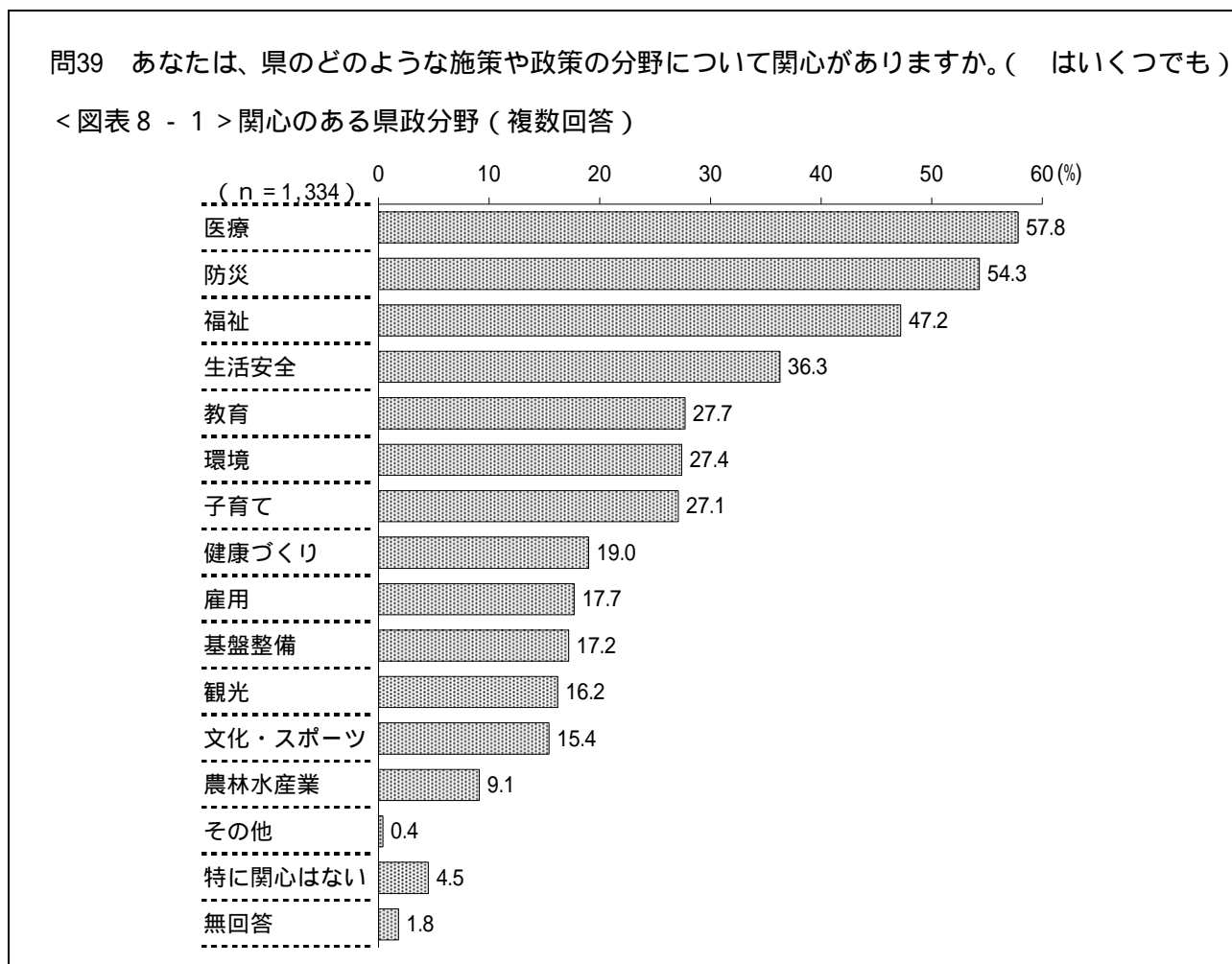


8 広報・広聴活動について

（1）関心のある県政分野

「医療」が約6割



関心のある県の施策や政策の分野を聞いたところ、「医療」(57.8%)が約6割で最も高く、以下、「防災」(54.3%)、「福祉」(47.2%)、「生活安全」(36.3%)、「教育」(27.7%)が続く。

(図表8 - 1)

【地域別】

地域別にみると、「防災」は“葛南地域”(60.5%)が6割で高くなっている。

「福祉」は“印旛地域”(56.3%)が5割台半ばで高くなっている。

「教育」は“君津地域”(41.3%)が4割を超えて高くなっている。(図表8 - 2)

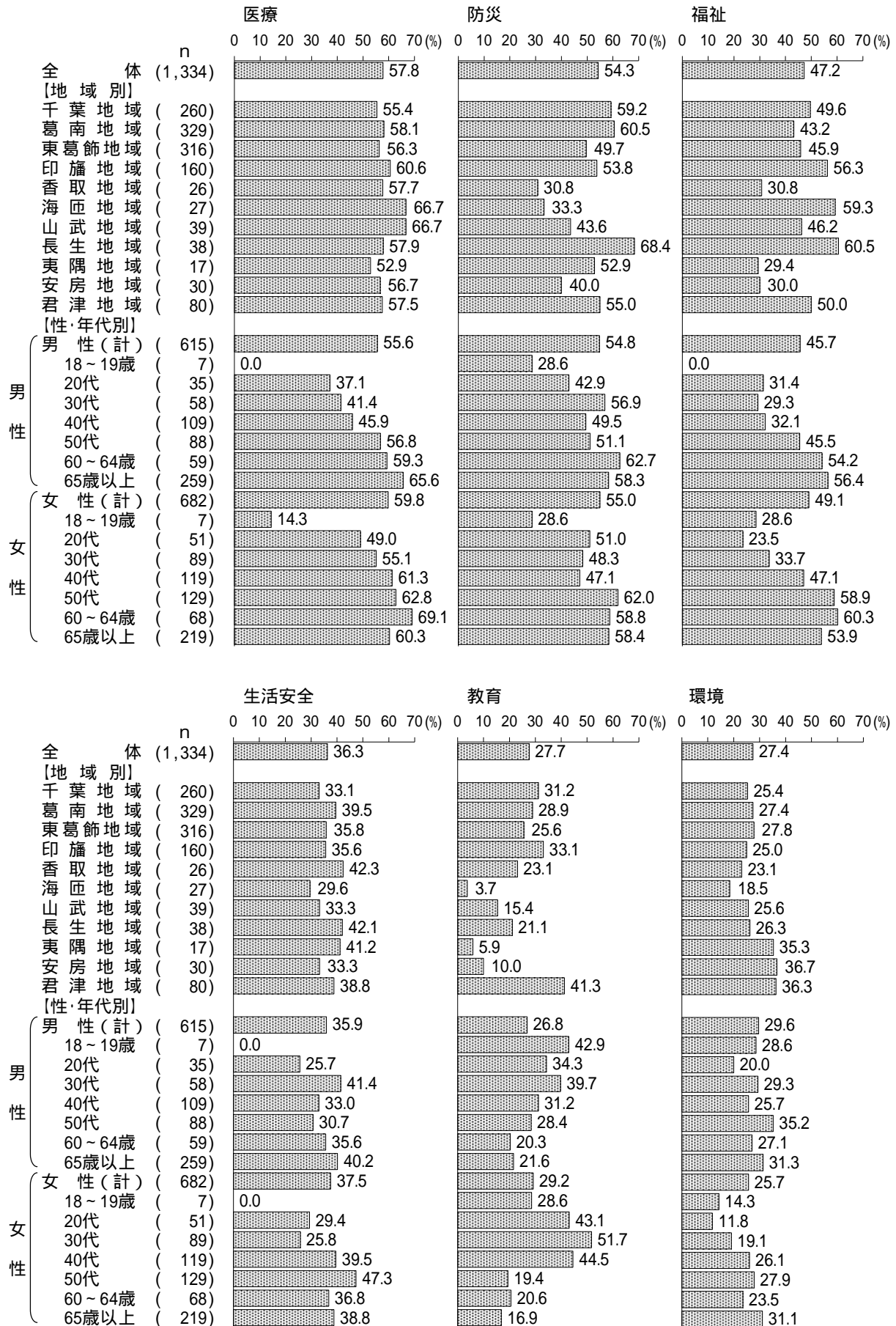
【性・年代別】

性・年代別にみると、「医療」は男性の65歳以上(65.6%)が6割台半ばで高くなっている。

「福祉」は女性の60～64歳(60.3%)が6割、女性の50代(58.9%)が約6割、男性の65歳以上(56.4%)と女性の65歳以上(53.9%)が5割台半ばで高くなっている。

「教育」は女性の30代(51.7%)が5割を超えて高くなっている。(図表8 - 2)

<図表8 - 2> 関心のある県政分野（複数回答）／地域別、性・年代別（上位6項目）



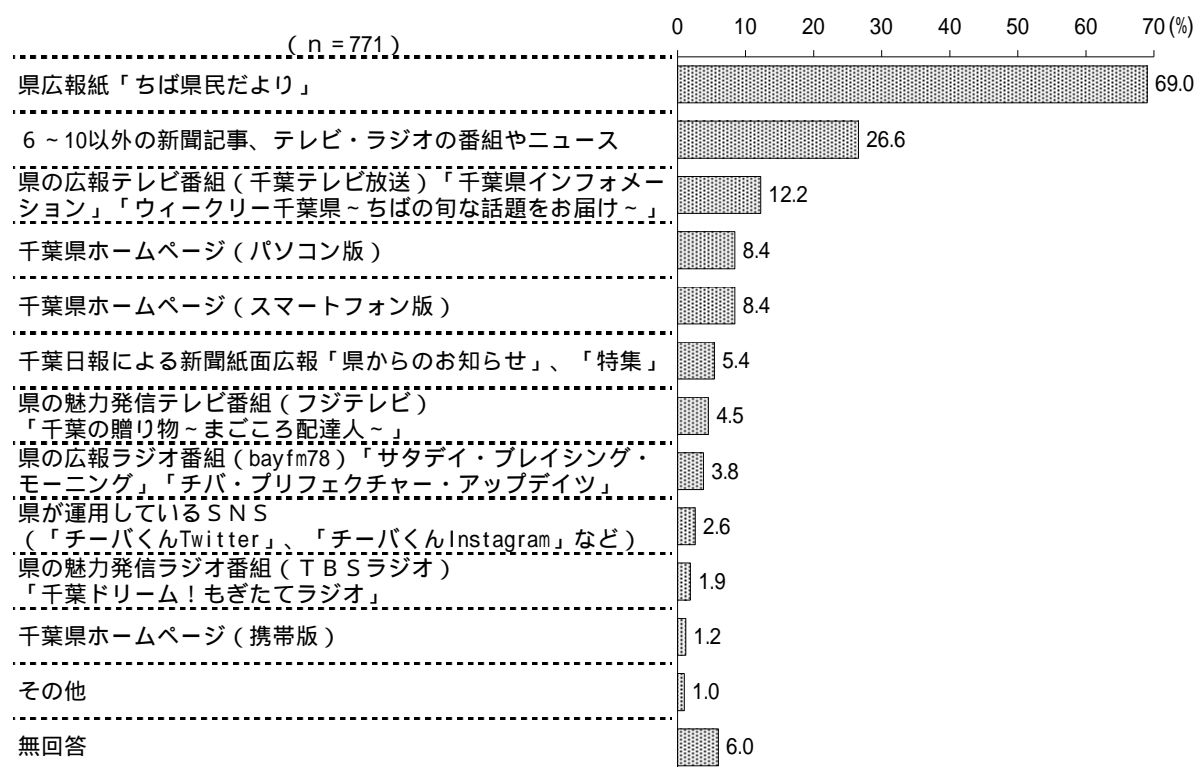
< 関心のある県政分野と県民の情報入手方法 >

関心のある県政分野について、今回の調査における、問40「県政に関する情報を得る手段」と問44「情報の入手媒体」の設問間のクロス集計を行ったところ、どの分野においても、県政に関する情報を得る手段は「県広報紙『ちば県民だより』」の回答の割合が最も高く、情報の入手媒体は「新聞・雑誌等の記事又は広告」と「ホームページ、ブログ、ニュースサイト等のウェブサイト」の回答の割合が高くなっている。（図表8-3）

< 図表8-3 > 関心のある県政分野と県民の情報入手方法（問39「関心のある県政分野」上位10項目）

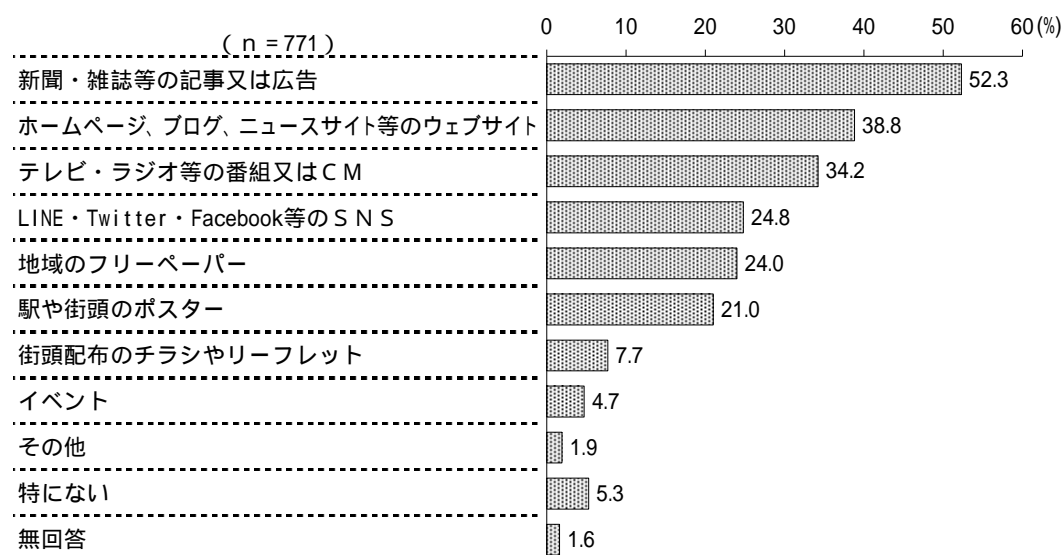
【県政に関する情報を得る手段】

問39「関心のある県政分野」で「医療」と回答した人（n=771）



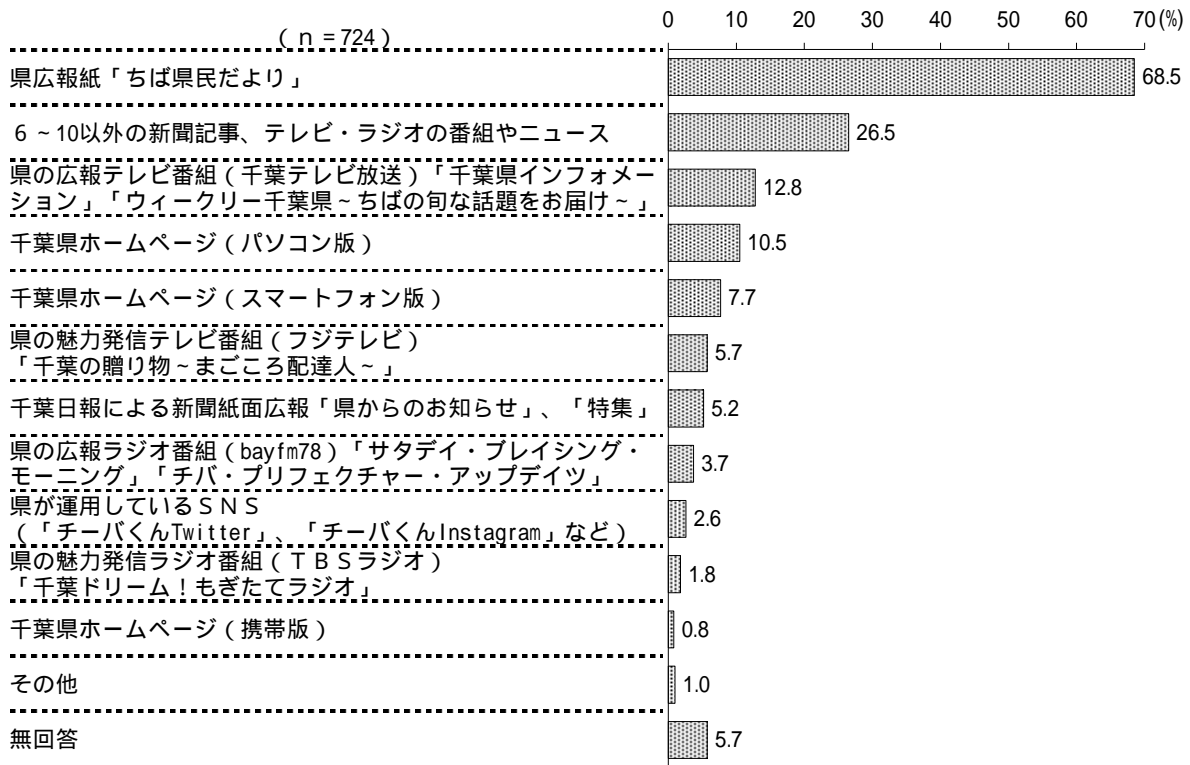
【情報の入手媒体】

問39「関心のある県政分野」で「医療」と回答した人（n=771）



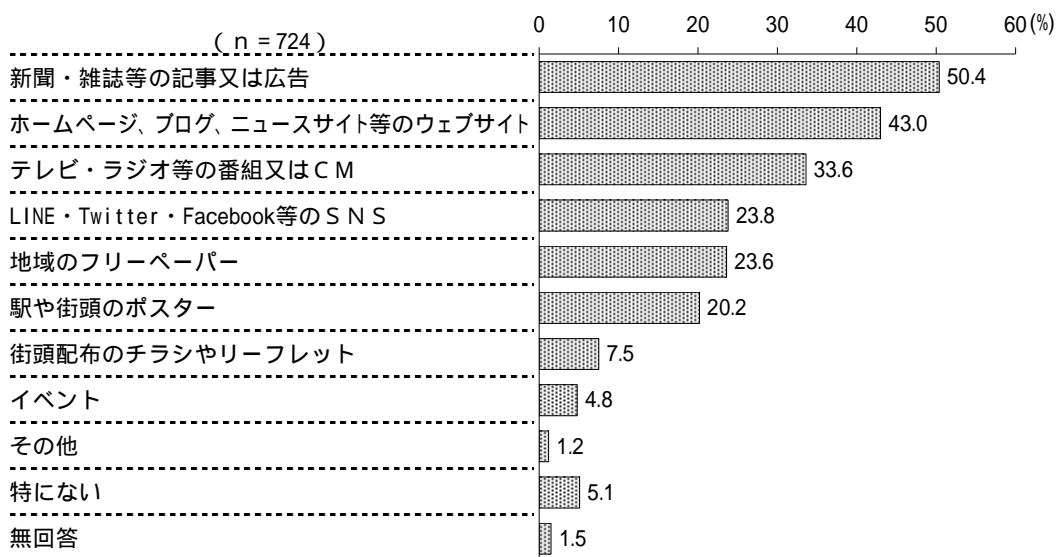
【県政に関する情報を得る手段】

問 39 「関心のある県政分野」で「防災」と回答した人（n = 724）



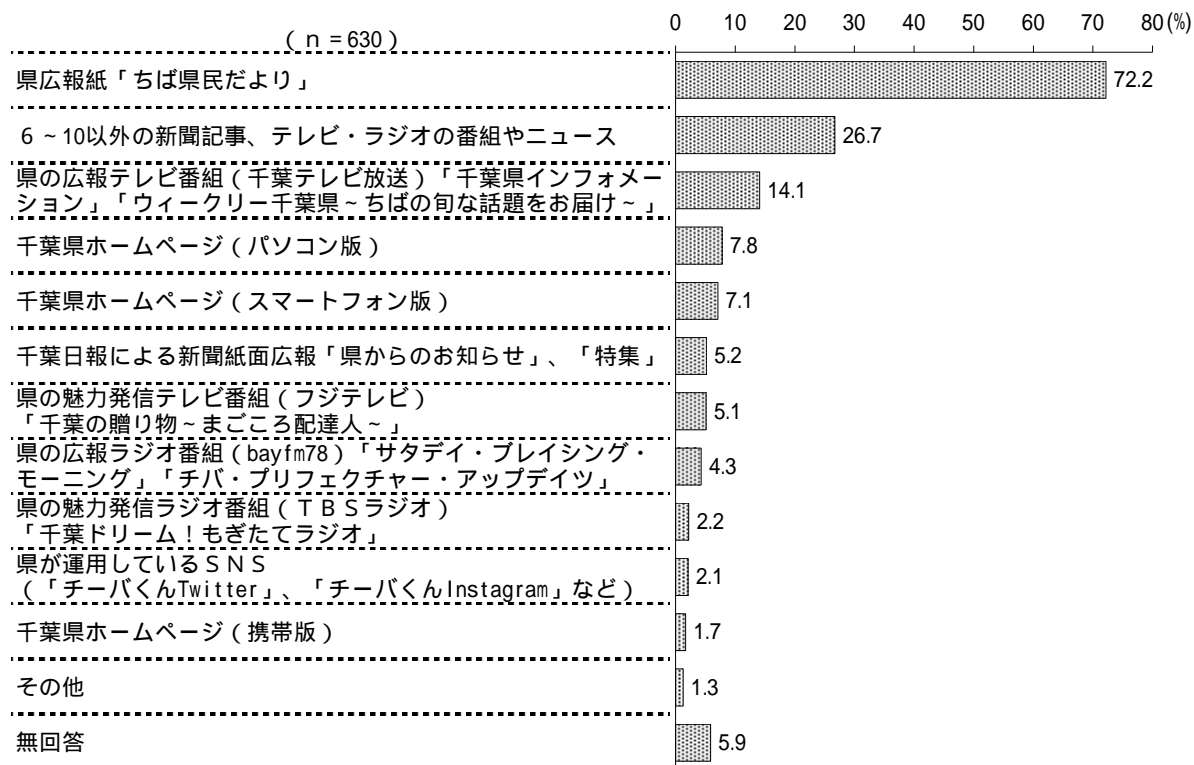
【情報の入手媒体】

問 39 「関心のある県政分野」で「防災」と回答した人（n = 724）



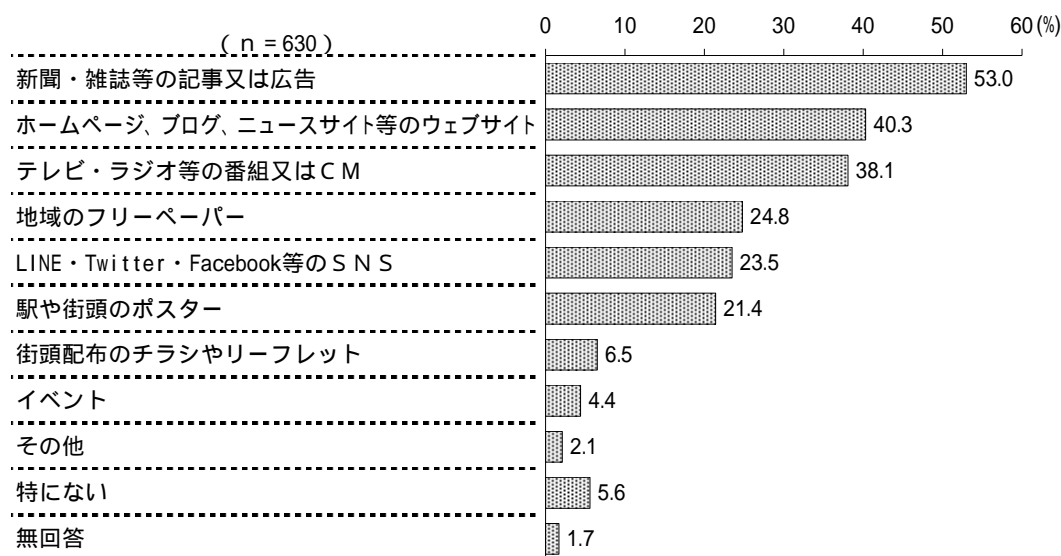
【県政に関する情報を得る手段】

問 39 「関心のある県政分野」で「福祉」と回答した人（n = 630）



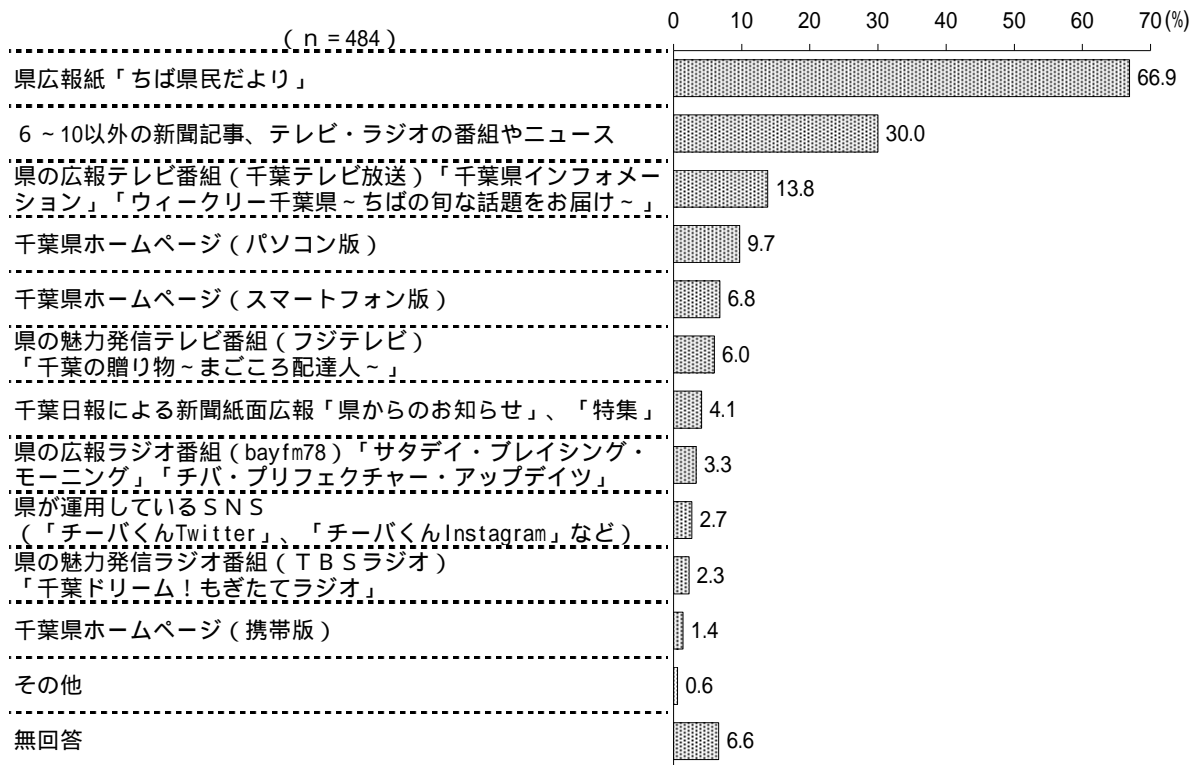
【情報の入手媒体】

問 39 「関心のある県政分野」で「福祉」と回答した人（n = 630）



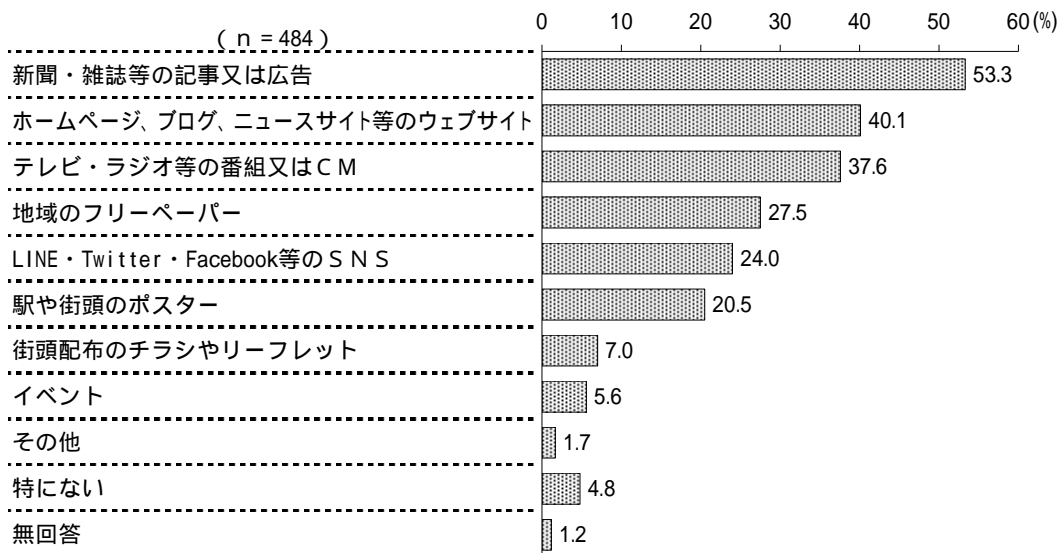
【県政に関する情報を得る手段】

問 39 「関心のある県政分野」で「生活安全」と回答した人（n = 484）



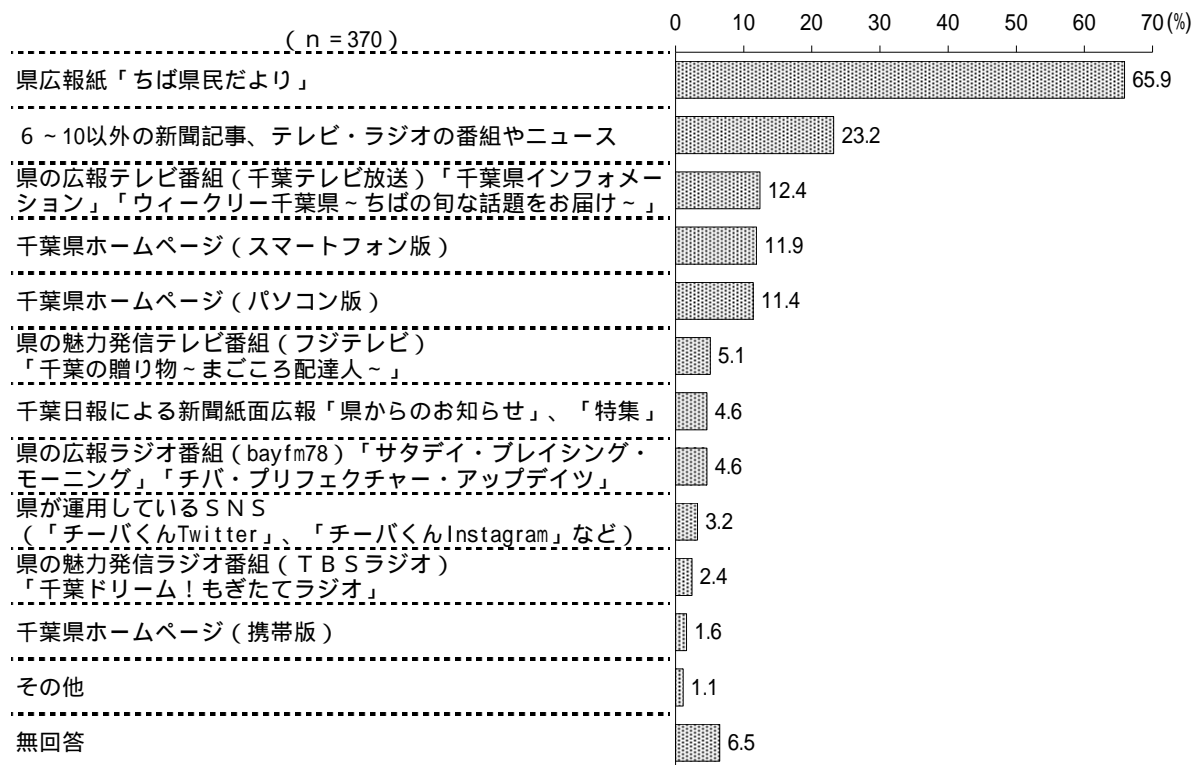
【情報の入手媒体】

問 39 「関心のある県政分野」で「生活安全」と回答した人（n = 484）



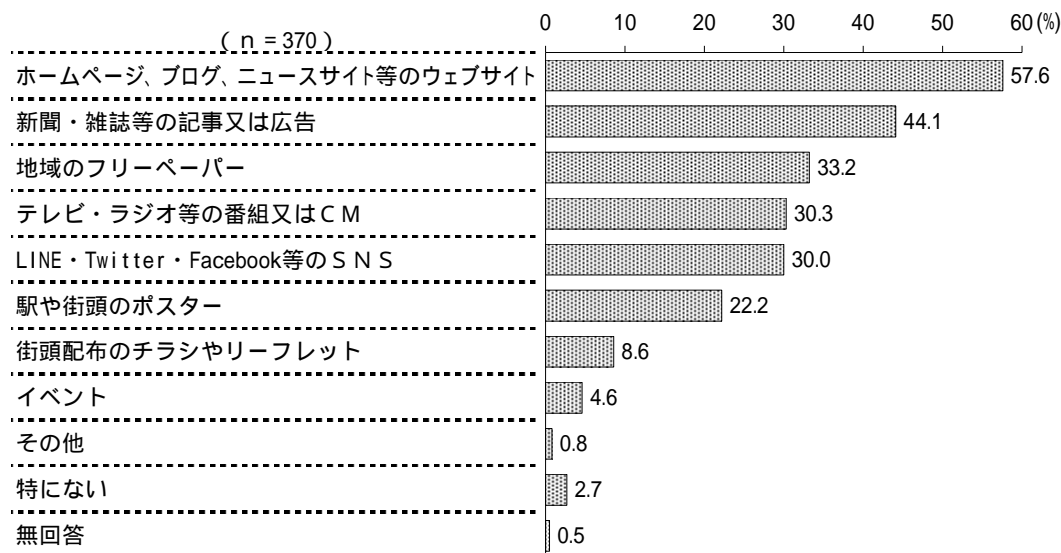
【県政に関する情報を得る手段】

問 39 「関心のある県政分野」で「教育」と回答した人（n = 370）



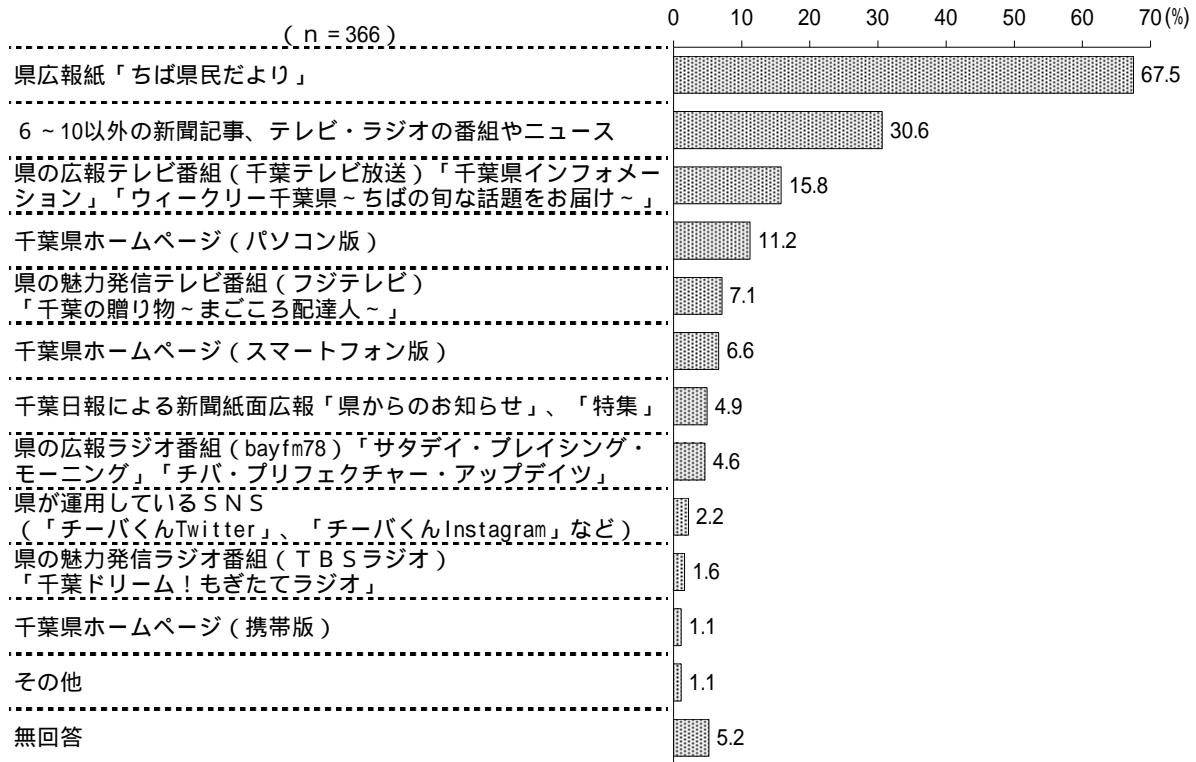
【情報の入手媒体】

問 39 「関心のある県政分野」で「教育」と回答した人（n = 370）



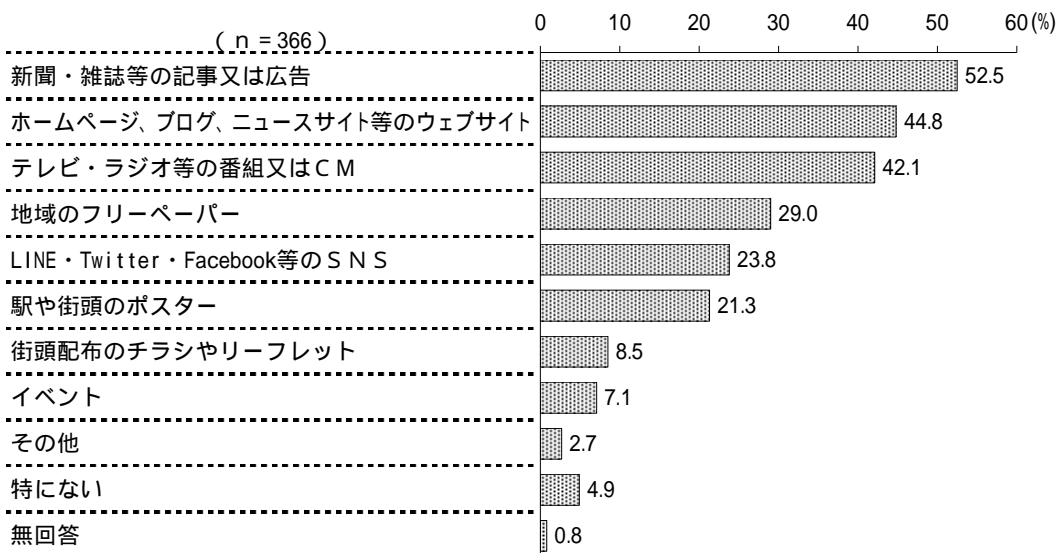
【県政に関する情報を得る手段】

問 39 「関心のある県政分野」で「環境」と回答した人（n = 366）



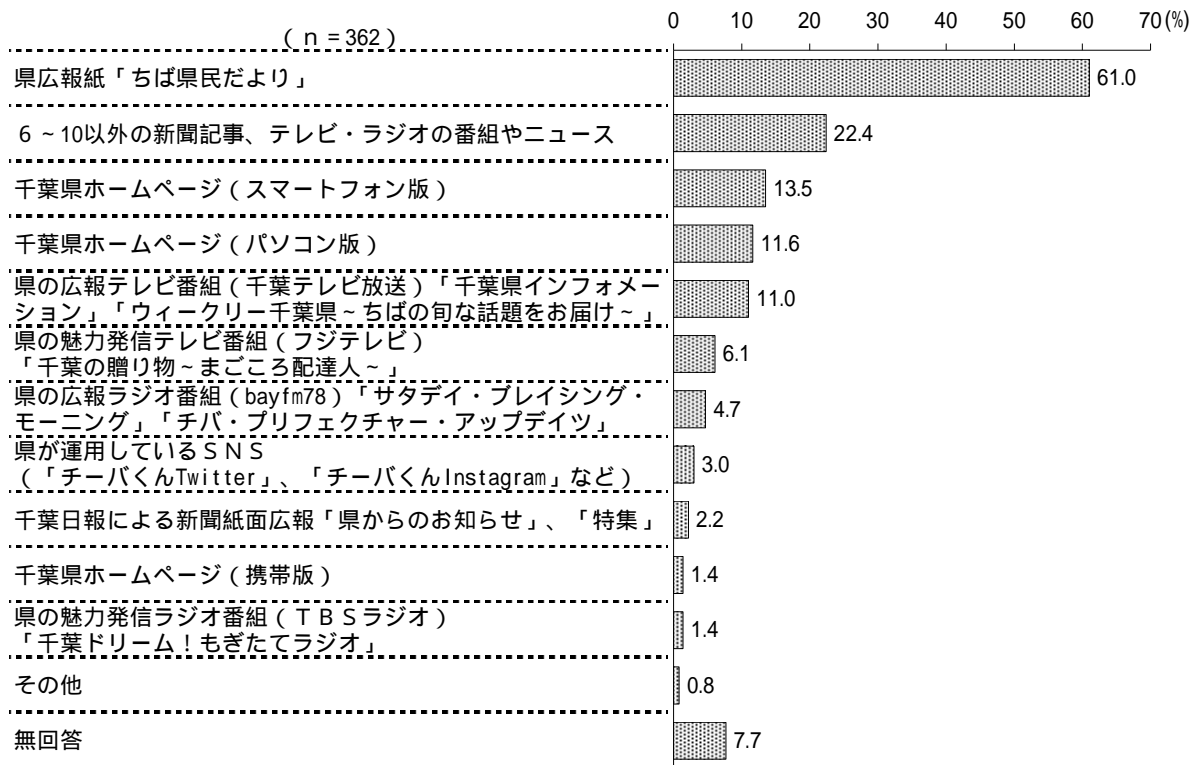
【情報の入手媒体】

問 39 「関心のある県政分野」で「環境」と回答した人（n = 366）



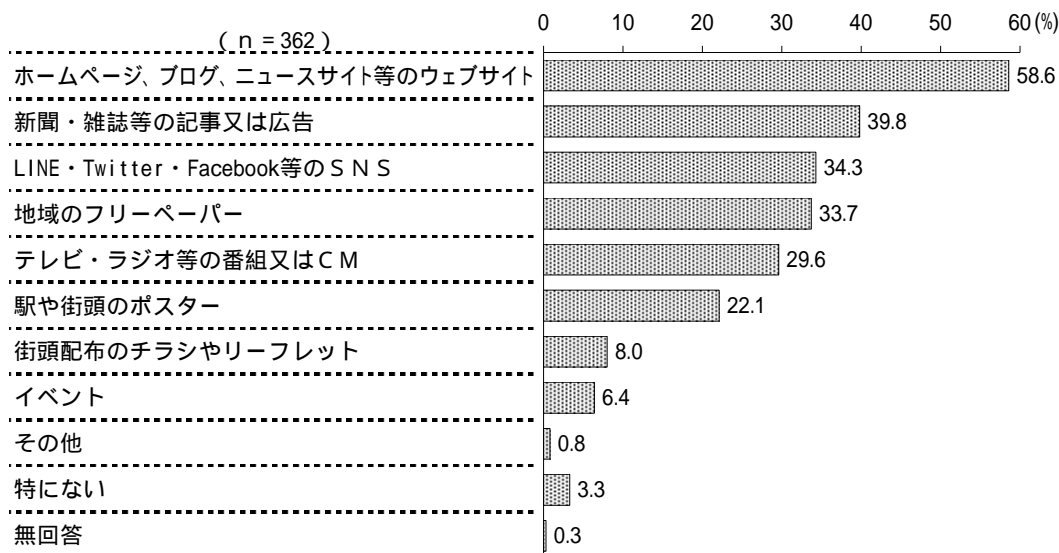
【県政に関する情報を得る手段】

問 39 「関心のある県政分野」で「子育て」と回答した人（n = 362）



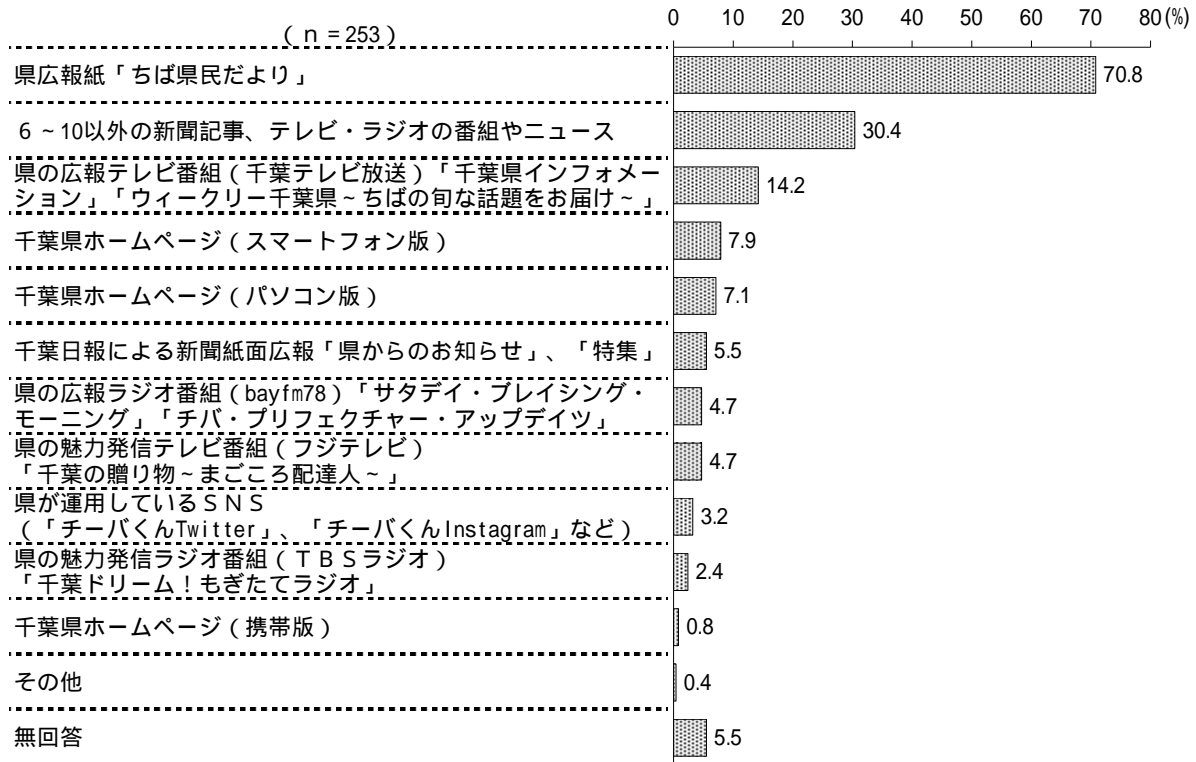
【情報の入手媒体】

問 39 「関心のある県政分野」で「子育て」と回答した人（n = 362）



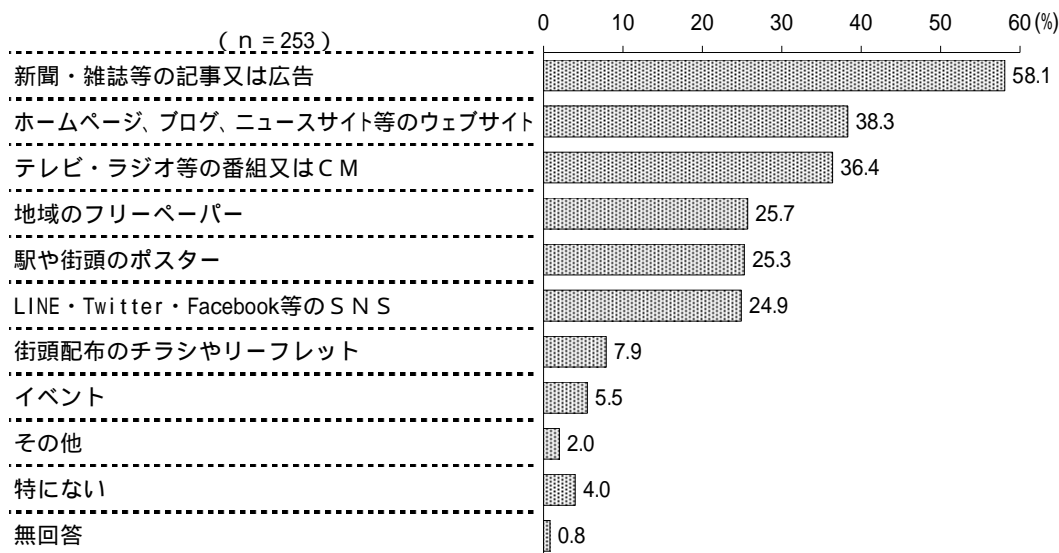
【県政に関する情報を得る手段】

問 39 「関心のある県政分野」で「健康づくり」と回答した人（n = 253）



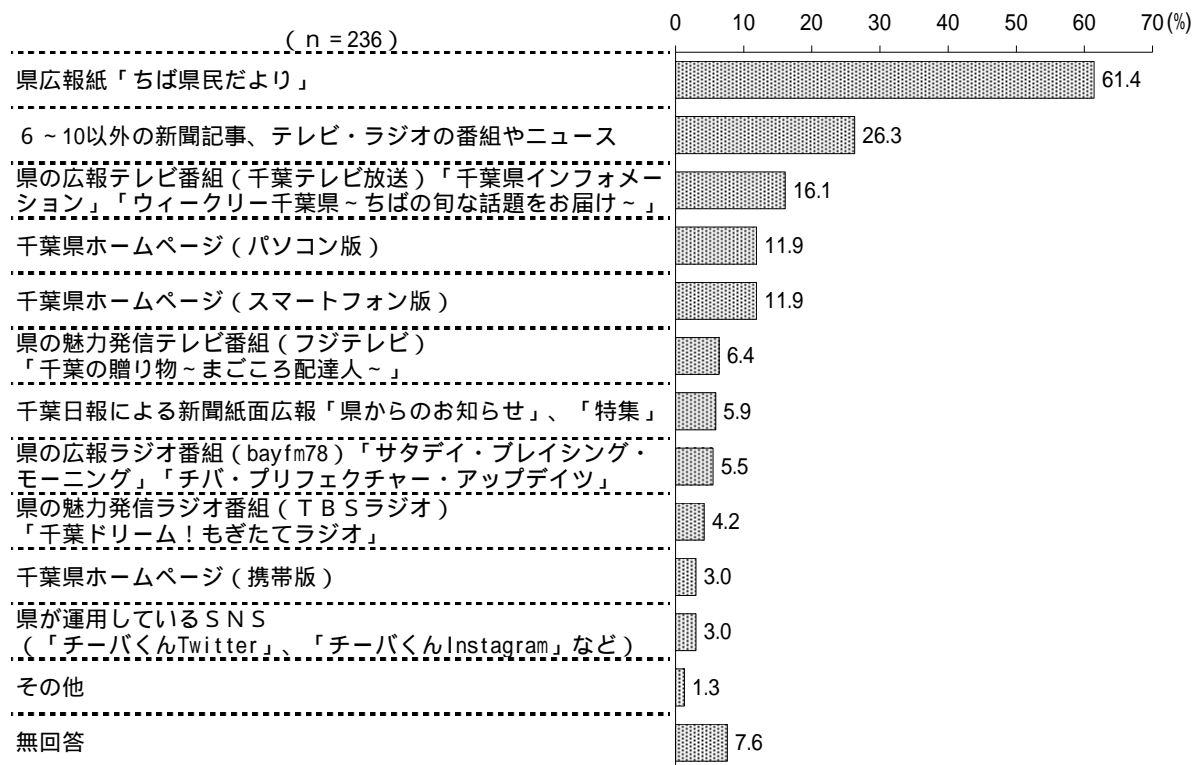
【情報の入手媒体】

問 39 「関心のある県政分野」で「健康づくり」と回答した人（n = 253）



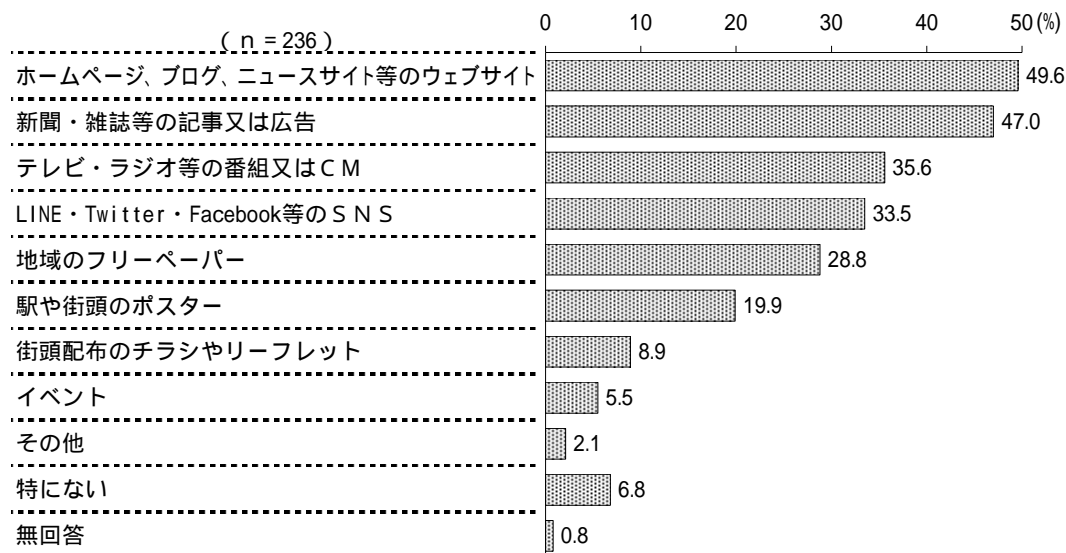
【県政に関する情報を得る手段】

問 39 「関心のある県政分野」で「雇用」と回答した人（n = 236）



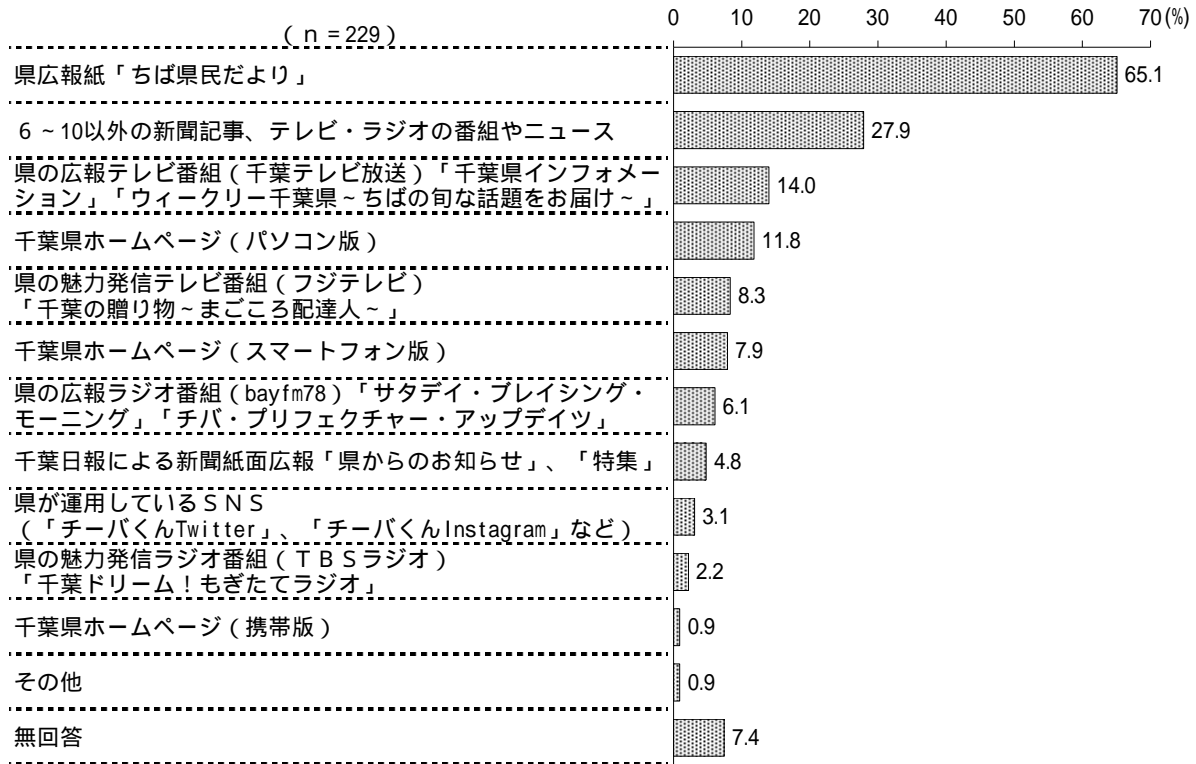
【情報の入手媒体】

問 39 「関心のある県政分野」で「雇用」と回答した人（n = 236）



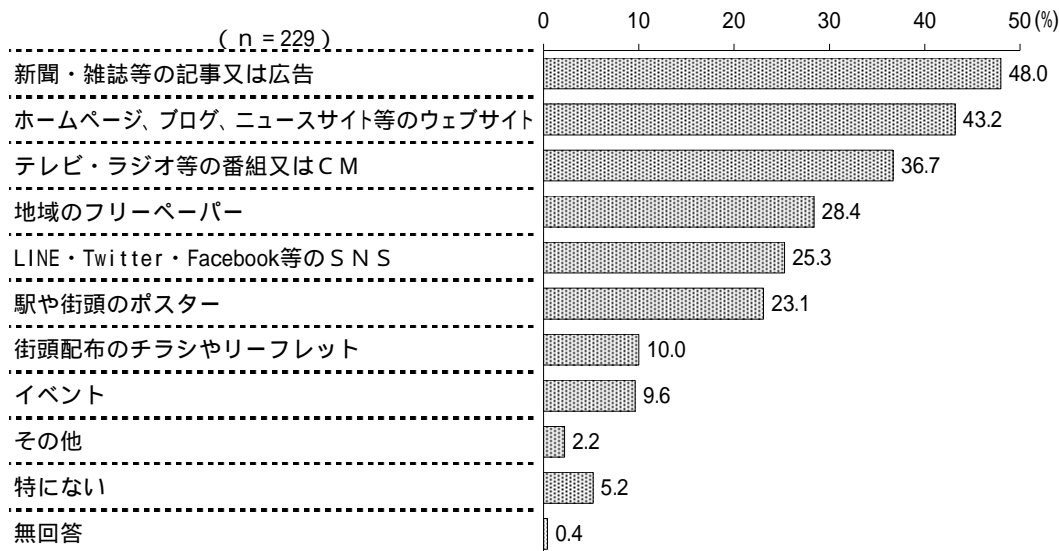
【県政に関する情報を得る手段】

問 39 「関心のある県政分野」で「基盤整備」と回答した人（n = 229）



【情報の入手媒体】

問 39 「関心のある県政分野」で「基盤整備」と回答した人（n = 229）

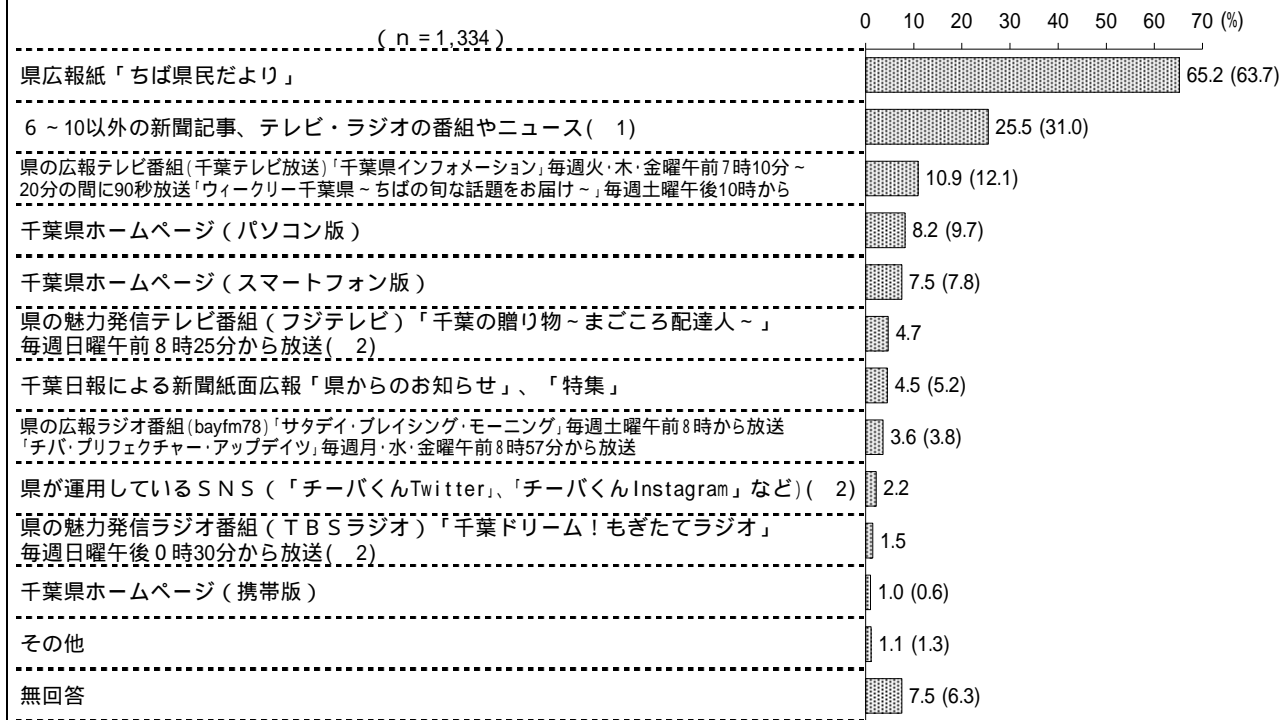


（２）県政に関する情報を得る手段

「県広報紙『ちば県民だより』」が６割台半ば

問40 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 - 4> 県政に関する情報を得る手段（複数回答）



注) () の数字は平成29年度の同様の項目による調査結果 n = 1,456

- (1) 「6～10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、6～10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』」「県の広報テレビ番組(千葉テレビ放送)『千葉県インフォメーション』『ウィークリー千葉県～ちばの旬な話題をお届け～』」「県の広報ラジオ番組(bayfm78)『サタデー・ブレイシング・モーニング』『チバ・プリフェクチャー・アップデート』」「県の魅力発信テレビ番組(フジテレビ)『千葉の贈り物～まごころ配達人～』」「県の魅力発信ラジオ番組(TBSラジオ)『千葉ドリーム!もぎたてラジオ』」を指す。
- (2) 平成29年度調査では、「県の魅力発信テレビ番組(フジテレビ)『千葉の贈り物～まごころ配達人～』」、「県が運用しているSNS(『チーバくんTwitter』、『チーバくんInstagram』など)」、「県の魅力発信ラジオ番組(TBSラジオ)『千葉ドリーム!もぎたてラジオ』」の選択肢は設けていない。

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』」(65.2%)が6割台半ばで最も高く、以下、「6～10以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」(25.5%)、「県の広報テレビ番組(千葉テレビ放送)『千葉県インフォメーション』『ウィークリー千葉県～ちばの旬な話題をお届け～』」(10.9%)が続く。(図表 8 - 4)

【地域別】

地域別にみると、「県広報紙『ちば県民だより』」は「千葉地域」(80.0%)が8割で高くなっている。

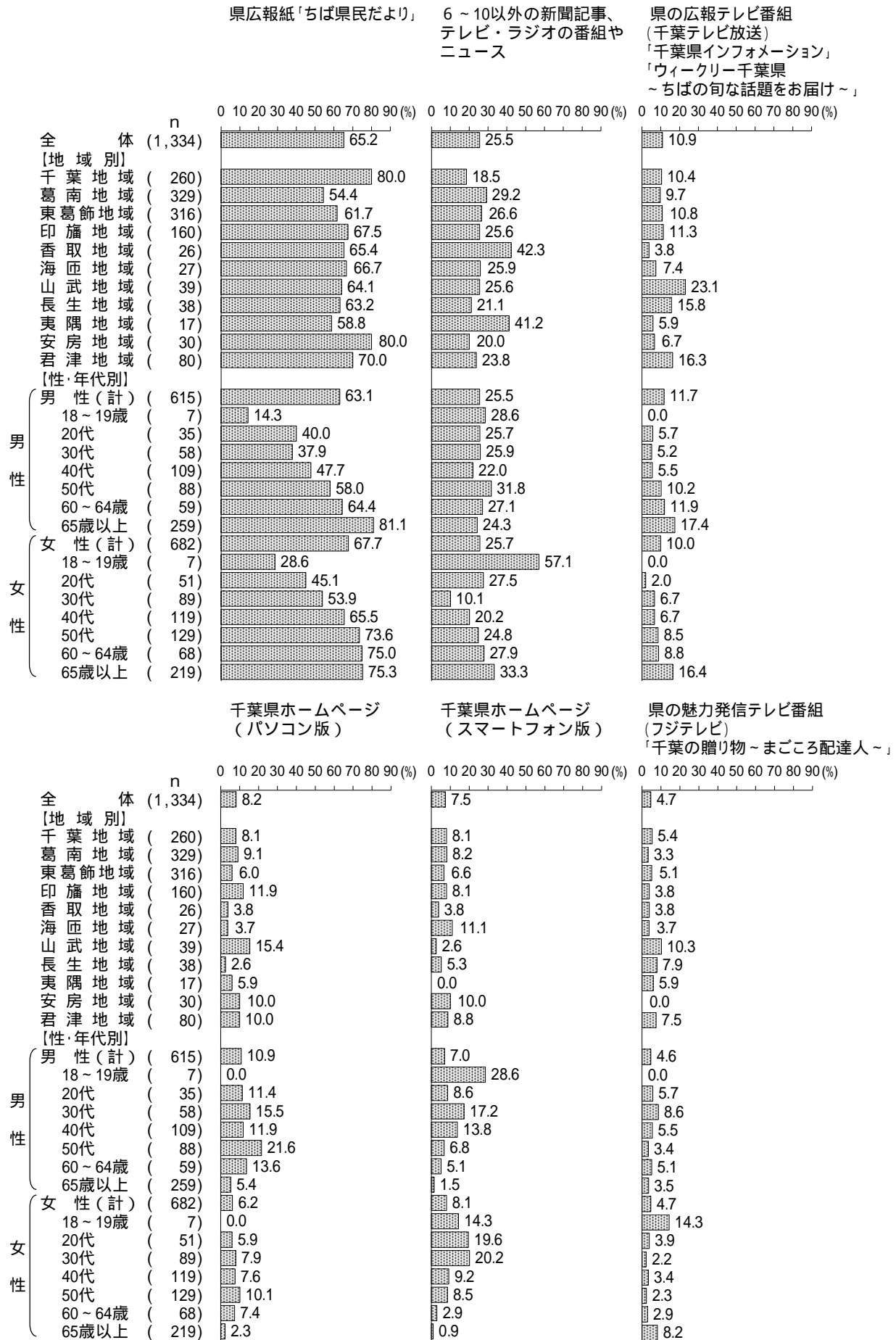
「6～10以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」は「香取地域」(42.3%)が4割を超えて高くなっている。(図表 8 - 5)

【性・年代別】

性・年代別にみると、「県広報紙『ちば県民だより』」は男性の65歳以上(81.1%)が8割を超え、女性の50代(73.6%)と女性の65歳以上(75.3%)が7割台半ばで高くなっている。

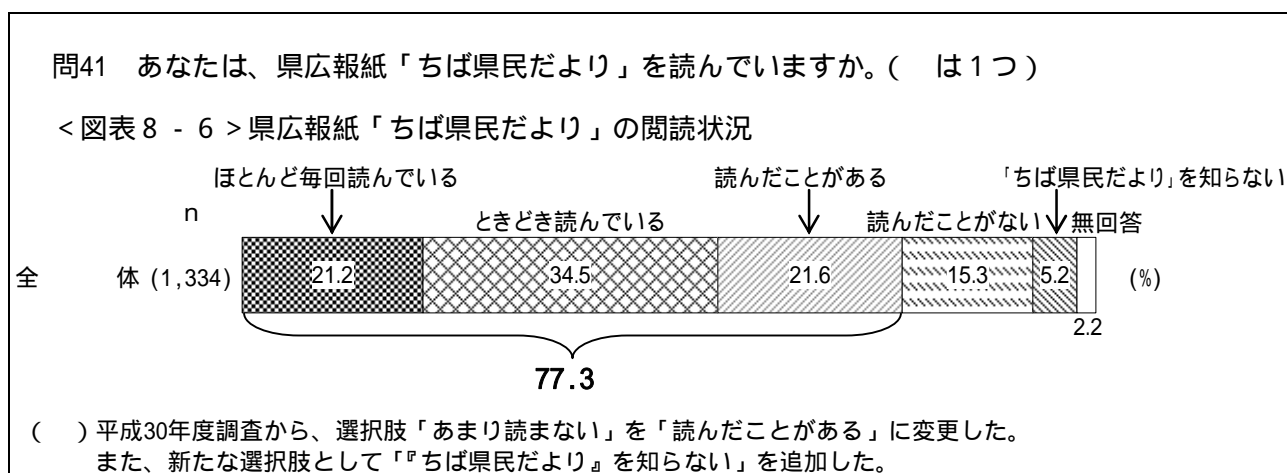
「6～10以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」は女性の65歳以上(33.3%)が3割を超えて高くなっている。(図表 8 - 5)

<図表8 - 5> 県政に関する情報を得る手段（複数回答）/ 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

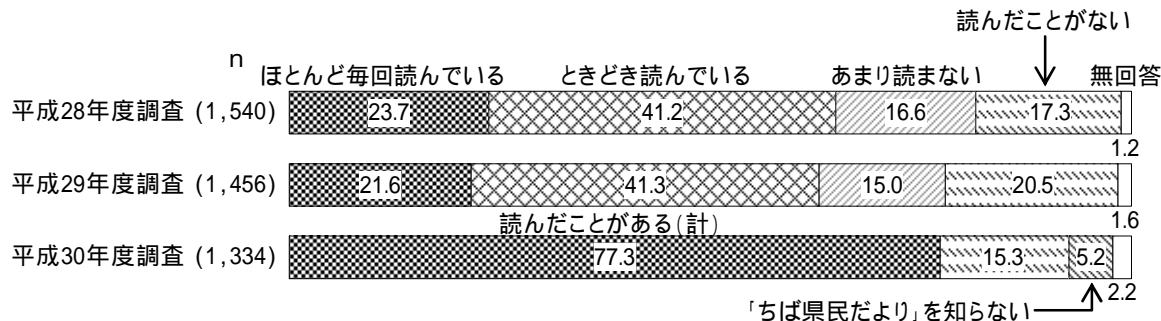
『読んだことがある（計）』が約8割



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」(21.2%)と「ときどき読んでいる」(34.5%)、「読んだことがある」(21.6%)の3つを合わせた『読んだことがある（計）』(77.3%)が約8割で高くなっている。

一方、「読んだことがない」(15.3%)が1割台半ば、「『ちば県民だより』を知らない」(5.2%)は1割未満となっている。(図表8-6)

〔参考〕平成28年度・平成29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、『読んだことがある（計）』は“千葉地域”(88.8%)が約9割で高くなっている。

一方、「読んだことがない」は“葛南地域”(23.1%)が2割を超えて高くなっている。

(図表8-7)

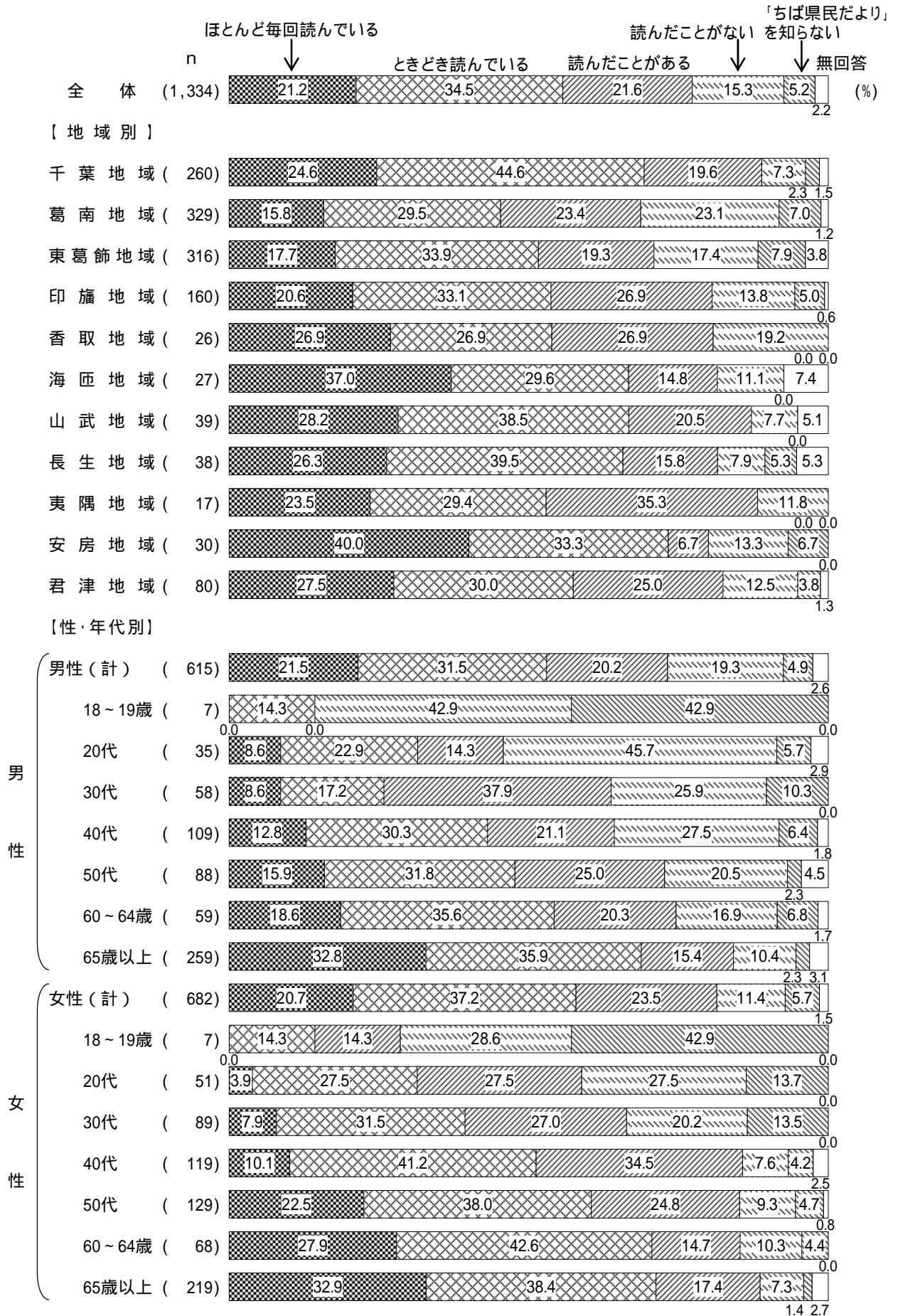
【性・年代別】

性・年代別にみると、『読んだことがある（計）』は女性の65歳以上(88.6%)が約9割、男性の65歳以上(84.2%)、女性の40代(85.7%)、女性の50代(85.3%)が8割台半ばで高くなっている。

一方、「読んだことがない」は男性の20代(45.7%)が4割台半ば、男性の40代(27.5%)と女性の20代(27.5%)が約3割、男性の30代(25.9%)が2割台半ばで高くなっている。

(図表8-7)

<図表8 - 7> 県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況 / 地域別、性・年代別



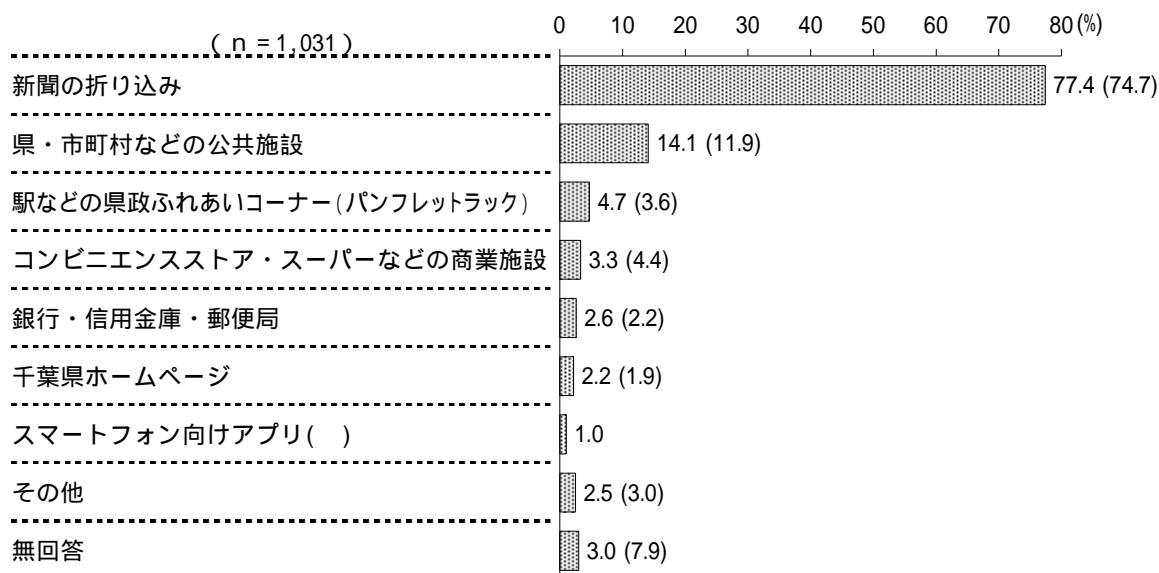
（3 - 1）「ちば県民だより」の入手場所について

「新聞の折り込み」が約8割

（問41で「ほとんど毎回読んでいる」、「ときどき読んでいる」、「読んだことがある」のいずれかをお答えの方に）

問41 - 1 県広報紙「ちば県民だより」をどこで入手していますか。（はいくつでも）

<図表8 - 8> 「ちば県民だより」の入手場所について（複数回答）



注)（ ）の数字は平成29年度の同様の項目による調査結果 n = 1,133
 () 平成29年度調査では、「スマートフォン向けアプリ」の選択肢は設けていない。

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」、「読んだことがある」と回答した1,031人を対象に、「ちば県民だより」をどこで入手しているか聞いたところ、「新聞の折り込み」(77.4%)が約8割で最も高く、以下、「県・市町村などの公共施設」(14.1%)、「駅などの県政ふれあいコーナー（パンフレットラック）」(4.7%)が続く。（図表8 - 8）

【地域別】

地域別にみると、「新聞の折り込み」は“海匝地域”(95.5%)が9割台半ばで高くなっている。「県・市町村などの公共施設」は“安房地域”(29.2%)が約3割で高くなっている。

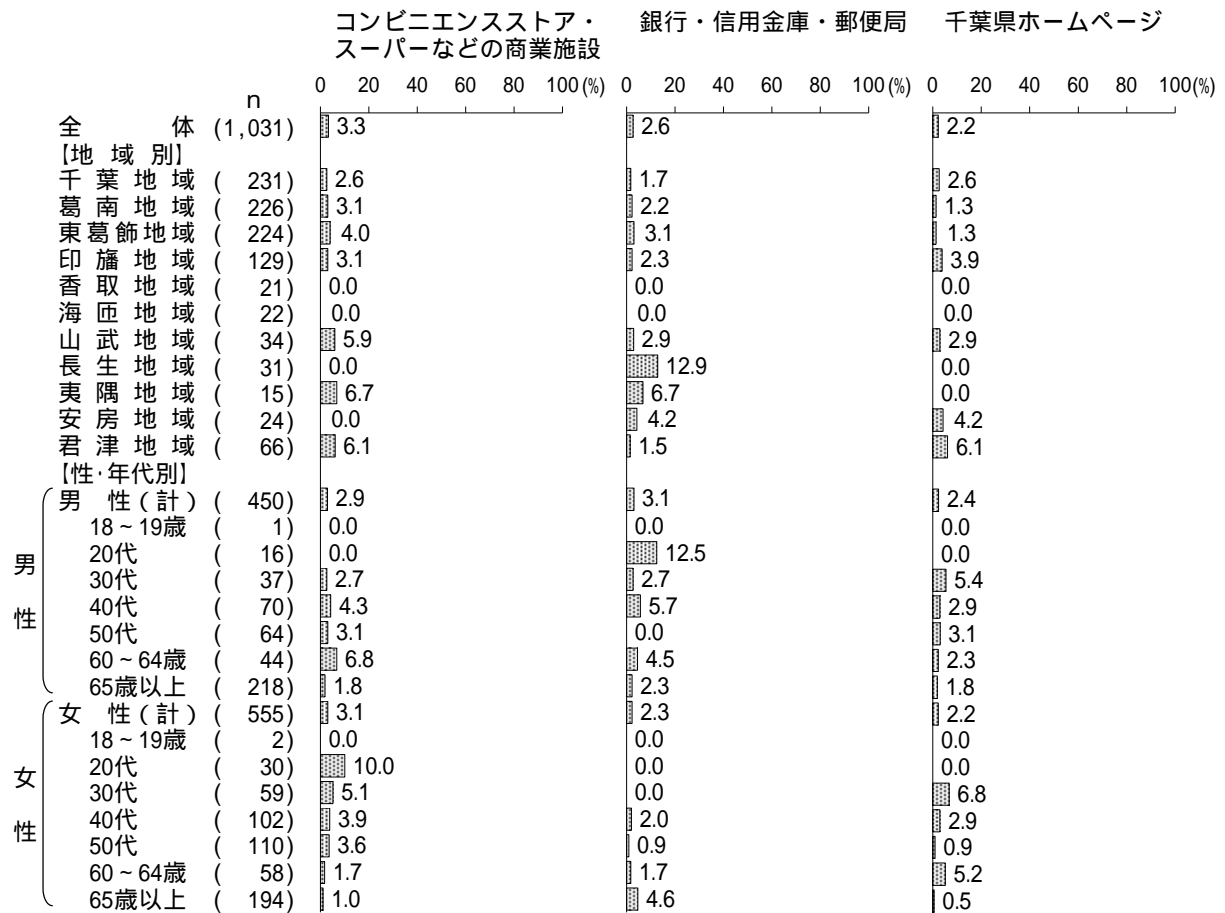
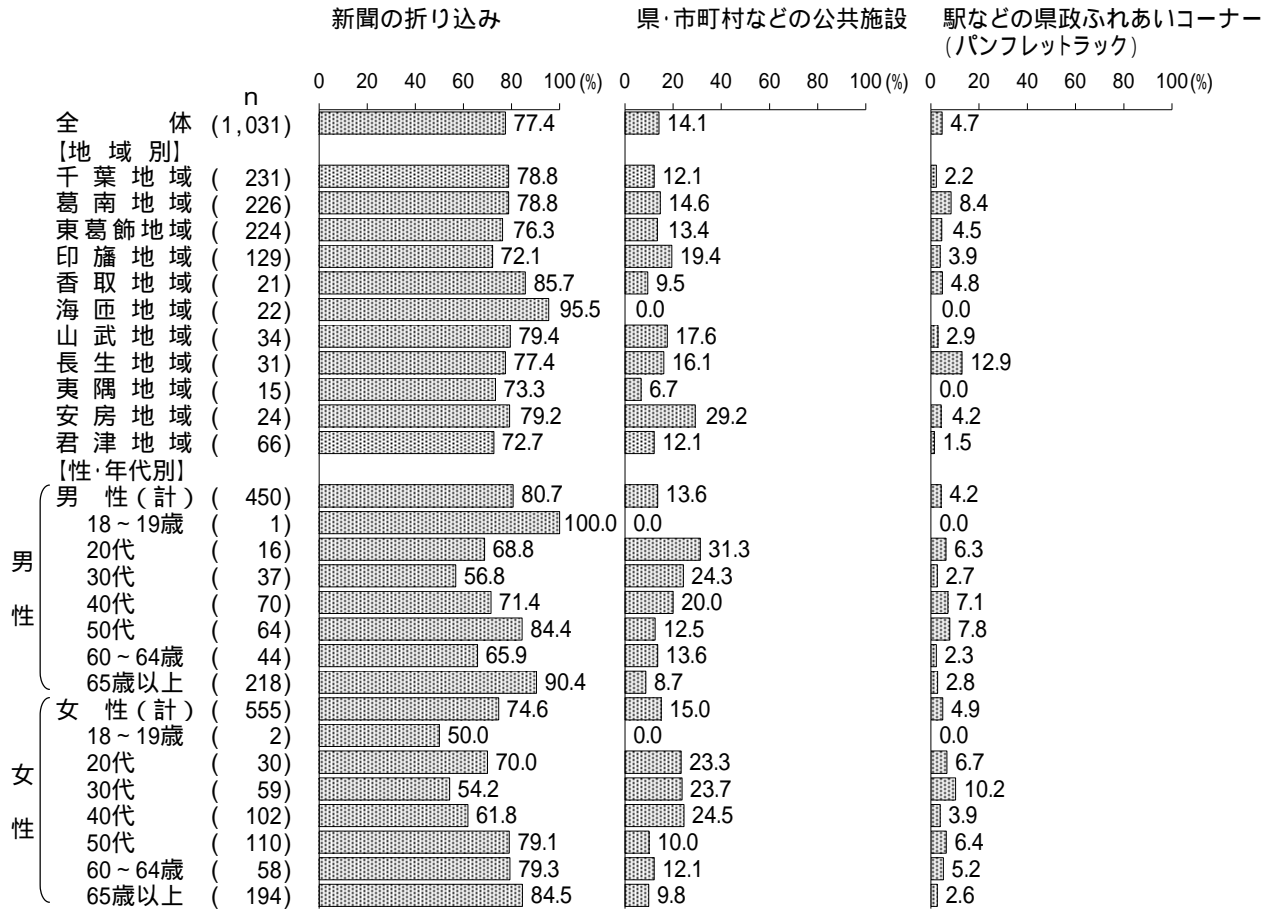
（図表8 - 9）

【性・年代別】

性・年代別にみると、「新聞の折り込み」は男性の65歳以上(90.4%)が9割、女性の65歳以上(84.5%)が8割台半ばで高くなっている。

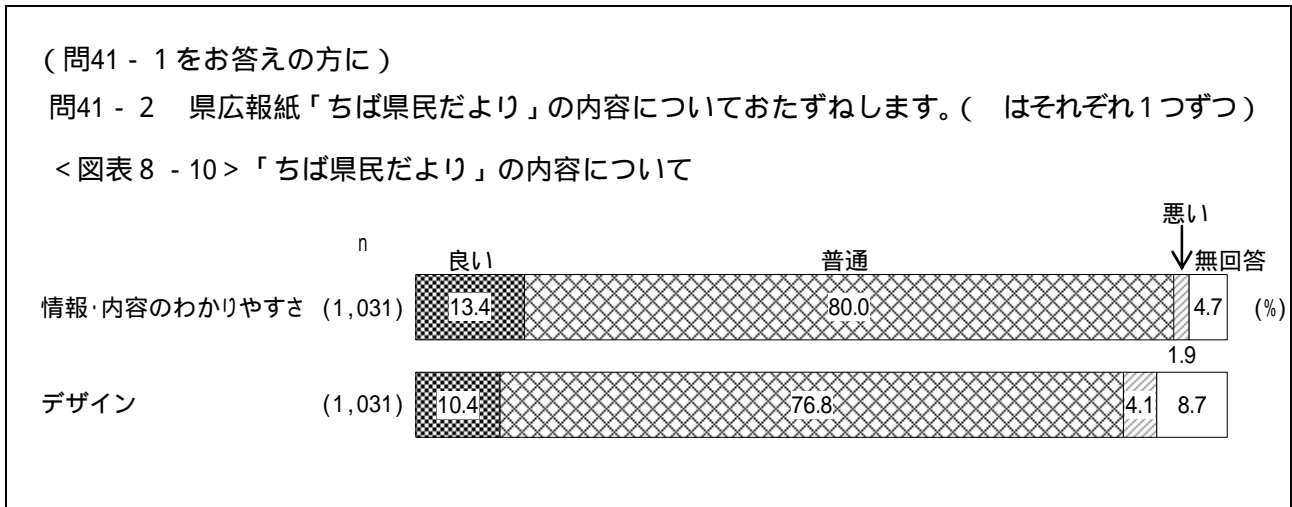
「県・市町村などの公共施設」は男性の20代(31.3%)が3割を超え、女性の30代(23.7%)と女性の40代(24.5%)が2割台半ばで高くなっている。（図表8 - 9）

<図表8 - 9> 「ちば県民だより」の入手場所について（複数回答）/地域別、性・年代別



（3 - 2）「ちば県民だより」の内容について

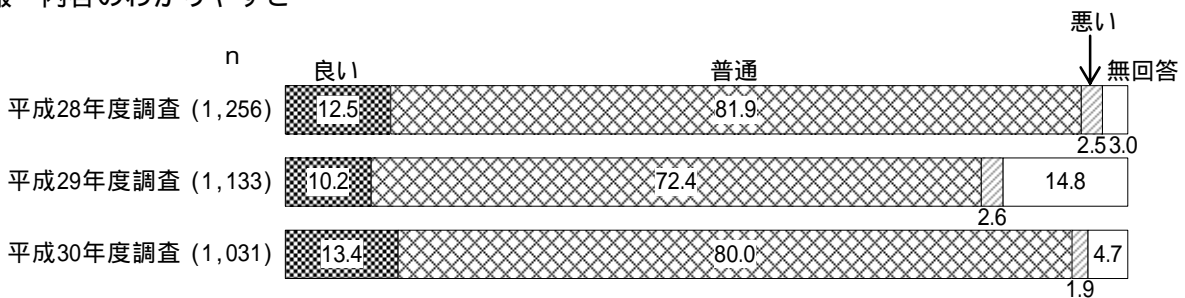
情報・内容のわかりやすさ、デザインともに「良い」が1割台



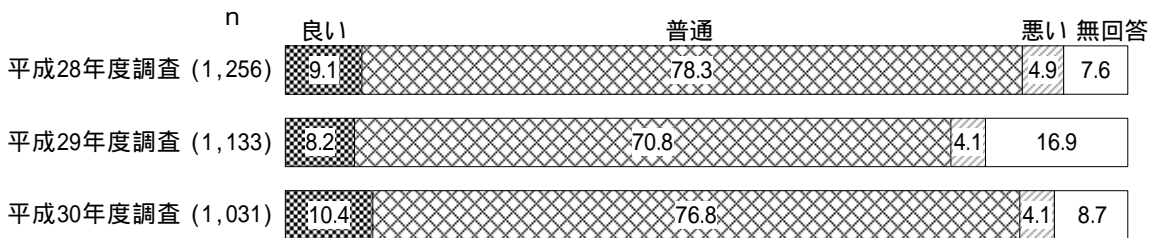
県広報紙「ちば県民だより」を「ほとんど毎回読んでいる」、「ときどき読んでいる」、「読んだことがある」と回答した1,031人を対象に、「ちば県民だより」の内容について聞いたところ、情報・内容のわかりやすさの「良い」(13.4%)が1割を超え、「普通」(80.0%)は8割となっている。また、デザインの「良い」(10.4%)が1割、「普通」(76.8%)は7割台半ばとなっている。（図表8 - 10）

〔参考〕平成28年度・平成29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の「良い」は「安房地域」(29.2%)が約3割、「長生地域」(25.8%)が2割台半ばで高くなっている。

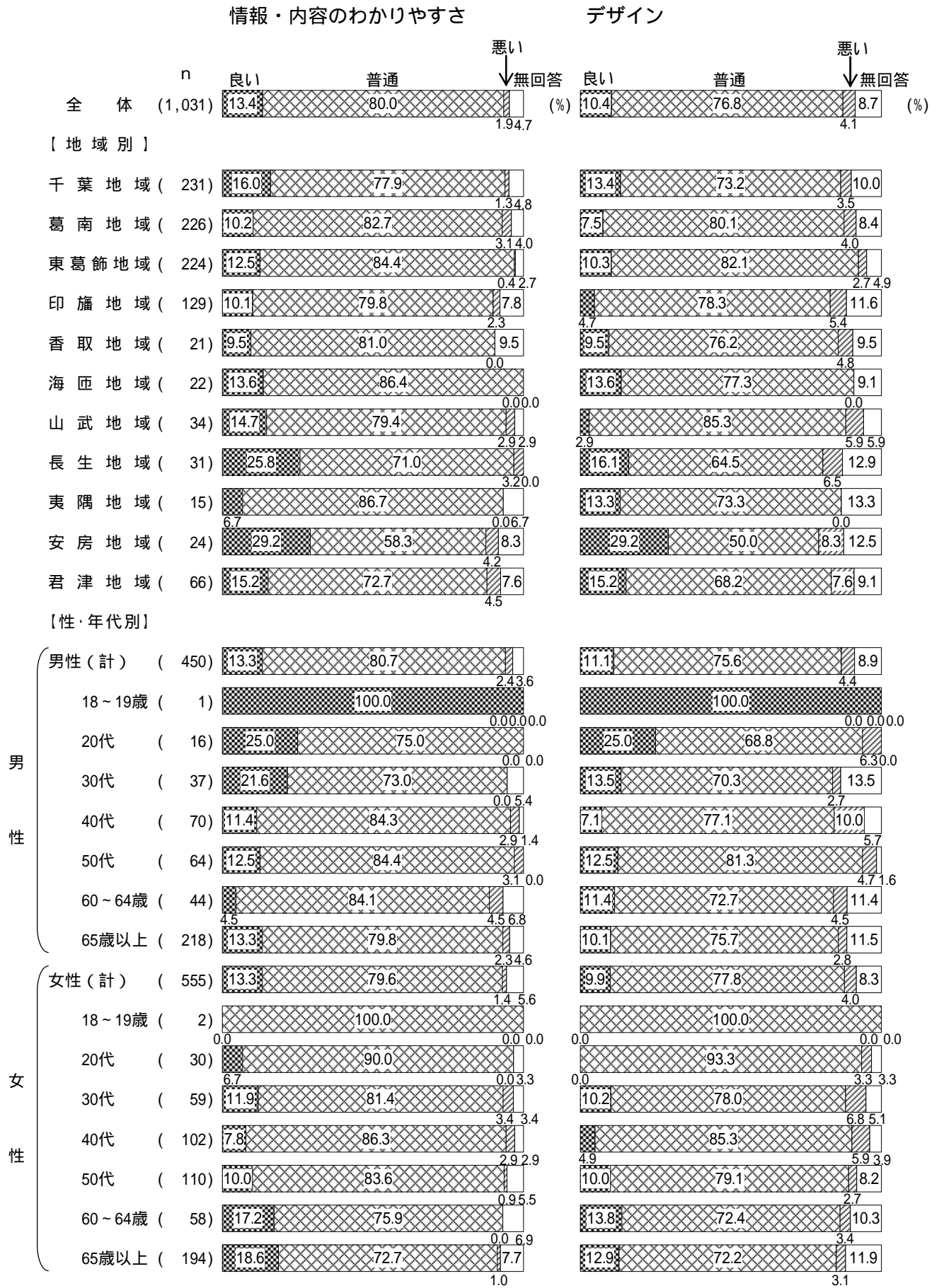
デザインの「良い」は「安房地域」(29.2%)が約3割で高くなっている。（図表8 - 11）

【性・年代別】

性・年代別にみると、情報・内容のわかりやすさの「良い」は女性の65歳以上(18.6%)が約2割となっている。

デザインの「普通」は女性の20代(93.3%)が9割を超え、女性の40代(85.3%)が8割台半ばで高くなっている。（図表8 - 11）

<図表8 - 11> 「ちば県民だより」の内容について / 地域別、性・年代別

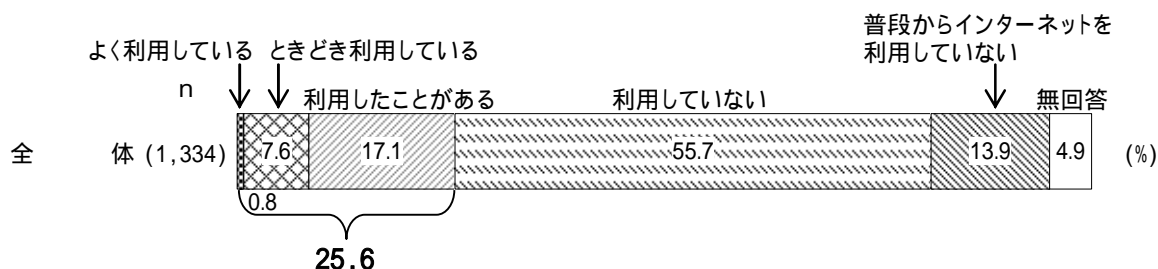


（４）千葉県ホームページの利用頻度

『利用したことがある（計）』が2割台半ば

問42 あなたは、千葉県ホームページを利用していますか。（ は1つ）

<図表8-12>千葉県ホームページの利用頻度

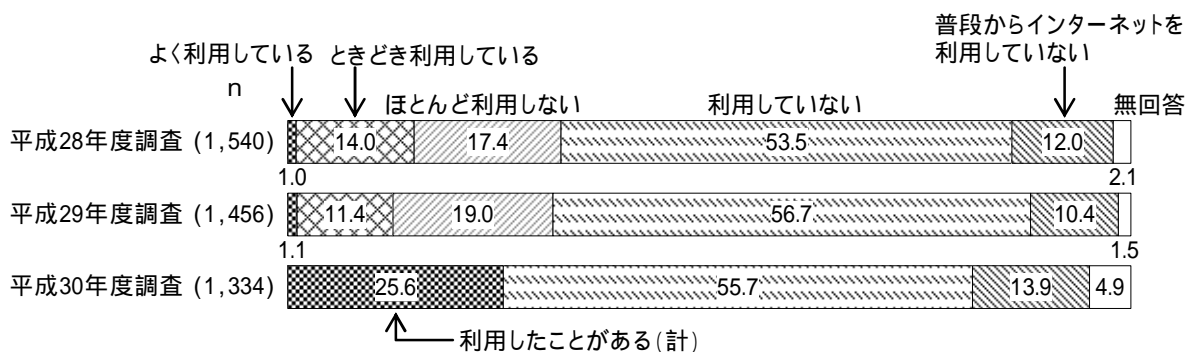


（ ）平成30年度調査から、選択肢「ほとんど利用しない」を、「利用したことがある」に変更した。

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」(0.8%)と「ときどき利用している」(7.6%)、「利用したことがある」(17.1%)の3つを合わせた『利用したことがある(計)』(25.6%)が2割台半ばとなっている。

一方、「利用していない」(55.7%)が5割台半ば、「普段からインターネットを利用していない」(13.9%)は1割台半ばとなっている。(図表8-12)

〔参考〕平成28年度・平成29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、『利用したことがある(計)』は“千葉地域”(32.3%)が3割を超えて高くなっている。

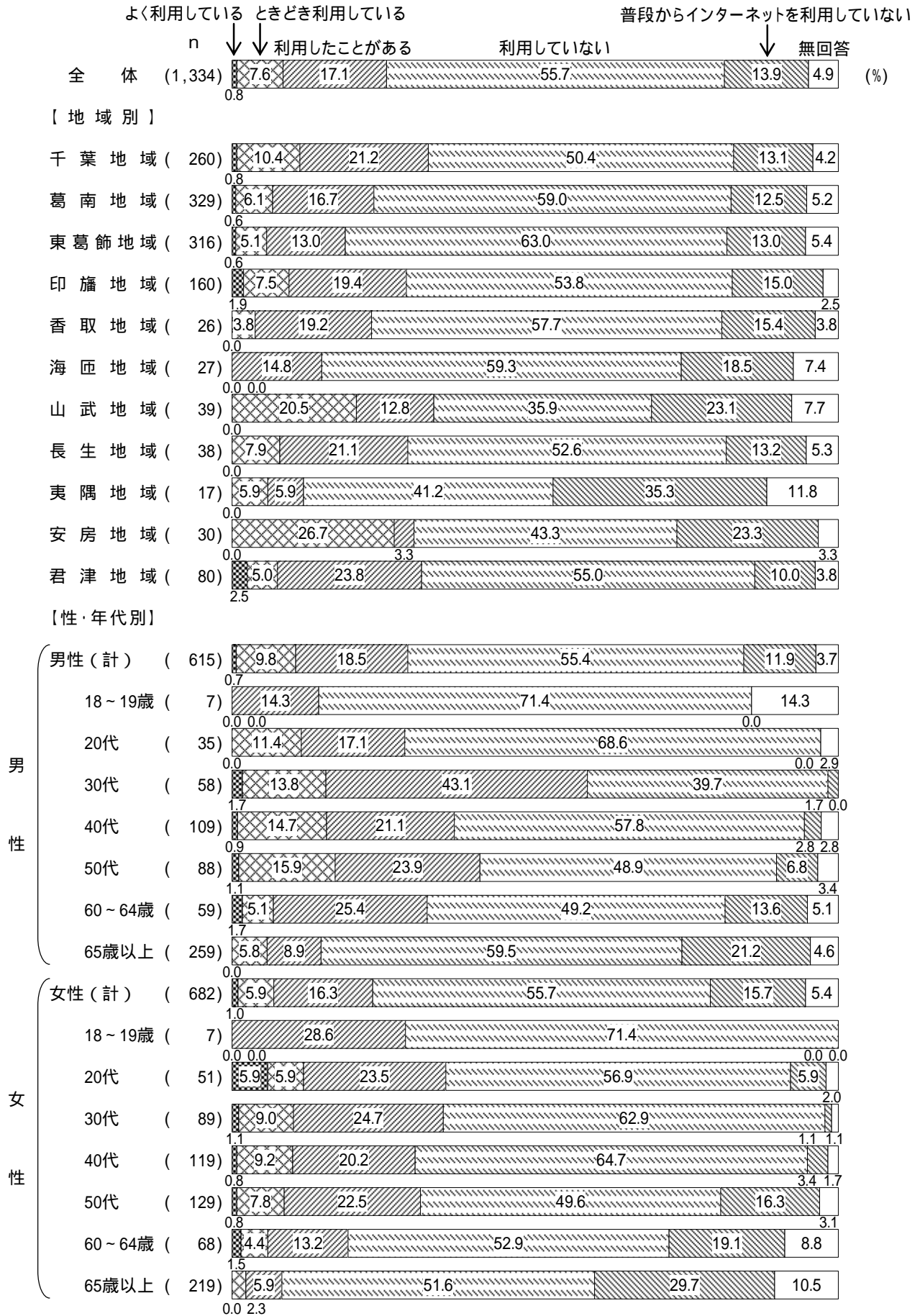
一方、「利用していない」は“東葛飾地域”(63.0%)が6割を超えて高くなっている。

(図表8-13)

【性・年代別】

性・年代別にみると、『利用したことがある(計)』は男性の30代(58.6%)が約6割、男性の50代(40.9%)が4割、男性の40代(36.7%)と女性の30代(34.8%)が3割台半ばで高くなっている。(図表8-13)

<図表8 - 13> 千葉県ホームページの利用頻度 / 地域別、性・年代別



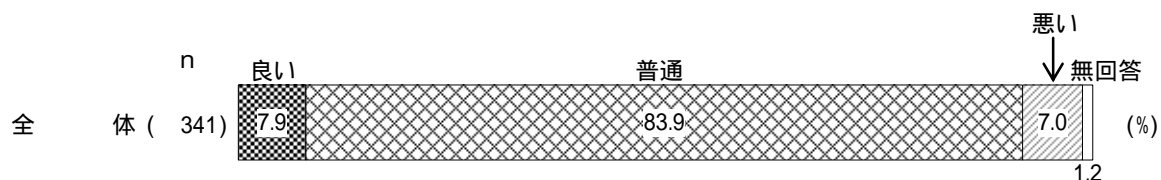
（４－１）千葉県ホームページの見やすさ・使いやすさ

「普通」が8割台半ば

（問42で「よく利用している」、「ときどき利用している」、「利用したことがある」のいずれかをお答えの方に）

問42 - 1 千葉県ホームページの全体構成の見やすさ・使いやすさはいかがですか。（ は1つ）

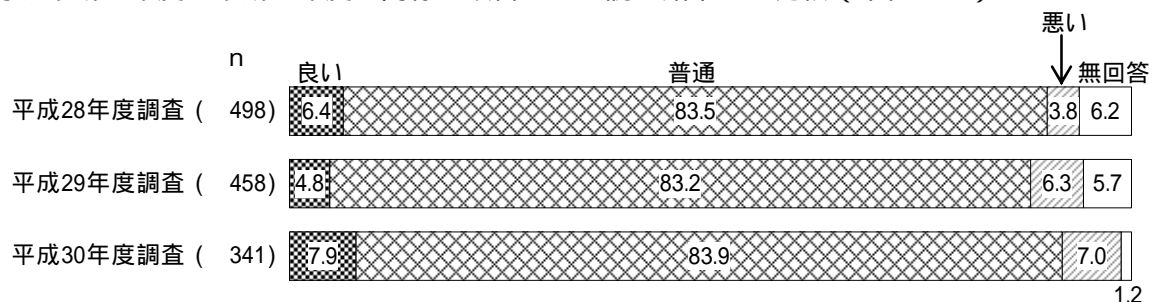
<図表 8 - 14> 千葉県ホームページの見やすさ・使いやすさ



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」、「利用したことがある」と回答した341人を対象に、千葉県ホームページの全体構成の見やすさ・使いやすさについて聞いたところ、「良い」(7.9%)が約1割、「普通」(83.9%)が8割台半ばとなっている。

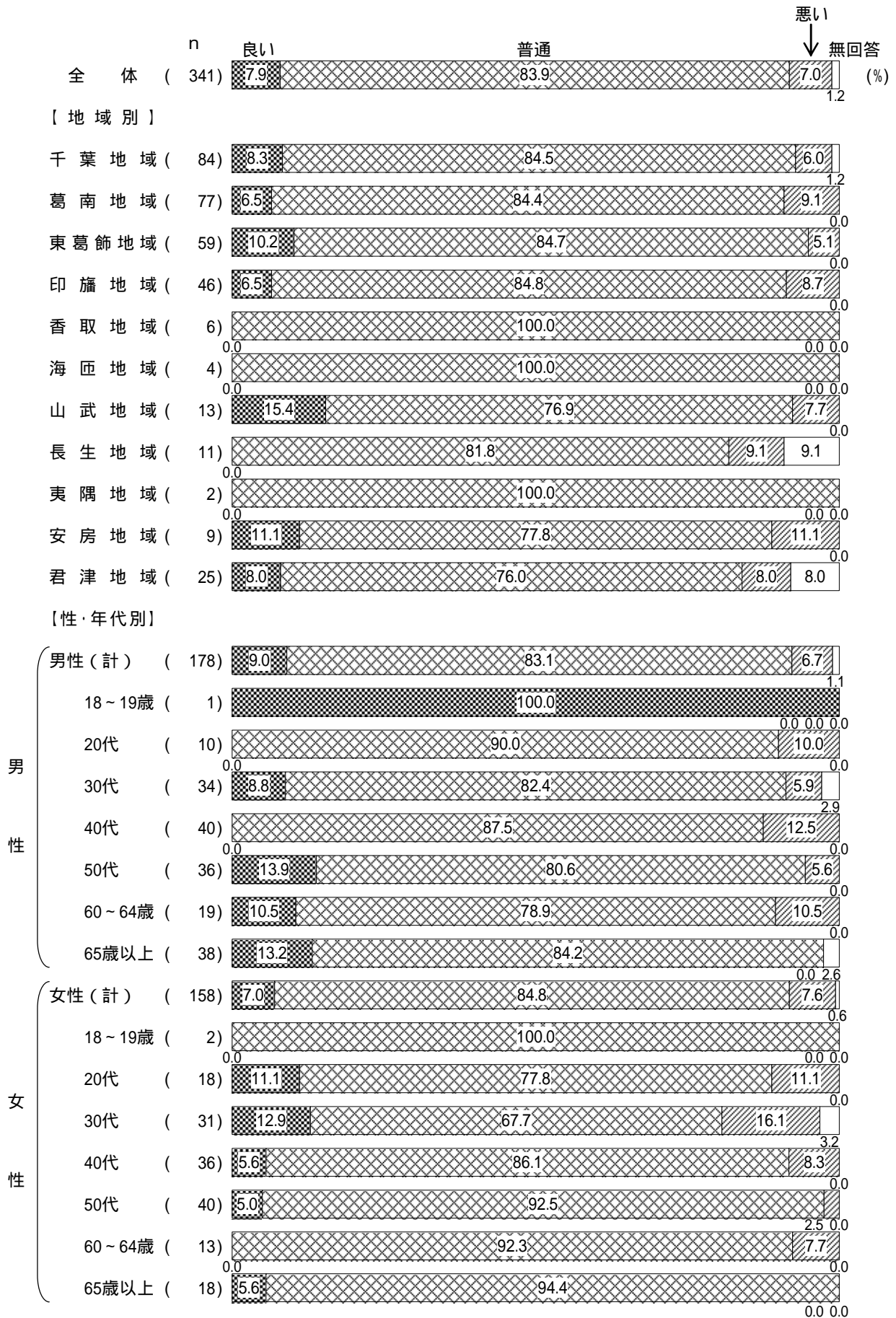
(図表 8 - 14)

〔参考〕平成28年度・平成29年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：％）



サンプル数が少ない（有意差がない）ため、【地域別】と【性・年代別】における属性の分析は触れていない。（10ページ「報告書の見方（6）」を参照）

<図表8 - 15> 千葉県ホームページの見やすさ・使いやすさ / 地域別、性・年代別

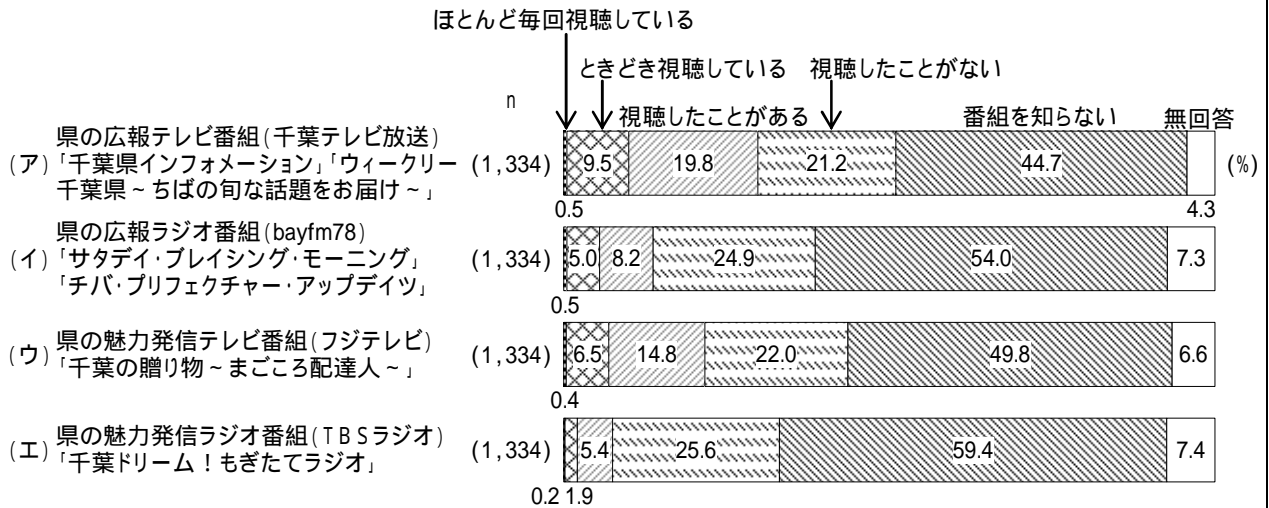


（5）県の広報・魅力発信番組の視聴状況

『視聴したことがある（計）』が最も高いのは 県の広報テレビ番組（千葉テレビ放送）『千葉県インフォメーション』『ウィークリー千葉県～ちばの旬な話題をお届け～』で約3割

問43 県では、県の広報や魅力発信のため、テレビやラジオで様々な番組を放送しています。
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。（はそれぞれ1つずつ）

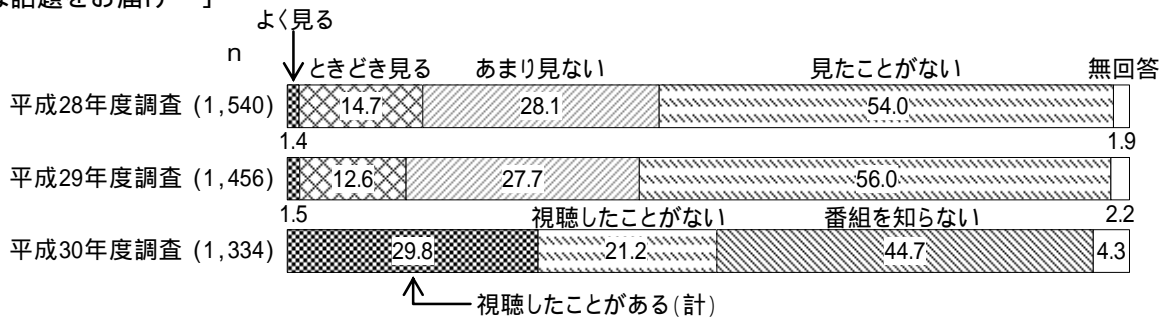
<図表8-16> 県の広報・魅力発信番組の視聴状況



県の4つ広報番組の視聴状況を聞いたところ、「ほとんど毎回視聴している」と「ときどき視聴している」、「視聴したことがある」の3つを合わせた『視聴したことがある（計）』が最も高いのは、「(ア) 県の広報テレビ番組（千葉テレビ放送）『千葉県インフォメーション』『ウィークリー千葉県～ちばの旬な話題をお届け～』」(29.8%)で約3割となっており、以下、「(ウ) 県の魅力発信テレビ番組（フジテレビ）『千葉の贈り物～まごころ配達人～』」(21.7%)が2割を超え、「(イ) 県の広報ラジオ番組 (bayfm78)『サタデー・プレイング・モーニング』『チバ・プリフェクチャー・アップデート』」(13.7%)が1割台半ばで続く。(図表8-16)

〔参考〕平成28年度・平成29年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：％）

(ア) 県の広報テレビ番組（千葉テレビ放送）『千葉県インフォメーション』『ウィークリー千葉県～ちばの旬な話題をお届け～』



【地域別】

地域別にみると、「(イ)県の広報ラジオ番組(bayfm78)『サタデイ・ブレイシング・モーニング』『チバ・プリフェクチャー・アップデート』」の『視聴したことがある(計)』は“長生地域”(26.3%)が2割台半ばで高くなっている。

「(ウ)県の魅力発信テレビ番組(フジテレビ)『千葉の贈り物～まごころ配達人～』」の『視聴したことがある(計)』は“君津地域”(31.3%)が3割を超えて高くなっている。(図表8-17)

【性・年代別】

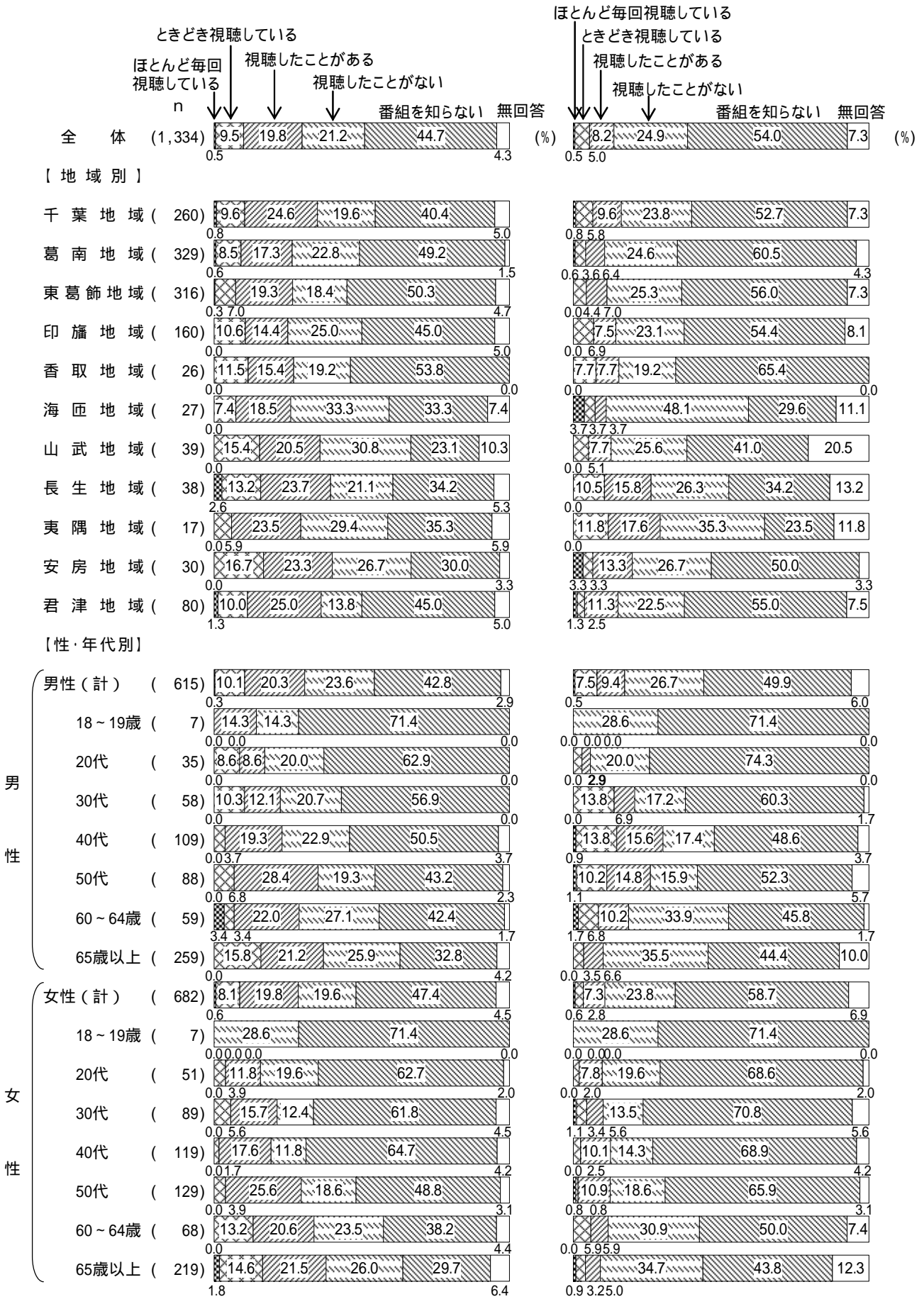
性・年代別にみると、「(ア)県の広報テレビ番組(千葉テレビ放送)『千葉県インフォメーション』『ウィークリー千葉県～ちばの旬な話題をお届け～』」の『視聴したことがある(計)』は男性の65歳以上(37.1%)と女性の65歳以上(37.9%)が約4割で高くなっている。

「(イ)県の広報ラジオ番組(bayfm78)『サタデイ・ブレイシング・モーニング』『チバ・プリフェクチャー・アップデート』」の『視聴したことがある(計)』は男性の40代(30.3%)が3割、男性の50代(26.1%)が2割台半ばで高くなっている。(図表8-17)

<図表8 - 17> 県の広報・魅力発信番組の視聴状況 / 地域別、性・年代別

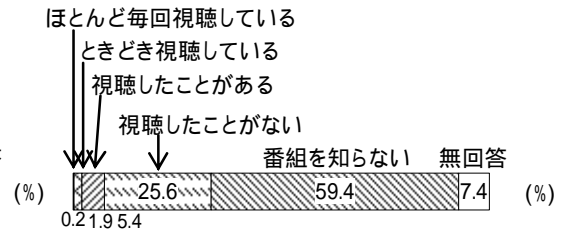
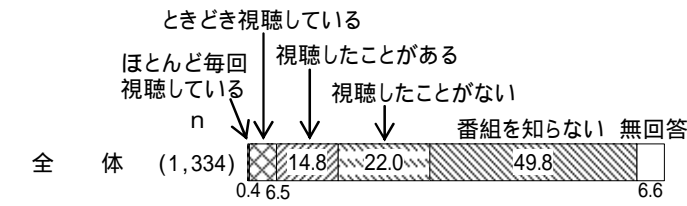
(ア) 県の広報テレビ番組（千葉テレビ放送）

(イ) 県の広報ラジオ番組（bayfm78）

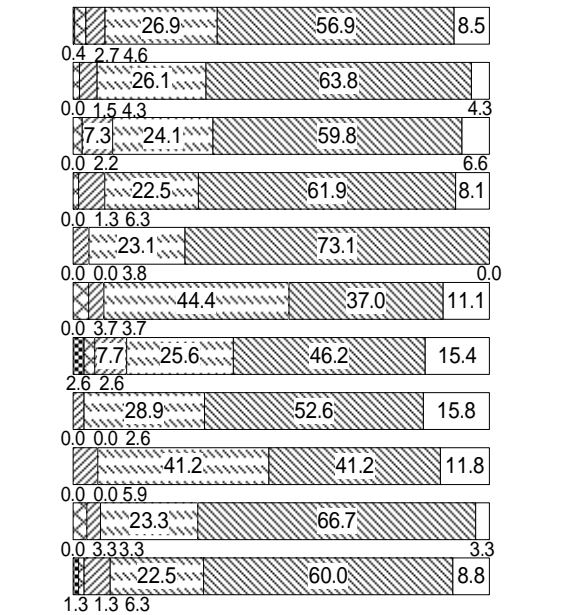
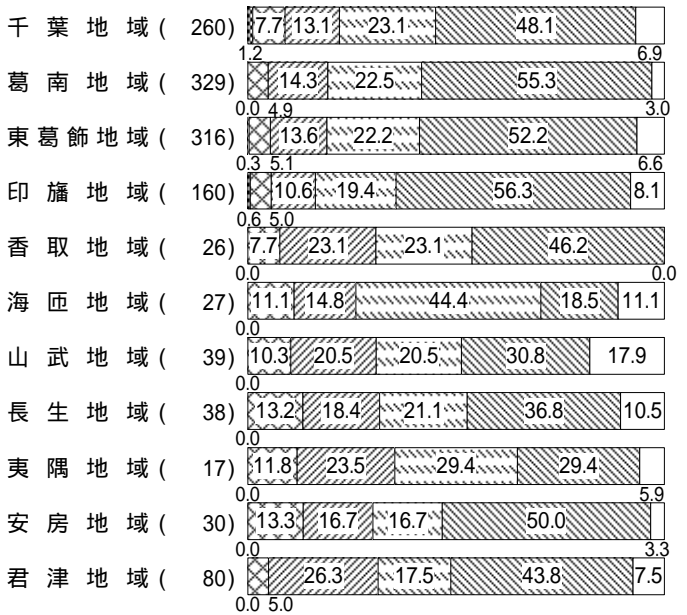


（ウ） 県の魅力発信テレビ番組（フジテレビ）

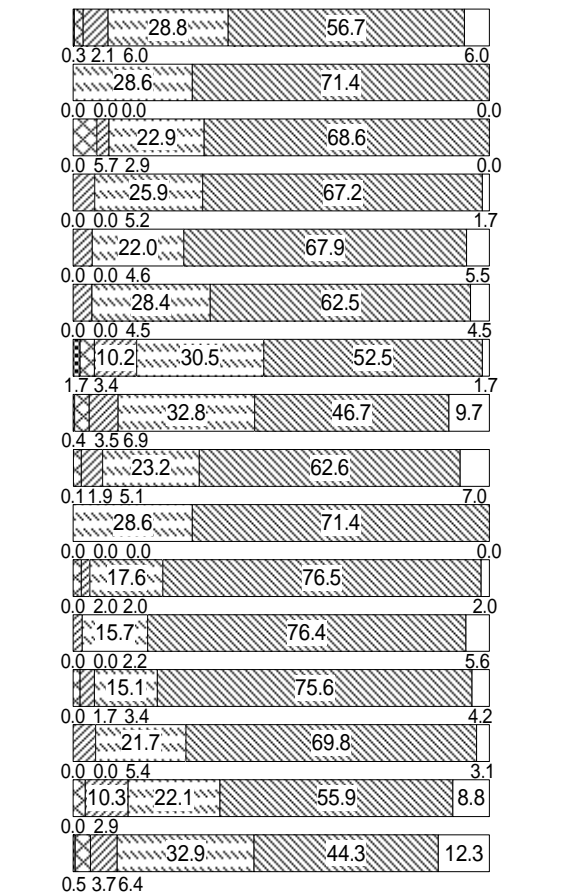
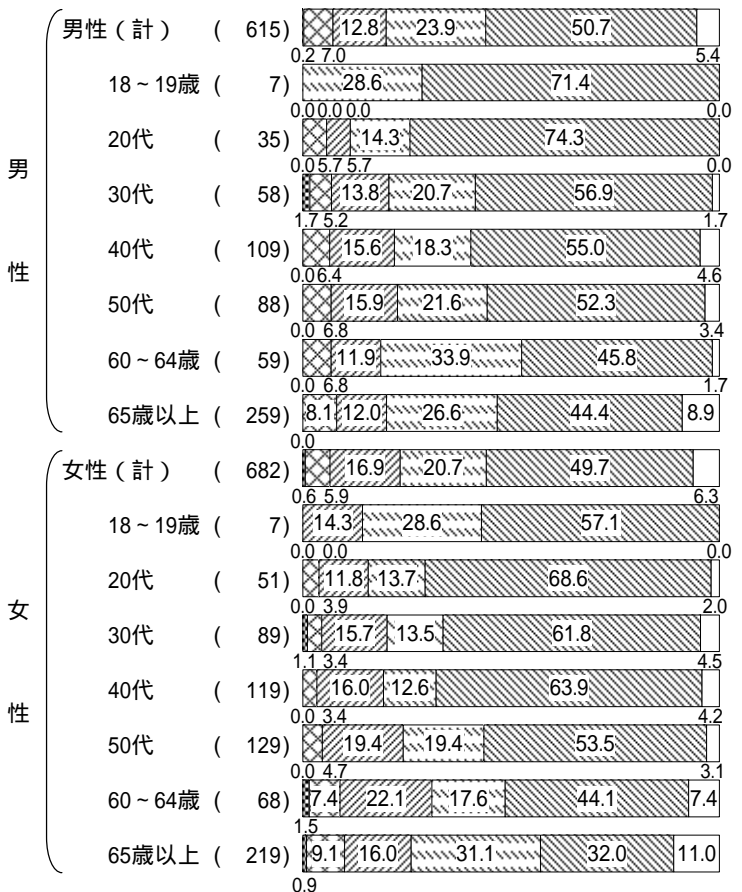
（エ） 県の魅力発信ラジオ番組（TBSラジオ）



【地域別】



【性・年代別】

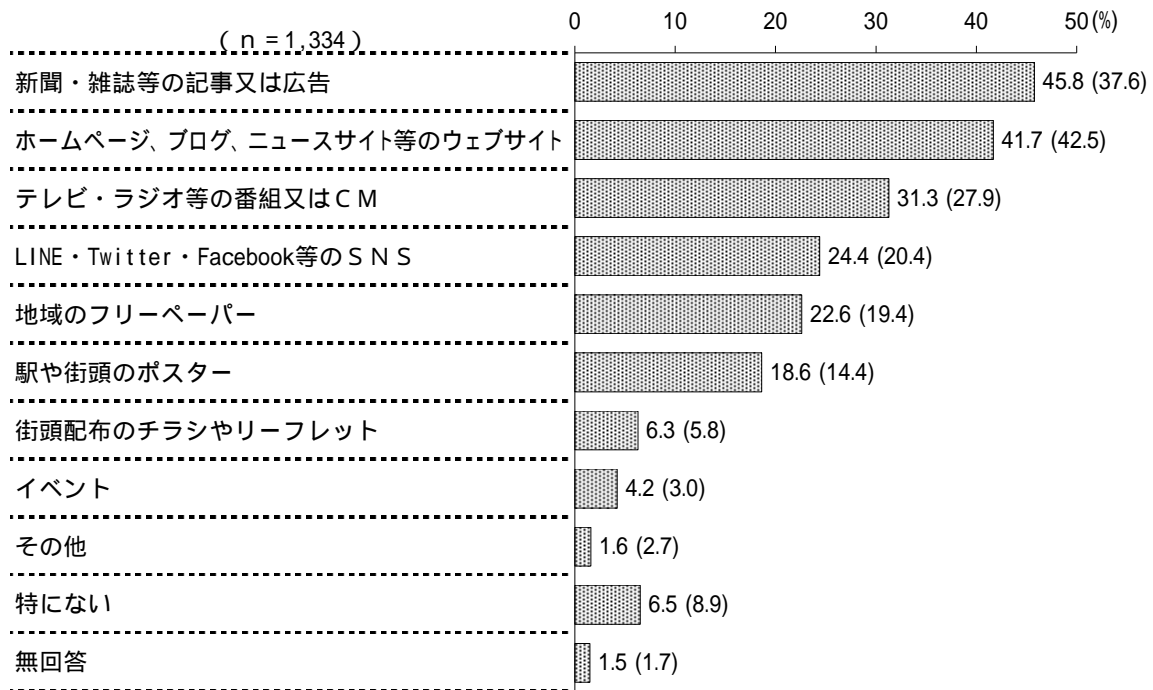


（6）情報の入手媒体

「新聞・雑誌等の記事又は広告」が4割台半ば

問44 あなたは、観光や食事、レジャーなどをする上で、どのような媒体を通じて情報収集をしていますか。（はいくつでも）

<図表8-18> 情報の入手媒体（複数回答）



注) () の数字は平成29年度の同様の項目による調査結果 n=1,456

観光や食事、レジャーなどをする上で、どのような媒体を通じて情報収集をしているか聞いたところ、「新聞・雑誌等の記事又は広告」(45.8%)が4割台半ばで最も高く、以下、「ホームページ、ブログ、ニュースサイト等のウェブサイト」(41.7%)、「テレビ・ラジオ等の番組又はCM」(31.3%)、「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」(24.4%)、「地域のフリーペーパー」(22.6%)が続く。

(図表8-18)

【地域別】

地域別にみると、「ホームページ、ブログ、ニュースサイト等のウェブサイト」は“葛南地域”(48.9%)が約5割で高くなっている。(図表8-19)

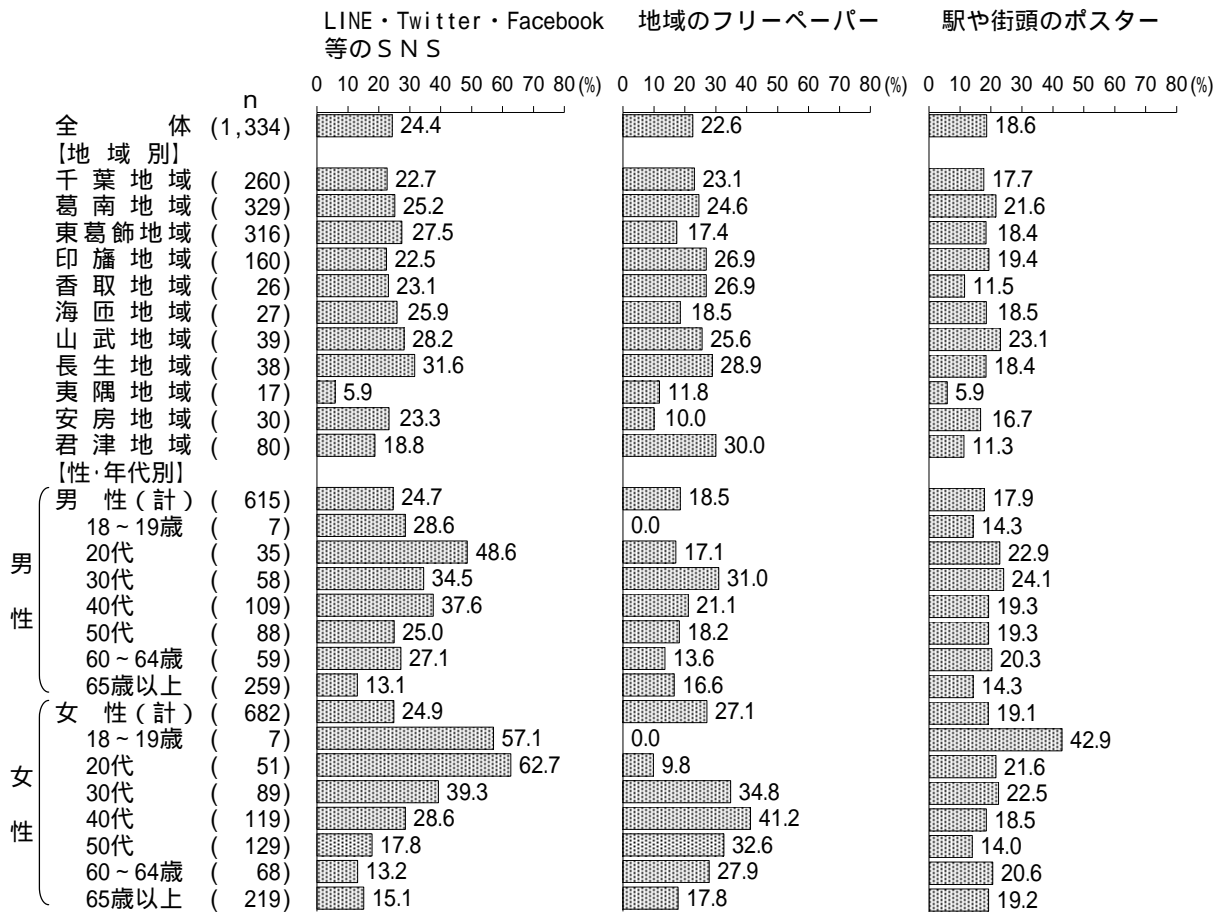
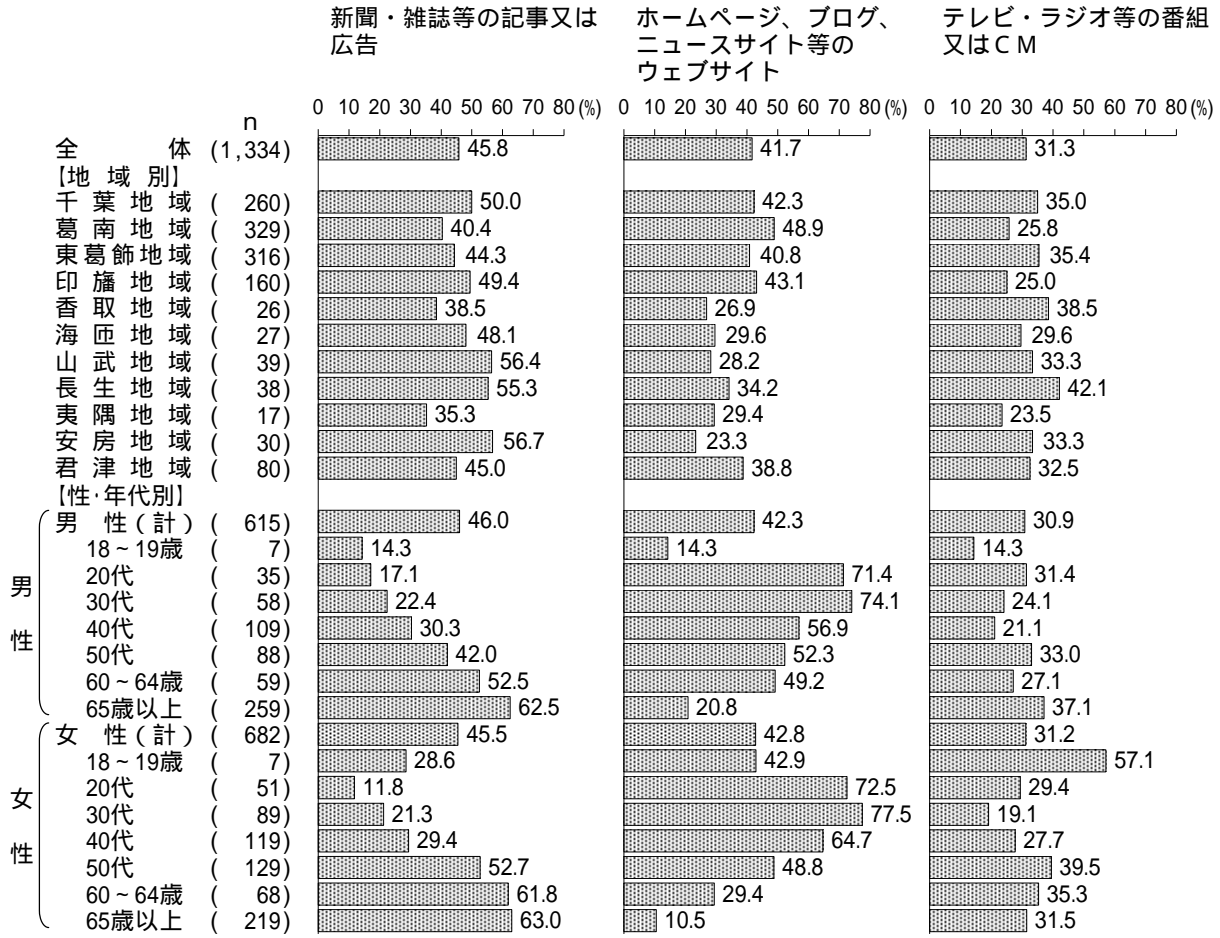
【性・年代別】

性・年代別にみると、「新聞・雑誌等の記事又は広告」は男性の65歳以上(62.5%)、女性の60~64歳(61.8%)、女性の65歳以上(63.0%)が6割を超えて高くなっている。

「ホームページ、ブログ、ニュースサイト等のウェブサイト」は女性の30代(77.5%)が約8割、男性の30代(74.1%)が7割台半ば、男性の20代(71.4%)と女性の20代(72.5%)が7割を超えて高くなっている。

「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」は女性の20代(62.7%)が6割を超え、男性の20代(48.6%)が約5割で高くなっている。(図表8-19)

<図表8 - 19> 情報の入手媒体（複数回答） / 地域別、性・年代別（上位6項目）



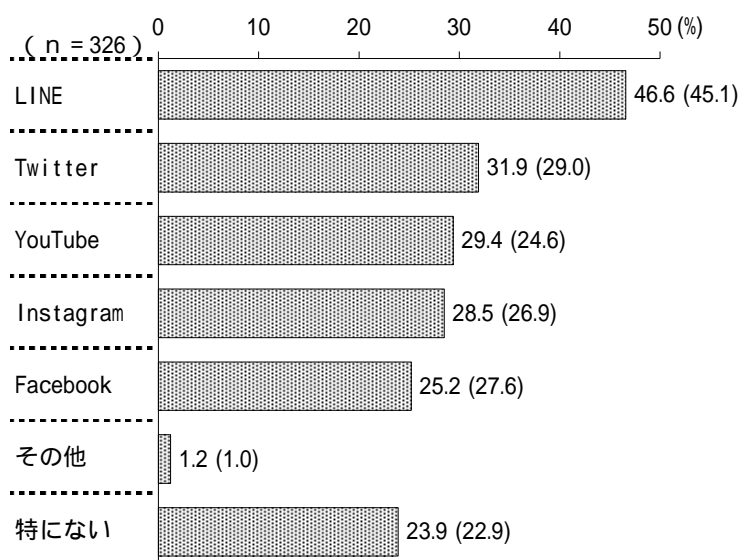
（ 6 - 1 ） SNSの種類

「LINE」が4割台半ば

（問44で「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」をお答えの方に）

問44 - 1 どのようなSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を利用して情報収集をしていますか。（はいくつでも）

<図表 8 - 20> SNSの種類（複数回答）



注) () の数字は平成 29 年度の同様の項目による調査結果 n = 297

情報の入手媒体で「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」と回答した326人を対象に、利用しているSNSの種類を聞いたところ、「LINE」(46.6%)が4割台半ばで最も高く、以下、「Twitter」(31.9%)、「YouTube」(29.4%)、「Instagram」(28.5%)、「Facebook」(25.2%)が続く。(図表 8 - 20)

【地域別】

地域別にみると、大きな傾向の違いはみられない。(図表 8 - 21)

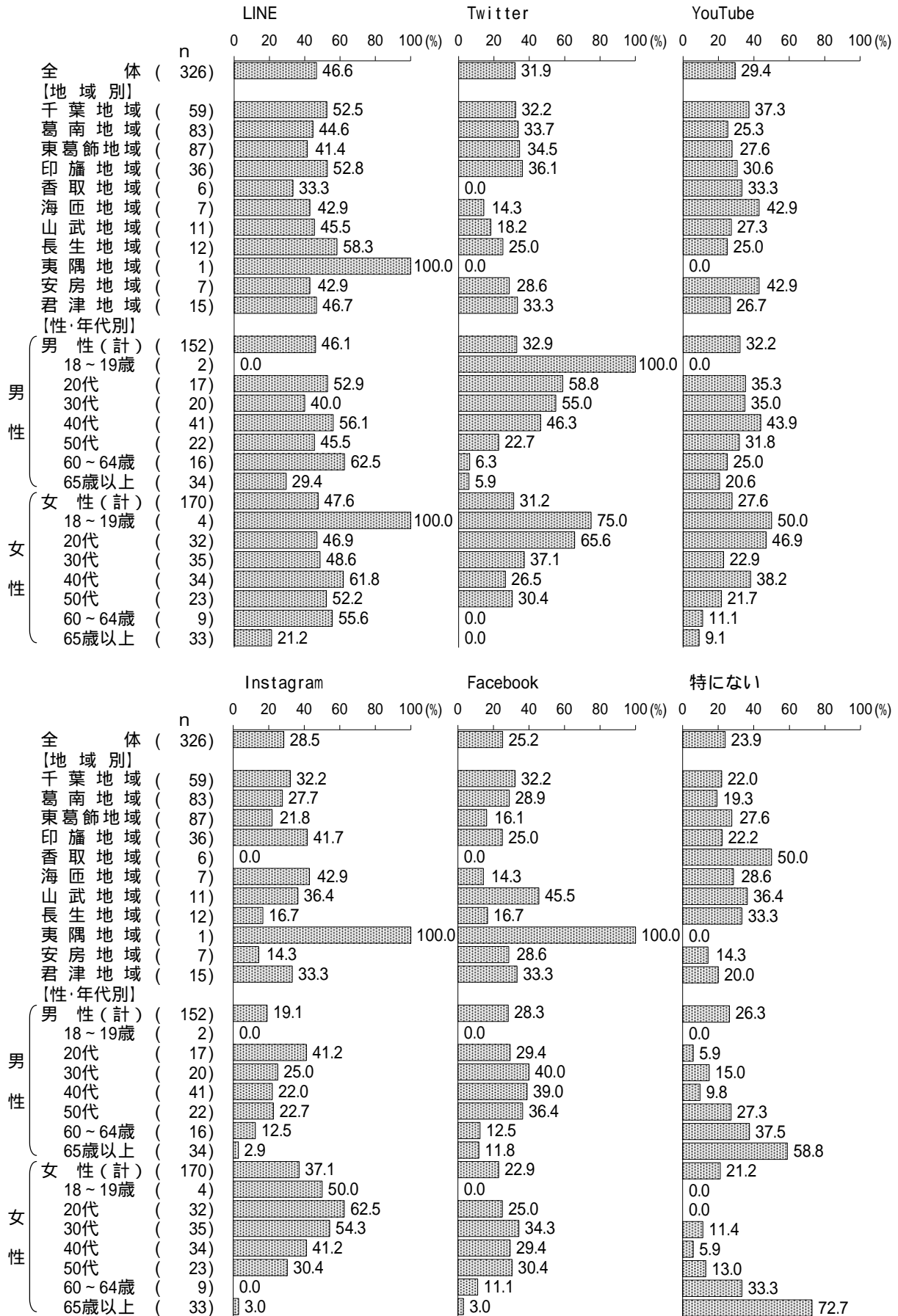
【性・年代別】

性・年代別にみると、「Twitter」は女性の20代(65.6%)が6割台半ばで高くなっている。

「YouTube」は男性の40代(43.9%)と女性の20代(46.9%)が4割台半ばで高くなっている。

「Instagram」は女性の20代(62.5%)が6割を超え、女性の30代(54.3%)が5割台半ばで高くなっている。(図表 8 - 21)

<図表8 - 21> SNSの種類（複数回答） / 地域別、性・年代別（上位6項目）

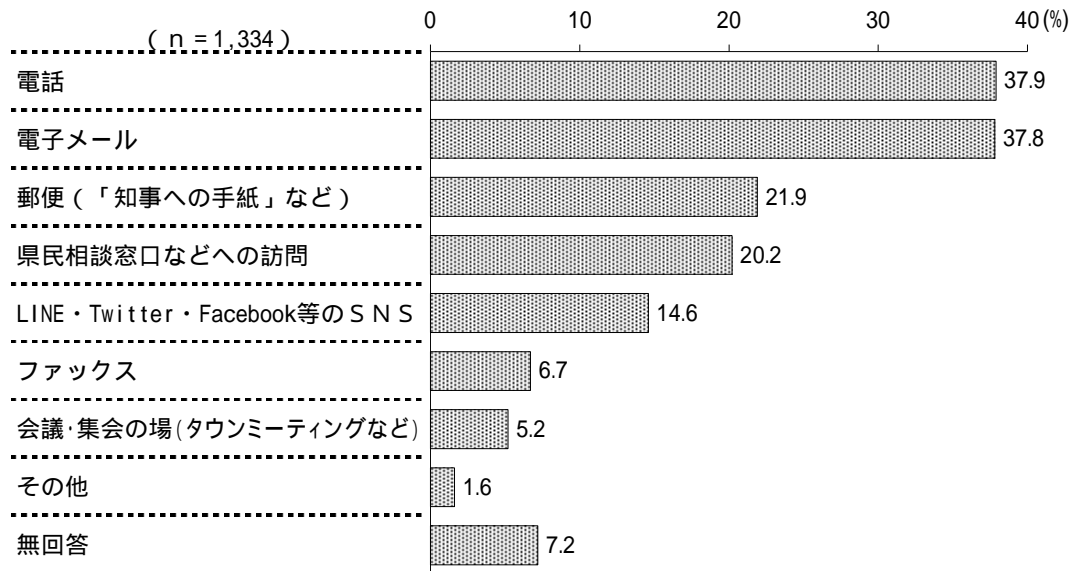


（7）県政への意見を述べる方法

「電話」と「電子メール」が約4割

問45 あなたは、県に対して意見（要望や相談、苦情など）を述べる場合、どのような方法で県に対するご意見を述べたいと思いますか。（は3つまで）

<図表8-22> 県政への意見を述べる方法（3つまでの複数回答）



県に対して意見（要望や相談、苦情など）を述べる場合、どのような方法で意見を述べたいか3つまで選んでもらったところ、「電話」（37.9%）と「電子メール」（37.8%）が約4割で最も高く、以下、「郵便（『知事への手紙』など）」（21.9%）、「県民相談窓口などへの訪問」（20.2%）、「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」（14.6%）、「ファックス」（6.7%）が続く。（図表8-22）

【地域別】

地域別にみると、「電子メール」は“葛南地域”（47.1%）が約5割で高くなっている。

「郵便（『知事への手紙』など）」は“海匠地域”（48.1%）が約5割で高くなっている。

（図表8-23）

【性・年代別】

性・年代別にみると、「電話」は女性の60～64歳（51.5%）が5割を超え、男性の65歳以上（44.8%）と女性の65歳以上（46.6%）が4割台半ばで高くなっている。

「電子メール」は男性の30代（75.9%）が7割台半ば、男性の40代（62.4%）が6割を超え、女性の20代（60.8%）が6割で高くなっている。

「県民相談窓口などへの訪問」は男性の60～64歳（33.9%）が3割台半ばで高くなっている。

「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」は女性の20代（41.2%）が4割を超え、男性の20代（34.3%）が3割台半ば、女性の30代（31.5%）が3割を超えて高くなっている。（図表8-23）

<図表8 - 23> 県政への意見を述べる方法（3つまでの複数回答） / 地域別、性・年代別（上位6項目）

