

日立市の広報に関するアンケート調査結果について

1 アンケートの概要

- (1) 目的 市報紙面、ケーブルテレビ行政放送番組及びFM番組等に対する市民の意見や要望等を把握し、今後の広報の在り方を検討するための資料として活用する。
- (2) 対象 18歳以上の市民3,000人（住民基本台帳から無作為抽出）
- (3) 期間 平成30年9月21日（金）から10月5日（金）まで
- (4) 回収率 36.10%（1,083人／3,000人）

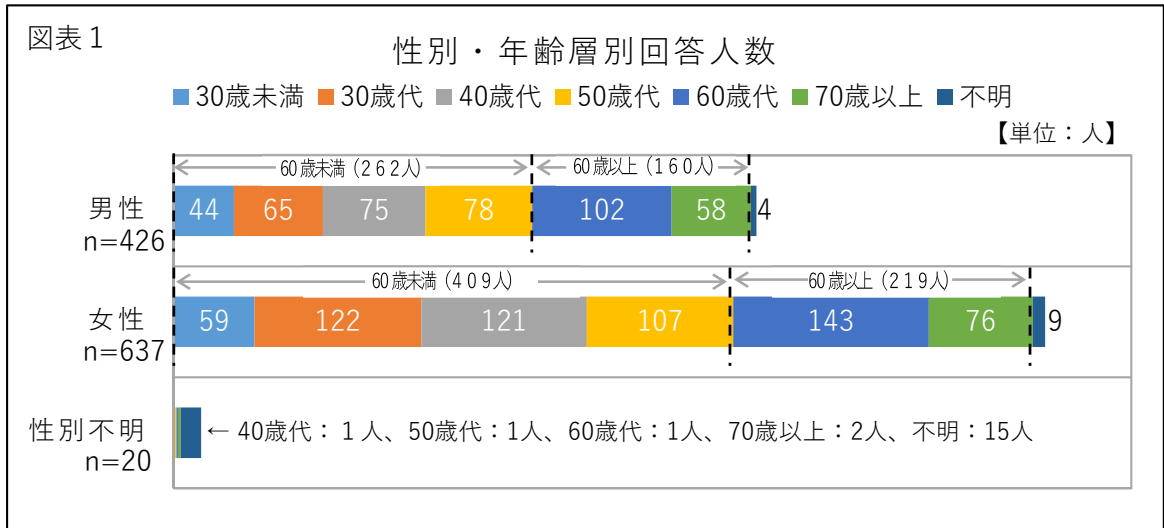
2 回答者の属性

(1) 性別と年齢層

ア 性別では、「女性（637人（58.8%）」が「男性（426人（39.3%）」の約1.5倍

イ 年齢層別では「60歳代（合計246人（22.7%）」が最多

ウ 年齢層を60歳で二分すると、60歳未満（合計673人（62.1%）」、60歳以上（合計382人（35.3%）」となり、いわゆる現役世代の回答が全体の約2／3

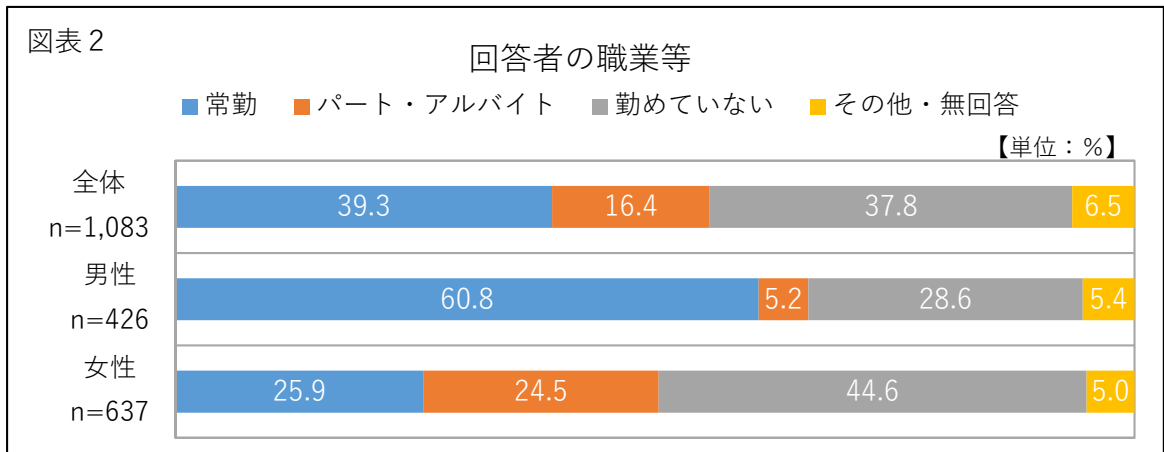


(2) 職業別

ア 全体では、勤めている人が55.7%（常勤（正規社員・職員、自営・役員、派遣社員）

39.3%、パート・アルバイト16.4%）、勤めていない人（無職、家事専業、学生）が37.8%

イ 勤めている人（「常勤」「パート・アルバイト」）は、男性66.0%、女性50.4%



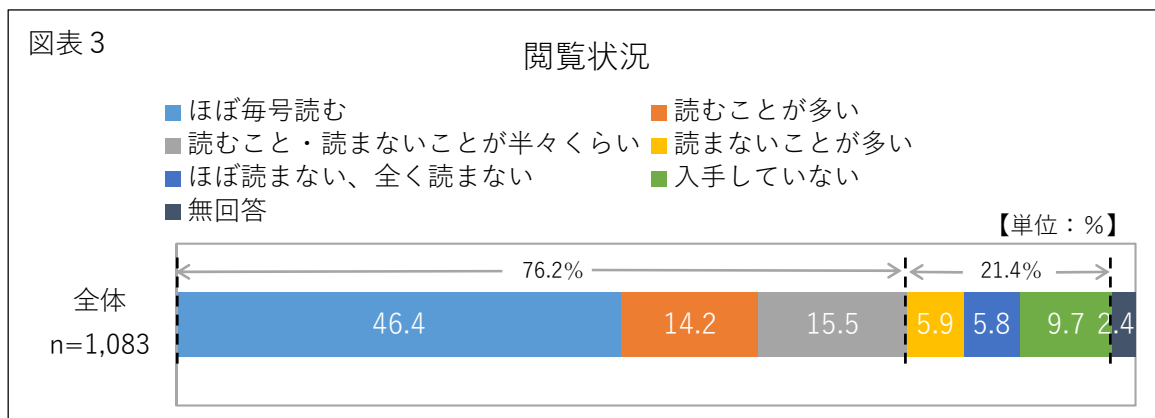
3 調査結果

(1) 市報について

ア 閲覧状況

(ア) おおむね読んでいる人は全体の約3/4（「ほぼ毎号読む」46.4%、「読むことが多い」14.2%、「読むこと・読まないことが半々くらい」15.5%、合計で76.2%）

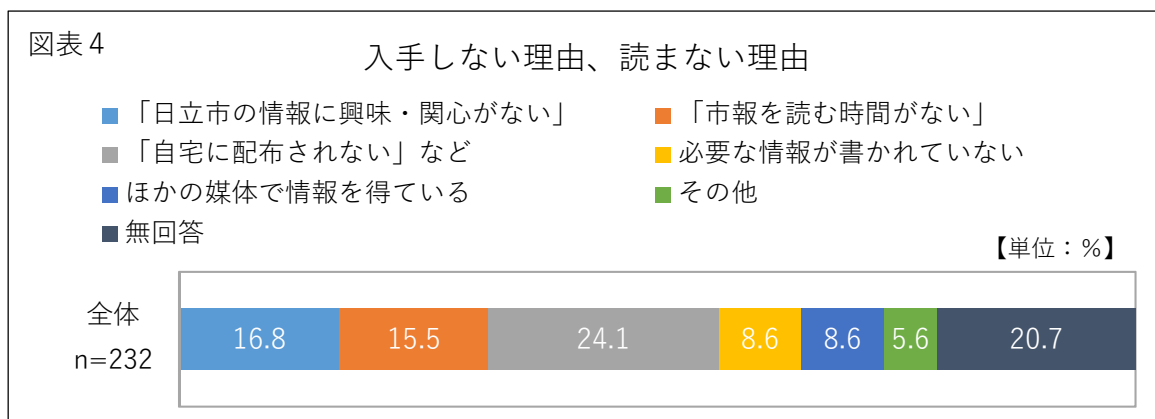
(イ) 読まない人・入手していない人は21.4%（「読まないことが多い」5.9%、「ほぼ読まない・全く読まない」5.8%、「入手していない」9.7%）（30歳未満では50.5%）



イ 入手していない理由、読まない理由など（232人に質問）

(ア) 「自宅に配布されない（入手できる場所を知らない）など」の理由が24.1%

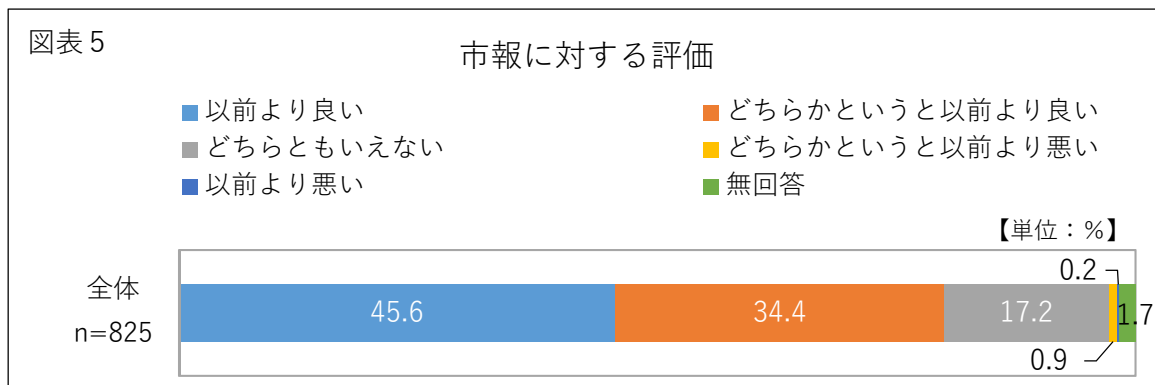
(イ) 「日立市の情報に興味や関心がない」の理由が16.8%

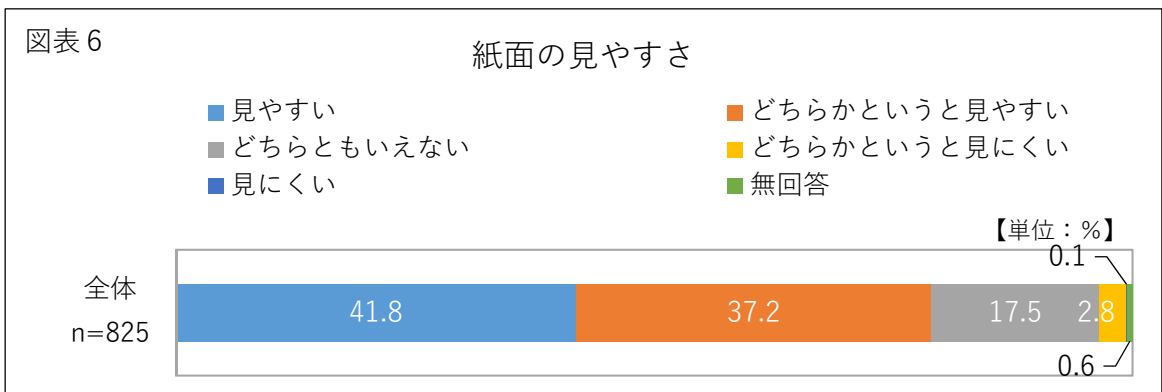


ウ 市報に対する評価（825人に質問）

(ア) フルカラー化の評価は「以前より良い」、「どちらかというと以前より良い」が80.0%

(イ) 紙面の見やすさは「見やすい」、「どちらかというと見やすい」が79.0%





エ その他（回答いただいた主な意見・要望等）

- (ア) 関心が高い記事は「情報ひろば」「行政記事」「まちの話題」「催事」「裏表紙」
- (イ) 自由記載欄には「全世帯への配布」に関する意見・要望をいただきました。
- (ウ) 特集で心掛けている「日立市の魅力、良いところ、光るもの」についての広報、「人の写真があり、暖かみを感じる記事」などを望む意見・要望もいただきました。

図表7 記事のうち関心のあるものトップ5（18項目中）

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=1,083 (複数回答)	情報ひろば 72.4	行政記事 36.4	まちの話題 35.8	(シセ)・ホールの催し 29.6	裏表紙 27.9

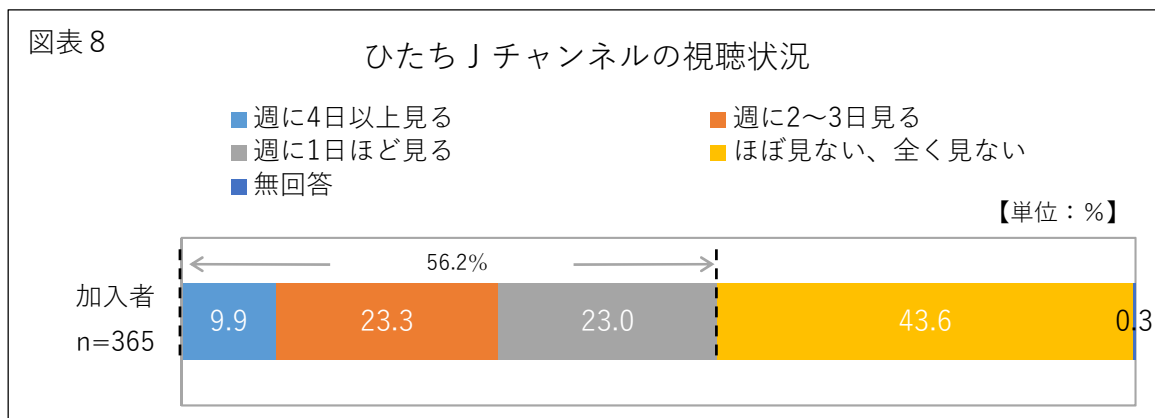
【単位 %】

今後の取組	短期：① 楽しめるコーナー記事の掲載（例 市民・若者に焦点、新しい活動の取材）
	② 関心が高い記事の掲載ページを活用（例 行政放送やHPへの誘導）
	長期：① 誰もが入手しやすい環境づくり
	② 「情報ひろば」等の更なる見やすさ、分かりやすさの向上
	継続：① 手に取って見たいくなる表紙デザインの工夫（新しさ、本文へ誘引）
	② 市の魅力や重要な取組などを伝える「特集」への注力
	③ 職員の写真撮影技術、レイアウトやデザイン能力の向上

(2) ケーブルテレビ行政放送について

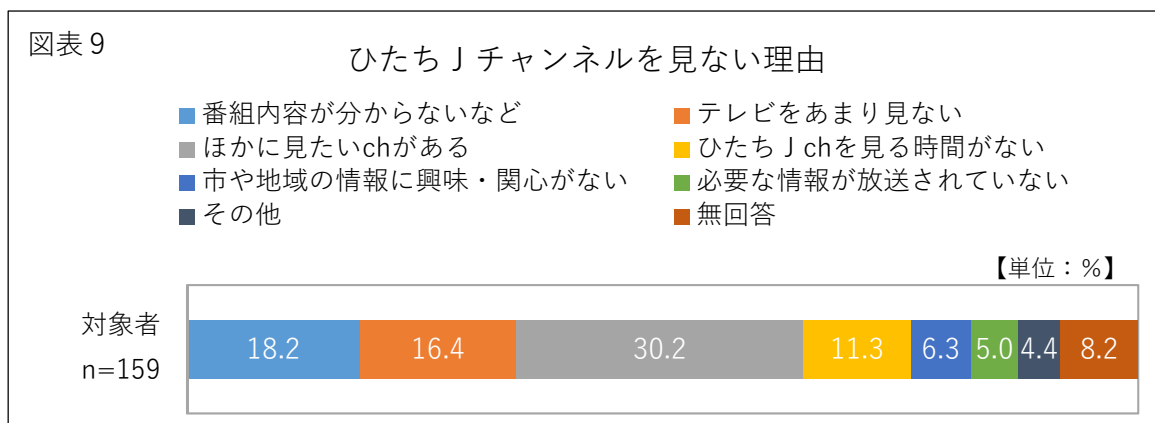
ア ひたちJチャンネルの視聴状況（365人に質問）

- (ア) JWAYケーブルテレビに「加入している」と答えた方365人のうち、「週1日以上見る」方は56.2%
 (イ) 「ほぼ見ない、全く見ない」方は43.6%。



イ ひたちJチャンネルを見ない理由（159人に質問）

- (ア) JWYケーブルテレビの加入者で、ひたちJチャンネルを「ほぼ見ない、全く見ない」と答えた方の番組を見ない主な理由は、「ほかに見たいチャンネルがある」30.2%、「番組内容が分からないなど」18.2%



ウ その他（回答いただいた主な意見・要望等）

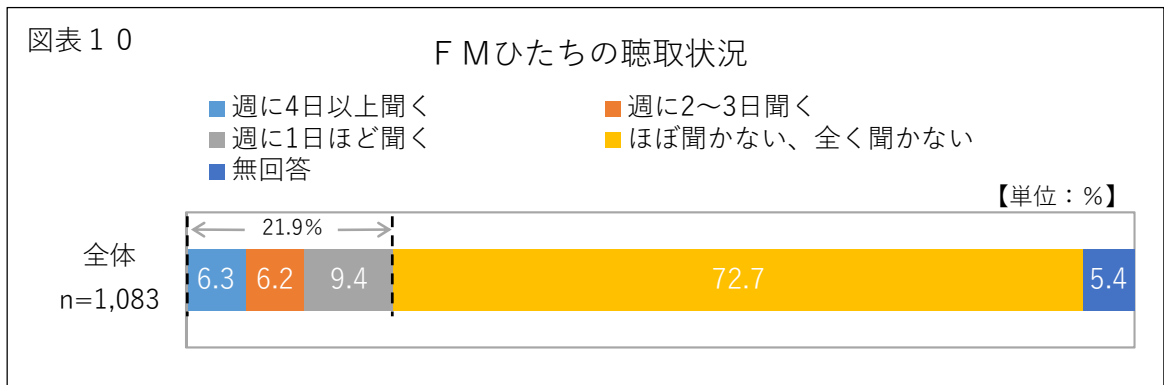
自由記載欄には、「番組の魅力向上」、「地域に密着した番組」に関する意見・要望をいただきました。

今後の取組	短期 ：① 番組PRの充実（例 平成31年2月20日号市報から写真を使ったPR）
	② 一部の番組はユーチューブで視聴できることのPRを実施
	長期 ：① 番組PRの充実（例 放送時間が余った場合の有効活用）
	② 視聴者の評価を把握する仕組みづくり（JWAYスタッフと市職員の意欲刺激）
	③ テレビ以外で番組を見られる方法の検討（ユーチューブ以外にも）
継続 ：① 地域密着型の番組づくりと番組の魅力向上（JWAYと定期協議）	

(3) コミュニティFMについて

ア FMひたちの聴取状況

全体で週1日以上聞く人は21.9%（週に4日以上6.3%、週に2～3日6.2%、週に1日ほど9.4%）。



<備考>

事業者（(株)えふえむひたち）実施アンケート※では、「6時から9時まで」（41.1%）と「18時から21時まで」（23.2%）に、「車の中」（71.9%）で聞く人が多いという結果（※） 平成30年12月発表されたアンケート結果（2,983人が回答）

今後の取組	短期： ① 放送時間帯の変更を優先し、(株)えふえむひたちと協議
	② 日立市提供番組をPRする方法を検討（市報やSNS等の活用）
	長期： ① 各番組の魅力向上について、(株)えふえむひたちと協力して推進

(4) 市の広報に対する要望など

ア 取り上げてほしいテーマなど

「イベント」、「健康・福祉」、「地域の出来事」等のほか、「名所・レジャー」、「道路、交通等」、「地元の農水産物」、「スポーツ、運動」など、あまり取り上げてこなかったテーマにも一定のニーズがあることが分かりました。

図表11 取り上げてほしいテーマトップ10（18項目中）

		【単位 %】								
		1位	2位	3位	4位	5位				
全体 n=1,083 (複数回答)	イベント、名所、レジャー	47.8	健康・福祉	32.2	地域の出来事	29.5	防災・消防	26.5	季節の話題	25.2
		6位	7位	8位	9位	10位				
	道路・交通等	23.6	子育て・教育	23.1	予算、計画等	19.8	地元の農水産物	18.7	スポーツ、運動	18.0

<備考>

取り上げてほしいテーマには、年齢層ごとに特徴が見られました。
30歳代以下では「若い世代への支援」、「女性への支援」

40歳代以下では「子育て、子どもの教育」

40歳代以上では「健康・福祉」

イ 市公式ホームページ（HP）やSNSの利用状況

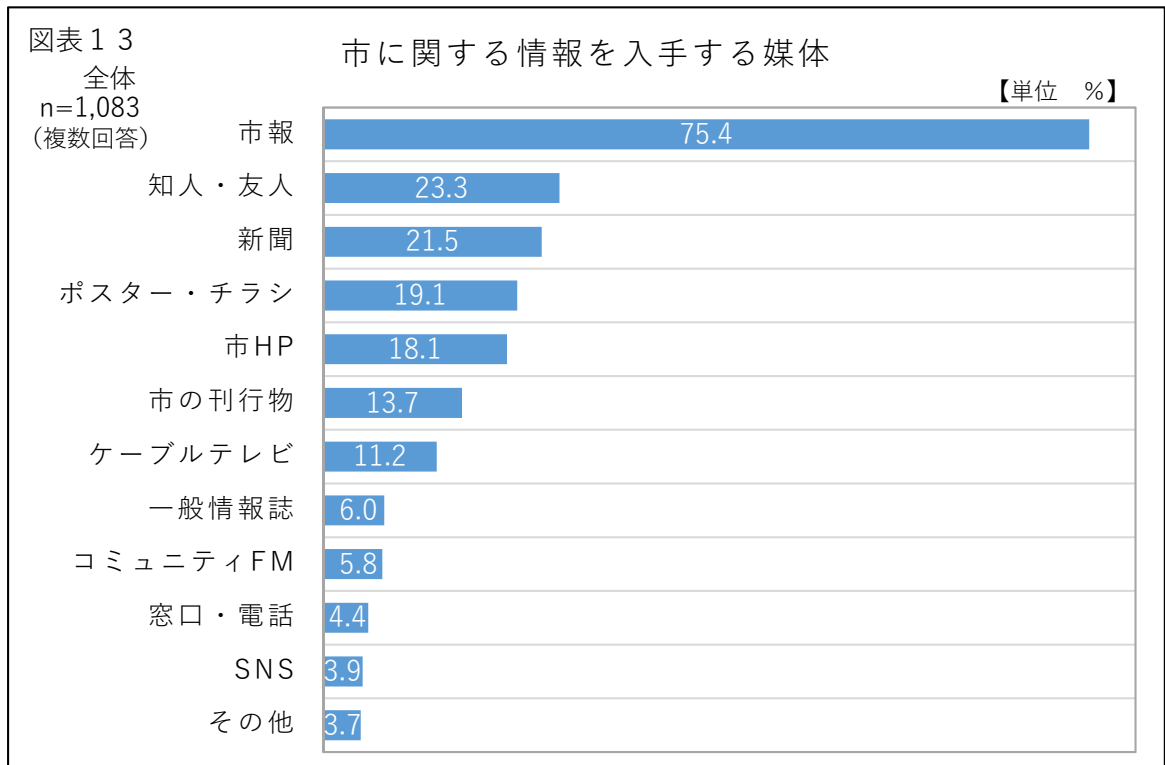
最も利用者が多いのは市公式HPで、これにフェイスブック、ツイッターが続いています。

図表12 市公式HPやSNSを月1回以上利用している人 【単位 %】

	HP	フェイスブック	ツイッター	インスタグラム	ユーチューブ
全体 n=1,083	9.0	3.9	3.2	2.2	1.4

ウ 市に関する情報を入手する媒体（回答割合の多い順）

市に関する情報の入手媒体についての回答割合は、「市報」が最も多く、次いで「知人・友人」「新聞」「ポスター・チラシ」「市HP」の順です。



今後の取組

短期：① あまり取り上げてこなかったが、一定のニーズがあるテーマ等を活用し、新鮮味と魅力ある広報を推進

長期：① 市報、HP、ケーブルテレビを中心に広報事業を推進しながら、対象や内容に合った媒体を選択するノウハウの蓄積を図る。

継続：① 公式SNSについて、18歳未満を含む若い世代向けの媒体として定着を図る。

以上