

宮崎市政モニター

令和4年度第3回アンケート集計結果

(令和5年2月実施分)

第3回アンケート

- ① 「宮崎産米」に関するアンケート調査 ……P 3～
- ② 「プレミアム付商品券」「キャッシュレスで最大20%戻ってくるキャンペーン」に関するアンケート調査 ……P 9～
- ③ 「神武東遷」に関するアンケート調査 ……P16～
- ④ 「市政広報」に関するアンケート調査 ……P24～

宮崎市秘書課広報広聴室

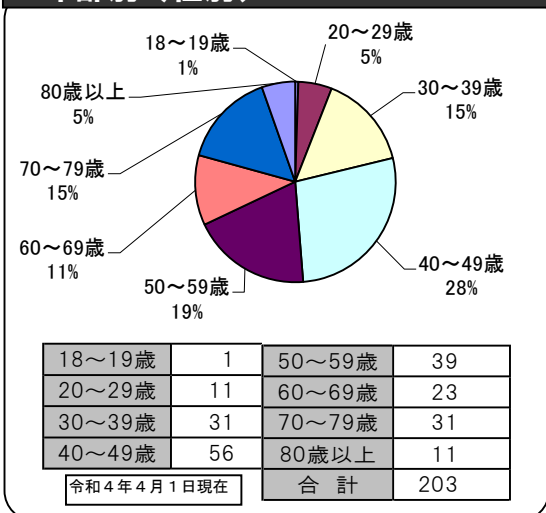
令和4年度 第3回宮崎市政モニターアンケート調査概要

(1)調査担当課	①農政部 農業振興課 ②観光商工部 商業政策課 ③観光商工部 観光戦略課 ④企画財政部 秘書課
(2)アンケート内容	①「宮崎産米」に関するアンケート調査 ②「プレミアム付商品券」「キャッシュレスで最大20%戻ってくるキャンペーン」に関するアンケート調査 ③「神武東遷」に関するアンケート調査 ④「市政広報」に関するアンケート調査
(3)調査期間	令和5年1月20日～2月3日 ※終了後も一定期間回収
(4)送付数	203人(WEBモニター:121人、郵送モニター:82人)
(5)回答数	①178人(WEBモニター:101人、郵送モニター:77人) 回答率 87.7% ②177人(WEBモニター:100人、郵送モニター:77人) 回答率 87.2% ③175人(WEBモニター:98人、郵送モニター:77人) 回答率 86.2% ④173人(WEBモニター:96人、郵送モニター:77人) 回答率 85.2%

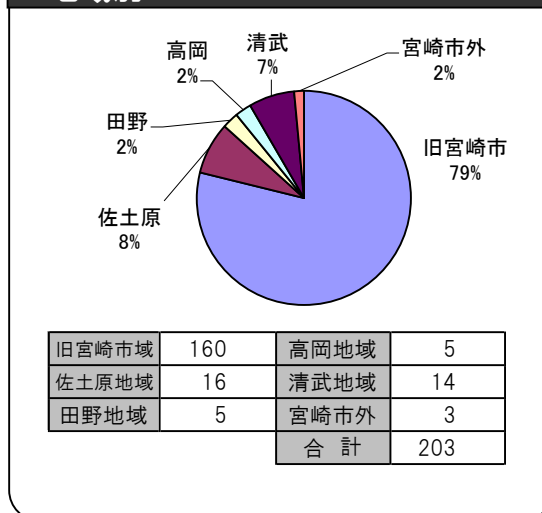
モニターの属性（モニター全体）

基準日：令和4年1月20日

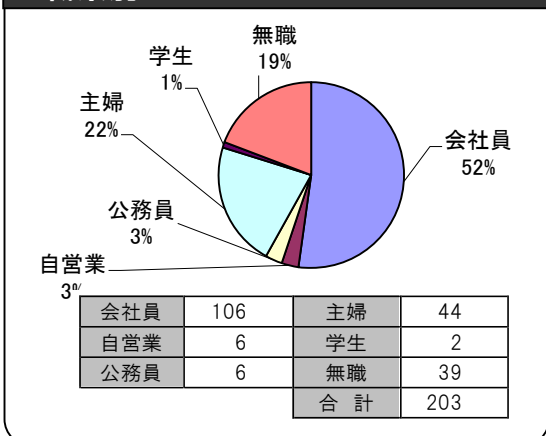
年齢別（性別）



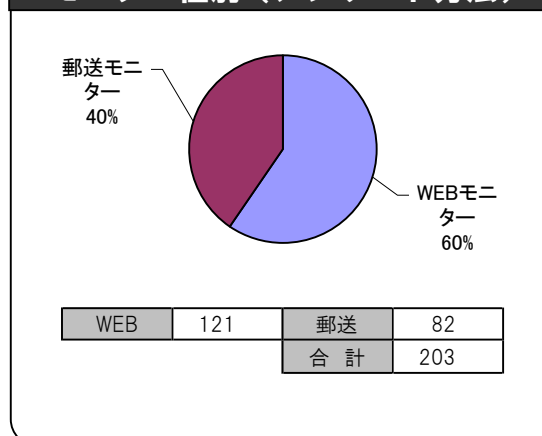
地域別



職業別



モニター種別（アンケート方法）



「宮崎産米」に関するアンケート調査 集計結果

◆ 調査の目的

本市では、「宮崎産米」の消費拡大に取り組んでおり、通常のお米に加え、特別栽培米の栽培も行われている。

特別栽培米とは、「特別栽培農産物に係る表示ガイドライン」に沿って化学肥料の窒素成分量を1/2以下、農薬は通常の栽培をする基準の1/2以下の使用量で栽培されたお米のことで、依然として、認知度が低く、認知度の向上に取り組んでいる。

今回のアンケートで、本市内における現時点での認知度・消費動向を調査することにより、「宮崎産米」の更なる推進及び、今後の事業立案に活用する。

◆ 調査の概要

- (1) 調査期間 令和5年1月20日 ~ 令和5年2月3日 ※終了後も一定期間回収。
- (2) モニター数 203人
- (3) 回答者数 178人 (回答率88%)
- (4) 担当課 農政部 農業振興課

◆ 調査結果考察

- ・ 【問1～問5】
本市で栽培されている特別栽培米について、認知度は「21.8%」と低く、特別栽培米を知っている消費者の方においても、「店頭で見たことがある」と回答された方が約7割、「食べたことがある」と回答された方は、約6割となっている。
実際に特別栽培米を召し上がられた消費者のうち、約7割が普段食べているお米との違いを感じたと回答している。
- ・ 【問6～7】
主食として食べているものについて、「ご飯」と回答された方は、全体の約95%とほとんどの方が食べている。
また、ご飯を食べるタイミングについては夕食のときに「ご飯」を食べると回答した方が最も多かった。
- ・ 【問8～問12】
お米を購入する際、重要視するポイントについて、「産地」・「味」と回答された方が約6割となっており、産地を重要視すると回答された方が最も多かった。
お米の購入先は、スーパーが大半を占めており、購入する際も、2キロ以上10キロ未満のお米を買うと回答した方が全体の約「8割」となった。
購入頻度についても月に1回程度と回答された方が約6割であった。
- ・ 【問13～15】
普段食べているお米の品種として、「コシヒカリ」、「ヒノヒカリ」と回答された方は、全体の約7割を占めており、味や産地を理由に食べ続けられている結果となった。
また、市内産や宮崎県内産と回答された方が全体の約7割となった。

◎ 調査結果

集計結果の数値(%)は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、内訳の合計が100%にならない場合がある。また、複数回答の設問は、回答者数を母数とする。

問1 「特別栽培米」を知っていますか。

選択肢 (回答者数 177人)	回答数	構成比
① 知っている⇒問2へお進みください	37	20.9%
② 知らない ⇒問6へお進みください	140	79.1%
計	177	100%

問2 「特別栽培米」をお店で見たことがありますか。あてはまるものを1つ選んでください。

選択肢 (回答者数 37人)	回答数	構成比
① ある⇒問3へお進みください	29	78.4%
② ない⇒問3へお進みください	8	21.6%
計	37	100%

問3 「特別栽培米」を食べたことがありますか。あてはまるものを1つ選んでください。

選択肢 (回答者数 37人)	回答数	構成比
① ある⇒問4へお進みください	23	62.2%
② ない⇒問5へお進みください	14	37.8%
計	37	100.0%

問4 「特別栽培米」を食べたとき、普段食べられているお米と比べてどのような違いを感じましたか。

選択肢 (回答者数 19人)	回答数	構成比
① 弾力性(粘り)	2	10.5%
② 香り	3	15.8%
③ 味	7	36.8%
④ 感じられなかった	7	36.8%
計	19	100%

問5 「特別栽培米」の栽培方法について、化学肥料の窒素成分量を1/2以下、農薬は通常の栽培をする基準の1/2 以下の使用量に抑えられていることを知っていますか。

選択肢 (回答者数 14人)	回答数	構成比
① 知っている⇒問6へお進みください	6	42.9%
② 知らない ⇒問6へお進みください	8	57.1%
計	14	100%

問6 普段食べる機会が多い主食は何ですか。

選択肢 (回答者数172人)	回答数	構成比
① ご飯	164	95.3%
② パン	6	3.5%
③ 麺類 (うどん・パスタ等)	1	0.6%
④ その他	1	0.6%
計	172	100%

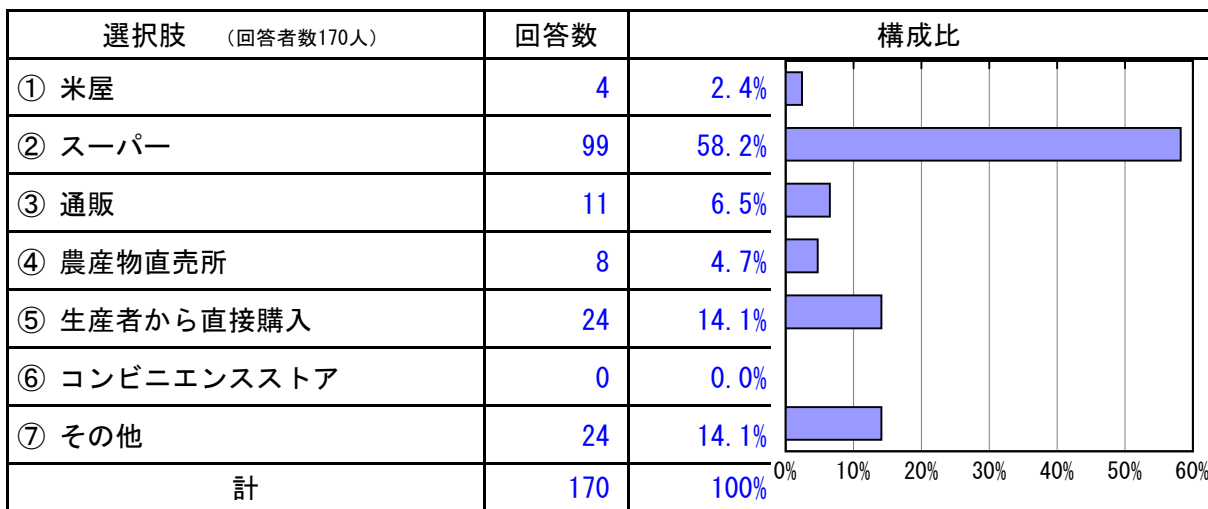
問7 ご飯は「朝食」「昼食」「夕食」のどのタイミングで食べますか。(複数回答可)

選択肢 (回答者数178人)	回答数	構成比
① 朝食	90	24.5%
② 昼食	123	33.4%
③ 夕食	155	42.1%
計	368	100%

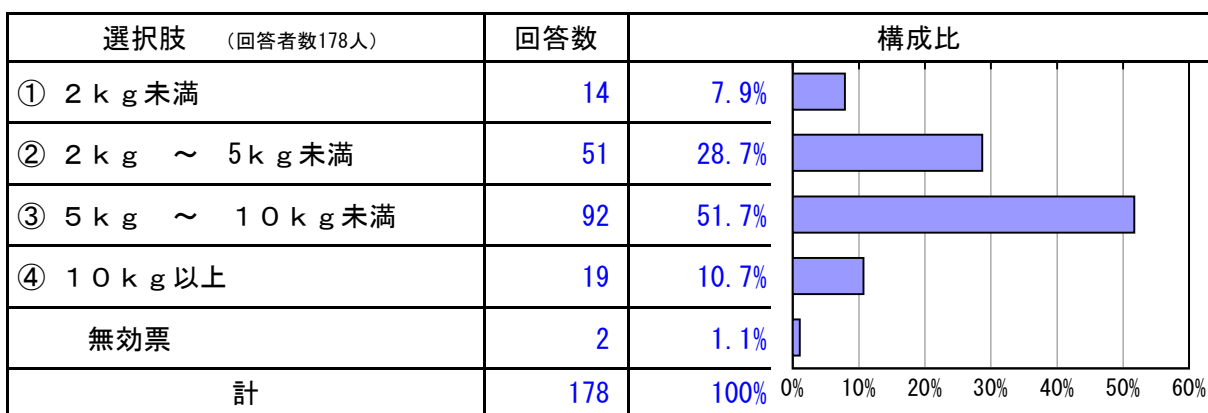
問8 お米を購入する際に最も重要視していることは何ですか。

選択肢 (回答者数151人)	回答数	構成比
① 安さ	20	13.2%
② 産地	44	29.1%
③ 品種	11	7.3%
④ 安全性 (有機・特別栽培米など)	15	9.9%
⑤ 手軽さ (無洗米・パックご飯)	11	7.3%
⑥ 味	42	27.8%
⑦ その他	8	5.3%
計	151	100%

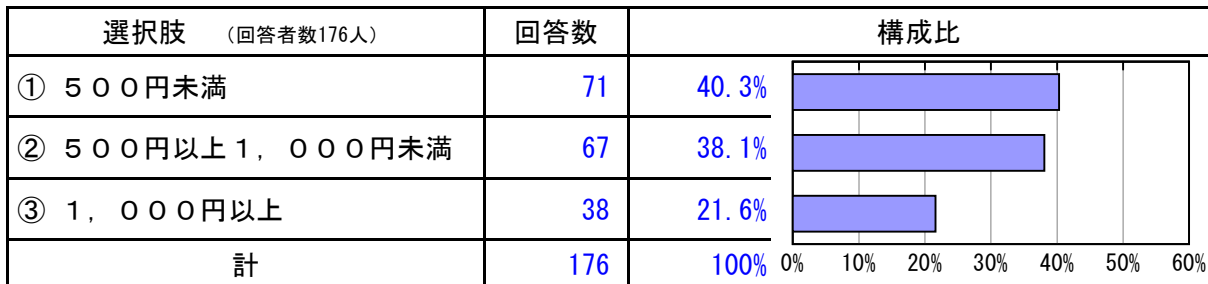
問9 お米の購入先を教えてください。



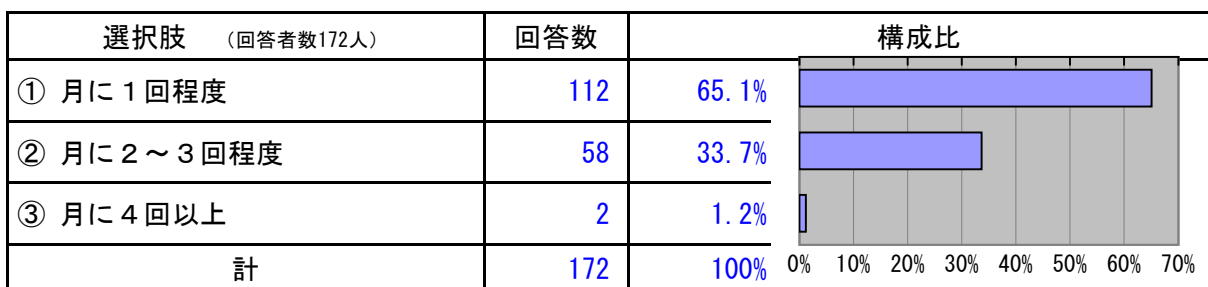
問10 お米を購入される場合、何キロ入りを購入しますか。



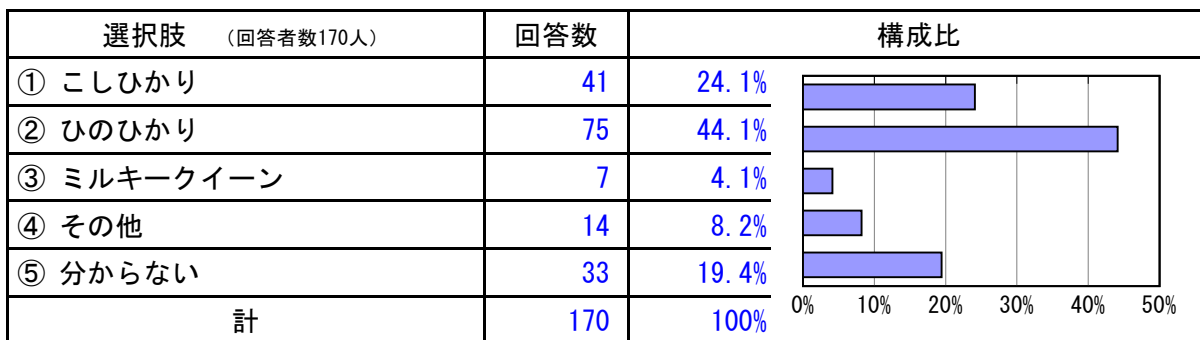
問11 普段買われるお米の価格を教えてください。(1kgあたり)



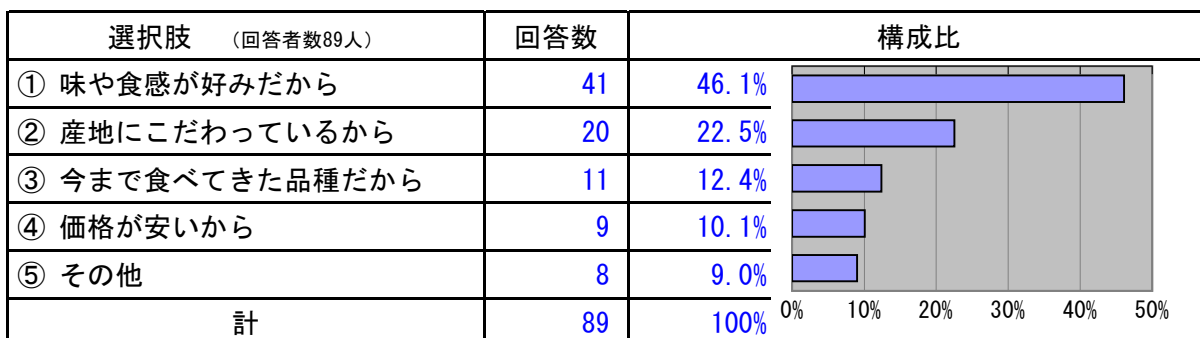
問12 お米の購入頻度を教えてください。



問13 普段食べているお米の品種は何ですか。



問14 問13でご回答いただいた品種を選ばれている理由を教えてください。



問15 問13でご回答いただいた品種を選ばれている理由を教えてください。



問16 問15でご回答いただいた産地を選ばれている理由を差し支えなければ教えてください。

- ・地元産であるから
- ・購入する時々でお店が違うので、扱っている産地が色々だから。
- ・宮崎県産や被災地だったり九州内が主ですが子供の勉強のために色々な産地の物を選んだりしてます。お米にも色々な特色があることを知ってほしい小学校の教科で習うので。
- ・安全性と価格で決めるから
- ・地元のお米を食べたいし、地産地消になればと思って。
- ・安心で美味しく、近所のスーパーで手に入るから。
- ・宮崎のお米が美味しいと思うから。
- ・何もわざわざ遠方(新潟など)の米どころの有名ブランドでなくても、「県内産」で、かつ、味・食感が当家に合っていて、「無洗米」もあり、近くのスーパー(生協)で確実・気軽に購入できるから。”

問17 お米の消費量が減少してきているなか、消費者の方がより多く「宮崎産米」を購入していただくために、今後、どのような取組が必要だと思いますか。ご意見がありましたらご自由にご記載ください。

イベント等で宮崎産米を使った料理コンテストや体験イベントで集中的にアピールする事も必要かと思う。ブランド力が必要。SNSを使って話題になる様なインパクトある宣伝。パッケージデザインへのこだわり。贈答用の小分けされたお洒落なデザインパッケージで利用したくなる様な仕掛け。園児や小学生の継続的な学校での体験学習等を通じて地元のお米に愛着を持ってもらえるような取組みも効果的ではと思う。

健康に気を遣われている方には五穀なども宮崎で作って宮崎産米に合うブレンドを試してみたり、独自にご飯の日を作ったり、朝食に子供にも健康が気になる人、ダイエットにもお米が合うという事をもっとアピールして気に止めてくれる方が増えると良いですね。

安全性のアピール

手軽に食べられる方法、冷凍・冷蔵の保存方法も一緒にレシピと組み合わせた提案。鶏、豚、牛のお肉のイベントの際に、組合せのごはんとして一緒に出店する。

宮崎県産米のパックご飯を販売する。

ブランド米として品質の向上を図るとともに安価で流通コスト削減に努める。

美味しい料理レシピを一緒につける

味・食感是新潟・魚沼などの有名産地に匹敵するということを徹底してPRするに限る。

PR活動を行う。お米の違いを示す。5・6か所の産地を上げて、実演販売を行う。料理教室を行う。

宮崎県産のお米もいろんな種類があるので、1度に食べ比べができるような「2合米の詰め合わせ」等が、店頭で気軽に買えるといいと思います。

積極的なPR

香り、粘り気のある品種改良

PRと買いやすい価格設定

おいしさのPR。

広告、情報、アピール。

「プレミアム付商品券」、 「キャッシュレスで最大20%戻ってくるキャンペーン」 に関するアンケート調査 集計結果

◆ 調査の目的

今年度、新型コロナウイルス感染症拡大により大きな影響を受けている本市経済の建て直しを図ること、また原油価格・物価高騰対策を目的とし、プレミアム付商品券を8月と11月に2度発行、また10月にはPayPayなどのキャッシュレス決済における20%ポイント還元事業を実施した。今回、これらの事業が市民の消費行動にどのように影響したのか調査することにより、今後の施策について検討していきたい。

◆ 調査の概要

- (1) 調査期間 令和5年1月20日～2月3日 ※終了後も一定期間回収。
- (2) モニター数 203人
- (3) 回答者数 177人 (回答率87%)
- (4) 担当課 観光商工部 商業政策課 商業振興係

◆ 調査結果考察

<プレミアム付商品券に関して>

- ・プレミアム付商品券の販売を新聞折込チラシで知る人の割合が高いことが分かった。(問2)
- ・商品券の利用方法については、8割以上が食料品や日用品に利用し、物価高で価格が上がったものを購入した人の割合は5割に満たない程度であった。(問4・6)
- ・また、プレミアム付商品券による消費促進効果を感じた人の割合は9割以上であり、次回発行の場合の購入意欲があると回答した人の割合は100%に近い。(問7・8)
- ・その他、発行回数、購入セット数を増やしてほしいとの声が多数見られた。(問9)
- ・反対に購入されなかった人の理由として、使用期限があるから・周知不足等の意見があった。(問10)

<ポイント還元事業に関して>

- ・ポイント還元事業については回答者の約半数の利用が見られ、店舗でポスター・ステッカーを見て知る人の割合が高かった。(問12・13)
- ・プレミアム付商品券と同様、食料品や日用品等に利用する人の割合がかなり高かった。(問14)
- ・プレミアム付商品券と比べ、ネットショッピングより市内の店舗で購入する人の割合、物価高で価格が高騰した物を買う人の割合が高かった。(問15・16)
- ・ポイント還元事業の実施で消費促進効果を感じた人の割合は8割を越え、次回実施する場合の参加意欲がある人の割合も9割を越える結果となった。(問17・18)
- ・反対にポイント還元事業を利用されなかった理由としては、キャッシュレスを利用していないからと回答した人の割合が1番高かった。(問19)

<その他>

- ・今後望む経済対策においては、紙の商品券と、スマホを利用した対策(ポイント還元事業・電子商品券)の2つに分類して比較すると割合はほぼ同じであった。(問20)

◆ 調査結果まとめ

紙・デジタルそれぞれの特性があるため、幅広い世代に向けた経済対策を検討していく必要がある。今後の施策の検討に生かしていくために、今回のアンケートの調査結果を活用する。

◎ 調査結果

集計結果の数値（％）は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、内訳の合計が100%にならない場合がある。また、複数回答の設問は、回答者数を母数とする。

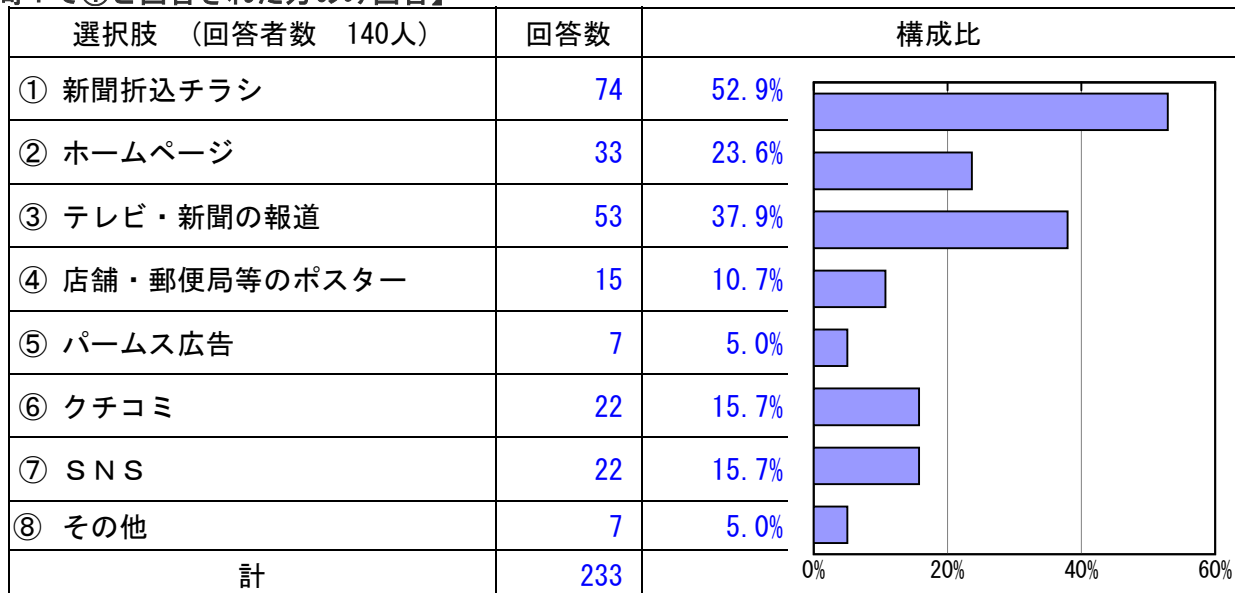
I. プレミアム付商品券について

問1 宮崎市新型コロナ経済対策プレミアム付商品券を購入しましたか。



問2 プレミアム付商品券の販売をどこで知りましたか。（複数選択可）

【問1で①と回答された方のみ回答】



問3 今回のプレミアム付商品券は、共通券7枚・地元応援券6枚の13枚セットでの販売ですが、この割合についてどう思われますか。（1つ選択）

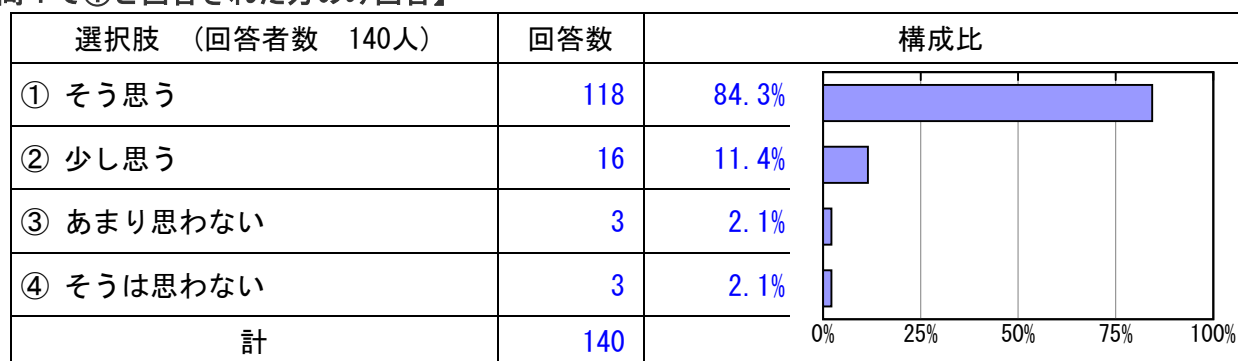
【問1で①と回答された方のみ回答】



＜プレミアム付商品券の使用方法について＞

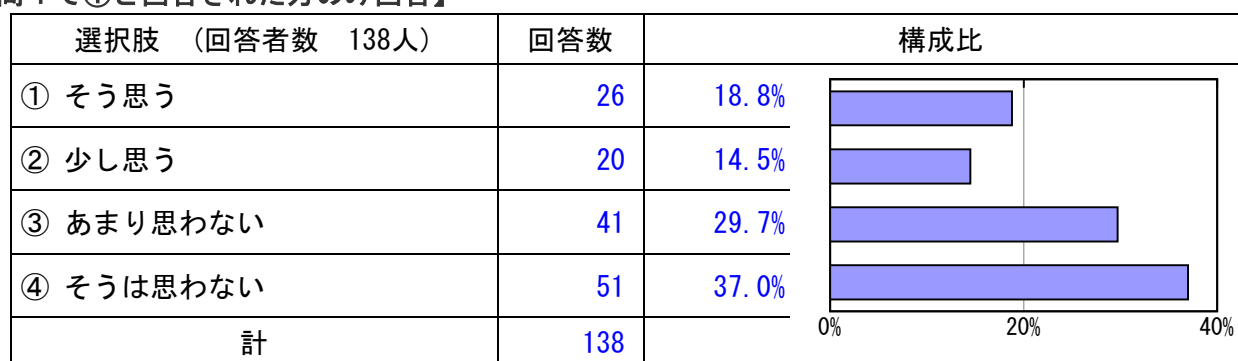
問4 食料品や日用品等の普段通りの買い物に多く利用した。

【問1で①と回答された方のみ回答】



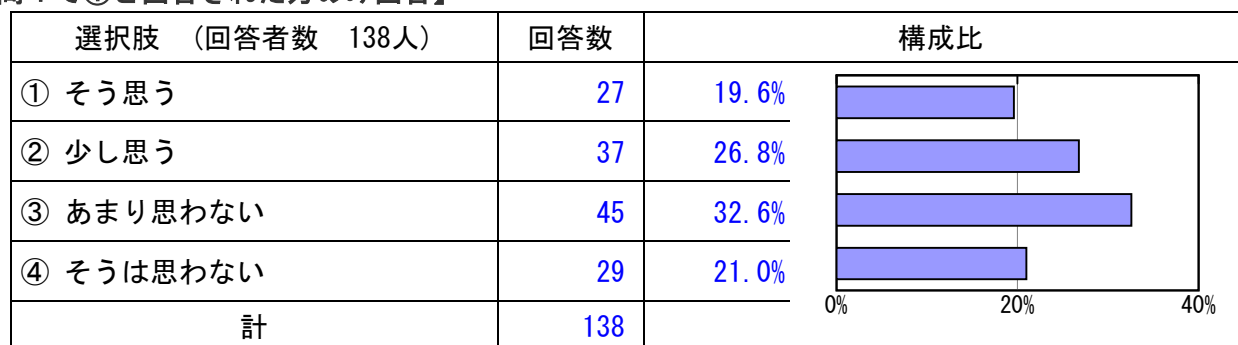
問5 普段ネットショッピングで買う物も市内の店舗で購入した。

【問1で①と回答された方のみ回答】



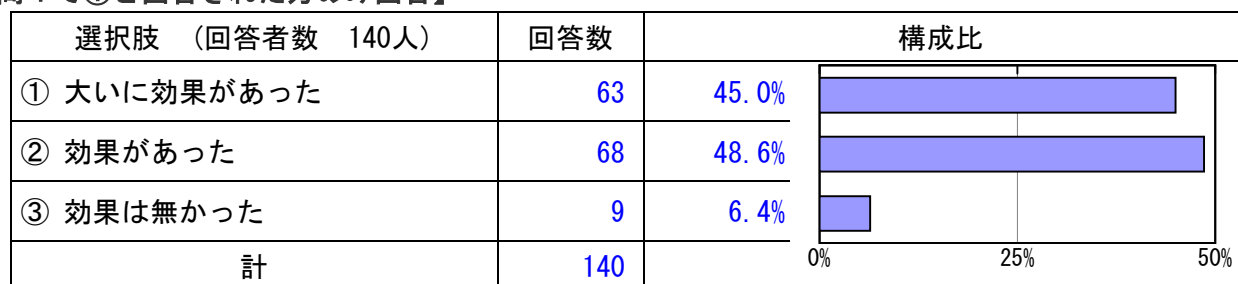
問6 最近の物価高で価格が上がったものを購入した。

【問1で①と回答された方のみ回答】



問7 プレミアム付商品券発行により、消費促進効果はあったと感じますか。

【問1で①と回答された方のみ回答】



問8 今後もプレミアム付商品券を発行したら購入しますか。

【問1で①と回答された方のみ回答】

選択肢 (回答者数 140人)	回答数	構成比
① 購入する	136	97.1%
② 購入しない	1	0.7%
③ わからない	3	2.1%
計	140	

問9 その他ご意見があればお書きください。

【問1で①と回答された方のみ回答】

- ・物価高もあり、外食や年末用品の購入が出来て嬉しい
- ・お得感があるので発行回数を増やしてほしい ・購入可能セット数を増やしてほしい
- ・買い物に行く頻度が増え、普段購入しないものも買った。
- ・1世帯の購入可能を減らし、より多くの人に渡るようにしてほしい
- ・金額も高すぎず、経済の建て直しにも繋がるなら大変良い
- ・子どもが多いため助かった ・電子にしてほしい ・使用期限が短い
- ・使えるお店が少ないエリアもある ・お釣りが出ないのが不便 ・500円券が使いやすい
- ・電話・はがき応募は無くさないでほしい

問10 商品券を購入されなかった理由について、当てはまるものを選んでください。(複数選択可)

【問1で②と回答された方のみ回答】

選択肢 (回答者数 35人)	回答数	構成比
① 知らなかったから	7	20.0%
② 販売所が遠いから	6	17.1%
③ 商品券の仕組みがわからないから	4	11.4%
④ 使用期限があるから	7	20.0%
⑤ 興味が無いから	8	22.9%
⑥ 使いたいお店が登録店舗にないから	6	17.1%
⑦ その他	7	20.0%
計	38	

⑦その他を選択された方の意見

- ・購入時期や購入場所がわからなかった
- ・平日昼間は時間がとれなかった
- ・面倒くさそうだった
- ・購入が間に合わなかった

問11 その他ご意見があればお書きください。

【問1で②と回答された方のみ回答】

- ・商品券に関する情報が入ってこなかった
- ・アプリが良い
- ・市民に平等に配布する形が良い
- ・現金を配ってほしい
- ・購入する余裕がない
- ・店の会計処理が面倒
- ・ネットで購入できる等、販売窓口の利便性を向上してほしい
- ・コロナ禍で出かけにくかった。
- ・仕組みがわかりにくい
- ・利用可能店舗が探しにくい

Ⅱ. キャッシュレスで最大20%戻ってくるキャンペーンについて

問12 キャッシュレスで最大20%戻ってくるキャンペーンを利用しましたか。

選択肢 (回答者数 166人)	回答数	構成比
① 利用した	85	51.2%
② 利用していない	81	48.8%
計	166	

問13 キャンペーンの実施をどのように知りましたか。(複数選択可)

【問12で①と回答された方のみ回答】

選択肢 (回答者数 93人)	回答数	構成比
① 新聞広告	17	18.3%
② ホームページ	19	20.4%
③ 店舗のポスター・ステッカー	40	43.0%
④ クチコミ	13	14.0%
⑤ SNS	21	22.6%
⑥ その他	12	12.9%
計	36	

<消費行動の変化について>

問14 食料品や日用品等の普段通りの買い物に多く利用した。

【問12で①と回答された方のみ回答】

選択肢 (回答者数 88人)	回答数	構成比
① そう思う	71	80.7%
② 少し思う	9	10.2%
③ あまり思わない	6	6.8%
④ そうは思わない	2	2.3%
計	88	

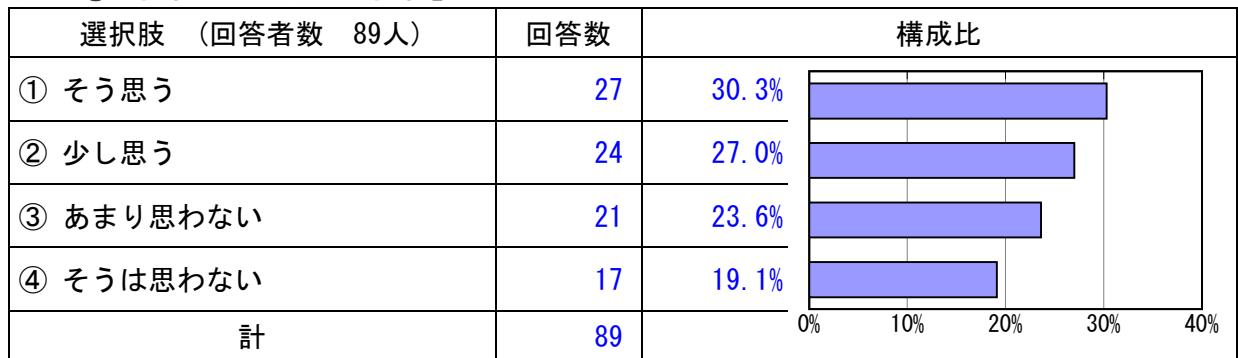
問15 普段ネットショッピングで買う物も市内の店舗で購入した。

【問12で①と回答された方のみ回答】

選択肢 (回答者数 88人)	回答数	構成比
① そう思う	34	38.6%
② 少し思う	14	15.9%
③ あまり思わない	15	17.0%
④ そうは思わない	25	28.4%
計	88	

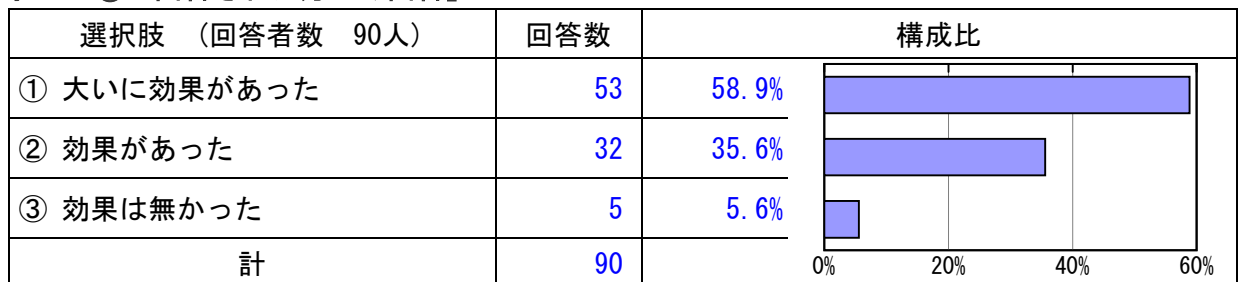
問16 最近の物価高で価格が上がったものを買った。

【問12で①と回答された方のみ回答】



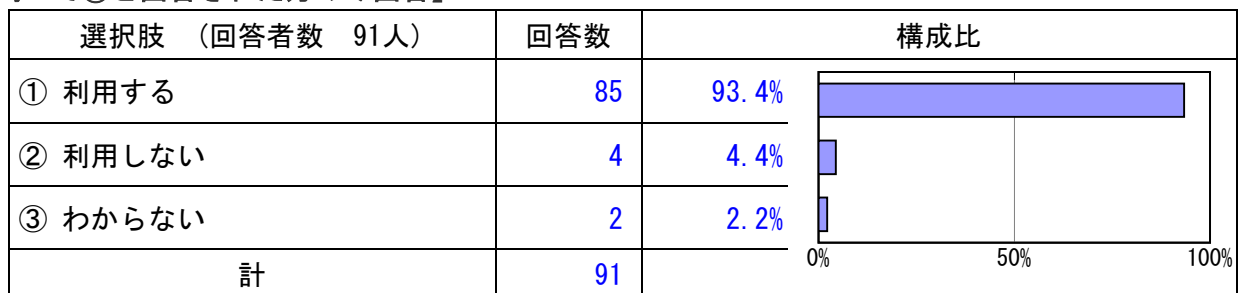
問17 本キャンペーンの実施により、消費促進効果はあったと感じますか。

【問12で①と回答された方のみ回答】



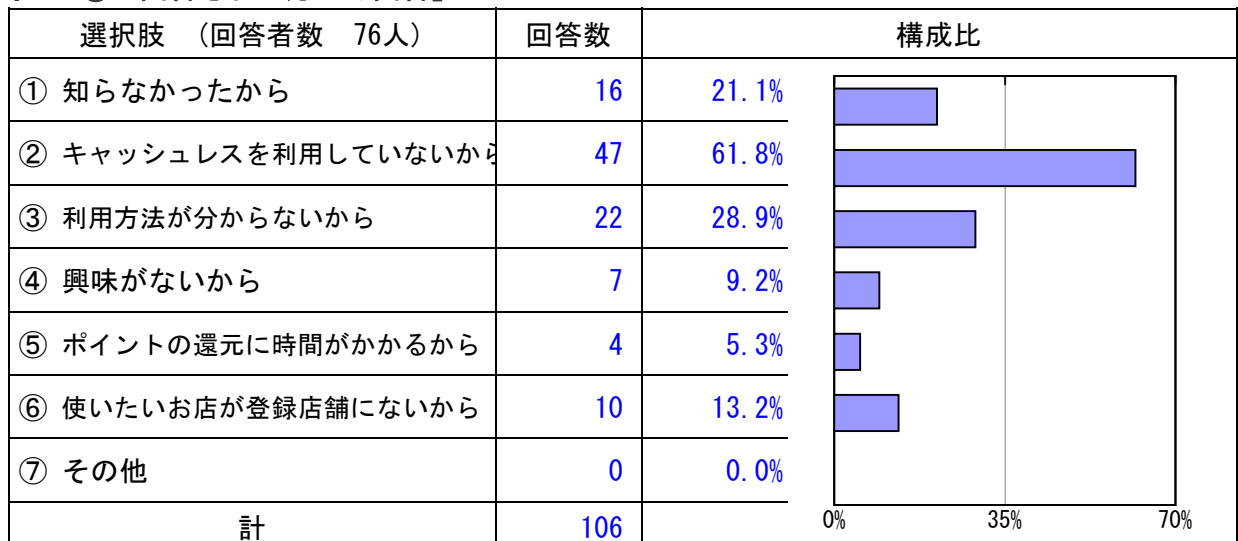
問18 今後も同様のキャンペーンを実施したら利用しますか。

【問12で①と回答された方のみ回答】



問19 キャンペーンを利用されなかった理由について、当てはまるものを選んでください。(複数選択可)

【問12で②と回答された方のみ回答】



⑦その他の内容

- ・ポイントに踊らされて不要なものも買ってしまいそうだから。
- ・スマホを持っていない

問20 今後経済対策を実施する場合、どのような方式が良いと思いますか。(複数選択可)

選択肢 (回答者数 163人)	回答数	構成比
① プレミアム付商品券	122	74.8%
② PayPay等キャッシュレス決済のポイント還元	71	43.6%
③ スマホアプリを利用した電子商品券	57	35.0%
計	250	

問21 その他ご意見があればお書きください。(一部抜粋)

- ・物価高騰のため、どの方法でも経済対策はありがたく、地元応援にも繋がる
- ・スマホを持っていないので紙が良い
- ・プレミアム商品券の使い分けが難しいので、1種類の券にしてほしい
- ・手元にあると計画的に利用できる
- ・ポイント還元は還元率が分かりづらく、お得感を感じにくかった
- ・キャッシュレス決済にだんだん慣れてきたので、今後もキャッシュレスでの事業がいい
- ・レジでの現金のやり取りがないため、キャッシュレスのほうが効率的である
- ・他自治体でもポイント還元事業を実施していたため、効果をいろいろな場所で感じた
- ・購入制限がある商品券より、平等性のあるポイント還元がいい
- ・他自治体と比べ、還元率に差があるのが気になった
- ・3種類の決済方法すべてを入れないと、最大還元にならないのが気になった
- ・キャッシュレスを日頃から使っていないため、詳しく説明してもらわないと使えない
- ・紙と電子両方として、消費者に選ばせるやり方にしてほしい
- ・1円単位で使える電子にしてほしい
- ・利用可能店舗がふえるといい
- ・もっと広報してほしい
- ・財源はどうなっているのか気になる
- ・幅広い年代層が使えるやり方にしてほしい

「神武東遷」に関するアンケート調査 結果集計表

◆調査の目的

本市は、日本最古の歴史書といわれる古事記・日本書紀に記された「神話」の舞台であり、その中でも初代天皇「神武天皇」が宮崎を出立し、奈良・橿原にて即位されるまでのストーリーを「神武東遷」として様々な機会にて認知拡大や観光誘客の素材としての活用に取り組んでいる。

今回のアンケートの結果を参考に、より効果的な「神武東遷」を活用した事業の構築と今後の施策の検討に生かしていく。

◆調査の概要

- (1) 調査期間 令和5年1月20日(月)～2月3日(金)
- (2) モニター数 203名(郵送モニター82名、WEBモニター121名)
- (3) 回答者数 175名
- (4) 担当課 観光商工部 観光戦略課

◆調査結果考察

【問1】『宮崎が「神話」の舞台であることを知っていますか。』

≫「知っている」との回答が90%を超えており、概ね認知されていることが分かった。

【問2】『宮崎のどんな「神話」を知っていますか。』

≫「天岩戸」「天孫降臨」「海幸山幸」のキーワードを選択された方が80%を超えており、「神話」については点での理解は浸透していることが分かった。

【問3】『「神武天皇」を知っていますか。』

≫「知っている」との回答が96%であり、多くの方々に認知されていた。

【問4】『「神武東遷」という言葉を知っていますか。』

≫「知っている」との回答が約50%であり、「神武天皇」を認知している方の約半数であったことから認知度の低さが分かった。

【問5】『「神武東遷」について内容を知っていますか。』

≫「なんとなく知っている」との回答が75%であり、神武東遷の深い理解には至っていないことが分かった。

【問6】『「神武東遷」についてどういうイメージを持っていますか。』

≫「宮崎に縁がある」「興味深い」と回答した人が大半であり、宮崎が関係していることへの興味を持たれていることが分かったが、「難しい」と回答した方も一定数いた。

【問7】『宮崎神宮大祭「神武さま」が開催されているのを知っていますか。また、「神武さま」に行ったことがありますか』

≫歴史も長い、県下最大の祭りであることから、概ね認知されており、約80%の方が「神武さま」に行ったこともあった。

【問8】『宮崎神宮大祭「神武さま」はどのような印象を持ちましたか。』

≫「楽しい」「にぎやか」「人が多い」と回答した人が大半であり、市民の祭りとして定着していることが分かり、「つまらない」と回答した人は約10%であったことから、祭りを面白いと感じていることが分かった。

【問9】『「神武さま広場」に行ったことがありますか。』

≫「行ったことがない」との回答が約6割であり、宮崎神宮大祭「神武さま」へ行ったことがある方と大きい差がみられた。

【問10】『「神武さま広場」はどのような印象を持ちましたか。』

≫「にぎやか」「人が多い」との回答が大半であり、「つまらない」との回答は約6%であった。

【問11】令和5年2月、神武東遷認知拡大・誘客推進イベント「みやぎの神話伝承まつり」が実施されることを知っていますか。

≫約8割の方に開催されることが認知されていなかった。TVCM放送等での広報前の調査であったことから認知が低い結果であったと推測される。

【問12】『宮崎の観光の強みは何だと思いますか。』

≫「食」との回答が最も多かった。「一ツ葉」「ニシタチ」との回答は1割程度であった。

【問13】『「神武東遷」を観光誘客に活用する場合、他のどのような観光素材との組み合わせが適切だと思いますか。』

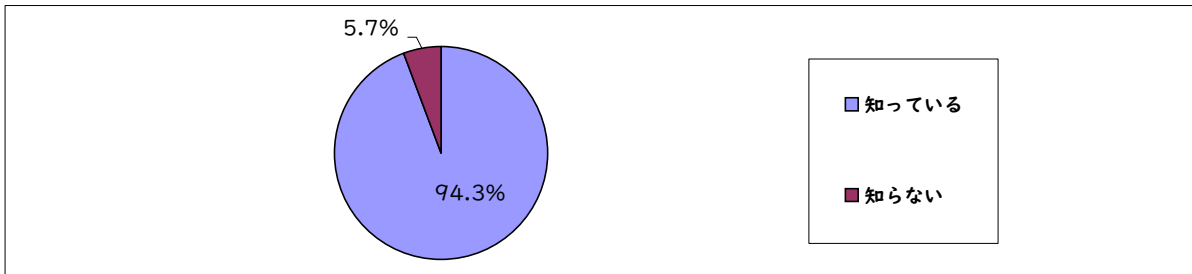
≫「食」や「自然」との組み合わせが適切であるとの回答が多く見られた。

◆調査結果まとめ

「神武東遷」を観光誘客の素材として生かしていくには、認知拡大についても必要な事項であり、特に市民・県民への認知拡大が必要であることが分かった。今後の施策の検討に生かしていくために、今回のアンケートの調査結果を活用する。

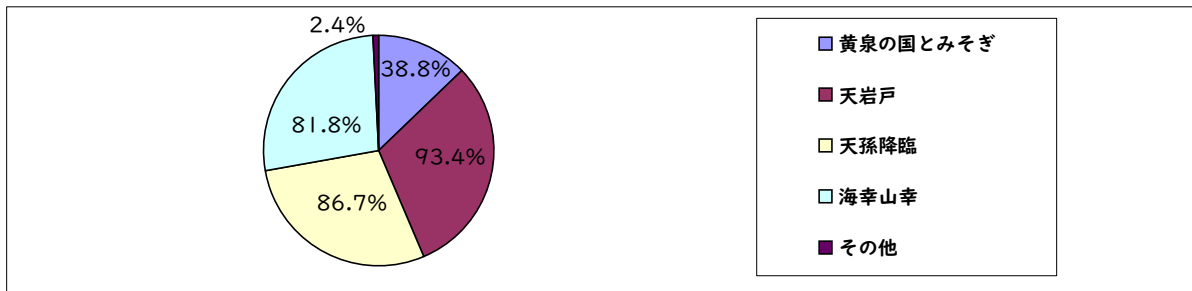
◎調査結果

問1 宮崎が「神話」の舞台であることを知っていますか。



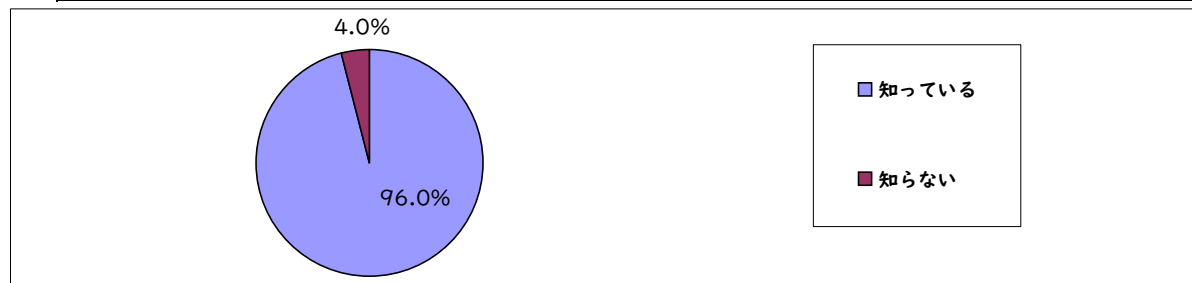
1	知っている	165	94.3%
2	知らない	10	5.7%
割合の分母:問1の回答者の総数		175	

問2 宮崎のどんな「神話」を知っていますか。



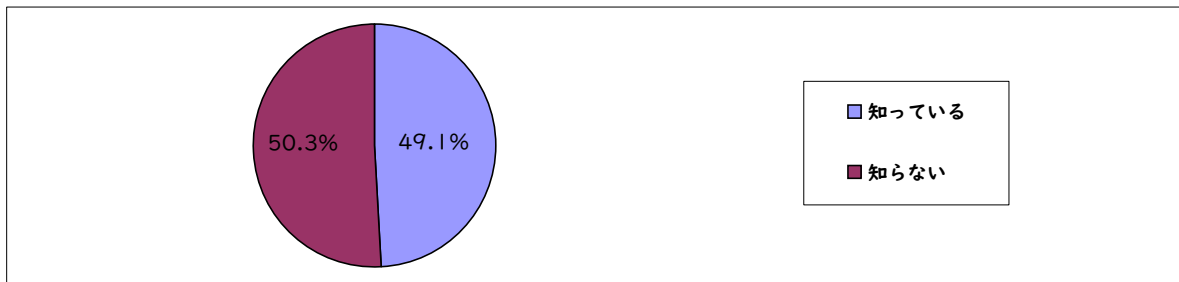
1	黄泉の国とみそぎ	64	38.8%
2	天岩戸	154	93.3%
3	天孫降臨	143	86.7%
4	海幸山幸	135	81.8%
5	その他	4	2.4%
割合の分母:問1の「1」の値		166	

問3 「神武天皇」を知っていますか。



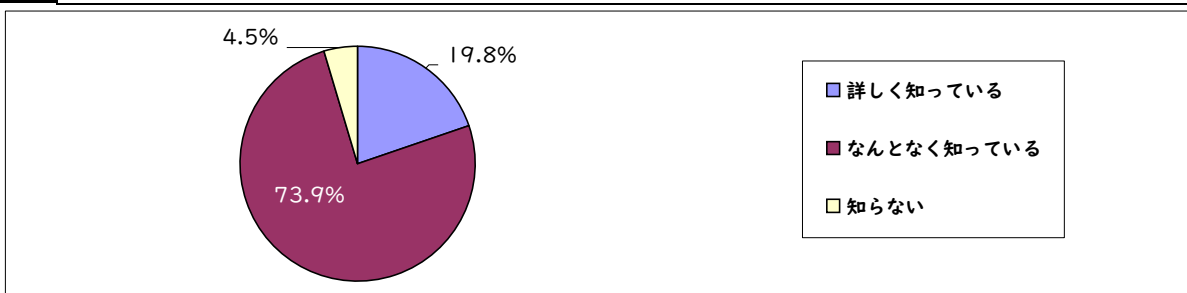
1	知っている	168	96.0%
2	知らない	7	4.0%
割合の分母:問3の回答者の総数		175	

問4 「神武東遷」という言葉を知っていますか。



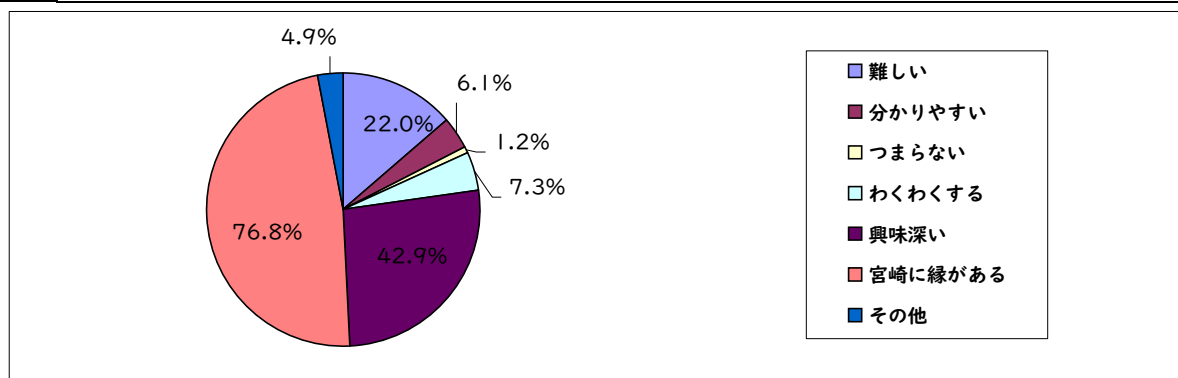
1	知っている	86	49.1%
2	知らない	89	50.9%
割合の分母:問4の回答者の総数		175	

問5 「神武東遷」について内容を知っていますか。



1	詳しく知っている	17	19.3%
2	なんとなく知っている	65	73.9%
3	知らない	4	4.5%
割合の分母:問4の「1」の値		88	

問6 「神武東遷」についてどういうイメージを持っていますか。



1	難しい	18	22.0%
2	分かりやすい	5	6.1%
3	つまらない	1	1.2%
4	わくわくする	6	7.3%
5	興味深い	35	42.7%
6	宮崎に縁がある	63	76.8%
7	その他	4	4.9%
割合の分母:問5の「1」及び「2」の値の合計		84	

問7

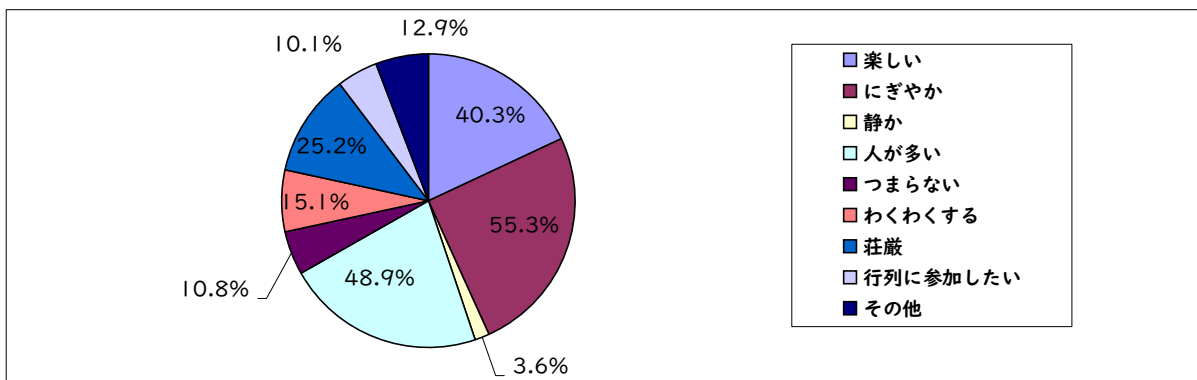
宮崎神宮大祭「神武さま」が開催されているのを知っていますか。
また、「神武さま」に行ったことがありますか。



1	開催されていることを知っており、行ったこともある	139	79.4%
2	開催されていることを知っているが、行ったことはない	30	17.1%
3	開催されていることを知らず、行ったこともない	6	3.4%
割合の分母:問7の回答者の総数		175	

問8

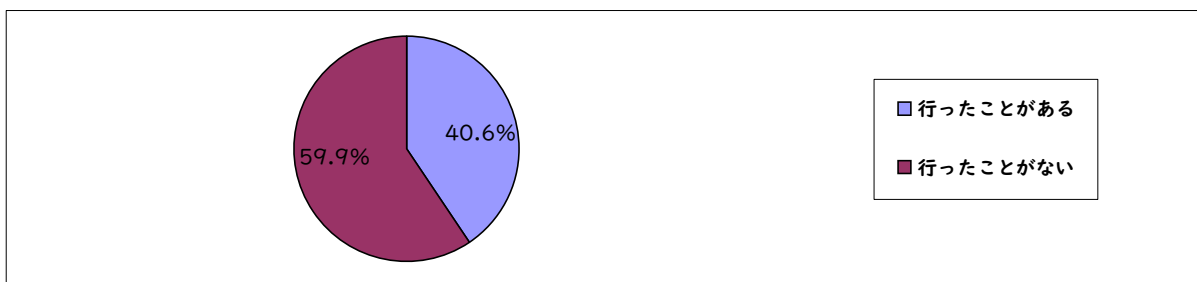
宮崎神宮大祭「神武さま」はどのような印象を持ちましたか。



1	楽しい	56	40.3%
2	にぎやか	78	56.1%
3	静か	5	3.6%
4	人が多い	68	48.9%
5	つまらない	15	10.8%
6	わくわくする	21	15.1%
7	荘厳	35	25.2%
8	行列に参加したい	14	10.1%
9	その他	18	12.9%
割合の分母:問7の「1」の値		141	

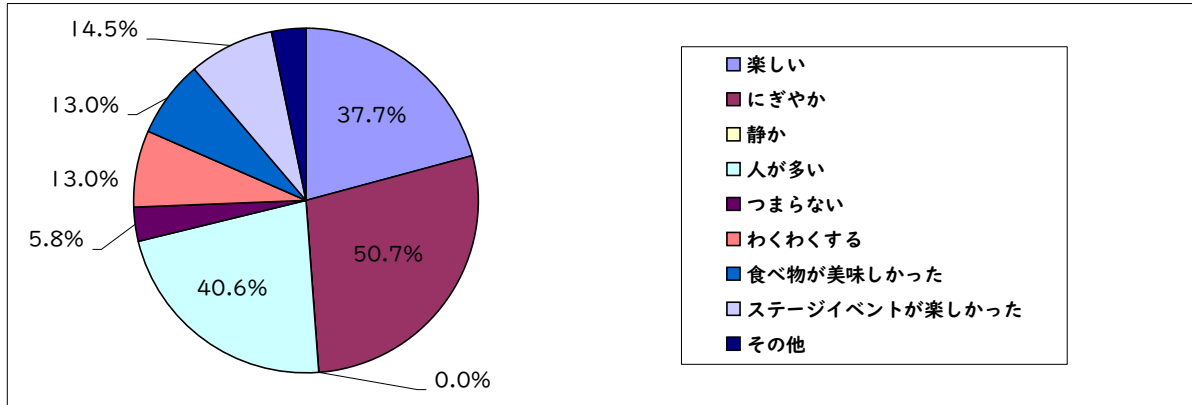
問9

「神武さま広場」に行ったことがありますか。



1	行ったことがある	69	40.6%
2	行ったことがない	101	59.4%
割合の分母:問9の回答者の総数		170	

問10 「神武さま広場」はどのような印象を持ちましたか。

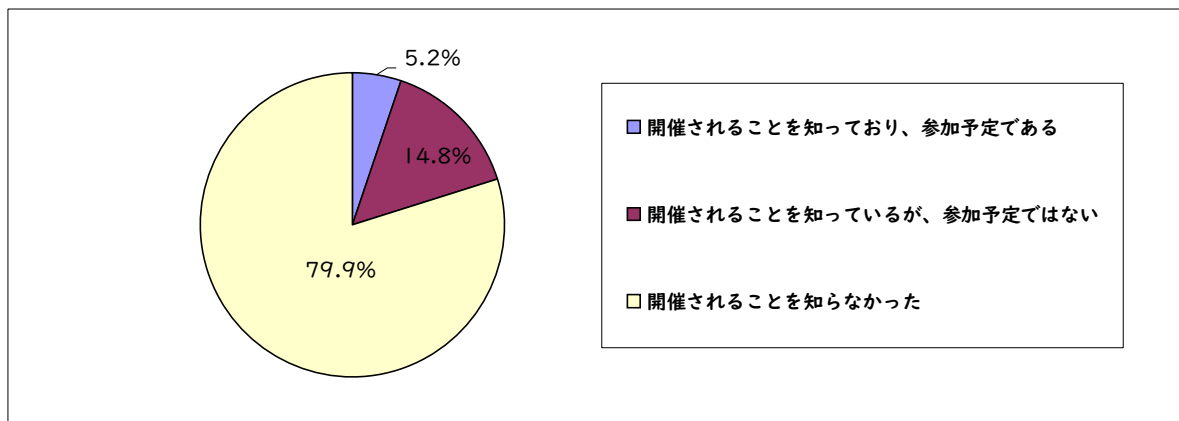


1	楽しい	26	37.7%
2	にぎやか	35	50.7%
3	静か	0	0.0%
4	人が多い	28	40.6%
5	つまらない	4	5.8%
6	わくわくする	9	13.0%
7	食べ物が美味しかった	9	13.0%
8	ステージイベントが楽しかった	10	14.5%
9	その他	4	5.8%

割合の分母:問9の「1」の値

69

問11 令和5年2月、神武東遷認知拡大・誘客推進イベント「みやぎきの神話伝承まつり」が実施されることを知っていますか。

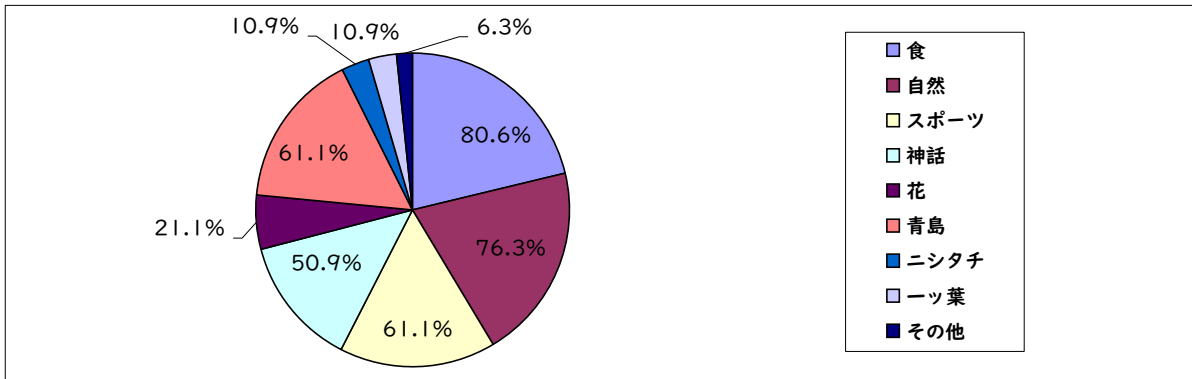


1	開催されることを知っており、参加予定である	9	5.2%
2	開催されることを知っているが、参加予定ではない	26	14.9%
3	開催されることを知らなかった	139	79.9%

割合の分母:問11の回答者の総数

174

問12 宮崎の観光の強みは何だと思いますか。

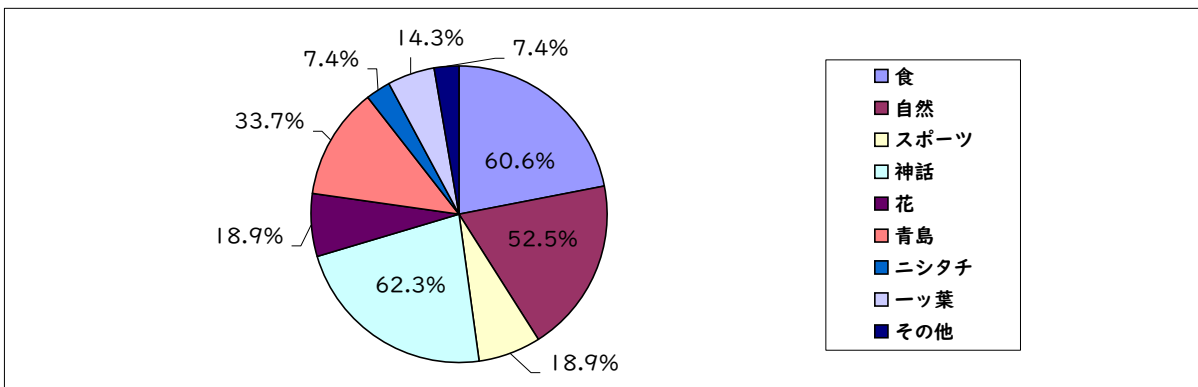


1	食	141	80.6%
2	自然	134	76.6%
3	スポーツ	107	61.1%
4	神話	89	50.9%
5	花	37	21.1%
6	青島	107	61.1%
7	ニシタチ	19	10.9%
8	ーッ葉	19	10.9%
9	その他	11	6.3%

割合の分母:問1の回答者の総数

175

問13 「神武東遷」を観光誘客に活用する場合、他のどのような観光素材との組み合わせが適切だと思いますか。



1	食	106	60.6%
2	自然	92	52.6%
3	スポーツ	33	18.9%
4	神話	109	62.3%
5	花	33	18.9%
6	青島	59	33.7%
7	ニシタチ	13	7.4%
8	ーッ葉	25	14.3%
9	その他	13	7.4%

割合の分母:問1の回答者の総数

175

- ・SNSなどで発信して、いってみたいと思ってもらえることだと思う。
- ・昔はイベント等が少なく、秋のお祭りとして実施されると、見学に行っていたが、今は子供も大きくなり、わざわざ見に行くほどの催しにはなっていない。そういう高齢者や興味を持っていない人を引き付ける何かが必要と感じている。
- ・キャンプの時期等に県外からの人が増えると思うので、その時期頃には次の神武東遷の時期や内容、写真を載せたポスターまたはチラシを目につきやすい場所(空港、ホテル、駅など)に貼っておいて知名度を上げる。
- ・神話に親しみがもてるように小学校から教材として取り上げ、まずは県民が広く認知する必要があると思う。興味を持ってもらえるように簡単なパンフレットなどを作って手に取ってもらい、知ってもらうことから始める必要があると思う
- ・数日かけて様々なところを廻れるように、アプリなどを使ったガイドや、観光客にわかりやすい全体マップなど、わかりやすさが必要だと考えます。
- ・見るとご利益があるとか、触るとご利益があるとか、単にみにきてくださいは限界があるとおもいます
- ・他のエンタメやイベントのほうがいまの若者には集客力があると思うので若い世代の発想力に期待します
- ・まずは、神武東遷についてどういった層が興味を持っているかを知る必要があると思います。恐らく神武東遷について興味があるのは、歴史が好きな人達だと思うので、そういった人たちが観光できた際にどのルートをまわれば、うまく観光できるかなどガイドや資料館と連携してイベントなどを実施すれば良いと思います
- ・宮崎神宮・日向を結ぶルートで 立ち寄りたい場所をピックアップし、通りの自然や食と関連したことができないかなと、アンケートを見て思いました。
- ・まずは、「神武東遷」についての内容周知、次に、食、自然、ホテル(旅館)、温泉など、関連づけていくつかモデルコースを提供するとともに、チョイスして自分でコース設定ができる工夫があるとよい。さらに、費用については価格帯を4ランクぐらいにして、観光客の経済力や興味・関心に沿った選択ができるようにする。何か記念になるお土産(「神武東遷」に関わる物)もあるといいと思う。
- ・体験型のイベントを取り入れてみてはどうでしょうか。また、体験の様子をお店の人などが写真撮影し、体験者にSNSなどで発信してもらうような配慮もあるといいと思います
- ・市長を先頭にしたトップセールスでの売り込み、宮崎出身の芸人を活用したユニークなPR活動の実施等を考えて、関東地区、関西地区等での関心度アップを図る。
- ・パワースポットや、御利益感に、関連付けられると認知度が上がると思います。
- ・普段は経験できない、何かを組み入れて体験ができれば良いと思う。昔の暮らしの体験等。
- ・単体での素材としては、イマイチインパクトが弱いので、抱き合わせや、他市町村との連携も必要。
- ・御朱印の人気を利用して、神武東遷に関連するような神社の御朱印をデザインして特別感を出す。
- ・毎年、12月から2月まで、各種スポーツのキャンプ地として利用されているので、全国から報道関係者や観客が来県されるのを活用すべき。報道される場所や観客が目につく場所に、看板等の設置を行い認知度を高めてゆく。先週、NHKの番組プラタモリで高千穂が特集されていた。県民である私たちも知らない事があり、勉強になった。「神武東遷」という言葉を県民である私でさえ知らないのは、コマーシャル不足で県のホームページの中に掲載し、写真やイラスト等で解説すべきと思います。
- ・テレビなどで神武東遷を題材にしたドラマを制作。宮崎の自然、食、歴史などをテーマに。宮崎出身タレントや今話題のタレントを活用する
- ・「神武東遷」を知っている県民がどれだけいるだろうか。檀原すら山形屋の物産展でよく聞く土地だという認識がほとんどだと思う。観光誘致の前に県民に浸透させるのが先決だと思う。
- ・「神武東遷」について、県民もよく知らない人が多いと思うので、小学校などに簡単に説明したパンフレットなどが配布されるといいなと思います。また、市民に向けてもテレビやラジオなどで、触れる機会が多くなればいいと思いますし、飲食店で「神武東遷」にちなんだメニューなどが食べられるといいなと思います。
- ・誘客対象の「層別」をきっちりと、取り組む方法を考案すべきかと思います。若年(若者)層には、当節人気のあるTVタレントを多用し、高千穂峡などの心霊ゾーンと組み合わせたようなキャンペーンを一定の期間 様々な手段を通じて集中して実施する、・・・ナド。年配の層には、同年代の作家や俳優などに働きかけて、宮崎(だけに拘らず、熊本・鹿児島など隣県と組んで)の特色と神話伝承とを合体できるような旅行記やドキュメンタリー番組をマスコミやTVに出して貰えるよう、必要なコストを掛けていく、・・・ナド

- ・県内外でのPR活動の推進及び地域や小中学生への歴史的教育の展開
- ・若者はあまり神武さまを知らないし、興味がないような印象がある。神話をもっと身近に感じられるようメディアで普及させたり(数分のアニメ)、授業等でも扱ったりできる教材があると良い。
- ・名所、美味しいもの(肉・野菜・果物)
- ・県外での特産品販売会等で大いにお案フレットを配布、宣伝を推進して実施していくように願っております。
- ・神武さま行列に県内の踊りを入れたら。例えば延岡のばんばおどり、日向のひよっこおどり、高千穂の神楽等。
- ・現在の神話と結びつけるために、皇室との関係を語るのが一番。神社に関心を持つ人の中で見落とされているのは障害者。障害者の方々はスポーツイベントを数多く開催している。
- ・一泊、二泊と大きなイベントを作り、高千穂まででみやげ店、ホテル、食事処と青島からのルートを作れたらいいかが。
- ・神武東遷のいわれと題して、宮崎の中心としての足跡をたどりながら、その地の自然や食に触れる旅を提案してみたいかがでしょうか。スタンプラリーやクイズを解いていくと必ず宮崎に関係するものを貰えるとか。特典をつけるのもいいと思います。
- ・他県の人々に対して宮崎には神武東遷に関連したイベントなどがあり、メディアで大いにPRしてほしい。
- ・美々津と榎原と連携した行事が毎年あるとよい、場所は宮崎と奈良と交互に開催、県民が行き来できると良い、新船カーフェリーを利用して。
- ・宮崎県県人会等を通じて、各地の市の事務所、県出身企業、団体等に配信する。
- ・神話をイメージするようなロゴ、キャラクターを作成し市が推奨する商品等、包材、紙袋等に活用して知ってもらおう。
- ・神社スタンプラリーや限定御朱印など、神話にちなんだ料理の提供など
- ・東村アキコさんに漫画化してもらおう。プロ野球キャンプの会場でチラシをマスコットに配布してもらおう。チラシの内容は子供にもわかりやすく漫画やイラストで。
- ・神武東遷が何なのかわかりやすく伝えること、アクセスも大切だと思う。観光地があっても、車がないと行くことが大変なところが多いので、その部分も何とかしてほしいと思います。
- ・分かりやすい短編アニメにして、県民に無料で配布する。一家に1冊。
- ・宮崎神宮と宮崎港を結ぶバス路線があるとよい。宮崎神宮の周辺に休息をとれるブースが欲しい。
- ・神社を巡るツアー企画・神社を巡るスタンプラリーやイベント
- ・神武東遷までの成り立ちや神武東遷の道程をもっと詳しく調査し、各地方での伝説、言い伝え等をつなげていったら面白いのでは。神楽、神社・寺、古墳、滝・山・川・海・食べ物全てに通ずるものがあるのではないかと。一度NHK大河ドラマ等で取り上げてもらうのも一つの方法ではないかと。
- ・観光先では、「食」が必ず必要になるので道の駅等で宮崎の食を広めていくといいと思う。
- ・ホテル、飲食店、青島の観光土産店、駅、空港にポスターをはったり、駅、空港で常設のイベント展示をしたりする。
- ・奈良県と協力して神話にまつわるイベントを開催する。奈良県でも実施してもらおう。ゆかりの地をまわるツアーを組む。☆観光誘客も大事ですが、宮崎県民に神武東遷は認識されているのでしょうか?神武さまや、神話とゆかりがあることは知っていても東遷について、理解している人はどれほどいるのかなあと…講座やツアー他イベントなど、時々みかけますが、県民向けに、もっと参加できる機会を増やすとよいと思います。開催すれば参加者は多いはず。地元が盛り上がれば、県外へのアピール手段も増えると思います。
- ・童話の世界と思っていた。情報等では、新技術の照会が多い。日本の歴史にも取り組んで、先人の知恵を、今の世の中に生かす。先人の苦勞が、今日の世の中がある事を知る。歴史探訪の情報発信を、するのも良いのでは。

「市政広報」についてのアンケート調査 集計結果

◆ 調査の目的

宮崎市では、広報紙やテレビ、ラジオ、SNS、そして報道機関への情報提供などを活用して、効率的かつ確かな広報活動に取り組んでいます。今回の市政モニターアンケートを行うことによって、より良い市政広報を行うための基礎資料とし、今後の活動の改善などを行います。

◆ 調査の概要

- (1)調査期間 令和5年1月20日～令和5年2月3日 ※終了後も一定期間回収
 (2)モニター数 203名
 (3)提出者数 173名 (回答率 85. 2%)
 (4)担当課 企画財政部 秘書課 広報広聴室

◆ 調査結果の考察

問1

市政に関する情報源については、広報紙が最も高い比率となっており、多くの方の情報源となっている。新聞やテレビでの報道による情報の入手も多いことから、マスコミ各社へ積極的に情報提供を行っていくことも効果的であることが分かる。SNSではLINE(ライン)から情報を入手する割合が前年調査の約3倍と増加している。

問2～5

広報紙の入手方法としては、自治会を通じた配布が最も多く6割を超えた。また、市ホームページまたは市公式LINEからの閲覧が前年調査の1.4%から大きく伸び、約8%となっている。広報紙の記事で興味があるものは「特集記事」に次いで「イベント情報」「情報ひろば」が多。広報紙を見てイベントに参加したことがあると答えた回答者も5割を超えており、広報紙の効果が表れていると言える。

問6～8

広報紙の読みやすさについては、読みにくいと答えた回答者は1%以下であった一方で、内容が「ときどき理解できないことがある」と答えた回答者が4.5%あり、また「表現が固い」「難しい」「文字を大きくしてほしい」との意見もあったことから、今後も常に読みやすさを意識する必要がある。

問9～10

広報紙の形態については、9割近くが現状と同じA4サイズの冊子が良いと思っており、現状どおりWEB版との併用を続けていく方法が最適である。全戸配布の必要性については、経費や手間がかかるのであれば、全戸配布を求めない回答者が多かった。

問12～15

SNSの利用状況については、LINE(ライン)が約8割、YouTube(ユーチューブ)が約5割と高い利用率があり、twitter(ツイッター)、Facebook(フェイスブック)、Instagram(インスタグラム)も3割を超える利用率であった。しかし、宮崎市の公式SNSの登録(フォロー)率は、LINEが4割の登録者がいる一方で、その他SNSの利用率は約15%以下と低い状況であった。

今後もSNSの利用状況は増加すると予想されるため、市のSNSに興味を持ってもらえるような内容で、各SNSの特性に合わせて効果的な発信ができるよう努めていく必要がある。

問16～18

新聞の購読については、約半数が購読しており、そのうち「宮崎市からのお知らせ」について、「ほとんど読んでいる」「興味のある部分のみ読んでいる」割合が9割以上であり、有効な発信手段であることが分かった。

問19

テレビのデータ放送の利用については、その利用者は半数以下であり、十分に活用されているとは言えない状況である。

◆ 調査結果のまとめ

・市政情報の入手方法として、一番高い「広報紙」については、今回のアンケート結果を参考にし、読みやすさを追求しながら、さらに幅広い人に読んでもらえるように、興味・関心を引く紙面作りに努めていきたい。

・広報紙をはじめとする市に求められる広報を追求し、市民が宮崎市(行政)をより身近に感じられるような情報発信を心がけていきたい。情報媒体が多くある現代の中で、その特性を生かし、戦略を持った情報発信ができるようにさらに研究していく必要がある。

◎調査結果

集計結果の数値(%)は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、内訳の比率の合計が100%にならない場合がある。また、複数回答の設問は、比率の合計が100%を超える。

1. 「市政情報の入手方法」について、おうかがいします。

問1 日ごろから市政に関する情報やお知らせなどは、どのようなもので目にしますか(または耳にしますか)。テレビ・ラジオ・新聞による報道を含め、当てはまるものをすべて選んでください。

選択肢	回答者数	回答者構成比
1 市広報みやざき(広報紙)	143	82.7%
2 市新聞広告(宮崎市政からのお知らせ)	65	37.6%
3 市ホームページ	62	35.8%
4 市政ラジオ	16	9.2%
5 フェイスブック(SNS)	15	8.7%
6 ツイッター(SNS)	15	8.7%
7 ライン(SNS)	57	32.9%
8 インスタグラム(SNS)	12	6.9%
9 ユーチューブ(SNS)	5	2.9%
10 Yahoo!くらし	14	8.1%
11 デジタルTVデータ放送(MRT)	10	5.8%
12 自治会便による回覧	58	33.5%
13 宮崎ケーブルテレビ	8	4.6%
14 イオンモールデジタルサイネージ	2	1.2%
15 新聞記事(報道)	62	35.8%
16 テレビのニュース(報道)	83	48.0%
17 ラジオのニュース(報道)	35	20.2%
18 その他	4	2.3%
回答者数計	173	-

■「その他」のご意見 ・公共施設、地域事務所掲示板

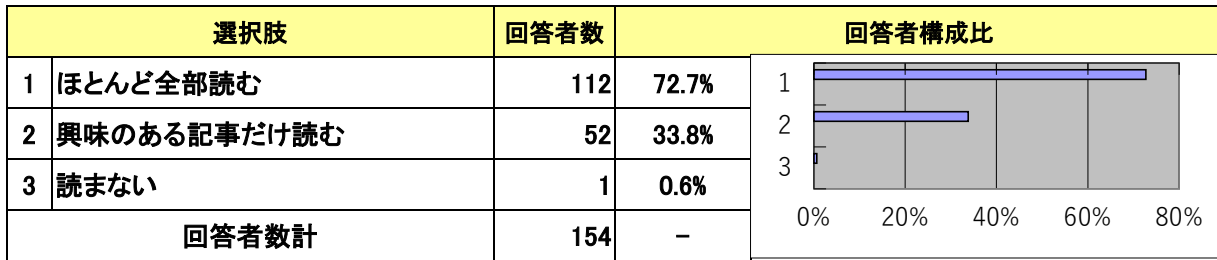
2. 広報紙に関することについて、おうかがいします。

問2 現在、広報紙は、自治会を通じて加入者宅へ配布しているほか、公共施設や金融機関などに設置しています。あなたは、どのような方法で広報紙を入手していますか。あてはまるものを1つ選んでください。

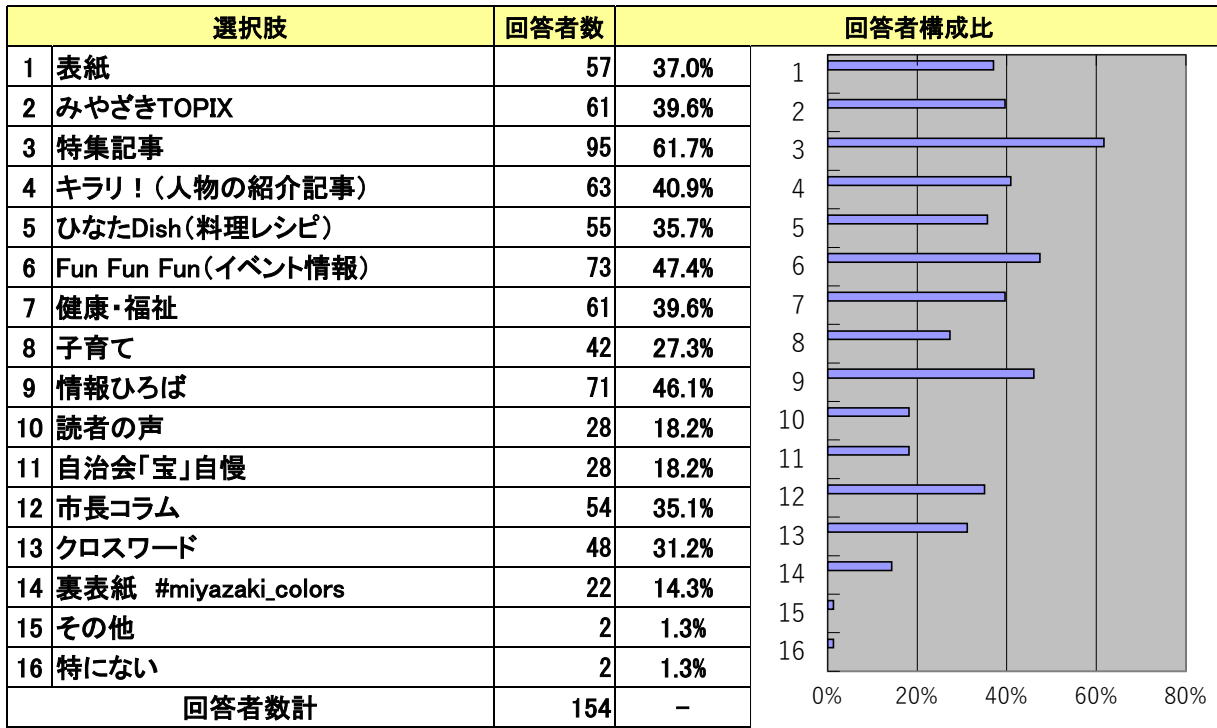
選択肢	回答者数	回答者構成比
1 自治会を通じて自宅に配布	108	62.8%
2 市役所庁舎(総合支所、地域センター、地域事務所を含む)	16	9.3%
3 市立公民館など、上記2以外の公共施設	10	5.8%
4 宮崎銀行・太陽銀行・宮崎第一信用金庫・高鍋信用金庫・JA宮崎中央	6	3.5%
5 郵便局	4	2.3%
6 コンビニエンスストア	8	4.7%
7 スーパーマーケット	3	1.7%
8 フィットネスクラブ	0	0.0%
9 ホームページまたはLINEで閲覧	14	8.1%
10 その他	16	9.3%
11 入手していない	3	1.7%
回答者数計	172	-

■「その他」のご意見 ・クリニック

問3 広報紙はどの程度読んでいますか。あてはまるものを1つ選んでください。

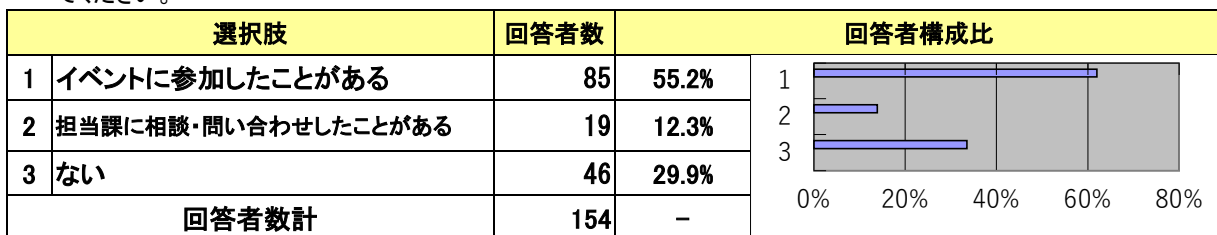


問4 広報紙のページ(記事)で興味があるものを、すべて選んでください。

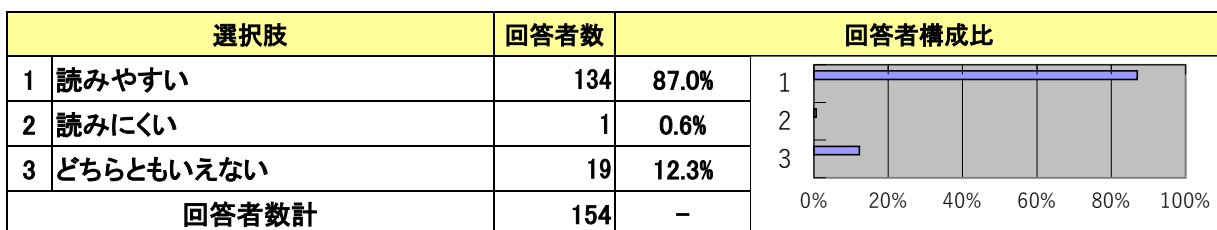


■「その他」のご意見 ・そのとき次第

問5 広報紙を見て、イベントに参加したり、担当課に問い合わせたりしたことがありますか。あてはまるものをすべて選んでください。



問6 広報紙の読みやすさについて、どのように感じますか。あてはまるものを1つ選んでください。



問7 「問6」で「読みにくい」「どちらともいえない」の答えを選んだ理由を教えてください。

■ご意見の一部

- ・固い感じがして、読みたいという気になりません。
- ・カラーの見栄えが良いが少し文字が小さく情報量が少ない。
- ・読みやすさより記事の内容で決まる。
- ・難しい。堅苦しい。読んでも自分に関係のない記事が多い。
- ・写真を多く、文字は大きく太くお願いします。
- ・特に素晴らしいとも劣っているとも思わない。

問8 広報紙の内容についておうかがいします。あてはまるものを1つ選んでください。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	理解できる	86	55.8%
2	おおむね理解できる	61	39.6%
3	ときどき理解できないことがある	7	4.5%
4	ほとんど理解できない	0	0.0%
回答者数計		154	-

問9 広報紙はどのような形態が良いと思いますか。あてはまるものを1つ選んでください。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	A4サイズ冊子(現行と同じ)	136	88.3%
2	タブロイド判(新聞より少し小さいサイズの新聞のようなイメージ)	4	2.6%
3	WEB版(市ホームページや市公式LINE等で閲覧)	31	20.1%
4	その他	0	0.0%
回答者数計		171	-

問10 広報紙の全戸配布の必要性についておうかがいします。あなたの考えに近いものを1つ選んでください。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	経費や手間がかかっても、全戸配布すべきだ	25	14.7%
2	手間や経費がかかるのであれば、現行の配布方法(自治会を通じた配布)でよい。そのほか必要な方は、市の施設などで、自由に持ち帰ることができるようにしてあればよい	91	53.5%
3	WEB版で閲覧できるので、作成冊数をできる限り見直してもらいたい。紙媒体で必要な方は市の施設などで、自由に持ち帰ることができるようにしてあればよい	46	27.1%
4	分からない	4	2.4%
5	その他	4	2.4%
回答者数計		170	-

■「その他」のご意見

- ・全世帯に伝えたいものは全戸配布すべきだと思う。自治会活動の中で、未加入者に伝えたいことがあっても伝わらないため、全世帯に伝える方法を考えてほしい。
- ・自治会を通しての配布とあるが、発行日よりずっと遅れており、届かないこともある。タイムリーな情報提供を考えるなら、人の集まる病院や駅の構内、スーパーデパートなど設置箇所をもっと増やすべき。
- ・比較的若い人でweb版のみでいい人と、高齢者のご家庭で紙版を希望する人がいると思うので、何らかの方法で、どちらを所望しているかを尋ねる。その後、印刷冊数を減らしていけばいいのではないかと。

問11 その他、広報紙についてのご意見などがありましたら、自由にご記入ください。

■ ご意見の一部

- ・経費削減のため、県の広報紙のように2月に1度でもよいのでは。必要なことは、市のホームページや新聞でも見れる。
- ・市内の小中学校の取り組みや図書館、体育館のイベントをもっと詳しく掲載してほしい。
- ・宮崎市の範囲が広すぎて、結局あんまり地元感はない。大変かもしれませんが、新聞のように全体欄(宮崎市)と地域欄(例えば住吉)などに分けて、地域別に発行してもらいたいです。
- ・タブロイド版で一部カラーに留め、紙の質は新聞紙にすることでコスト削減効果に繋がる。
- ・もっと宮崎市の行政に関するを知りたい。特に財政と子育てに関する取り組み。
- ・年配の方には、紙媒体の方が良いかと思う。自由に動ける年代には、WEB版の方が見たい時に見られるので、より手軽に、より身近なものになるかと思う。
- ・コロナ感染警報レベルの時期、感染拡大防止の為、自治会への配布が控えられた時期があった。その為、自治体加入世帯の元に、古い広報誌が来た。古い情報なので、残念ながら、すぐに捨てることになった。様々な意見があるが、感染拡大防止の為に、配布を遅らせるなど、そこまで必要かと疑問に思う。
- ・SDGsの観点からも誌面よりもWEBの方が良いかと思う。
- ・市の食生活推進協議会の栄養士さんの塩分控えめ・オイル控えめレシピなどを掲載してほしい。特に高齢者にあわせずとも、健康にもなり(時短だとよりうれしい)若い人にもつくってもらえるレシピだと良さそう。
- ・各世帯に配布して、高齢者や子どもの見守りにもなるのではないかと。そういうパトロールや福祉サービスを利用した配布方法を考えてもいいのではないかと。
- ・もう少し子供があそべる施設などあれば紹介してほしい。なかなか遊ぶところがなくて困っている。

3. SNSの利用状況についておうかがいします。

問12 利用しているSNSは何ですか。あてはまるものをすべて選んでください。

選択肢	回答者数	回答者構成比
1 Twitter(ツイッター)	62	36.7%
2 Facebook(フェイスブック)	51	30.2%
3 LINE(ライン)	133	78.7%
4 Instagram(インスタグラム)	66	39.1%
5 YouTube(ユーチューブ)	86	50.9%
6 利用していない	26	15.4%
回答者数計	169	-

問13 宮崎市公式SNSアカウントを登録(フォロー)していますか？あてはまるものをすべて選んでください。

選択肢	回答者数	回答者構成比
1 Twitter(ツイッター)	22	15.1%
2 Facebook(フェイスブック)	17	11.6%
3 LINE(ライン)	64	43.8%
4 Instagram(インスタグラム)	12	8.2%
5 YouTube(ユーチューブ)	7	4.8%
6 すべて登録(フォロー)していない	64	43.8%
回答者数計	146	-

問14 宮崎市が情報発信している「Yahoo!くらし」を閲覧したことがありますか。あてはまるものを1つ選んでください。

選択肢	回答者数	回答者構成比
1 週に3回以上閲覧している	13	7.8%
2 月に数回閲覧している	13	7.8%
3 年に数回閲覧している	14	8.4%
4 閲覧したことはない	127	76.0%
回答者数計	167	-

問15 市からのお知らせとして、SNSで発信してほしい情報を教えてください。あてはまるものを1つ選んでください。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	災害や避難などに関する緊急的な情報	119	75.3%
2	市が主催するイベントや講座などの情報	115	72.8%
3	子育てや健康・福祉などの情報	68	43.0%
4	観光情報	69	43.7%
5	まちづくり政策に関する情報	57	36.1%
6	市長からのメッセージ	32	20.3%
7	プレゼント企画	61	38.6%
8	その他	6	3.8%
回答者数計		158	-

■「その他」のご意見

- ・交通インフラに対する事
- ・プロスポーツ選手の自主トレ情報

4. 市新聞広告(宮崎市からのお知らせ)についておうかがいします。

問16 新聞(宮崎日日新聞、毎日新聞、朝日新聞、読売新聞のいずれか)を購読していますか。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	購読している	90	54.5%
2	購読していない	75	45.5%
回答者数計		165	-

問17 新聞広告(宮崎市からのお知らせ)はどの程度読まれますか。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	ほとんど読んでいる	50	55.6%
2	興味のある部分のみ読んでいる	33	36.7%
3	全く読んでいない	7	7.8%
回答者数計		90	-

問18 新聞広告(宮崎市からのお知らせ)にはどのような情報を載せてほしいですか。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	救急・防災情報	57	63.3%
2	届け出・証明窓口等	18	20.0%
3	ごみの出し方	36	40.0%
4	健康・医療情報	51	56.7%
5	高齢者・介護情報	33	36.7%
6	出産・子育て情報	20	22.2%
7	保育・学校等の教育情報	23	25.6%
8	年金・税金情報	35	38.9%
9	観光・イベント	58	64.4%
10	その他	5	5.6%
回答者数計		90	-

■「その他」のご意見

- ・行政手続きの、申請締切りや、時間場所などの手変更など、タイムリーな情報の提供
- ・採用情報

5. テレビのデータ放送利用状況についておかがいします。

問19 宮崎市のデータ放送を利用したことがありますか。あてはまるものを1つ選んでください。

選択肢		回答者数	回答者構成比	
1	利用したことがある	60	36.4%	
2	利用したことがない	105	63.6%	
回答者数計		165	-	

6. 最後に、おかがいします。

問20 市が行う広報活動全般について、ご意見やご提案などがあれば、自由にご記入ください。

■ ご意見の一部

- ・若い人たちが、いろいろな活動に参加できるような活気あふれる紙面づくりを希望する。
- ・県はテレビ番組があるので情報を取りやすいのですが、市は広報紙が主なので月1で少ない。自治体情報は受け身なので。
- ・SNSを、なかなか毎日チェックしようとか、フォローしようという気にならない。必要な情報だけでなく、「他愛もない日常」など、広報を身近に感じられるようなコンテンツが配信されると、見に行こうかなという気持ちになるし、その流れで発信されている情報に気づくこともできるのではないかと思う。
- ・今の情報量は多くもなく、少なくもない。情報が市民の身近に有るかといえば「その通りだ」とも思える。ただ情報のスピードが時と合致しているかという「遅い」と思う。もう少し情報(市・文化・まつり・講座……等々)を早く掲載してほしいとは常々思うところ。
- ・固定観念にとらわれない、斬新かつ創意工夫し、市民目線で積極的な取り組みの推進及び展開をお願いします。
- ・最近PR方法が多岐にわたっており良いことだと思う。誰もが少しでも市の情報を入手できるように工夫して頂きたい。また、行っていることを情報として流して、少しでも関心が向く取り込みを根気強くして頂きたい。
- ・どのような世代にでも分かりやすく伝えられるとよいと思う。取り残されている方もたくさんいらっしゃるのではないだろうか。特に、コロナ感染に関するいろいろな手続き等、どのような人たち(特に社会的弱者)にも分かるように広報していただきたいかと思う。
- ・市政や市の抱える問題を、自分ごととして捉えられるような表現で情報発信してほしい
- ・時事にあった、市に関するニュースを出してほしい。コロナ、保育士問題など、取り組みや考え方、現状などを、具体的な数字を用いて、問題をはっきりしてほしい。
- ・市長が変わっただけで、市からの情報が分かりやすく発信されるようになったと思うが、宮崎市や関連施設のホームページはまだまだ使いにくいものが多いので改善の余地ありだと思う。
- ・市の情報が必要な人にはネットは利用しづらいのでは？高齢者、低所得者、ヤングケアラー、自治体に加入していないなど。大変だとは思いますがフォローが必要な人にはやはり直接人が会うことが必要だと思う。
- ・一方通行的な政策等の広報ではなく、広報誌配布場所に意見箱を設置するなどして、市民の意見を広く汲取り、広報紙などで報告する等、いわゆる双方向の広報システムを検討してほしい。
- ・情報が届くのが遅くて終了している時もあるので、TVCMなど早目にしりたい時もあります。
- ・すでに様々な方法で広報活動をなされていると思うが、より一層市民に寄り添った広報活動に努めていただければと思う。
- ・LINEを登録して、市政が身近になった。知りたい情報がすぐにわかるので便利。ただ、いろいろな情報を得ようと、情報受信項目を欲張ったら、思った以上に頻りにLINEが届くので、項目を減らした。
- ・台風情報や高齢者の身近な日々の生活の困った時の情報・相談所がほしい。
- ・自治会に入っていない方も多いかと思う。SNSを活用した広報をさらに充実させてみてはどうか。
- ・宮崎市のアプリがあれば便利。災害、緊急連絡、天気、給付金のお知らせ、プレゼントやお得情報、イベント、博物館や展示の割引、子育てカードなどこれ1つで完結すれば利用者は多いはず。