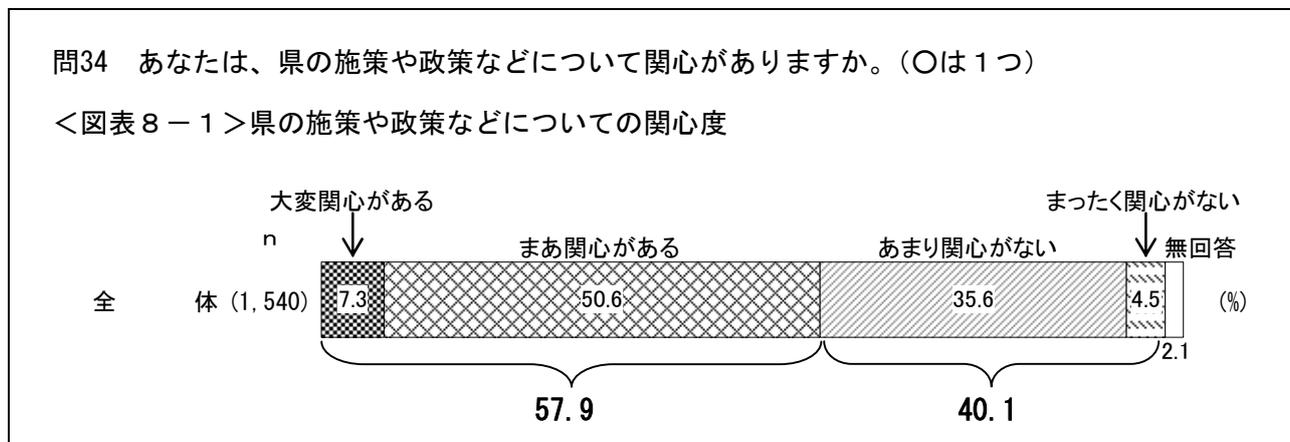


## 8 広報・広聴活動について

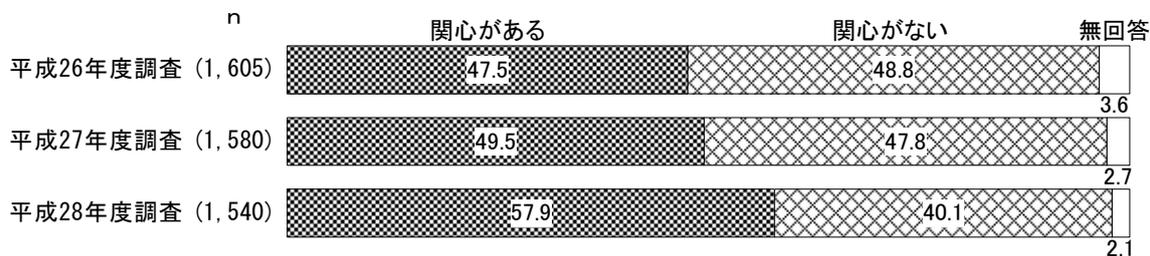
### (1) 県の施策や政策などについての関心度

◇『関心がある』が約6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」(7.3%)と「まあ関心がある」(50.6%)を合わせた『関心がある』(57.9%)が約6割で高くなっている。一方、「あまり関心がない」(35.6%)と「まったく関心がない」(4.5%)を合わせた『関心がない』(40.1%)は4割となっている。(図表8-1)

〔参考〕平成26年度・平成27年度の同様の項目による調査結果との比較(単位:%)



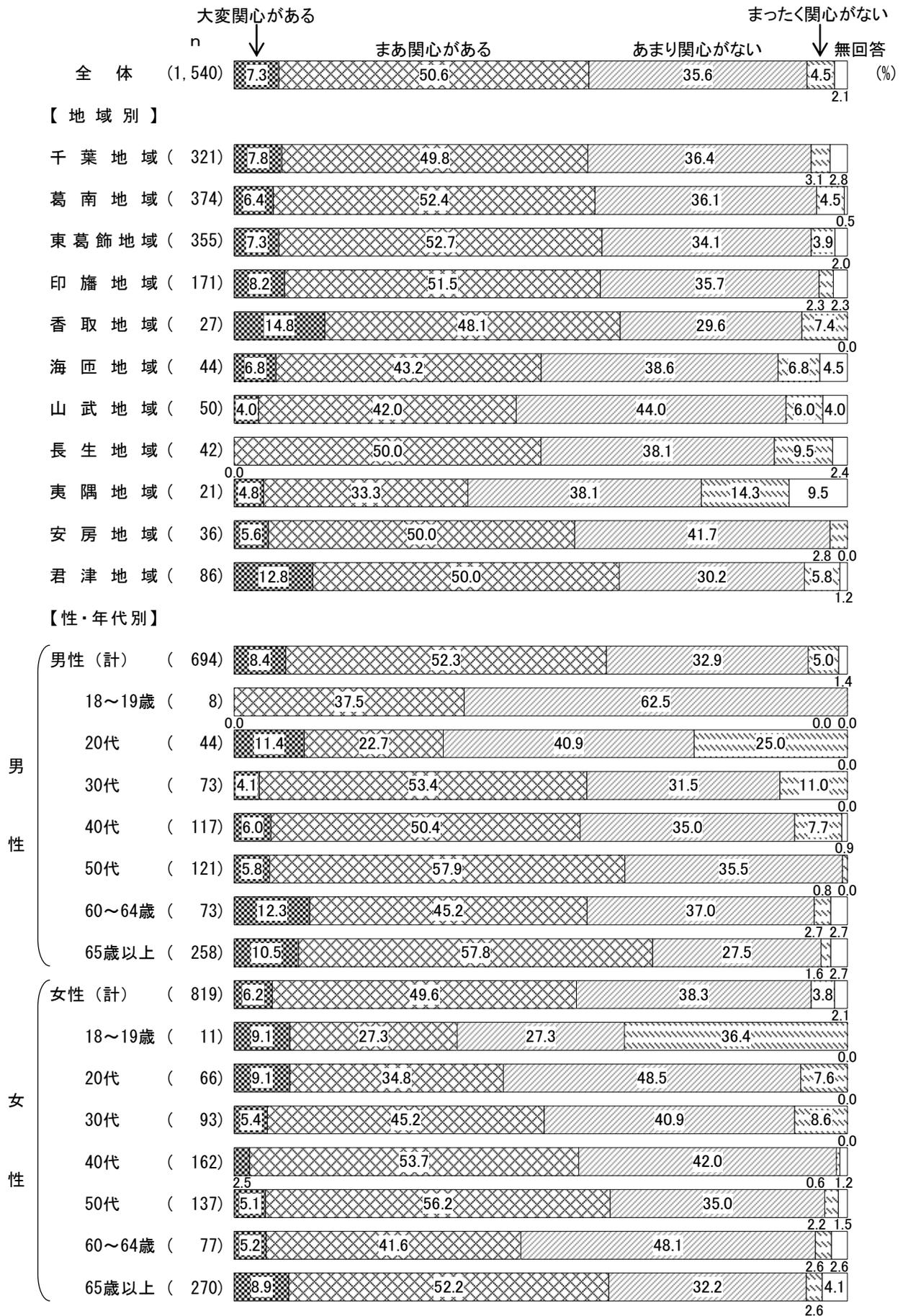
#### 【地域別】

地域別にみると、『関心がある』は“香取地域”(62.9%)と“君津地域”(62.8%)が6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、『関心がある』は男性の65歳以上(68.3%)が約7割、男性の50代(63.7%)が6割台半ばで高くなっている。一方、『関心がない』は男性の20代(65.9%)が6割台半ばで高くなっている。(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

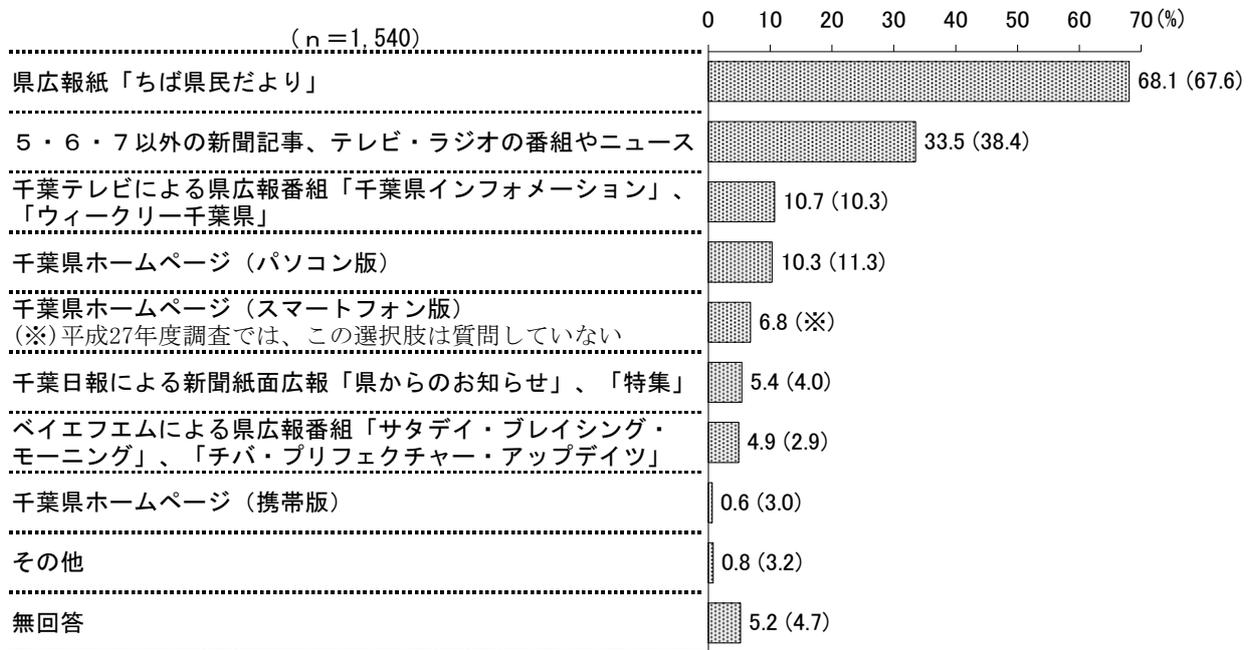


## (2) 県政に関する情報を得る手段

◇「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。(〇はいくつでも)

<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27年度の同様の項目による調査結果 n=1,580

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』」(68.1%)が約7割で最も高く、以下、「5・6・7以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」(33.5%)、「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』」(10.7%)、「千葉県ホームページ(パソコン版)」(10.3%)が続く。(図表8-3)

※ 「5・6・7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、5・6・7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』」を指す

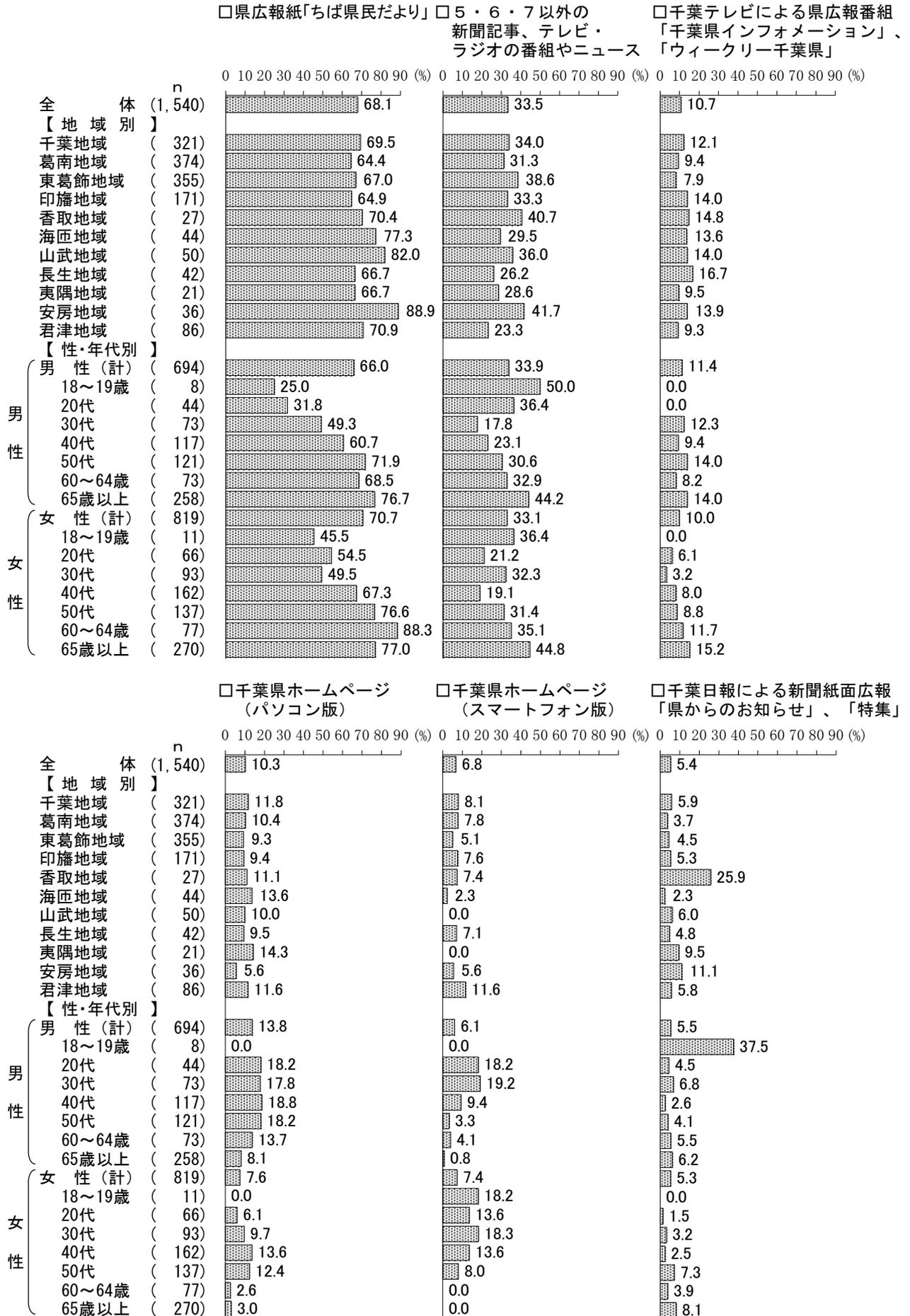
### 【地域別】

地域別にみると、「県広報紙『ちば県民だより』」は“安房地域”が約9割で高くなっている。「5・6・7以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」は“安房地域”(41.7%)が4割を超えて高くなっている。(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』」は女性の60~64歳(88.3%)が約9割で高くなっている。「5・6・7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(44.2%)と女性の65歳以上(44.8%)が4割台半ばで高くなっている。(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）

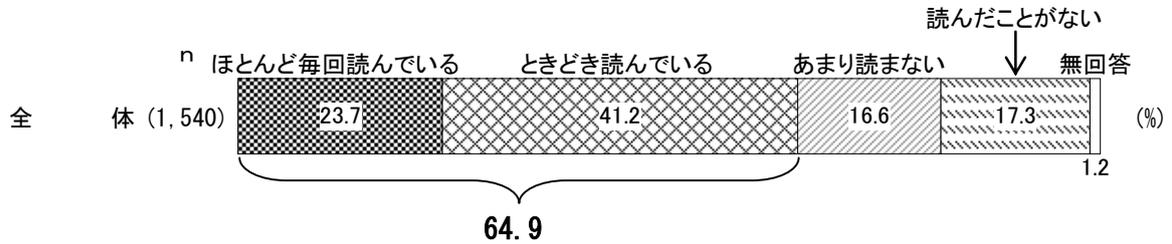


### (3) 県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況

◇『読んでいる』が6割台半ば

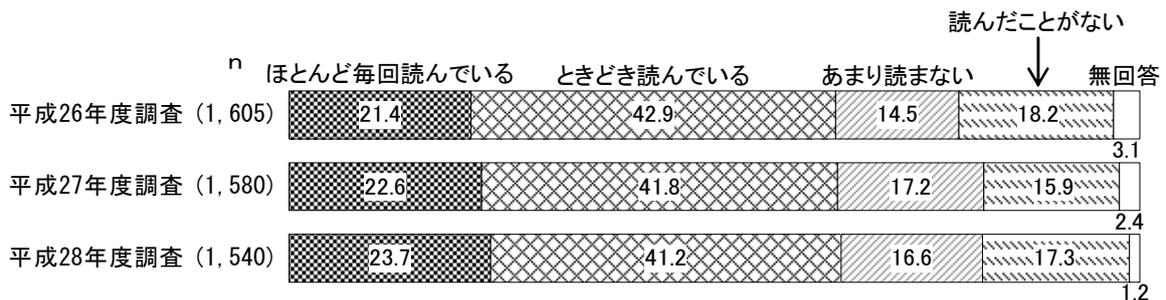
問36 あなたは、県広報紙「ちば県民だより」を読んでいますか。(○は1つ)

<図表8-5> 県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況



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」(23.7%)と「ときどき読んでいる」(41.2%)を合わせた『読んでいる』(64.9%)が6割台半ばとなっている。一方、「あまり読まない」(16.6%)は1割台半ば、「読んだことがない」(17.3%)は約2割となっている。(図表8-5)

【参考】平成26年度・平成27年度の同様の項目による調査結果との比較 (単位: %)



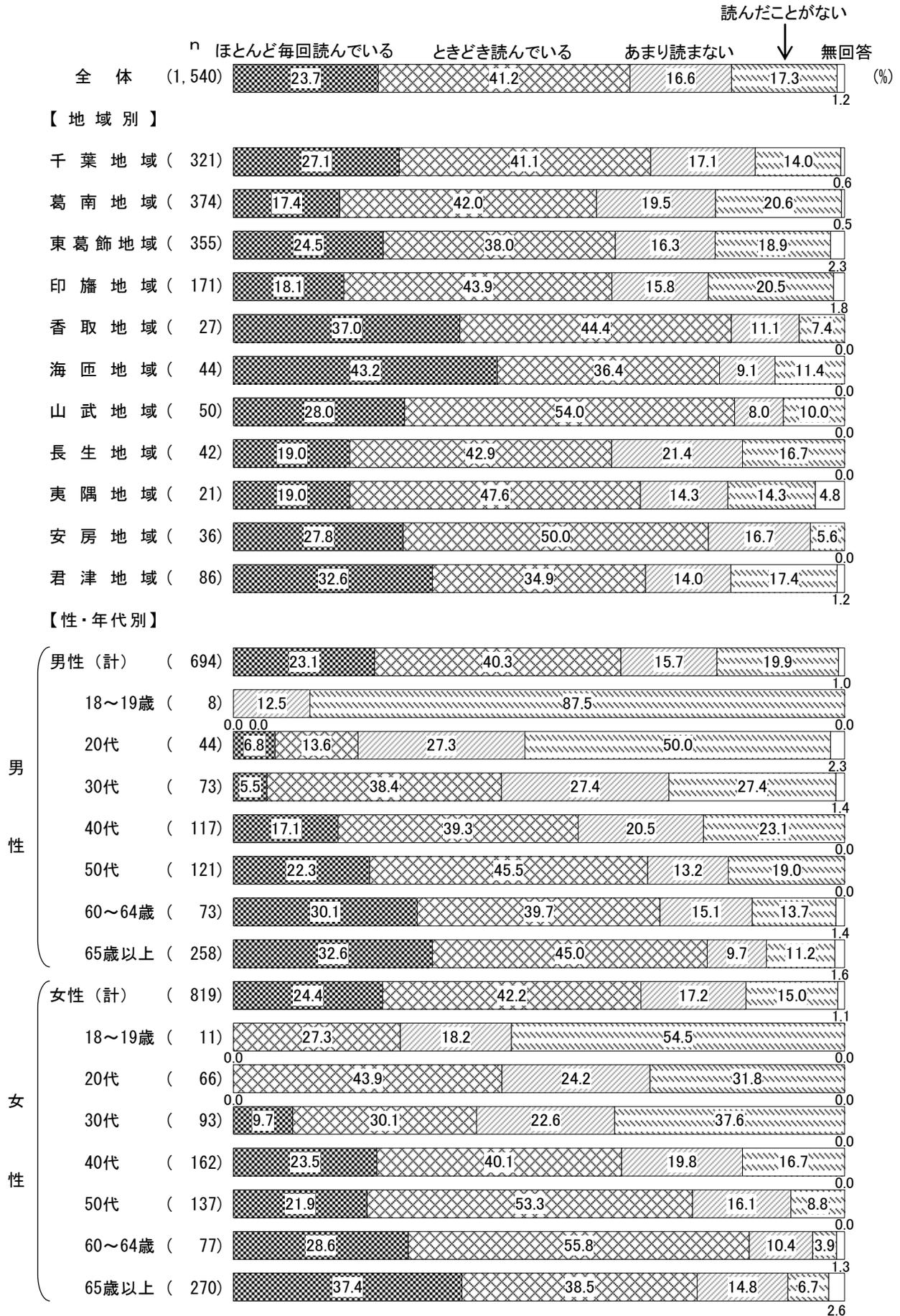
#### 【地域別】

地域別にみると、『読んでいる』は“山武地域”(82.0%)と“香取地域”(81.4%)が8割を超えて高くなっている。(図表8-6)

#### 【性・年代別】

性・年代別にみると、『読んでいる』は女性の60~64歳(84.4%)が8割台半ば、男性の65歳以上(77.6%)が約8割で高くなっている。(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



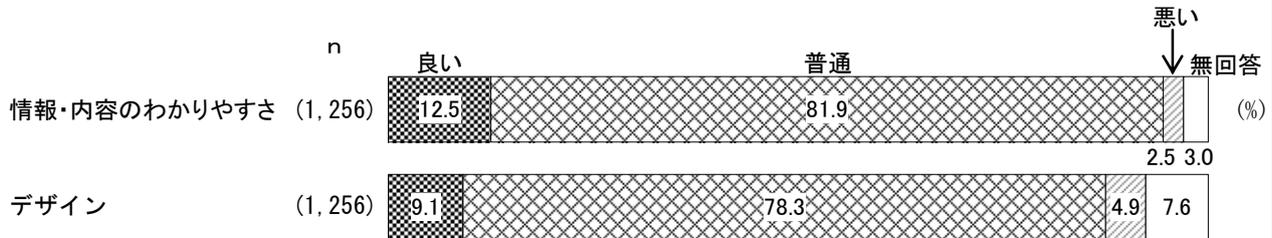
### (3-1) 「ちば県民だより」の内容について

◇情報・内容のわかりやすさ、デザインともに「良い」が1割前後

(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)

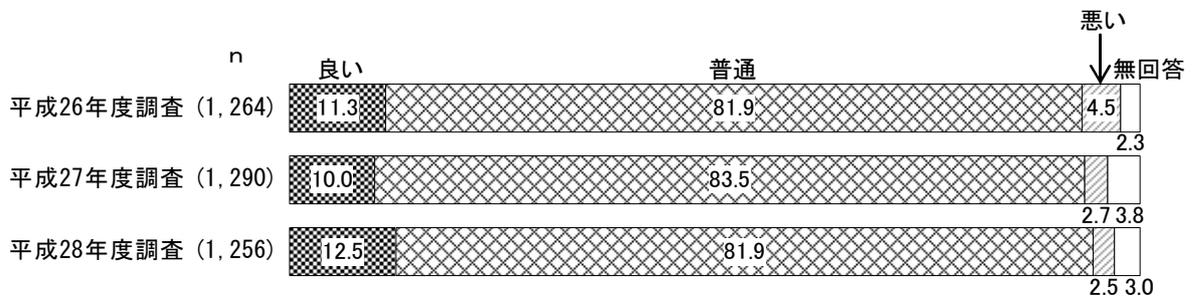
〈図表8-7〉「ちば県民だより」の内容について



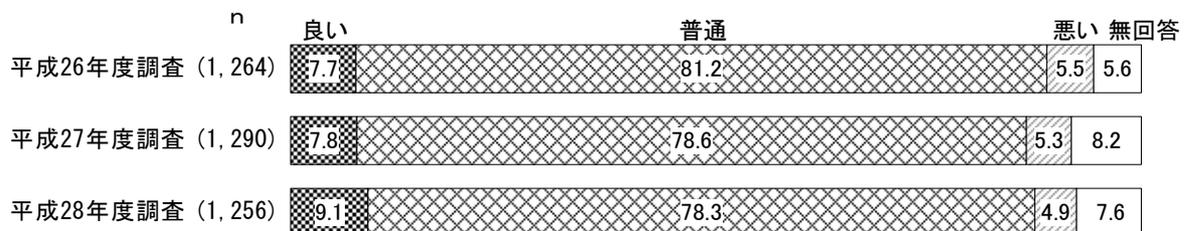
県広報紙「ちば県民だより」を「ほとんど毎回読んでいる」、「ときどき読んでいる」、「あまり読まない」と回答した1,256人を対象に、「ちば県民だより」の内容について聞いたところ、〈情報・内容のわかりやすさ〉において、「良い」(12.5%)が1割を超え、「普通」(81.9%)は8割を超えている。〈デザイン〉において、「良い」(9.1%)が約1割で、「普通」(78.3%)は約8割となっている。(図表8-7)

〔参考〕平成26年度・平成27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“安房地域”（23.5%）と“海匠地域”（23.1%）が2割を超えて高くなっている。〈デザイン〉において、「良い」は“夷隅地域”（23.5%）が2割を超えて高くなっている。（図表8－8）

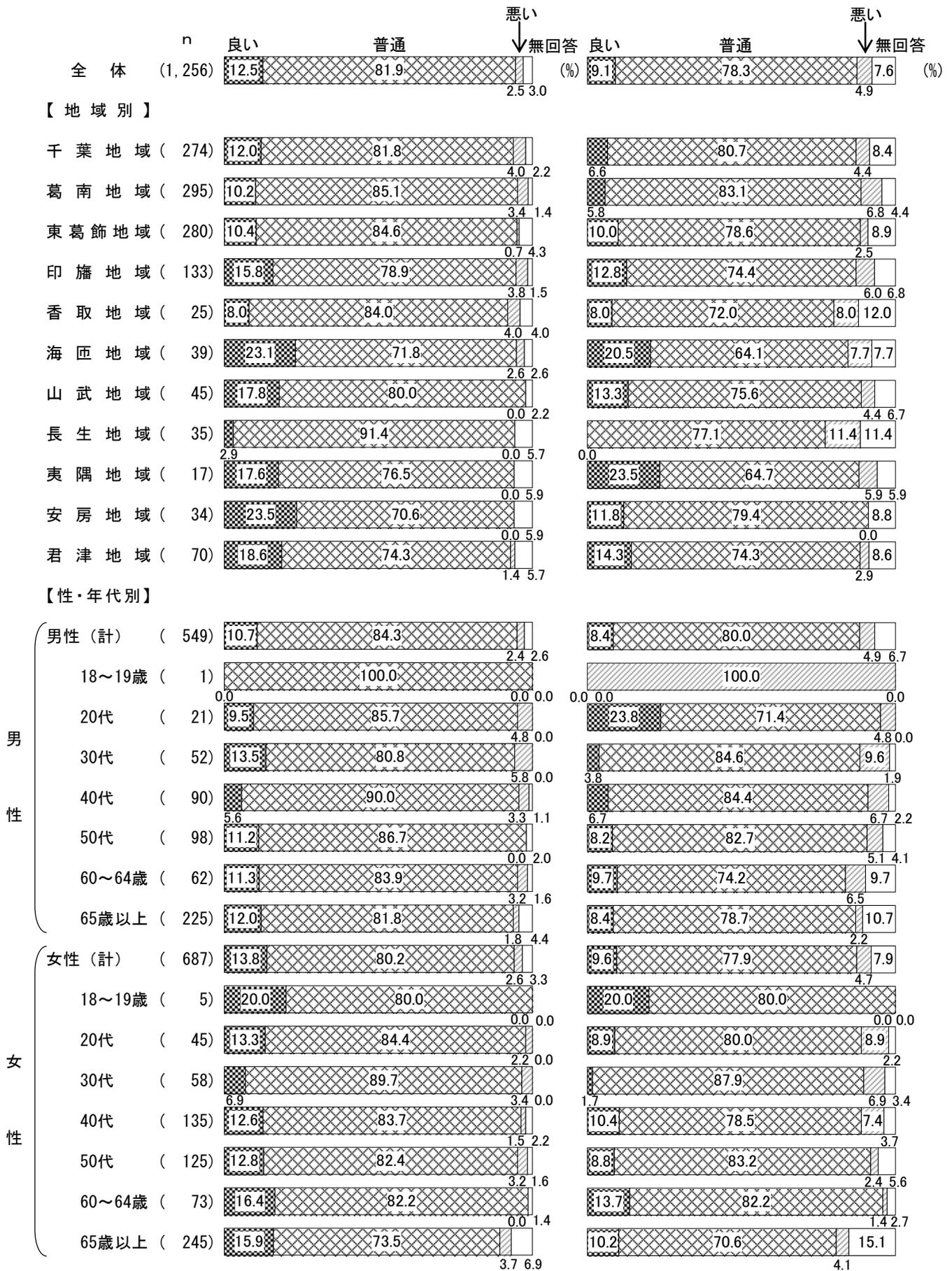
**【性・年代別】**

性・年代別にみると、〈情報・内容のわかりやすさ〉において、「良い」は女性の60～64歳（16.4%）、65歳以上（15.9%）が1割台半ばで高くなっている。〈デザイン〉において、「良い」は男性の20代（23.8%）が2割台半ばで高くなっている。（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

<情報・内容のわかりやすさ>

<デザイン>

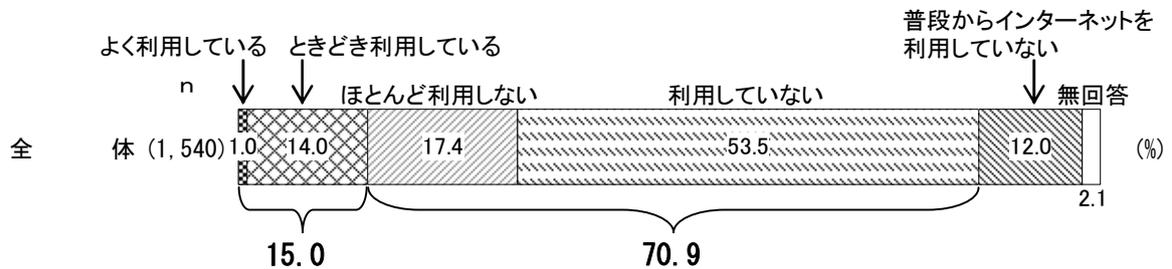


#### (4) 千葉県ホームページの利用頻度

◇『利用している』が1割台半ば

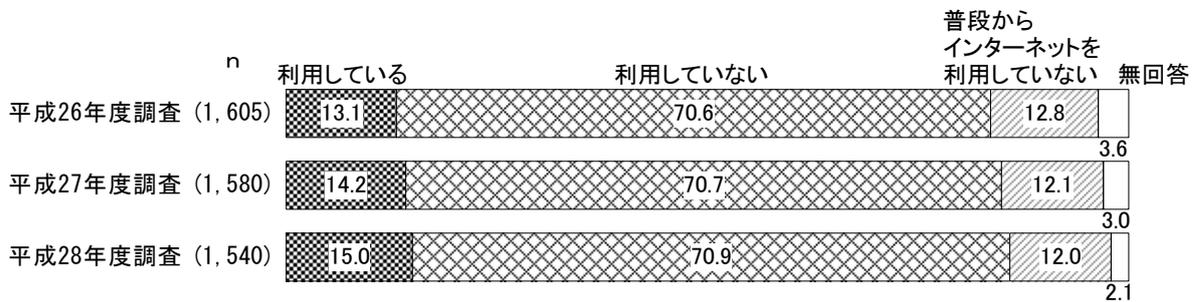
問37 あなたは、千葉県ホームページを利用していますか。(○は1つ)

<図表8-9>千葉県ホームページの利用頻度



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」(1.0%)と「ときどき利用している」(14.0%)を合わせた『利用している』(15.0%)が1割台半ばとなっている。一方、「ほとんど利用しない」(17.4%)と「利用していない」(53.5%)を合わせた『利用していない』(70.9%)は7割となっている。(図表8-9)

[参考] 平成26年度・平成27年度の同様の項目による調査結果との比較 (単位: %)



#### 【地域別】

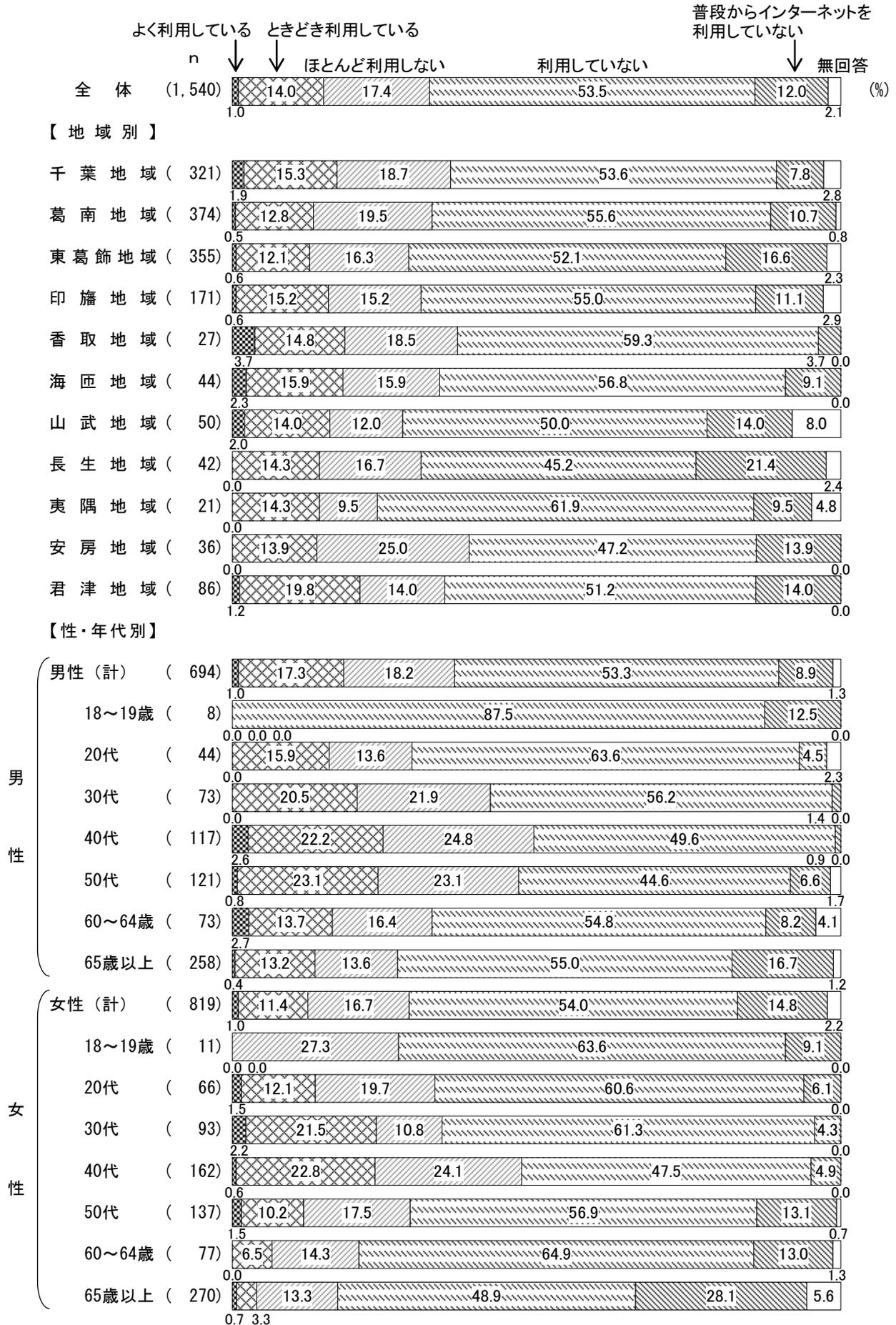
地域別にみると、『利用している』は“君津地域”(21.0%)が2割を超えて高くなっている。

(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(24.8%)、50代(23.9%)と女性の30代(23.7%)、40代(23.4%)が2割台半ばで高くなっている。(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

◇「普通」が8割台半ば

(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)

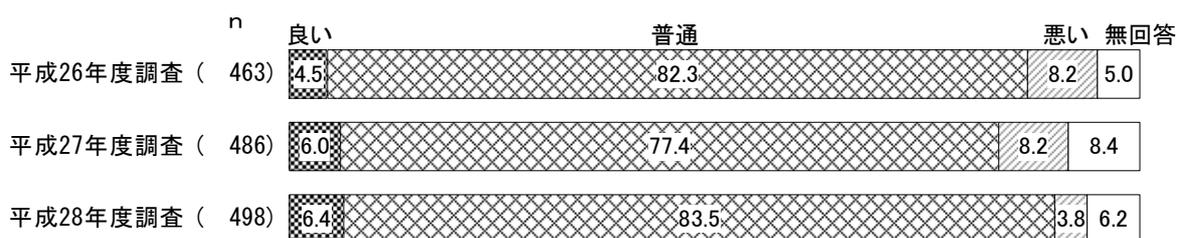
問37-1 千葉県ホームページの情報・内容のわかりやすさはいかがですか。(〇は1つ)

<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



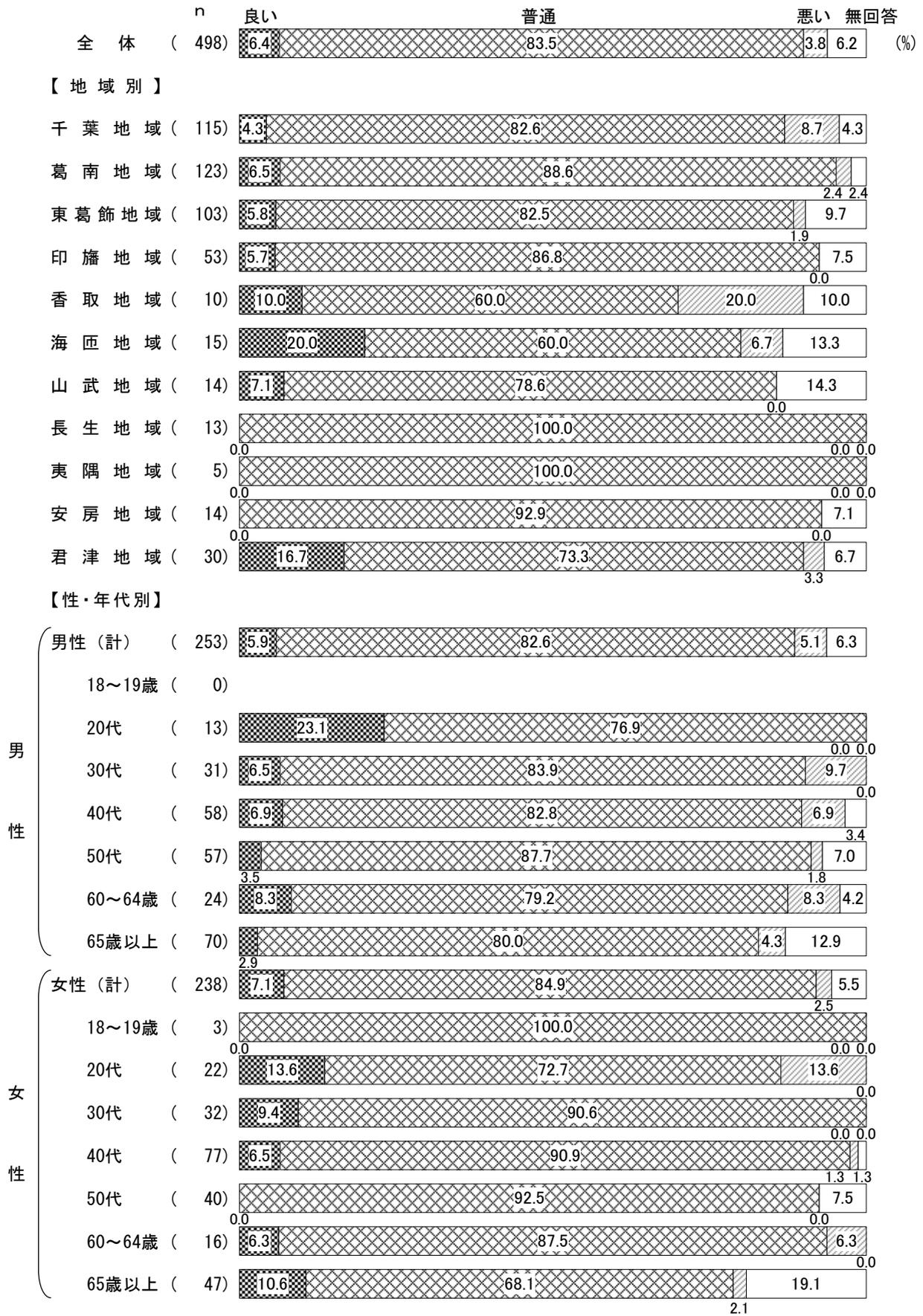
千葉県ホームページを「よく利用している」、「ときどき利用している」、「ほとんど利用しない」と回答した498人を対象に、千葉県ホームページの情報・内容のわかりやすさについて聞いたところ、「良い」(6.4%)が1割未満、「普通」(83.5%)は8割台半ばとなっている。(図表8-11)

[参考] 平成26年度・平成27年度の同様の項目による調査結果との比較(単位:%)



(※サンプル数の少ない属性の分析については、「報告書の見方」を参照)

<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』が1割台半ば

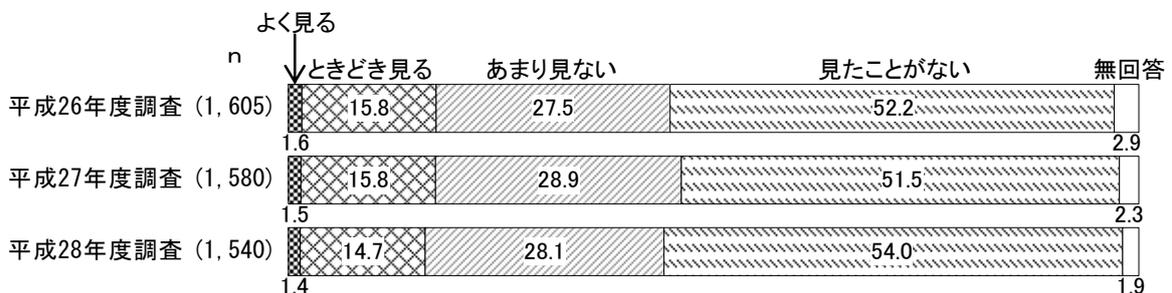
問38 県では、千葉テレビ放送において、県の広報番組「千葉県インフォメーション」、「ウィークリー千葉県」を毎週放送しています。あなたは、これらの番組をどの程度ご覧になりますか。(〇は1つ)

<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」(1.4%)と「とくどき見る」(14.7%)を合わせた『見る』(16.1%)が1割台半ばとなっている。一方、「あまり見ない」(28.1%)は約3割、「見たことがない」(54.0%)は5割台半ばとなっている。(図表8-13)

[参考] 平成26年度・平成27年度の同様の項目による調査結果との比較 (単位: %)



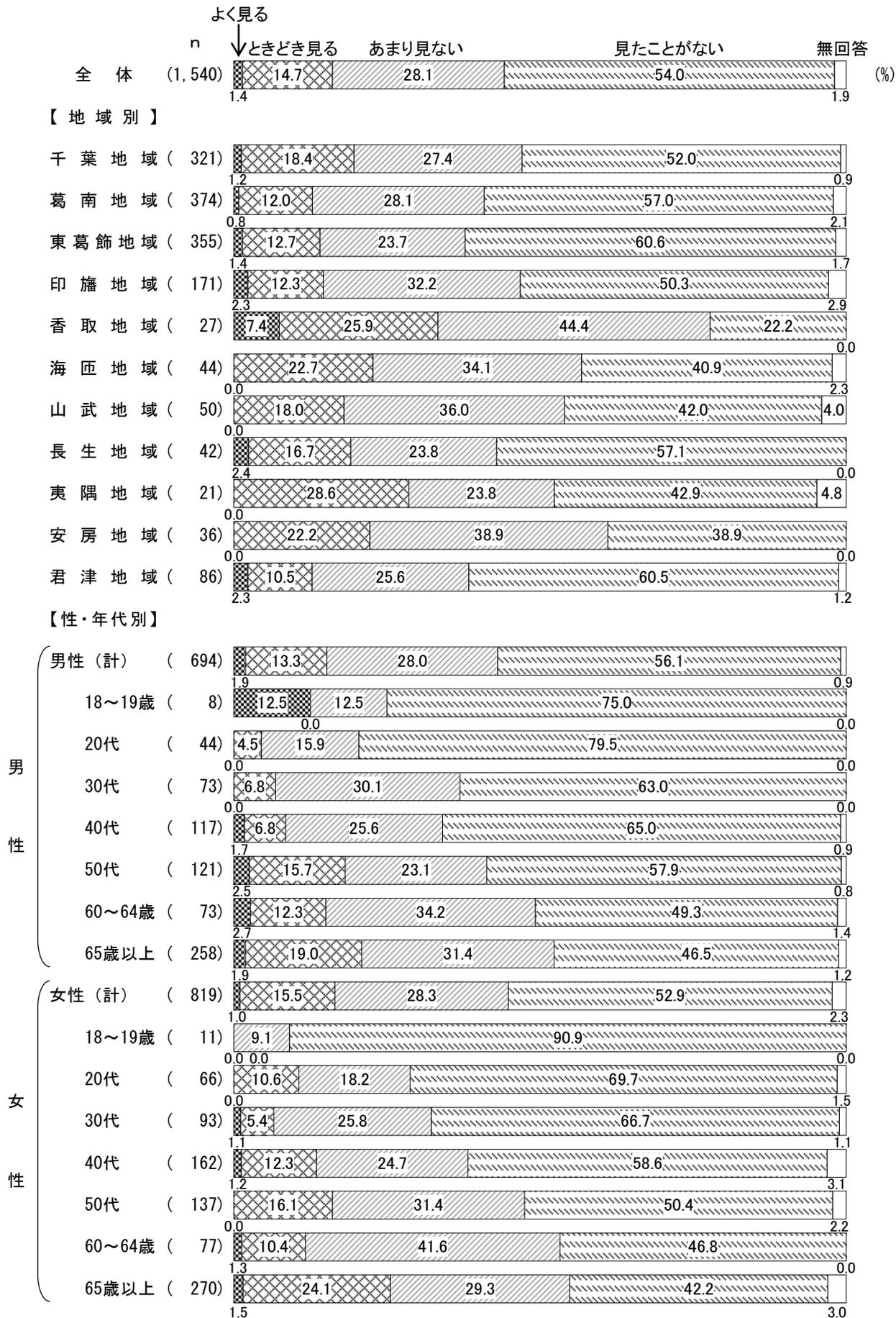
### 【地域別】

地域別にみると、『見る』は“香取地域”(33.3%)が3割を超え、“夷隅地域”(28.6%)が約3割で高くなっている。(図表8-14)

### 【性・年代別】

性・年代別にみると、『見る』は女性の65歳以上(25.6%)が2割台半ば、男性の65歳以上(20.9%)が2割で高くなっている。(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

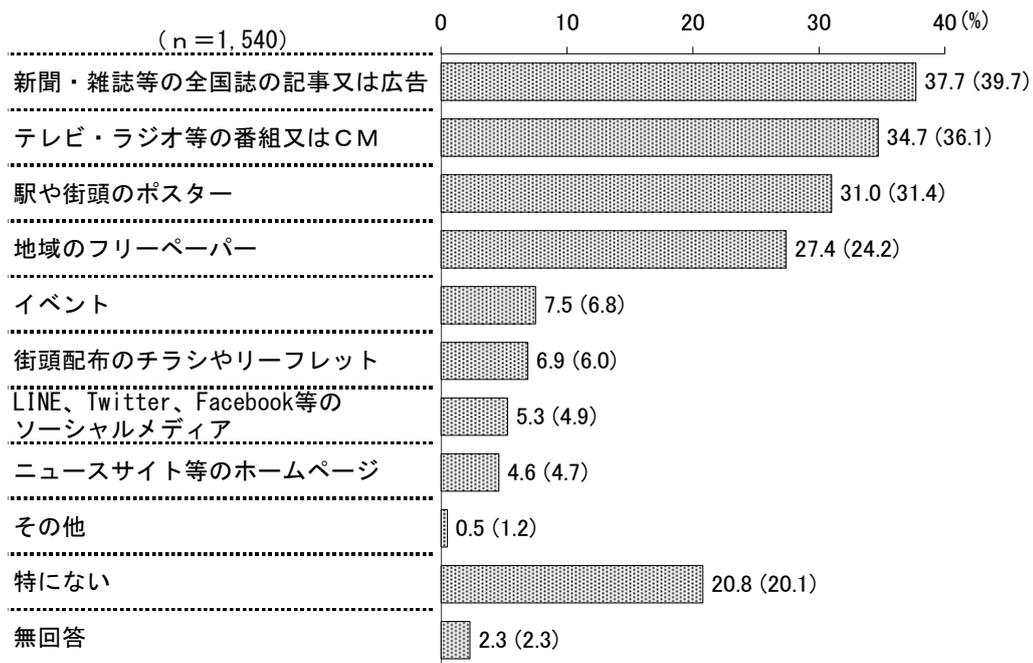


## (6) 県の広報以外の媒体での県情報の視聴状況

◇「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27年度の同様の項目による調査結果 n=1,580

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」(37.7%)が約4割で最も高く、以下、「テレビ・ラジオ等の番組又はCM」(34.7%)、「駅や街頭のポスター」(31.0%)、「地域のフリーペーパー」(27.4%)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(スマートフォン版)」、「4 千葉県ホームページ(携帯版)」、「5 千葉日報による新聞紙面広報『県からのお知らせ』、『特集』」、「6 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』を指す)

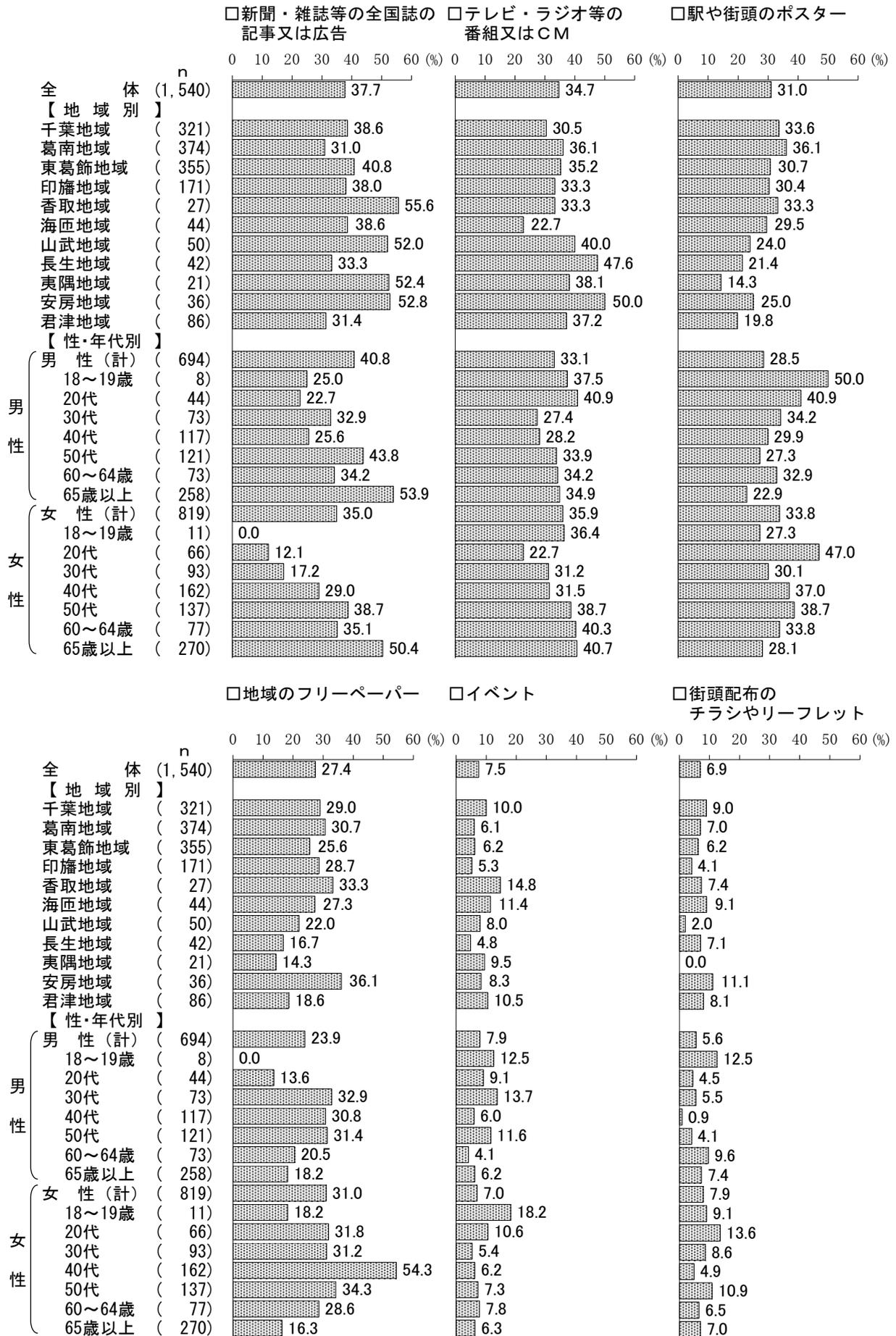
### 【地域別】

地域別にみると、「新聞・雑誌等の全国誌の記事又は広告」は“香取地域”(55.6%)が5割台半ばで高くなっている。「テレビ・ラジオ等の番組又はCM」は“安房地域”(50.0%)が5割で高くなっている。(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(53.9%)が5割台半ば、女性の65歳以上(50.4%)が5割で高くなっている。「地域のフリーペーパー」は女性の40代(54.3%)が5割台半ばで高くなっている。(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）

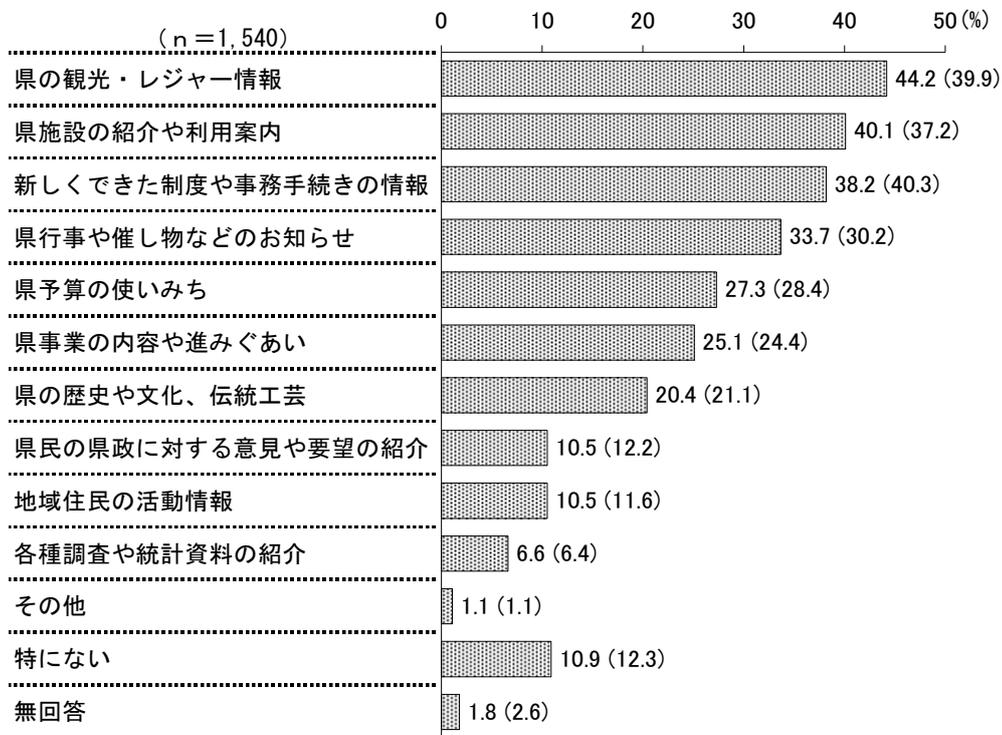


## (7) 県の知りたい情報

◇「県の観光・レジャー情報」が4割台半ば

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27年度の同様の項目による調査結果 n=1,580

県のどのような情報が知りたいか聞いたところ、「県の観光・レジャー情報」(44.2%)が4割台半ばで最も高く、以下、「県施設の紹介や利用案内」(40.1%)、「新しくできた制度や事務手続きの情報」(38.2%)、「県行事や催し物などのお知らせ」(33.7%)が続く。(図表8-17)

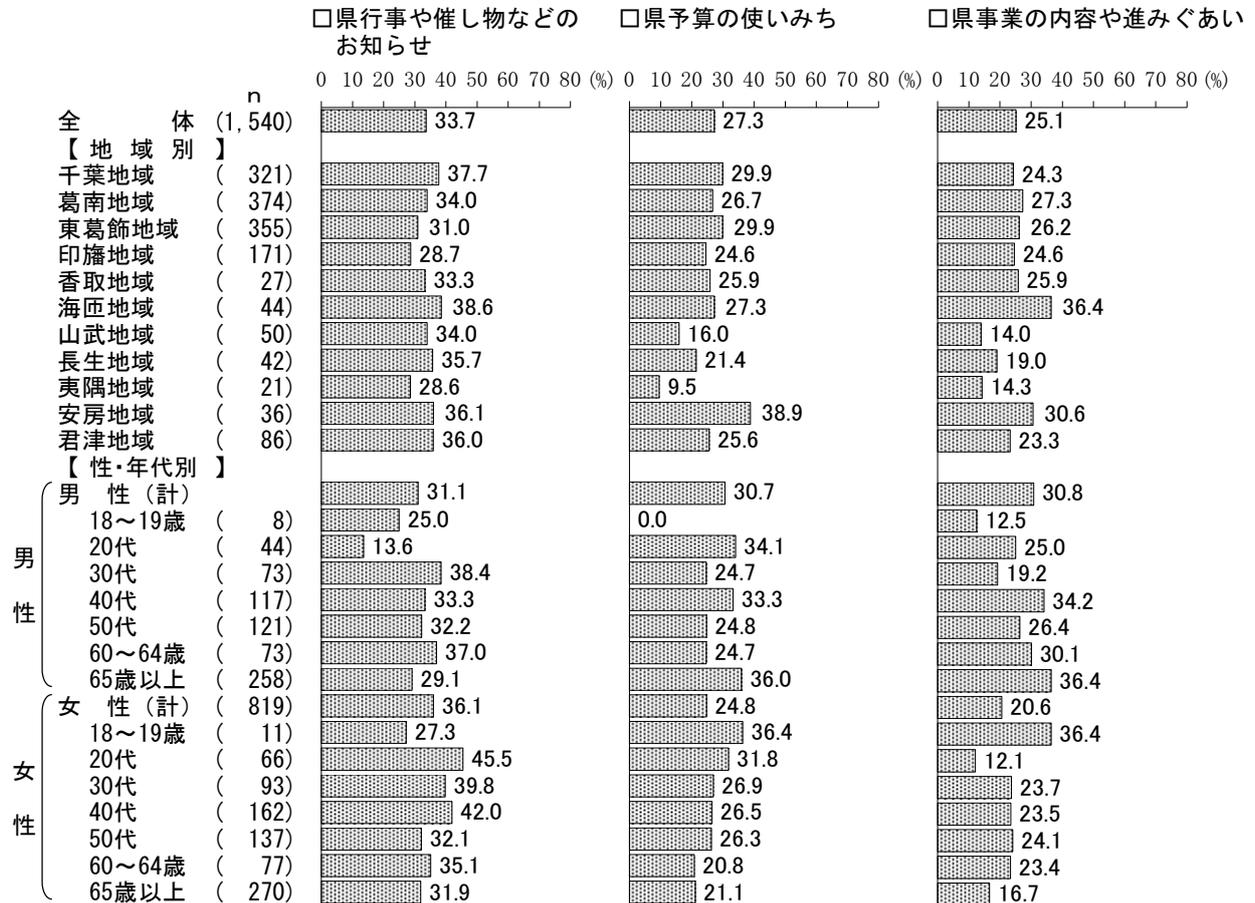
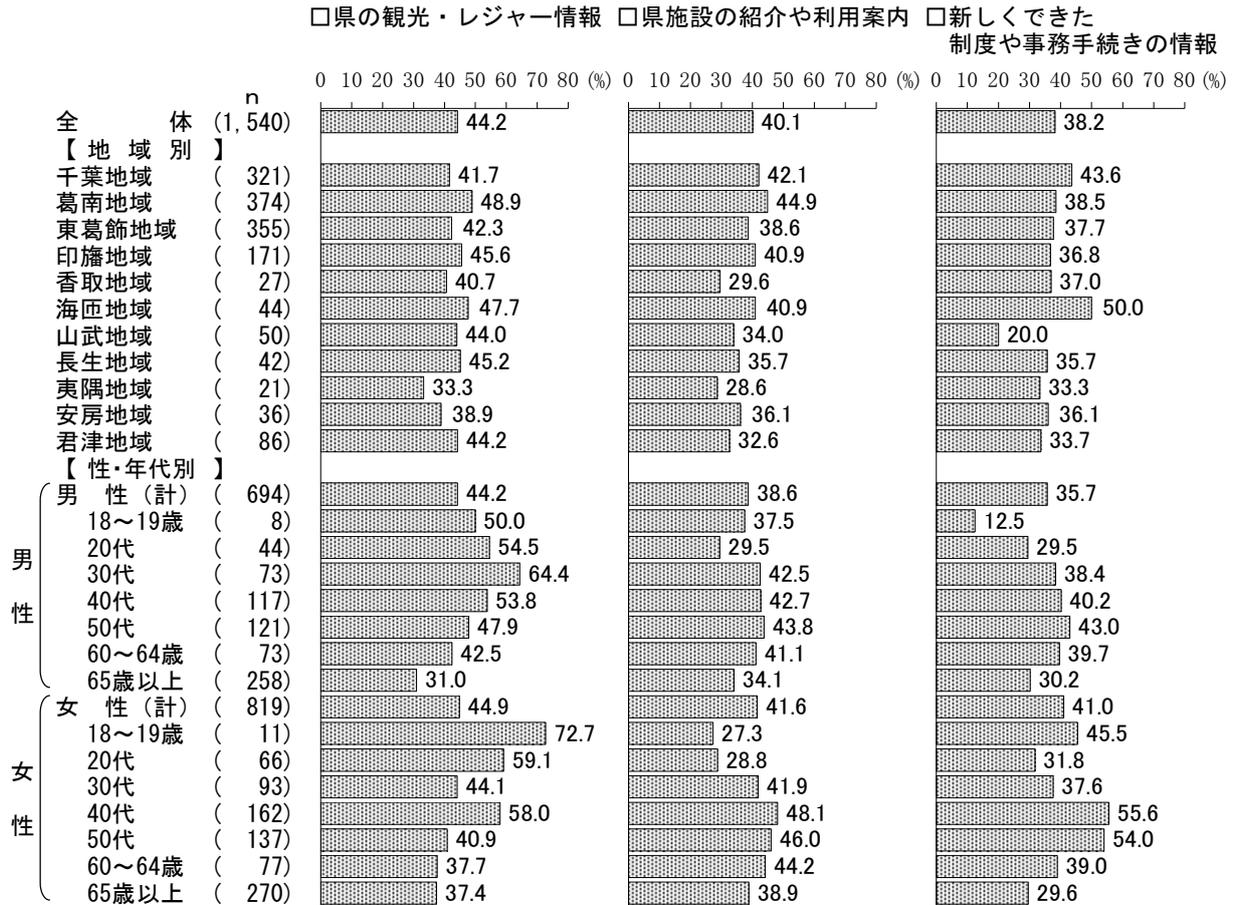
### 【地域別】

地域別にみると、「新しくできた制度や事務手続きの情報」は“海匠地域”(50.0%)が5割で高くなっている。「県予算の使いみち」は“安房地域”(38.9%)が約4割で高くなっている。「県事業の内容や進みぐあい」は“海匠地域”(36.4%)が3割台半ばで高くなっている。(図表8-18)

### 【性・年代別】

性・年代別にみると、「県の観光・レジャー情報」は男性の30代(64.4%)が6割台半ばで高くなっている。「新しくできた制度や事務手続きの情報」は女性の40代(55.6%)、50代(54.0%)が5割台半ばで高くなっている。「県行事や催し物などのお知らせ」は女性の20代(45.5%)が4割台半ばで高くなっている。(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）

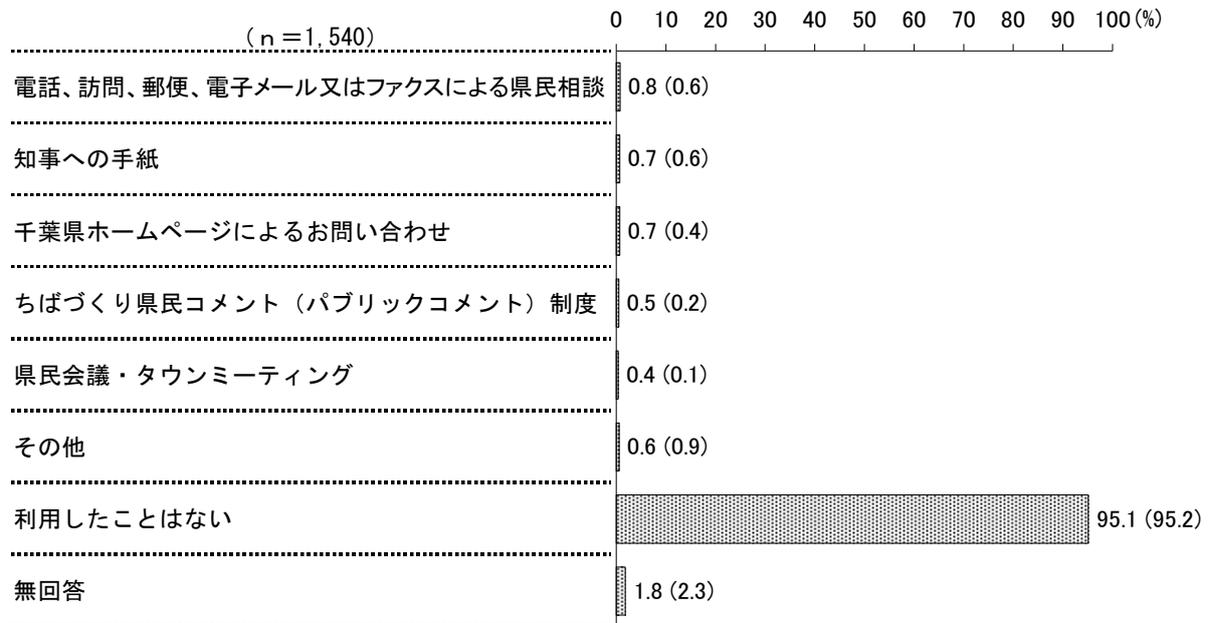


## (8) 知事への手紙などで意見を述べた経験

◇「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、以下に掲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27年度の同様の項目による調査結果 n=1,580

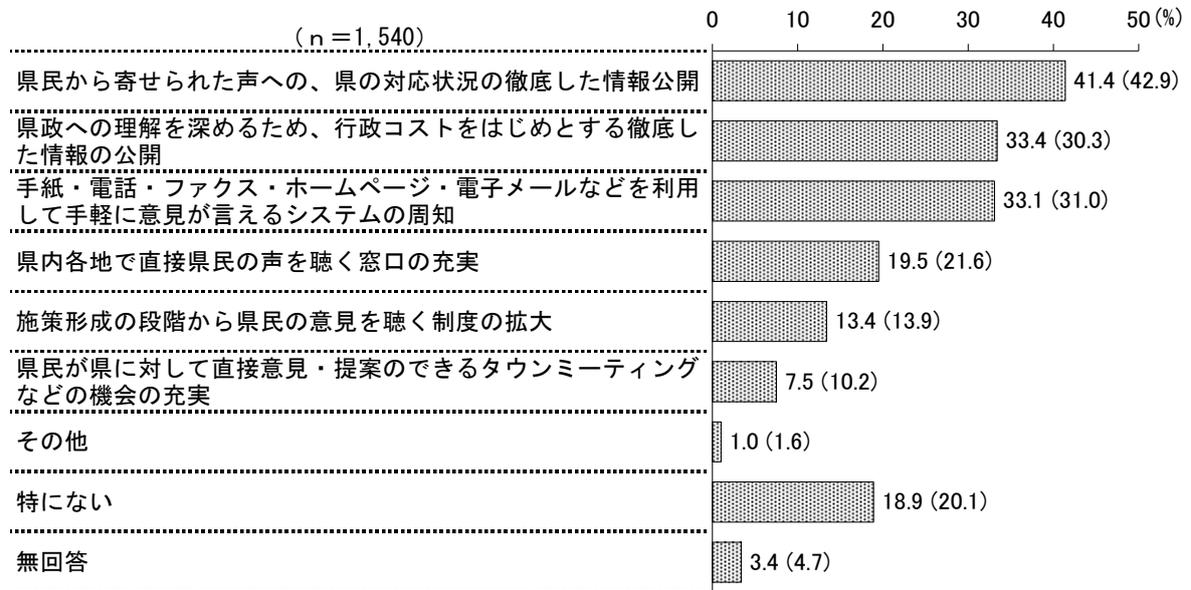
知事への手紙などで意見を述べたことがあるか聞いたところ、「利用したことはない」(95.1%)が9割台半ばとなっている。利用したことのあるものでは、「電話、訪問、郵便、電子メール又はファクスによる県民相談」が0.8%、「知事への手紙」と「千葉県ホームページによるお問い合わせ」が0.7%となっている。(図表8-19)

## (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 (3つまでの複数回答)



注) ( ) の数字は平成27年度の同様の項目による調査結果 n=1,580

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」(41.4%)が4割を超えて最も高く、以下、「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」(33.4%)、「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」(33.1%)が続く。(図表8-20)

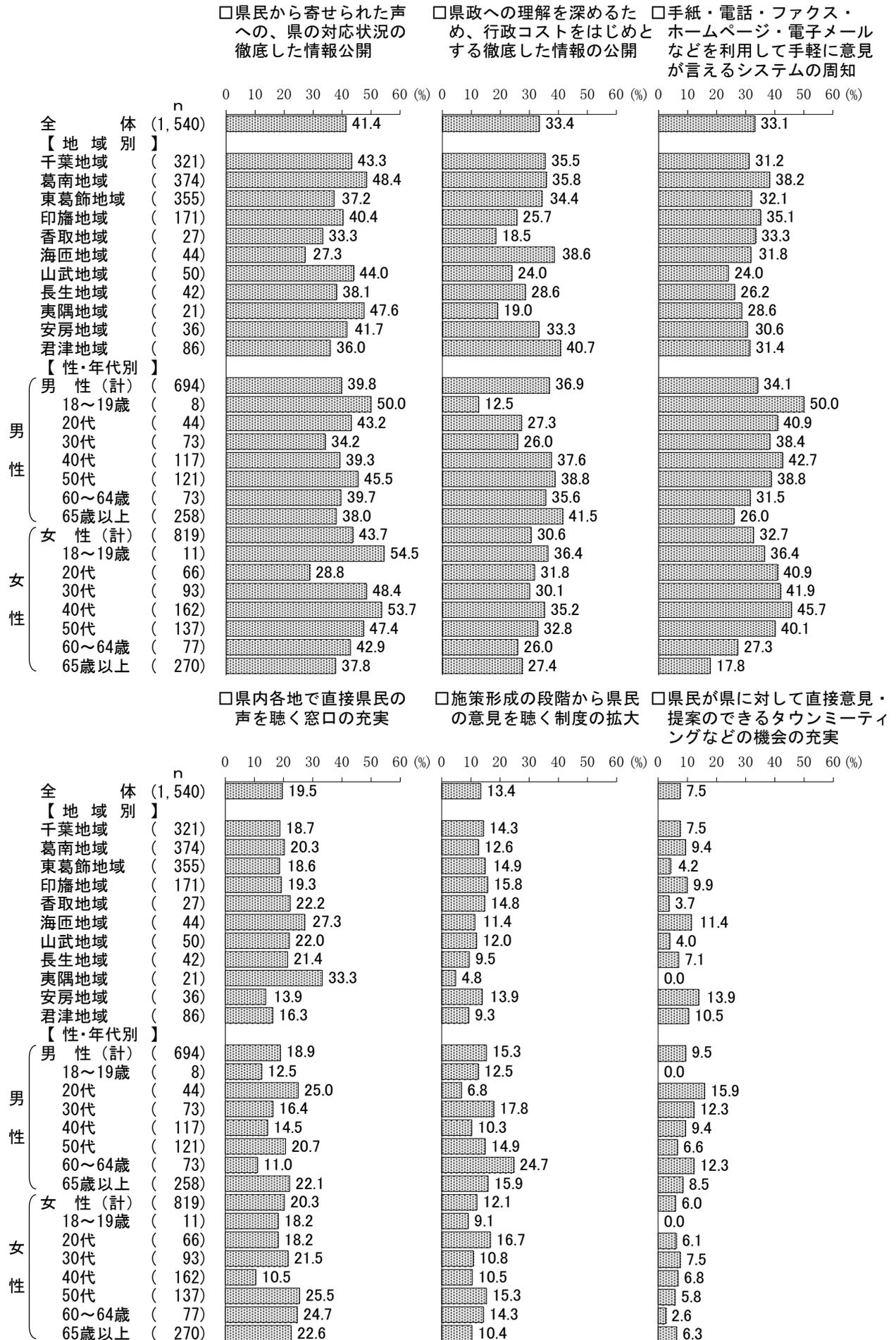
### 【地域別】

地域別にみると、「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“葛南地域”(48.4%)と“夷隅地域”(47.6%)が約5割で高くなっている。「県内各地で直接県民の声を聴く窓口の充実」は“夷隅地域”(33.3%)が3割を超えて高くなっている。(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40代(53.7%)が5割台半ばで高くなっている。「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」は男性の65歳以上(41.5%)が4割を超えて高くなっている。「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40代(45.7%)が4割台半ばで高くなっている。(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）

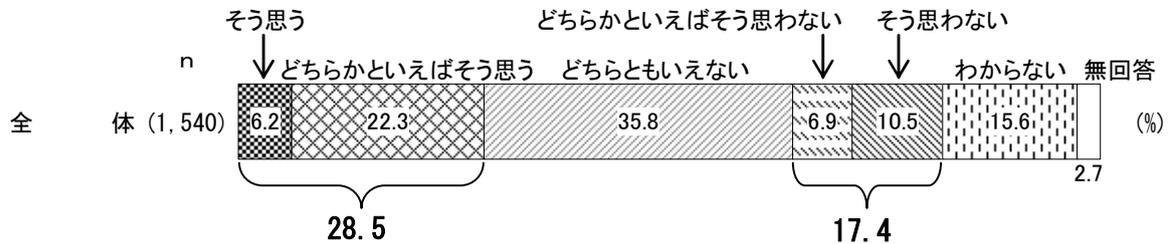


## (10) 県政への意見の反映

◇『そう思う』が約3割

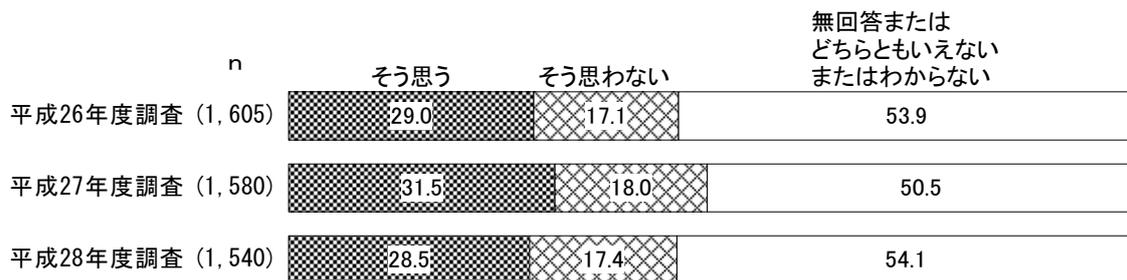
問43 今後、ご自分の意見を積極的に述べ、県政に反映させたいと思いますか。(○は1つ)

<図表8-22> 県政への意見の反映



自分の意見を積極的に述べ、県政に反映させたいと思うか聞いたところ、「そう思う」(6.2%)と「どちらかといえばそう思う」(22.3%)を合わせた『そう思う』(28.5%)が約3割となっている。一方、「どちらかといえばそう思わない」(6.9%)と「そう思わない」(10.5%)を合わせた『そう思わない』(17.4%)は約2割となっている。(図表8-22)

【参考】平成26年度・平成27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、『そう思わない』は“香取地域”(37.0%)が約4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、『そう思う』は男性の65歳以上(37.2%)が約4割で高くなっている。

(図表8-23)

<図表8-23>県政への意見の反映/地域別、性・年代別

