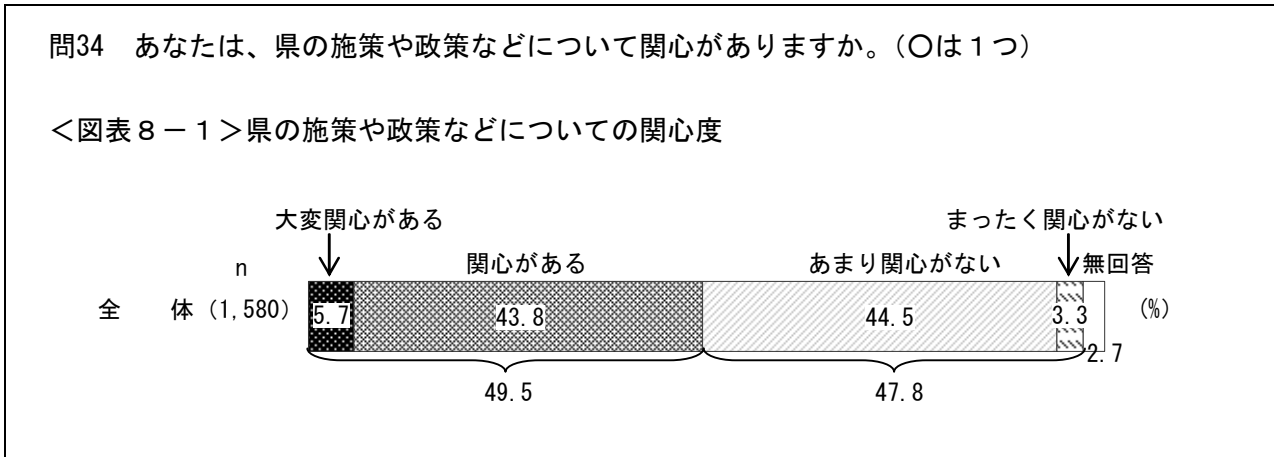


8 広報・広聴活動について

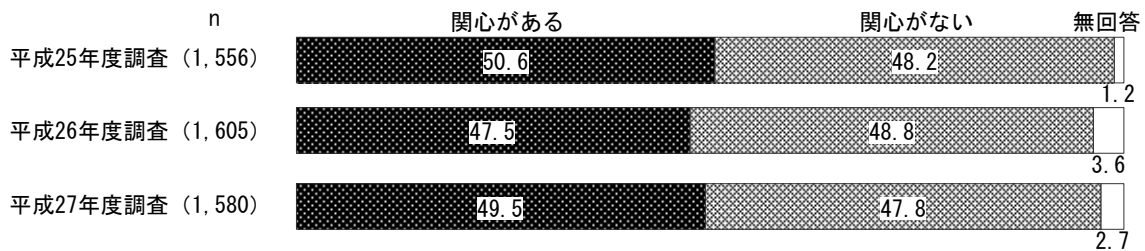
(1) 県の施策や政策などについての関心度

◇『関心がある』は約5割



県の施策や政策などについての関心度を聞いたところ、「大変関心がある」(5.7%)と「関心がある」(43.8%)を合わせた『関心がある』(49.5%)は約5割となっている。一方、「あまり関心がない」(44.5%)と「まったく関心がない」(3.3%)を合わせた『関心がない』(47.8%)も約5割となっている。(図表8-1)

【参考】平成25年度・平成26年度の同様の項目による調査結果との比較(単位:%)



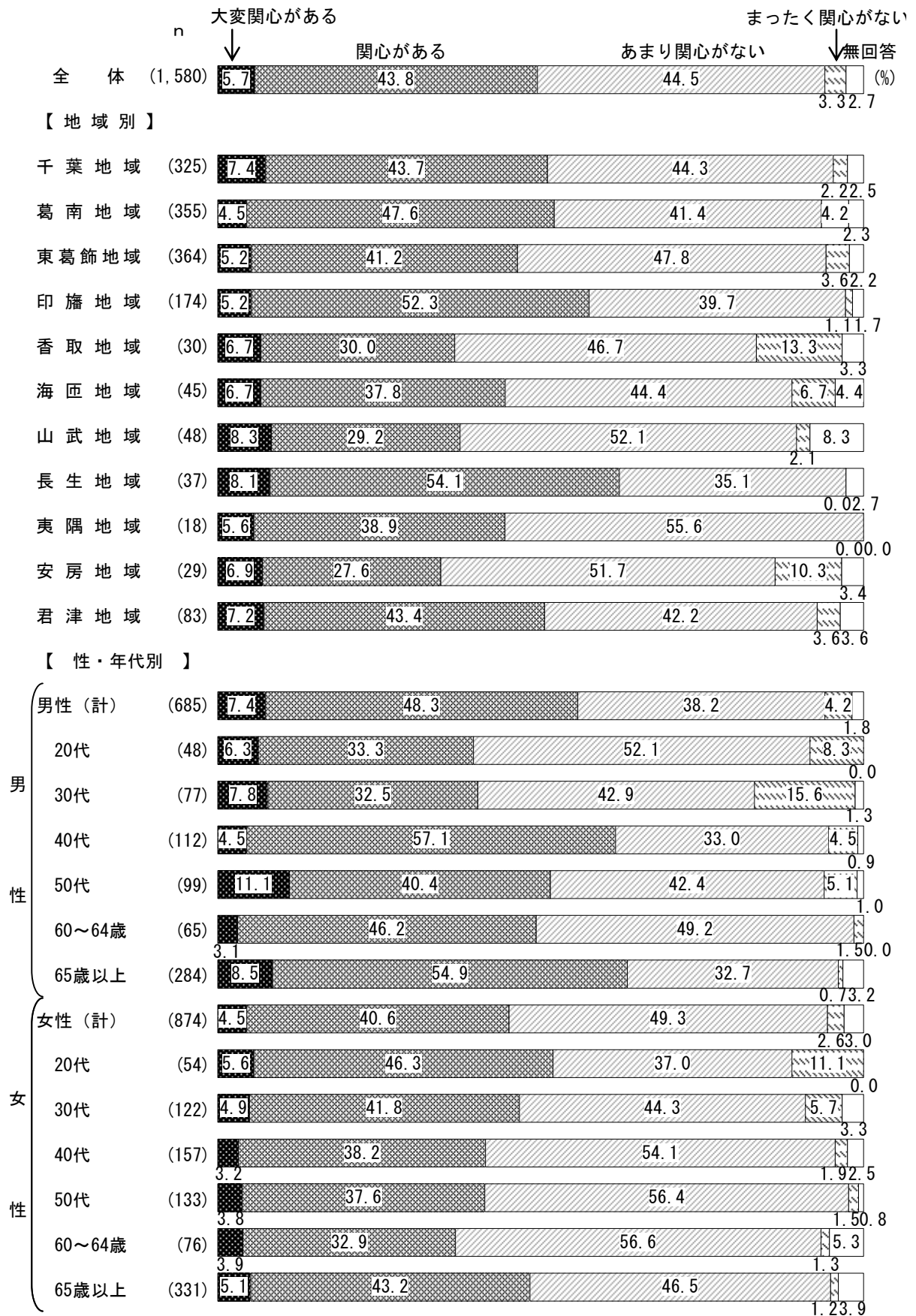
【地域別】

地域別にみると、『関心がある』は“長生地域”(62.2%)で6割を超え、“印旛地域”(57.5%)で約6割と他の地域に比べて高くなっている。(図表8-2)

【性・年代別】

性別でみると『関心がある』は男性(55.8%)で5割台半ばと高い。性・年代別でみると男性の65歳以上(63.4%)で6割台半ば、男性の40代(61.6%)で6割を超えて他の年代に比べて高くなっている。(図表8-2)

<図表8-2> 県の施策や政策などについての関心度/地域別、性・年代別

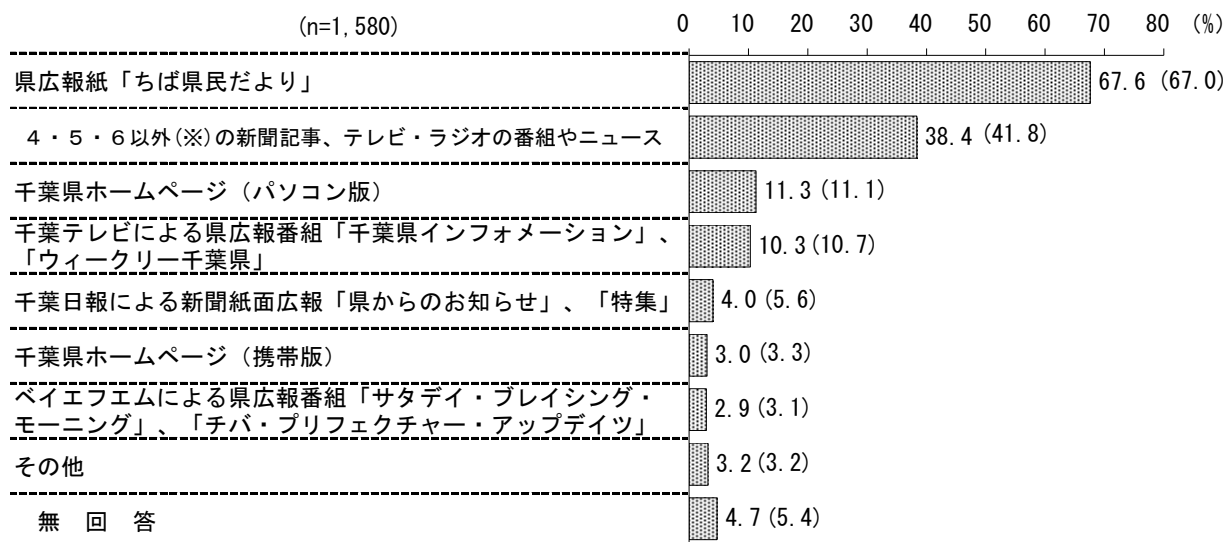


(2) 県政に関する情報を得る手段

◇「県広報紙『ちば県民だより』」が約7割

問35 あなたは、県政に関する情報をどのような手段で得ていますか。(○はいくつでも)

<図表8-3> 県政に関する情報を得る手段 (複数回答)



注) () の数字は平成26年度の同様の項目による調査結果 n=1,605

県政に関する情報を得る手段を聞いたところ、「県広報紙『ちば県民だより』」(67.6%)が約7割で最も高く、以下、「4・5・6以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」(38.4%)、「千葉県ホームページ (パソコン版)」(11.3%)、「千葉テレビによる県広報番組『千葉県インフォメーション』、『ウィークリー千葉県』」(10.3%)と続いている。(図表8-3)

(※「4・5・6以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」における、4・5・6とは、『千葉日報による新聞紙面広報「県からのお知らせ」、「特集』、『千葉テレビによる県広報番組「千葉県インフォメーション」、「ウィークリー千葉県』、『ベイエフエムによる県広報番組「サタデイ・ブレイジング・モーニング」、「チバ・プリフェクチャー・アップデート』」を指す)

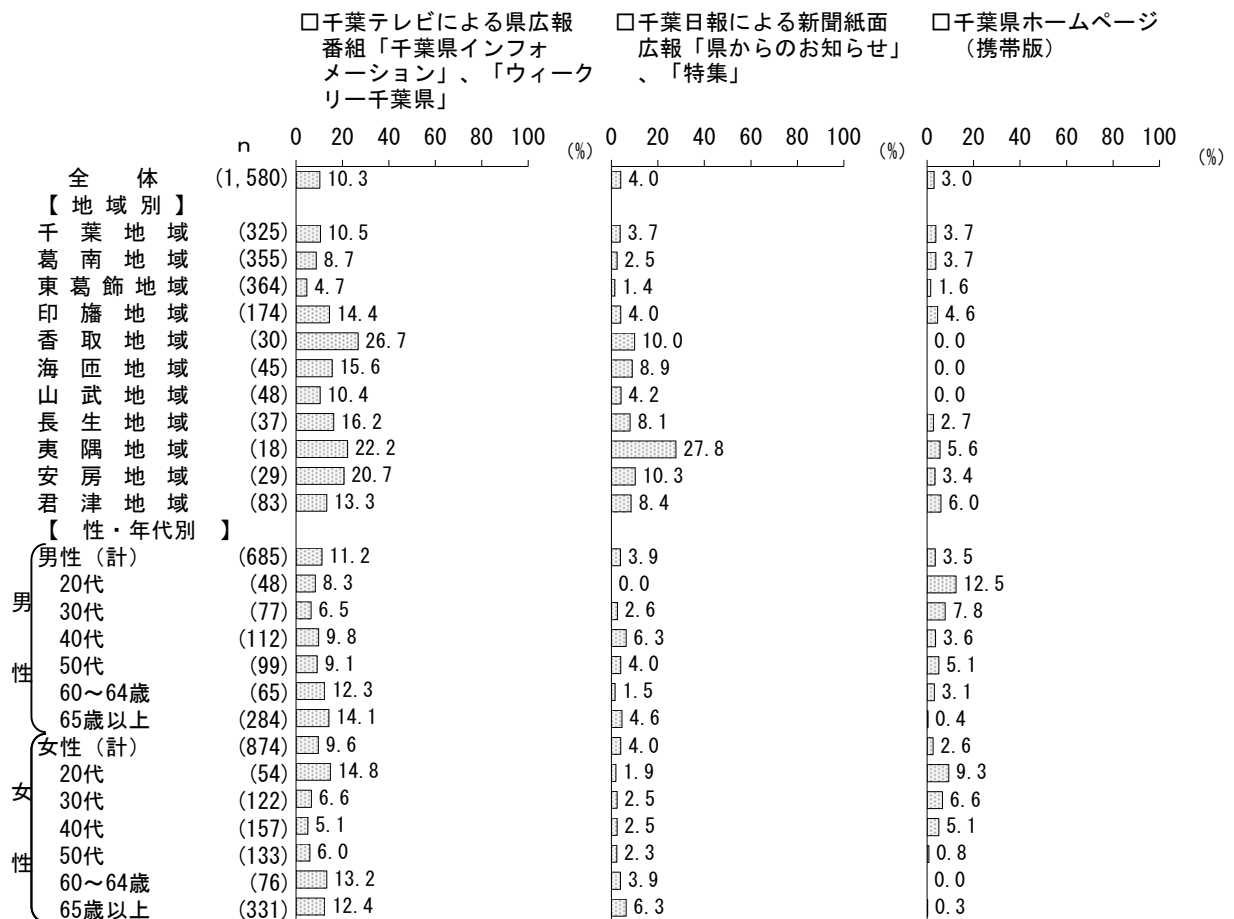
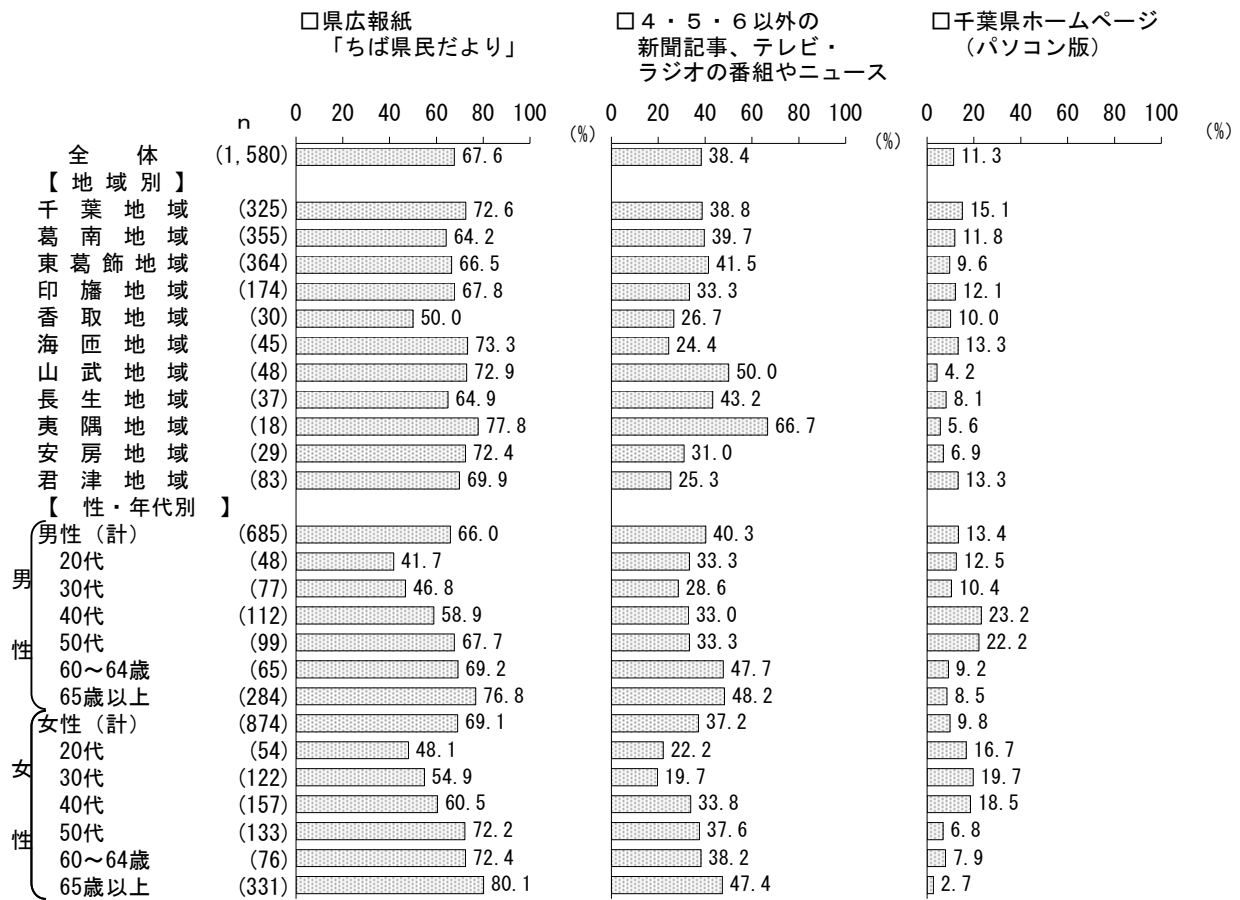
【地域別】

地域別にみると、「県広報紙『ちば県民だより』」は“香取地域”(50.0%)以外の全ての地域で約6割台半ばから約8割となっている。「4・5・6以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」は“夷隅地域”(66.7%)で6割台半ばと他の地域に比べて高くなっている。(図表8-4)

【性・年代別】

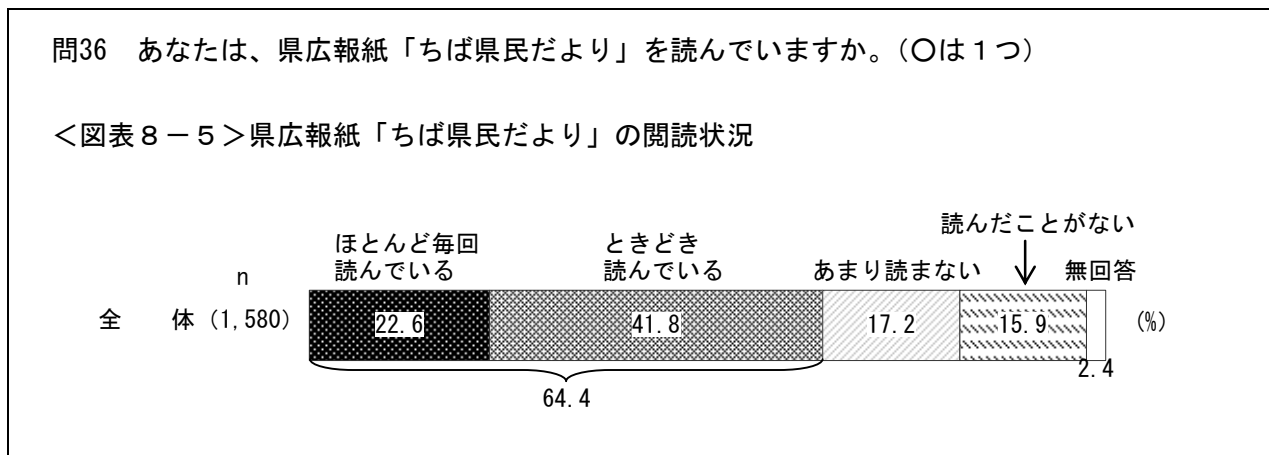
性・年代別にみると、「県広報紙『ちば県民だより』」は男女ともに年代が上がるほど高くなる傾向にあり、女性65歳以上(80.1%)は8割を超える。「4・5・6以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」は男性の65歳以上(48.2%)、男性の60～64歳(47.7%)、女性の65歳以上(47.4%)で約5割と他の年代に比べて高くなっている。(図表8-4)

＜図表8-4＞県政に関する情報を得る手段／地域別、性・年代別（上位6項目）



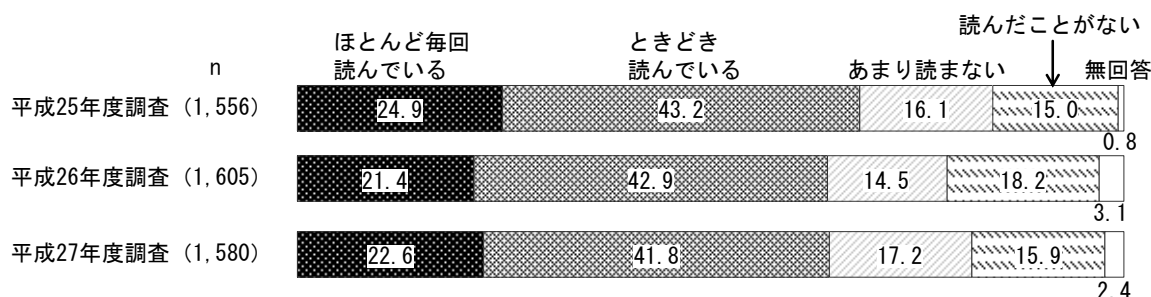
(3) 県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況

◇『読んでいる』は6割台半ば



県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況を聞いたところ、「ほとんど毎回読んでいる」(22.6%)は2割を超え、「ときどき読んでいる」(41.8%)は4割を超え、これらを合わせた『読んでいる』(64.4%)は6割台半ばとなっている。一方、「あまり読まない」(17.2%)は約2割、「読んだことがない」(15.9%)は1割台半ばとなっている。(図表8-5)

[参考] 平成25年度・平成26年度の同様の項目による調査結果との比較(単位: %)



【地域別】

地域別にみると、『読んでいる』は“夷隅地域”(77.8%)で約8割、“海匝地域”(73.3%)で7割台半ば、“千葉地域”(69.8%)で約7割と他の地域に比べて高くなっている。(図表8-6)

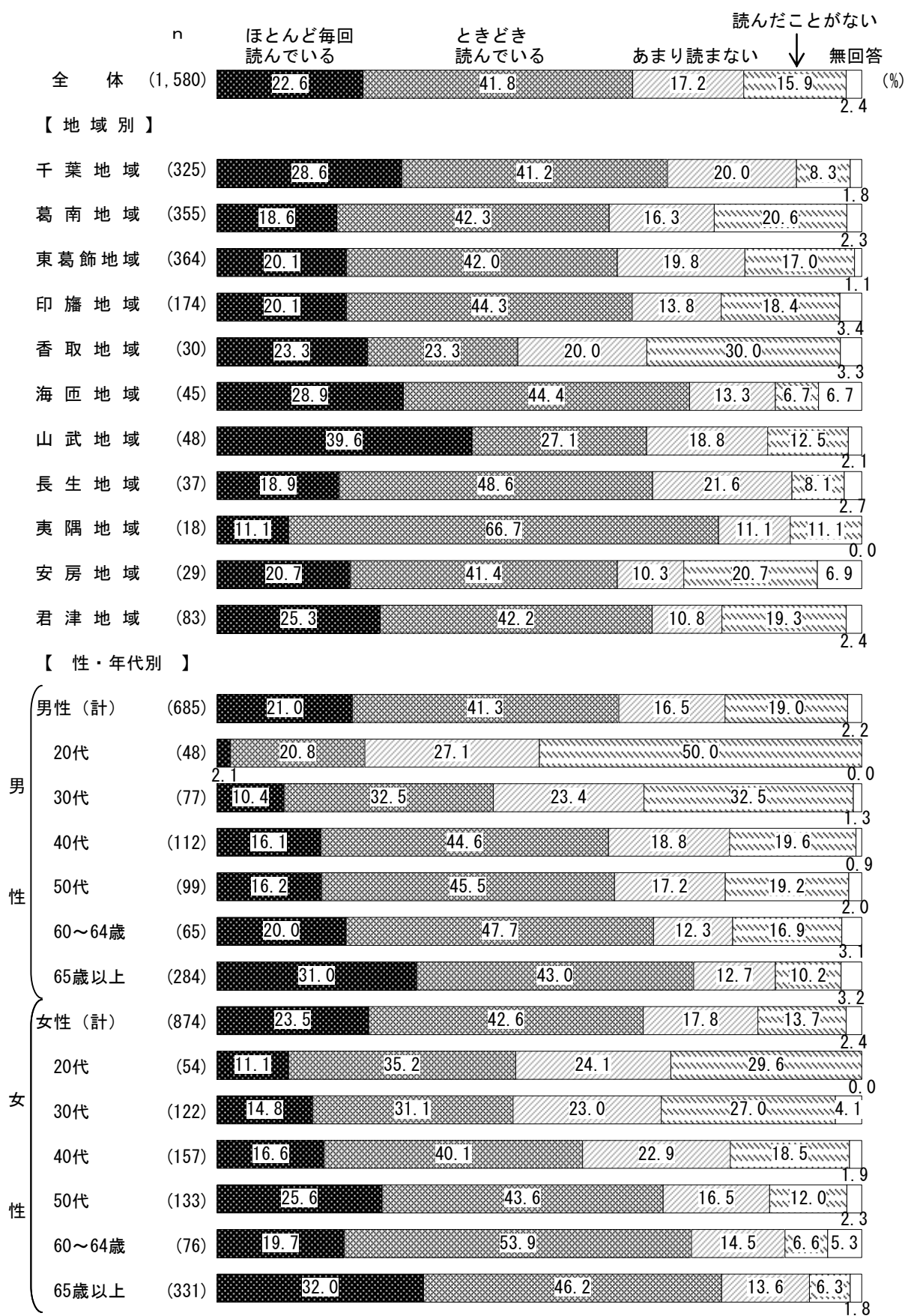
【性・年代別】

年代が上がるにつれ、閲読頻度が高くなる傾向がみられ、性・年代別にみると『読んでいる』は女性の65歳以上(78.2%)で約8割、男性の65歳以上(73.9%)で7割台半ばと高くなっている。

一方、「読んだことがない」は男性の20代(50.0%)で5割と他の年代に比べて高くなっている。

(図表8-6)

<図表8-6> 県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況／地域別、性・年代別



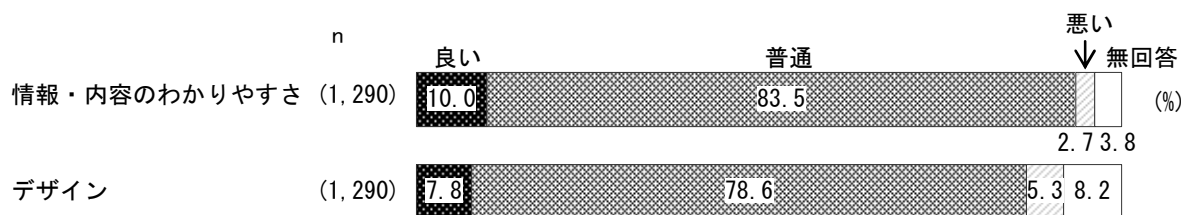
(3-1) 「ちば県民だより」の内容について

◇情報・内容のわかりやすさの「良い」は1割、デザインの「良い」は約1割

(問36で「ほとんど毎回読んでいる」「ときどき読んでいる」「あまり読まない」のいずれかをお答えの方に)

問36-1 県広報紙「ちば県民だより」の内容についておたずねします。(〇はそれぞれ1つずつ)

<図表8-7> 「ちば県民だより」の内容について

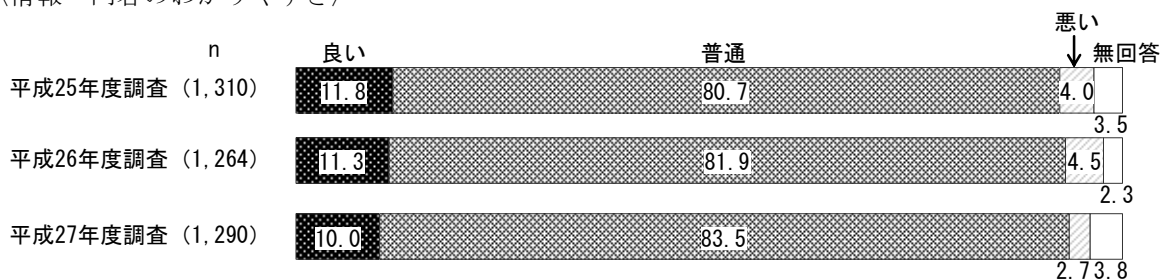


県広報紙「ちば県民だより」を「ほとんど毎回読んでいる」、「ときどき読んでいる」、「あまり読まない」と回答した1,290人を対象に、「ちば県民だより」の内容について聞いたところ、〈情報・内容のわかりやすさ〉において、「良い」(10.0%)は1割、「普通」(83.5%)は8割台半ばとなっている。〈デザイン〉において、「良い」(7.8%)は約1割、「普通」(78.6%)は約8割となっている。

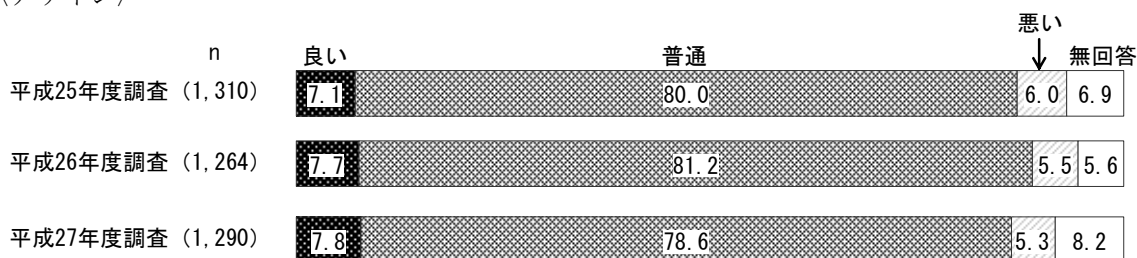
(図表8-7)

〔参考〕平成25年度・平成26年度の同様の項目による調査結果との比較(単位:%)

〈情報・内容のわかりやすさ〉



〈デザイン〉



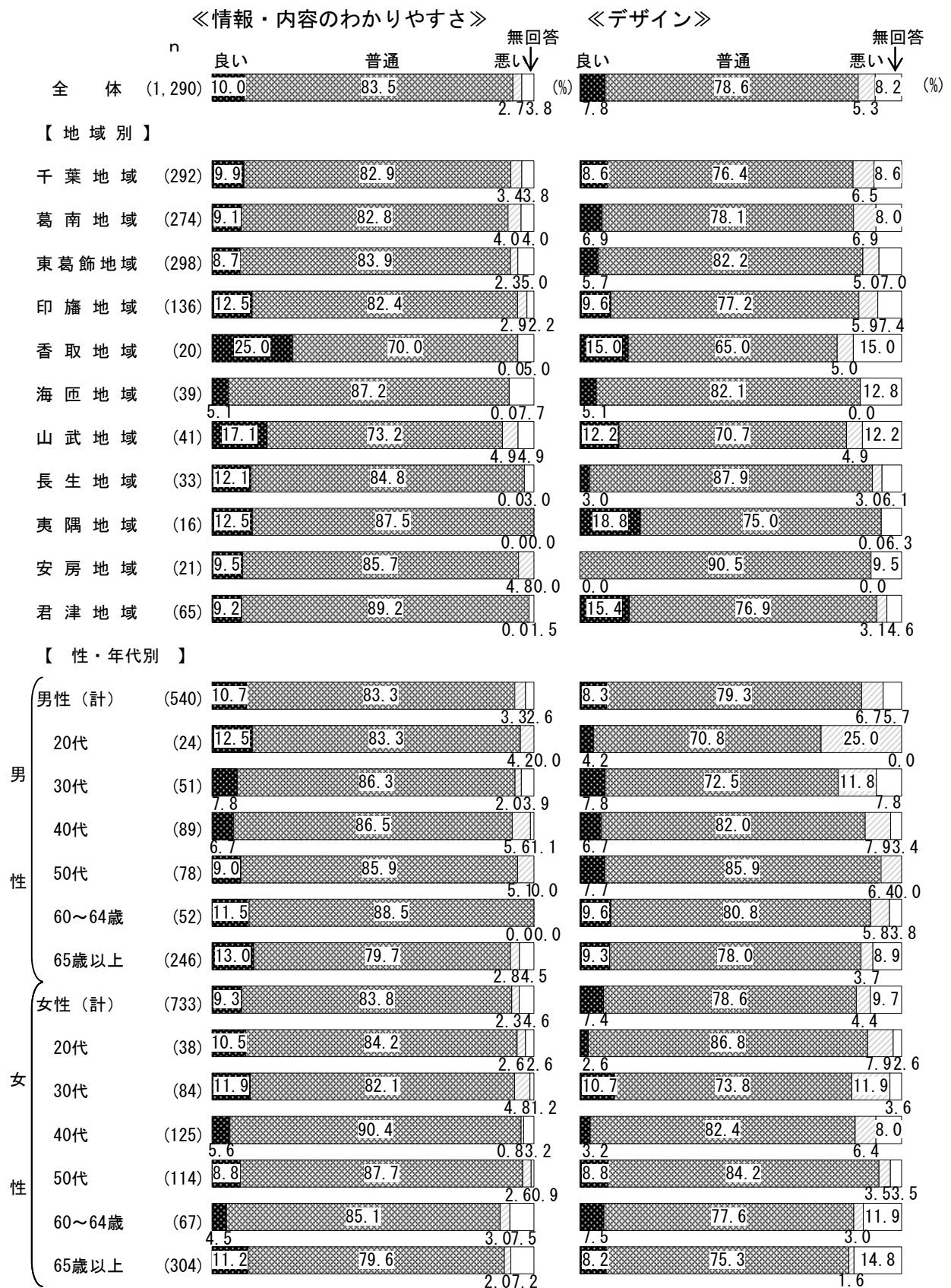
【地域別】

地域別にみると、〈情報・内容のわかりやすさ〉において、「良い」は「香取地域」(25.0%)で2割台半ばと他の地域に比べて高くなっているが、いずれの地域でも「普通」が7割以上である。〈デザイン〉において、「普通」は「香取地域」を除く地域において7割から9割と高くなっている。(図表8-8)

【性・年代別】

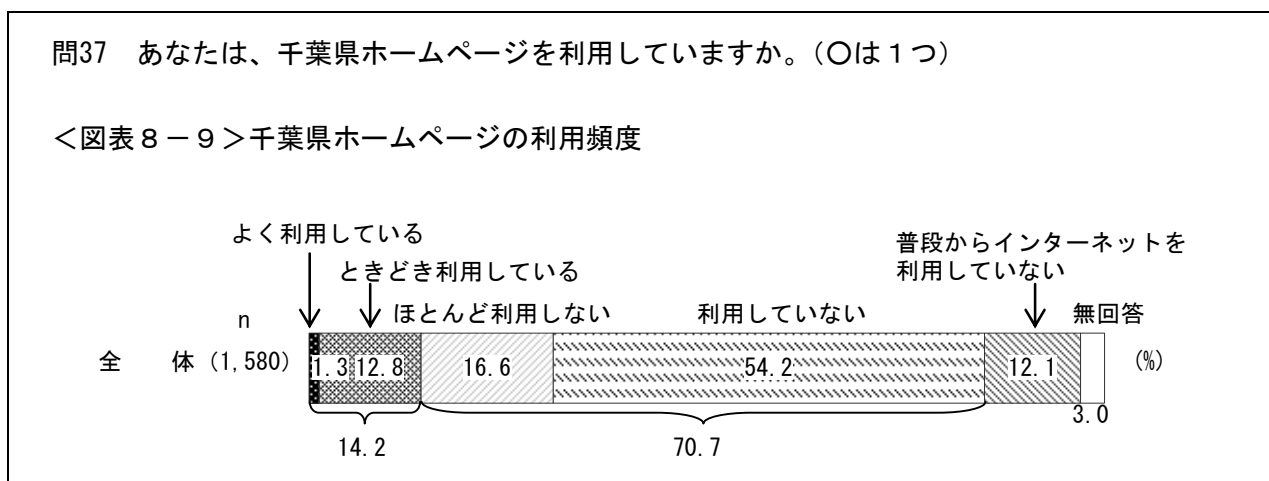
性・年代別にみると、〈情報・内容のわかりやすさ〉、〈デザイン〉において、「良い」は高くても1割台半ばに留まり、「普通」はすべての性・年代において7割から9割と高くなっている。(図表8-8)

<図表8-8> 「ちば県民だより」の内容について／地域別、性・年代別



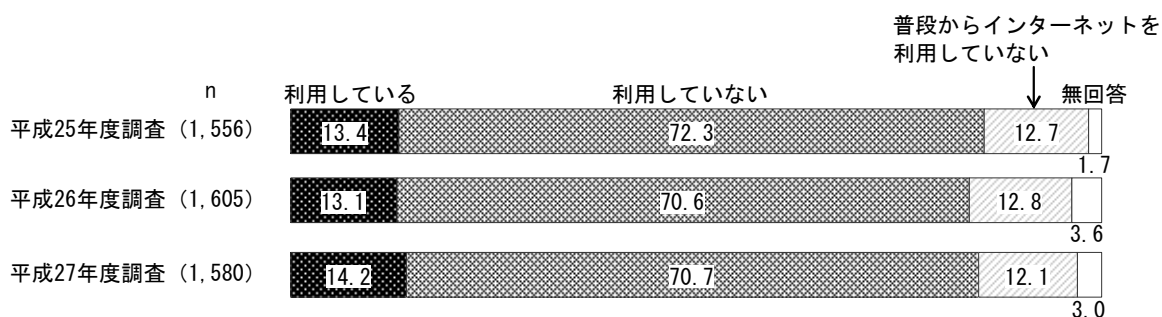
(4) 千葉県ホームページの利用頻度

◇『利用している』は1割台半ば



千葉県ホームページの利用頻度を聞いたところ、「よく利用している」(1.3%)と「ときどき利用している」(12.8%)を合わせた『利用している』(14.2%)は1割台半ばとなっている。一方、「ほとんど利用しない」(16.6%)と「利用していない」(54.2%)を合わせた『利用していない』(70.7%)は7割となっている。(図表8-9)

〔参考〕平成25年度・平成26年度の同様の項目による調査結果との比較(単位: %)



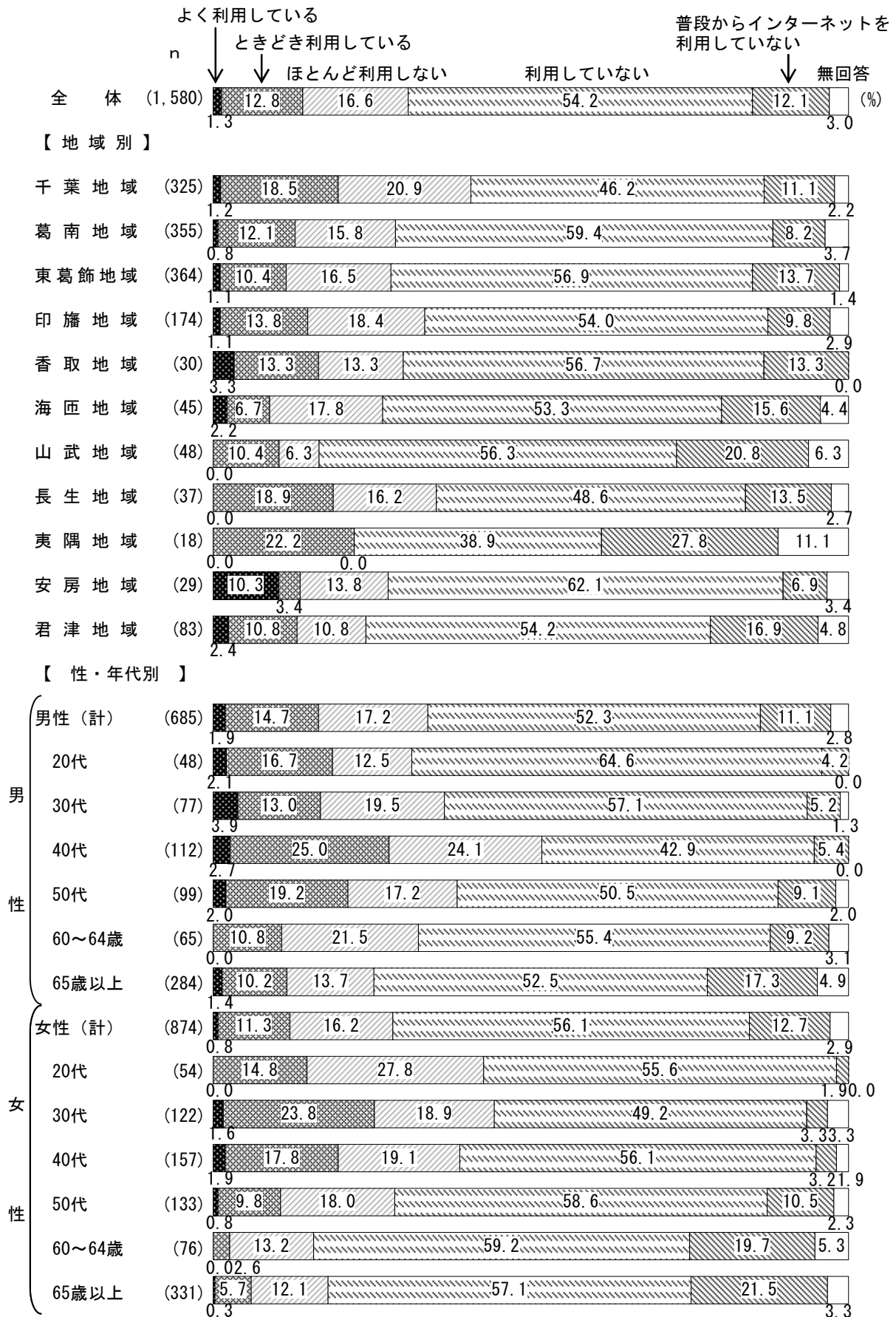
【地域別】

地域別にみると、『利用している』は“千葉地域”(19.7%)で約2割と他の地域に比べて高くなっている。(図表8-10)

【性・年代別】

性・年代別にみると、『利用している』は男性の40代(27.7%)で約3割、女性の30代(25.4%)で2割台半ばと他の年代に比べて高くなっている。(図表8-10)

<図表8-10>千葉県ホームページの利用頻度/地域別、性・年代別



(4-1) 千葉県ホームページの情報・内容のわかりやすさ

◇情報・内容のわかりやすさが「普通」は約8割

(問37で「よく利用している」「ときどき利用している」「ほとんど利用しない」のいずれかをお答えの方に)

問37-1 千葉県ホームページの情報・内容のわかりやすさはいかがですか。(○は1つ)

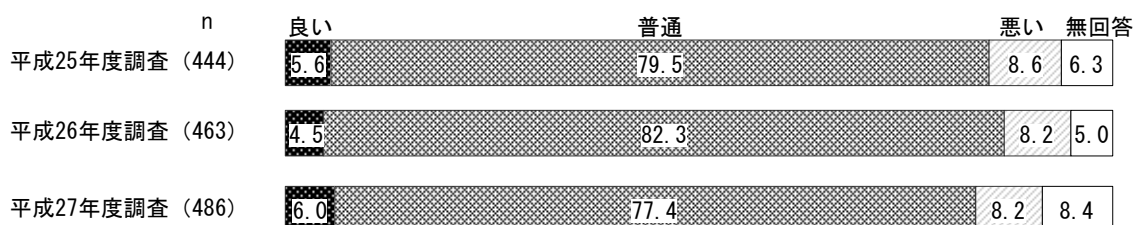
<図表8-11>千葉県ホームページの情報・内容のわかりやすさ



千葉県ホームページを「よく利用している」、「ときどき利用している」、「ほとんど利用しない」と回答した486人を対象に、千葉県ホームページの情報・内容のわかりやすさについて聞いたところ、「良い」(6.0%)は1割に達せず、「普通」(77.4%)は約8割、「悪い」(8.2%)は約1割となっている。

(図表8-11)

[参考] 平成25年度・平成26年度の同様の項目による調査結果との比較(単位:%)



【地域別】

地域別にみると、「普通」は“夷隅地域”(50.0%)以外で7割から9割と高くなっている。

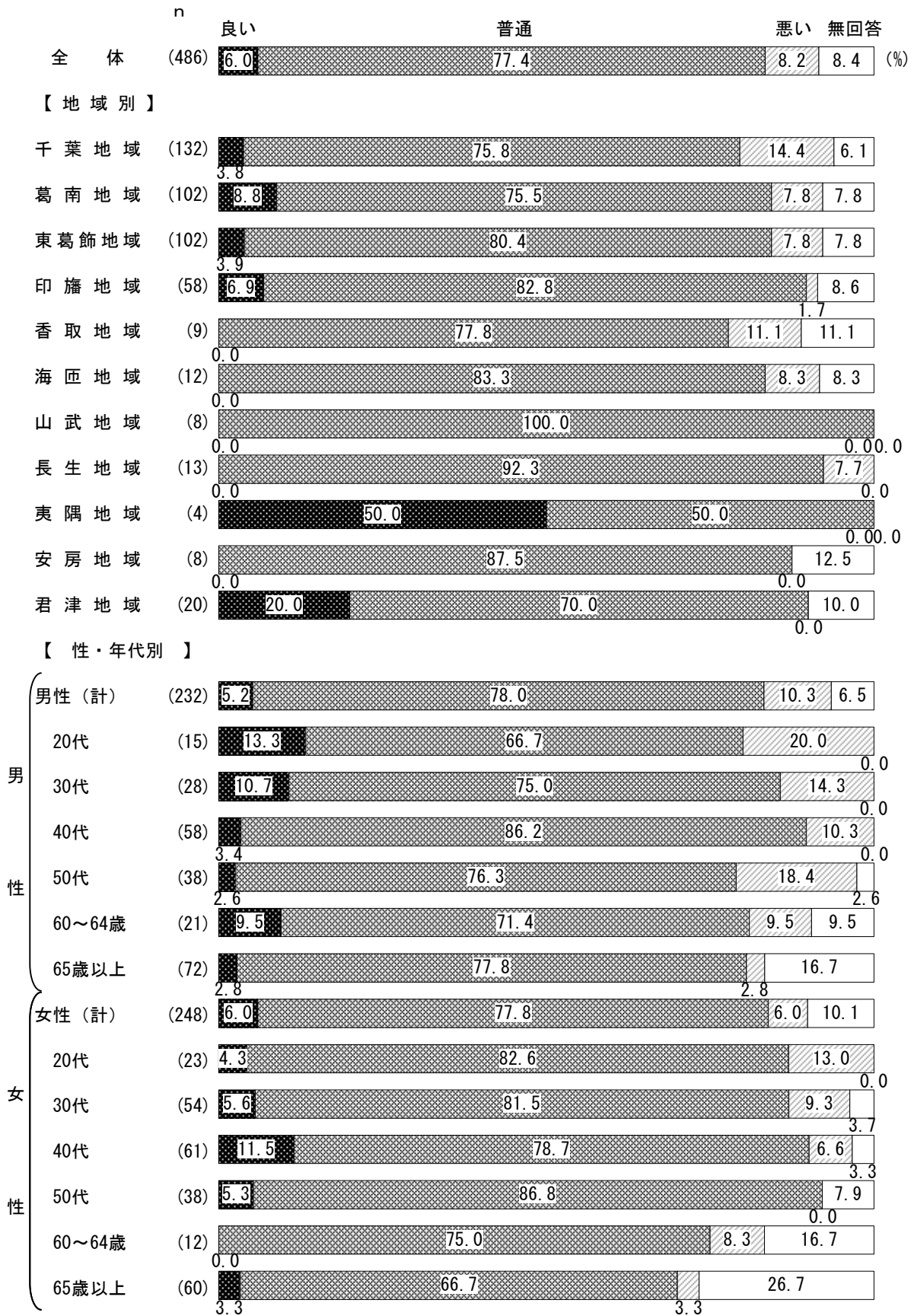
(図表8-12)

【性・年代別】

性・年代別にみると、「普通」がいずれの世代でも6割台半ばから8割台半ばと高くなっている。

(図表8-12)

<図表8-12>千葉県ホームページの情報・内容のわかりやすさ／地域別、性・年代別

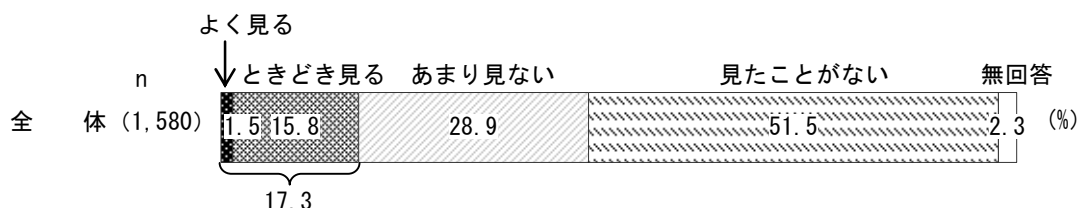


(5) 県の広報番組の視聴状況

◇『見る』は約2割

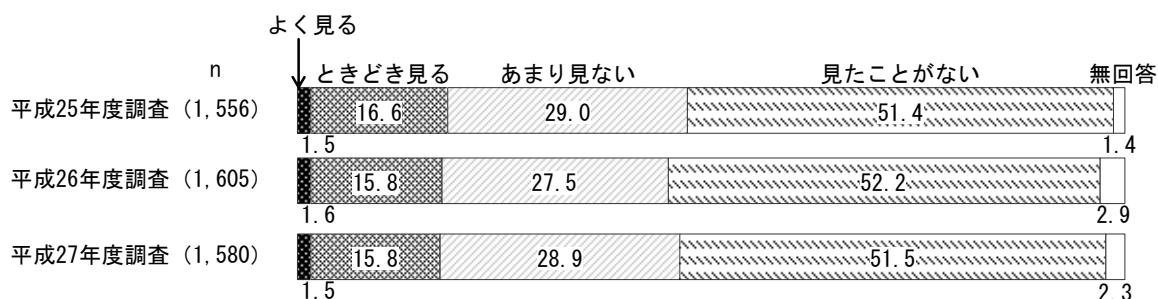
問38 県では、千葉テレビ放送において、県の広報番組「千葉県インフォメーション」、「ウィークリー千葉県」を毎週放送しています。あなたは、これらの番組をどの程度ご覧になっていますか。(○は1つ)

<図表8-13> 県の広報番組の視聴状況



県の広報番組の視聴状況を聞いたところ、「よく見る」(1.5%)と「ときどき見る」(15.8%)を合わせた『見る』(17.3%)は約2割となっている。一方、「あまり見ない」(28.9%)は約3割で、「見たことがない」(51.5%)は5割を超えている。(図表8-13)

【参考】平成25年度・平成26年度の同様の項目による調査結果との比較(単位: %)



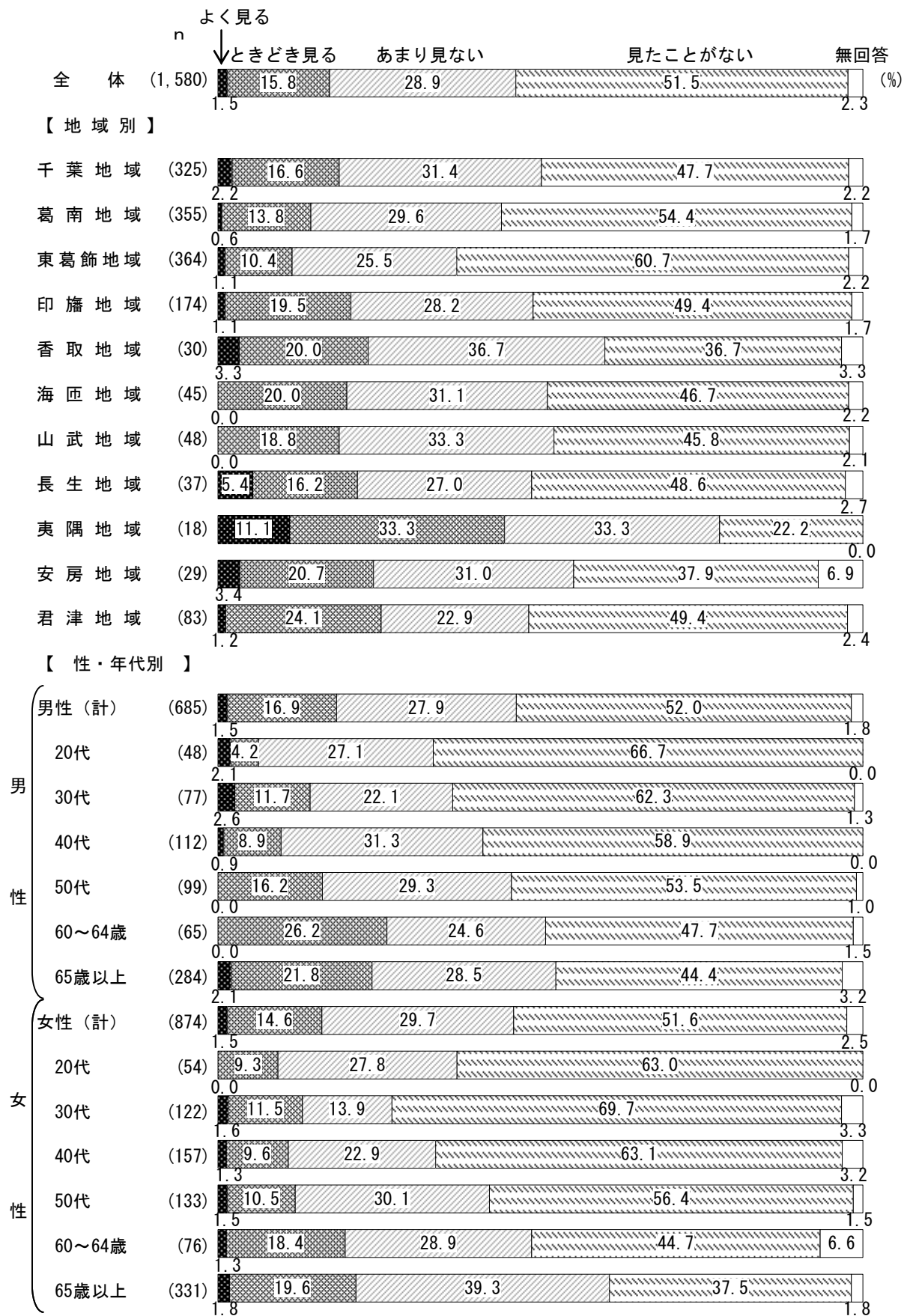
【地域別】

地域別にみると、『見る』は、“夷隅地域”(44.4%)で4割台半ばと他の地域に比べて高くなっている。一方、「見たことがない」は“東葛飾地域”(60.7%)で6割と高くなっている。(図表8-14)

【性・年代別】

性・年代別にみると、『見る』は男性の60～64歳(26.2%)、男性の65歳以上(23.9%)で2割台半ばと他の年代に比べて高くなっている。一方、「見たことがない」は女性の30代(69.7%)で約7割、男性の20代(66.7%)で6割台半ばと高くなっている。(図表8-14)

<図表8-14> 県の広報番組の視聴状況／地域別、性・年代別

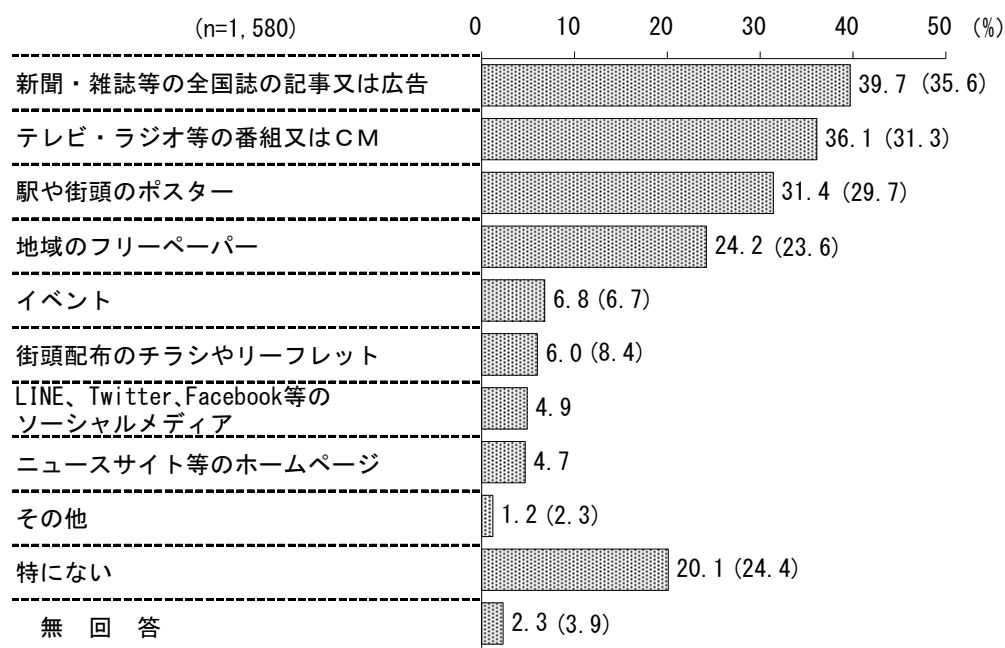


(6) 県の広報以外の媒体での県情報の視聴状況

◇「新聞・雑誌等の全国誌の記事又は広告」が約4割

問39 あなたは、県の広報紙や広報番組（問35の選択肢「1」～「6」に掲げるもの）以外で、県の歴史・文化、観光、イベントなど、千葉県に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。（〇はいくつでも）

<図表8-15> 県の広報以外の媒体での県情報の視聴状況（複数回答）



注) () の数字は平成26年度と同様の項目による調査結果 n=1,605

県の広報以外の媒体での県情報の視聴状況を聞いたところ、「新聞・雑誌等の全国誌の記事又は広告」（39.7%）が約4割と最も高くなっており、以下、「テレビ・ラジオ等の番組又はCM」（36.1%）、「駅や街頭のポスター」（31.4%）、「地域のフリーペーパー」（24.2%）が続いている。（図表8-15）

（※問35の選択肢「1」～「6」に掲げるものとは、『1 県広報紙「ちば県民だより」』、『2 千葉県ホームページ（パソコン版）』、『3 千葉県ホームページ（携帯版）』、『4 千葉日報による新聞紙面広報「県からのお知らせ」、「特集」』、『5 千葉テレビによる県広報番組「千葉県インフォメーション」、「ウィークリー千葉県」』、『6 ベイエフエムによる県広報番組「サタデー・ブレッシング・モーニング」、「チバ・プリフェクチャー・アップデート」』を指す）

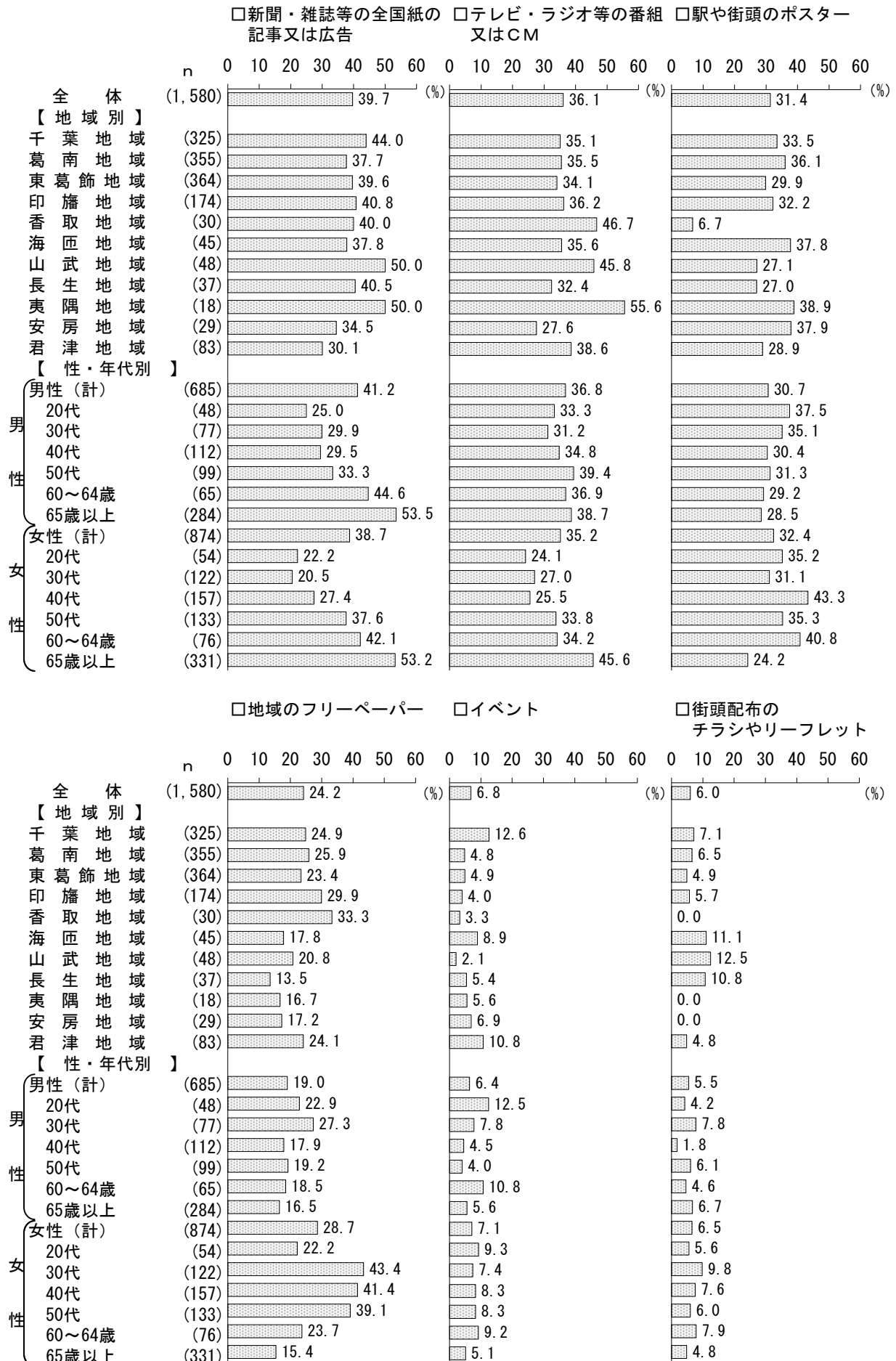
【地域別】

地域別にみると、「新聞・雑誌等の全国誌の記事又は広告」は“山武地域”、“夷隅地域”（同率50.0%）で5割と他の地域に比べて高くなっている。「駅や街頭のポスター」は“香取地域”（6.7%）で1割に達しておらず、低くなっている。（図表8-16）

【性・年代別】

性・年代別にみると、「新聞・雑誌等の全国誌の記事又は広告」は男性の65歳以上（53.5%）、女性の65歳以上（53.2%）で5割台半ばと他の年代に比べて高くなっている。「テレビ・ラジオ等の番組又はCM」は女性の65歳以上（45.6%）で4割台半ばと高くなっている。（図表8-16）

<図表8-16> 県の広報以外の媒体での県情報の視聴状況／地域別、性・年代別（上位6項目）

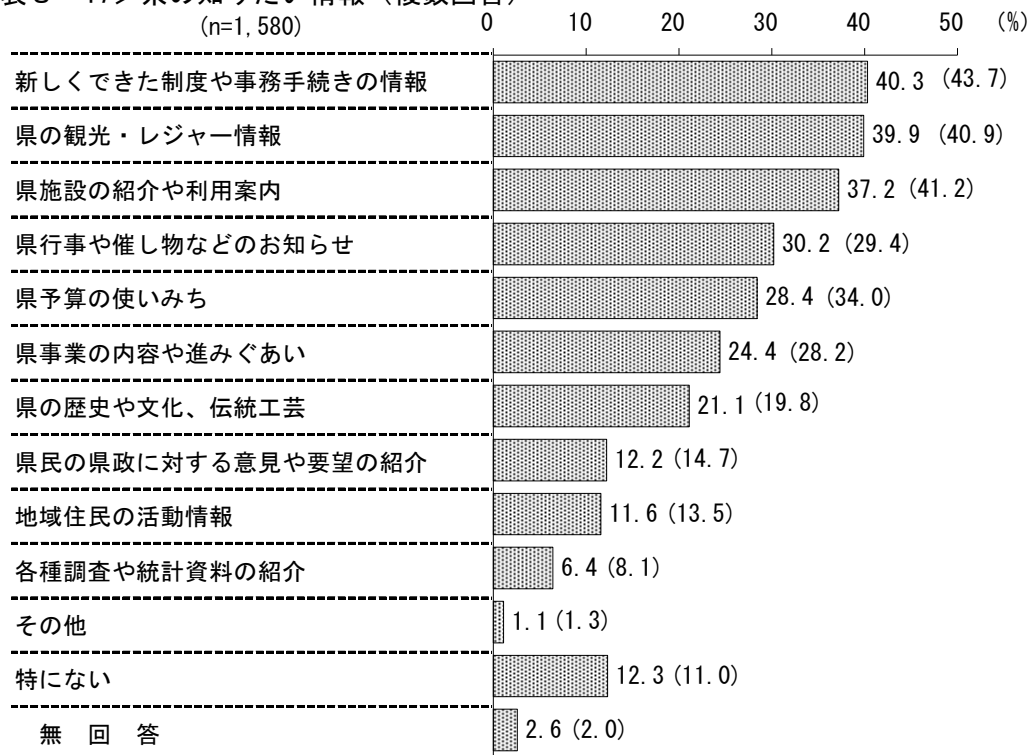


(7) 県の知りたい情報

◇「新しくできた制度や事務手続きの情報」が4割

問40 あなたは、県のどのような情報が知りたいですか。(〇はいくつでも)

<図表8-17>県の知りたい情報(複数回答)



注) () の数字は平成26年度の同様の項目による調査結果 n=1,605

県の知りたい情報を聞いたところ、「新しくできた制度や事務手続きの情報」(40.3%)が4割と最も高くなっている。以下、「県の観光・レジャー情報」(39.9%)、「県施設の紹介や利用案内」(37.2%)と続いている。(図表8-17)

【地域別】

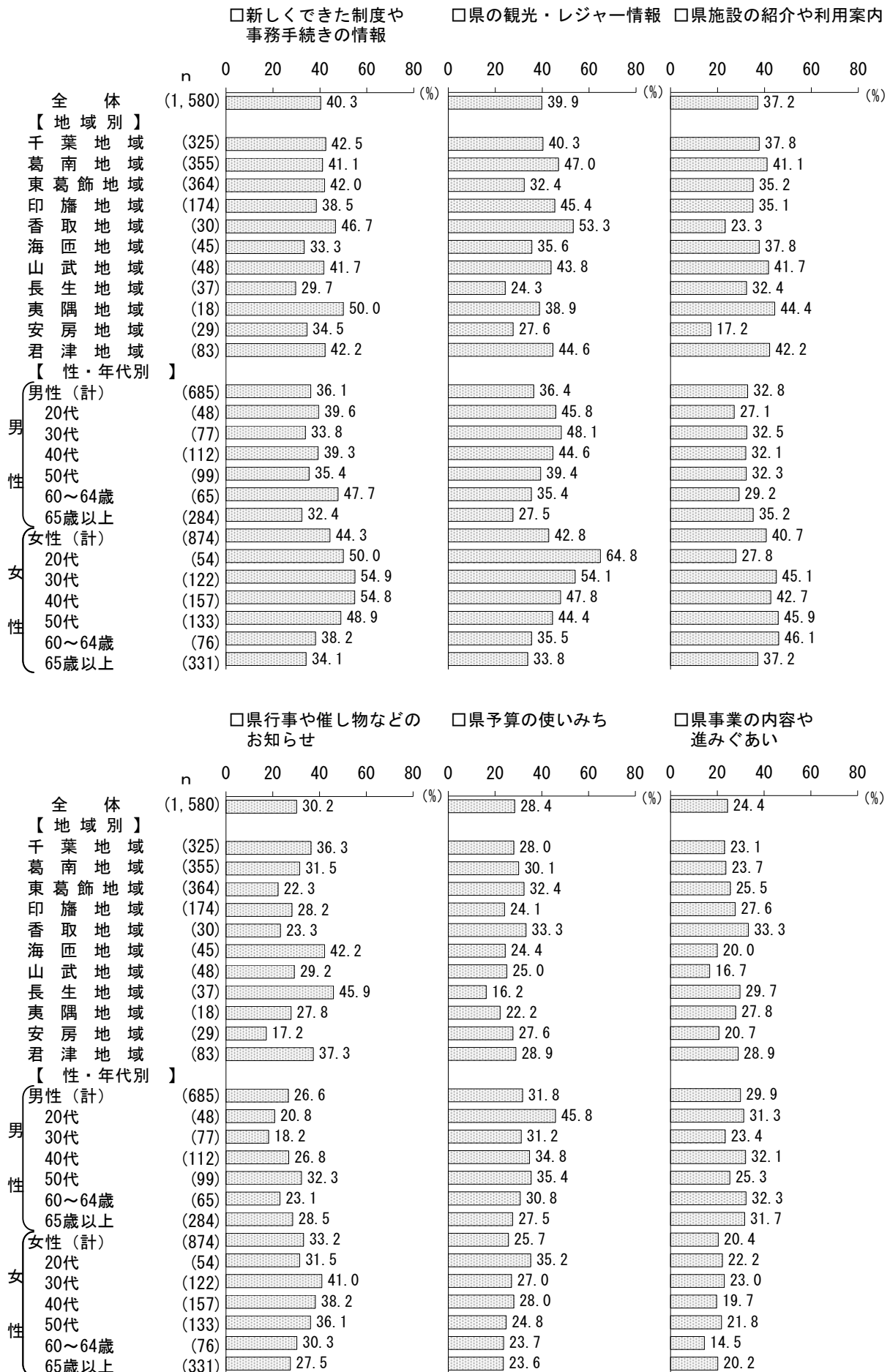
地域別にみると、「県の観光・レジャー情報」は、“香取地域”(53.3%)で5割台半ば、“葛南地域”(47.0%)で約5割と他の地域に比べて高くなっている。「県行事や催し物などのお知らせ」は“長生地域”(45.9%)で4割台半ばと高くなっている。(図表8-18)

【性・年代別】

性別でみると、「新しくできた制度や事務手続きの情報」は女性(44.3%)が4割台半ばと高く、性・年代別にみると、女性の30代(54.9%)、女性の40代(54.8%)で5割台半ばと他の年代に比べて高くなっている。「県の観光・レジャー情報」は女性の20代(64.8%)で6割台半ば、「県施設の紹介や利用案内」は女性の60~64歳(46.1%)、女性の50代(45.9%)が4割台半ばと高くなっている。

(図表8-18)

<図表8-18> 県の知りたい情報／地域別、性・年代別（上位6項目）

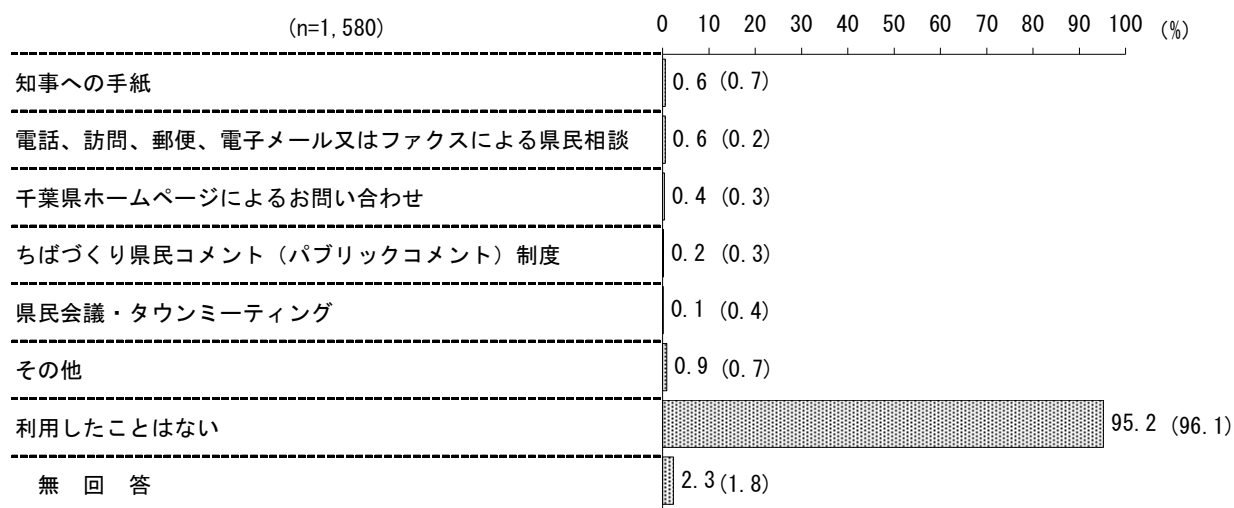


(8) 知事への手紙などで意見を述べた経験

◇「利用したことはない」が9割台半ば

問41 県では、県民参加型の県政運営に努めています。あなたは、知事への手紙など、以下にあげるものの中で今までに意見を述べたことがありますか。(〇はいくつでも)

<図表8-19>知事への手紙などで意見を述べた経験(複数回答)



注) () の数字は平成26年度の同様の項目による調査結果 n=1,605

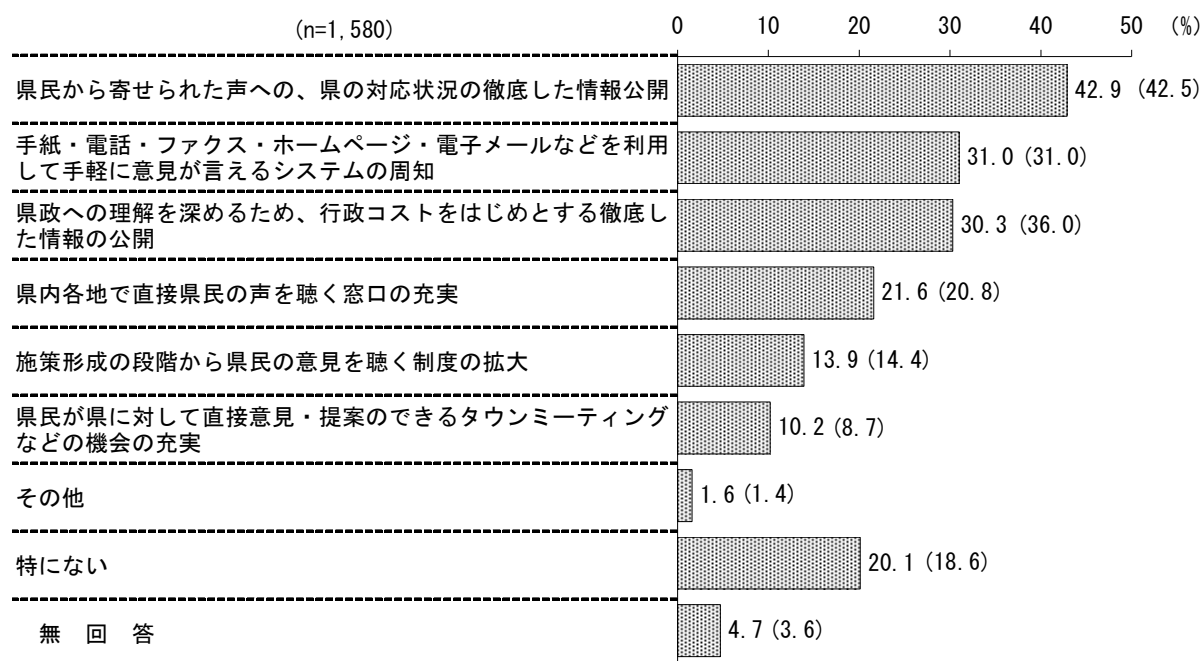
知事への手紙などで意見を述べた経験をいくつでも選んでもらったところ、「利用したことはない」(95.2%)が9割台半ばとなっている。利用したことのあるものでは、「知事への手紙」「電話、訪問、郵便、電子メール又はファクスによる県民相談」(同率0.6%)となっている。(図表8-19)

(9) 県政に対する意見を述べやすくするために必要なこと

◇「県民から寄せられた声への、県の対応状況の徹底した情報公開」が4割を超える

問42 みなさんが県政に対するご意見を述べやすくするためには、特にどのようなことが必要だと思いますか。(〇は3つまで)

<図表8-20> 県政に対する意見を述べやすくするために必要なこと (複数回答)



注) () の数字は平成26年度の同様の項目による調査結果 n=1,605

県政に対する意見を述べやすくするために必要なことを3つまで選んでもらったところ、「県民から寄せられた声への、県の対応状況の徹底した情報公開」(42.9%)が4割を超えて最も高くなっている。以下、「手紙・電話・ファクス・ホームページ・電子メールなどを利用して手軽に意見が言えるシステムの周知」(31.0%)、「県政への理解を深めるため、行政コストをはじめとする徹底した情報の公開」(30.3%)などが続いている。(図表8-20)

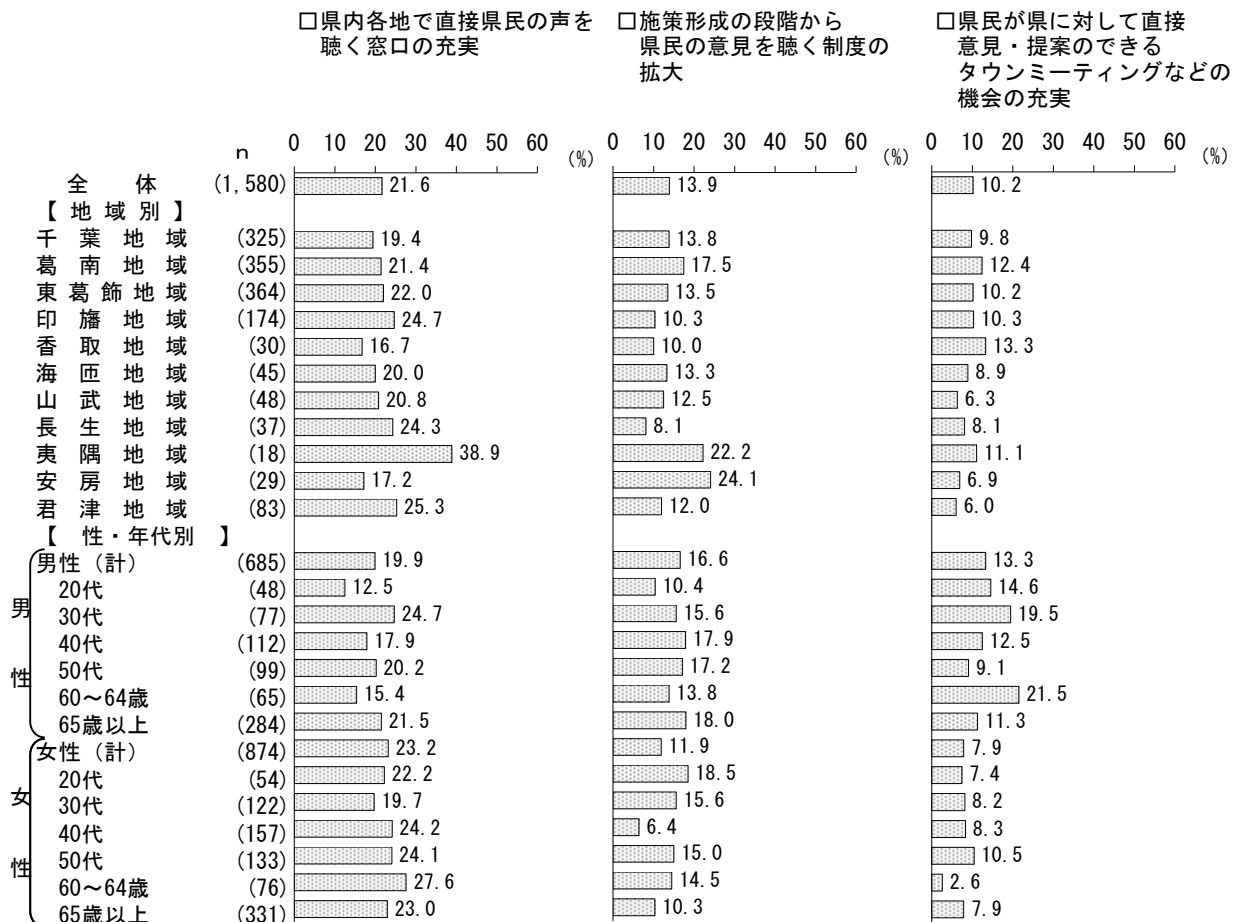
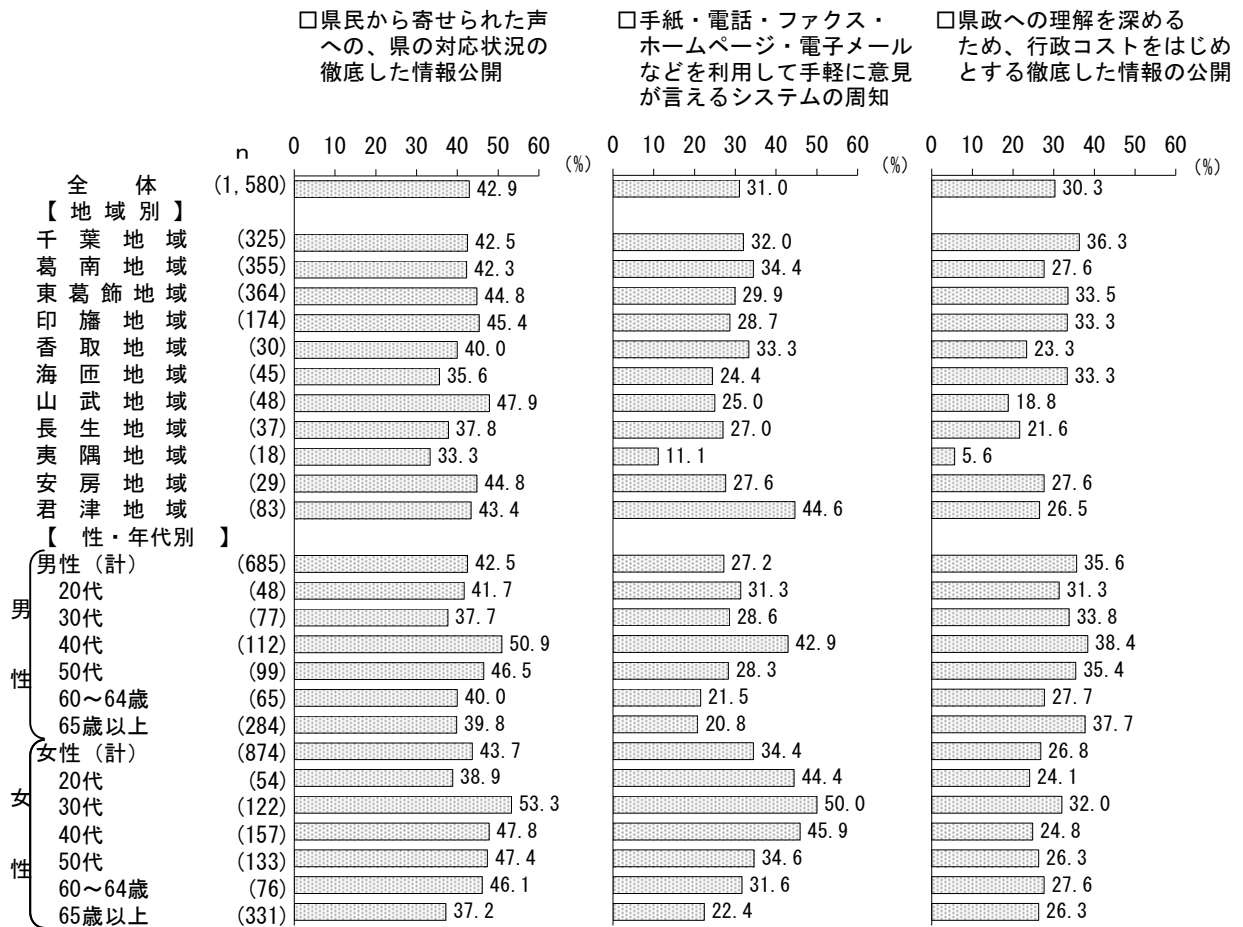
【地域別】

地域別にみると、「手紙・電話・ファクス・ホームページ・電子メールなどを利用して手軽に意見が言えるシステムの周知」は“君津地域”(44.6%)で4割台半ばと他の地域に比べて高くなっている。「県政への理解を深めるため、行政コストをはじめとする徹底した情報の公開」は“千葉地域”(36.3%)で3割台半ばと高くなっている。(図表8-21)

【性・年代別】

性・年代別にみると、「県民から寄せられた声への、県の対応状況の徹底した情報公開」は女性の30代(53.3%)で5割台半ば、「手紙・電話・ファクス・ホームページ・電子メールなどを利用して手軽に意見が言えるシステムの周知」は女性の30代(50.0%)で5割と高くなっている。(図表8-21)

<図表8-21> 県政に対する意見を述べやすくするために必要なこと／地域別、性・年代別（上位6項目）

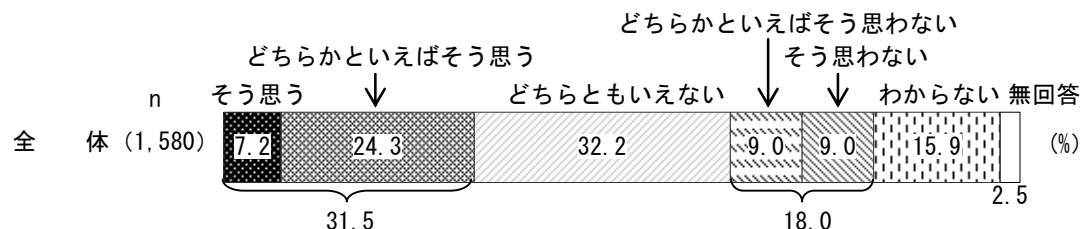


(10) 県政への意見の反映

◇『そう思う』は3割を超える

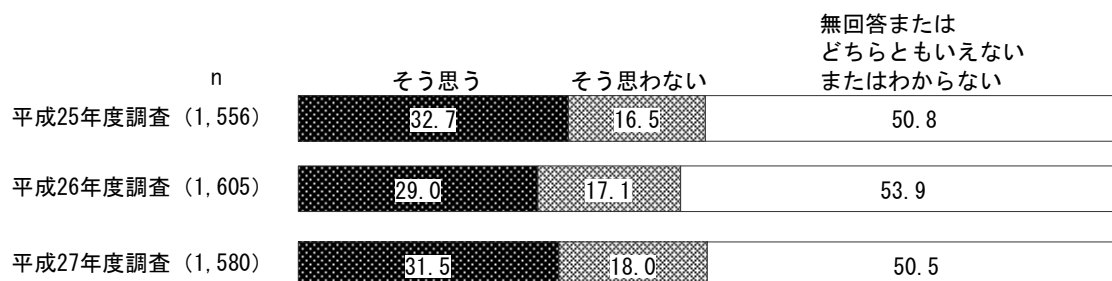
問43 今後、ご自分の意見を積極的に述べ、県政に反映させたいと思いますか。(○は1つ)

<図表8-22> 県政への意見の反映



自分の意見を県政に反映させたいと思うか聞いたところ、「そう思う」(7.2%)と「どちらかといえばそう思う」(24.3%)を合わせた『そう思う』(31.5%)は3割を超えている。一方、「そう思わない」(9.0%)と「どちらかといえばそう思わない」(9.0%)を合わせた『そう思わない』(18.0%)は約2割となっている。(図表8-22)

〔参考〕平成25度・平成26度の同様の項目による調査結果との比較(単位:%)



【性・年代別】

性・年代別にみると、『そう思う』は、男性の40代(45.5%)、女性の20代(44.4%)で4割台半ばと他の年代に比べて高くなっている。一方、『そう思わない』は男性の20代(31.3%)で3割を超えて高くなっている。(図表8-23)

<図表8-23> 県政への意見の反映／地域別、性・年代別

