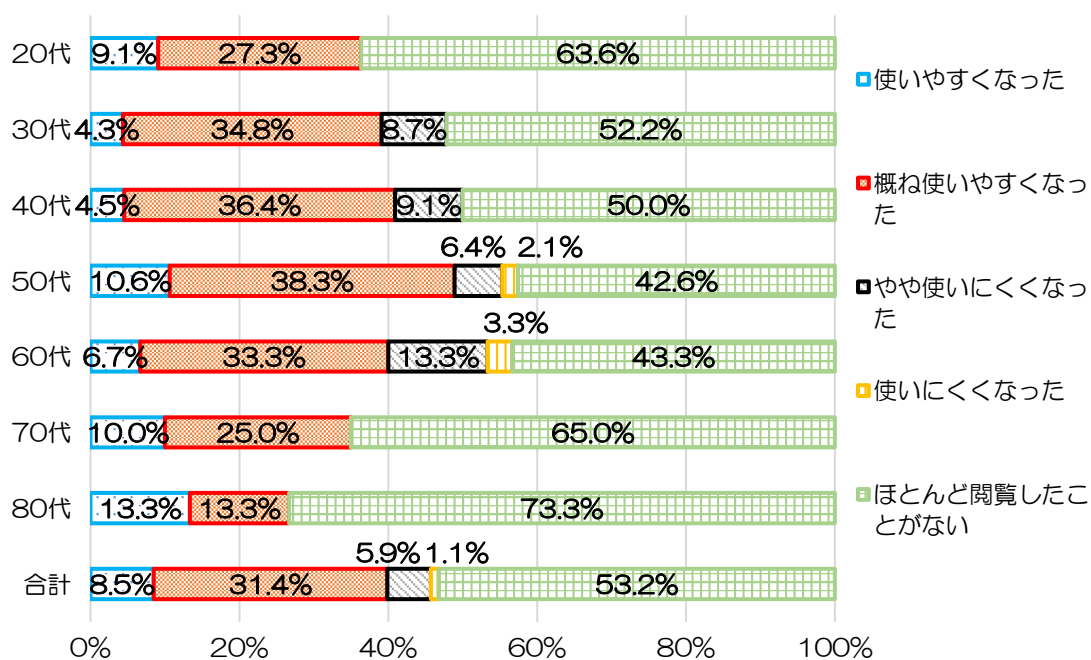
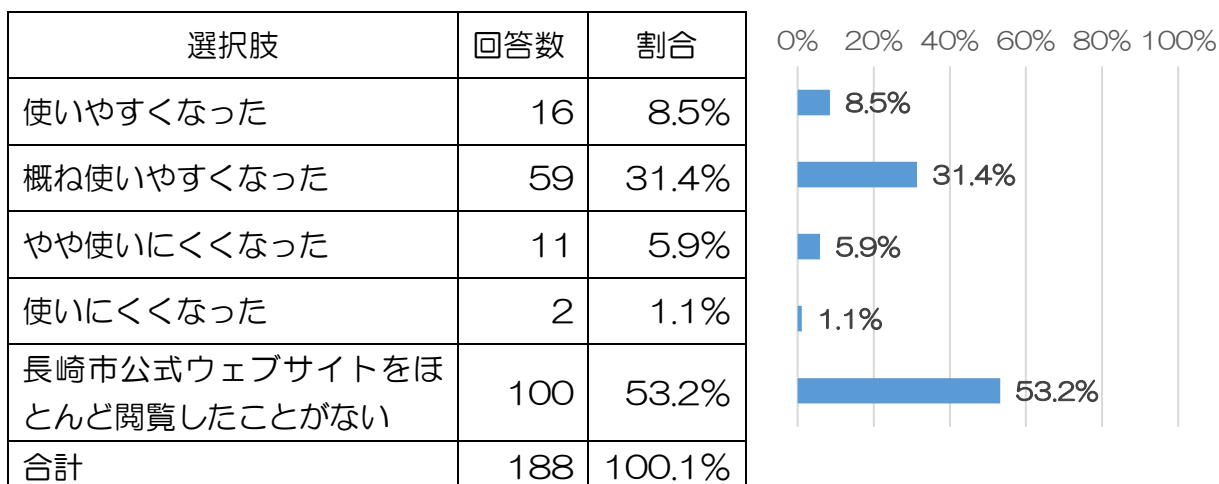
■「地域へ関わろうとする意欲」は経年比較することで効果検証が可能な指標です

初調査となる今回の調査結果が初期値としての評価となります。ポイントが経年比較で増加しているのか、減少しているのか、今後検証することで、効果を測定することが可能となります。

今回は、長崎市民の参加意欲が感謝意欲等と比較して低い傾向が見られ、また30代の推奨意欲が特に低い傾向があることが確認できました。年代に応じた効果的な施策を実施するための参考とさせていただきます。

## 【ウェブサイト・LINEについて】

問31 ウェブサイトのリニューアルにより、スマートフォンで閲覧しやすいデザインにしたり、検索機能を強化したり、探しやすい使いやすいウェブサイトへ更新しました。このことについて使いやすくなったと感じるか教えてください。  
(当てはまるものを1つ回答)



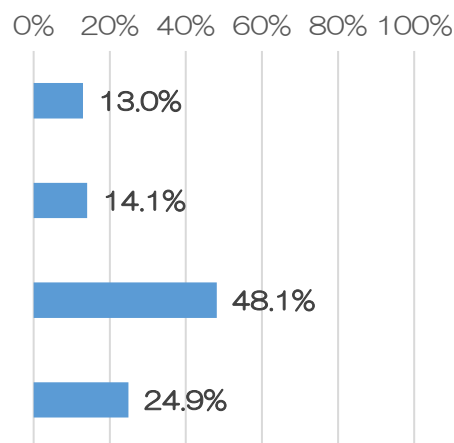
### <年齢別割合>

リニューアルしたウェブサイトについて、39.9%の人が「使いやすくなった」又は「概ね使いやすくなった」と回答し、「やや使いにくくなった」又は「使いにくくなった」と回答した人は7.0%で、多くの方がリニューアルによりウェブサイトがよくなったと感じていることが分かりました。他方、最も多い回答は「ほとんど閲覧したことがない」で、全年代で最多でした。中でも、80代の人々の73.3%が「ほとんど閲覧したことがない」ことが分かりました。

問32 ウェブサイトのリニューアルにより、検索画面へアクセスしやすくなり、キーワード検索以外にも絞り込み検索や、頻繁に検索されている注目ワードが表示されるようになりました。このことについて教えてください。

(当てはまるものを1つ回答)

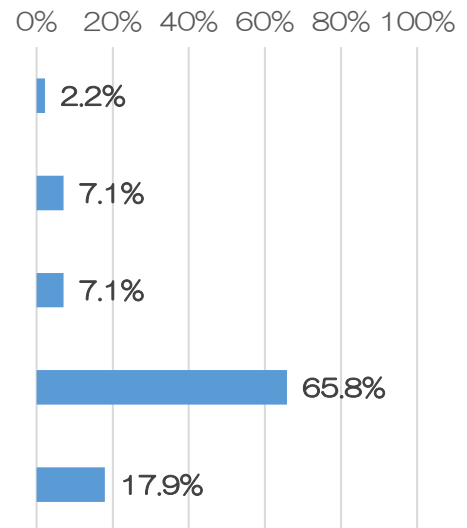
| 選択肢                     | 回答数 | 割合     |
|-------------------------|-----|--------|
| この機能を知っていて、使っている        | 24  | 13.0%  |
| この機能を知っていたが、使っていない      | 26  | 14.1%  |
| この機能を知らなかったが、ぜひ使ってみたい   | 89  | 48.1%  |
| この機能を知らなかったが、使いたいとは思わない | 46  | 24.9%  |
| 合計                      | 185 | 100.1% |



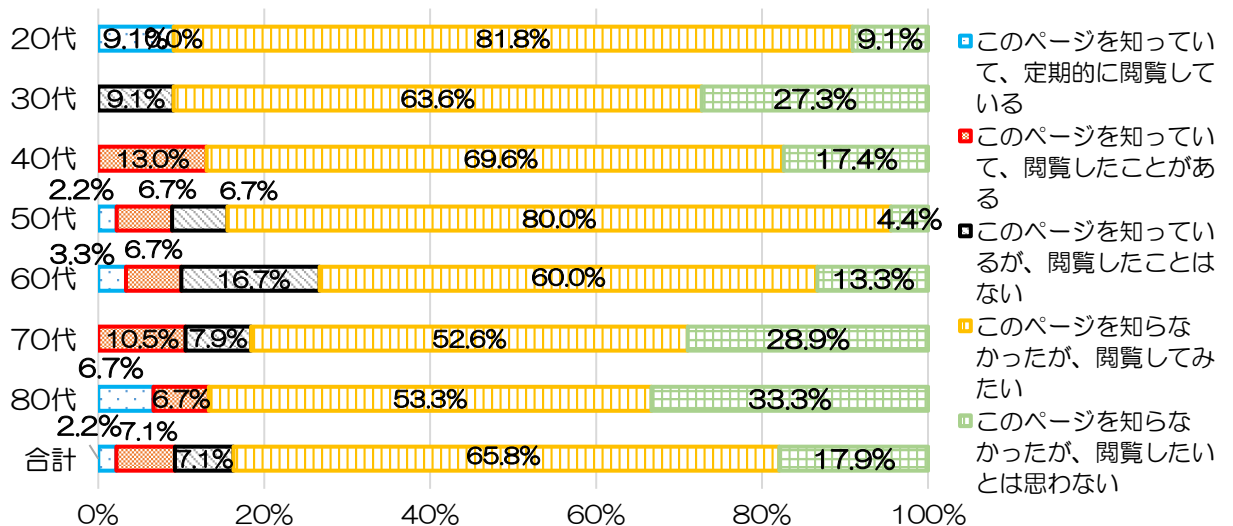
ウェブサイトの検索機能強化について、「知らなかった」と回答した人（「この機能を知らなかったが、ぜひ使ってみたい」・「この機能を知らなかったが、使いたいとは思わない」の合計）が73.0%でした。特に、60代以上では「使いたいとは思わない」という回答が増加することが分かりました。しかし、全年代で「知らなかった」と回答した人（135人）の65.9%は「使ってみたい」と回答しました。

問33 ウェブサイトのリニューアルにより、長崎市のプロモーションサイト「長崎と出会う」を作成し、トップページからリンクしています。「長崎と出会う」では、「港」、「まつり・行事」、「平和」、「世界遺産」など8つのキーワードごとに長崎を紹介しています。このことについて教えてください。(当てはまるものを1つ回答)

| 選択肢                       | 回答数 | 割合     |
|---------------------------|-----|--------|
| このページを知っていて、定期的に関覧している    | 4   | 2.2%   |
| このページを知っていて、閲覧したことがある     | 13  | 7.1%   |
| このページを知っているが、閲覧したことはない    | 13  | 7.1%   |
| このページを知らなかったが、閲覧してみたい     | 121 | 65.8%  |
| このページを知らなかったが、閲覧したいとは思わない | 33  | 17.9%  |
| 合計                        | 184 | 100.1% |



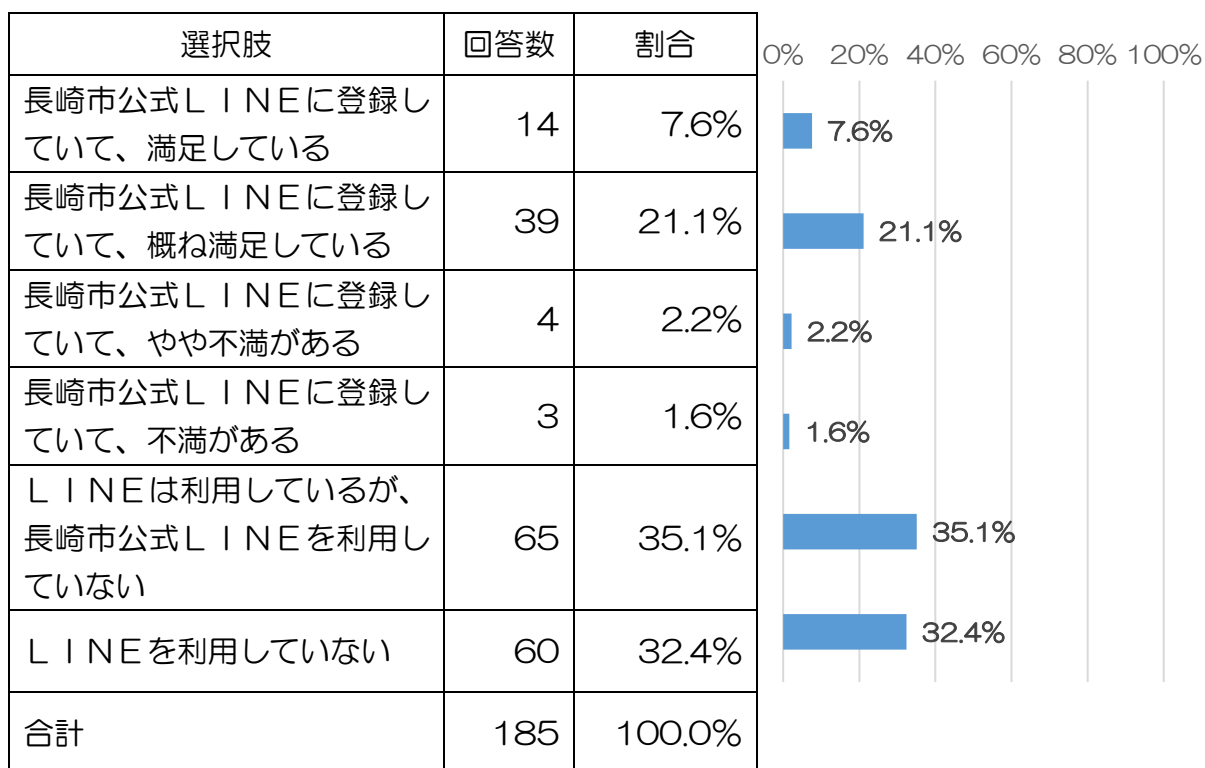
<年齢別割合>



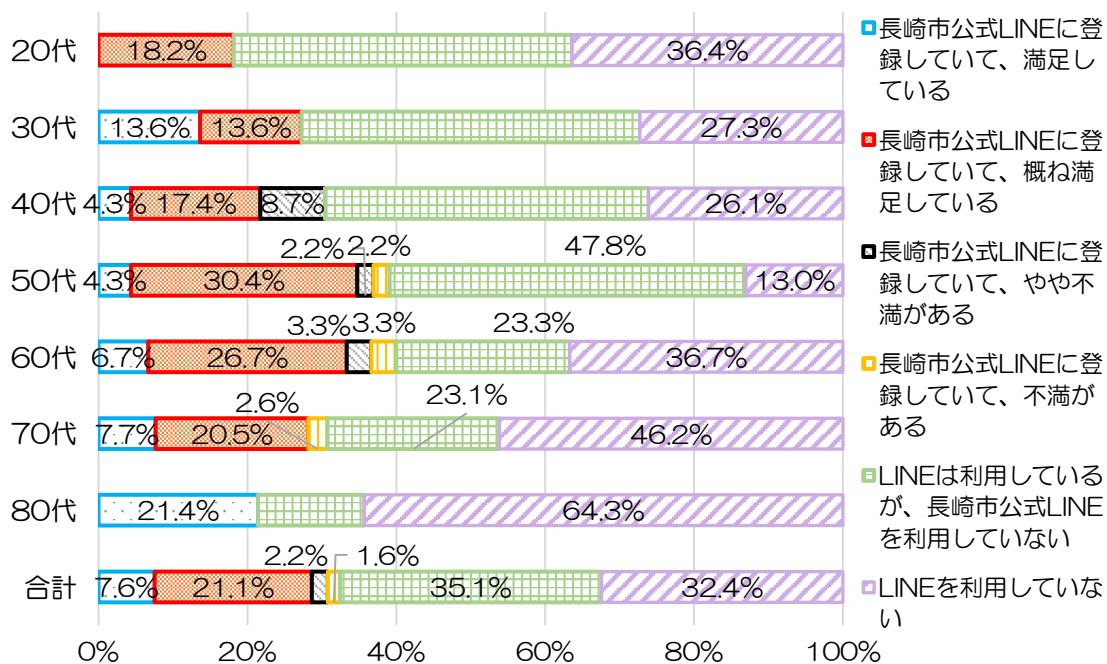
プロモーションサイト「長崎と出会う」については、「定期的に関覧している」と回答した人は2.2%にとどまり、「知らない」と回答した人（「このページを知らなかったが、閲覧してみたい」・「このページを知らなかったが、閲覧したいとは思わない」）が83.7%にのびりました。最も認知度の高かった年代は「60代」ですが、それでも「知っている」と回答した60代の方は26.7%でした。

問34 長崎市公式LINEをリニューアルし、シナリオチャットボットやごみの分別検索機能などを搭載しました。満足度を教えてください。

(当てはまるものを1つ回答)

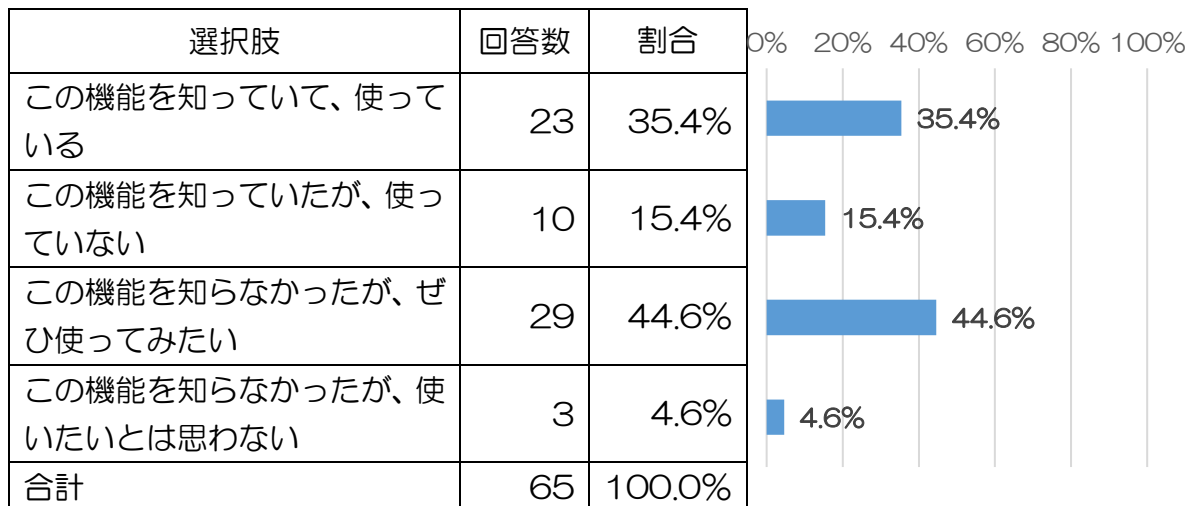


<年齢別割合>



「市公式LINEに登録している」と回答した人（「長崎市公式LINEに登録していて、満足している」・「長崎市公式LINEに登録していて、概ね満足している」・「長崎市公式LINEに登録していて、やや不満がある」・「長崎市公式LINEに登録していて、不満がある」の合計）が32.5%、「LINEは利用しているが、市公式LINEを利用していない」と回答した人が35.1%で、LINE利用者の約半数は市公式LINEに登録しているという結果でした。市公式LINE登録者（60人）のうち、88.3%は「満足」又は「概ね満足」と回答していることが分かりました。他方、「LINEを利用していない」と回答した人も32.4%にのぼり、特に70代の46.2%、80代以上の64.3%はLINEを利用していないとの回答でした。

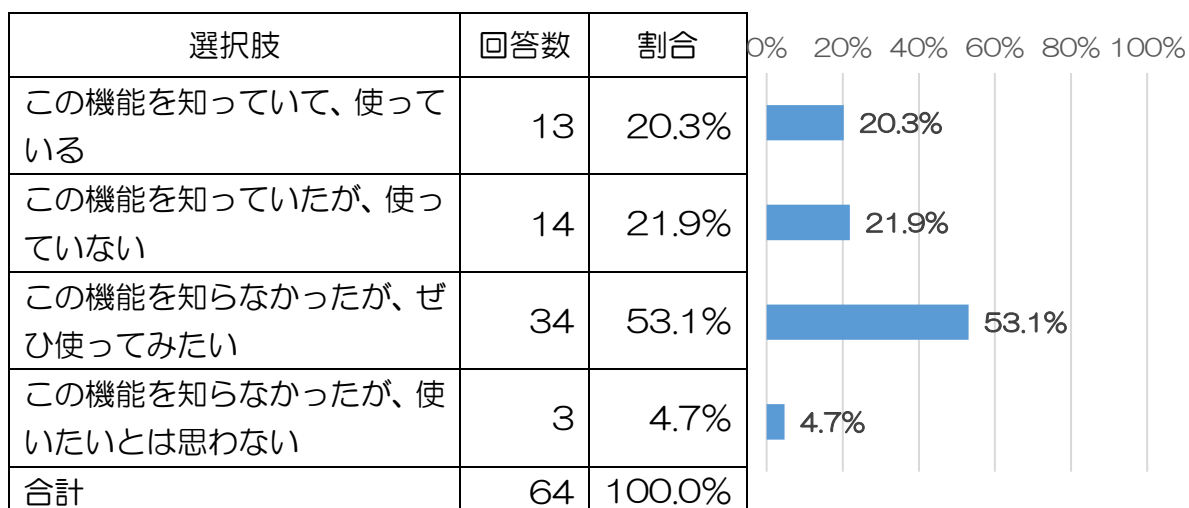
問35 「問34」で「1～4」と回答した方に質問です。LINEのリニューアルにより、ごみの分別が調べられるようになりました。このことについて教えてください。（当てはまるものを1つ回答）



LINEのリニューアルに伴い、ごみの分別を調べられる機能を付けたところですが、「知っている」と回答した人（「この機能を知っていて、使っている」・「この機能を知っていたが、使っていない」の合計）が50.8%、「知らなかった」と回答した人（「この機能を知らなかったが、ぜひ使ってみたい」・「この機能を知らなかったが、使いたいとは思わない」）が49.2%でした。また、機能を知っている人（33人）の69.7%が「使っている」と回答しました。

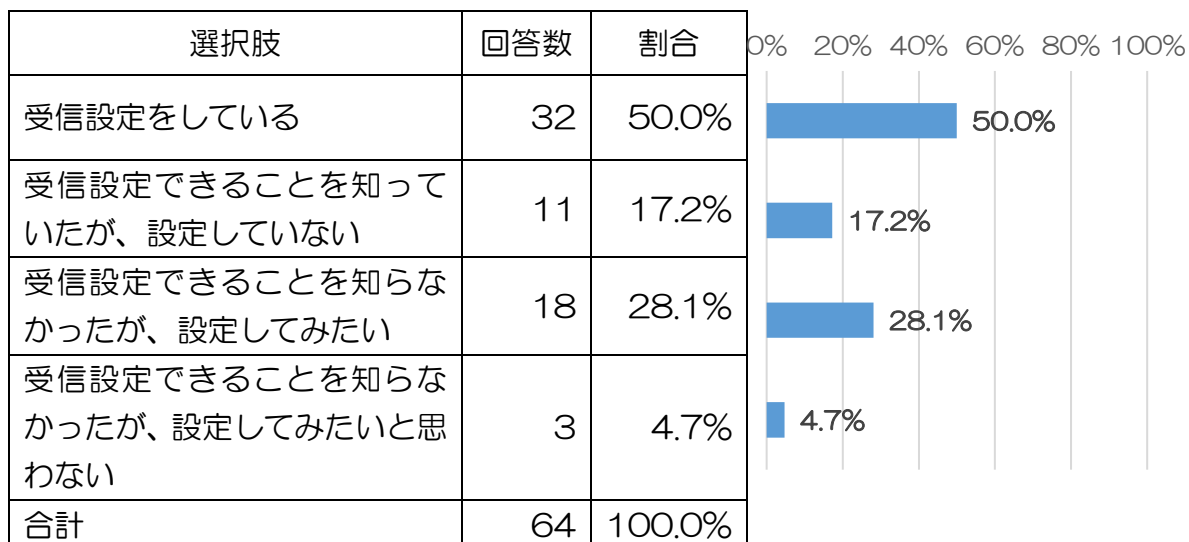
問36 「問34」で「1～4」と回答した方に質問です。LINEのリニューアルにより、用意された質問に対して選択肢を選んでいくことで、知りたい情報へたどりつく機能を強化しました。このことについて教えてください。

(当てはまるものを1つ回答)



LINE のリニューアルに伴い、選択肢を選ぶことで必要な情報にたどり着くチャットボット機能を付けたところですが、「知っている」（「この機能を知っていて、使っている」・「この機能を知っていたが、使っていない」の合計）と回答した人が42.2%、「知らなかった」と回答した人（「この機能を知らなかったが、ぜひ使ってみたい」・「この機能を知らなかったが、使いたいとは思わない」の合計）が57.8%でした。機能を知っている人（27人）のうち「使っている」と回答した人は、48.1%に留まりました。

問37 「問34」で「1～4」と回答した方に質問です。長崎市公式LINEは、「くらし・手続き」、「お出かけ」、「子育て・学び」、「防災・消防」など9つのジャンルから受け取りたい情報を選択（受信設定）することができます。このことについて教えてください。（当てはまるものを1つ回答）



市公式 LINE を登録している人のうち、受信設定をしているものは 50.0%にとどまりました。また、「受信設定できることを知らなかったが、設定してみたい」と回答した人が 28.1%にとどまり、「受信設定できることを知っていたが、設定していない」又は「受信設定できることを知らなかったが、設定してみたいと思わない」と回答した人を合わせると 21.9%と伯仲することが分かりました。