

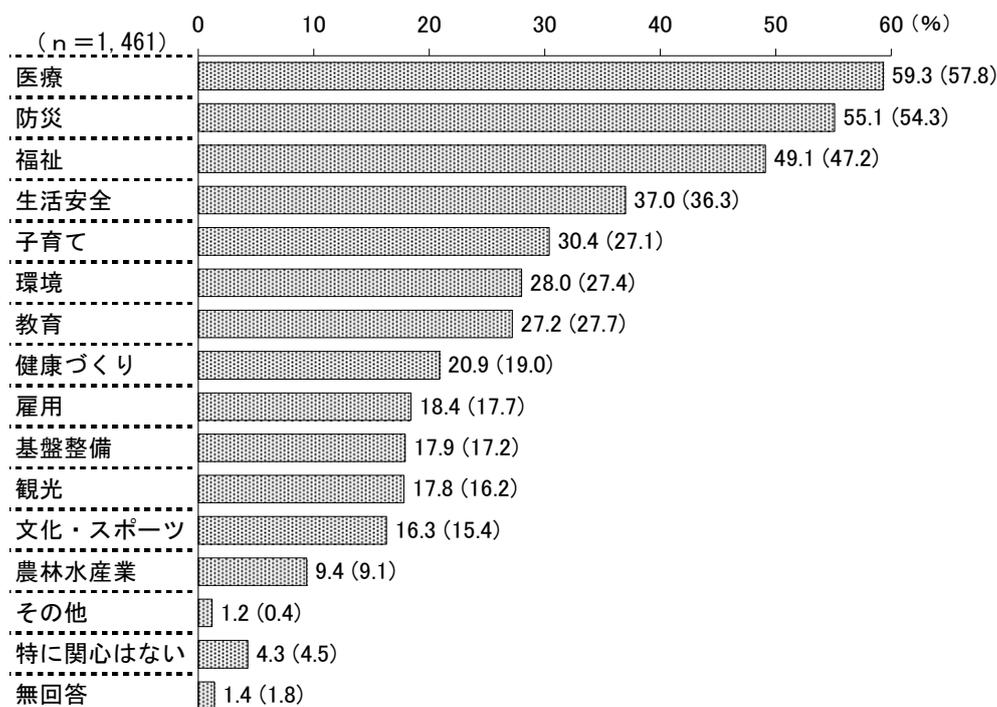
8 広報・広聴活動について

（1）関心のある県政分野

◇「医療」が約6割

問38 あなたは、県のどのような施策や政策の分野について関心がありますか。（○はいくつでも）

<図表8-1> 関心のある県政分野（複数回答）



注) () の数字は平成30年度の同様の項目による調査結果 n=1,334

関心のある県の施策や政策の分野を聞いたところ、「医療」(59.3%)が約6割で最も高く、以下、「防災」(55.1%)、「福祉」(49.1%)、「生活安全」(37.0%)が続く。(図表8-1)

【地域別】

地域別にみると、「子育て」は“長生地域”(48.6%)が約5割で高くなっている。(図表8-2)

【性・年代別】

性・年代別にみると、「医療」は女性の50代(71.4%)が7割を超え、女性の65歳以上(66.7%)が6割台半ばで高くなっている。

「防災」は女性の50代(64.7%)が6割台半ばで高くなっている。

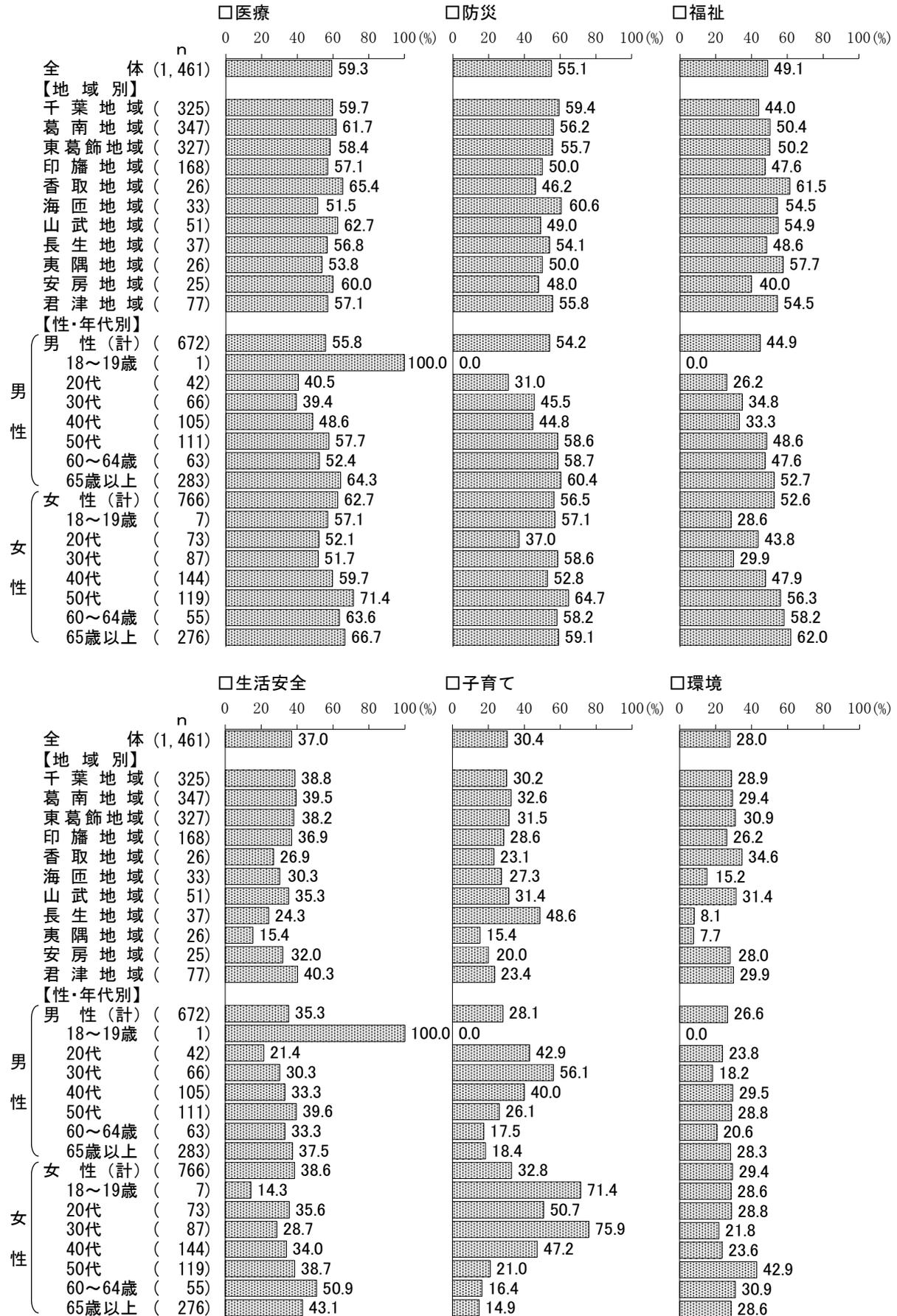
「福祉」は女性の65歳以上(62.0%)が6割を超えて高くなっている。

「生活安全」は女性の60～64歳(50.9%)が5割、女性の65歳以上(43.1%)が4割を超えて高くなっている。

「子育て」は女性の30代(75.9%)が7割台半ば、男性の30代(56.1%)が5割台半ば、女性の20代(50.7%)が5割、女性の40代(47.2%)が約5割、男性の40代(40.0%)が4割で高くなっている。

「環境」は女性の50代(42.9%)が4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）

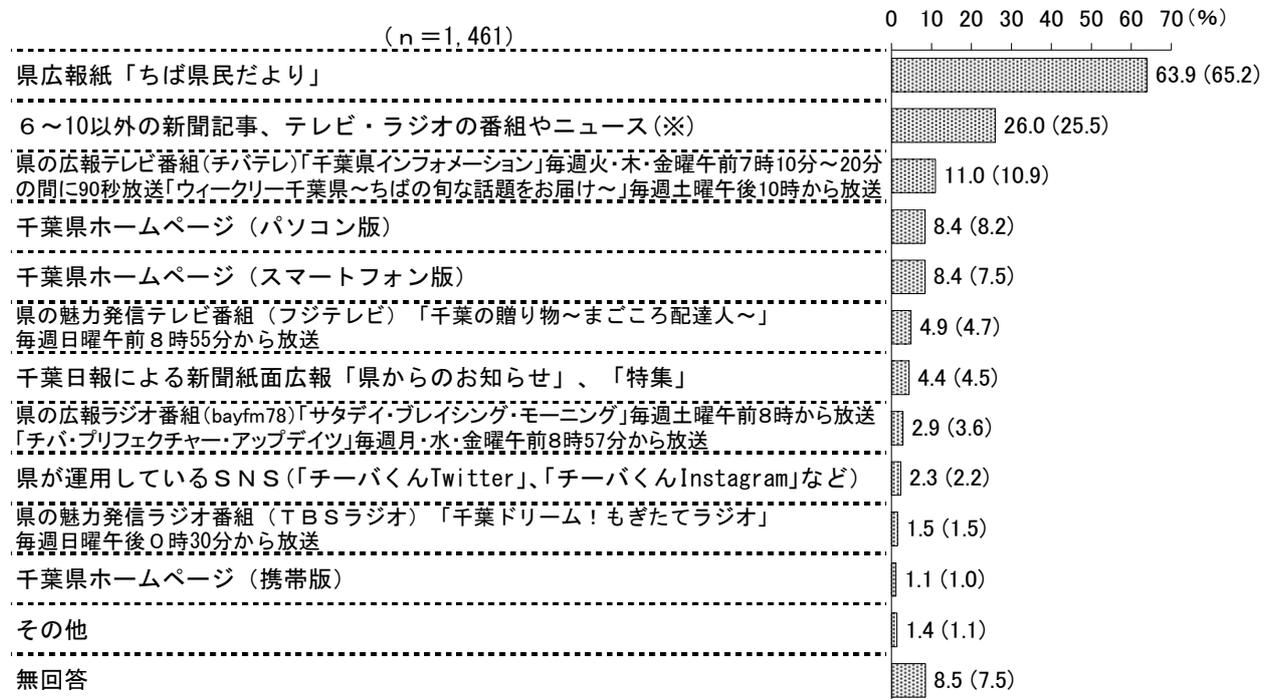


（２）県政に関する情報を得る手段

◇「県広報紙『ちば県民だより』」が６割台半ば

問39 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30年度の同様の項目による調査結果 n=1,334

(※) 「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(チバテレ)『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)『サタデイ・ブレイキング・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。

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』」(63.9%)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」(26.0%)、「県の広報テレビ番組(チバテレ)『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～』」(11.0%)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”(69.2%)が約7割で高くなっている。

「県の広報テレビ番組(チバテレ)『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～』」は“海匝地域”(30.3%)が3割で高くなっている。(図表8-5)

【性・年代別】

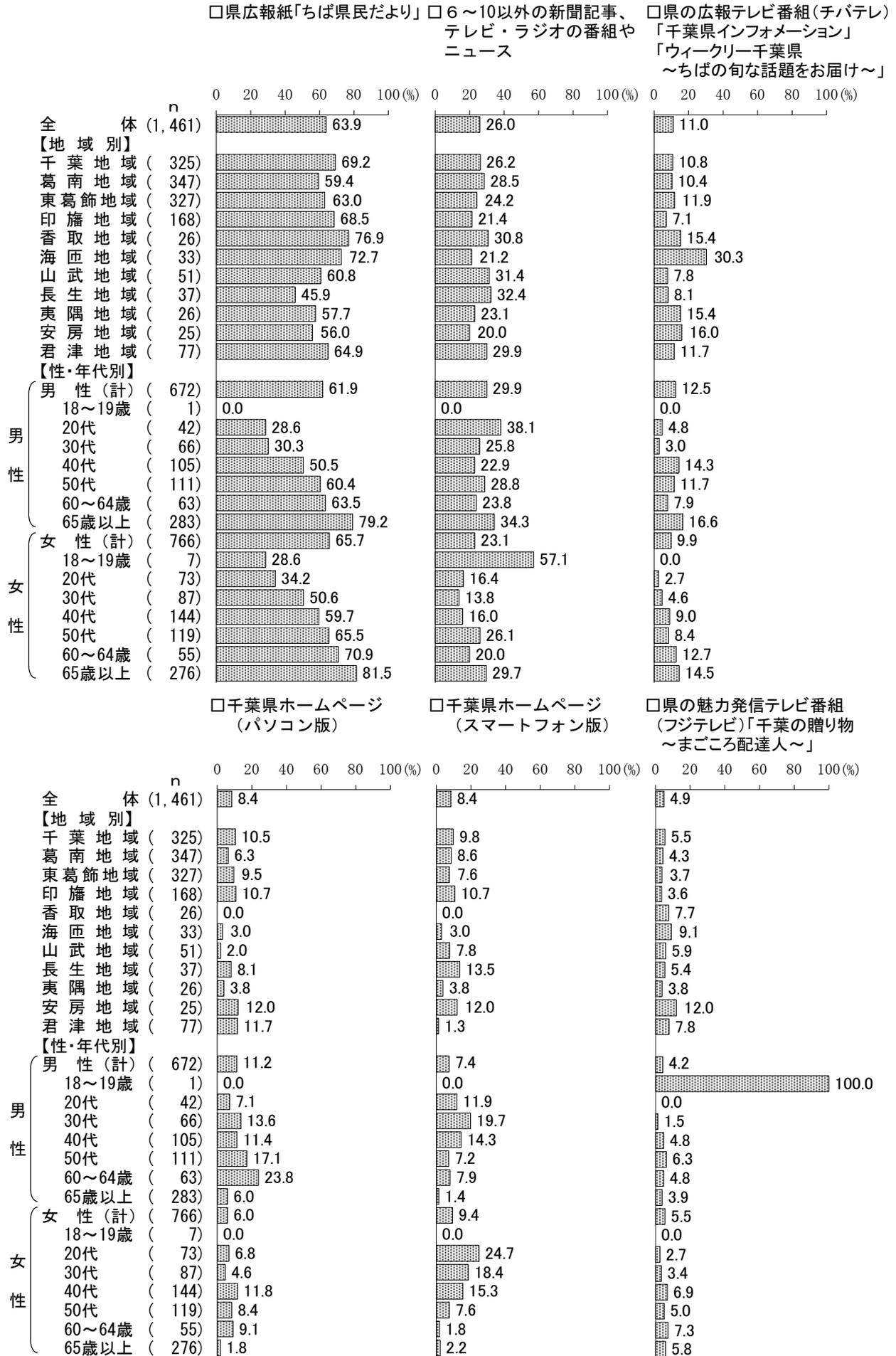
性・年代別にみると、「県広報紙『ちば県民だより』」は女性の65歳以上(81.5%)が8割を超え、男性の65歳以上(79.2%)が約8割で高くなっている。

「6～10以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」は男性の65歳以上(34.3%)が3割台半ばで高くなっている。

「千葉県ホームページ(パソコン版)」は男性の60～64歳(23.8%)が2割台半ばで高くなっている。

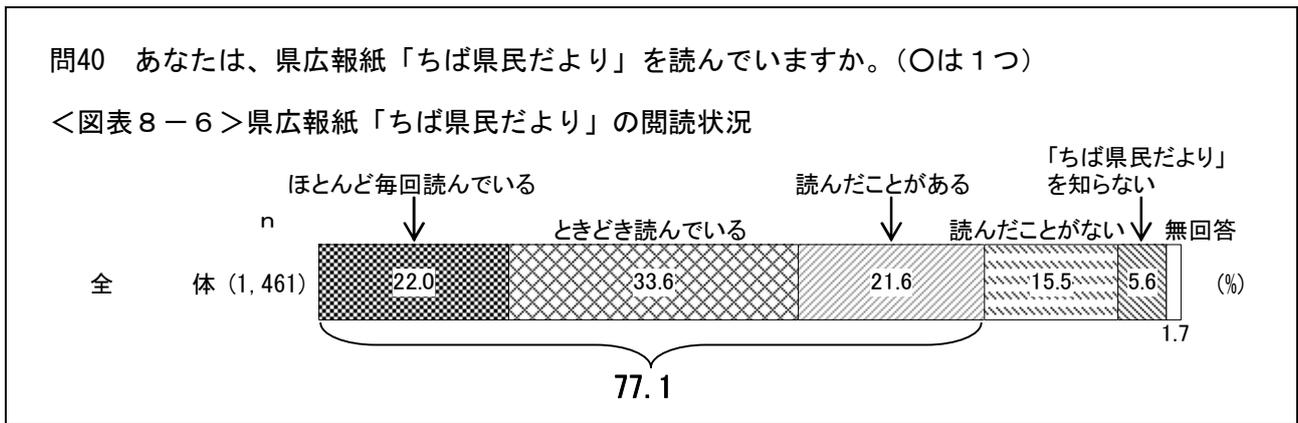
「千葉県ホームページ(スマートフォン版)」は女性の20代(24.7%)が2割台半ばで高くなっている。(図表8-5)

<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

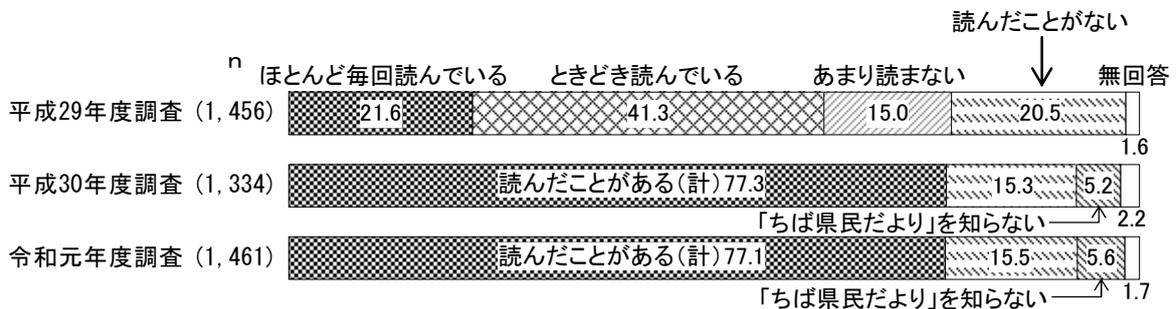
◇『読んだことがある（計）』が約8割



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」（22.0%）、「ときどき読んでいる」（33.6%）、「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）』（77.1%）が約8割で高くなっている。

一方、「読んだことがない」（15.5%）が1割台半ば、『ちば県民だより』を知らない」（5.6%）が1割未満となっている。（図表8-6）

〔参考〕平成29年度・平成30年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：%）



（※）平成30年度調査から、選択肢「あまり読まない」を「読んだことがある」に変更した。
また、新たな選択肢として『ちば県民だより』を知らない」を追加した。

【地域別】

地域別にみると、『読んだことがある（計）』は“千葉地域”（84.6%），“印旛地域”（84.5%）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“長生地域”（35.1%）が3割台半ばで高くなっている。

（図表8-7）

【性・年代別】

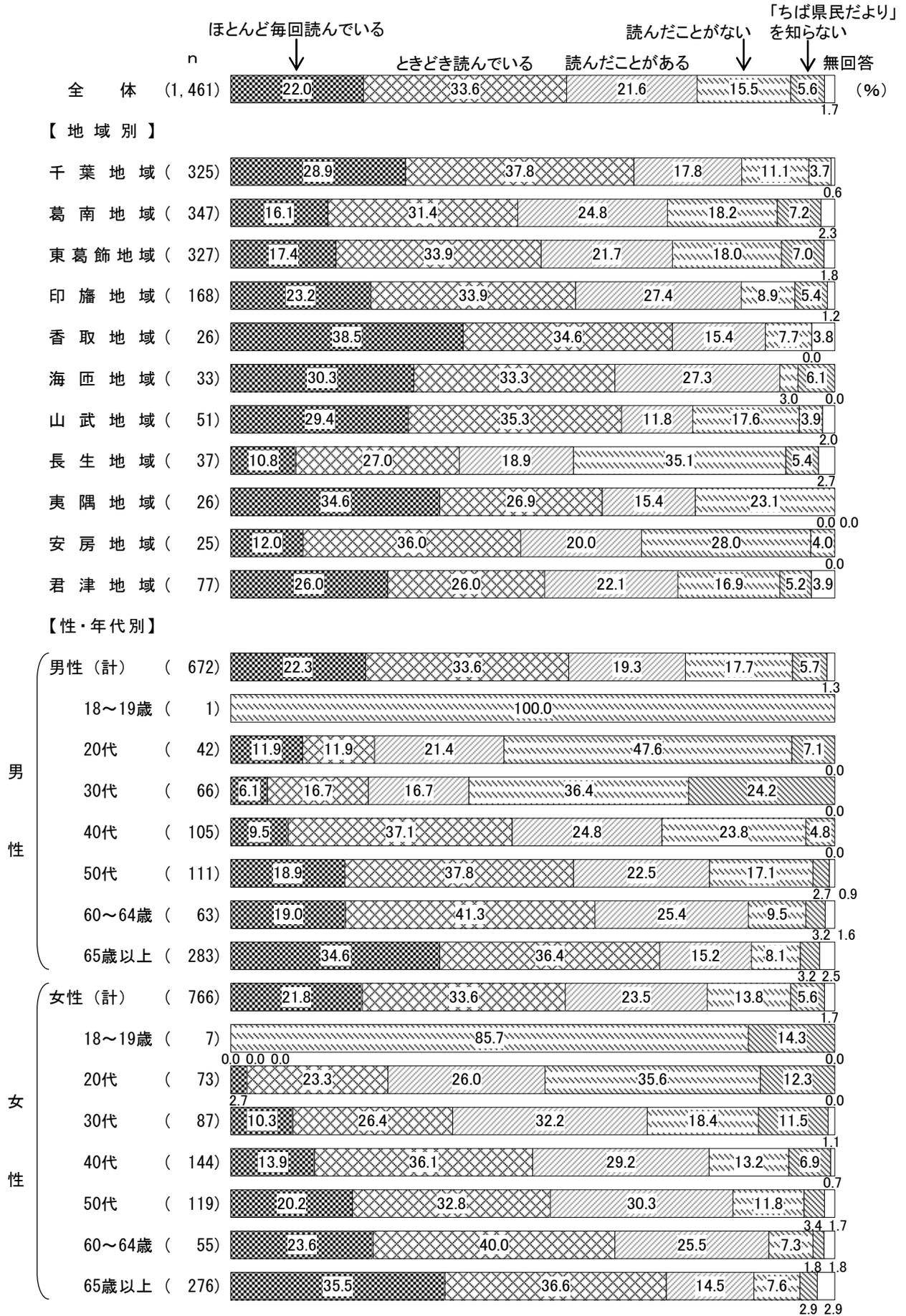
性・年代別にみると、『読んだことがある（計）』は女性の60～64歳（89.1%）が約9割、男性の65歳以上（86.2%）と女性の65歳以上（86.6%）が8割台半ばで高くなっている。

一方、「読んだことがない」は男性の20代（47.6%）が約5割、男性の30代（36.4%）と女性の20代（35.6%）が3割台半ば、男性の40代（23.8%）が2割台半ばで高くなっている。

『ちば県民だより』を知らない」は男性の30代（24.2%）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



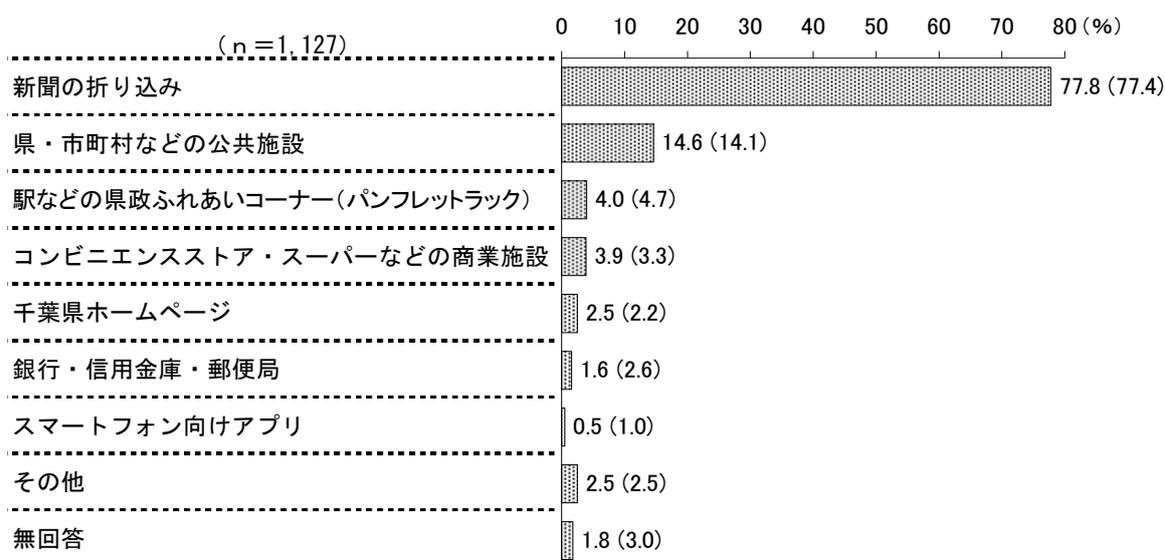
（3－1）「ちば県民だより」の入手場所について

◇「新聞の折り込み」が約8割

（問40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40－1 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30年度の同様の項目による調査結果 n=1,031

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1,127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」（77.8%）が約8割で最も高く、以下、「県・市町村などの公共施設」（14.6%）、「駅などの県政ふれあいコーナー（パンフレットラック）」（4.0%）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“香取地域”（95.7%）が9割台半ば、“山武地域”（92.3%）が9割を超えて高くなっている。（図表8－9）

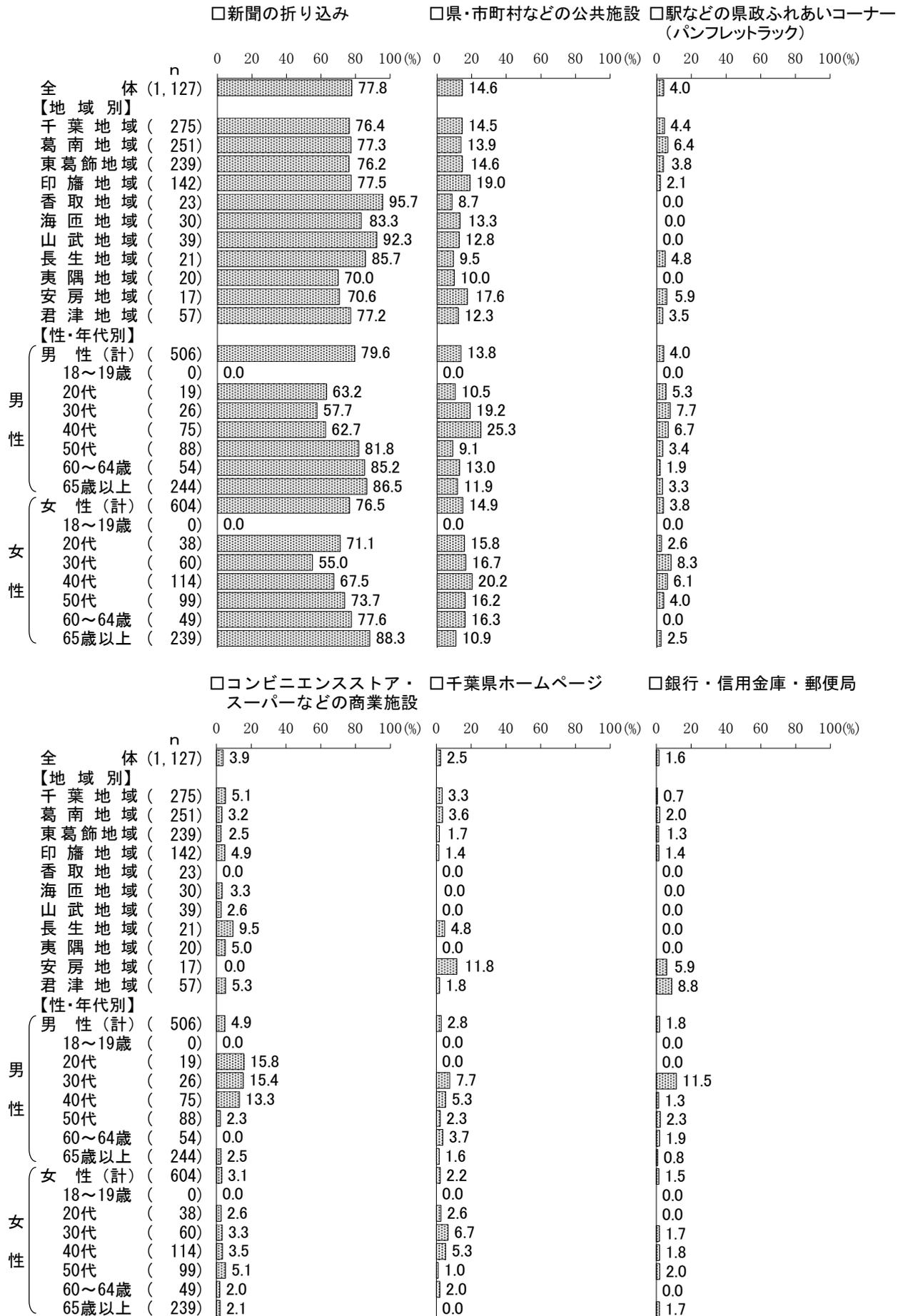
【性・年代別】

性・年代別にみると、「新聞の折り込み」は女性の65歳以上（88.3%）が約9割、男性の65歳以上（86.5%）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40代（25.3%）が2割台半ばで高くなっている。

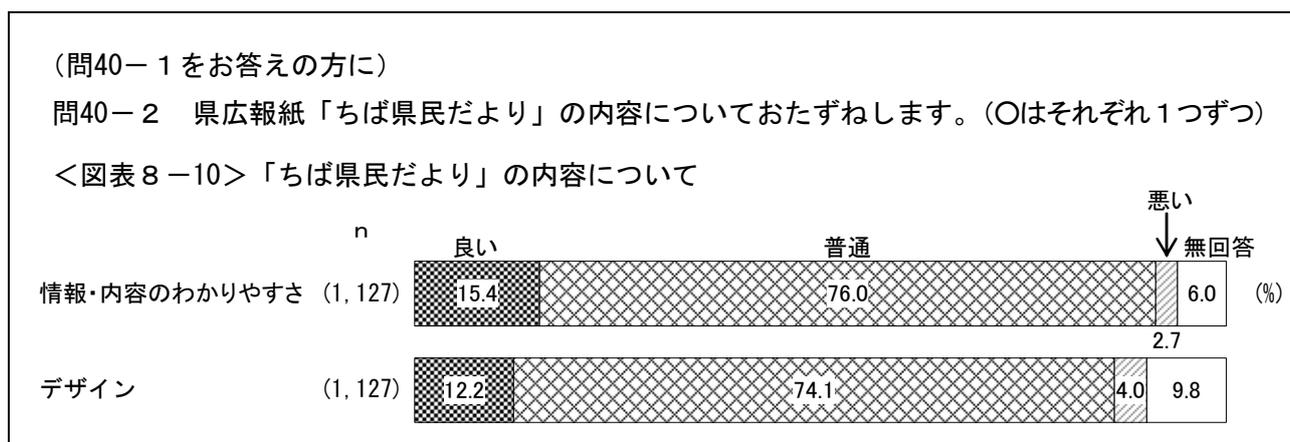
（図表8－9）

<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(上位6項目)



（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では「良い」が1割台半ば、デザインでは「良い」が1割を超える

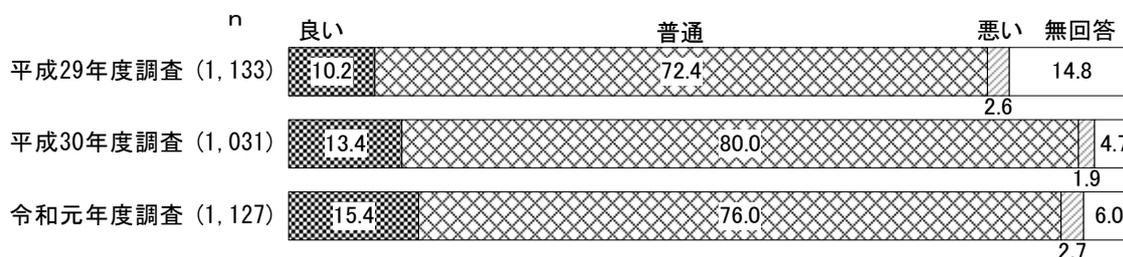


県広報紙「ちば県民だより」を「ほとんど毎回読んでいる」、「ときどき読んでいる」、「読んだことがある」と回答した1,127人を対象に、「ちば県民だより」の内容について聞いたところ、〈情報・内容のわかりやすさ〉の「良い」（15.4%）が1割台半ばで、「普通」（76.0%）が7割台半ばとなっている。

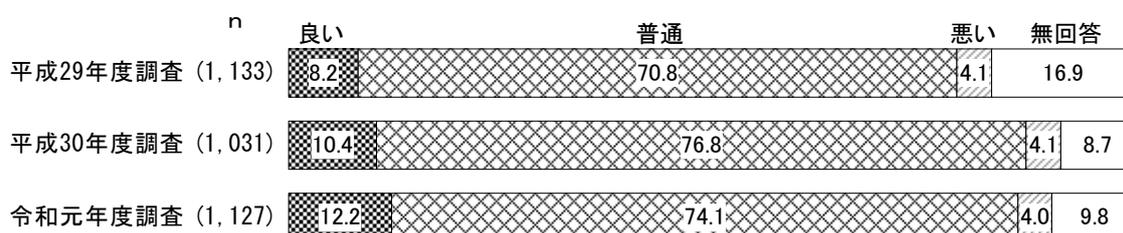
また、〈デザイン〉の「良い」（12.2%）が1割を超え、「普通」（74.1%）が7割台半ばとなっている。（図表8-10）

【参考】平成29年度・平成30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、〈デザイン〉の「良い」は“山武地域”（23.1%）が2割を超えて高くなっている。（図表8-11）

【性・年代別】

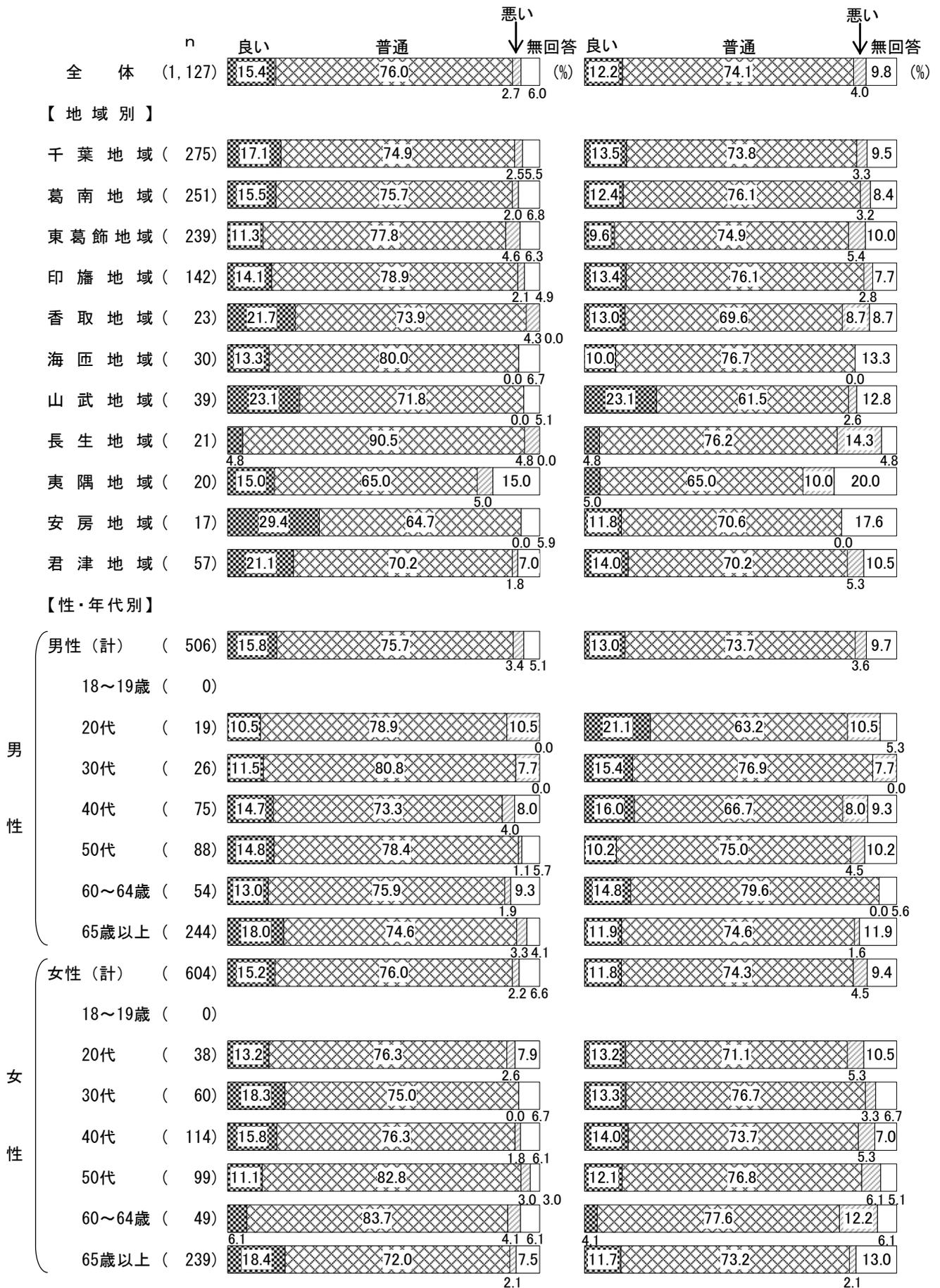
性・年代別にみると、〈情報・内容のわかりやすさ〉の「悪い」は男性の20代（10.5%）が1割となっている。

〈デザイン〉の「悪い」は女性の60～64歳（12.2%）が1割を超えている。（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

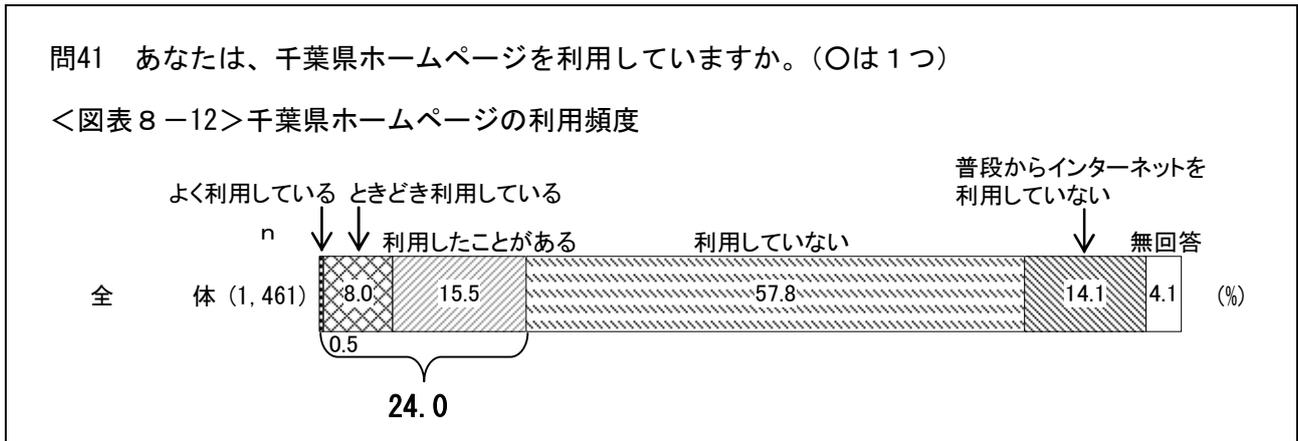
<情報・内容のわかりやすさ>

<デザイン>



（４）千葉県ホームページの利用頻度

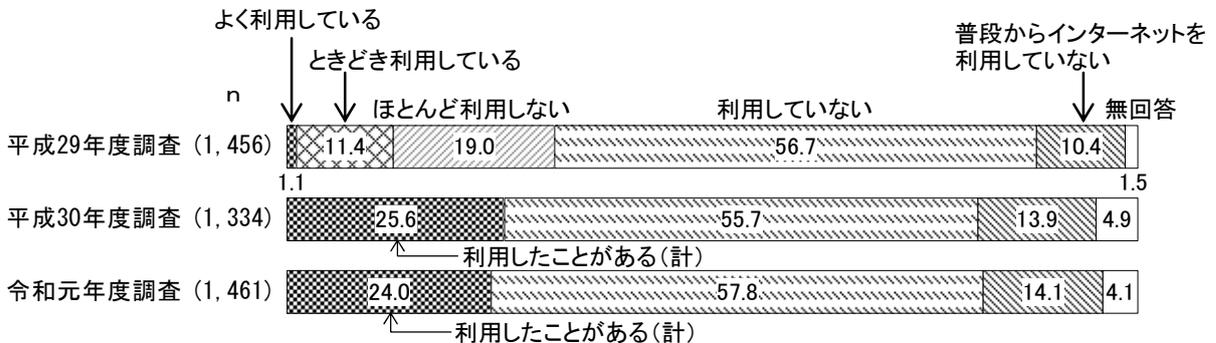
◇『利用したことがある（計）』が2割台半ば



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」(0.5%)、「ときどき利用している」(8.0%)、「利用したことがある」(15.5%)の3つを合わせた『利用したことがある(計)』(24.0%)が2割台半ばとなっている。

一方、「利用していない」(57.8%)が約6割、「普段からインターネットを利用していない」(14.1%)が1割台半ばとなっている。(図表8-12)

【参考】平成29年度・平成30年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：％）



(※) 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。

【地域別】

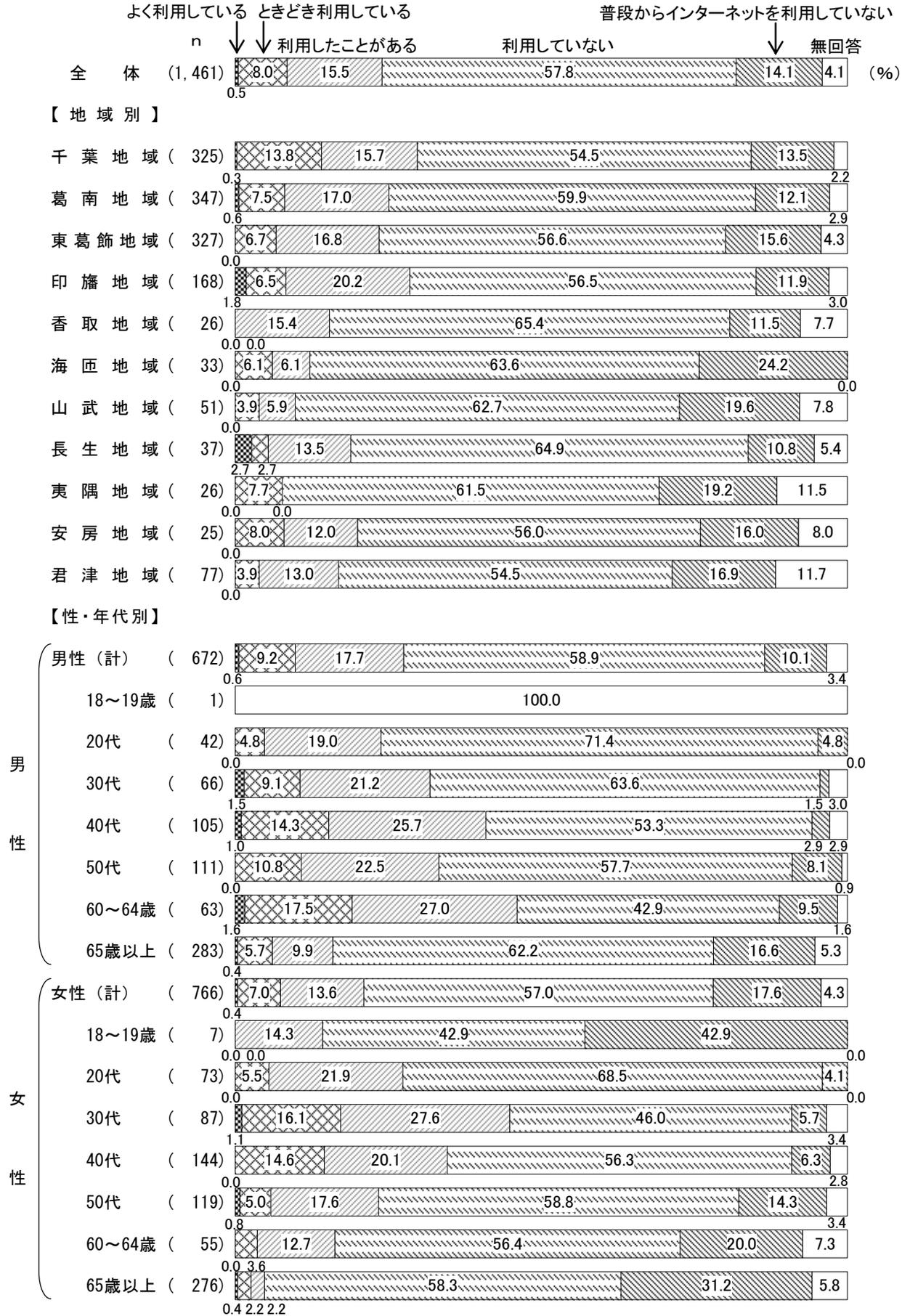
地域別にみると、『利用したことがある(計)』は“千葉地域”(29.8%)が約3割で高くなっている。(図表8-13)

【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60～64歳(46.0%)と女性の30代(44.8%)が4割台半ば、男性の40代(41.0%)が4割を超え、女性の40代(34.7%)が3割台半ば、男性の50代(33.3%)が3割を超えて高くなっている。

一方、「普段からインターネットを利用していない」は女性の65歳以上(31.2%)が3割を超えて高くなっている。(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



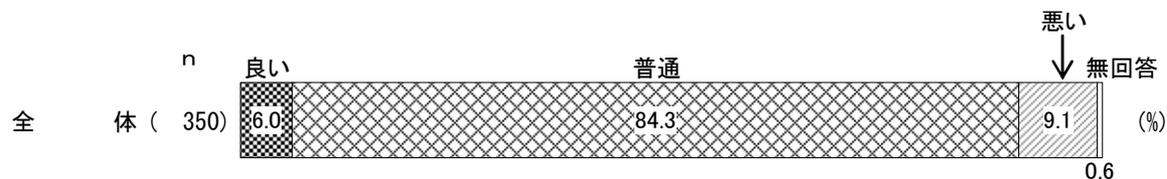
（４－１）千葉県ホームページの見やすさ・使いやすさ

◇「普通」が8割台半ば

（問41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41－1 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）

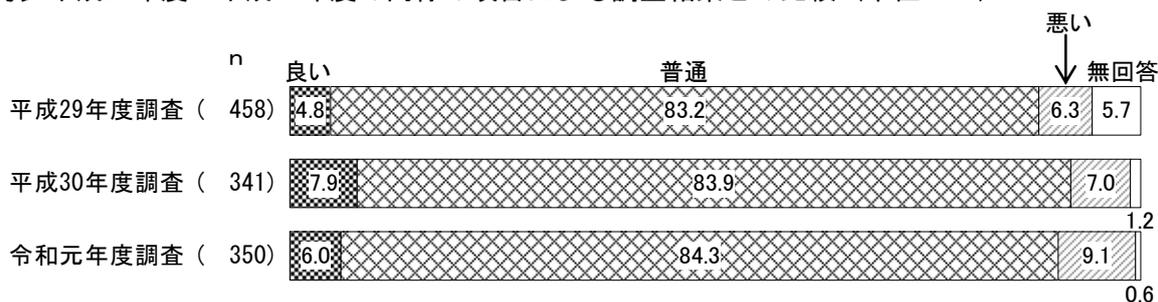
＜図表8－14＞千葉県ホームページの見やすさ・使いやすさ



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350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」（6.0％）が1割未満で、「普通」（84.3％）が8割台半ばとなっている。

（図表8－14）

〔参考〕平成29年度・平成30年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：％）

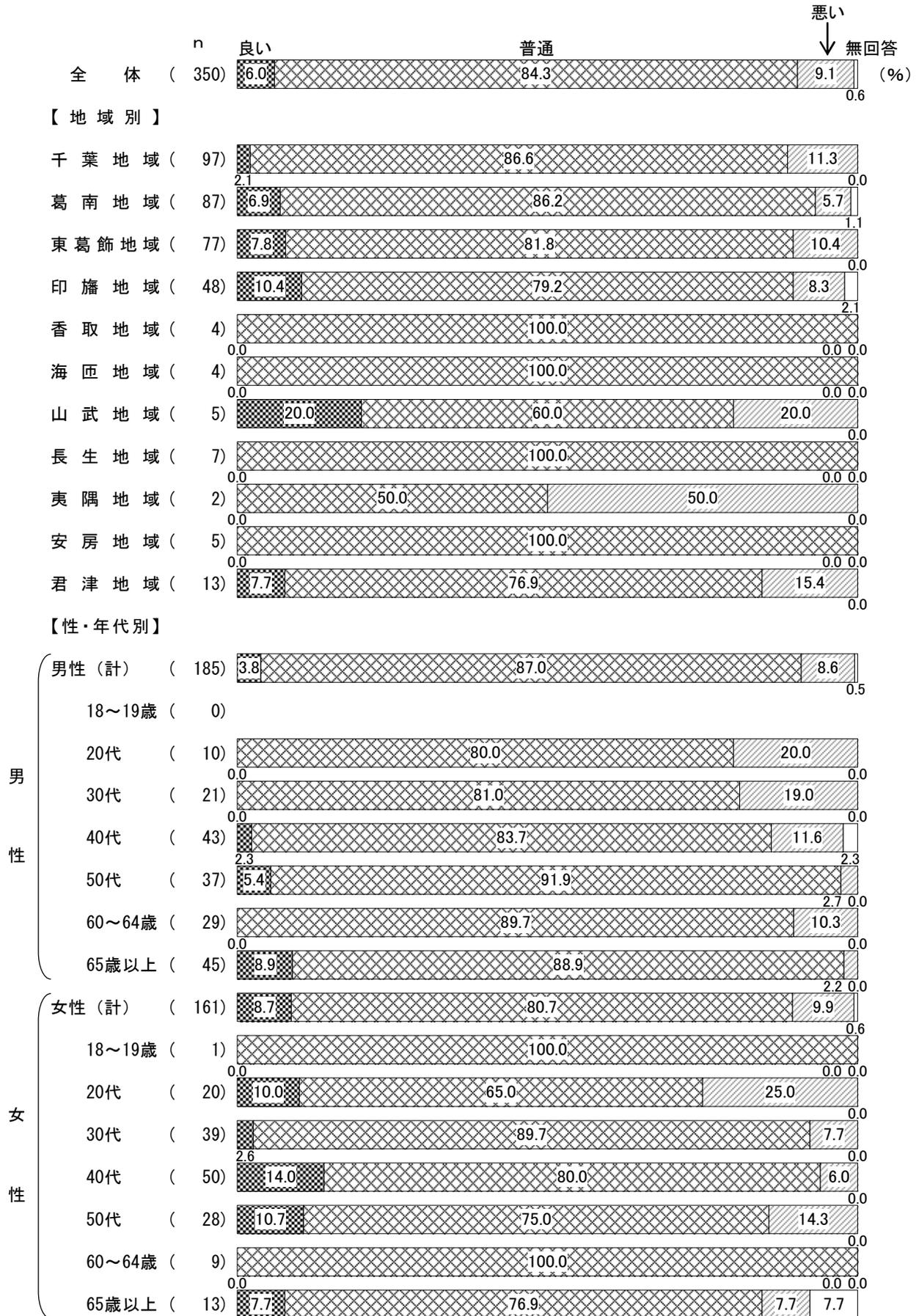


※サンプル数が少ないため、【地域別】及び【性・年代別】における属性の分析は触れていない。

（10ページ「報告書の見方（6）」を参照）

（図表8－15）

<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

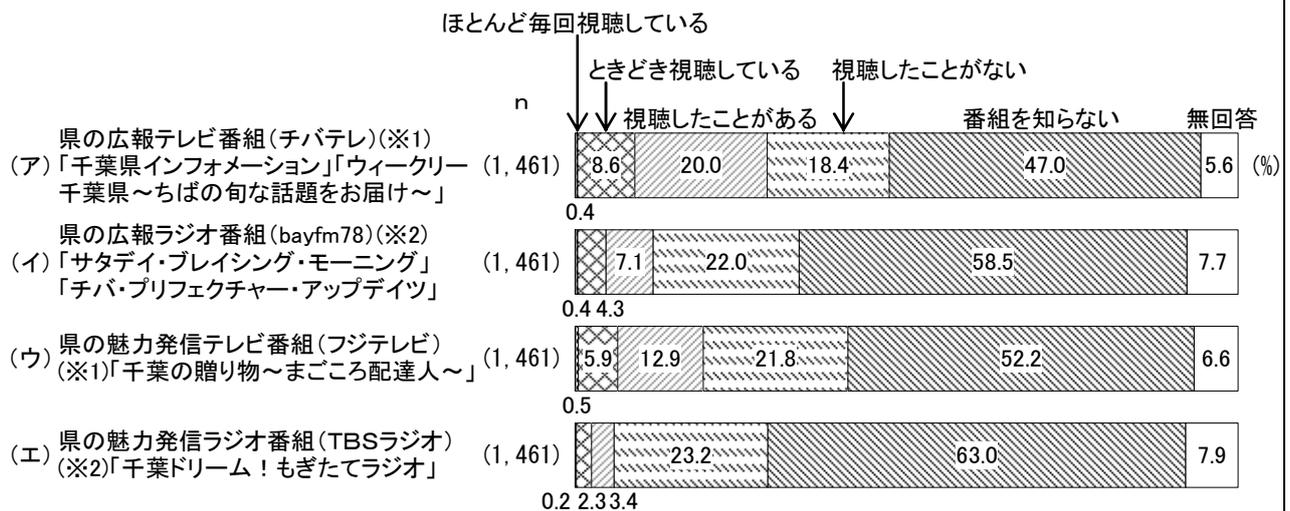


（5）県の広報・魅力発信番組の視聴状況

◇『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（チバテレ）「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42 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



（※1）テレビ番組のうち、「ウィークリー千葉県～ちばの旬な話題をお届け～」と、「千葉の贈り物～まごころ配達人～」は、県HPの「千葉県インターネット放送局」においても視聴できます。
（※2）各ラジオ番組は、「radiko」などインターネット上のサービスでも視聴できます。

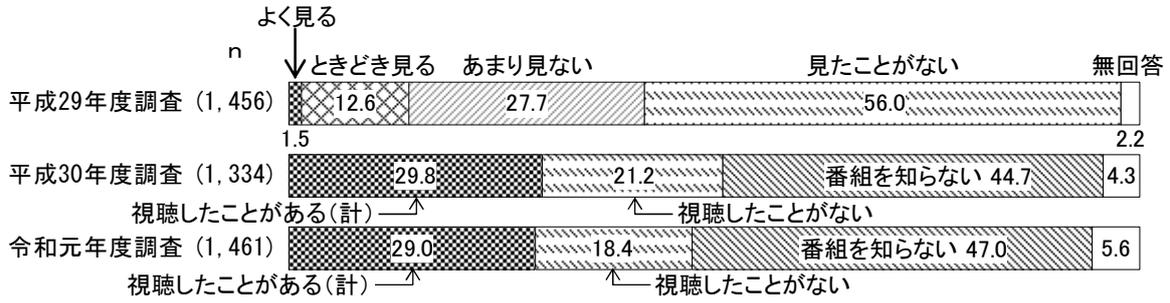
県の4つの広報番組の視聴状況を聞いたところ、「ほとんど毎回視聴している」、「ときどき視聴している」、「視聴したことがある」の3つを合わせた『視聴したことがある（計）』が最も高いのは、「(ア) 県の広報テレビ番組（チバテレ）『千葉県インフォメーション』『ウィークリー千葉県～ちばの旬な話題をお届け～』」（29.0%）で約3割となっており、以下、「(ウ) 県の魅力発信テレビ番組（フジテレビ）『千葉の贈り物～まごころ配達人～』」（19.4%）が約2割、「(イ) 県の広報ラジオ番組（bayfm78）『サタデー・ブレイシング・モーニング』『チバ・プリフェクチャー・アップデート』」（11.8%）が1割を超えて続く。

一方、「視聴したことがない」が高いのは、「(イ) 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』」（22.0%）、「(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～』」（21.8%）、「(エ) 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』」（23.2%）で2割を超えている。

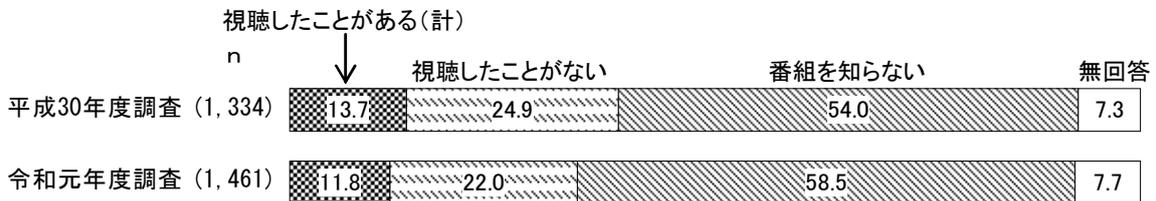
「番組を知らない」が最も高いのは、「(エ) 県の魅力発信ラジオ番組（TBSラジオ）『千葉ドリーム！もぎたてラジオ』」（63.0%）で6割を超えている。（図表8-16）

〔参考〕平成29年度・平成30年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：％）

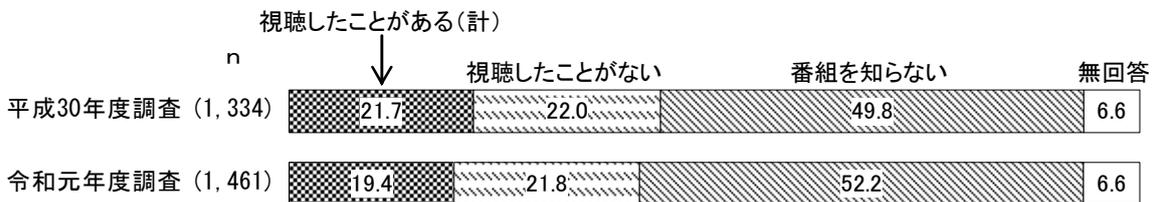
〈(ア) 県の広報テレビ番組（チバテレ）「千葉県インフォメーション」「ウィークリー千葉県～ちばの旬な話題をお届け～」〉



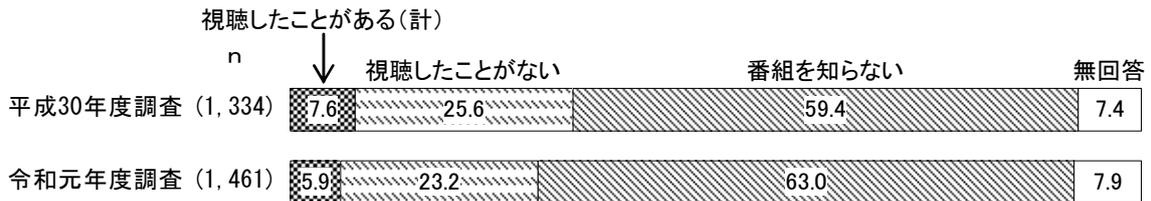
〈(イ) 県の広報ラジオ番組（bayfm78）「サタデー・プレイシング・モーニング」「チバ・プリフェクチャー・アップデート」〉



〈(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～」〉



〈(エ) 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」〉



〔※1〕平成29年度調査では〈(ア) 県の広報テレビ番組（チバテレ）「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～」〉についてのみ質問していた。

〔※2〕平成30年度調査から、各選択肢の表現を見直し、また、新たな選択肢として「番組を知らない」を追加した。

【地域別】

地域別にみると、「(ア) 県の広報テレビ番組（チバテレ）『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“海匝地域”（48.5%）が約5割で高くなっている。

一方、「視聴したことがない」は“山武地域”（31.4%）が3割を超えて高くなっている。

「番組を知らない」は“長生地域”（73.0%）が7割を超え、“安房地域”（68.0%）が約7割で高くなっている。

「(イ) 県の広報ラジオ番組（bayfm78）『サタデイ・ブレイジング・モーニング』『チバ・プリフェクチャー・アップデイツ』の「番組を知らない」は“安房地域”（84.0%）が8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“安房地域”（36.0%）が3割台半ばで高くなっている。

一方、「番組を知らない」は“長生地域”（73.0%）が7割を超え、“東葛飾地域”（58.1%）が約6割で高くなっている。

「(エ) 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「番組を知らない」は“長生地域”（86.5%）が8割台半ばで高くなっている。（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（チバテレ）『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）』は女性の65歳以上（35.1%）が3割台半ばで高くなっている。

一方、「視聴したことがない」は男性の65歳以上（23.3%）が2割を超えて高くなっている。

「番組を知らない」は男性の30代（63.6%）と女性の30代（64.4%）が6割台半ば、女性の20代（63.0%）が6割を超え、女性の40代（57.6%）が約6割で高くなっている。

「(イ) 県の広報ラジオ番組（bayfm78）『サタデイ・ブレイジング・モーニング』『チバ・プリフェクチャー・アップデイツ』の『視聴したことがある（計）』は男性の50代（24.3%）が2割台半ば、男性の40代（20.0%）が2割で高くなっている。

一方、「視聴したことがない」は男性の65歳以上（28.6%）と女性の65歳以上（28.3%）が約3割で高くなっている。

「番組を知らない」は女性の30代（79.3%）が約8割、女性の20代（76.7%）が7割台半ば、女性の40代（66.7%）が6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「視聴したことがない」は女性の65歳以上（27.2%）が約3割で高くなっている。

「番組を知らない」は男性の30代（72.7%）が7割を超え、男性の20代（69.0%）と女性の20代（67.1%）が約7割、女性の30代（65.5%）が6割台半ば、女性の40代（62.5%）が6割を超えて高くなっている。

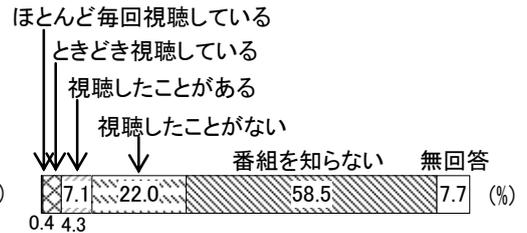
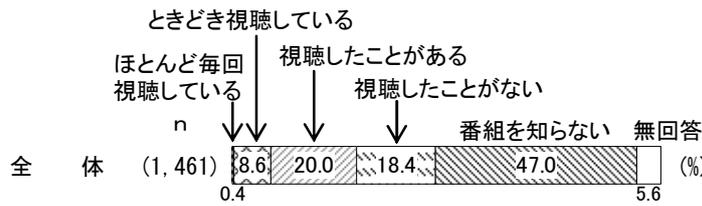
「(エ) 県の魅力発信ラジオ番組（TBSラジオ）『千葉ドリーム！もぎたてラジオ』の「視聴したことがない」は男性の65歳以上（29.3%）と女性の65歳以上（29.3%）が約3割で高くなっている。

「番組を知らない」は男性の30代（80.3%）と女性の20代（80.8%）が8割、女性の30代（79.3%）、女性の40代（77.1%）が約8割で高くなっている。（図表8-17）

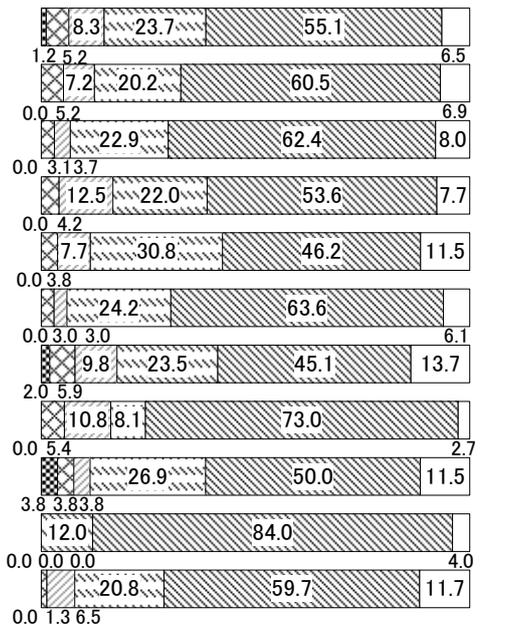
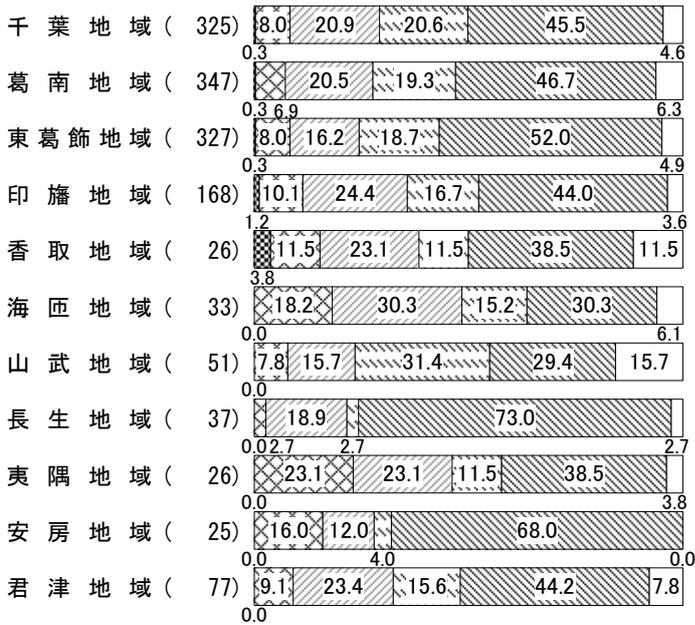
<図表8-17> 県の広報・魅力発信番組の視聴状況／地域別、性・年代別

(ア) <県の広報テレビ番組（チバテレ）>

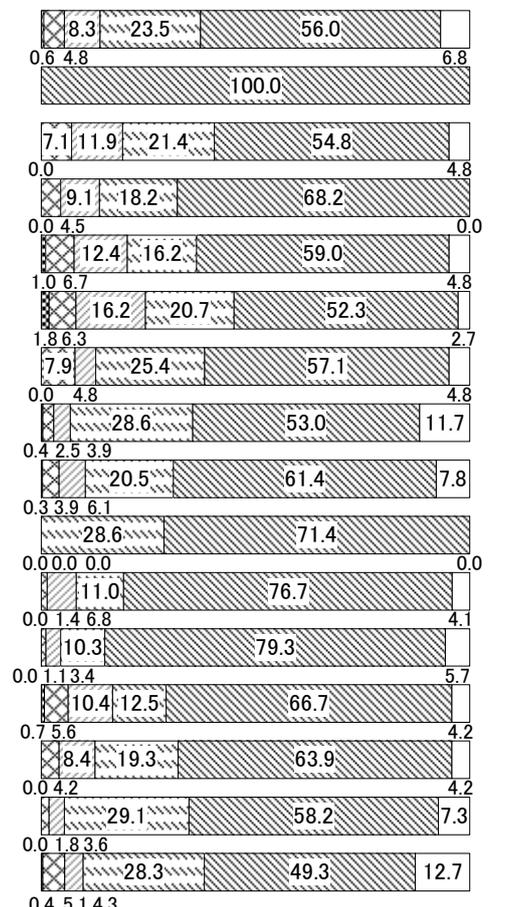
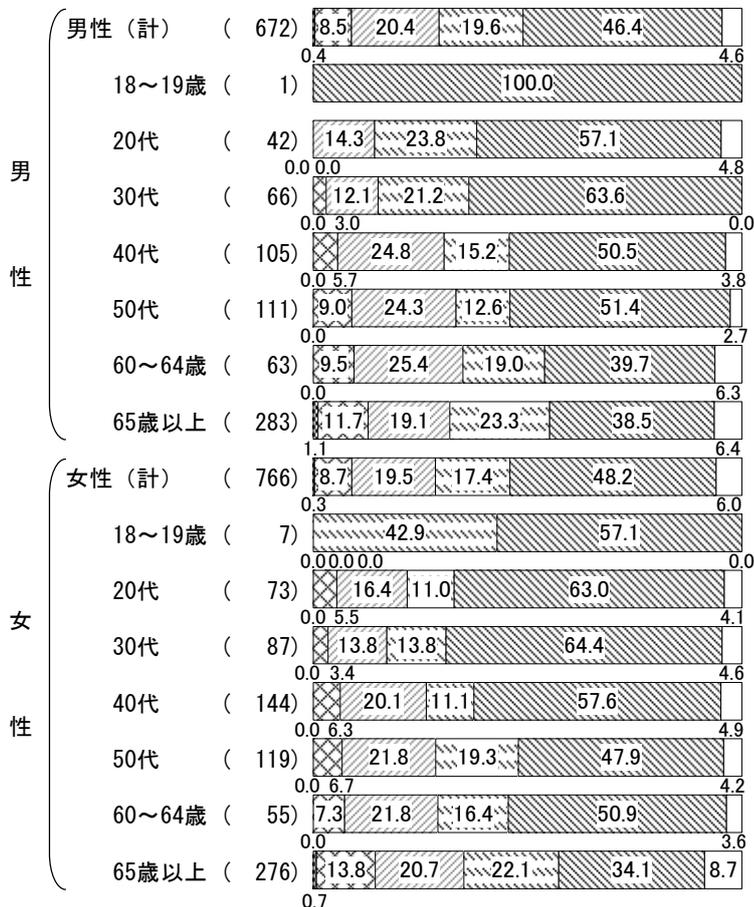
(イ) <県の広報ラジオ番組（bayfm78）>



【地域別】

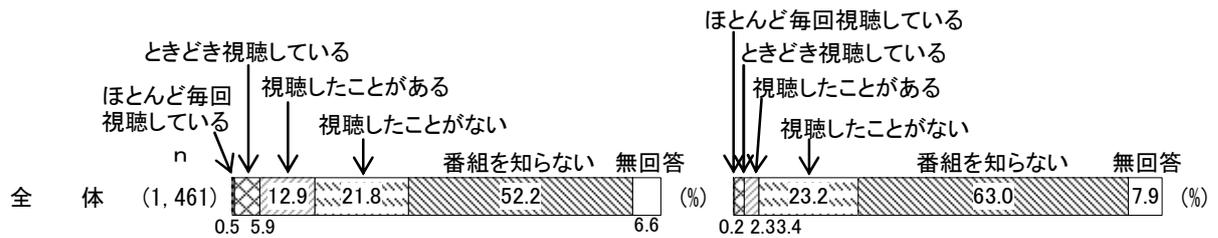


【性・年代別】

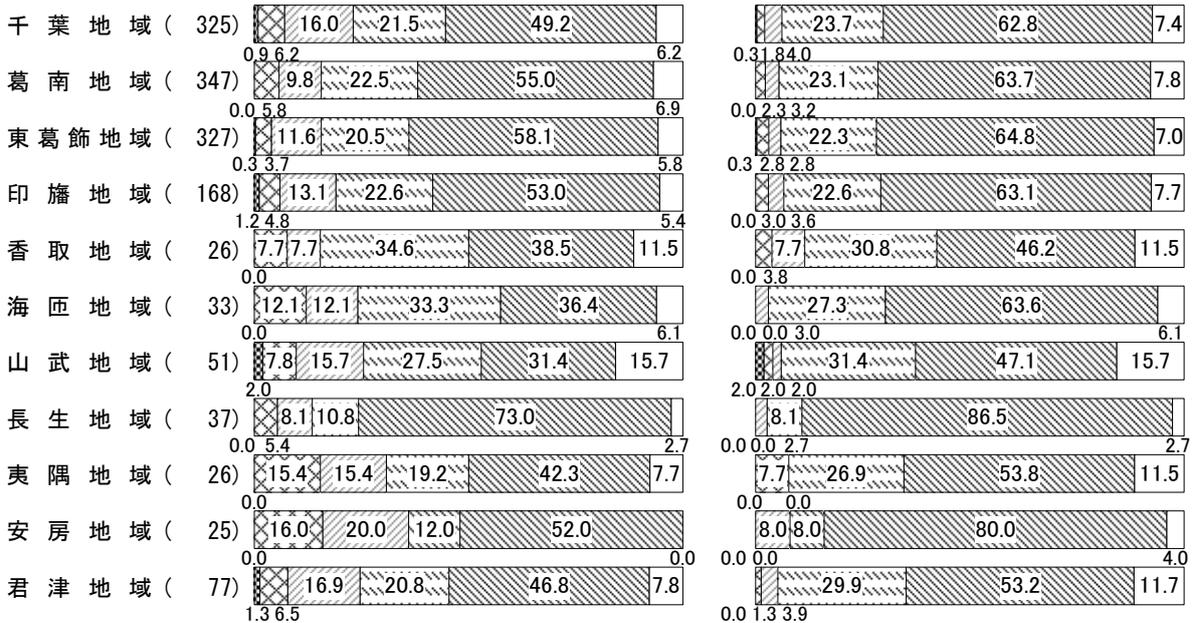


(ウ) <県の魅力発信テレビ番組（フジテレビ）>

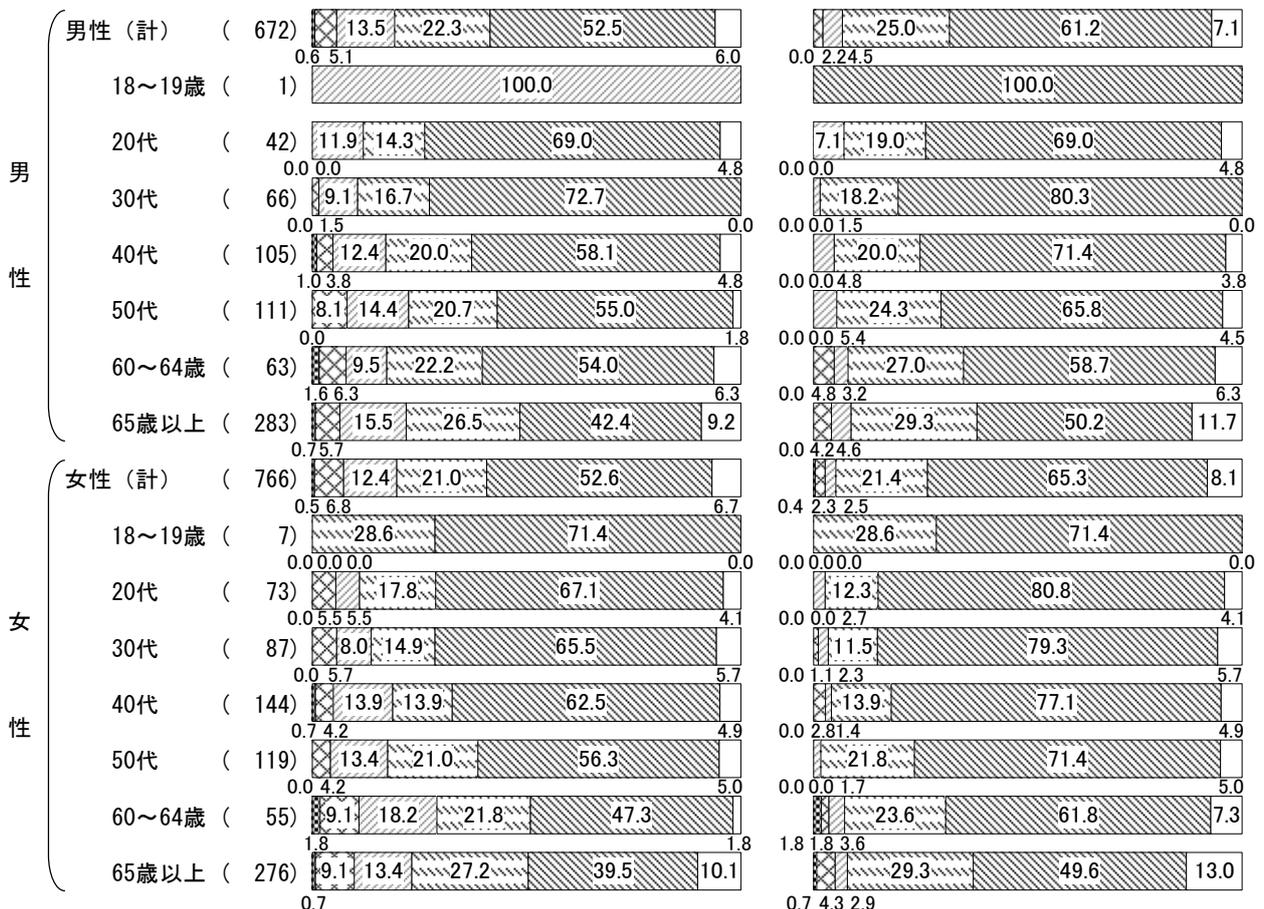
(エ) <県の魅力発信ラジオ番組（TBSラジオ）>



【地域別】



【性・年代別】

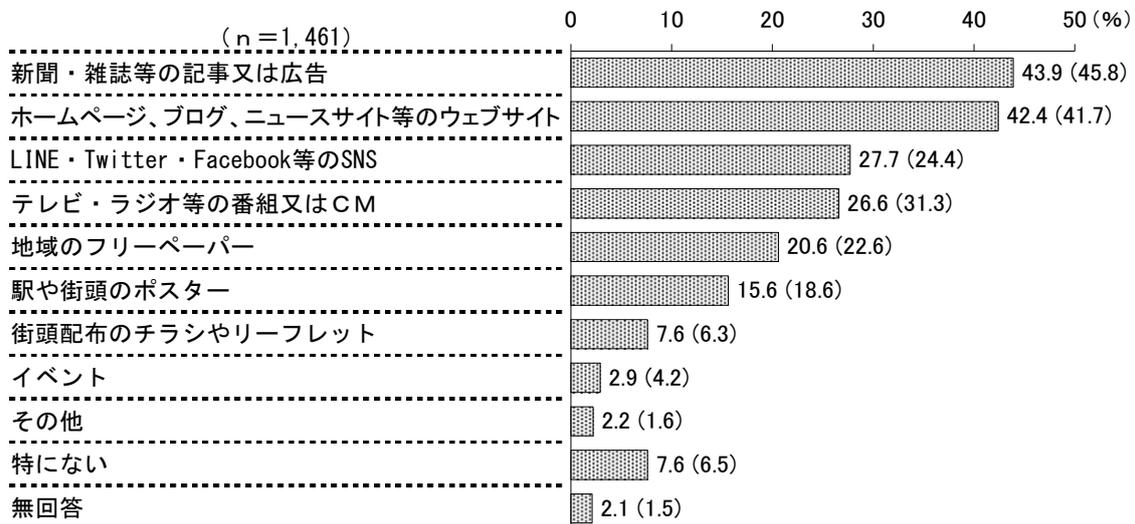


（6）情報の入手媒体

◇「新聞・雑誌等の記事又は広告」が4割台半ば

問43 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30年度の同様の項目による調査結果 n=1,334

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」(43.9%)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」(42.4%)、「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」(27.7%)、「テレビ・ラジオ等の番組又はCM」(26.6%)が続く。(図表8-18)

【地域別】

地域別にみると、「新聞・雑誌等の記事又は広告」は“山武地域”(68.6%)が約7割で高くなっている。

「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“葛南地域”(49.6%)が約5割で高くなっている。

「地域のフリーペーパー」は“香取地域”(50.0%)が5割、“夷隅地域”(38.5%)が約4割で高くなっている。(図表8-19)

【性・年代別】

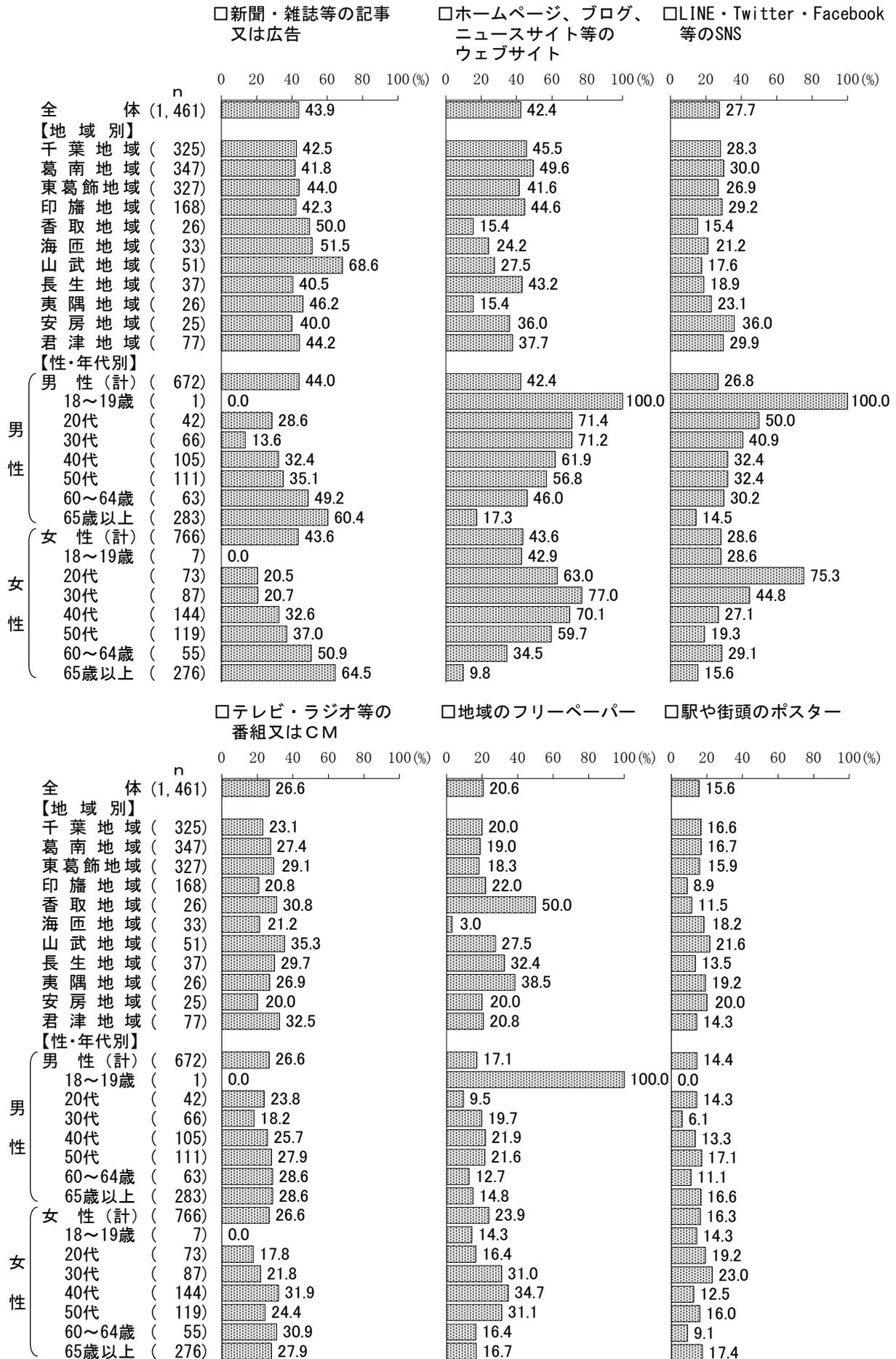
性・年代別にみると、「新聞・雑誌等の記事又は広告」は女性の65歳以上(64.5%)が6割台半ば、男性の65歳以上(60.4%)が6割で高くなっている。

「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(77.0%)が約8割、男性の20代(71.4%)、男性の30代(71.2%)が7割を超え、女性の40代(70.1%)が7割、男性の40代(61.9%)と女性の20代(63.0%)が6割を超え、女性の50代(59.7%)が約6割、男性の50代(56.8%)が5割台半ばで高くなっている。

「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」は女性の20代(75.3%)が7割台半ば、男性の20代(50.0%)が5割、女性の30代(44.8%)が4割台半ば、男性の30代(40.9%)が4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(34.7%)が3割台半ば、女性の30代(31.0%)、女性の50代(31.1%)が3割を超えて高くなっている。(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）



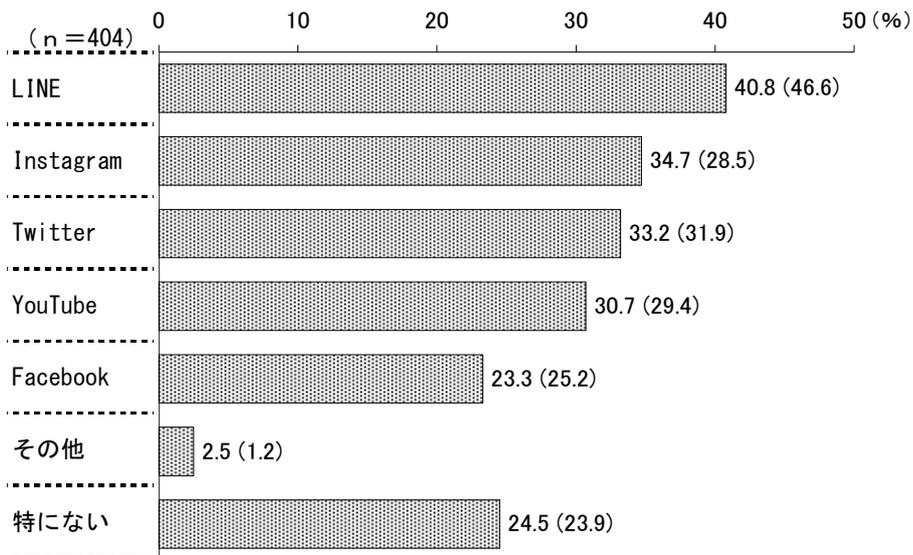
（6－1）SNSの種類

◇「LINE」が4割

（問43で「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」をお答えの方に）

問43－1 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。（〇はいくつでも）

<図表8－20> SNSの種類（複数回答）



注) () の数字は平成30年度の同様の項目による調査結果 n = 326

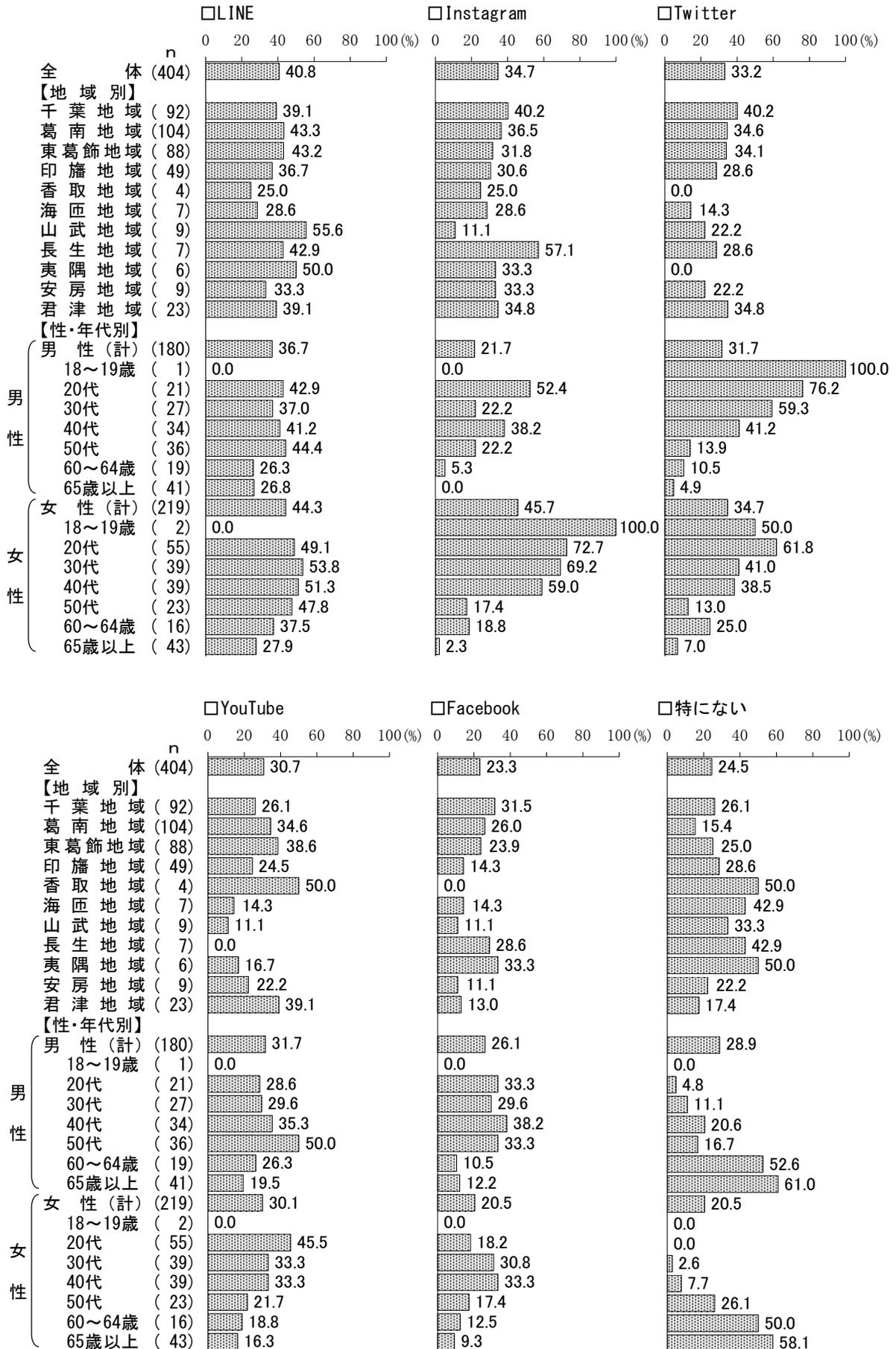
情報の入手媒体で「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」と回答した404人を対象に、利用しているSNSの種類を聞いたところ、「LINE」（40.8%）が4割で最も高く、以下、「Instagram」（34.7%）、「Twitter」（33.2%）、「YouTube」（30.7%）が続く。（図表8－20）

※サンプル数が少ないため、【地域別】及び【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8－21）

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

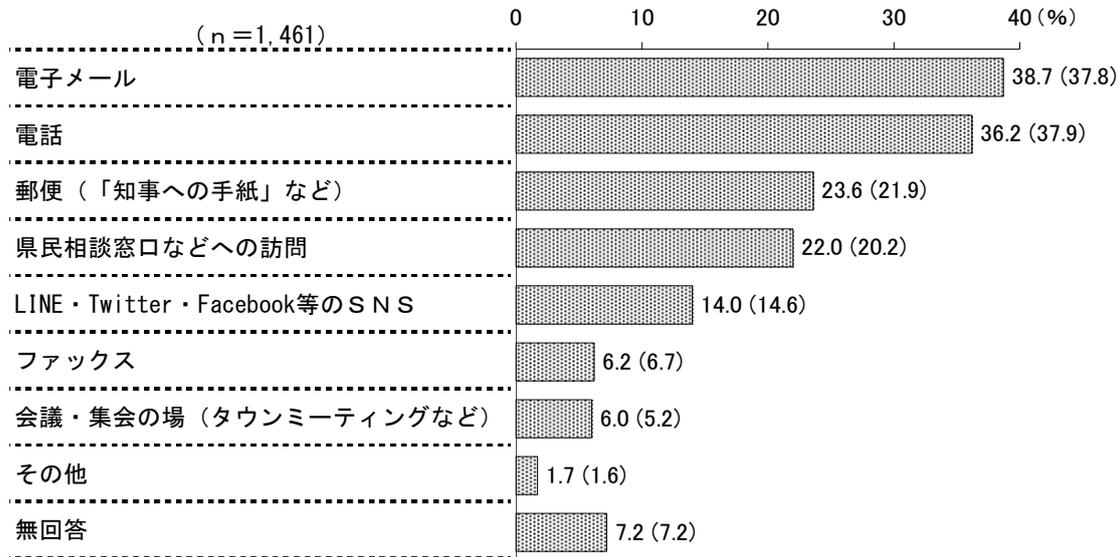


（7）県政への意見を述べる方法

◇「電子メール」が約4割

問44 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）



注) () の数字は平成30年度の同様の項目による調査結果 n=1,334

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、「電子メール」(38.7%)が約4割で最も高く、以下、「電話」(36.2%)、「郵便（『知事への手紙』など）」(23.6%)が続く。（図表8-22）

【地域別】

地域別にみると、「郵便（『知事への手紙』など）」は“海匠地域”（42.4%）が4割を超えて高くなっている。

「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」は“安房地域”（28.0%）が約3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、「電子メール」は女性の20代（63.0%）、女性の40代（61.1%）が6割を超え、男性の30代（60.6%）が6割、男性の20代（57.1%）、男性の40代（58.1%）と女性の30代（57.5%）が約6割、男性の50代（54.1%）が5割台半ば、女性の50代（49.6%）が約5割で高くなっている。

「電話」は女性の65歳以上（44.9%）が4割台半ば、男性の65歳以上（42.8%）が4割を超えて高くなっている。

「郵便（『知事への手紙』など）」は女性の65歳以上（34.4%）が3割台半ばで高くなっている。

「県民相談窓口などへの訪問」は男性の65歳以上（30.4%）が3割で高くなっている。

「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」は女性の20代（50.7%）が5割、男性の20代（38.1%）が約4割、男性の30代（25.8%）が2割台半ば、男性の40代（22.9%）が2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）

