

**令和2年度
横浜市の広報に関する
アンケート調査
結果報告書**

横浜市市民局広報課

目次

1. 調査の概要		
調査目的と概要	P.3
回答者の属性	P.4
2. 調査結果		
(1): 市政情報の入手方法	P.13
(2): 「広報よこはま」: 読む頻度	P.18
「広報よこはま」: 入手方法	P.23
「広報よこはま」: 改善してほしい点	P.25
「広報よこはま」: 読みたいと思う形式	P.27
「広報よこはま」: 読んでいない理由	P.30
(3): 市のウェブサイト: 利用頻度	P.33
市のウェブサイト: 主な利用目的	P.37
市のウェブサイト: 必要な情報の探しやすさ	P.40
市のウェブサイト: 情報を探しにくい理由	P.43
市のウェブサイト: 期待すること	P.45
市のウェブサイト: 利用しない理由	P.48
(4): 市のLINEアカウントに期待するサービス	P.51
(5): 季刊誌「横濱」: 購読状況	P.54
季刊誌「横濱」: 取り上げてほしいテーマ	P.57
季刊誌「横濱」: 読んでいない理由	P.59
(6): 市の魅力情報の入手方法	P.61
(7): 「暮らしのガイド」: 認知・使用状況	P.64
(8): 広報テレビ番組: 「ハマナビ」視聴状況	P.67
広報テレビ番組: 「ハマナビ」視聴のきっかけ	P.70
広報テレビ番組: 「ハマナビ」動画配信の視聴経験	P.72
広報テレビ番組: 「ぎゅっとヨコハマ！」ケーブルテレビの視聴状況	P.74
広報ラジオ番組: 聴取状況	P.76
広報ラジオ番組: 聴取方法	P.79
広報テレビ・ラジオ番組: 視聴したいテーマ内容	P.82
(9): デジタルサイネージ: 視聴場所	P.85
デジタルサイネージ: 知りたい内容	P.88
(10): 横浜市の広報について: 関心ある、充実を望むテーマ	P.90
横浜市の広報について: きっかけとなった広報媒体	P.93
横浜市の広報について: 力を入れてほしい広報媒体	P.96
(11): 自由回答の概要	P.101
(12): 市政情報入手媒体と各広報媒体の利用頻度	P.102
(参考) アンケート調査票と提示物(横浜市の広報媒体)	P.104

1. 調査の概要

調査目的と概要

【調査の目的】

横浜市民の市政情報の入手手段や広報課が作成している広報媒体の利用頻度、および市の広報への要望・意見についてアンケート調査を実施して結果を分析し、今後の市の広報業務や広報媒体の改善に向けた資料とすること。

【調査概要】

1) 調査方法

- ・ アンケート方式による定量調査
- ・ 郵送によりアンケート票を配布・回収

2) 調査の対象

- ・ 横浜市内に居住する18歳以上の男女

3) 標本抽出方法と標本数

- ・ 住民基本台帳からの無作為抽出
- ・ 配布標本数 5,000票（内外国人150票）
- ・ 有効回答標本数 2,189票(内外国人35票) 有効回答標本回収率 44%

4) 実施期間

- ・ R2年11月6日～12月10日

5) 対象媒体

- ・ 広報紙「広報よこはま」
 - ・ 市ウェブサイト
 - ・ 市ライン(LINE)
 - ・ 季刊誌「横濱」
 - ・ 生活情報誌「暮らしのガイド」
 - ・ 横浜市広報テレビ番組・ラジオ番組（※）
 - ・ デジタルサイネージ
- ※「ハマナビ」、「ぎゅっとヨコハマ!」、「ホッと横浜」、「ようこそ横浜」、「ヨコハマ マイ チョイス!」、「横濱流儀 ～ハマスタイル～」の各番組

6) 調査実施主体

- ・ 横浜市市民局広報課(外部委託により実施)

【表記について】

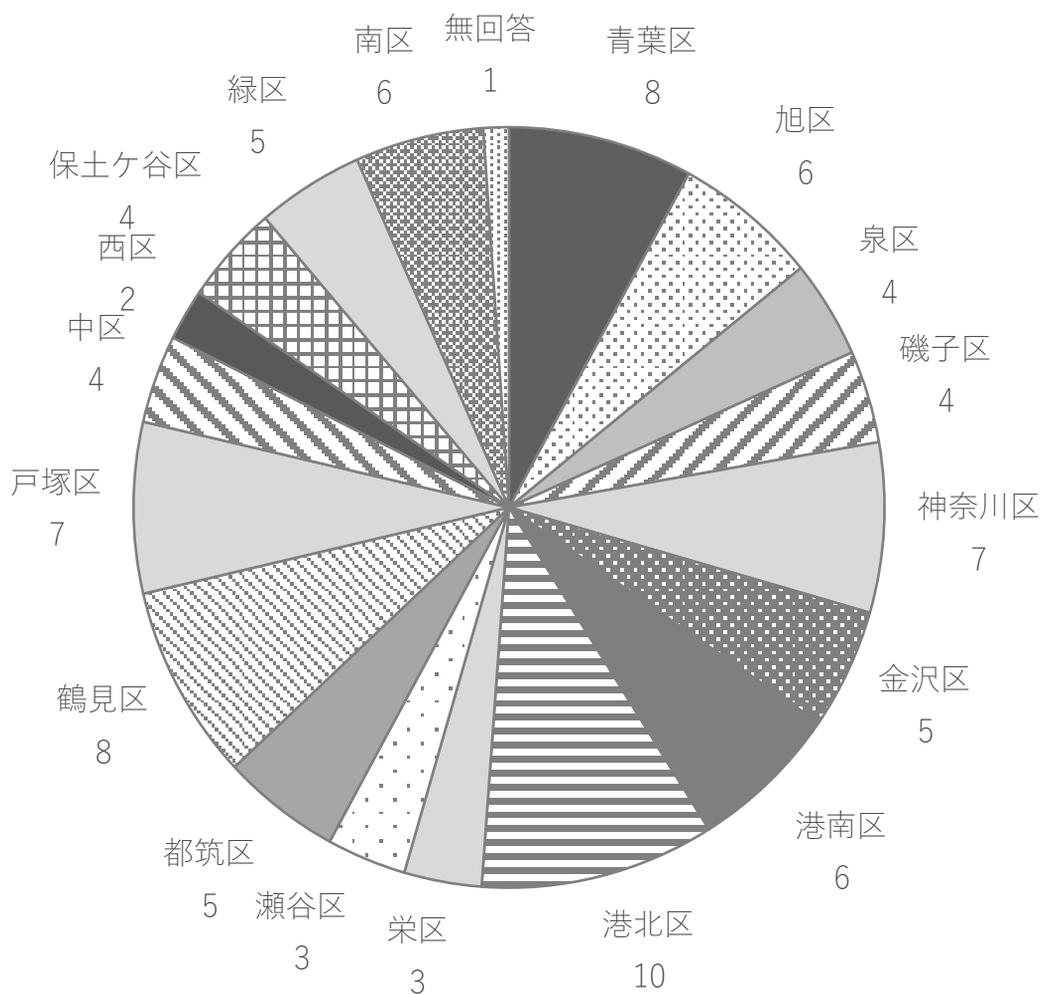
本報告書では、アンケート回答の集計結果(割合%)を小数点以下第一位の四捨五入により整数値として表記しているが、グラフ作成に使用している集計結果は小数点以下を持ったデータとして処理をしている。このため、同じ整数値であってもグラフ面積や長さが異なっていたり、合算値が100とならない箇所がある。

年齢、居住区を表すグラフにおいて、無回答のものは含めていない(P4～11を除く)。

回答者の属性

【1. 居住区】

◆ F1 あなたのお住まいの区はどこですか。 (%)



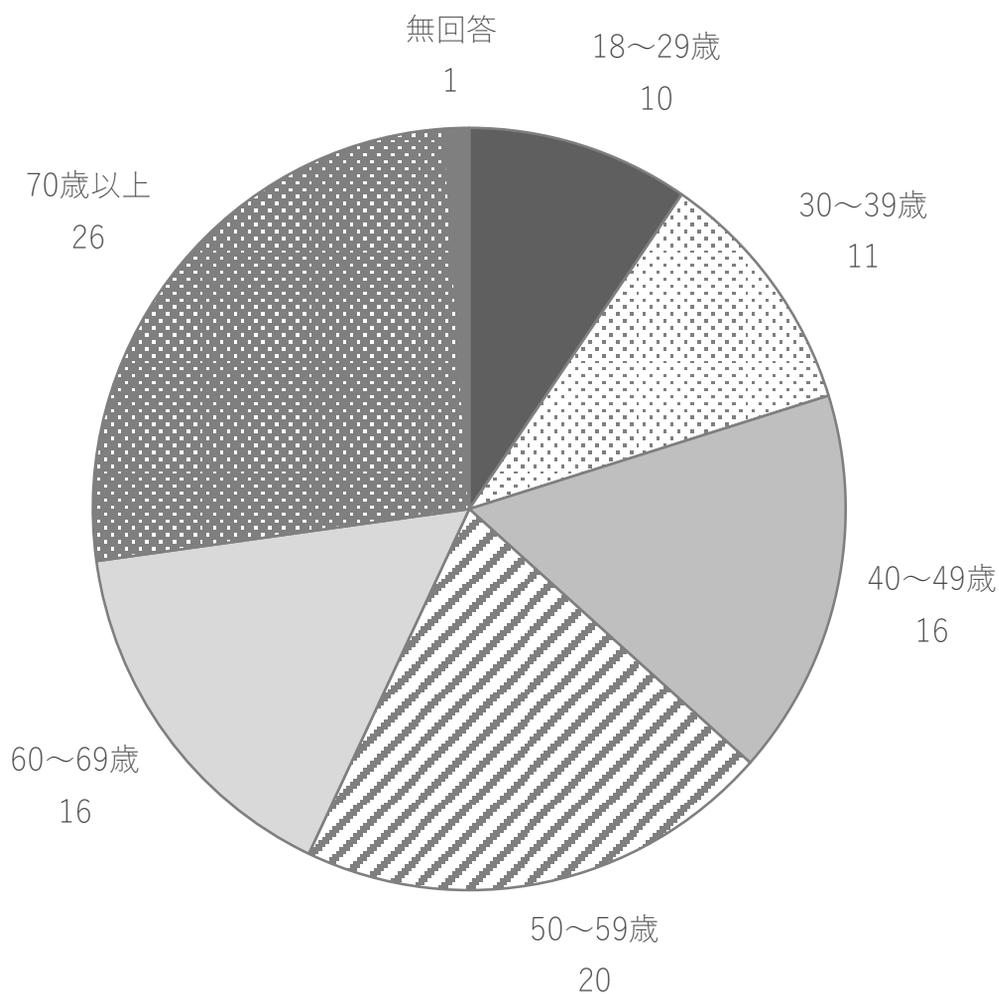
(n=2189)

回答者の属性

【2. 年齢】

◆ F2 あなたの年齢を教えてください。

(%)



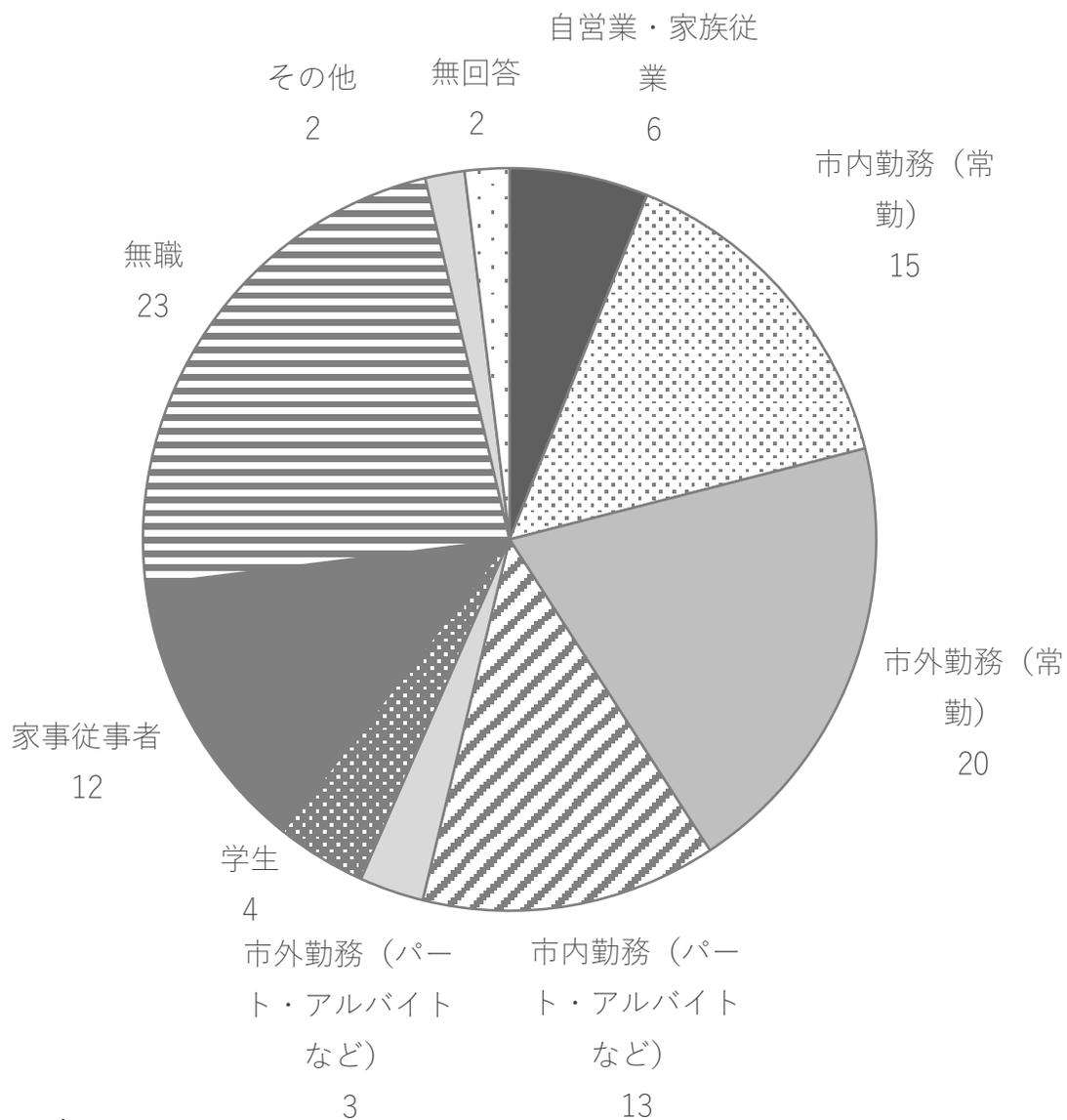
(n=2189)

回答者の属性

【3. 職業】

◆ F3 あなたの職業等をお答えください。

(%)



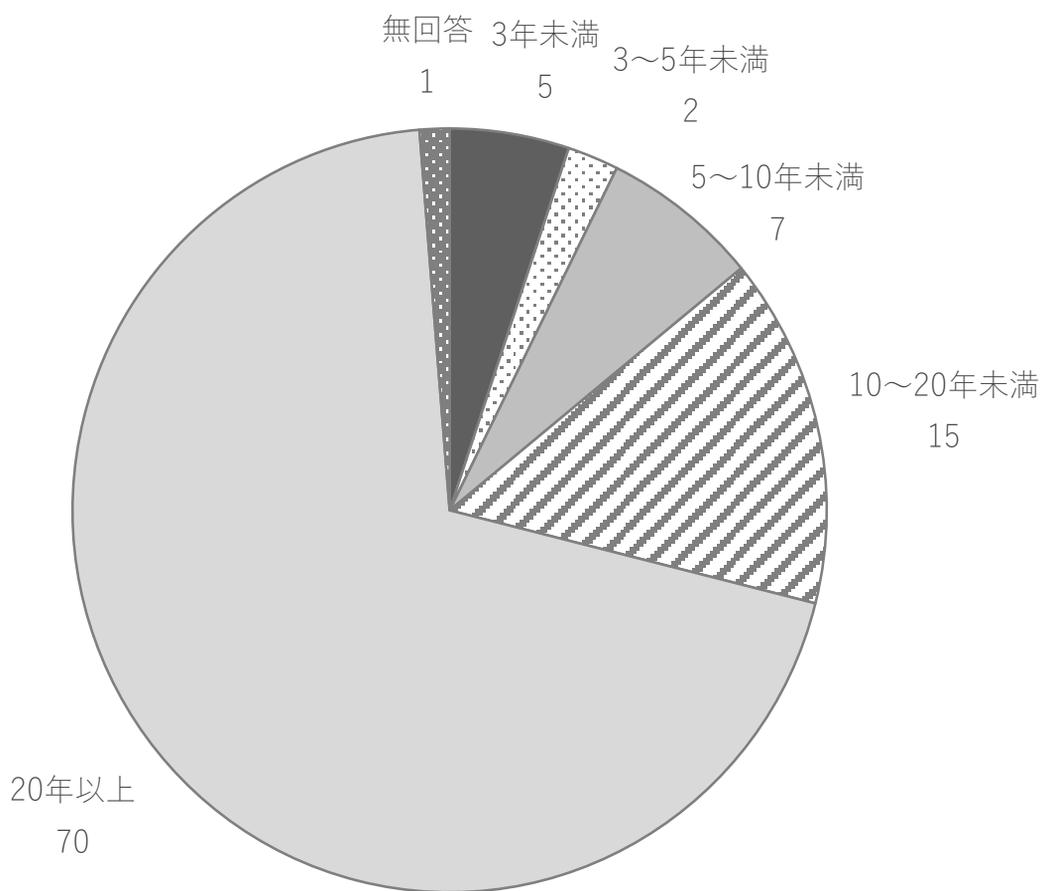
(n=2189)

回答者の属性

【4. 市内居住歴】

◆ F4 横浜市に住んで何年になりますか。

(%)



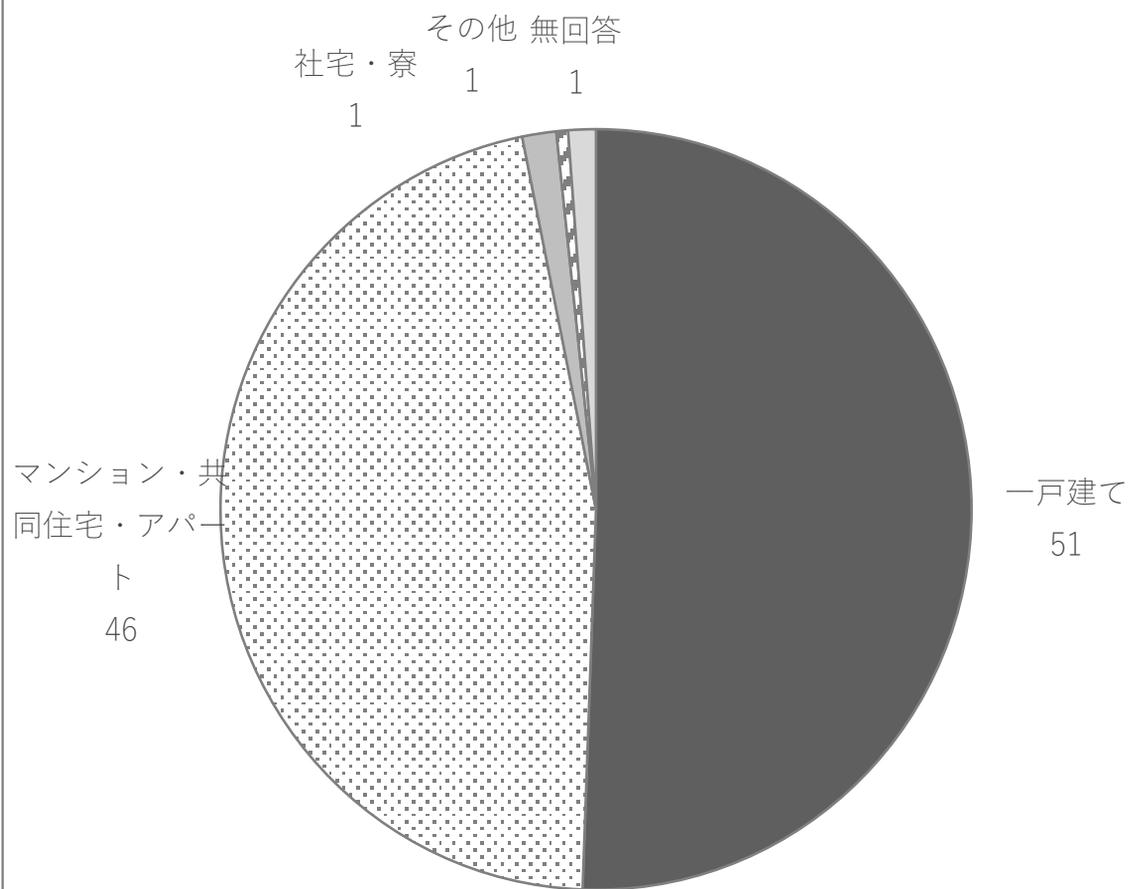
(n=2189)

回答者の属性

【5. 居住形態】

◆ F5 居住形態をお答えください。

(%)

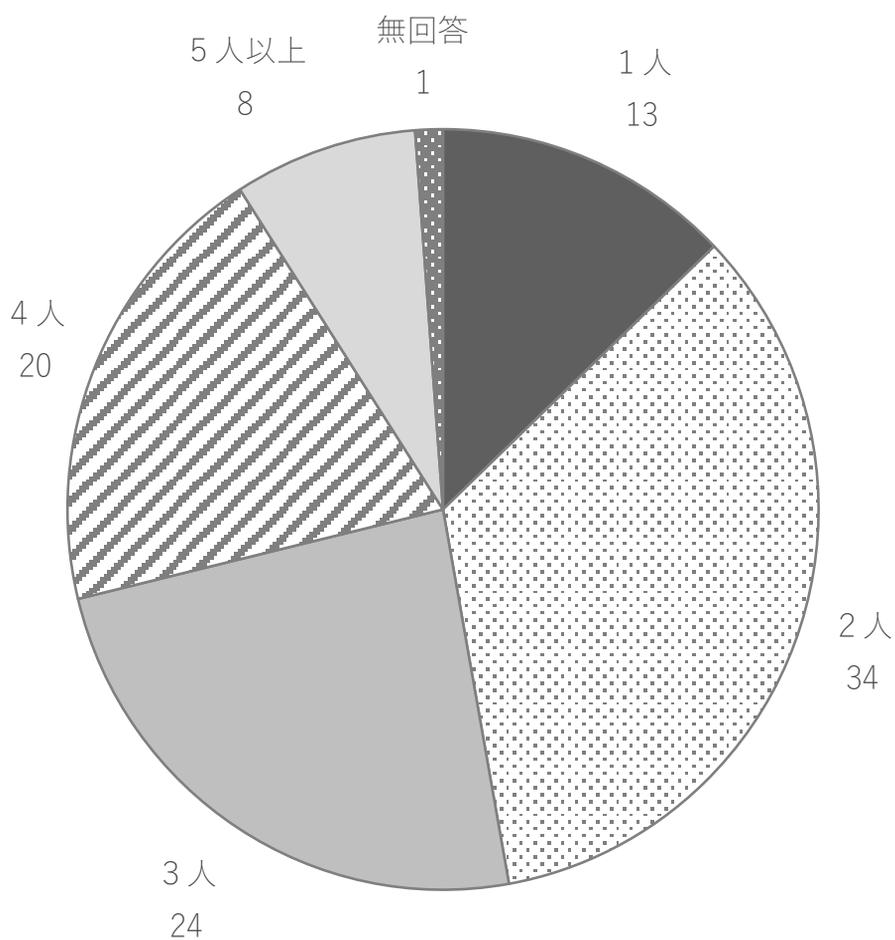


(n=2189)

回答者の属性

【6. 世帯の人数】

◆ F6 ご一緒に住んでいる世帯の人数（あなたを含む）をお答えください（%）

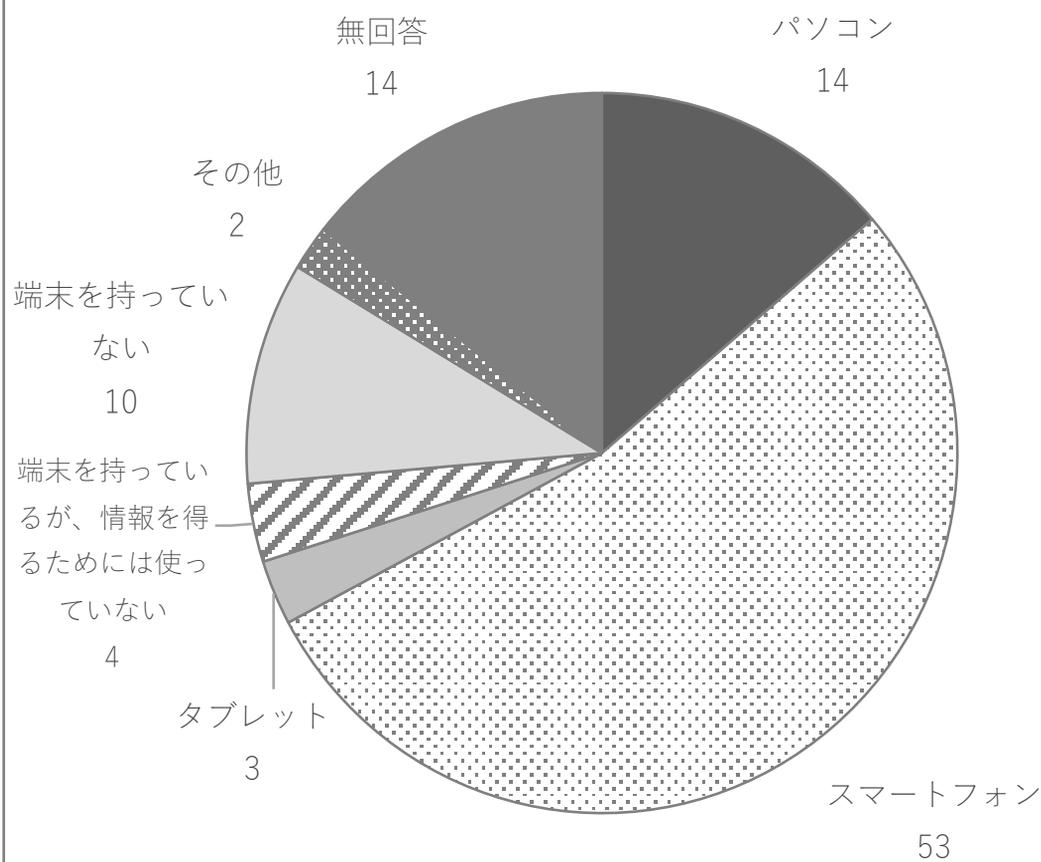


(n=2189)

回答者の属性

【7. 最も使う情報端末】

◆ F7 普段、情報を得るときにパソコンやスマートフォンなどの端末を使いますか。 (%)



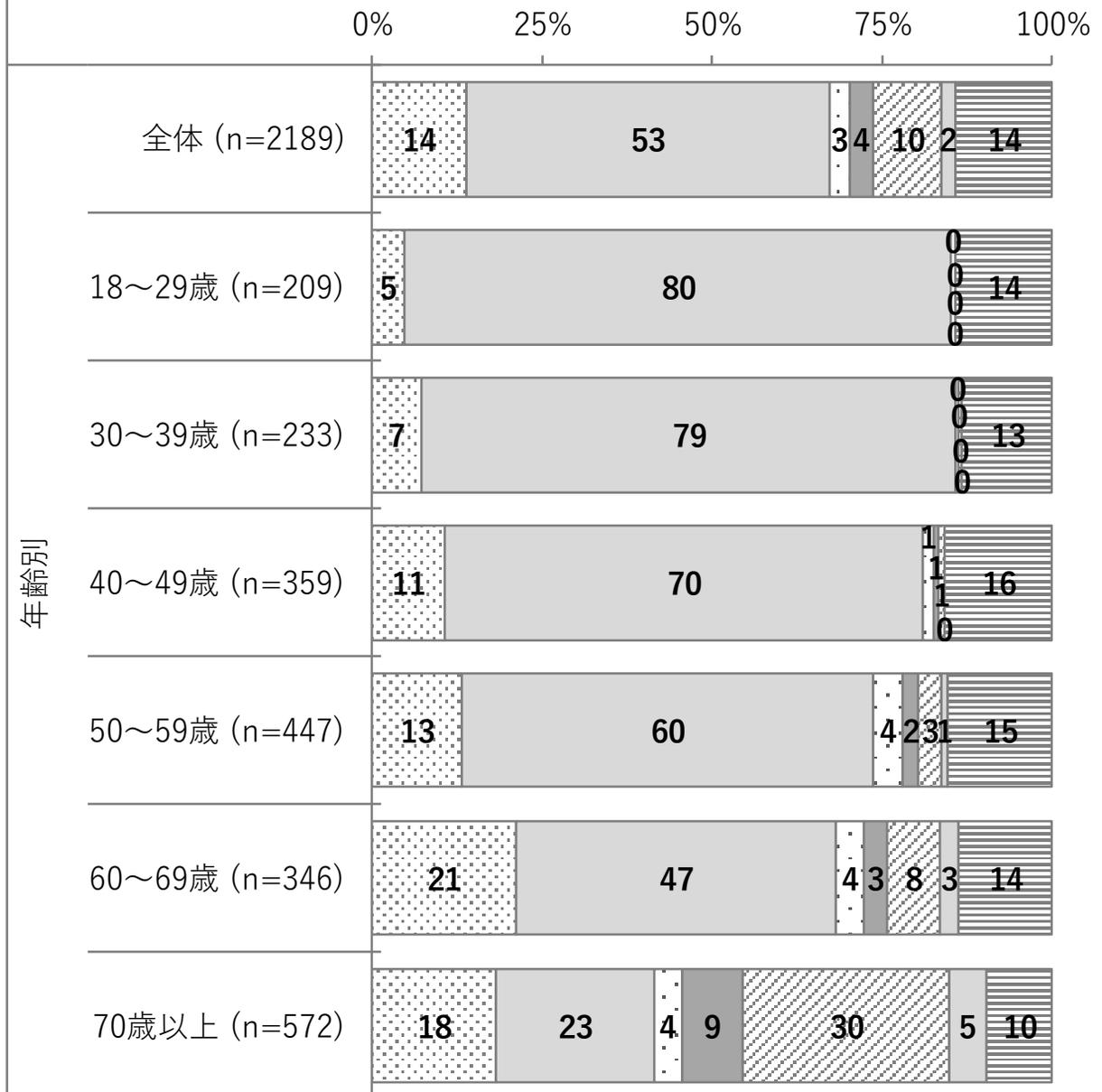
(n=2189)

回答者の属性

【7. 最も使う情報端末(年齢別)】

◆ F7 普段、情報を得るときにパソコンやスマートフォンなどの端末を使いますか。

- パソコン
- スマートフォン
- ▣ タブレット
- 端末を持っているが、情報を得るためには使っていない
- ▨ 端末を持っていない
- その他
- ▨ 無回答



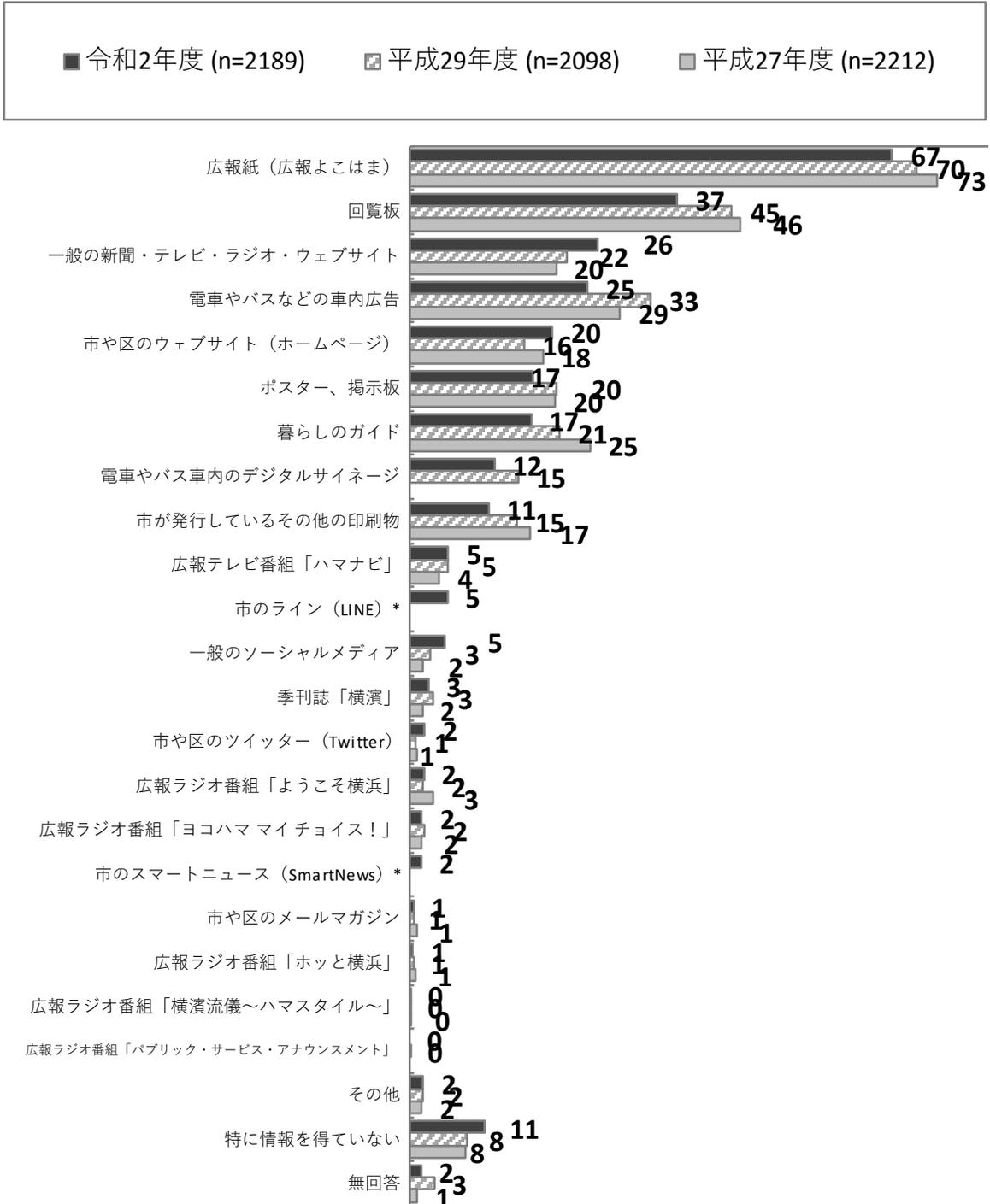
2. 調查結果

(1) 市政情報の入手方法

【全体・経年比較】

- ・ 市政情報の入手方法としては「**広報紙(広報よこはま)**」が67%で最も高く、「**回覧板**」が37%で続く。27年度から低下傾向にあるものの、引き続き主な入手方法である。
- ・ 「**一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト**」と「**市や区のウェブサイト**」は前回から4ポイント増加。

【問1】 普段、市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）を、どのようなものから得ていますか。【複数回答】 (%)



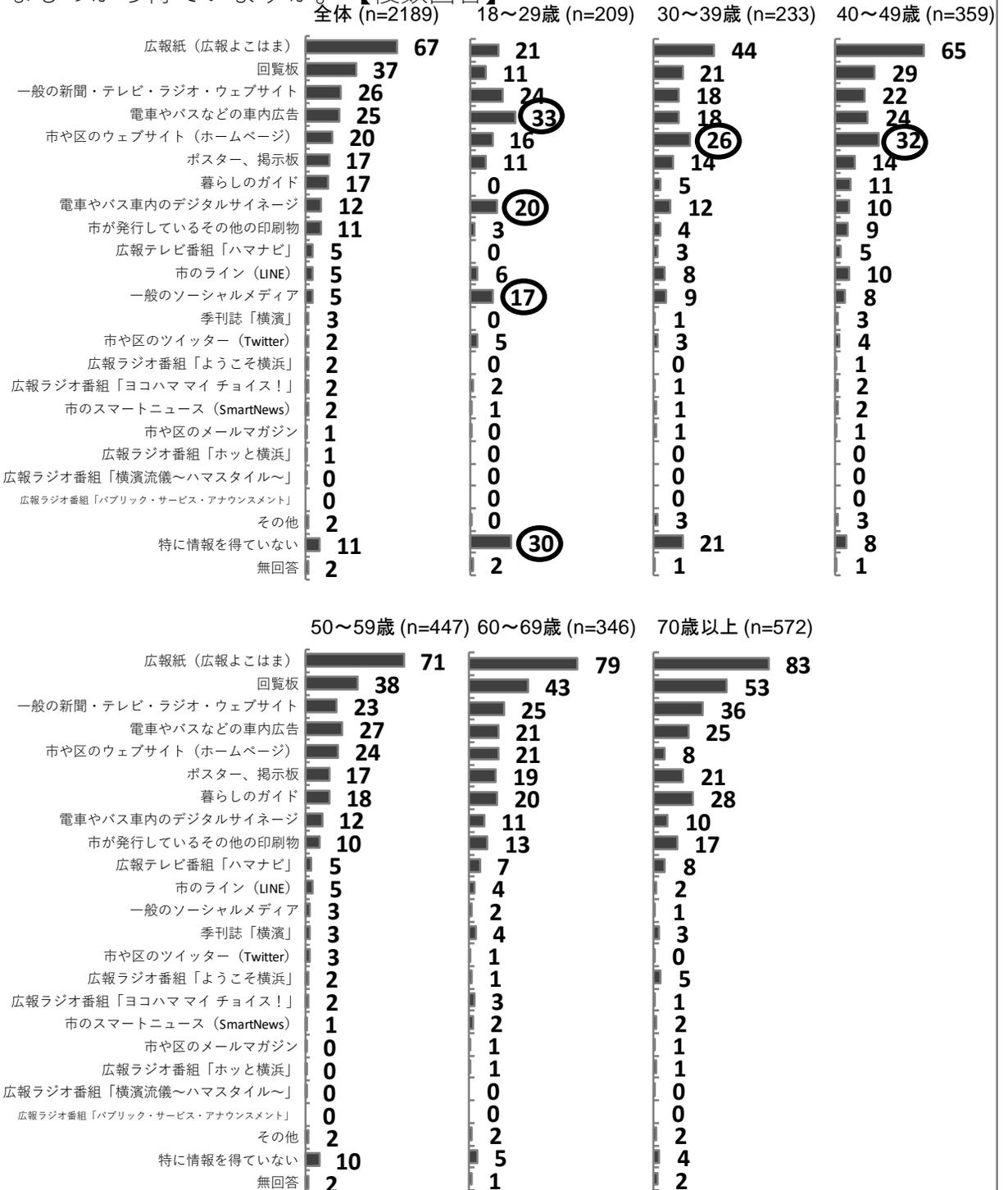
*市のライン(LINE)と市のスマートニュース(SmartNews)は今回の調査で新たに追加

(1) 市政情報の入手方法

【年齢別】

- 18～29歳では「電車やバスなどの車内広告」、「電車やバス車内のデジタルサイネージ」、「一般のソーシャルメディア」の割合が全体よりも高い。また、「情報を得ていない」も高い。
- 30歳代と40歳代は、「市や区のウェブサイト(ホームページ)」の割合が全体よりも高い。
- 「広報紙(広報よこはま)」と「回覧板」では、年代が上がるほど高くなり、「一般のソーシャルメディア」は若い年代ほど高い。

【問1】 普段、市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）を、どのよう（%）なものから得ていますか。【複数回答】



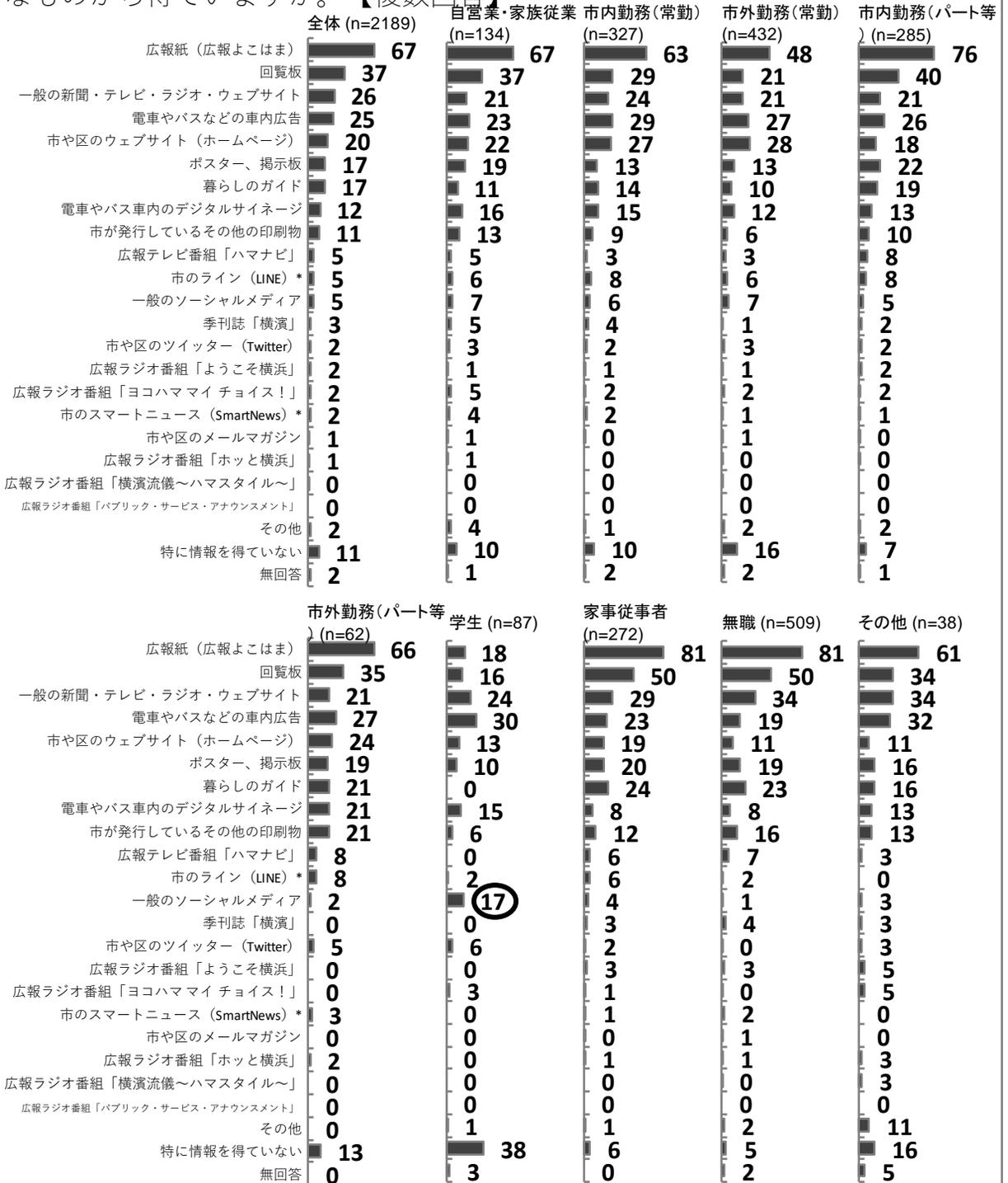
*市のライン(LINE)と市のスマートニュース(SmartNews)は今回の調査で新たに追加

(1) 市政情報の入手方法

【職業別】

- 学生以外は、「広報紙(広報よこはま)」が最も利用されている情報源となっているが、職業により利用率に差が見られる。家事従事者と無職は利用率が8割を超えるのに対し、市外勤務(常勤)は5割未満である。
- 学生は、「一般のソーシャルメディア」が全体に対し12ポイント高い。また、「情報を得ていない」は全体を27ポイントと大きく上回り、高い。

【問1】 普段、市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）を、どのよう（%）なものから得ていますか。【複数回答】



*市のライン(LINE)と市のスマートニュース(SmartNews)は今回の調査で新たに追加

(1) 市政情報の入手方法

【居住地域別】

- 全ての区で、「広報紙(広報よこはま)」が市政情報の主な入手方法である。
- 金沢区、瀬谷区、保土ヶ谷区では、「回覧板」の利用率が全体よりも10ポイント以上高い。
- 都筑区では、「電車やバスなどの車内広告」と「電車やバス車内のデジタルサイネージ」の割合が全体よりも10ポイント以上高い。

【問1】 普段、市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）を、どのようなものから得ていますか。【複数回答】

	n=	広報紙 (広報よこはま)	回覧板	一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト	電車やバスなどの車内広告	市や区のウェブサイト(ホームページ)	ポスター、掲示板	暮らしのガイド	電車やバス車内のデジタルサイネージ	市が発行しているその他の印刷物	広報テレビ番組「ハマナビ」	市のライン(LINE)	市のスマートニュース(SmartNews)	一般のソーシャルメディア	季刊誌「横浜」	市や区のツイッター(Twitter)	広報ラジオ番組「ようこそ横浜」	広報ラジオ番組「ヨコハママイチョイス！」	市のスマートニュース(SmartNews)	市や区のメールマガジン	広報ラジオ番組「ホッと横浜」	広報ラジオ番組「横浜流儀」	広報ラジオ番組「ハマスタイル」	広報ラジオ番組「パブリック・サービス・アナウンスメント」	その他	特に情報を得ていない
全体	(2189)	67	37	26	25	20	17	17	12	11	5	5	5	3	2	2	2	2	2	1	1	0	0	2	11	
青葉区	(174)	62	34	26	26	18	16	20	11	10	5	5	6	0	2	2	1	1	0	1	0	0	0	2	11	
旭区	(136)	77	46	32	22	24	15	18	8	7	4	6	4	4	1	0	4	2	0	1	0	0	0	2	5	
泉区	(91)	78	45	19	27	15	19	11	13	11	3	4	4	2	1	2	5	1	0	0	0	0	0	2	8	
磯子区	(86)	69	43	26	33	17	22	21	13	12	5	6	3	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	12	
神奈川区	(158)	62	30	25	25	18	17	15	11	8	11	2	6	4	1	4	1	1	1	1	1	0	0	2	10	
金沢区	(112)	71	47	21	25	27	17	17	4	13	6	6	2	2	3	7	2	4	3	0	0	0	0	0	8	
港南区	(142)	69	40	30	37	21	20	20	15	10	6	6	4	3	1	5	3	3	0	1	0	0	0	0	8	
港北区	(221)	64	26	27	26	23	13	17	15	9	3	4	5	1	2	2	1	1	1	0	0	0	0	1	14	
栄区	(73)	71	45	33	12	18	15	22	5	16	3	3	7	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3	7	
瀬谷区	(75)	75	56	24	13	9	19	16	4	21	7	7	4	0	0	1	1	4	0	0	0	0	0	3	8	
都筑区	(112)	63	26	27	35	21	15	18	25	10	2	8	5	2	2	2	4	4	1	0	0	0	0	4	11	
鶴見区	(182)	63	36	23	15	17	13	14	4	11	6	6	5	2	2	1	0	1	0	1	0	0	0	4	15	
戸塚区	(159)	65	30	29	18	18	15	16	8	9	4	6	4	1	3	0	2	1	1	0	1	0	0	3	9	
中区	(82)	63	26	29	16	18	18	7	12	17	4	4	7	4	2	1	0	1	0	1	1	0	0	4	10	
西区	(48)	56	23	21	21	21	19	13	17	13	2	13	6	6	6	2	2	6	2	0	0	0	0	0	15	
保土ヶ谷区	(92)	65	47	27	26	29	23	17	18	12	7	7	4	4	4	2	3	1	0	0	0	0	0	2	8	
緑区	(101)	68	42	22	24	24	14	19	16	10	4	7	6	5	6	2	4	1	1	0	0	0	0	1	18	
南区	(121)	69	40	27	36	17	29	18	16	13	9	2	7	6	2	2	1	2	1	2	0	0	0	2	7	

※各区上位3項目は濃い灰色、上位4位・5位は薄い灰色でハイライト

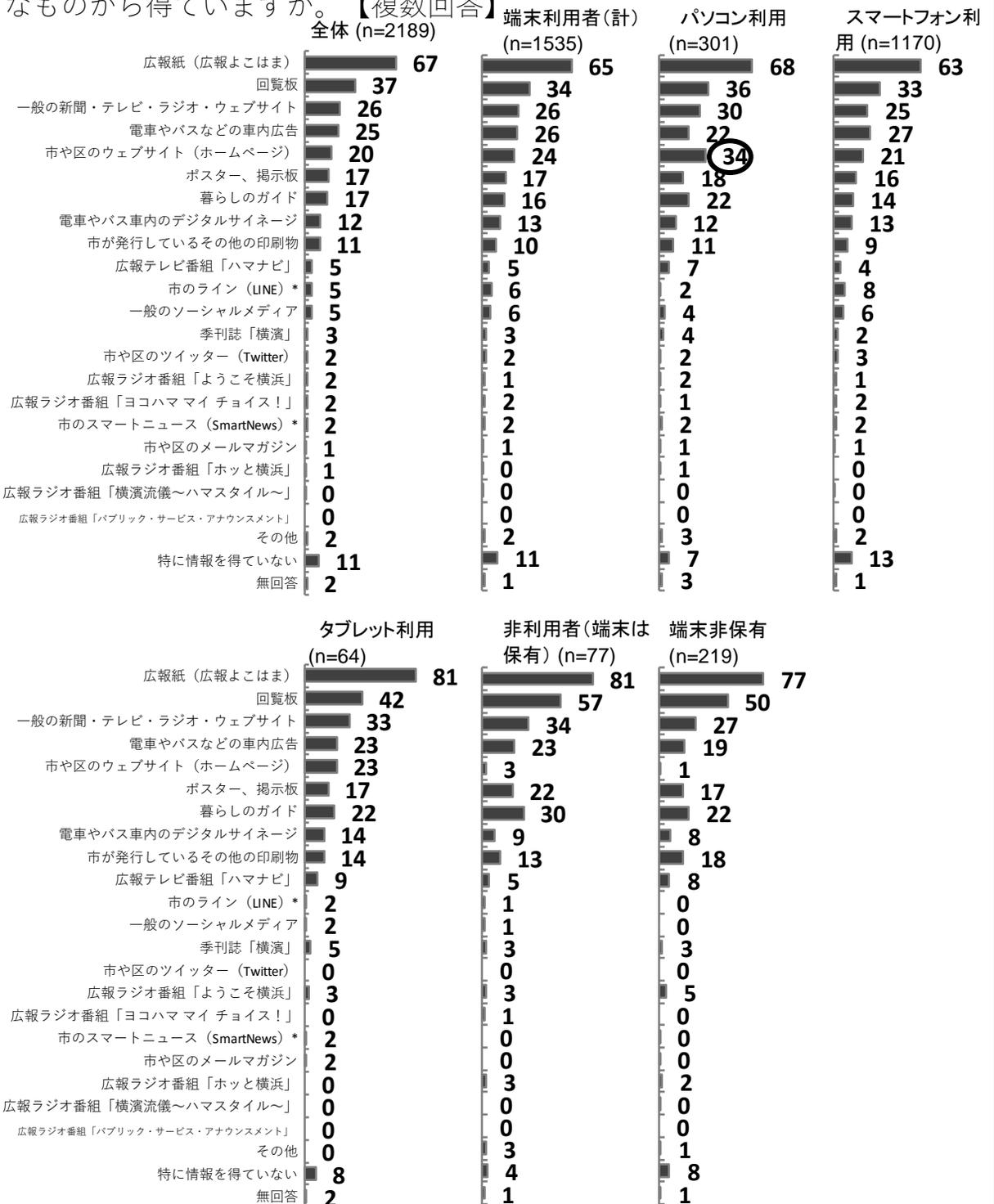
*市のライン(LINE)と市のスマートニュース(SmartNews)は今回の調査で新たに追加

(1) 市政情報の入手方法

【情報端末別】

- どの端末利用者も、「広報紙(広報よこはま)」が市政情報の主な入手方法である。
- 最も使う情報端末がパソコンの人は、「市や区のウェブサイト」が全体を14ポイント上回り、高い。

【問1】 普段、市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）を、どのよう（%）なものから得ていますか。【複数回答】

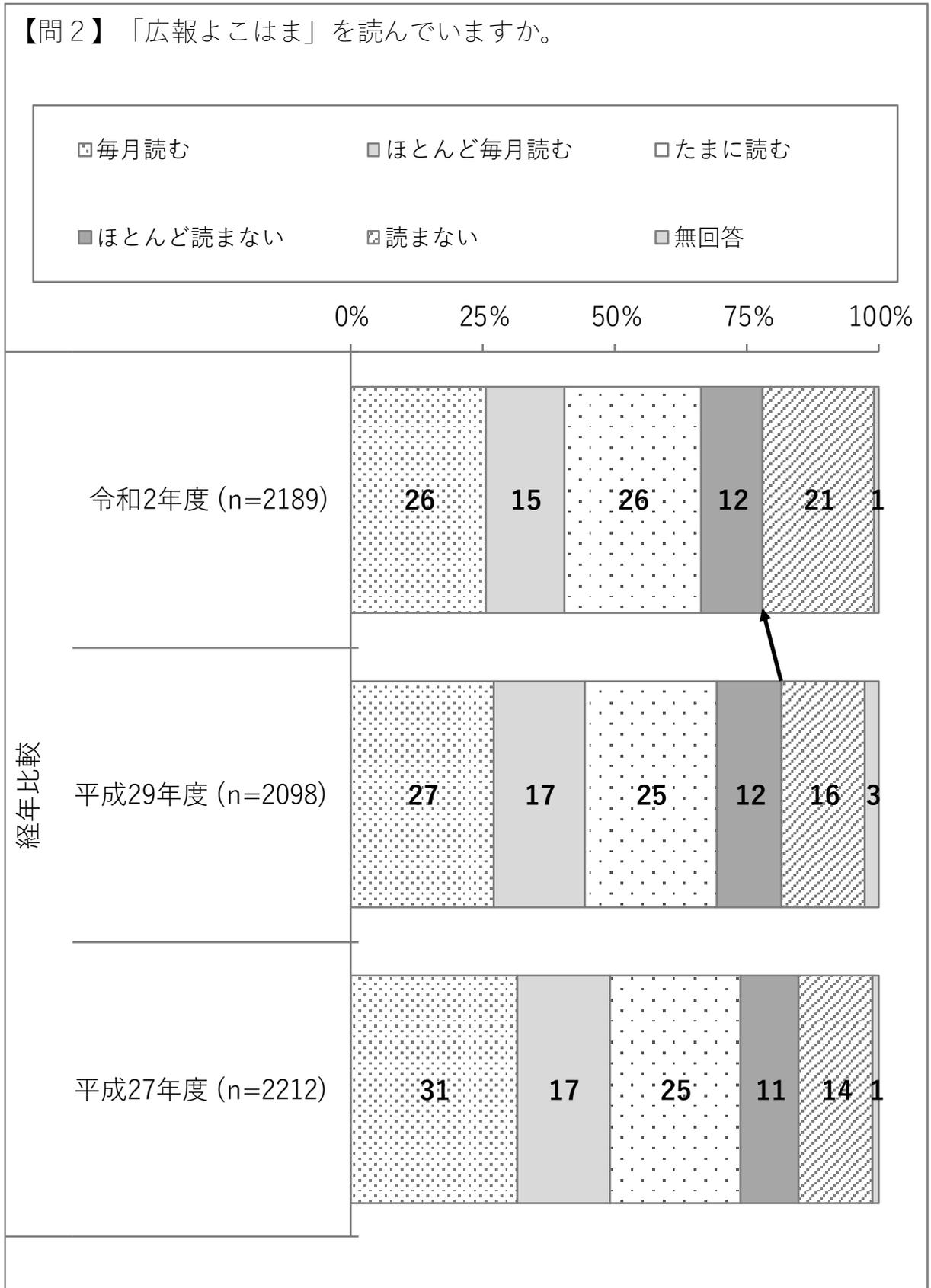


*市のライン(LINE)と市のスマートニュース(SmartNews)は今回の調査で新たに追加

(2)「広報よこはま」:読む頻度

【全体・経年比較】

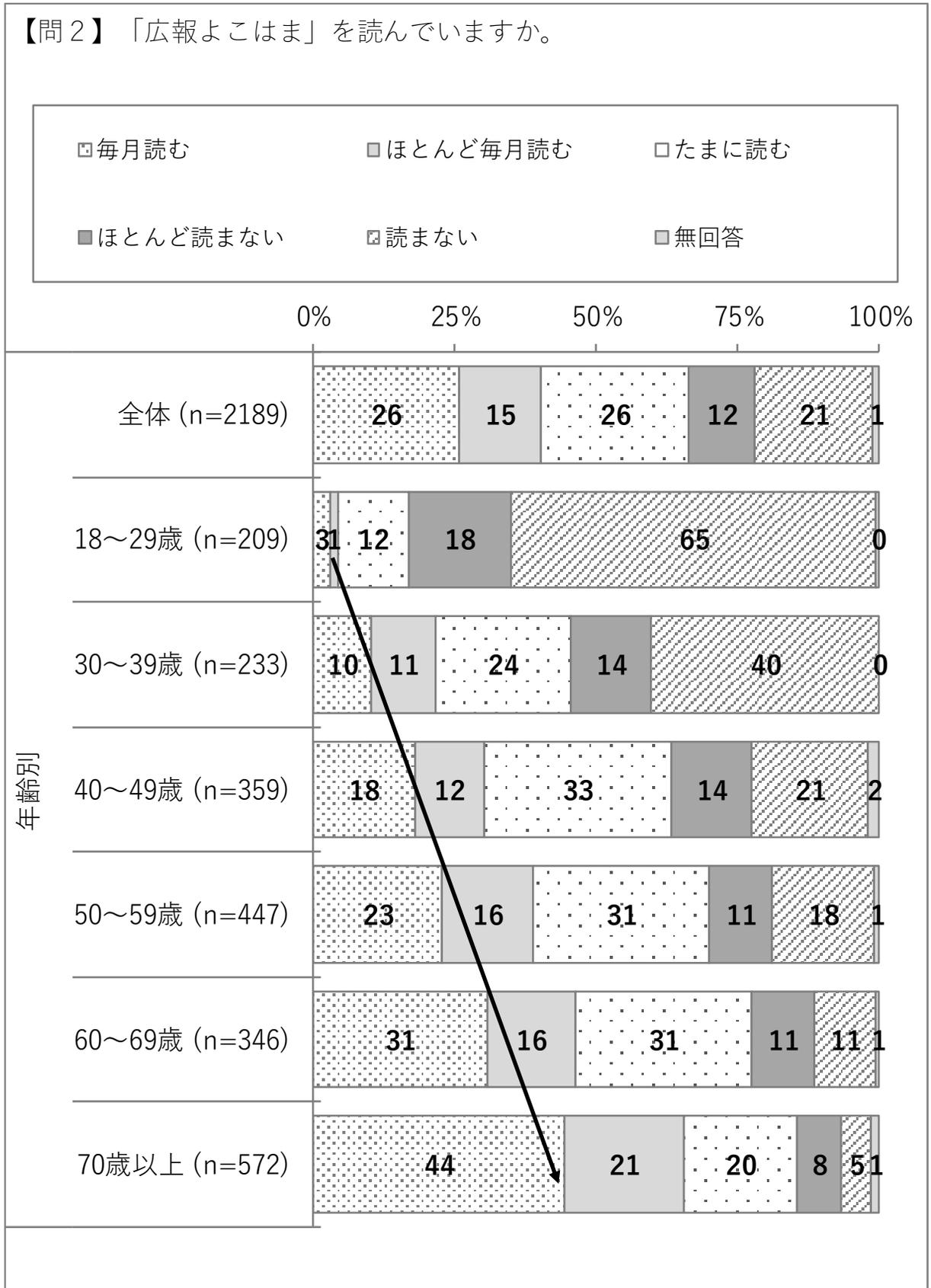
- ・ 「広報よこはま」を「読まない」人の割合が、29年度より5ポイント増加している。



(2)「広報よこはま」:読む頻度

【年齢別】

- 「広報よこはま」を「毎月読む」人の割合は、高年齢層になるほど高くなり、70歳以上で44%。一方、18～29歳では、「読まない」割合が65%を占める。

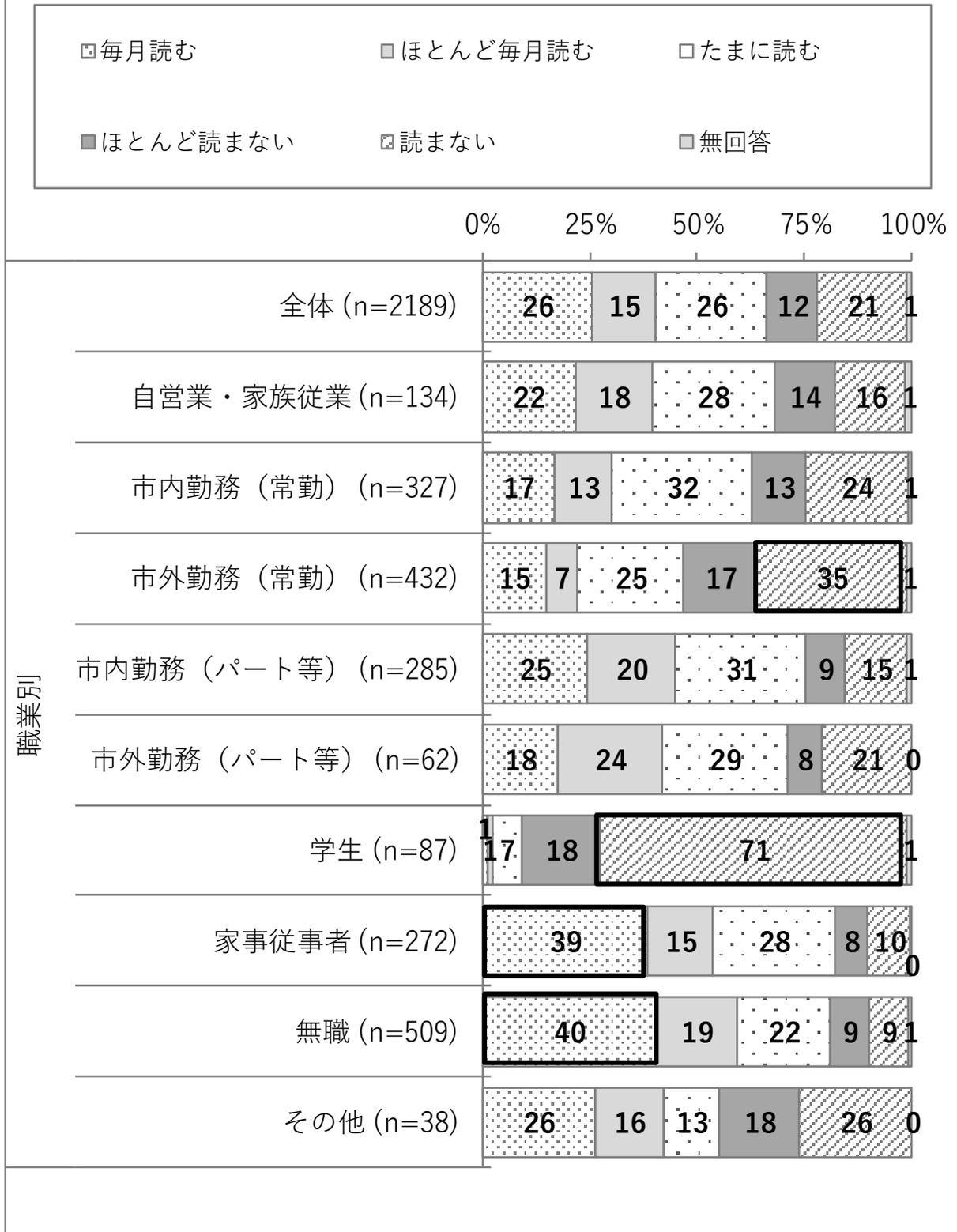


(2)「広報よこはま」:読む頻度

【職業別】

- ・ 家事従事者と無職で、「広報よこはま」を「毎月読む」人の割合が高く、全体を10ポイント以上上回る。
- ・ 一方、市外勤務(常勤)と学生で、「読まない」人の割合が高く、全体を10ポイント以上上回る。

【問2】「広報よこはま」を読んでいますか。

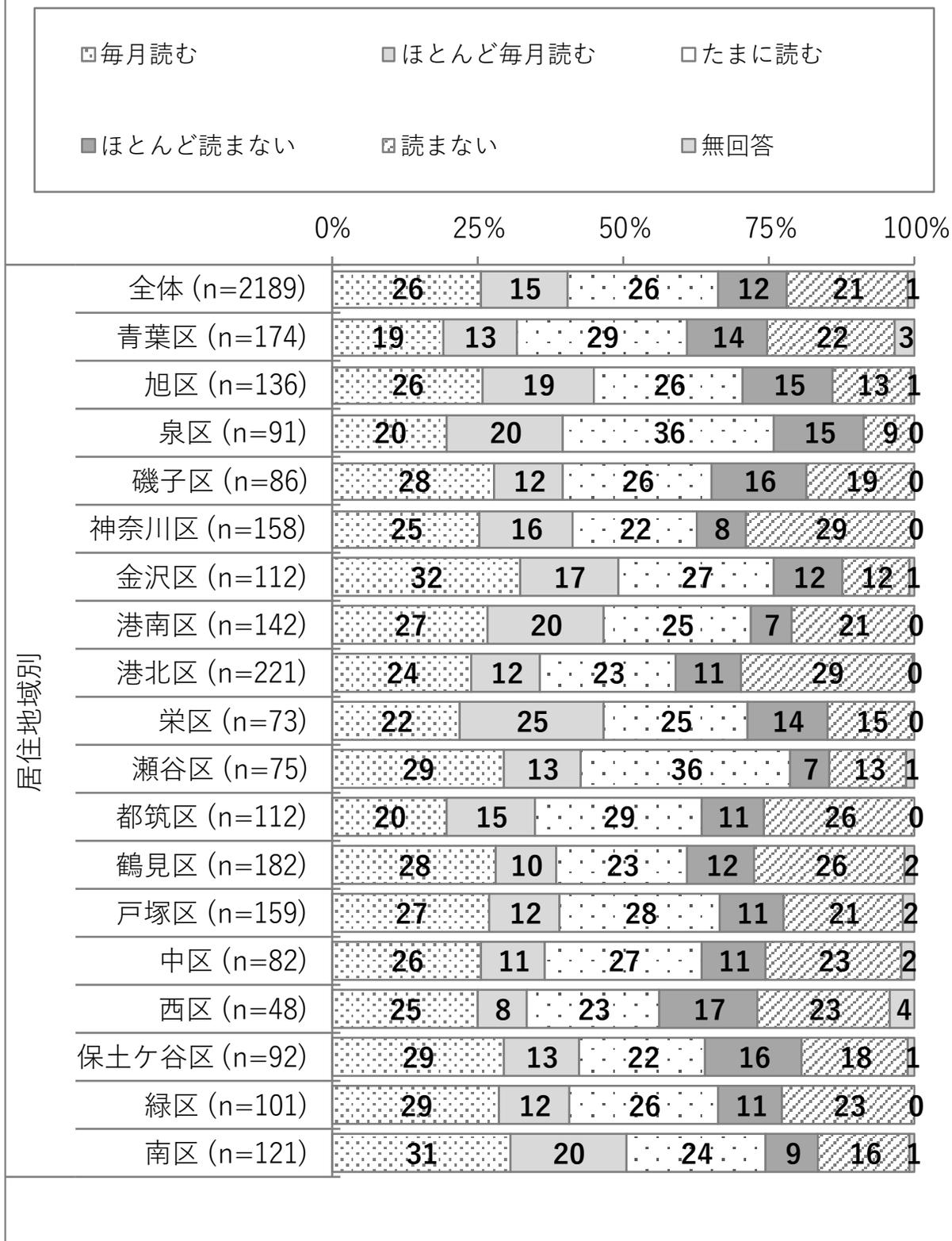


(2)「広報よこはま」:読む頻度

【居住地域別】

- 「広報よこはま」を「毎月読む」人の割合が高い地区は、金沢区と南区で全体と比較し5ポイント以上高い。反対に、青葉区、泉区、都筑区は全体と比較し5ポイント以上低い。

【問2】「広報よこはま」を読んでいますか。

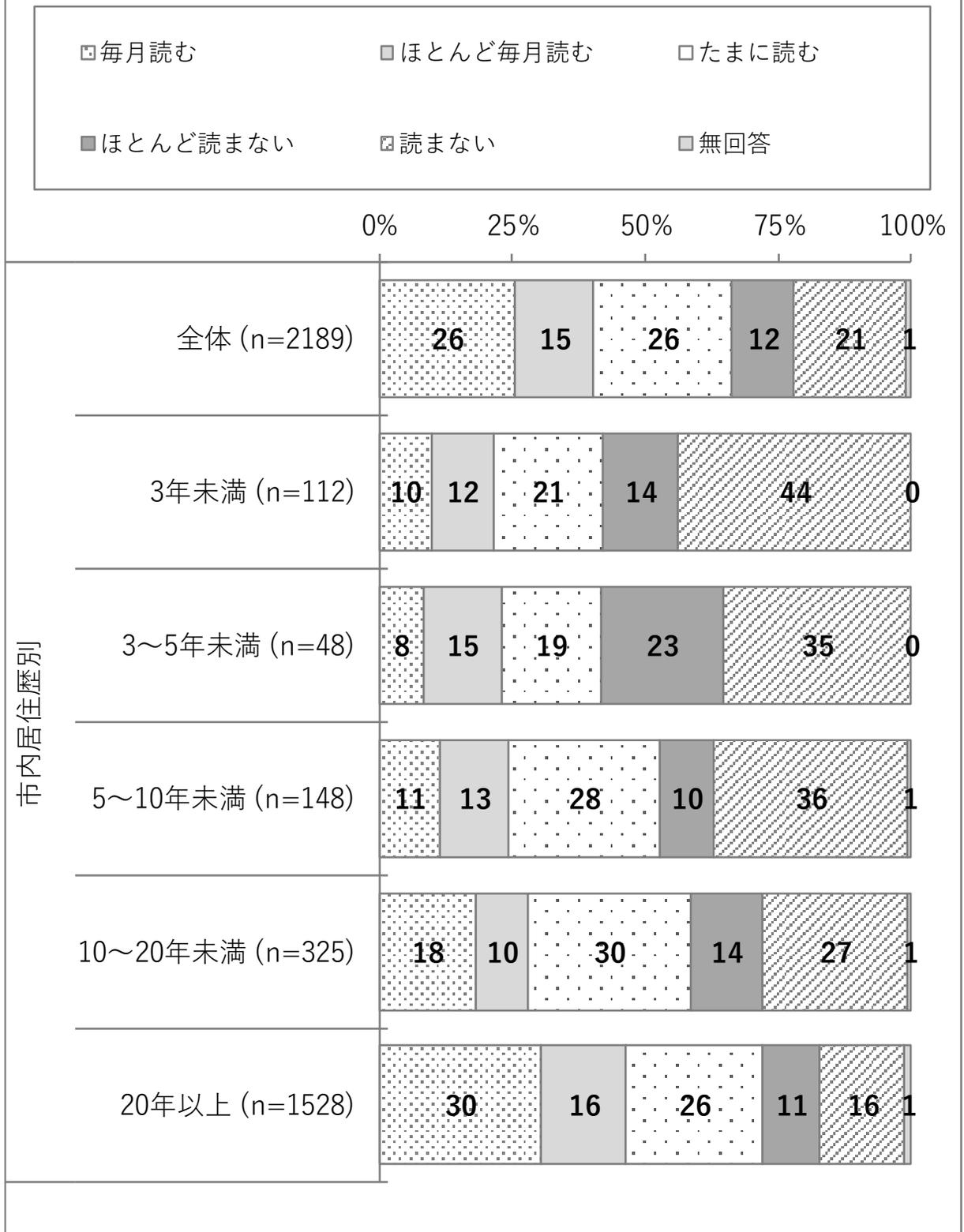


(2)「広報よこはま」:読む頻度

【市内居住歴別】

- 市内居住歴では、居住歴が長いほど「広報よこはま」を「毎月読む」割合が高い傾向がある。居住歴「20年以上」は、「毎月読む」人の割合が30%と高いのに対し、「3年未満」が10%、「3～5年未満」が8%と低い。

【問2】「広報よこはま」を読んでいますか。

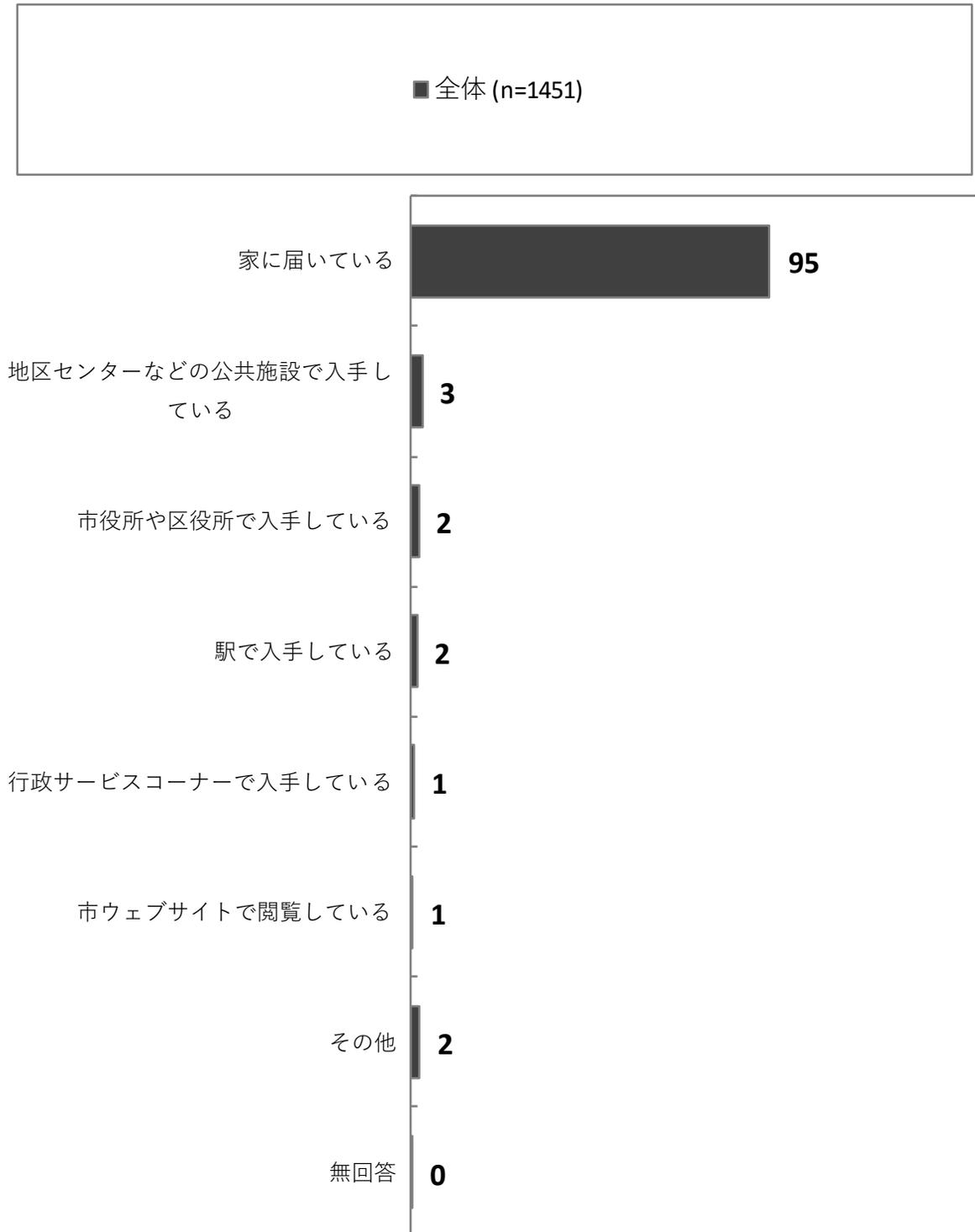


(2)「広報よこはま」:入手方法

【全体】

- 「広報よこはま」の入手方法は、「家に届いている」が全体の95%を占める。

【問3】「広報よこはま」をどのように入手していますか。【複数回答】 (%)

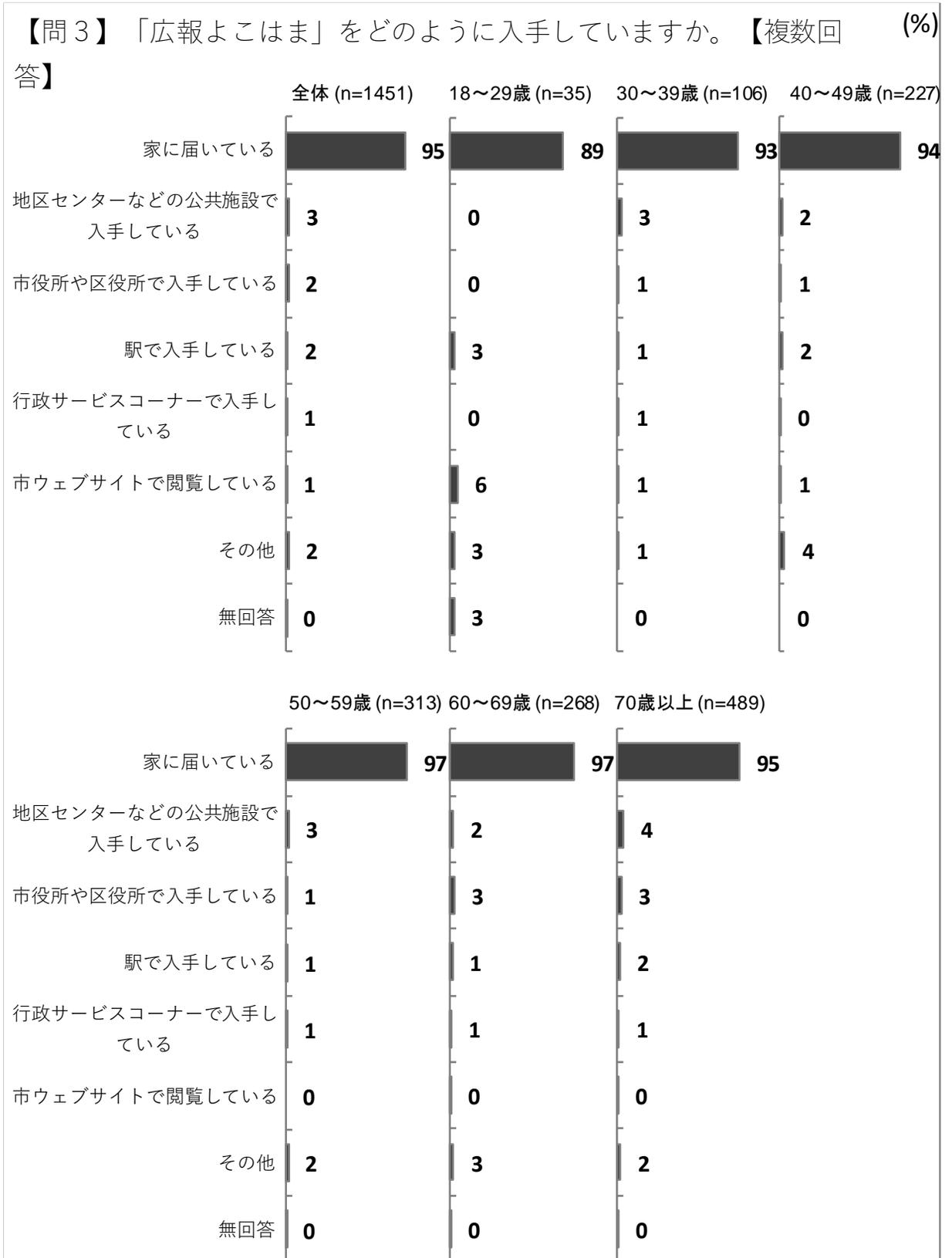


集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

(2)「広報よこはま」:入手方法

【年齢別】

- 年齢別に見てもどの年代でも「家に届いている」が高いが、18～29歳では他の年代に比べやや低く、「市ウェブサイトで閲覧している」が6%見られる。



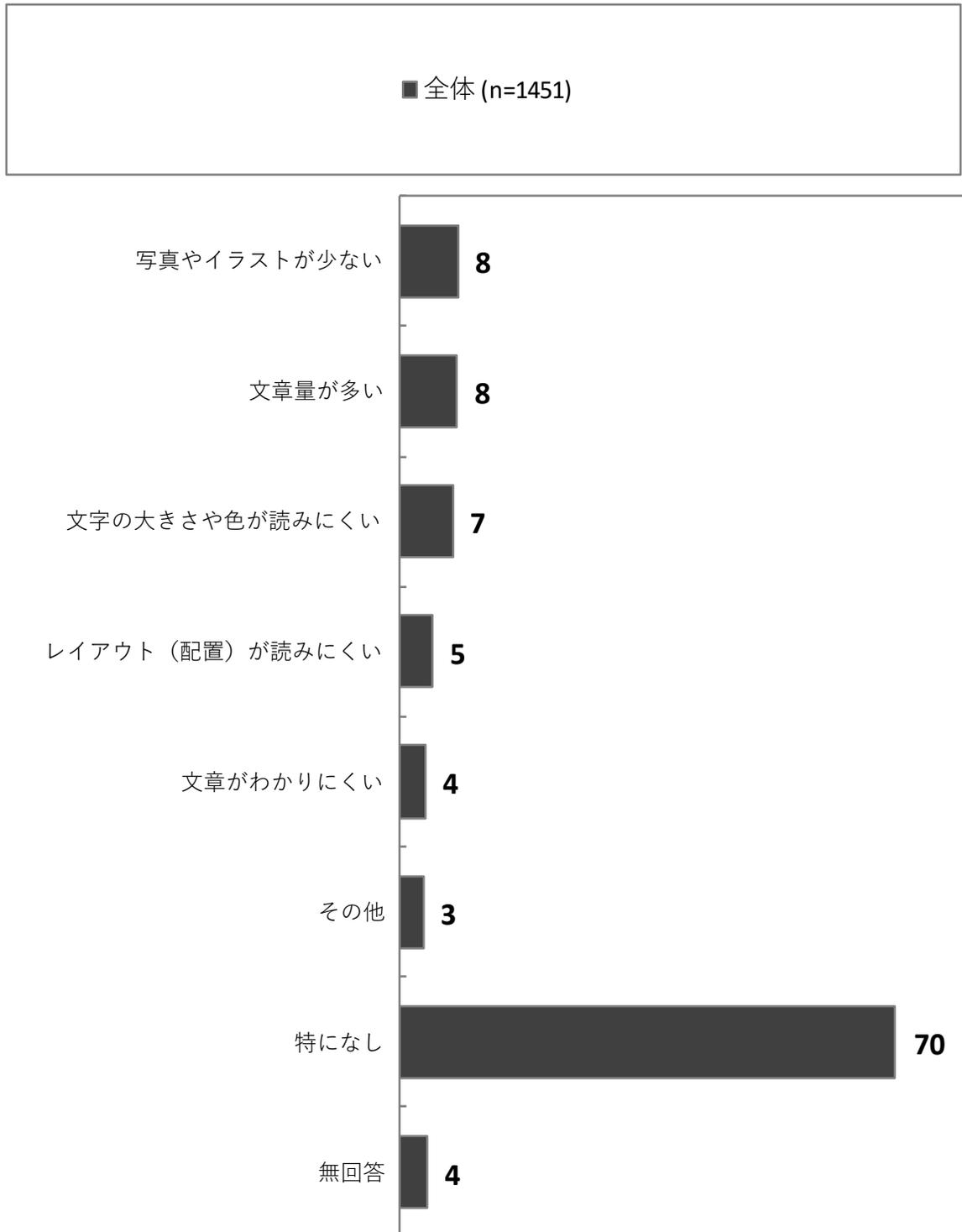
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

(2)「広報よこはま」:改善してほしい点

【全体】

- ・ 「広報よこはま」を改善してほしい点は「特になし」が70%。
- ・ 「写真やイラストが少ない」と「文章量が多い」が8%ずつ挙げられている。

【問4】「広報よこはま」の紙面について、改善してほしいと感じていることはありますか。【複数回答】 (%)



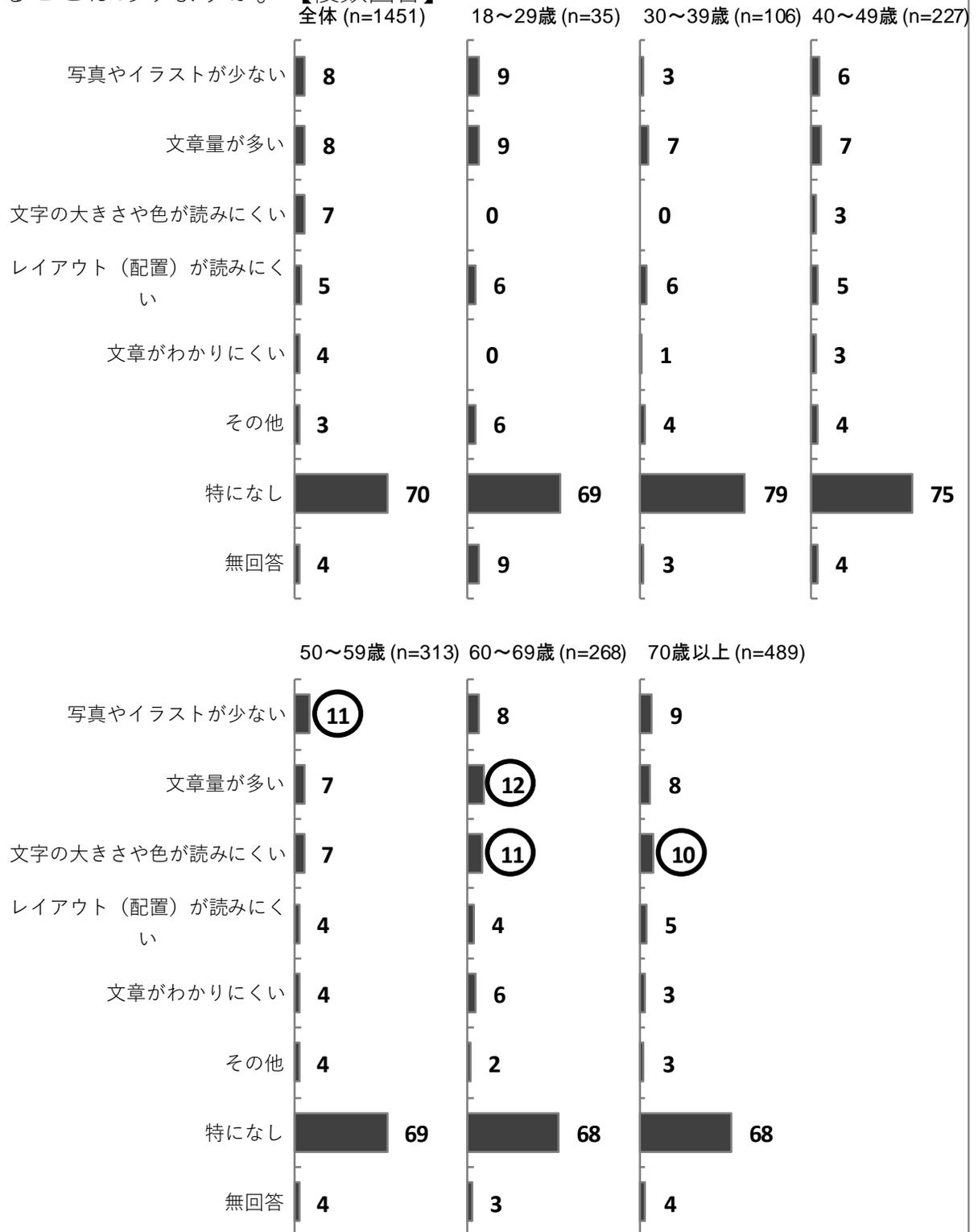
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

(2)「広報よこはま」:改善してほしい点

【年齢別】

- 年齢別に見ても「特になし」が高いが、50歳代では「写真やイラストが少ない」、60歳代では「文章量が多い」と「文字の大きさや色が読みにくい」、70歳以上では「文字の大きさや色が読みにくい」がそれぞれ10%以上となっている。

【問4】「広報よこはま」の紙面について、改善してほしいと感じていることはありますか。【複数回答】



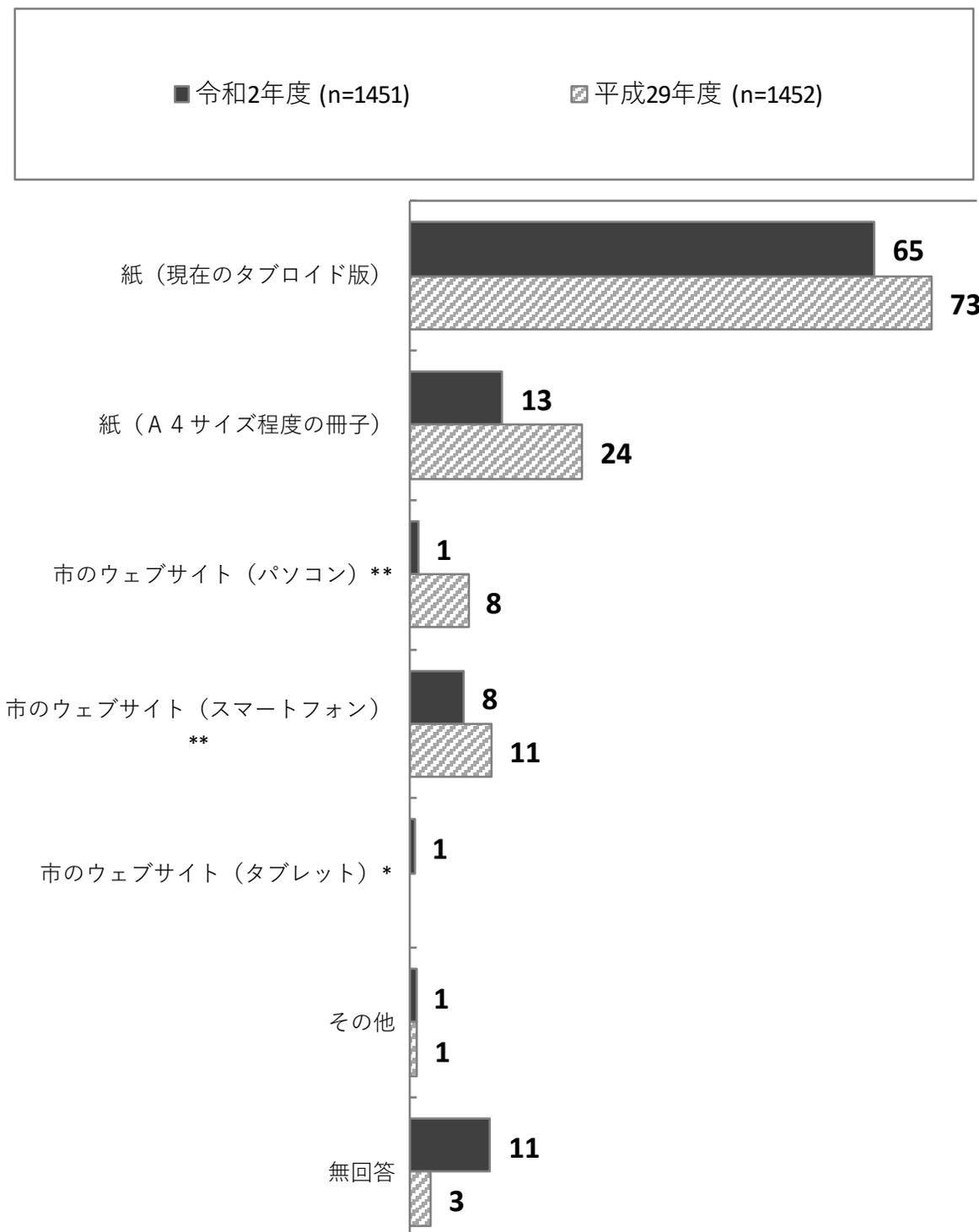
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

(2)「広報よこはま」:読みたいと思う形式

【全体・経年比較】 ※前回は複数回答、今回は単一回答で聴取方法が異なるため、前回との比較は参考値

- ・ 「広報よこはま」を読みたいと思う形式は、「紙(現在のタブロイド版)」が65%と最も高い。

【問5】「広報よこはま」を、どのような形式で読みたいですか。(%)



集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

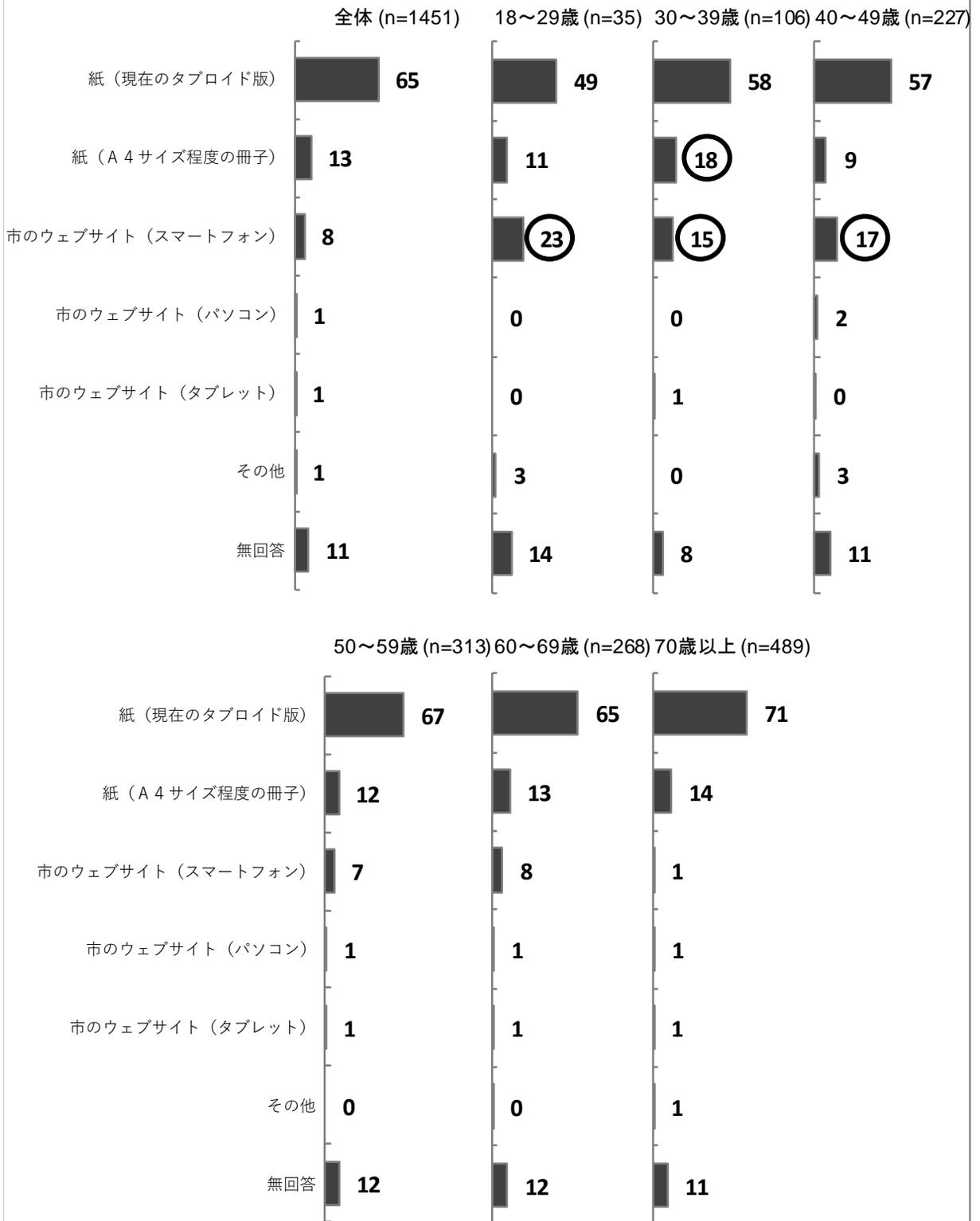
*市のウェブサイト (タブレット) を今回の調査で新たに追加、**市のウェブサイト (パソコン/スマートフォン) は今回の調査より文言修正

(2)「広報よこはま」:読みたいと思う形式

【年齢別】

- どの年齢層も、「紙(現在のタブロイド版)」が最も読みたい形式である。
- 18～29歳、30歳代、40歳代では、「市のウェブサイト(スマートフォン)」が全体よりも5ポイント以上高い。
- 30歳代は、「紙(A4サイズ程度の冊子)」も全体よりも5ポイント高い。

【問5】「広報よこはま」を、どのような形式で読みたいですか。(%)



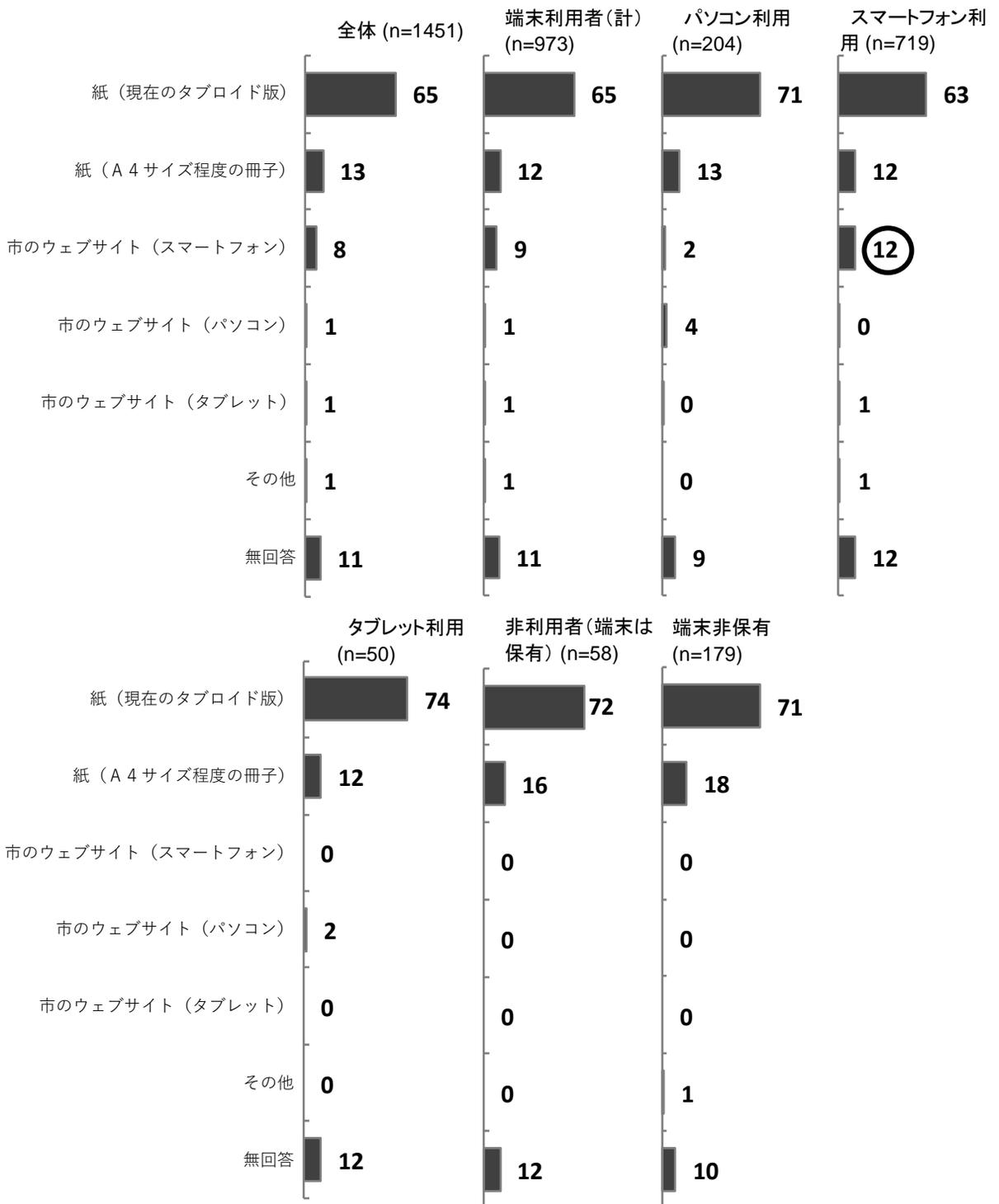
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

(2)「広報よこはま」:読みたいと思う形式

【情報端末別】

- 最もよく使う端末の種類を問わず、「紙(現在のタブロイド版)」が最も読みたい形式である。
- スマートフォン利用者では、「市のウェブサイト(スマートフォン)」が12%となっている。

【問5】「広報よこはま」を、どのような形式で読みたいですか。(%)



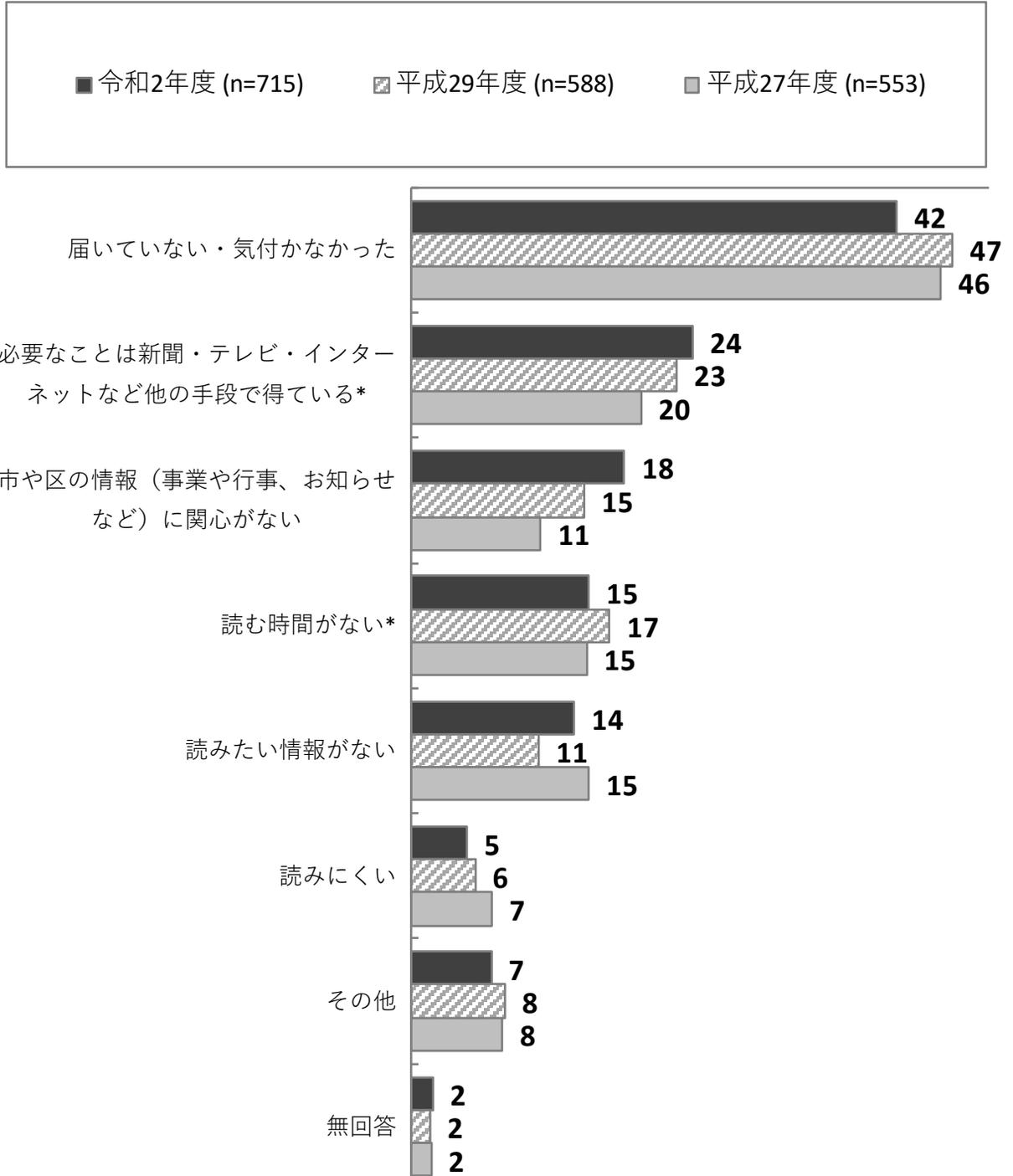
集計ベース:「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

(2)「広報よこはま」:読んでいない理由

【全体・経年比較】

- ・ 「広報よこはま」を読んでいない理由は、「届いていない・気付かなかった」が42%と最も高い。
- ・ 29年度と比較すると、「届いていない・気付かなかった」は5ポイント低下。「市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない」と「読みたい情報がない」が+3ポイントとやや増加している。

【問6】「広報よこはま」を読んでいない理由は何ですか。【複数回答】 (%)



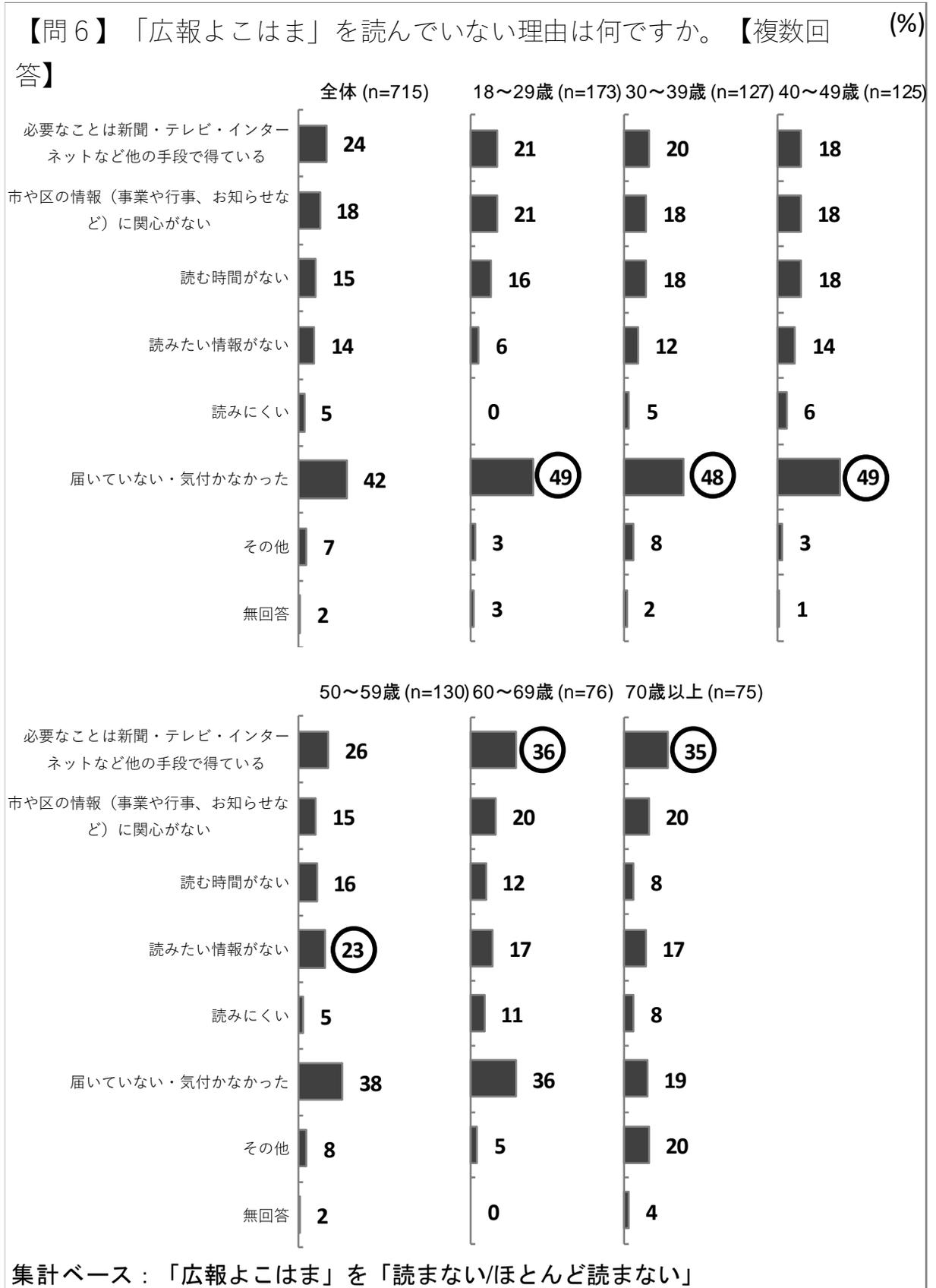
集計ベース: 「広報よこはま」を「読まない/ほとんど読まない」

*前回調査時にて選択肢表記を変更したため、平成27年度からの経年変化は参考値

(2)「広報よこはま」:読んでいない理由

【年齢別】

- ・ 年齢層により、「広報よこはま」を読んでいない理由に違いが見られる。
- ・ 40歳代以下では、「届いていない・気付かなかった」が全体よりも5ポイント以上高い。
- ・ 50歳代では、「読みたい情報がない」が全体よりも9ポイント高い。
- ・ 60歳代、70歳以上では、「必要なことは新聞・テレビ・インターネットなど他の手段で得ている」が10ポイント以上高い。



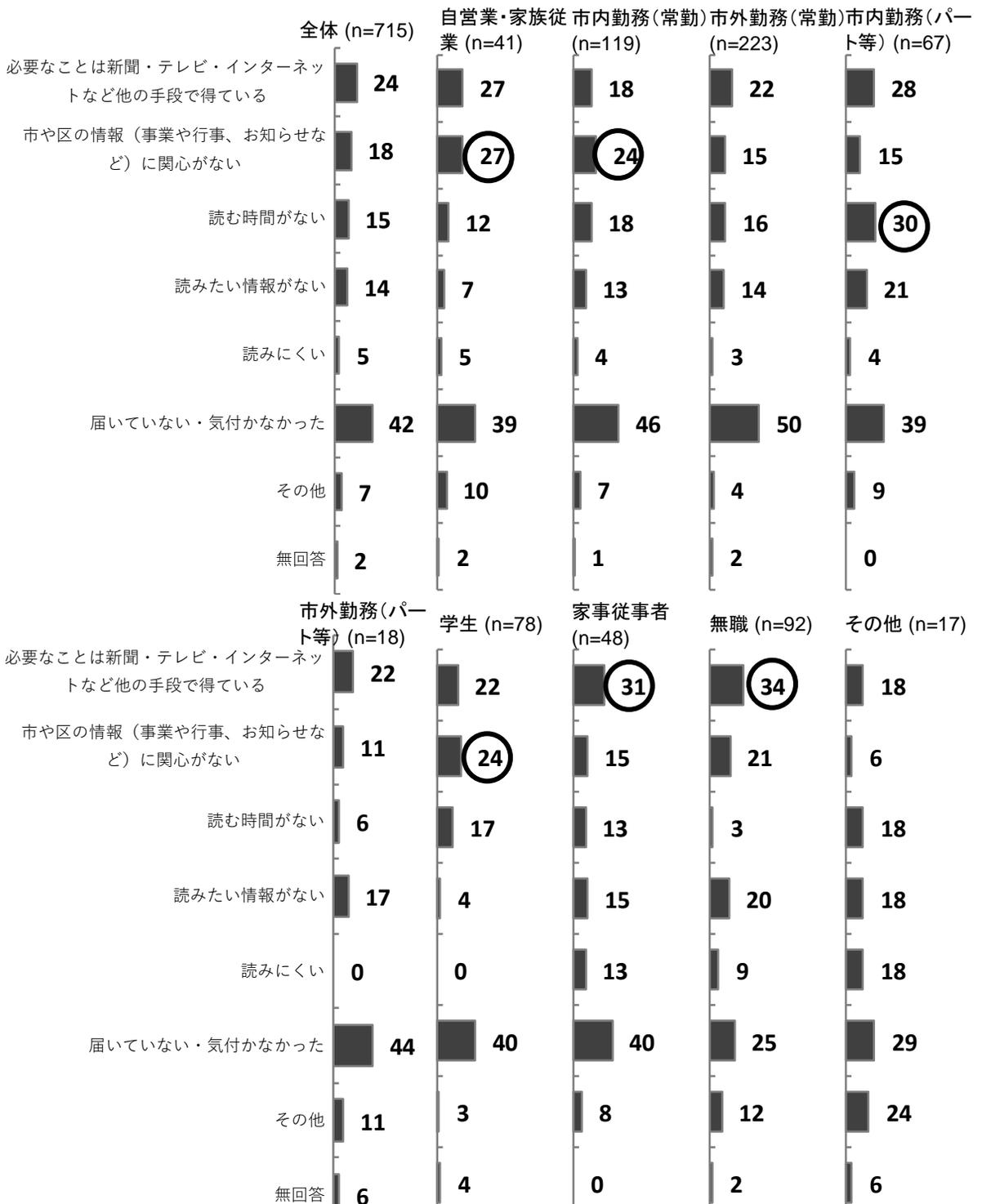
(2)「広報よこはま」: 読んでいない理由

【職業別】

- 自営業・家族従業と市内勤務(常勤)、学生は「市や区の情報に関心がない」が全体よりも5ポイント以上高い。市内勤務(パート等)は「読む時間がない」が15ポイント高い。家事従事者と無職は「必要なことは新聞・テレビ・インターネットなど他の手段で得ている」が5ポイント以上高い。

※市外勤務(パート)とその他は母数が少ないため参考値。

【問6】「広報よこはま」を読んでいない理由は何ですか。【複数回答】 (%)

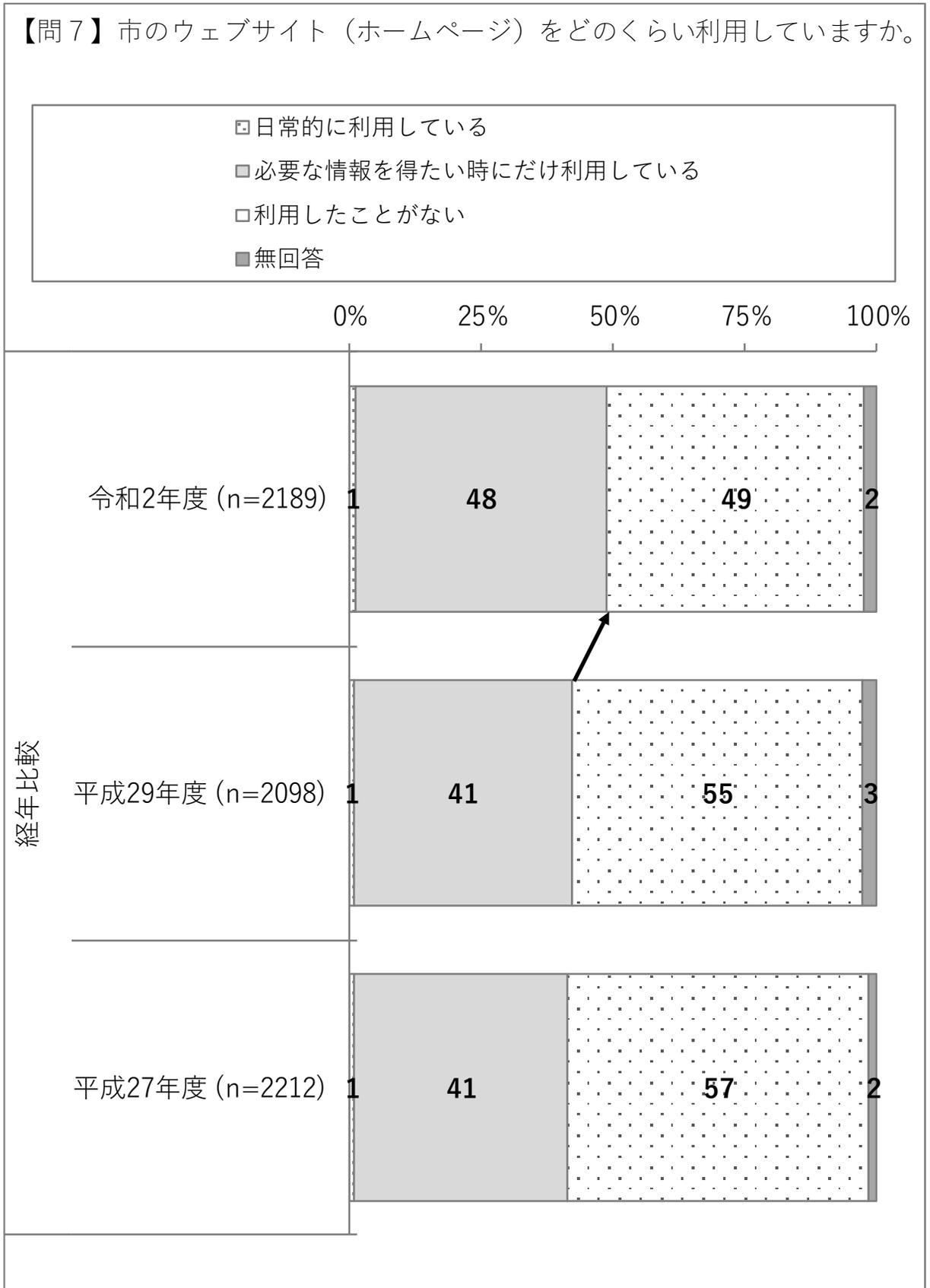


集計ベース: 「広報よこはま」を「読まない/ほとんど読まない」 [Small samples: n<30]

(3)市のウェブサイト:利用頻度

【全体・経年比較】

- 市のウェブサイトを利用している人(「日常的に利用」と「必要な情報を得たい時にだけ利用している」の合計)は全体の約半数(49%)を占め、29年度から7ポイント増加している。

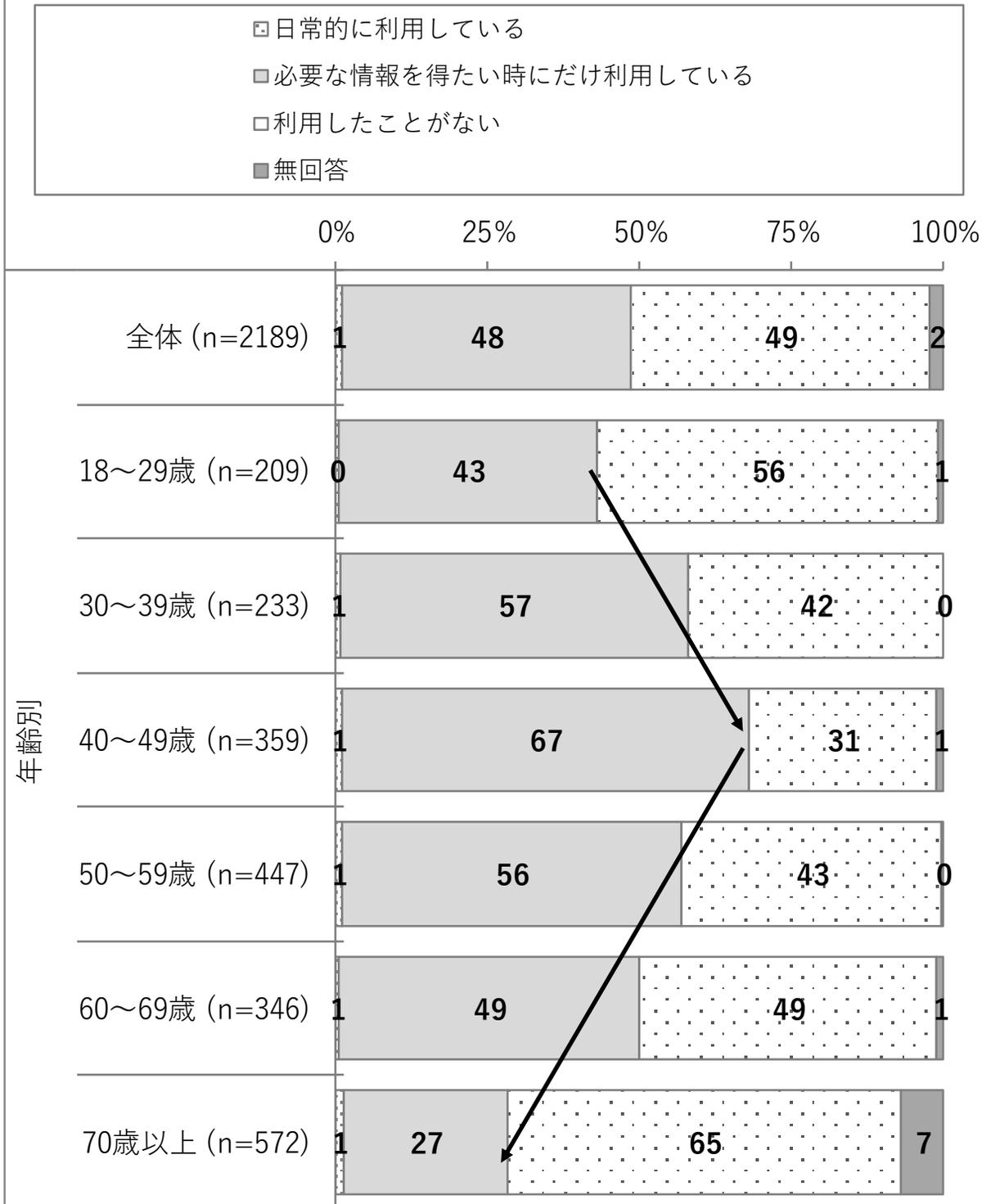


(3)市のウェブサイト:利用頻度

【年齢別】

- 市のウェブサイトの利用率(「日常的に利用している」と「必要な情報を得たい時にだけ利用している」の合計)は18～29歳で43%。年代が上がるにつれて増加し、40歳代で68%となり最も高い。50歳代以上では徐々に低下し、70歳以上では28%となり、全体よりも21ポイント低い。

【問7】市のウェブサイト（ホームページ）をどのくらい利用していますか。

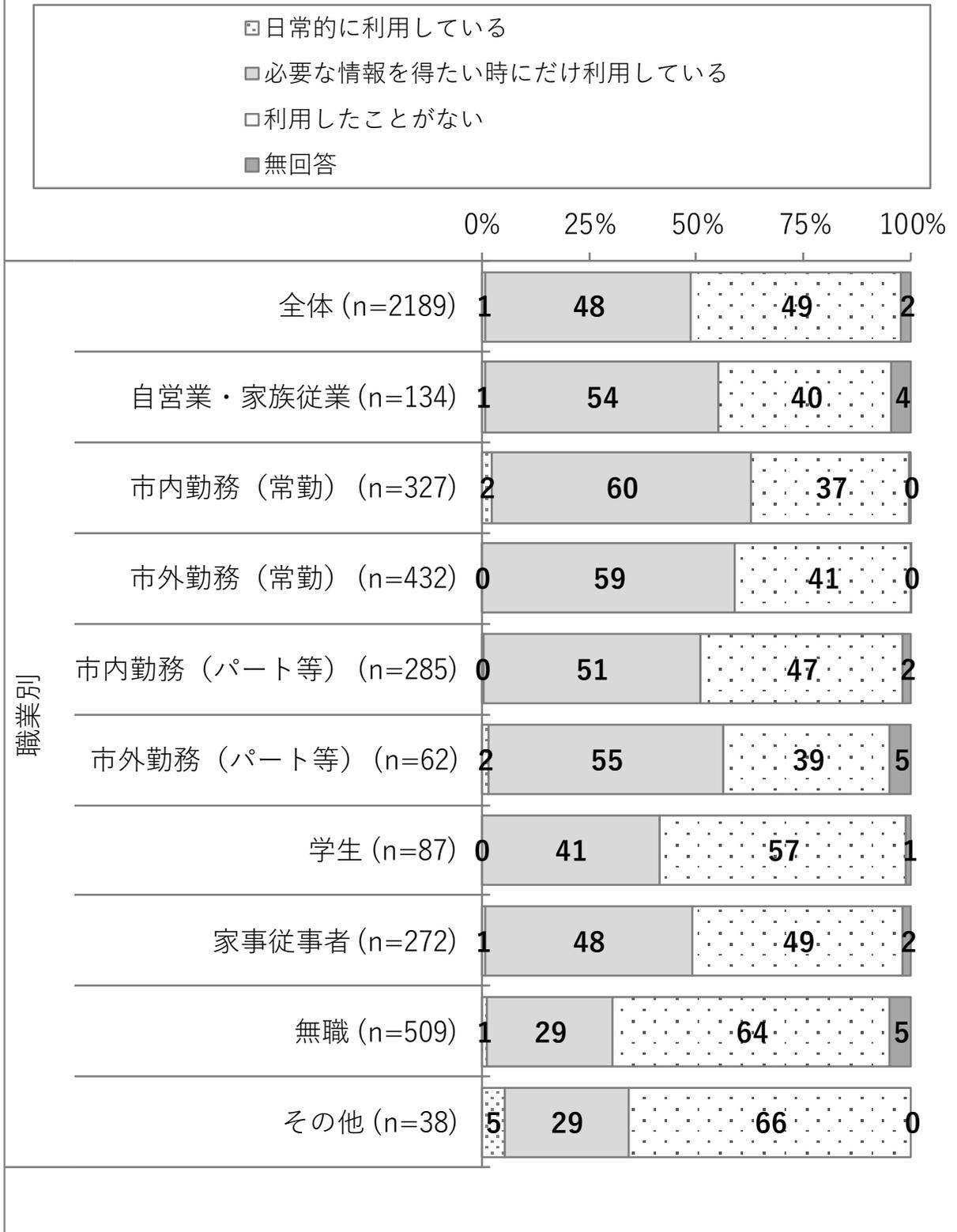


(3)市のウェブサイト:利用頻度

【職業別】

- ・ 市内勤務(常勤)、市外勤務(常勤)、市外勤務(パート等)、自営業・家族従業は、市のウェブサイトの利用率(「日常的に利用している」と「必要な情報を得たい時にだけ利用している」の合計)が全体よりも5ポイント以上高い。

【問7】市のウェブサイト(ホームページ)をどのくらい利用していますか。

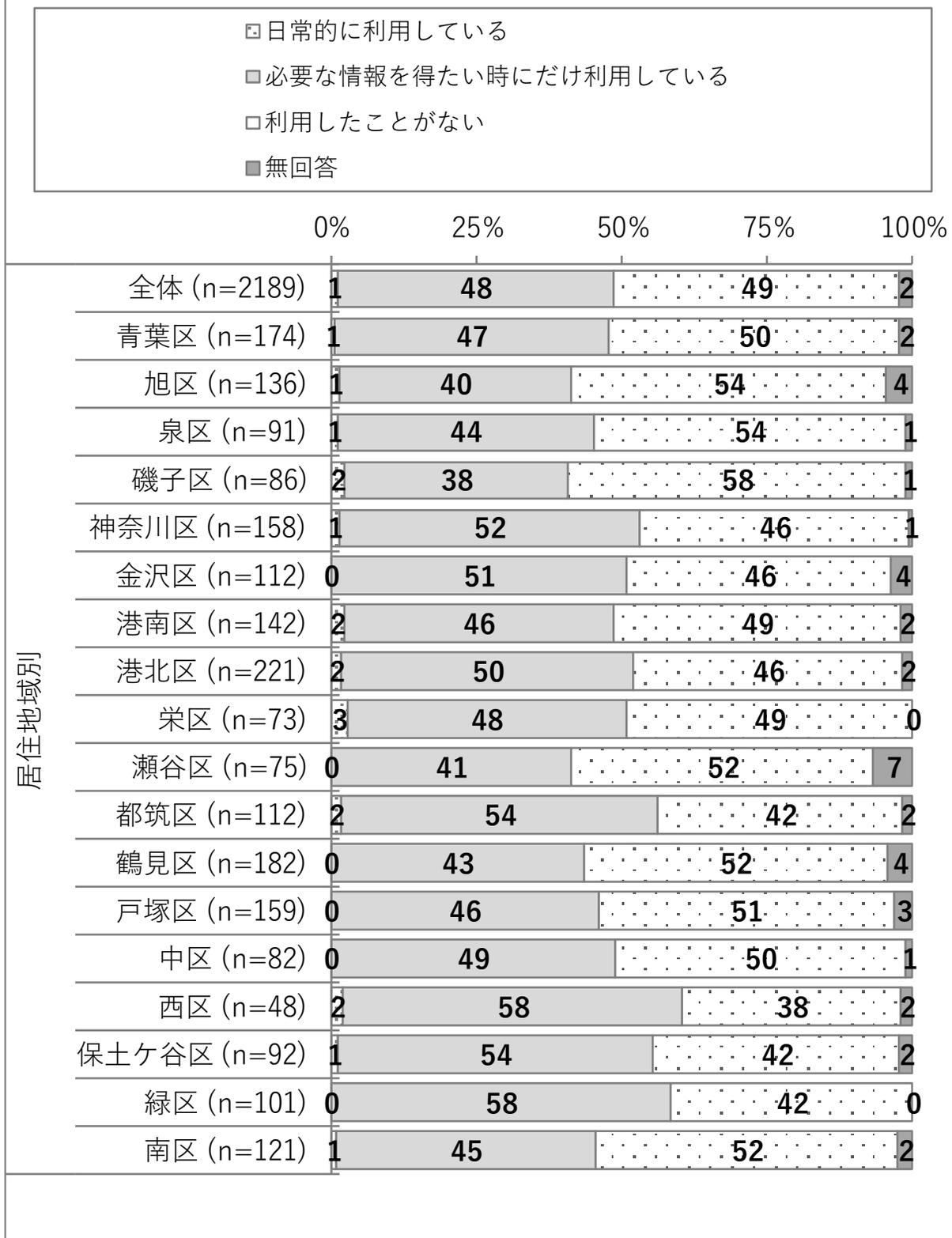


(3)市のウェブサイト:利用頻度

【居住地域別】

- ・ 西区、緑区、都筑区、保土ヶ谷区は、市のウェブサイトの利用率(「日常的に利用している」と「必要な情報を得たい時にだけ利用している」の合計)が全体よりも5ポイント以上高い。

【問7】市のウェブサイト（ホームページ）をどのくらい利用していますか。



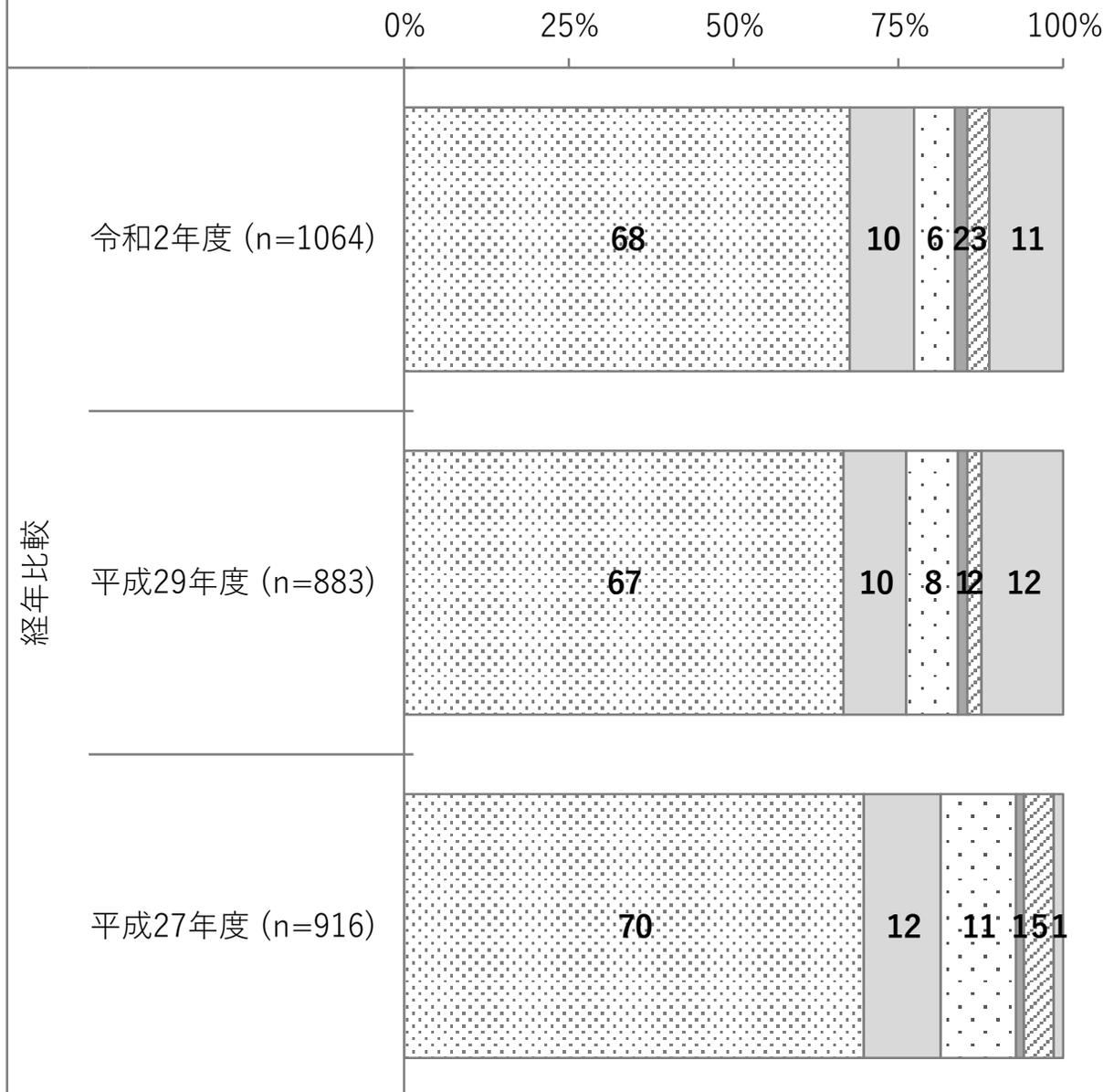
(3)市のウェブサイト:主な利用目的

【全体・経年比較】

- ・ 市のウェブサイトを利用する主な目的は、「必要な手続きについて調べる」が68%と圧倒的に高く、次いで「イベントや健診の情報を入手する」が10%と続く。
- ・ 29年度からは大きな変化は見られない。

【問8】市のウェブサイト（ホームページ）を利用する主な目的は何ですか。

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> 必要な手続きについて調べる | <input type="checkbox"/> イベントや健診の情報を入手する |
| <input type="checkbox"/> 市の施設を調べる | <input type="checkbox"/> 市政について調べる |
| <input checked="" type="checkbox"/> その他 | <input type="checkbox"/> 無回答 |



集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

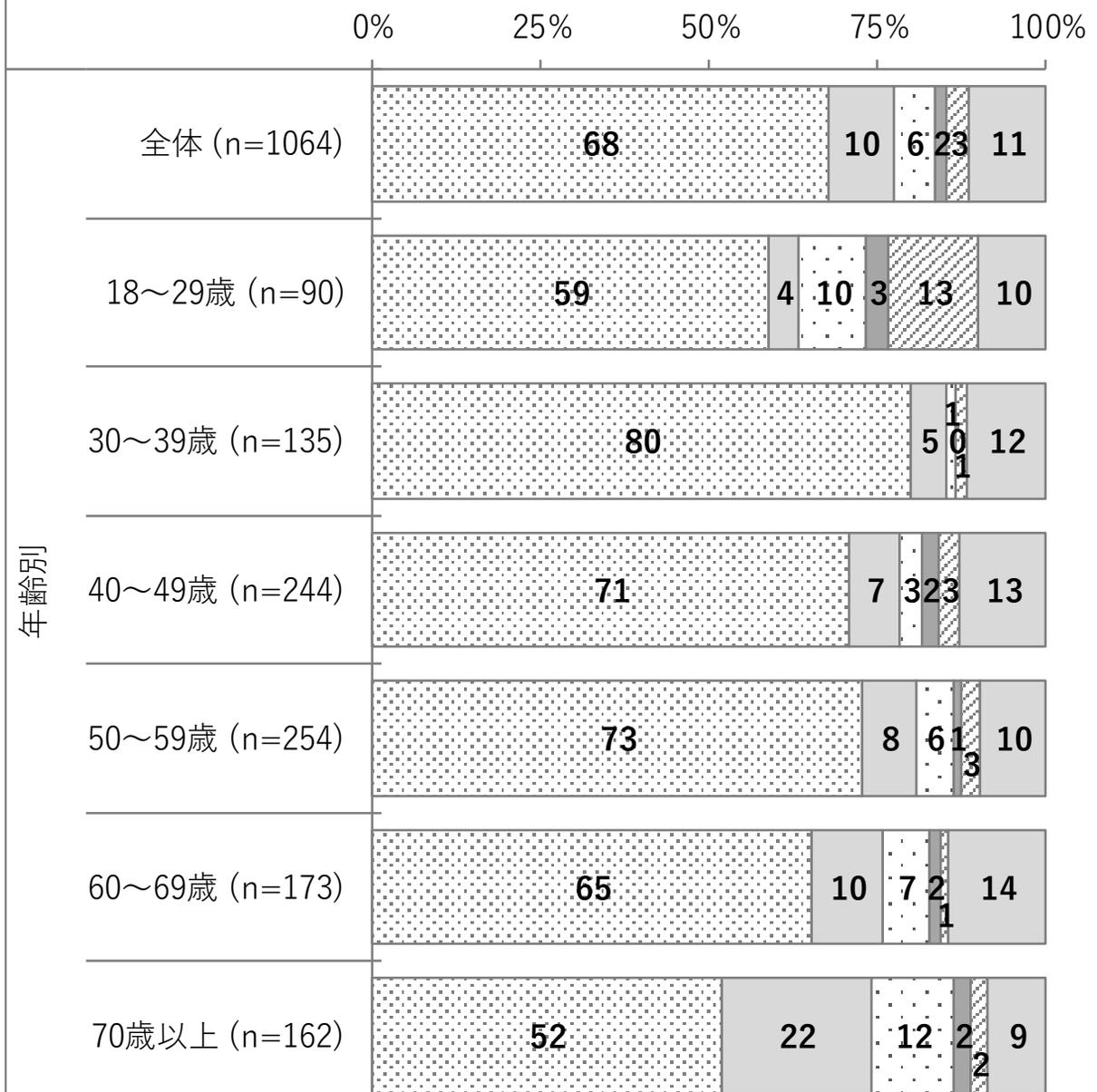
(3)市のウェブサイト:主な利用目的

【年齢別】

- ・ 年齢層に関わらず、「必要な手続きについて調べる」が最も高い。
- ・ 18～29歳では、「市の施設を調べる」が全体よりも4ポイント高い。30歳代では、「必要な手続きについて調べる」が全体よりも12ポイント高い。70歳以上では、「イベントや健診の情報入手する」が全体よりも12ポイント、「市の施設を調べる」が6ポイント高い。

【問8】市のウェブサイト（ホームページ）を利用する主な目的は何ですか。

- 必要な手続きについて調べる
- イベントや健診の情報入手する
- 市の施設を調べる
- 市政について調べる
- ▨ その他
- 無回答



集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

(3)市のウェブサイト:主な利用目的

【職業別】

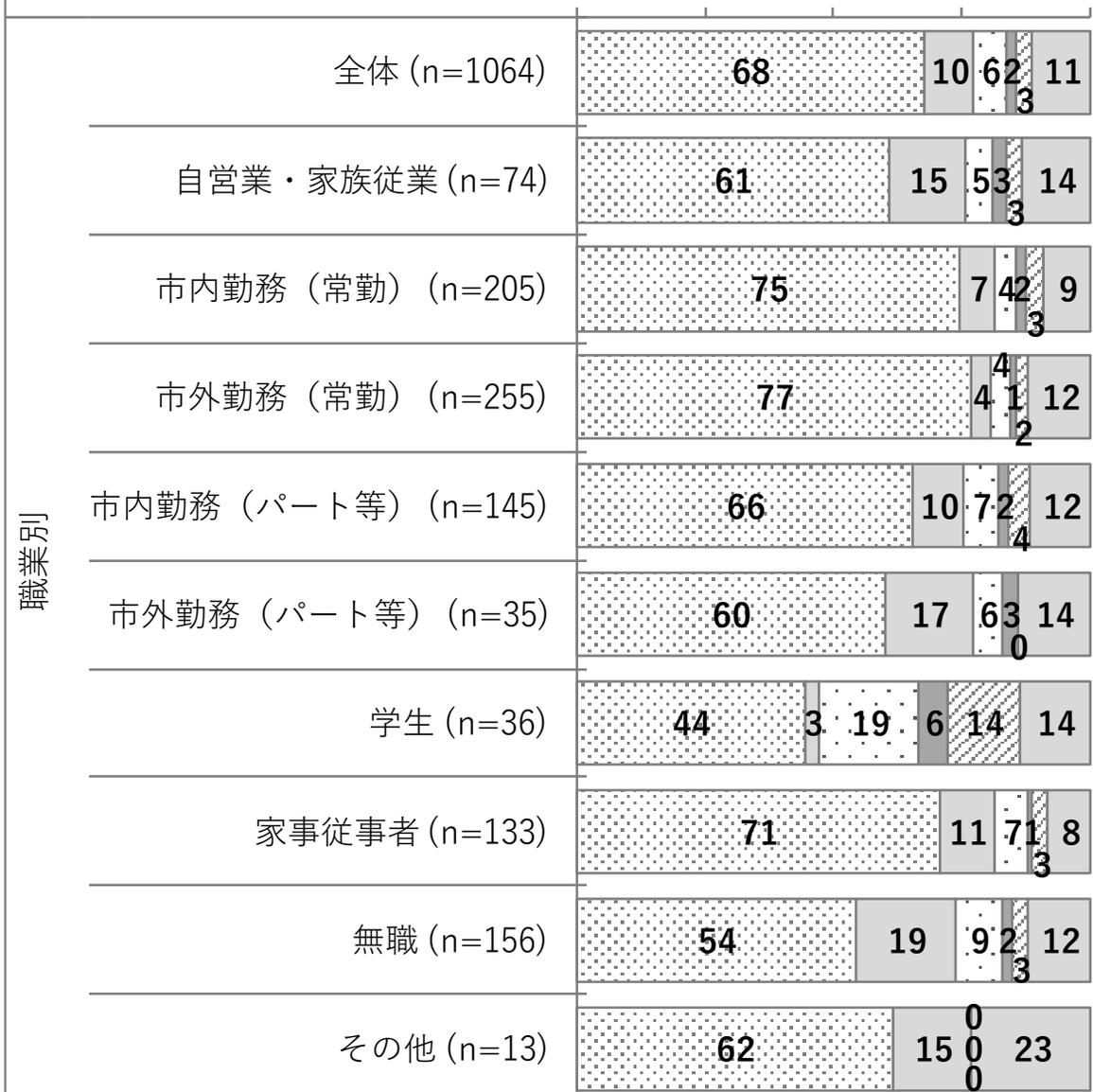
- ・ 市内勤務(常勤)と市外勤務(常勤)で「必要な手続きについて調べる」が全体よりも5ポイント以上高い。自営業・家族従業と市外勤務(パート等)、無職は、「イベントや健診の情報を入手する」が全体よりも5ポイント以上高い。学生は「市の施設を調べる」が全体よりも13ポイント高い。

※ その他は、サンプル数が少ないので参考値

【問8】市のウェブサイト（ホームページ）を利用する主な目的は何ですか。

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 必要な手続きについて調べる | <input type="checkbox"/> イベントや健診の情報を入手する |
| <input type="checkbox"/> 市の施設を調べる | <input type="checkbox"/> 市政について調べる |
| <input type="checkbox"/> その他 | <input type="checkbox"/> 無回答 |

0% 25% 50% 75% 100%



集計ベース：市のウェブサイトを「日常的に必要な情報を得たい時にだけ利用している」 [Small samples: n<30]

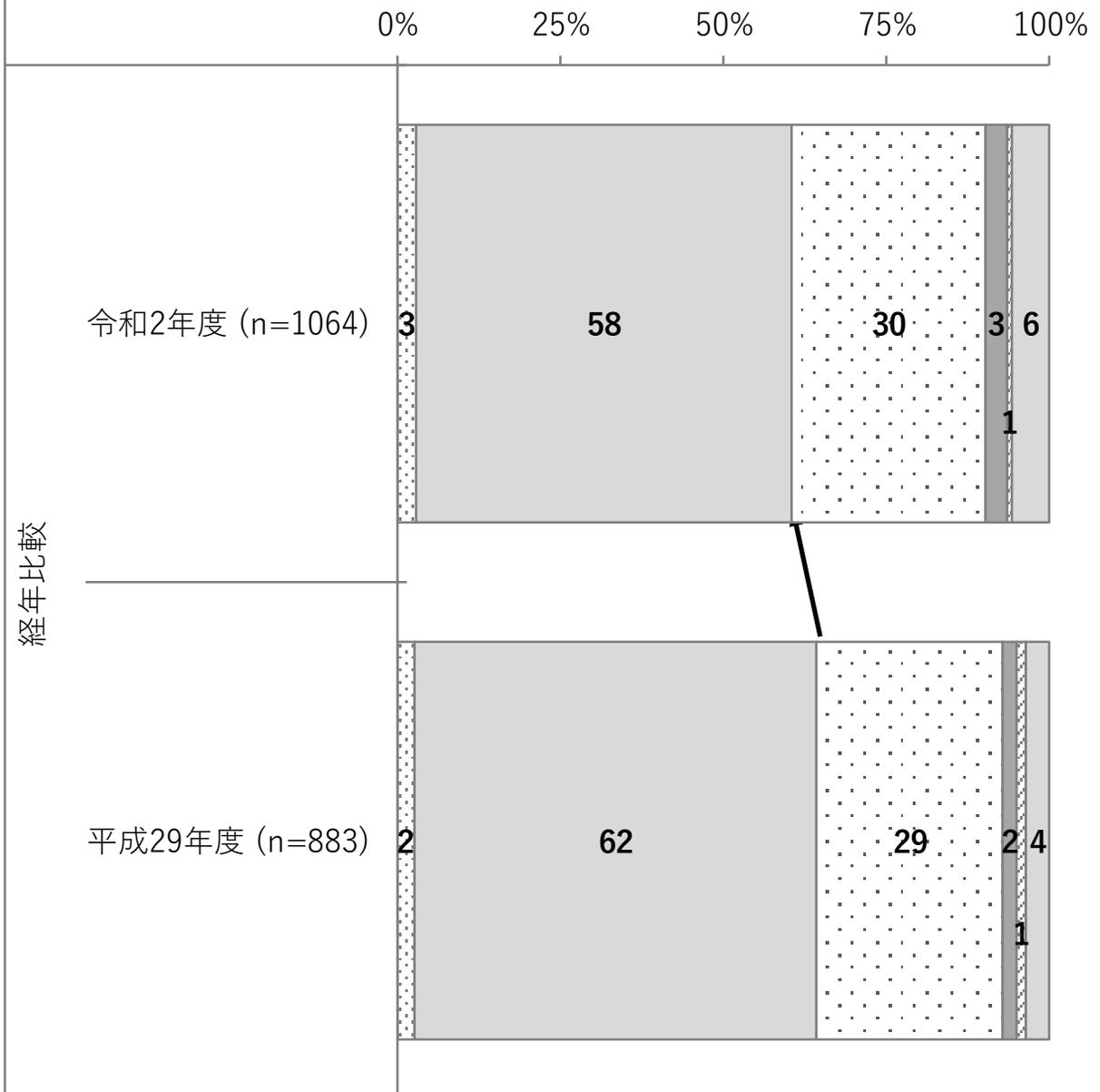
(3)市のウェブサイト:必要な情報の探しやすさ

【全体・経年比較】

- ・ 市のウェブサイトの探しやすさは、61%が探しやすかった(「とても探しやすかった」と「探しやすかった」の合計)と回答。
- ・ 29年度に比べ、探しやすかった(「とても探しやすかった」と「探しやすかった」の合計)が3ポイント低下。

【問9】市のウェブサイトで、あなたが必要な情報は、探しやすかったですか。

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> とても探しやすかった | <input type="checkbox"/> 探しやすかった |
| <input type="checkbox"/> 探しにくかった | <input type="checkbox"/> とても探しにくかった |
| <input type="checkbox"/> 情報を得ることができなかった | <input type="checkbox"/> 無回答 |



集計ベース：市のウェブサイトを利用する「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

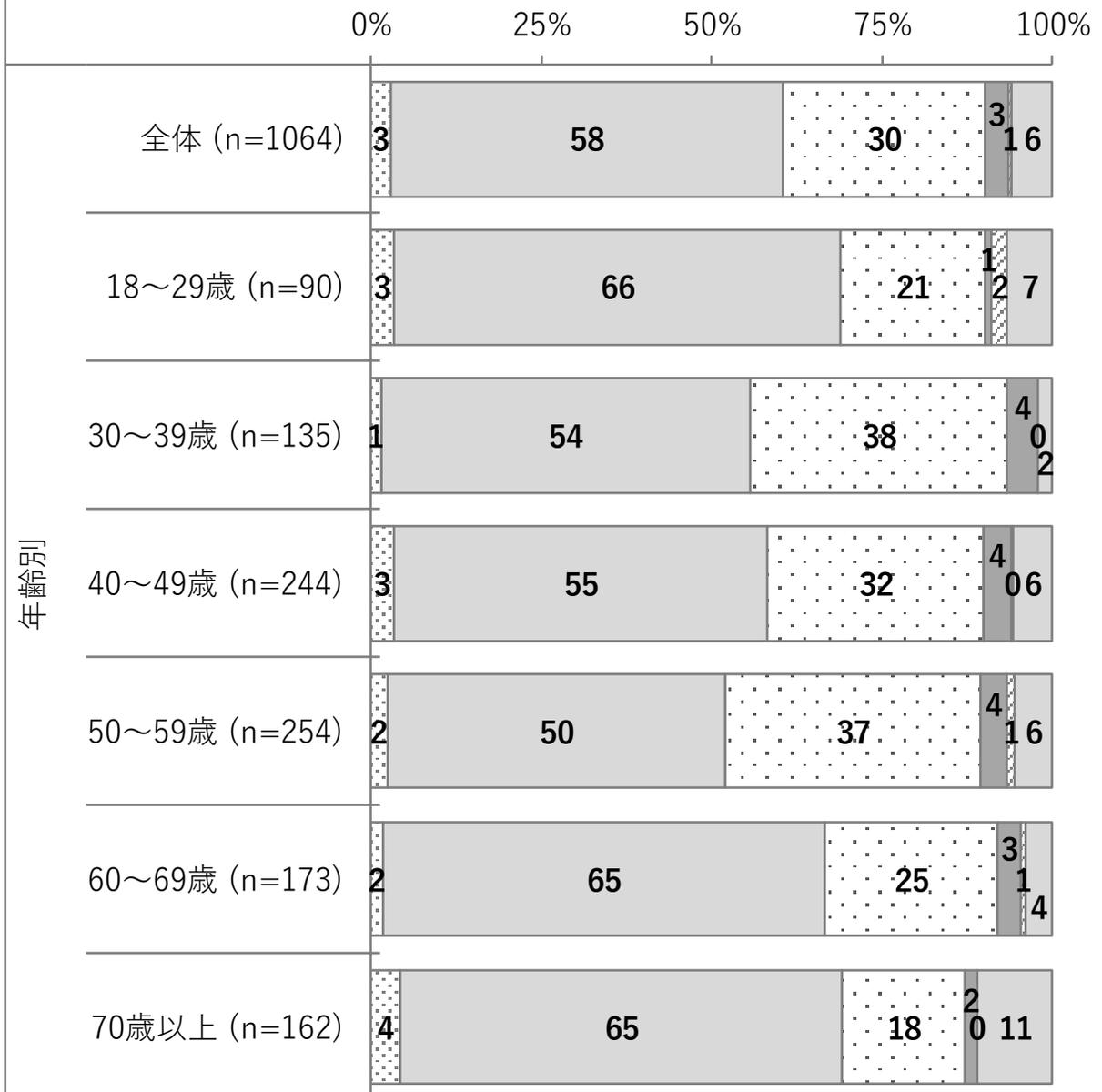
(3)市のウェブサイト:必要な情報の探しやすさ

【年齢別】

- 30歳代と50歳代で探しにくかった(「探しにくかった」と「とても探しにくかった」の合計)が全体よりも5ポイント以上高く、一方で、18～29歳と60歳代、70歳以上では探しやすかった(「とても探しやすかった」と「探しやすかった」の合計)が全体よりも5ポイント以上高い。

【問9】市のウェブサイトで、あなたが必要な情報は、探しやすかったですか。

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> とても探しやすかった | <input type="checkbox"/> 探しやすかった |
| <input type="checkbox"/> 探しにくかった | <input type="checkbox"/> とても探しにくかった |
| <input type="checkbox"/> 情報を得ることができなかった | <input type="checkbox"/> 無回答 |



集計ベース：市のウェブサイトを「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

(3)市のウェブサイト:必要な情報の探しやすさ

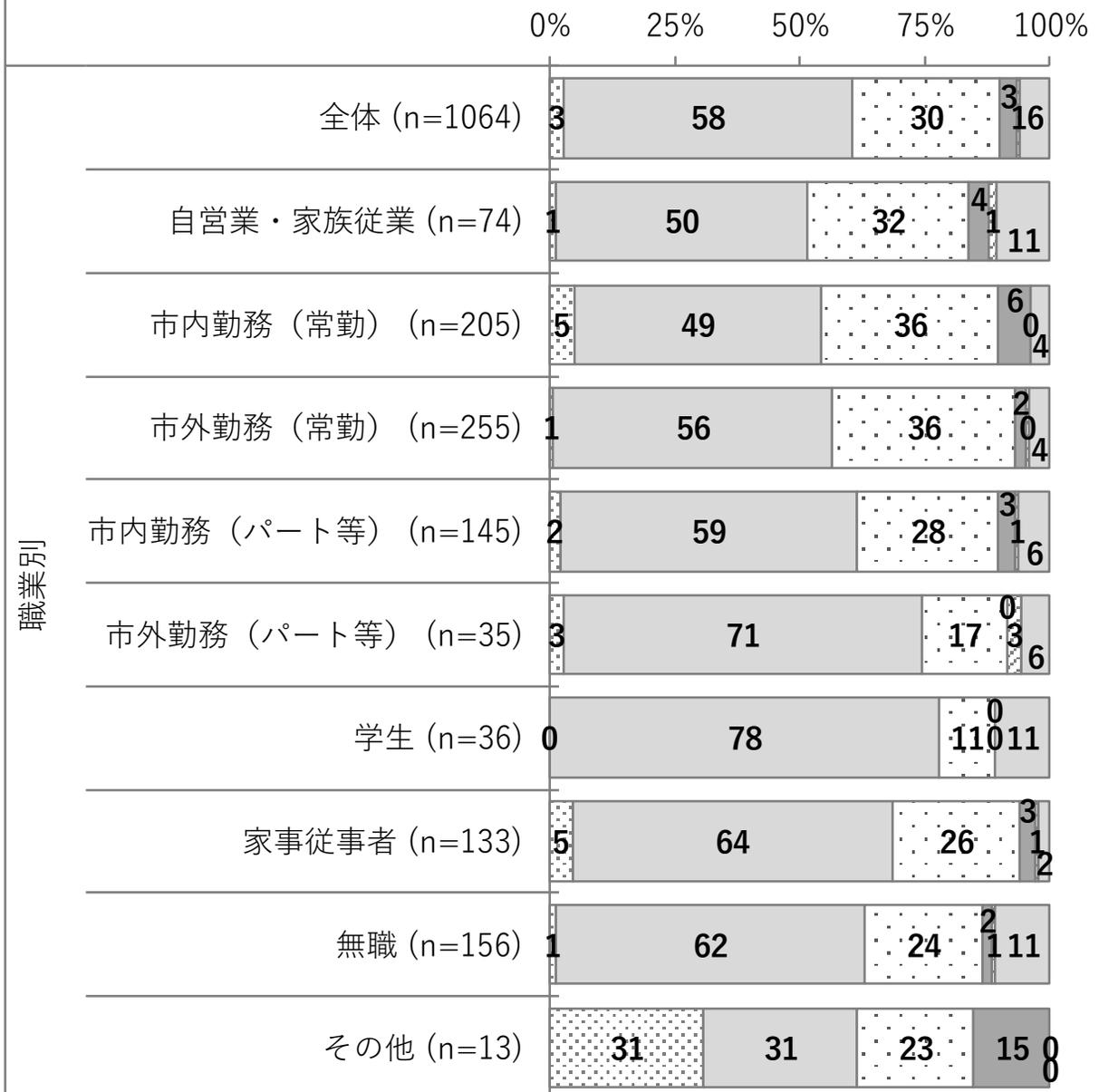
【職業別】

- ・ 市内勤務(常勤)と市外勤務(常勤)で、探しにくかった(「探しにくかった」と「とても探しにくかった」の合計)が全体よりも5ポイント以上高い。
- ・ 市外勤務(パート等)と学生、家事従事者では探しやすかった(「とても探しやすかった」と「探しやすかった」の合計)が全体よりも5ポイント以上高い。

※ その他は、サンプル数が少ないので参考値

【問9】市のウェブサイトで、あなたが必要な情報は、探しやすかったですか。

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> とても探しやすかった | <input type="checkbox"/> 探しやすかった |
| <input type="checkbox"/> 探しにくかった | <input type="checkbox"/> とても探しにくかった |
| <input type="checkbox"/> 情報を得ることができなかった | <input type="checkbox"/> 無回答 |



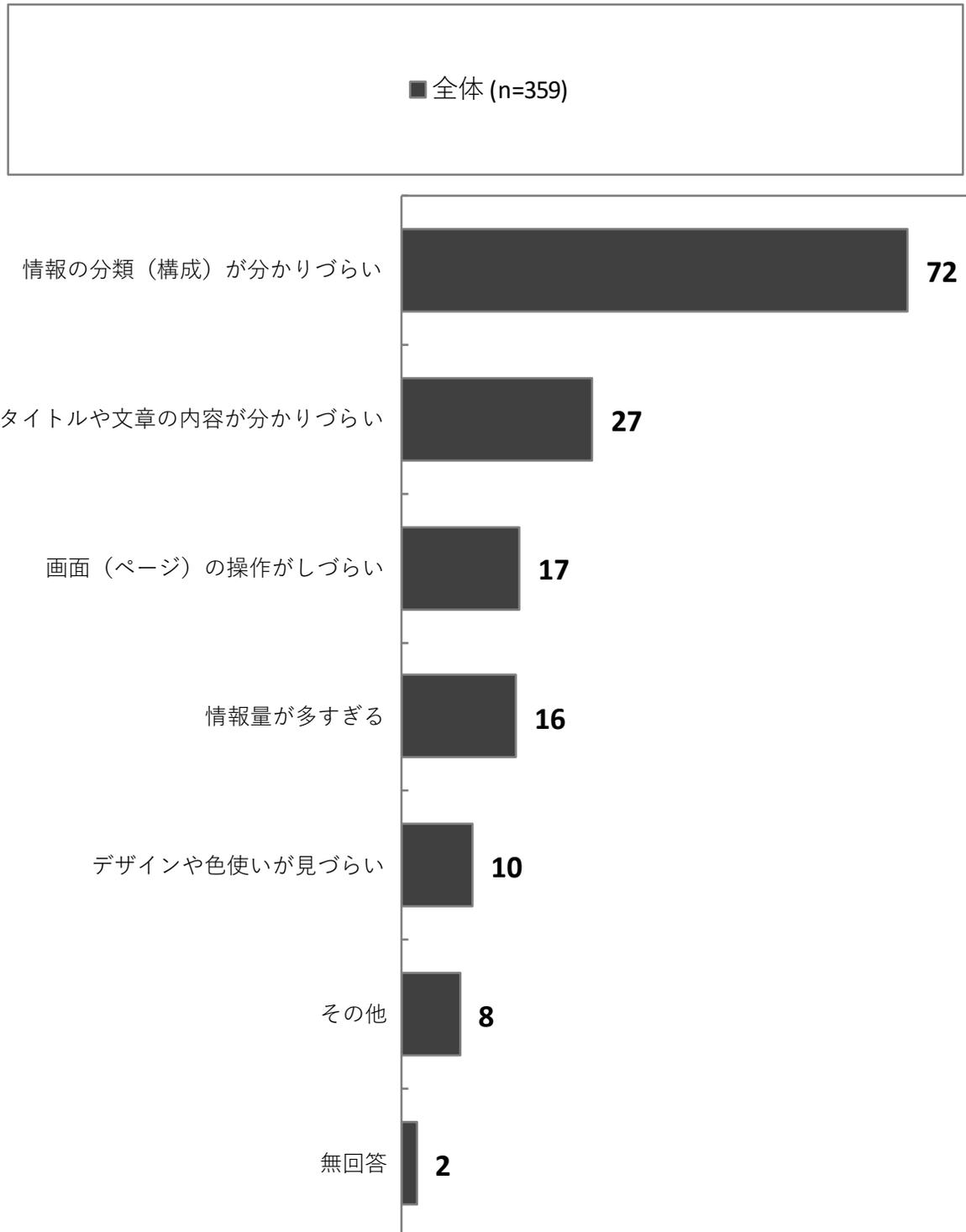
集計ベース：市のウェブサイトを「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」 [Small samples: n<30]

(3)市のウェブサイト: 情報を探しにくい理由

【全体】

- 市のウェブサイトで情報を探しにくい理由は「情報の分類(構成)が分かりづらい」が72%と高く、「タイトルや文章の意味が分かりづらい」が27%で続く。

【問10】市のウェブサイトで情報を探しにくかった理由は何ですか。【複数回答】 (%)



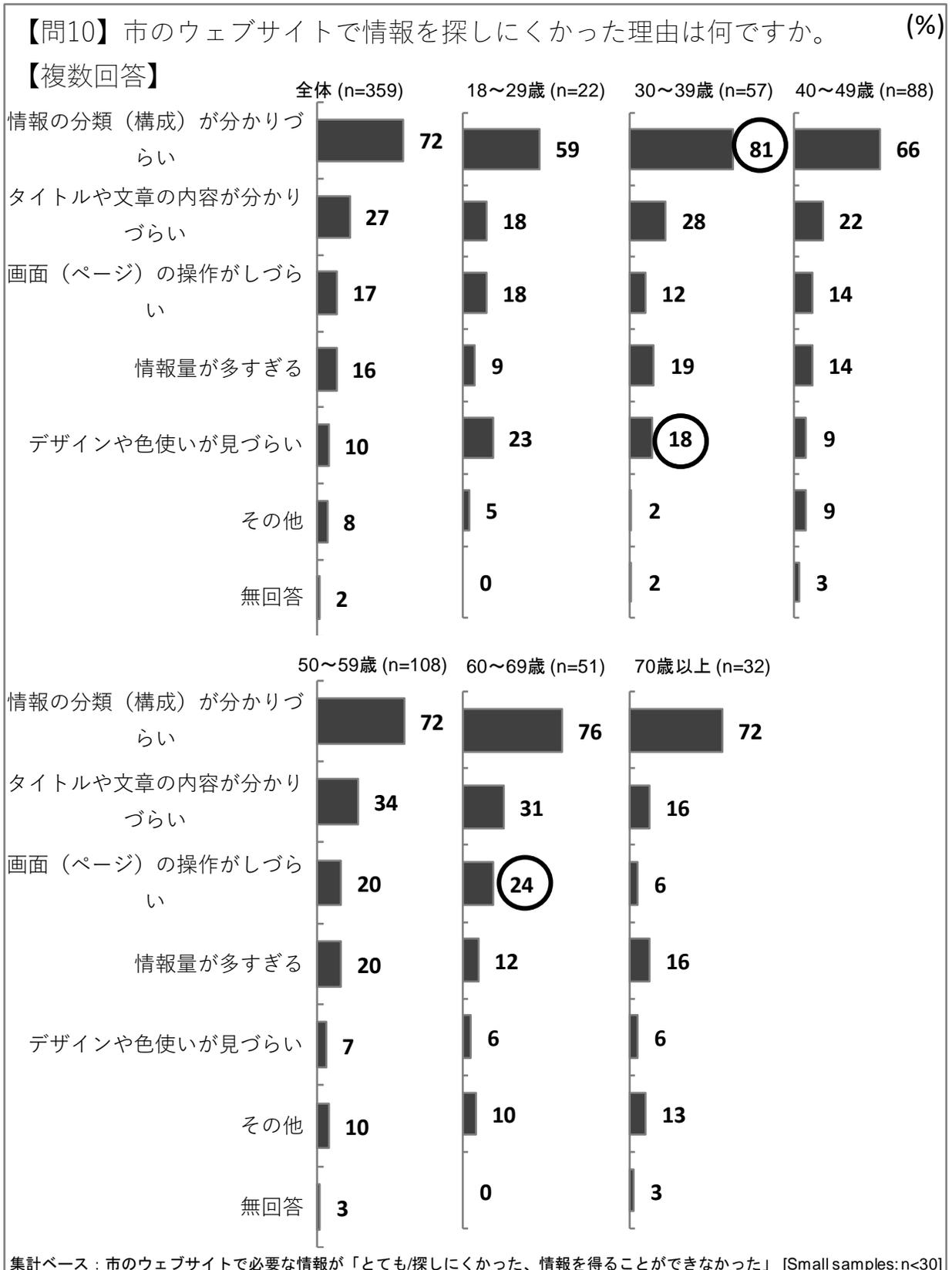
集計ベース：市のウェブサイトに必要な情報が「とても/探しにくかった、情報を得ることができなかった」

(3)市のウェブサイト: 情報を探しにくい理由

【年齢別】

- 30歳代では「情報の分類(構成)が分かりづらい」と「デザインや色使いが見つらい」が全体よりも5ポイント以上高い。
- 60歳代では「画面(ページ)の操作がしづらい」が全体よりも5ポイント以上高い。

※ 18~29歳は、サンプル数が少ないので参考値



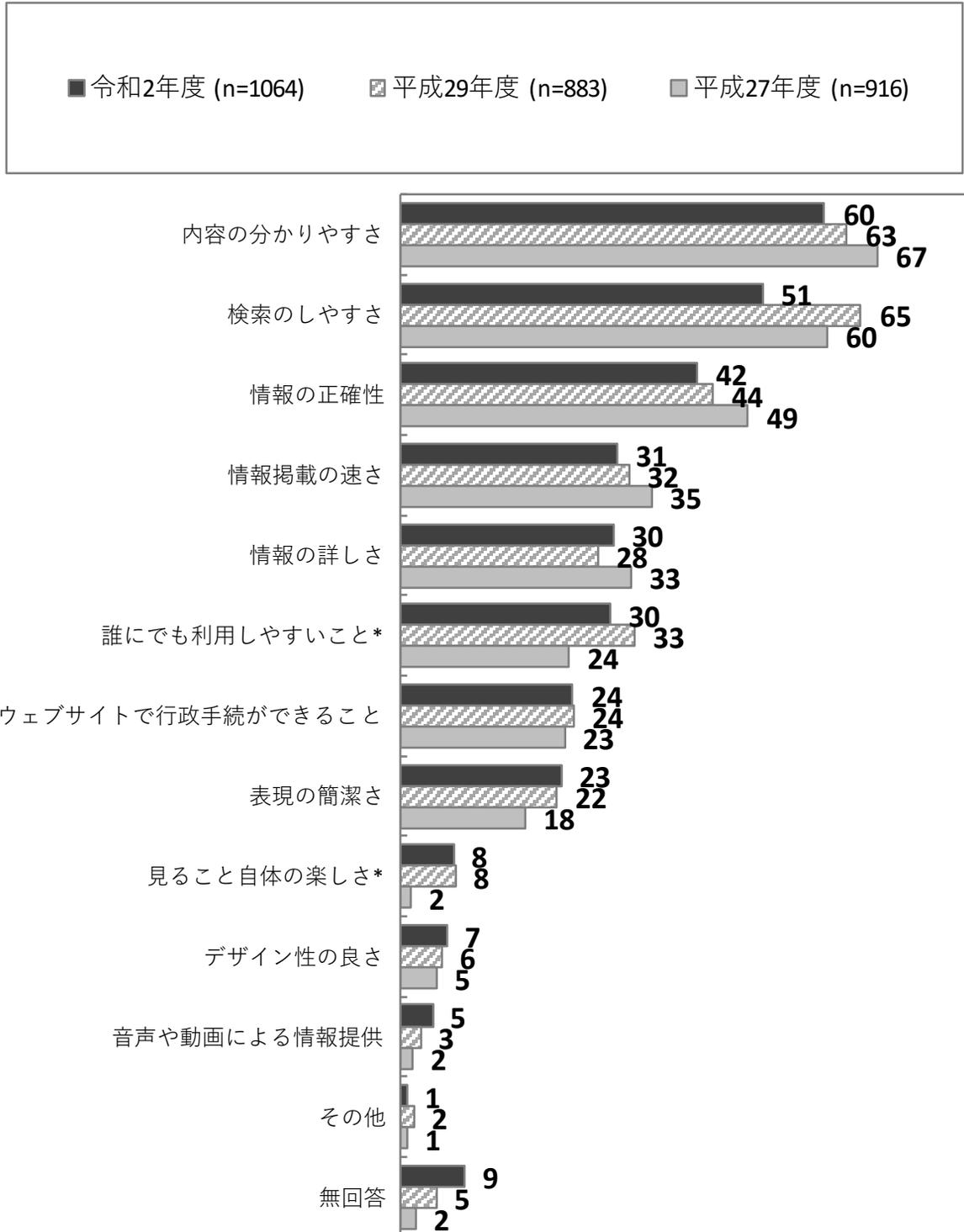
集計ベース：市のウェブサイトに必要な情報が「とても探しにくかった、情報を得ることができなかった」 [Small samples: n<30]

(3)市のウェブサイト:期待すること

【全体・経年比較】

- ・ 市のウェブサイトに対して、「内容のわかりやすさ」と「検索のしやすさ」への期待が高い。
- ・ 29年度と比較すると、「検索のしやすさ」への期待は14ポイント低下している。

【問11】 今後、市のウェブサイト（ホームページ）に期待することは何（%）ですか。【複数回答】



集計ベース：市のウェブサイトを「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

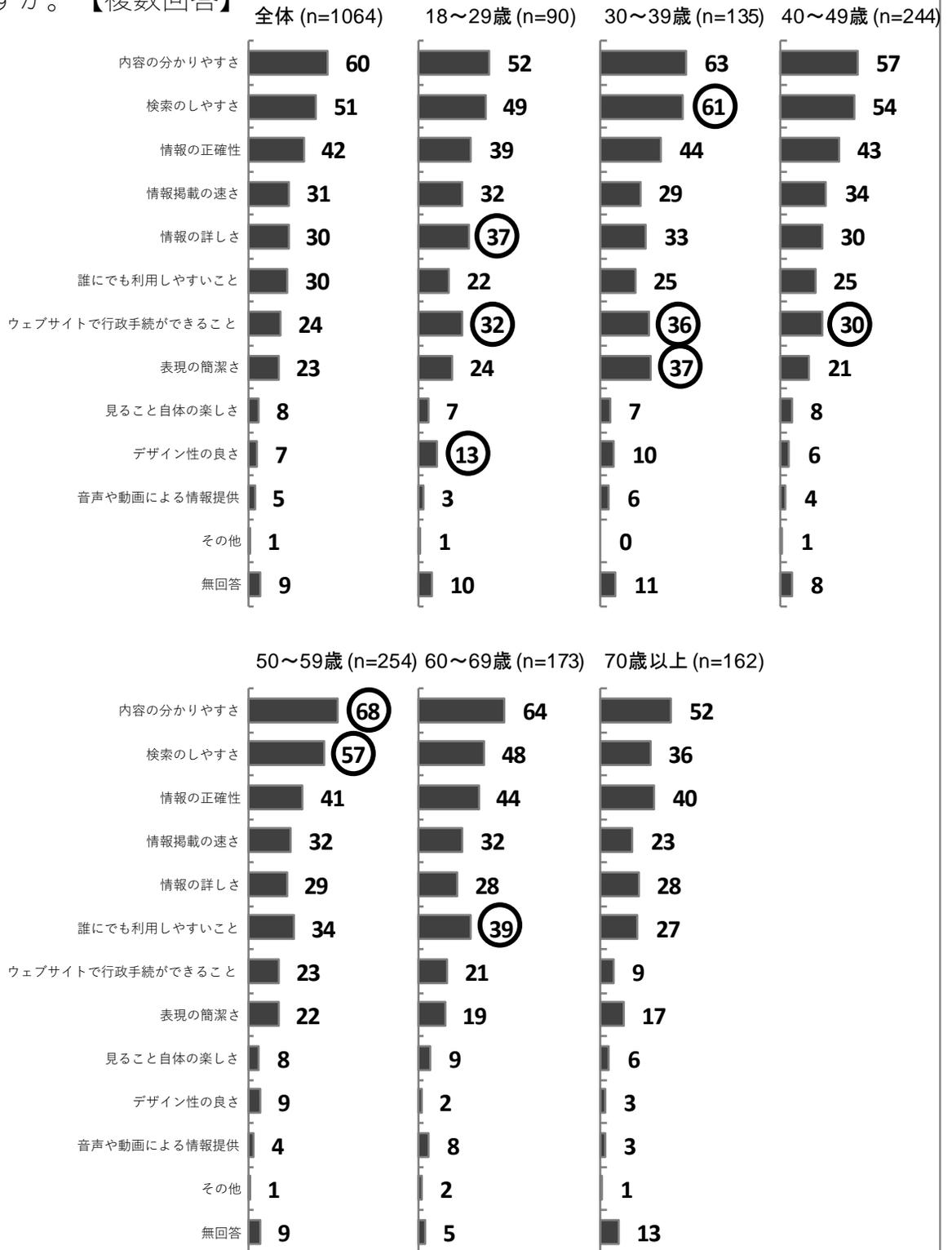
*前回調査時にて選択肢表記を変更したため、平成27年度からの経年変化は参考値

(3)市のウェブサイト:期待すること

【年齢別】

- 18～29歳は、「情報の詳しさ」、「ウェブサイトで行政手続きができること」、「デザイン性の良さ」が全体よりも5ポイント以上高い。30歳代は、「検索のしやすさ」、「ウェブサイトで行政手続きができること」、「表現の簡潔さ」が全体よりも10ポイント以上高い。40歳代では、「ウェブサイトで行政手続きができること」が全体よりも5ポイント以上高い。50歳代は「内容の分かりやすさ」と「検索のしやすさ」、60歳代は「誰にでも利用しやすいこと」が全体よりも5ポイント以上高い。

【問11】 今後、市のウェブサイト（ホームページ）に期待することは何（%）ですか。 【複数回答】



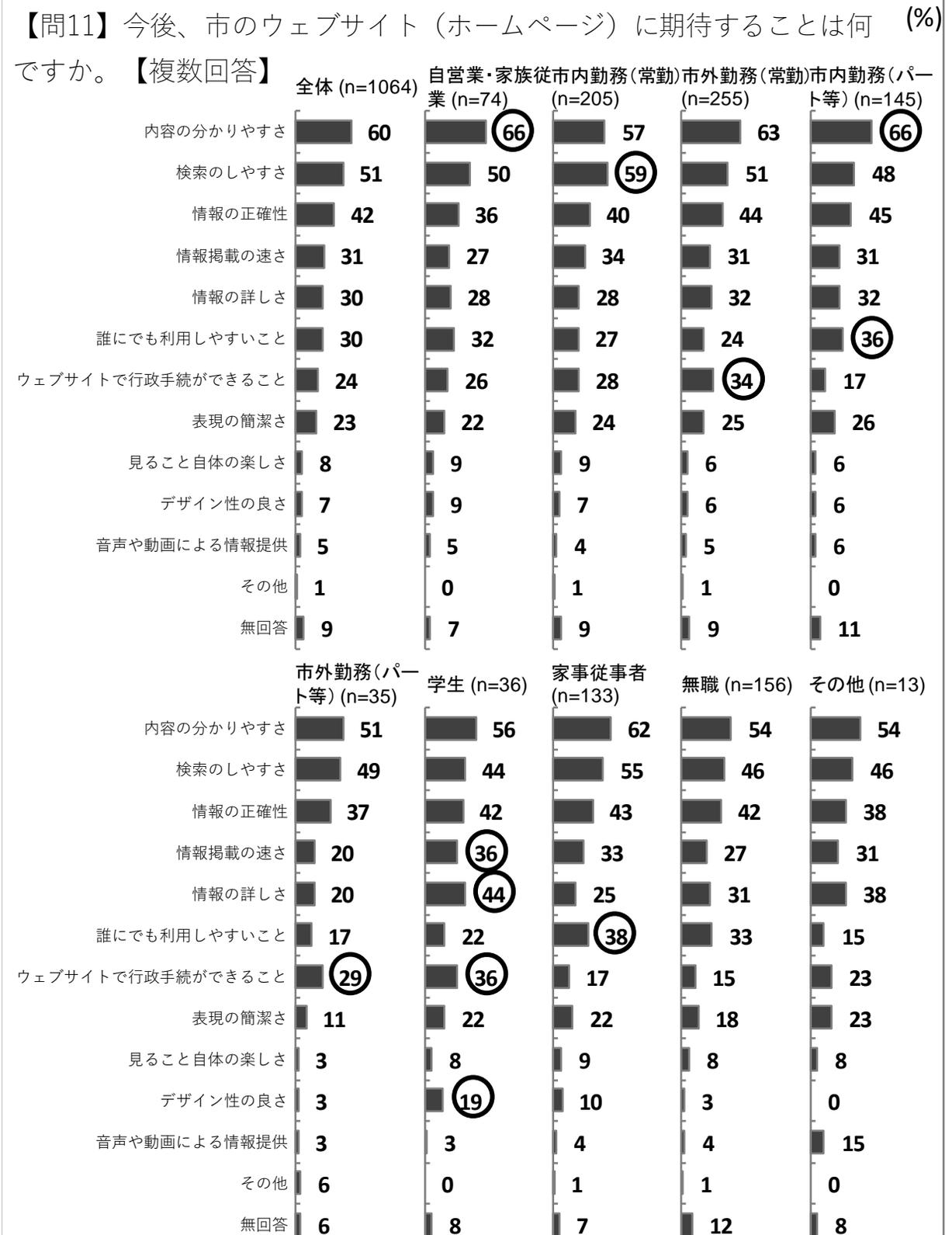
集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

(3)市のウェブサイト:期待すること

【職業別】

- 自営業・家族従業と市内勤務(パート等)は「内容の分かりやすさ」が全体を5ポイント以上上回る。市内勤務(常勤)は「検索のしやすさ」が全体を8ポイント上回る。市内勤務(パート等)と家事従事者は「誰にでも利用しやすいこと」、市外勤務(常勤、パート等ともに)、学生は「ウェブサイトで行行政手続ができること」が全体を5ポイント以上上回る。学生はその他にも「情報掲載の速さ」、「情報の詳しさ」、「デザイン性の良さ」が全体よりも5ポイント以上高い。

※ その他は、サンプル数が少ないので参考値



集計ベース：市のウェブサイトを「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」 [Small samples: n<30]

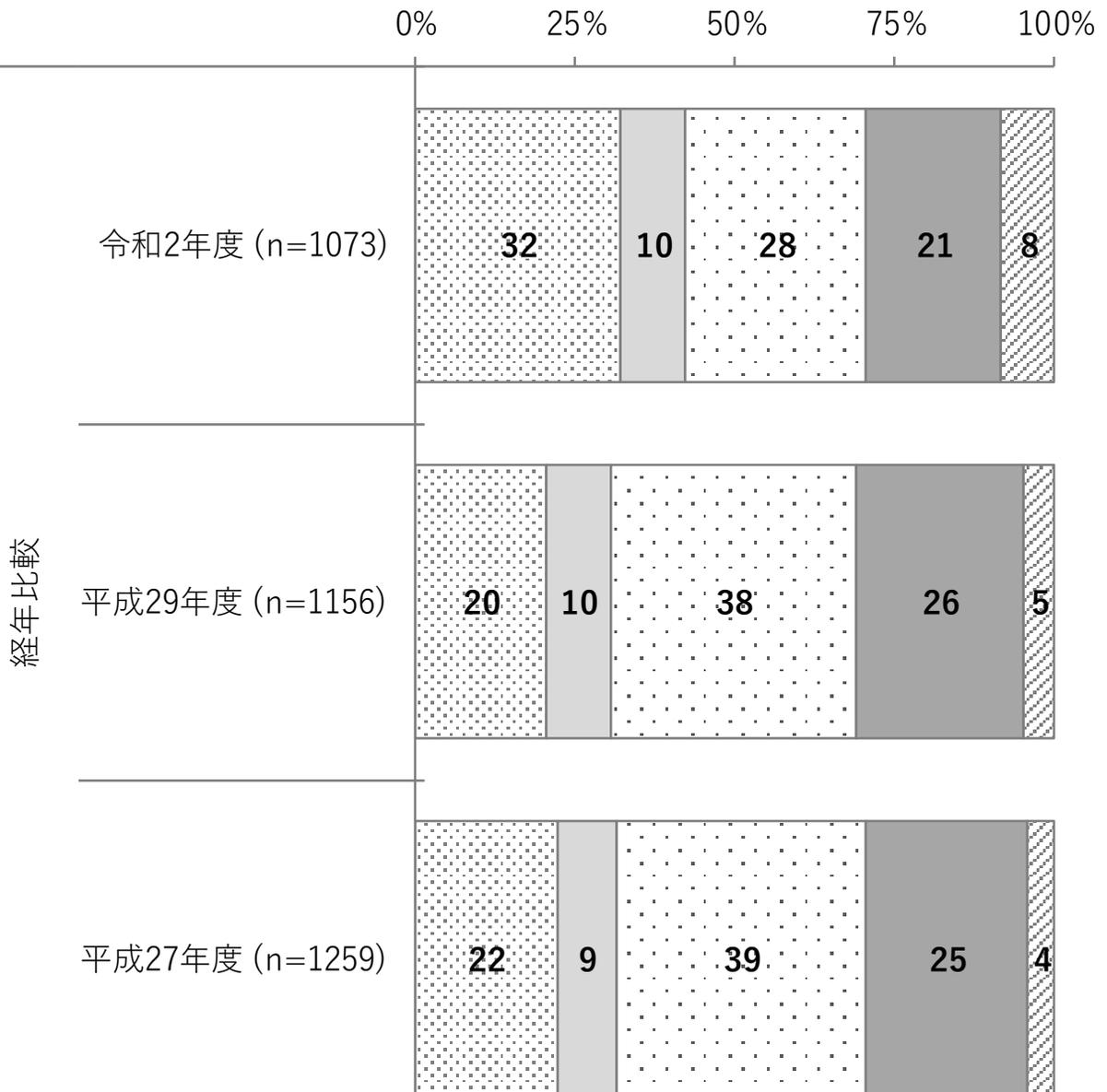
(3)市のウェブサイト:利用しない理由

【全体・経年比較】

- ・ 市のウェブサイトを利用しない理由は、「市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない」が32%と最も多い。
- ・ 29年度と比べ、「市や区の情報に関心がない」が大きく増加し、「パソコンがないなど、ウェブサイトを見ることができない」が大きく減少している。

【問12】市のウェブサイト（ホームページ）を利用しない主な理由は何ですか。

- 市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）に関心がない
- 必要な情報がみつからない
- パソコンがないなど、ウェブサイトを見ることができない
- その他
- 無回答



集計ベース：市のウェブサイト「利用したことがない」

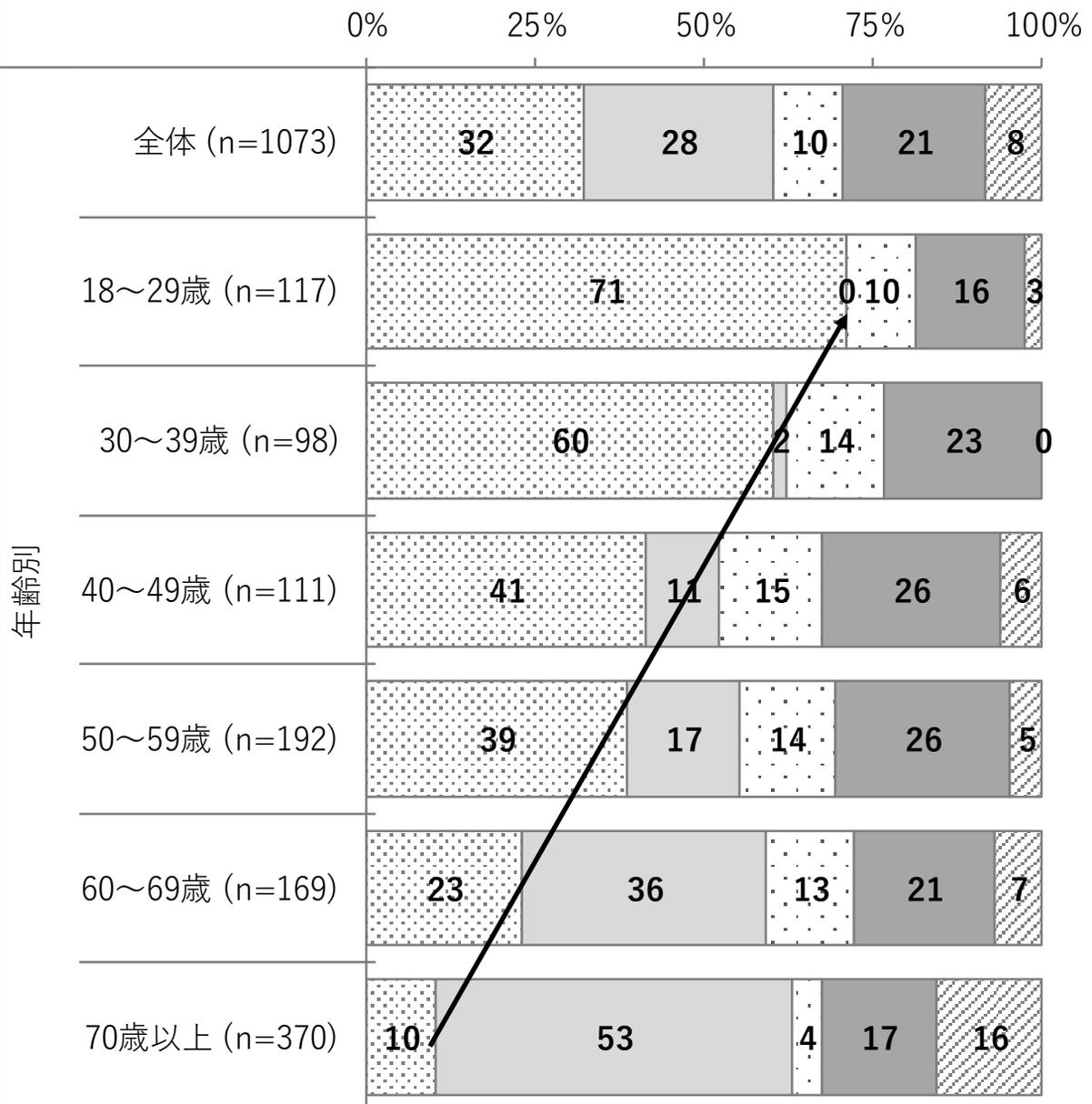
(3)市のウェブサイト:利用しない理由

【年齢別】

- 年齢が若いほど、「市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない」の比率が高い。18～29歳では、71%が関心がない。
- 60歳代では、「パソコンがないなど、ウェブサイトを見ることができない」の回答が全体よりも8ポイント高く、70歳以上では全体よりも25ポイント高くなっており、市のウェブサイトを利用しない主な理由となっている。

【問12】市のウェブサイト（ホームページ）を利用しない主な理由は何ですか。

- 市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）に関心がない
- パソコンがないなど、ウェブサイトを見ることができない
- 必要な情報がみつからない
- その他
- 無回答



集計ベース：市のウェブサイト「利用したことがない」

(3)市のウェブサイト:利用しない理由

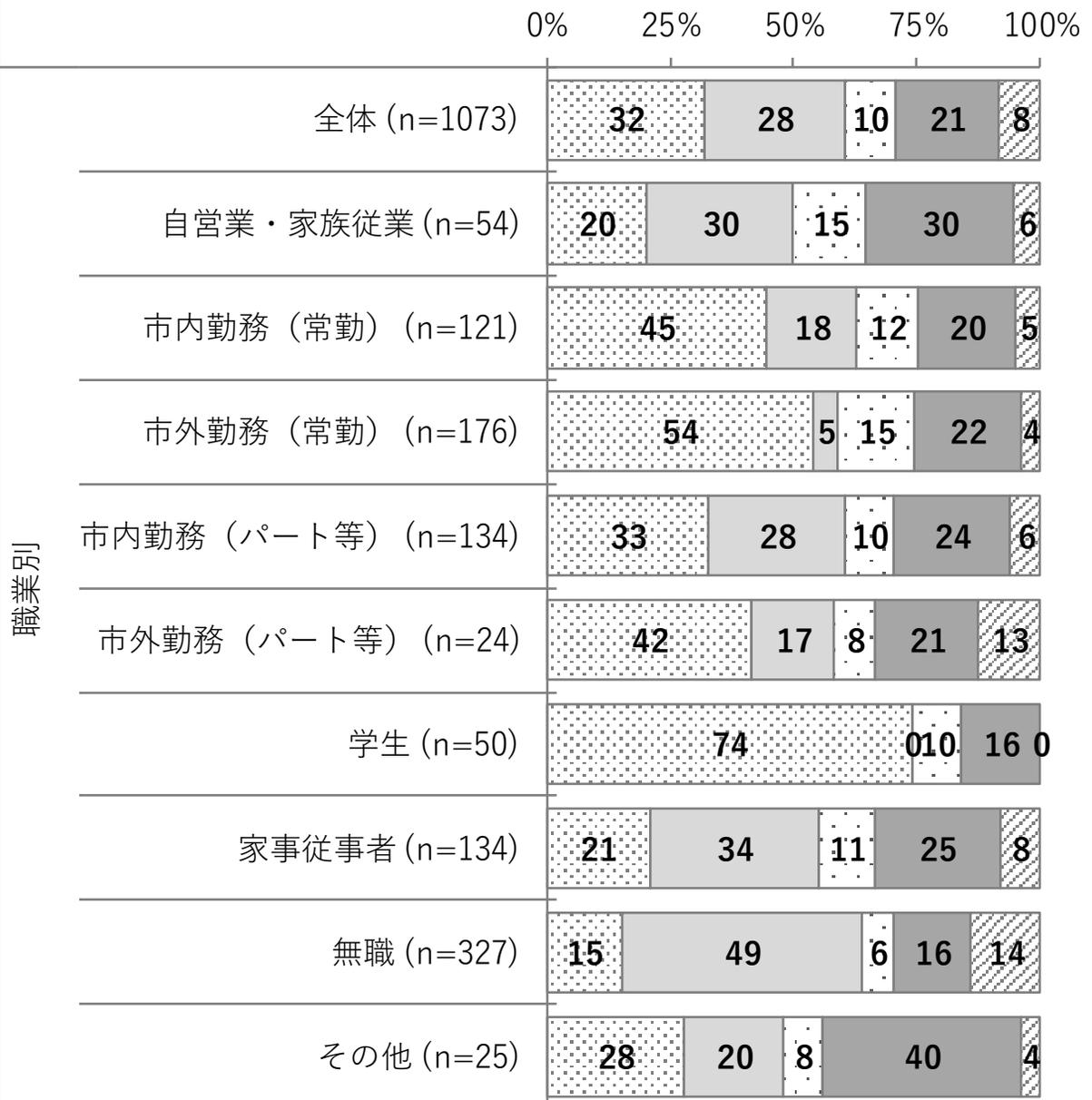
【職業別】

- ・ 市内勤務(常勤)、市外勤務(常勤)、学生は、「市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない」が全体よりも10ポイント以上高い。
- ・ 家事従事者、無職は、「パソコンがないなど、ウェブサイトを見ることができない」が全体よりも5ポイント以上高い。

※ 市外勤務(パート等)、その他はサンプル数が少ないため参考値

【問12】市のウェブサイト（ホームページ）を利用しない主な理由は何ですか。

- 市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）に関心がない
- パソコンがないなど、ウェブサイトを見ることができない
- 必要な情報がみつからない
- その他
- 無回答

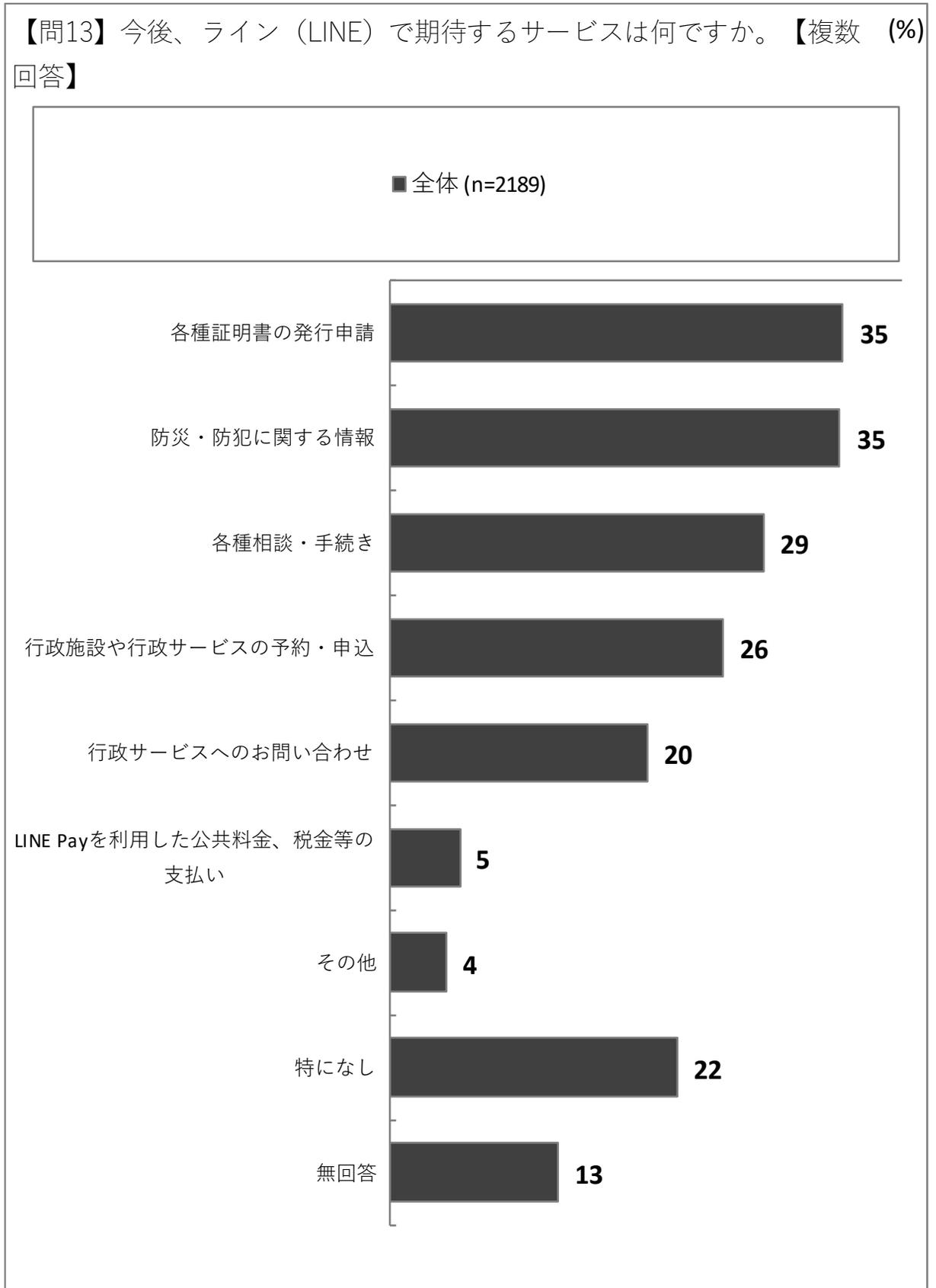


集計ベース：市のウェブサイトを利用したことがない [Small samples: n<30]

(4)市のLINEアカウントに期待するサービス

【全体】

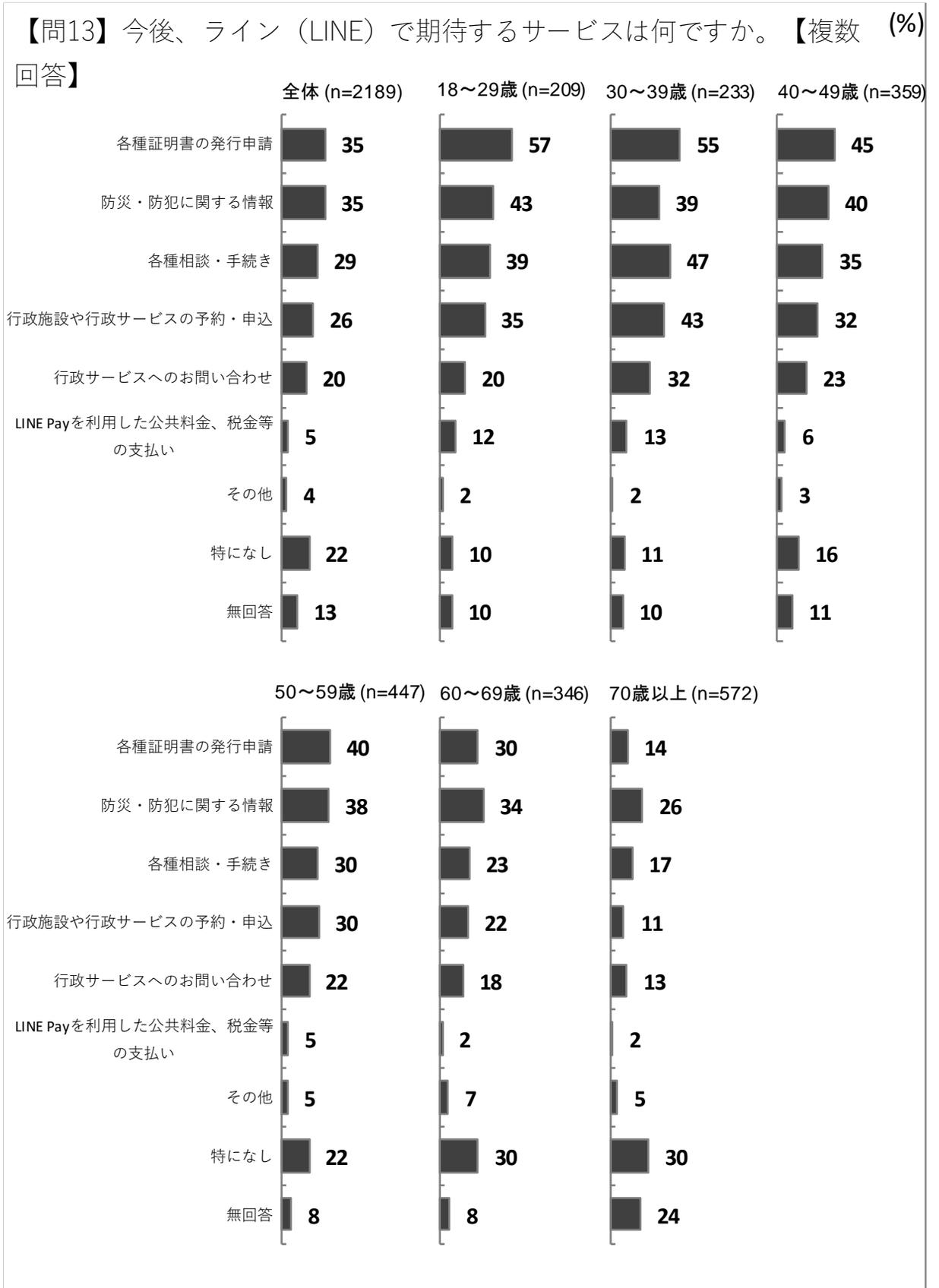
- 市のライン (LINE) に期待するサービスは、「各種証明書の発行申請」と「防災・防犯に関する情報」が35%で最も高く、次いで、「各種相談・手続き」が29%と続く。



(4)市のLINEアカウントに期待するサービス

【年齢別】

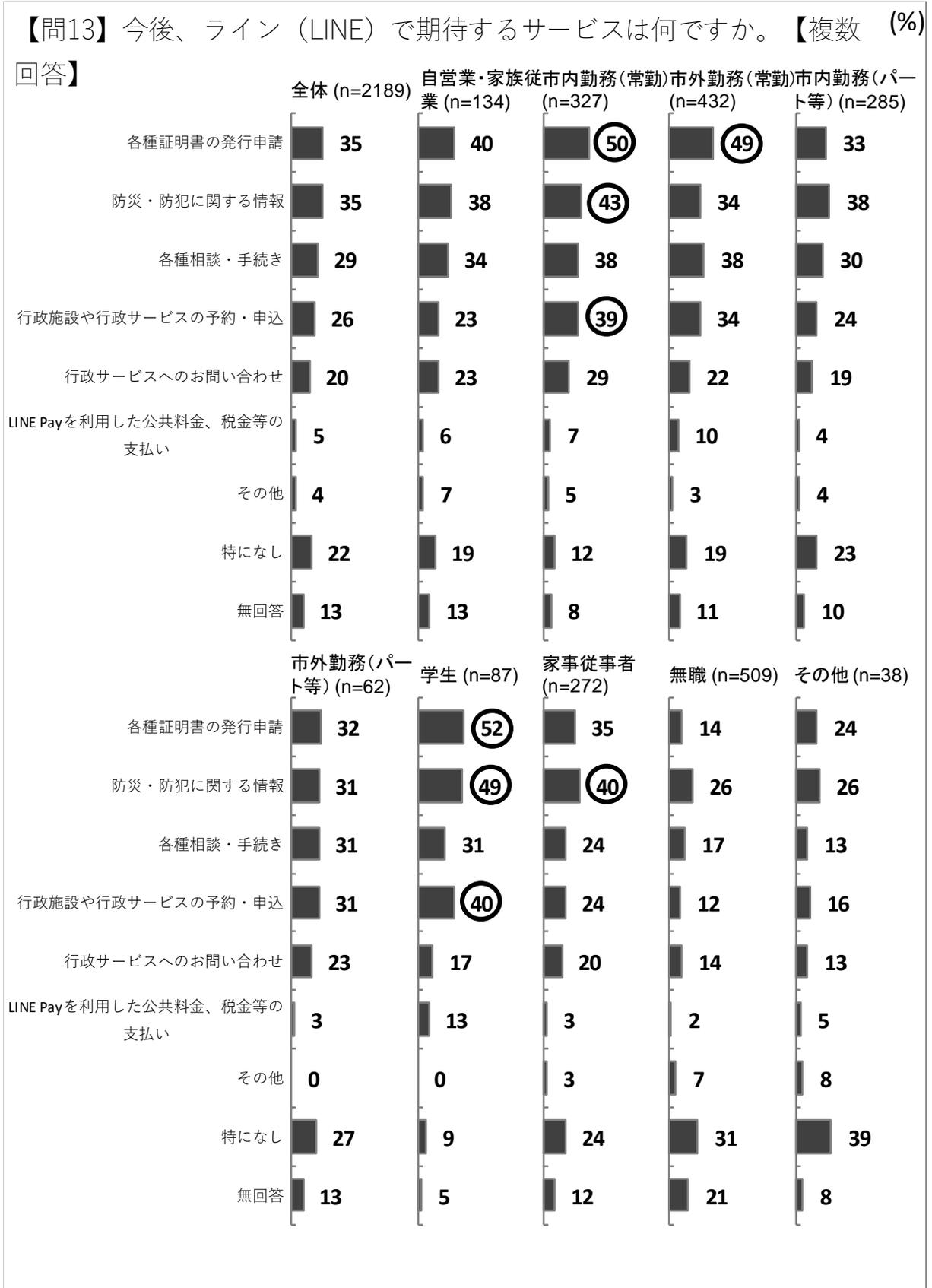
- 年齢が若いほど、「各種証明書の発行申請」サービスに対する期待が高い。



(4)市のLINEアカウントに期待するサービス

【職業別】

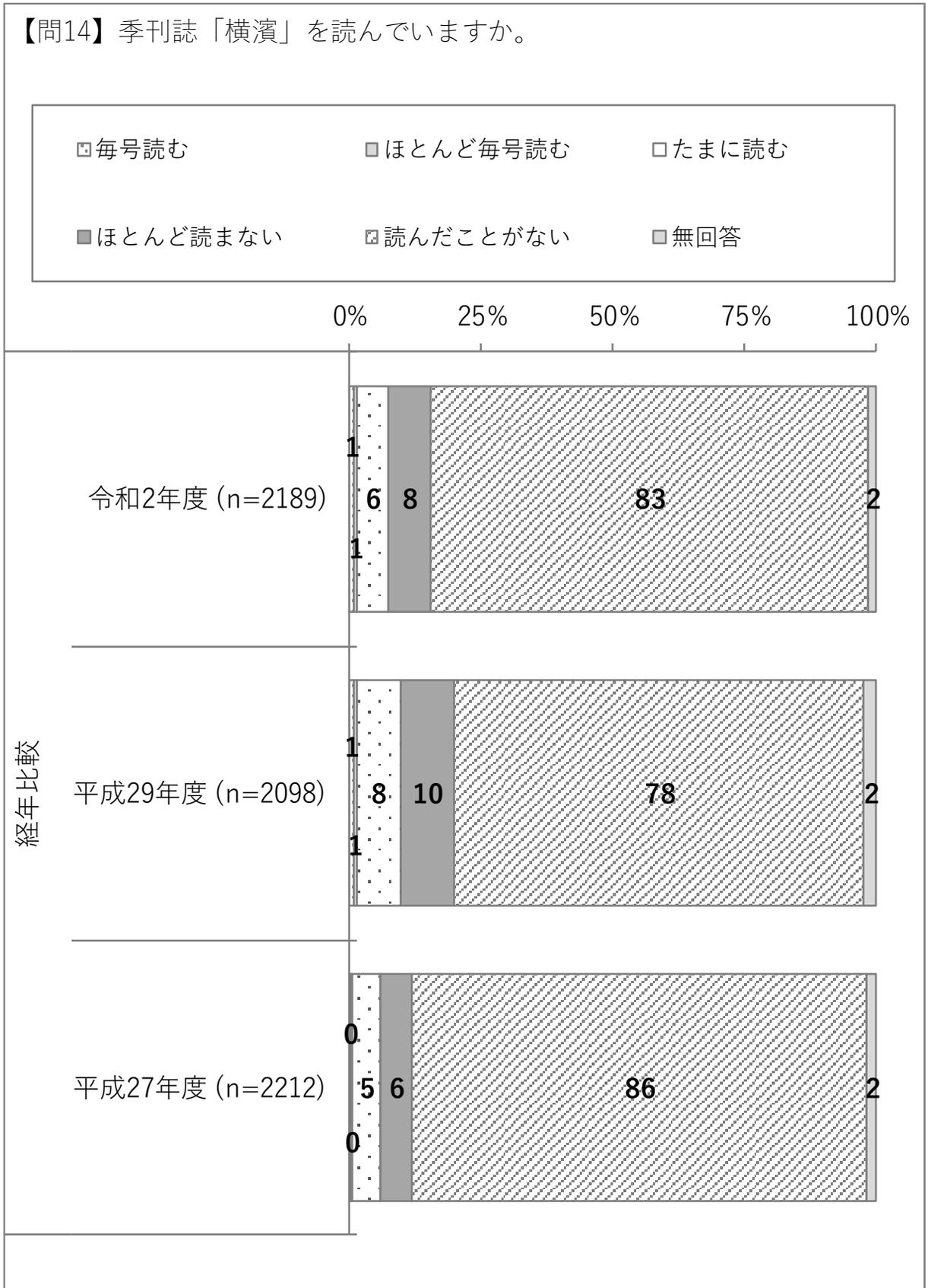
- ・ 市内勤務(常勤)、市外勤務(常勤)、学生は「各種証明書の発行申請」が全体よりも10ポイント以上高い。また、市内勤務(常勤)と学生は「行政施設や行政サービスの予約・申込」も全体よりも10ポイント以上高い。
- ・ 市内勤務(常勤)、学生、家事従事者は「防災・防犯に関する情報」が全体よりも5ポイント以上高い。



(5)季刊誌「横濱」:購読状況

【全体・経年比較】

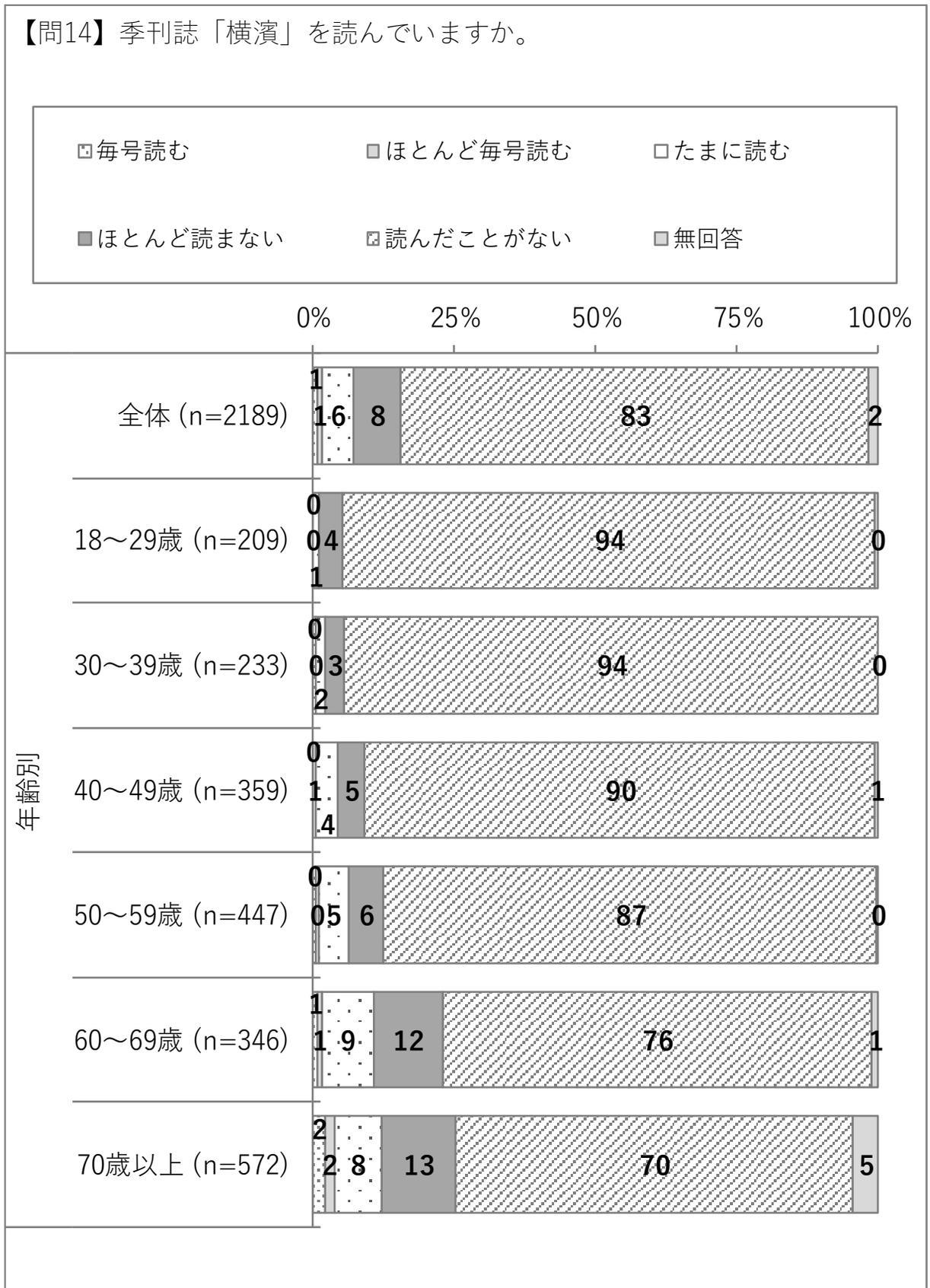
- 季刊誌「横濱」を読んでいる人(「毎号読む」、「ほとんど毎号読む」、「たまに読む」の合計)は8%で、29年度に比べ大きな変化は見られない。



(5)季刊誌「横濱」:購読状況

【年齢別】

- 高年齢層になるほど、購読率が高くなる傾向があり、60歳代と70歳以上では、読んでいる人(「毎号読む」、「ほとんど毎号読む」、「たまに読む」の合計)の割合は、10%を超える。



(5)季刊誌「横濱」:購読状況

【居住地域別】

- 保土ヶ谷区で季刊誌「横濱」を読んでいる人(「毎号読む」、「ほとんど毎号読む」、「たまに読む」の合計)の割合は13%で、全体よりも5ポイント高い。

【問14】 季刊誌「横濱」を読んでいますか。

□ 毎号読む

■ ほとんど毎号読む

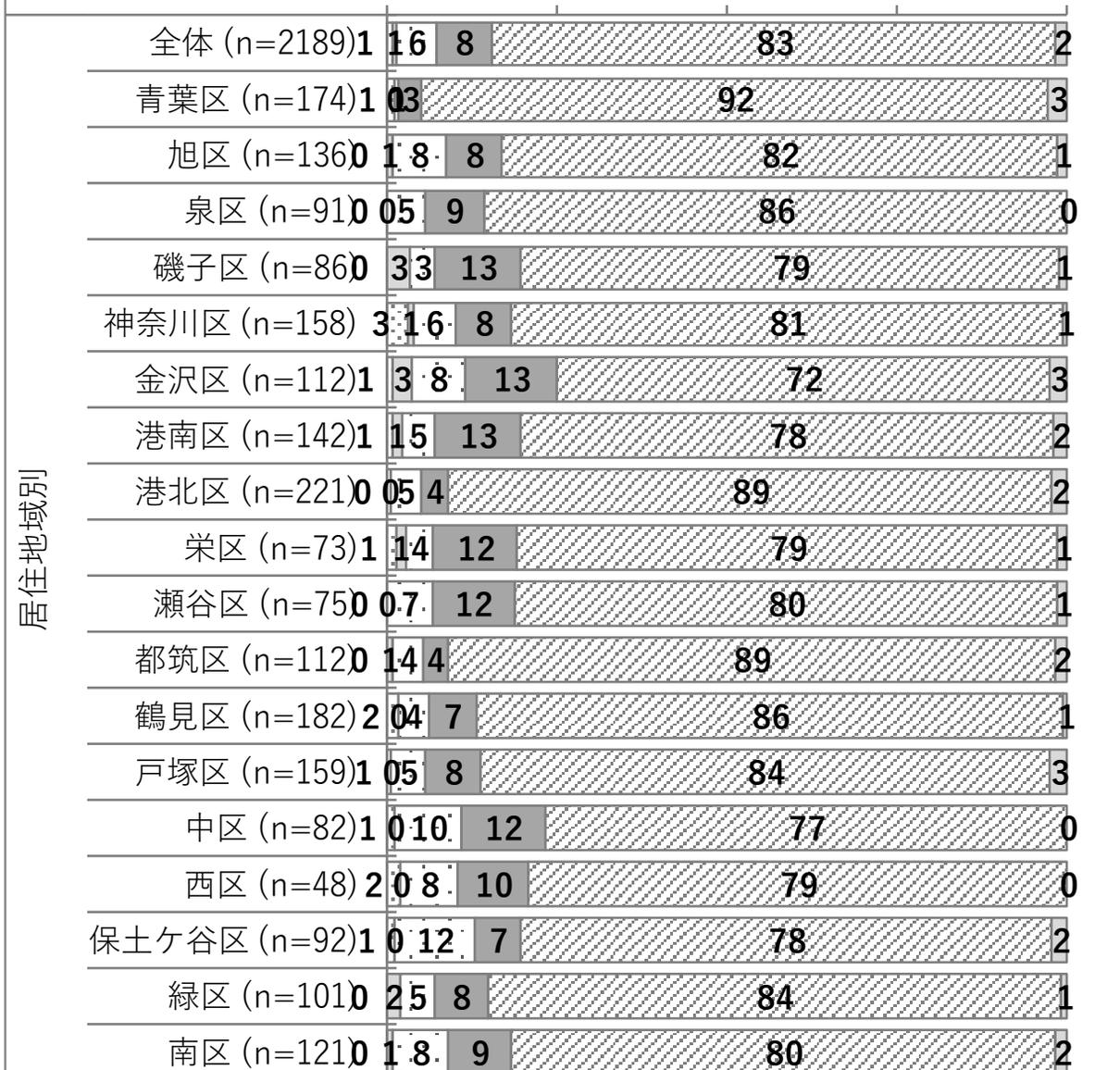
□ たまに読む

■ ほとんど読まない

□ 読んだことがない

■ 無回答

0% 25% 50% 75% 100%

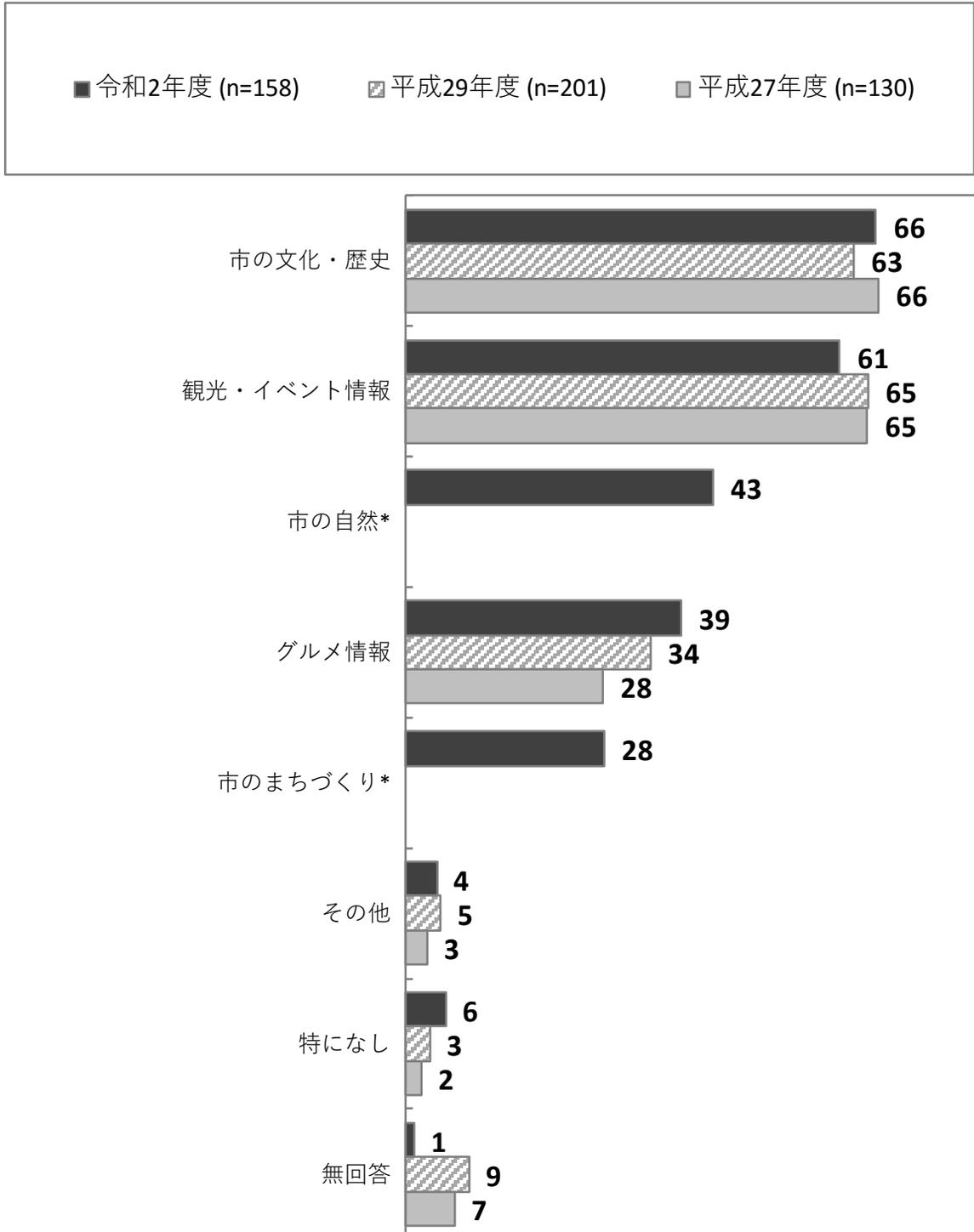


(5)季刊誌「横濱」:取り上げてほしいテーマ

【全体・経年比較】

- ・ 季刊誌「横濱」の読者が、取り上げてほしいテーマは「市の文化・歴史」が66%と最も高く、次いで、「観光・イベント情報」が61%と続く。
- ・ 「グルメ情報」は27年度から増加の傾向。
- ・ 「市の自然」は43%、「市のまちづくり」は28%である。

【問15】 季刊誌「横濱」で取り上げてほしいテーマは何ですか。【複数回答】 (%)



集計ベース：季刊誌「横濱」を「毎号/ほとんど毎号/たまに読む」

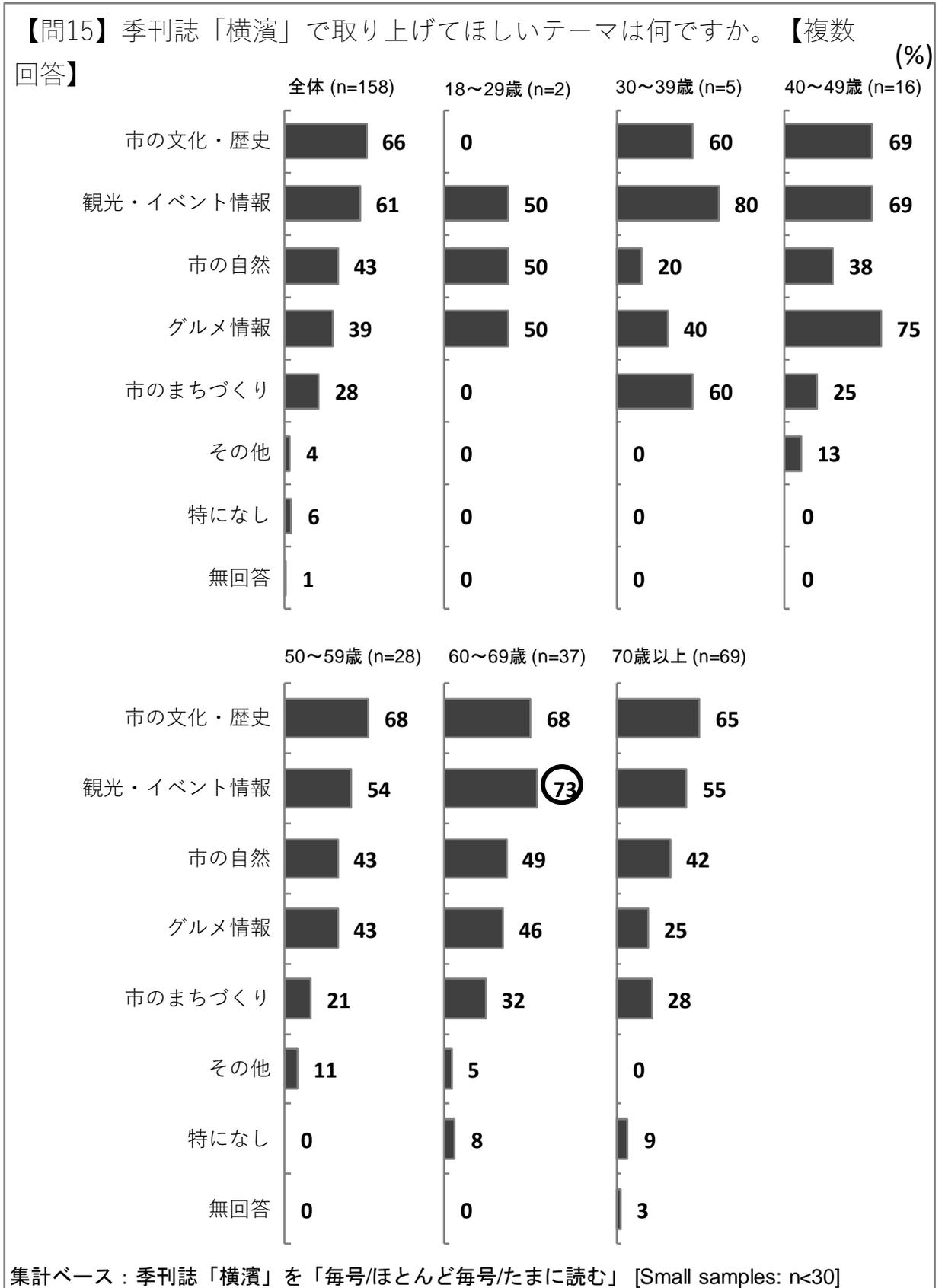
*市の自然と市のまちづくりは今回の調査で新たに追加

(5)季刊誌「横濱」:取り上げてほしいテーマ

【年齢別】

- 60歳代は、「観光・イベント情報」が73%と全体よりも10ポイント以上高い。

※18～29歳、30～39歳、40～49歳はサンプル数が少ないため参考値

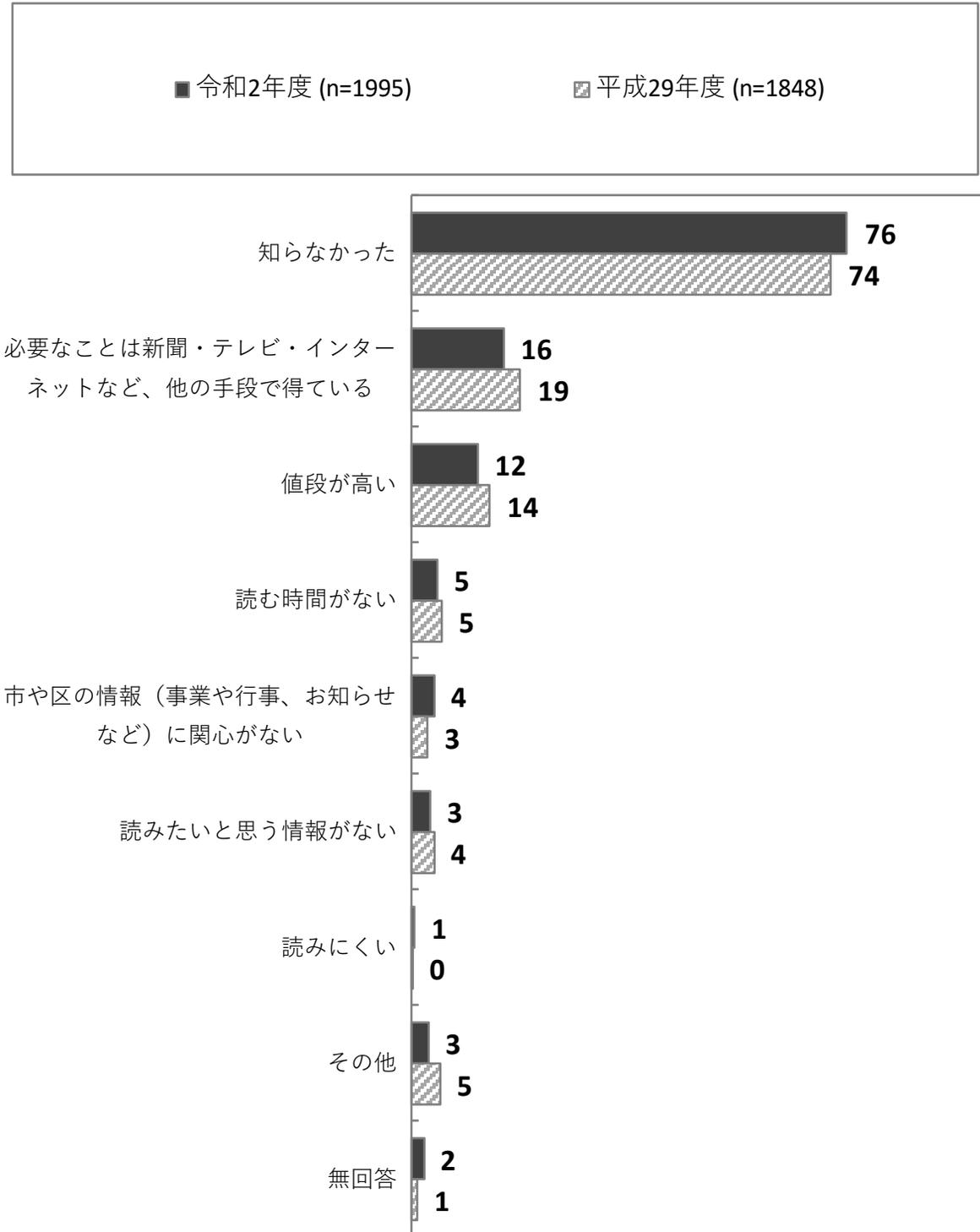


(5)季刊誌「横濱」:読んでいない理由

【全体・経年比較】

- ・ 季刊誌「横濱」を読んでいない理由は、「知らなかった」が76%と圧倒的に高い。
- ・ 29年度から大きな変化は見られない。

【問16】 季刊誌「横濱」を読んでいない理由は何ですか。【複数回答】 (%)



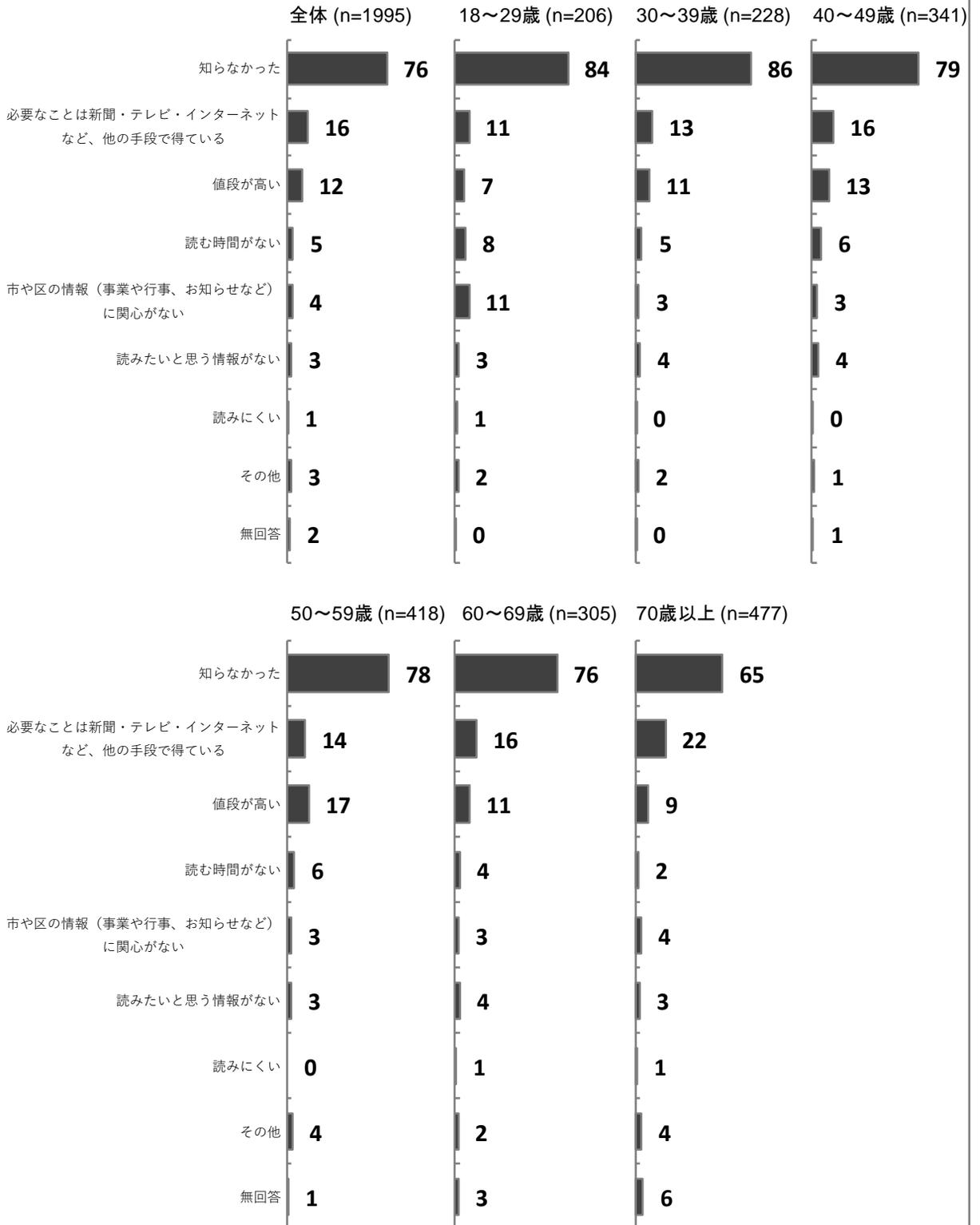
集計ベース：季刊誌「横濱」を「ほとんど読まない/読んだことがない」

(5)季刊誌「横濱」:読んでいない理由

【年齢別】

- ・ 季刊誌「横濱」を読んでいない理由は、どの年齢層でも「知らなかった」が最も高いが、特に、18～29歳と30歳代は全体と比較し5ポイント以上高い。
- ・ 18～29歳は「市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に興味がない」が全体よりも7ポイント高く、70歳以上は「必要なことは新聞・テレビ・インターネットなど、他の手段で得ている」が全体よりも6ポイント高い。

【問16】 季刊誌「横濱」を読んでいない理由は何ですか。【複数回答】 (%)



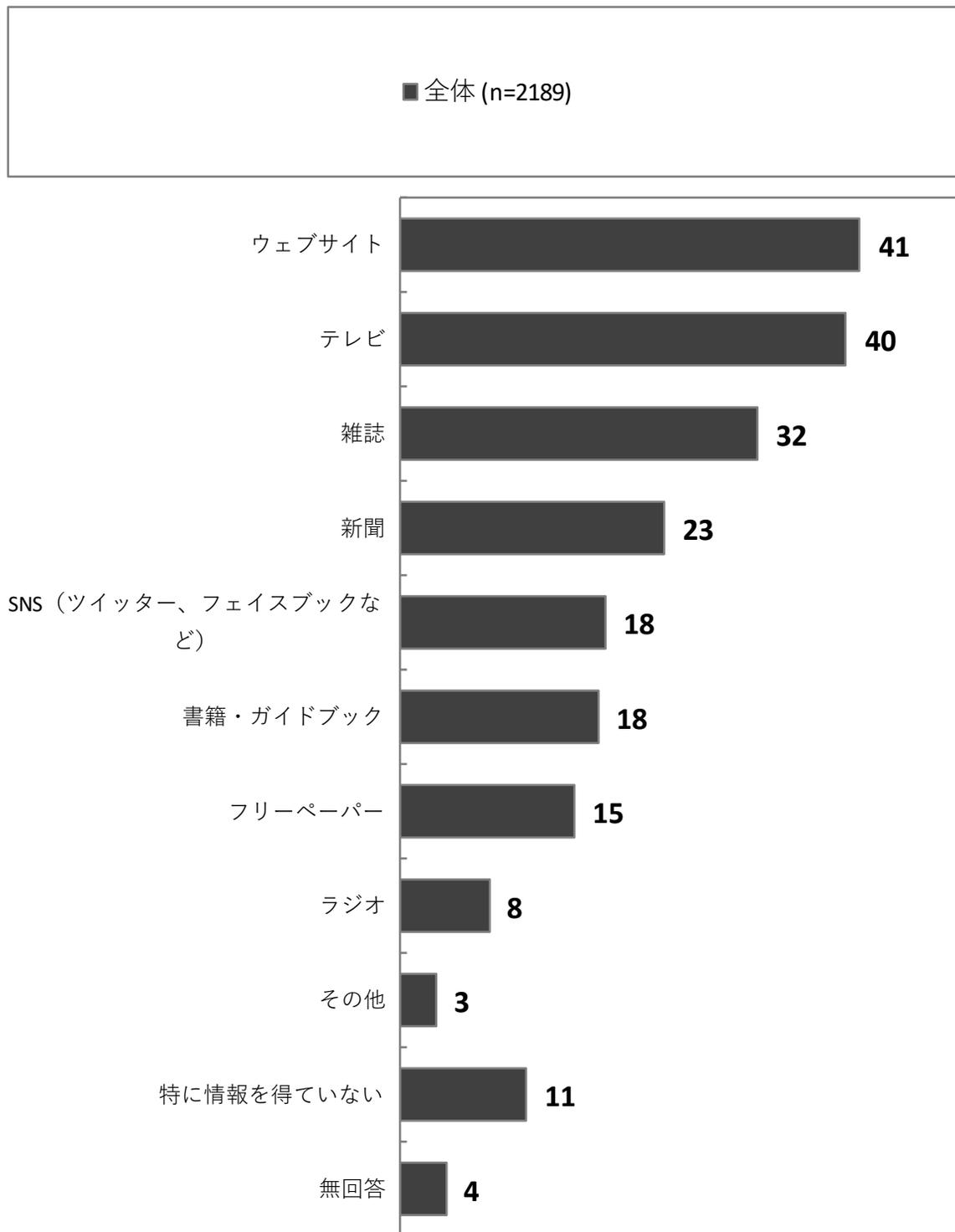
集計ベース：季刊誌「横濱」を「ほとんど読まない/読んだことがない」

(6)市の魅力情報の入手方法

【全体】

- 市の魅力に関する情報の入手方法は「ウェブサイト」が41%で最も高く、次いで「テレビ」が40%となっている。

【問17】 横浜の魅力（観光名所・グルメ・歴史など）に関する情報はどのように入手していますか。【複数回答】

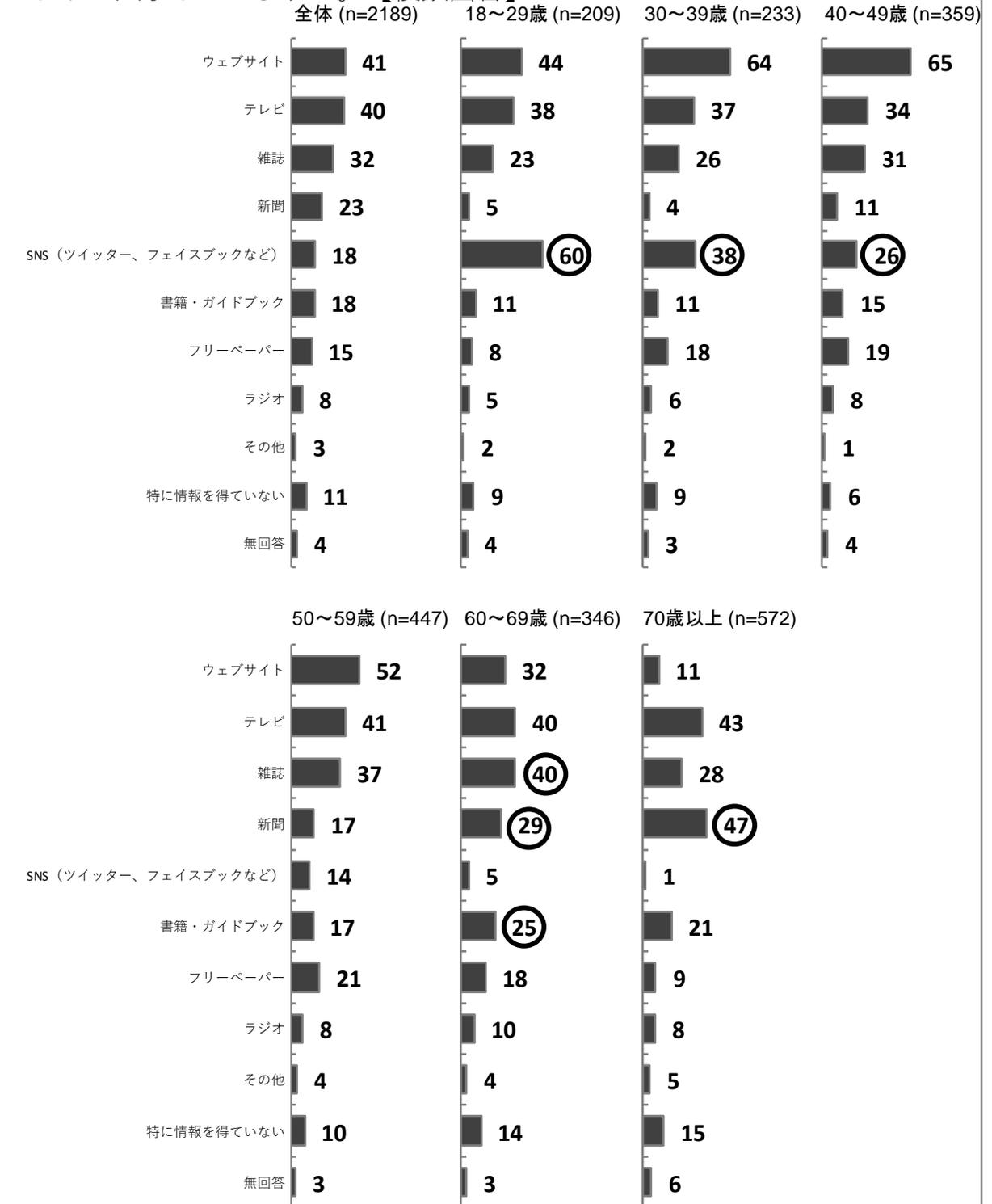


(6)市の魅力情報の入手方法

【年齢別】

- ・ 市の魅力に関する情報の入手方法は、年齢による差が見られる。
- ・ 40歳代以下では「SNS」が高く、18～29歳で60%、30歳代で38%、40歳代で26%となっている。
- ・ 60歳代は「雑誌」、「新聞」、「書籍・ガイドブック」が全体を5ポイント以上上回る。70歳以上は、「新聞」が全体よりも24ポイント高い。

【問17】 横浜の魅力（観光名所・グルメ・歴史など）に関する情報はどのように入手していますか。【複数回答】

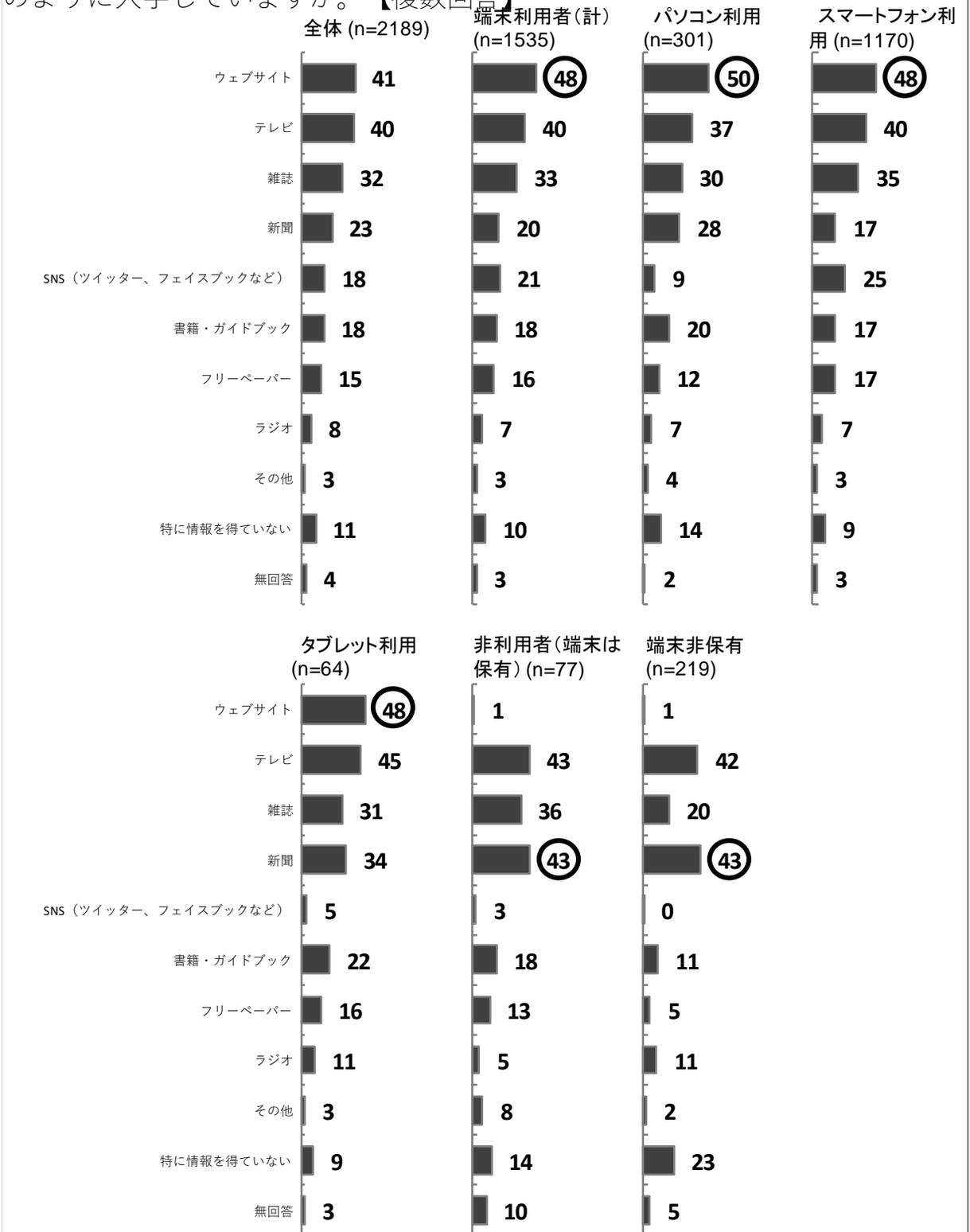


(6)市の魅力情報の入手方法

【情報端末別】

- 端末利用者は「ウェブサイト」が全体と比較して5ポイント以上高い。
- 端末非利用者、端末非保有者は「新聞」が全体と比較して20ポイント高い。

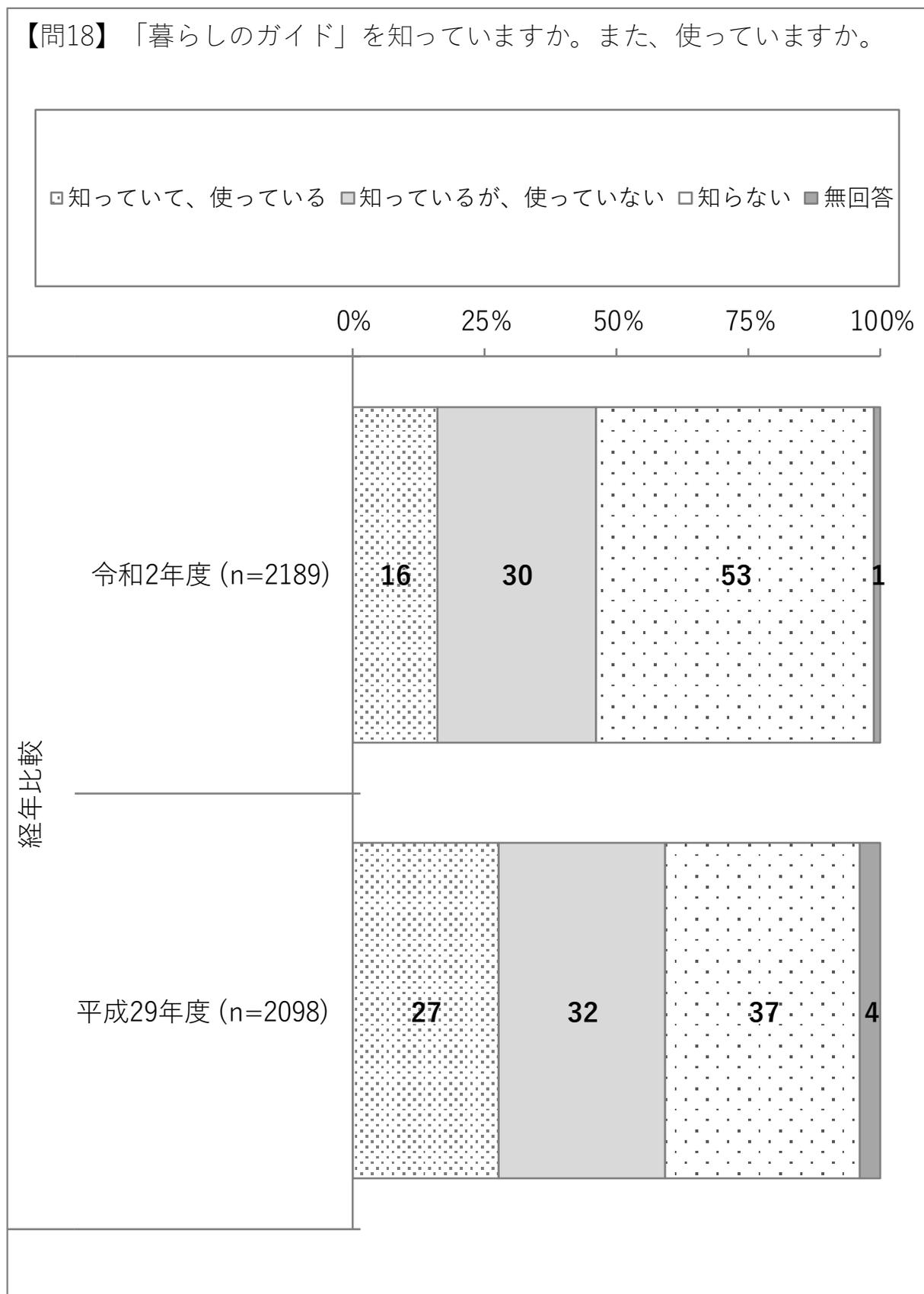
【問17】横浜の魅力（観光名所・グルメ・歴史など）に関する情報はどのように入手していますか。【複数回答】



(7)「暮らしのガイド」:認知・使用状況

【全体・経年比較】

- 「暮らしのガイド」の認知率(「知っている、使っている」と「知っているが、使っていない」の合計)は、全体の46%で、29年度に比べ低下している。



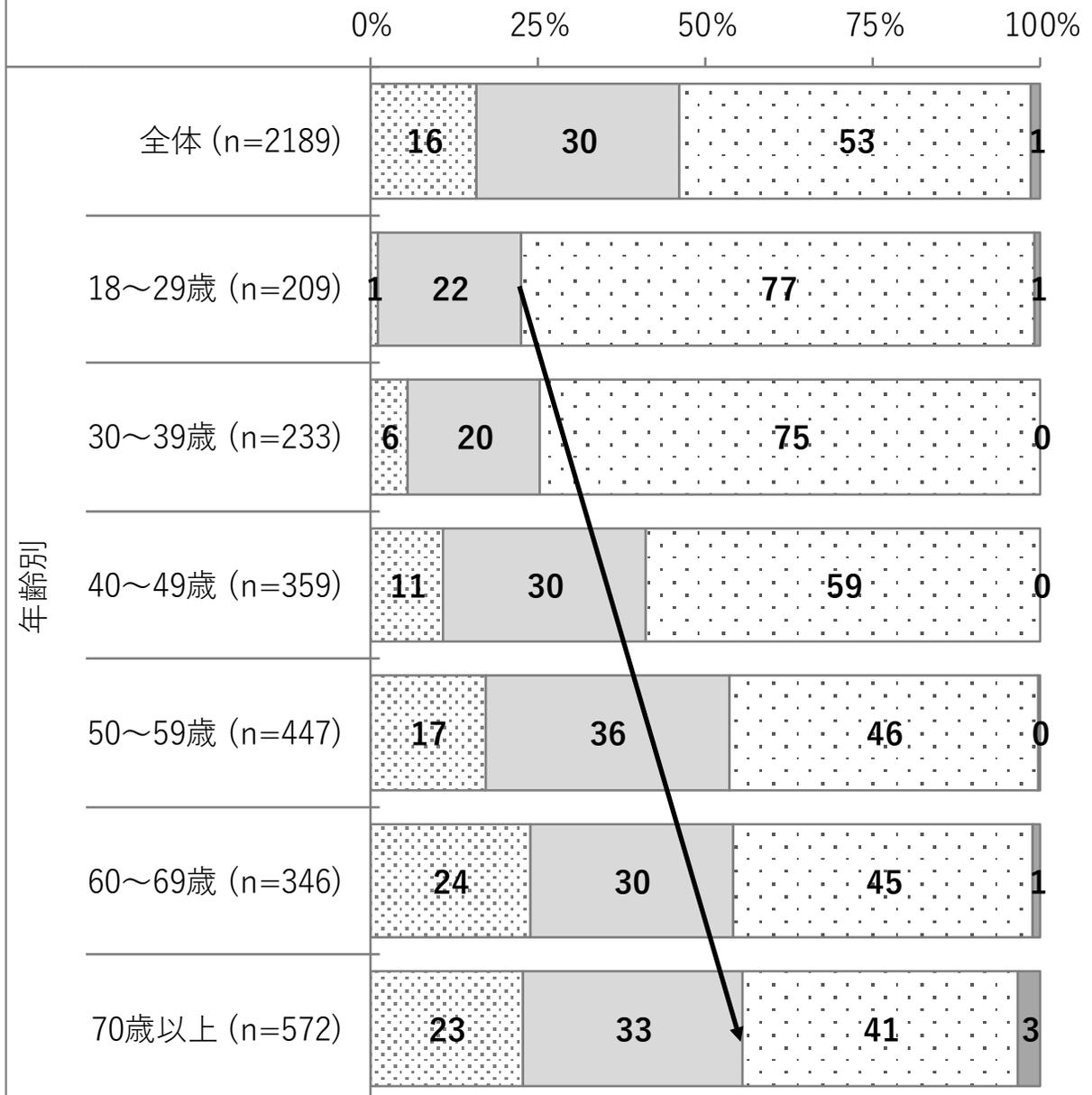
(7)「暮らしのガイド」:認知・使用状況

【年齢別】

- 年齢が上がるほど認知率(「知っている、使っている」と「知っているが、使っていない」の合計)が高くなる傾向が見られる。
- 18～29歳の認知率が23%で全体を23ポイント下回るのに対し、70歳以上は56%で全体を10ポイント上回る。

【問18】 「暮らしのガイド」を知っていますか。また、使っていますか。

▣ 知っていて、使っている ▣ 知っているが、使っていない □ 知らない ■ 無回答



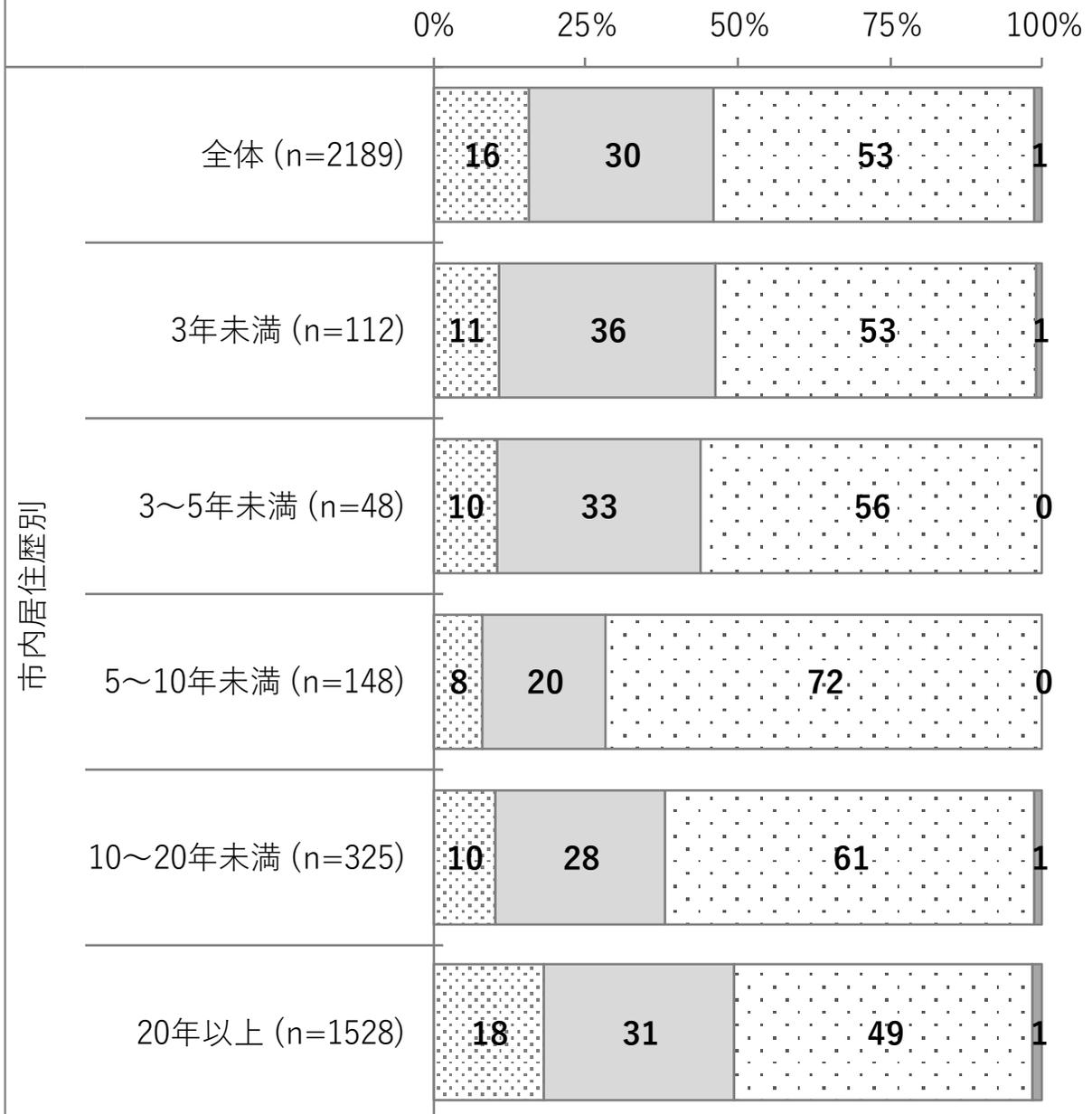
(7)「暮らしのガイド」:認知・使用状況

【市内居住歴別】

- ・ 「暮らしのガイド」は主に転入者向けに配布しているが、市内居住歴が3年未満は53%が「知らない」と回答。
- ・ 市内居住歴が5～10年未満は「知らない」が72%と高い。
- ・ 市内居住歴が20年以上では「知っていて、使っている」が18%で、他の居住歴に比べ高い。

【問18】 「暮らしのガイド」を知っていますか。また、使っていますか。

▣ 知っていて、使っている ▣ 知っているが、使っていない □ 知らない ■ 無回答



(8) 広報テレビ番組:「ハマナビ」視聴状況

【全体・経年比較】

- ・ 広報テレビ番組「ハマナビ」を視聴している人(「毎週見ている」、「月に2~3回ほど見ている」、「不定期だがたまに見ている」の合計)は、全体の17%を占める。
- ・ 29年度から大きな変化は見られない。

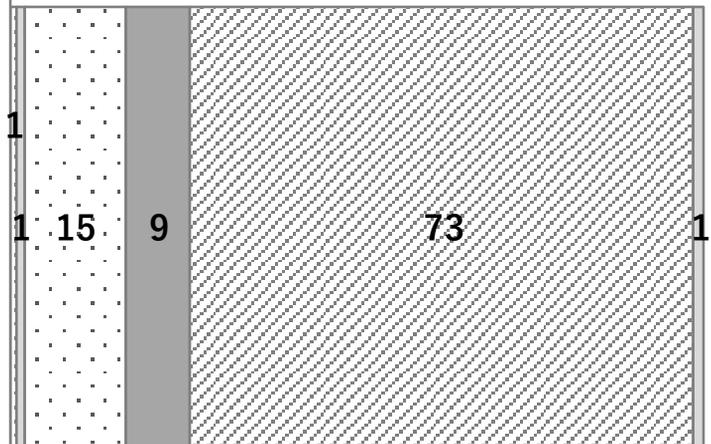
【問19】 広報テレビ番組「ハマナビ」(テレビ神奈川 土曜18時~18時30分) を見ていますか。

- 毎週見ている
- 月に2~3回ほど見ている
- 不定期だがたまに見ている
- 過去に見たことがあるが今は見えない
- 見たことがない
- 無回答

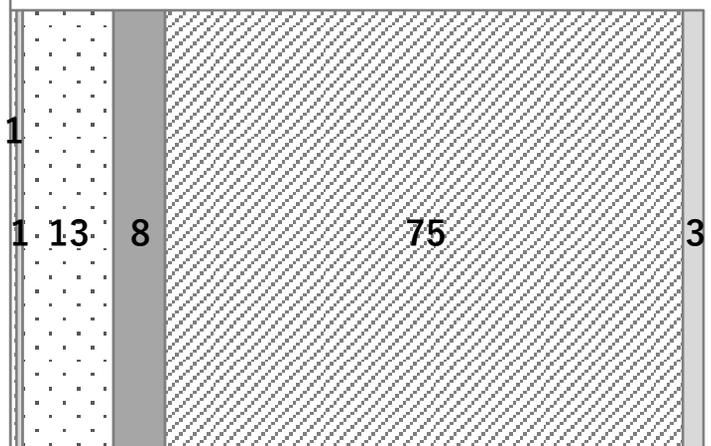
0% 25% 50% 75% 100%

経年比較

令和2年度 (n=2189)



平成29年度 (n=2098)

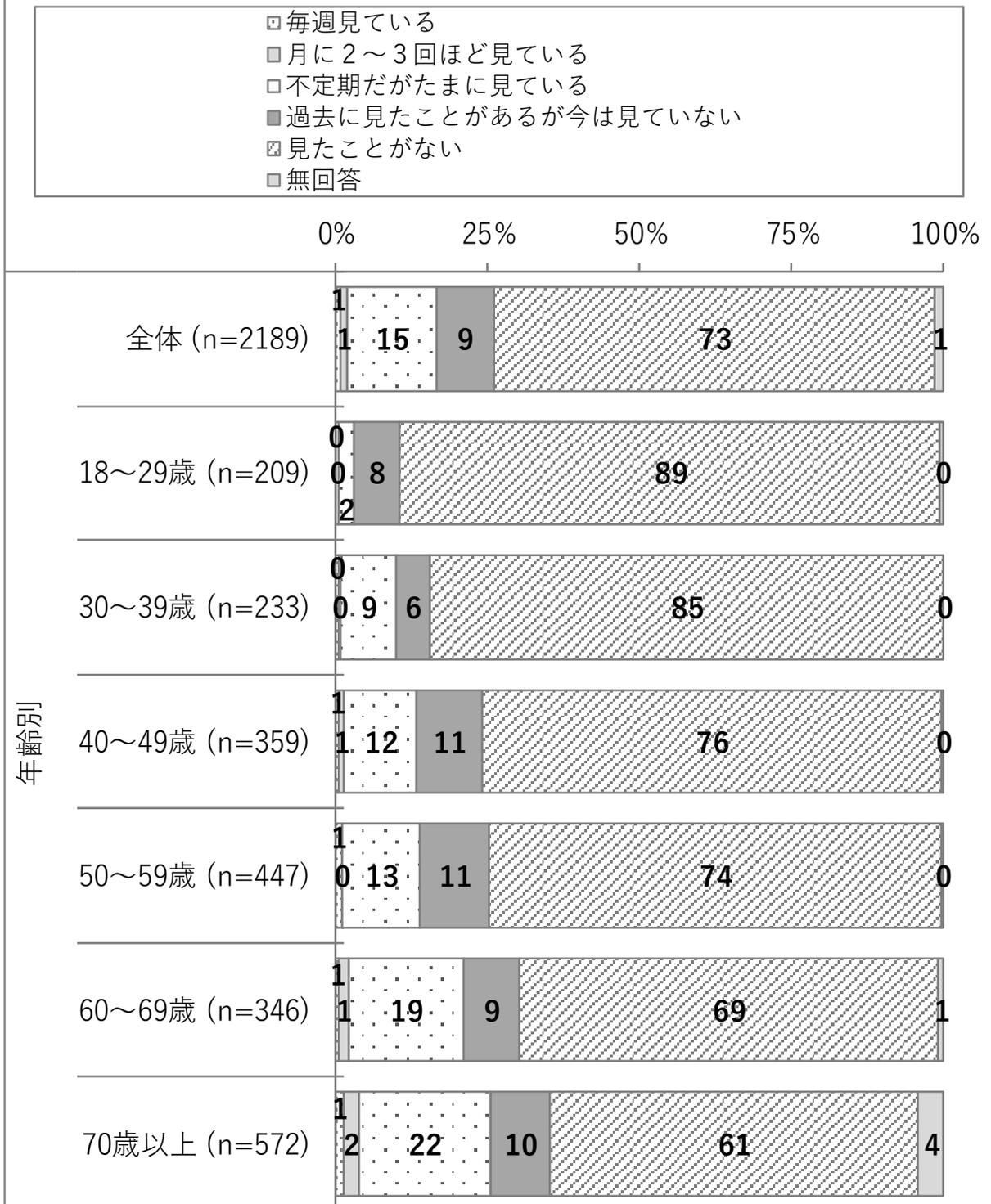


(8) 広報テレビ番組：「ハマナビ」視聴状況

【年齢別】

- 年齢が上がるほど、広報テレビ番組「ハマナビ」を視聴している人（「毎週見ている」、「月2～3回ほど見ている」、「不定期だがたまに見ている」の合計）の割合が増加する傾向が見られ、70歳以上では全体を8ポイント上回る。

【問19】 広報テレビ番組「ハマナビ」（テレビ神奈川 土曜18時～18時30分）を視聴していますか。

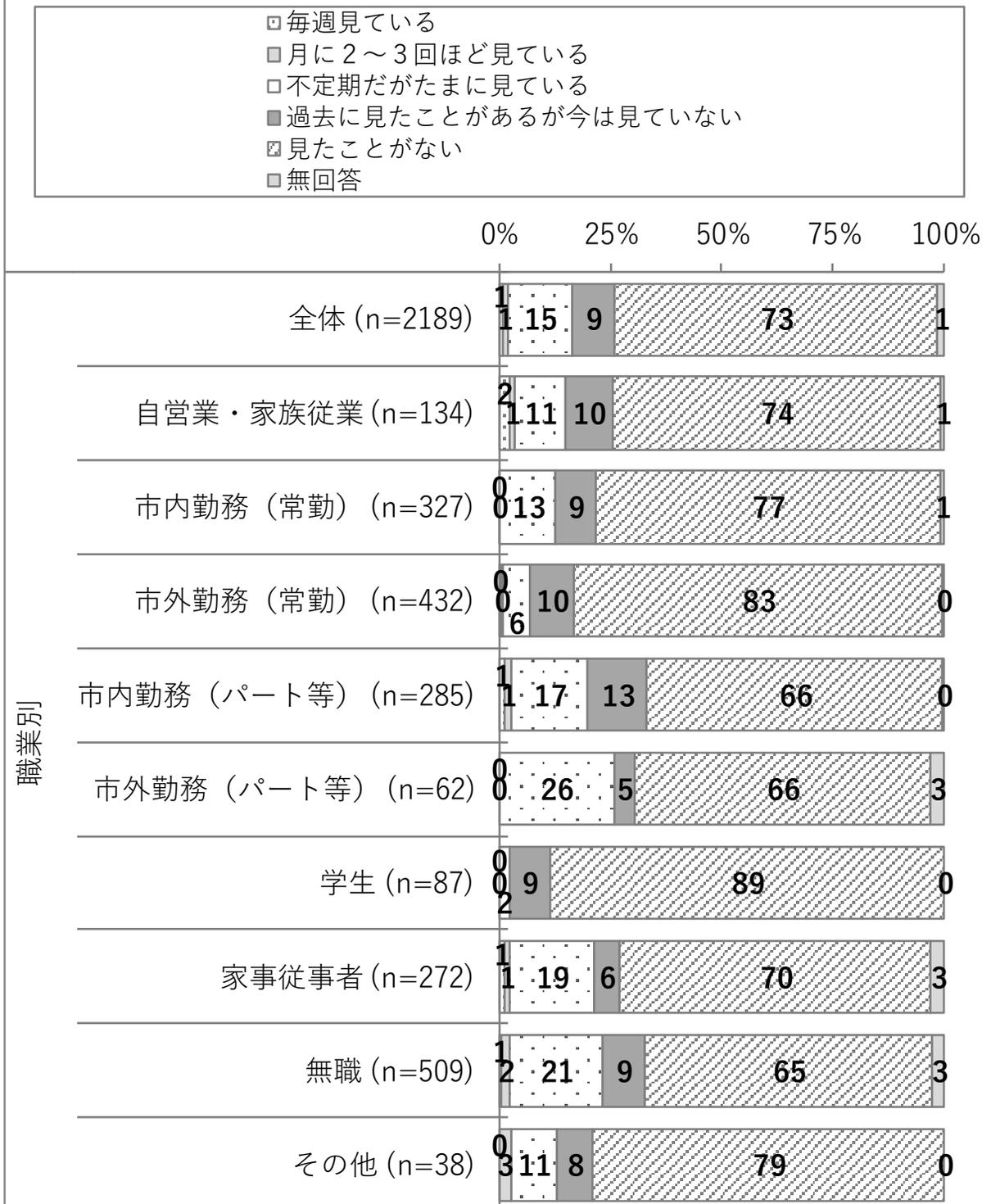


(8) 広報テレビ番組：「ハマナビ」視聴状況

【職業別】

- 市外勤務(パート等)、無職は、広報テレビ番組「ハマナビ」の視聴率(「毎週見ている」、「月2～3回ほど見ている」、「不定期だがたまに見ている」の合計)が全体よりも5ポイント以上高い。

【問19】 広報テレビ番組「ハマナビ」(テレビ神奈川 土曜18時～18時30分) を見ていますか。

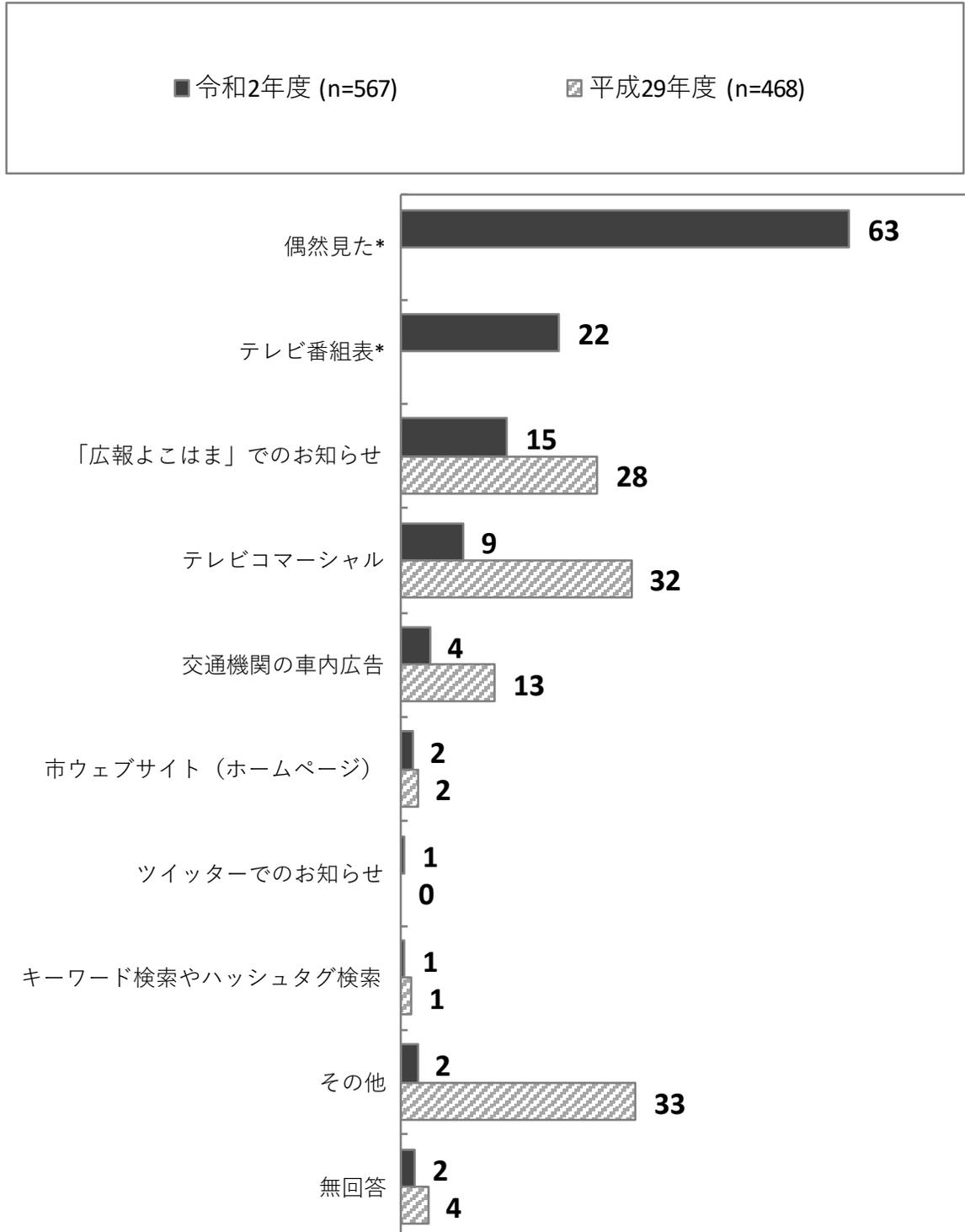


(8) 広報テレビ番組:「ハマナビ」視聴のきっかけ

【全体・経年比較】

- ・ 広報テレビ番組「ハマナビ」を見たきっかけは、「偶然見た」が63%と非常に高く、「テレビ番組表」が22%で続く。

【問20】 「ハマナビ」を見たきっかけは何ですか。【複数回答】 (%)



集計ベース: 「ハマナビ」を「これまでに一度でも見たことがある」

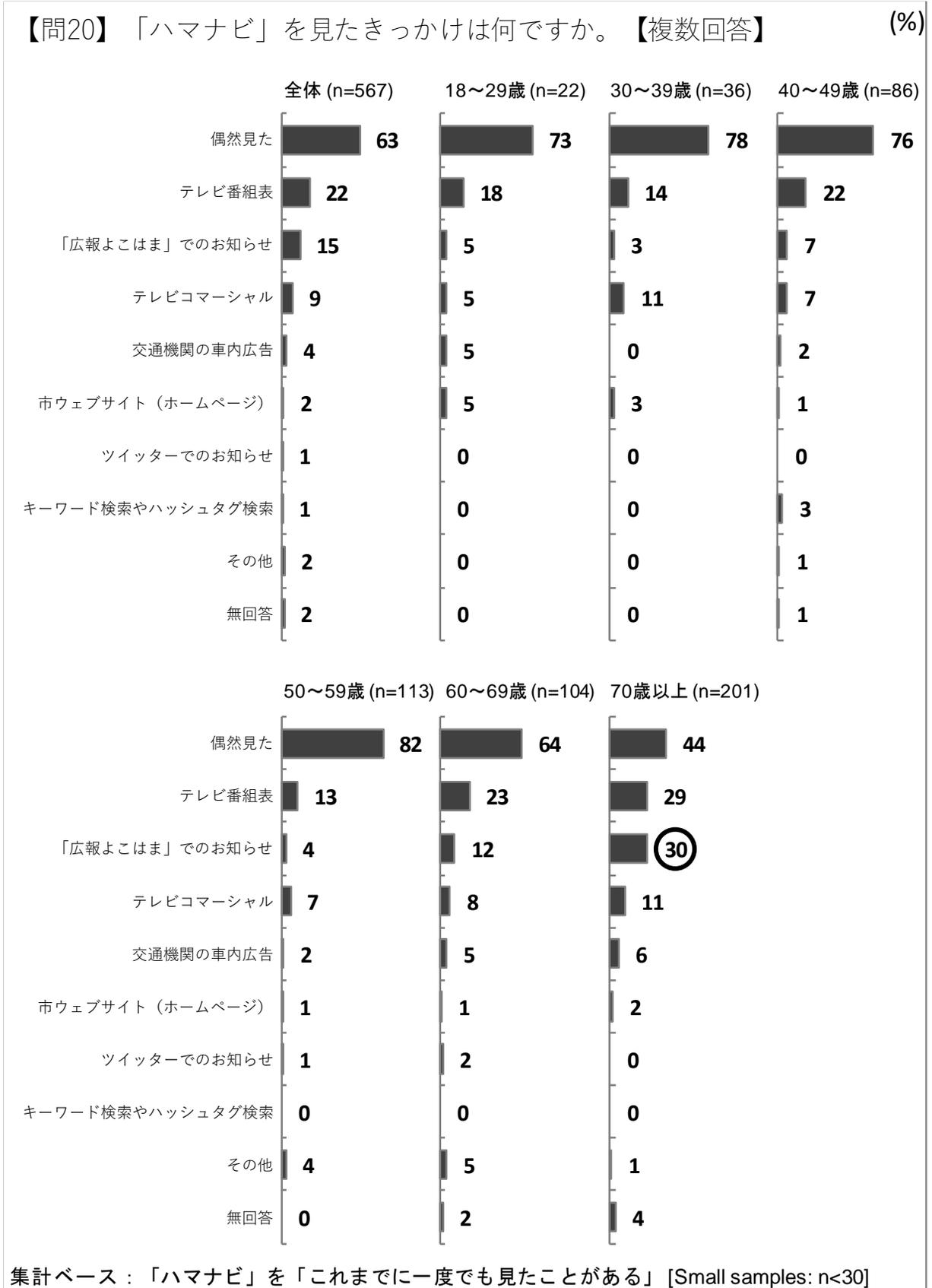
*テレビ番組表と偶然見たは今回の調査で新たに追加

(8) 広報テレビ番組:「ハマナビ」視聴のきっかけ

【年齢別】

- どの年代でも「偶然見た」が最も高いが、特に50歳代以下では7割を超え、高い。
- 70歳以上では「『広報よこはま』でのお知らせ」が30%で、全体を15ポイント上回り高い。

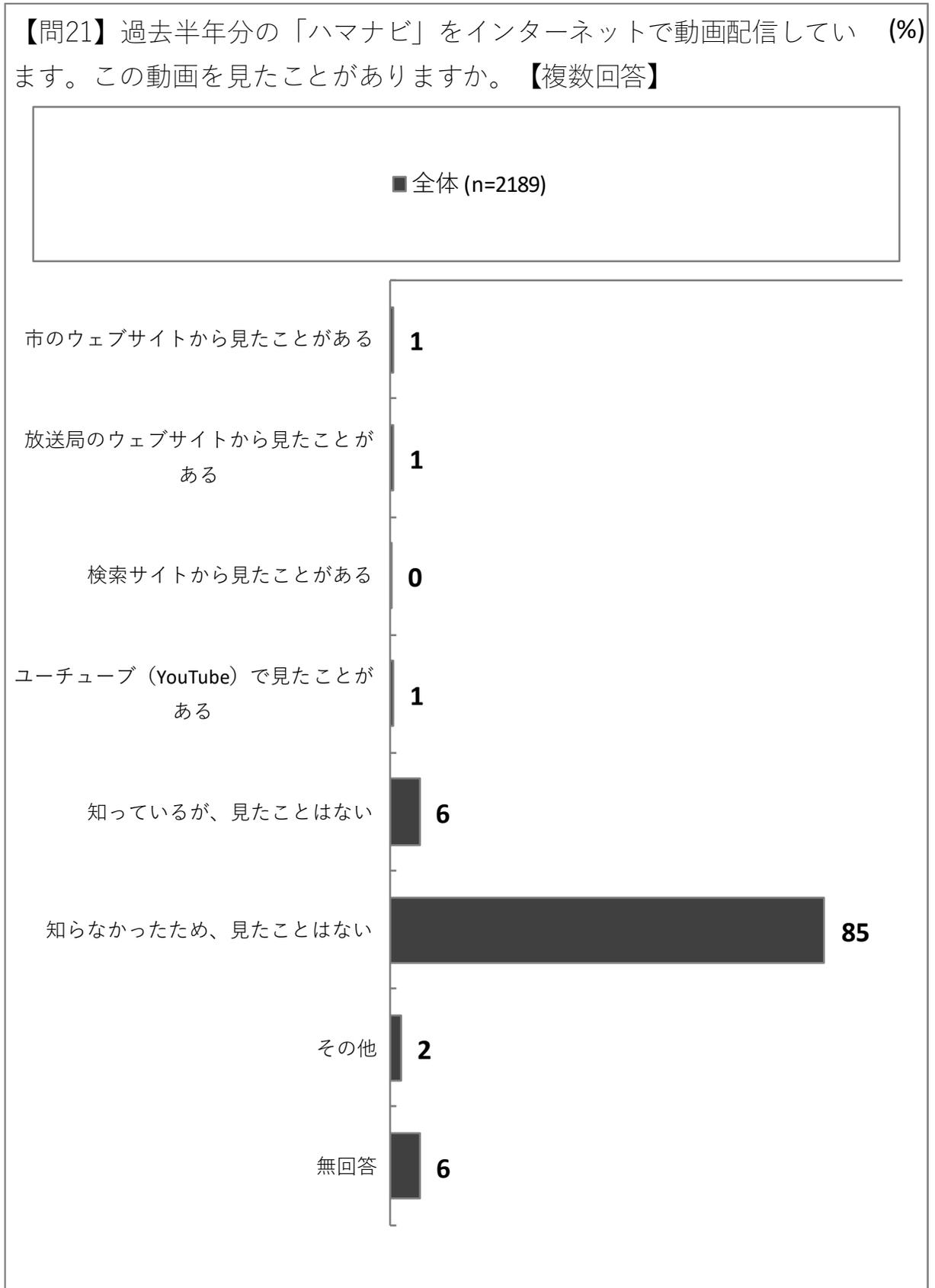
※18～29歳は母数が少ないため、参考値。



(8) 広報テレビ番組「ハマナビ」動画配信の視聴経験

【全体】

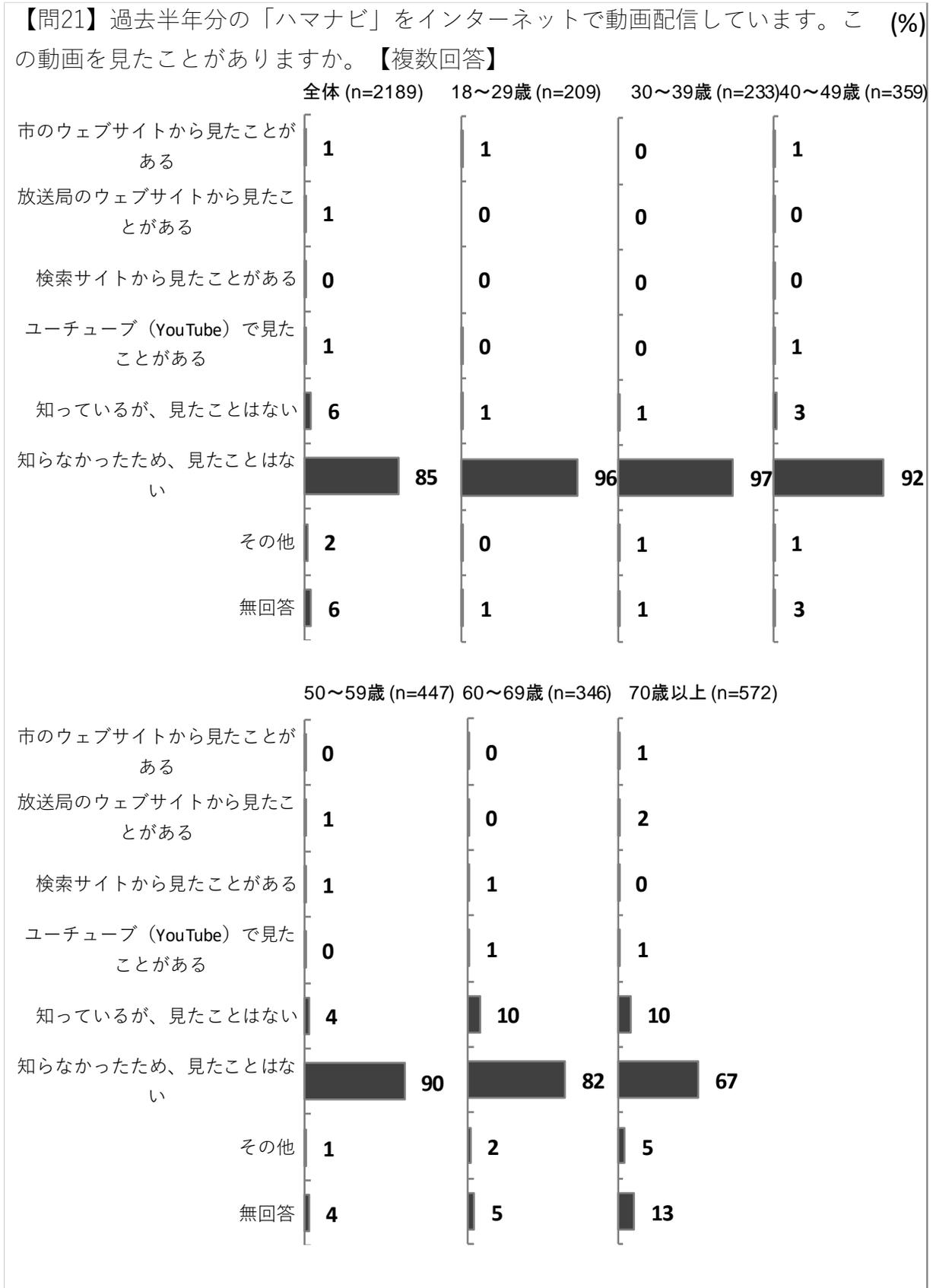
- ・ 広報テレビ番組「ハマナビ」の動画配信の視聴経験は「知らなかったため、見たことはない」が85%を占める。



(8) 広報テレビ番組「ハマナビ」動画配信の視聴経験

【年齢別】

- ・ 広報テレビ番組「ハマナビ」の動画配信の視聴経験は、どの年代でも「知らなかったため、見たことはない」が高い。

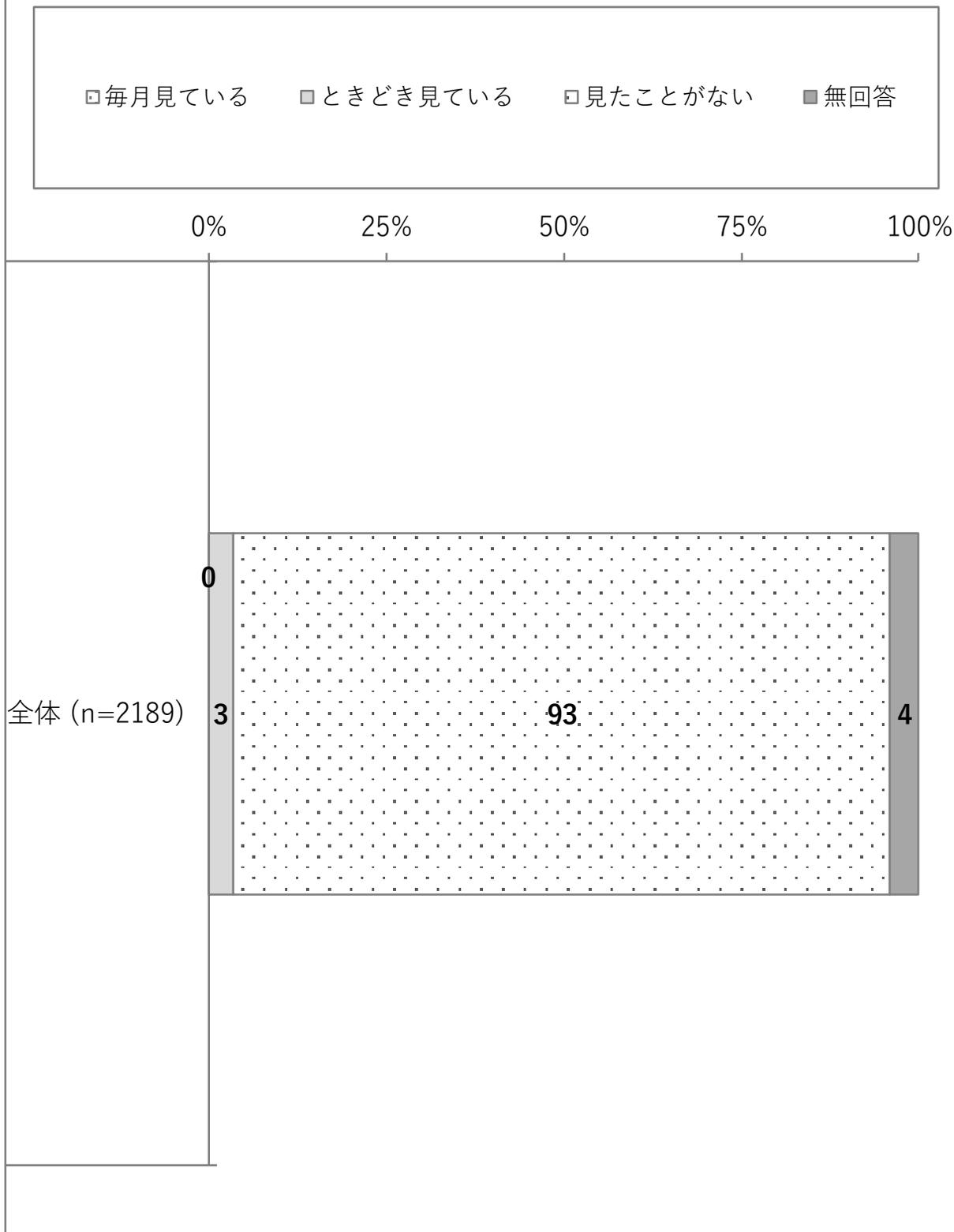


(8) 広報テレビ番組「ぎゅっとヨコハマ！」ケーブルテレビの視聴状況

【全体】

- ・ 広報テレビ番組「ぎゅっとヨコハマ！」の視聴状況は「見たことがない」が93%を占める。

【問22】暮らしに役立つ情報をお届けする5分間の広報動画「ぎゅっとヨコハマ！」をケーブルテレビで放送しています。この番組を見たことがありますか。

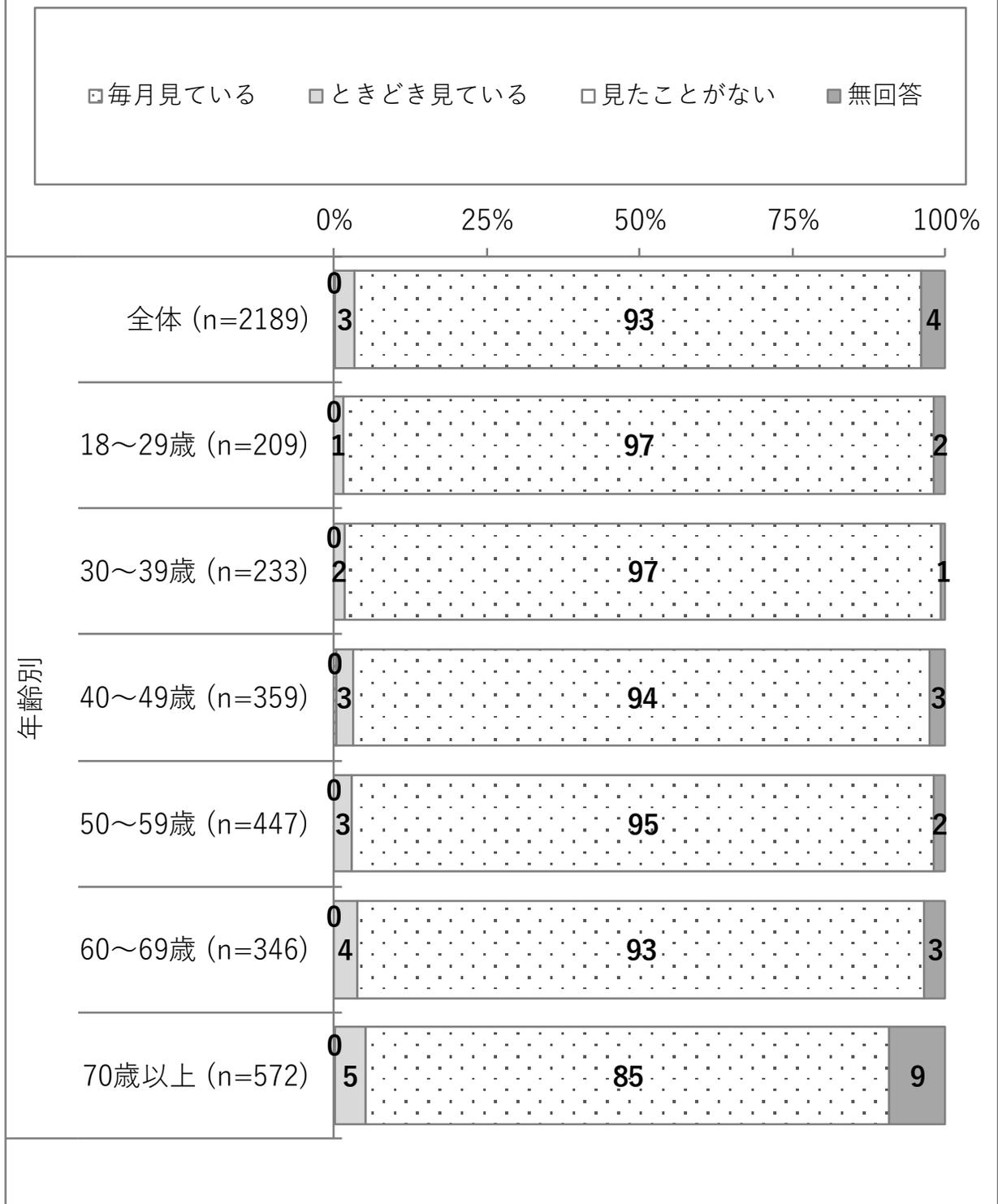


(8) 広報テレビ番組「ぎゅっとヨコハマ！」ケーブルテレビの視聴状況

【年齢別】

- ・ 広報テレビ番組「ぎゅっとヨコハマ！」の視聴状況は、どの年代でも「見たことがない」が高い。

【問22】暮らしに役立つ情報をお届けする5分間の広報動画「ぎゅっとヨコハマ！」をケーブルテレビで放送しています。この番組を見たことがありますか。

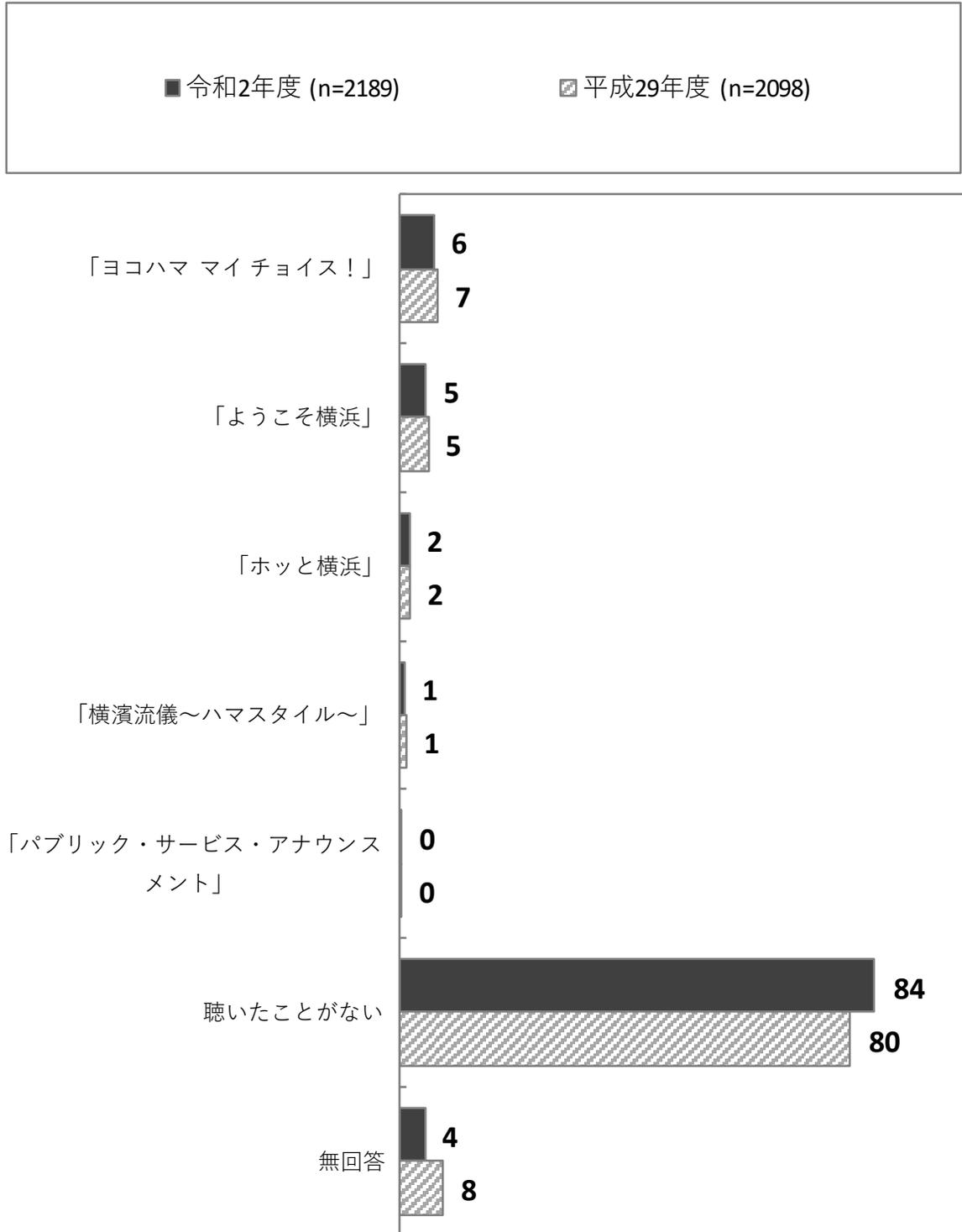


(8) 広報ラジオ番組：聴取状況

【全体・経年比較】

- 全体の84%が広報ラジオ番組を「聴いたことがない」と回答しており、29年度から4ポイント増加している。

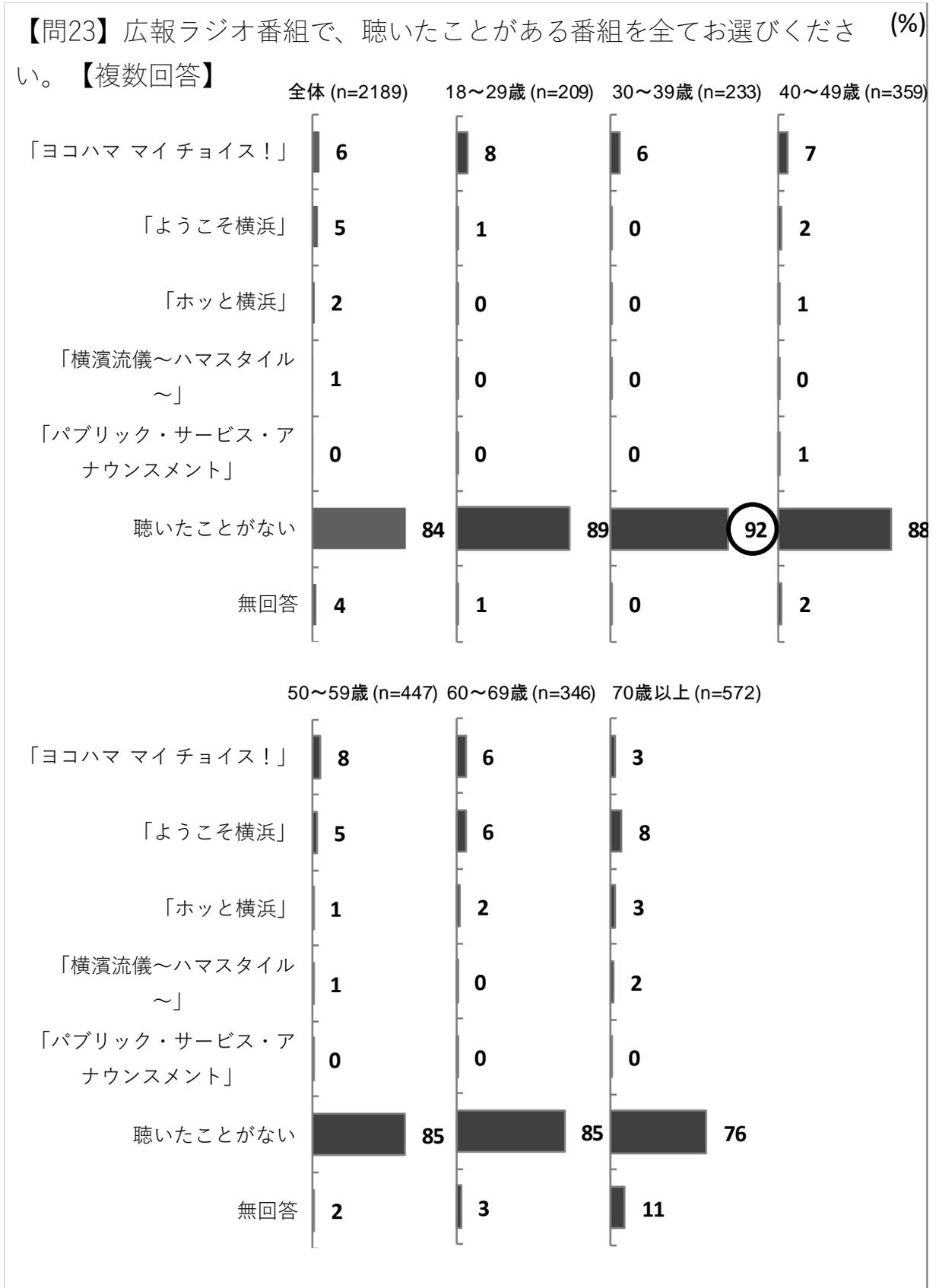
【問23】 広報ラジオ番組で、聴いたことがある番組を全てお選びください。 (%)
【複数回答】



(8) 広報ラジオ番組：聴取状況

【年齢別】

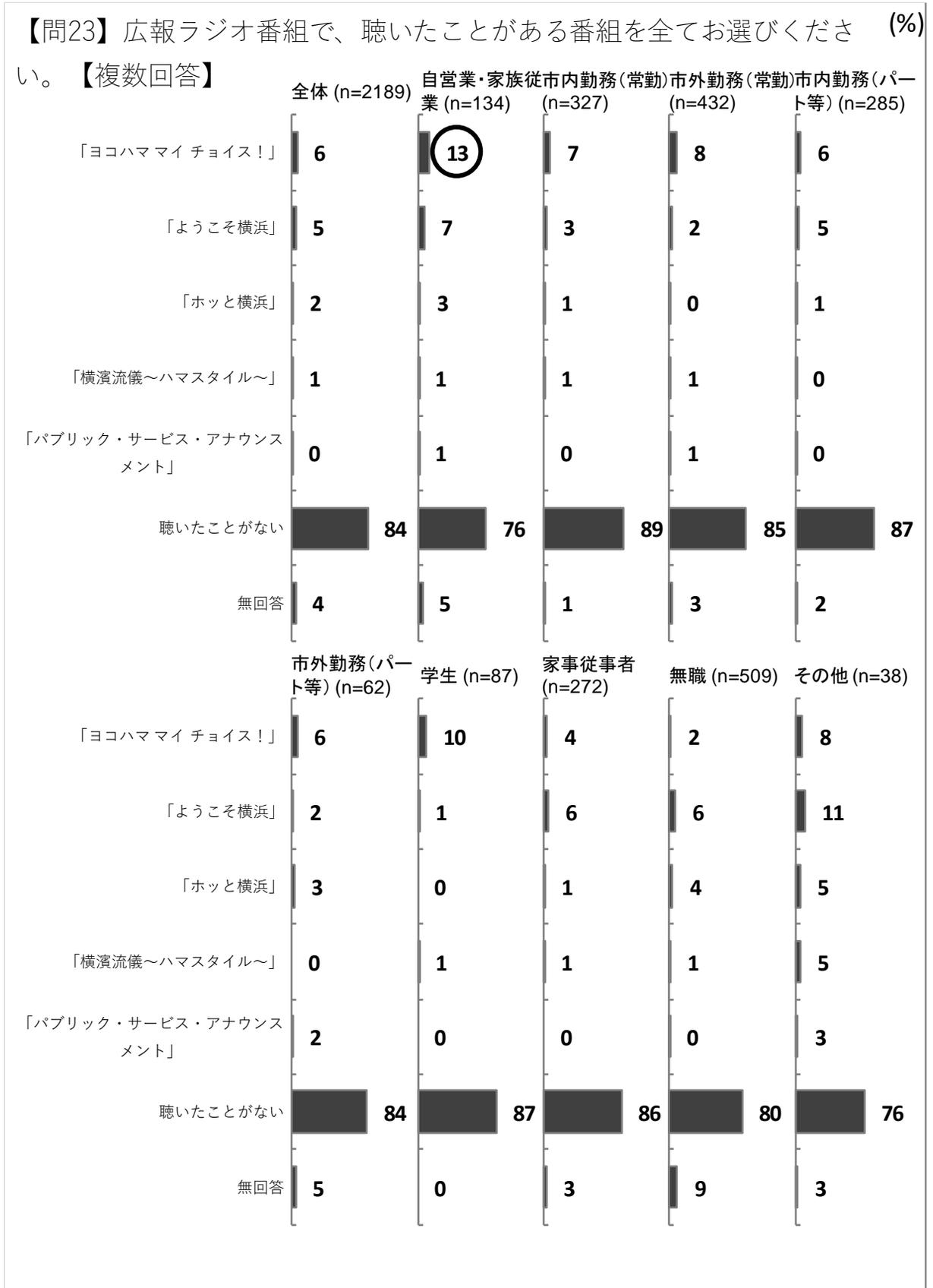
- どの年齢層も広報ラジオ番組を「聴いたことがない」と回答している割合が高いが、特に、30歳代で9割に達し、全体よりも8ポイント高い。



(8) 広報ラジオ番組：聴取状況

【職業別】

- どの職業も広報ラジオ番組を「聴いたことがない」と回答している割合が高い。
- 自営業・家族従業では「ヨコハマ マイ チョイス！」を聴いたことがある人が13%で、全体よりも7ポイント高い。

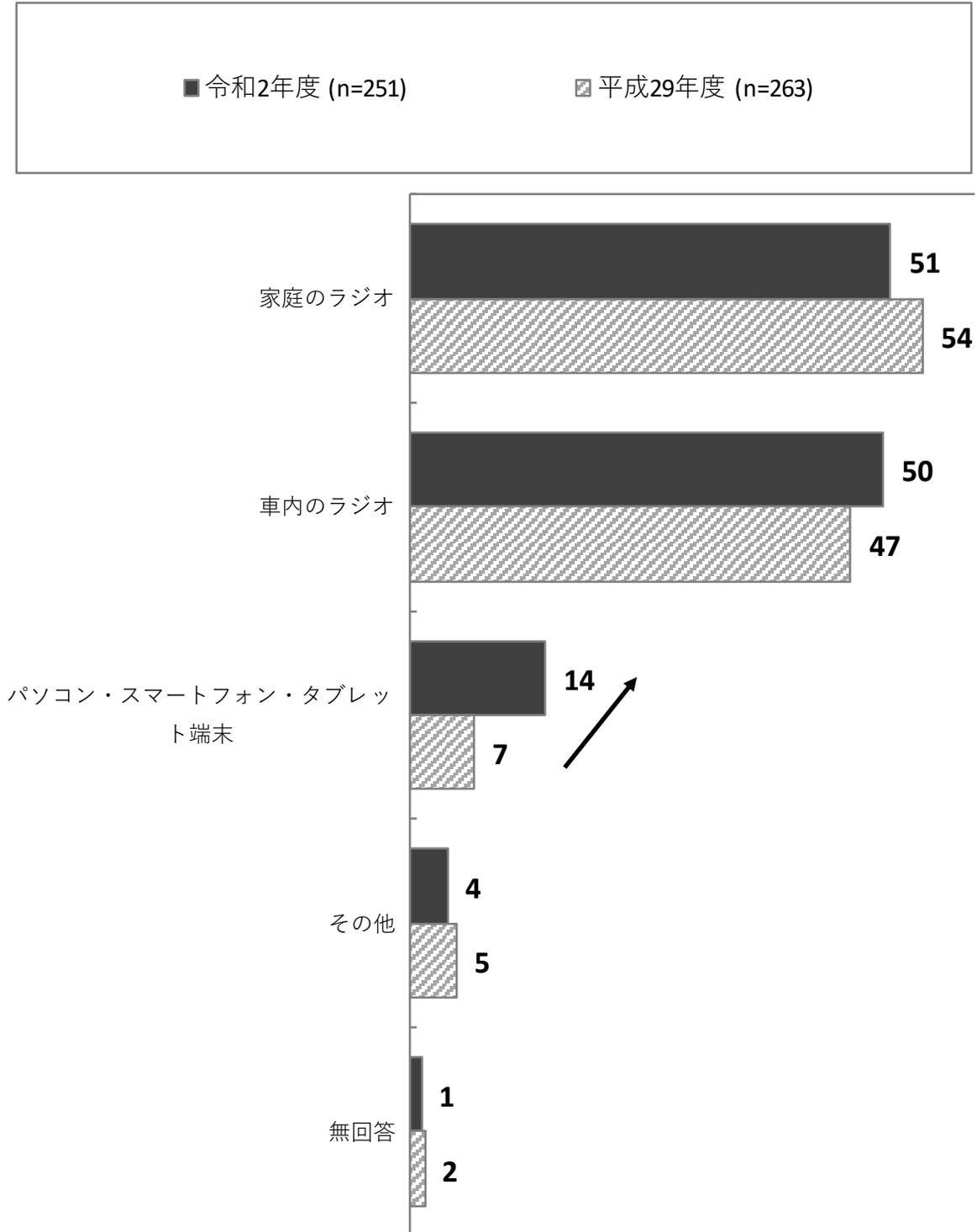


(8) 広報ラジオ番組：聴取方法

【全体・経年比較】

- ・ 広報ラジオ番組の聴取方法は、「家庭のラジオ」が51%、「車内のラジオ」が50%で高い。
- ・ 「パソコン・スマートフォン・タブレット端末」は14%で、29年度から7ポイント増加している。

【問24】 広報ラジオ番組を、どのような手段で聞いていますか。【複数回答】 (%)



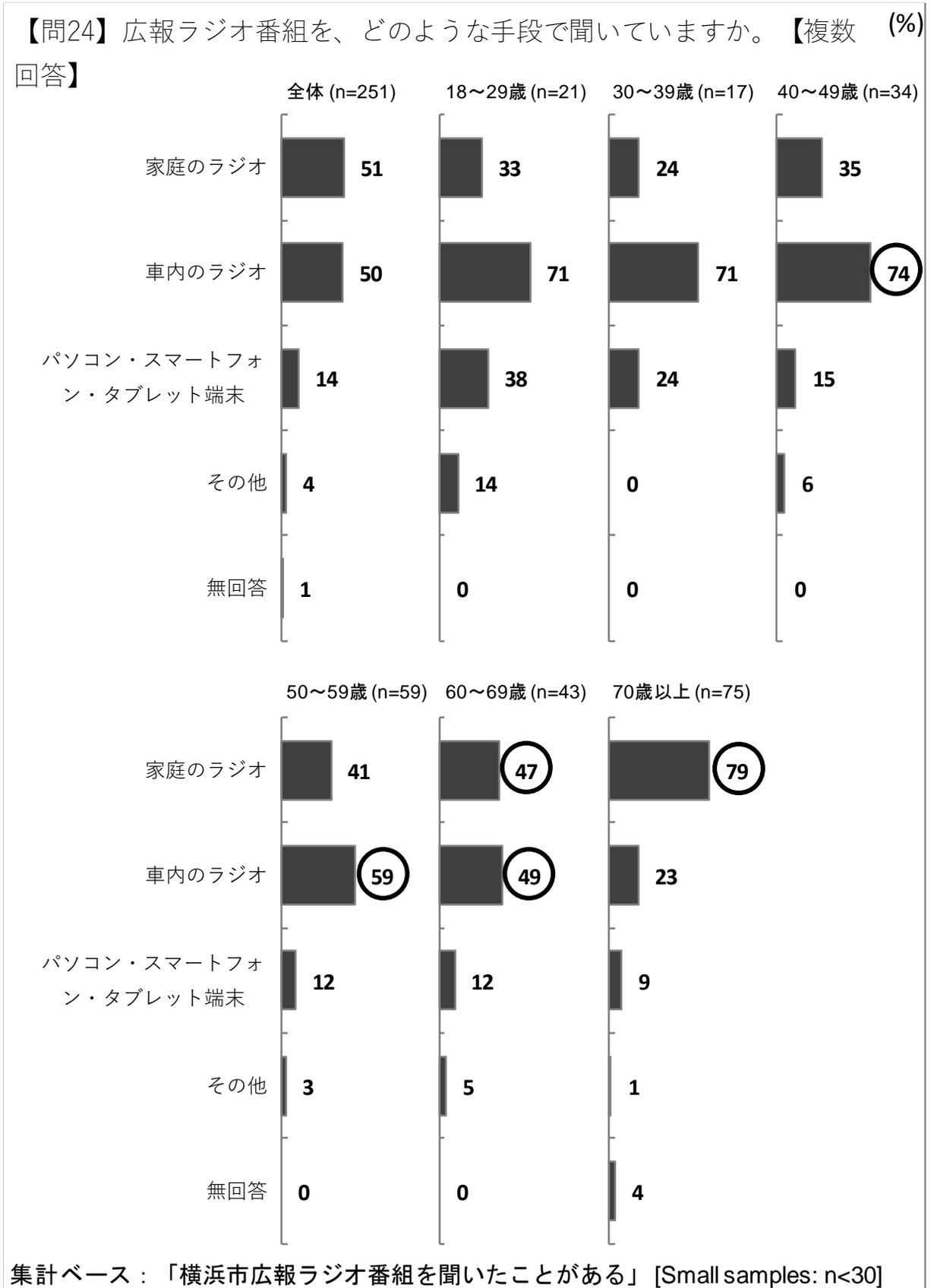
集計ベース：「横浜市広報ラジオ番組を聞いたことがある」

(8) 広報ラジオ番組：聴取方法

【年齢別】

- 40歳代と50歳代は「車内のラジオ」が最も高く、60歳代は「車内のラジオ」と「家庭のラジオ」と「家庭のラジオ」がほぼ同等、70歳以上は「家庭のラジオ」が約8割を占め最も高い。

※18～29歳と30歳代は母数が少ないため参考値

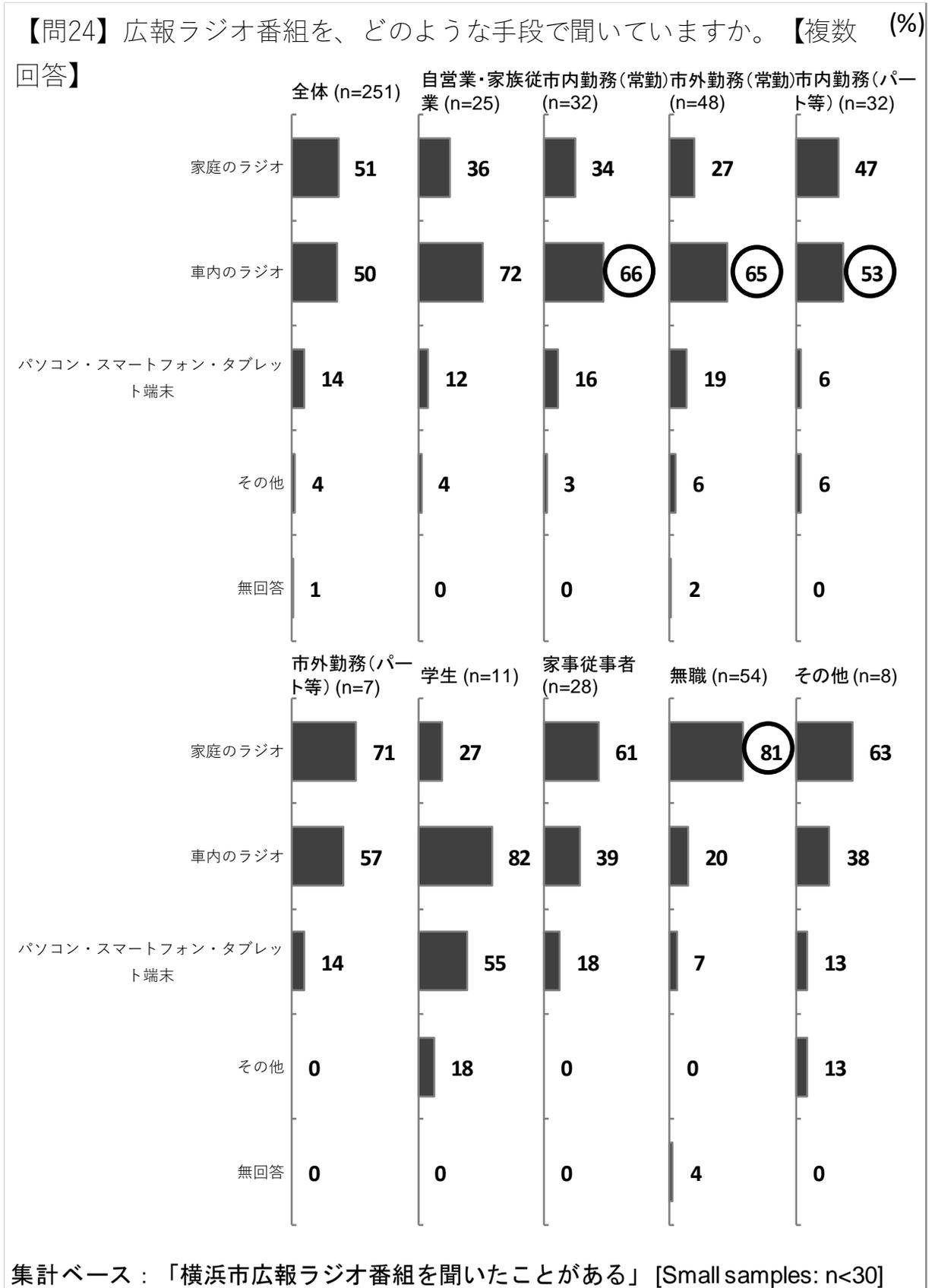


(8) 広報ラジオ番組：聴取方法

【職業別】

- ・ 市内勤務(常勤)、市外勤務(常勤)、市内勤務(パート等)は「車内のラジオ」が最も高く、無職は「家庭のラジオ」が最も高い。

※自営業・家族従業、市外勤務(パート等)、学生、家事従事者、その他はサンプル数が少ないため参考値

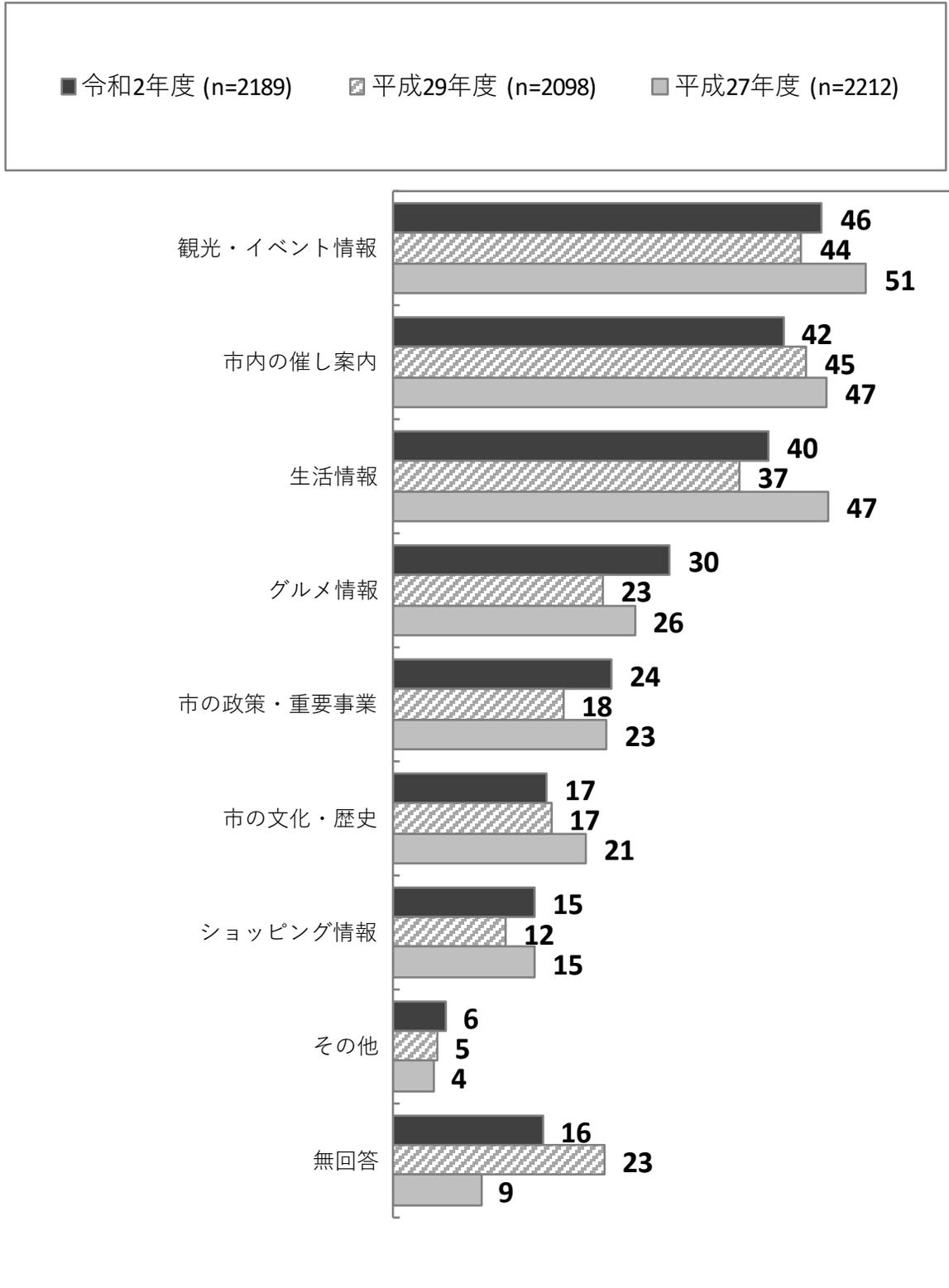


(8) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

【全体・経年比較】

- ・ 市の広報番組で視聴したいテーマは、「観光・イベント情報」が46%と最も高く、次いで「市内の催し案内」が42%と高い。
- ・ 29年度に比べ、どのテーマについても全体的に同等かやや増加の傾向。

【問25】市の広報番組（テレビ、ラジオ）でどのようなテーマの内容を視聴したいですか。【複数回答】

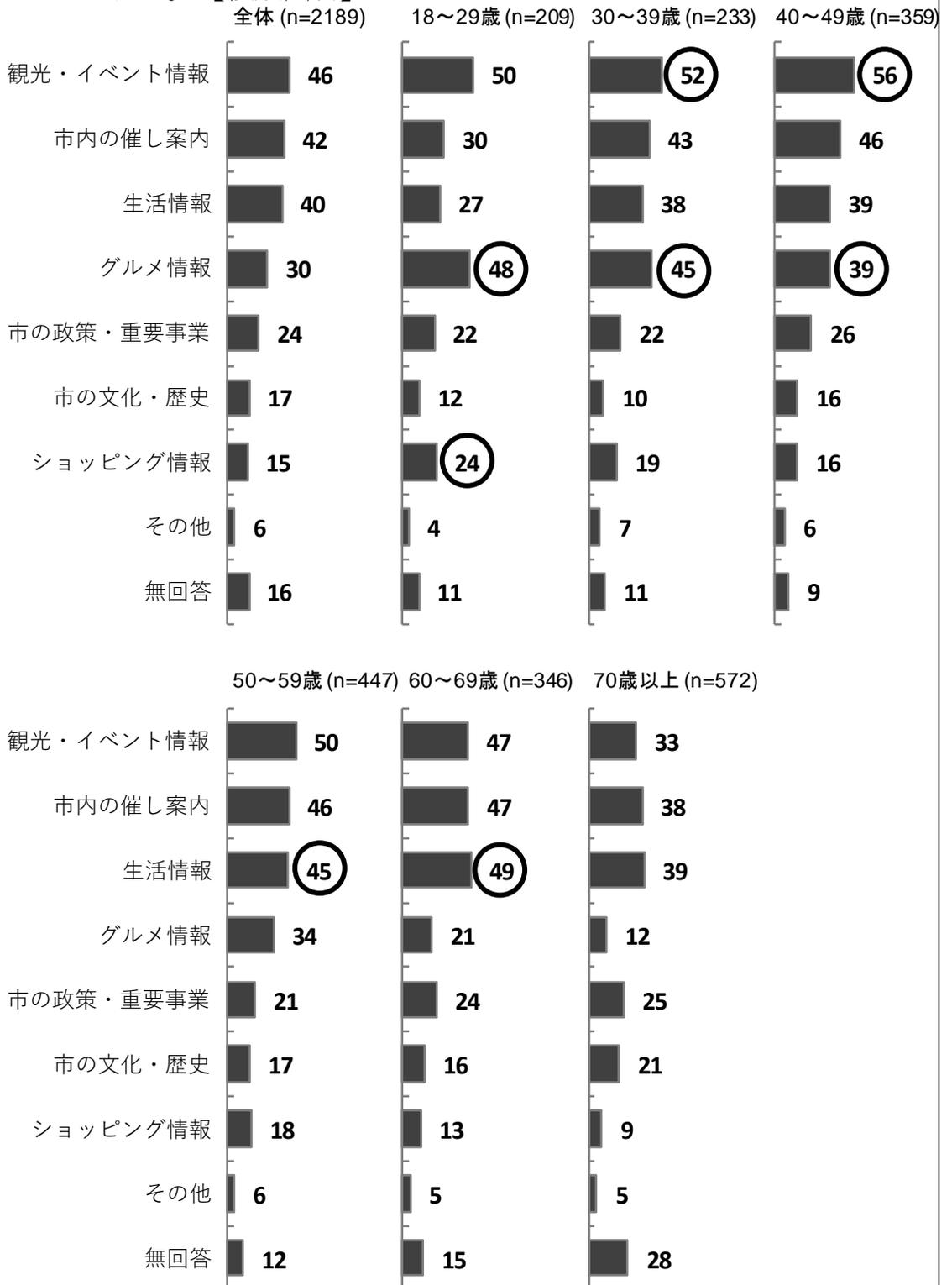


(8) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

【年齢別】

- 18～29歳は「グルメ情報」と「ショッピング情報」が全体よりも5ポイント以上高い。
- 30歳代、40歳代は、「観光・イベント情報」と「グルメ情報」が全体よりも5ポイント以上高い。
- 50歳代、60歳代は「生活情報」が全体よりも5ポイント以上高い。

【問25】市の広報番組（テレビ、ラジオ）でどのようなテーマの内容を（%）
視聴したいですか。【複数回答】

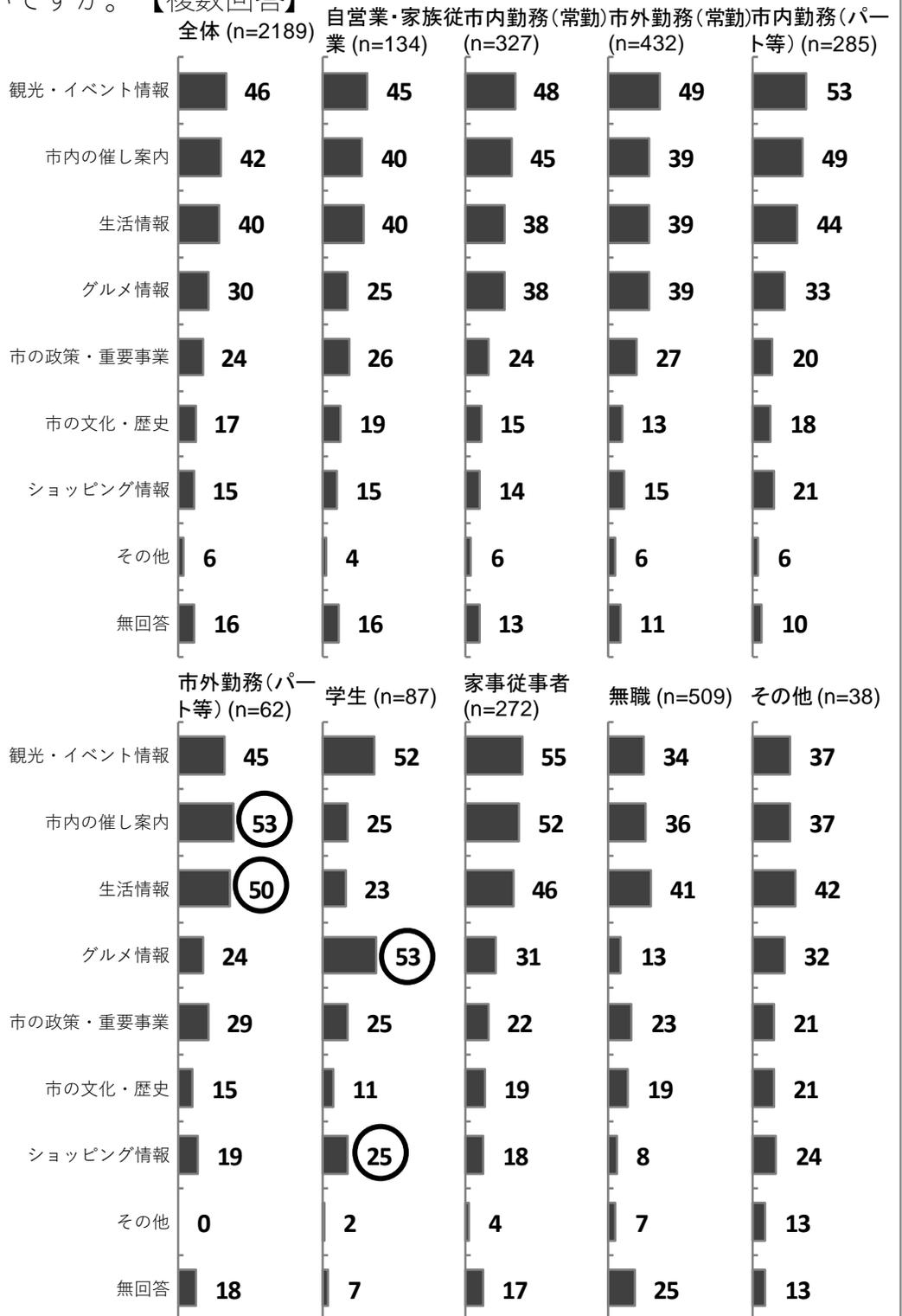


(8) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

【職業別】

- 市外勤務(パート等)は「市内の催し案内」と「生活情報」、学生は「グルメ情報」と「ショッピング情報」が全体よりも10ポイント以上高い。

【問25】市の広報番組（テレビ、ラジオ）でどのようなテーマの内容を視聴したいですか。【複数回答】



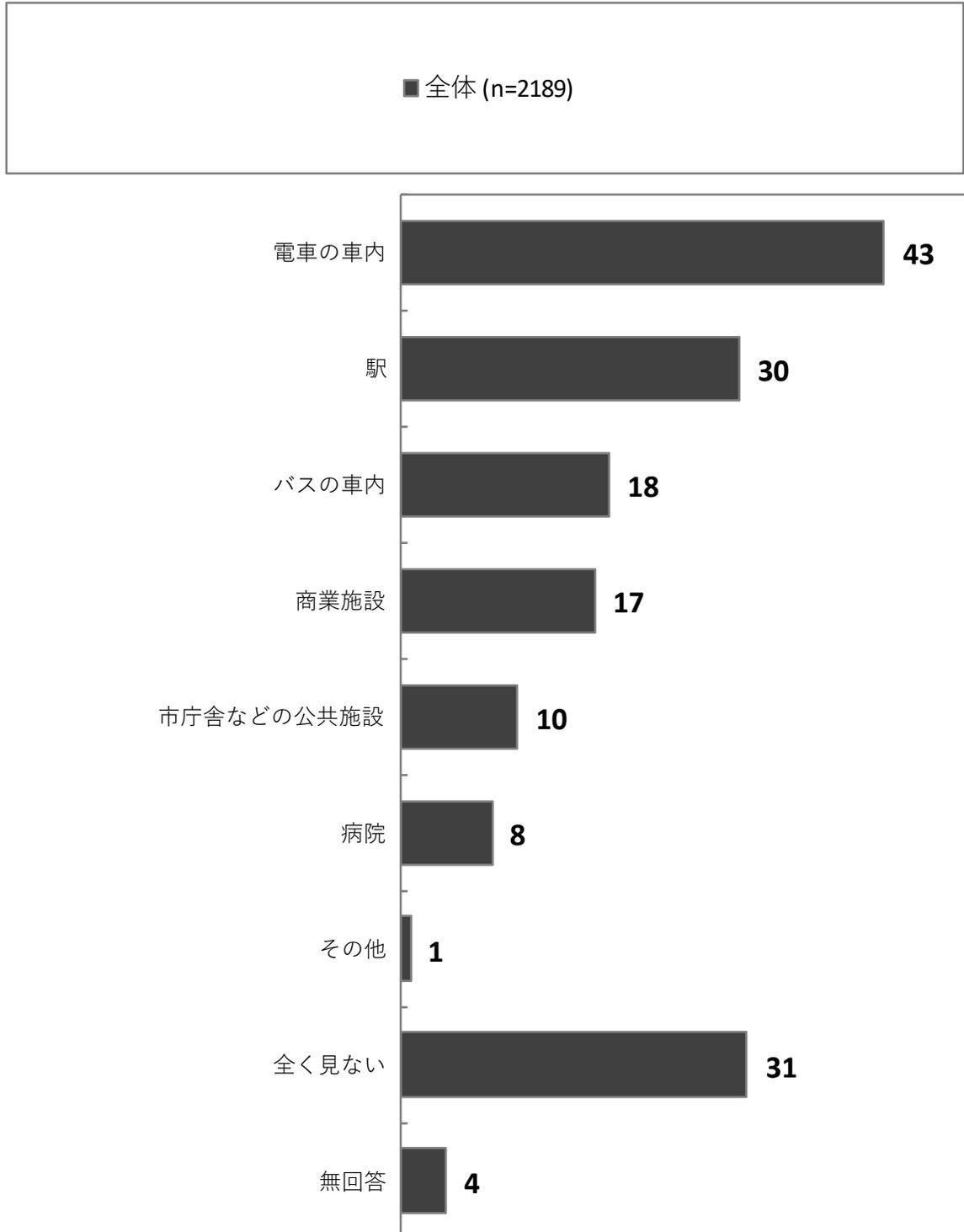
(9) デジタルサイネージ: 視聴場所

【全体】

- デジタルサイネージの視聴場所は「電車の車内」が43%で最も高く、「駅」が30%で続く。

【問26】 デジタルサイネージ（電子看板）をどのような場所で見ますか。 (%)

【複数回答】



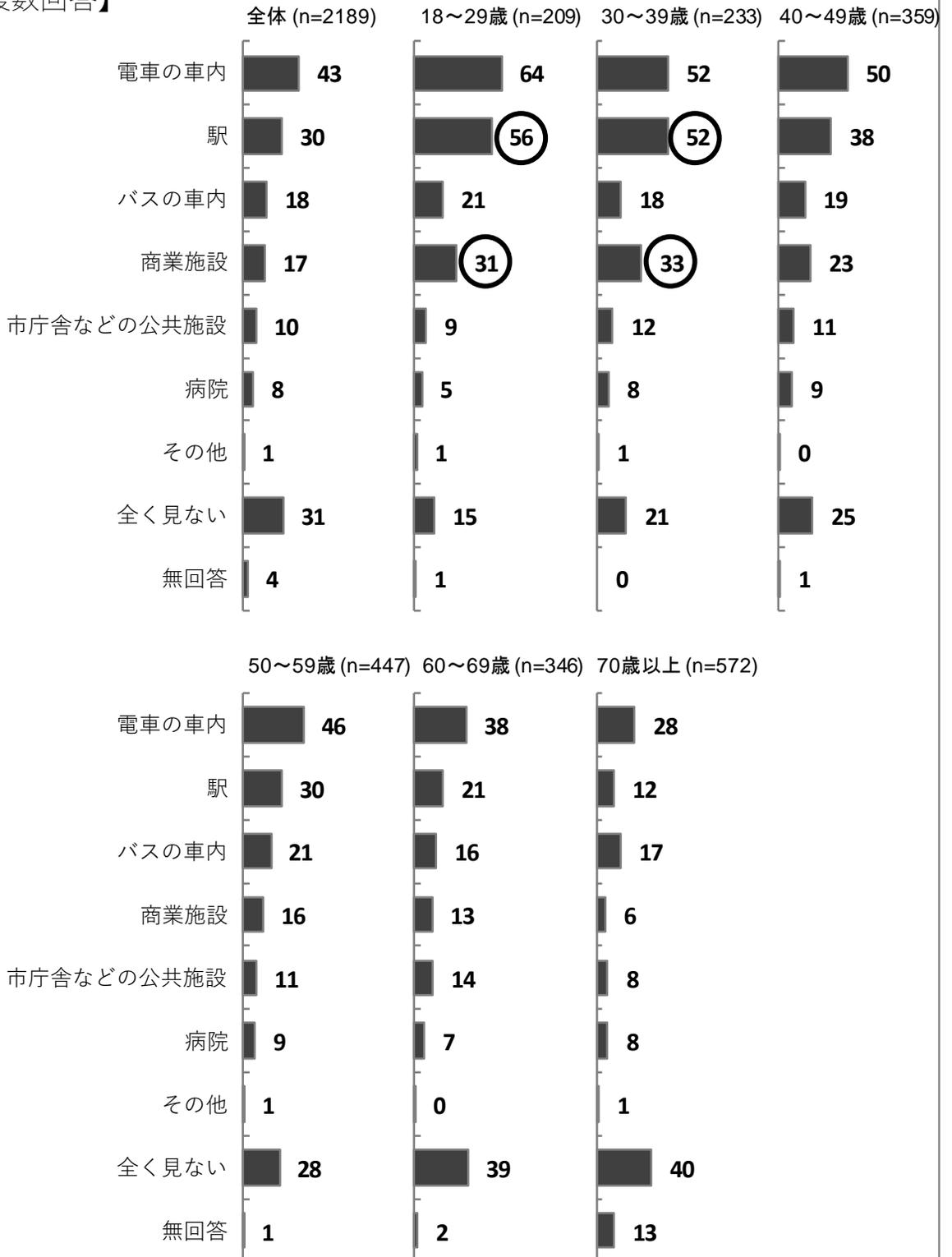
(9) デジタルサイネージ: 視聴場所

【年齢別】

- どの年代でも「電車の車内」が最も高い。
- 18～29歳と30歳代で、「駅」が全体を20ポイント以上、「商業施設」が全体を10ポイント以上上回る。

【問26】 デジタルサイネージ（電子看板）をどのような場所で見ますか。（%）

【複数回答】



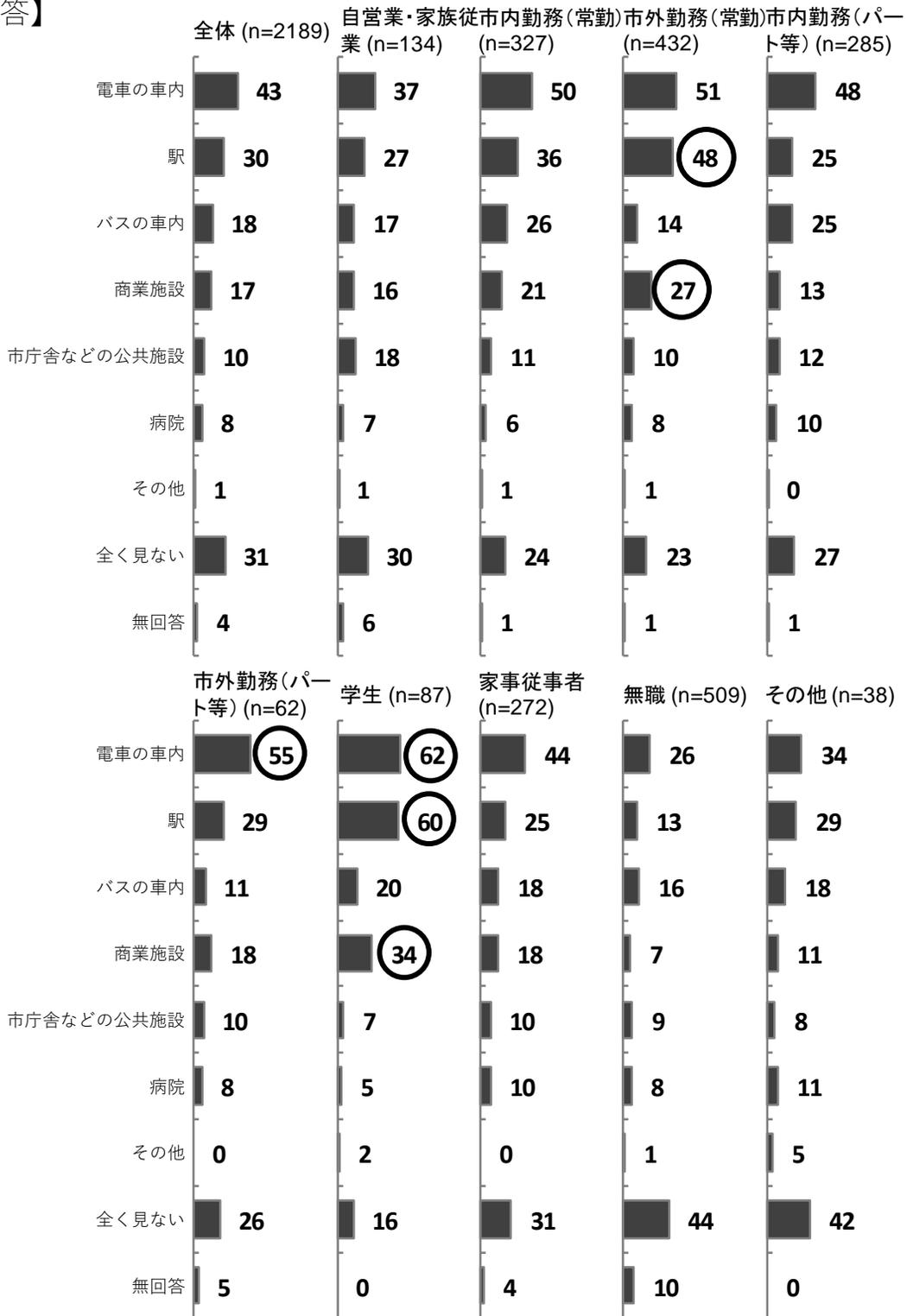
(9) デジタルサイネージ: 視聴場所

【職業別】

- 市外勤務(常勤)で「駅」と「商業施設」、市外勤務(パート等)で「電車の車内」、学生で「電車の車内」と「駅」、「商業施設」がそれぞれ全体を10ポイント以上上回る。

【問26】 デジタルサイネージ（電子看板）をどのような場所で見ますか。（%）

【複数回答】

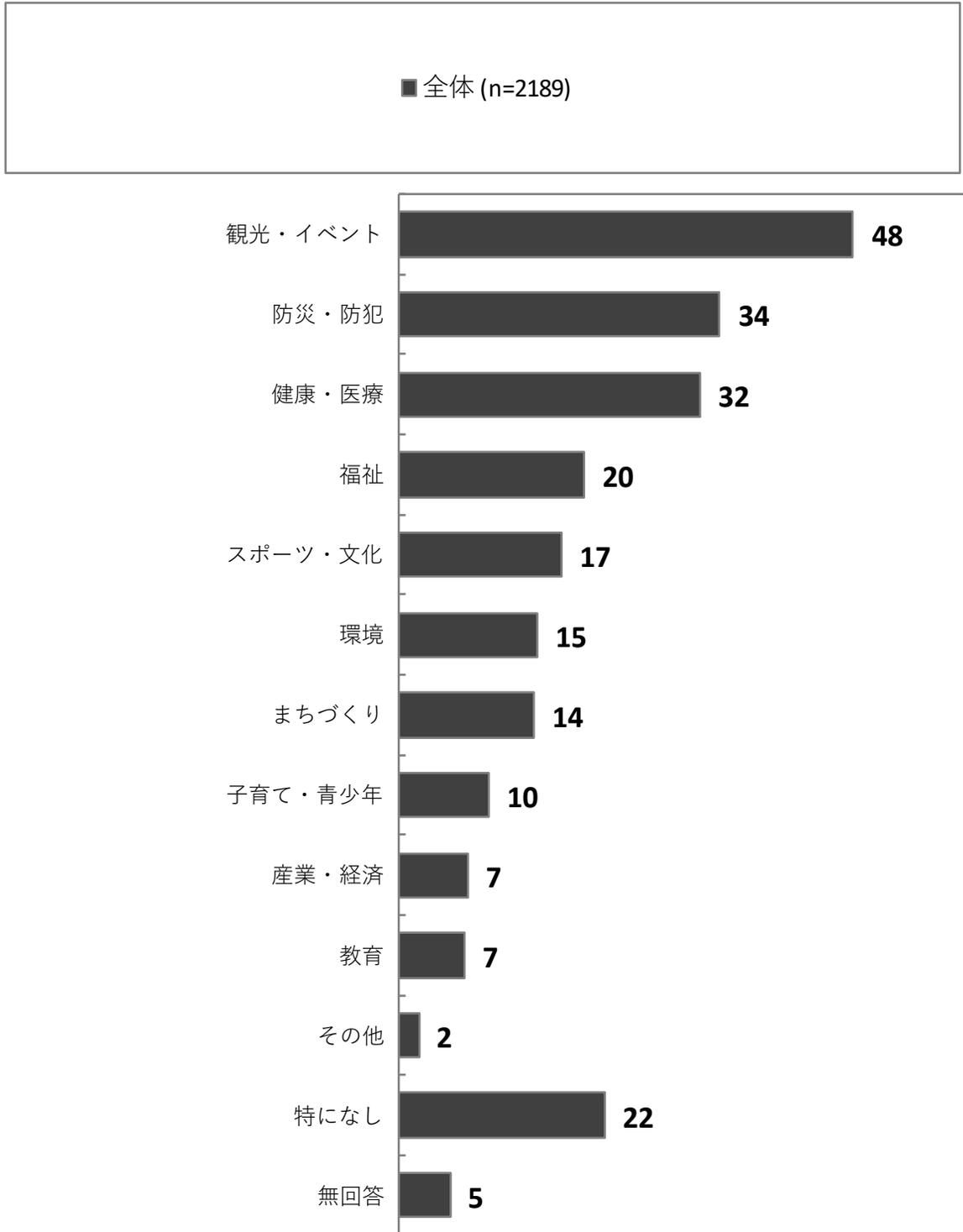


(9) デジタルサイネージ: 知りたい内容

【全体】

- デジタルサイネージで知りたい内容は「観光・イベント」が48%で最も高く、「防災・防犯」が34%、「健康・医療」が32%で続く。

【問27】 デジタルサイネージ（電子看板）で、横浜市のどのようなこと (%) を知りたいですか。 【複数回答】

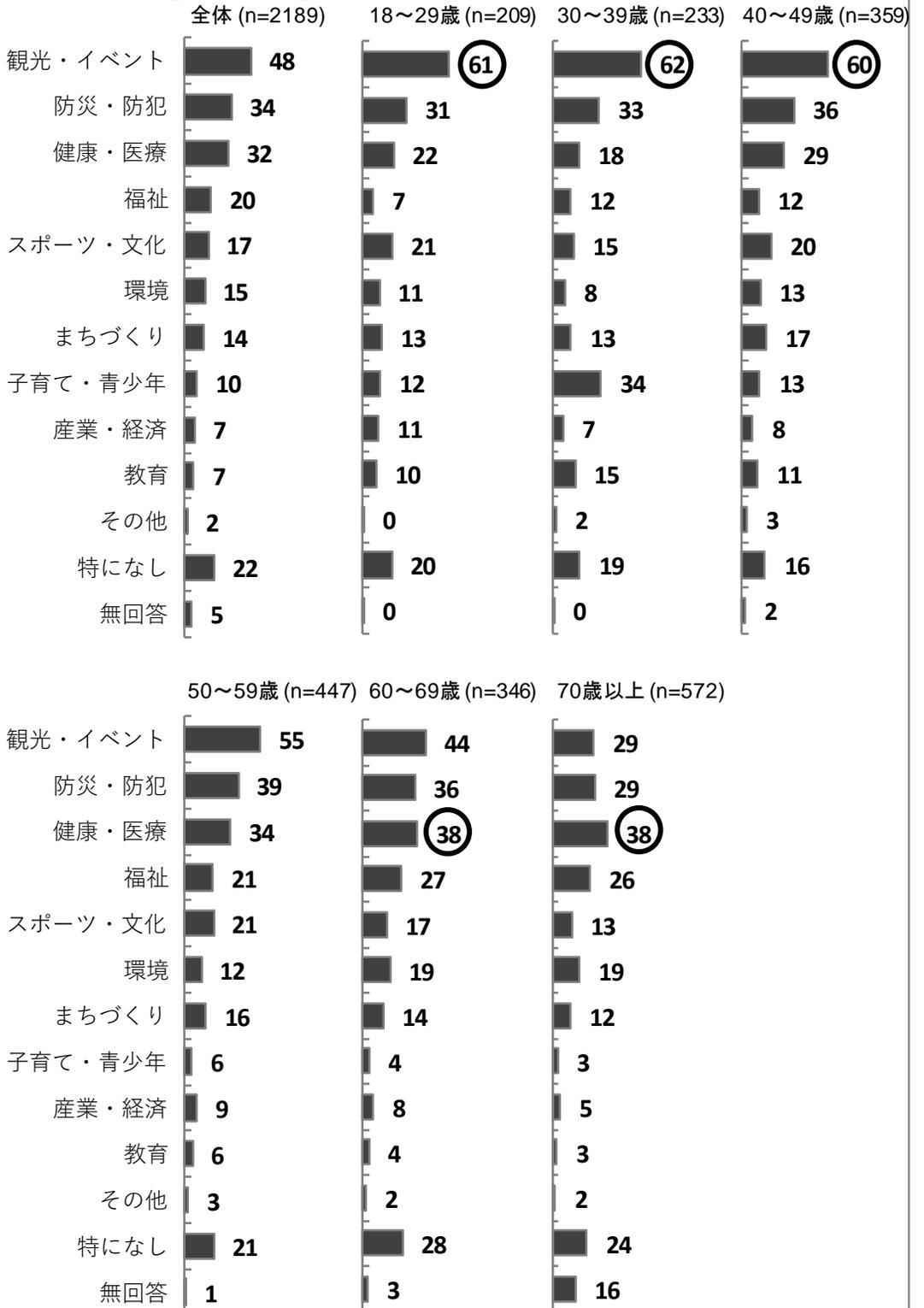


(9) デジタルサイネージ: 知りたい内容

【年齢別】

- ・ 40歳代以下で「観光・イベント」が全体を10ポイント以上上回る。
- ・ 「健康・医療」は60歳代と70歳以上で全体を6ポイント上回る。

【問27】 デジタルサイネージ（電子看板）で、横浜市のどのようなこと (%) を知りたいですか。【複数回答】



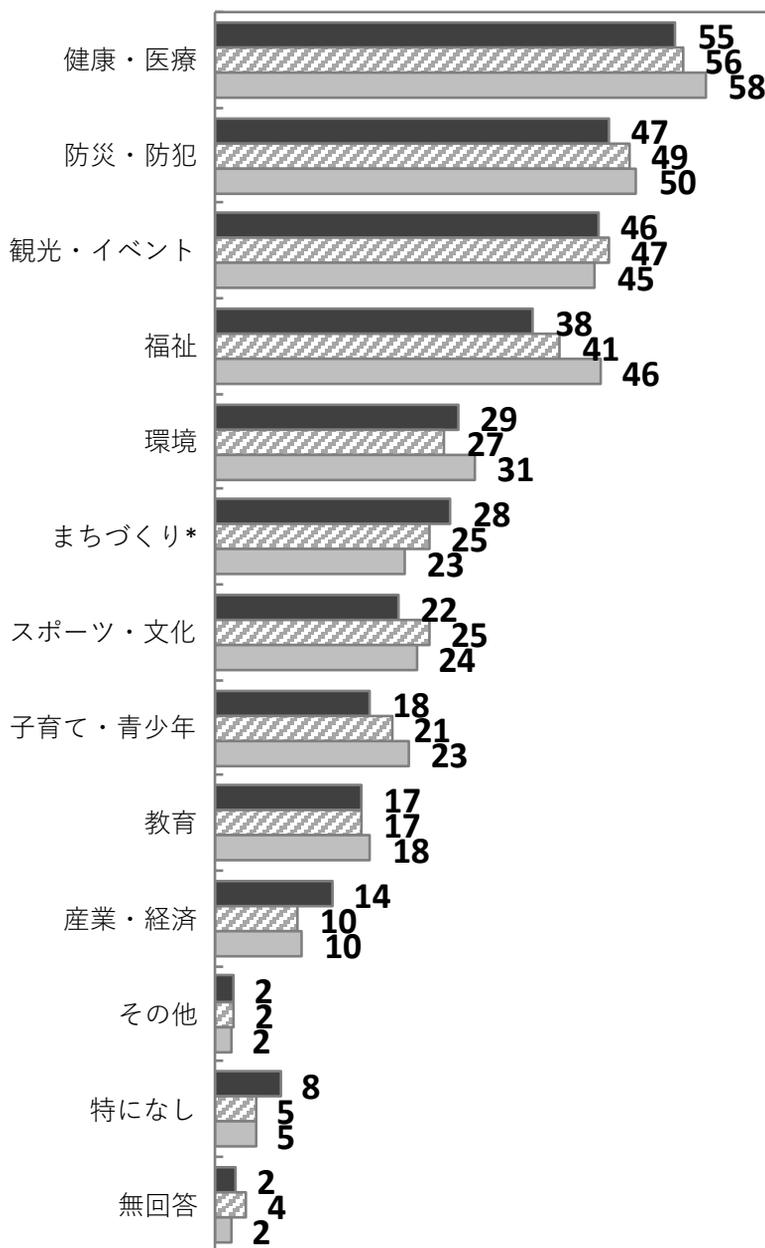
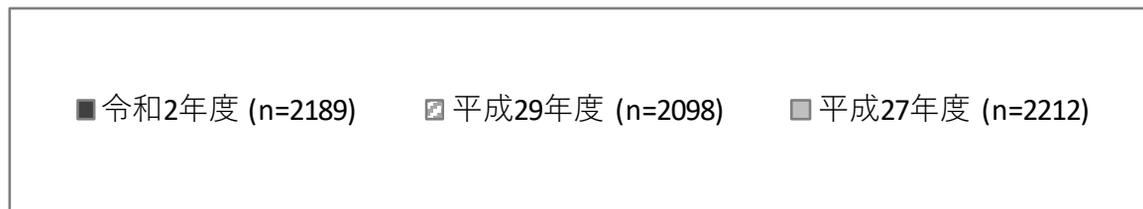
(10) 横浜市の広報について

: 関心ある、充実を望むテーマ

【全体・経年比較】

- ・ 「健康・医療」が55%と最も高く、次いで「防災・防犯」が47%、「観光・イベント」が46%と市民の関心が高い。
- ・ 27年度から比較して大きな変化は見られない。

【問28】 横浜市の事業で関心のあるテーマ、あるいは広報を充実してほしいテーマはどれですか。【複数回答】 (%)



*前回調査時にて選択肢表記を変更したため、平成27年度からの経年変化は参考値

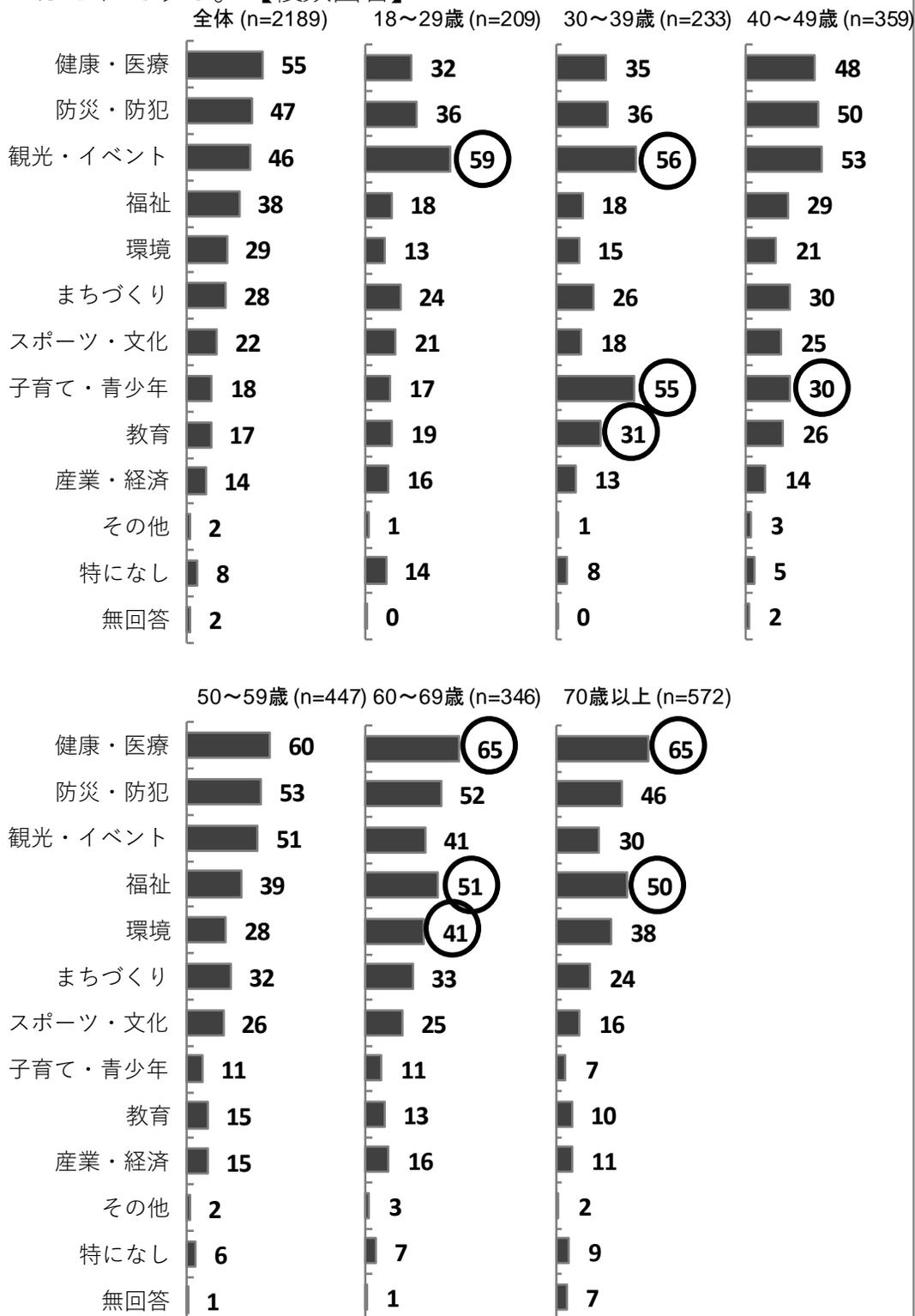
(10) 横浜市の広報について

: 関心ある、充実を望むテーマ

【年齢別】

- ・ 年齢層により、関心のあるテーマに違いが見られる。
- ・ 18～29歳は「観光・イベント」、30歳代では「観光・イベント」、「子育て・青少年」と「教育」、40歳代では「子育て・青少年」、60歳代では「健康・医療」、「福祉」と「環境」、70歳以上では「健康・医療」と「福祉」が全体よりも10ポイント以上高く、関心が高い。

【問28】 横浜市の事業で関心のあるテーマ、あるいは広報を充実してほしいテーマはどれですか。【複数回答】 (%)

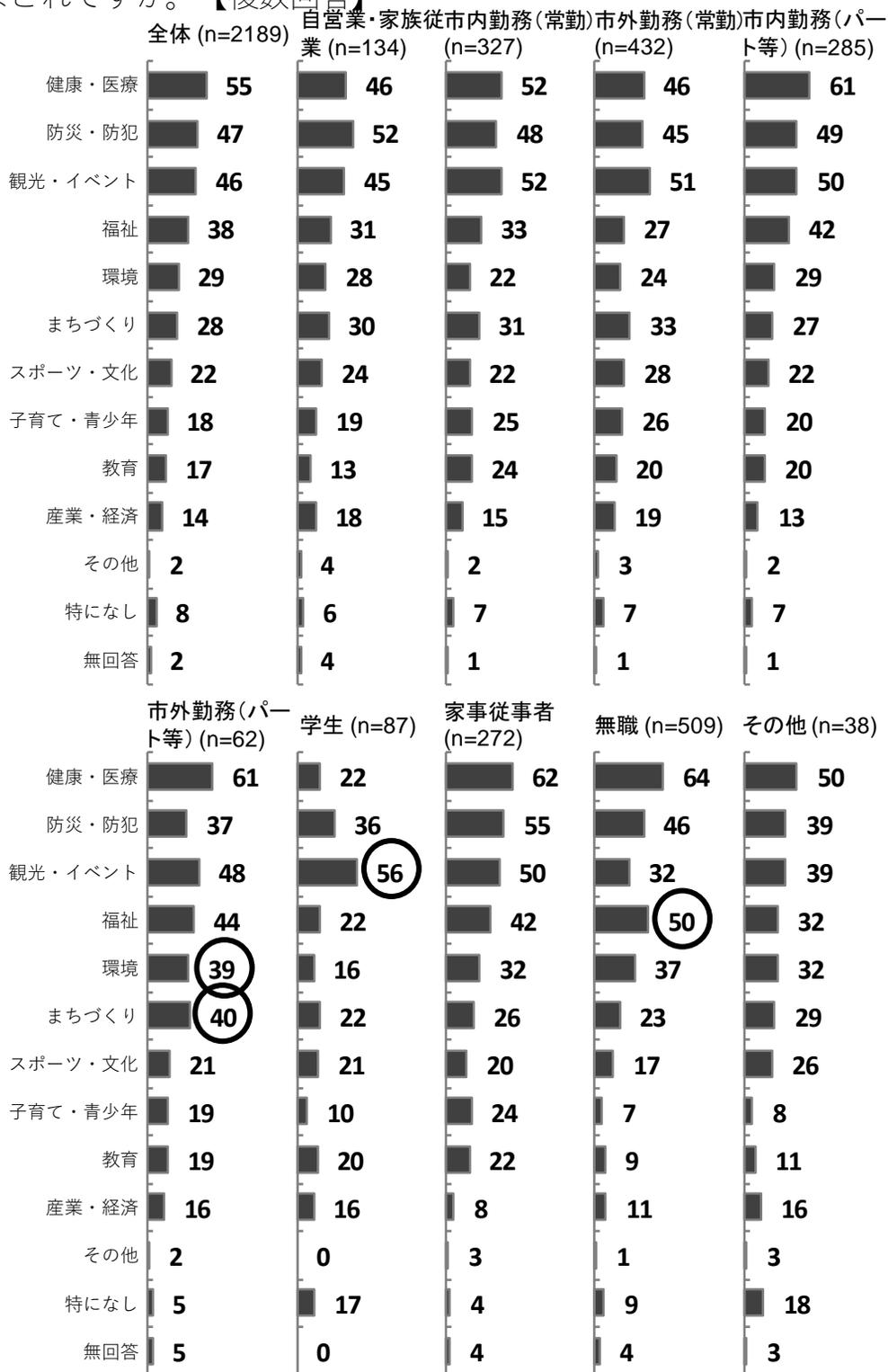


(10) 横浜市の広報について : 関心ある、充実を望むテーマ

【職業別】

- ・ 学生は「観光・イベント」、無職は「福祉」、市外勤務(パート等)は「環境」、「まちづくり」に対する関心が全体よりも10ポイント以上高い。

【問28】 横浜市の事業で関心のあるテーマ、あるいは広報を充実してほしいテーマはどれですか。【複数回答】 (%)

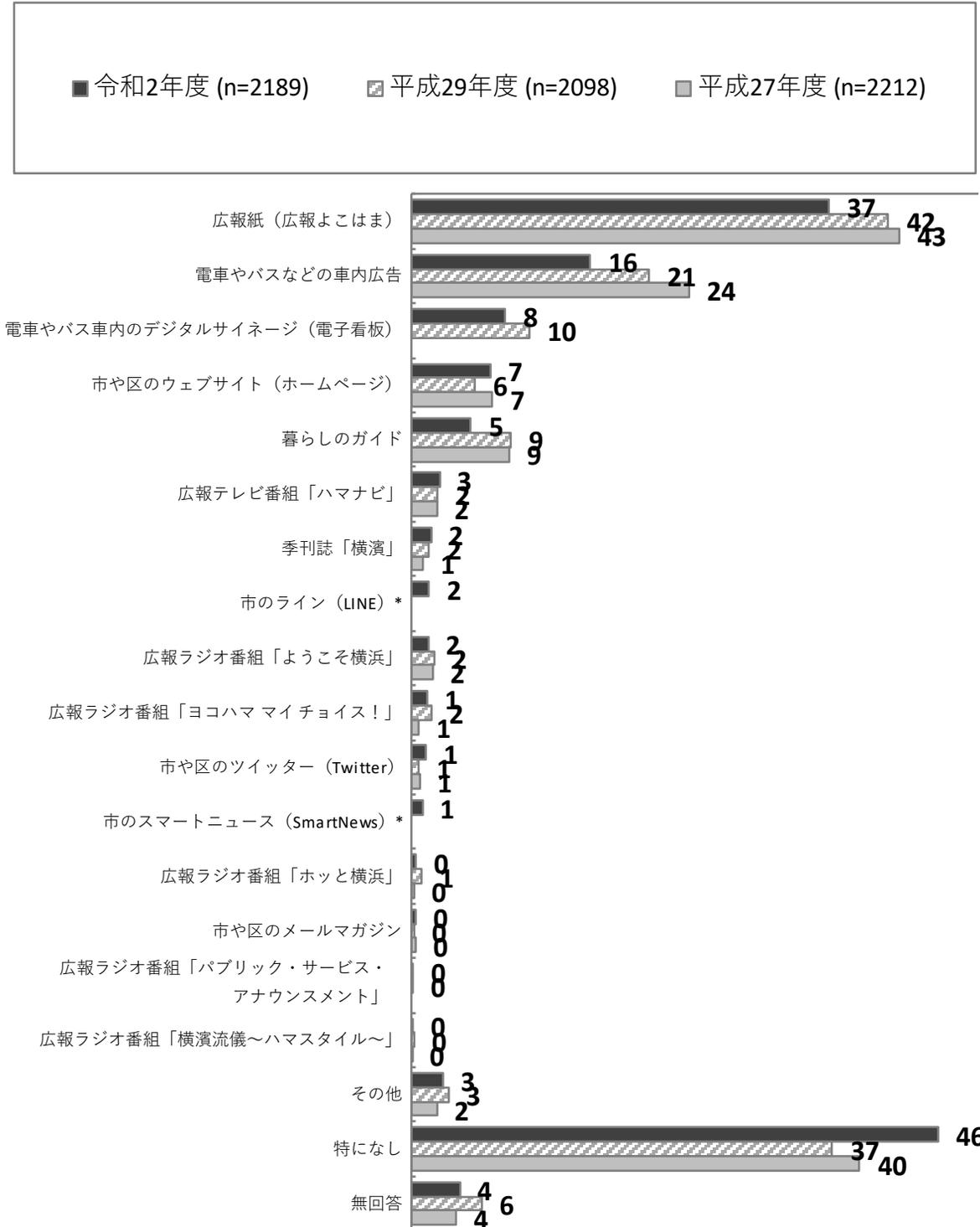


(10)横浜市の広報について:きっかけとなった広報媒体

【全体・経年比較】

- ・ イベントに参加するなどの行動を起こすきっかけとなった広報媒体は、「広報紙（広報よこはま）」が37%と最も高く、次いで「電車やバスなどの車内広告」が16%が高い。
- ・ 上位2項目は順位に変動はないものの、29年度から5ポイント低下。一方で「特になし」は29年度から9ポイント増加している。

【問29】 横浜市 of 広報媒体の中で、イベントに参加するなどの行動を起こすきっかけとなったものはありますか。【複数回答】



*市のライン(LINE)と市のスマートニュース(SmartNews)は今回の調査で新たに追加

(10)横浜市の広報について:きっかけとなった広報媒体

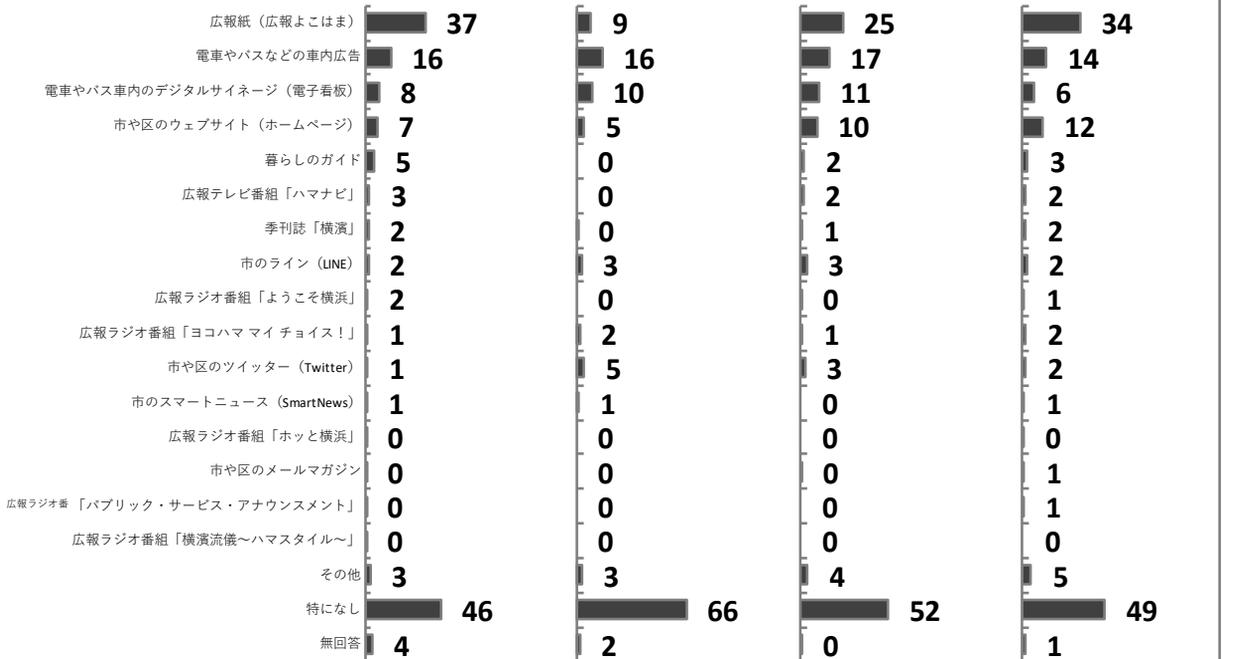
【年齢別】

- 30歳代以上では、「広報紙(広報よこはま)」がきっかけとして最も高い。特に、60歳代では「広報紙(広報よこはま)」が、全体よりも10ポイント高い。
- 18～29歳と30歳代は、「特になし」が5割を超え、広報媒体が行動を起こすきっかけになっていない割合が高い。

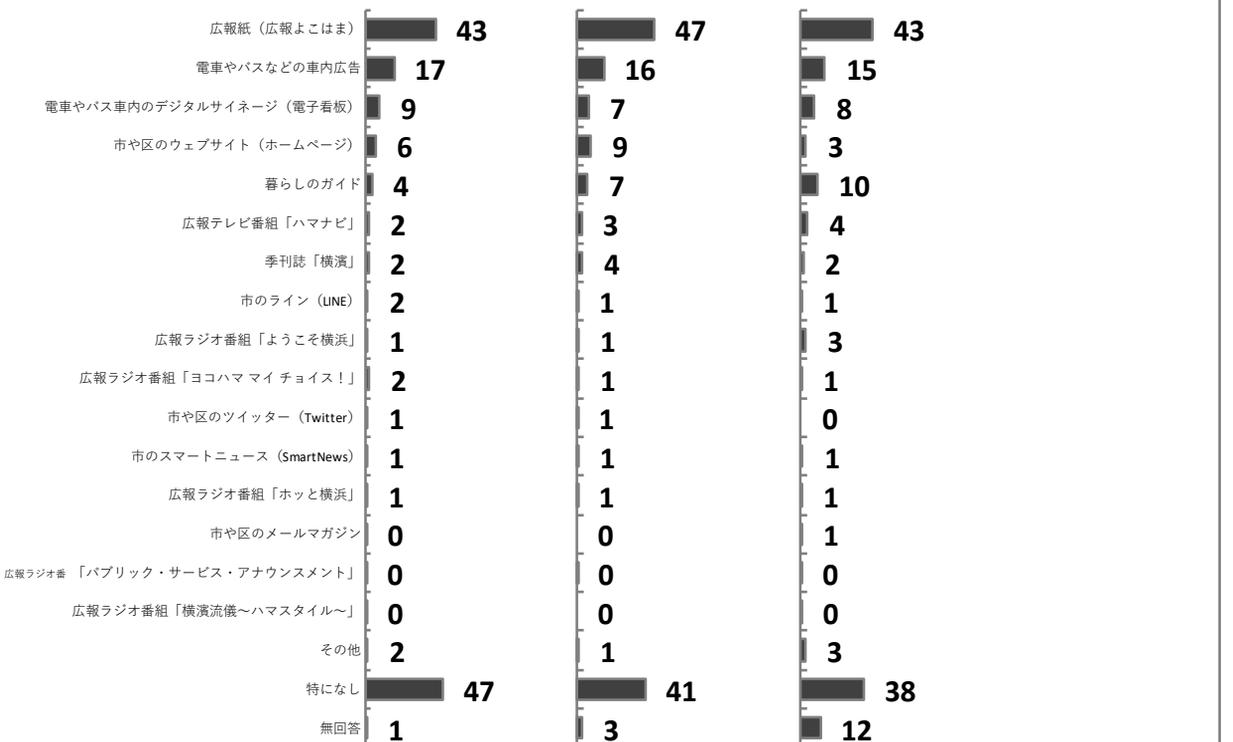
【問29】 横浜市 of 広報媒体の中で、イベントに参加するなどの行動を起 (%)

こすきっかけとなったものがありますか。【複数回答】

全体 (n=2189) 18～29歳 (n=209) 30～39歳 (n=233) 40～49歳 (n=359)



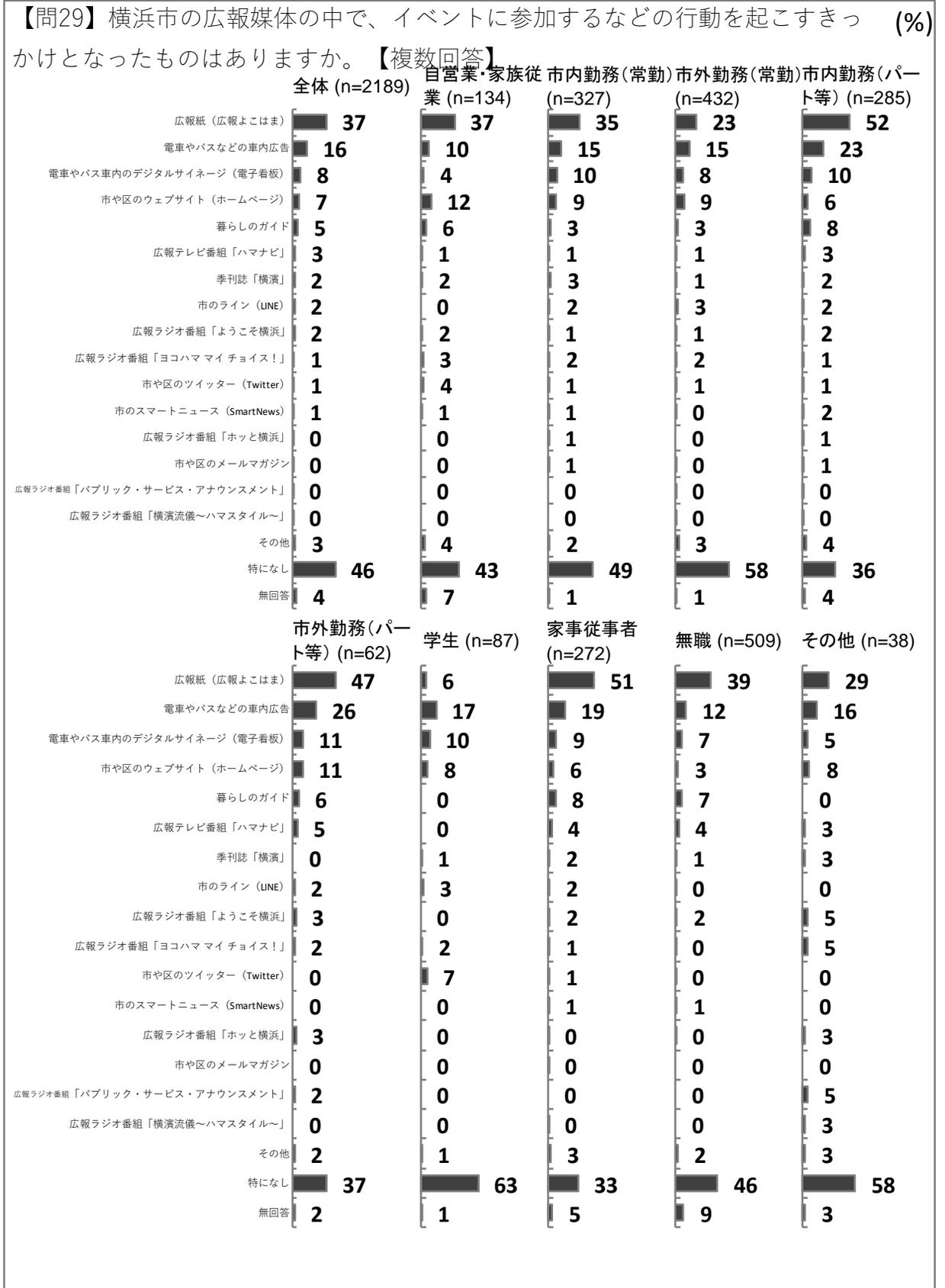
50～59歳 (n=447) 60～69歳 (n=346) 70歳以上 (n=572)



(10)横浜市の広報について:きっかけとなった広報媒体

【職業別】

- 市内勤務(パート等)、家事従事者、市外勤務(パート等)は「広報紙(広報よこはま)」が行動のきっかけとなっている人が全体よりも10ポイント以上高い。

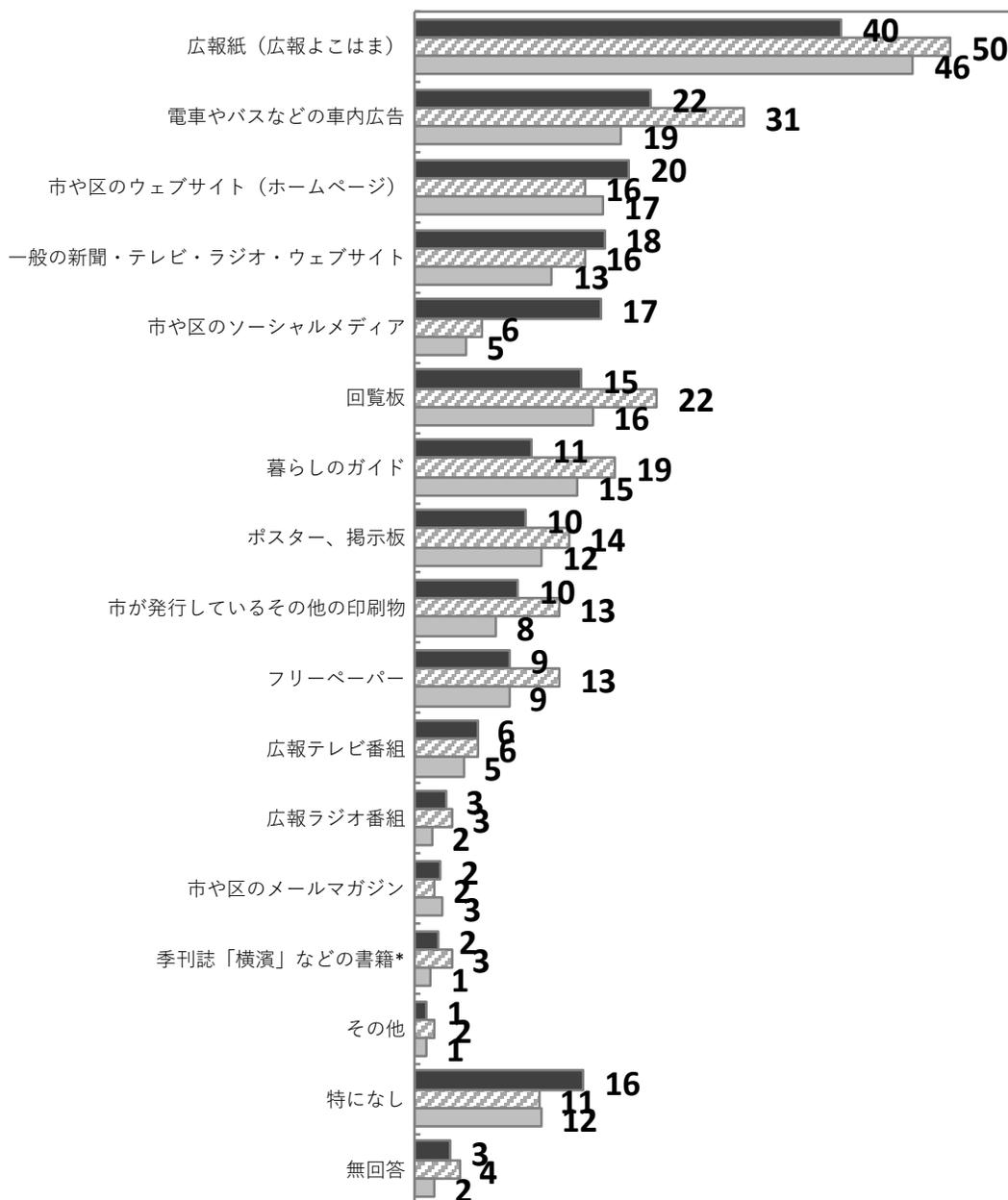
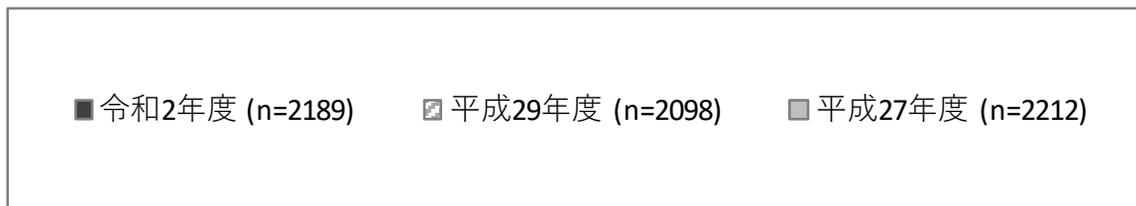


(10)横浜市の広報について :力を入れてほしい広報媒体

【全体・経年比較】

- ・ 力を入れてほしい広報媒体は、「広報紙(広報よこはま)」が40%で最も高く、「電車やバスなどの車内広告」が22%、「市や区のウェブサイト」が20%と続く。
- ・ 29年度と比較すると全体的に低下傾向である。中でも、「広報紙(広報よこはま)」は10ポイント、「電車やバスなどの車内広告」は9ポイントと大きく低下。一方で「市や区のウェブサイト」は+4ポイント、「市や区のソーシャルメディア」は+11ポイントと増加している。

【問30】横浜市において、今後、力を入れてほしい広報媒体は何ですか。(%)
【複数回答】



*前回調査時にて選択肢表記を変更したため、平成27年度からの経年変化は参考値

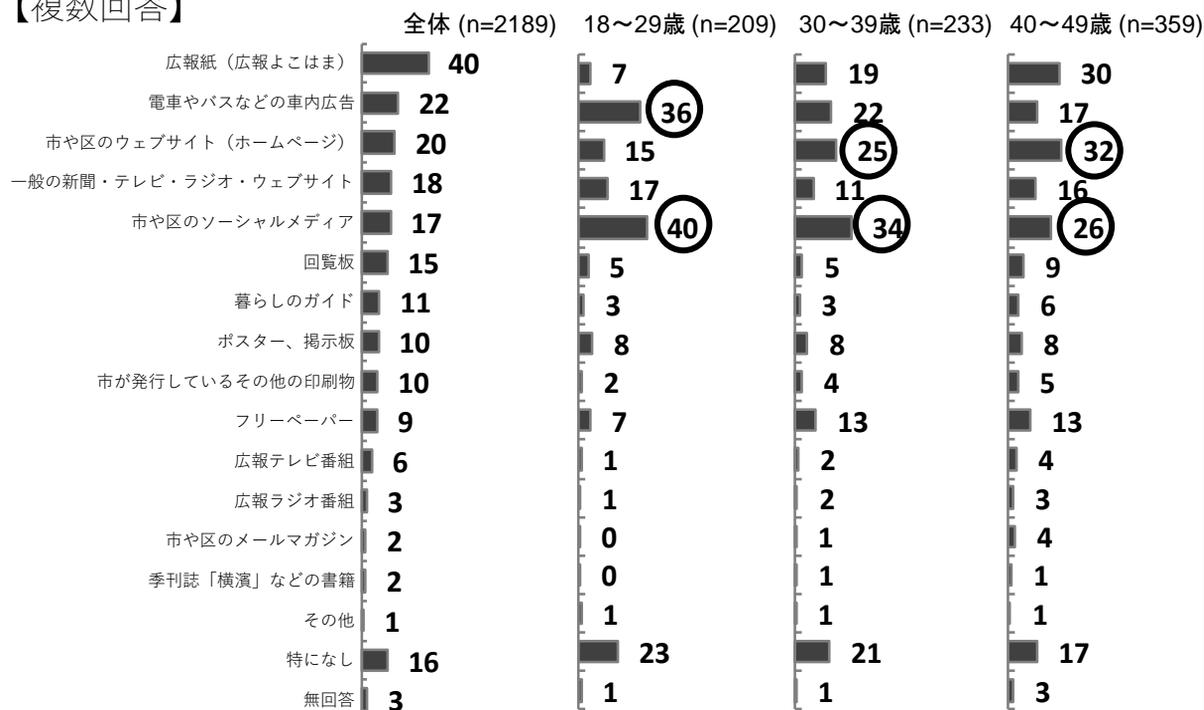
(10) 横浜市の広報について : 力を入れてほしい広報媒体

【年齢別】

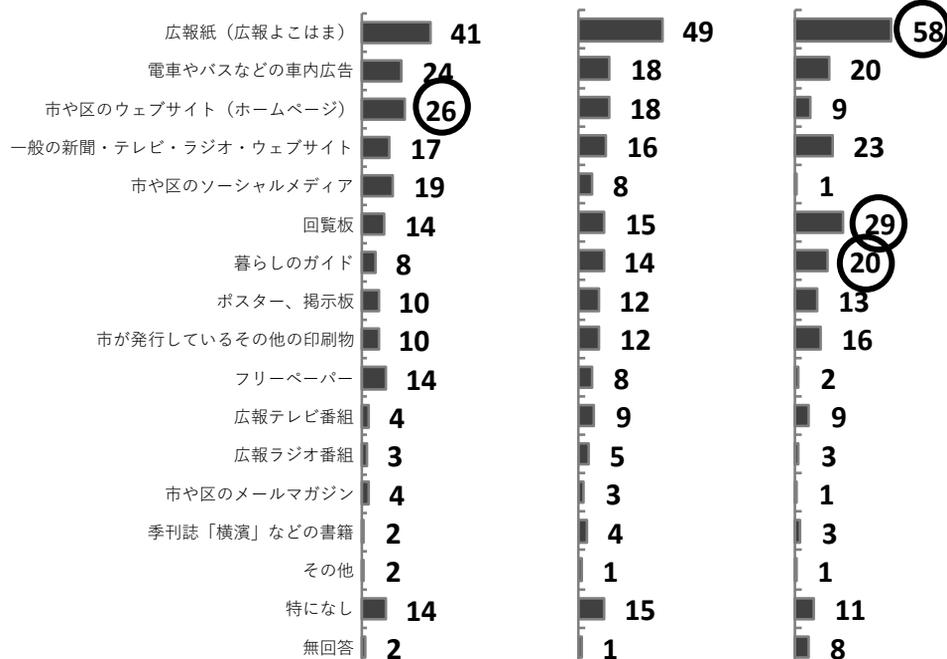
- 18～29歳、30歳代、40歳代では「市や区のソーシャルメディア」、30歳代、40歳代、50歳代では「市や区のウェブサイト(ホームページ)」に対する期待が全体よりも5ポイント以上高い。
- 18～29歳では、「電車やバスなどの車内広告」に対しても期待が高い。
- 70歳以上は、紙ベースの「広報紙(広報よこはま)」、「回覧板」、「暮らしのガイド」、に対し高い期待を示している。

【問30】 横浜市において、今後、力を入れてほしい広報媒体は何ですか。 (%)

【複数回答】



50～59歳 (n=447) 60～69歳 (n=346) 70歳以上 (n=572)



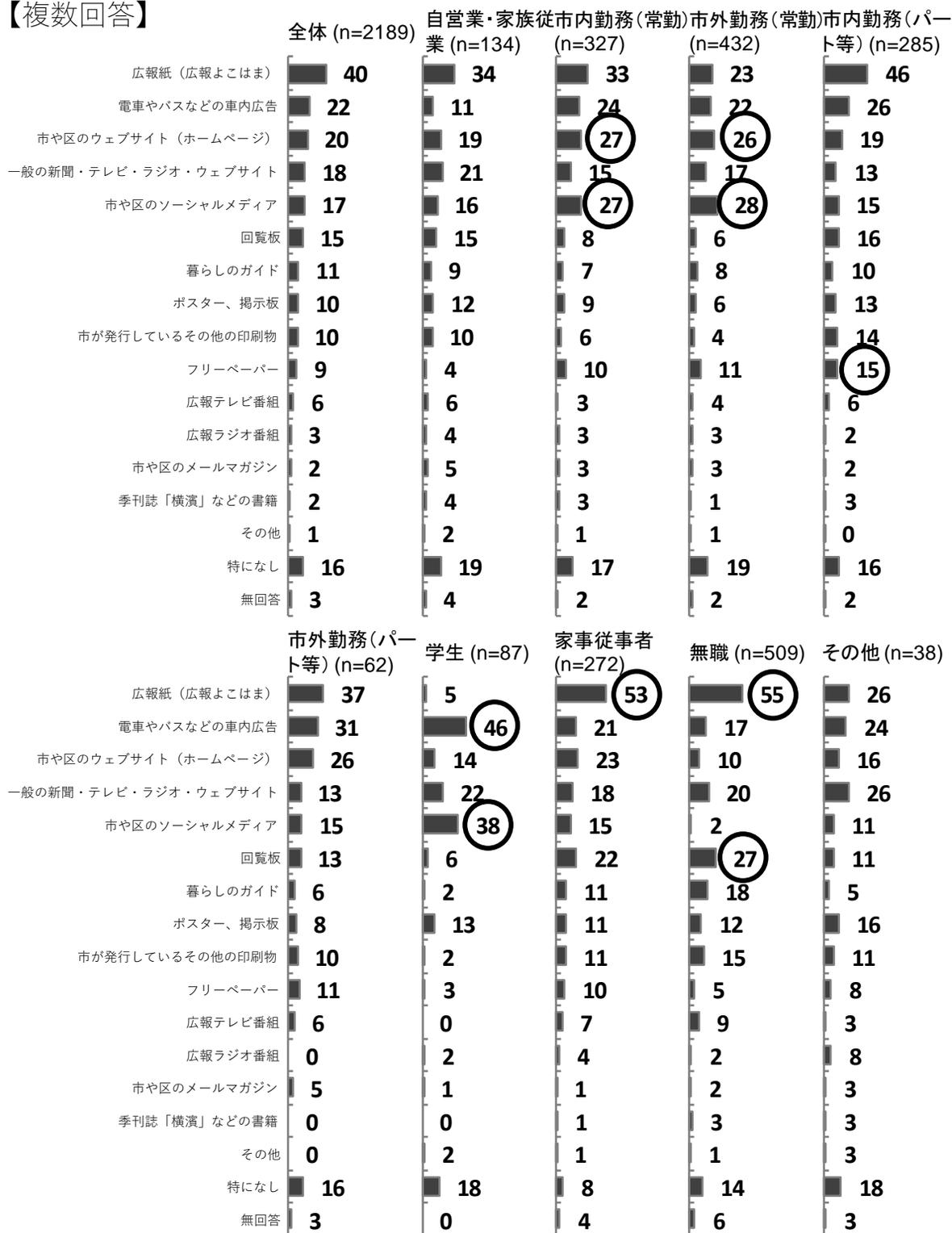
(10) 横浜市の広報について : 力を入れてほしい広報媒体

【職業別】

- ・ 家事従事者と無職は、「広報紙(広報よこはま)」に対する要望が全体よりも10ポイント以上高い。無職は、「回覧板」に対する要望も全体より12ポイント高い。
- ・ 市内外に関わらず常勤者は「市や区のウェブサイト(ホームページ)」と「市や区のソーシャルメディア」、学生は「電車やバスなどの車内広告」と「市や区のソーシャルメディア」に対する要望が高い。市内勤務(パート等)は「フリーペーパー」が全体よりも6ポイント高い。

【問30】 横浜市において、今後、力を入れてほしい広報媒体は何ですか。(%)

【複数回答】



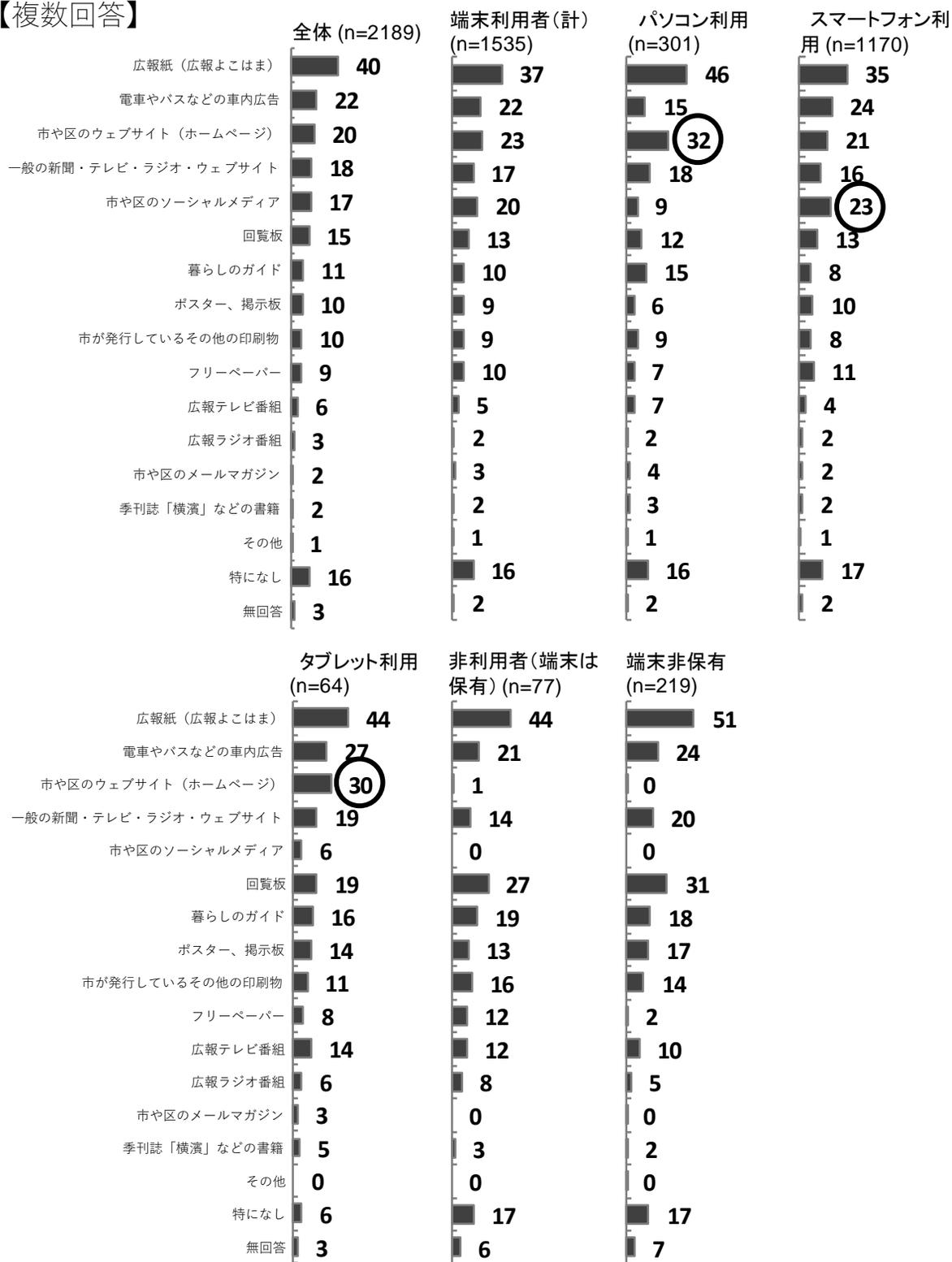
(10) 横浜市の広報について :力を入れてほしい広報媒体

【情報端末別】

- ・ パソコン利用とタブレット利用は「市や区のウェブサイト(ホームページ)」に対する要望が全体と比べ、10ポイント以上高い。
- ・ スマートフォン利用は「市や区のソーシャルメディア」に対する要望が全体と比べ、6ポイント高い。

【問30】 横浜市において、今後、力を入れてほしい広報媒体は何ですか。(%)

【複数回答】



(10) 横浜市の広報について : 力を入れてほしい広報媒体

【市政情報の入手方法別】

- ・ 市政情報の入手方法別に、今後、力を入れてほしい広報媒体をみると、普段使用している媒体に対して期待が高い。

【問30】 横浜市において、今後、力を入れてほしい広報媒体は何ですか。

(%)

	力を入れてほしい広告媒体																
	広報紙 (広報よこはま)	電車やバスなどの車内広告	市や区のウェブサイト(ホームページ)	一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト	市や区のソーシャルメディア	回覧板	暮らしのガイド	ポスター、掲示板	市が発行しているその他の印刷物	フリーペーパー	広報テレビ番組	広報ラジオ番組	市や区のメールマガジン	季刊誌「横濱」などの書籍	その他	特になし	無回答
全体 (n=2189)	40	22	20	18	17	15	11	10	10	9	6	3	2	2	1	16	3
広報紙(広報よこはま) (n=1459)	56	21	20	17	14	20	13	12	12	9	7	3	3	3	1	11	4
暮らしのガイド (n=368)	63	25	16	23	10	24	33	15	16	10	9	4	2	5	1	7	4
市や区のウェブサイト(ホームページ) (n=434)	38	22	51	17	28	9	7	7	10	8	5	3	6	1	1	9	1
市や区のツイッター(Twitter) (n=47)	17	19	34	13	77	4	9	13	17	6	2	4	6	2	0	9	0
市のライン(LINE) (n=115)	37	21	26	13	57	10	5	8	8	10	3	1	4	3	2	6	2
市のスマートニュース(SmartNews) (n=37)	46	27	24	35	24	14	14	11	24	14	8	0	11	8	0	8	0
市や区のメールマガジン (n=13)	46	23	54	23	15	8	8	0	8	8	8	8	23	0	0	15	0
広報テレビ番組「ハマナビ」 (n=119)	62	24	18	24	13	33	17	14	19	7	31	8	3	6	0	8	3
広報ラジオ番組「ホッと横浜」 (n=12)	50	33	17	42	0	42	42	33	33	8	25	33	8	0	0	8	0
広報ラジオ番組「ようこそ横浜」 (n=44)	66	20	11	41	7	45	16	20	20	2	27	27	0	9	0	7	5
広報ラジオ番組「横濱流儀～ハラストスタイル～」 (n=3)	100	33	0	33	0	67	33	33	100	33	33	67	0	0	0	0	0
広報ラジオ番組「ヨコハママイチョイス！」 (n=39)	41	28	23	41	21	13	15	10	13	5	15	28	5	10	3	5	3
季刊誌「横濱」 (n=58)	66	24	29	26	10	21	16	12	24	12	9	3	3	28	0	5	5
電車やバスなどの車内広告 (n=539)	42	43	22	22	20	18	15	16	15	11	8	3	2	4	2	10	4
電車やバス車内のデジタルサイネージ (n=257)	41	46	25	25	25	14	12	18	16	12	8	3	3	4	4	9	2
市が発行しているその他の印刷物 (n=240)	57	30	23	25	12	28	17	20	35	11	10	5	4	2	1	5	4
回覧板 (n=809)	56	24	19	21	13	34	17	14	13	7	8	4	2	3	1	8	3
ポスター、掲示板 (n=375)	50	34	20	23	17	26	16	29	20	12	11	4	3	5	1	9	3
一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト (n=569)	45	25	20	39	15	20	15	14	13	8	9	4	3	4	1	12	3
一般のソーシャルメディア (n=109)	15	27	28	24	60	6	3	12	10	8	7	5	5	4	1	12	0
その他 (n=43)	28	16	26	28	21	21	12	16	19	16	5	2	14	5	7	2	5
特に情報を得ていない (n=230)	5	15	9	11	20	2	4	5	4	10	1	0	1	0	1	44	3

※「パブリック・サービス・アナウンスメント」は(N=0)のため、非表示

[Small samples: n<30]

(11)自由回答の概要

- 横浜市の広報全般に関するご意見を尋ねたところ、407件の自由回答が得られた。内容によって分類を行った結果は以下の通りである。
 - 内容について、特にコロナ関連とIR・カジノ誘致関連のご意見が多い。

問31 横浜市の広報全般に関して、ご意見等ありましたらお書きください。

内容(分類)	件数	比率
広報活動全般について 計	99	24.3
無駄をなくす	53	13.0
もっと読ませる工夫を／目に入る工夫を	32	7.9
もっと活用したい	22	5.4
内容についての要望 計	118	29.0
コロナ関連	39	9.6
IR・カジノ誘致関連	33	8.1
イベント情報の充実(資格・講座含む)	11	2.7
高齢者向け情報の充実	10	2.5
市長・市政をもっとアピール	9	2.2
広報媒体一覧の提供	7	1.7
周辺地区情報充実	7	1.7
防犯防災情報充実	3	0.7
若い世代向け(ファミリー含む)情報の充実	2	0.5
その他 内容についての要望	25	6.1
広報で使用／活用する媒体について 計 ※ポジティブ/ネガティブを問わず分類	151	37.1
インターネットの活用	62	15.2
SNSの活用	55	13.5
紙媒体の活用	34	8.4
ラジオ・テレビの活用	18	4.4
回覧板の活用	9	2.2
電車・バス車内広告の活用	8	2.0
その他 媒体や場所の活用(掲示板、駅、スーパーなどの活用等)	16	3.9
横浜市 of 広報媒体について 計	78	19.2
広報よこはまについて	39	9.6
広報よこはま配布について	24	5.9
暮らしのガイドについて	5	1.2
季刊誌「横濱」について	2	0.5
「ハマナビ」、「ホッと横浜」について	1	0.2
その他 横浜市媒体	14	3.4
その他 計	206	50.6
その他広報について	76	18.7
読みやすさ/分かりやすさについて	25	6.1
市政・区政について	22	5.4
上記以外の その他	112	27.5
総件数	407	-

(12) 市政情報入手媒体と各広報媒体の利用頻度

市政情報や区政情報の入手先としている割合

【問1】普段、市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)をどのようなものから得ていますか。【複数回答】 (%)

	H23年度	H25年度	H27年度	H29年度	R2年度
広報紙(広報よこはま)	78.1	71.6	73.0	70.1	66.7
暮らしのガイド	21.3	24.0	25.0	20.8	16.8
市や区のウェブサイト(ホームページ)	20.4	17.1	18.4	15.9	19.8
市や区のツイッター	-	1.0	1.2	1.0	2.1
市のライン(LINE)	-	-	-	-	5.3
市のスマートニュース(SmartNews)	-	-	-	-	1.7
市や区のメールマガジン	1.3	1.1	1.0	0.8	0.6
広報テレビ番組「ハマナビ」	5.2	4.7	4.2	5.4	5.4
広報ラジオ番組「ホット横浜」	0.4	1.7	0.8	0.7	0.5
広報ラジオ番組「ようこそ横浜」	-	1.9	3.3	1.9	2.0
広報ラジオ番組「横濱流儀～ハマスタイル～」	-	-	0.1	0.2	0.1
広報ラジオ番組「ヨコハマ マイ チョイス！」	1.9	2.8	1.7	2.1	1.8
季刊誌「横濱」	1.4	2.5	1.8	3.3	2.6

《注記》・表中の“-”は回答項目として未設定

- ・広報テレビ番組「ハマナビ」(テレビ神奈川)
 - … 23～24年度の番組名は「ずばり！横濱」
- ・広報ラジオ番組「ホット横浜」(ラジオ日本)
 - … 23年度の番組名は「ヨコハマ オンリーワン」

各媒体の利用頻度

【問2】「広報よこはま」 (%)

	H23年度	H25年度	H27年度	H29年度	R2年度
毎月読む(A)	30.1	26.8	31.4	27.0	25.6
ほとんど毎月読む(B)	21.4	18.1	17.5	17.2	14.7
たまに読む(C)	23.0	27.4	24.8	25.0	26.0
ほとんど読まない(D)	10.4	12.4	11.2	12.4	11.6
読まない(E)	11.8	11.6	13.8	15.6	21.0
無回答	3.3	3.7	1.3	2.8	1.1
読む(A+B+C)	74.5	72.3	73.7	69.2	66.3
読まない(D+E)	22.2	24.0	25.0	28.0	32.7
無回答	3.3	3.7	1.3	2.8	1.1

【問7】市のウェブサイト(ホームページ) (%)

	H23年度	H25年度	H27年度	H29年度	R2年度
日常的に利用している(A)	1.0	0.5	0.8	0.7	1.0
必要な情報を得たい時にだけ利用している(B)	45.7	30.8	40.6	41.4	47.6
ほとんど利用しない※(C)	-	18.0	-	-	-
利用したことがない(D)	51.0	46.2	56.9	55.1	49.0
無回答	2.2	4.4	1.7	2.8	2.4
読む(A+B)	46.7	31.3	41.4	42.1	48.6
読まない(C+D)	51.0	64.2	56.9	55.1	49.0
無回答	2.2	4.4	1.7	2.8	2.4

※「ほとんど利用しない」の選択肢はH27年度より削除

(12) 市政情報入手媒体と各広報媒体の利用頻度

【問14】季刊誌「横濱」

(%)

	H23年度	H25年度	H27年度	H29年度	R2年度
毎号読む(A)	-	0.5	0.3	0.7	0.8
ほとんど毎号読む(B)	-	0.7	0.3	0.6	0.7
たまに読む(C)	-	4.7	5.3	8.3	5.7
ほとんど読まない(D)	-	5.9	6.0	10.3	8.3
読んだことがない(E)	-	85.5	86.3	77.8	82.9
無回答	-	2.7	1.9	2.3	1.6
読んでいる(A+B+C)	-	5.9	5.9	9.6	7.2
読んでいない(D+E)	-	91.4	92.3	88.1	91.1
無回答	-	2.7	1.9	2.3	1.6

【問19】広報テレビ番組「ハマナビ」(テレビ神奈川 土曜18時～18時30分)

(%)

	H23年度	H25年度	H27年度	H29年度	R2年度
毎週見ている(A)	0.7	0.6	0.4	0.6	0.7
月に2～3回ほど見ている(B)	5.6	4.6	4.2	1.0	1.2
月に1回ほど見ている※(C)	6.3	5.4	4.8	-	-
3か月～半年に1回ほど見ている※(D)	8.5	9.1	7.0	-	-
不定期だがたまに見ている※(E)	-	-	-	13.0	14.6
過去に見たことがあるが今は見ていない※(F)	-	-	-	7.6	9.4
見たことがない(G)	77.2	78.1	82.5	74.6	72.7
無回答	1.7	2.1	1.1	3.1	1.4
見ている(A+B+C+D+E)	21.1	19.8	16.4	14.7	16.5
見ていない(F+E)	77.2	78.1	82.5	82.2	82.1
無回答	1.7	2.1	1.1	3.1	1.4

※「月に1回ほど見ている」「3か月～半年に1回ほど見ている」の選択肢は、H29年度より削除

※「不定期だがたまに見ている」「過去に見たことがあるが今は見ていない」の選択肢は、H29年度より追加

(参 考)

**アンケート調査票と
提示物(横浜市の広報媒体)**

伝わっていますか？ 横浜市のこと

「横浜市の広報に関するアンケート調査」に ご協力をお願いします

横浜市では、広報紙（広報よこはま）をはじめ、ウェブサイトやソーシャルメディア、テレビ・ラジオ番組、雑誌などを通じて、市民の皆さまに行政情報をお届けしています。

市民の皆さまに向けてより充実した広報を行うために、このたび、無記名のアンケート調査を実施いたします。そこで、横浜市内にお住まいの18歳以上の方5,000人を無作為抽出し、この調査票をお送りいたしました。

皆さまには大変お手数をおかけしますが、調査にご協力をいただければ幸いです。この調査票にご記入の上ご返送くださいますよう、お願い申し上げます。お忙しい中恐れ入りますが、ご協力のほど、重ねてお願い申し上げます。

令和2年11月
横浜市市民局広報課

- ・このアンケート調査は選択式です。調査票と封筒には名前を書く必要はありません。
- ・ご記入後、同封の返信用封筒に調査票を入れて、切手を貼らずに
令和2年12月10日（木）までに投函してください。
- ・ご回答いただいた内容は、全て統計的に処理した上で分析いたしますので、個人が特定されることや他の目的に使用することはありません。また、個人情報については法令に従い厳正に取り扱います。

【問合せ】

横浜市市民局広報課（担当：川口、片野）

〒231-0017 横浜市中区本町6-50-10

電話 045-671-2331 FAX 045-661-2351 電子メール sh-koho@city.yokohama.jp



ご記入にあたってのお願い

- ① このアンケートを受け取ったご本人様がお答えください。（ご本人様が記入することが困難な場合は、同居している18歳以上の方がご本人様のお考えを聞きながら代筆しても構いません）
- ② 当てはまる回答の番号を○で囲んでください。自由に記入する設問もあります。
- ③ 「その他」を選択した場合は、番号を○で囲み、（ ）内に具体的にお書きください。
- ④ お答えいただくにあたり、同封の「横浜市の広報媒体」をご覧ください。

市や区の情報の入手方法について

【問1】 普段、市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）を、どのようなものから得ていますか。
あてはまるものを全てお選びください。（いくつでも○印）

1. 広報紙（広報よこはま）
2. 暮らしのガイド
3. 市や区のウェブサイト（ホームページ）
4. 市や区のツイッター（Twitter）
5. 市のライン（LINE）
6. 市のスマートニュース（SmartNews）
7. 市や区のメールマガジン
8. 広報テレビ番組「ハマナビ」（テレビ神奈川 土曜18時～18時30分）
9. 広報ラジオ番組「ホット横浜」（ラジオ日本 木・金曜16時30分～16時35分）
10. 広報ラジオ番組「ようこそ横浜」（ニッポン放送 火曜10時43分～10時48分）
11. 広報ラジオ番組「横濱流儀～ハマスタイル～」（文化放送 土曜6時50分～7時）
12. 広報ラジオ番組「ヨコハママイチョイス！」（FMヨコハマ 日曜9時30分～10時）
13. 広報ラジオ番組「パブリック・サービス・アナウンスメント」
（Inter FM897 月曜～金曜6時12分～6時15分）
14. 季刊誌「横濱」
15. 電車やバスなどの車内広告（中吊り広告など）
16. 電車やバス車内のデジタルサイネージ（電子看板）
17. 市が発行しているその他の印刷物（パンフレット、ちらしなど）
18. 回覧板
19. ポスター、掲示板
20. 一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト
21. 一般のソーシャルメディア（ツイッター、フェイスブックなど）
22. その他（具体的に
23. 特に情報を得ていない

「広報よこはま」について

市政・区政の最新情報などをお知らせする広報紙です。
市版と区版を一体化したタブロイド判を毎月1回、自治会・町内会などを通して、各世帯にお配りしています。
また、市のウェブサイト（ホームページ）にも掲載しています。

【問2】 「広報よこはま」を読んでいますか。1つだけお選びください。
（1つだけ○印）

- | | | |
|-------------|---|-----|
| 1. 毎月読む | → | 問3△ |
| 2. ほとんど毎月読む | → | 問3△ |
| 3. たまに読む | → | 問3△ |
| 4. ほとんど読まない | → | 問6△ |
| 5. 読まない | → | 問6△ |

【問2で1～3を選んだ方にお伺いします】

【問3】 「広報よこはま」をどのように入手していますか。
あてはまるものを全てお選びください。

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| 1. 家に届いている | 5. 駅で入手している |
| 2. 市役所や区役所で入手している | 6. 市ウェブサイトで閲覧している |
| 3. 行政サービスコーナーで入手している | 7. その他（ |
| 4. 地区センターなどの公共施設で入手している | |



（いくつでも○印）

【問2で1～3を選んだ方にお伺いします】

【問4】 「広報よこはま」の紙面について、改善してほしいと感じていることはありますか。あてはまるものを全てお選びください。(いくつでも○印)

- | | |
|--------------------|--------------|
| 1. 文字の大きさや色が読みにくい | 5. 文章がわかりにくい |
| 2. 写真やイラストが少ない | 6. その他 () |
| 3. レイアウト(配置)が読みにくい | 7. 特になし |
| 4. 文章量が多い | |

【問2で1～3を選んだ方にお伺いします】

【問5】 「広報よこはま」を、どのような形式で読みたいですか。1つだけお選びください。(1つだけ○印)

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 1. 紙(現在のタブロイド版) | 4. 市のウェブサイト(スマートフォン) |
| 2. 紙(A4サイズ程度の冊子) | 5. 市のウェブサイト(タブレット) |
| 3. 市のウェブサイト(パソコン) | 6. その他 () |

→ 回答後、問7へ

【問2で4・5を選んだ方にお伺いします】

【問6】 「広報よこはま」を読んでいない理由は何ですか。あてはまるものを全てお選びください。(いくつでも○印)

- | | |
|------------------------------------|-------------------|
| 1. 読む時間がない | 4. 読みたい情報がない |
| 2. 市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない | 5. 読みにくい |
| 3. 必要なことは新聞・テレビ・インターネットなど他の手段で得ている | 6. 届いていない・気付かなかった |
| | 7. その他 () |

「ウェブサイト」について

【問7】 市のウェブサイト(ホームページ)をどのくらい利用していますか。1つだけお選びください。(1つだけ○印)

- | | |
|------------------------|--------|
| 1. 日常的に利用している | → 問8へ |
| 2. 必要な情報を得たい時にだけ利用している | → 問8へ |
| 3. 利用したことがない | → 問12へ |



【問7で1・2を選んだ方にお伺いします】

【問8】 市のウェブサイト(ホームページ)を利用する主な目的は何ですか。1つだけお選びください。(1つだけ○印)

- | | |
|--------------------|--------------|
| 1. 必要な手続きについて調べる | 4. 市政について調べる |
| 2. 市の施設を調べる | 5. その他 () |
| 3. イベントや健診の情報を入手する | |

【問7で1・2を選んだ方にお伺いします】

【問9】 市のウェブサイトで、あなたが必要な情報は、探しやすかったですか。1つだけお選びください。(1つだけ○印)

- | | |
|-------------------|--------|
| 1. とても探しやすかった | → 問11へ |
| 2. 探しやすかった | → 問11へ |
| 3. 探しにくかった | → 問10へ |
| 4. とても探しにくかった | → 問10へ |
| 5. 情報を得ることができなかった | → 問10へ |

【問9で3～5を選んだ方にお伺いします】

【問10】 市のウェブサイトで情報を探しにくかった理由は何ですか。あてはまるものを全てお選びください。(いくつでも○印)

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 1. 情報の分類（構成）が分かりづらい | 4. 画面（ページ）の操作がしづらい |
| 2. 情報量が多すぎる | 5. デザインや色使いが見づらい |
| 3. タイトルや文章の内容が分かりづらい | 6. その他（ ） |

【問7で1・2を選んだ方にお伺いします】

【問11】 今後、市のウェブサイト（ホームページ）に期待することは何ですか。あてはまるものを全てお選びください。(いくつでも○印)

- | | | |
|-----------------|-------------|------------------|
| 1. 情報掲載の速さ | 6. 情報の詳しさ | 10. 音声や動画による情報提供 |
| 2. 情報の正確性 | 7. 表現の簡潔さ | 11. 見ること自体の楽しさ |
| 3. 内容の分かりやすさ | 8. デザイン性の良さ | 12. その他（ ） |
| 4. 誰にでも利用しやすいこと | 9. ウェブサイトで | |
| 5. 検索のしやすさ | 行政手続きができること | |

→ 回答後、問13へ

【問7で3を選んだ方にお伺いします】

【問12】 市のウェブサイト（ホームページ）を利用しない主な理由は何ですか。1つだけお選びください。(1つだけ○印)

- | |
|-------------------------------|
| 1. 市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）に関心がない |
| 2. 必要な情報がみつからない |
| 3. パソコンがないなど、ウェブサイトを見ることができない |
| 4. その他（ ） |

→ 回答後、問13へ

【問13】 横浜市はライン（LINE）を使って粗大ごみの申込みサービスを開始しました。今後、ラインで期待するサービスは何ですか。あてはまるものを全てお選びください。(いくつでも○印)

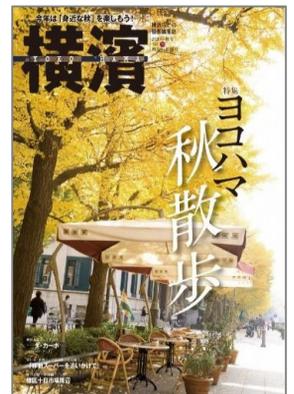
- | | |
|----------------------|------------------------------|
| 1. 防災・防犯に関する情報 | 5. 行政サービスへのお問い合わせ |
| 2. 各種相談・手続き | 6. LINE Payを利用した公共料金、税金等の支払い |
| 3. 各種証明書の発行申請 | 7. その他（ ） |
| 4. 行政施設や行政サービスの予約・申込 | 8. 特になし |

季刊誌「横濱」について

歴史や文化など、横浜の魅力を市内外に発信しています。1月、4月、7月、10月に県内・都内の主な書店、市役所、インターネットで販売しています。(1冊630円)

【問14】 季刊誌「横濱」を読んでいますか。1つだけお選びください。(1つだけ○印)

- | | |
|-------------|--------|
| 1. 毎号読む | → 問15△ |
| 2. ほとんど毎号読む | → 問15△ |
| 3. たまに読む | → 問15△ |
| 4. ほとんど読まない | → 問16△ |
| 5. 読んだことがない | → 問16△ |



【問14で1～3を選んだ方にお伺いします】

【問15】 季刊誌「横濱」で取り上げてほしいテーマは何ですか。あてはまるものを全てお選びください。(いくつでも○印)

- | | | |
|------------|--------------|---------|
| 1. 市の文化・歴史 | 4. 観光・イベント情報 | 7. 特になし |
| 2. 市の自然 | 5. グルメ情報 | |
| 3. 市のまちづくり | 6. その他（ ） | |

→ 回答後、問17へ

【問14で4・5を選んだ方にお伺いします】

【問16】 季刊誌「横濱」を読んでいない理由は何ですか。あてはまるものを全てお選びください。
(いくつでも○印)

- | | |
|-------------------------------------|-----------------|
| 1. 読む時間がない | 4. 読みたいと思う情報がない |
| 2. 市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）に関心がない | 5. 読みにくい |
| 3. 必要なことは新聞・テレビ・インターネットなど、他の手段で得ている | 6. 知らなかった |
| | 7. 値段が高い |
| | 8. その他（ ） |

→ 回答後、問17へ

【問17】 横浜の魅力（観光名所・グルメ・歴史など）に関する情報はどのように入手していますか。あてはまるものを全てお選びください。
(いくつでも○印)

- | | | |
|--------------|-------------------------|----------------|
| 1. 雑誌 | 5. テレビ | 9. その他（ ） |
| 2. 書籍・ガイドブック | 6. ラジオ | 10. 特に情報を得ていない |
| 3. 新聞 | 7. ウェブサイト | |
| 4. フリーペーパー | 8. SNS（ツイッター、フェイスブックなど） | |

「暮らしのガイド」について

暮らしに便利な、制度や施設などを紹介する冊子です。転入者の方に区役所での手続きの際にお渡しするほか、図書館、行政サービスコーナー、地区センター、市役所などでお配りしています。また、市のウェブサイト（ホームページ）と電子ブックでも掲載しています。



【問18】 「暮らしのガイド」を知っていますか。また、使っていますか。1つだけお選びください。
(1つだけ○印)

- | |
|------------------|
| 1. 知っていて、使っている |
| 2. 知っているが、使っていない |
| 3. 知らない |

広報テレビ番組・ラジオ番組等について

横浜の魅力や街の情報などをお伝えしています。

【問19】 広報テレビ番組「ハマナビ」（テレビ神奈川 土曜18時～18時30分）を見ていますか。（録画での視聴も含みます）1つだけお選びください。
(1つだけ○印)

- | | |
|----------------------|--------|
| 1. 毎週見ている | → 問20△ |
| 2. 月に2～3回ほど見ている | → 問20△ |
| 3. 不定期だがたまに見ている | → 問20△ |
| 4. 過去に見たことがあるが今は見えない | → 問20△ |
| 5. 見たことがない | → 問21△ |



【問19で1～4を選んだ方にお伺いします】

【問20】 「ハマナビ」を見たきっかけは何ですか。あてはまるものを全てお選びください。
(いくつでも○印)

- | | |
|--------------------|---------------------|
| 1. 「広報よこはま」でのお知らせ | 6. テレビ番組表 |
| 2. 交通機関の車内広告 | 7. キーワード検索やハッシュタグ検索 |
| 3. ツイッターでのお知らせ | 8. 偶然見た |
| 4. 市ウェブサイト（ホームページ） | 9. その他（ ） |
| 5. テレビコマーシャル | |

→ 回答後、問21へ

【問21】 過去半年分の「ハマナビ」をインターネットで動画配信しています。
この動画を見たことがありますか。あてはまるものを全てお選びください。 (いくつでも○印)

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| 1. 市のウェブサイトから見たことがある | 5. 知っているが、見たことはない |
| 2. 放送局のウェブサイトから見たことがある | 6. 知らなかったため、見たことはない |
| 3. 検索サイトから見たことがある | 7. その他 () |
| 4. ユーチューブ (YouTube) で見たことがある | |

【問22】 暮らしに役立つ情報をお届けする5分間の広報動画「ぎゅっとヨコハマ！」をケーブルテレビで放送しています。この番組を見たことはありますか。1つだけお選びください。 (1つだけ○印)

- | | | |
|-----------|-------------|------------|
| 1. 毎月見ている | 2. ときどき見ている | 3. 見たことがない |
|-----------|-------------|------------|

【問23】 広報ラジオ番組で、聴いたことがある番組を全てお選びください。 (いくつでも○印)

- | | |
|--|--------|
| 1. 「ホット横浜」(ラジオ日本 木曜・金曜16時30分～16時35分) | → 問24△ |
| 2. 「ようこそ横浜」(ニッポン放送 火曜10時43分～10時48分) | → 問24△ |
| 3. 「横濱流儀～ハマスタイル～」(文化放送 土曜6時50分～7時) | → 問24△ |
| 4. 「ヨコハマ マイ チョイス！」(FMヨコハマ 日曜9時30分～10時) | → 問24△ |
| 5. 「パブリック・サービス・アナウンスメント」
(Inter FM897 月曜～金曜6時12分～6時15分) | → 問24△ |
| 6. 聴いたことがない | → 問25△ |

【問23で1～5を選んだ方にお伺いします】

【問24】 広報ラジオ番組を、どのような手段で聞いていますか。あてはまるものを全てお選びください。 (いくつでも○印)

- | | |
|-----------|-------------------------|
| 1. 家庭のラジオ | 3. パソコン・スマートフォン・タブレット端末 |
| 2. 車内のラジオ | 4. その他 () |

→ 回答後、問25△

【問25】 市の広報番組(テレビ、ラジオ)でどのようなテーマの内容を視聴したいですか。あてはまるものを全てお選びください。 (いくつでも○印)

- | | | |
|--------------|------------|-------------|
| 1. 市の政策・重要事業 | 4. 市内の催し案内 | 7. ショッピング情報 |
| 2. 観光・イベント情報 | 5. 市の文化・歴史 | 8. その他 |
| 3. 生活情報 | 6. グルメ情報 | () |

デジタルサイネージ(電子看板)について

【問26】 デジタルサイネージ(電子看板)をどのような場所で見ますか。あてはまるものを全てお選びください。 (いくつでも○印)

- | | | |
|----------|---------------|------------|
| 1. 駅 | 4. 商業施設 | 7. その他 () |
| 2. 電車の車内 | 5. 病院 | 8. 全く見ない |
| 3. バスの車内 | 6. 市庁舎などの公共施設 | |

【問27】 デジタルサイネージ(電子看板)で、横浜市のどのようなことを知りたいですか。あてはまるものを全てお選びください。 (いくつでも○印)

- | | | |
|------------|------------|-------------|
| 1. 環境 | 5. 子育て・青少年 | 9. 福祉 |
| 2. 観光・イベント | 6. 産業・経済 | 10. 防災・防犯 |
| 3. 教育 | 7. スポーツ・文化 | 11. その他 () |
| 4. 健康・医療 | 8. まちづくり | 12. 特になし |

横浜市の広報について

【問28】 横浜市の事業で関心のあるテーマ、あるいは広報を充実してほしいテーマはどれですか。
あてはまるものを全てお選びください。 (いくつでも○印)

- | | | |
|------------|------------|-------------|
| 1. 環境 | 5. 子育て・青少年 | 9. 福祉 |
| 2. 観光・イベント | 6. 産業・経済 | 10. 防災・防犯 |
| 3. 教育 | 7. スポーツ・文化 | 11. その他 () |
| 4. 健康・医療 | 8. まちづくり | 12. 特になし |

【問29】 横浜市の広報媒体の中で、イベントに参加するなどの行動を起こすきっかけとなったものはありますか。あてはまるものを全てお選びください。 (いくつでも○印)

- | |
|---|
| 1. 広報紙（広報よこはま） |
| 2. 暮らしのガイド |
| 3. 市や区のウェブサイト（ホームページ） |
| 4. 市や区のツイッター（Twitter） |
| 5. 市のライン（LINE） |
| 6. 市のスマートニュース（SmartNews） |
| 7. 市や区のメールマガジン |
| 8. 広報テレビ番組「ハマナビ」（テレビ神奈川 土曜 18時～18時30分） |
| 9. 広報ラジオ番組「ホット横浜」（ラジオ日本 木・金曜 16時30分～16時35分） |
| 10. 広報ラジオ番組「ようこそ横浜」（ニッポン放送 金曜 10時43分～10時48分） |
| 11. 広報ラジオ番組「横濱流儀～ハマスタイル～」（文化放送 土曜 6時50分～7時） |
| 12. 広報ラジオ番組「ヨコハマ マイ チョイス！」（FMヨコハマ 日曜 9時30分～10時） |
| 13. 広報ラジオ番組「パブリック・サービス・アナウンスメント」
（Inter FM897 月曜～金曜 6時12分～6時15分） |
| 14. 季刊誌「横濱」 |
| 15. 電車やバスなどの車内広告（中吊り広告など） |
| 16. 電車やバス車内のデジタルサイネージ（電子看板） |
| 17. その他 () |
| 18. 特になし |

【問30】 横浜市において、今後、力を入れてほしい広報媒体は何ですか。
あてはまるものを全てお選びください。 (いくつでも○印)

- | | |
|---|---------------------------------------|
| 1. 広報紙（広報よこはま） | 9. 電車やバスなどの車内広告 |
| 2. 暮らしのガイド | 10. 市が発行しているその他の印刷物
（パンフレット、ちらしなど） |
| 3. 市や区のウェブサイト（ホームページ） | 11. 回覧板 |
| 4. 市や区のメールマガジン | 12. ポスター、掲示板 |
| 5. 市や区のソーシャルメディア
（ツイッター、ライン、フェイスブックなど） | 13. 一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト |
| 6. 広報テレビ番組 | 14. フリーペーパー |
| 7. 広報ラジオ番組 | 15. その他 () |
| 8. 季刊誌「横濱」などの書籍 | 16. 特になし |

【問31】 横浜市の広報全般に関して、ご意見等ありましたらお書きください。

--

データを統計的に整理するために必要ですので、次の事柄についてもお答えください。

【F1】 あなたのお住いの区はどこですか。 (1つだけ○印)

1. 青葉区	5. 神奈川区	9. 栄区	13. 戸塚区	17. 緑区
2. 旭区	6. 金沢区	10. 瀬谷区	14. 中区	18. 南区
3. 泉区	7. 港南区	11. 都筑区	15. 西区	
4. 磯子区	8. 港北区	12. 鶴見区	16. 保土ヶ谷区	

【F2】 あなたの年齢を教えてください。 (1つだけ○印)

1. 18～29歳	3. 40～49歳	5. 60～69歳
2. 30～39歳	4. 50～59歳	6. 70歳以上

【F3】 あなたの職業等をお答えください。 (1つだけ○印)

1. 自営業・家族従業	6. 学生
2. 市内勤務（常勤）	7. 家事従事者
3. 市外勤務（常勤）	8. 無職
4. 市内勤務（パート・アルバイトなど）	9. その他
5. 市外勤務（パート・アルバイトなど）	（ ）

【F4】 横浜市に住んで何年になりますか。 (1つだけ○印)

1. 3年未満	3. 5～10年未満	5. 20年以上
2. 3～5年未満	4. 10～20年未満	

【F5】 居住形態をお答えください。 (1つだけ○印)

1. 一戸建て	3. 社宅・寮
2. マンション・共同住宅・アパート	4. その他（ ）

【F6】 ご一緒に住んでいる世帯の人数（あなたを含む）をお答えください。 (1つだけ○印)

1. 1人	3. 3人	5. 5人以上
2. 2人	4. 4人	

【F7】 普段、情報を得るときにパソコンやスマートフォンなどの端末を使いますか。最も使うものを1つお選びください。 (1つだけ○印)

1. パソコン	4. 端末を持っているが、情報を得るためには使っていない
2. スマートフォン	5. 端末を持っていない
3. タブレット	6. その他（ ）

お忙しい中、ご協力いただきありがとうございました。
調査結果は、今後、横浜市ウェブサイト（市民局広報課ページ）で公開いたします。



横浜市の広報媒体



広報紙

広報よこはま

毎月1回1日発行。
市内の各世帯に配布。

自治会・町内会などを通して、
お配りしています

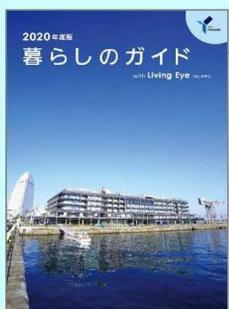


インターネット

ウェブサイト

日本語、外国語（3か国語）、
やさしい日本語

<https://www.city.yokohama.lg.jp/>



生活情報誌

暮らしのガイド

毎年4月発行
主な対象は横浜市への転入者

区役所のほか、図書館、地区センター、
行政サービスコーナー、市役所
でお配りしています。

ソーシャルメディア等

- ・ライン
市からのお知らせの配信や、粗大ごみの申込みの受付をしています。
- ・ツイッター
横浜市には、約50のアカウントがあります。
災害情報、広報課や区役所からののお知らせなどを発信しています。
- ・スマートニュース(ニュースアプリ)
市の公式情報や、市内のニュースをご覧いただけます。
- ・ユーチューブ
- ・クックパッド



横浜市SNSアカウント一覧ページ

<https://www.city.yokohama.lg.jp/aboutweb/list.html>



裏面あり

広報番組

テレビ

ハマナビ

テレビ神奈川
毎週土曜日
18時～18時30分

行政情報、生活密着情報、
観光・グルメ・イベント情報
などを紹介しています。



ラジオ

ホットと横浜

ラジオ日本
毎週木・金曜日
18時30分～18時35分

現場レポートを中心
にまちの話題などを
紹介しています。



CATV

ぎゅっとヨコハマ!

市内ケーブル
テレビ局
毎月

暮らしに役立つ横浜市の
情報を紹介しています。

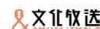
放送時間はテレビ局に
よって異なります。

ラジオ

横浜流儀 ～ハマスタイル～

文化放送
毎週土曜日
6時50分～7時

一つのテーマについて、
横浜の様々な情報や取り
組みを紹介しています。

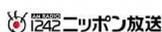


ラジオ

ようこそ横浜

ニッポン放送
毎週火曜日
10時43分～10時48分

横浜の今、横浜の魅力を
発信しています。



ラジオ

パブリック・サービス・ アナウンスメント

インターFM897
月～金曜日
6時12分～6時15分

在住外国人に向けて、
主に生活情報を紹介して
います。
英語、中国語、韓国・
朝鮮語、スペイン語、
ポルトガル語



ラジオ

ヨコハマ マイチョイス!

FMヨコハマ
毎週日曜日
9時30分～10時

市政情報やまちの話題を
音楽にのせて紹介してい
ます。



その他

交通広告(東急線・京急線)



車内の「まど上」・
「中吊り」広告、
駅貼りポスター

横浜の魅力を市内外に発信し、
横浜のブランドイメージの向上
や集客の向上を図っています。

デジタルサイネージ



車内や待合のモニターに動画を表示
(市営地下鉄・市営バス・神奈中バス
・金融機関)

15秒のサイネージ動画を放映し、
横浜市からのお知らせなどを紹介し
ています。

雑誌

季刊誌「横濱」

4、7、10、1月発行
(1冊630円)

横浜の今昔、移り変わる姿、
隠れた名所・史跡などを紹介しています。
県内・都内の主な書店、
市役所(市政刊行物・グッズ販売コーナー)、
インターネットで販売。

