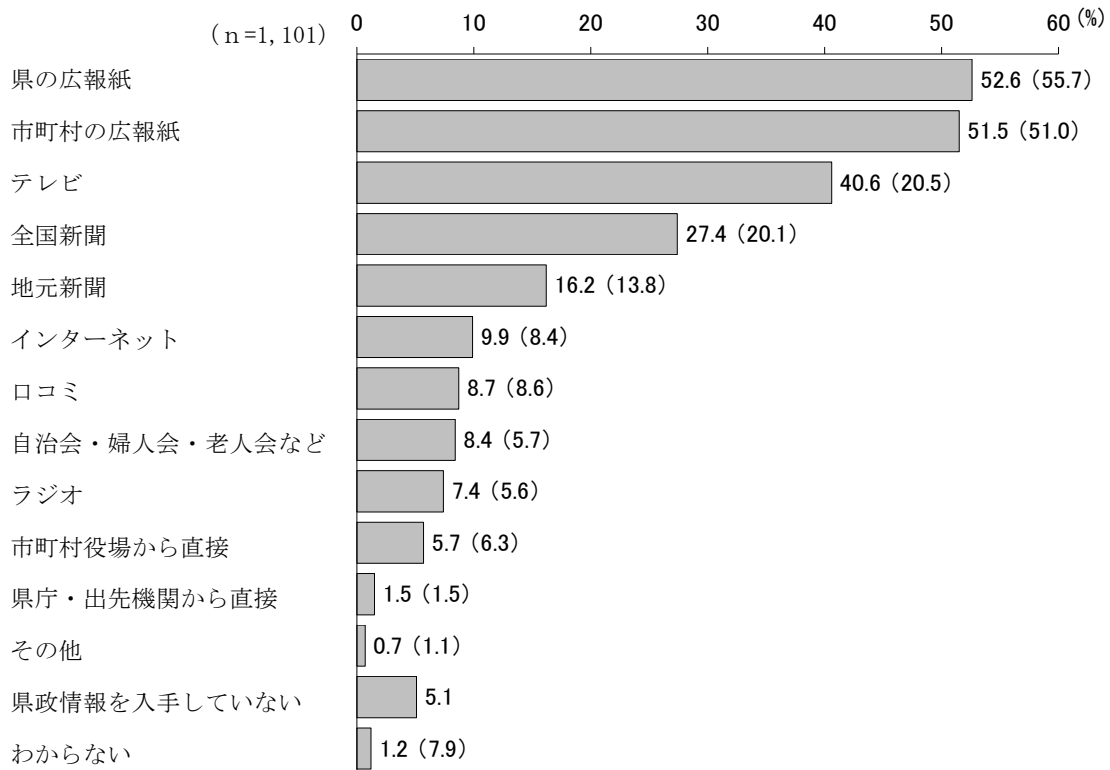


XIII 広報活動

1. 県政情報の主な入手先

—「県の広報紙」と「市町村の広報紙」が5割台前半—

問36 あなたは、県政情報を主にどこから入手していますか。次の中から、主なものを3つまで選んでください。



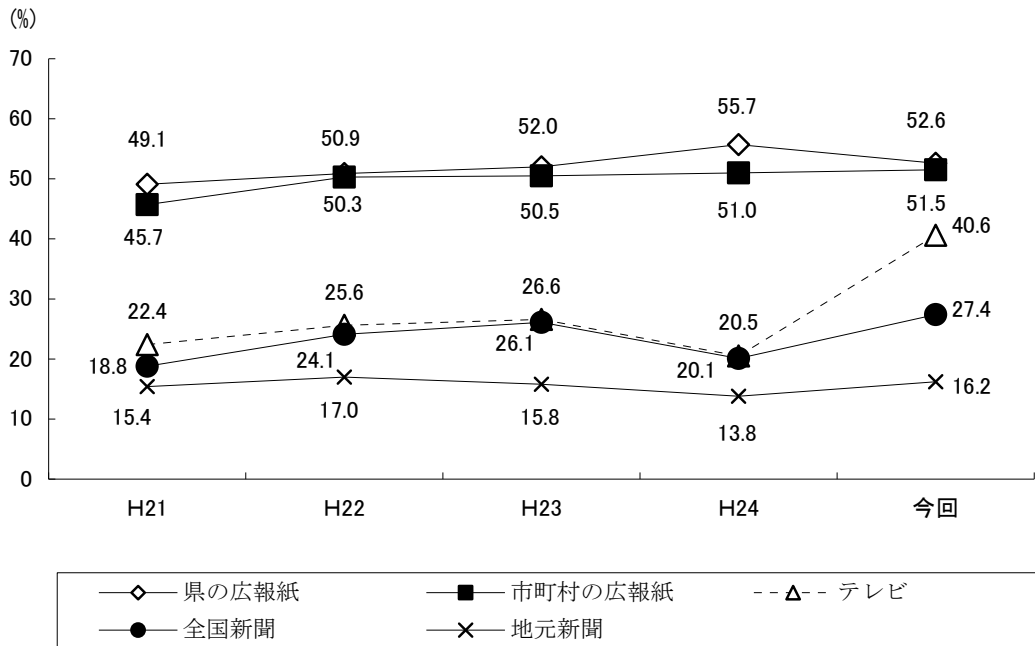
※()内の数値は、平成24年の調査結果

県政情報の主な入手先としては、「県の広報紙」(52.6%)と「市町村の広報紙」(51.5%)が5割台前半と高く、「テレビ」(40.6%)が4割台で続いている。

—「テレビ」が約 20 ポイント増加—

前回調査（昨年）と比べると、「テレビ」が約 20 ポイント増加している。次いで「全国新聞」が約 7 ポイント増加している。

図 XIII 36-1 県政情報の主な入手先（時系列）



—県南で「県の広報紙」が約 6 割—

地域別でみると、「県の広報紙」は、県南（58.0%）で約 6 割と最も高くなっている。

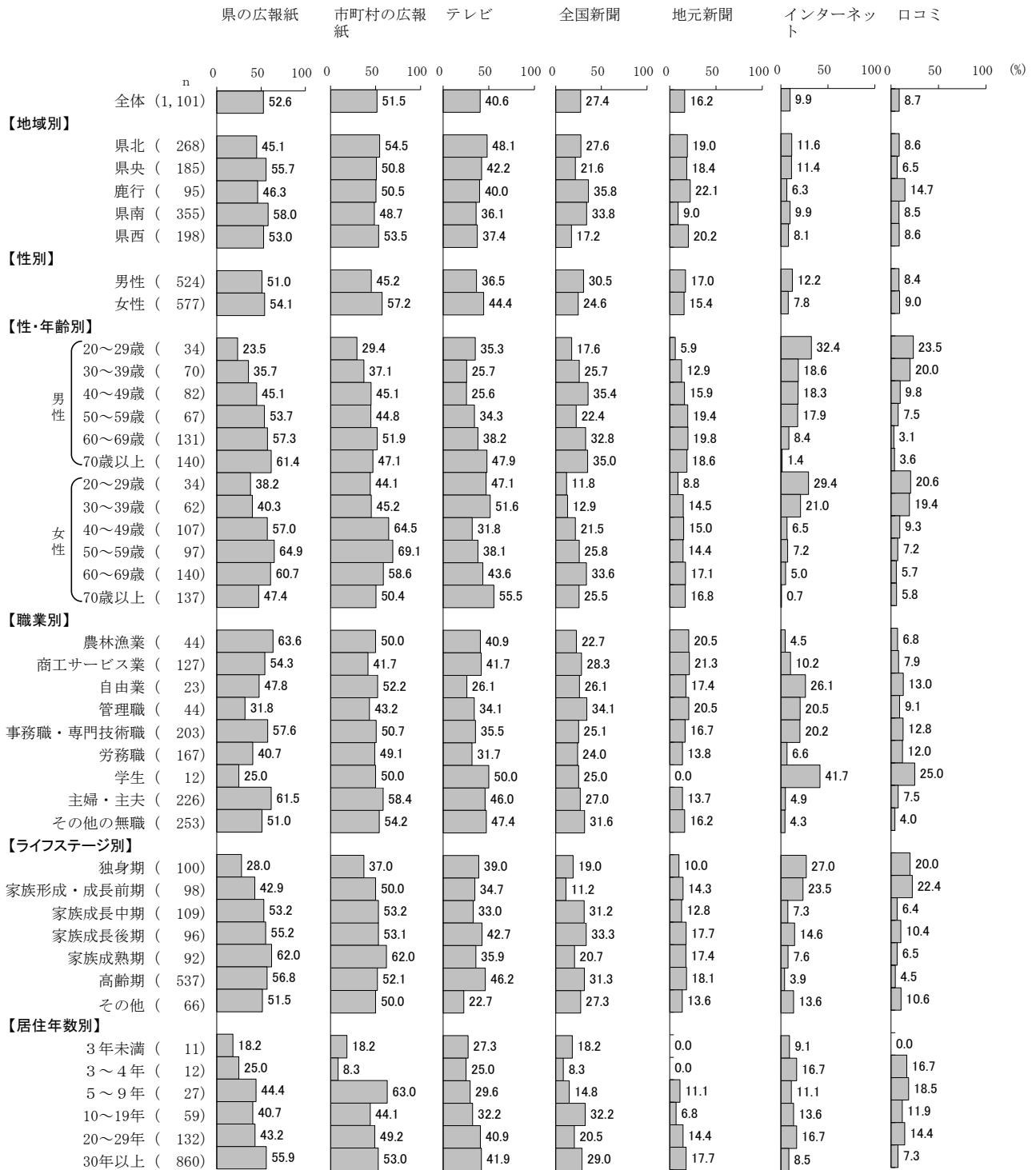
—女性で「市町村の広報紙」、「テレビ」が男性よりも高い—

性別でみると、「市町村の広報紙」は、女性（57.2%）が男性（45.2%）よりも 12 ポイント、「テレビ」は、女性（44.4%）が男性（36.5%）よりも約 8 ポイント、それぞれ高くなっている。

—女性の 50 代で「県の広報紙」が 6 割台半ば—

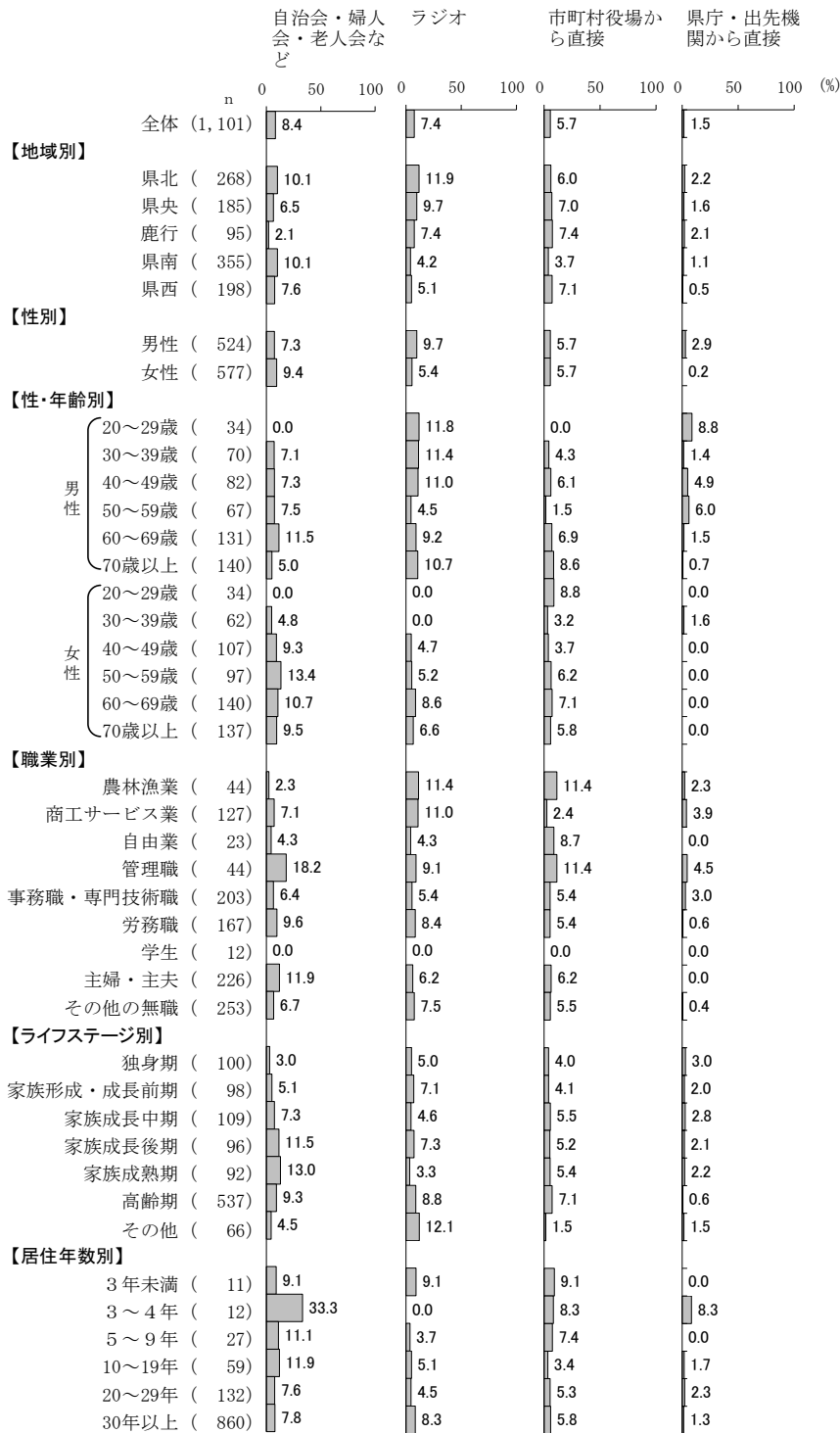
性・年齢別でみると、「県の広報紙」は、女性の 50 代（64.9%）で 6 割台半ばと最も高くなっている。「テレビ」は、女性の 30 代（51.6%）と 70 歳以上（55.5%）で 5 割台と高くなっている。

図 XIII 36-2 県政情報の主な入手先
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, ライフステージ別, 居住年数別)



(注) 回答者数が30未満の層は分析ではふれていない。

〈続き〉図XIII 36-2 県政情報の主な入手先
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, ライフステージ別, 居住年数別)

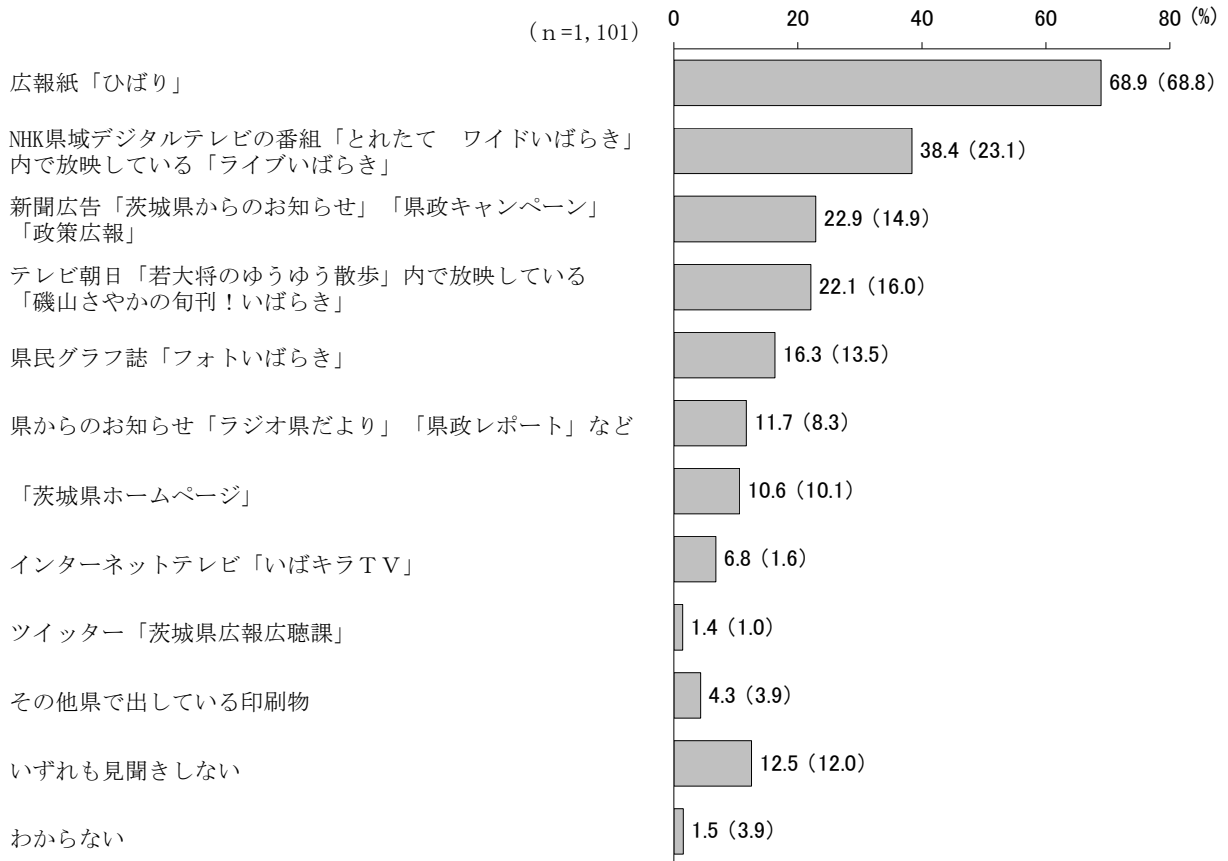


(注) 回答者数が30未満の層は分析ではふれていない。

2. 最近接触した広報媒体

—「広報紙『ひばり』」が約7割—

問 37 県政情報について、この1年の間に一度でも見たり、聞いたり、読んだりしたものはどれですか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。



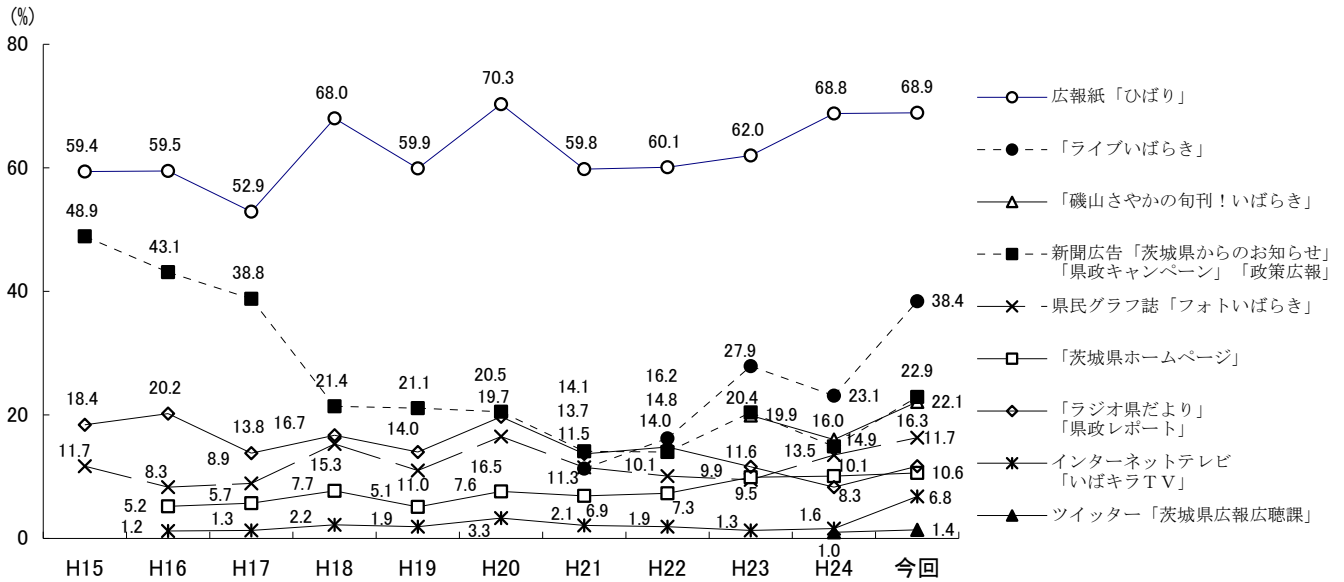
※()内の数値は、平成24年の調査結果

最近接触した広報媒体としては、「広報紙『ひばり』」(68.9%)が約7割と最も高く、次いで、「『ライブいばらき』」(38.4%)が3割台、「新聞広告『茨城県からのお知らせ』『県政キャンペーン』『政策広報』」(22.9%)、「『磯山さやか旬刊！いばらき』」(22.1%)が2割台が続いている。

—『ライブいばらき』が約15ポイント増加—

前回調査（昨年）と比べると、「『ライブいばらき』」は約15ポイント、「新聞広告『茨城県からのお知らせ』『県政キャンペーン』『政策広報』」は8ポイント、「『磯山さやかの旬刊！いばらき』」は約6ポイント、「インターネットテレビ『いばキラTV』」は約5ポイント増加している。

図XIII 37-1 最近接触した広報媒体（時系列）



※『茨城県ホームページ』は、平成16年より追加

※『インターネットテレビ『いばキラTV』』は、平成16年より追加、平成24年までは「いばらきインターネット放送局」

※『ライブいばらき』は、平成21年より追加、平成21年と平成22年は「まちむら中継」

※『新聞広告『茨城県からのお知らせ』『県政キャンペーン』『政策広報』』は、平成22年までは「新聞広報『茨城県からのお知らせ』『県政キャンペーン』」

※『磯山さやかの旬刊！いばらき』は、平成23年より追加

※『県からのお知らせ』『ラジオ県だより』『県政レポート』は、平成23年までは「『ラジオ県だより』『県政スポット』」

※『ツイッター『茨城県広報広聴課』』は、平成24年より追加

—県北で「『ライブいばらき』」が約6割—

地域別でみると、「『ライブいばらき』」は、県北（57.5%）で約6割と最も高く、県央（49.2%）で約5割となっている。

—女性で「広報紙『ひばり』」が男性よりも10ポイント高い—

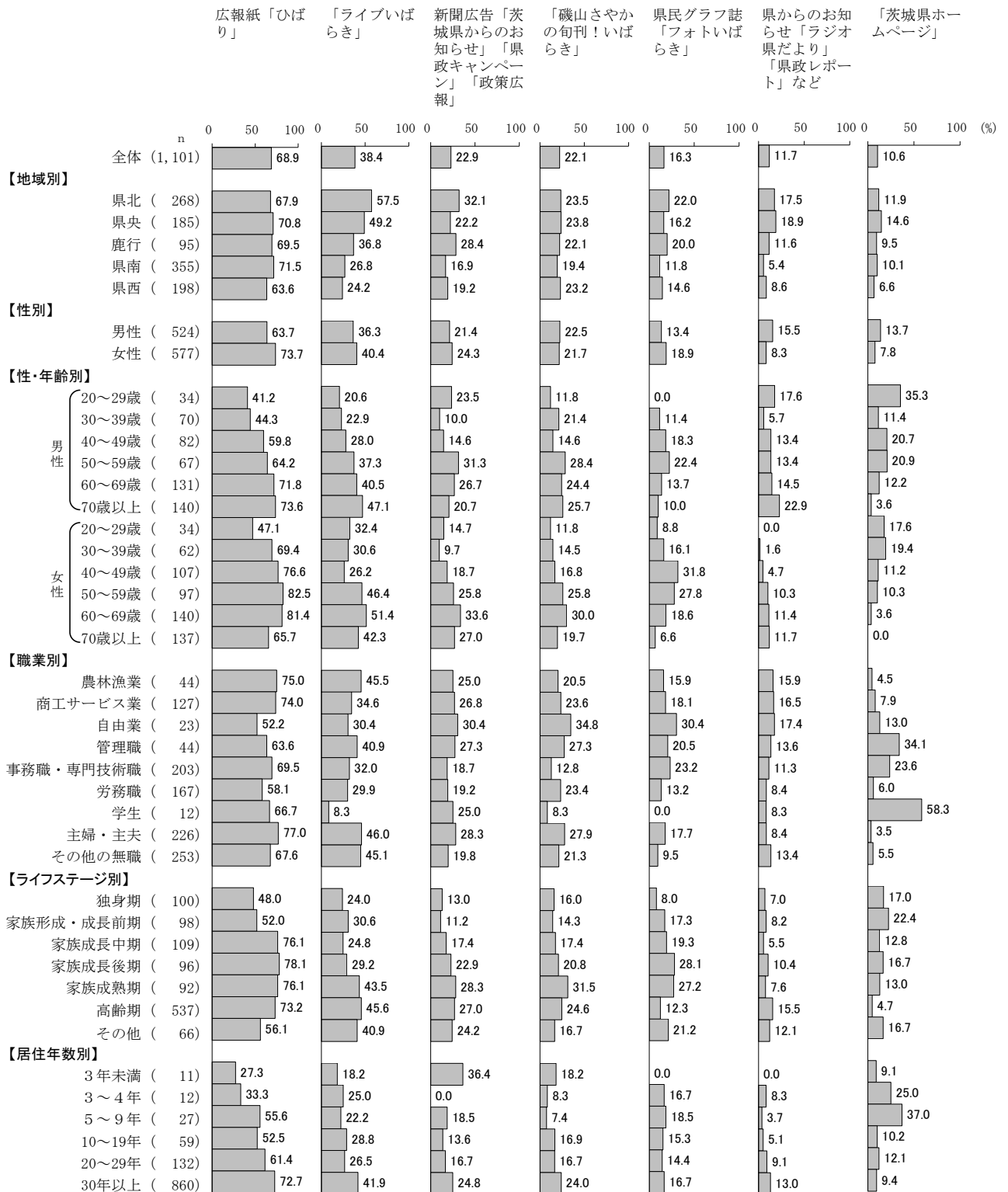
性別でみると、「広報紙『ひばり』」は、女性（73.7%）が男性（63.7%）よりも10ポイント高くなっている。

—女性の50代と60代で「広報紙『ひばり』」が8割超—

性・年齢別でみると、「広報紙『ひばり』」は、女性の50代（82.5%）と60代（81.4%）で8割を超えて高くなっている。

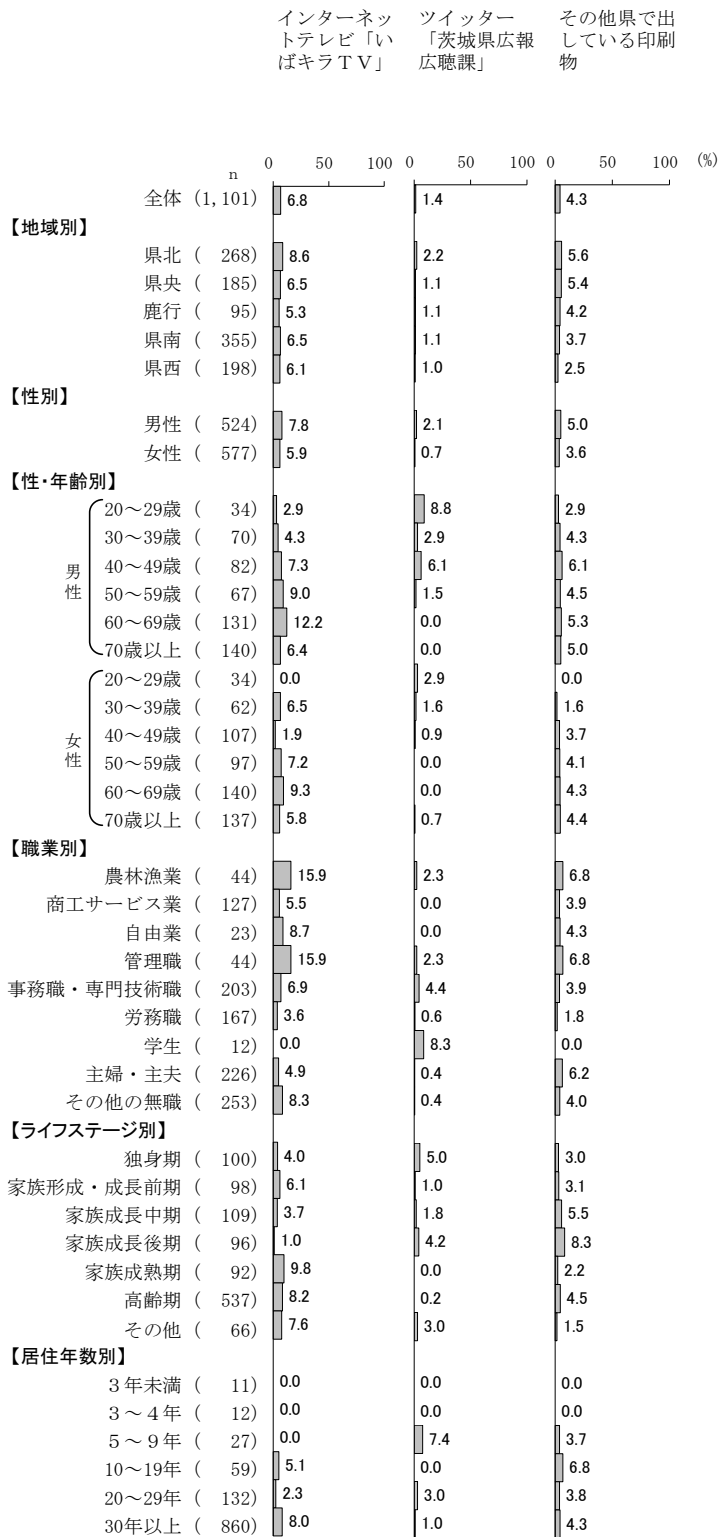
一方、「『ライブいばらき』」は、女性の60代（51.4%）で5割を超え、「新聞広告『茨城県からのお知らせ』『県政キャンペーン』『政策広報』」は、女性の60代（33.6%）で3割台半ば、「『磯山さやかの旬刊！いばらき』」は、女性の60代（30.0%）で3割と、それぞれ最も高くなっている。

図XIII 37-2 最近接触した広報媒体
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, ライフステージ別, 居住年数別)



(注) 回答者が30未満の層は分析ではふれていない。

〈続き〉 図 XIII 37-2 最近接触した広報媒体
 (地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, ライフステージ別, 居住年数別)

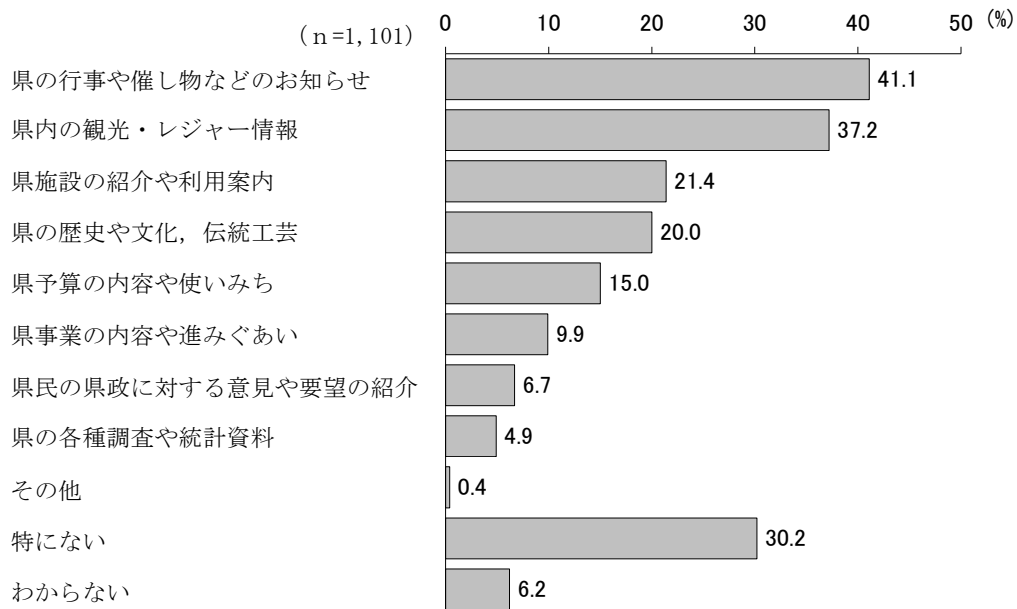


(注) 回答者数が30未満の層は分析ではふれていない。

3. 「伝わっている」と感じる県政情報

—「県の行事や催し物などのお知らせ」が4割超—

問 38 県では、主に以下のような情報をお知らせしていますが、「伝わっている」と感じる情報はどの情報ですか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。



「伝わっている」と感じる県政情報としては、「県の行事や催し物などのお知らせ」(41.1%)が4割を超えて最も高く、次いで、「県内の観光・レジャー情報」(37.2%)が3割台が続いている。

—県央で「県の行事や催し物などのお知らせ」が5割超—

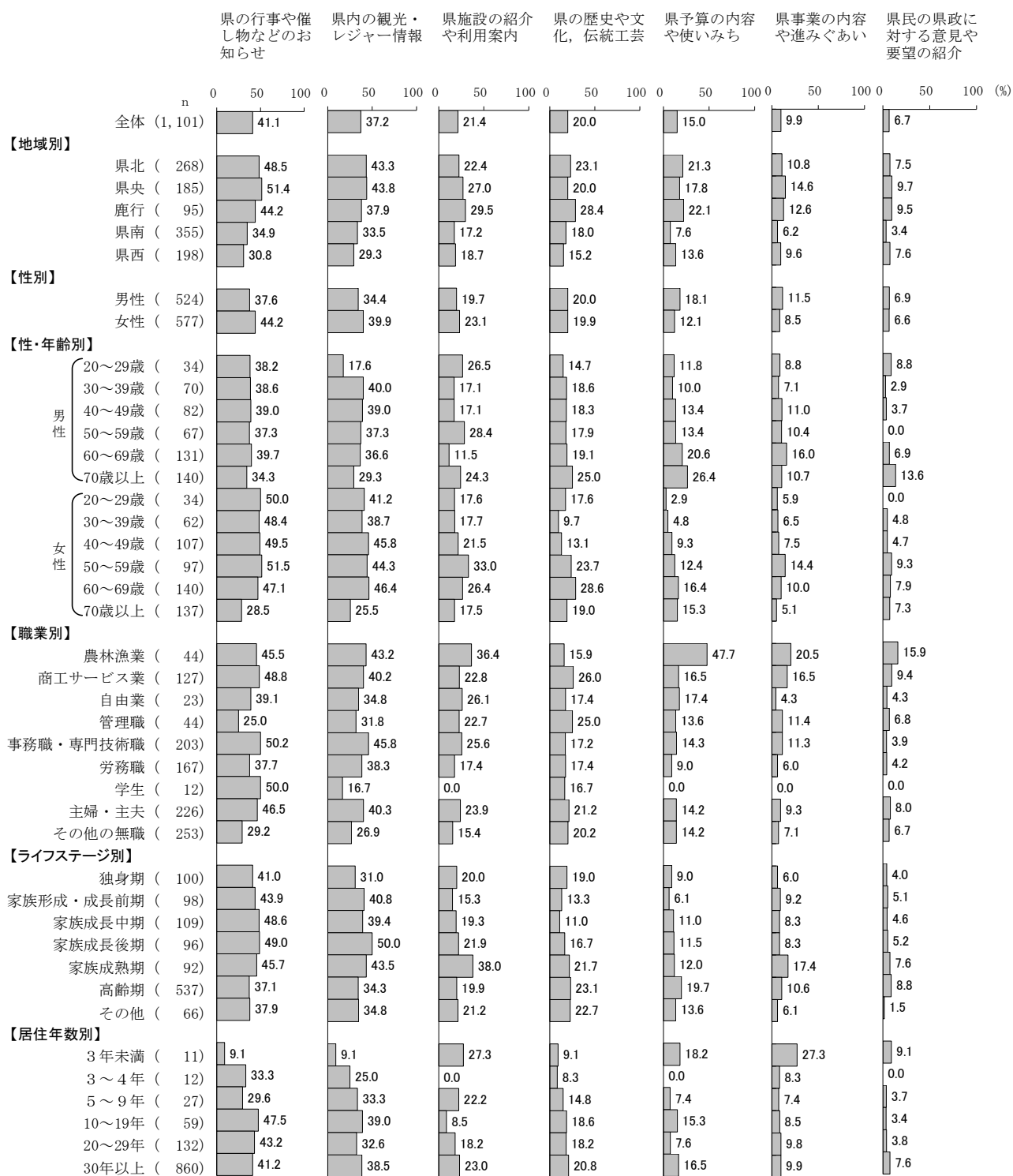
地域別でみると、「県の行事や催し物などのお知らせ」は、県央(51.4%)で5割を超えて最も高くなっている。

—女性で「県の行事や催し物などのお知らせ」、「県内の観光・レジャー情報」が高い—

性別でみると、「県の行事や催し物などのお知らせ」は、女性(44.2%)が男性(37.6%)よりも約7ポイント高く、「県内の観光・レジャー情報」は、女性(39.9%)が男性(34.4%)よりも約6ポイント高くなっている。一方、「県予算の内容や使いみち」は、男性(18.1%)が女性(12.1%)よりも6ポイント高くなっている。

図XIII 38-1 「伝わっている」と感じる県政情報

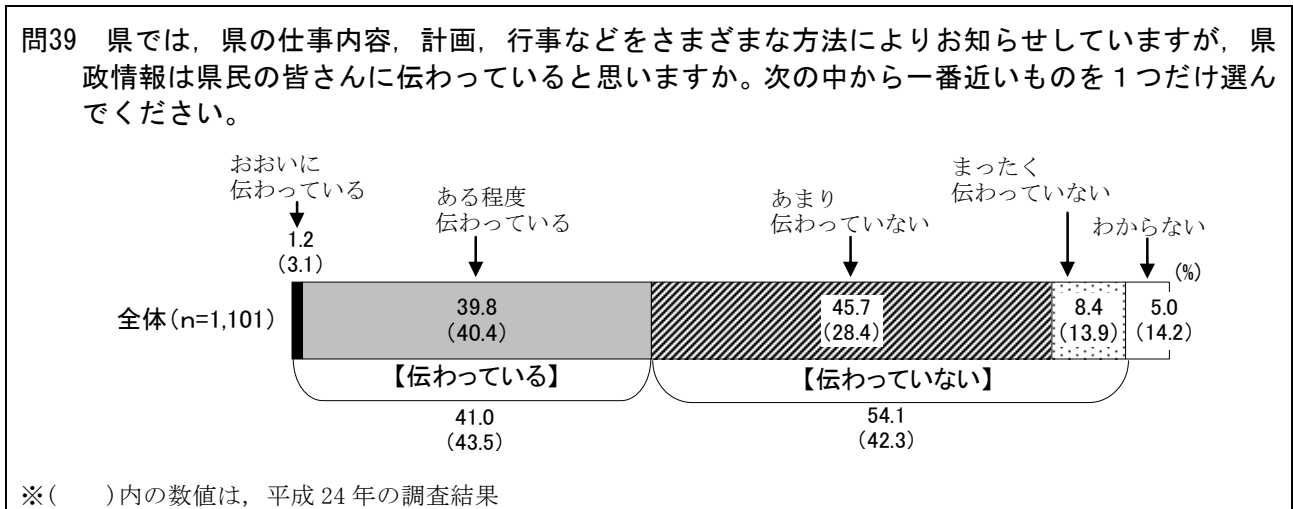
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, ライフステージ別, 居住年数別—上位7項目)



(注) 回答者数が30未満の層は分析ではふれていない。

4. 県政情報の到達度

—【伝わっている】は4割超—



県政情報の到達度としては、「おおいに伝わっている」(1.2%)と「ある程度伝わっている」(39.8%)を合わせた【伝わっている】(41.0%)は4割を超えている。一方、「あまり伝わっていない」(45.7%)と「まったく伝わっていない」(8.4%)を合わせた【伝わっていない】(54.1%)は5割台半ばとなっている。

—「まったく伝わっていない」が約6ポイント減少—

前回調査(昨年)と比べると、「まったく伝わっていない」が、約6ポイント減少している。一方、「あまり伝わっていない」が約17ポイント増加している。

—県西で【伝わっている】が約5割—

地域別でみると、【伝わっている】は、県西(49.5%)で約5割と最も高くなっている。

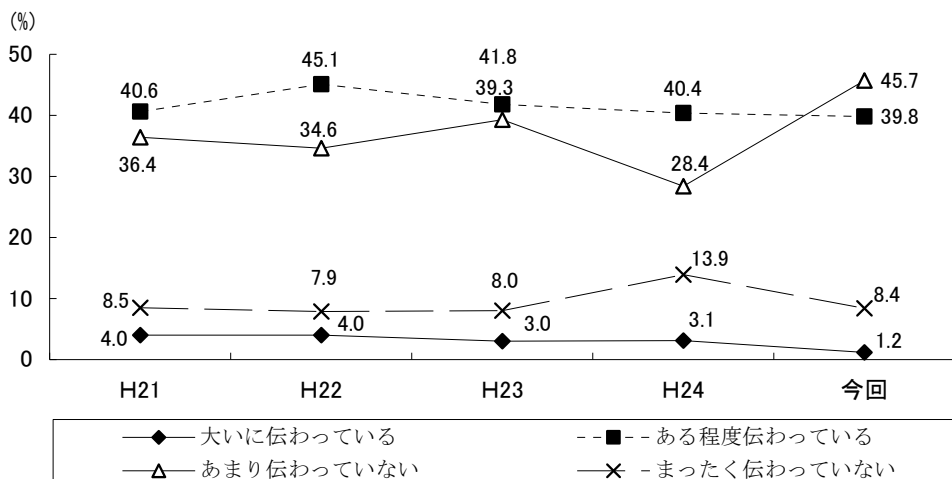
—男性の70歳以上で【伝わっている】が5割台半ば—

性・年齢別でみると、【伝わっている】は、男性の70歳以上(56.4%)で5割台半ばと最も高くなっている。

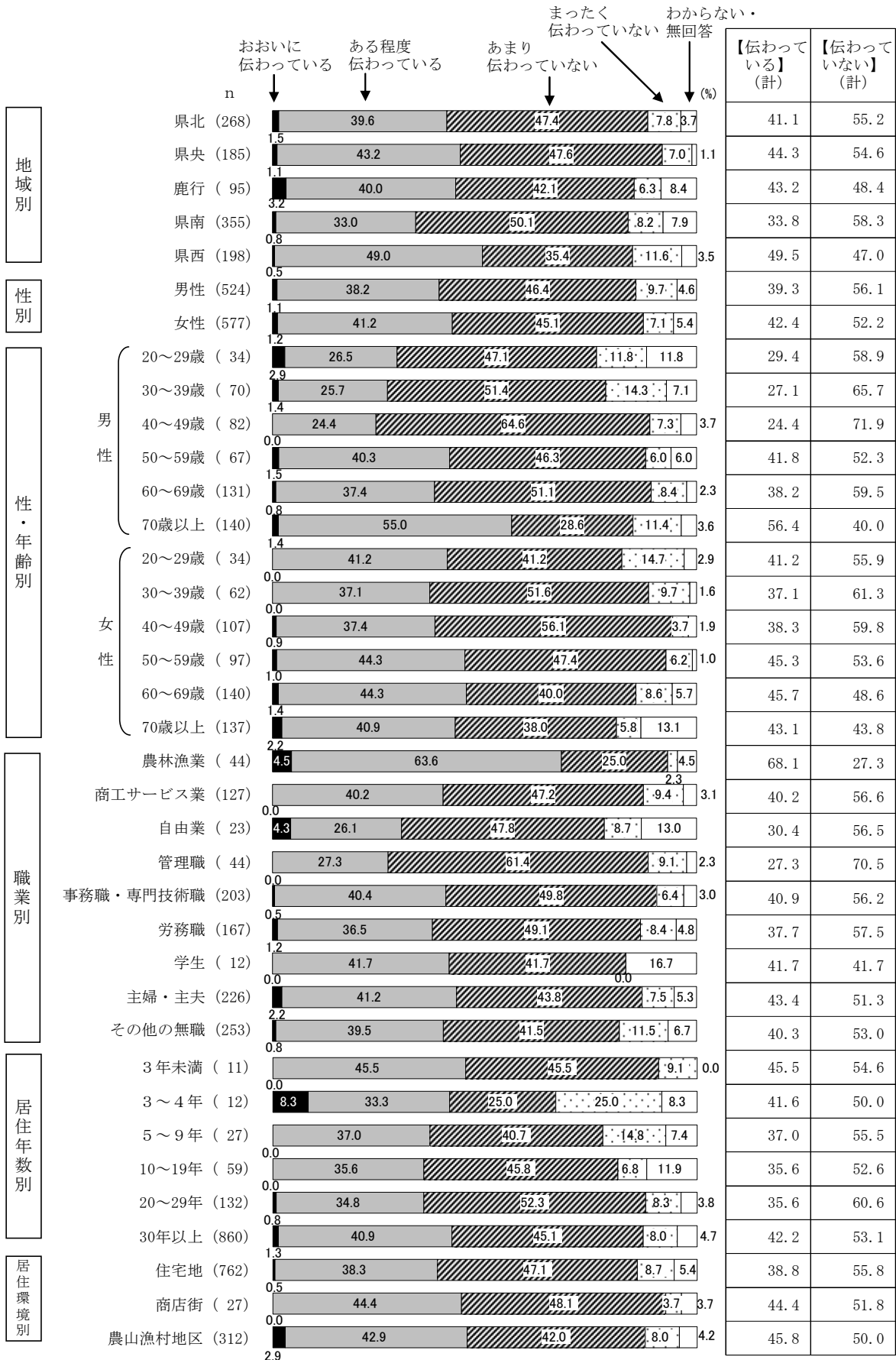
—農林漁業で【伝わっている】が約7割—

職業別でみると、【伝わっている】は、農林漁業(68.1%)で約7割と最も高くなっている。

図XIII 39-1 県政情報の到達度(時系列)



図XIII 39-2 県政情報の到達度（地域別，性別，性・年齢別，職業別，居住年数別，居住環境別）

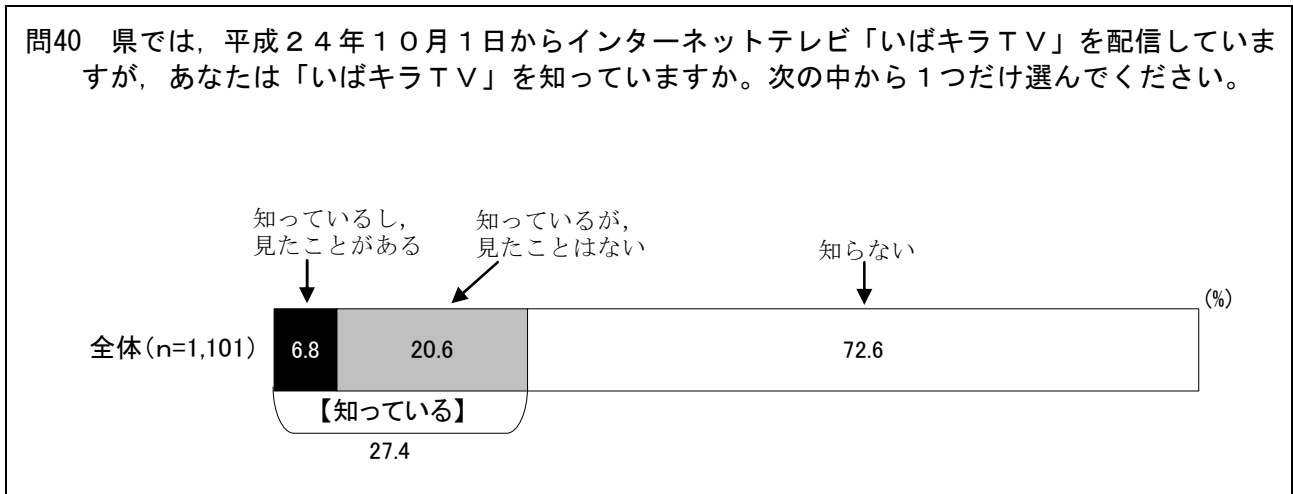


(注) 回答者数が30未満の層は分析ではふれていない。

5. 「いばキラTV」の認知度

(1) 「いばキラTV」の認知度

—【知っている】が約3割—



「いばキラTV」の認知度としては、「知っているし、見たことがある」(6.8%)と「知っているが、見たことはない」(20.6%)を合わせた【知っている】(27.4%)が約3割となっている。一方、「知らない」(72.6%)は7割を超えている。

—男性の40代で【知っている】が4割超—

性・年齢別でみると、【知っている】は、男性の40代(42.7%)で4割を超えて最も高くなっている。

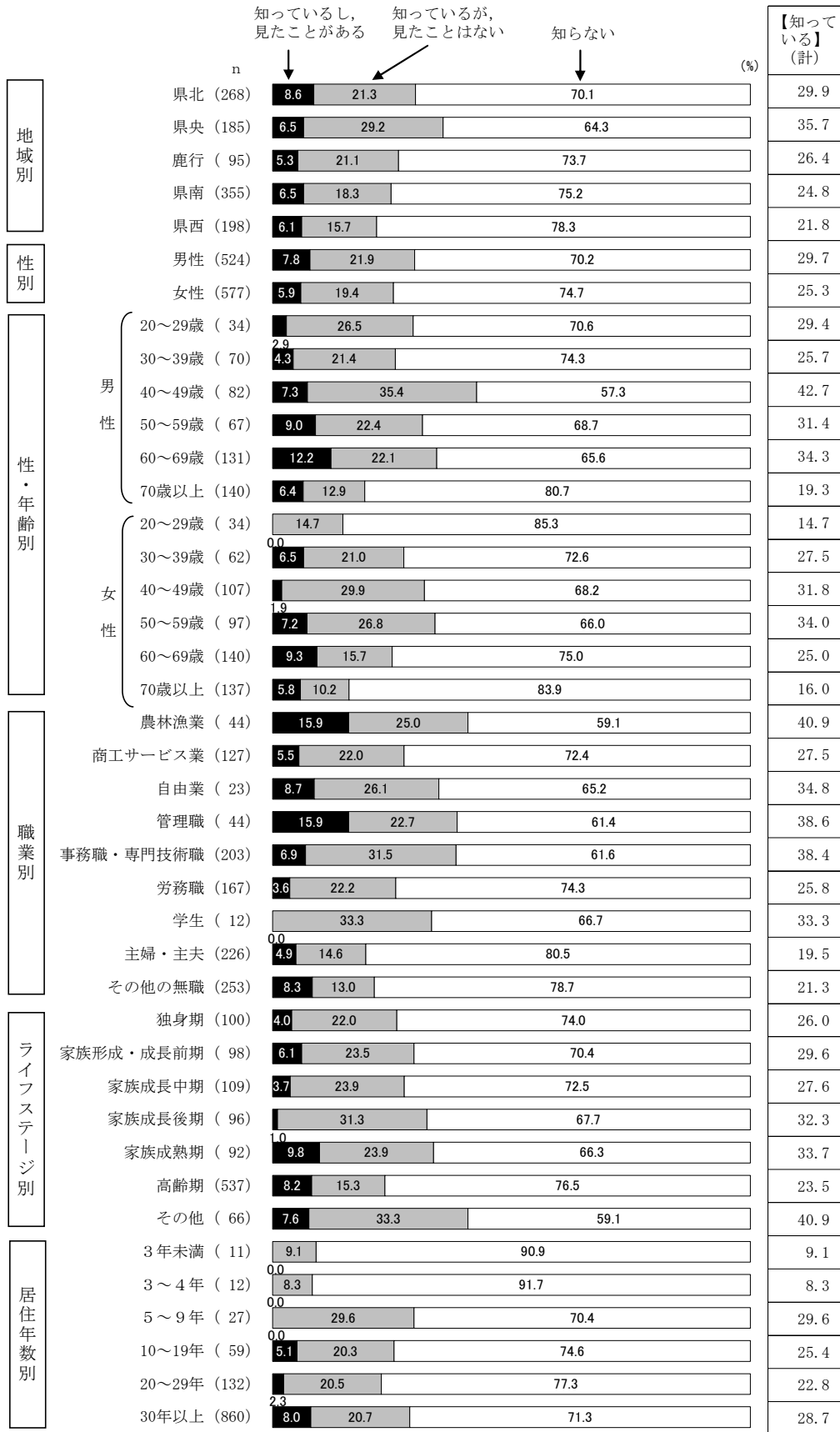
—農林漁業、管理職、事務職・専門技術職で【知っている】が約4割—

職業別でみると、【知っている】は、農林漁業(40.9%)、管理職(38.6%)、事務職・専門技術職(38.4%)で約4割と高くなっている。

—ライフステージ別のその他で【知っている】が約4割—

ライフステージ別でみると、【知っている】は、その他(40.9%)で約4割と最も高くなっている。

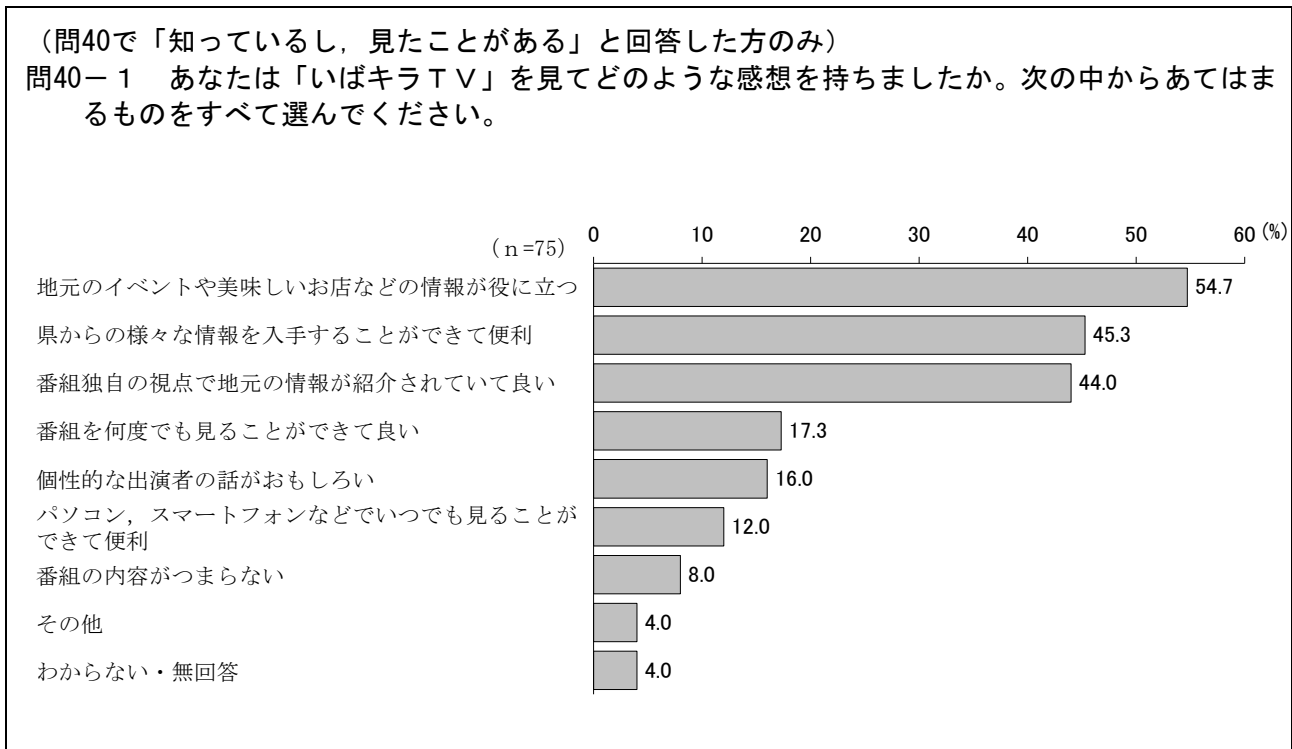
図XIII 40-1 「いばキラTV」の認知度
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, ライフステージ別, 居住年数別)



(注) 回答者数が30未満の層は分析ではふれていない。

(2) 「いばキラTV」を見た感想

—「地元のイベントや美味しいお店などの情報が役に立つ」が5割台半ば—

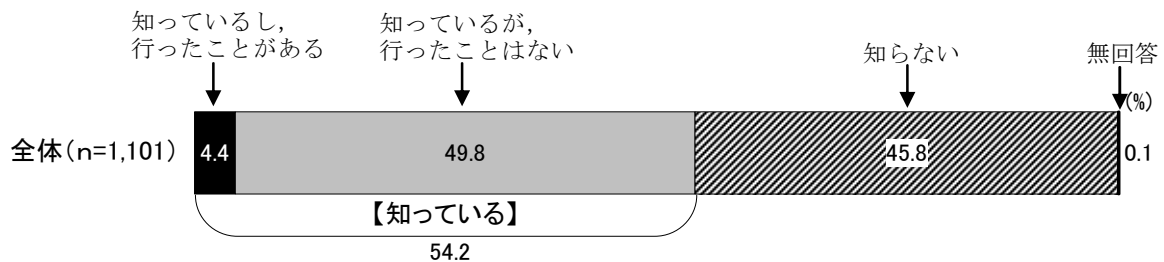


「いばキラTV」を【知っている】と回答した方に、「いばキラTV」を見た感想を聞いたところ、「地元のイベントや美味しいお店などの情報が役に立つ」(54.7%)が5割台半ばと最も高く、次いで、「県からの様々な情報を入手することができて便利」(45.3%)、「番組独自の視点で地元の情報が紹介されていて良い」(44.0%)が4割台で続いている。

6. 「茨城マルシェ」の認知度

—【知っている】が5割台半ば—

問41 県では、平成24年11月から、東京の銀座に県産品などを紹介するアンテナショップ「茨城マルシェ」をオープンしていますが、あなたは「茨城マルシェ」を知っていますか。次の中から1つだけ選んでください。



「茨城マルシェ」の認知度としては、「知っているし、行ったことがある」(4.4%)と「知っているが、行ったことはない」(49.8%)を合わせた【知っている】(54.2%)は5割台半ばとなっている。一方、「知らない」(45.8%)は4割台半ばとなっている。

—県央で【知っている】が約7割—

地域別でみると、【知っている】は、県央(67.1%)で約7割と最も高くなっている。

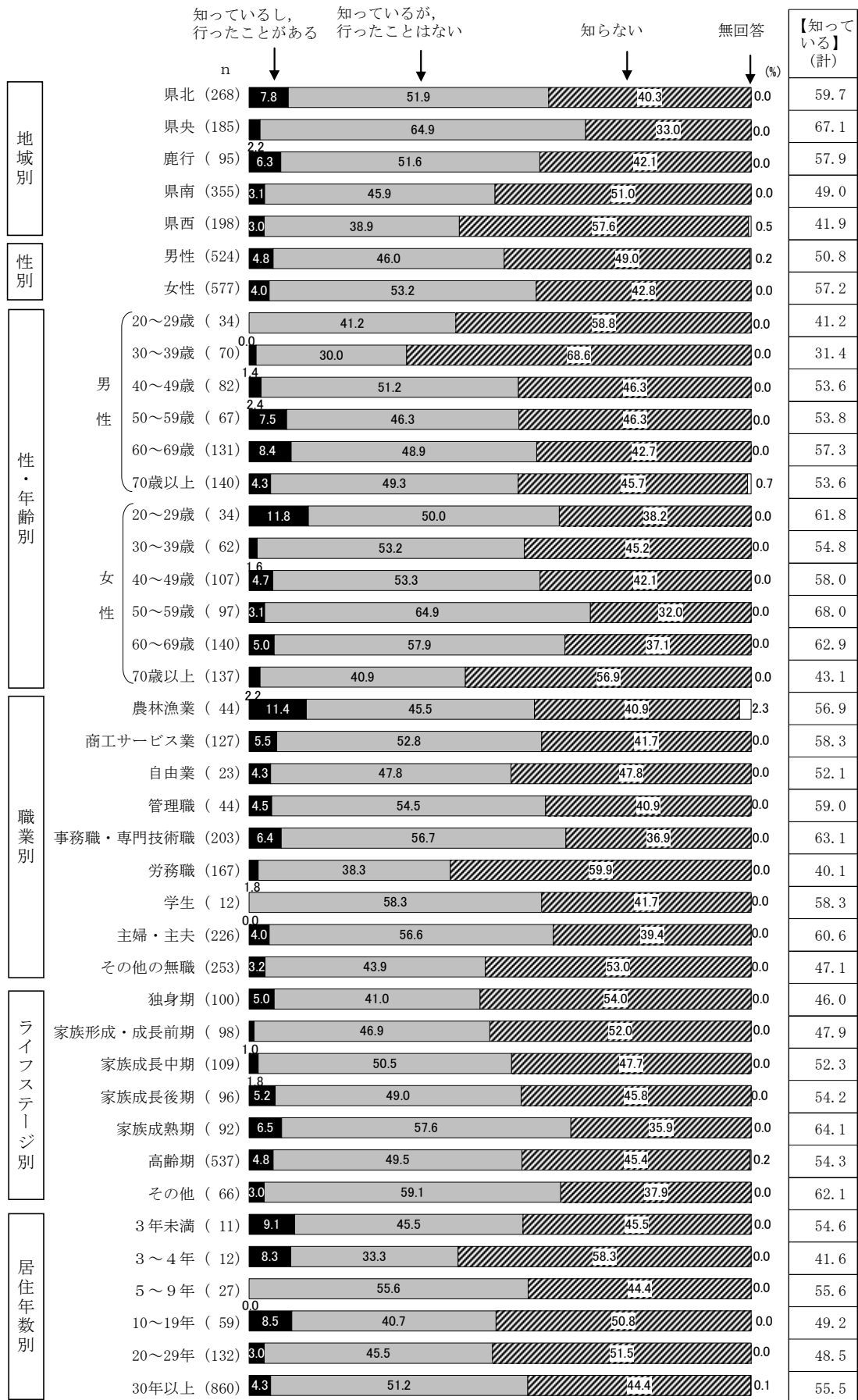
—女性の50代で【知っている】が約7割—

性・年齢別でみると、【知っている】は、女性の50代(68.0%)で約7割と最も高くなっている。

—家族成熟期で【知っている】が6割台半ば—

ライフステージ別でみると、【知っている】は、家族成熟期(64.1%)で6割台半ばと最も高くなっている。

図XIII 41-1 「茨城マルシェ」の認知度
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, ライフステージ別, 居住年数別)



(注) 回答者数が30未満の層は分析ではふれていない。