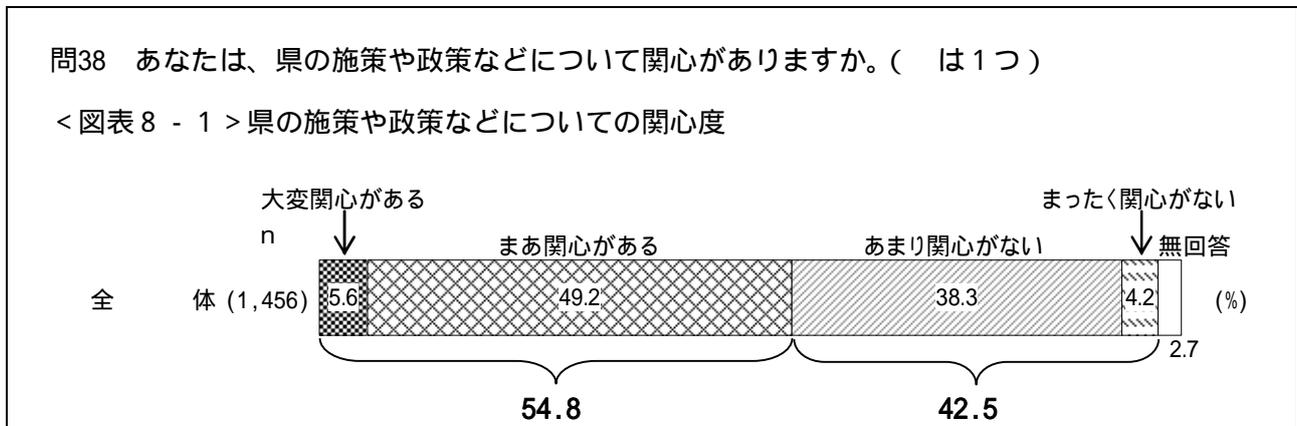


## 8 広報・広聴活動について

### （1）県の施策や政策などについての関心度

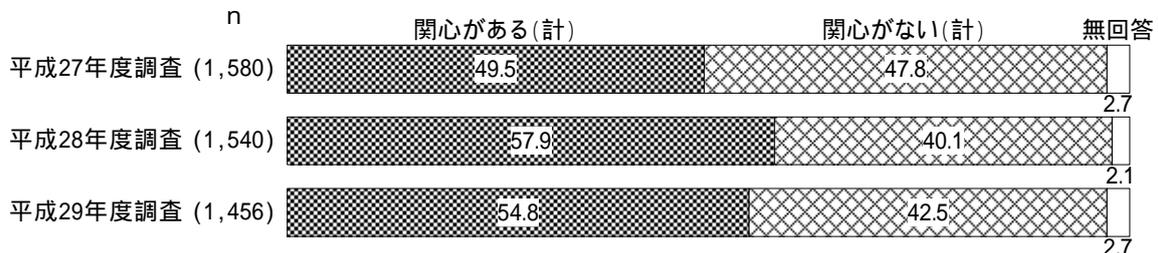
『関心がある（計）』が5割台半ば



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」(5.6%)と「まあ関心がある」(49.2%)を合わせた『関心がある(計)』(54.8%)が5割台半ばとなっている。

一方、「あまり関心がない」(38.3%)と「まったく関心がない」(4.2%)を合わせた『関心がない(計)』(42.5%)は4割を超えている。(図表8-1)

〔参考〕平成27年度・平成28年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：%）



#### 【地域別】

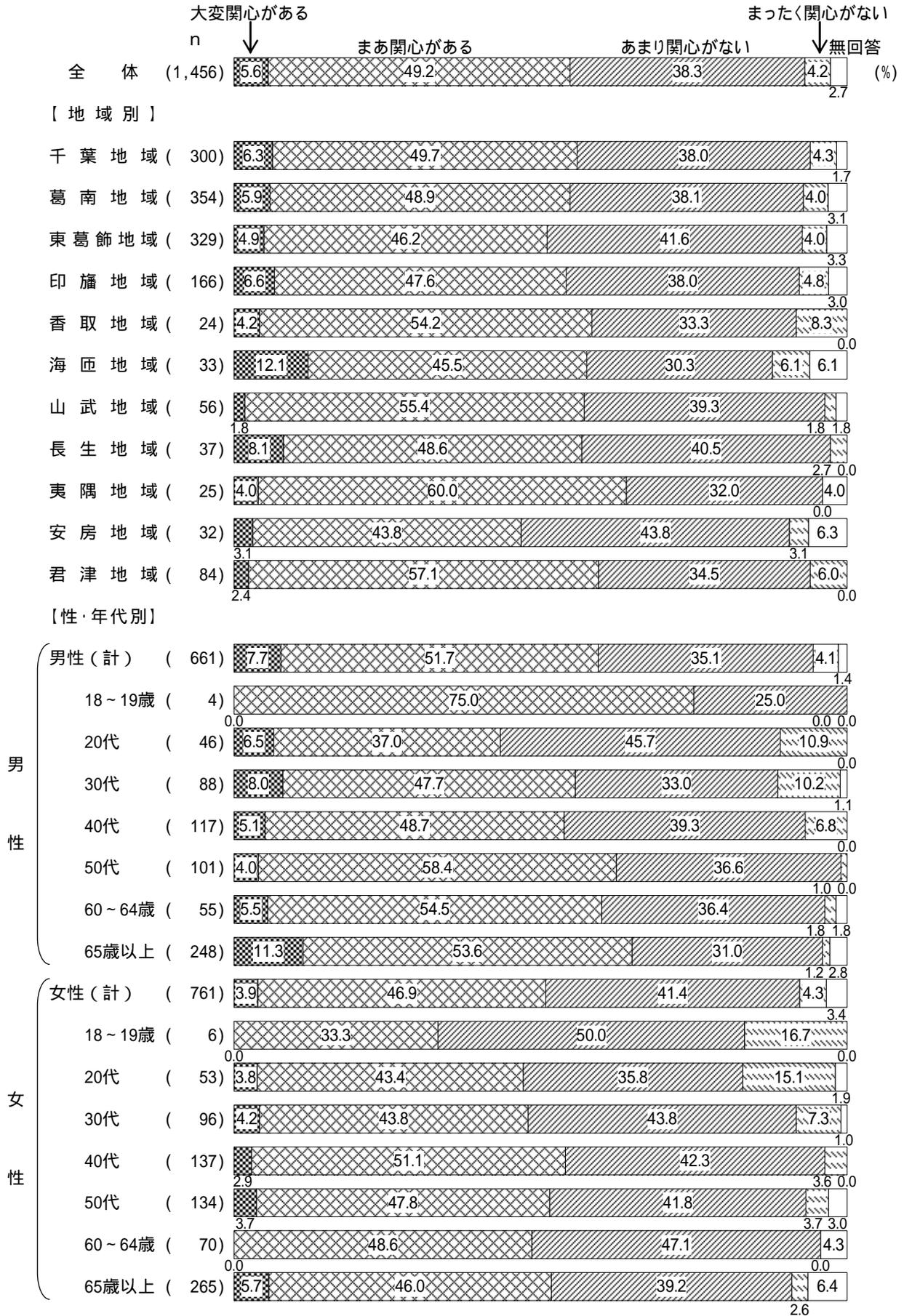
地域別にみると、『関心がある(計)』は“夷隅地域”(64.0%)が6割台半ばで高くなっている。

(図表8-2)

#### 【性・年代別】

性・年代別にみると、『関心がある(計)』は男性の65歳以上(64.9%)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

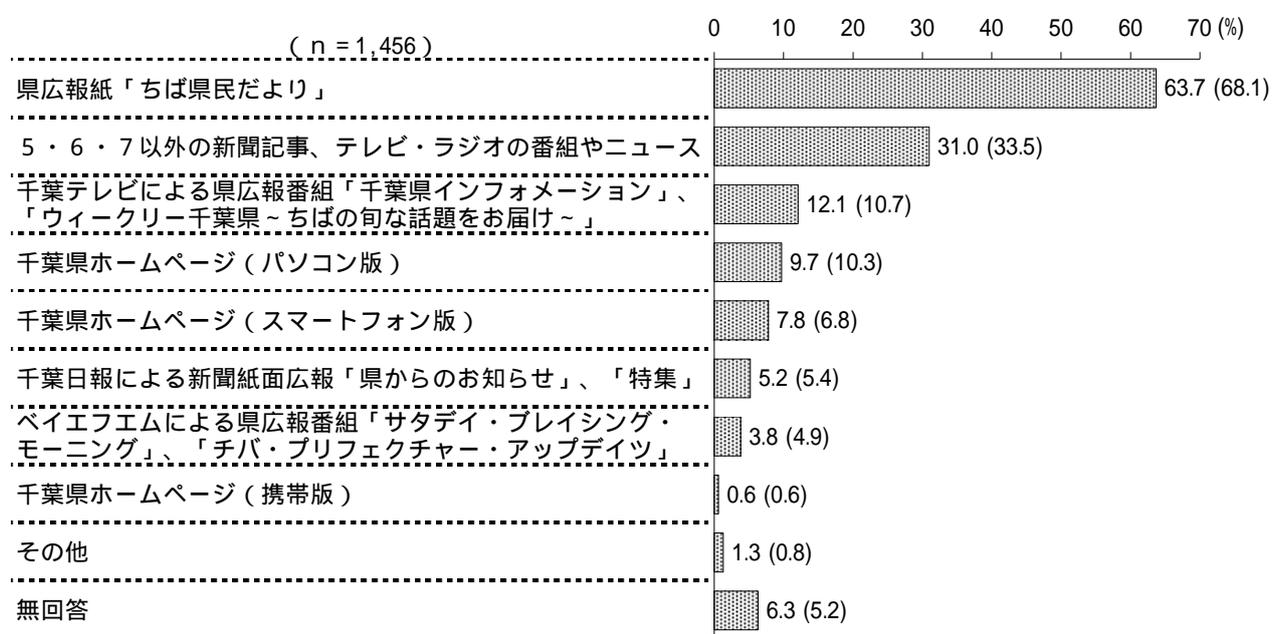


## （2）県政に関する情報を得る手段

「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8-3> 県政に関する情報を得る手段（複数回答）



注) ( ) の数字は平成28年度の同様の項目による調査結果 n = 1,540

( ) 「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～ちばの旬な話題をお届け～』」「ベイエフエムによる県広報番組『サタデー・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。

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』」(63.7%)が6割台半ばで最も高く、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」(31.0%)、「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～ちばの旬な話題をお届け～』」(12.1%)、「千葉県ホームページ(パソコン版)」(9.7%)が続く。(図表8-3)

### 【地域別】

地域別にみると、「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～ちばの旬な話題をお届け～』」は“夷隅地域”(28.0%)が約3割で高くなっている。

(図表8-4)

### 【性・年代別】

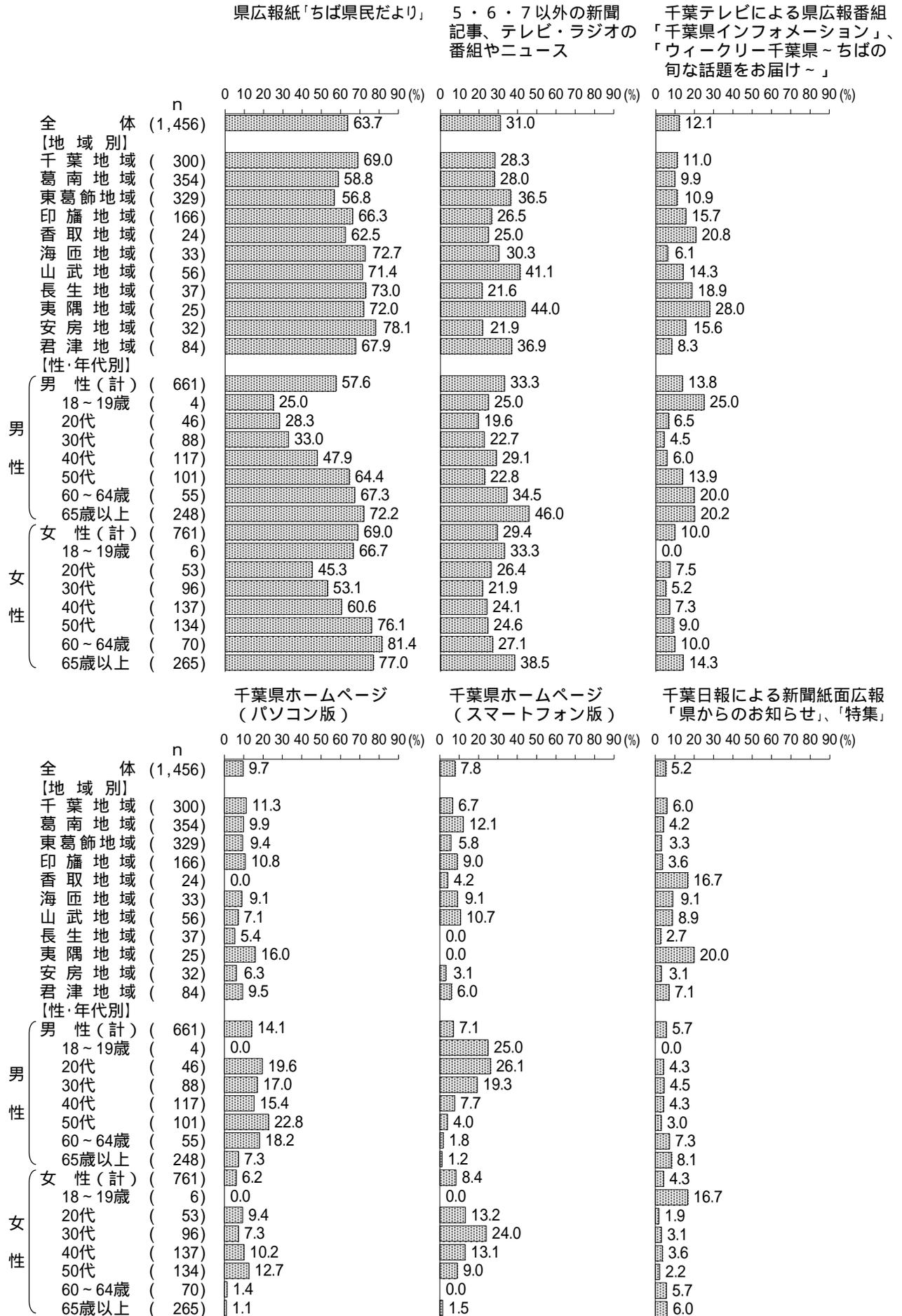
性・年代別にみると、「県広報紙『ちば県民だより』」は女性の60～64歳(81.4%)が8割を超え、女性の65歳以上(77.0%)が約8割で高くなっている。

「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(46.0%)が4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50代(22.8%)が2割を超えて高くなっている。

「千葉県ホームページ(スマートフォン版)」は男性の20代(26.1%)と女性の30代(24.0%)が2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（複数回答）/ 地域別、性・年代別（上位6項目）

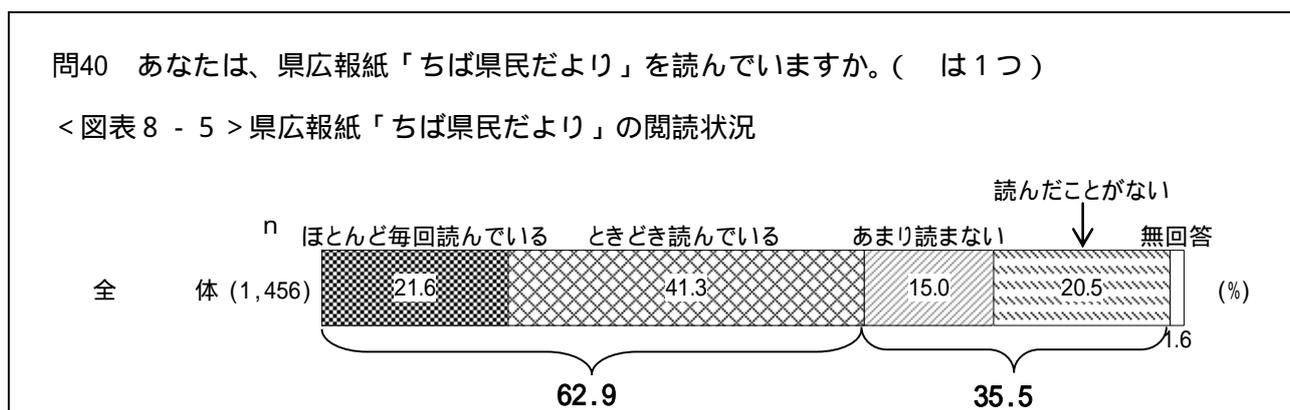


### （3）県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況

『読んでいる（計）』が6割を超える

問40 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）

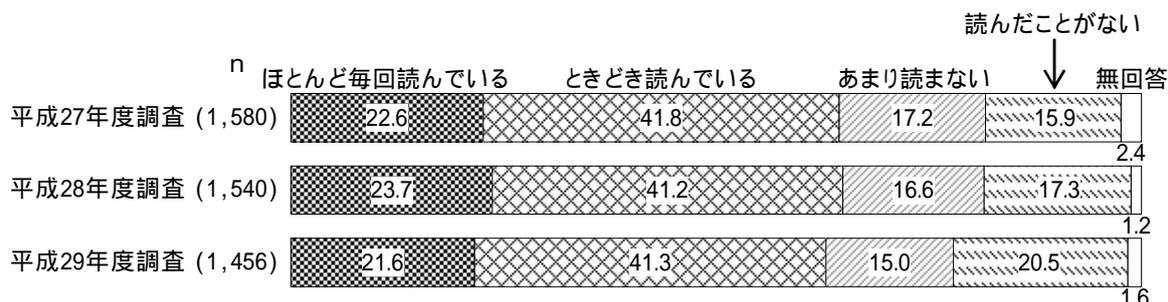
<図表8-5> 県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況



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」（21.6％）と「ときどき読んでいる」（41.3％）を合わせた『読んでいる（計）』（62.9％）が6割を超えて高くなっている。

一方、「あまり読まない」（15.0％）と「読んだことがない」（20.5％）を合わせた『読んでいない（計）』（35.5％）は3割台半ばとなっている。（図表8-5）

〔参考〕平成27年度・平成28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（計）』は“香取地域”（79.2％）“安房地域”（78.1％）が約8割で高くなっている。

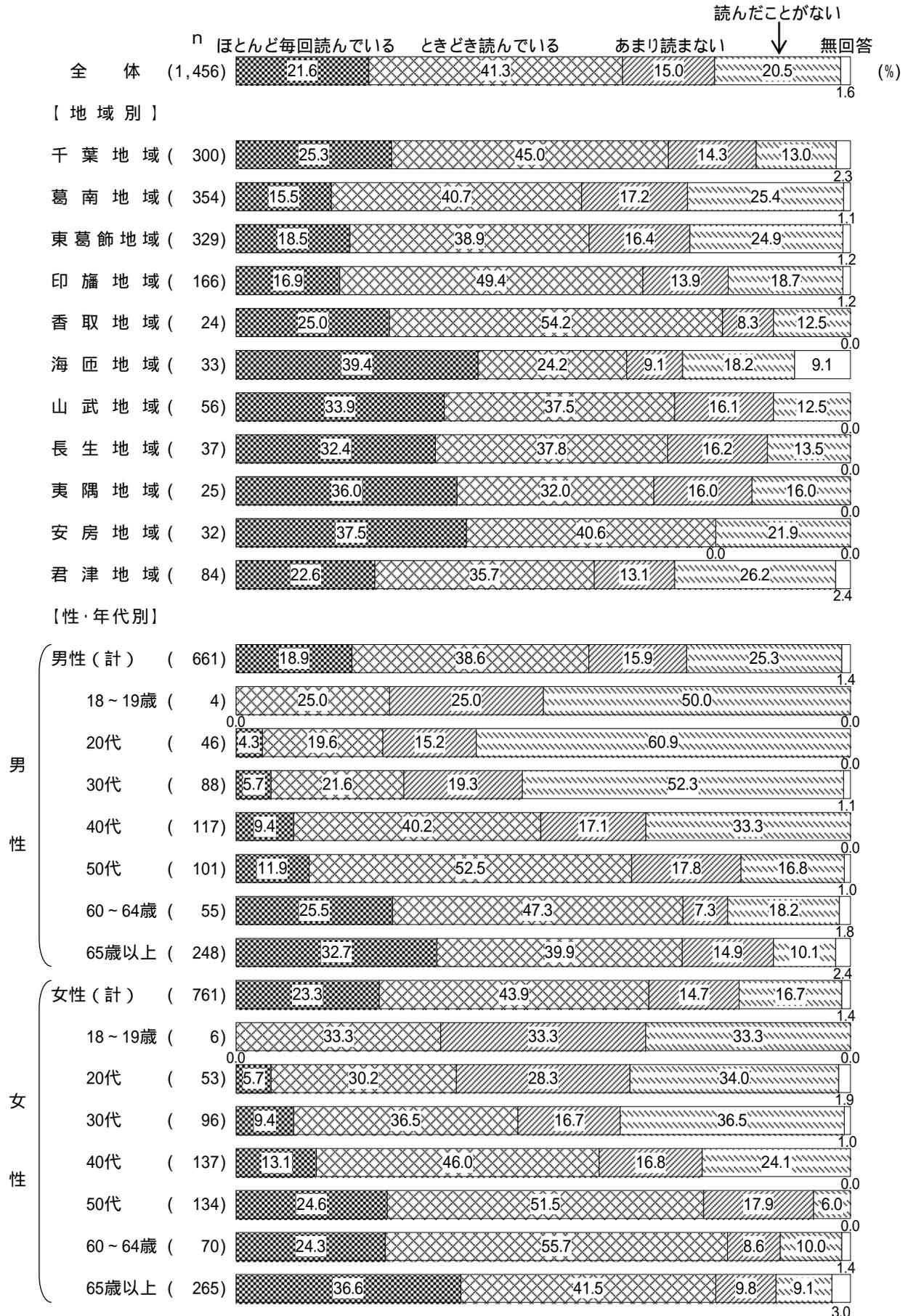
一方、『読んでいない（計）』は“葛南地域”（42.7％）“東葛飾地域”（41.3％）が4割を超えて高くなっている。（図表8-6）

#### 【性・年代別】

性・年代別にみると、『読んでいる（計）』は女性の60～64歳（80.0％）が8割、女性の65歳以上（78.1％）が約8割、女性の50代（76.1％）が7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（60.9％）が6割、男性の30代（52.3％）が5割を超えて高くなっている。（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



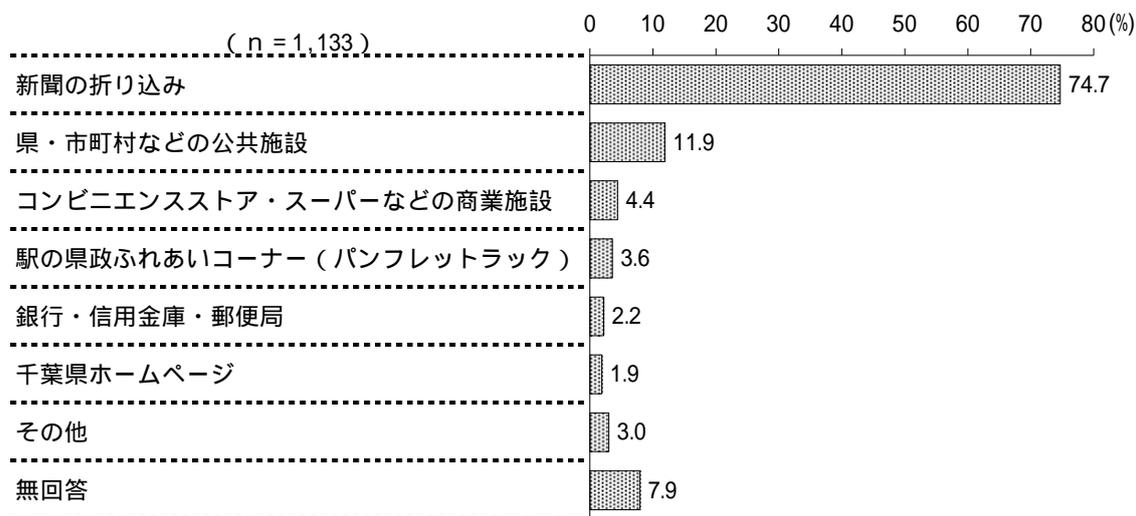
### （3 - 1）「ちば県民だより」の入手場所について

「新聞の折り込み」が7割台半ば

（問40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 - 7> 「ちば県民だより」の入手場所について（複数回答）



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1,133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」（74.7%）が7割台半ばで最も高く、以下、「県・市町村などの公共施設」（11.9%）、「コンビニエンスストア・スーパーなどの商業施設」（4.4%）が続く。（図表8 - 7）

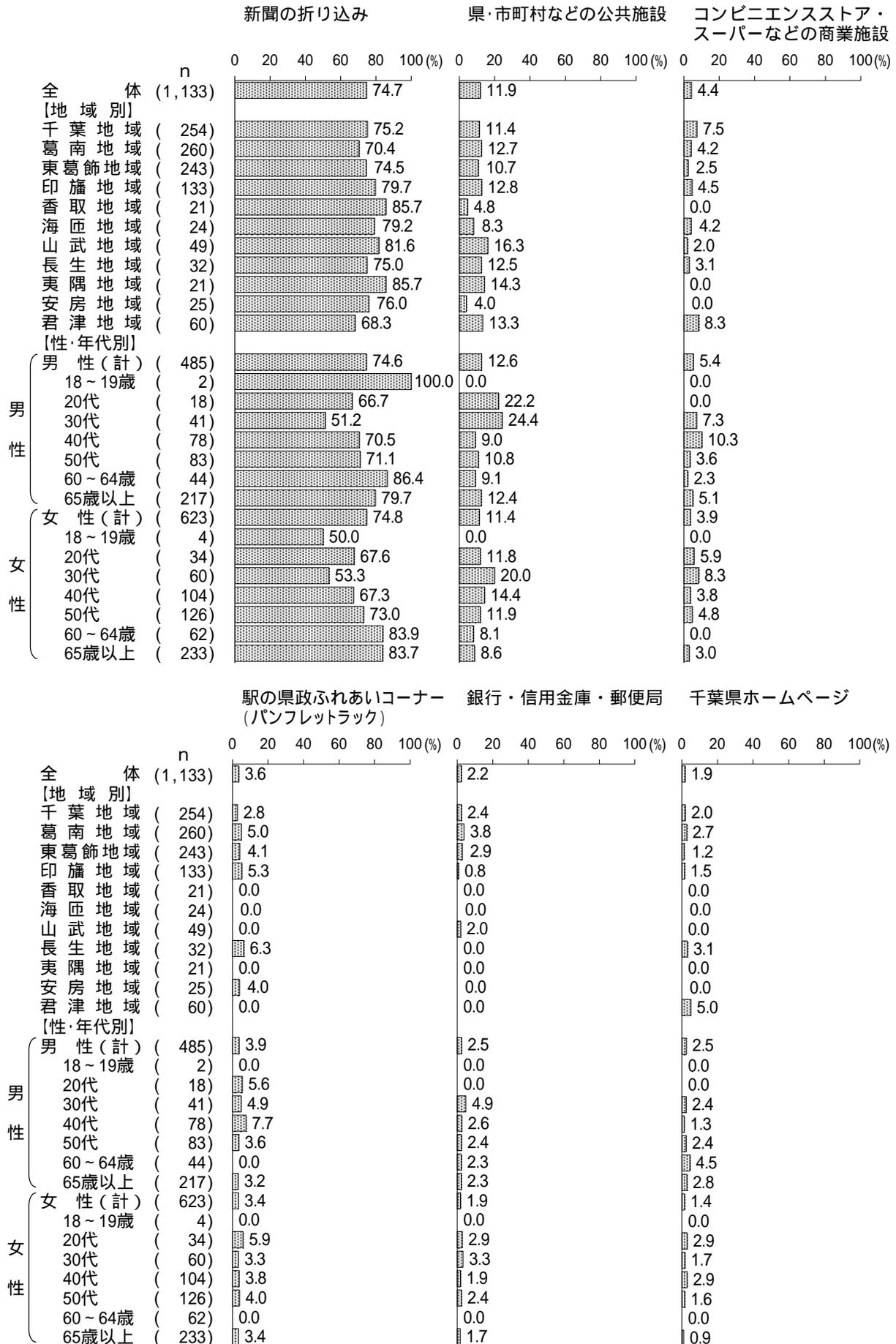
#### 【地域別】

地域別にみると、大きな傾向の違いはみられない。（図表8 - 8）

#### 【性・年代別】

性・年代別にみると、「県・市町村などの公共施設」は男性の30代（24.4%）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」の入手場所について（複数回答）/地域別、性・年代別



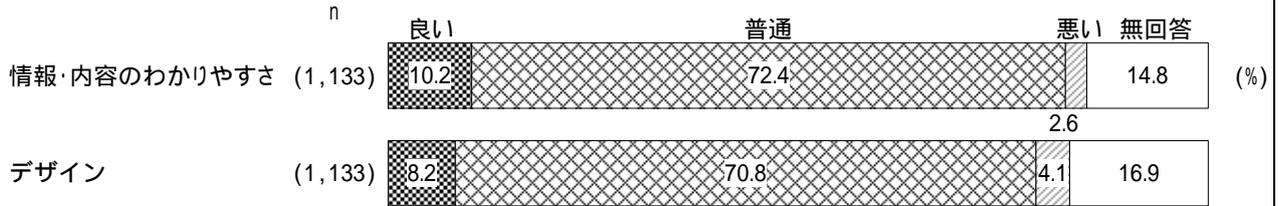
### (3-2)「ちば県民だより」の内容について

情報・内容のわかりやすさ、デザインともに「良い」が1割前後

(問40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40-2 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。(はそれぞれ1つずつ)

<図表8-9>「ちば県民だより」の内容について



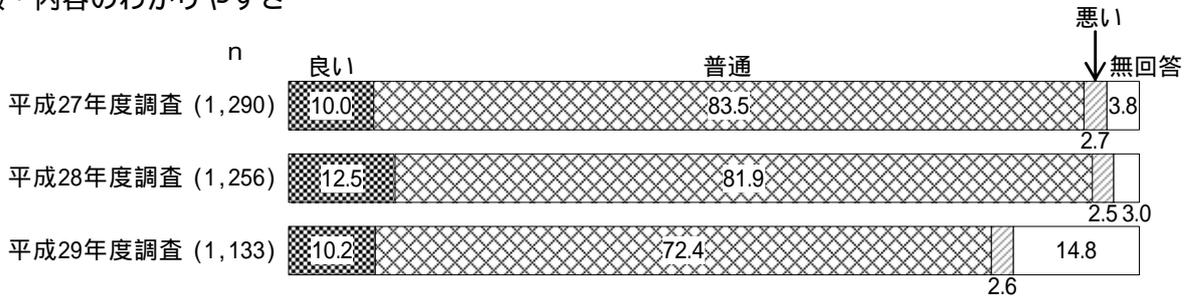
県広報紙「ちば県民だより」を「ほとんど毎回読んでいる」、「ときどき読んでいる」、「あまり読まない」と回答した1,133人を対象に、「ちば県民だより」の内容について聞いたところ、情報・内容のわかりやすさの「良い」(10.2%)は1割、「普通」(72.4%)は7割を超えている。

また、デザインの「良い」(8.2%)は約1割、「普通」(70.8%)は7割となっている。

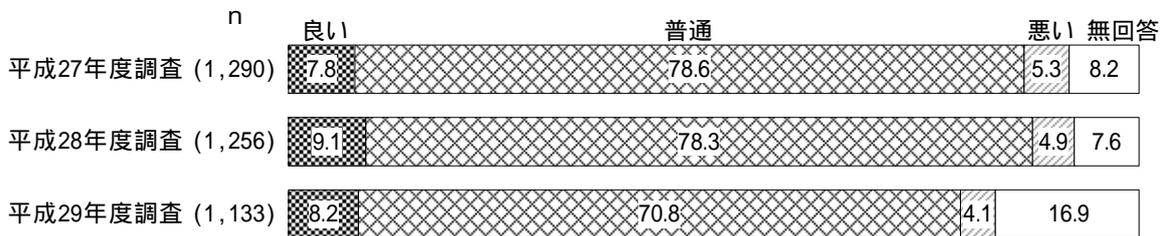
(図表8-9)

[参考]平成27年度・平成28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】

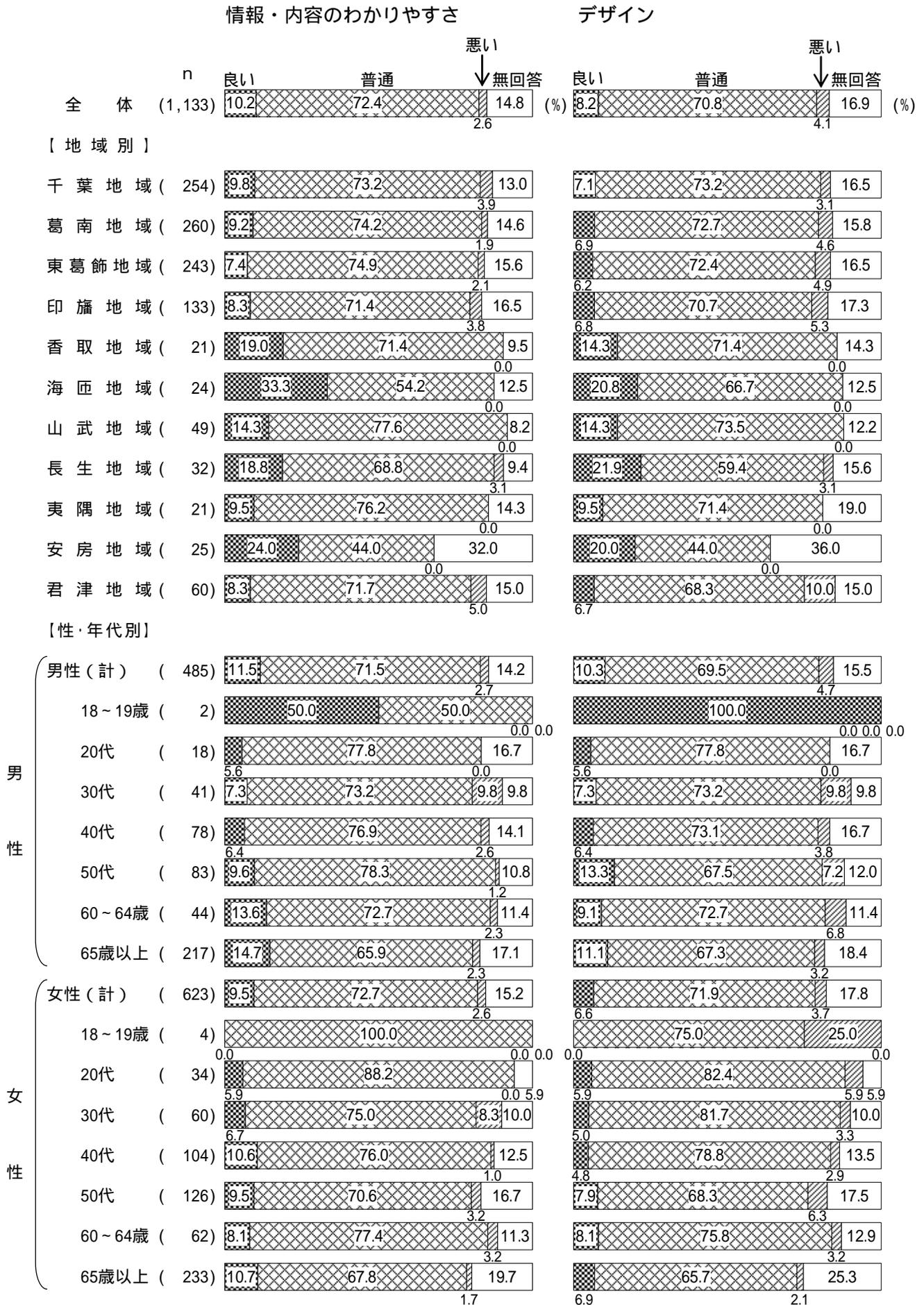
地域別にみると、情報・内容のわかりやすさの「良い」は“海匠地域”(33.3%)が3割を超え、“安房地域”(24.0%)が2割台半ばで高くなっている。

デザインの「良い」は“長生地域”(21.9%)が2割を超え、“海匠地域”(20.8%)、“安房地域”(20.0%)が2割で高くなっている。(図表8-10)

#### 【性・年代別】

性・年代別にみると、大きな傾向の違いはみられない。(図表8-10)

<図表8 - 10> 「ちば県民だより」の内容について / 地域別、性・年代別

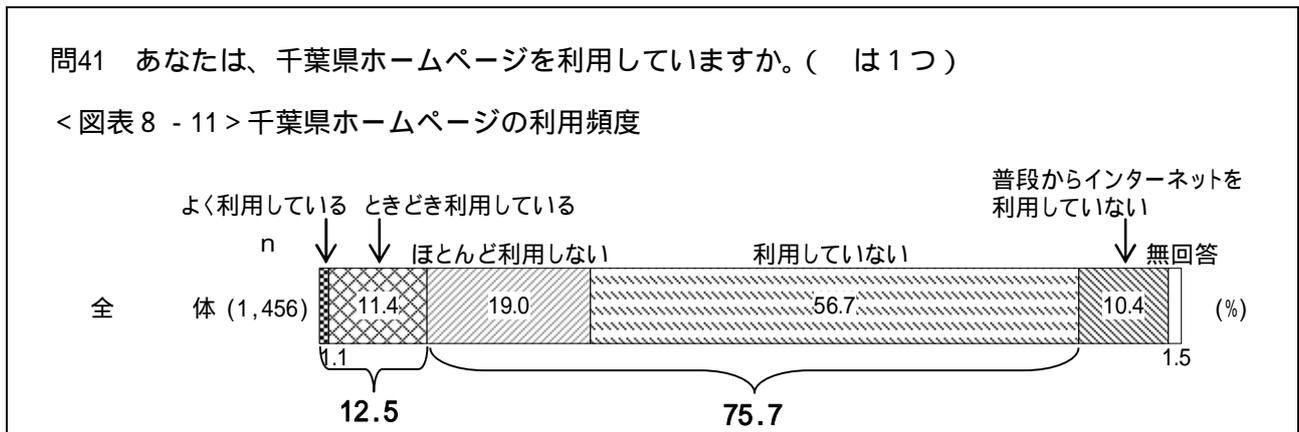


### （４）千葉県ホームページの利用頻度

『利用している（計）』が1割を超える

問41 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）

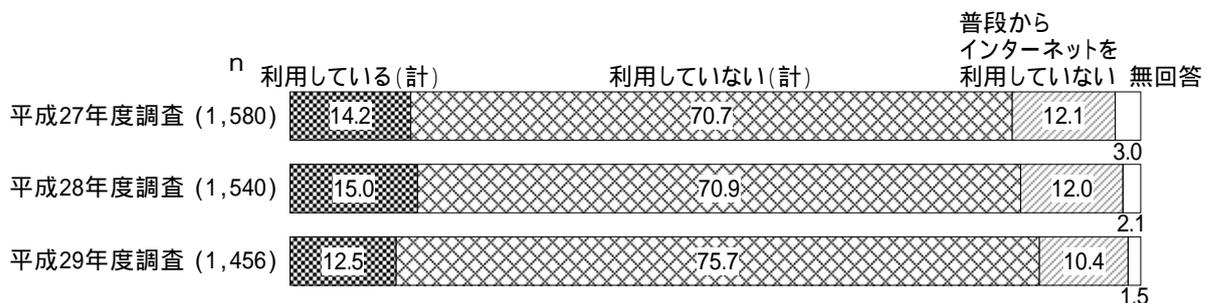
<図表8-11>千葉県ホームページの利用頻度



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」(1.1%)と「ときどき利用している」(11.4%)を合わせた『利用している(計)』(12.5%)が1割を超えている。

一方、「ほとんど利用しない」(19.0%)と「利用していない」(56.7%)を合わせた『利用していない(計)』(75.7%)は7割台半ばとなっている。(図表8-11)

〔参考〕平成27年度・平成28年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：%）



#### 【地域別】

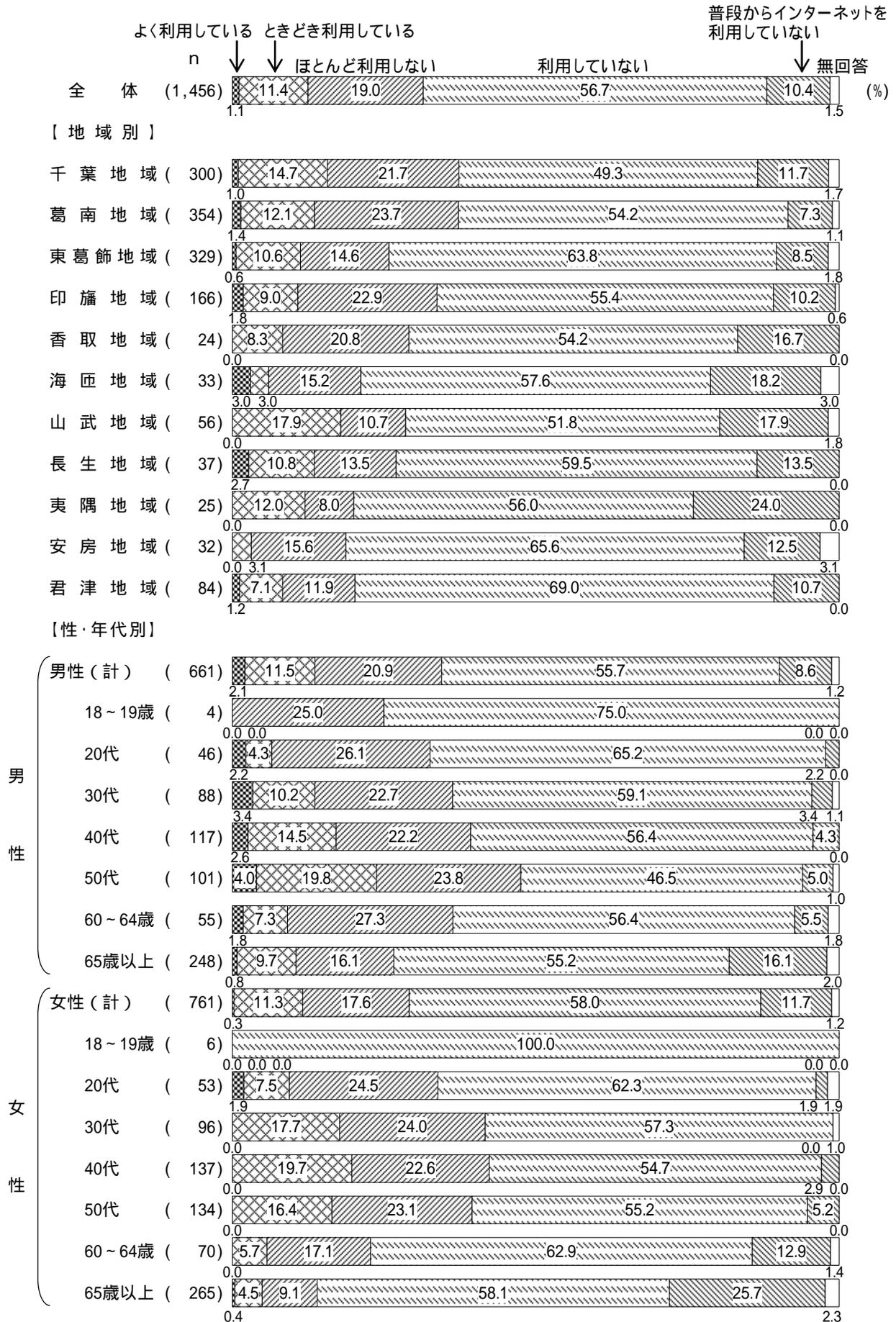
地域別にみると、『利用している(計)』は“山武地域”(17.9%)が約2割で高くなっている。

(図表8-12)

#### 【性・年代別】

性・年代別にみると、『利用している(計)』は男性の50代(23.8%)が2割台半ばで高くなっている。(図表8-12)

<図表8 - 12> 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割を超える

（問41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）

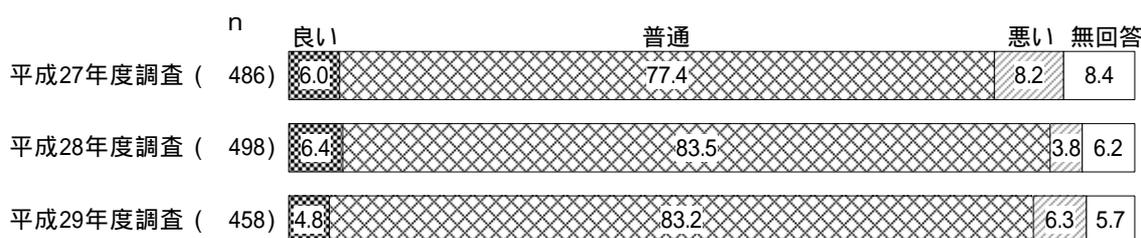
問41 - 1 千葉県ホームページの情報・内容のわかりやすさはいかがですか。（は1つ）

<図表 8 - 13> 千葉県ホームページの情報・内容のわかりやすさ



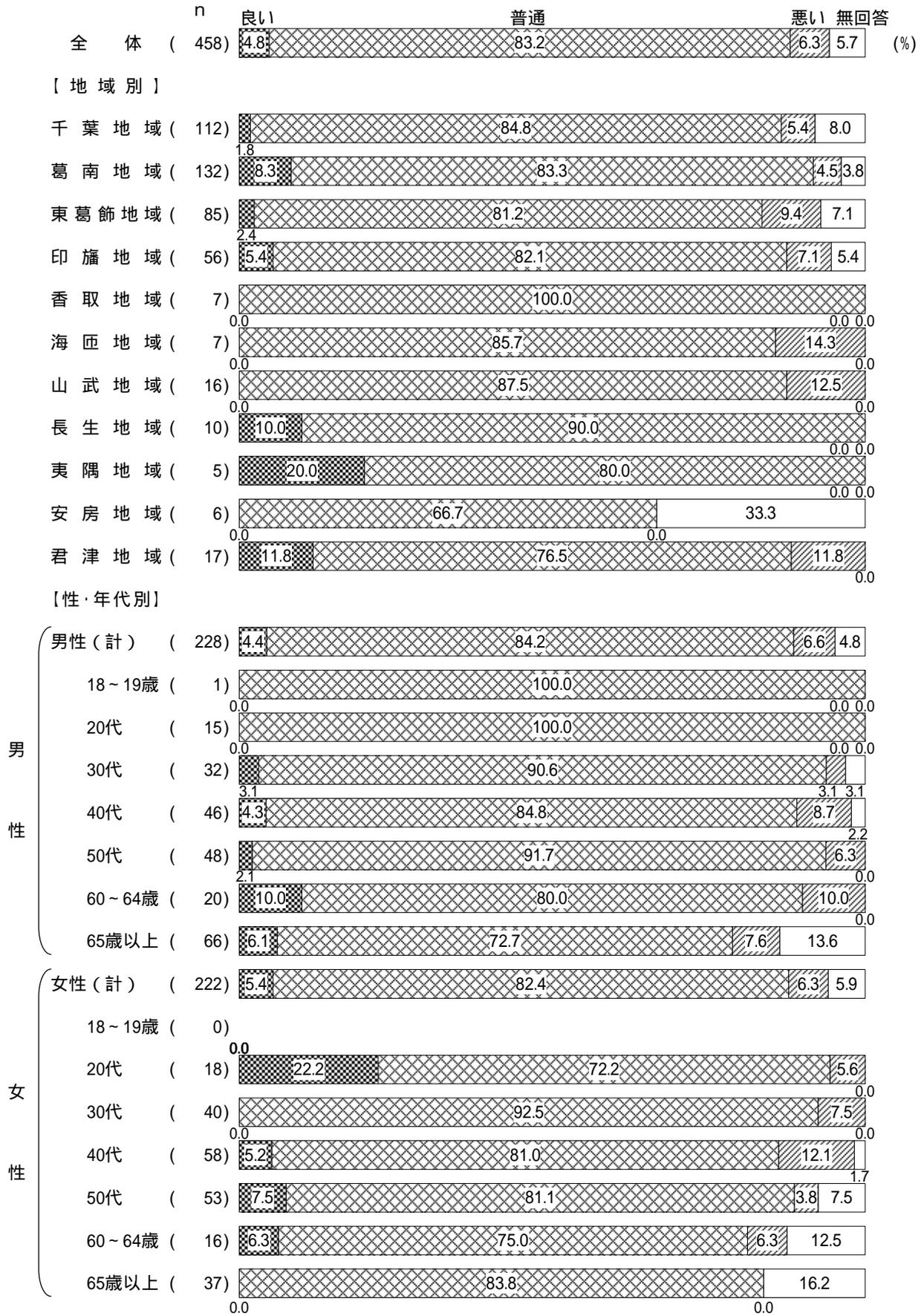
千葉県ホームページを「よく利用している」、「ときどき利用している」、「ほとんど利用しない」と回答した458人を対象に、千葉県ホームページの情報・内容のわかりやすさについて聞いたところ、「良い」(4.8%)が1割未満、「普通」(83.2%)が8割を超えている。(図表 8 - 13)

〔参考〕平成27年度・平成28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（有意差がない）ため、【地域別】と【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（5）」を参照）

<図表8 - 14> 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（計）』が1割台半ば

問42 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～ちばの旬な話題をお届け～」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。（は1つ）

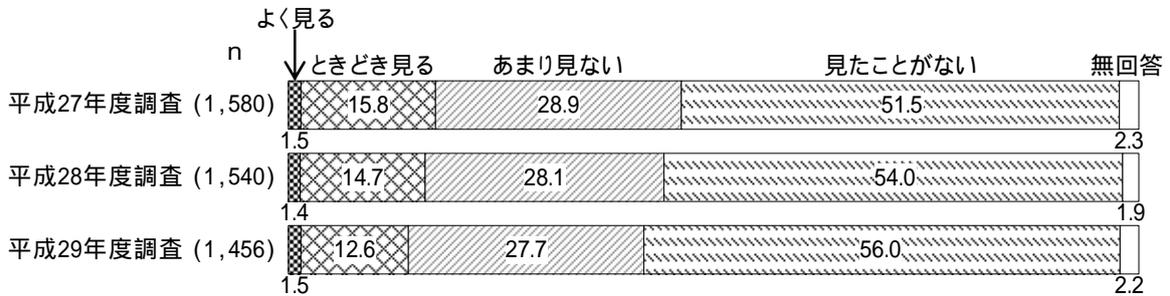
<図表8-15> 県の広報番組の視聴状況



県の広報番組の視聴状況を聞いたところ、「よく見る」(1.5%)と「とくとき見る」(12.6%)を合わせた『見る（計）』(14.1%)が1割台半ばとなっている。

一方、「あまり見ない」(27.7%)は約3割、「見たことがない」(56.0%)は5割台半ばとなっている。(図表8-15)

〔参考〕平成27年度・平成28年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：%）



【地域別】

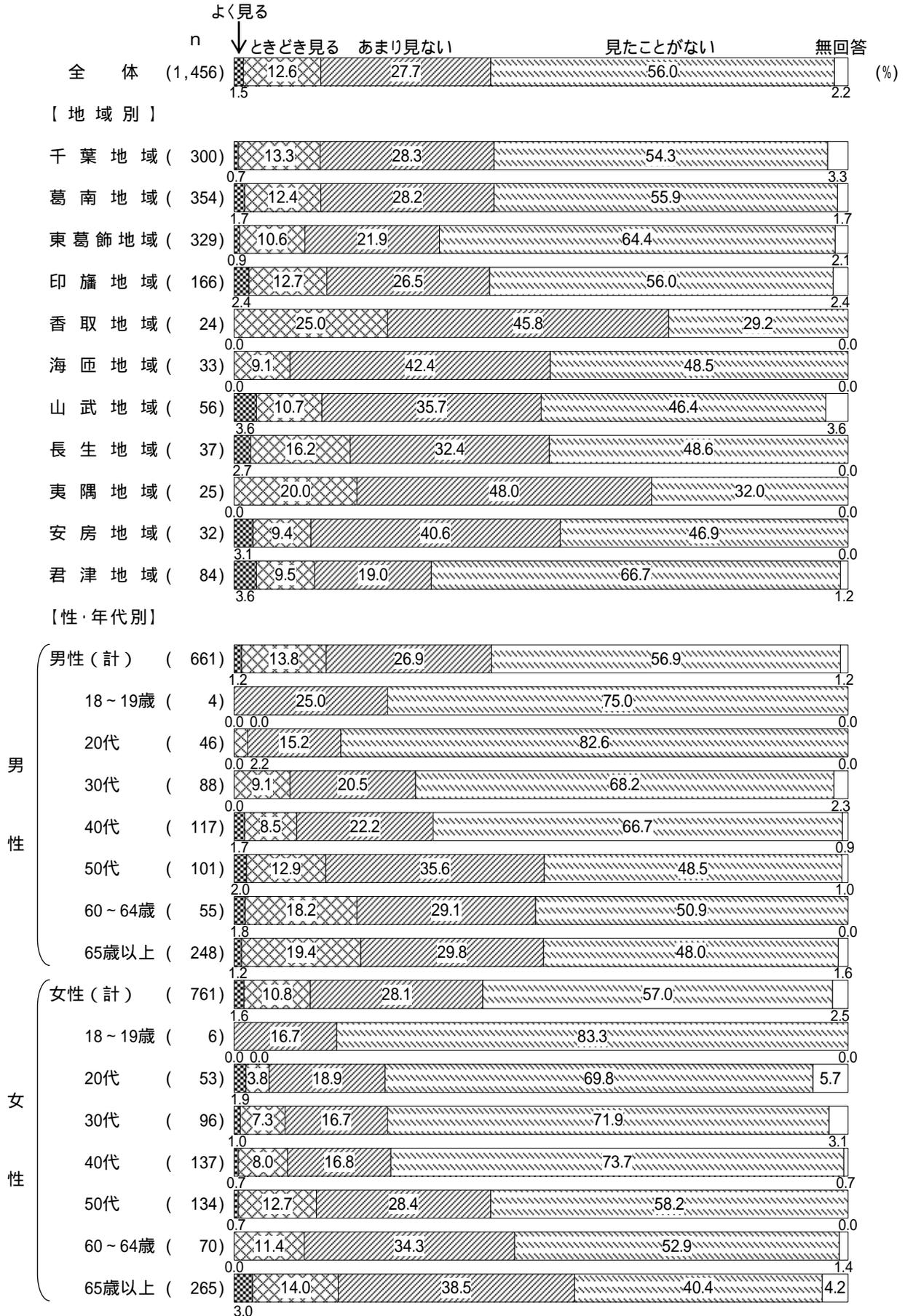
地域別にみると、『見る（計）』は“香取地域”(25.0%)が2割台半ばで高くなっている。

(図表8-16)

【性・年代別】

性・年代別にみると、『見る（計）』は男性の60～64歳(20.0%)、65歳以上(20.6%)が2割で高くなっている。(図表8-16)

<図表8 - 16> 県の広報番組の視聴状況 / 地域別、性・年代別

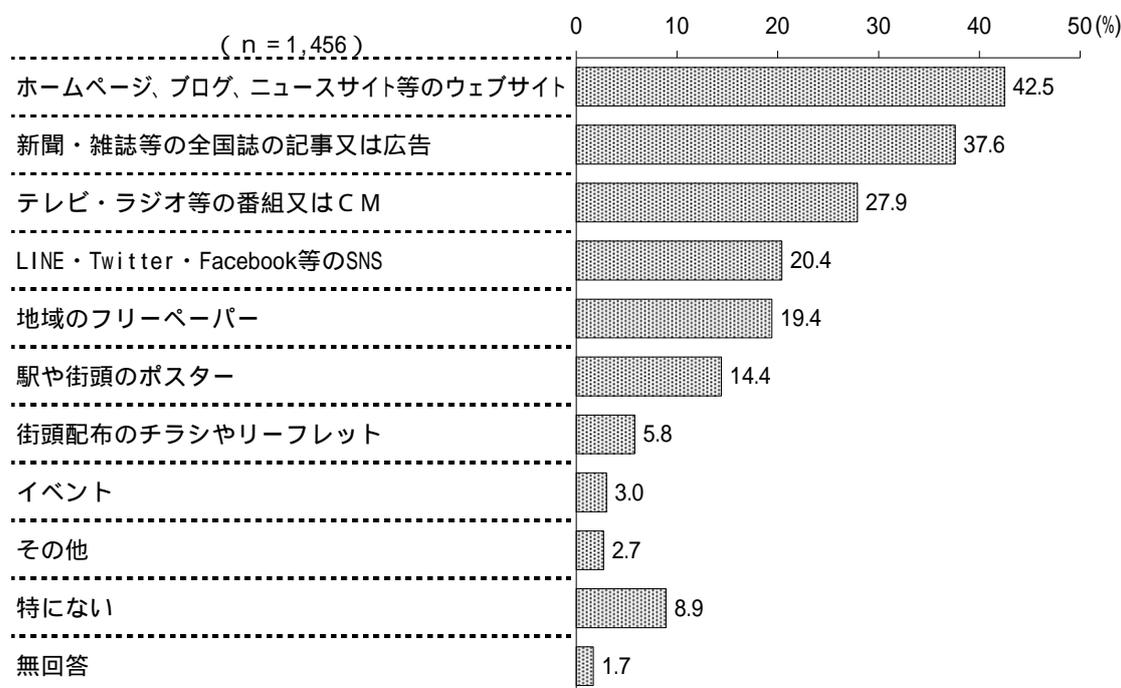


## （6）情報の入手媒体

「ホームページ、ブログ、ニュースサイト等のウェブサイト」が4割を超える

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。（はいいくつでも）

<図表8-17> 情報の入手媒体（複数回答）



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、「ホームページ、ブログ、ニュースサイト等のウェブサイト」（42.5%）が4割を超えて最も高く、以下、「新聞・雑誌等の全国誌の記事又は広告」（37.6%）、「テレビ・ラジオ等の番組又はCM」（27.9%）、「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」（20.4%）、「地域のフリーペーパー」（19.4%）が続く。（図表8-17）

### 【地域別】

地域別にみると、「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”（53.4%）が5割を超えて高くなっている。

「地域のフリーペーパー」は“長生地域”（32.4%）が3割を超えて高くなっている。（図表8-18）

### 【性・年代別】

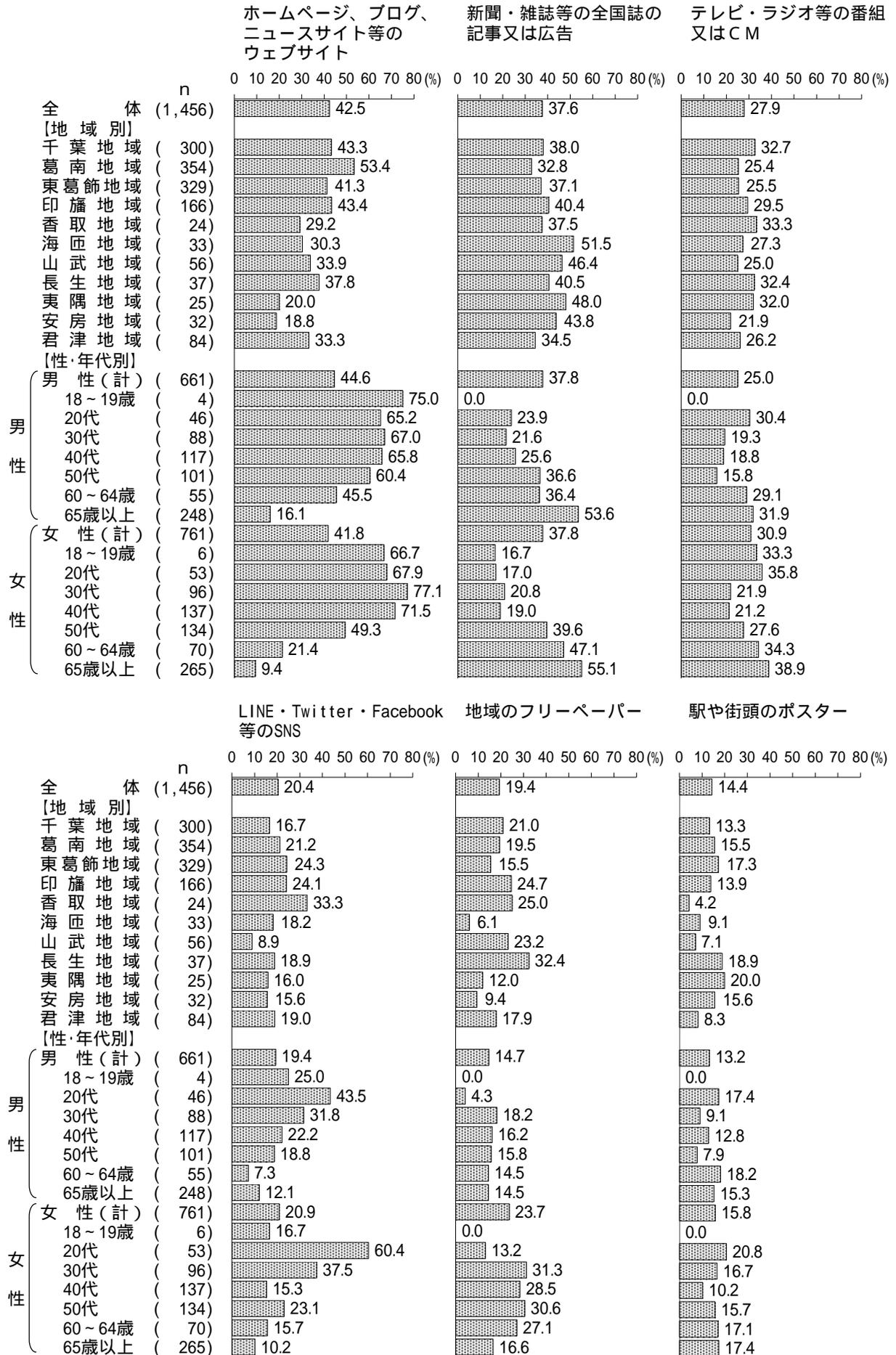
性・年代別にみると、「ホームページ、ブログ、ニュースサイト等のウェブサイト」は男性の20代、30代、40代、50代と女性の20代、30代、40代が6割台から7割台で高くなっている。

「新聞・雑誌等の全国誌の記事又は広告」は男性の65歳以上（53.6%）と女性の65歳以上（55.1%）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（60.4%）が6割、男性の20代（43.5%）が4割台半ば、女性の30代（37.5%）が約4割で高くなっている。

「地域のフリーペーパー」は女性の30代（31.3%）が3割を超え、女性の50代（30.6%）が3割で高くなっている。（図表8-18）

<図表8 - 18> 情報の入手媒体（複数回答） / 地域別、性・年代別（上位6項目）



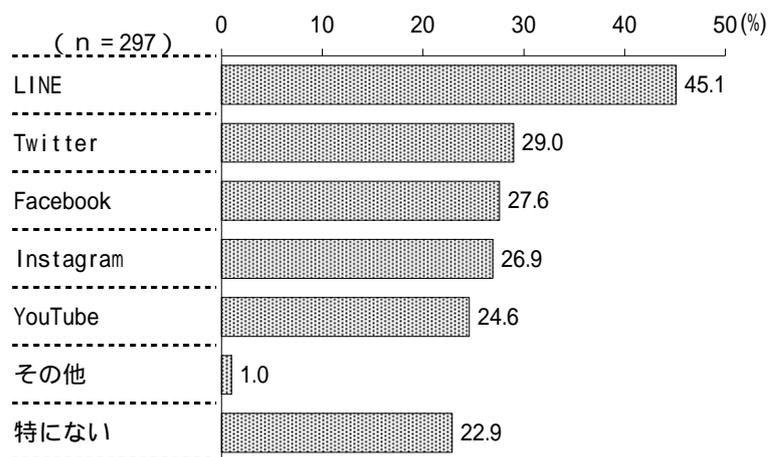
## （6 - 1）SNSの種類

「LINE」が4割台半ば

（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。（はいいくつでも）

<図表 8 - 19> SNSの種類（複数回答）



情報の入手媒体で「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」と回答した297人を対象に、利用しているSNSの種類を聞いたところ、「LINE」（45.1%）が4割台半ばで最も高く、以下、「Twitter」（29.0%）、「Facebook」（27.6%）、「Instagram」（26.9%）、「YouTube」（24.6%）が続く。

（図表 8 - 19）

### 【地域別】

サンプル数が少ない（有意差がない）ため、【地域別】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（5）」を参照）

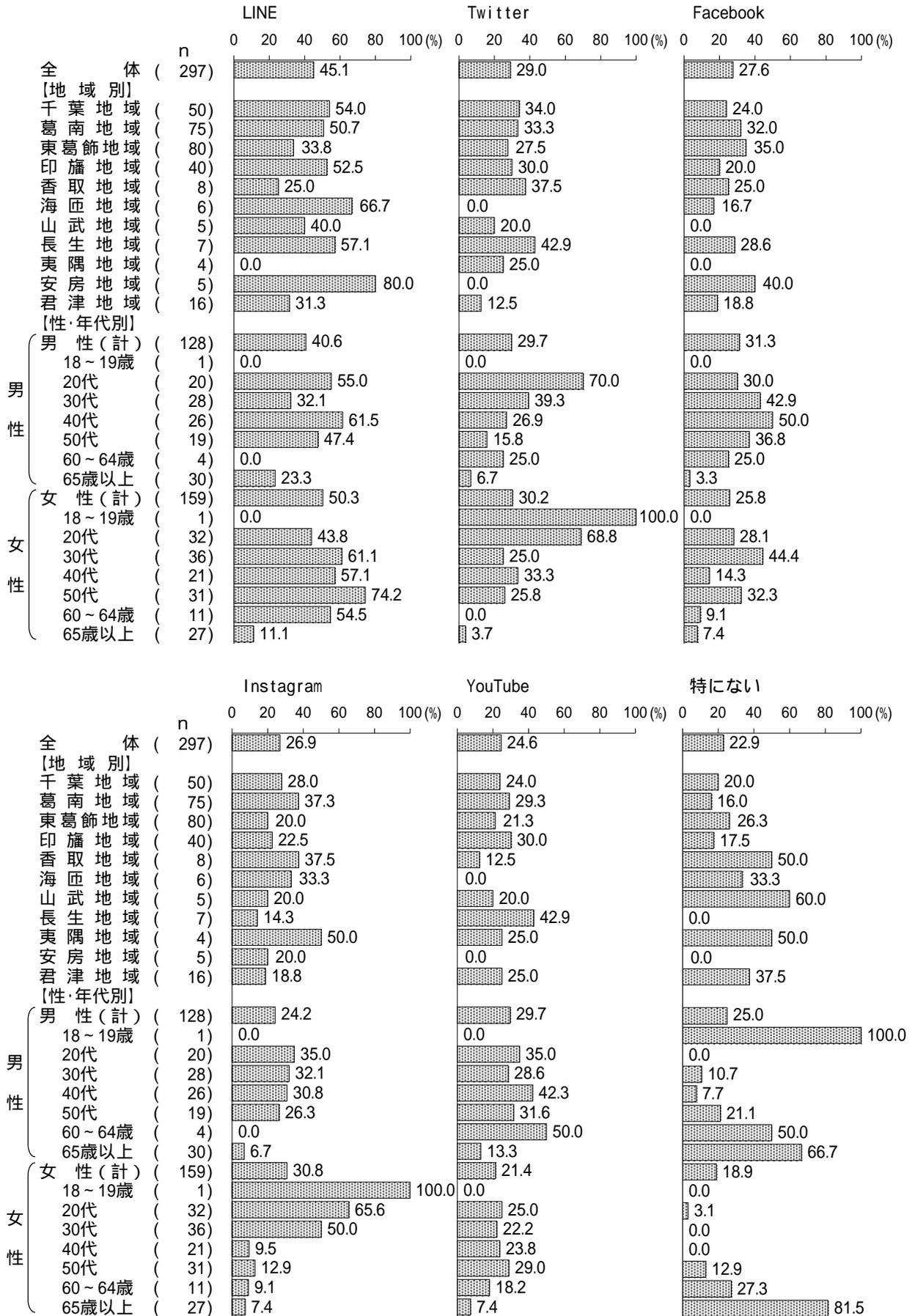
### 【性・年代別】

性・年代別にみると、「Twitter」は男性の20代（70.0%）が7割、女性の20代（68.8%）が約7割で高くなっている。

「Facebook」は男性の40代（50.0%）が5割、女性の30代（44.4%）が4割台半ばで高くなっている。

「Instagram」は女性の20代（65.6%）が6割台半ば、女性の30代（50.0%）が5割で高くなっている。（図表 8 - 20）

<図表8 - 20> SNSの種類（複数回答） / 地域別、性・年代別（上位6項目）

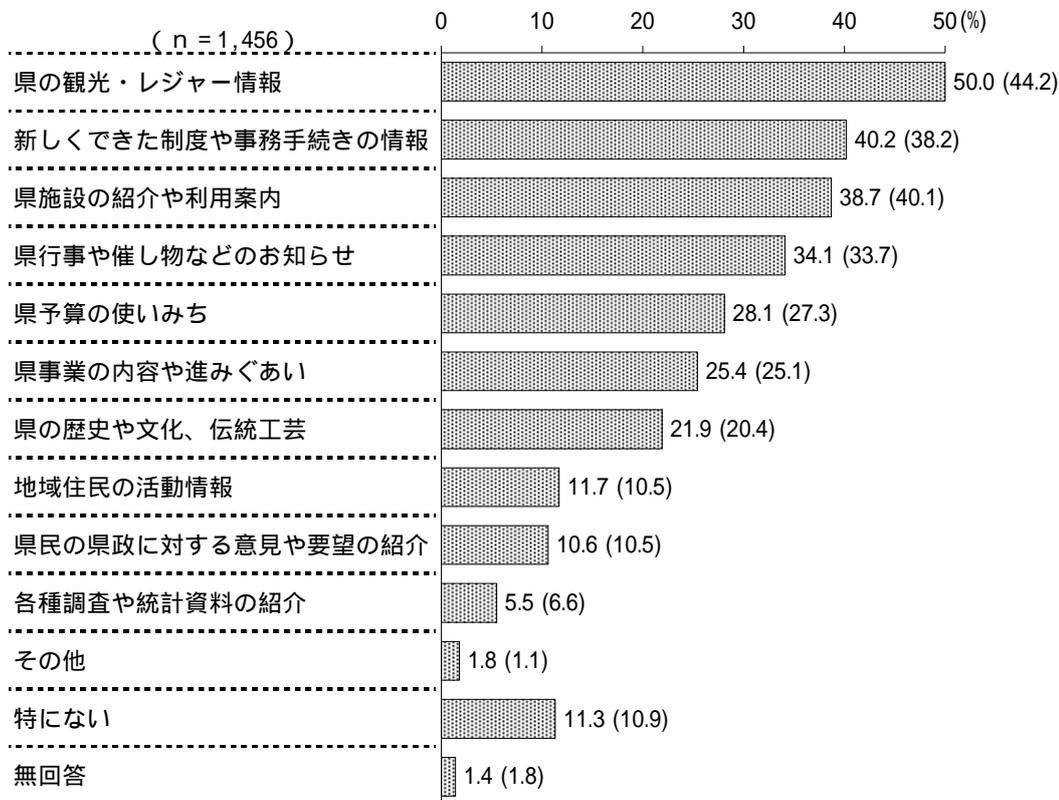


## （7）県の知りたい情報

「県の観光・レジャー情報」が5割

問44 あなたは、県のどのような情報が知りたいですか。（はいいくつでも）

<図表8-21> 県の知りたい情報（複数回答）



注) ( ) の数字は平成28年度の同様の項目による調査結果 n = 1,540

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」(50.0%)が5割で最も高く、以下、「新しくできた制度や事務手続きの情報」(40.2%)、「県施設の紹介や利用案内」(38.7%)、「県行事や催し物などのお知らせ」(34.1%)、「県予算の使いみち」(28.1%)が続く。(図表8-21)

### 【地域別】

地域別にみると、「県施設の紹介や利用案内」は“印旛地域”(48.2%)が約5割で高くなっている。(図表8-22)

### 【性・年代別】

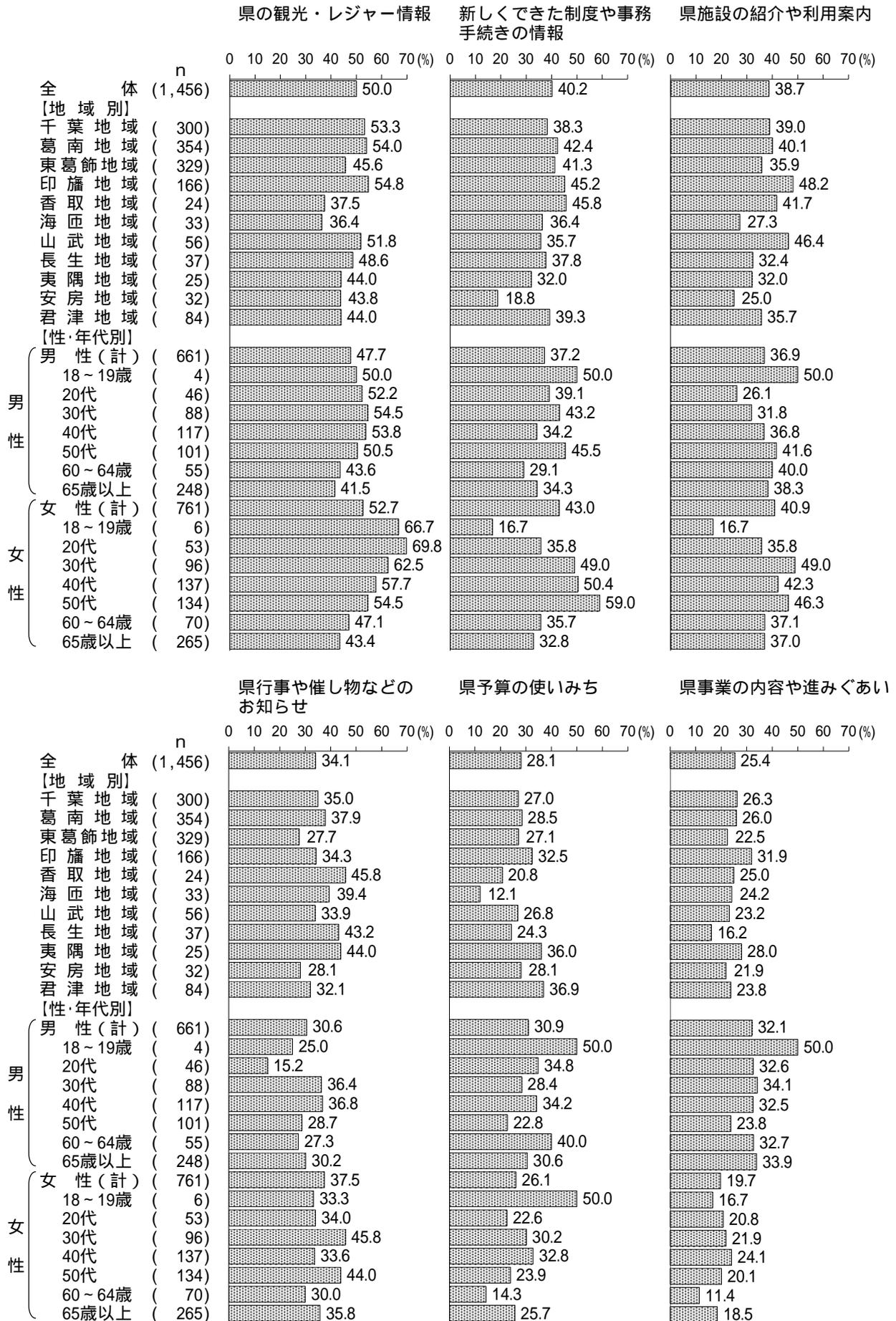
性・年代別にみると、「県の観光・レジャー情報」は女性の20代(69.8%)が約7割、女性の30代(62.5%)が6割を超えて高くなっている。

「新しくできた制度や事務手続きの情報」は女性の50代(59.0%)が約6割で高くなっている。

「県施設の紹介や利用案内」は女性の30代(49.0%)が約5割で高くなっている。

「県行事や催し物などのお知らせ」は女性の30代(45.8%)、50代(44.0%)が4割台半ばで高くなっている。(図表8-22)

<図表8 - 22> 県の知りたい情報（複数回答）/地域別、性・年代別（上位6項目）

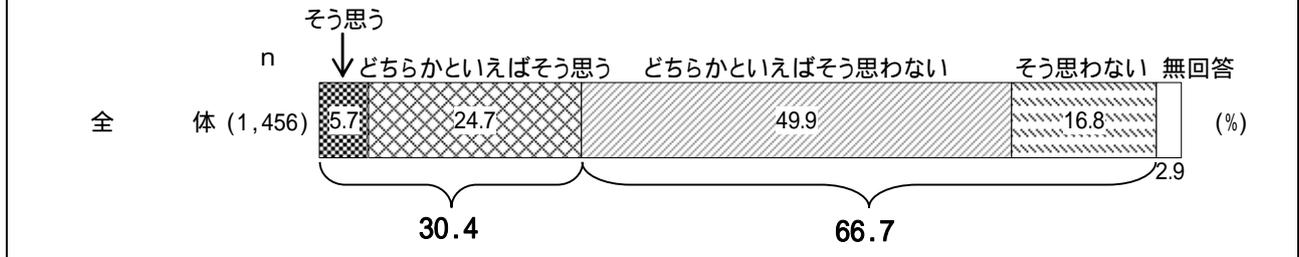


## （8）県政への意見の反映

『そう思う（計）』が3割

問45 あなたは、県に対して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）

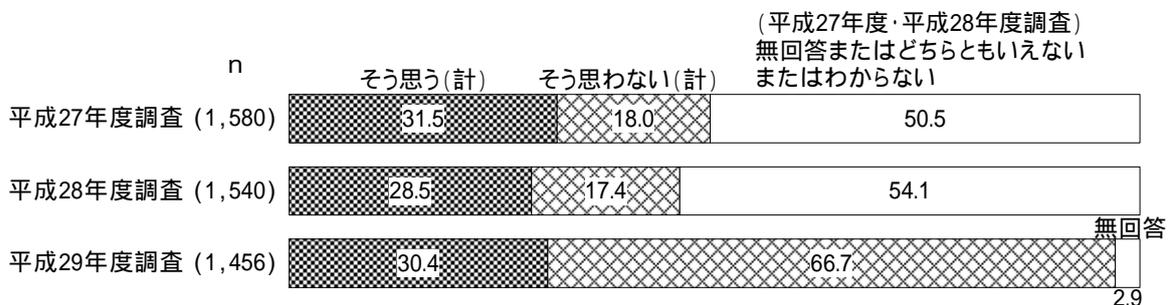
<図表8-23> 県政への意見の反映



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」（5.7%）と「どちらかといえばそう思う」（24.7%）を合わせた『そう思う（計）』（30.4%）が3割となっている。

一方、「どちらかといえばそう思わない」（49.9%）と「そう思わない」（16.8%）を合わせた『そう思わない（計）』（66.7%）は6割台半ばとなっている。（図表8-23）

〔参考〕平成27年度・平成28年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：%）



平成27年度・平成28年度は「どちらともいえない」「わからない」の選択肢があるため、参考値

### 【地域別】

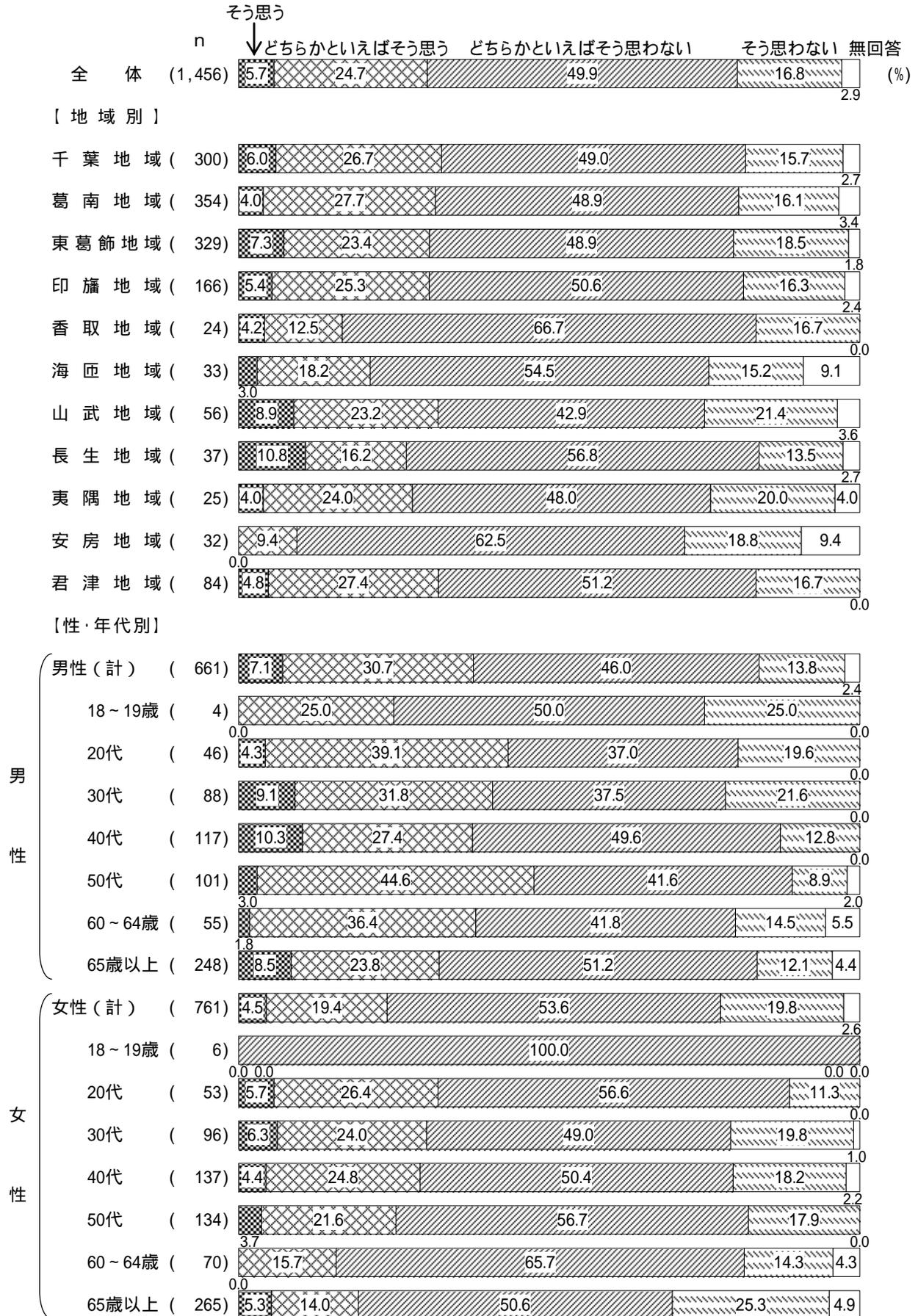
地域別にみると、大きな傾向の違いはみられない。（図表8-24）

### 【性・年代別】

性・年代別にみると、『そう思う（計）』は男性の50代（47.6%）が約5割で高くなっている。

（図表8-24）

<図表8 - 24> 県政への意見の反映 / 地域別、性・年代別



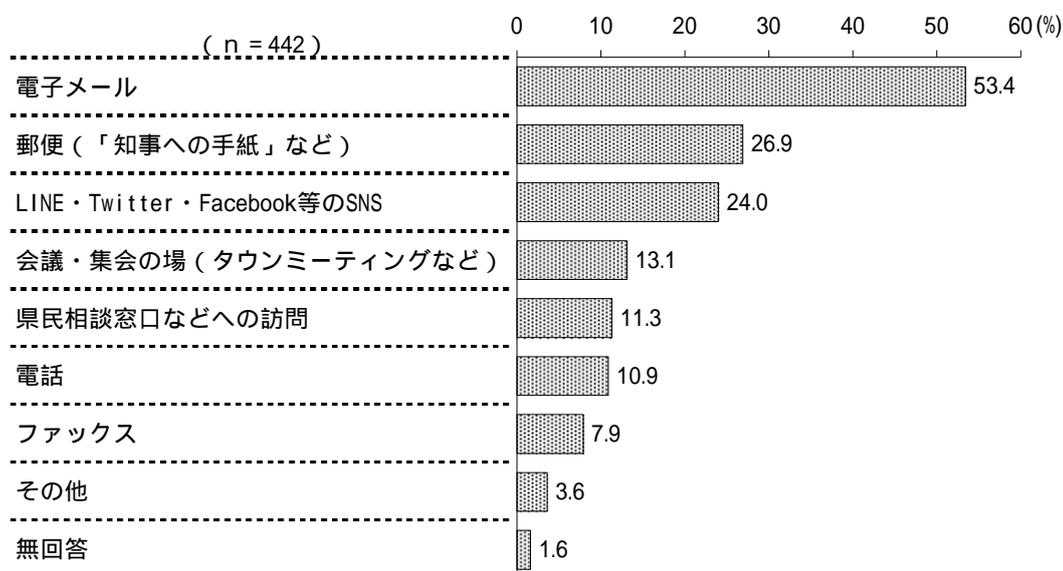
## （ 8 - 1 ） 県に対し意見を述べる方法

「電子メール」が5割を超える

（問45で「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」とお答えの方に）

問45 - 1 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 - 25> 県に対し意見を述べる方法（3つまでの複数回答）



自分の意見を積極的に述べ、県政に反映させたいと思うと回答した442人を対象に、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」（53.4%）が5割を超えて最も高く、以下、「郵便（『知事への手紙』など）」（26.9%）、「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」（24.0%）、「会議・集会の場（タウンミーティングなど）」（13.1%）、「県民相談窓口などへの訪問」（11.3%）が続く。（図表 8 - 25）

### 【地域別】

サンプル数が少ない（有意差がない）ため、【地域別】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（5）」を参照）

### 【性・年代別】

性・年代別にみると、「電子メール」は女性の40代（70.0%）が7割で高くなっている。

「郵便（『知事への手紙』など）」は男性の65歳以上（38.8%）と女性の65歳以上（39.2%）が約4割で高くなっている。

「LINE・Twitter・Facebook等のSNS」は女性の30代（44.8%）50代（44.1%）が4割台半ばで高くなっている。

「会議・集会の場（タウンミーティングなど）」は男性の65歳以上（23.8%）が2割台半ばで高くなっている。（図表 8 - 26）

<図表8 - 26> 県に対し意見を述べる方法（3つまでの複数回答）/ 地域別、性・年代別（上位6項目）

