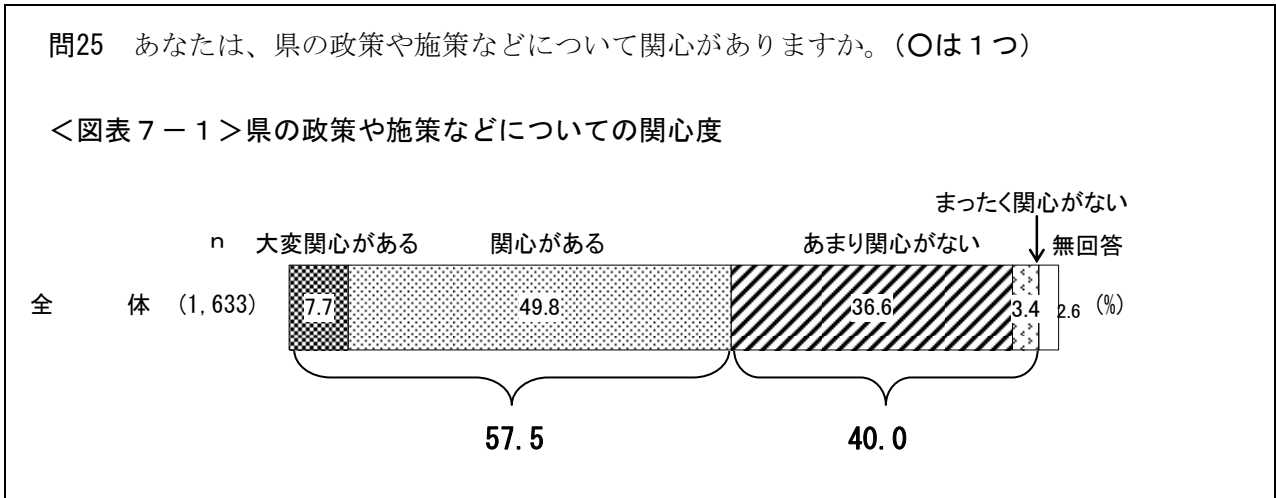


## 7 広報・広聴活動について

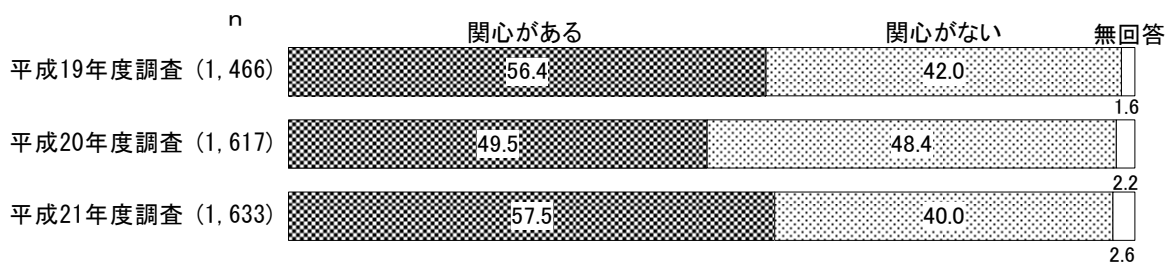
### (1) 県の政策や施策などについての関心度

◇『関心がある』は約6割



県の政策や施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」(7.7%)は約1割で、「関心がある」(49.8%)は約5割である。これらを合わせた『関心がある』(57.5%)は約6割である。一方、「あまり関心がない」(36.6%)と「まったく関心がない」(3.4%)を合わせた『関心がない』(40.0%)は4割となっている。(図表7-1)

【参考】平成19年度・平成20年度の同様の項目による調査結果との比較 (単位: %)



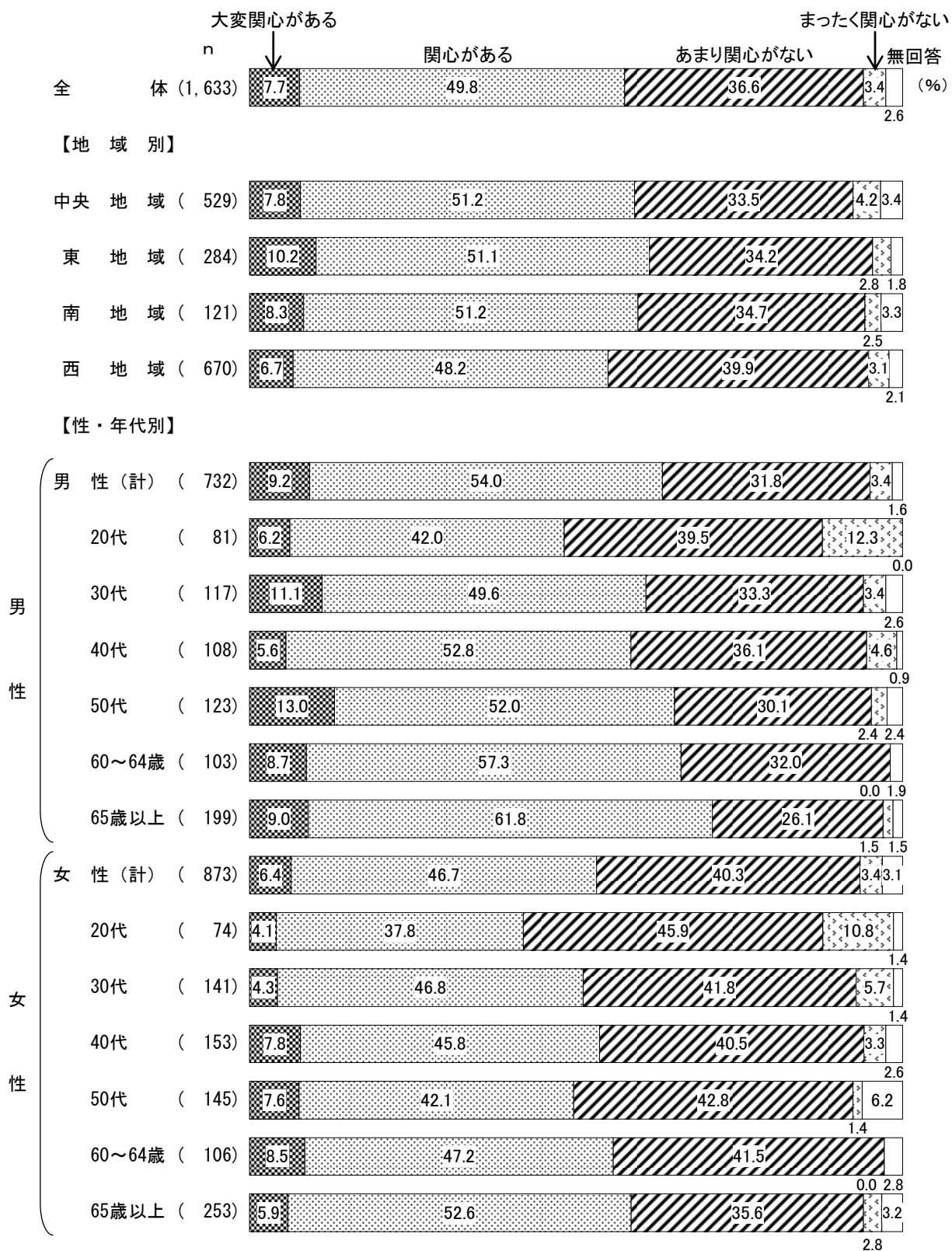
#### 【地域別】

地域別にみると、『関心がある』は“東地域”(61.3%)が6割を超え、他の地域に比べて高くなっている。(図表7-2)

#### 【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(70.8%)が7割で他の年代に比べて高くなっている。一方、『関心がない』は女性の20代(56.7%)が5割台半ばで他の年代に比べて高くなっている。(図表7-2)

<図表7-2> 県の政策や施策などについての関心度／地域別、性・年代別

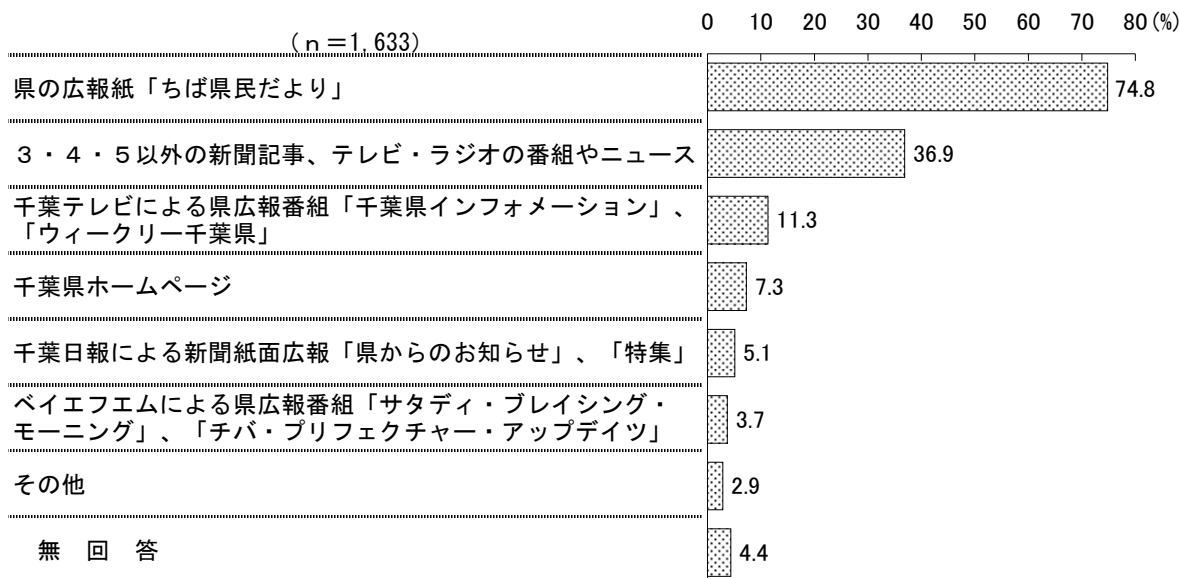


## (2) 県政に関する情報を得る手段

◇「県の広報紙『ちば県民だより』」が7割台半ば

問26 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7-3> 県政に関する情報を得る手段(複数回答)



県政に関する情報を得る手段を聞いたところ、「県の広報紙『ちば県民だより』」(74.8%)が7割台半ばと最も多く、以下、「3・4・5以外の新聞記事、テレビ・ラジオの番組やニュース」(36.9%)が3割台半ば、「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』」(11.3%)が1割を超え続いている。(図表7-3)

(※「3・4・5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、3・4・5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「サタディ・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』を指す)

### 【地域別】

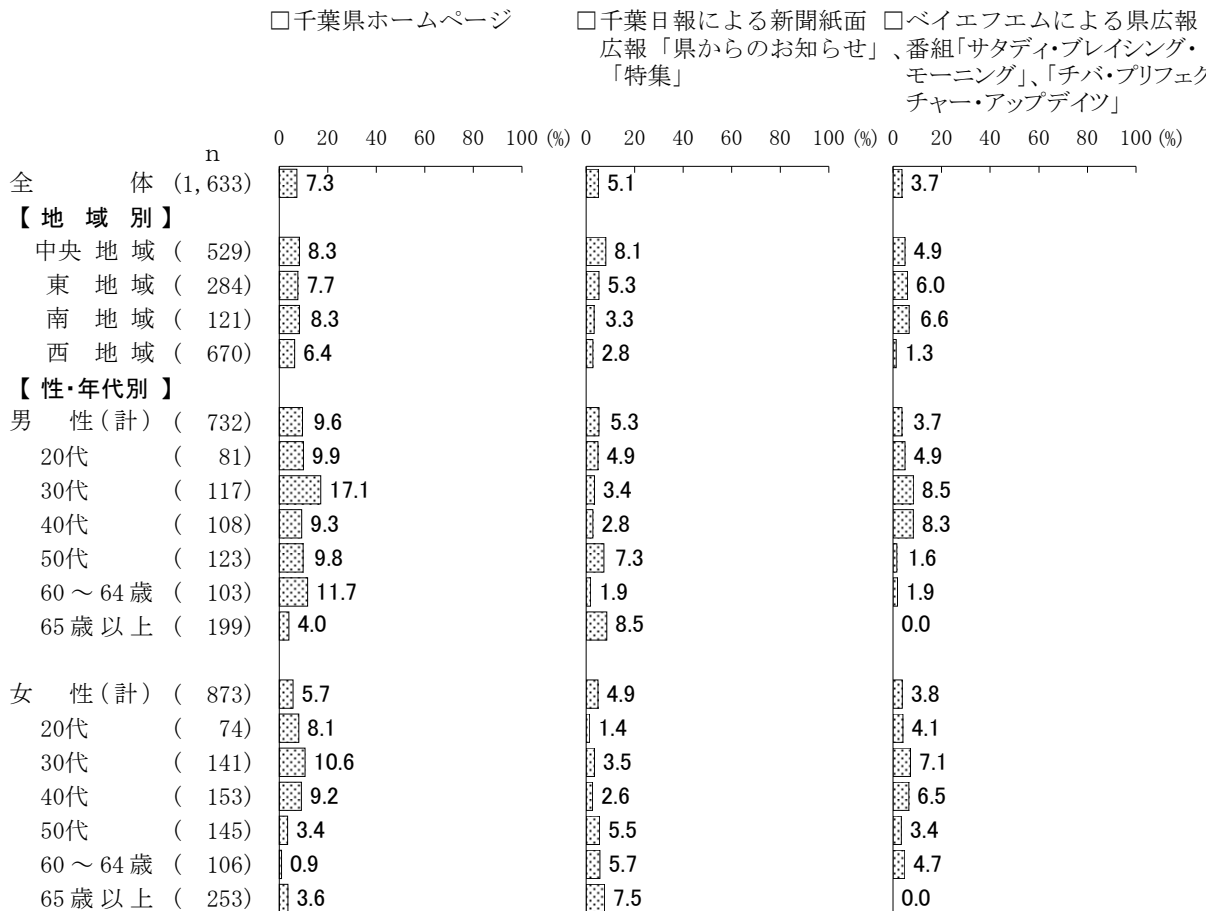
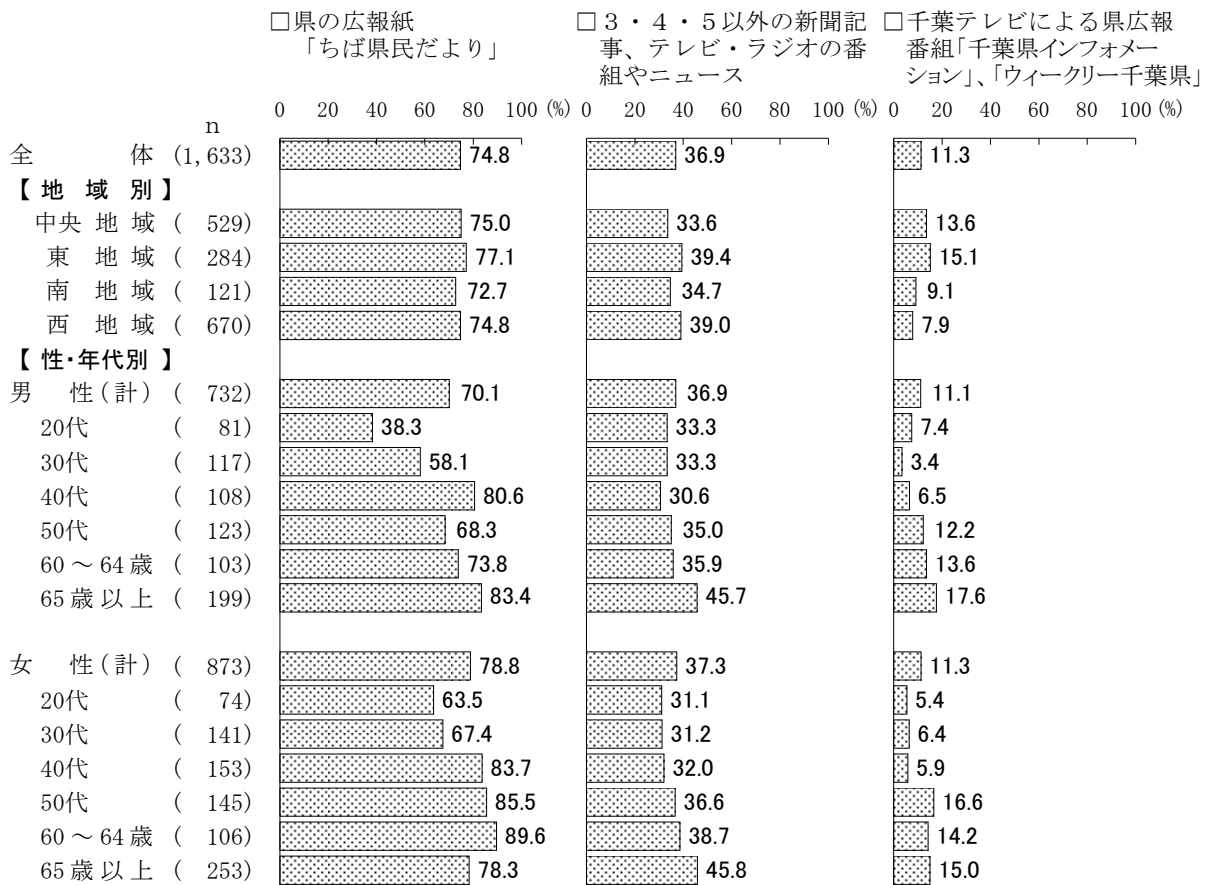
地域別にみると、「県の広報紙『ちば県民だより』」はすべての地域で7割台となっている。「3・4・5以外の新聞記事、テレビ、ラジオの番組やニュース」はすべての地域で3割台となっている。

(図表7-4)

### 【性・年代別】

性・年代別にみると、「県の広報紙『ちば県民だより』」は男性の65歳以上(83.4%)が8割台半ば、女性の60~64歳(89.6%)が約9割で他の年代に比べて高くなっている。「3・4・5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(45.8%)、男性の65歳以上(45.7%)が4割台半ばで他の年代に比べて高くなっている。「千葉県ホームページ」は男性の30代(17.1%)が約2割で他の年代に比べて高くなっている。(図表7-4)

＜図表7-4＞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）

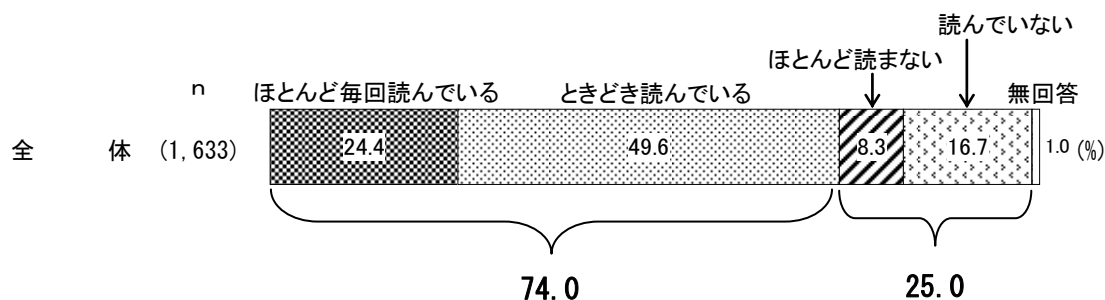


### (3) 県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況

◇『読んでいる』は7割台半ば

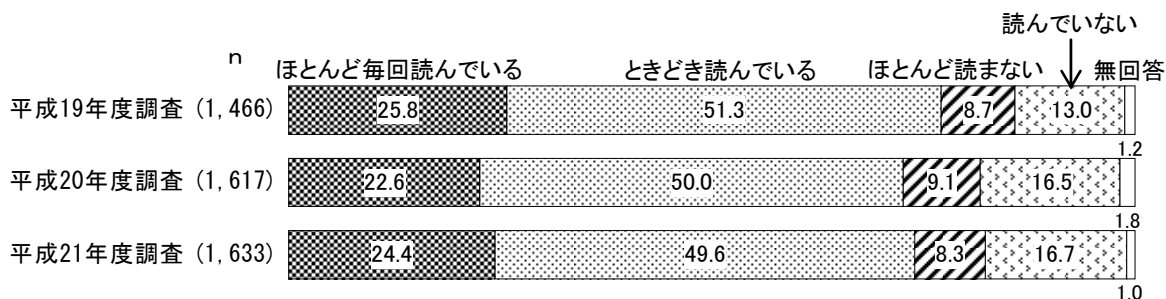
問27 あなたは、県広報紙「ちば県民だより」を読んでいますか。(○は1つ)

<図表7-5> 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」(24.4%)は2割台半ばで、「ときどき読んでいる」(49.6%)は約5割で最も多い。これらを合わせた『読んでいる』(74.0%)は7割台半ばである。一方、「ほとんど読まない」(8.3%)と「読んでいない」(16.7%)を合わせた『読んでいない』(25.0%)は2割台半ばである。(図表7-5)

【参考】平成19年度・平成20年度の同様の項目による調査結果との比較(単位:%)



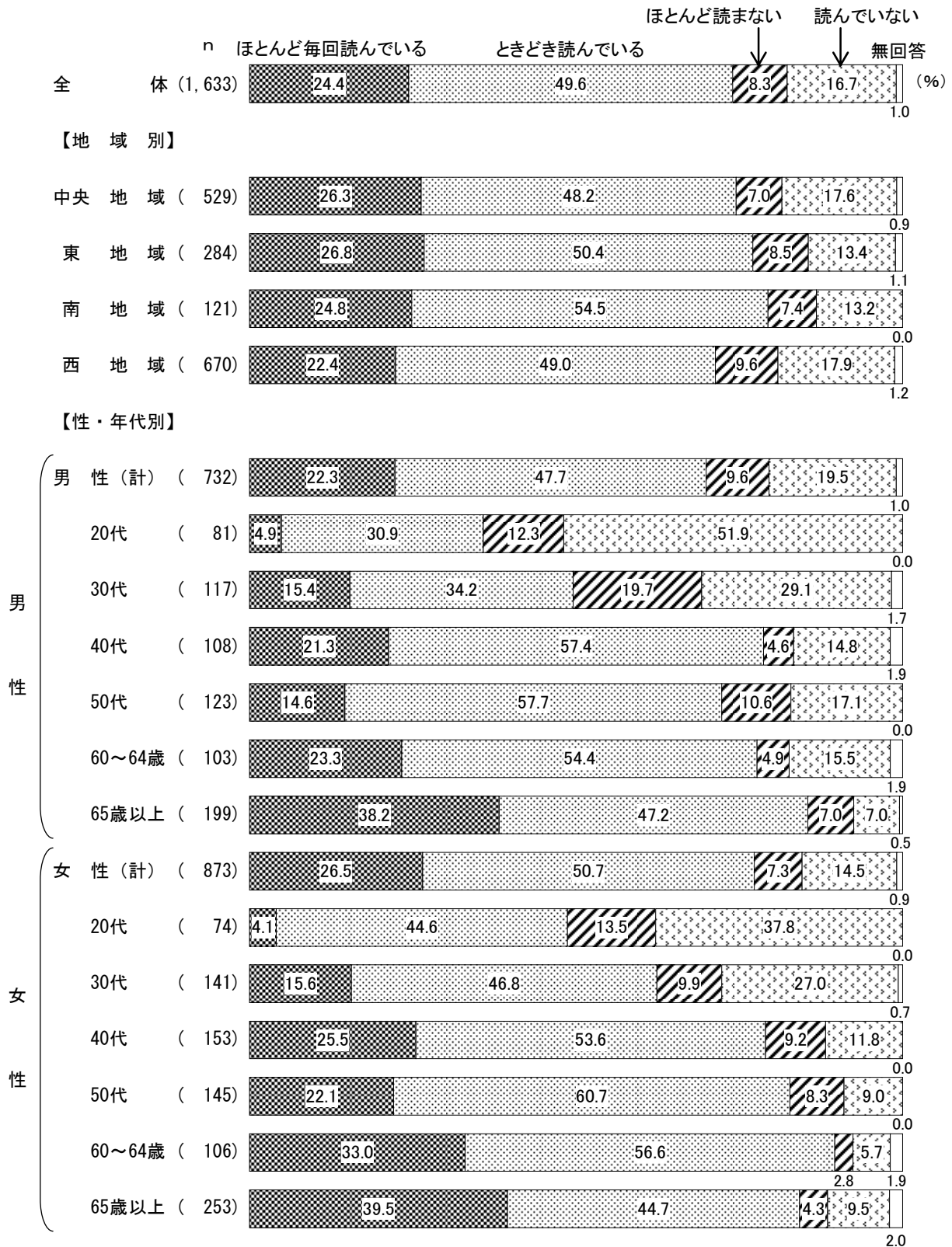
#### 【地域別】

地域別にみると、『読んでいる』は“南地域”(79.3%)が約8割で他の地域に比べて高くなっている。(図表7-6)

#### 【性・年代別】

性・年代別にみると、『読んでいる』は男女ともにおおむね年代が上がるほど高くなる傾向がみられ、特に、女性の60~64歳(89.6%)が約9割で他の年代に比べて高くなっている。一方、『読んでいない』は男性の20代(64.2%)が6割台半ばで他の年代に比べて高くなっている。(図表7-6)

<図表7-6> 県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況／地域別、性・年代別



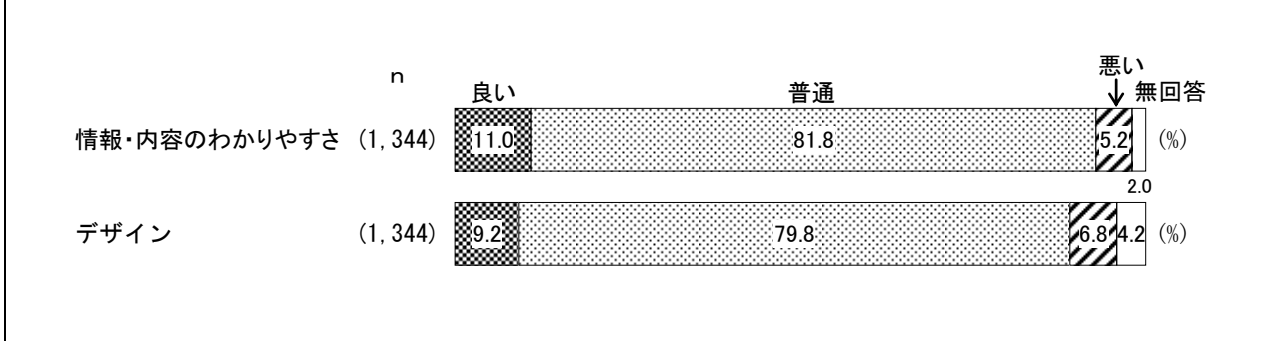
### (3-1) 「ちば県民だより」の内容について

◇情報・内容のわかりやすさ、デザインともに「良い」は1割前後

(問27で「1 ほとんど毎回読んでいる」「2 ときどき読んでいる」「3 ほとんど読まない」のいずれかをお答えの方に)

問27-1 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)

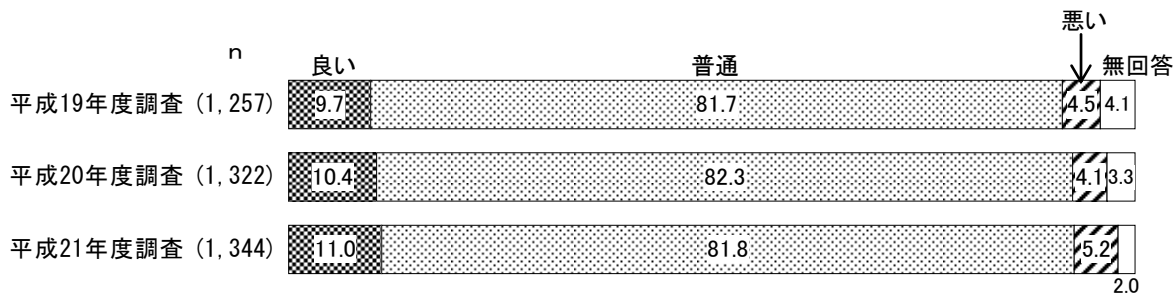
<図表7-7> 「ちば県民だより」の内容について



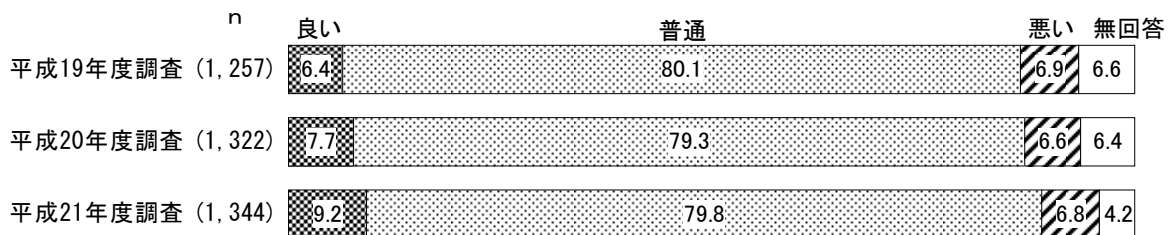
県広報紙「ちば県民だより」を「ほとんど毎回読んでいる」、「ときどき読んでいる」、「ほとんど読まない」と回答した1,344人を対象に、「ちば県民だより」の内容について聞いたところ、〈情報・内容のわかりやすさ〉において、「良い」(11.0%)は1割を超え、「普通」(81.8%)は8割を超えている。〈デザイン〉において、「良い」(9.2%)は約1割で、「普通」(79.8%)は約8割となっている。(図表7-7)

〔参考〕平成19年度・平成20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“南地域”（7.6%）を除くすべての地域で1割を超えている。〈デザイン〉において、「良い」はすべての地域で1割前後となっており、地域による大きな差はみられない。（図表7-8）

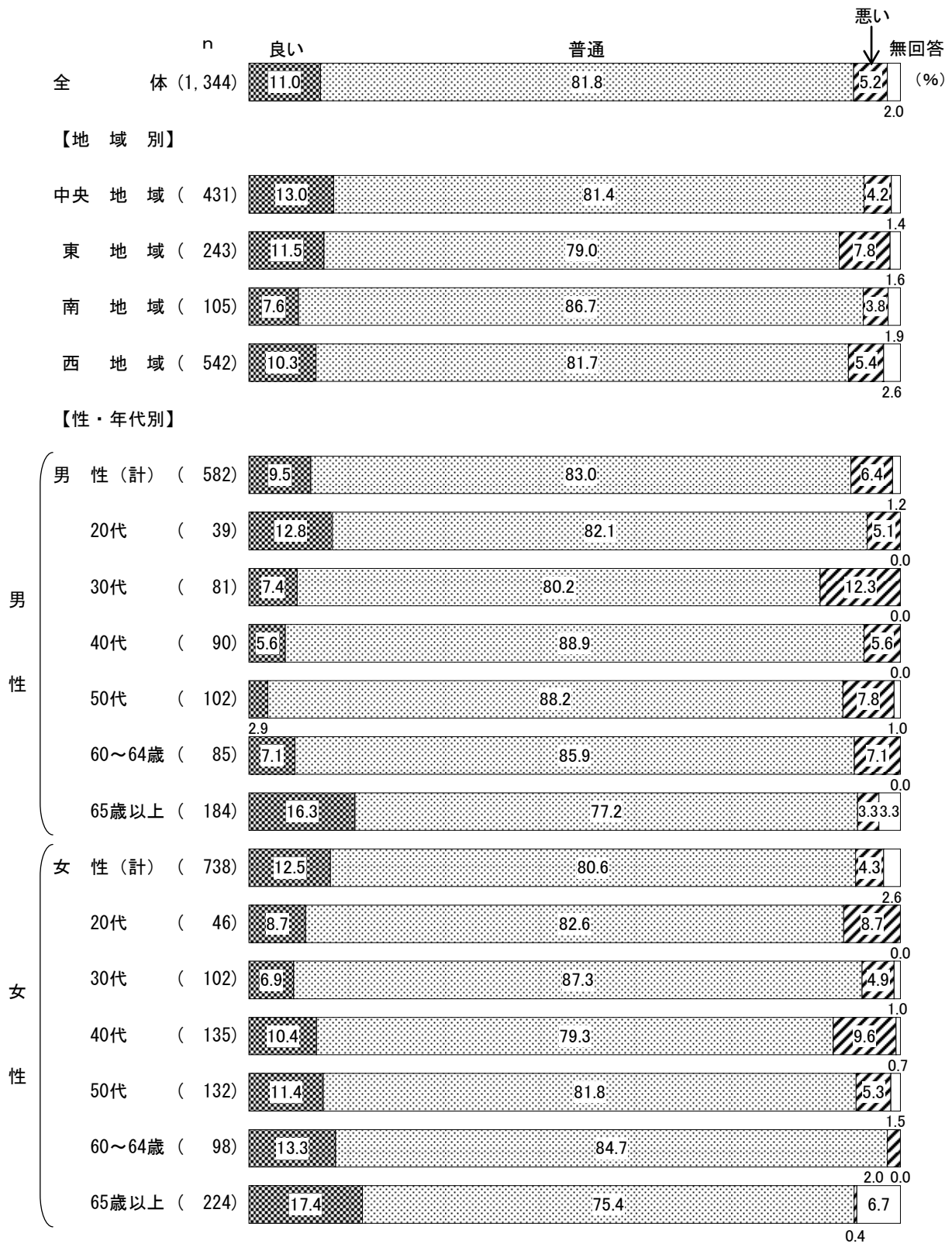
### 【性・年代別】

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65歳以上（17.4%）が約2割で最も高く、男性の65歳以上（16.3%）が1割台半ばで続いている。〈デザイン〉において、「良い」は女性の20代（13.0%）が1割を超え最も高くなっている。（図表7-8）

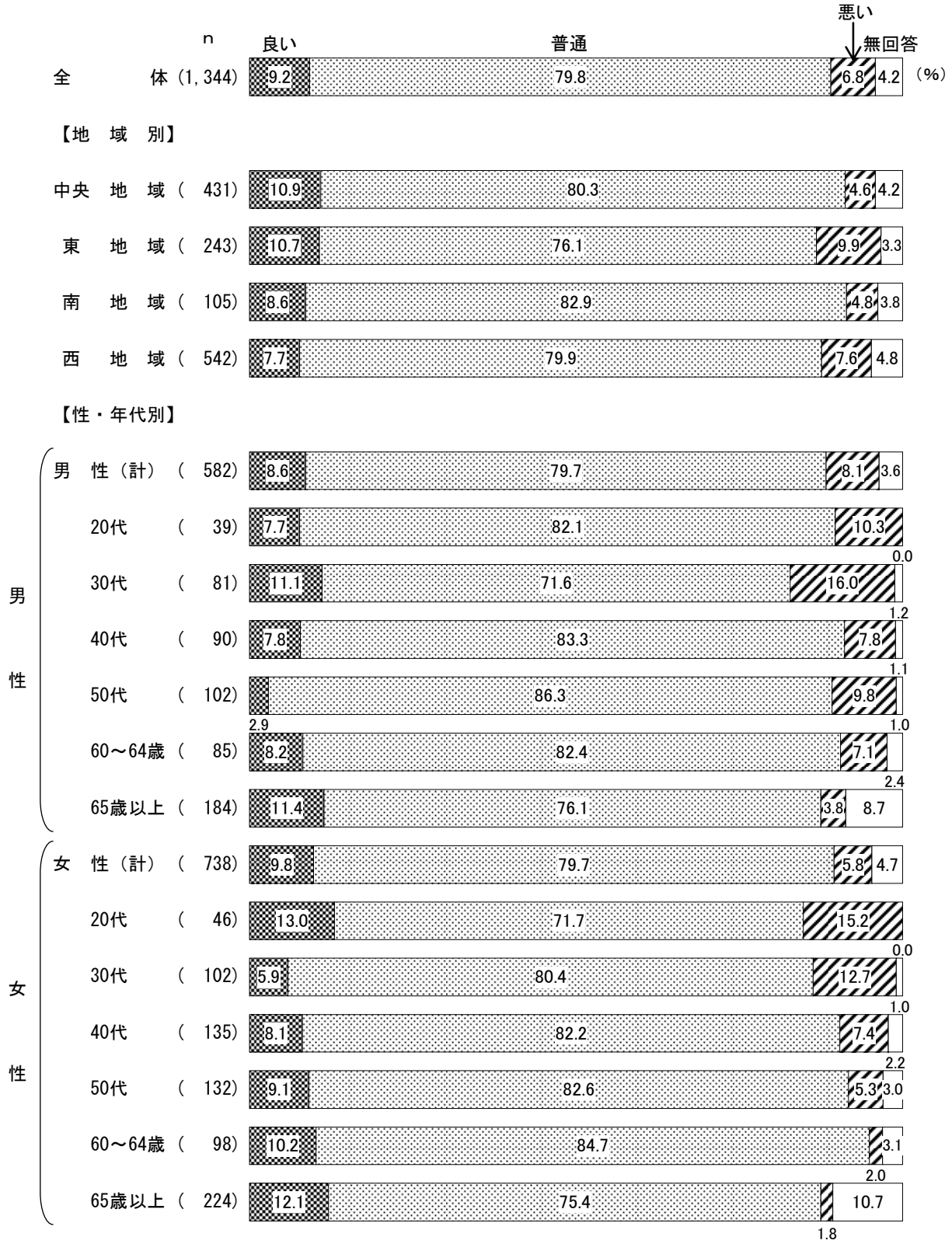


<図表7-8> 「ちば県民だより」の内容について／地域別、性・年代別

《情報・内容のわかりやすさ》



《デザイン》

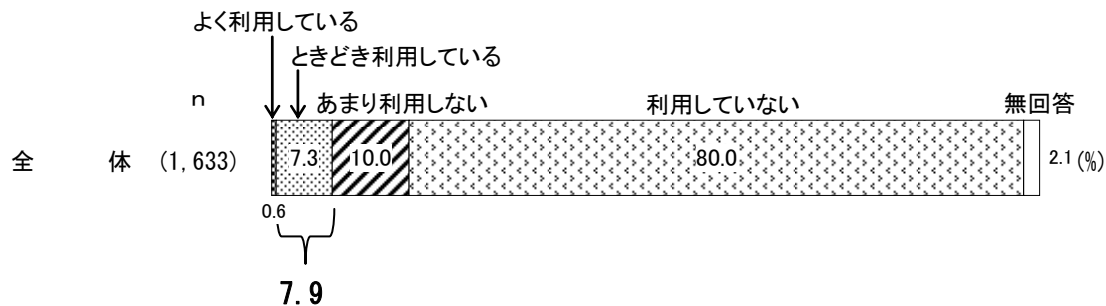


#### (4) 千葉県ホームページの利用頻度

◇『利用している』は約1割

問28 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7-9>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」(0.6%)、「ときどき利用している」(7.3%)を合わせた『利用している』(7.9%)は約1割である。一方、「あまり利用しない」(10.0%)が1割で、「利用していない」(80.0%)は8割となっている。(図表7-9)

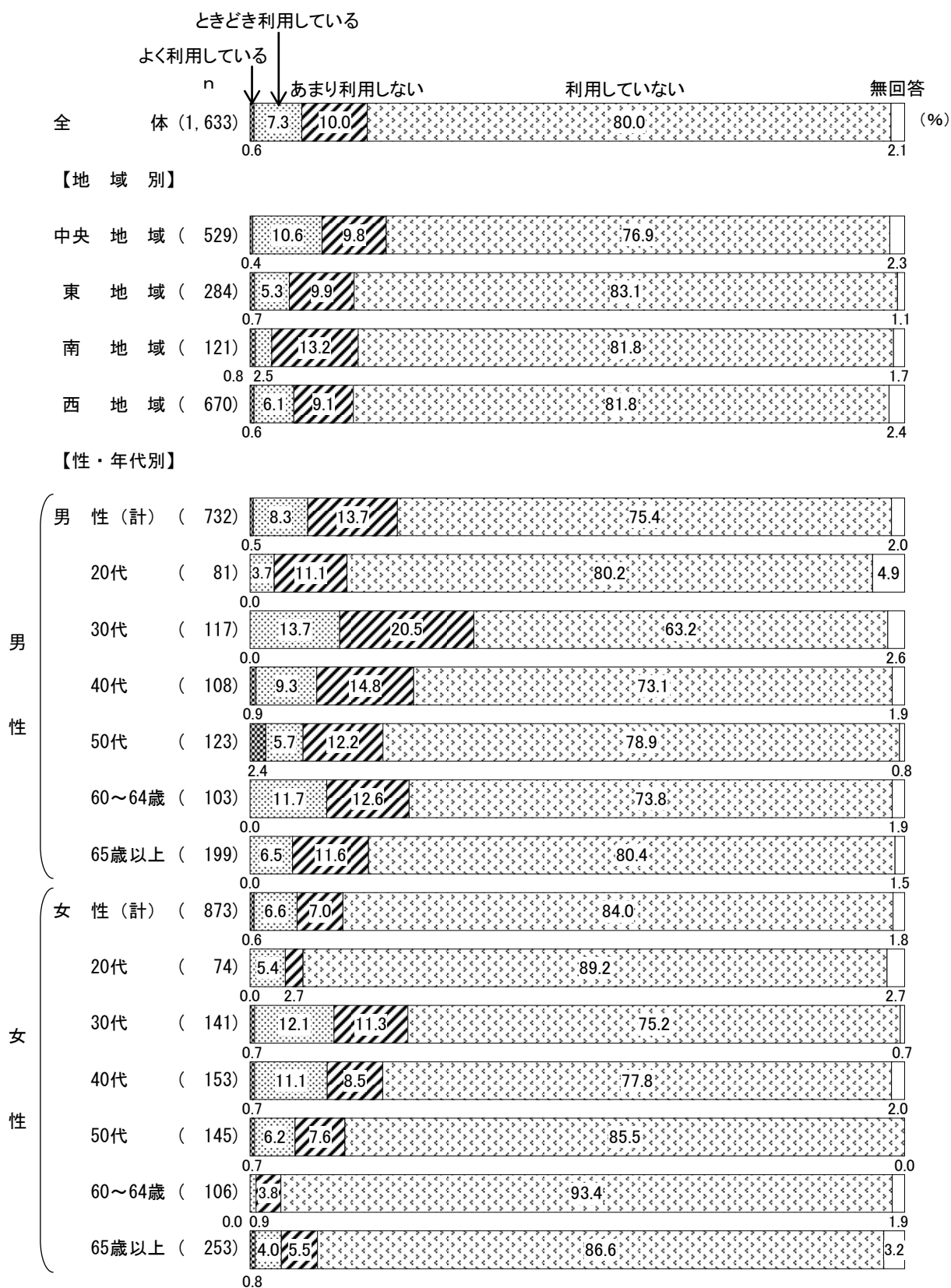
##### 【地域別】

地域別にみると、『利用している』は“中央地域”(11.0%)が1割を超えて他の地域に比べて高くなっている。(図表7-10)

##### 【性・年代別】

性・年代別にみると、『利用している』は男性の30代(13.7%)が1割台半ばで他の年代に比べて高くなっている。(図表7-10)

<図表7-10>千葉県ホームページの利用頻度／地域別、性・年代別



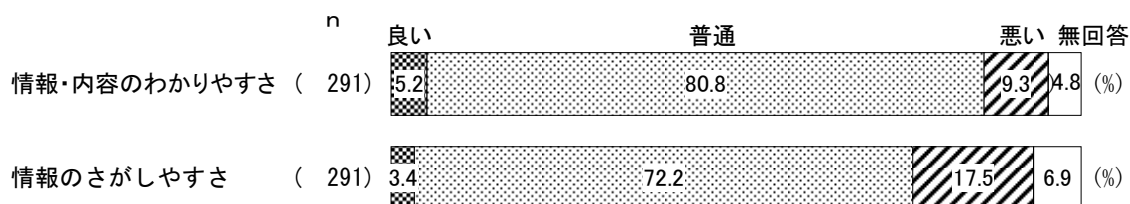
## (4-1) 千葉県ホームページの利用しやすさ

◇情報・内容のわかりやすさ、情報のさがしやすさともに「良い」は1割未満

(問28で「1 よく利用している」「2 ときどき利用している」「3 あまり利用しない」のいずれかをお答えの方に)

問28-1 千葉県ホームページの内容についておたずねします。(〇はそれぞれ1つつ)

<図表7-11>千葉県ホームページの利用しやすさ



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」、「あまり利用しない」と回答した291人を対象に、千葉県ホームページの利用しやすさ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」は5.2%で、「普通」(80.8%)は8割である。〈情報のさがしやすさ〉において、「良い」は3.4%で、「普通」(72.2%)は7割を超えている。(図表7-11)

### 【地域別】

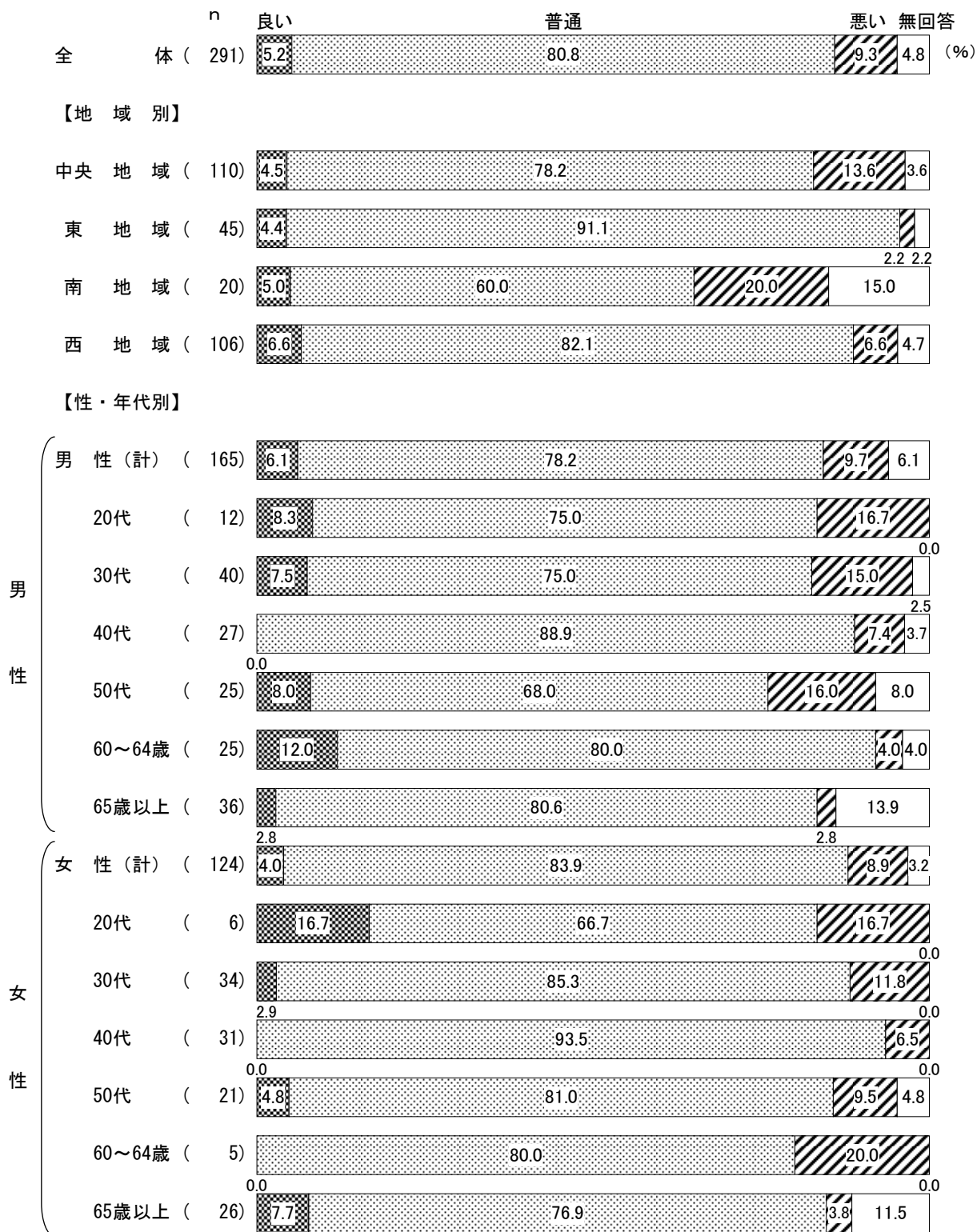
地域別にみると、〈情報・内容のわかりやすさ〉において、「良い」はすべての地域で1割未満となっており、地域による大きな差はみられない。〈情報のさがしやすさ〉において、「良い」はすべての地域で1割未満となっている。一方、「悪い」は“中央地域”(23.6%)が2割台半ばで他の地域に比べて高くなっている。(図表7-12)

### 【性・年代別】

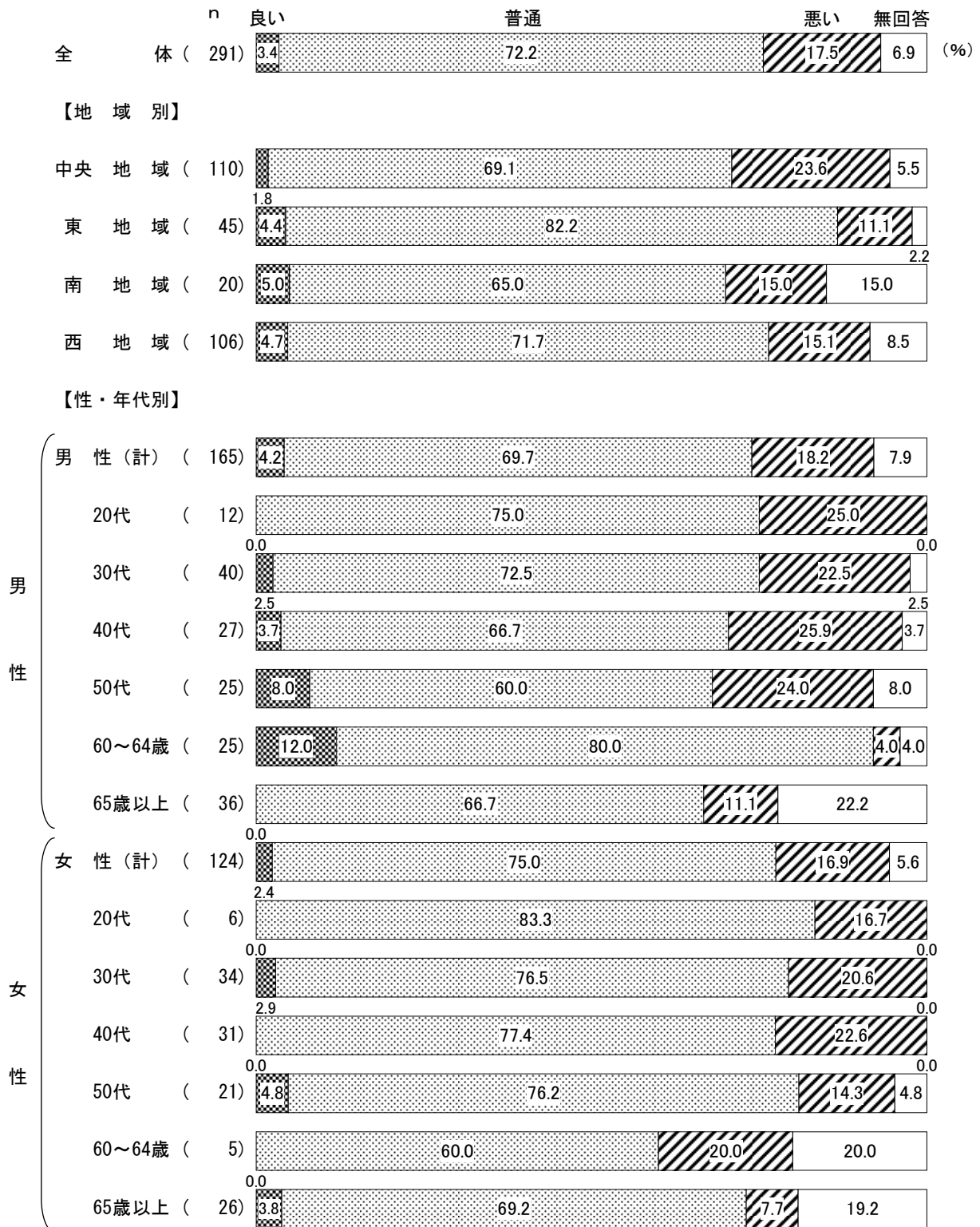
性・年代別にみると、〈情報・内容のわかりやすさ〉において、「良い」は女性の20代(16.7%)が1割台半ばで他の年代に比べて高くなっている。〈情報のさがしやすさ〉において、「良い」は男性の60~64歳(12.0%)が1割を超え他の年代に比べて高くなっている。(図表7-12)

<図表7-12>千葉県ホームページの利用しやすさ（情報・内容のわかりやすさ）

／地域別、性・年代別



<図表7-12>千葉県ホームページの利用しやすさ（情報のさがしやすさ）／地域別、性・年代別

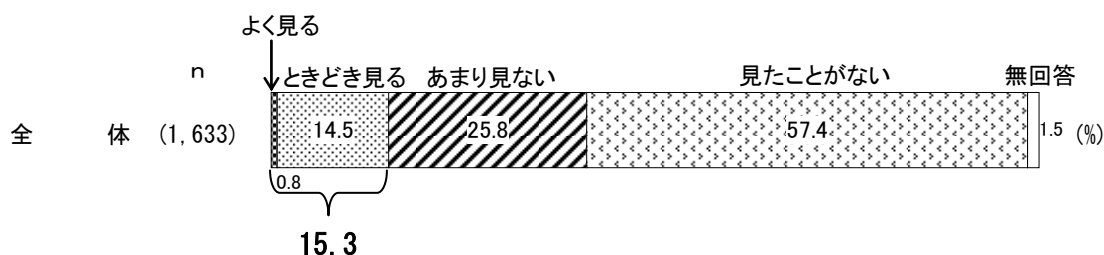


## (5) 県の広報番組の視聴状況

◇『見る』は1割台半ば、「見たことがない」は約6割

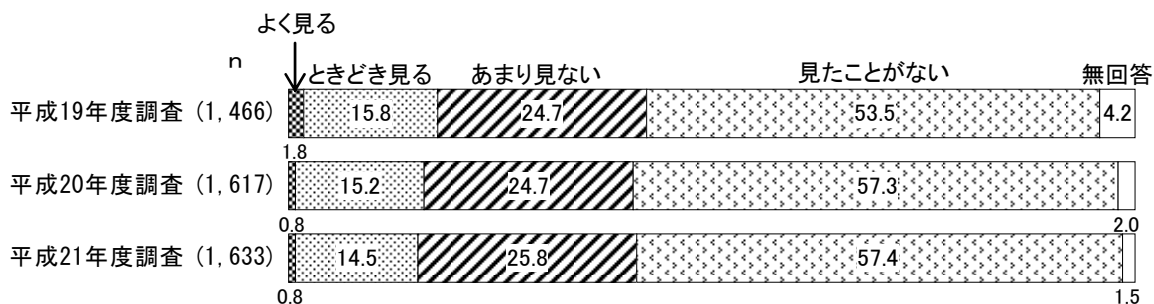
問29 県では、千葉テレビ放送において、県の広報番組「千葉県インフォメーション」、「ウィークリー千葉県」を毎週放送しています。あなたは、これらの番組をどの程度ご覧になっていますか。(〇は1つ)

<図表7-13> 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」(0.8%)と「とくどき見る」(14.5%)を合わせた『見る』(15.3%)は1割台半ばである。一方、「あまり見ない」(25.8%)は2割台半ばで、「見たことがない」(57.4%)は約6割と最も多い。(図表7-13)

【参考】平成19年度・平成20年度の同様の項目による調査結果との比較(単位: %)



### 【地域別】

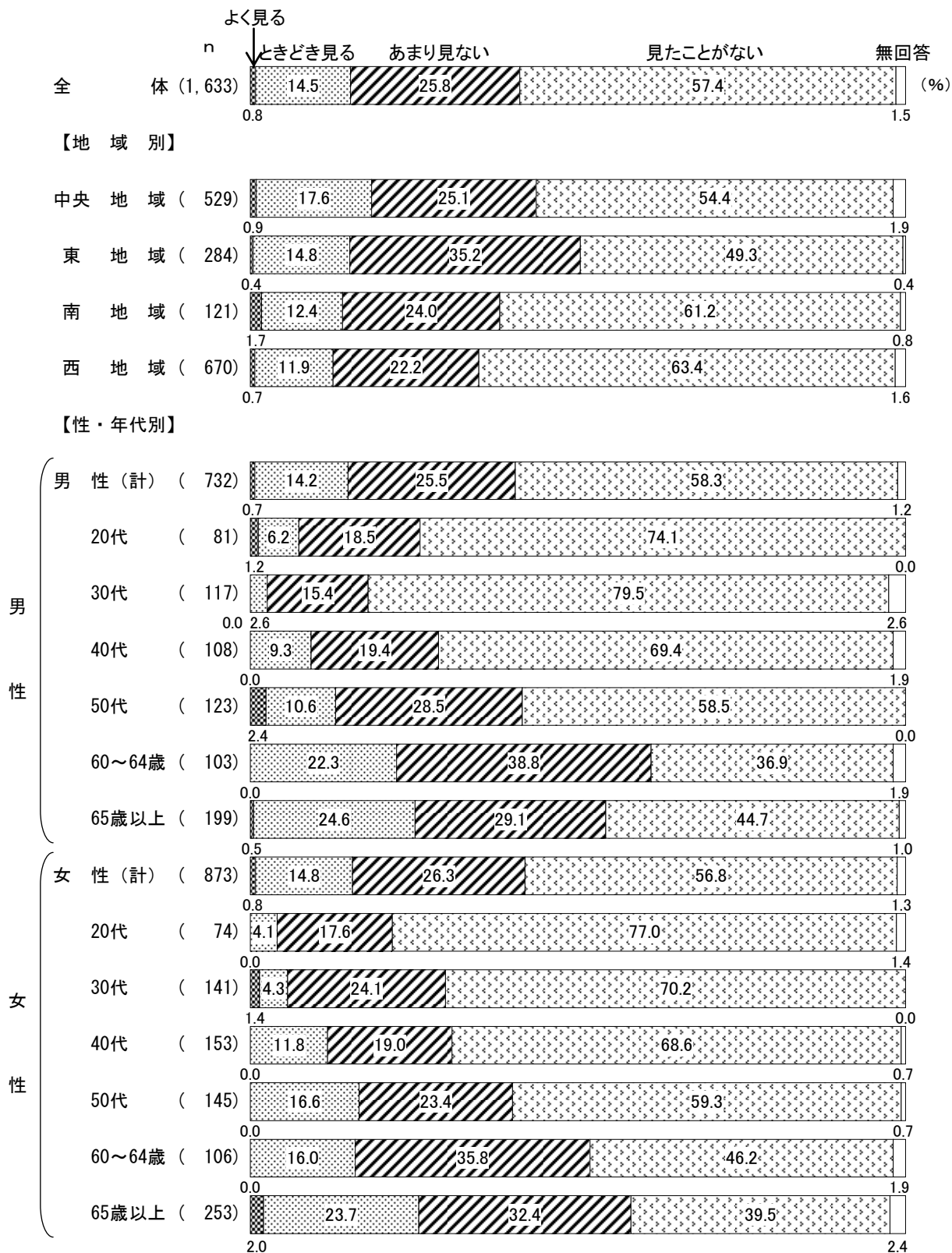
地域別にみると、『見る』は、“中央地域”(18.5%)が約2割で他の地域に比べて高くなっている。(図表7-14)

### 【性・年代別】

性・年代別にみると、『見る』は女性の65歳以上(25.7%)、男性の65歳以上(25.1%)が2割台半ばで他の年代に比べて高くなっている。(図表7-14)



<図表7-14> 県の広報番組の視聴状況／地域別、性・年代別

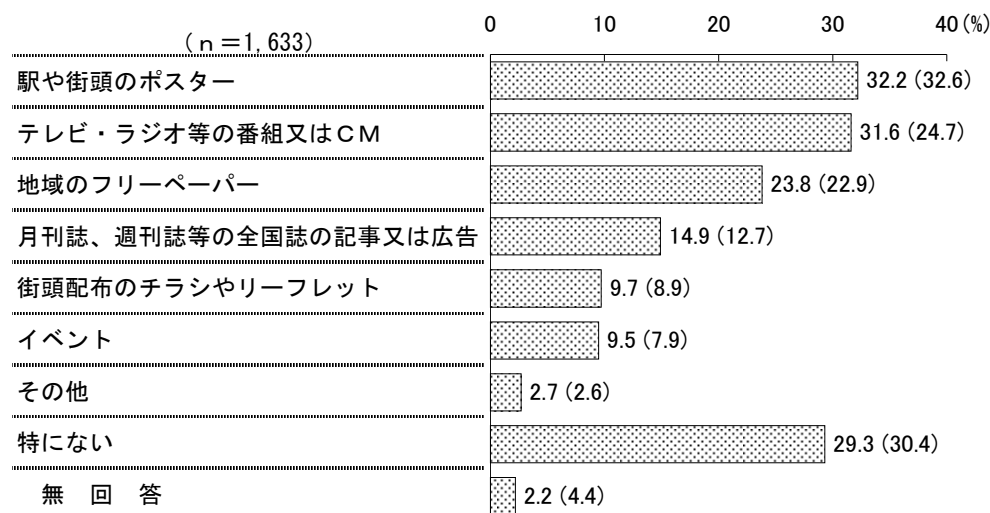


## (6) 県の広報以外の媒体での県情報の視聴状況

◇「駅や街頭のポスター」が3割を超える

問30 あなたは、県の広報紙や広報番組（問26の選択肢「1」～「5」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。（○はいくつでも）

＜図表7-15＞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20年度の同様の項目による調査結果 n=1,617

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、「駅や街頭のポスター」（32.2%）が3割を超え最も高くなっている。以下、「テレビ・ラジオ等の番組又はCM」（31.6%）、「地域のフリーペーパー」（23.8%）と続いている。（図表7-15）

（※問26の選択肢「1」～「5」に掲げるものとは、『1 県の広報紙「ちば県民だより」』、『2 千葉県ホームページ』、『3 千葉日報による新聞紙面広報「県からのお知らせ」、「特集」』、『4 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」』、『5 ベイエフエムによる県広報番組「サタディ・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」』を指す）

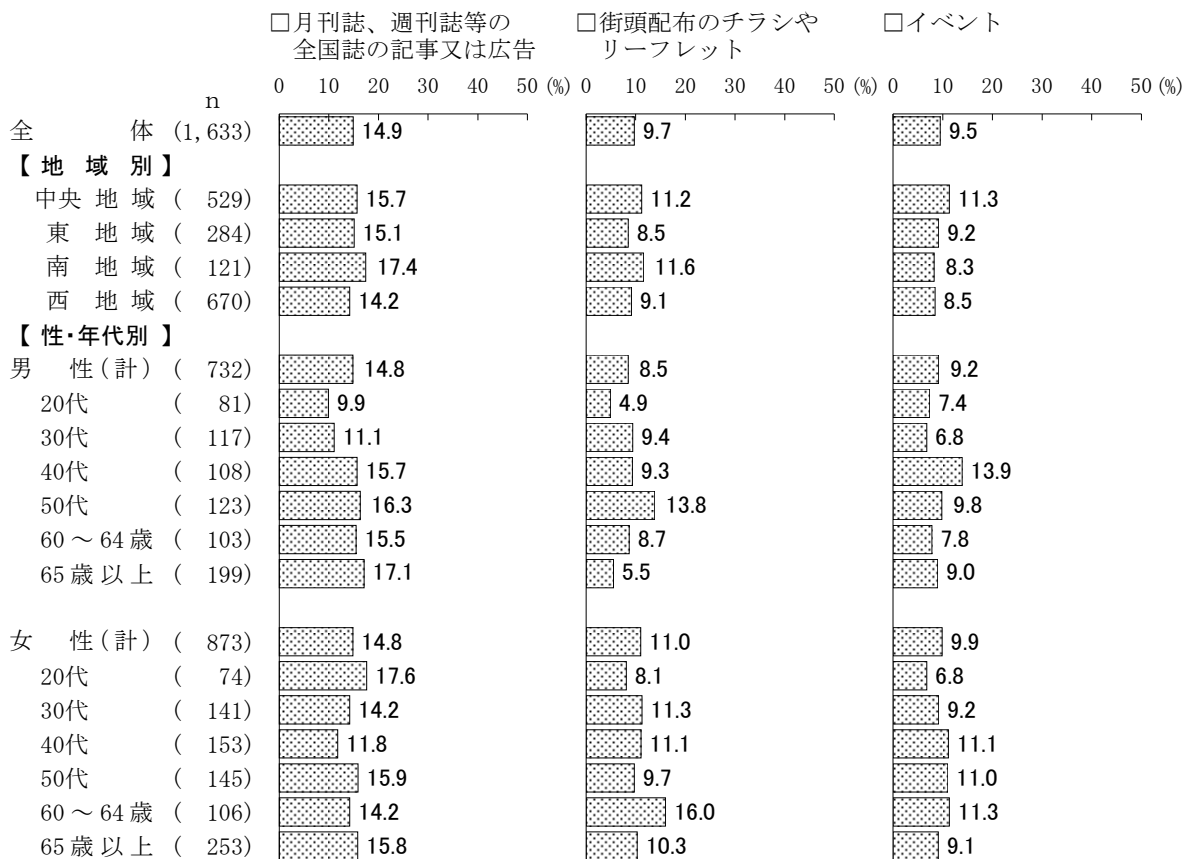
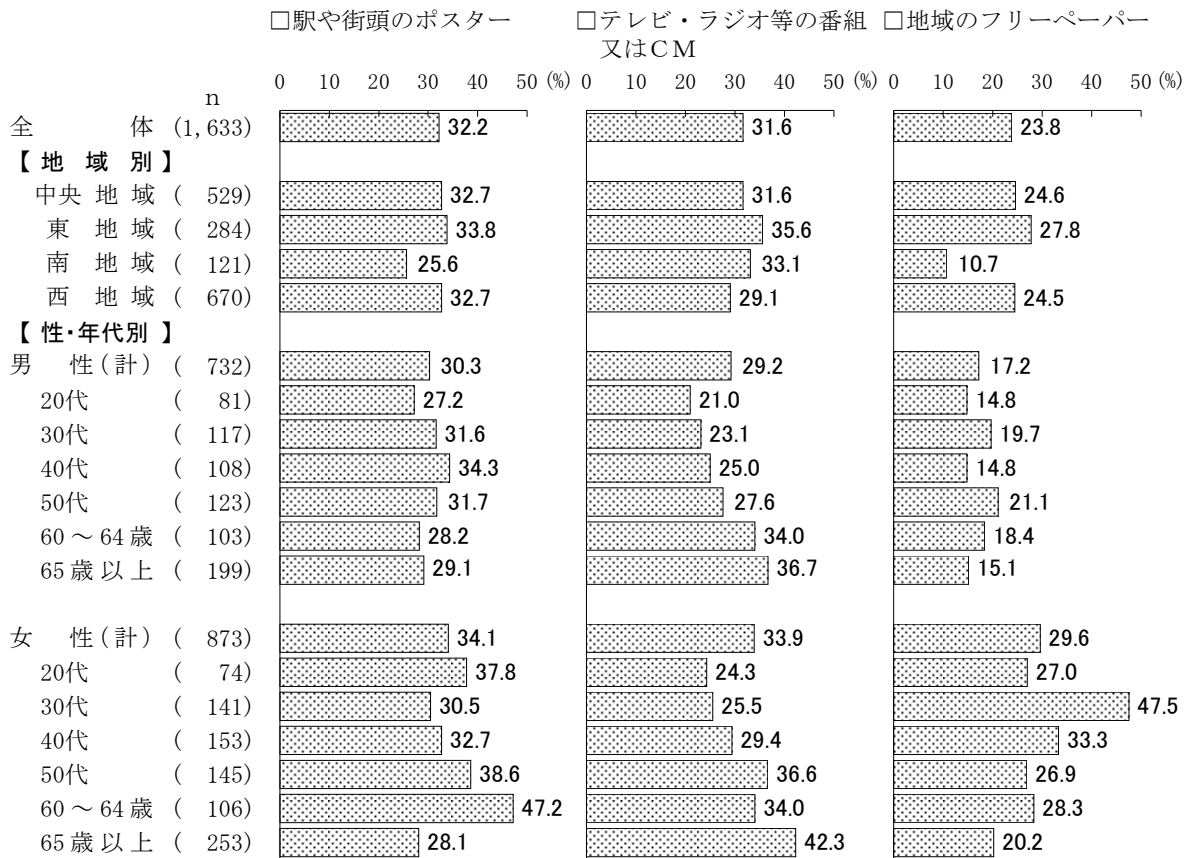
### 【地域別】

地域別にみると、「駅や街頭のポスター」は“南地域”（25.6%）が2割台半ばで、他の地域は3割となっている。「テレビ・ラジオ等の番組又はCM」は“西地域”（29.1%）が約3割で、他の地域は3割台となっている。（図表7-16）

### 【性・年代別】

性・年代別にみると、「駅や街頭のポスター」は女性の60～64歳以上（47.2%）が約5割で最も高く、他の年代は3割前後となっている。「テレビ・ラジオ等の番組又はCM」は、男女ともにおおむね年代が上がると高くなる傾向がみられる。（図表7-16）

<図表7-16> 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）

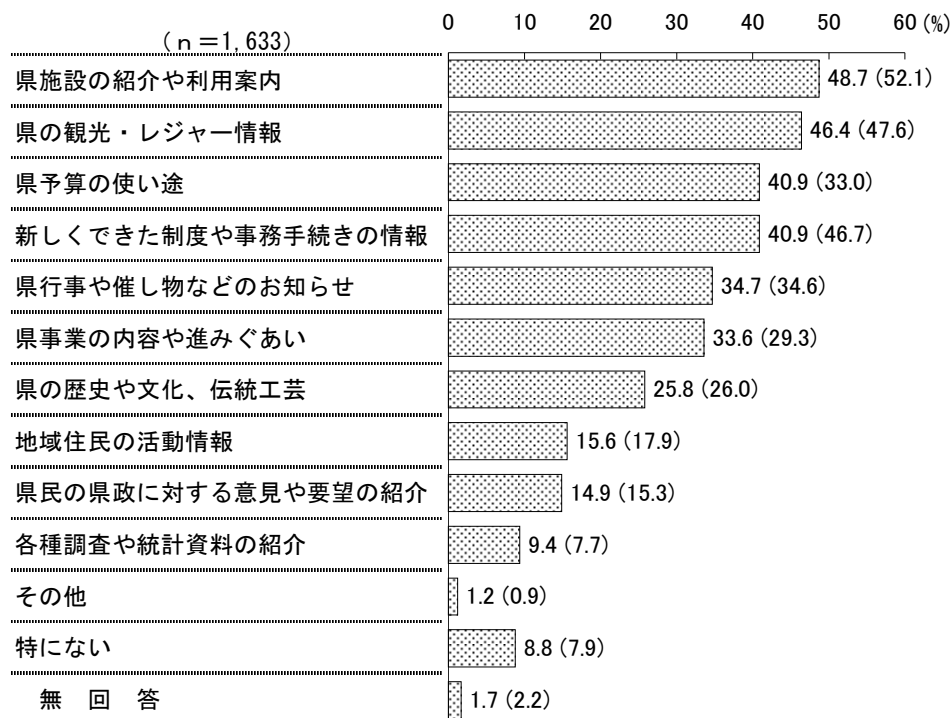


## (7) 県の知りたい情報

◇「県施設の紹介や利用案内」が約5割

問31 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7-17>県の知りたい情報(複数回答)



注) ( ) の数字は平成20年度の同様の項目による調査結果 n=1,617

県の知りたい情報を聞いたところ、「県施設の紹介や利用案内」(48.7%)が約5割と最も高くなっている。以下、「県の観光・レジャー情報」(46.4%)が4割台半ば、「県予算の使い途」と「新しくできた制度や事務手続きの情報」(ともに40.9%)が4割と続いている。(図表7-17)

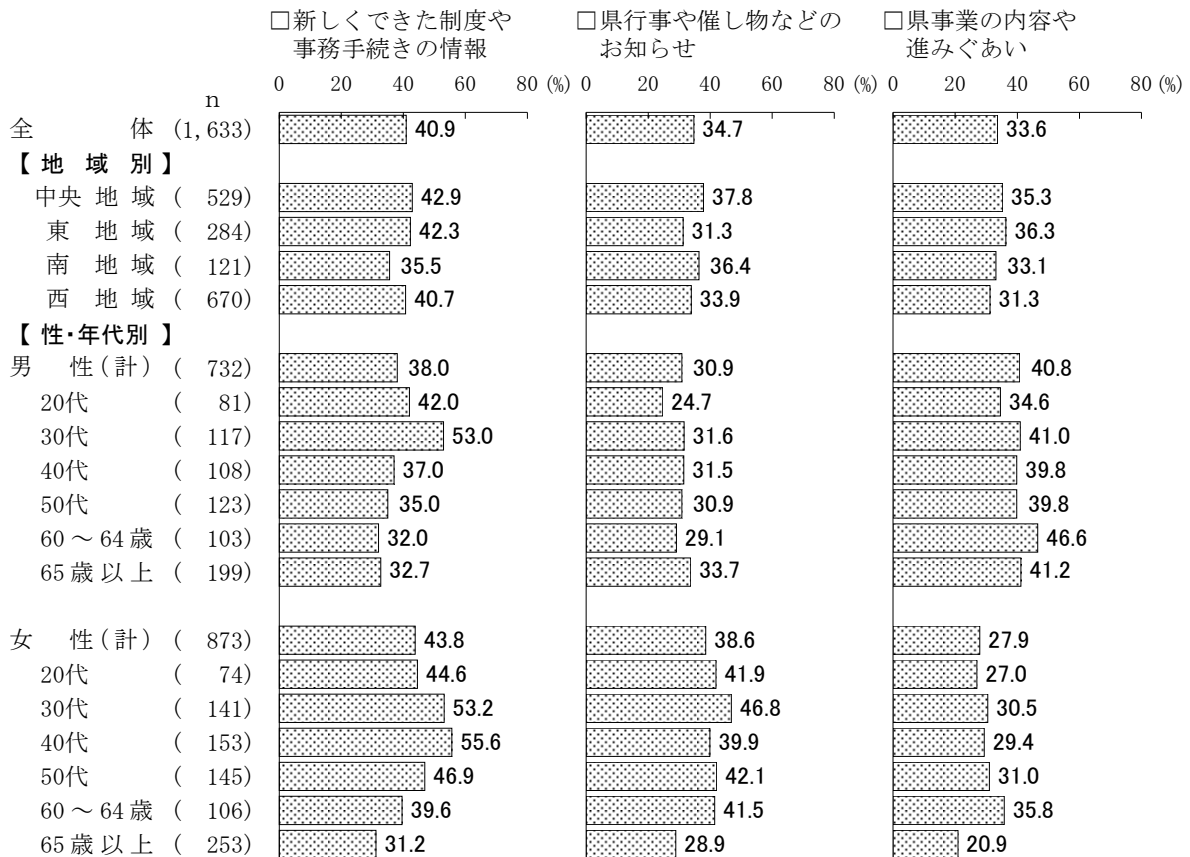
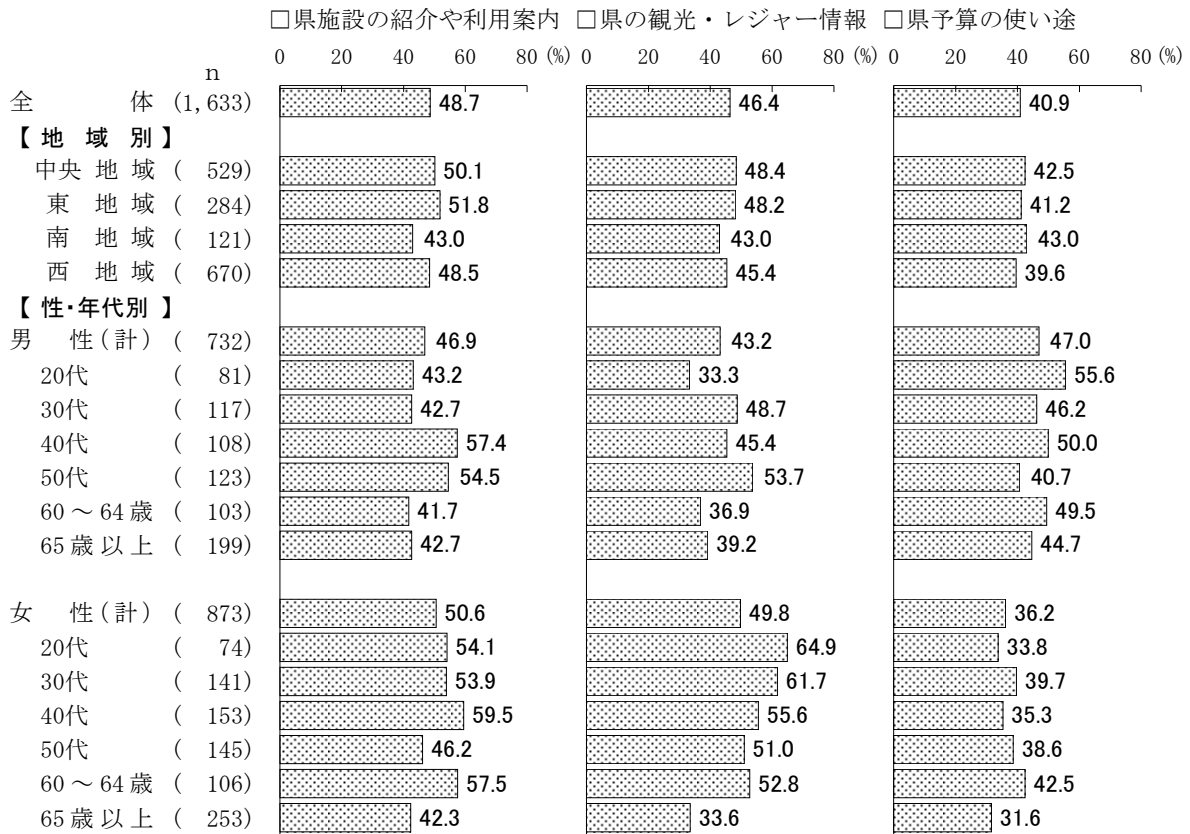
### 【地域別】

地域別にみると、「県施設の紹介や利用案内」は“東地域”(51.8%)が5割を超え最も高くなっている。「県の観光・レジャー情報」はすべての地域で4割台となっている。「県予算の使い途」はすべての地域で4割前後となっている。「新しくできた制度や事務手続きの情報」は“南地域”(35.5%)が3割台半ばで、他の地域は4割台となっている。(図表7-18)

### 【性・年代別】

性・年代別にみると、「県施設の紹介や利用案内」は女性の40代(59.5%)が約6割で最も高く、女性の60~64歳(57.5%)、男性の40代(57.4%)が続いている。「県の観光・レジャー情報」は、女性の20代(64.9%)が6割台半ばで最も高く、女性の30代(61.7%)が6割を超える。「県予算の使い途」は男性の20代(55.6%)が5割台半ばで最も高く、男性の40代(50.0%)が5割で続いている。「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%)が5割台半ばで最も高く、女性の30代(53.2%)、男性の30代(53.0%)が続いている。(図表7-18)

<図表7-18> 県の知りたい情報／地域別、性・年代別（上位6項目）

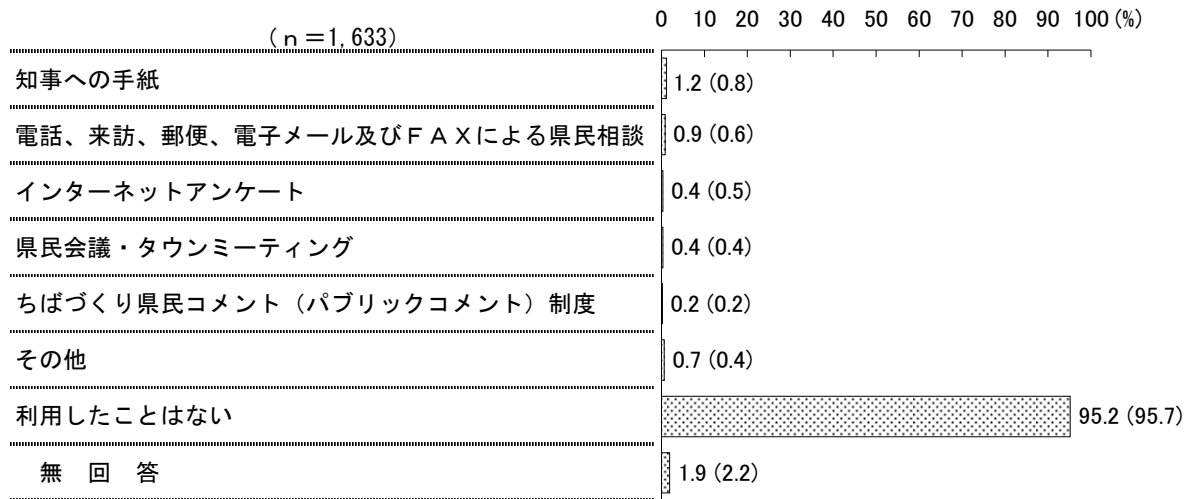


## (8) 知事への手紙などで意見を述べた経験

◇「利用したことがない」が9割台半ば

問32 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7-19> 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20年度の同様の項目による調査結果 n=1,617

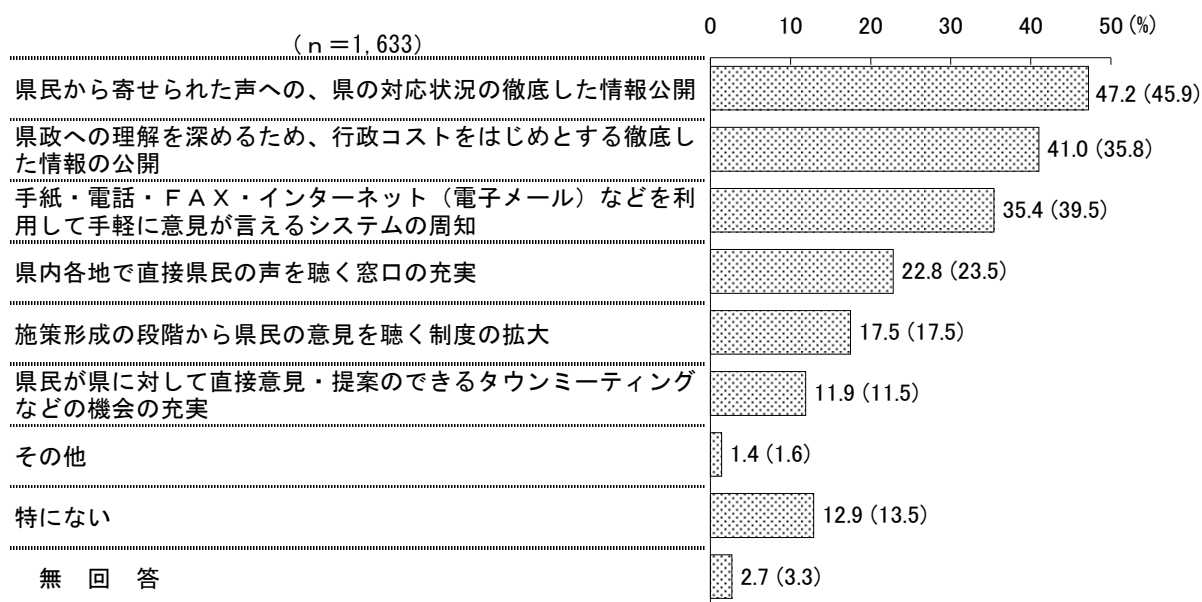
知事への手紙などで意見を述べた経験をいくつでも選んでもらったところ、「利用したことはない」(95.2%)が9割台半ばとなっている。利用したことのあるものでは、「知事への手紙」が1.2%、「電話、来訪、郵便、電子メール及びFAXによる県民相談」が0.9%となっている。(図表7-19)

## (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」が約5割

問33 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7-20> 県政に対する意見を述べやすくするために必要なこと (複数回答)



注) ( ) の数字は平成20年度の同様の項目による調査結果 n=1,617

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」(47.2%)が約5割となっており、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」(41.0%)、「手紙・電話・FAX・インターネット(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」(35.4%)が続いている。(図表7-20)

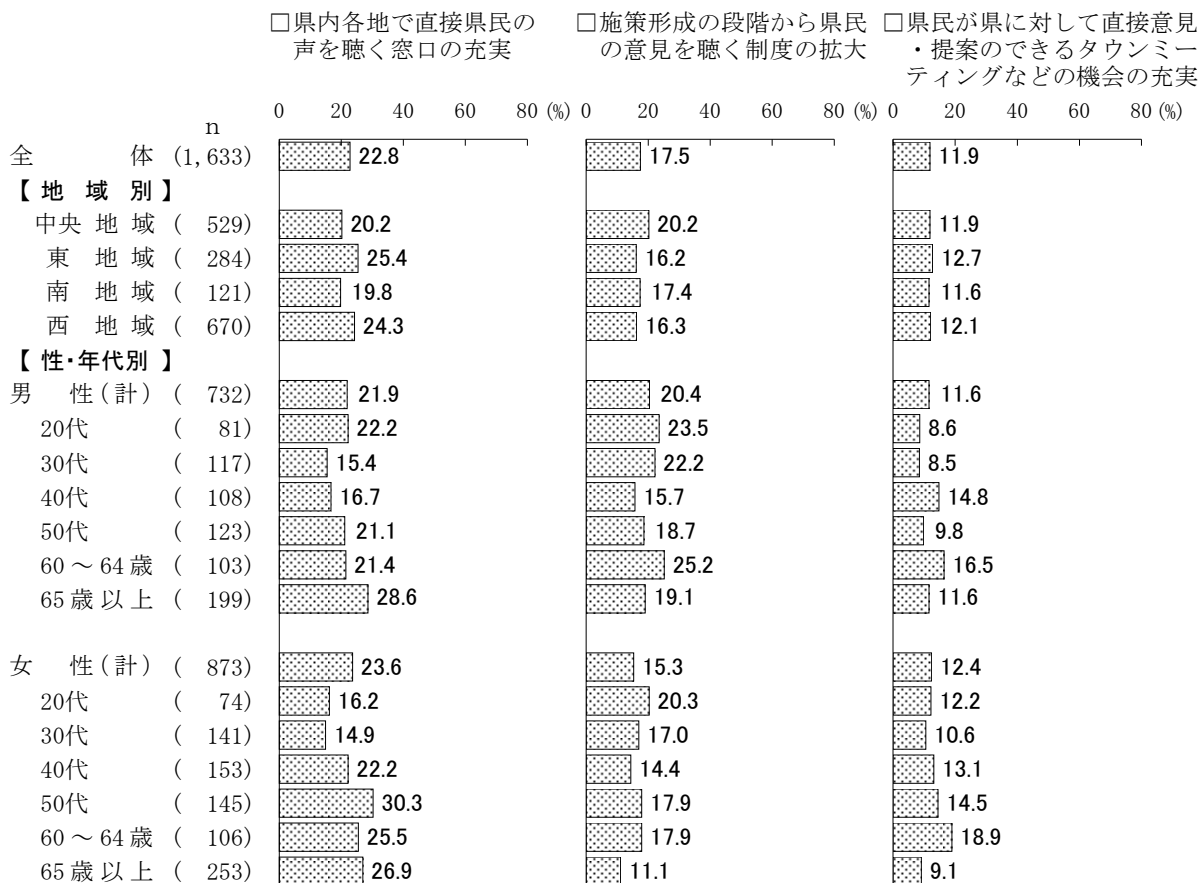
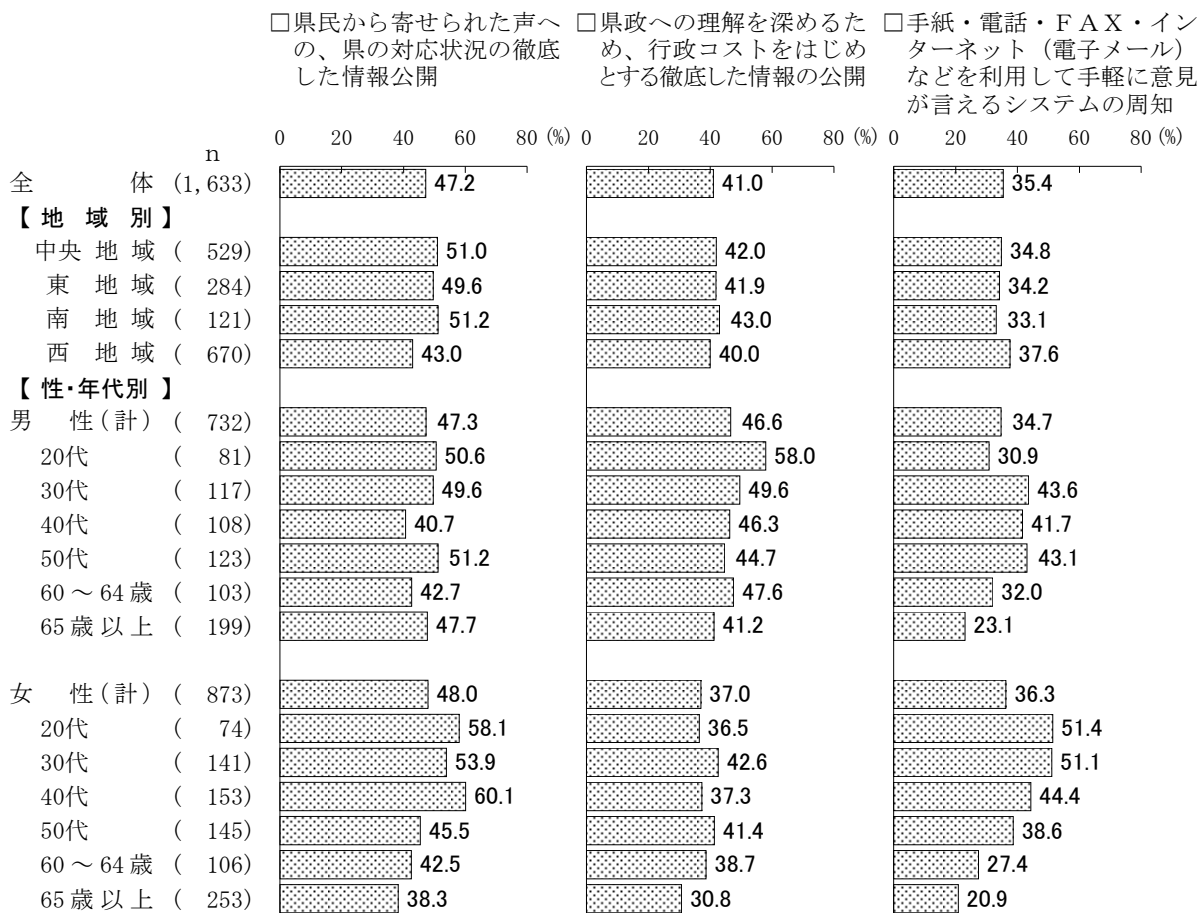
### 【地域別】

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“南地域”(51.2%)、“中央地域”(51.0%)が5割を超えている。「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」はすべての地域で4割台となっており、地域による大きな差はみられない。(図表7-21)

### 【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(60.1%)が6割で他の年代に比べて高くなっている。「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20代(58.0%)が約6割で他の年代に比べて高くなっている。(図表7-21)

＜図表 7-21＞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



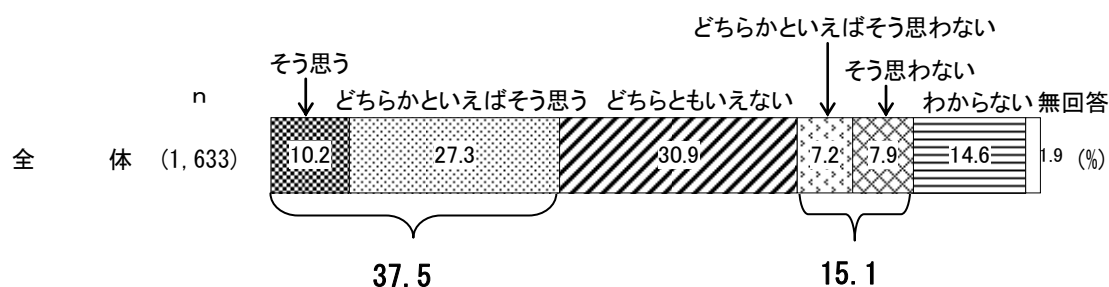


## (10) 県政への意見の反映

◇『そう思う』は約4割

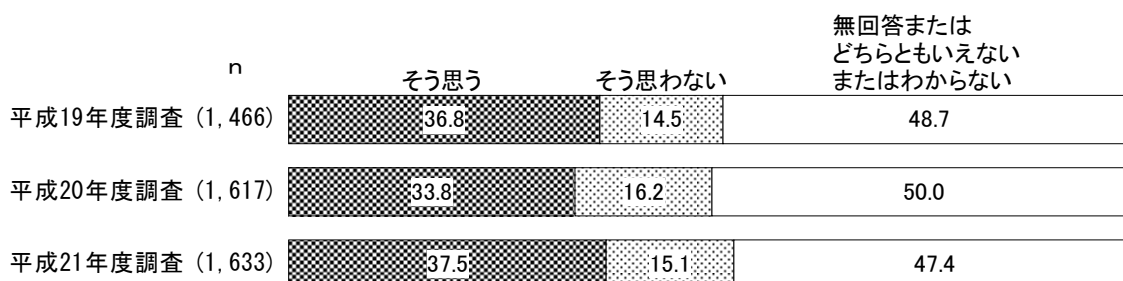
問34 今後、ご自分の意見を積極的に述べ、県政に反映させたいと思いますか。(○は1つ)

<図表7-22> 県政への意見の反映



自分の意見を県政に反映させたいと思うか聞いたところ、「そう思う」(10.2%)と「どちらかといえばそう思う」(27.3%)を合わせた『そう思う』(37.5%)は約4割となっている。一方、「そう思わない」(7.2%)と「どちらかといえばそう思わない」(7.9%)を合わせた『そう思わない』(15.1%)は1割台半ばである。(図表7-22)

〔参考〕平成19年度・平成20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、『そう思う』は“中央地域”(42.2%)、“南地域”(42.1%)が4割を超え他の地域に比べて高くなっている。(図表7-23)

### 【性・年代別】

性・年代別にみると、『そう思う』は、男性の20代(45.7%)が4割台半ばで最も高く、男性の60~64歳(43.7%)、女性の30代(42.6%)が続いている。(図表7-23)

<図表 7-23> 県政への意見の反映／地域別、性・年代別

