

4 区の情報発信のあり方

-
- (1) 区に関する情報の入手手段
 - (2) 区が発信する必要がある情報
 - (3) 必要な時に必要とする区の情報入手状況
 - (4) 区の情報得られない理由
 - (5) 区の情報得られない理由の詳細
 - (6) 「お問い合わせコールあだち」の利用状況
-

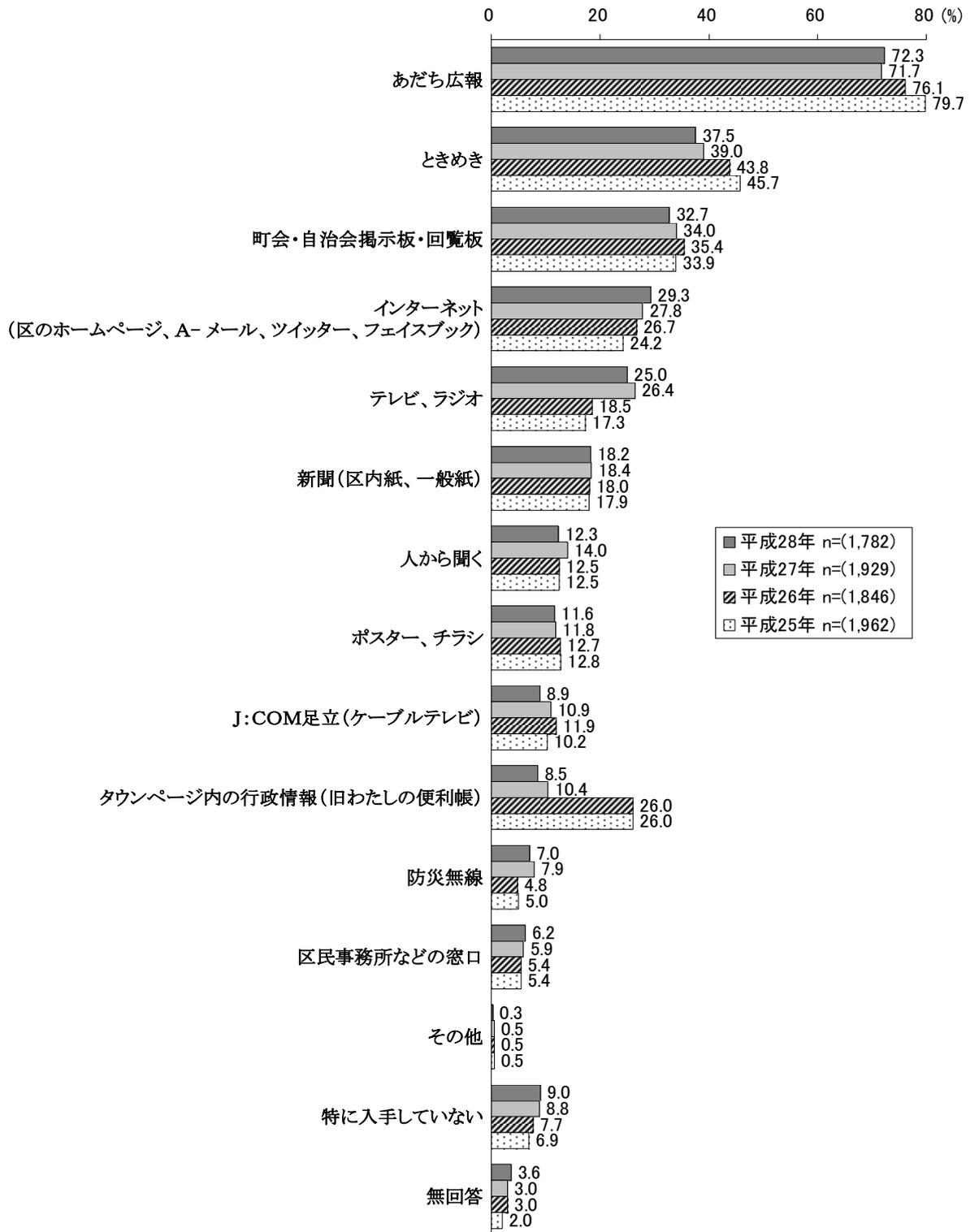
4. 区の情報発信のあり方

(1) 区に関する情報の入手手段

■ 「あだち広報」が7割強、次位の「ときめき」は3割台後半で減少傾向

問12 あなたは、足立区に関する情報をどのような手段で入手していますか。
(○はあてはまるものすべて)

図4-1-1 経年比較／区に関する情報の入手手段



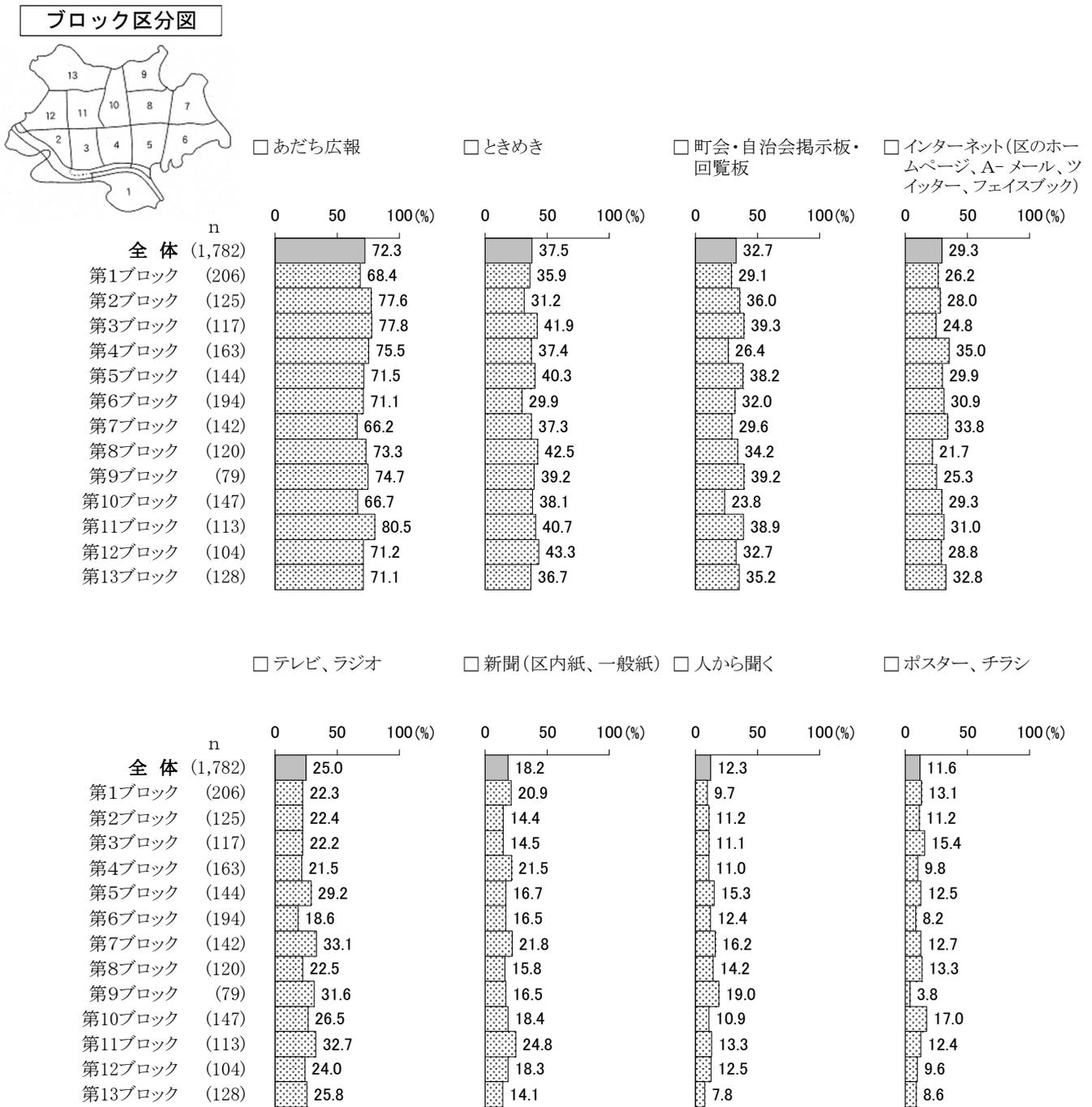
第3章 調査結果の分析 〈 区の情報発信のあり方 〉

足立区に関する情報の入手媒体としては、「あだち広報」が72.3%で最も高く、以下「ときめき」(37.5%)、「町会・自治会掲示板・回覧板」(32.7%)の順となっている。

経年でみると、「あだち広報」は今回72.3%と、平成27年の71.7%から微増している。

ブロック別でみると、すべてのブロックで「あだち広報」は高くなっている。また、「ときめき」については、第3ブロック、第5ブロック、第8ブロック、第11ブロック、第12ブロックで4割を超えている。「町会・自治会掲示板・回覧板」は、第3ブロック、第5ブロック、第9ブロック、第11ブロックで4割近くを占め、他のブロックよりやや高くなっている。

図4-1-2 地域ブロック別／区に関する情報の入手手段／上位8項目



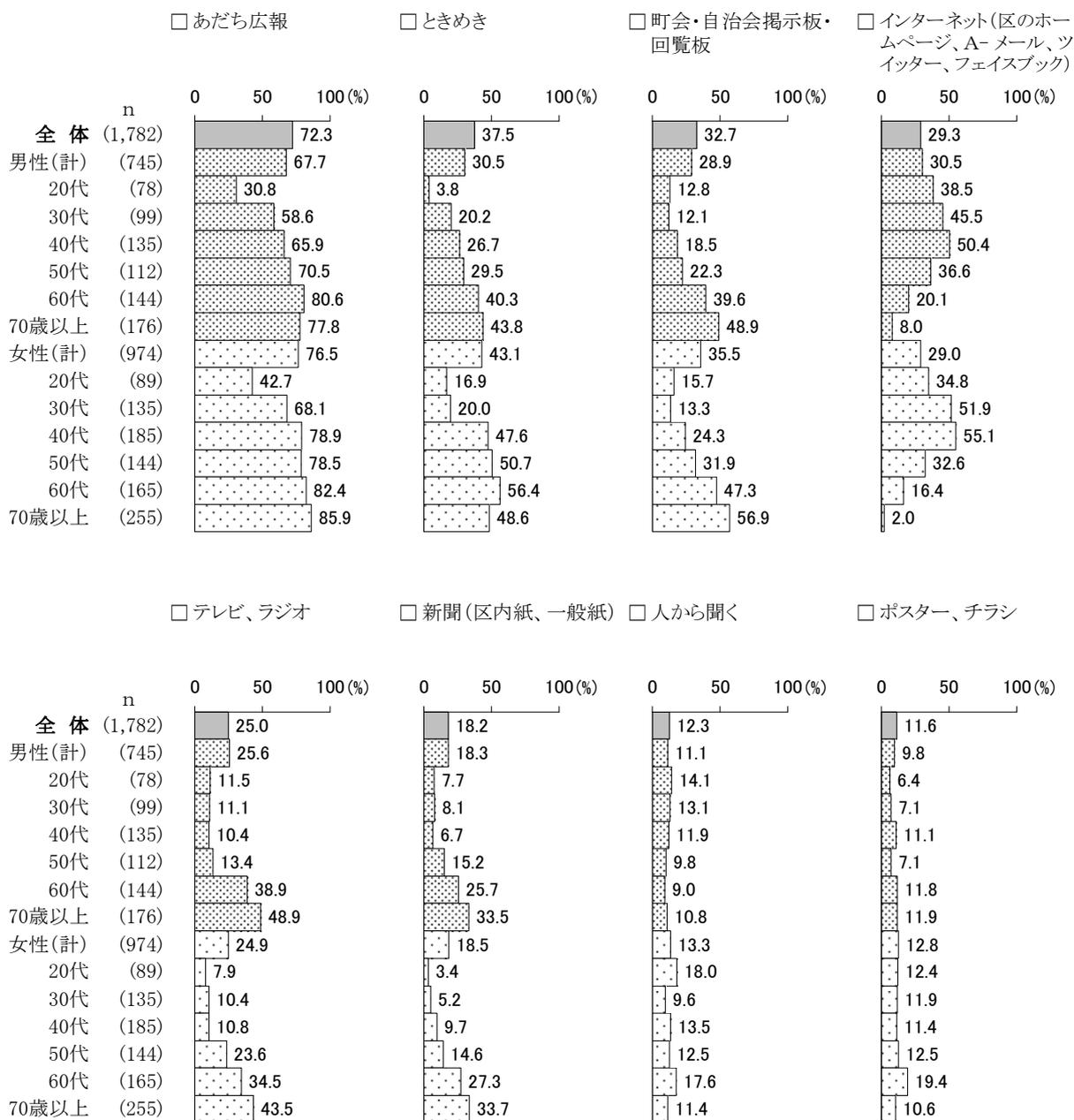
第3章 調査結果の分析 〈 区の情報発信のあり方 〉

性別で見ると、「あだち広報」は男性67.7%、女性76.5%、「ときめき」は男性30.5%、女性43.1%と、いずれも男性より女性が高くなっている。

性・年代別で見ると、男性では、60代、70歳以上で「あだち広報」が、いずれも8割前後を占めている。また、「ときめき」についても、この年代では4割を超えている。

女性の場合、「あだち広報」は加齢とともに増加し、「ときめき」についても60代までは増加傾向を示している。また、「インターネット（区のホームページ、Aメール、ツイッター、フェイスブック）」については、男性の30代、40代で4割以上、女性の30代、40代で5割以上と、他の年代より高くなっている。

図4-1-3 性別、性・年代別／区に関する情報の入手手段／上位8項目

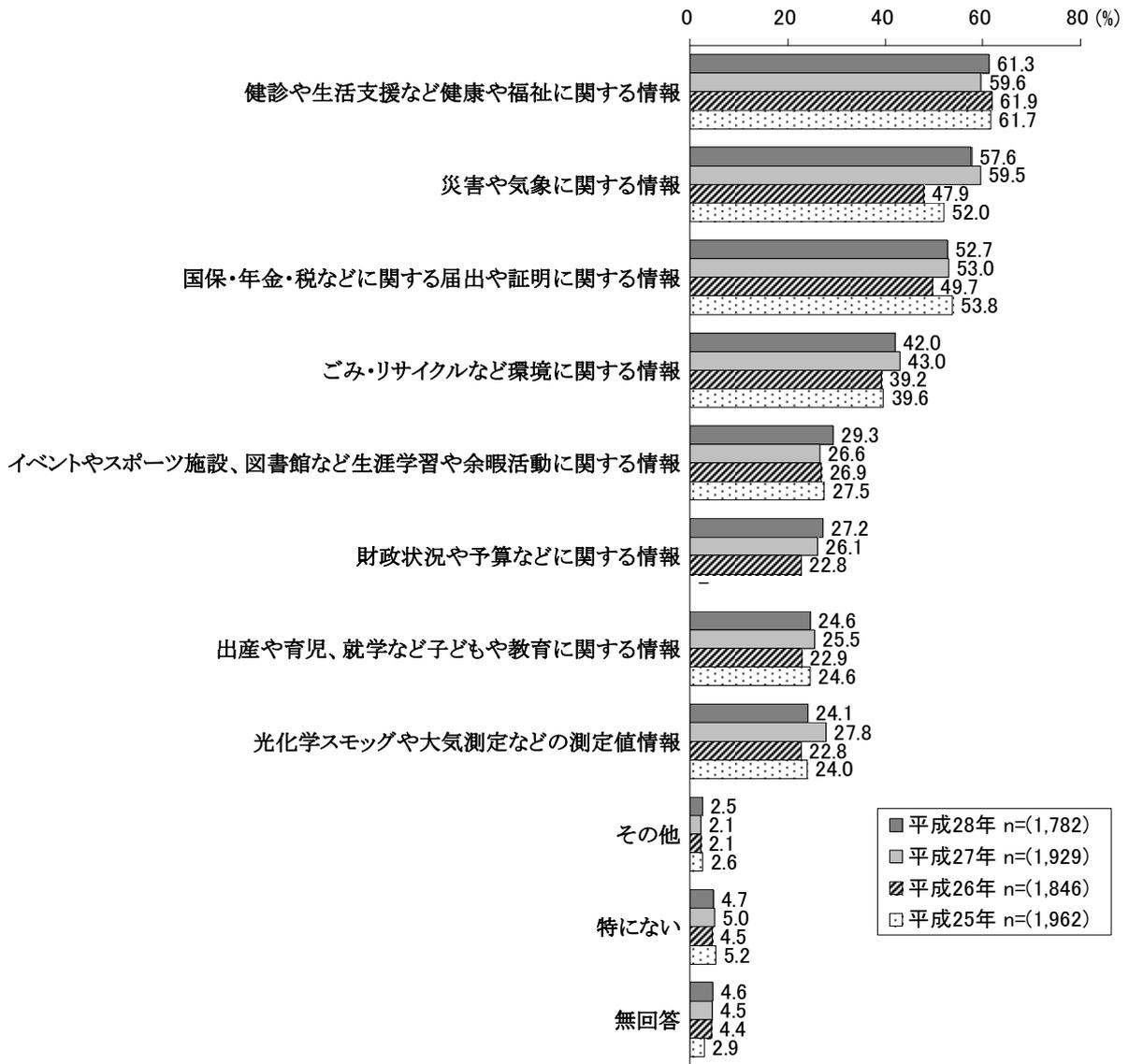


(2) 区が発信する必要がある情報

■ “健康や福祉” が6割を超え、“災害や気象” が次位

問13 あなたは、区が発信するどのような情報が必要だと思いますか（〇はあてはまるものすべて）。

図4-2-1 経年比較／区が発信する必要がある情報



※「財政状況や予算などに関する情報」は、26年度新設。

必要とする区の情報としては、「健診や生活支援など健康や福祉に関する情報」が61.3%で最も高く、以下「災害や気象に関する情報」(57.6%)、「国保・年金・税などに関する届出や証明に関する情報」(52.7%)の順で続いている。

経年でみると、上位項目について、順位、比率に大きな変動はない。

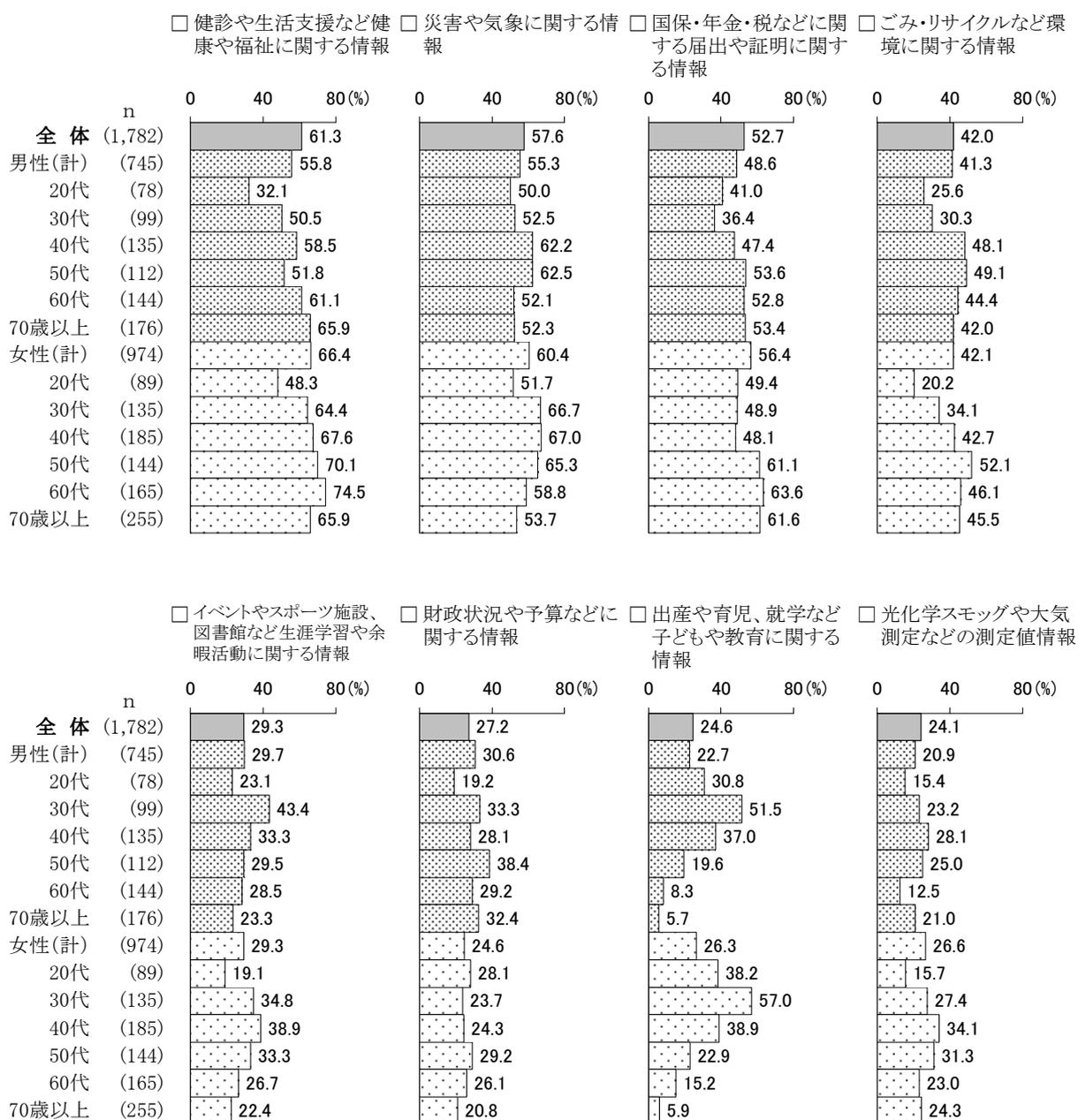
第3章 調査結果の分析 〈 区の情報発信のあり方 〉

性別でみると、「健診や生活支援など健康や福祉に関する情報」は男性55.8%、女性66.4%と、男性より女性が高くなっている。

性・年代別でみると、男性では「健診や生活支援など健康や福祉に関する情報」が、70歳以上で65.9%と最も高くなっているほか、40代、60代でも6割前後となっている。また、40代、50代では「災害や気象に関する情報」が6割を超えて、他の年代より高くなっている。

女性では「健診や生活支援など健康や福祉に関する情報」が、50代、60代で、それぞれ70.1%、74.5%と、他の年代より高くなっている。「災害や気象に関する情報」については、30代から50代で6割を超えている。また、「国保・年金・税などに関する届出や証明に関する情報」については、50代以上で6割を超えている。

図4-2-2 性別、性・年代別／区が発信する必要がある情報

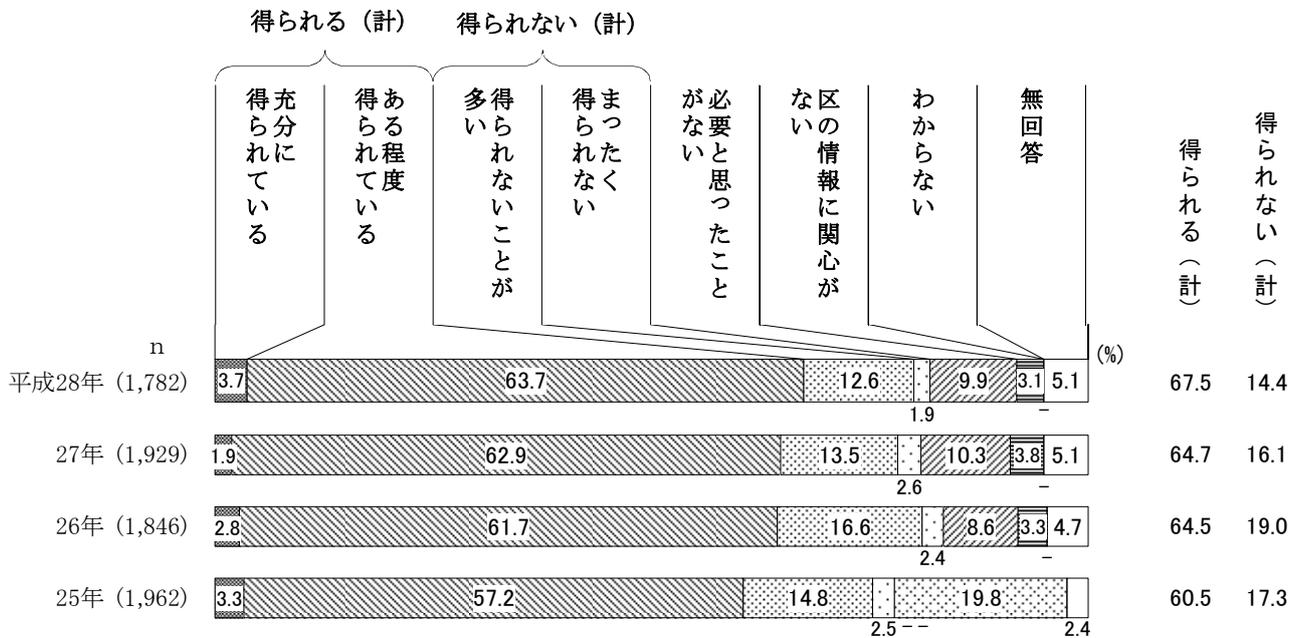


(3) 必要な時に必要とする区の情報入手状況

■ 必要なときに【得られる】が6割台後半で増加傾向

問14 あなたは、必要な時に必要とする区の情報を得られていますか（○は1つだけ）。

図4-3-1 経年比較／必要な時に必要とする区の情報入手状況



※ 「必要と思ったことがない」「区の情報に関心がない」は、26年度新設。
 ※ 「わからない」は、26年度から削除。

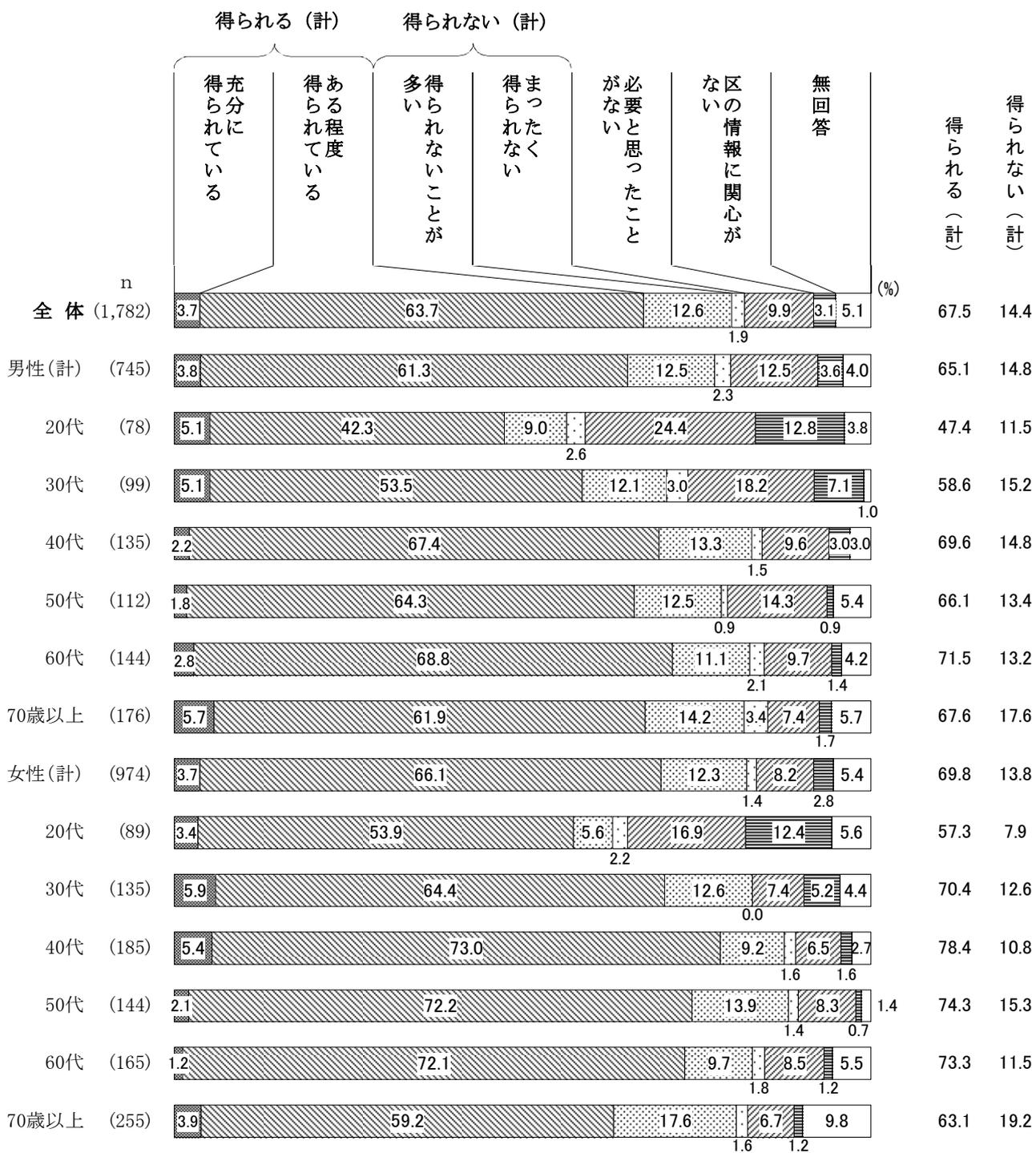
必要な時に必要とする情報を得られているかについては、「充分に得られている」が3.7%で、これに「ある程度得られている」の63.7%を合わせた【得られる】は67.5%となっている。一方、「得られないことが多い」は12.6%、「まったく得られない」は1.9%となっている。

経年でみると、【得られている】は、平成27年の64.7%から今回67.5%へと微増している。

第3章 調査結果の分析 〈 区の情報発信のあり方 〉

性別でみると、【得られる】は男性65.1%、女性69.8%と、男性より女性が高くなっている。
 性・年代別でみると、男性では、60代で【得られる】が71.5%を占めているほか、40代、50代、70歳以上でも6割を超えている。
 女性では、30代から60代にかけて【得られる】が7割を超えている。

図4-3-2 性別、性・年代別／必要な時に必要とする区の情報入手状況

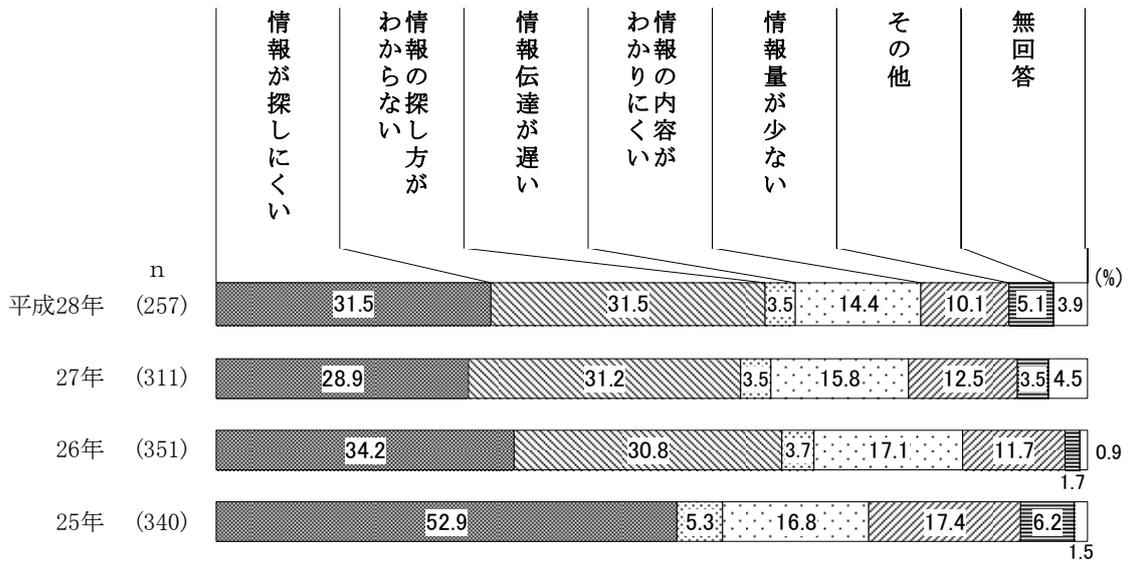


(4) 区の情報得られない理由

■ “探しにくい” “探し方がわからない” で二分

問14で「3. 得られないことが多い」、または「4. まったく得られない」とお答えの方に
問14-1 どのような理由からですか（〇は1つだけ）。

図4-4-1 経年比較／区の情報得られない理由



※「情報の探し方がわからない」は、26年度新設。

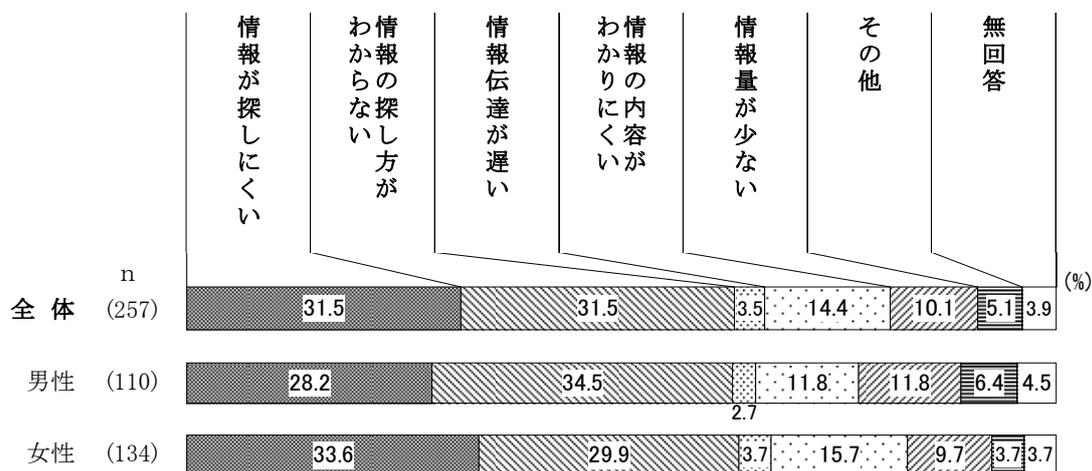
【得られない】という人に、その理由を聞いたところ、「情報の探し方がわからない」(31.5%)と「情報が探しにくい」(31.5%)の2項目が、いずれも3割を超えて、とくに高くなっている。

経年でみると、上位2項目は、ほぼ横ばい状況にある。

第3章 調査結果の分析 〈 区の情報発信のあり方 〉

性別で見ると、「情報が探しにくい」は男性28.2%、女性33.6%と、男性より女性が高くなっている。一方、「情報の探し方がわからない」は男性34.5%、女性29.9%と、女性より男性が高くなっている。

図4-4-2 性別／区の情報 that 得られない理由



(5) 区の情報得られない理由の詳細

問14で「3. 得られないことが多い」、または「4. まったく得られない」とお答えの方に
問14-2 問14-1の回答のように思われるのは、どうしてですか。理由をお書きください。

あだち広報（80名、延べ81件の回答）	件数
読みづらい、わかりづらいから	28
内容が少ない、薄いから	24
関心がないから	16
欲しい情報のタイミングが合わないから	8
その他	5

区ホームページ（75名の回答）	件数
探しにくい、わかりづらいから	26
インターネットネットを使用できる環境がないから	17
見ない、あまり見ないから	16
情報が不足しているから	5
パソコンを使わない、使えないから	4
インターネットネットでは調べないから	4
その他	3

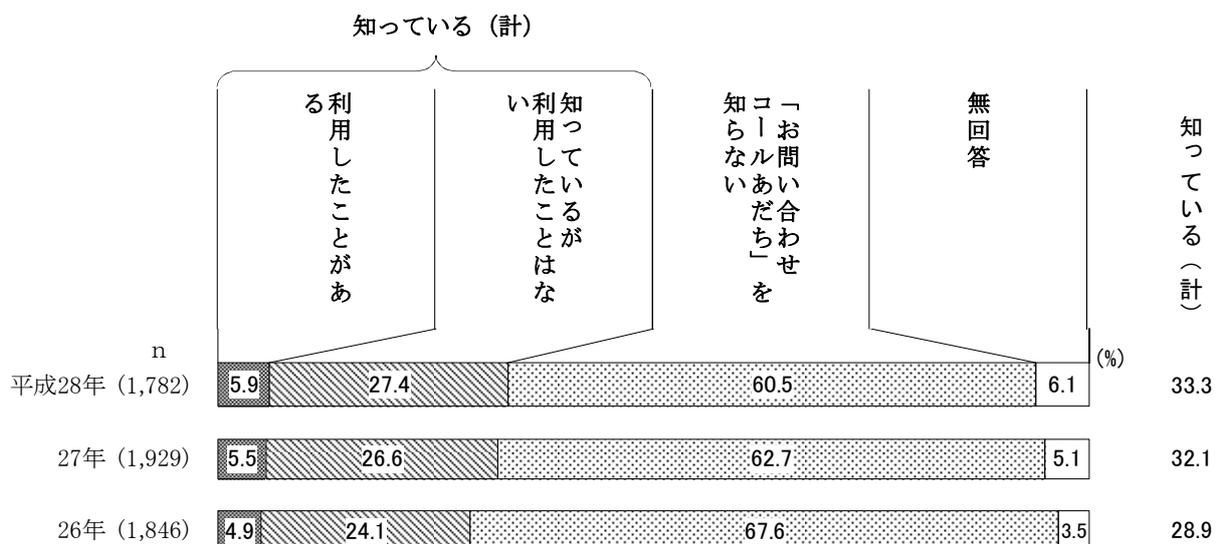
その他（25名の回答）	件数
情報をみつけられない、入手方法がわからないから	12
その他	13

(6) 「お問い合わせコールあだち」の利用状況

■ 【知っている】は微増

問15 あなたは、「お問い合わせコールあだち」を利用したことがありますか（○は1つだけ）。

図4-6-1 経年比較／「お問い合わせコールあだち」の利用状況



「お問い合わせコールあだち」について、「利用したことがある」は5.9%で、これに「知っているが利用したことはない」(27.4%)を合わせた【知っている】は33.3%となっている。一方、「『お問い合わせコールあだち』を知らない」は60.5%を占めている。

経年でみると、【知っている】は今回33.3%で、平成26年以降、微増傾向を示している。

性別で見ると、女性では【知っている】が36.3%と、男性（28.9%）より高くなっている。
 性・年代別で見ると、男性では、70歳以上で【知っている】が39.2%と高くなっているほか、
 50代、60代でも3割前後となっている。
 女性では、30代から70歳以上で各年代とも【知っている】が3割を超え、とくに40代では
 43.8%となっている。

図4-6-2 性別、性・年代別／「お問い合わせコールあだち」の利用状況

