

# 令和2年度 広報活動に関する調査

## 報 告 書

令和3年3月  
北九州市広報室



## 目 次

I 調査の概要	1
II 調査結果	
1 市政だよりについて	3
2 市政テレビ番組について	22
3 市政ラジオ番組について	30
4 市ホームページについて	35
5 SNS（ツイッター、フェイスブックなど）について	46
6 マスメディアを活用した北九州市のイメージアップについて	56
7 市政情報・広報活動について	61
III 資料編	
1 クロス集計表	1
2 調査票	95



# I 調査の概要

## 1 調査の目的

この調査は、現在、北九州市が行っている広報活動が市民にどのように意識・利用され、またどのような情報が必要とされているかなどを把握し、今後の市政広報活動の参考とすることを目的として実施した。1971年度（昭和46年度）から概ね3年に1回実施しており、2020年度調査（今回調査）は16回目である。

## 2 調査対象者

令和2年9月1日現在の住民基本台帳に記載された15歳以上79歳以下の男女の中から、行政区分人口構成比を考慮して3,000人を抽出した。

## 3 調査方法

郵送配布・郵送回収による郵送調査法

## 4 調査期間

令和2年11月16日～12月9日

## 5 回収結果

調査対象者3,000人に発送し、1,469人から有効回答を得た。有効回答率は49.0%であった。なお、回答者の属性別の構成は、次ページの表のとおりである。

配布数	有効回答数	有効回答率
3,000	1,469	49.0 %

## 6 調査の実施機関

調査企画：北九州市広報室

集計・分析：株式会社 プラスアド

## 7 報告書の利用にあたって

- ・ 図表においては、回答者の数を「N」で表記した。
- ・ 比率は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある。また、複数回答の設問については、合計は原則として100%を超える。
- ・ クロス集計表の表側の項目については無回答があるため、回答者数の内訳の合計が全体の回答者数に一致しない場合がある。
- ・ 選択肢ごとの回答数が少ない質問については、原則としてコメントを省略している。
- ・ 2020年度に新たに設けた質問（問5-2、問13-1、問13-2、問13-3、問13-4、問13-5、問13-6、問13-7、問15-3）、放送番組が変更された質問（問7-2、問7-3、問7-4、問7-5）については、経年的傾向を省略している。

<回答者の属性>

	サンプル数	男	女	無回答
上段：実数 下段：%				
性別	1,469	580	867	22
	100.0%	39.5%	59.0%	1.5%

	サンプル数	15歳～19歳	20歳～24歳	25歳～29歳	30歳～34歳	35歳～39歳	40歳～44歳	45歳～49歳	50歳代	60歳代	無回答
上段：実数 下段：%											
年齢別	1,469	48	43	50	72	98	101	124	258	649	26
	100.0%	3.3%	2.9%	3.4%	4.9%	6.7%	6.9%	8.4%	17.6%	44.2%	1.8%

	サンプル数	農・林・漁業	自営業 (商・工・サービス業)	自由業 (医師・弁護士・税理士など)	会社員	公務員・教員	臨時・パート	主婦(勤め方)	学生	無職	その他	無回答
上段：実数 下段：%												
職業別	1,469	4	83	17	394	65	250	247	69	241	63	36
	100.0%	0.3%	5.7%	1.2%	26.8%	4.4%	17.0%	16.8%	4.7%	16.4%	4.3%	2.5%

	サンプル数	1年未満	1年～5年未満	5～10年未満	10～20年未満	20～30年未満	30年以上	無回答
上段：実数 下段：%								
居住年数別	1,469	19	57	56	170	167	975	25
	100.0%	1.3%	3.9%	3.8%	11.6%	11.4%	66.4%	1.7%

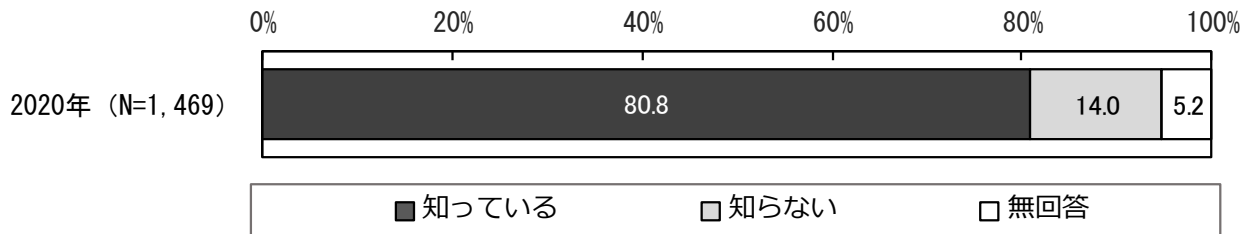
	サンプル数	門司区	小倉北区	小倉南区	若松区	八幡東区	八幡西区	戸畑区	無回答
上段：実数 下段：%									
居住区別	1,469	145	268	293	137	100	414	86	26
	100.0%	9.9%	18.2%	19.9%	9.3%	6.8%	28.2%	5.9%	1.8%

## II 調査結果

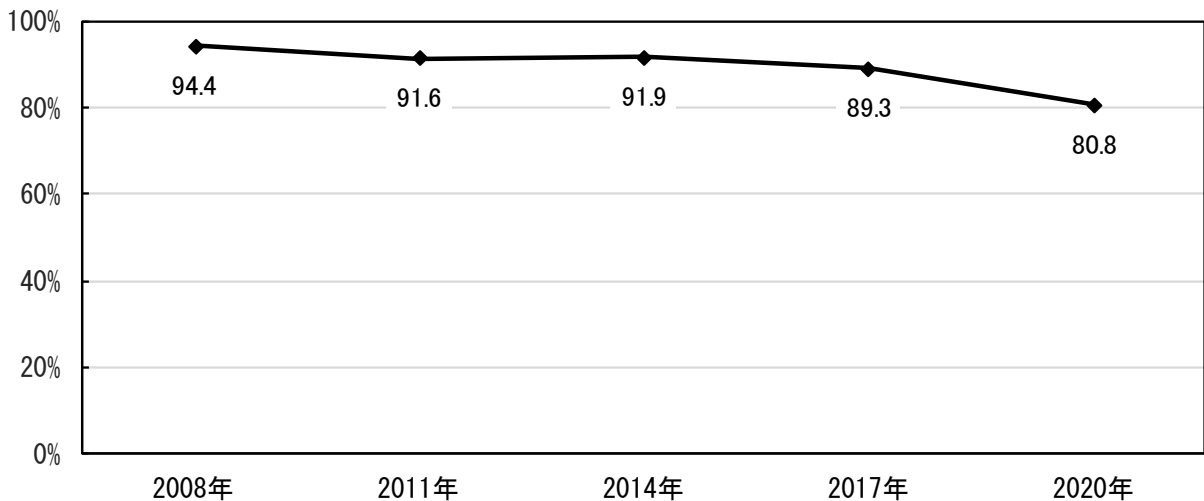
### 1 市政だよりについて

#### (1) 認知状況

問 1-1 あなたは、この「市政だより」を知っていますか。



#### 【経年的傾向】



市政だよりを「知っている」が 80.8%で、認知度は高い。

#### 【経年的傾向】

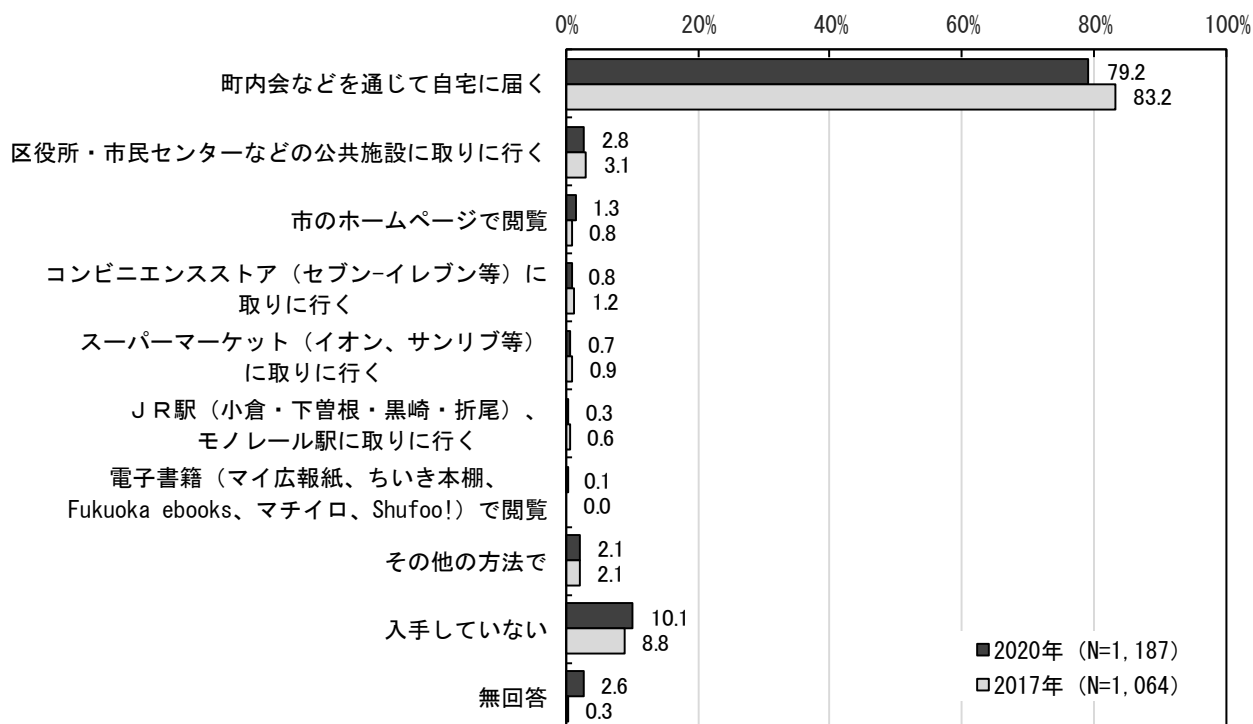
2005年度調査から減少傾向をたどりはじめ、2017年度調査で9割を下回り、今回さらに8.5ポイント低下して80.8%となっている。

#### 【属性別にみた特徴】

性別にみると、女性(83.0%)は男性(77.6%)より5.4ポイント高くなっている。年齢・性別にみると、15～29歳(男性42.2%、女性59.7%)、30代(男性59.7%、女性73.1%)、40代男性(78.4%)以外では8割を上回っている。

## (2) 入手状況

問 1-2 あなたの「市政だより」の入手方法は次のうちどれですか。主たるものを一つだけ選んでください。



市政だよりの入手方法としては、「町内会などを通じて自宅に届く」が79.2%と高い。

### 【経年的傾向】

「町内会などを通じて自宅に届く」は2017年度調査の83.2%から4.0ポイント低下している。

### 【属性別にみた特徴】

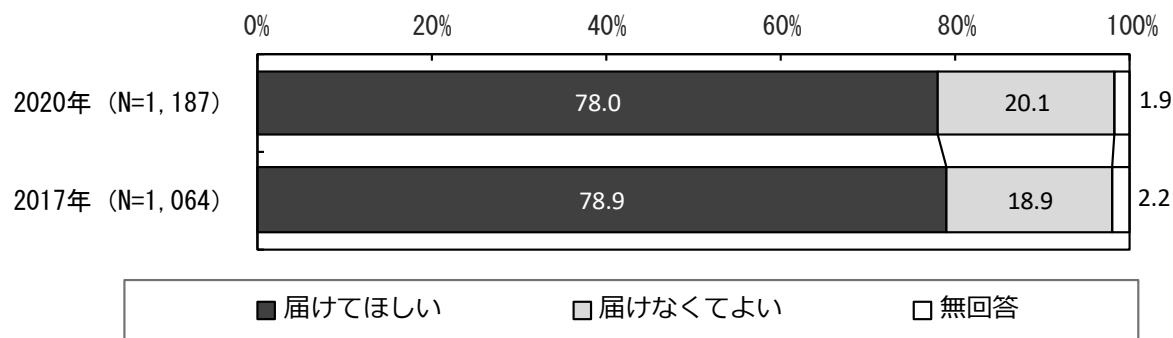
年齢・性別にみると、「町内会などを通じて自宅に届く」は、60代以上では男女ともに8割を上回っている。

また、「入手していない」は、30代女性（21.5%）以外は2割を下回っている。



### (3) 配布に関する希望

問 1-3 あなたは、「市政だより」をご自宅に届けてほしいと思いますか。



「届けてほしい」が 78.0%と圧倒的に高く、「届けなくてよい」は 20.1%となっている。

#### 【経年的傾向】

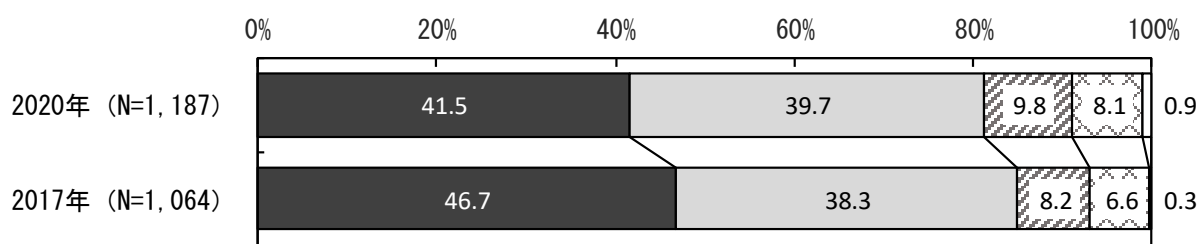
「届けてほしい」は 2017 年度調査の 78.9%から 0.9 ポイント低下している。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「届けてほしい」は 15～29 歳（男性 59.3%、女性 67.4%）、40 代女性（69.1%）以外は 7 割を上回っている。

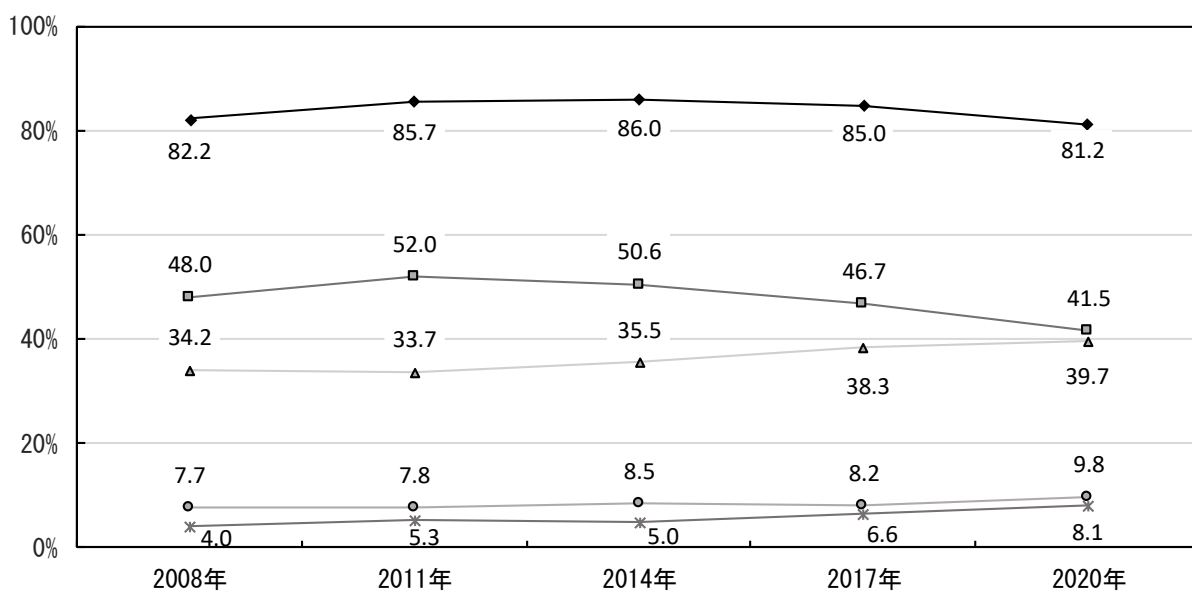
#### (4) 閲読状況

問 1-4 あなたは、「市政だより」を読んでいますか。



■ よく読んでいる □ 時々読んでいる ▨ ほとんど読まない ▩ 全く読まない □ 無回答

#### 【経年的傾向】



—◆— 閲覧率 —□— よく読んでいる —▲— 時々読んでいる —○— ほとんど読まない —\*— 全く読まない

(注) 2008年度の調査では市政だよりを知らない市民も含めた全回答者を母数として計算し、集計方法が異なっている。

市政だよりをどの程度読んでいるかをみると、「よく読んでいる」が41.5%、「時々読んでいる」が39.7%で、これらを合わせた閲読率は81.2%である。  
また、「ほとんど読まない」は9.8%、「全く読まない」は8.1%である。

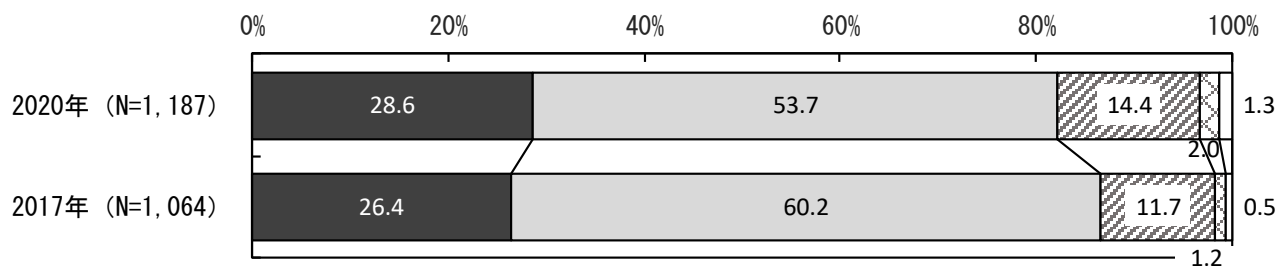
#### 【属性別にみた特徴】

性別にみると、閲読率は女性(82.1%)が男性(79.8%)より2.3ポイント高くなっている。

年齢・性別にみると、閲読率が最も高いのは60歳以上の女性(91.8%)で、9割を上回っている。一方、15~29歳(男性55.6%、女性54.3%)では6割を下回っている。

## (5) 発行回数

問 1-5 月2回の発行回数をどう思いますか。



月1回の発行にし、1回あたりの情報量を増やした方がよい  
 今のままでよい  
 分からない  
 その他  
 無回答

発行回数については、「今のままでよい」が53.7%で最も高く、「月1回の発行にし、1回あたりの情報量を増やした方がよい」は28.6%となっている。

### 【経年的傾向】

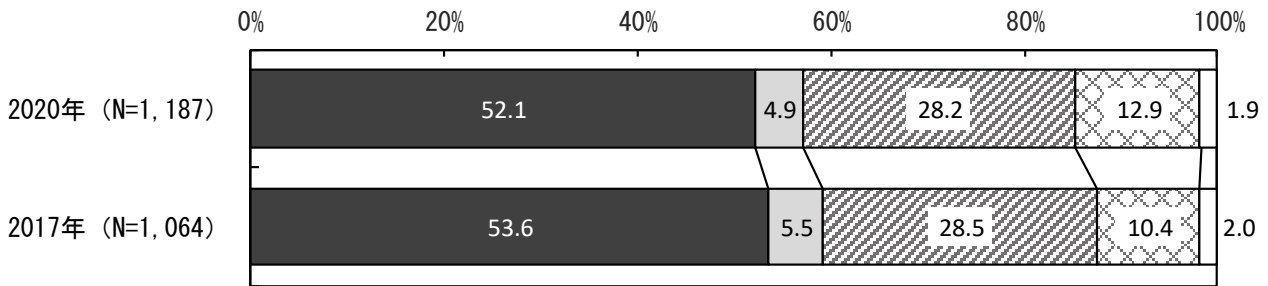
「今のままでよい」は2017年度調査の60.2%から6.5ポイント低下し、「月1回の発行にし、1回あたりの情報量を増やした方がよい」は26.4%から2.2ポイント上昇している。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「今のままでよい」は30代男性(62.2%)、60歳以上(男性59.3%、女性59.1%)で高く、「月1回の発行にし、1回あたりの情報量を増やした方がよい」は40代男性(44.8%)が最も高くなっている。

## (6) 全体の印象

問 2-1 「市政だより」の感想をお聞かせください。



■ 読みやすい □ 読みにくい ▨ どちらでもない ▩ 分からない □ 無回答

市政だよりの感想については、「読みやすい」が52.1%と5割を上回り、「読みにくい」は4.9%となっている。

### 【経年的傾向】

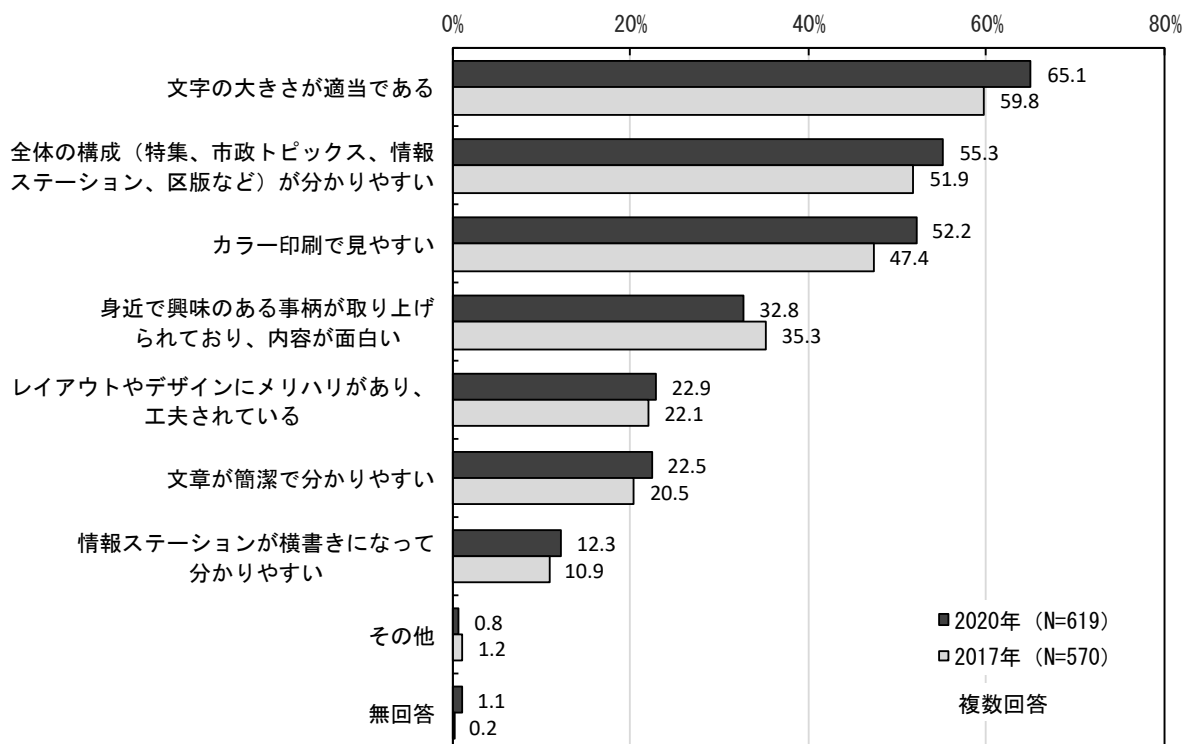
「読みやすい」は2017年度調査の53.6%から1.5ポイント低下した一方、「読みにくい」も5.5%から0.6ポイント低下している。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「読みにくい」はすべての世代で1割を下回り、「読みやすい」は40代女性(54.5%)、50代女性(52.8%)と60歳以上女性(62.5%)で5割を上回っている。

## (7) 読みやすい理由

問 2-2 「読みやすい」と感じる理由を、次の中から3つまで選んでください。



読みやすい理由は、「文字の大きさが適当である」が 65.1%、「全体の構成（特集、市政トピックス、情報ステーション、区版など）が分かりやすい」が 55.3%、「カラー印刷で見やすい」が 52.2%で、5 割を上回っている。

### 【経年的傾向】

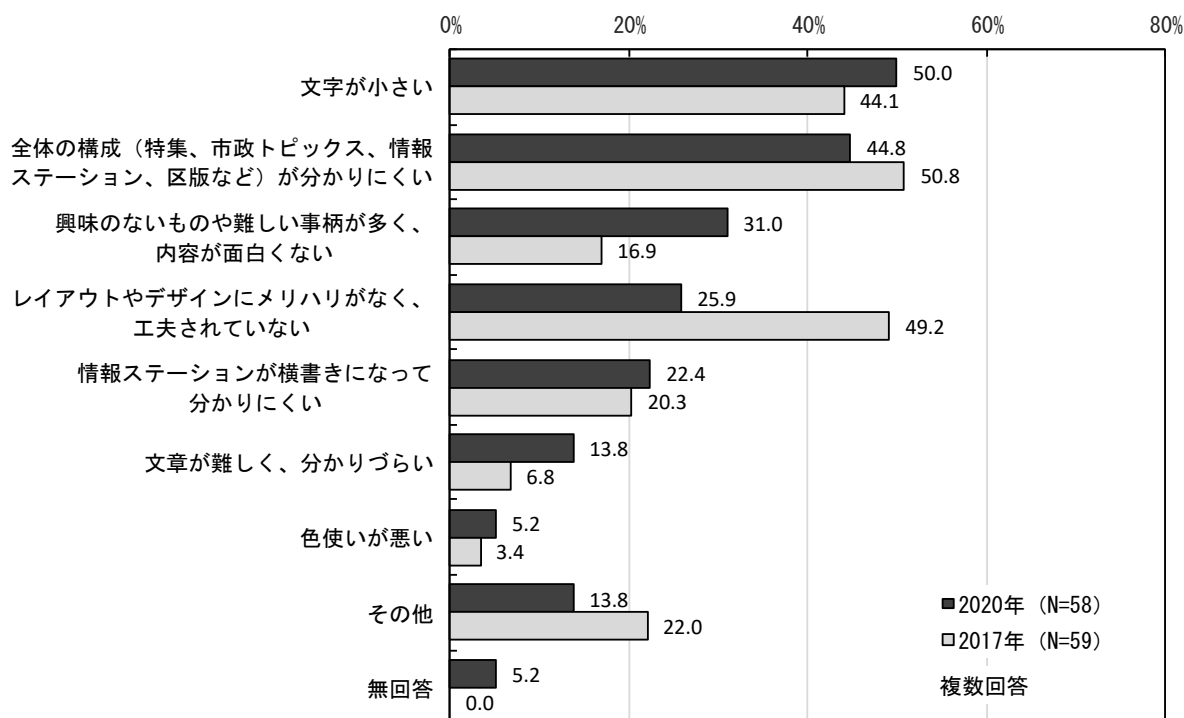
2017 年度調査から順位の変動はないが、「文字の大きさが適当である」が 59.8%から 5.3 ポイント、「カラー印刷で見やすい」が 47.4%から 4.8 ポイントそれぞれ上昇した一方、「身近で興味のある事柄が取り上げられており、内容が面白い」が、35.3%から 2.5 ポイント低下している。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「文字の大きさが適当である」が 40 代以上で 1 位となっている。15～29 歳では、男性が「全体の構成（特集、市政トピックス、情報ステーション、区版など）が分かりやすい」（61.5%）、女性が「カラー印刷で見やすい」（89.5%）で 1 位となっている。

## (8) 読みにくい理由

問 2-3 「読みにくい」と感じる理由を、次の中から3つまで選んでください。



読みにくい理由は、「文字が小さい」が50.0%で最も高く、次いで「全体の構成（特集、市政トピックス、情報ステーション、区版など）が分かりにくい」が44.8%、「興味のないものや難しい事柄が多く、内容が面白くない」が31.0%となっている。

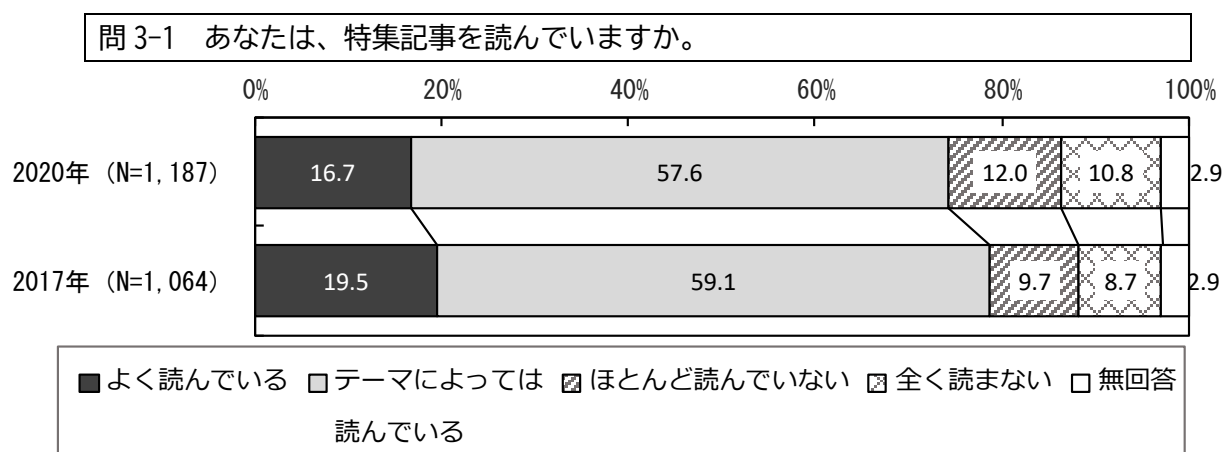
### 【経年的傾向】

「興味のないものや難しい事柄が多く、内容が面白くない」は2017年度調査の16.9%から14.1ポイント上昇した。一方、「レイアウトやデザインにメリハリがなく、工夫されていない」は49.2%から23.3ポイント低下している。

### 【属性別にみた特徴】

性別にみると、「文字が小さい」は女性（55.9%）が男性（45.5%）よりも10.4ポイント高い。

## (9) 特集記事の閲読状況



特集記事の閲読状況を見ると、「よく読んでいる」が 16.7%、「テーマによっては読んでいる」が 57.6%で、両者を合計した割合は 74.3%となっている。

### 【経年的傾向】

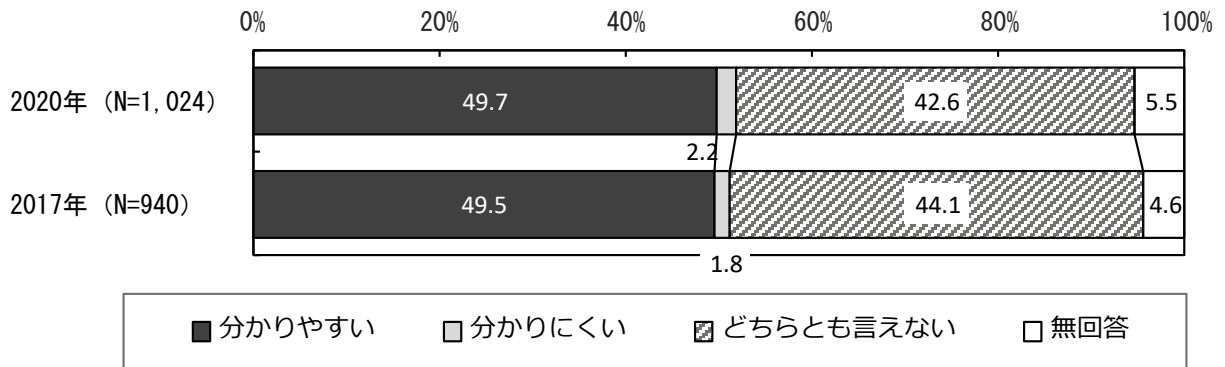
「よく読んでいる」は 2017 年度調査の 19.5%から 2.8 ポイント低下、「テーマによっては読んでいる」も 59.1%から 1.5 ポイント低下し、両者を合計した割合は 78.6%から 4.3 ポイント低下している。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「よく読んでいる」は 60 歳以上（男性 23.0%、女性 20.7%）で高くなっている。

## (10) 特集記事の評価

問 3-2 特集記事についてどう思いますか。



特集記事の分かりやすさについては、「分かりやすい」が49.7%と約半数を占め、「分かりにくい」は2.2%にとどまっている。また、「どちらとも言えない」は42.6%となっている。

### 【経年的傾向】

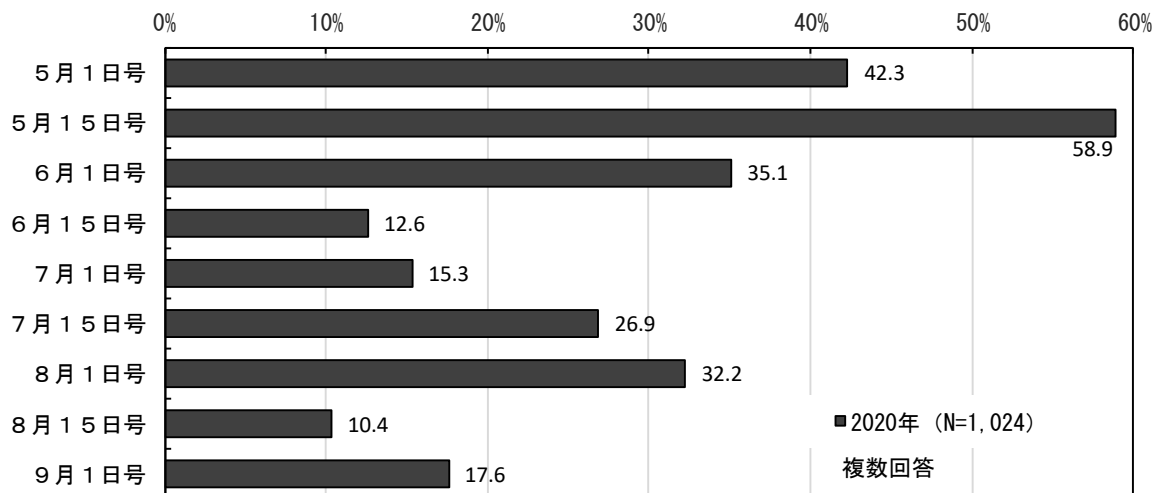
2017年度調査と比べて大きな変化は見られない。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「分かりやすい」は15～29歳男性では35.0%と低く、4割を下回っている。



問 3-3 役に立った特集記事はどれですか。次の中からいくつでも選んでください。



5月 1日号	「令和2年度予算」「新型コロナウイルスの感染拡大防止」
5月15日号	「新型コロナウイルスの感染拡大防止」
6月 1日号	「防災」
6月15日号	「市民が培った豊かな文芸土壌」
7月 1日号	「人権文化のまちづくり」
7月15日号	「子どもの事故を防ごう」
8月 1日号	「介護予防～フレイルを知る」
8月15日号	「U・Iターン就職」
9月 1日号	「シュガーロード 砂糖文化を広めた長崎街道」

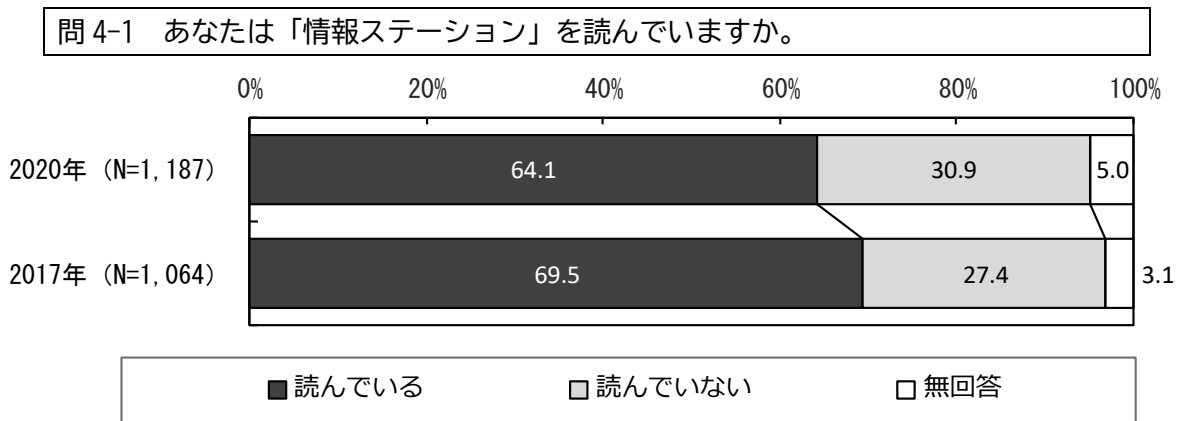
役に立った特集記事としては、5月15日号「新型コロナウイルスの感染拡大防止」が58.9%で最も高く、次いで5月1日号「令和2年度予算」「新型コロナウイルスの感染拡大防止」が42.3%と、新型コロナウイルスへの関心の高さが表れた結果となった。6月1日号「防災」が35.1%、8月1日号「介護予防～フレイルを知る」が32.2%となっている。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、1位の5月15日号「新型コロナウイルスの感染拡大防止」は60歳以上（男性61.7%、女性69.1%）で6割を上回っている。一方で、15～29歳（男性45.0%、女性43.3%）、30代男性（48.3%）では、5割を下回っている。

2位の5月1日号「令和2年度予算」「新型コロナウイルスの感染拡大防止」は30代男性（51.7%）、50代男性（53.6%）で1位（50代男性は5月15日号でも同率1位）となっており、5割を上回っている。

## (11) 情報記事の閲読状況



情報ステーションを「読んでいる」は 64.1%、「読んでいない」は 30.9%となっている。

### 【経年的傾向】

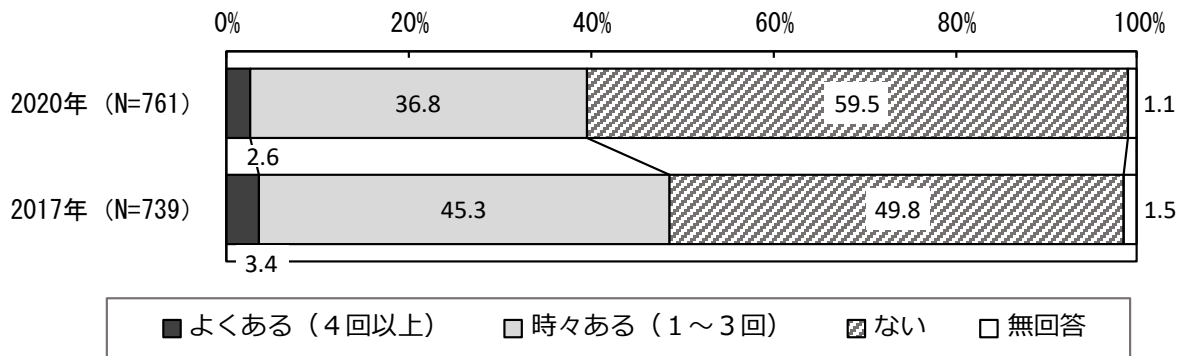
閲読率は、2011 年度調査は 70.8%、2014 年度調査は 72.3%と上昇に転じたが、2017 年度調査では 69.5%に低下。今回も前回調査より 5.4 ポイント低下している。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「読んでいる」は男女ともに 40 代以上で 6 割を上回っている。一方、15～29 歳（男性 37.0%、女性 30.4%）では 4 割を下回っている。

## (12) 情報記事への参加状況

問 4-2 過去1年間を振り返って、「情報ステーション」の情報をきっかけに、催し等に出かけたり、講座に参加したりしたことはありますか。



「よくある (4回以上)」は2.6%、「時々ある (1~3回)」は36.8%で、これらを合わせた割合は39.4%となっており4割を下回った。

### 【経年的傾向】

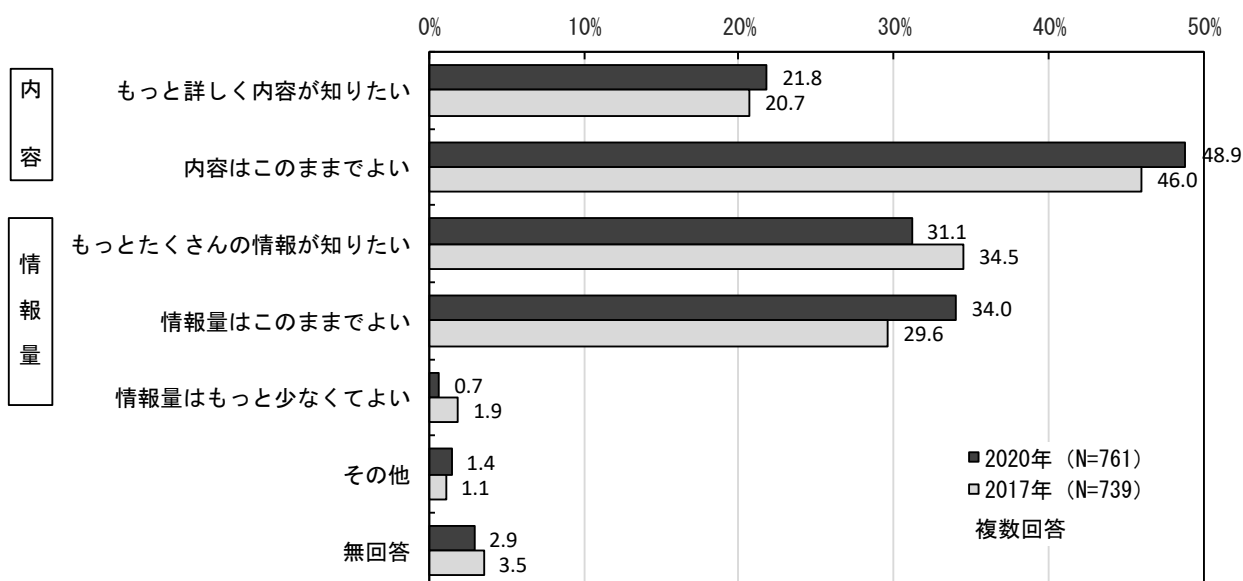
「よくある (4回以上)」は2017年度調査の3.4%から0.8ポイント低下、「時々ある (1~3回)」は45.3%から8.5ポイント低下しており、これらを合わせた割合は48.7%から9.3ポイント低下している。一方、「ない」は49.8%から9.7ポイント上昇している。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「よくある (4回以上)」と「時々ある (1~3回)」を合計した割合は、30代男性 (46.7%) が最も高く、次いで60歳以上男性 (44.7%)、15~29歳女性 (42.9%) の順となっている。一方、最も低いのは40代男性 (31.4%) だった。

### (13) 情報記事への要望

問 4-3 「情報ステーション」についてどう思いますか。次の中から2つまで選んでください。



情報ステーションの内容については、「内容はこのままでよい」が 48.9%、「もっと詳しく内容を知りたい」が 21.8%となっている。

一方、情報量については、「もっとたくさんの情報が知りたい」が 31.1%、「情報量はこのままでよい」が 34.0%、「情報量はもっと少なくてよい」は 0.7%となっている。

#### 【経年的傾向】

内容については、「内容はこのままでよい」が 2017 年度調査の 46.0%から 2.9 ポイント上昇している。

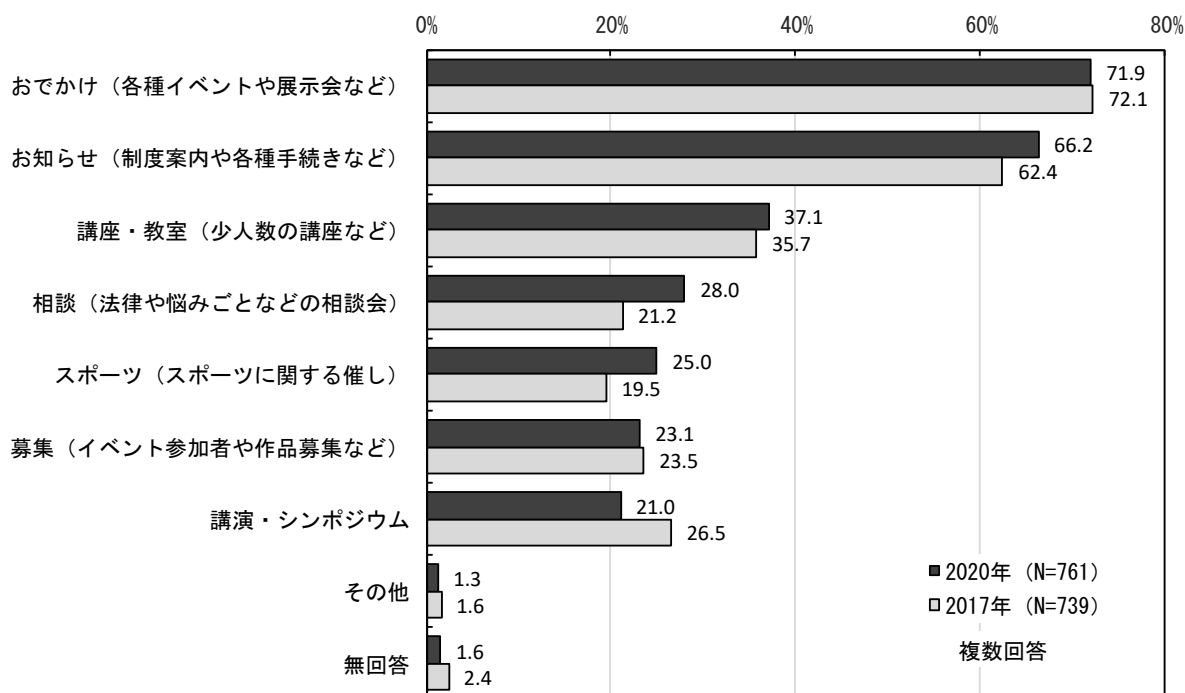
情報量については、「もっとたくさんの情報が知りたい」が 2017 年度調査の 34.5%から 3.4 ポイント低下し、「情報量はこのままでよい」が 29.6%から 4.4 ポイント上昇している。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「もっとたくさんの情報が知りたい」は 30 代男性で最も高く、53.3%となっている。

## (14) 情報記事の必要分野

問 4-4 「情報ステーション」の中で、どの分野の情報が必要ですか。次の中からいくつかでも選んでください。



情報ステーションの分野については、「おでかけ (各種イベントや展示会など)」が 71.9%、「お知らせ (制度案内や各種手続きなど)」が 66.2%となっている。

### 【経年的傾向】

2017年度調査で4位(26.5%)だった「講演・シンポジウム」が7位(21.0%)に順位を下げ一方、「相談(法律や悩みごとなどの相談会)」が6位(21.2%)から4位(28.0%)へと順位を上げた。

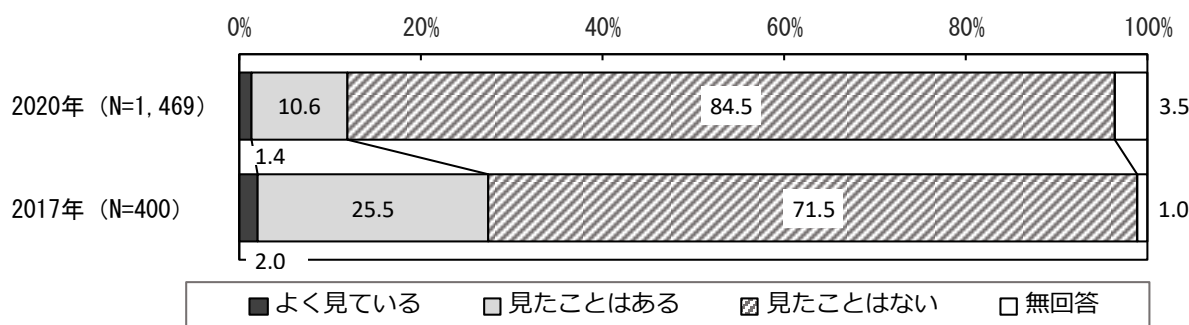
### 【属性別にみた特徴】

性別にみると、「講座・教室(少人数の講座など)」は、女性(42.9%)が男性(26.2%)より16.7ポイント高くなっている。一方、「スポーツ(スポーツに関する催し)」は、男性(33.3%)が女性(20.3%)より13.0ポイント高くなっている。

年齢・性別にみると、「おでかけ(各種イベントや展示会など)」は、30代(男性100.0%、女性89.1%)で高く8割を上回っている。また、「募集(イベント参加者や作品募集など)」は、50代男性(14.6%)と60歳以上(男性15.9%、女性15.0%)が低く、2割を下回っている。

### (15) インターネットでの「市政だより」の閲覧状況

問 5-1 あなたは、ホームページや電子書籍などインターネットで、「市政だより」を閲覧になったことがありますか。



(注) 2017年度の調査では、インターネットを利用している市民を母数として計算し、集計方法が異なっている。

インターネットの市政だより閲覧状況は、「よく見ている」が1.4%、「見たことはある」が10.6%で、両者を合わせた閲覧率は11.9%であった。

#### 【経年的傾向】

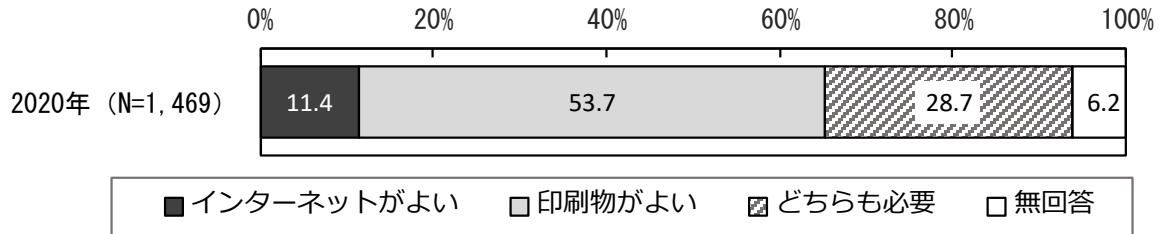
閲覧率は、2017年度調査の27.5%から15.6ポイント低下しているが、今回調査ではインターネットを利用している市民だけではなく、すべての回答者を対象としたため大幅に低下したと考えられる。前回調査ではインターネット利用率が低い60歳以上で「見たことはない」と回答したのが6割（男性57.1%、女性57.4%）を下回ったのに対し、今回調査では8割（男性81.9%、女性83.7%）を上回っている。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、閲覧率は40代女性(18.7%)で最も高く、15～29歳女性(7.8%)、60歳以上女性(9.8%)は1割を下回っている。

(16) 「市政だより」の形態に対するニーズ

問 5-2 あなたは、インターネットで見る「市政だより」と、紙の印刷物としてみる「市政だより」とでは、どちらのほうが良いと考えますか。



「印刷物がよい」(53.7%)と「どちらも必要」(28.7%)を合わせると82.4%と、紙での市政だよりに対するニーズが圧倒的に高い。

【属性別にみた特徴】

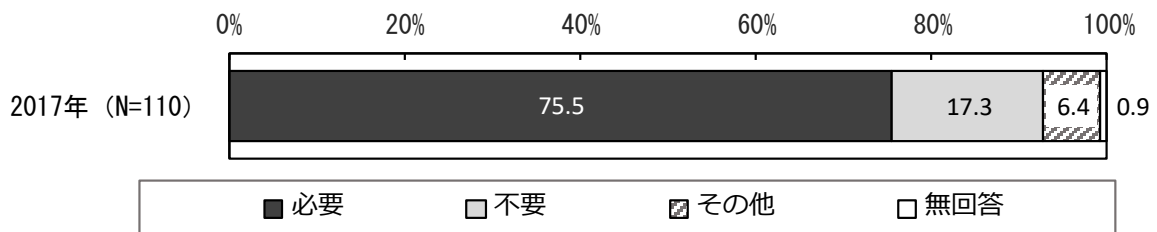
年齢別にみると、「インターネットがよい」は15～29歳(24.8%)が最も高く、60歳以上(4.5%)が最も低い。一方、「印刷物がよい」は60歳以上(65.3%)が最も高く、15～29歳(27.0%)が最も低い。

年齢・性別にみると、「インターネットがよい」は15～29歳男性(31.3%)が最も高く、次いで40代男性(28.4%)、30代男性(27.4%)が高い。一方、「印刷物がよい」は50代(男性51.6%、女性56.4%)、60歳以上(男性64.2%、女性66.2%)で5割を上回っている。

【参考】

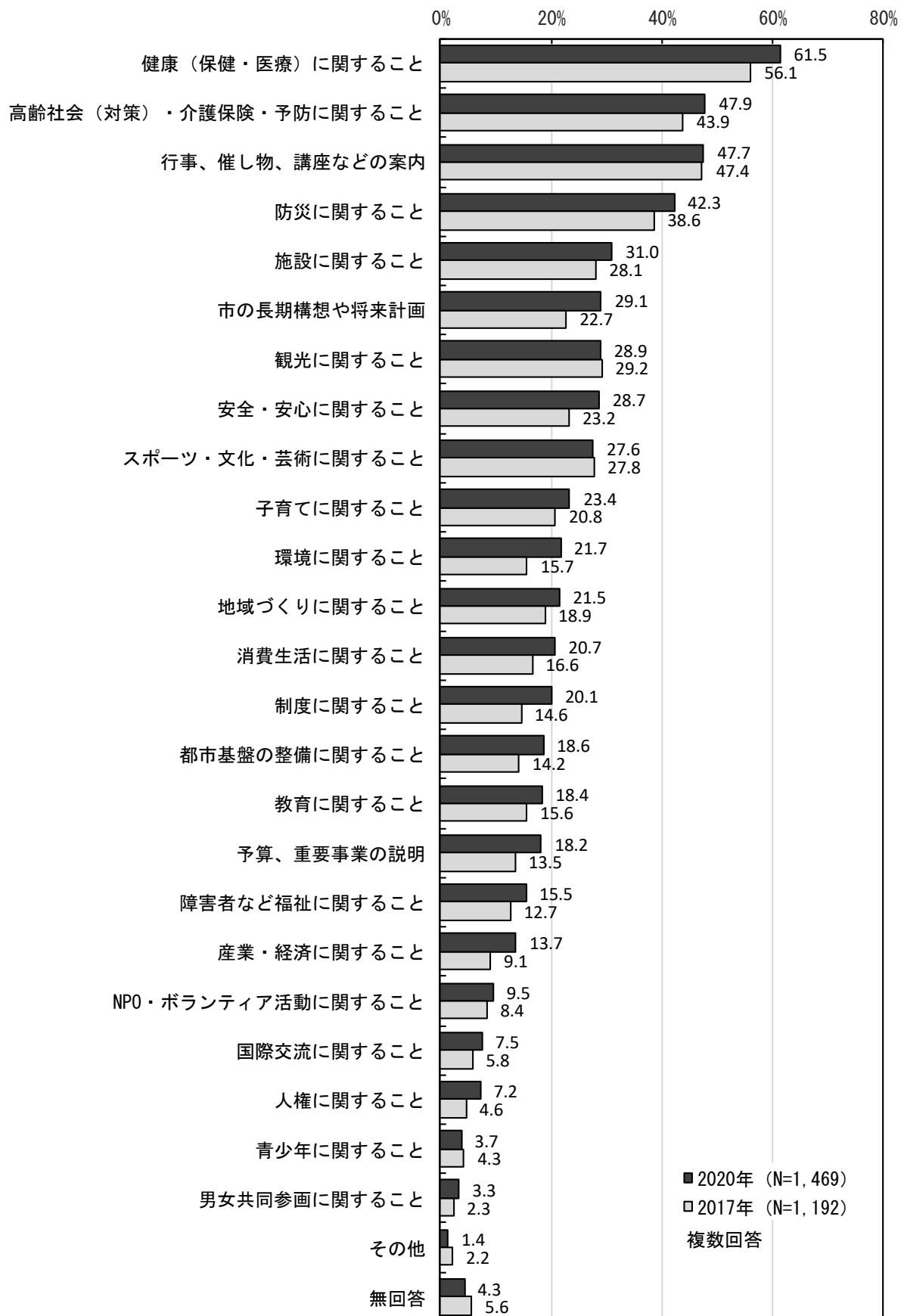
前回の2017年度調査では、「インターネットを利用している」と回答した市民(110人)を対象に質問し、以下の回答結果となっている。

問 あなたは、ホームページで「市政だより」がご覧になれても、紙での「市政だより」は必要であると思いますか。



(17) 充実してほしい市政情報

問6 「市政だより」において、どのような市政情報を充実してほしいと思いますか。  
次の中からいくつでも選んでください。





市政だよりにおいて充実してほしい市政情報としては、「健康（保健・医療）に関すること」が 61.5%で最も高い。次いで、「高齢社会（対策）・介護保険・予防に関すること」が 47.9%、「行事、催し物、講座などの案内」が 47.7%と続いている。

		N	1位	2位	3位	4位	5位
性別	男性	580	健康(保健・医療)に関すること 54.3%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 45.0%	行事、催し物、講座などの案内 41.9%	防災に関すること 41.2%	市の長期構想や将来計画 35.7%
	女性	867	健康(保健・医療)に関すること 66.8%	行事、催し物、講座などの案内 51.8%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 50.4%	防災に関すること 42.9%	施設に関すること 34.1%
年齢・性別	15～29歳	男性	行事、催し物、講座などの案内 45.3%	健康(保健・医療)に関すること 43.8%	防災に関すること 39.1%	市の長期構想や将来計画 34.4%	スポーツ・文化・芸術に関すること 32.8%
		女性	・健康(保健・医療)に関すること ・行事、催し物、講座などの案内 48.1%		防災に関すること 35.1%	スポーツ・文化・芸術に関すること 33.8%	・安全・安心に関すること ・教育に関すること ・観光に関すること 28.6%
	30代	男性	子育てに関すること 41.9%	健康(保健・医療)に関すること 40.3%	防災に関すること 38.7%	市の長期構想や将来計画 37.1%	スポーツ・文化・芸術に関すること 30.6%
		女性	健康(保健・医療)に関すること 62.0%	子育てに関すること 61.1%	行事、催し物、講座などの案内 57.4%	防災に関すること 46.3%	教育に関すること 41.7%
	40代	男性	行事、催し物、講座などの案内 45.9%	防災に関すること 39.2%	健康(保健・医療)に関すること 37.8%	・子育てに関すること ・スポーツ・文化・芸術に関すること 32.4%	
		女性	健康(保健・医療)に関すること 64.7%	行事、催し物、講座などの案内 62.0%	防災に関すること 50.7%	子育てに関すること 42.7%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 42.0%
	50代	男性	健康(保健・医療)に関すること 56.8%	行事、催し物、講座などの案内 48.4%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 43.2%	・防災に関すること ・安全・安心に関すること ・スポーツ・文化・芸術に関すること 36.8%	
		女性	健康(保健・医療)に関すること 66.3%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 51.5%	行事、催し物、講座などの案内 50.3%	防災に関すること 39.3%	施設に関すること 35.6%
	60歳以上	男性	健康(保健・医療)に関すること 63.1%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 62.8%	防災に関すること 44.3%	市の長期構想や将来計画 41.8%	行事、催し物、講座などの案内 40.8%
		女性	健康(保健・医療)に関すること 73.3%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 67.3%	行事、催し物、講座などの案内 47.1%	防災に関すること 42.2%	施設に関すること 35.7%

### 【経年的傾向】

2017年度調査で1位だった「健康（保健・医療）に関すること」が 5.4ポイント上昇し、今回も1位となった。6位の「市の長期構想や将来計画」が 6.4ポイント、11位の「環境に関すること」が 6.0ポイントといずれも6ポイント以上上昇している。

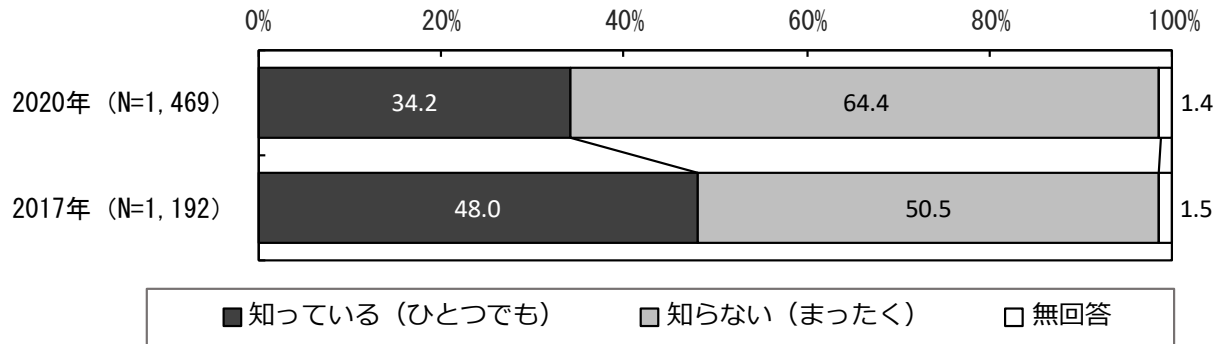
### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「健康（保健・医療）に関すること」は女性のすべての世代と50歳代男性、60歳以上男性で1位、「行事、催し物、講座などの案内」は15～29歳男性・女性、40代男性で1位となっている。

## 2 市政テレビ番組について

### (1) 認知状況

問 7-1 あなたは、「市政テレビ番組」があることをご存知ですか。



市政テレビ番組があることを「知っている (ひとつでも)」の割合 (認知率) は 34.2% となっている。

#### 【経年的傾向】

認知率は、2017 年度調査の 48.0% から 13.8 ポイント低下している。

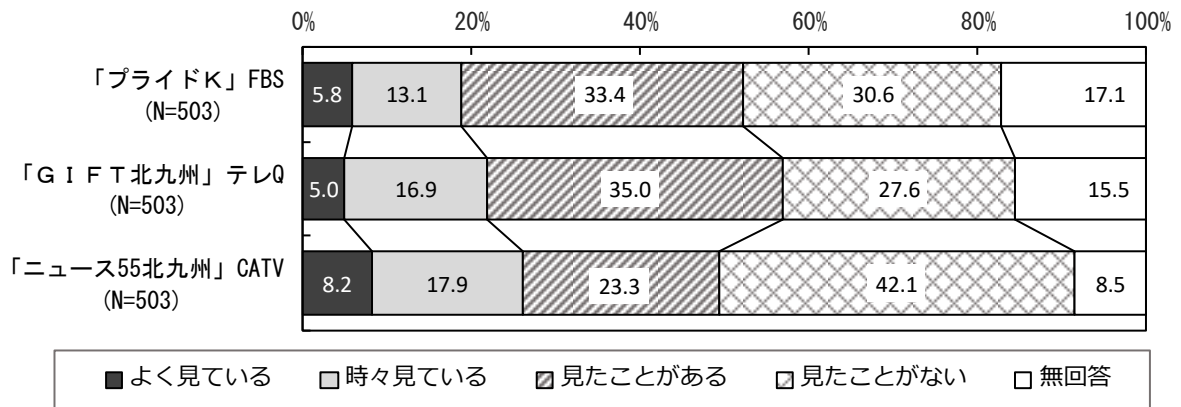
#### 【属性別にみた特徴】

性別にみると、認知率は女性 (35.2%) が男性 (32.9%) より 2.3 ポイント高くなっている。

年齢・性別にみると、最も認知率が高かったのが 60 歳以上女性 (44.7%) で、それ以外はすべて 4 割を下回っている。

## (2) 番組別視聴状況

問 7-2 あなたは、「市政テレビ番組」を見たことがありますか。それぞれの番組についてお答えください。



経験視聴率（「よく見ている」＋「時々見ている」＋「見たことがある」）を番組別にみると、「G I F T北九州」が56.9%で最も高く、次いで「プライドK」が52.3%、「ニュース55北九州」が49.3%となっている。

### 【属性別にみた特徴】

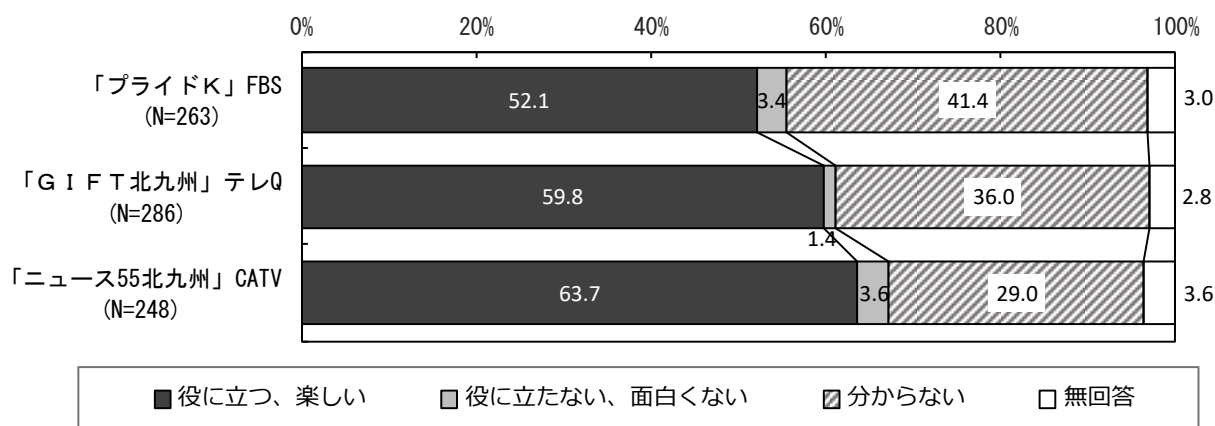
年齢・性別に経験視聴率をみると、「プライドK」は、15～29歳女性（43.8%）、30代女性（36.4%）、40代女性（41.2%）、60歳以上女性（47.0%）が5割を下回っている。

「G I F T北九州」は、15～29歳女性（43.8%）以外で5割以上となっている。

「ニュース55北九州」は、30代男性（20.0%）、40代男性（29.2%）が3割を下回っている。

### (3) 番組別評価

問 7-3 「問 7-2」で、「1.よく見ている」、「2.時々見ている」、「3.見たことがある」と回答された番組について、ご感想をお聞かせください。



番組別の評価で「役に立つ、楽しい」の割合をみると、「ニュース 55 北九州」が 63.7% で最も高く、次いで「G I F T北九州」が 59.8%、「プライドK」が 52.1% となっている。

#### 【属性別にみた特徴】

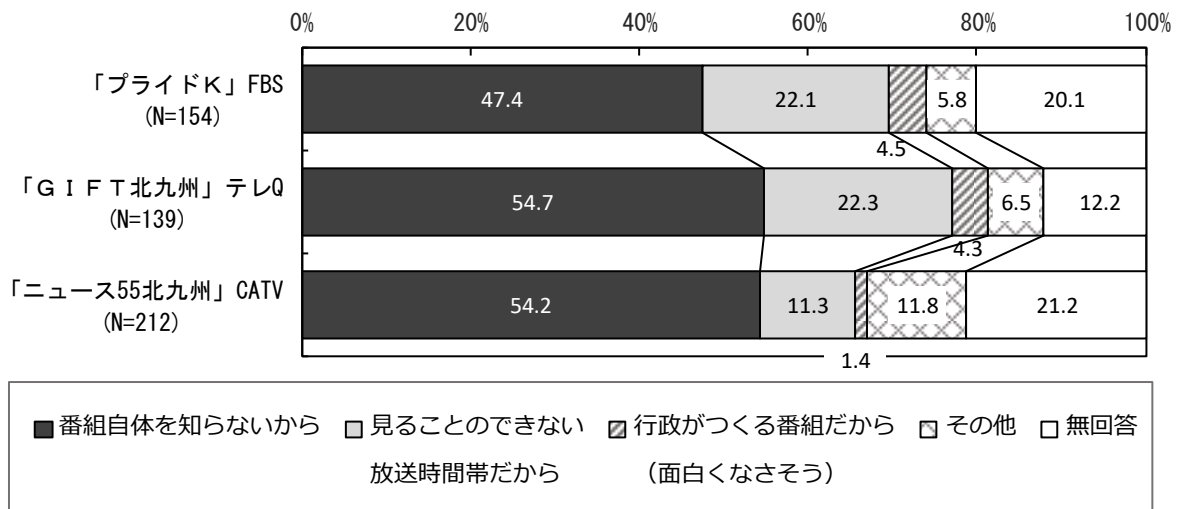
年齢・性別に「役に立つ、楽しい」の割合をみると、「プライドK」は 30 代女性 (75.0%) で最も高く、次いで 30 代男性 (62.5%)、50 代女性 (59.4%)、60 歳以上男性 (57.1%) が高い。

「G I F T北九州」は 30 代女性 (81.8%) で最も高く、次いで 40 代男性 (69.2%)、50 代女性 (66.7%) が高い。

「ニュース 55 北九州」は 30 代女性 (80.0%) で最も高く、15~29 歳男性 (75.0%)、50 代女性 (77.8%) で 7 割を上回っている。

#### (4) 視聴しない理由

問 7-4 「問 7-2」で、「4. 見たことがない」と回答された番組について、ご覧にならない理由をお聞かせください。



テレビ番組を見たことがない人に、その理由を尋ねたところ、いずれの番組も「番組自体を知らないから」が最も多く4割を上回っている。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別に「番組自体を知らないから」の割合をみると、「プライドK」は50代男性(70.0%)で最も高く、15~29歳女性(66.7%)、30代女性(66.7%)、40代女性(63.6%)で6割を上回っている。

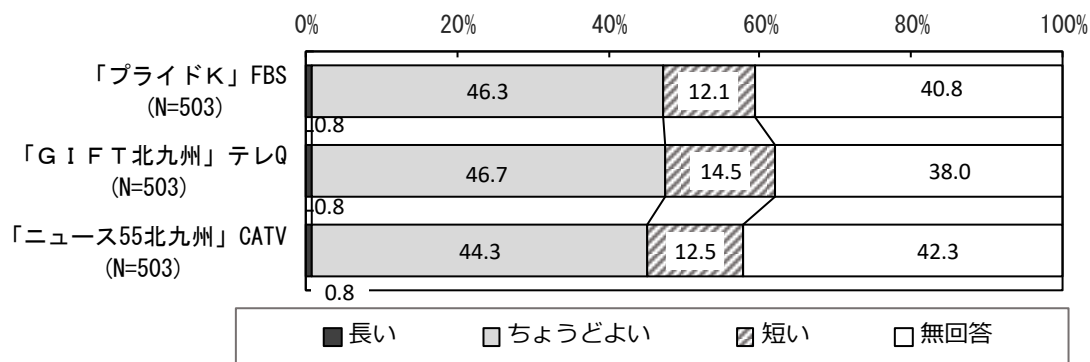
「G I F T北九州」は50代男性(87.5%)で最も高く、15~29歳男性(60.0%)、30代(男性60.0%、女性66.7%)、40代女性(62.5%)が高い。

「ニュース北九州」は30代(男性72.7%、女性70.0%)が高い。

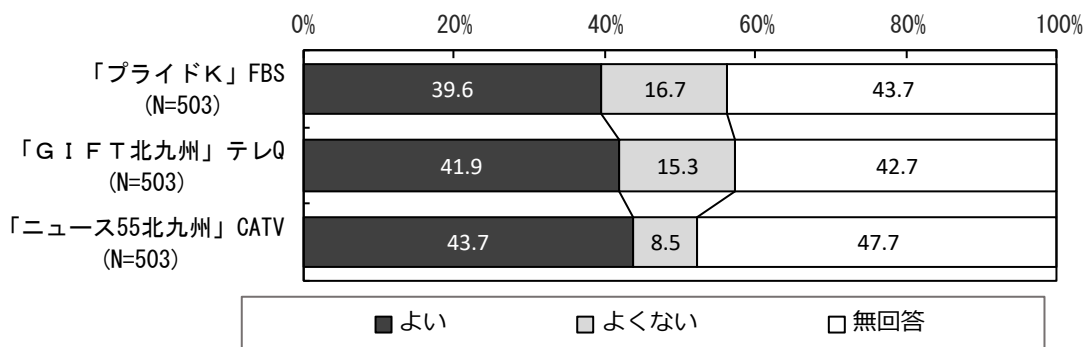
(5) 時間・時間帯評価

問 7-5 番組の放送時間・時間帯についてどう思いますか。それぞれの番組についてお答えください。

●放送時間



●放送時間帯



【放送時間・時間帯】

- 「プライドK」 →日曜日 午後 5：25～ 放送（2分30秒）
- 「G I F T北九州」 →火曜日 午後 9：55～ 放送（2分30秒）
- 「ニュース55北九州」 →月～木曜日 午前 6：55～ 放送（3分）  
午前 7：55～ 放送（3分）  
午後 8：55～ 放送（3分）  
午後 11：55～ 放送（3分）

【放送時間】

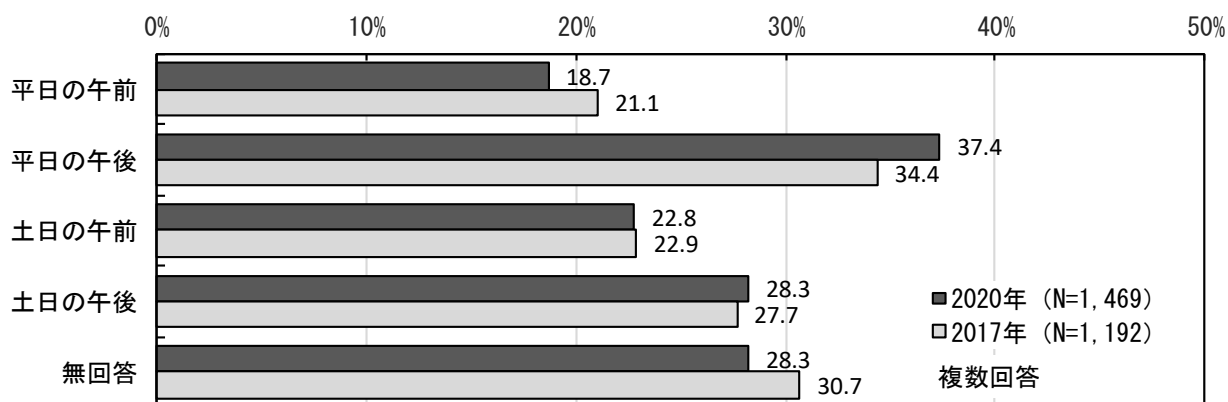
「ちょうどよい」は、「G I F T北九州」が46.7%で最も高く、次いで「プライドK」が46.3%、「ニュース55北九州」が44.3%となっている。

【放送時間帯】

「よい」は、「ニュース55北九州」が43.7%で最も高く、次いで「G I F T北九州」が41.9%、「プライドK」が39.6%となっている。

## (6) 市政テレビ番組の時間帯

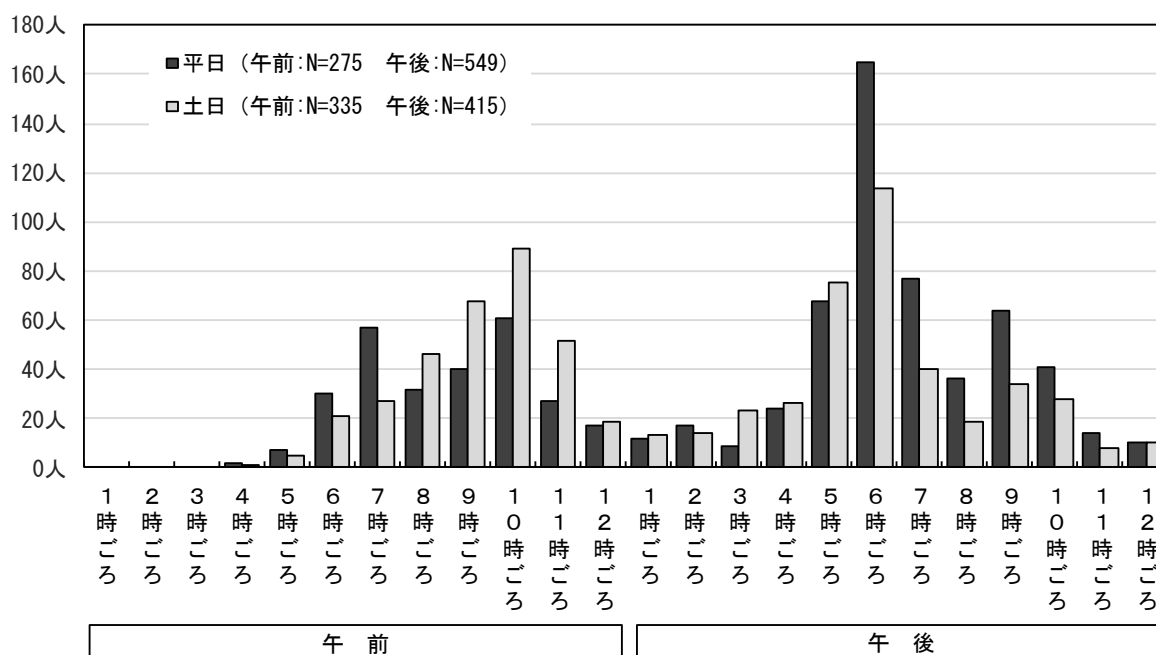
問 7-6 あなたが望む「市政テレビ番組」の放送時間帯はどれですか。具体的な時間も記入してください。



市政テレビ番組を放送してほしい曜日としては、「平日の午後」が37.4%で最も高い。次いで、「土日の午後」が28.3%、「土日の午前」が22.8%、「平日の午前」が18.7%となっている。

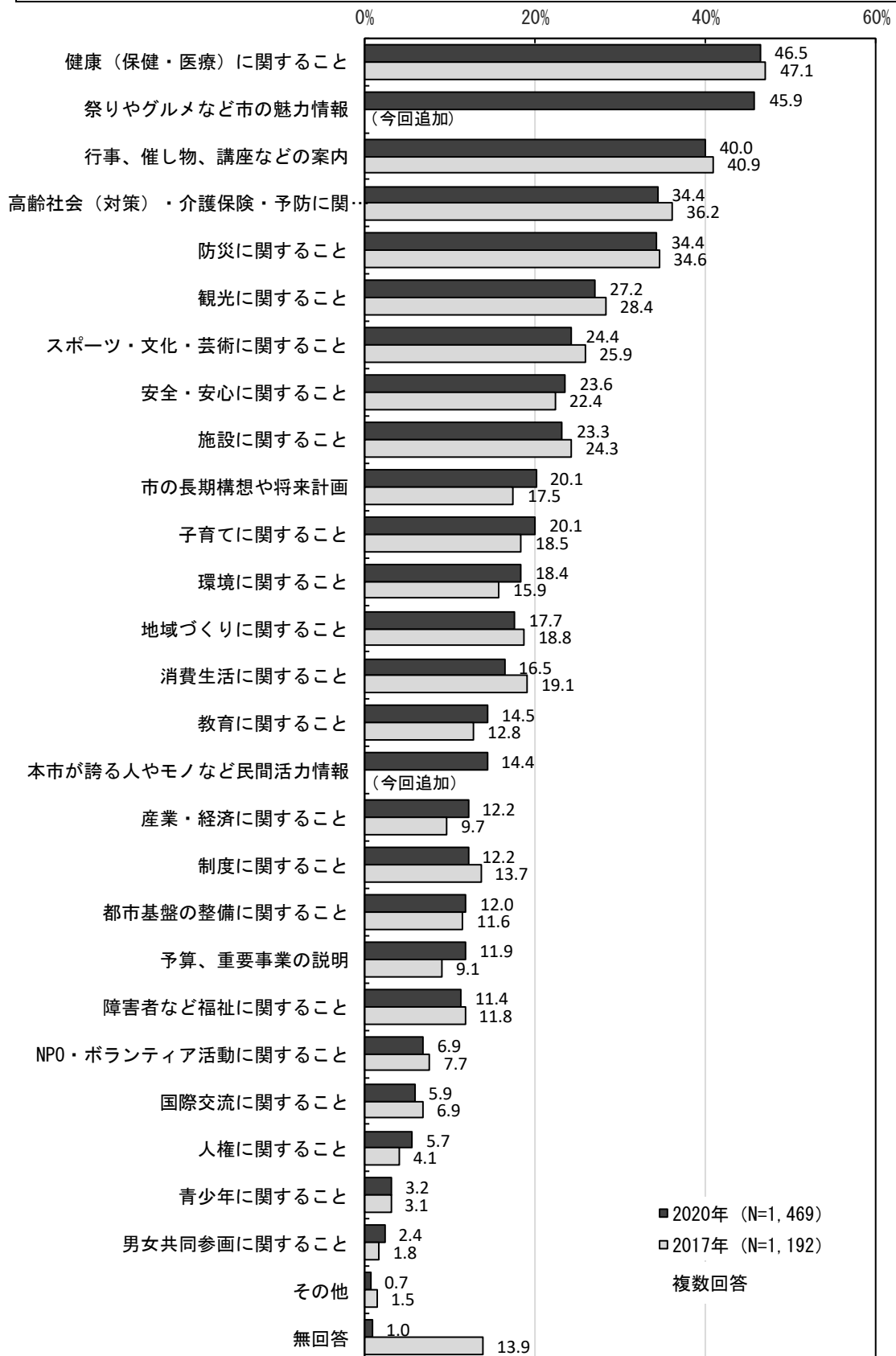
次に、それぞれの曜日で放送してほしい時間帯をみると、

- 平日の午前では10時ごろ、午後では6時ごろの時間帯
- 土日の午前では10時ごろ、午後では6時ごろの時間帯の割合が高くなっている。



## (7) 充実してほしい市政情報

問 7-7 「市政テレビ番組」において、どのような市政情報を充実してほしいと思いますか。次の中からいくつでも選んでください。





市政テレビ番組で充実してほしい市政情報としては、「健康（保健・医療）に関する  
こと」が46.5%で最も高い。次いで「祭りやグルメなど市の魅力情報」が45.9%、「行  
事、催し物、講座などの案内」が40.0%、「高齢社会（対策）・介護保険・予防に関す  
ること」が34.4%と続いている。

		N	1位	2位	3位	4位	5位
性別	男性	580	健康(保険・医療)に関する こと 41.4%	祭りやグルメなど市の魅 力情報 39.5%	行事、催し物、講座など の案内 35.7%	高齢社会(対策)・介護保 険・予防に関する こと 32.1%	防災に関する こと 31.9%
	女性	867	・健康(保険・医療)に関する こと ・祭りやグルメなど市の魅 力情報 50.2%	行事、催し物、講座など の案内 42.7%	行事、催し物、講座など の案内 36.3%	高齢社会(対策)・介護保 険・予防に関する こと 35.8%	防災に関する こと 35.8%
年齢・性別	15～ 29歳	男性	祭りやグルメなど市の魅 力情報 53.1%	行事、催し物、講座など の案内 37.5%	健康(保険・医療)に関す ること 35.9%	スポーツ・文化・芸術に関 すること 34.4%	・防災に関する こと ・観光に関する こと 32.8%
		女性	祭りやグルメなど市の魅 力情報 59.7%	行事、催し物、講座など の案内 45.5%	子育てに関する こと 35.1%	・健康(保険・医療)に関す ること ・スポーツ・文化・芸術に関 すること 33.8%	33.8%
	30代	男性	祭りやグルメなど市の魅 力情報 45.2%	行事、催し物、講座など の案内 38.7%	・防災に関する こと ・子育てに関する こと 33.9%	・市の長期構想や将来計 画 ・スポーツ・文化・芸術に 関すること 32.3%	32.3%
		女性	祭りやグルメなど市の魅 力情報 55.6%	・子育てに関する こと ・行事、催し物、講座など の案内 49.1%	健康(保険・医療)に関す ること 39.8%	防災に関する こと 37.0%	37.0%
	40代	男性	祭りやグルメなど市の魅 力情報 47.3%	行事、催し物、講座など の案内 40.5%	スポーツ・文化・芸術に関 すること 31.1%	・健康(保険・医療)に関す ること ・観光に関する こと 27.0%	27.0%
		女性	祭りやグルメなど市の魅 力情報 56.0%	行事、催し物、講座など の案内 49.3%	健康(保険・医療)に関す ること 46.7%	防災に関する こと 43.3%	子育てに関する こと 37.3%
	50代	男性	祭りやグルメなど市の魅 力情報 44.2%	行事、催し物、講座など の案内 43.2%	健康(保険・医療)に関す ること 37.9%	スポーツ・文化・芸術に関 すること 33.7%	防災に関する こと 28.4%
		女性	祭りやグルメなど市の魅 力情報 59.5%	健康(保険・医療)に関す ること 50.3%	行事、催し物、講座など の案内 43.6%	高齢社会(対策)・介護保 険・予防に関する こと 33.1%	防災に関する こと 31.3%
	60歳 以上	男性	健康(保険・医療)に関す ること 51.1%	高齢社会(対策)・介護保 険・予防に関する こと 49.3%	防災に関する こと 34.0%	祭りやグルメなど市の魅 力情報 31.6%	行事、催し物、講座など の案内 30.9%
		女性	健康(保険・医療)に関す ること 58.3%	高齢社会(対策)・介護保 険・予防に関する こと 51.5%	祭りやグルメなど市の魅 力情報 40.1%	行事、催し物、講座など の案内 37.1%	防災に関する こと 35.1%

### 【経年的傾向】

順位に大きな変動はないが、今回調査から追加した「祭りやグルメなど市の魅力情  
報」が2位となっている。

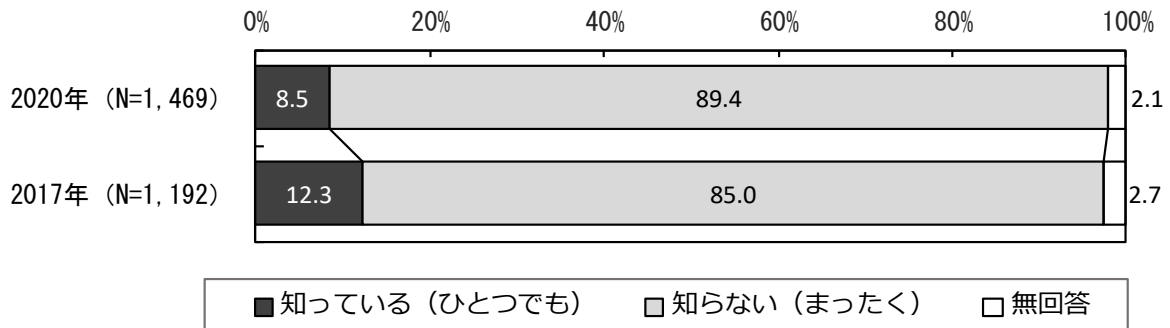
### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「健康（保健・医療）に関すること」は60歳以上で男女とも  
に1位となっており、「祭りやグルメなど市の魅力情報」は60歳以上を除くすべての  
年齢・性別で1位となっている。

### 3 市政ラジオ番組について

#### (1) 認知状況

問 8-1 あなたは、「市政ラジオ番組」があることをご存知ですか。



市政ラジオ番組があることを「知っている (ひとつでも)」の割合 (認知率) は 8.5% となっている。

#### 【経年的傾向】

認知率は、2017 年度調査の 12.3% から 3.8 ポイント低下している。1999 年度以降 1 割台で推移していたが、今回調査では 1 割を下回った。

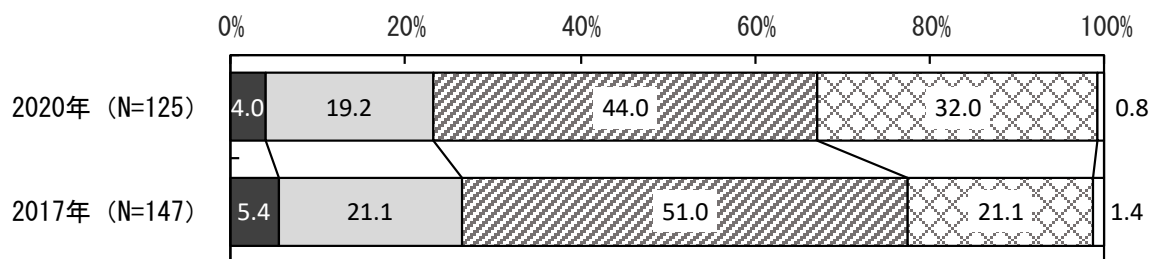
#### 【属性別にみた特徴】

性別にみると、認知率は男性 (10.3%) が女性 (7.2%) より 3.1 ポイント高くなっている。

年齢・性別にみると、認知率は 50 代男性 (14.7%)、60 歳以上 (男性 11.0%、女性 10.6%) で比較的高い。その他の年齢・性別では、いずれも 1 割を下回っている。

## (2) 聴取状況

問 8-2 あなたは、「市政ラジオ番組」を一つでも聞いたことがありますか。



■ よく聞いている □ 時々聞いている ▨ 聞いたことがある ▩ 聞いたことがない □ 無回答

市政ラジオ番組を「聞いたことがある」が 44.0%で最も高く、次いで「聞いたことがない」が 32.0%、「時々聞いている」が 19.2%、「よく聞いている」が 4.0%となっており、経験聴取率（「よく聞いている」+「時々聞いている」+「聞いたことがある」）は 67.2%となっている。

### 【経年的傾向】

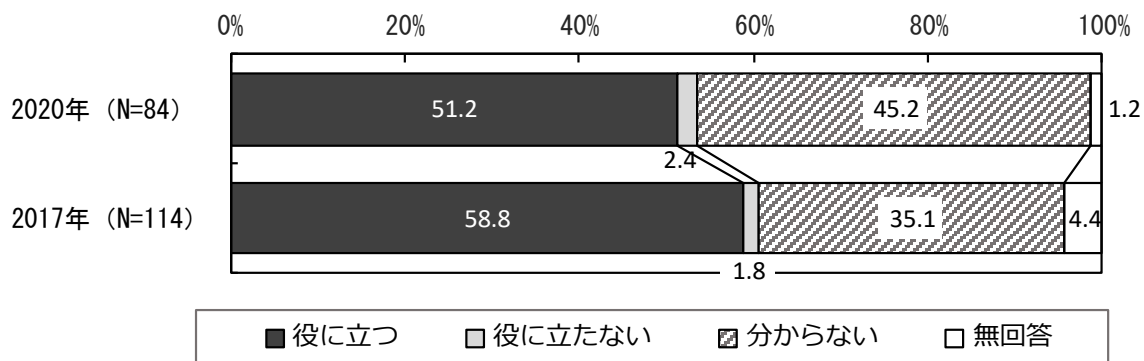
「時々聞いている」が 2017 年度調査の 21.1%から 1.9 ポイント、「聞いたことがある」が 51.0%から 7.0 ポイントそれぞれ低下しており、経験聴取率でも 77.5%から 10.3 ポイント低下している。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、経験聴取率は 15～29 歳男性（80.0%）、50 代男性（78.6%）で 8 割近くになっているが、それ以外は 7 割を下回っている。

### (3) 評価

問 8-3 「問 8-2」で、「1.よく聞いている」、「2.時々聞いている」、「3.聞いたことがある」と回答された方にお尋ねします。感想をお聞かせください。



市政ラジオ番組の感想については、「役に立つ」が51.2%と5割を上回っており、「役に立たない」は2.4%にとどまっている。

#### 【経年的傾向】

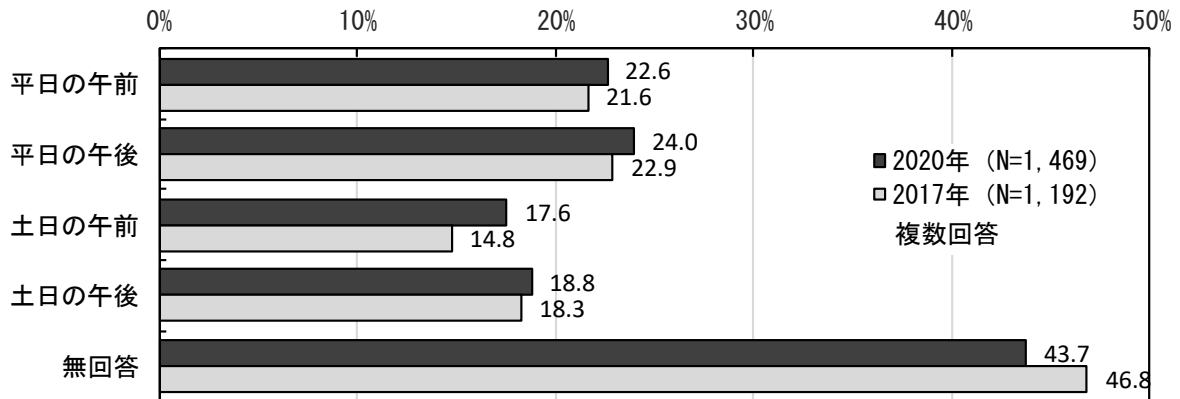
「役に立つ」は、2017年度調査の58.8%から7.6ポイント低下している。

#### 【属性別にみた特徴】

性別にみると、「役に立つ」は女性(56.1%)が男性(47.5%)より8.6ポイント高くなっている。

#### (4) 市政ラジオ番組の時間帯

問 8-4 あなたが望む「市政ラジオ番組」の放送時間帯はどれですか。具体的な時間も記入してください。

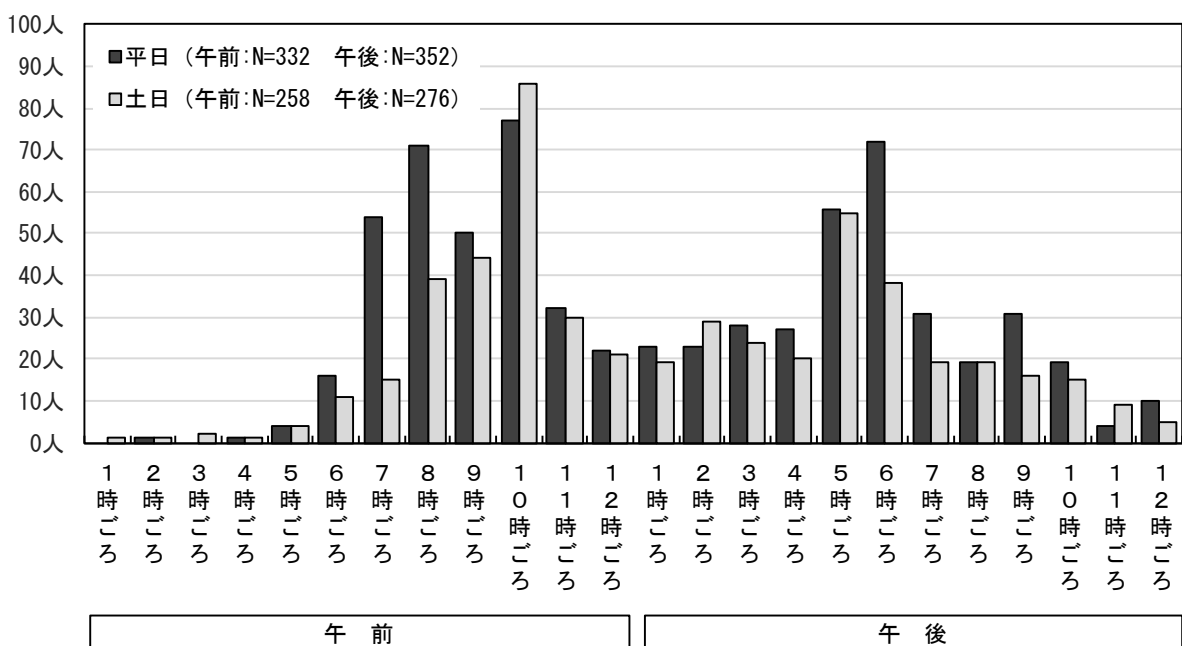


市政ラジオ番組を放送してほしい曜日としては、「平日の午後」が24.0%で最も高い。次いで、「平日の午前」が22.6%、「土日の午後」が18.8%、「土日の午前」が17.6%となっている。

次に、それぞれの曜日で放送してほしい時間帯をみると、

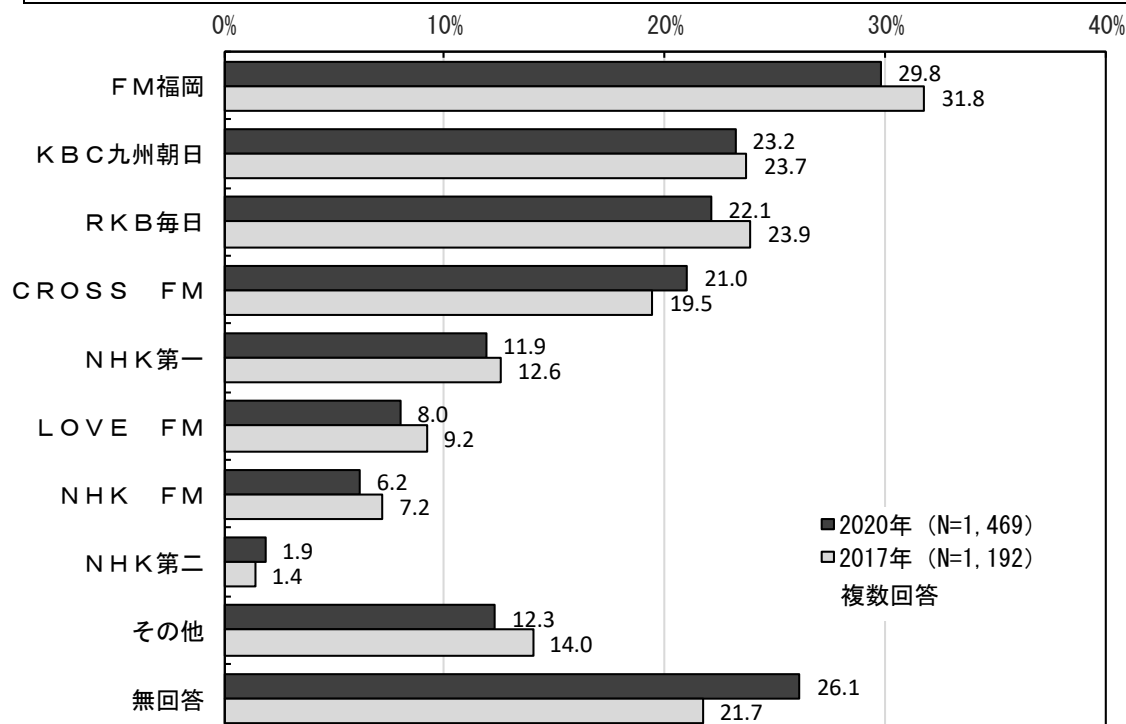
- 平日の午前では10時ごろ、午後では6時ごろの時間帯
- 土日の午前では10時ごろ、午後では5時ごろの時間帯

の割合が高くなっている。



## (5) よく聞くラジオ局

問 8-5 あなたが、よく聞くラジオ局はどちらですか。3つまで選んでください。



よく聞くラジオ局は、「FM福岡」が29.8%で最も高く、次いで「KBC九州朝日」が23.2%、「RKB毎日」が22.1%、「CROSS FM」が21.0%、「NHK 第一」が11.9%と続いている。

### 【経年的傾向】

上位5局をみると、2017年度調査と比べて「FM福岡」は31.8%から2.0ポイント低下、「KBC九州朝日」は23.7%から0.5ポイント低下、「RKB毎日」は23.9%から1.8ポイント低下、「NHK第一」は12.6%から0.7ポイント低下している。一方、「CROSS FM」は19.5%から1.5ポイント上昇している。また、2017年度調査で3位だった「KBC九州朝日」が2位となり、「RKB毎日」と順位が入れ替わっている。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「FM福岡」は15～29歳男性(39.1%)、40代(男性37.8%、女性36.7%)、50代男性(44.2%)で高い。一方、60歳以上(男性22.7%、女性22.1%)では低くなっている。

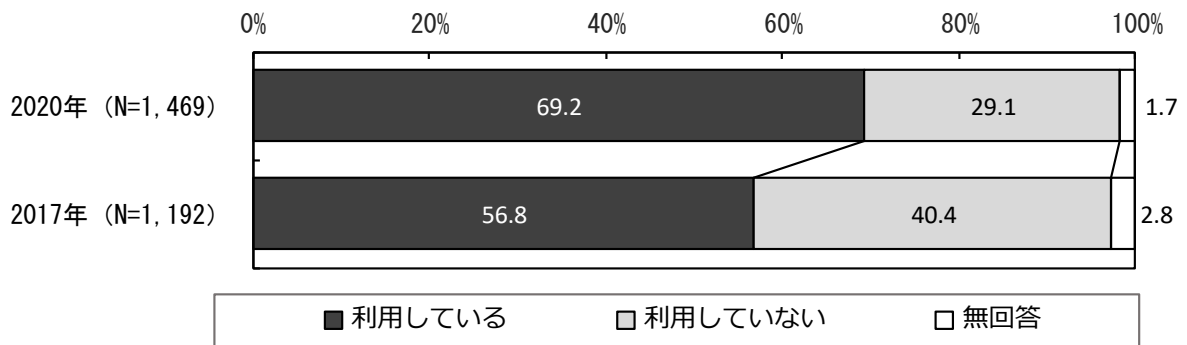
「KBC九州朝日」は40代男性(31.1%)、60歳以上(男性30.1%、女性26.7%)で高く、「RKB毎日」は15～29歳男性(29.7%)、60歳以上(男性30.5%、女性26.4%)で高くなっている。

「CROSS FM」は30代女性(35.2%)、40代(男性48.6%、女性36.0%)、50代男性(36.8%)で3割を上回っているが、60歳以上女性(9.5%)で1割を下回っている。

## 4 市ホームページについて

### (1) インターネットの利用状況

問 9-1 あなたは、現在パソコンやスマートフォン等でインターネットを利用していますか。



現在インターネットを「利用している」割合（利用率）は 69.2%となっている。

#### 【経年的傾向】

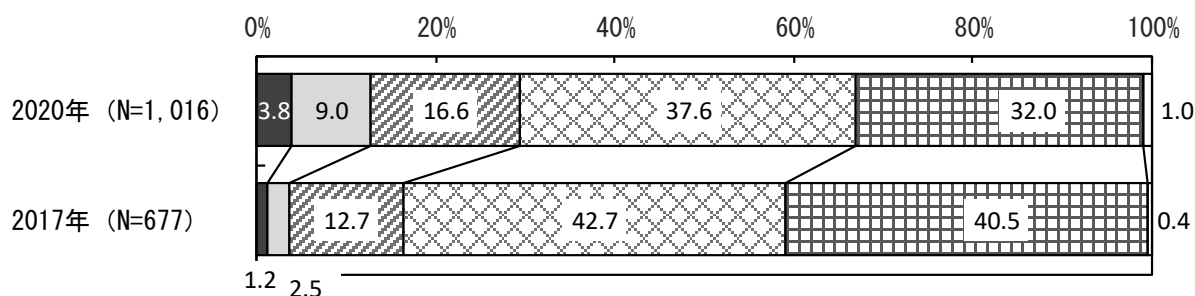
利用率は 2014 年度調査で 50.2%と初めて 5 割を上回り、2017 年度調査で 56.8%、今回はさらに 12.4 ポイント上昇している。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、利用率は 15～29 歳女性 (94.8%)、30 代女性 (96.3%)、40 代 (男性 91.9%、女性 95.3%) で 9 割を上回っている。50 代までのすべての年齢・性別で 8 割を上回る一方、60 歳以上 (男性 52.5%、女性 37.3%) ではインターネットを利用している人の割合が低くなっている。

## (2) 市のホームページの利用状況

問 9-2 あなたは、北九州市のホームページをどの程度ご覧になりますか。



■ ほぼ毎日 □ 週に数回程度 ▨ 月に数回程度 ▩ 年に数回程度 ▧ 見たことはない □ 無回答 (週に5回以上)

北九州市のホームページをどの程度見ているかを尋ねたところ、「ほぼ毎日（週に5回以上）」が3.8%、「週に数回程度」が9.0%、「月に数回程度」が16.6%、「年に数回程度」が37.6%で、これらを合わせた利用率は67.0%となっている。

### 【経年的傾向】

利用率は、2017年度調査の59.1%から7.9ポイント上昇している。

### 【属性別にみた特徴】

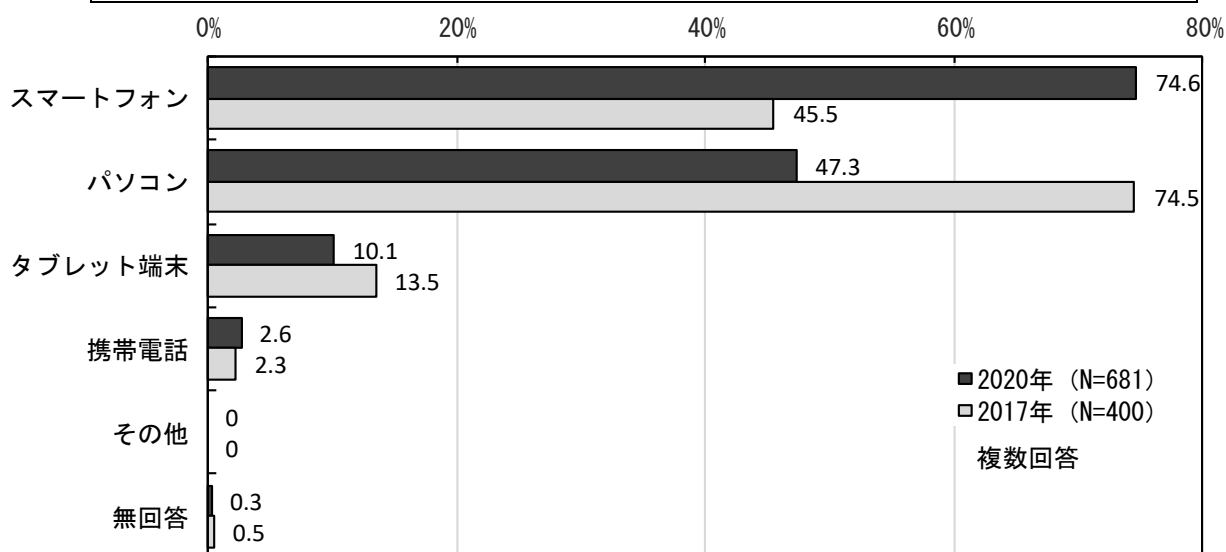
年齢・性別にみると、利用率は30代女性(76.0%)、40代(男性73.5%、女性79.0%)、50代(男性70.1%、女性71.2%)で高く、7割を上回っている。一方、「見たことはない」は15~29歳男性(52.6%)で高く、5割を上回っている。

60歳以上の利用率は6割近く(男性60.1%、女性58.4%)となっている一方で、「見たことはない」も3割以上(男性36.5%、女性41.6%)となっている。



### (3) インターネットの利用環境

問 9-3 あなたは、北九州市のホームページにどのような手段(端末)でアクセスしていますか。次の中からいくつでも選んでください。



市のホームページへのアクセス手段については、「スマートフォン」が74.6%で最も高く、次いで「パソコン」が47.3%、「タブレット端末」が10.1%、「携帯電話」が2.6%となっている。

#### 【経年的傾向】

「スマートフォン」が2017年度調査の45.5%から29.1ポイント上昇し、アクセス手段の1位となった。一方、前回調査で最も高かった「パソコン」からのアクセスは74.5%から27.2ポイント低下した。

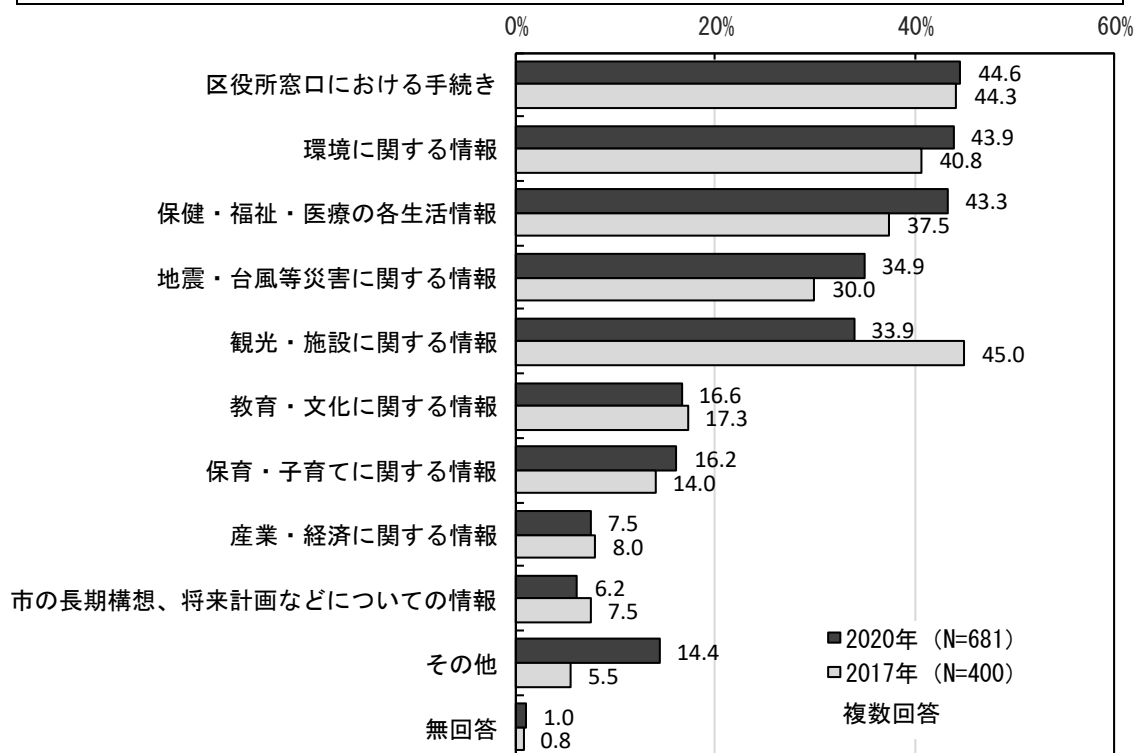
#### 【属性別にみた特徴】

性別にみると、「スマートフォン」は女性(80.2%)が男性(64.7%)よりも高く、「パソコン」は男性(62.8%)が女性(37.8%)より高い。

年齢・性別にみると、「スマートフォン」は30代女性(93.7%)で最も高く、15～29歳(男性92.6%、女性88.4%)、40代(男性80.0%、女性85.8%)でも8割以上となっている。「スマートフォン」より「パソコン」からのアクセスが多かったのが60歳以上男性で、「パソコン」が77.5%に対し「スマートフォン」は39.3%だった。

#### (4) ホームページでの市政情報入手状況

問 9-4 あなたは、北九州市のホームページでどのような情報を入手していますか。  
次の中からいくつでも選んでください。



市のホームページから入手している情報についてみると、「区役所窓口における手続き」が44.6%で最も高く、次いで「環境に関する情報」43.9%、「保健・福祉・医療の各生活情報」43.3%、「地震・台風等災害に関する情報」34.9%となっている。また、「その他」と回答した人の6割以上が「市内の感染状況」など、新型コロナウイルスに関する情報をあげている。

#### 【経年的傾向】

「保健・福祉・医療の各生活情報」が2017年度調査(37.5%)より5.8ポイント上昇している。一方「観光・施設に関する情報」は2014年度調査で57.8%、2017年度調査で45.0%と低下傾向にあり、今回調査では33.9%と前回調査より11.1ポイント低下した。

#### 【属性別にみた特徴】

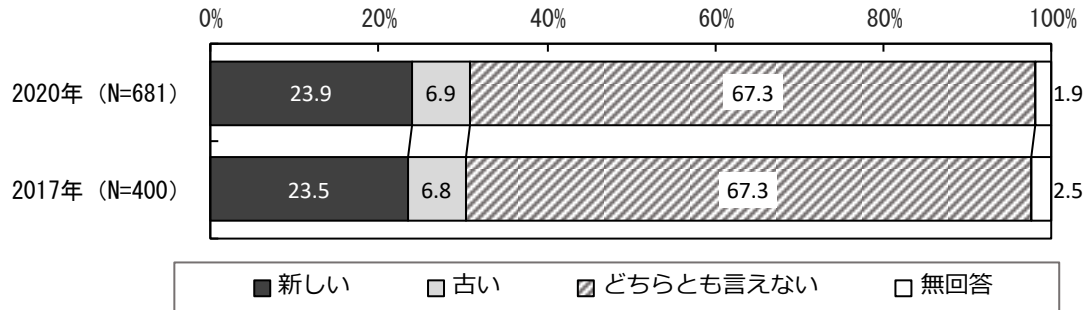
年齢・性別にみると、「区役所窓口における手続き」は30代(男性59.5%、女性51.9%)、40代女性(52.2%)、50代男性(51.9%)で1位、「環境に関する情報」は50代女性(53.5%)で1位となっている。

「保健・福祉・医療の各生活情報」は40代男性(44.0%)、60歳以上(男性52.8%、女性53.8%)で1位、15~29歳女性(39.5%)で「地震・台風等災害に関する情報」と同率1位となっている。

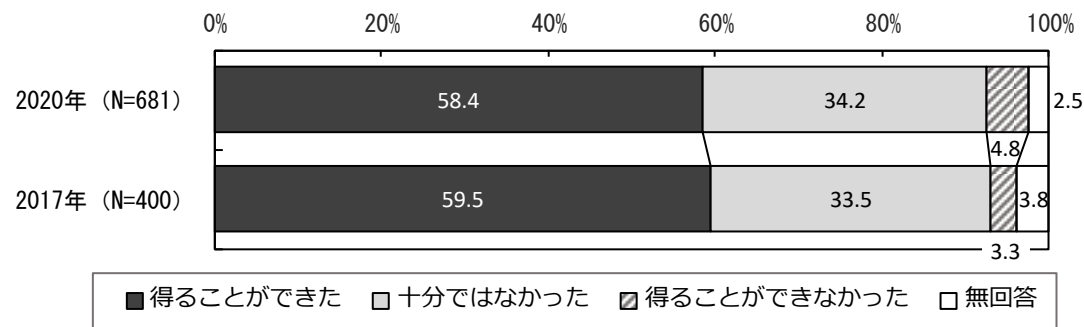
(5) ホームページの評価

問 9-5 現在の北九州市のホームページについてどのように思いますか。

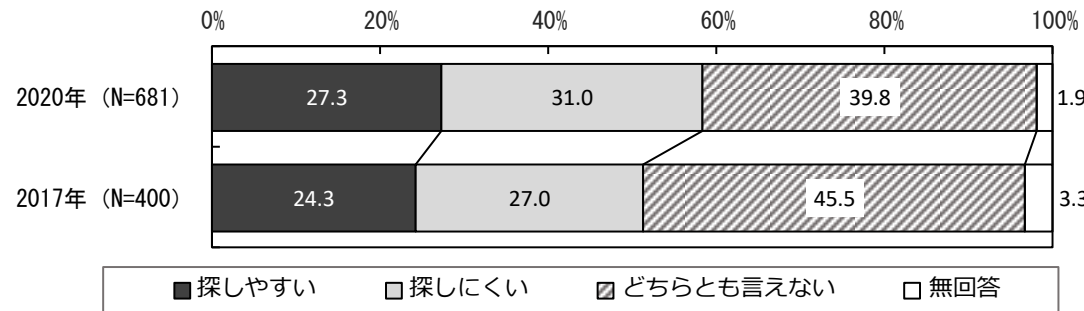
① 情報の鮮度



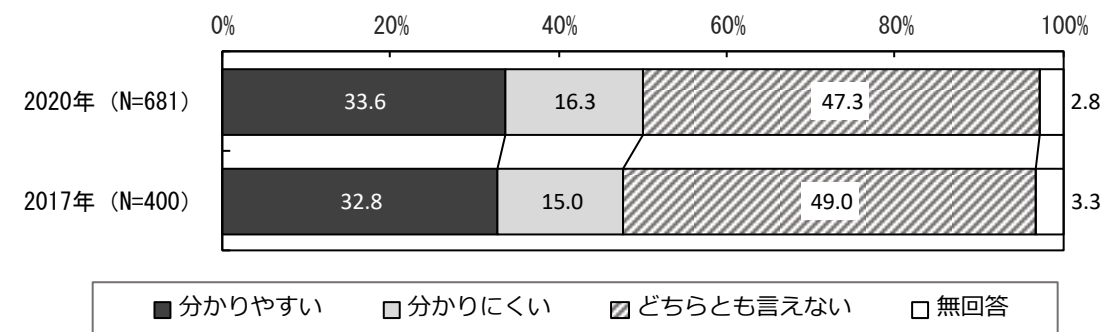
② ほしい情報



③ 情報の探しやすさ



④ 内容の分かりやすさ



市のホームページの評価について、「情報の鮮度」、「ほしい情報」、「情報の探しやすさ」、「内容の分かりやすさ」という4つの視点から質問した。

よい評価とわるい評価を比べると、情報の鮮度、ほしい情報、内容の分かりやすさの3つの視点では良い評価が高くなっているが、情報の探しやすさについては、わるい評価が高くなっている。

	【よい評価】		【わるい評価】	
① 情報の鮮度	新しい	23.9%	古い	6.9%
② ほしい情報	得ることができた	58.4%	得ることができなかった	4.8%
③ 情報の探しやすさ	探しやすい	27.3%	探しにくい	31.0%
④ 内容の分かりやすさ	分かりやすい	33.6%	分かりにくい	16.3%

#### 【経年的傾向】

2017年度調査と比べると、「情報の探しやすさ」は、よい評価、わるい評価ともに上昇した。それ以外の項目については大きな変化は見られなかった。

#### 【属性別にみた特徴】

よい評価とわるい評価を比べると、「ほしい情報」は、すべての年齢・性別でよい評価の割合が高い。

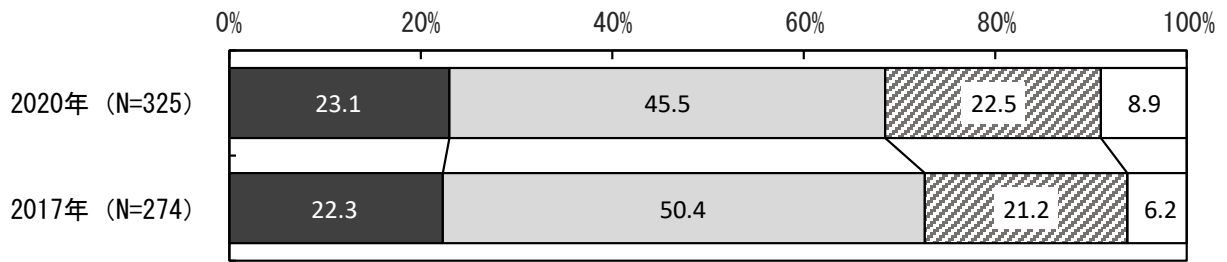
「情報の鮮度」は、30代男性以外の年齢・性別ではよい評価の割合が高い。

「情報の探しやすさ」は、15～29歳男性、60歳以上男性・女性ではよい評価の割合が高い。

「内容の分かりやすさ」は、30代男性、40代男性ではわるい評価の割合が高く、他の年齢・性別ではよい評価の割合が高い。

## (6) ホームページを利用しない理由

問 9-6 あなたが市のホームページを利用しない理由は何ですか。



■ 市の情報に関心がない   □ 市政だよりなどの情報で十分であり必要性を感じない   ▨ その他   □ 無回答

市のホームページを「見たことがない」人に理由を尋ねたところ、「市政だよりなどの情報で十分であり必要性を感じない」が45.5%で最も高くなっている。

### 【経年的傾向】

「市政だよりなどの情報で十分であり必要性を感じない」は、2017年度調査の50.4%から4.9ポイント低下している。

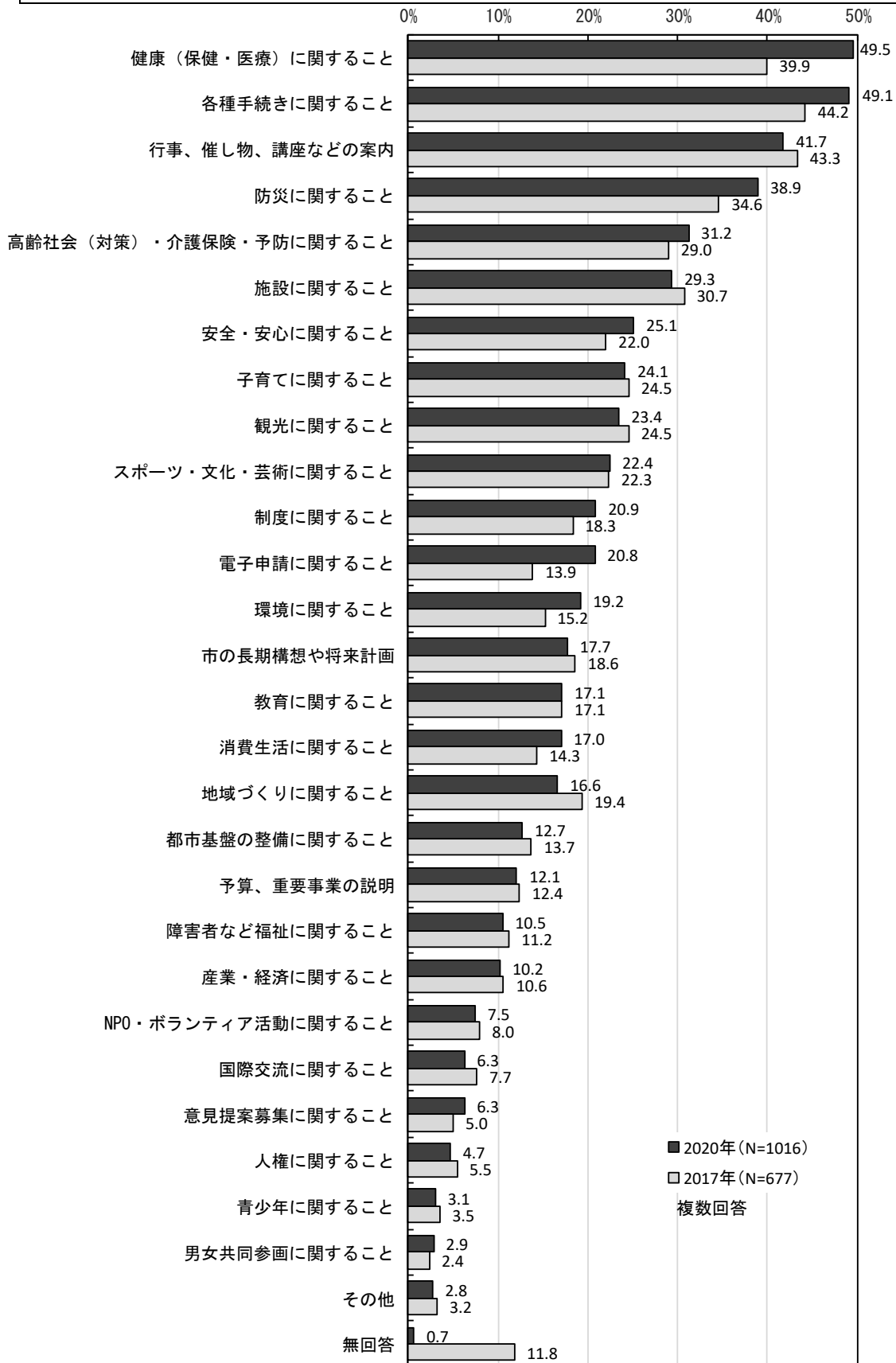
### 【属性別にみた特徴】

性別にみると、「市の情報に関心がない」は男性(26.1%)が女性(20.3%)より5.8ポイント高くなっている。

年齢・性別にみると、「市政だよりなどの情報で十分であり必要性を感じない」は、60歳以上(男性61.1%、女性68.4%)で高く、6割を上回っている。

(9) 充実してほしい市政情報

問 9-7 北九州市のホームページにおいて、どのような市政情報を充実してほしいと思いますか。次の中からいくつでも選んでください。



市のホームページで充実してほしい市政情報としては、「健康（保健・医療）に関すること」が49.5%で最も高く、次いで「各種手続きに関すること」が49.1%、「行事、催し物、講座などの案内」が41.7%、「防災に関すること」が38.9%、「高齢社会（対策）・介護保険・予防に関すること」が31.2%と続いている。

		N	1位	2位	3位	4位	5位	
性別	男性	405	各種手続きに関すること 44.2%	健康(保険・医療)に関すること 42.5%	行事、催し物、講座などの案内 36.5%	防災に関すること 35.3%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 29.1%	
	女性	598	健康(保険・医療)に関すること 54.5%	各種手続きに関すること 52.8%	行事、催し物、講座などの案内 45.2%	防災に関すること 41.0%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 32.3%	
年齢・性別	15～29歳	男性	57	各種手続きに関すること 42.1%	健康(保険・医療)に関すること 38.6%	行事、催し物、講座などの案内 36.8%	・防災に関すること ・観光に関すること 33.3%	
		女性	73	健康(保険・医療)に関すること 47.9%	行事、催し物、講座などの案内 41.1%	防災に関すること 38.4%	子育てに関すること 34.2%	各種手続きに関すること 30.1%
	30代	男性	54	各種手続きに関すること 46.3%	行事、催し物、講座などの案内 38.9%	子育てに関すること 37.0%	スポーツ・文化・芸術に関すること 35.2%	健康(保険・医療)に関すること 31.5%
		女性	104	各種手続きに関すること 57.7%	子育てに関すること 56.7%	健康(保険・医療)に関すること 54.8%	行事、催し物、講座などの案内 46.2%	防災に関すること 41.3%
	40代	男性	68	各種手続きに関すること 39.7%	行事、催し物、講座などの案内 38.2%	健康(保険・医療)に関すること 35.3%	施設に関すること 30.9%	防災に関すること 29.4%
		女性	143	各種手続きに関すること 59.4%	健康(保険・医療)に関すること 56.6%	行事、催し物、講座などの案内 53.1%	防災に関すること 38.5%	・子育てに関すること ・施設に関すること 35.0%
	50代	男性	77	各種手続きに関すること 58.4%	・健康(保険・医療)に関すること ・行事、催し物、講座などの案内 41.6%		防災に関すること 40.3%	施設に関すること 39.0%
		女性	139	各種手続きに関すること 55.4%	健康(保険・医療)に関すること 54.0%	防災に関すること 41.0%	行事、催し物、講座などの案内 36.7%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 34.5%
	60歳以上	男性	148	健康(保険・医療)に関すること 52.0%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 45.3%	防災に関すること 40.5%	各種手続きに関すること 38.5%	行事、催し物、講座などの案内 31.8%
		女性	137	健康(保険・医療)に関すること 56.9%	各種手続きに関すること 51.8%	高齢社会(対策)・介護保険・予防に関すること 49.6%	行事、催し物、講座などの案内 46.0%	防災に関すること 45.3%

### 【経年的傾向】

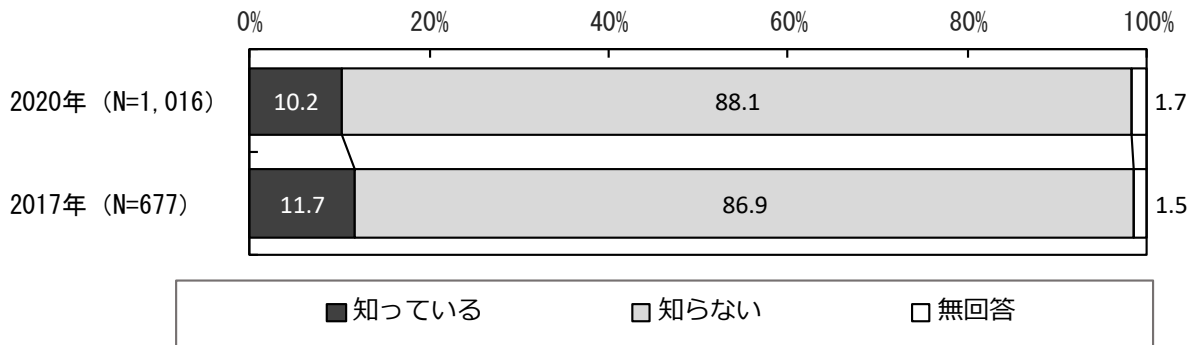
2017年度調査で3位だった「健康（保健・医療）に関すること」が1位に上昇している。

### 【属性別にみた特徴】

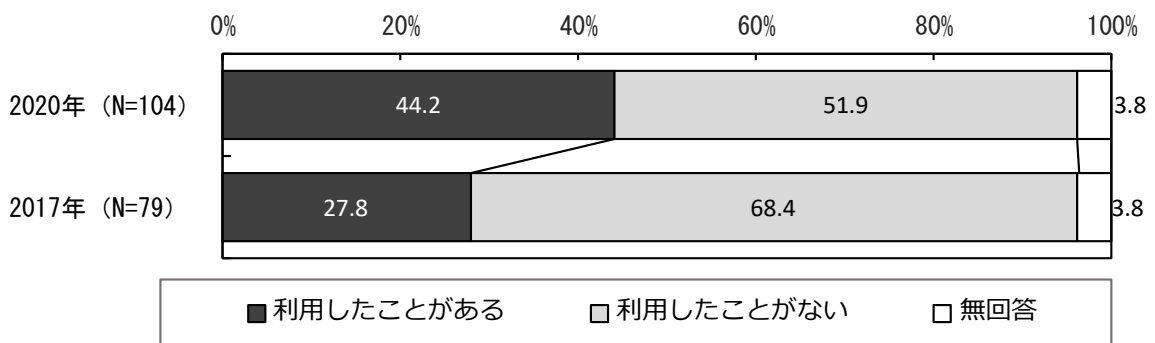
年齢・性別にみると、「健康（保健・医療）に関すること」は15～29歳女性、60歳以上男性・女性で1位、「各種手続きに関すること」は15～29歳男性、30代男性・女性、40代男性・女性、50代男性・女性で1位となっている。

(10) 北九州市動画チャンネルについて

問 10-1 あなたは、「北九州市動画チャンネル」があることをご存知ですか。



問 10-2 あなたは、「北九州市動画チャンネル」を利用したことがありますか。



北九州市動画チャンネルを「知っている」は 10.2%である。その中で「利用したことがある」は 44.2%となっている。

【経年的傾向】

「知っている」は 2017 年度調査の 11.7%から 1.5 ポイント低下しているが、「利用したことがある」は 27.8%から 16.4 ポイント上昇している。

【属性別にみた特徴】

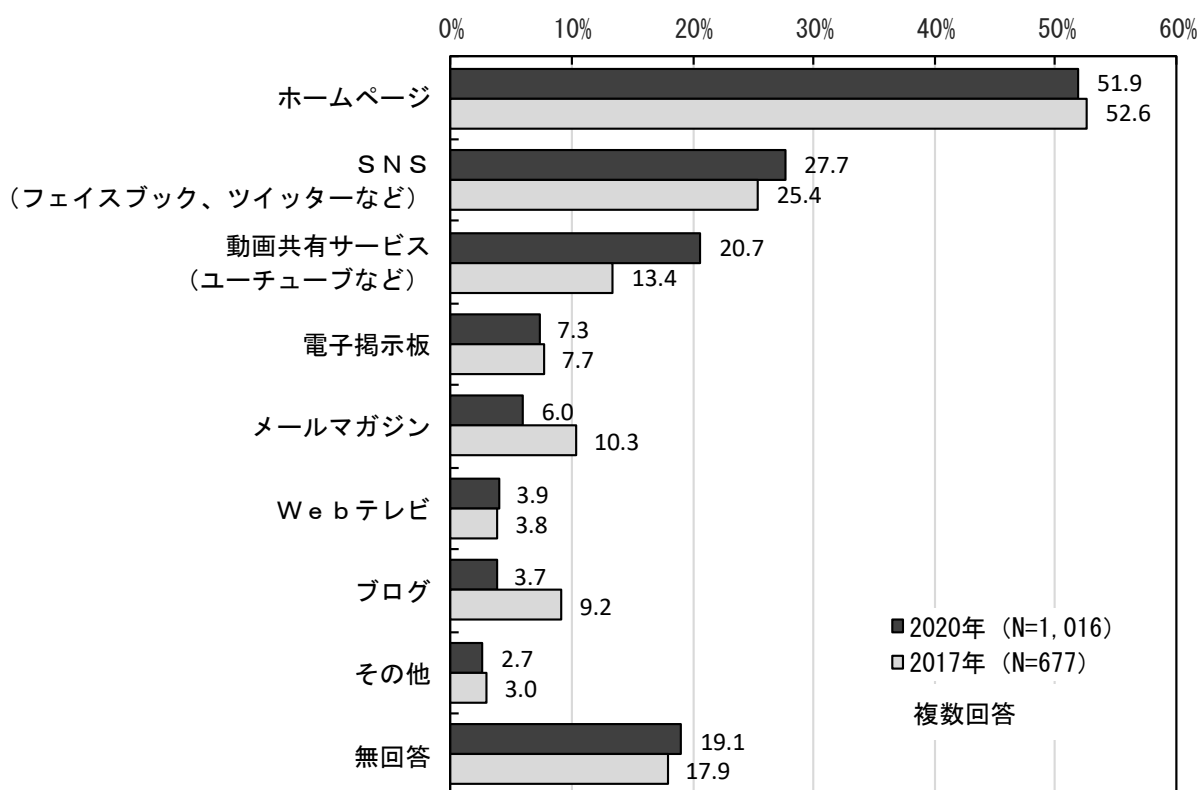
年齢・性別にみると、「知っている」は 60 歳以上女性 (16.8%) が最も高かった。

「利用したことがある」は 30 代女性 (75.0%) が最も高く、次いで 50 代女性 (61.5%) が高かった。



## (11) インターネットを利用した情報発信

問 11 インターネットを利用した情報発信で、市政情報の発信に活用してほしいものがありますか。次の中からいくつでも選んでください。



インターネットを利用した市政情報の発信で活用が望まれているものとしては、「ホームページ」が最も高く 51.9%となっている。

### 【経年的傾向】

「動画共有サービス（ユーチューブなど）」は、2017年度調査の 13.4%から 7.3ポイント上昇している。

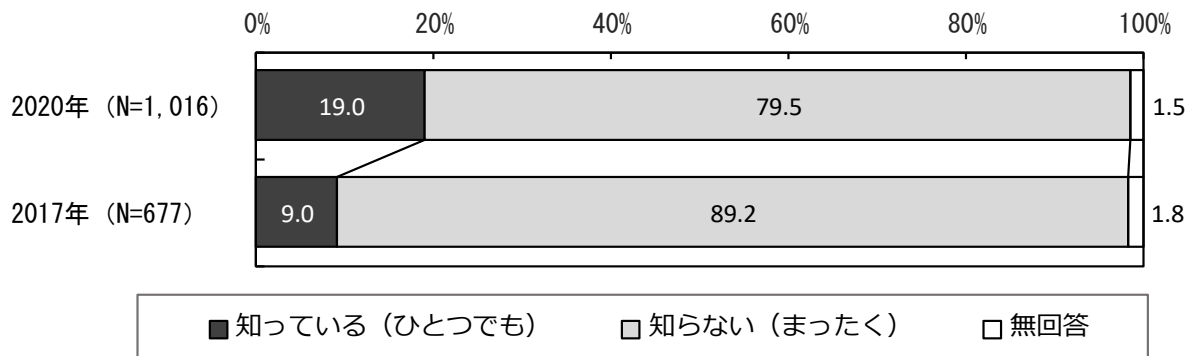
### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、15～29歳では男女ともに「SNS（フェイスブック、ツイッターなど）」が1位となっているが、他の年齢・性別では「ホームページ」が1位となっている。

## 5 SNS（ツイッター、フェイスブックなど）について

### (1) 認知状況

問 12-1 あなたは、「北九州市公式SNS」があることをご存知ですか。



北九州市公式SNSがあることを「知っている (ひとつでも)」の割合 (認知率) は 19.0%となっている。

#### 【経年的傾向】

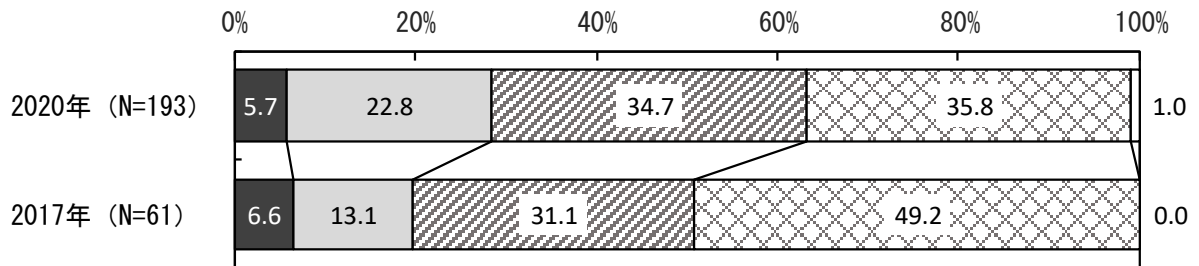
「知っている (ひとつでも)」は 2017 年度調査の 9.0%より 10.0ポイント上昇した。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、認知率は 15～29 歳女性 (26.0%)、40 代 (男性 23.5%、女性 23.1%)、50 代女性 (20.1%)、60 歳以上女性 (20.4%) で比較的高く、2 割を上回っている。

## (2) 利用状況

問 12-2 あなたは、上記の「SNS」を一つでもご覧になったことがありますか。



■ よく見て (活用して) いる      □ 時々見て (活用して) いる      ▨ 見た(活用した) ことがある      ▩ 見た(活用した) ことがない      □ 無回答

北九州市公式SNSを「見た (活用した) ことがない」が 35.8%で最も高く、次いで「見た (活用した) ことがある」が 34.7%、「時々見て (活用して) いる」が 22.8%、「よく見て (活用して) いる」が 5.7%となっており、経験利用率(「よく見て (活用して) いる」+「時々見て (活用して) いる」+「見た (活用した) ことがある」)は 63.2%となっている。

### 【経年的傾向】

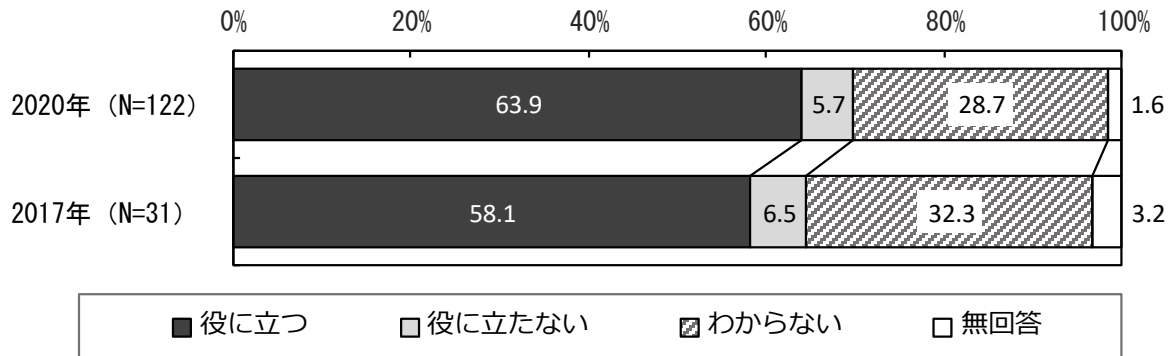
経験利用率は 2017 年度調査の 50.8%から 12.4 ポイント上昇している。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、経験利用率は 60 歳以上 (男性 17.6%、女性 46.4%) 以外では 5 割を上回っている。

### (3) 評価

問 12-3 「問 12-2」で、「1.よく見て（活用して）いる」、「2.時々見て（活用して）いる」、「3.見た（活用した）ことがある」と回答された方にお尋ねします。感想をお聞かせください。



北九州市公式SNSの感想については、「役に立つ」が63.9%と6割を上回っており、「役に立たない」は5.7%となっている。

#### 【経年的傾向】

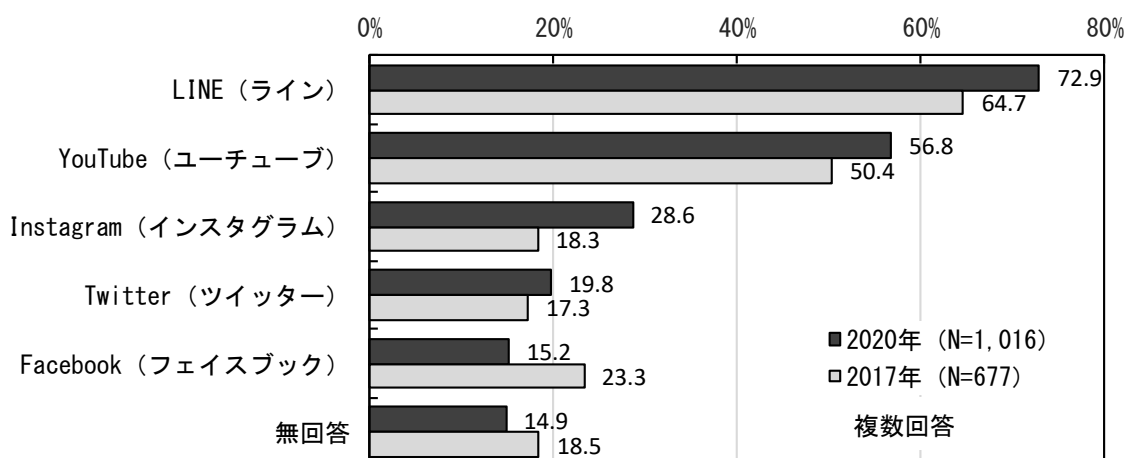
2017年度調査より「役に立つ」が58.1%から5.8ポイント上昇し、「役に立たない」は6.5%から0.8ポイント低下した。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「役に立つ」は40代男性（41.7%）以外では5割以上で、「役に立たない」と回答した人は15～29歳男性・女性、30代男性・女性、50代男性、60歳以上男性・女性ではいなかった。

#### (4) よく見る (活用する) SNS

問 12-4 あなたが、普段に活用している主なSNSは何ですか。次の中からいくつでも選んでください。



普段活用している主なSNSは、「LINE (ライン)」が 72.9%で最も高く、次いで「YouTube (ユーチューブ)」56.8%、「Instagram (インスタグラム)」28.6%、「Twitter (ツイッター)」19.8%、「Facebook (フェイスブック)」15.2%となっている。

#### 【経年的傾向】

2017年度調査で3位だった「Facebook (フェイスブック)」が8.1ポイント低下し5位となった。

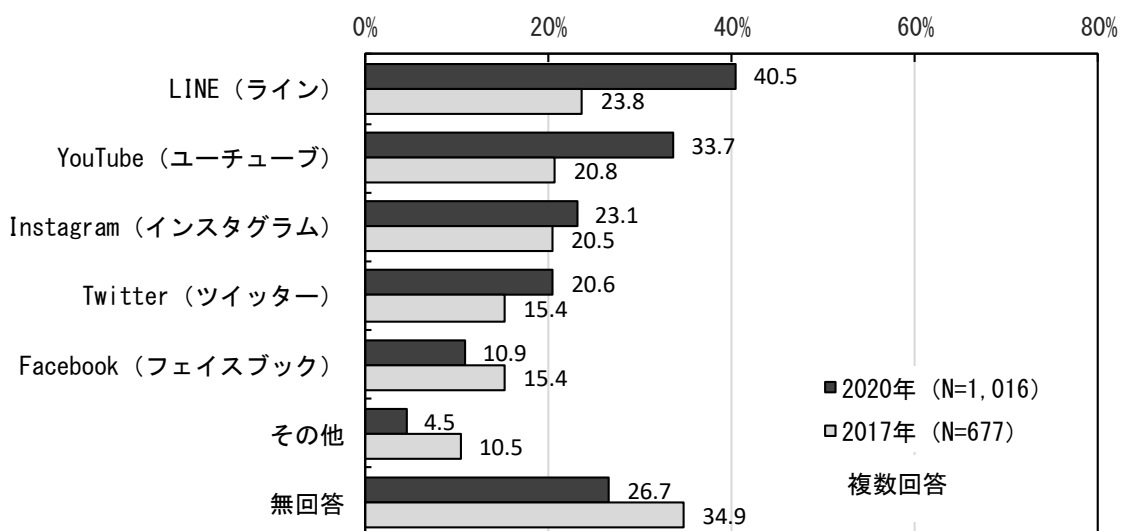
#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、15~29歳男性では「YouTube (ユーチューブ)」が1位、「LINE (ライン)」が2位となっているが、その他の年齢・性別では「LINE (ライン)」が1位、「YouTube (ユーチューブ)」が2位 (30代女性は「Instagram (インスタグラム)」も同率2位) となっている。

「Instagram (インスタグラム)」は、15~29歳女性 (65.8%) で利用率が高い。

## (5) 利用したいSNS

問 12-5 あなたが、今後、利用してみたいものは何ですか。次の中からいくつでも選んでください。



今後利用したいSNSは、「LINE (ライン)」が40.5%で最も高く、次いで「YouTube (ユーチューブ)」33.7%、「Instagram (インスタグラム)」23.1%、「Twitter (ツイッター)」20.6%、「Facebook (フェイスブック)」10.9%となっている。

### 【経年的傾向】

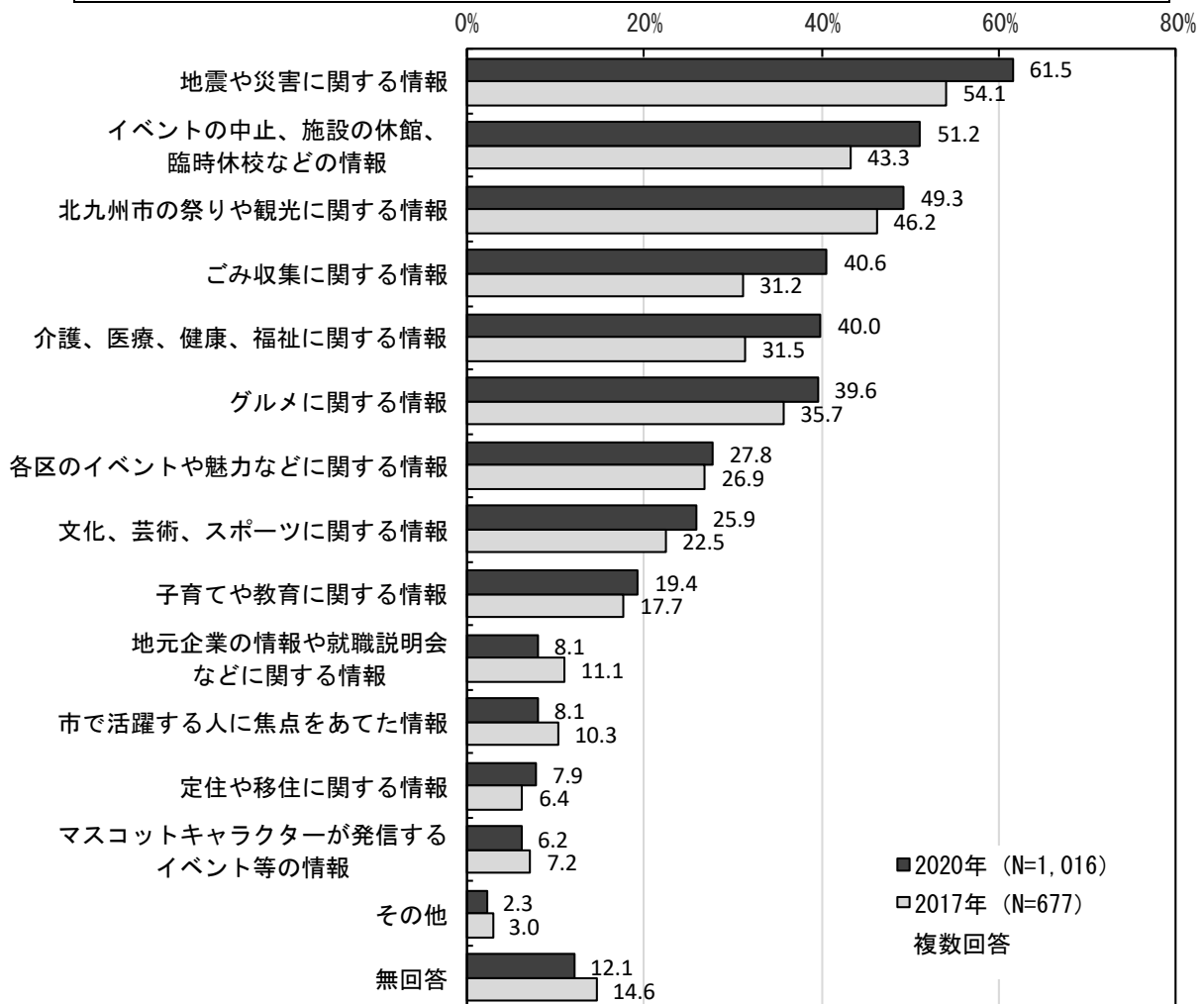
「LINE (ライン)」と「YouTube (ユーチューブ)」が2017年度調査より10.0ポイント以上上昇している。一方で「Facebook (フェイスブック)」は15.4%から4.5ポイント低下した。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「LINE (ライン)」がすべての年齢・性別で3割を上回っており、15~29歳男性、30代男性・女性以外で1位となっている。

## (6) SNSを利用した情報発信

問 12-6 今後、SNSを通じて特に発信してほしい内容は何ですか。次の中からいくつか選んでください。



SNSを通じて発信してほしい内容は、「地震や災害に関する情報」が61.5%で最も高く、次いで「イベントの中止、施設の休館、臨時休校などの情報」が51.2%、「北九州市の祭りや観光に関する情報」が49.3%と続いている。

### 【経年的傾向】

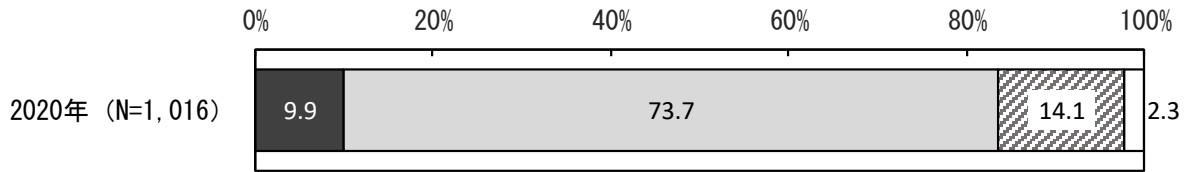
「イベントの中止、施設の休館、臨時休校などの情報」が2017年度調査の43.3%より7.9ポイント上昇し、3位から2位へと順位を上げている。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、15～29歳女性、30代女性、50代男性では「北九州市の祭りや観光に関する情報」が1位だったが、それ以外の年齢・性別では「地震や災害に関する情報」が1位で、すべての年齢・性別で5割を上回った。

(7) 北九州市公式 LINE の認知状況

問 13-1 あなたは、「北九州市公式 LINE」があることをご存知ですか。



■ 知っている □ LINEを利用するが知らない ▨ LINEを利用しないので知らない □ 無回答

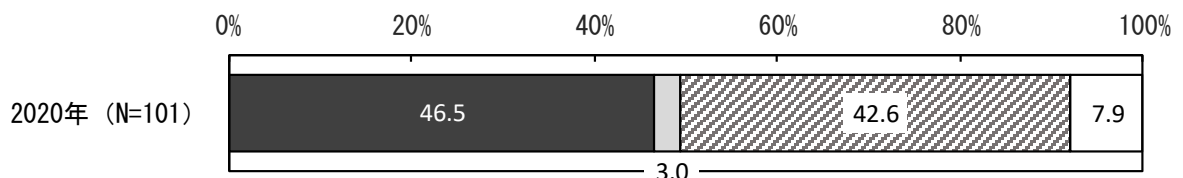
北九州市公式 LINE を「知っている」と答えた人の割合（認知率）は 9.9%だった。

【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「知っている」は 30 代女性（13.5%）、40 代（男性 13.2%、女性 11.2%）、50 代男性（11.7%）、60 歳以上女性（10.9%）で 1 割を上回った。

(8) 北九州市公式 LINE の登録状況

問 13-2 「問 13-1」で「1. 知っている」と回答された方にお尋ねします。あなたは「北九州市公式 LINE」と友だち登録していますか。



■ 友だち登録している □ 友だち登録していたがブロックした ▨ 友だち登録していない □ 無回答

北九州市公式 LINE を「友だち登録している」のは 5 割以下にとどまった。

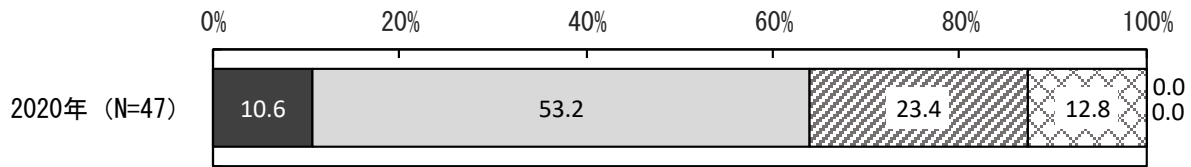
【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「友だち登録している」は 30 代男性と 40 代女性がともに 75.0% で最も高かった。一方、60 歳以上男性は 9.1% で 1 割を下回った。



### (9) 北九州市公式 LINE の利用状況

問 13-3 「問 13-2」で「1. 友だち登録している」と回答された方に利用状況をお尋ねします。

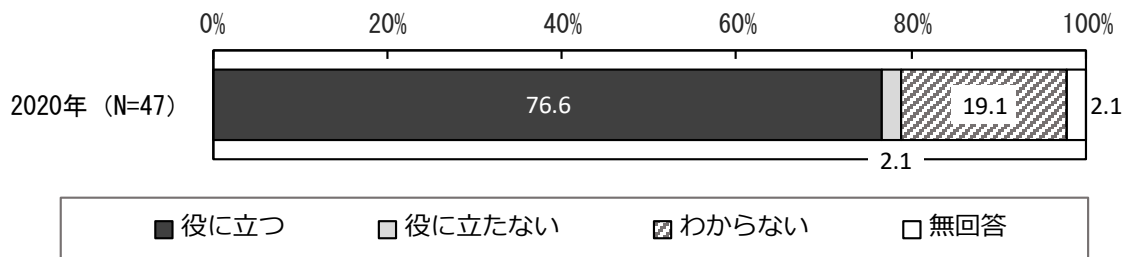


よく見て (活用して) いる   
  時々見て (活用して) いる   
  災害発生の恐れがあるときだけ見て (活用して) いる  
 見た (活用した) ことがある   
  見た (活用した) ことがない   
  無回答

北九州市公式 LINE を友だち登録している人のうち、最も多いのが「時々見て (活用して) いる」で 53.2% だった。また、「見た (活用した) ことがない」と回答した人はいなかった。

### (10) 北九州市公式 LINE の評価

問 13-4 「問 13-3」で「1. よく見て (活用して) いる」、「2. 時々見て (活用して) いる」、「3. 災害発生の恐れがあるときだけ見て (活用して) いる」「4. 見た (活用した) ことがある」と回答された方にお尋ねします。感想をお聞かせください。

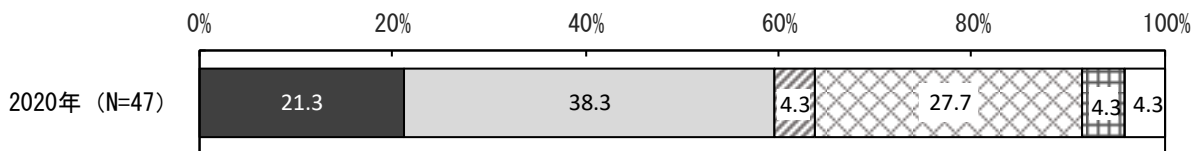


役に立つ   
  役に立たない   
  わからない   
  無回答

北九州市公式 LINE の感想については、「役に立つ」が 76.6% と 7 割を上回っており、「役に立たない」は 2.1% となっている。

### (11) 北九州市公式 LINE での情報配信方法

問 13-5 「北九州市公式 LINE」では、これまで「タイムライン」で市のさまざまな情報や魅力を 1 日に 1 回以上発信してきましたが、メッセージ（トーク画面で通知が届く形）として配信してほしいと思いますか。

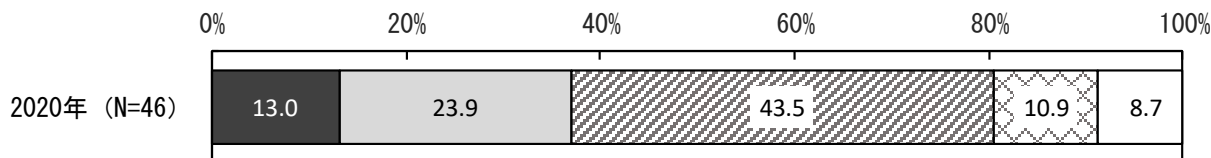


- すべての情報をメッセージとして配信してほしい
- 必要なジャンルの情報だけをセグメント配信してほしい
- ▨ 必要な地域の情報だけをセグメント配信してほしい
- ☒ これまでどおり、防災情報以外はタイムラインで配信してほしい
- ▣ 防災情報を含むすべての情報はタイムラインで配信してほしい
- 無回答

「必要なジャンルの情報だけをセグメント配信してほしい」が 38.3%で最も高く、次いで「これまでどおり、防災情報以外はタイムラインで配信してほしい」27.7%、「すべての情報をメッセージとして配信してほしい」21.3%、「必要な地域の情報だけをセグメント配信してほしい」と「防災情報を含むすべての情報はタイムラインで配信してほしい」がともに 4.3%となっている。

### (12) 北九州市公式 LINE を友だち登録しない理由

問 13-6 「問 13-2」で「2. 友だち登録していたが、ブロックした」、「3. 友だち登録していない」と回答された方にお尋ねします。友だち登録しない理由を教えてください。

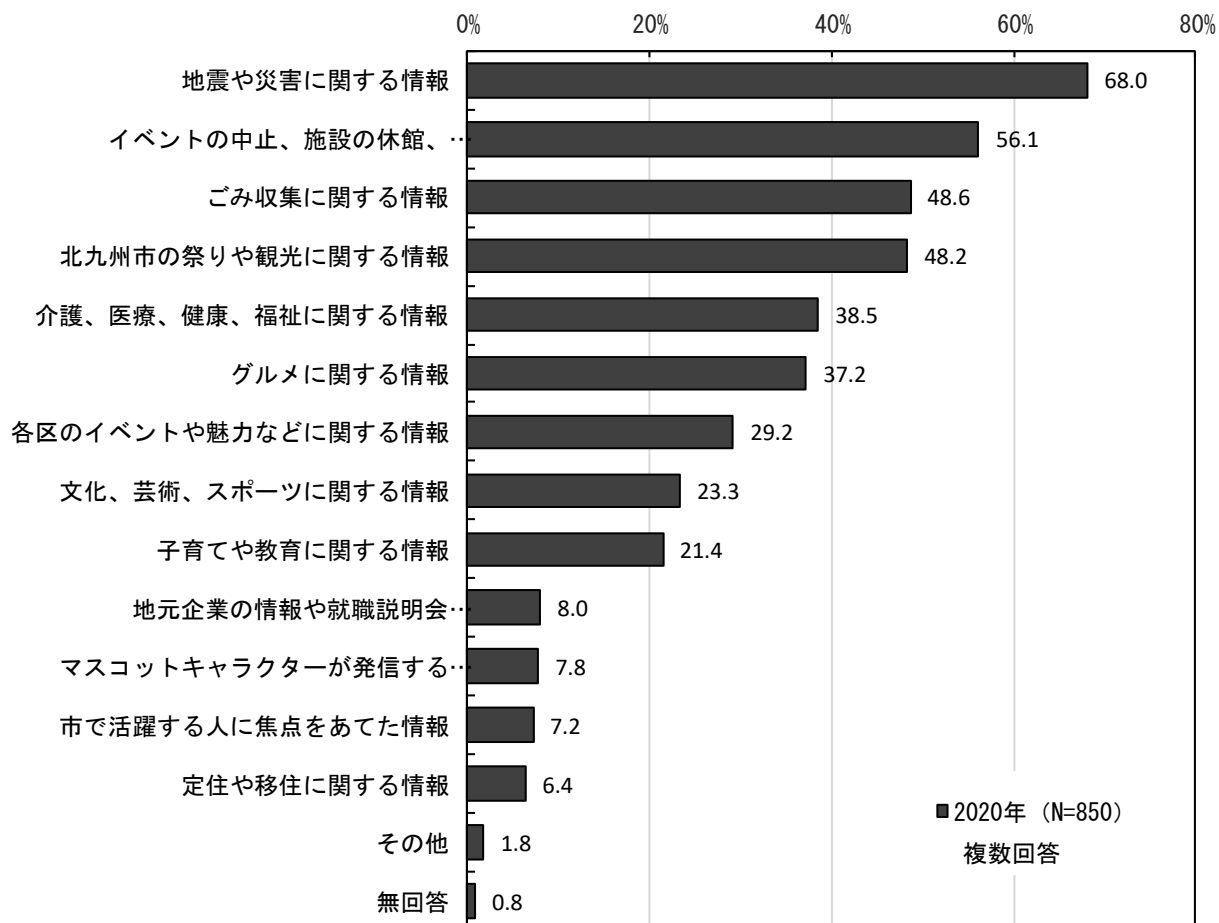


- 通知が届くのが嫌だから
- 必要な情報だと思わなかったから
- ▨ ほかの媒体で情報を得られるから
- ☒ その他
- 無回答

北九州市公式 LINE を友だち登録しない理由は、「ほかの媒体で情報を得られるから」が最も高く 43.5%となっている。

### (13) LINE を利用した情報発信

問 13-7 今後、「北九州市公式 LINE」を通じて特に発信してほしい内容は何か。次の中からいくつでも選んでください。



LINE を通じて発信してほしい内容は、「地震や災害に関する情報」が 68.0%で最も高く、次いで「イベントの中止、施設の休館、臨時休校などの情報」56.1%、「ごみ収集に関する情報」48.6%、「北九州市の祭りや観光に関する情報」48.2%と続いている。

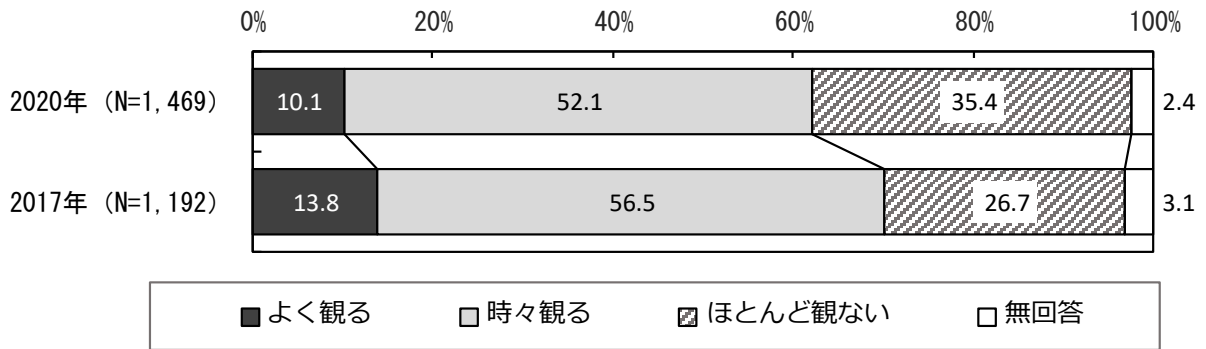
#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「地震や災害に関する情報」が 30 代女性を除き 1 位となっており、すべての年齢・性別で 5 割を上回っている。緊急性の高い情報については LINE での発信を希望する傾向にあると言える。

## 6 マスメディア（テレビ・雑誌・ウェブなど）を活用した北九州市のイメージアップについて

### (1) 映画・テレビ番組などの認知状況

問 14-1 あなたは、北九州市でロケが行なわれた映画やテレビ番組などをご覧になったことがありますか。



北九州市でロケが行われた映画やテレビ番組などについては、「時々観る」が52.1%で最も高く、次いで「ほとんど観ない」が35.4%、「よく観る」が10.1%となっており、経験視聴率（「よく観る」＋「時々観る」）は62.2%となっている。

#### 【経年的傾向】

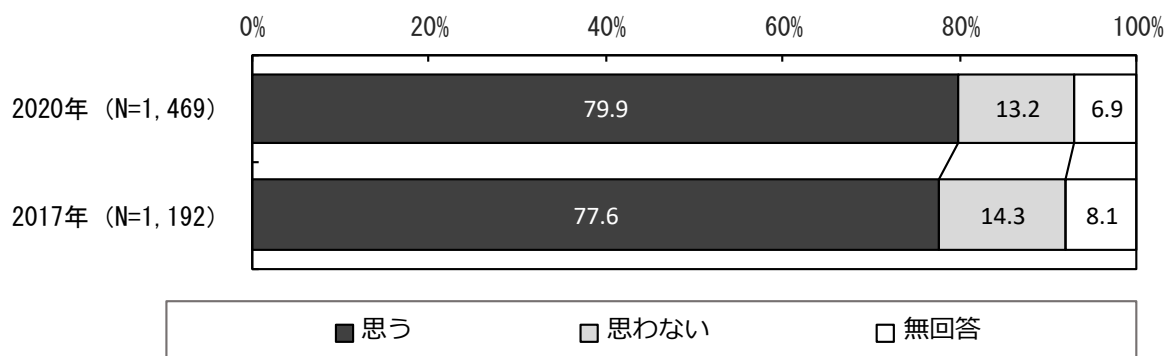
2017年度調査から経験視聴率は70.3%から8.1ポイント低下している。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、経験視聴率は40代女性（72.0%）が最も高く、それ以外の年齢・性別でも5割を上回っている。経験視聴率が最も低いのは60歳以上男性（55.3%）となっている。

## (2) 映画・テレビ番組などのイメージアップ効果

問 14-2 映画やテレビ番組で、北九州市の自然や名所、産業など、本市の魅力が視聴者に伝わり、結果的に北九州市のイメージアップにつながったと思いますか。



映画やテレビ番組が市のイメージアップにつながったかについては、「思う」が79.9%となっている。

### 【経年的傾向】

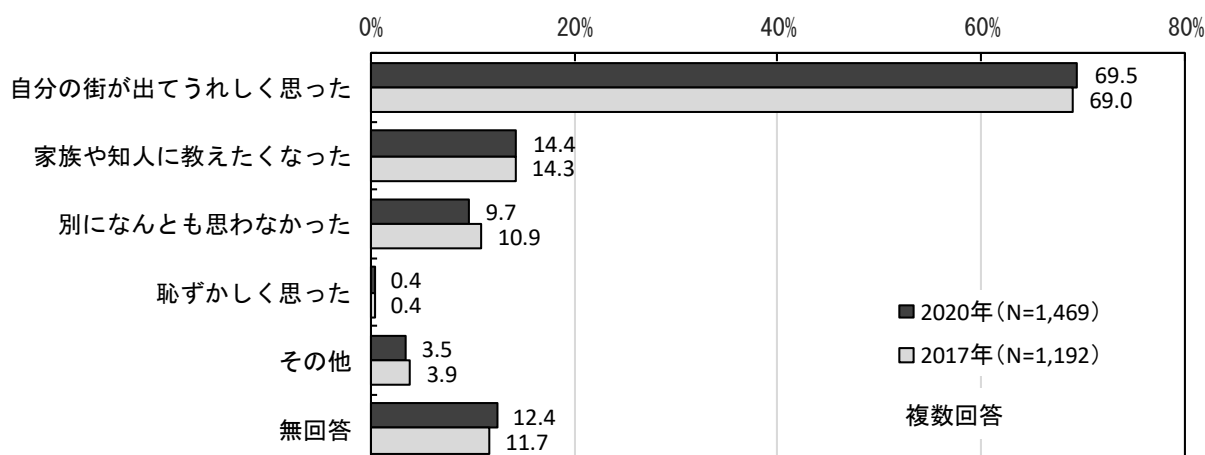
イメージアップにつながったと「思う」は、2005年度調査は76.4%、2008年度調査は77.2%、2011年度調査は80.0%、2014年度調査は81.7%と増加傾向にあり、2017年度調査で77.6%と低下したが、今回調査では2.3ポイント上昇した。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、イメージアップにつながったと「思う」は40代男性(87.8%)で最も高く、30代男性(67.7%)を除くすべての年齢・性別で7割を上回っている。

### (3) 映画・テレビ番組などの印象

問 14-3 ご覧になられた映画やテレビ番組について、どのように思いましたか。



北九州市でロケが行われた映画やテレビ番組などを観た感想としては、「自分の街が出てうれしく思った」が69.5%と圧倒的に高くなっている。次いで、「家族や知人に教えたくなった」が14.4%となっている。

#### 【経年的傾向】

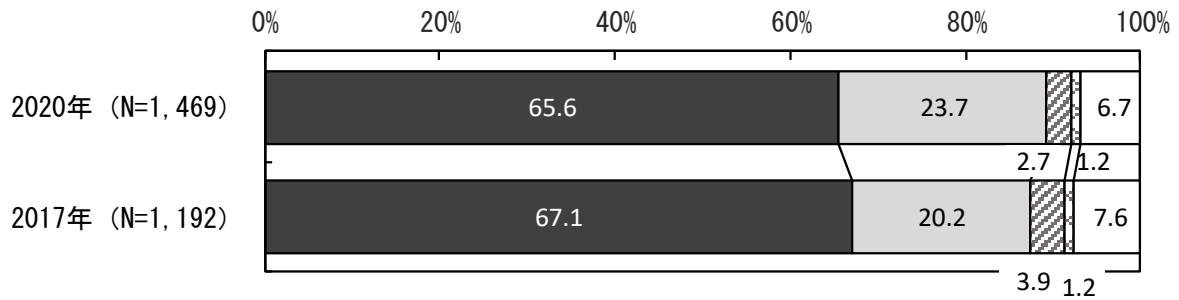
「自分の街が出てうれしく思った」は、2005年度調査は79.7%、2008年度調査は81.1%、2011年度調査は84.9%、2014年度調査は83.7%となっており、2017年度調査では69.0%に低下したが今回調査でも大きな変化は見られず7割を下回った。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「自分の街が出てうれしく思った」は、50代男性（83.2%）で最も高く、40代（男性70.3%、女性74.0%）、50代女性（76.1%）でも7割を上回っている。

(4) 本市のメディア露出について

問 14-4 北九州市が全国向けのテレビや雑誌にとりあげられることについてどう思いますか。



■ もっと頑張って欲しい □ 今の程度でよい ▨ 特に必要ない ▩ その他 □ 無回答

北九州市が全国向けのテレビや雑誌にとりあげられることについては、「もっと頑張って欲しい」が 65.6%で最も高く、次いで「今の程度でよい」が 23.7%、「特に必要ない」が 2.7%となっている。

【経年的傾向】

「もっと頑張ってほしい」は 2017 年度調査の 67.1%から 1.5 ポイント低下し、「今の程度でよい」は 20.2%から 3.5 ポイント上昇した。

【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「もっと頑張って欲しい」は 40 代男性 (75.7%) で最も高く、次いで 50 代男性 (71.6%)、40 代女性 (71.3%) となっている。一方、15~29 歳 (男性 57.8%、女性 58.4%) では比較的低くなっている。

#### (5) イメージアップのための効果的なPR方法

問 14-5 北九州市のイメージアップにつながると思う効果的なPRの方法を、自由にご記入ください。

北九州市のイメージアップのための効果的なPR方法については、以下のような意見が寄せられた（主なもの）。

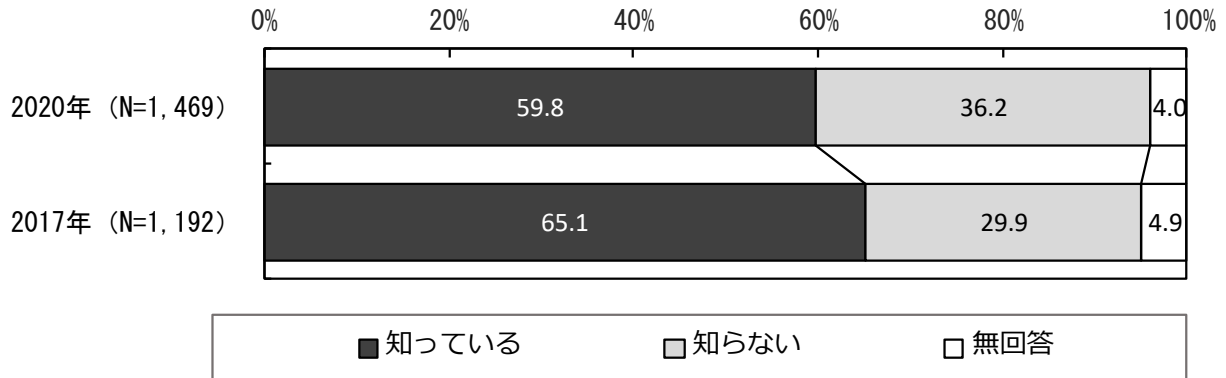
- 福祉・医療の充実や交通利便性など「住みやすい街」としてPR
- 小児医療や公園の充実など「子育てしやすい街」としてPR
- ご当地食材やグルメなど「食」を活用したPR
- SDGs推進など「環境先進都市」としてPR
- 暴力追放など「安全安心な街」としてPR
- 観光資源や豊かな自然環境を活用したPR
- 全国的なイベントやスポーツ大会の開催によるPR
- テレビ番組や映画の誘致によるPR
- 地元出身の芸能人や人気キャラクターを活用したPR
- インスタグラム等のSNSやユーチューブを活用したPR



## 7 市政情報・広報活動について

### (1) 市政ガイドブック「くらしの便利情報」の認知状況

問 15-1 あなたは、市政ガイドブック「くらしの便利情報」を知っていますか。



市政ガイドブック「くらしの便利情報」を「知っている」は59.8%で5割を上回っている。

#### 【経年的傾向】

「知っている」は2017年度調査の65.1%から5.3ポイント低下している。

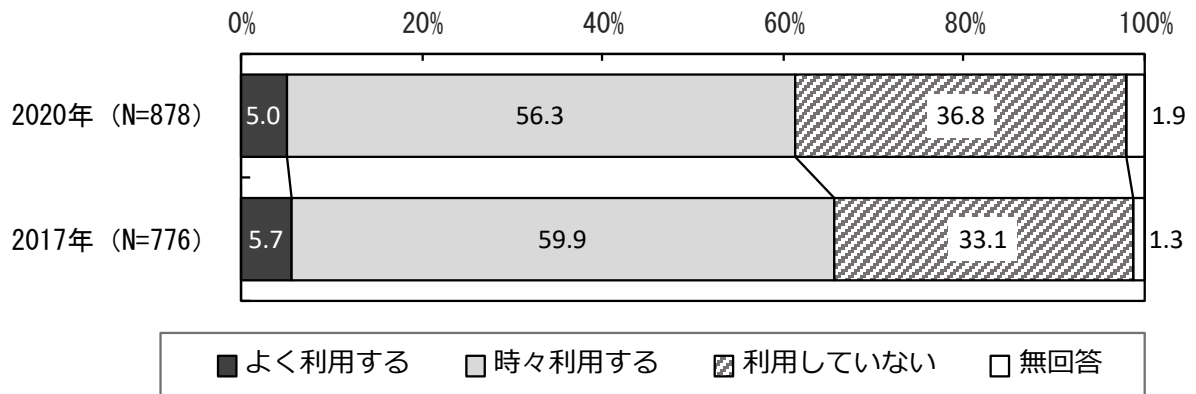
#### 【属性別にみた特徴】

性別にみると、「知っている」は女性（65.9%）が、男性（51.2%）より14.7ポイント高くなっている。

年齢・性別にみると、「知っている」は男性が40代以上、女性が30代以上で5割を上回っており、女性では50代以上で7割を上回っている。

## (2) 市政ガイドブック「くらしの便利情報」の利用状況

問 15-2 あなたは、市政ガイドブック「くらしの便利情報」を利用していますか。



市政ガイドブック「くらしの便利情報」を「よく利用する」は 5.0%、「時々利用する」は 56.3%で、両者の合計は 61.3%となっている。

### 【経年的傾向】

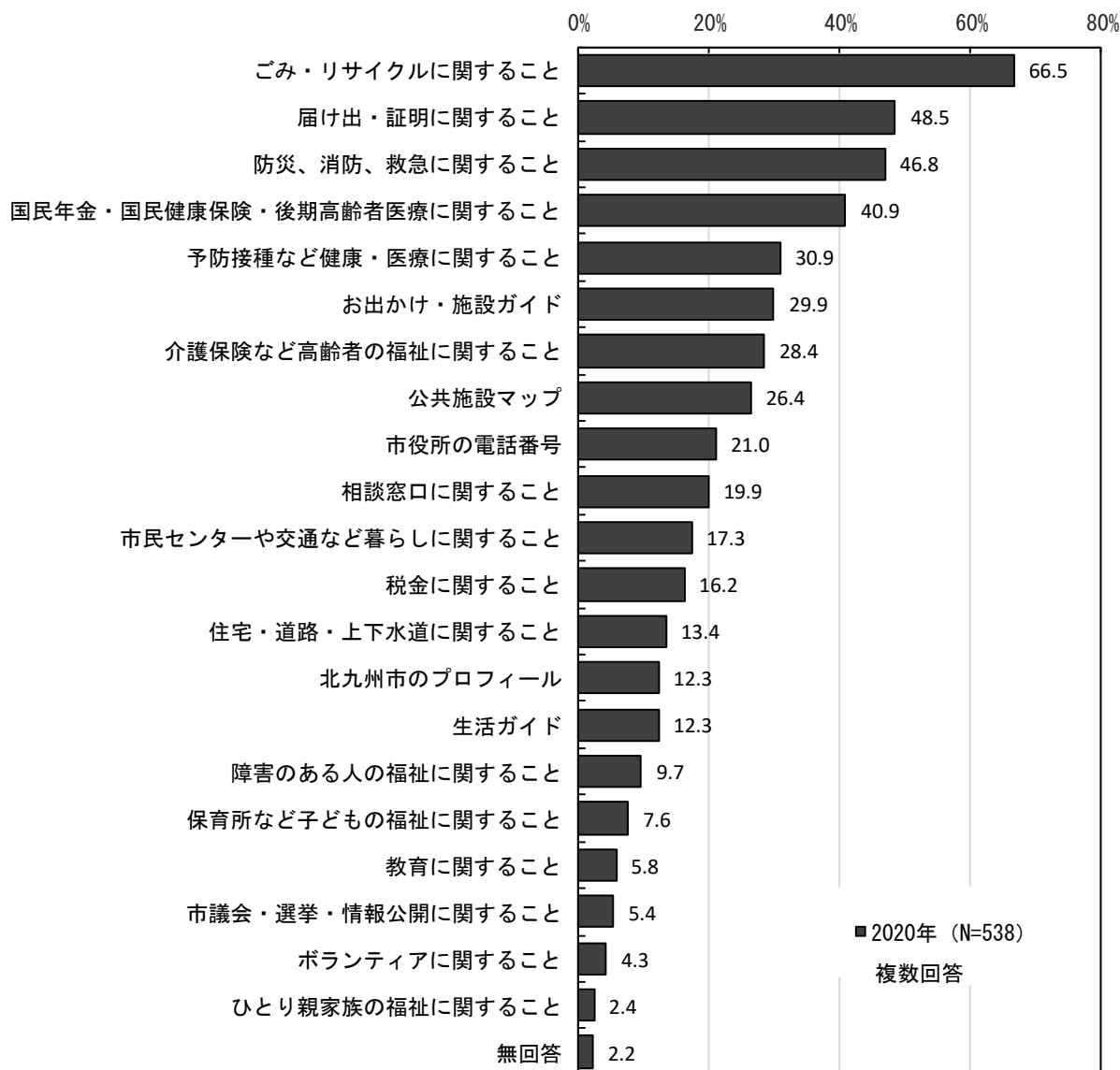
「よく利用する」と「時々利用する」の合計は、2017年度調査の 65.6%から 4.3ポイント低下している。

### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「よく利用する」と「時々利用する」を合わせた割合は、60歳以上男性（68.9%）で最も高く、15～29歳女性（28.0%）が最も低い。

### (3) 市政ガイドブック「くらしの便利情報」による入手情報

問 15-3 「問 15-2」で「1. よく利用する」、「2. 時々利用する」と回答された方にお尋ねします。あなたは、市政ガイドブック「くらしの便利情報」でどのような情報を入手していますか。次の中からいくつでも選んでください。



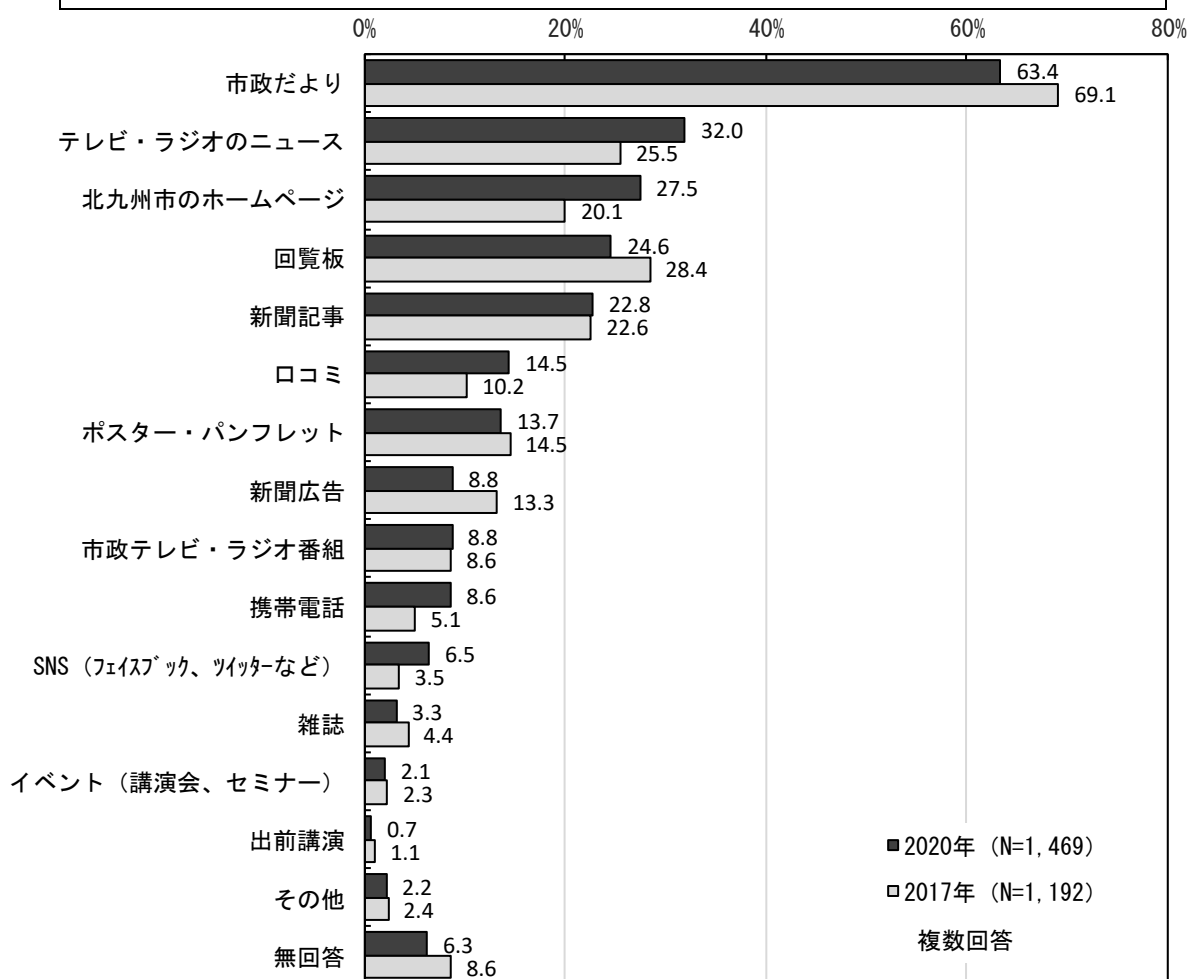
市政ガイドブック「くらしの便利情報」による入手情報としては「ごみ・リサイクルに関すること」が 66.5% で最も高く、次いで「届け出・証明に関すること」48.5%、「防災、消防、救急に関すること」46.8% となっている。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「ごみ・リサイクルに関すること」が 40 代男性、50 代男性以外の年齢・性別で 1 位、もしくは同率 1 位となっている。40 代男性、50 代男性の 1 位は「届け出・証明に関すること」となっている。

#### (4) 市政情報の入手媒体

問 16 北九州市の情報を何によって入手していますか。次の中からいくつでも選んでください。



北九州市の情報の入手媒体をみると、「市政だより」が63.4%と圧倒的に高い。次いで「テレビ・ラジオのニュース」が32.0%、「北九州市のホームページ」が27.5%、「回覧板」が24.6%となっている。

#### 【経年的傾向】

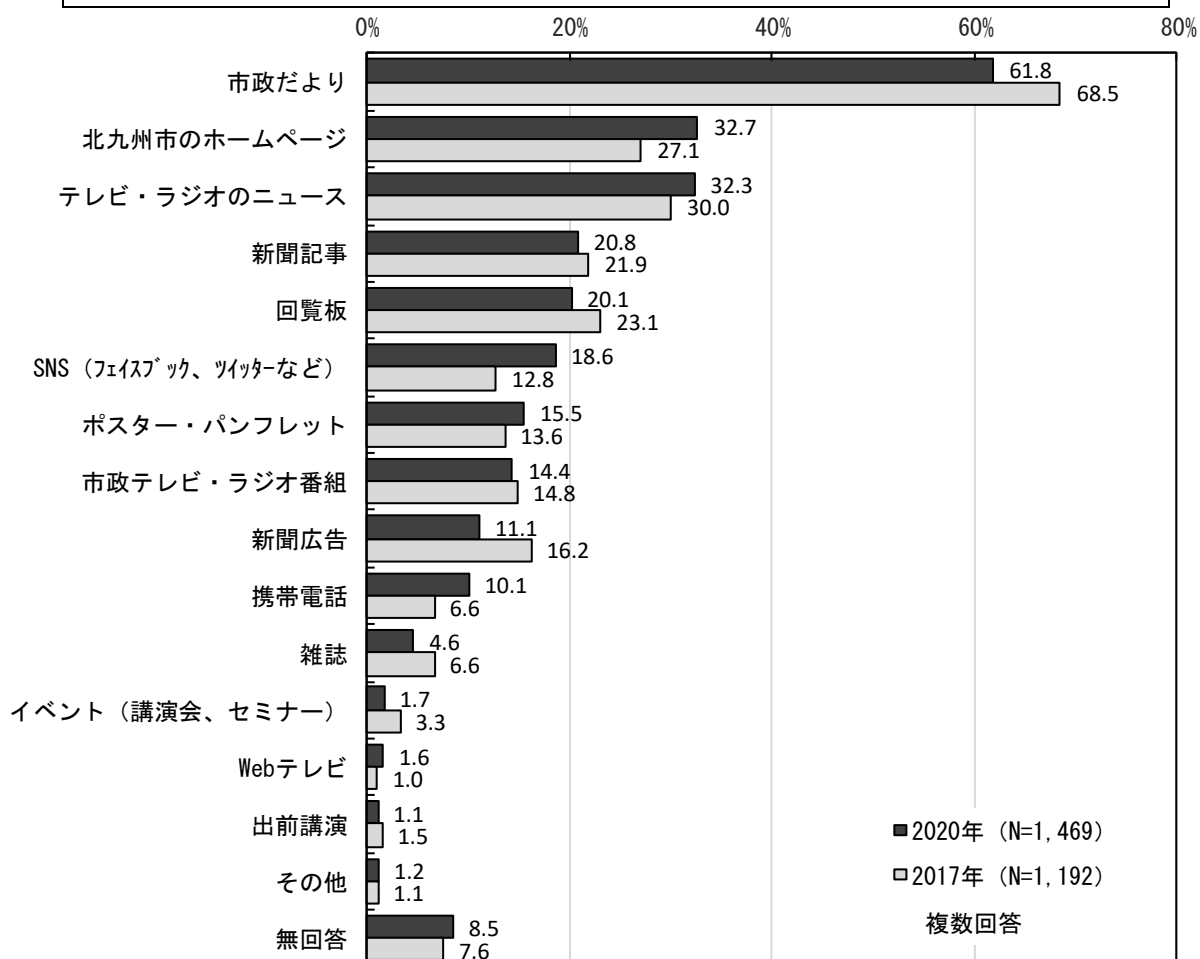
2017年度調査で2位だった「回覧板」が今回調査では4位となっている。「市政だより」や「回覧板」「新聞広告」など紙をメインとした媒体のポイントが低下する一方、「テレビ・ラジオのニュース」「北九州市のホームページ」「SNS (フェイスブック、ツイッターなど)」などが上昇している。

#### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「市政だより」は男女ともに年齢が上がるほど高い傾向がみられ、60歳以上 (男性77.0%、女性76.6%) は7割を上回っている。その一方で「SNS (フェイスブック、ツイッターなど)」は年齢が下がるほど高い傾向がみられる。

## (5) 市政情報の提供媒体に対する要望

問 17 今後、市政情報をどのような方法で知らせてほしいですか。次の中からいくつでも選んでください。



北九州市の情報を知らせてほしい媒体をみると、「市政だより」が 61.8%で最も高い。次いで、「北九州市のホームページ」が 32.7%、「テレビ・ラジオのニュース」が 32.3%、「新聞記事」が 20.8%、「回覧板」が 20.1%となっている。

### 【経年的傾向】

「北九州市のホームページ」が 2014 年度調査で 5 位、2017 年度調査で 3 位と順位を上げており、今回調査では 2 位となっている。

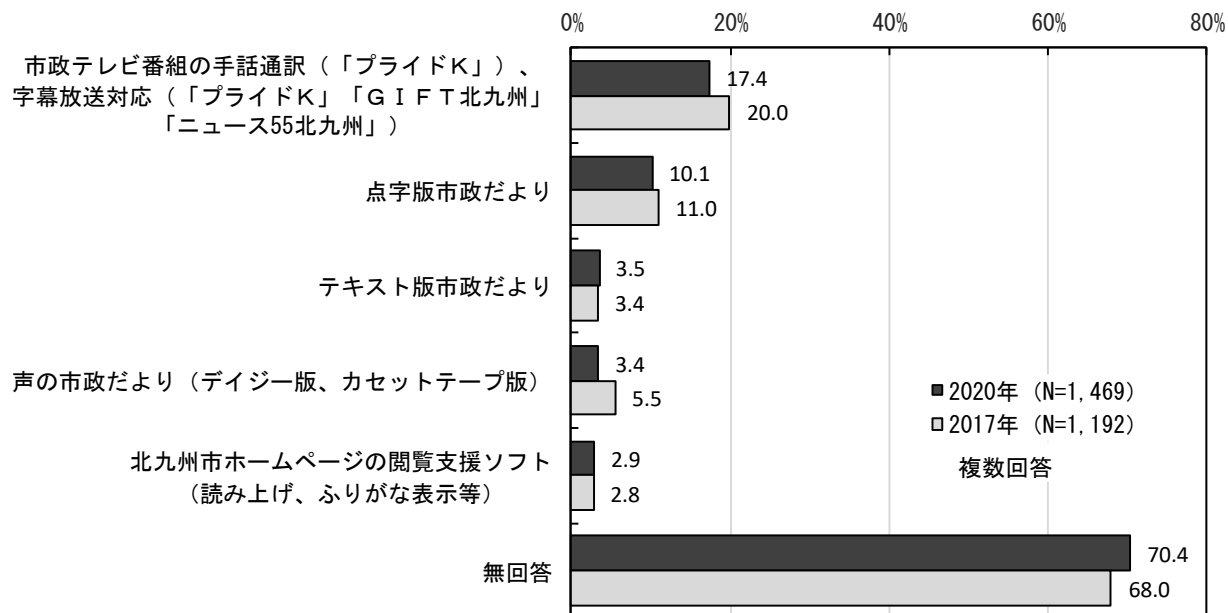
### 【属性別にみた特徴】

年齢・性別にみると、「市政だより」が 30 代女性 (53.7%)、40 代女性 (62.7%)、50 代 (男性 58.9%、女性 66.9%)、60 歳以上 (男性 75.2%、女性 74.1%) で 1 位となっており、「北九州市のホームページ」は 30 代男性 (43.5%)、40 代男性 (55.4%) で 1 位となっている。

また、15～29 歳は男性 (45.3%)、女性 (53.2%) とともに「SNS (フェイスブック、ツイッターなど)」が 1 位となっている。

## (6) 障害者への市政情報の提供

問 18 北九州市が実施している障害のある方へ配慮した市政情報の提供について、あなたが知っているものを、次の中からいくつでも選んでください。



障害のある方へ配慮した市政情報の提供では、「市政テレビ番組の手話通訳、字幕放送対応」の認知率が 17.4%と最も高い。次いで「点字版市政だより」が 10.1%、「テキスト版市政だより」が 3.5%となっている。

### 【経年的傾向】

2017年度調査で3位だった「声の市政だより」が今回調査では4位になっている。

## (6) 広報活動に対する自由な意見

問 19 北九州市の広報活動に対してご意見などがありましたらご自由にお書きください。

北九州市の広報活動に対し、315 件のご意見をいただいた。それらを以下のとおり 7 つに分類し、意見の一部を紹介する。

### 1 市政だよりの内容について (34 件)

- 子育て中の人に有用なサービスがたくさんあるのに、その内容を知らない人が多いと思います。市のサービスは、たくさんの人に知ってもらえるよう、もっと告知した方が良いと思います。
- 全体的に古い。子育て世代にとって、わざわざ時間を使って読みたいと思うことができません。
- 市政だよりのより充実をお願いしたい。マンネリ化した記事、情報が多くあります。より市民の関心のある情報発信をお願いしたいと思います。
- 今、市政だよりは見やすく、分かりやすい、カラーでとても良いと思います。
- 紙の市政だよりは、高齢化の進む北九州市では、大切な広報ツールだと思います。派手さはなくても確実で信頼できる情報を提供してほしい。
- 県外から転入してきましたが、北九州市は市政だよりなどで市に関することが良く分かると思います。講座もたくさん掲載され、参加してみたら、たくさんの友達ができました。

### 2 市政だよりの印刷・配布について (28 件)

- 市政だよりを公共施設で入手していますが、いつでも気軽に手に取れるような場所にあつたらいいと思います。
- SNS やインターネットでも情報を見ることができますが、子育て中の人には、その隙間時間に情報を得られる「紙の市政だより」が良いと思います。子育て期間中は、希望者だけでも送付することはできないでしょうか。
- 町内会で回覧板や市政だよりの配布を担当しています。担当すると面倒なこともあります。近所の方とも顔見知りになり、挨拶もするようになり、メリットも数倍感じます。
- 市政だよりは、月 1 回で十分だと思います。配布する人の負担も考えると、電子媒体で見る人以外、紙で欲しい人には郵送を検討できないでしょうか。
- ホームページなども重要ですが、電子媒体を利用しない人、利用できない人もたくさんいるので、紙の市政だよりももっと充実してほしいです。

### 3 市政テレビ・ラジオ番組について (3件)

- 市政テレビ番組は放送時間が短く、わざわざこれらの番組を見るためにチャンネルを合わせる人は少ないと思います。
- 平日の昼、ラジオを聴きながら仕事をしていますが、福岡市の情報は多いのに、北九州市は無いに等しい。もっとアピールしてください。
- 市政テレビ番組「G I F T」は楽しみにしています。夫婦とも熊本出身なので、「G I F T」を見て北九州市を知りつつあります。

### 4 ホームページについて (12件)

- 紙の市政だよりは高齢者世帯だけに配ることにして経費を減らすべき。自分が知りたい情報はホームページで探すので、このクオリティを高めることが先だと思えます。
- ホームページの構成が整理されておらず、また、ページによって体裁もバラバラで、目的とする情報が探しにくい。改善を望みます。
- メディアを活用して、市のホームページの認知度をもっと高めてほしいです。
- 新型コロナの感染者情報などは、正確、迅速、簡潔で分かりやすいです。

### 5 SNS等について (43件)

- テレビはあまり視聴しないので、インスタグラムなどSNSをもっと活用して、情報発信を積極的に行ってほしいです。
- 最近はLINEで情報を得ることが多く、スピード感もあって非常に効果的だと感じるので、SNSを活用した広報が良いと思います。ユーチューブなどは、予算をあまりかけなくてもタイムリーに発信できるので、街歩きやイベントなど様々なジャンルの動画を発信してほしいです。
- 子育て中の人に便利な施設を、詳しくSNSで動画や情報を発信してください。
- 高齢者にもスマートフォンやSNSなどが使えるように、市民センターなどで教室や講座などの開催を検討してほしいです。
- 今回のアンケートで北九州市公式LINEを知り、友達登録しました。コロナ禍で人との接触が減っている中、情報を知ることができとても便利でした。



## 6 テレビ・映画等を活用したイメージアップについて（129件）

- 映画やテレビ番組のロケ地として北九州の街が全国に知られるということはとても嬉しいです。よい意味での知名度アップや、イメージアップにつながるようにもっと誘致してください。
- 以前、民放テレビで北九州市をアピールしていたのを見て、ちょっと誇らしく思いました。災害も少ないし、住みやすい街としてもっとアピールすべきと思います。
- 門司区の中古マンションをリノベーションして移住を考えてもらう企画のテレビ番組を見ました。俳優夫婦でしたが、北九州市の医療体制の充実、また食の宝庫として食料などの安さに満足している様子を見て嬉しく思いました。暮らしやすさをもっとPRして欲しいと思います。
- 新型コロナウイルス感染症と上手に付き合いながら、映画のロケやイベントで北九州市の良さが伝わるといいなと思います。住みやすい街なので人も増えるといいです。

## 7 その他広報活動について（66件）

- 高齢者にはスマホ、パソコン等使えない人も多い。市政だよりや市政ガイドブックなど紙媒体の方が情報を得やすいし、いつでも確認できる安心感があります。世の中はペーパーレス化が進んでいますが、紙媒体を残してほしいです。
- アプリやWi-Fiなどインターネット関連の言葉が多く見受けられます。高齢者に分かりやすい広報をお願いしたい。
- 市政ガイドブック「くらしの便利情報」はよく利用させてもらい、助かっています。施設の電話番号や地図が充実しており、この冊子は続けてもらいたい。
- いろいろな媒体での取り組みは評価できるが、費用対効果も考え、限りある予算で様々な発信方法を試みてほしいです。

※意見は、原文の趣旨を損なわないように要約し掲載している。