

# 宮崎市政モニター

令和5年度第3回アンケート集計結果

(令和6年1月実施分)

## 第3回アンケート

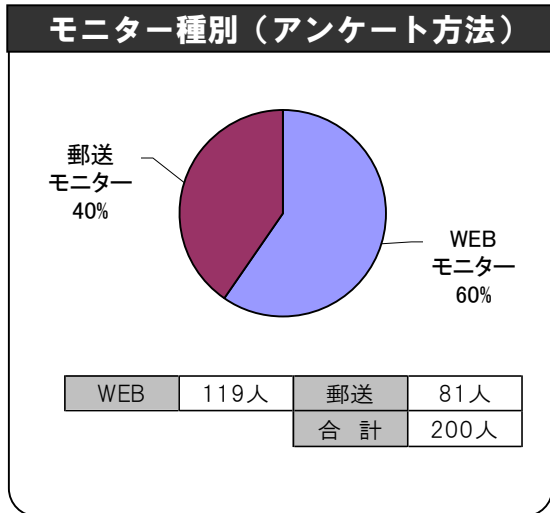
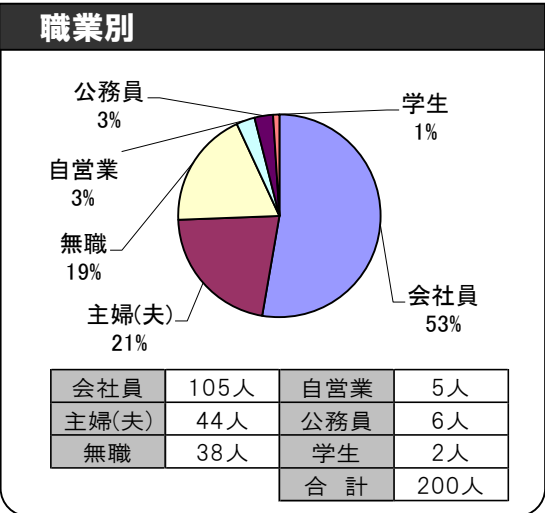
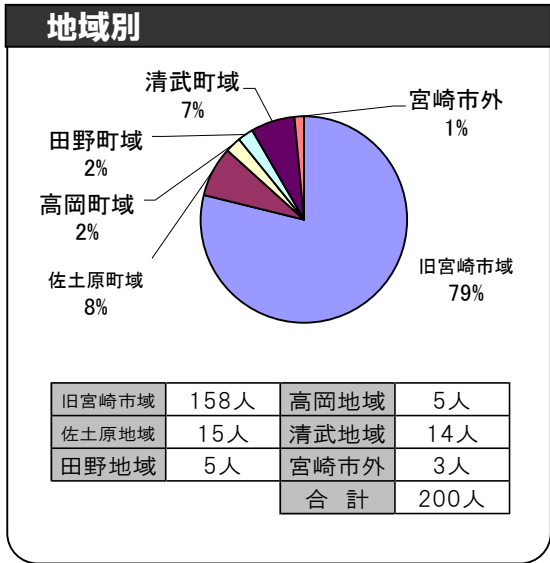
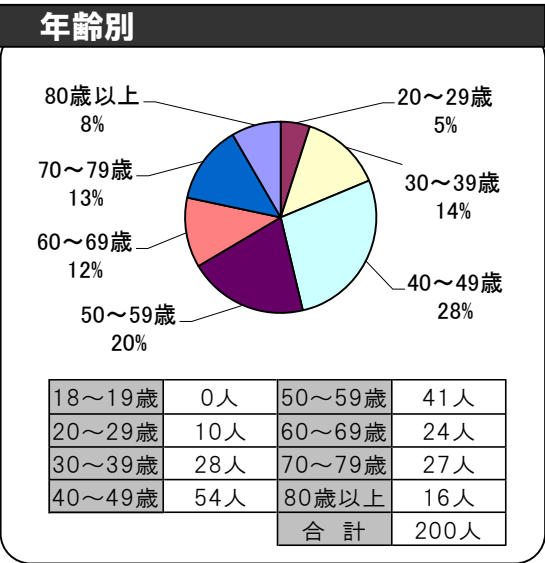
- ① 「プレミアム付商品券」「プレミアム付電子飲食券」  
に関するアンケート調査 ……P 3～
- ② 「市政広報」に関するアンケート調査 ……P11～

宮崎市秘書課広報広聴室

# 令和5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観光商工部 産業政策課 ②総合政策部 秘書課
(2)アンケート内容	①「プレミアム付商品券」「プレミアム付電子飲食券」に関するアンケート調査 ②「市政広報」に関するアンケート調査
(3)調査期間	令和6年1月19日～令和6年2月2日 ※終了後も一定期間回収
(4)送付数	200人(WEBモニター:119人、郵送モニター:81人)
(5)回答数	①176人(WEBモニター:98人、郵送モニター:78人) 回答率 88.0% ②172人(WEBモニター:95人、郵送モニター:77人) 回答率 86.0%

## モニターの属性 基準日：令和6年1月1日



※回答比率は、小数点第1位を四捨五入しているのため、合計が100%にならない場合があります。

## 「プレミアム付商品券」 「プレミアム付電子飲食券」 に関するアンケート調査 集計結果

### ◆ 調査の目的

今年度、感染症の拡大と物価高騰等により大きな影響を受けた地域経済の回復を図るため「プレミアム付商品券」を10月に発行し、また飲食事業者への支援を通じて地域経済の活性化を図るために、「プレミアム付電子飲食券」を発行した。

今回、これらの事業が市民の皆様の消費行動にどのように影響したのか調査させていただき、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6年1月19日～2月2日 ※終了後も一定期間回収。
- (2) モニター数 200人
- (3) 回答者数 176人 (回答率 88%)
- (4) 担当課 観光商工部 産業政策課 産業企画係

### ◆ 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券種の割合が適切であると考える人が6割を超えた。(問3)
- ・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ていた。(問4)
- ・プレミアム付商品券による消費促進効果を感じた人、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、物価高のため助かるとの声も上がった。(問9)
- ・反対に購入しなかった人の理由としては、使用期限があるからと回答した人の割合が高かった(問10)

#### <プレミアム付電子飲食券事業に関して>

- ・プレミアム付電子飲食券事業については1～2口購入する人が多く、お得に食事できるというメリットを感じている人の割合が高かった。(問12・13)
- ・販売についてSNS広告で知る人の割合が高かった。(問14)
- ・てげうまpay購入者ほとんどが飲食店を利用する頻度が増えており、注文する量・金額等が上がった人も多かった。(問15・16・17)
- ・プレミアム率の高さや電子の使いやすさを評価する声が多く、要望としては利用期間・利用店舗数を増やしてほしいとの意見が多かった。(問18・19)
- ・反対に購入しなかった理由としては、外食をしないからと回答した人の割合が1番高かった。(問20)

#### <その他>

- ・今後望む経済対策については、電子と紙の併用を望む人の割合が1番高かった。(問21)

### ◆ 調査結果まとめ

紙・デジタルそれぞれの特徴を改めてよく理解し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。

選択肢 (回答者数174人)	回答数	構成比
① 購入した	130	74.7%
② 購入していない	44	25.3%
計	174	

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】

選択肢	回答数	構成比
① 新聞折込チラシ	65	29.0%
② ホームページ	35	15.6%
③ テレビ・新聞の報道	44	19.6%
④ 店舗・郵便局等のポスター	17	7.6%
⑤ パームス広告	8	3.6%
⑥ クチコミ	23	10.3%
⑦ SNS	30	13.4%
⑧ その他	2	0.9%
計	224	

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

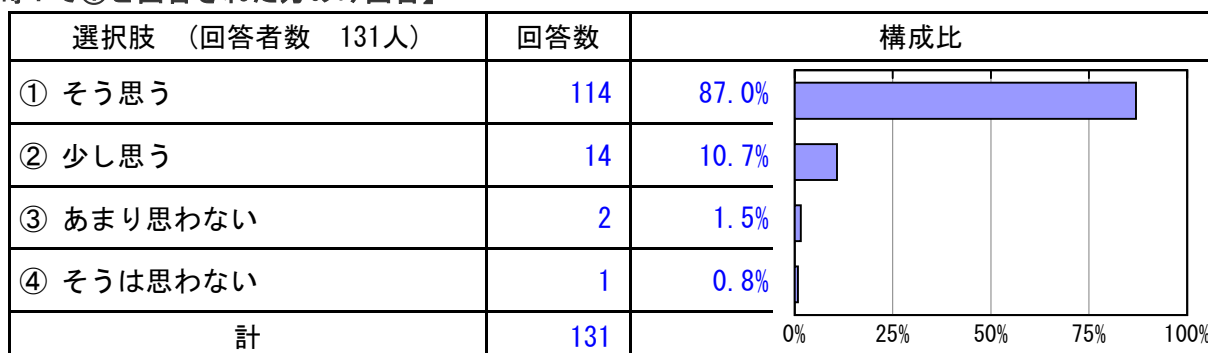
【問1で①と回答された方のみ回答】

選択肢 (回答者数131人)	回答数	構成比
① 適当である	86	65.6%
② 共通券の割合を増やしてほしい	42	32.1%
③ 地元応援券の割合を増やしてほしい	3	2.3%
計	131	

＜プレミアム付商品券の使用方法について＞

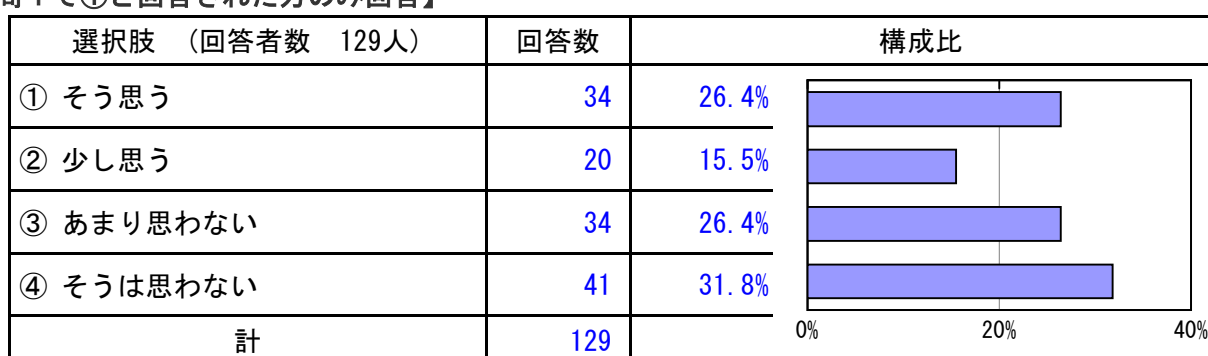
問4 食料品や日用品等の普段通りの買い物に多く利用した。

【問1で①と回答された方のみ回答】



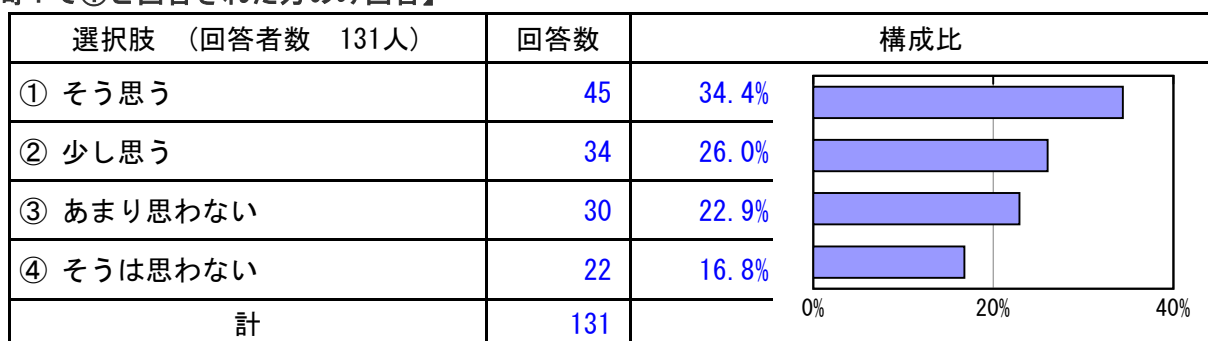
問5 普段ネットショッピングで買う物も市内の店舗で購入した。

【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 131人)	回答数	構成比
① 購入する	128	97.7%
② 購入しない	0	0.0%
③ わからない	3	2.3%
計	131	

問9 その他ご意見があればお書きください。 (一部抜粋)

【問1で①と回答された方のみ回答】

- ・ 地域意識が高まった
- ・ 飲食にも利用でき嬉しかった
- ・ おつりを出してほしい
- ・ デザインが可愛い
- ・ 利用店舗一覧を見て、新規開拓できた
- ・ 店舗一覧に載っていない店でも使えたことを知らなかった
- ・ 物価高のため助かる
- ・ 電子と併用してほしい
- ・ 当選セット数を増やしてほしい
- ・ いつも購入をはばかるものを購入できている
- ・ 期限を長くしてほしい

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	回答数	構成比
① 知らなかったから	11	21.2%
② 販売所が遠いから	5	9.6%
③ 商品券の仕組みがわからないから	4	7.7%
④ 使用期限があるから	13	25.0%
⑤ 興味が無いから	3	5.8%
⑥ 使いたいお店が登録店舗にないから	8	15.4%
⑦ その他	8	15.4%
計	52	

問11 その他ご意見があればお書きください。 (一部抜粋)

【問1で②と回答された方のみ回答】

- ・ スーパーやコンビニでも買えたら嬉しい
- ・ 宮崎県の共通券を出してほしい

## Ⅱ. プレミアム付電子飲食券（てげうまPay）について

問12 宮崎市プレミアム付電子飲食券「てげうまpay」を何口購入しましたか。

選択肢（回答者数 173人）	回答数	構成比
① 1口	18	10.4%
② 2口	25	14.5%
③ 3口	4	2.3%
④ 4口	2	1.2%
⑤ 5口	10	5.8%
⑥ 6口	0	0.0%
⑦ 7口	7	4.0%
⑧ 購入していない	107	61.8%
計	173	

問13 てげうまpayの購入目的を教えてください。

【問12で①～⑦と回答された方のみ回答】

選択肢（回答者数 66人）	回答数	構成比
① よく食事するお店が加盟店のため	10	15.2%
② お得に食事ができるため	53	80.3%
③ 市内飲食店を盛り上げるため	3	4.5%
④ その他	0	0.0%
計	66	

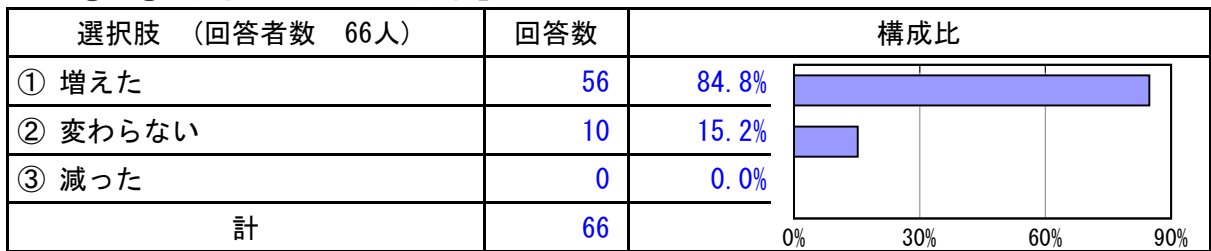
問14 てげうまpayの販売をどこで知りましたか。（複数選択可）

【問12で①～⑦と回答された方のみ回答】

選択肢	回答数	構成比
① 新聞広告	20	18.3%
② 新聞記事	8	7.3%
③ 市ホームページ・市SNS	27	24.8%
④ 特設ホームページ	7	6.4%
⑤ SNS広告	11	10.1%
⑥ テレビCM	9	8.3%
⑦ ラジオ放送	3	2.8%
⑧ 飲食券取扱店のポスター	10	9.2%
⑨ クチコミ	14	12.8%
⑩ その他	0	0.0%
計	109	

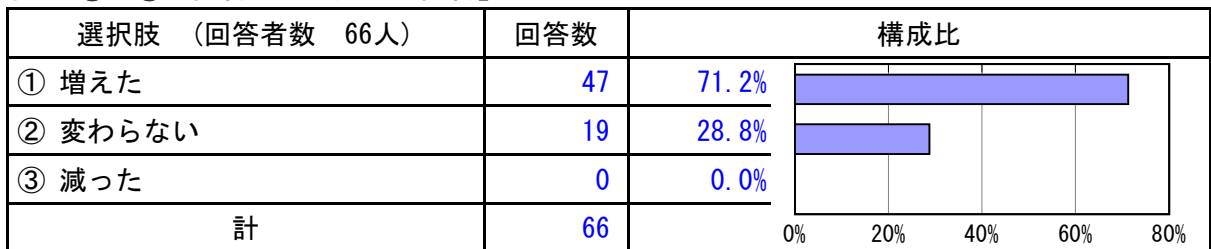
問15 てげうまpayを購入したことで、飲食店の利用回数は増えましたか。

【問12で①～⑦と回答された方のみ回答】



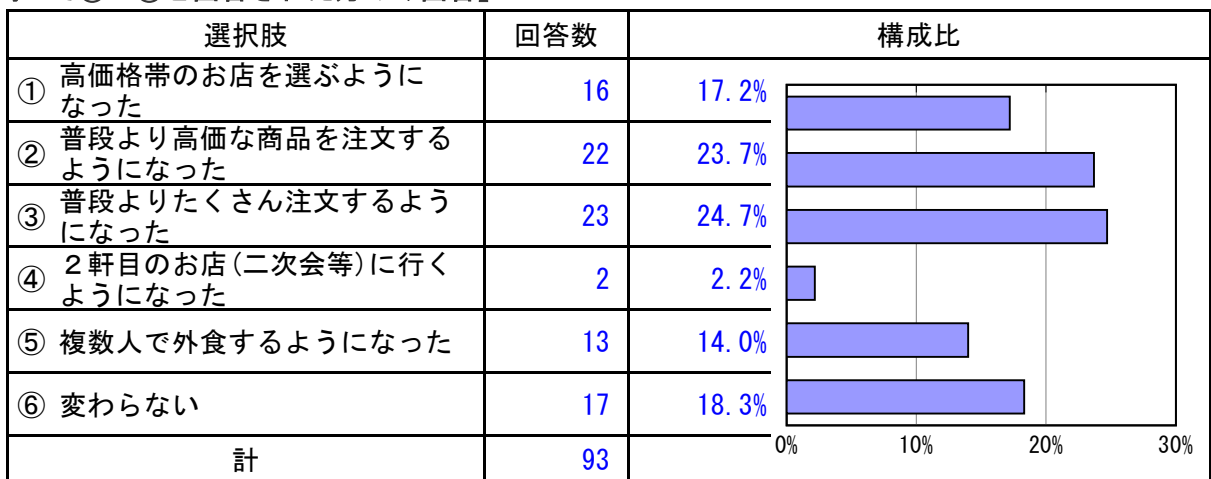
問16 てげうまpayを購入したことで、外食1回あたりの利用金額は増えましたか。

【問12で①～⑦と回答された方のみ回答】



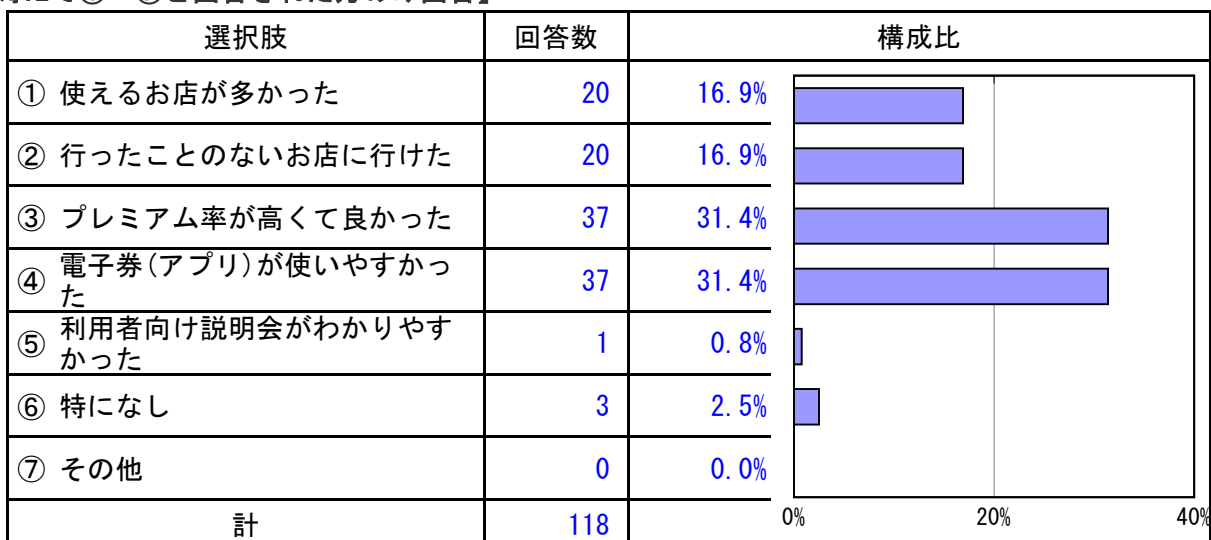
問17 てげうまpayを利用することで、消費行動に変化はありましたか。(複数回答可)

【問12で①～⑦と回答された方のみ回答】



問18 本事業の良かった点を教えてください。(複数選択可)

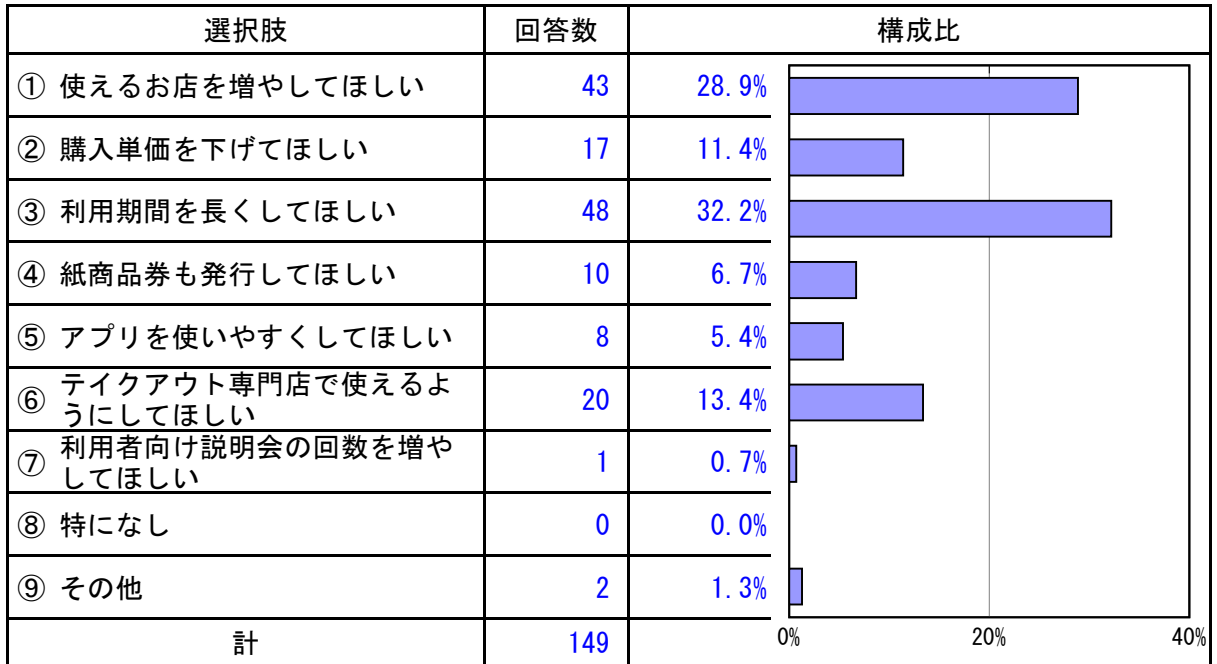
【問12で①～⑦と回答された方のみ回答】





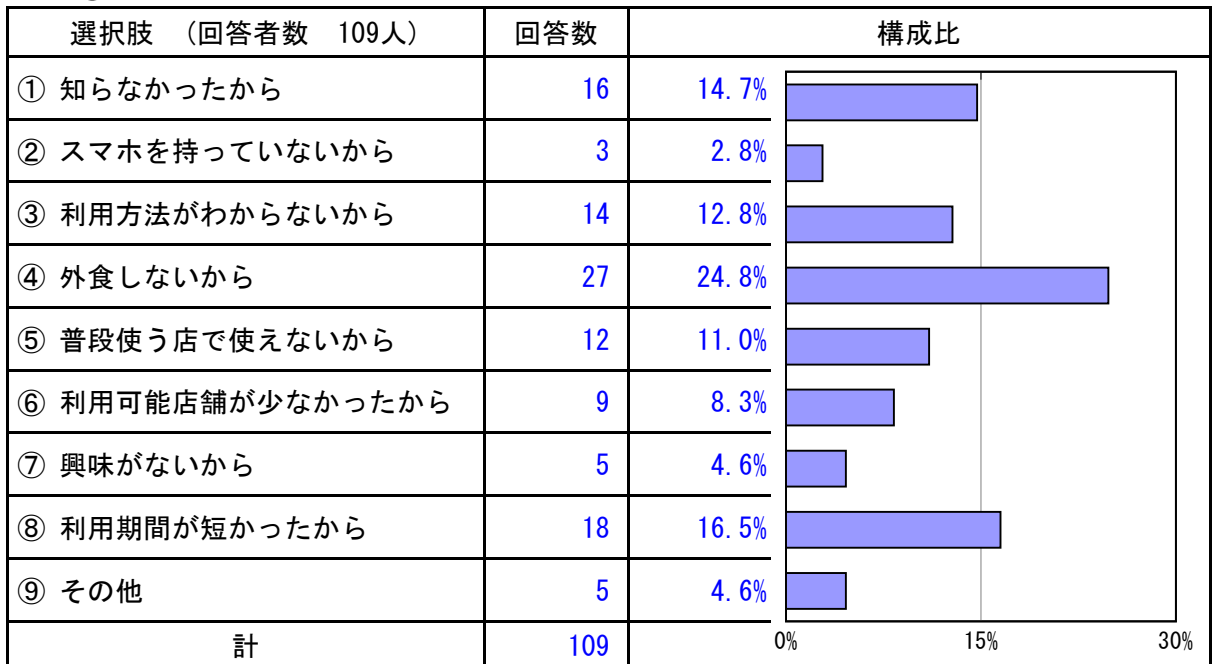
■ 問19 本事業の改善点を教えてください。（複数選択可）

【問12で①～⑦と回答された方のみ回答】



■ 問20 てげうまpayを利用しなかった理由について当てはまるものを1つ選んでください。

【問12で⑧と回答された方のみ回答】



問21 今後経済対策を実施する場合、どのような方式が良いですか。

選択肢 (回答者数 172人)	回答数	構成比
① プレミアム付商品券 (紙のみ)	49	28.5%
② プレミアム付商品券 (電子)	21	12.2%
③ プレミアム付商品券 (紙と電子の併用)	77	44.8%
④ PayPay等キャッシュレス決済のポイント還元	25	14.5%
計	172	

問21 その他ご意見があればお書きください。(一部抜粋)

- ・ランチにも利用できてよかった
- ・券種を1つにしてほしい
- ・電子に対して抵抗がある
- ・中心市街地外のエリアにもっと飲食店がふえればいいのにと感じた
- ・ポイント還元キャンペーンを宮崎県内に拡大してほしい
- ・購入方法を簡単にしてほしい
- ・また販売するのが楽しみ
- ・時期をずらしてほしい
- ・紙と電子の併用にしてほしい
- ・現金の配布が良い
- ・プレミアム率を高くしてほしい
- ・存在を知らなかった
- ・全市民に平等にすべき
- ・物価高のため助かった

# 「市政広報」に関するアンケート調査 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、効率的かつ的確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6年1月19日～令和6年2月2日 ※終了後も一定期間回収  
 (2) モニター数 200名  
 (3) 提出者数 172名 ( 回答率 86% )  
 (4) 担当課 総合政策部 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。また、SNSではLINE(ライン)から情報を入手する割合が、4割以上の高い比率となっており、この認知度をさらに高めていくことで、幅広い年代に市政情報を発信する手段となる。なお、新聞やテレビなどの報道も情報の入手先として多いことから、引き続きマスコミ各社へ積極的に情報提供を行っていく必要がある。

### 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約6割と最も多く、ホームページやLINEなどのWEBで確認すると回答は5%程度と低くまだ浸透していない。広報紙の記事に興味があるものは「特集記事」に次いで「イベント情報」「情報ひろば」が多く、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6割を超えており、広報紙はイベント周知の方法としては効果的な媒体といえる。

### 問6～8

広報紙の読みやすさについては約8割、掲載内容については9割以上が肯定的な回答だったが、少数ながらも「読みにくい」「ときどき理解できない」との回答もあるため、読みやすく・分かりやすい広報紙づくりに努めていく必要がある。なお、リニューアル後に広報紙を左開きする変更を行ったが、読みづらいつとの意見はあるものの、「読みやすい」との回答が多かったことから、読者に徐々に浸透していることが分かった。

### 問9～11

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いることから、WEB版の周知をしながら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く、現状の自治会経由の配布方法との回答が多かったが、自治会加入率が低下する中で、効率的な配付方法を検討していく必要がある。

### 問12～15

SNSの利用状況については、LINEが約8割、YouTubeが約5割と高い利用率があった。そのうち、宮崎市公式SNSの登録(フォロー)率は、LINEの約6割が最も多い回答だった。昨年に公式LINEの登録者数は3万人を超えており、効果的な広報媒体となるよう、今後もSNSの特性を活かしながら、掲載内容や添付画像を工夫していく。LINE以外のSNSも積極的に活用しながら、特にSNSを利用することの多い若い世代の閲覧者を増やしていく。

### 問16～18

新聞の購読については、ほぼ同率ではあるものの、「購読していない」が「購読している」を上回った。「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が、新聞を購読していない方も多いことから、紙媒体以外のSNSを含むWEB媒体を広報に有効に使っていかねばならない。

## ◆ 調査結果のまとめ

アンケート結果からも、市民の市政情報の入手方法が、従来の広報手段である広報紙や新聞、テレビ、ラジオだけでなく、インターネットやSNSを利用する場合も多くなってきた。しかし、回答者の多くのご意見にあるように、高齢者は紙媒体(広報紙等)からの情報入手が多いため、依然として紙媒体は広報としての効果は高い状況である。SNSの活用が広まっているものの、最も登録者数の多い市公式LINEでも約3万人であり、宮崎市人口の1割程度しかいないことから、市全体に周知できる広報手段とはいえない。そのため、現状としては、従来の広報紙や新聞広告等による紙媒体、SNSやホームページ等によるWEB媒体と、それぞれの特性をうまく活用しながら、様々な広報手段を利用することで、多くの市民に市政情報を届けていく必要がある。

## ◎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)	142	83.5%
2 市新聞広告(宮崎市政からのお知らせ)	66	38.8%
3 市ホームページ	56	32.9%
4 市政ラジオ	15	8.8%
5 フェイスブック(SNS)	11	6.5%
6 エックス(旧ツイッター)(SNS)	13	7.6%
7 ライン(SNS)	73	42.9%
8 インスタグラム(SNS)	13	7.6%
9 ユーチューブ(SNS)	5	2.9%
10 Yahoo!くらし	8	4.7%
11 自治会便による回覧	47	27.6%
12 宮崎ケーブルテレビ	11	6.5%
13 イオンモールデジタルサイネージ	3	1.8%
14 新聞記事(報道)	58	34.1%
15 テレビのニュース(報道)	90	52.9%
16 ラジオのニュース(報道)	37	21.8%
17 インターネットのニュース(報道)	35	20.6%
18 その他	2	1.2%
回答者数計	170	-

■ 「その他」のご意見  
・市長のX(エックス)

### 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	101	58.7%
2 市役所庁舎(総合支所、地域センター、地域事務所を含む)	18	10.5%
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	5	2.9%
5 郵便局	3	1.7%
6 コンビニエンスストア	10	5.8%
7 スーパーマーケット	5	2.9%
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	8	4.7%
10 その他	15	8.7%
11 入手していない	3	1.7%
回答者数計	172	-

■ 「その他」のご意見  
・アートセンター ・職場 ・実家

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。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	ほとんど全部読む	95	60.9%
2	興味のある記事だけ読む	56	35.9%
3	読まない	5	3.2%
回答者数計		156	-

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。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	表紙	50	32.9%
2	みやざきTOPIX	72	47.4%
3	特集記事	97	63.8%
4	CLOSE-UP	19	12.5%
5	FOCUS! (人物の紹介記事)	53	34.9%
6	今月の一品(料理レシピ)	53	34.9%
7	ぶらりみやざき(イベント情報)	88	57.9%
8	子育て	41	27.0%
9	健康・福祉	57	37.5%
10	情報ひろば	76	50.0%
11	自治会「宝」自慢	21	13.8%
12	市長コラム	63	41.4%
13	クロスワード/間違いさがし	35	23.0%
14	裏表紙 #miyazaki_colors	23	15.1%
15	その他	1	0.7%
16	特にない	3	2.0%
回答者数計		152	-

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。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	イベントに参加したことがある	100	66.7%
2	担当課に相談・問い合わせたことがある	31	20.7%
3	ない	41	27.3%
回答者数計		150	-

問6 広報紙は令和5年5月号から、見開きを左開きへの変更、ページ数を増やすなどのリニューアルを行いました。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。

選択肢		回答者数	回答者構成比
1	読みやすい	119	77.8%
2	読みにくい	3	2.0%
3	どちらともいえない	31	20.3%
回答者数計		153	-

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

- ・違和感があったが、現行の広報紙に慣れた。
- ・内容が重要なので、特に気にならない。
- ・以前の右開きの方が読みやすい。
- ・雑誌や文庫本が右開きなので、若干の戸惑いがある。
- ・リニューアルしたことに気づかなかったので、違和感を感じない。
- ・どこがリニューアルして、読みやすくなったのか分からない。

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	80	51.9%
2	おおむね理解できる	69	44.8%
3	ときどき理解できないことがある	5	3.2%
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)	145	94.2%
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)	2	1.3%
3	WEB版(市ホームページや市公式LINE等で閲覧)	24	15.6%
4	その他	1	0.6%
回答者数計		172	-

■ ご意見の一部

- ・WEBを見れない方のためにも、今のままがよい。

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、全戸配布したほうがよい	26	15.1%
2	経費や手間がかかるのであれば、現行の配布方法(自治会を通じての配布)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	98	57.0%
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	42	24.4%
4	分からない	2	1.2%
5	その他	4	2.3%
回答者数計		172	-

■ 「その他」のご意見

- ・基本的にはweb版とし、紙媒体の希望者には取りまとめたの配布や市施設等での設置とする。
- ・高齢者は外出できない方も多く、自治会配布が好ましい。若い世代はWEB媒体でもいいが、紙媒体の希望者には自治会の回覧板を通して確認し、戸別配布数や印刷部数を決定すれば、予算削減ができる。

## 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(要旨)

#### (リニューアル後の感想)

- ・ 表紙デザインが一新されて以来、より丁寧に読むようになりました。中でもモニターや講座案内などは見落としのないようにしています。市の案内だと安心して申し込めるのがありがたいです。
- ・ とても読みやすく、毎月しっかり目を通して読む。表紙や人物写真もとても良い。イベント情報も分かりやすい。
- ・ カラーで読みやすく、とてもいいと思います。詳細はHPなどで確認できるので、今の状態で満足しています。
- ・ クイズを解くために、日頃読まない箇所も読んでみるので発見があって良いです。
- ・ 毎月楽しみにしています。リニューアルして本当に見やすくなりました。料理レシピも役に立ちます。
- ・ 比較的良くできていると思う。あまり凝らずに現状の内容でいいと思う。
- ・ 近年、市広報紙の特集や記事がおもしろくなってきたと感じていたが、最近おもしろみが減ってきて魅力が薄れてきた。
- ・ 改定前に比べて、ページ数が増えて内容が多岐にわたり充実したと感じるが、人によっては情報が多すぎると感じるかもしれないと危惧する。
- ・ あまり、広報紙を見たいと思いません。
- ・ 以前のマンガや絵の面白いイラストで描かれているものがよかった。

#### (配布方法について)

- ・ 自治会を通じての配布も、必要と言っている人だけでいい。
- ・ 紙媒体を減らして経費削減をするのは良い。情報収集は公式ラインが中心なので、そこで見れるのであれば紙媒体でなくてもいい。
- ・ 自治会配布も役員の負担なので、必要な人が受け取れるようにしたい。高齢の方はWEBでは見れなくなる人もいるから、全てをWEB版にはできない。
- ・ 若い市民は、WEB版を身近に感じる。しかし中高年、ことに老年はやはり紙媒体が必要で、施設などで持ち帰ることも外出の機会が乏しければ手に入らない。情報の確実な伝達は、現行の方法が最適かと思います。
- ・ 市の施設などまで外出できる市民は少ない(高齢者、共働き等)。各世帯に無料のWEB機が配布されていない現状、WEB版はあくまでもごく一部の利用者と区分けすべき。
- ・ 自治会未加入の人が多いため、全戸配布を希望(郵便局の配達、電気等公共料金の請求書配布時等を利用)
- ・ 新聞を読む人は紙媒体が好きなので、新聞折り込みにする。

#### (掲載希望)

- ・ 市制100周年を祝して行われるイベントなど、早めの情報発信を希望します。
- ・ フリーマーケット情報やメンバー募集等。
- ・ 便利なトイレマップ特集、地元民のお気に入りスポット紹介。
- ・ 宮崎市のボランティア情報。
- ・ 学校の特色とか誰もが読みたいと思える活動を知りたい。結果面がよだけでなく、努力している、見ていただく取材を平日頃目配りをしてほしい。
- ・ 表紙に地元の小中学生の優れた習字や絵など掲載したら興味をもっとわく。
- ・ コブクロ特集だけで広報紙がなくなっていたので、コブクロ情報を毎月いれる。
- ・ 休日当番医のQRコード等、誰でもすぐ検索できると困った時に助かります。
- ・ 名所旧跡、人物(歴史上の人物、特技、そのほか話題性)を取り上げて関心を持たせる(伝説、昔話など含む)。

#### (その他)

- ・ 市政に関する提案・意見を市民から出しやすくする工夫を続けて欲しい。例えば、冊子の中に綴じ込み(切り取り可能な形で)ハガキ用紙(切手の貼付無用のもの)を入れておく。
- ・ パブコメ等、用語は出来るだけ高齢者にも分かるようにして欲しいと耳にした。
- ・ 広報紙の空きスペースに多くの広告を掲載して、費用の抑制・削減に努める。
- ・ 他県や外国の人に対して、観光・スポーツなどイベント情報をもっと発信して宮崎の良さをアピールしてほしい。
- ・ 一人一人興味関心分野が違うので、宮崎市民に投書を募り掲載する。

### 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 X(エックス)※旧Twitter	60	35.5%
2 Facebook(フェイスブック)	47	27.8%
3 LINE(ライン)	138	81.7%
4 Instagram(インスタグラム)	78	46.2%
5 YouTube(ユーチューブ)	99	58.6%
6 TIC TOC(テック トック)	28	16.6%
7 利用していない	22	13.0%
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 X(エックス)※旧Twitter	20	13.3%
2 Facebook(フェイスブック)	12	8.0%
3 LINE(ライン)	88	58.7%
4 Instagram(インスタグラム)	21	14.0%
5 YouTube(ユーチューブ)	9	6.0%
6 すべて登録(フォロー)していない	51	34.0%
回答者数計	150	-

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	7.7%
2 月に数回閲覧している	19	11.3%
3 年に数回閲覧している	18	10.7%
4 閲覧したことはない	118	70.2%
回答者数計	168	-

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。あてはまるものをすべて選んでください。

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	126	75.4%
2 市が主催するイベントや講座などの情報	114	68.3%
3 子育てや健康・福祉などの情報	72	43.1%
4 観光情報	73	43.7%
5 まちづくり政策に関する情報	58	34.7%
6 市長からのメッセージ	41	24.6%
7 プレゼント企画	82	49.1%
8 その他	8	4.8%
回答者数計	167	-

■ 「その他」のご意見

- ・ SNSを利用していない。
- ・ 手続き関係(助成や申請など)



#### 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	85	49.7%
2 購読していない	86	50.3%
回答者数計	171	-

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	56	64.4%
2 興味のある部分のみ読んでいる	26	29.9%
3 全く読んでいない	5	5.7%
回答者数計	87	-

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。  
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 救急・防災情報	60	70.6%
2 届け出・証明窓口等	28	32.9%
3 ごみの出し方	39	45.9%
4 健康・医療情報	50	58.8%
5 高齢者・介護情報	40	47.1%
6 出産・子育て情報	14	16.5%
7 保育・学校等の教育情報	23	27.1%
8 年金・税金情報	47	55.3%
9 観光・イベント	57	67.1%
10 その他	2	2.4%
回答者数計	85	-

■ 「その他」のご意見

- ・ SNSで発信すれば新聞は不要。

#### 5. 最後に、おうかがいします。

問19 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(要旨)

(市広報みやざきについて)

- ・ 10代などの若い人たちが興味を持つ内容ではない。若い人が関われる内容の発信があるといい。
- ・ 簡潔に分かりやすく知らせてほしい。
- ・ 読みやすく、活字の大きさを考えて作成してください。
- ・ 広報紙には、市職員ではなくて、活動している市民を多く掲載してほしい。
- ・ 市長がどういうビジョンを持っているのか、またどう実行しようとしているのか知りたいです。また、副市長や市役所で働く人にもスポットライトを当ててほしい。
- ・ 市の広報紙は市の顔。状況、課題等、市民が必要とすることをいろんな方法で公平に伝えてほしい。
- ・ 年初めの1月号にはもっと紙面を多くとり、市長がこの一年の目標を具体的に述べる機会にしてほしい。いつものレイアウトを壊してもやってください。
- ・ 宮崎市のLINEを登録したが、情報には目を通すものの使いこなせていない。若い人向けに、SNSによる発信は大切だが、高齢化なので広報紙、新聞広告は続けてほしい。

(次ページへ続く)

- ・ 年間行事等のわかっている活動を、広報紙で早めに載せてもらいたい。
- ・ 市の広報がしている流れを、3月か4月の年度始めでわかりやすく紹介してみてもどうか。
- ・ マイナポータルで手続きができたり、色々と便利な情報をわかりやすく発信してほしい。
- ・ アパート暮らし等の若い人たちには広報紙は届いていない。班を利用して、全戸に配布できないか。

(SNSの利用について)

- ・ 市の広報に興味のある人は、どんな媒体であっても日頃から目をとめ意識して情報入手する。SNSの情報発信は、これまで市広報に関心のない人に興味を持ってもらうには重要になる。
- ・ 新聞は若い層は読まなくなっているのので、子育て情報は不要。逆に広報紙やLINEなどのSNSではどんどん載せたい。
- ・ 以前より情報発信がかなり活発になっている。LINEやYahooで宮崎市の情報が入りやすくなり、お出かけのきっかけになったりもしている。
- ・ LINEでお知らせが来るのがとても便利。プッシュ型の広報活動は今の時代に必要。
- ・ 自分に必要な情報以外もラインで届くので、興味を持つきっかけになることがある。また、気軽にプレゼント応募できるので、その時に市政情報を見ることにつながっている。
- ・ テレビでは他の市や町の記事・ニュースが頻繁に見受けられる。宮崎市もテレビに少し切り変えてはどうか。

(その他)

- ・ 本市は高齢者の割合が高いので、直接各地域へ出向いて対面で巡回してはどうか。見守りや困りごと、行政への相談意見などを併用して人にやさしい行政サービスを行ったらいい。
- ・ 災害や避難等はスマホで連絡が来るので、大変有効だが全てには行き渡らない。地域のサイレンが一番早いので、サイレンの鳴らし方に工夫して活用していくのがよい。
- ・ 年齢層により情報収集の手段が異なることから、広報活動を限定化することは難しい。特に60歳すぎの方々は、現状で自治会を通しての回覧による広報が最適、自治会への加入促進化に注視すべき。
- ・ 地区の公民館を利用した広報活動を望んでいる。市役所を出て、地区への活動を願っている。
- ・ 小中学校を通して広報を行うのはどうか。
- ・ 市の広報活動が全体的にクオリティが上がってきている。