

「広聴広報に関するアンケート」実施報告

新聞広告「広報みえ」の注目度、広報番組の視聴状況、また、インターネットを使った広聴のしくみ「e-コメント」についてご意見をお伺いするため、「広聴広報に関するアンケート」を実施しました。

アンケートにご協力いただきましたe-モニターの皆さまにお礼を申し上げますとともに、アンケートの実施結果を、下記のとおりご報告申し上げます。

記

アンケート概要

アンケート実施期間

平成 20 年 3 月 14 日から平成 20 年 3 月 27 日まで

意見募集の結果

対象者数 1,040名
回答者数 610名
回答率 58%

回答者属性

性別 【男性】 325名 53% 【女性】 285名 47%

年代別

【20代】	【30代】	【40代】	【50代】	【60代】	【70代以上】
70名	147名	142名	143名	83名	25名
11%	24%	23%	23%	14%	4%

アンケート結果を受けて

【設問1～4】新聞広告「広報みえ」の注目度と内容理解度

県では、「信頼性」「詳報性」等を特長とする新聞メディアを利用する形で広告を掲載し、県政情報を発信しています。そして、この広告が県民の皆さんにどの程度伝わっているのかを定期的にお尋ねしているところです。

今回、「広報みえNo. 423」の広告注目度^{*1}は52.7%、広告内容理解度^{*2}は76.9%で、昨年度の数値(順に69.8%、88.9%)よりポイントを低下させはしましたが、依然、多くの皆さんに新聞広告が注目され、また内容も理解されていることがわかりました。

【設問4】では、皆さんに実際の広告をご覧いただいた上で、その印象を伺いました。「読みやすさ」「レイアウト」「紙面のまとまり」のいずれの項目においても、肯定的な回答が否定的な回答を上回りました。

しかしながら、その他意見では、「文字が小さい」「インパクトがない」といったご指摘が並びましたので、文字や図の大きさやデザインに一層の工夫を重ねてまいります。また、「呼びかけの言葉があるとよかった」等のご指摘も頂戴しましたので、これからの紙面作りのヒントとさせていただきます。

また、「内容に興味が無い」との意見も頂戴しました。【設問11】の回答から読みとれるような、皆さんの関心が高いテーマをできるだけ取り上げることに努めます。そして、いずれのテーマであっても、皆さんに県政を少しでも親しみやすく身近に感じていただける広報内容となるよう取り組んでまいります。

^{*1}広告注目度(%) = 広告記憶者数 / 新聞読者数 × 100

^{*2}広告内容理解度(%) = 広告内容理解者数 / 広告記憶者数 × 100

【設問5～6】 テレビ広報番組の視聴状況と内容理解度

県では、テレビ番組の利点(速報性、映像による説得性など)を生かして、県政情報をリアルタイムに、かつ、わかりやすい形で県民の皆さんにお届けしています。そして、この番組が県民の皆さんにどの程度視聴されているのかを定期的にお尋ねしているところです。

今回、アンケート対象とした番組は、「輝け！三重人(みえびと) ～ふるさと三重づくり～」(三重テレビ放送 第1～4金曜日 22時15分～22時30分、平成19年4月～放送中)です。

皆さんの視聴状況は、「いつも見ている」「ときどき見ている」「たまに見ている」「見たことがある」のいずれの回答も前年度の広報番組と比べてポイントを落とし、「見たことがない」が73%となり、番組開始1年未満という点を見積もっても、残念な結果になりました。

しかしながら、続く設問では、番組を視聴した方のうち83%は県政に対しての理解が「深まった」「少し深まった」と答え、番組内容については概ね好評でした。

これらの結果および【設問11】で頂戴したご意見を踏まえ、これからは少しでも多くの皆さんに番組をご覧いただけるよう、番組の存在を周知し、また今後は放送時間の検討をしております。

この番組は、県の広報番組といっても、堅苦しいものではありません。さまざまな分野で活躍する三重の‘人’にスポットを当てる番組です。皆さんに身近な人も出演しているかもしれません。皆さんには、ぜひ一度でもご覧いただければ幸いです。

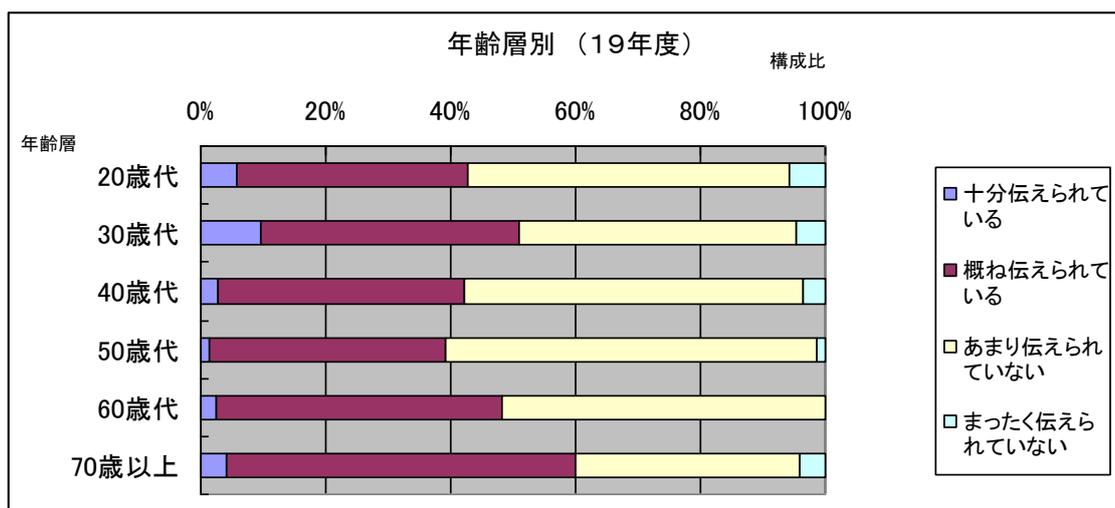
【設問7】 県からの情報の伝達度

県では、さまざまな方法で県の情報を県民の皆さんにお伝えする取組を行っていますが、県から発せられた情報が、県民の皆さんにどの程度伝わっているのか、その伝達度を施策の数値目標に掲げているところです。

アンケートの結果、「十分に伝えられていると思う」、「概ね伝えられていると思う」が、昨年度の数値(46.5%)に比べ、1.3ポイント低下し、45.2%となりました。

また、年代別に見てみると、特に50歳代、40歳代、20歳代の各世代において、特に否定的な意見が肯定的な意見を上回っています。

この結果を踏まえ、県民ニーズの的確な把握に一層努め、よりわかりやすい広報活動に取り組んでいく必要があります。



【設問8】 e-コメントの周知度

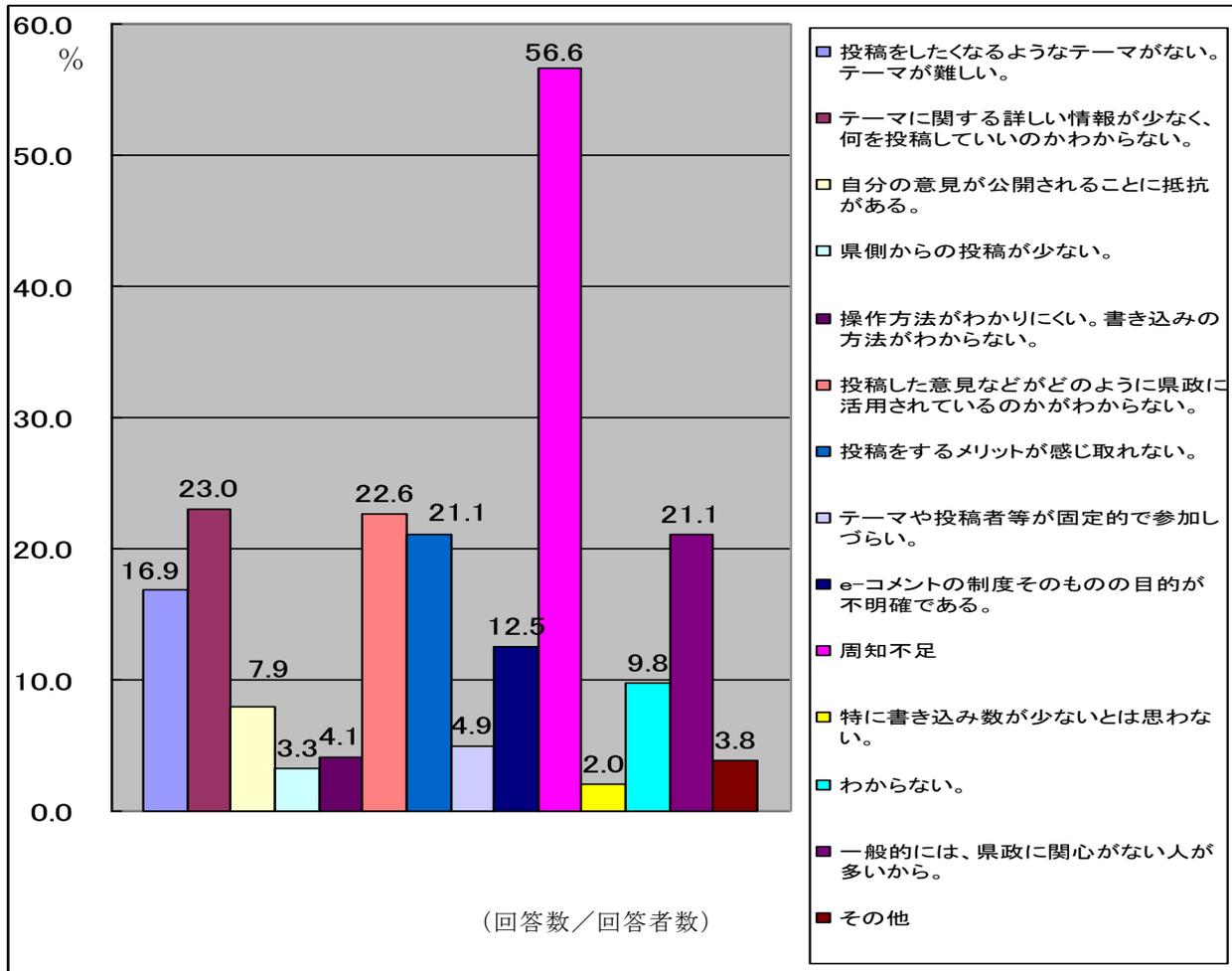
e-コメントについては、これまで、「県政だより みえ」をはじめ、テレビ、ラジオ、メールマガジンなどにより広報に努めるとともに、実際に、画面にアクセス・操作していただけるよう、県内各市町の公民館において開催されるパソコン講座などを訪れ、県民の皆さんに直接お知らせをしてきたところです。

しかしながら、これまでe-コメントを「見たことはない」、「今回のアンケートで初めて見た」との回答が、63.8%を占めました。

この結果を踏まえ、コスト面にも留意しながら、引き続き広報活動を続け、一人でも多くの県民の皆さんに「e-コメント」を知っていただくよう努力してまいります。

【設問9】 投稿しない理由

投稿数が少ない原因についてお尋ねしたところ、「周知不足」(56.6%)、「テーマに関する詳しい情報が少なく、何を投稿していいのかわからない」(23.0%)、「投稿した意見などがどのように県政に活用されているのかわからない」(22.6%)、「投稿するメリットを感じ取れない」(21.1%)、「一般的には、県政に関心がない人が多いから」(21.1%)という結果となりました。



この結果から、まずは、e-コメントを広く皆さんに知っていただく必要性があることを再認識したところで

す。また、よりわかりやすく情報を提供するよう心がけるとともに、活用事例を皆さんに知っていただけるよう画面を改善するなどの工夫をしていきたいと考えています。

なお、その他の意見としては、「書き込む時間、暇が無い」、「インターネットを使用している人自体が少ない」、「配色など画面が見づらい」といった意見が見られました。

【設問10】 携帯電話の活用

携帯電話を活用しての投稿についてお尋ねしたところ、「はい(投稿する)」はわずか3.7%にとどまり、「いいえ(投稿しない)」、「テーマ次第(で投稿する)」という回答が約8割を占めました。携帯電話の活用については、慎重に検討していく必要があります。

【設問11】 e-コメントへの意見・提案

e-コメントのテーマや具体的な改善点の提案、また、現状における問題点など数多くのご意見をいただきました。

まず、テーマについて、生活に密着したテーマを中心に次のような提案をいただきました。いただいた提案をもとに、関係各部署にテーマ設定の働きかけをいたします。

- 防災知識の向上につながるもの
- 交通安全について
- 若者の就労について
- 新しく実施するイベントや施設に関するもの
- 子育て、高齢者の医療・介護、バリアフリー等保健、医療、福祉に関するもの
- 地場産業の発展、特産品の開拓について
- 観光産業の発展について
- 教育について
- 県の税財政の状況 など

また、「食の安全・安心」、「環境問題」や「観光地の紹介」というテーマについてもご提案をいただきました。これらのテーマについては、それぞれ、e-コメントなどで現在募集していますので、ご覧ください。

また、改善策としましては、【設問8】や【設問9】と関連してきますが、いただいた主なご意見、ご提案は、次のとおりです。

- 「もっと周知に力をいれるべき」。中には、「県庁HPにわかりやすくバナー表示する」、「『県政だよりみえ』や通勤時間帯でのFM放送によるお知らせ」、「鉄道やバスの広告」、「映画館でのCM」など具体的なご提案をいただきました。

→【設問8】においても触れましたが、引き続き、パソコン講座などに出向き直接県民の皆さんにお知らせをしていくとともに、コスト面にも留意しながら、引き続き効果的な広報活動を続け、一人でも多くの県民の皆さんに「e-コメント」を知っていただくよう努力してまいります。

- 「(e-コメントの)主旨はわかりますが、県等に提案等しても『努力します』だの『ご理解下さい』ばかりの返答と感じます。係員の一存では難しいこともあるでしょうが、提案してよかったと思える返事や『e-コメントからこんなことができました』とか声がかかれたと感じるものになってほしいです。」

「(県民の皆さんが、)貴重な時間を割いて提案していただいた意見を読み取るだけの力が県側に必要」

「寄せられた提案などの活用結果を知らせる。」とのご意見をいただきました。

→いただいたご意見、ご提案については、真摯に受け止め、その内容が実現できてもできなくても、その対応結果については、きちんとお知らせしていくことが必要と考えています。県側からの最終のコメントにおいて、何らかの対応結果をわかりやすく伝えていくことができるよう担当室に働きかけをしていきます。

また、e-コメントの画面上にも、いただいたご提案などを活用した事例などを紹介するコーナーなどを設けていく方向で検討を進めています。

- 「県に意見をしたり、投稿をしたりする事は、県や市の職員ならともかく、一般県民にとってはとても、おおごとと感じるところがあります。」とのご意見もいただきました。

→「県政への参画」ということで、堅苦しく、また、敷居が高く感じられるとのご意見です。そう感じて

いただくことは本意ではありません。できる限り、身近なテーマにするとともに、クイズ形式やご自身の実践例などについてご紹介いただけるテーマも設けています。まずは、気軽に参加していただくことから始めていただければと思います。

- その他、「あくまでも行政が県民と意見を交わす場という位置づけで行わなければ、書き込む意欲も出ないでしょう。その中から具体的施策の原案を作りあげていく位置づけにしてみてもはどうでしょう。」
「楽しく会話ができるような雰囲気やテーマ設定が必要」
「クーポン券の添付やポイント制の導入など投稿者にとって何らかのメリットが必要」などの意見が多く寄せられました。

→ひとつひとつのご意見、ご提案を受け止め、今後の運営に活かしてまいりたいと思います。また、投稿された方へのインセンティブについては、制度の趣旨や実際の運用をどうしていくのか、また、経費面など検討していく課題がたくさんあります。慎重に検討を重ねてまいりたいと思います。

県民の方のご意見やお考えをお聴きし、県政に活かしていくことは、県政運営の基本と考えています。その機会としては、当然、顔をあわせて意見をお聞きする場も必要ですし、一方で、時間にとらわれない、一堂に会さなくても意見を伝えることができるというITの特性を活かした広聴の場も必要だと考えています。

いろいろな場を通じて、皆さんからご意見をいただき、その声を真摯に受け止め、その結果を県民の皆さんにお返ししていくことができるよう、今後とも努力してまいりたいと考えています。

引き続き、e-コメントについてもご活用いただきますようお願い申し上げます。

【お問い合わせ先】

三重県 政策部 広聴広報室

電話 059-224-2788(広報グループ)

電話 059-224-2140(広聴グループ)

Email koho@pref.mie.jp