

**平成29年度  
横浜市の広報に関する  
アンケート調査**

**結果報告書**

**(詳細版)**

**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について	.....	P.12
(2): 「広報よこはま」を読む頻度	.....	P.17
「広報よこはま」:主に読まれる部分	.....	P.23
「広報よこはま」:読んで感じる事	.....	P.26
「広報よこはま」:知りたい内容	.....	P.29
「広報よこはま」:読みたいと思う形式	.....	P.32
「広報よこはま」:読んでいない理由	.....	P.35
「広報よこはま」:「広報よこはま拾い読み」	.....	P.39
「広報よこはま」:「横浜トピックス」	.....	P.43
(3): デジタルサイネージの視聴経験	.....	P.48
(4): 市のウェブサイト:利用頻度	.....	P.53
市のウェブサイト:主な利用目的	.....	P.58
市のウェブサイト:必要な情報の探しやすさ	.....	P.62
市のウェブサイト:デザインのわかりやすさ	.....	P.66
市のウェブサイト:期待すること	.....	P.70
市のウェブサイト:利用しない理由	.....	P.74
(5): 市のツイッターで得たい情報	.....	P.78
(6): 季刊誌「横濱」:購読状況	.....	P.82
季刊誌「横濱」:読んだきっかけ	.....	P.86
季刊誌「横濱」:取り上げてほしいテーマ	.....	P.89
季刊誌「横濱」:読んでいない理由	.....	P.92
(7): 「暮らしのガイド」:認知・使用状況	.....	P.95
(8): 広報テレビ番組:「ハマナビ」視聴状況	.....	P.99
広報テレビ番組:「ハマナビ」視聴きっかけ	.....	P.103
広報テレビ番組:「ハマナビ」見ていない理由	.....	P.106
広報ラジオ番組:聴取状況	.....	P.109
広報ラジオ番組:聴取方法	.....	P.113
広報テレビ・ラジオ番組:視聴したいテーマ内容	.....	P.116
(9): 横浜市の広報について:関心ある、充実を望むテーマ	.....	P.120
横浜市の広報について:きっかけとなった広報媒体	.....	P.124
横浜市の広報について:力を入れてほしい広報媒体	.....	P.128
(10): 自由回答の概要	.....	P.136
(11): 市政情報入手媒体と各広報媒体の利用頻度	.....	P.137
(参考)アンケート調査票と提示物(横浜市の広報媒体)	.....	P.139

# 1. 調査の概要

# 調査目的と概要

## 【調査の目的】

横浜市民における、市政情報の入手手段や広報課の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、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20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 2,098票(内外国人19票)- 有効回答標本回収率 42%

### 4) 実施期間

- ・ H29年8月17日～9月4日

### 5) 対象媒体

- ・ 広報紙「広報よこはま」
  - ・ 生活情報誌「暮らしのガイド」
  - ・ 市ウェブサイト
  - ・ 市ツイッター
  - ・ 市メールマガジン
  - ・ 横浜市広報テレビ番組・ラジオ番組（※）
  - ・ 季刊誌「横濱」
  - ・ 広報よこはま拾い読み
  - ・ 横浜トピックス
- ※「ハマナビ」、「ホツと横浜」、「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

- ・ 横浜市市民局広報相談サービス部広報課(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。

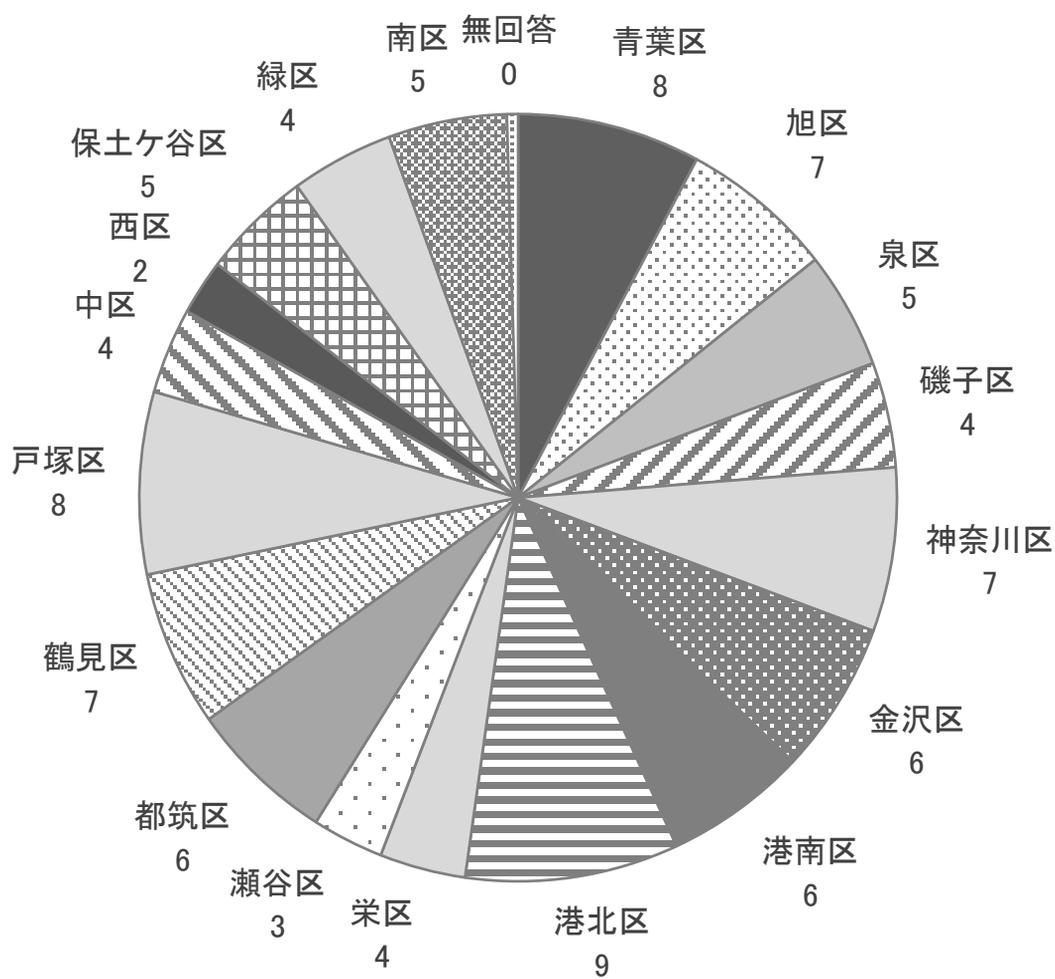
男女、年齢、居住区を表すグラフにおいて、無回答のものは含めていない(P4～6を除く)。

# 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。

(%)



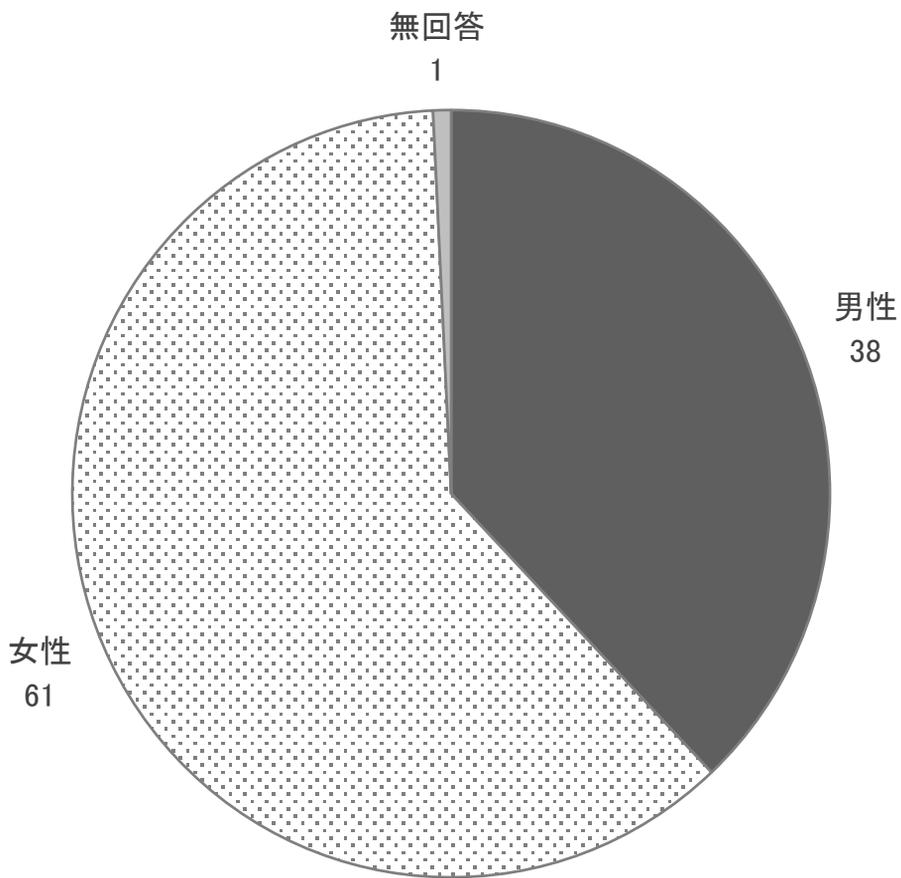
(n=2098)

# 回答者の属性

## 【2. 性別】

◆ F2 あなたの性別をお答えください。

(%)



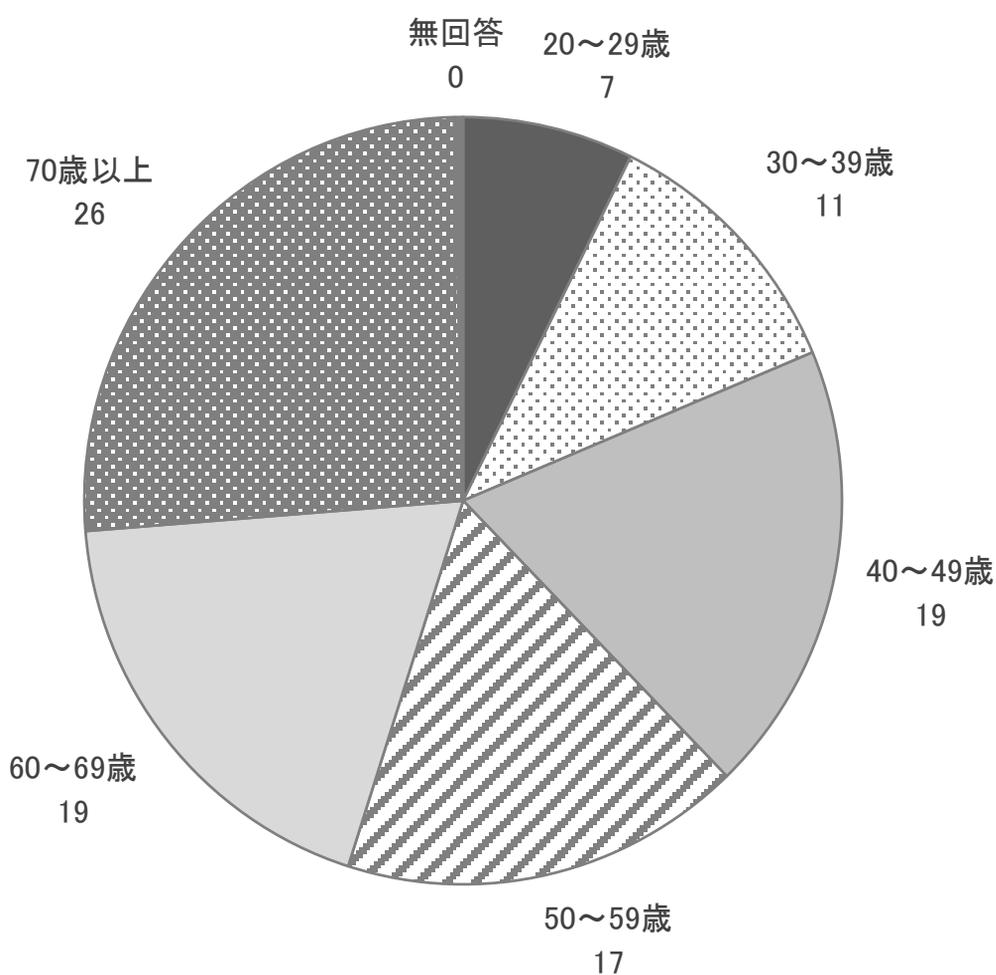
(n=2098)

# 回答者の属性

## 【3. 年齢】

◆ F3 あなたの年齢をお答えください。

(%)



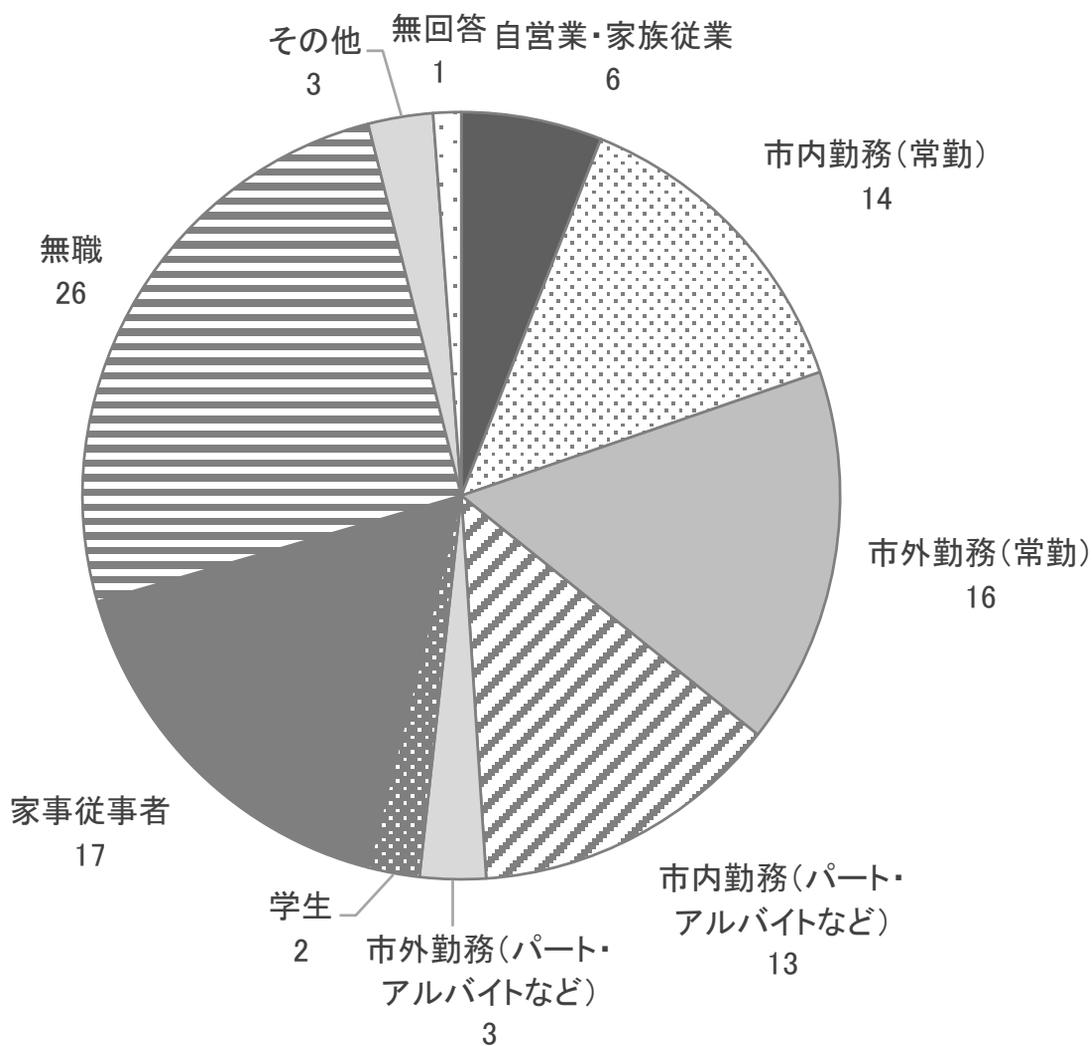
(n=2098)

# 回答者の属性

## 【4. 職業】

◆ F4 あなたの職業等をお答えください。

(%)

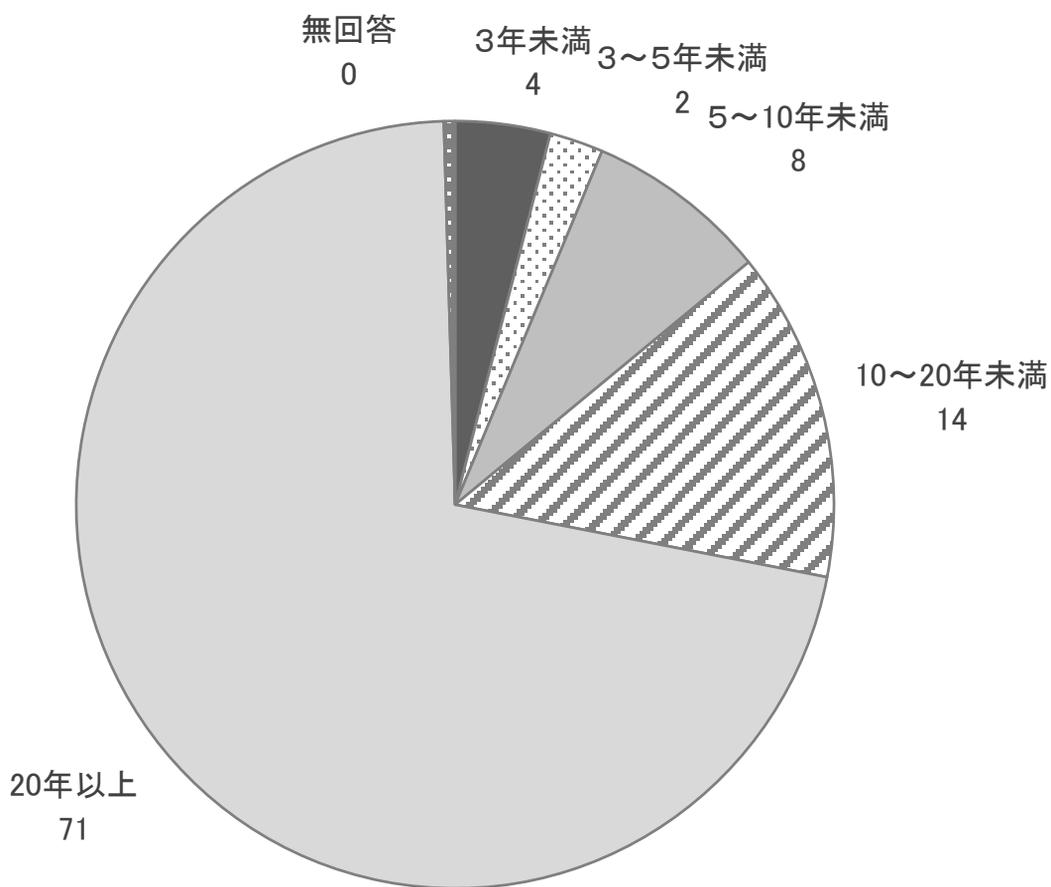


# 回答者の属性

## 【5. 市内居住歴】

◆ F5 横浜に住んで何年になりますか。

(%)



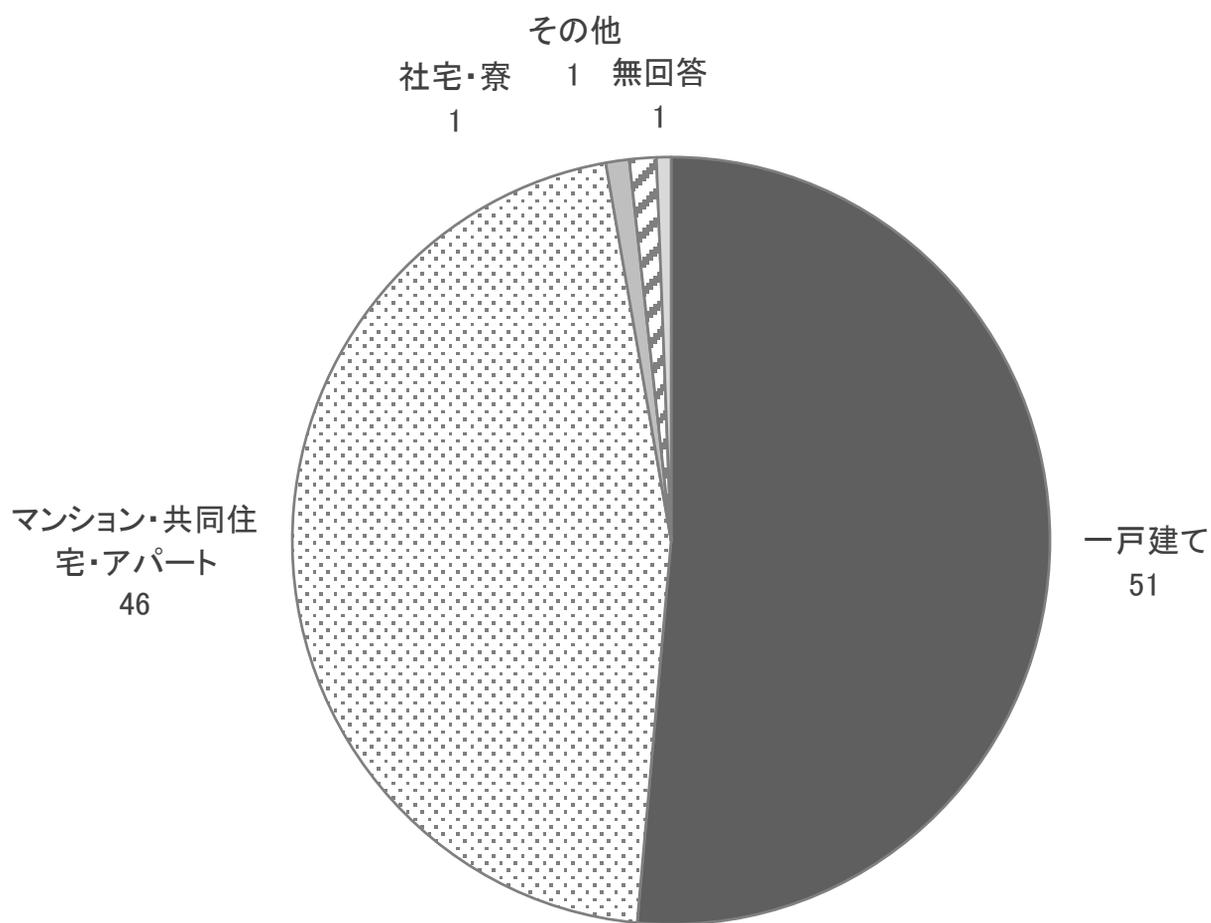
(n=2098)

# 回答者の属性

## 【6. 居住形態】

◆ F6 居住形態をお答えください。

(%)

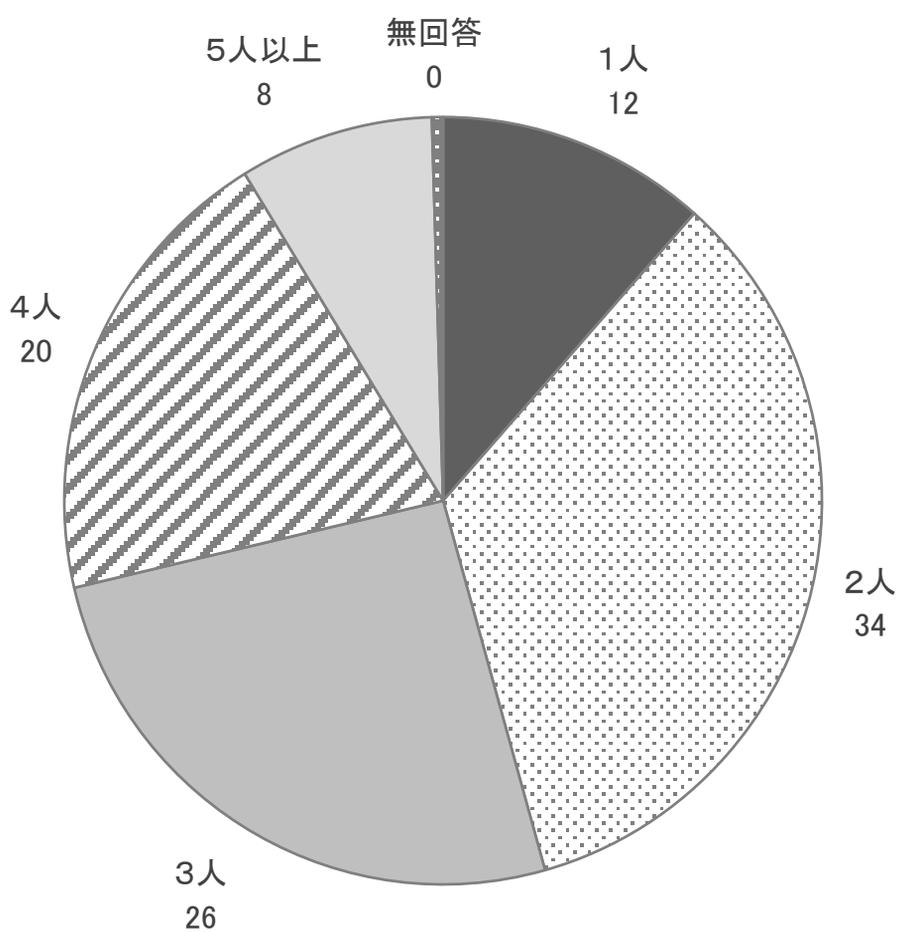


(n=2098)

# 回答者の属性

## 【7. 世帯の人数】

◆ F7 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=2098)

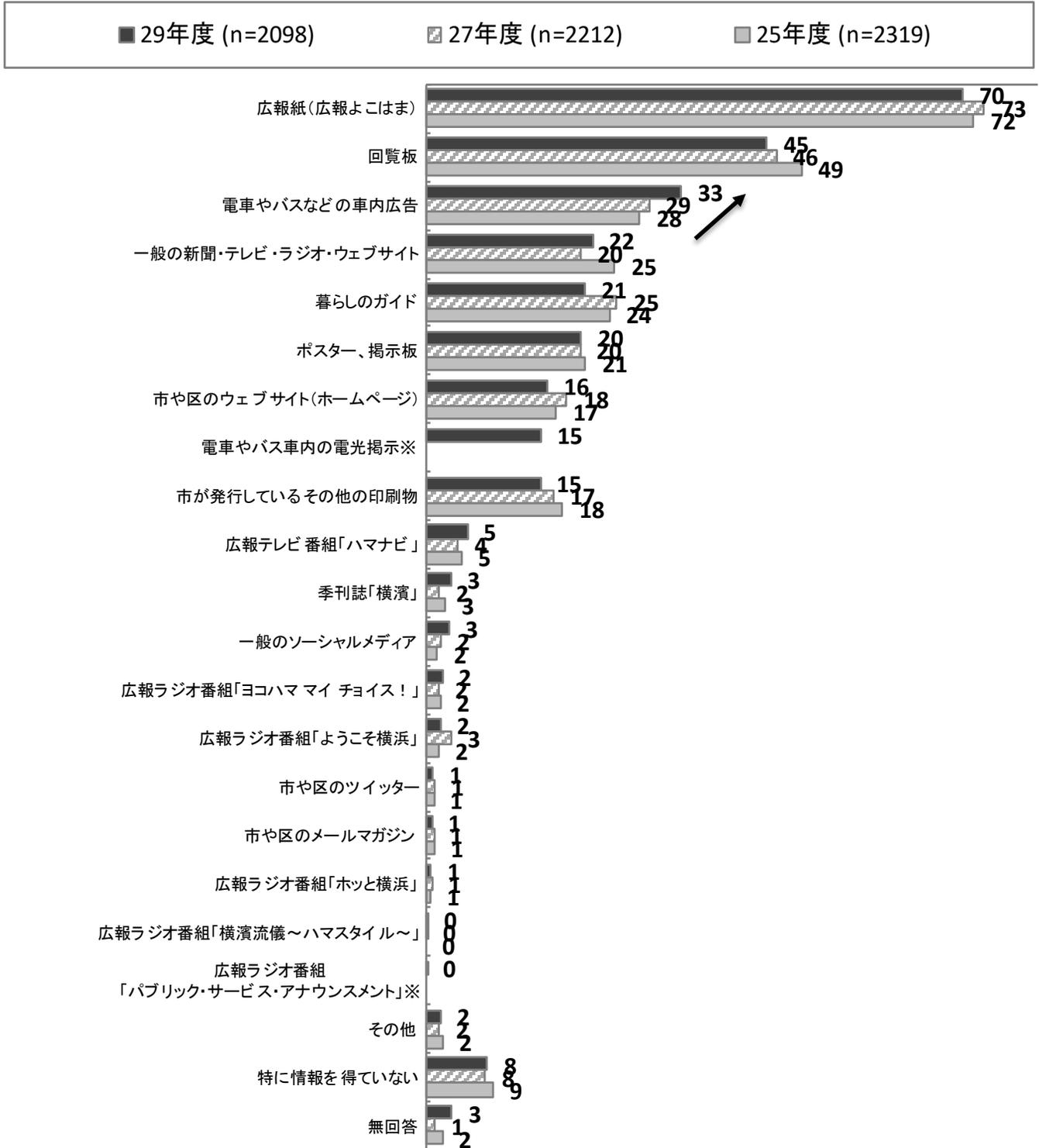
## **2. 調查結果**

# (1) 市政情報の入手方法について

## 【全体・経年比較】

- ・ 市政情報の入手方法として、「広報紙(広報よこはま)」が70%、「回覧板」が45%と高く、25年度、27年度から引き続き主な入手方法となっている。
- ・ 「電車やバスなどの車内広告」は、27年度から4ポイント増加。
- ・ 「広報紙(広報よこはま)」と「暮らしのガイド」は、27年度から3ポイント以上低下。

【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】 (%)



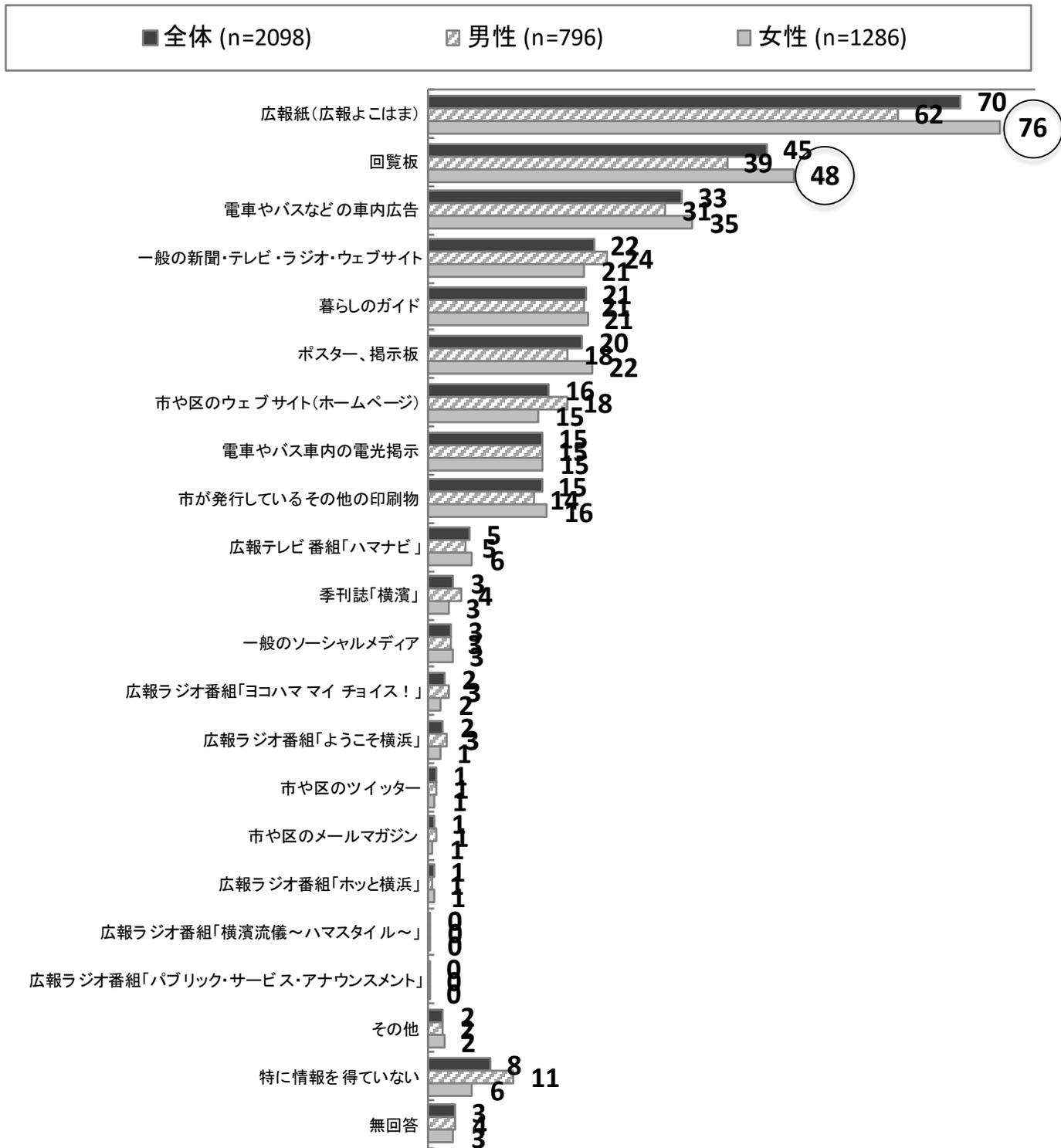
※広報ラジオ番組「パブリック・サービス・アナウンスメント」と電車やバス車内の電光掲示は今回の調査で新たに追加

# (1) 市政情報の入手方法について

## 【性別】

- 「広報紙(広報よこはま)」と「回覧板」で、女性の方が5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】 (%)

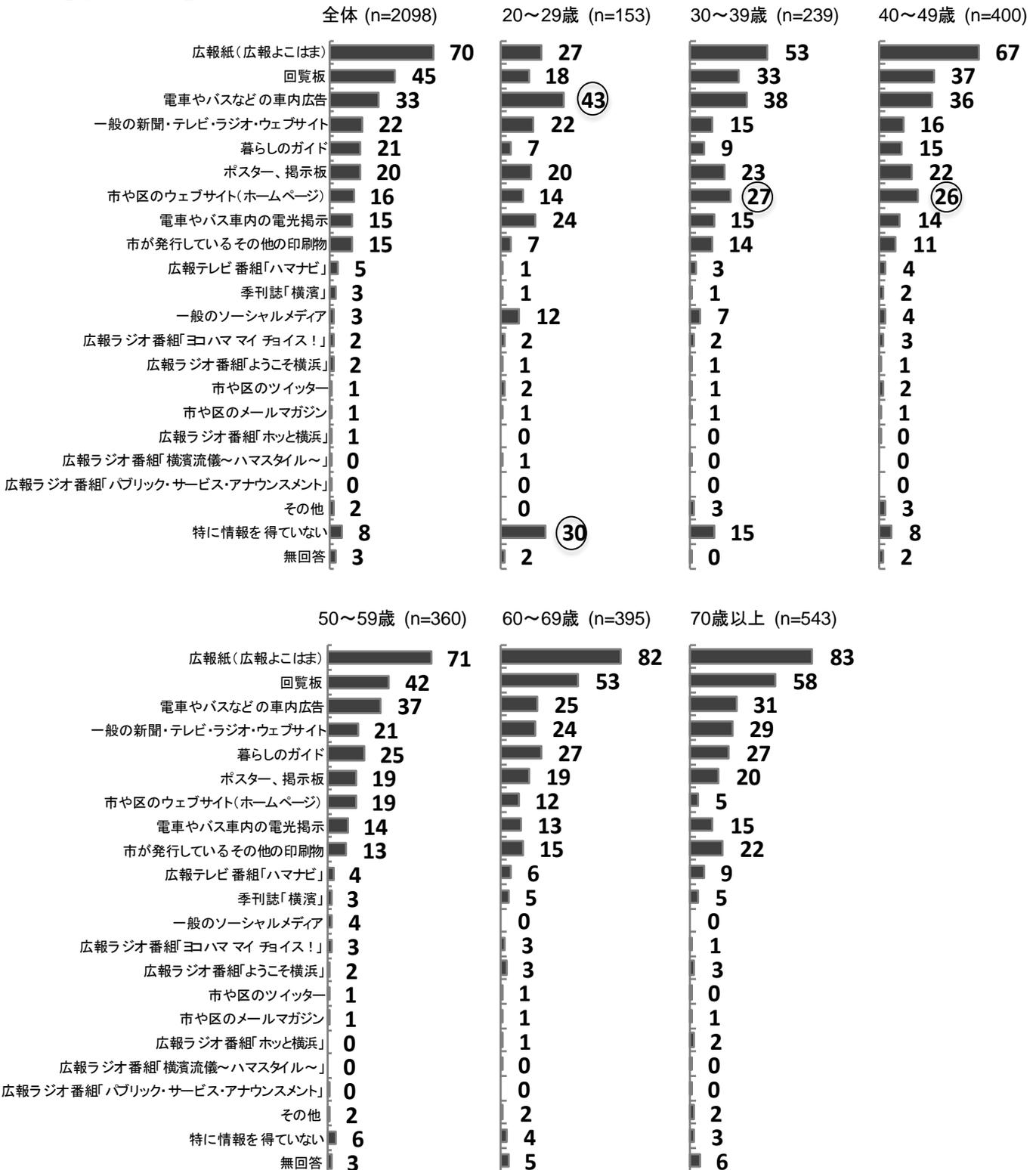


# (1) 市政情報の入手方法について

## 【年齢別】

- ・ 年齢層により、市政情報の入手方法が異なる。
- ・ 20歳代では「電車やバスなどの車内広告」が高いが、「特に情報を得ていない」割合も高い。
- ・ 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。
- ・ 高齢層になるほど、「広報紙(広報よこはま)」、「回覧板」、「暮らしのガイド」の利用率が高くなる傾向が見られる。

【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】 (%)

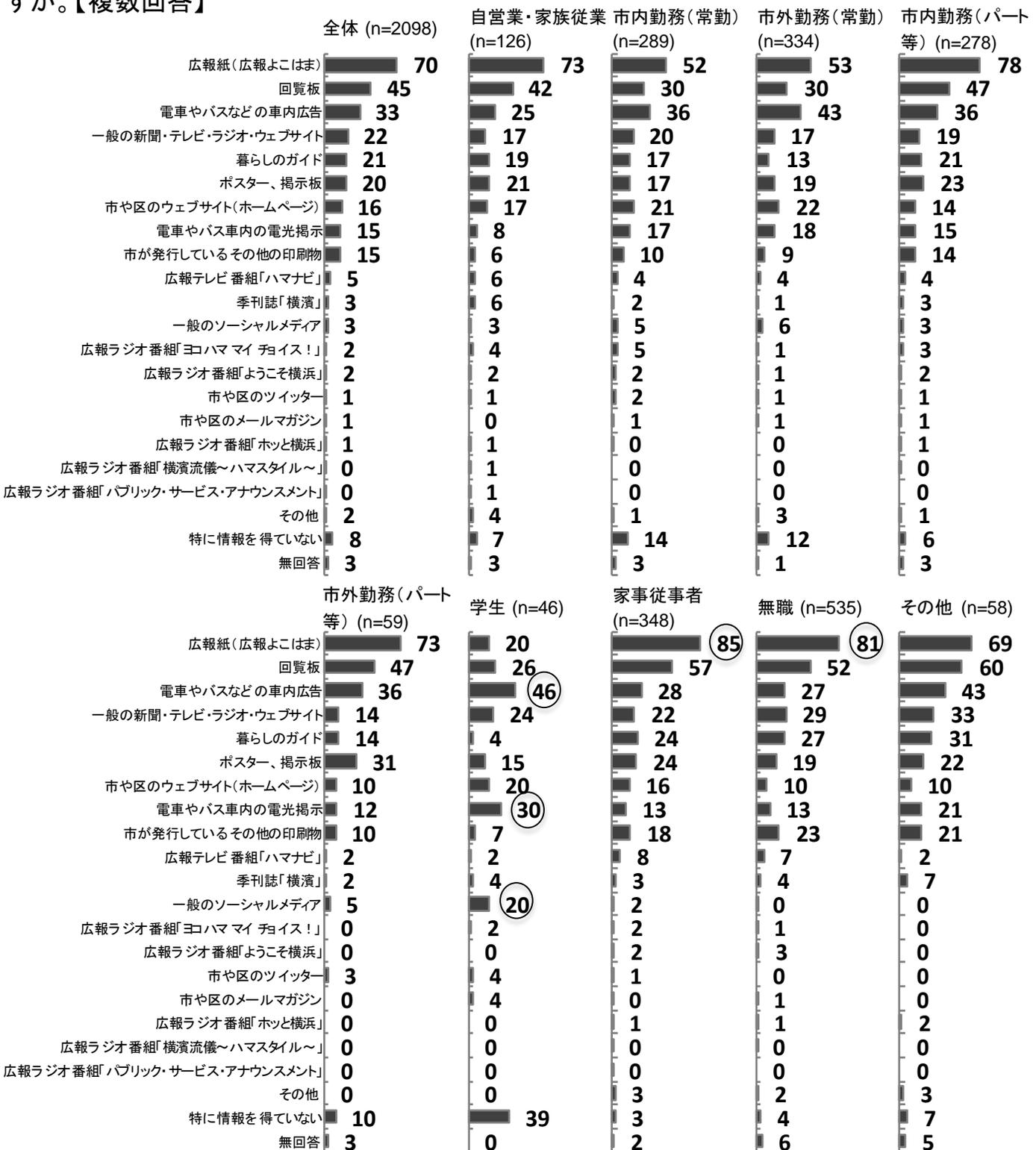


# (1) 市政情報の入手方法について

## 【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全体よりも10ポイント以上高いのに対し、市内勤務(常勤)と市外勤務(常勤)は10ポイント以上低い。
- 学生は、「電車やバスなどの車内広告」、「電車やバス車内の電光掲示」、「一般のソーシャルメディア」の利用が全体に対し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】 (%)



# (1) 市政情報の入手方法について

## 【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が、地区によって利用率に差が見られる。利用率が最も高い栄区と最も低い神奈川区では20ポイント以上の差がある。
- 泉区、金沢区、栄区、南区では、「回覧板」の利用率が全体よりも10ポイント以上高い。
- 栄区では、「一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト」の割合が39%と全体に対し17ポイント高い。

【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】 (%)

	広報紙 (広報よこはま)	回覧板	電車やバスなどの車内広告	一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト	暮らしのガイド	ポスター、掲示板	市や区のウェブサイト(ホームページ)	電車やバス車内の電光掲示	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」	季刊誌「横濱」	一般のソーシャルメディア	広報ラジオ番組「ヨコハママイチヨイス！」	広報ラジオ番組「ようこそ横浜」	市や区のツイッター	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「横濱流儀〜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	無回答
全体 (n=2098)	70	45	33	22	21	20	16	15	15	5	3	3	2	2	1	1	1	0	0	2	8	3
青葉区 (164)	68	44	32	23	24	14	21	9	10	4	1	3	2	1	1	0	0	0	0	2	13	2
旭区 (137)	65	42	30	22	20	23	13	12	18	5	1	1	3	2	1	3	1	0	0	1	9	7
泉区 (104)	77	55	40	22	24	22	18	17	12	5	4	5	5	0	2	0	0	0	0	0	6	3
磯子区 (93)	76	40	29	12	23	22	19	11	19	9	9	3	2	1	2	0	0	1	0	2	6	3
神奈川区 (145)	57	40	35	14	16	25	14	20	15	6	4	1	1	4	1	1	1	0	1	12	3	
金沢区 (135)	79	56	25	22	27	21	9	10	16	5	4	1	1	1	1	0	0	0	0	3	5	4
港南区 (127)	72	41	43	28	26	19	15	19	20	5	7	5	3	6	2	0	2	1	0	4	5	6
港北区 (191)	71	43	36	19	19	18	20	17	13	6	1	5	1	2	1	2	1	0	0	2	8	2
栄区 (77)	81	66	29	39	25	14	13	19	18	5	4	3	4	3	1	1	0	0	0	4	3	4
瀬谷区 (64)	75	47	30	28	25	28	6	9	20	6	6	5	2	3	0	0	0	0	0	5	8	2
都筑区 (131)	66	42	35	20	15	11	20	22	12	1	2	2	1	1	1	0	1	0	0	0	8	2
鶴見区 (138)	67	36	26	21	18	17	15	9	7	4	6	3	2	1	1	0	2	0	0	3	12	4
戸塚区 (161)	73	44	30	19	20	19	19	16	18	6	3	2	2	2	1	1	1	0	0	2	4	3
中区 (76)	70	30	41	25	20	28	20	16	13	4	1	3	3	4	1	1	1	1	3	3	7	1
西区 (49)	69	35	31	16	18	20	10	8	10	8	0	4	2	2	2	0	0	0	0	2	12	4
保土ヶ谷区 (98)	68	39	35	28	19	24	11	10	13	6	2	3	3	0	1	3	0	0	0	0	8	4
緑区 (92)	68	50	33	25	16	32	13	21	16	3	3	2	2	0	0	1	0	0	0	1	11	3
南区 (106)	72	57	42	20	22	22	17	23	22	13	3	7	3	3	0	1	1	0	1	5	4	

※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

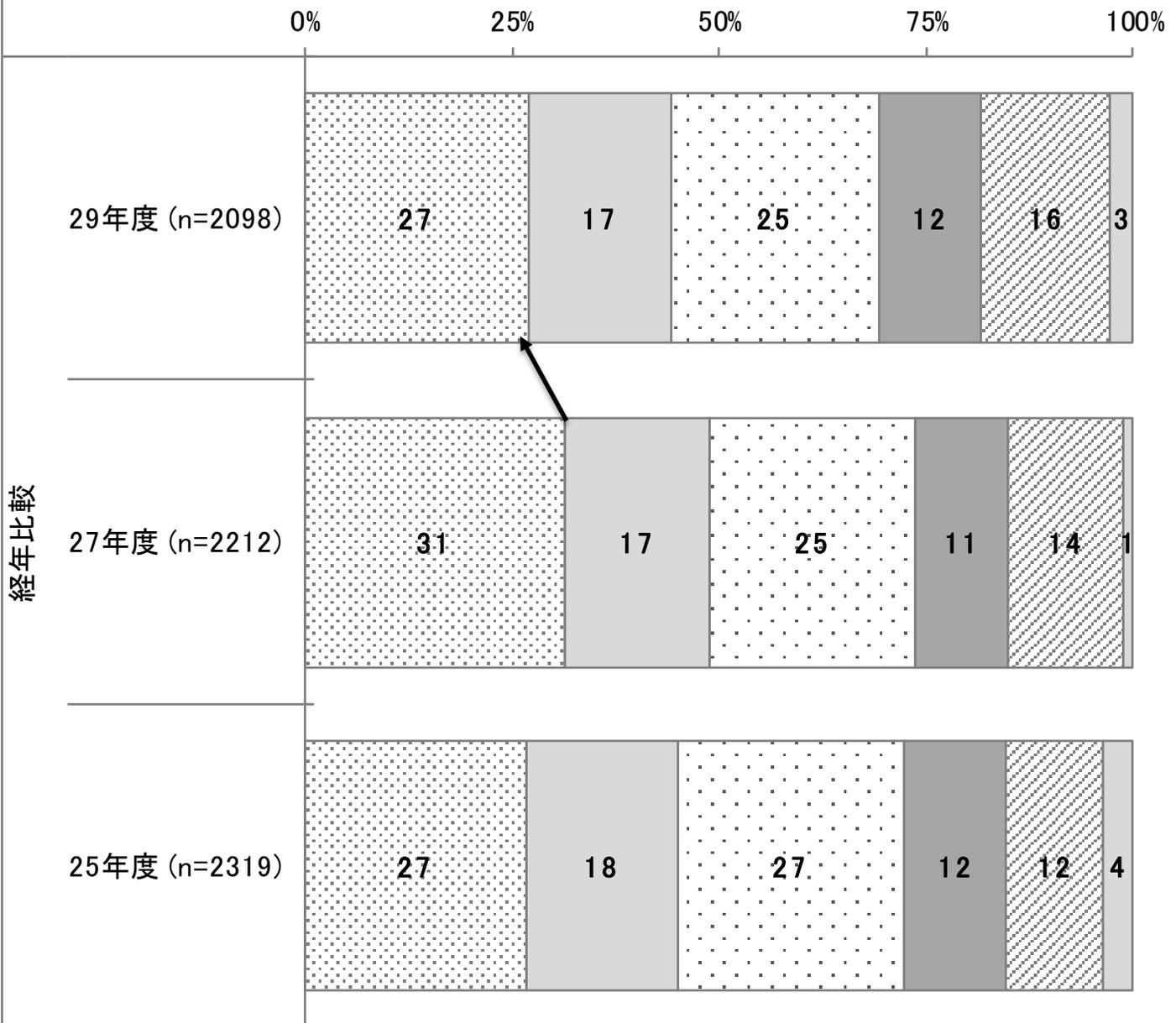
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【全体・経年比較】

- 「広報よこはま」を「毎月読む」人の割合が、27年度より4ポイント低下している。

【問2】「広報よこはま」を読んでいますか。

□毎月読む □ほとんど毎月読む □たまに読む ■ほとんど読まない □読まない □無回答



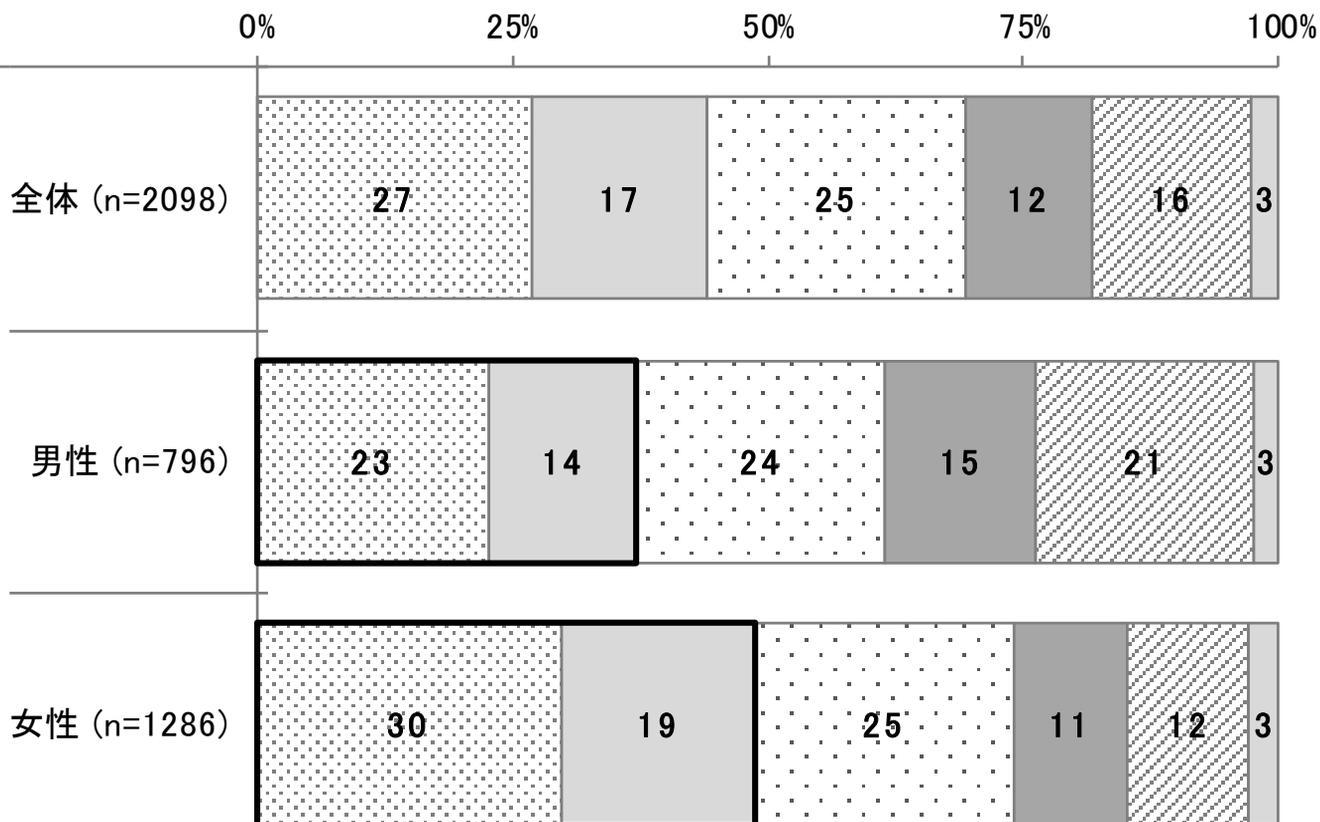
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【性別】

- 男性に比べ、女性の「広報よこはま」を読む割合が高い。「毎月読む」と「ほとんど毎月読む」の合計は男性37%に対して女性が49%と12ポイント高い。

【問2】「広報よこはま」を読んでいますか。

□毎月読む □ほとんど毎月読む □たまに読む ■ほとんど読まない □読まない □無回答



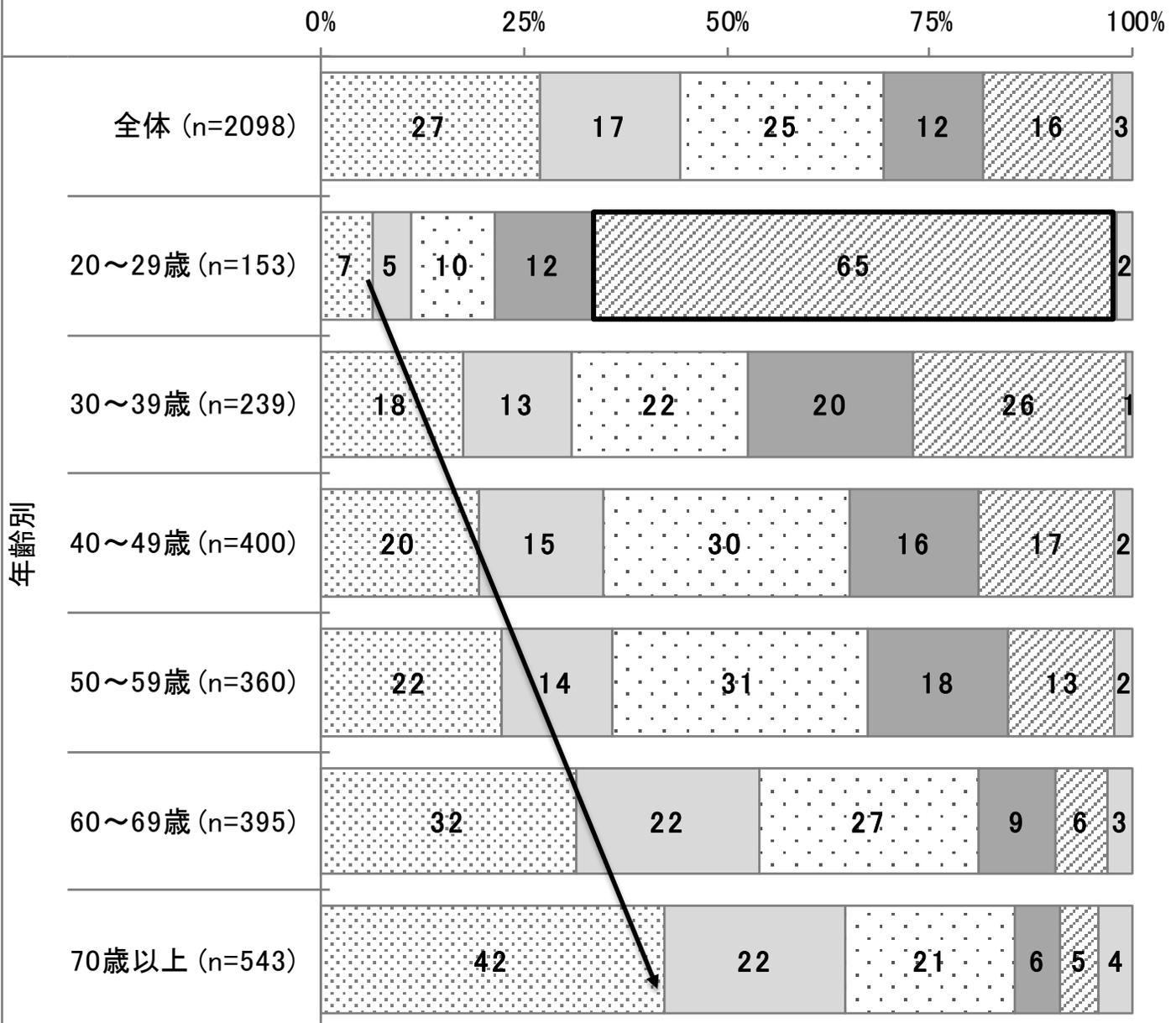
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【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い。20歳代では、「読まない」割合が65%を占める。

【問2】「広報よこはま」を読んでいますか。

□毎月読む □ほとんど毎月読む □たまに読む ■ほとんど読まない □読まない □無回答



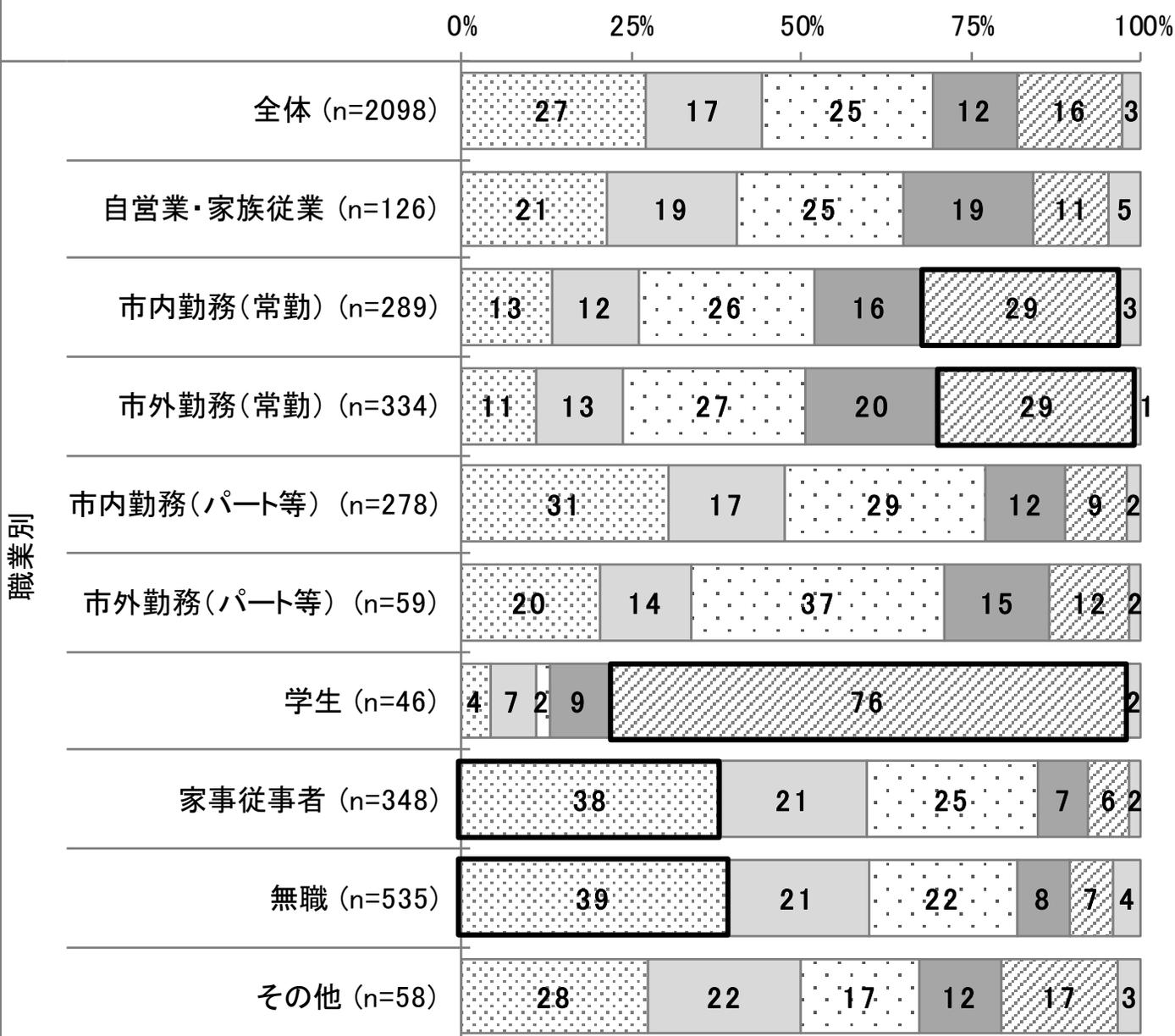
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【職業別】

- ・ 家事従事者と無職で、「広報よこはま」を「毎月読む」人の割合が全体と比較し10ポイント以上高い。
- ・ 一方、市内勤務(常勤)、市外勤務(常勤)、学生で、「読まない」人の割合が全体と比較し10ポイント以上高い。

【問2】「広報よこはま」を読んでいますか。

□毎月読む □ほとんど毎月読む □たまに読む ■ほとんど読まない □読まない □無回答



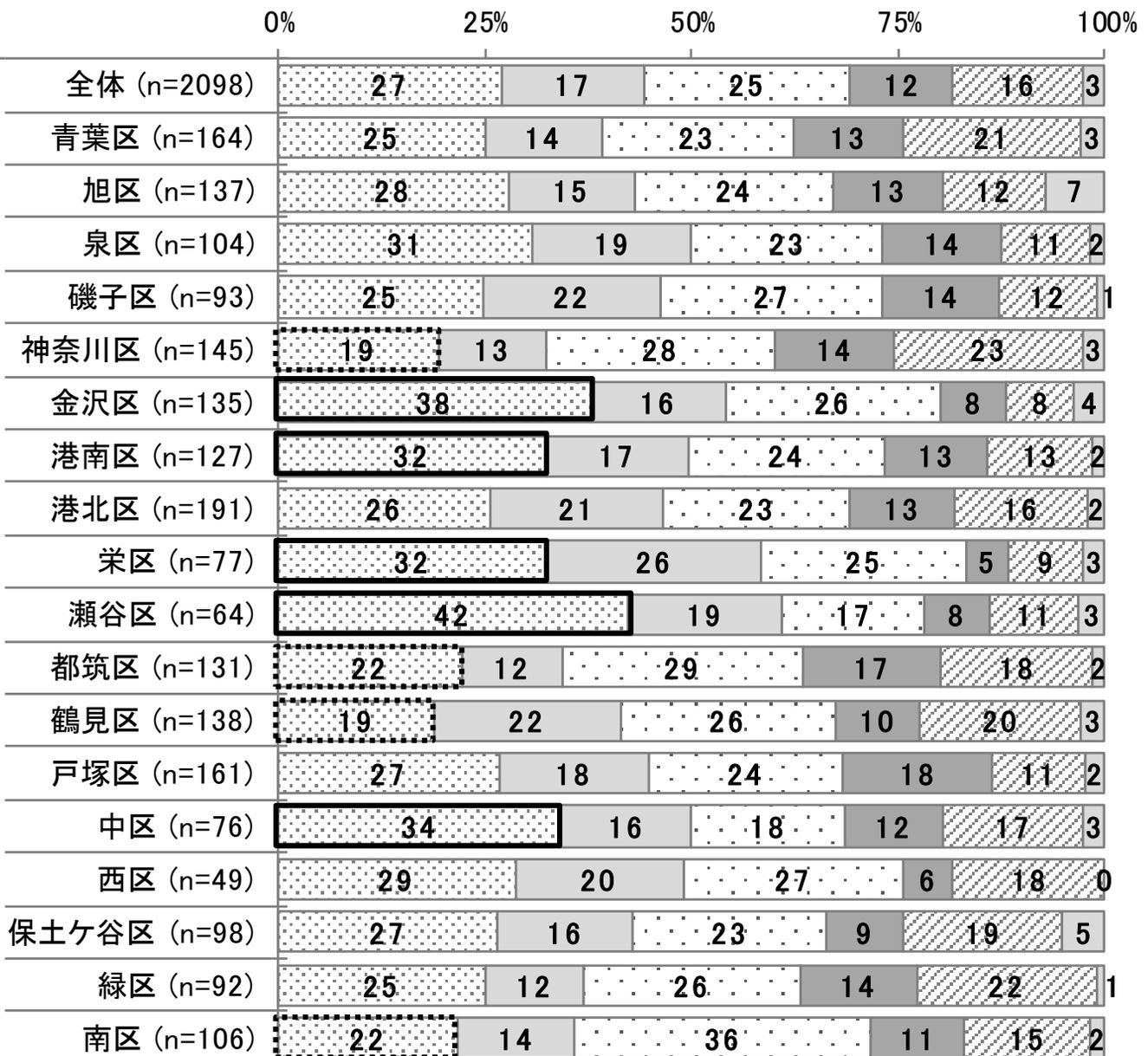
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【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、瀬谷区、金沢区、中区、港南区、栄区で全体と比較し5ポイント以上高い。反対に、神奈川区、鶴見区、南区、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。

□毎月読む □ほとんど毎月読む □たまに読む □ほとんど読まない □読まない □無回答



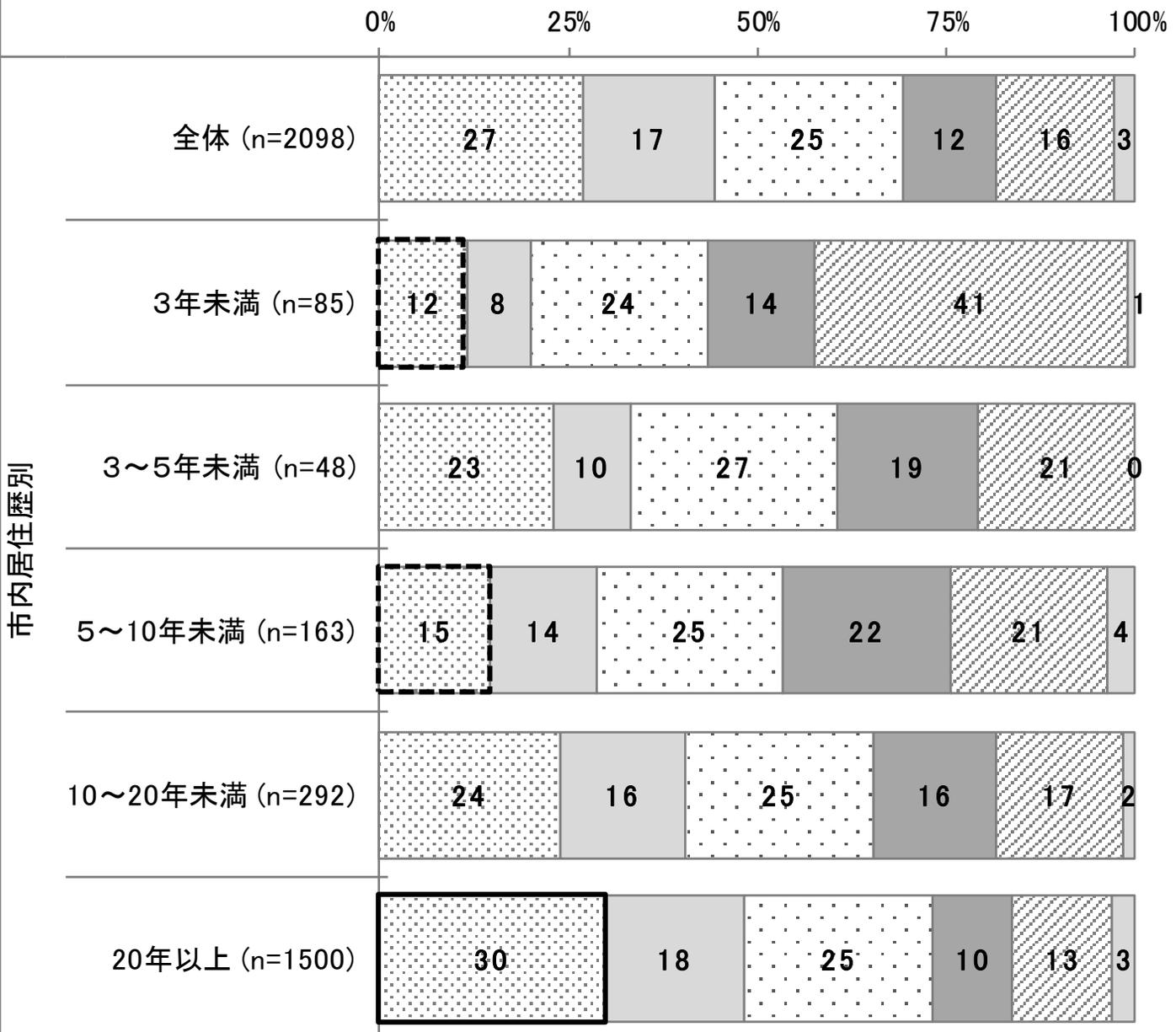
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【市内居住歴別】

- 市内居住歴で、「広報よこはま」を読む頻度に差が見られる。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12%、「5～10年未満」が15%と低い。

【問2】「広報よこはま」を読んでいますか。

□毎月読む □ほとんど毎月読む □たまに読む ■ほとんど読まない □読まない □無回答



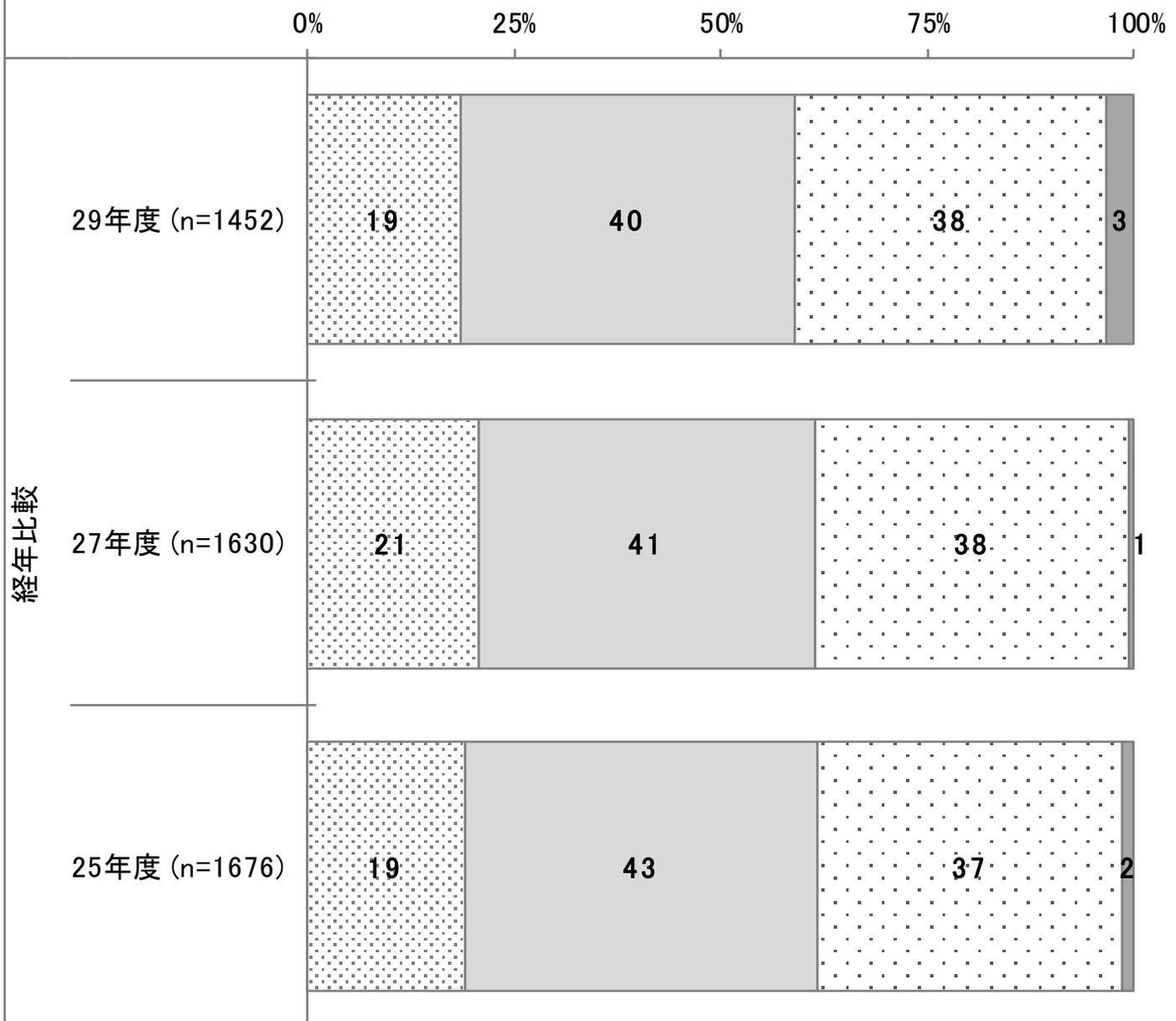
## (2)「広報よこはま」:主に読まれる部分

### 【全体・経年比較】

- ・ 「広報よこはま」の主に読まれている部分は、「市・区の催し・講座、各施設のお知らせ」が40%と最も高いが、「特に決めていない」人も38%を占める。
- ・ 「広報よこはま」の主に読まれている部分は、27年度から大きな変化は見られない。

【問3】「広報よこはま」のどの部分を主に読みますか。

- 市・区の特集や企画などの記事(市・区的主要な事業や計画など)
- 市・区の催し・講座、各施設のお知らせ
- 特に決めていない
- 無回答



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」

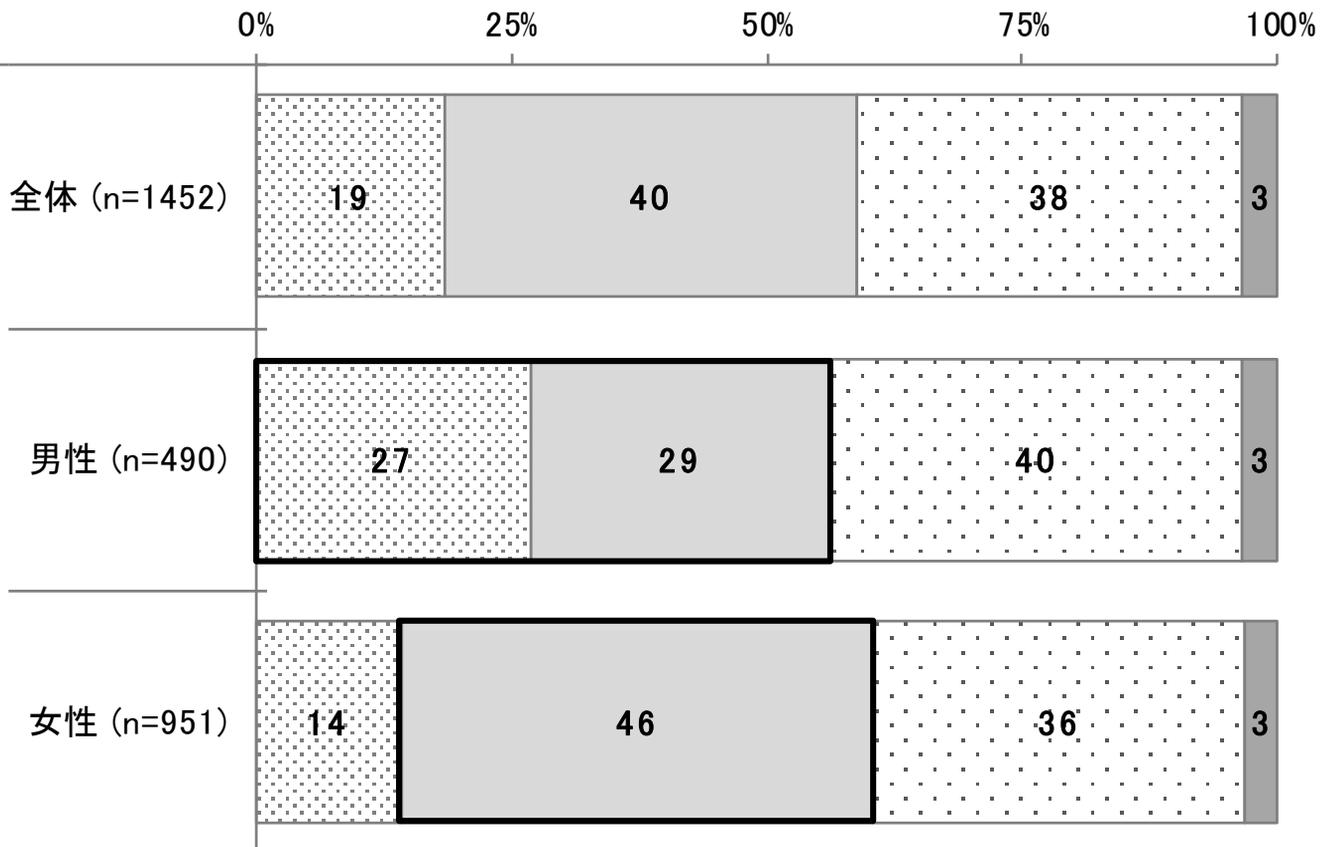
## (2)「広報よこはま」:主に読まれる部分

### 【性別】

- ・ 性別で、「広報よこはま」の主に読まれている部分に差が見られる。
- ・ 男性は、「市・区の催し・講座、各施設のお知らせ」(29%)と「市・区の特集や企画などの記事(市・区的主要な事業や計画など)」(27%)がほぼ同等であるが、女性は、「市・区の催し・講座、各施設のお知らせ」が46%を占め圧倒的に高い。

【問3】「広報よこはま」のどの部分を主に読みますか。

- 市・区の特集や企画などの記事(市・区的主要な事業や計画など)
- 市・区の催し・講座、各施設のお知らせ
- 特に決めていない
- 無回答



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」

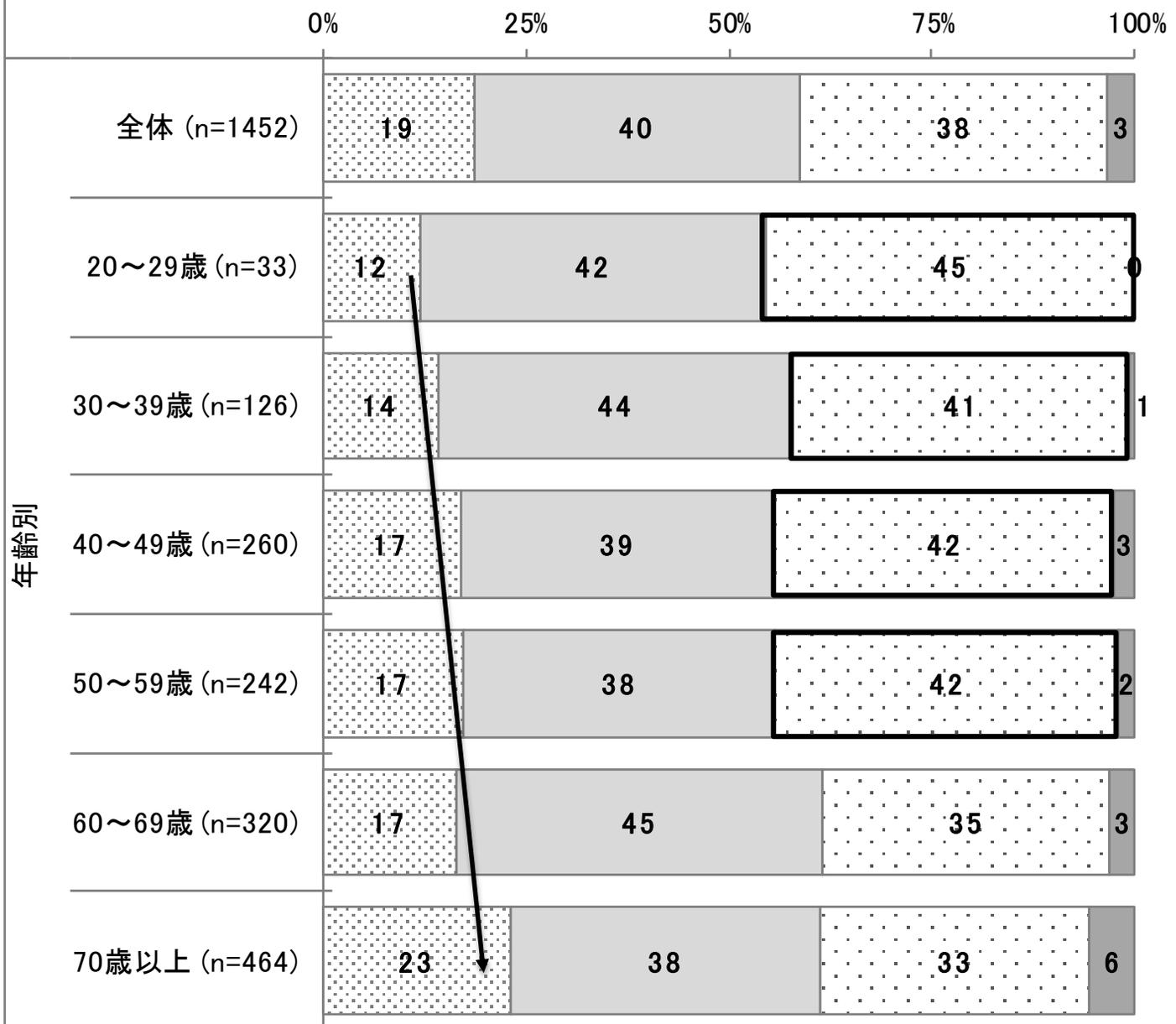
## (2)「広報よこはま」:主に読まれる部分

### 【年齢別】

- 年齢層に関係なく、「市・区の催し・講座、各施設のお知らせ」を主に読んでいる人が多い。
- 年齢層が高くなるにつれ、「市・区の特集や企画などの記事(市・区の主な事業や計画など)」を主に読む割合が高くなる。
- 20歳代から50歳代の約4割は、主に読む部分を特に決めていない。

【問3】「広報よこはま」のどの部分を主に読みますか。

- 市・区の特集や企画などの記事(市・区の主な事業や計画など)
- 市・区の催し・講座、各施設のお知らせ
- 特に決めていない
- 無回答



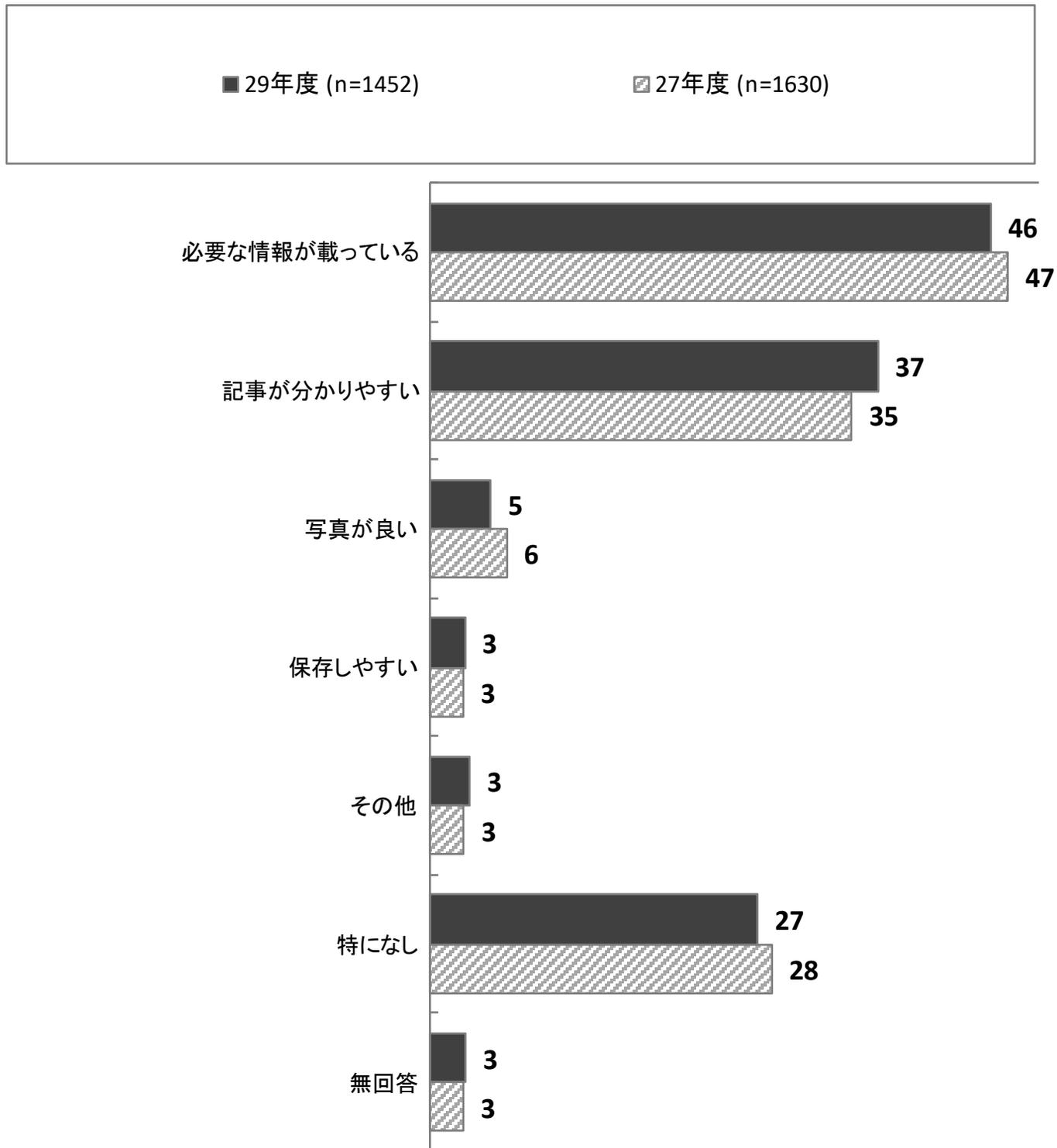
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

## (2)「広報よこはま」:読んで感じること

### 【全体・経年比較】

- 29年度の「広報よこはま」を読んで感じることは、「必要な情報が載っている」が46%と最も高く、次いで「記事が分かりやすい」が37%と高い。
- 27年度と比較すると、大きな変化は見られない。

【問4】「広報よこはま」を読んで、どのように感じますか。【複数回答】 (%)



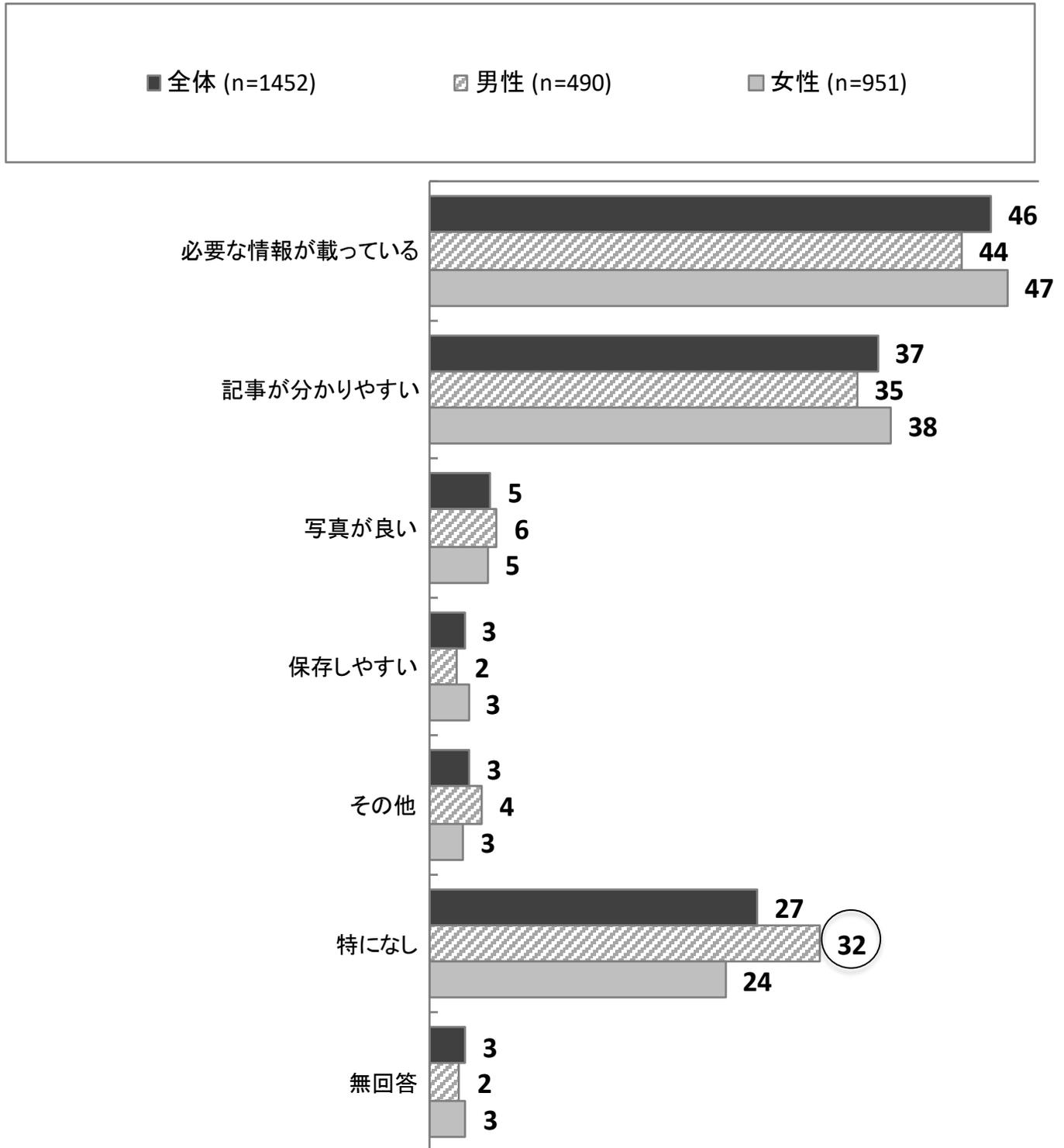
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

## (2)「広報よこはま」:読んで感じること

### 【性別】

- 男性は、「特になし」が32%と女性よりも8ポイント高い。

【問4】「広報よこはま」を読んで、どのように感じますか。【複数回答】 (%)



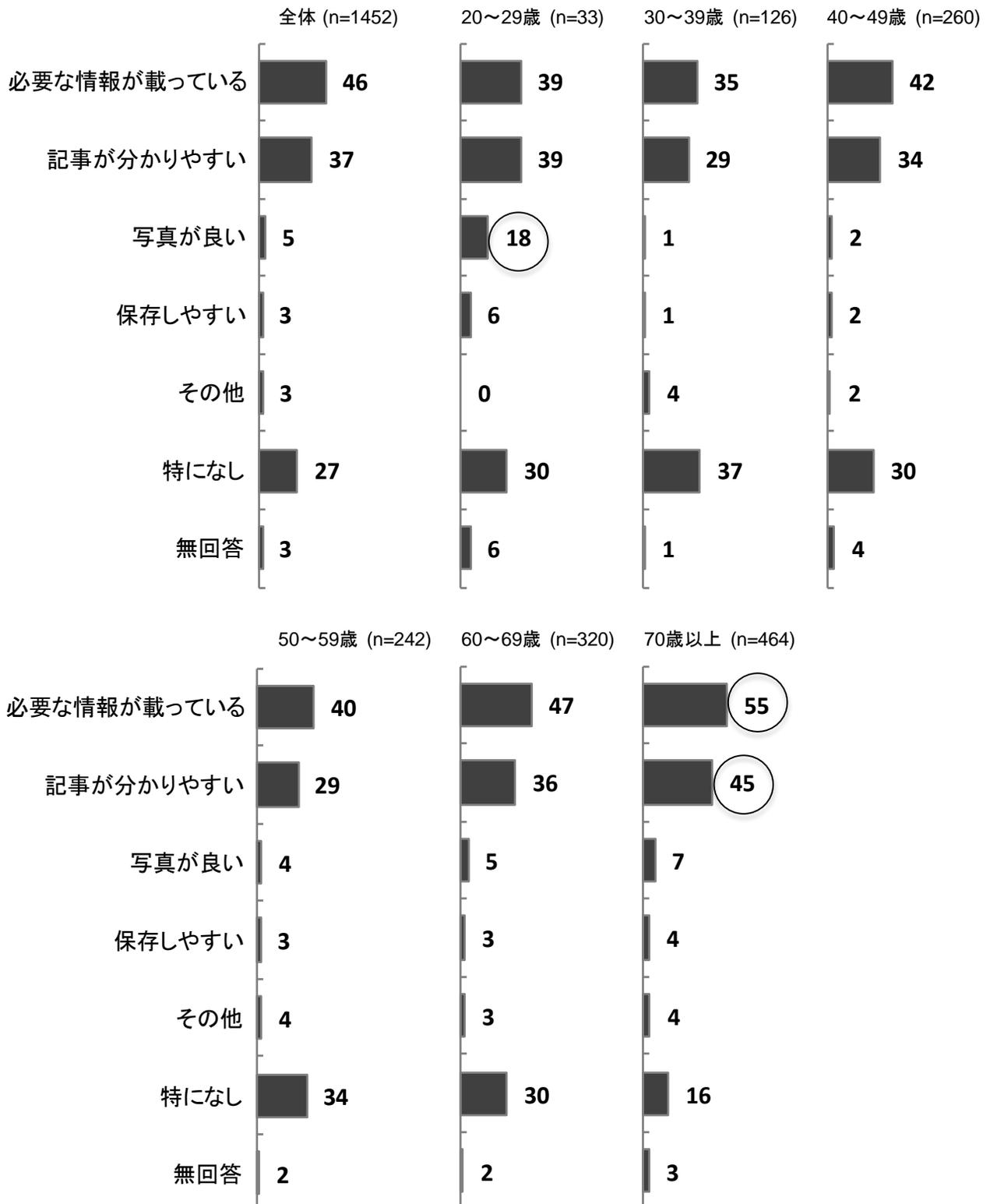
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

## (2)「広報よこはま」:読んで感じること

### 【年齢別】

- 70歳以上で、「記事が分かりやすい」と「必要な情報が載っている」が全体よりも8ポイント以上高い。
- 20歳代は、「写真が良い」が全体よりも13ポイント高い。

【問4】「広報よこはま」を読んで、どのように感じますか。【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」

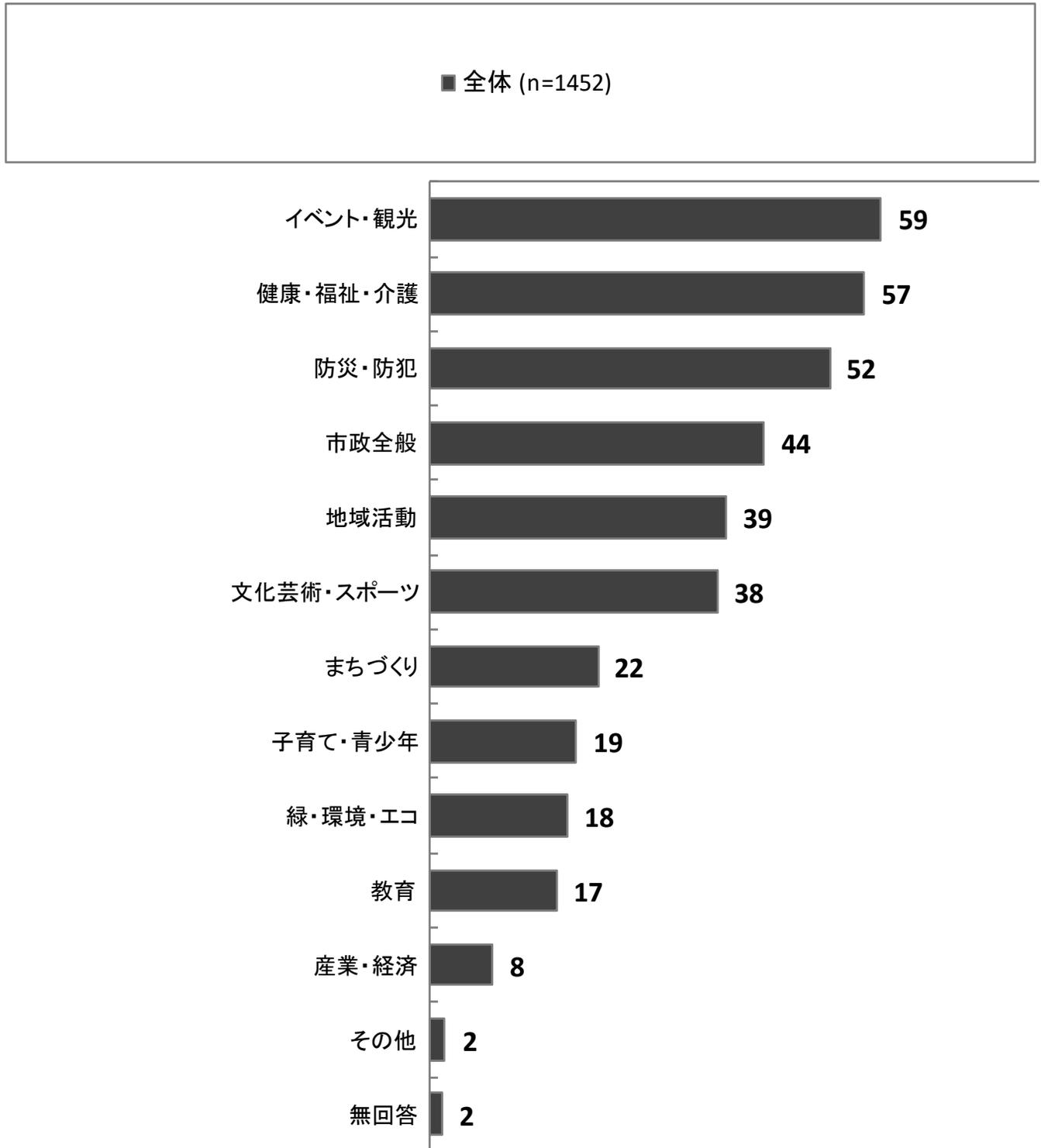
## (2)「広報よこはま」:知りたい内容

### 【全体】

- 「広報よこはま」で知りたい内容は、「イベント・観光」が59%と最も多く、「健康・福祉・介護」が57%、「防災・防犯」が52%と続く。

【問5】「広報よこはま」で、どのようなことを知りたいですか。【複数回答】

(%)



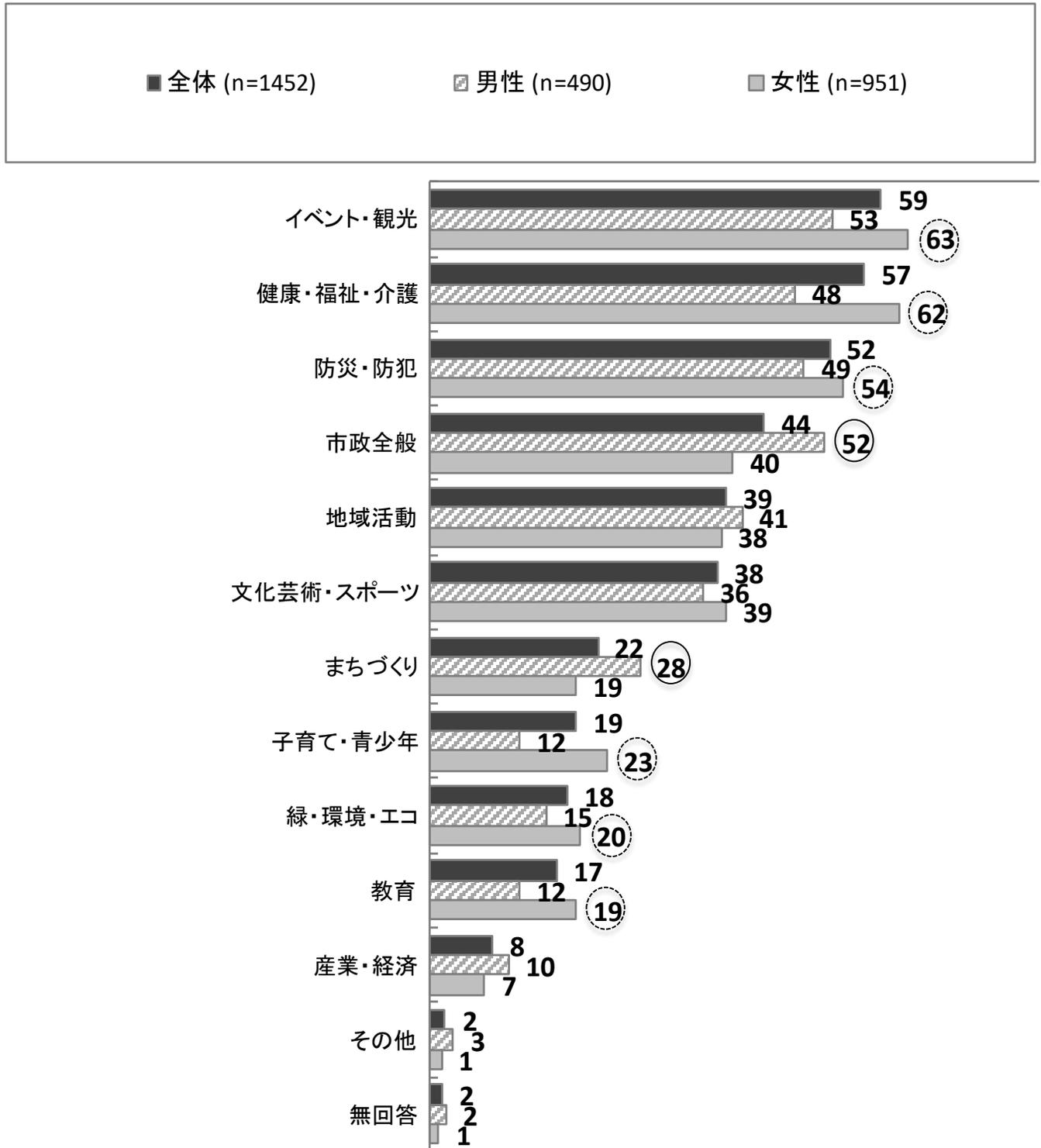
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

## (2)「広報よこはま」:知りたい内容

### 【性別】

- ・ 性別で、「広報よこはま」の知りたい内容に違いが見られる。
- ・ 女性は、「イベント・観光」、「健康・福祉・介護」、「防災・防犯」、「子育て・青少年」、「緑・環境・エコ」、「教育」の項目で、男性を5ポイント以上上回る。
- ・ 男性は、「市政全般」と「まちづくり」で女性を5ポイント以上上回る。

【問5】「広報よこはま」で、どのようなことを知りたいですか。【複数回答】 (%)



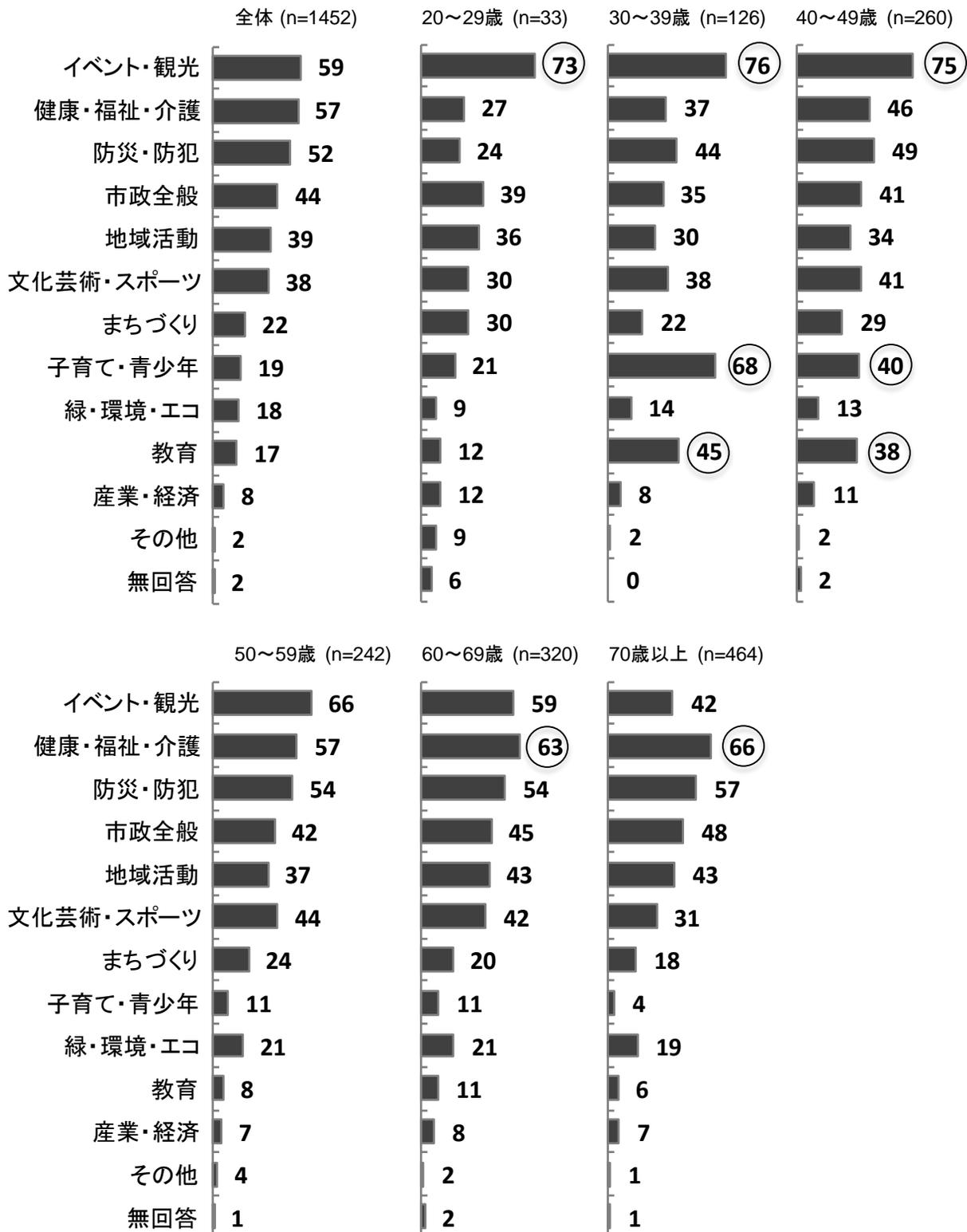
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

## (2)「広報よこはま」:知りたい内容

### 【年齢別】

- ・ 年齢層で、「広報よこはま」の知りたい内容に違いが見られる。
- ・ 20歳代では、「イベント・観光」が全体よりも10ポイント以上高い。
- ・ 30歳代と40歳代では、「イベント・観光」、「子育て・青少年」、「教育」が全体よりも10ポイント以上高い。
- ・ 60歳代と70歳代では、「健康・福祉・介護」が全体よりも5ポイント以上高い。

【問5】「広報よこはま」で、どのようなことを知りたいですか。【複数回答】 (%)



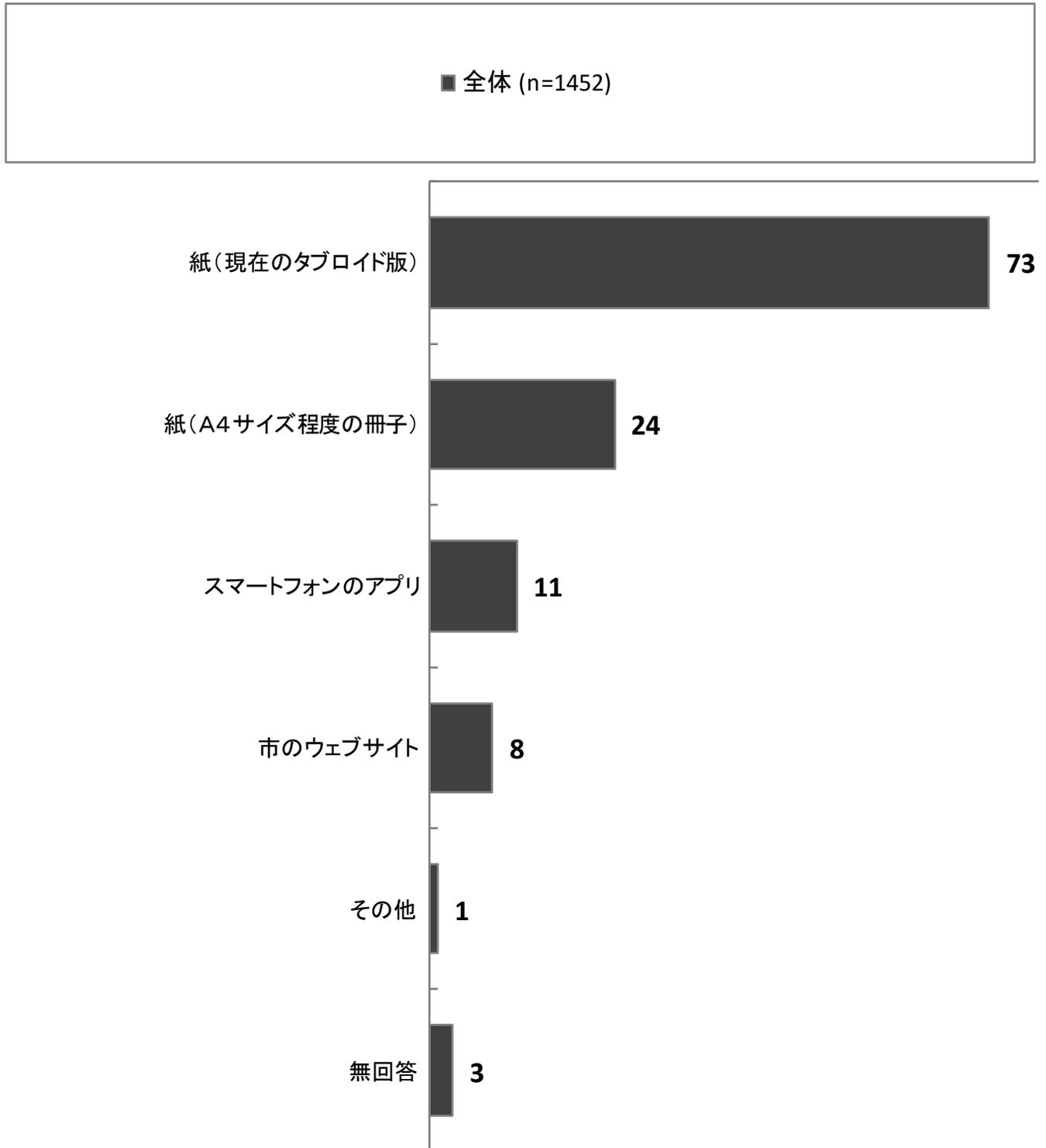
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

## (2)「広報よこはま」:読みたいと思う形式

### 【全体】

- 「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73%と最も高い。

【問6】「広報よこはま」を、どのような形式で読みたいですか。【複数回答】 (%)



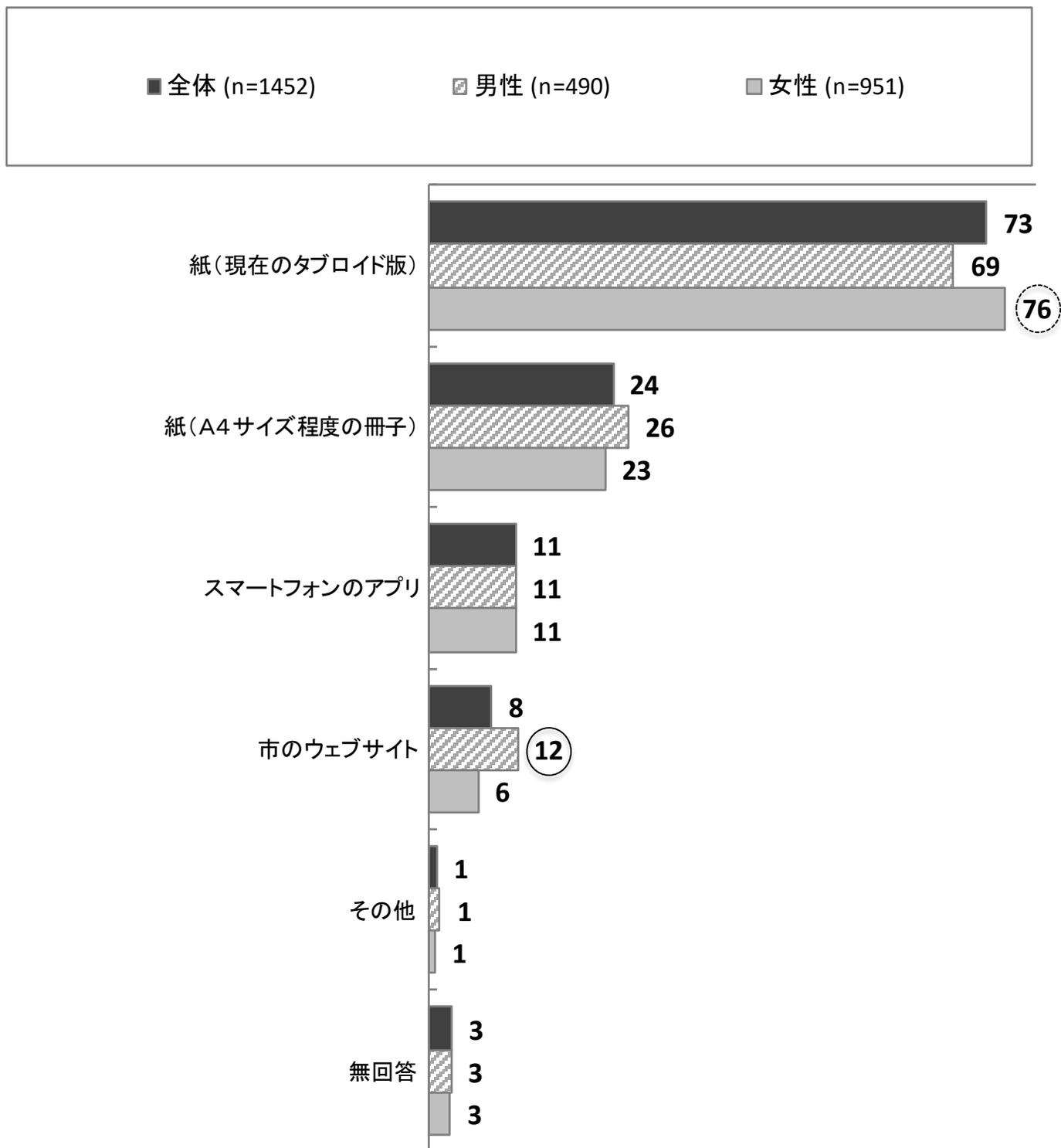
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

## (2)「広報よこはま」:読みたいと思う形式

### 【性別】

- ・ 女性は、「紙(現在のタブロイド版)」が男性よりも7ポイント高い。
- ・ 男性は、「市のウェブサイト」が女性よりも6ポイント高い。

【問6】「広報よこはま」を、どのような形式で読みたいですか。【複数回答】 (%)



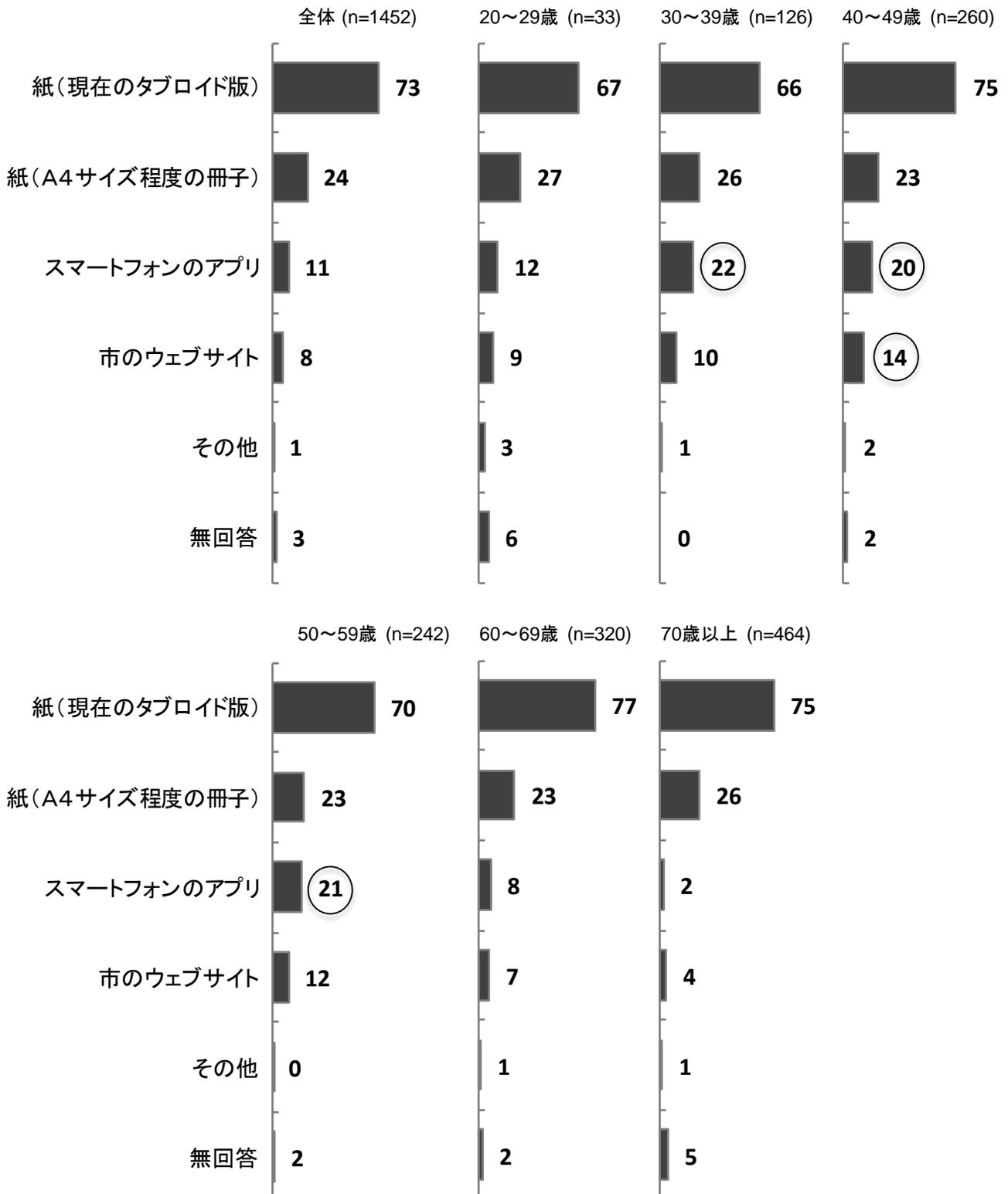
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

## (2)「広報よこはま」:読みたいと思う形式

### 【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。
- 30歳代から50歳代では、「スマートフォンのアプリ」が全体よりも約10ポイント高い。
- 40歳代は、「市のウェブサイト」が全体よりも6ポイント高い。

【問6】「広報よこはま」を、どのような形式で読みたいですか。【複数回答】 (%)



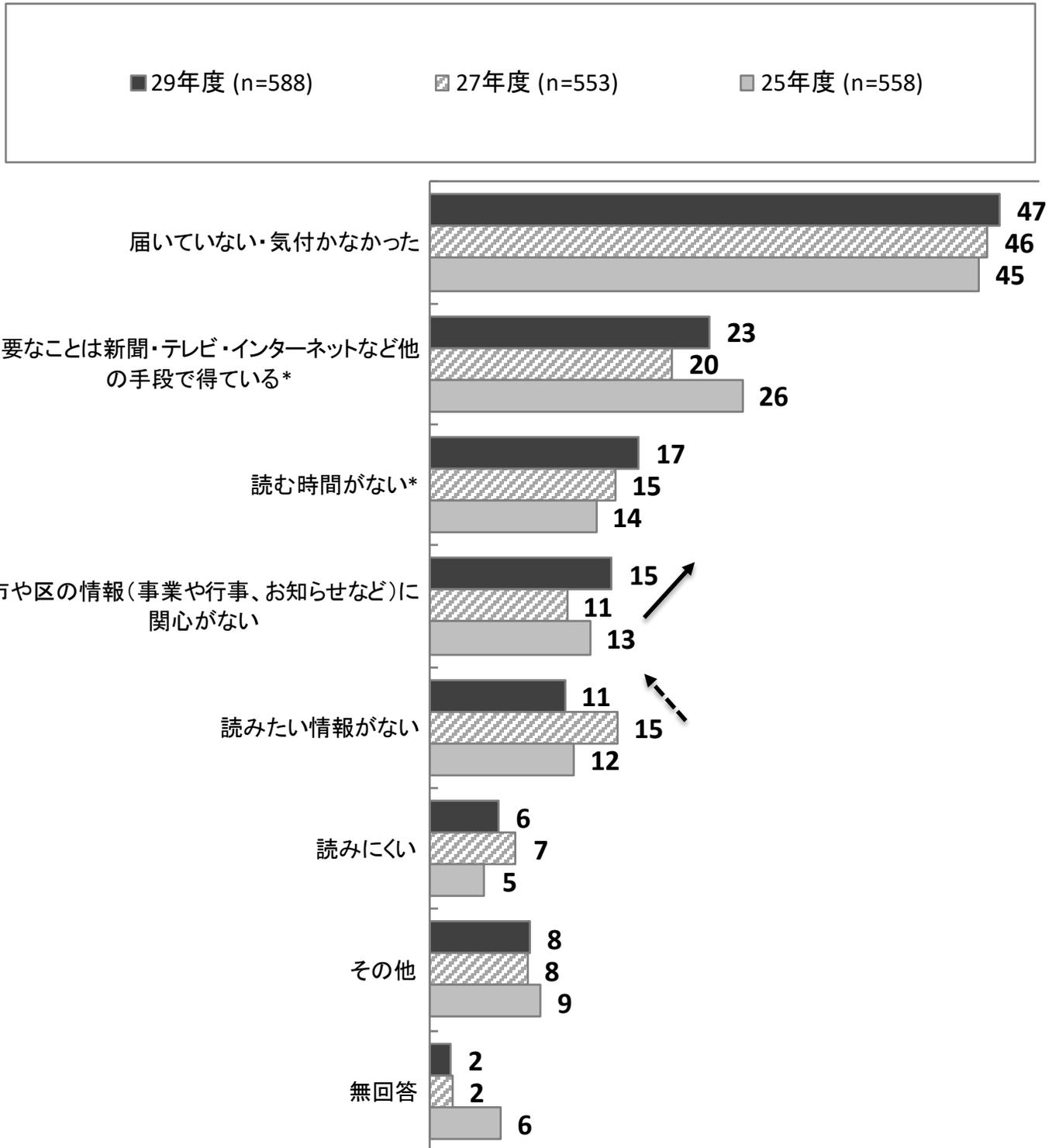
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

## (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47%と最も高い。
- ・ 27年度と比較すると、「市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない」が+4ポイントとやや増加。「読みたい情報がない」は-4ポイントとやや低下している。

【問7】「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」

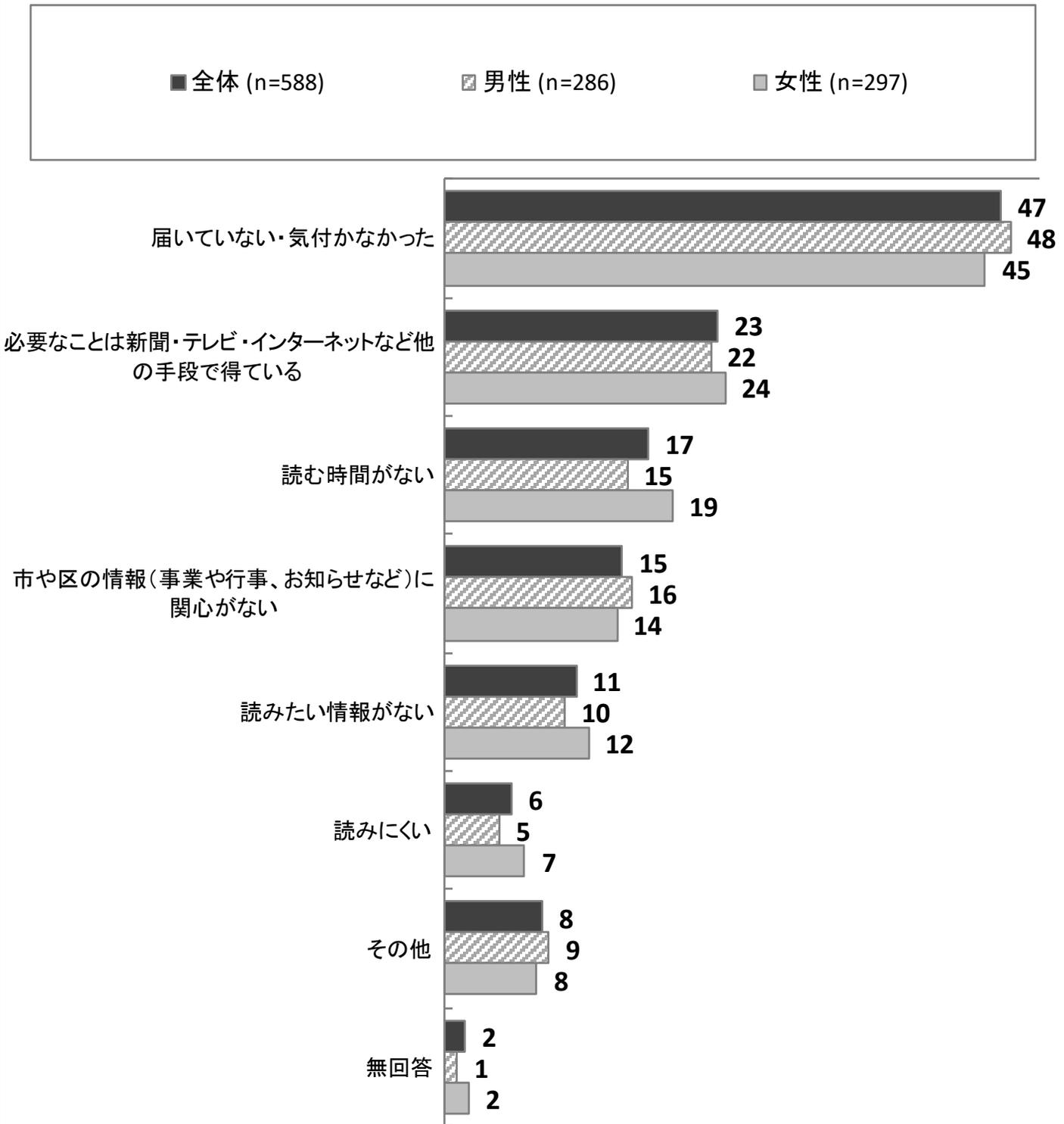
\*今回の調査にて選択肢表記を変更したため経年変化は参考値

## (2)「広報よこはま」:読んでいない理由

### 【性別】

- 男女で、「広報よこはま」を読んでいない理由に大きな差は見られない。

【問7】「広報よこはま」を読んでいない理由は何ですか。【複数回答】 (%)



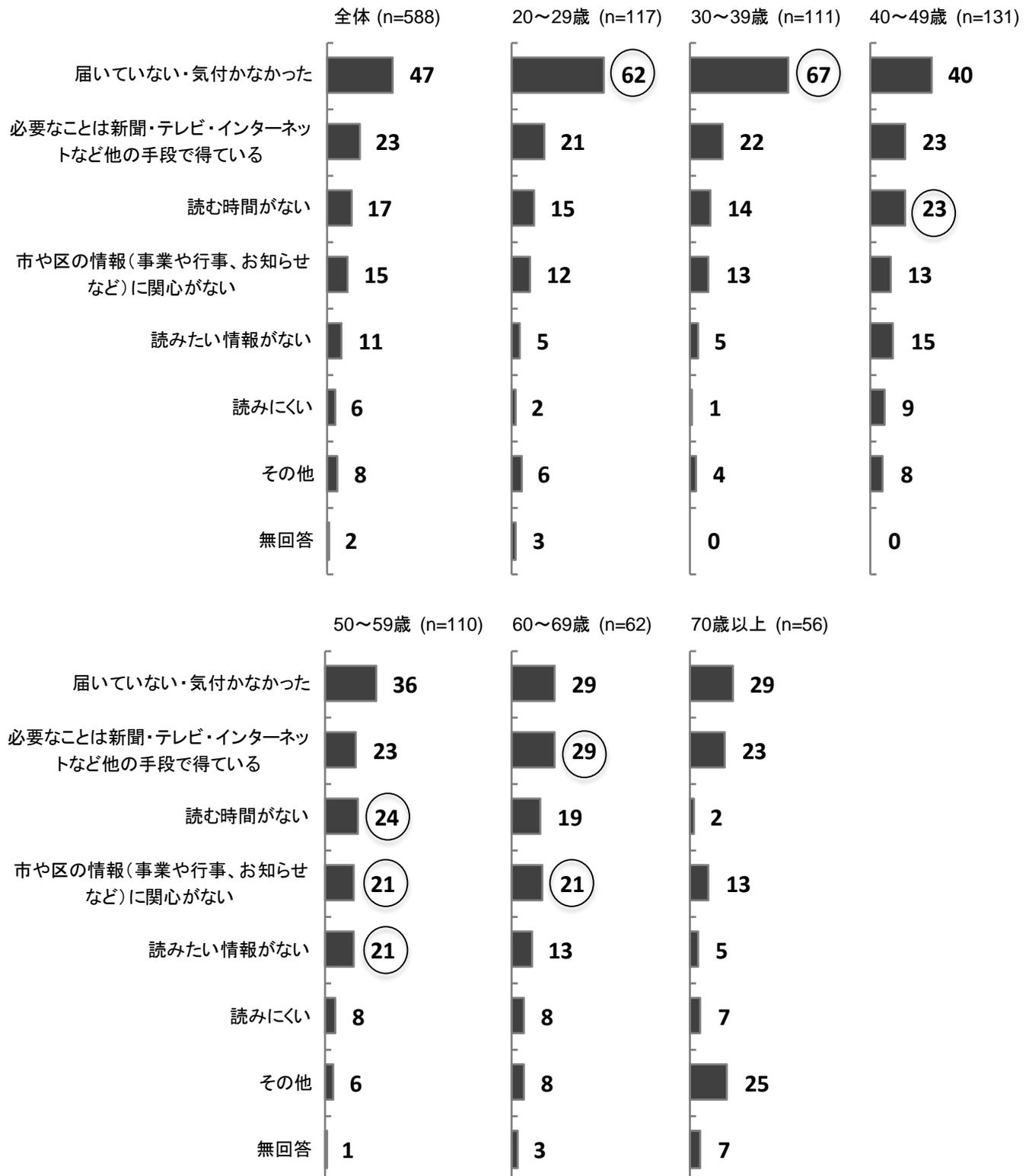
集計ベース：「広報よこはま」を「読まない/ほとんど読まない」

## (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。
- ・ 20歳代と30歳代では、「届いていない・気付かなかった」が全体よりも15ポイント以上高い。
- ・ 40歳代では、「読む時間がない」が全体よりも5ポイント以上高い。
- ・ 50歳代では、「読む時間がない」、「市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない」、「読みたい情報がない」が全体よりも5ポイント以上高い。
- ・ 60歳代では、「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」と「市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない」が5ポイント以上高い。

【問7】「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」

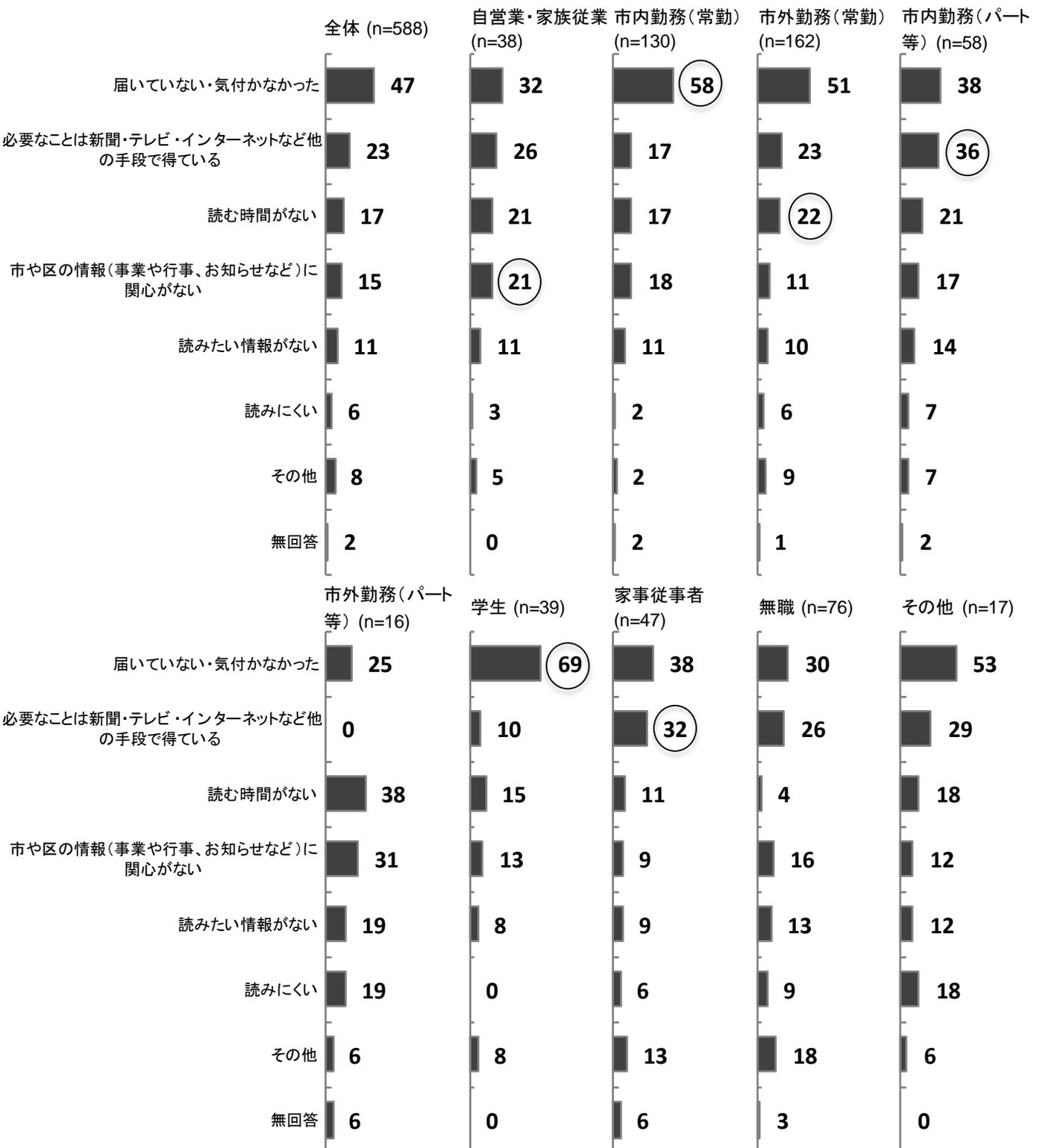
## (2)「広報よこはま」:読んでいない理由

### 【職業別】

- 自営業・家族従業は、「市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない」、市内勤務(常勤)と学生は「届いていない・気付かなかった」、市内勤務(パート等)と家事従事者は「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」、市外勤務(常勤)は「読む時間がない」が全体よりも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7】「広報よこはま」を読んでいない理由は何ですか。【複数回答】 (%)



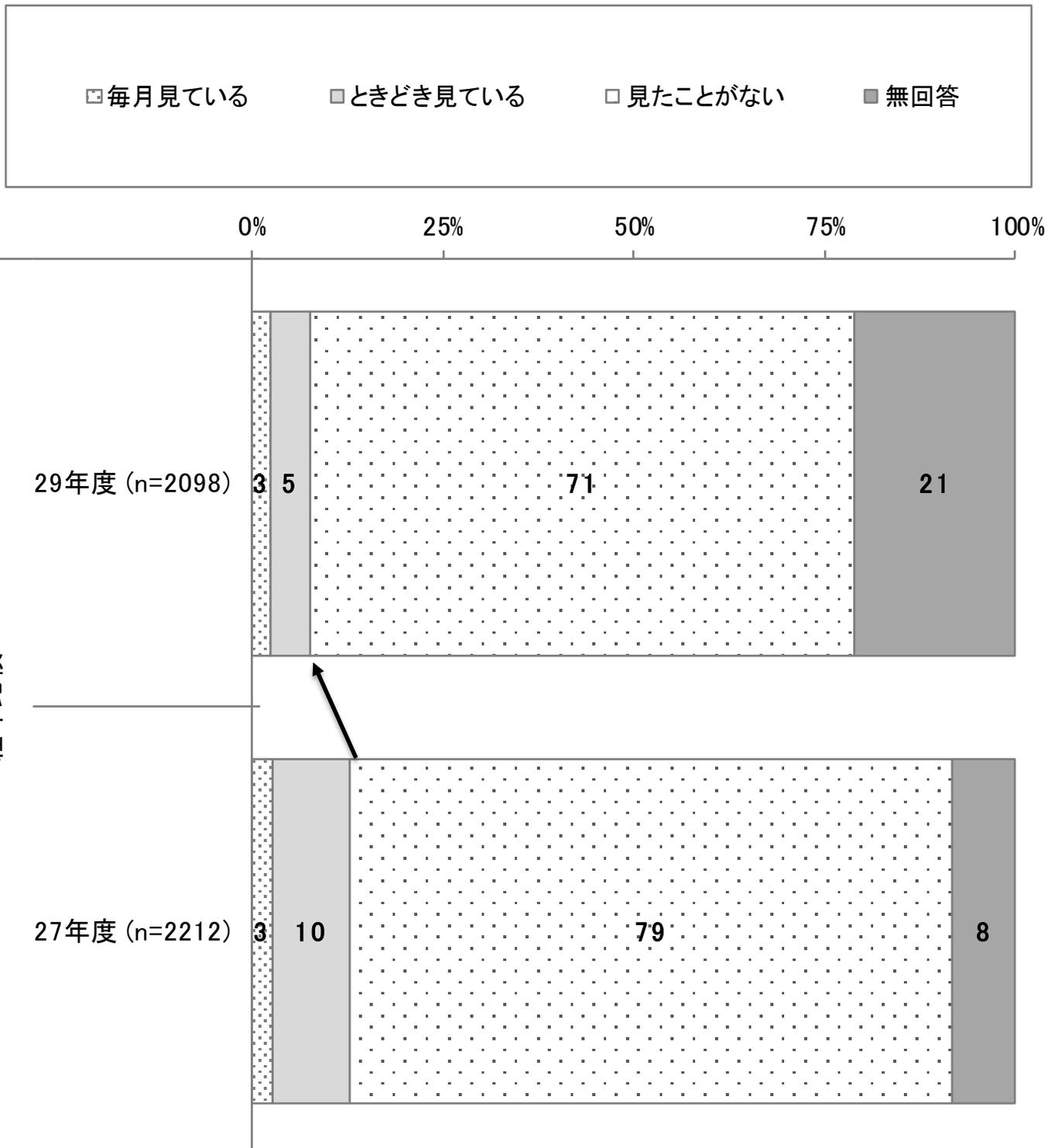
集計ベース: 「広報よこはま」を「読まない/ほとんど読まない」 [Small samples: n<30]

## (2)「広報よこはま」:「広報よこはま拾い読み」

### 【全体・経年比較】

- ・ 「広報よこはま拾い読み」を見ている人(「毎月見ている」と「ときどき見ている」の合計)は、8%を占める。
- ・ 27年度と比較すると、見ている人が5ポイント低下。

【問8】「広報よこはま拾い読み」(広報よこはま動画版:5分版)を見たことがありますか。

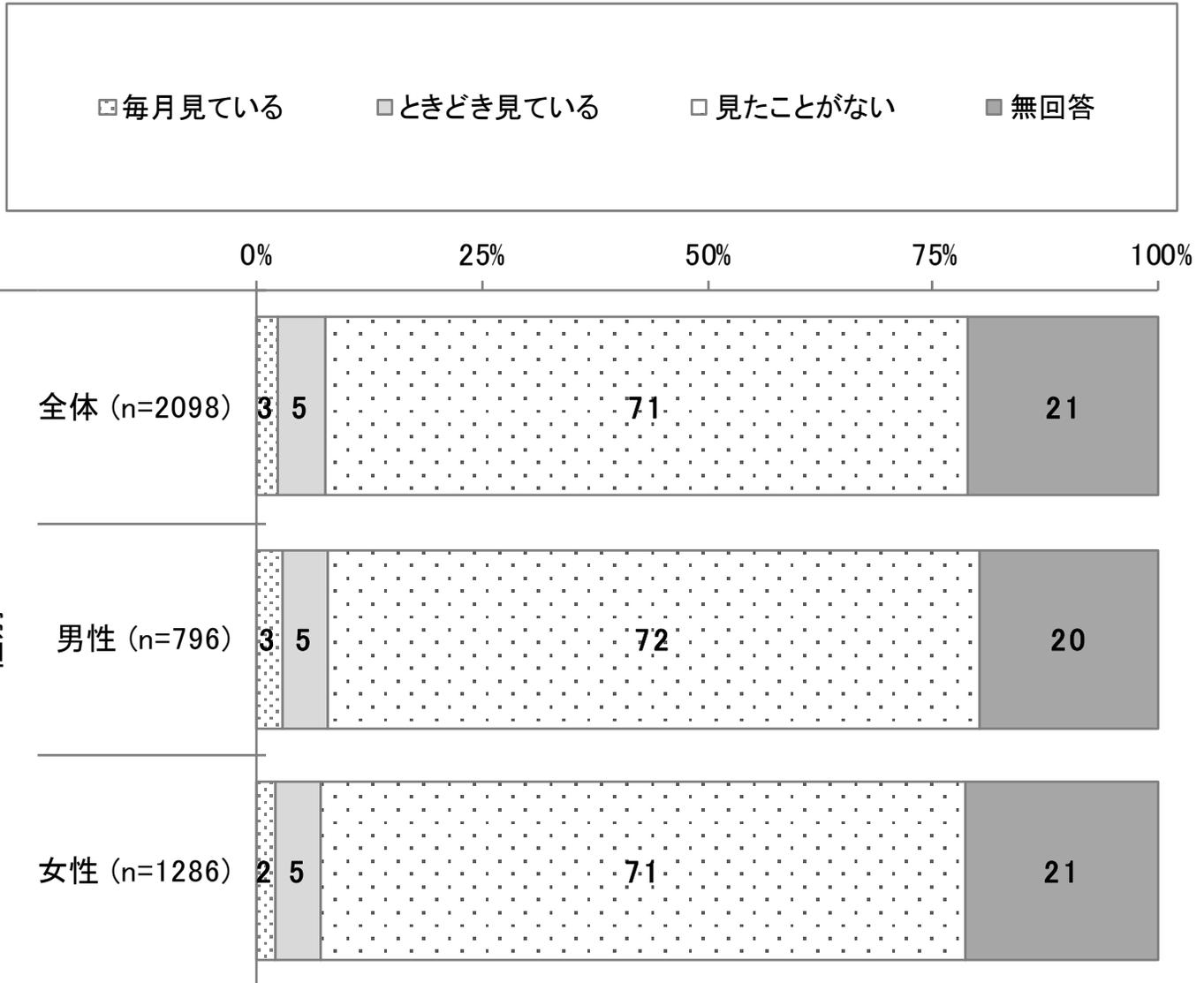


## (2)「広報よこはま」:「広報よこはま拾い読み」

### 【性別】

- 「広報よこはま拾い読み」を見ている割合は、性別で大きな差は見られない。

【問8】「広報よこはま拾い読み」(広報よこはま動画版:5分版)を見たことがありますか。

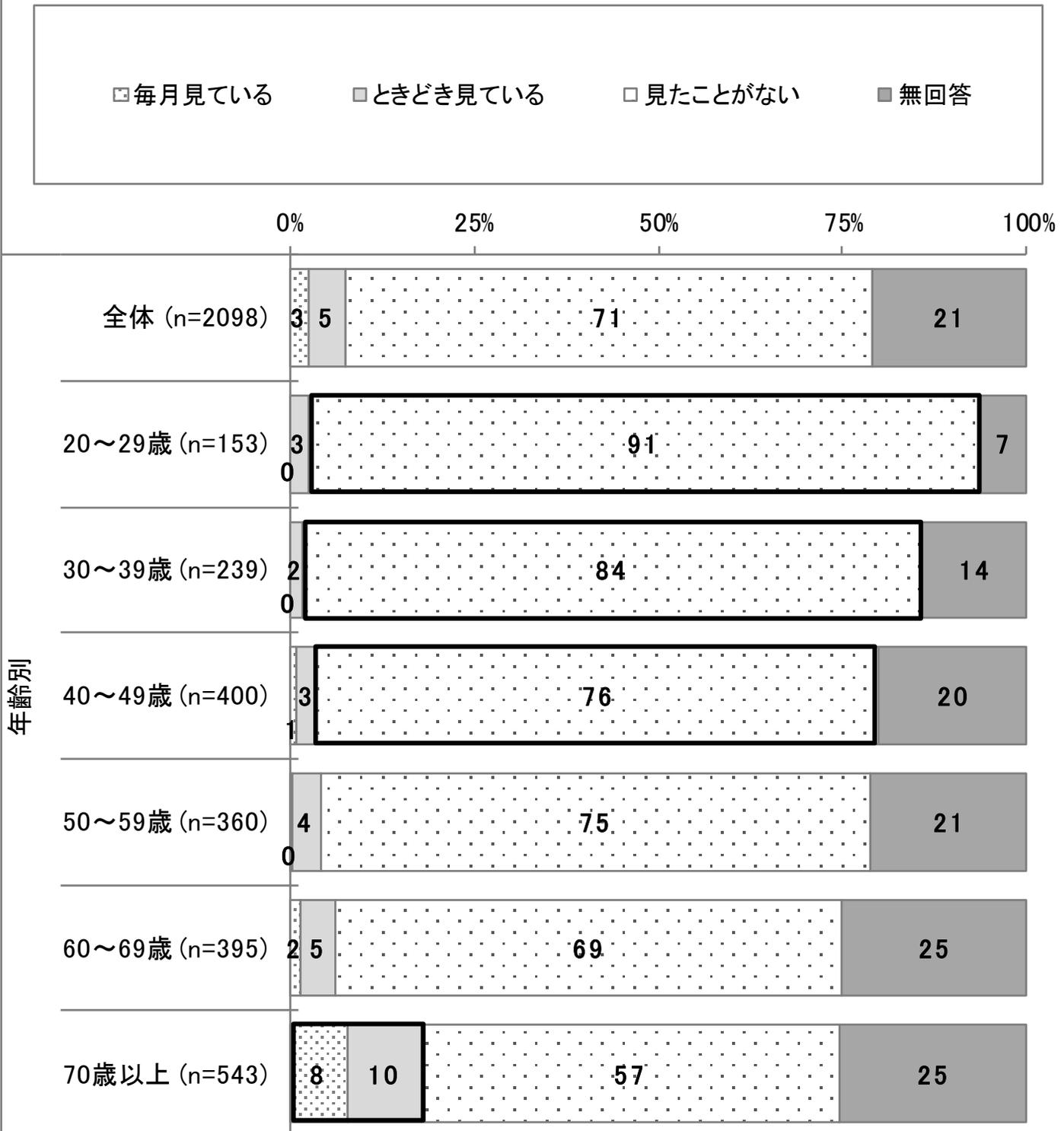


## (2)「広報よこはま」:「広報よこはま拾い読み」

### 【年齢別】

- ・ 高年齢層になるほど、「広報よこはま拾い読み」を見ている傾向がある。
- ・ 70歳以上では、見ている人(「毎月見ている」と「ときどき見ている」の合計)が全体よりも10ポイント高い。
- ・ 20歳代から40歳代は、「見たことがない」が全体よりも5ポイント以上高い。

【問8】「広報よこはま拾い読み」(広報よこはま動画版:5分版)を見たことがありますか。

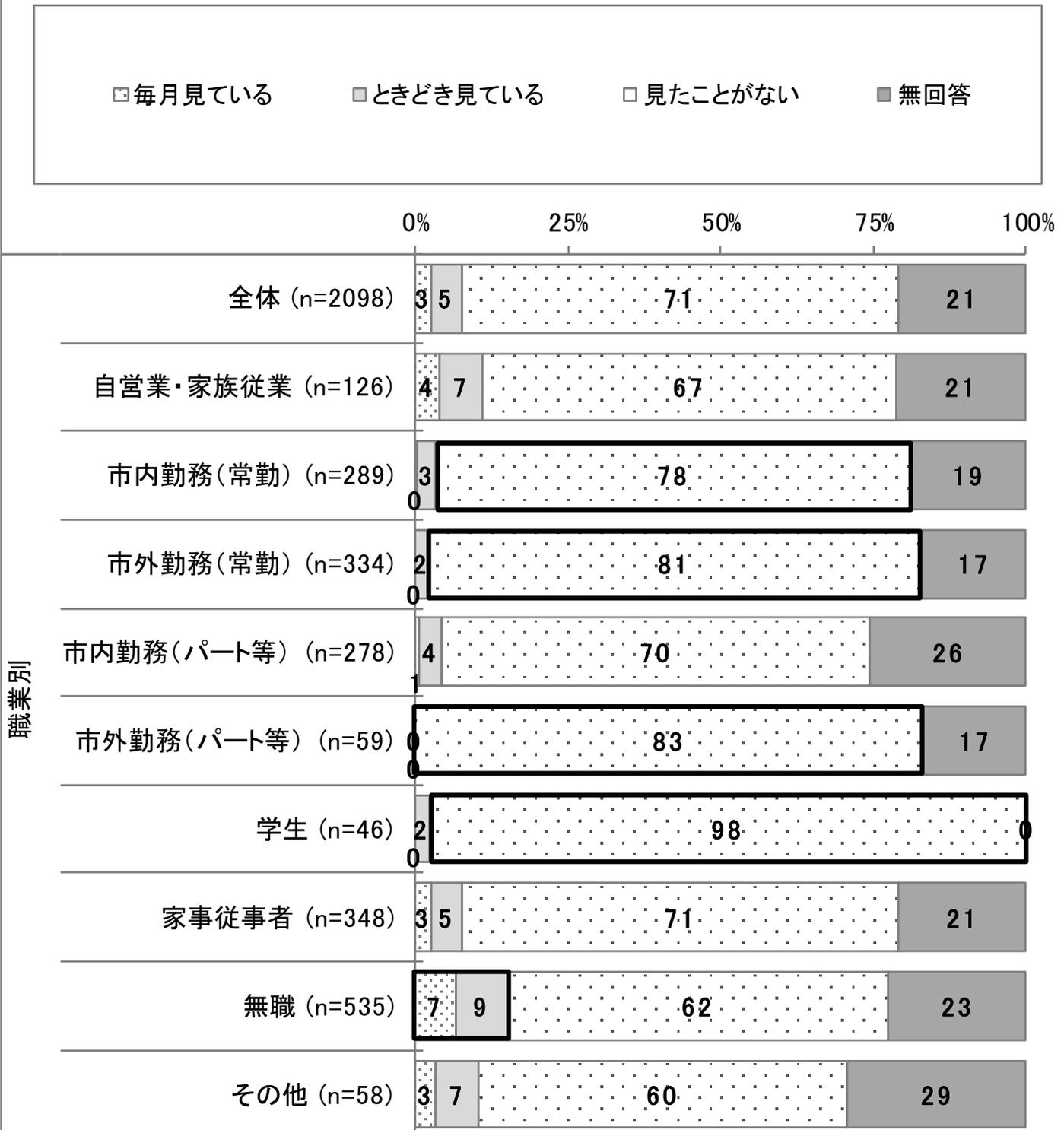


## (2)「広報よこはま」:「広報よこはま拾い読み」

### 【職業別】

- ・ 市内勤務(常勤)、市外勤務(常勤)、市外勤務(パート等)、学生は、「見たことがない」割合が全体よりも5ポイント以上高い。
- ・ 無職は、見ている人(「毎月見ている」と「ときどき見ている」の合計)が全体よりも5ポイント以上高い。

【問8】「広報よこはま拾い読み」(広報よこはま動画版:5分版)を見たことがありますか。

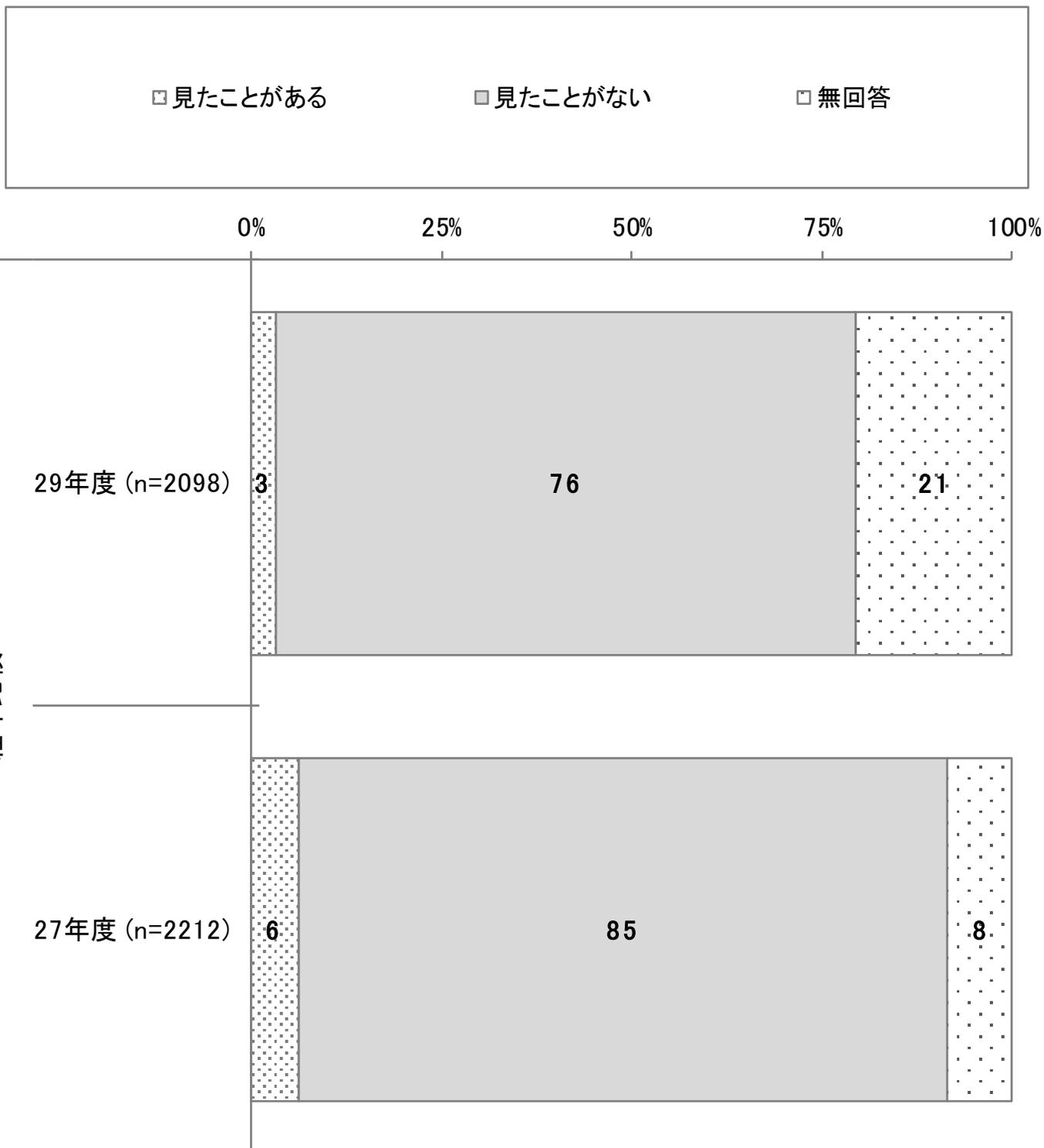


## (2)「広報よこはま」:「横浜トピックス」

### 【全体・経年比較】

- 29年度は、「横浜トピックス」を見たことがある人が全体の3%と、27年度と比較し3ポイント低下している。

【問9】「横浜トピックス」(広報よこはま動画版:30秒版)を見たことがありますか。

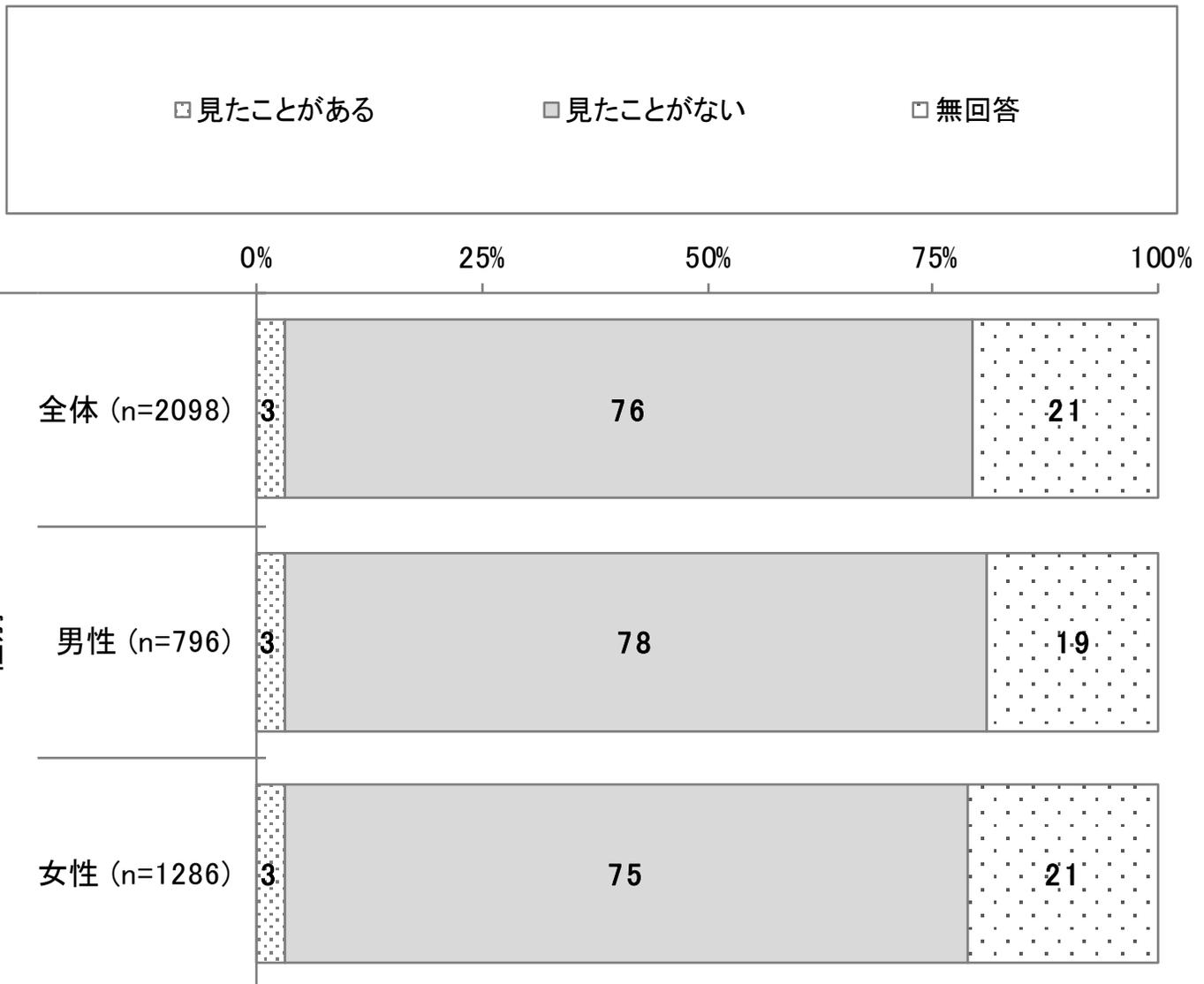


## (2)「広報よこはま」:「横浜トピックス」

### 【性別】

- 性別で、「横浜トピックス」の視聴経験に大きな差は見られない。

【問9】「横浜トピックス」(広報よこはま動画版:30秒版)を見たことがありますか。

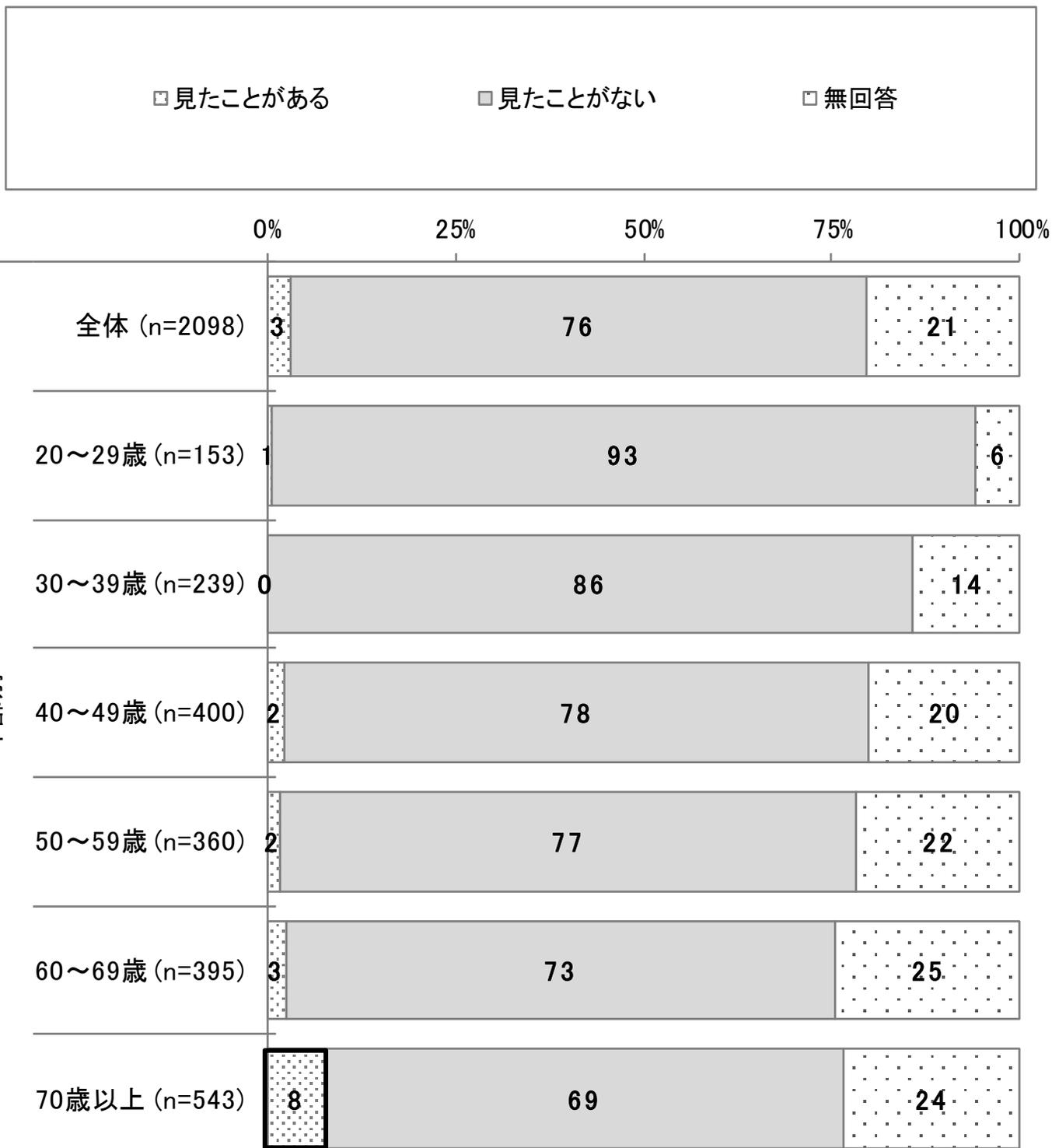


## (2)「広報よこはま」:「横浜トピックス」

### 【年齢別】

- 70歳以上で、「見たことがある」の割合が全体よりも5ポイント高い。

【問9】「横浜トピックス」(広報よこはま動画版:30秒版)を見たことがありますか。



## (2)「広報よこはま」:「横浜トピックス」

### 【職業別】

- 学生、市外勤務(常勤)、市外勤務(パート等)は、「横浜トピックス」を「見たことがない」人が全体よりも5ポイント以上高い。

【問9】「横浜トピックス」(広報よこはま動画版:30秒版)を見たことがありますか。

□ 見たことがある

■ 見たことがない

□ 無回答

0%

25%

50%

75%

100%

全体 (n=2098)

3

76

21

自営業・家族従業 (n=126)

4

76

20

市内勤務(常勤) (n=289)

1

80

19

市外勤務(常勤) (n=334)

0

83

17

市内勤務(パート等) (n=278)

4

71

26

市外勤務(パート等) (n=59)

0

83

17

学生 (n=46)

0

100

0

家事従事者 (n=348)

3

76

21

無職 (n=535)

7

72

21

その他 (n=58)

3

69

28

職業別

## (2)「広報よこはま」:「横浜トピックス」

### 【居住地域別】

- ・ 緑区で、「横浜トピックス」を見たことがある人の割合が他の地域よりもやや高い。

【問9】「横浜トピックス」(広報よこはま動画版:30秒版)を見たことがありますか。

見たことがある       見たことがない       無回答

0%                      25%                      50%                      75%                      100%

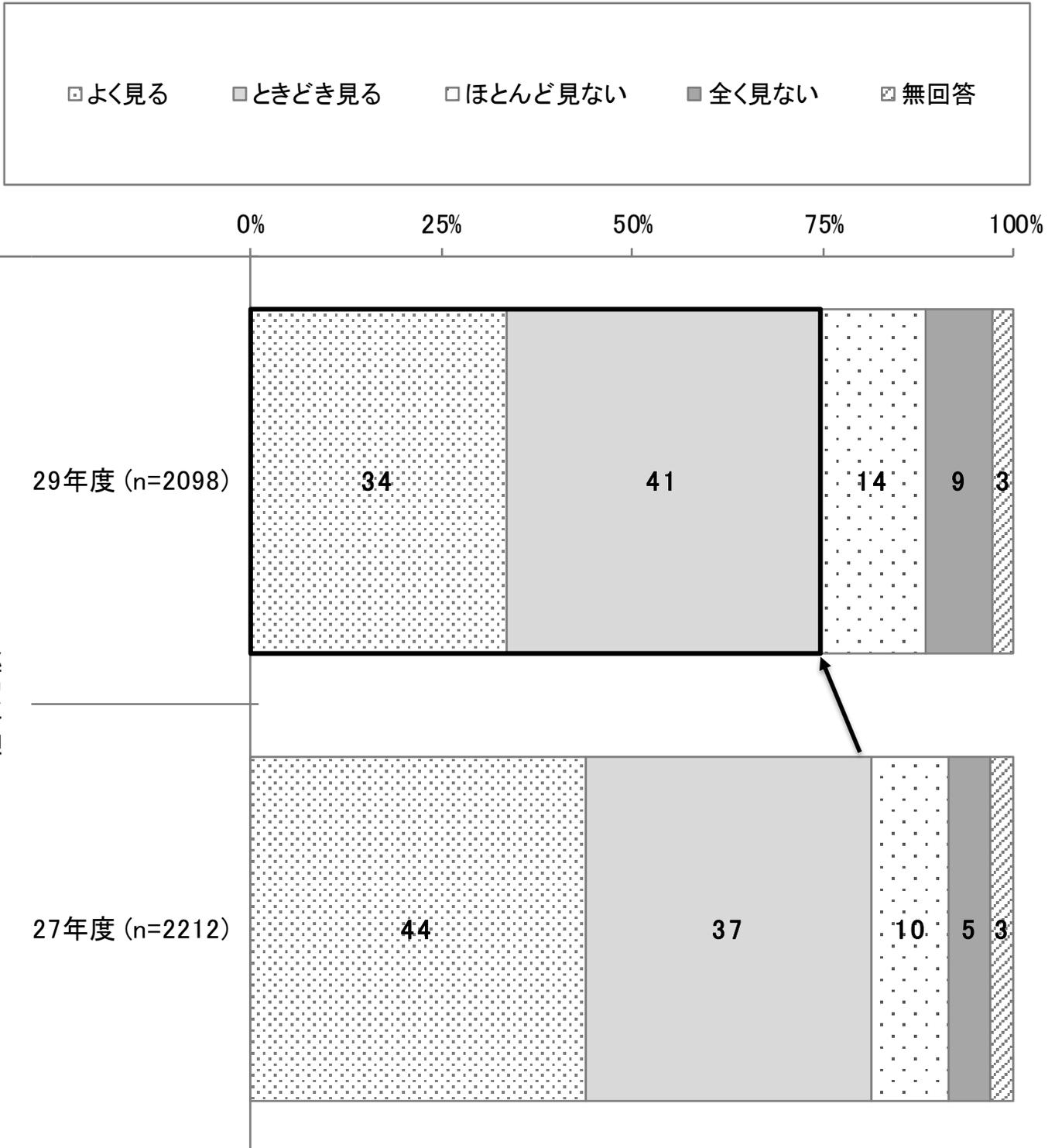
居住地域別	見たことがある	見たことがない	無回答
全体 (n=2098)	76	21	3
青葉区 (n=164)	77	21	1
旭区 (n=137)	72	24	4
泉区 (n=104)	82	13	6
磯子区 (n=93)	76	20	3
神奈川区 (n=145)	75	23	2
金沢区 (n=135)	76	20	4
港南区 (n=127)	74	20	6
港北区 (n=191)	77	21	2
栄区 (n=77)	71	23	5
瀬谷区 (n=64)	81	14	5
都筑区 (n=131)	81	17	2
鶴見区 (n=138)	74	22	4
戸塚区 (n=161)	79	18	3
中区 (n=76)	86	13	1
西区 (n=49)	73	24	2
保土ヶ谷区 (n=98)	69	28	3
緑区 (n=92)	73	21	7
南区 (n=106)	77	22	1

### (3) デジタルサイネージの視聴経験

#### 【全体・経年比較】

- 29年度は、全体の75%が電車やバスの中で電光掲示(デジタルサイネージ)を見る(「よく見る」と「ときどき見る」の合計)と回答している。
- 27年度と比較すると、「よく見る」が-10ポイント、「よく見る」と「ときどき見る」の合計が-6ポイントと低下している。

【問10】電車やバスに乗った時、ドア上などにある電光掲示(デジタルサイネージ)を見るがありますか。

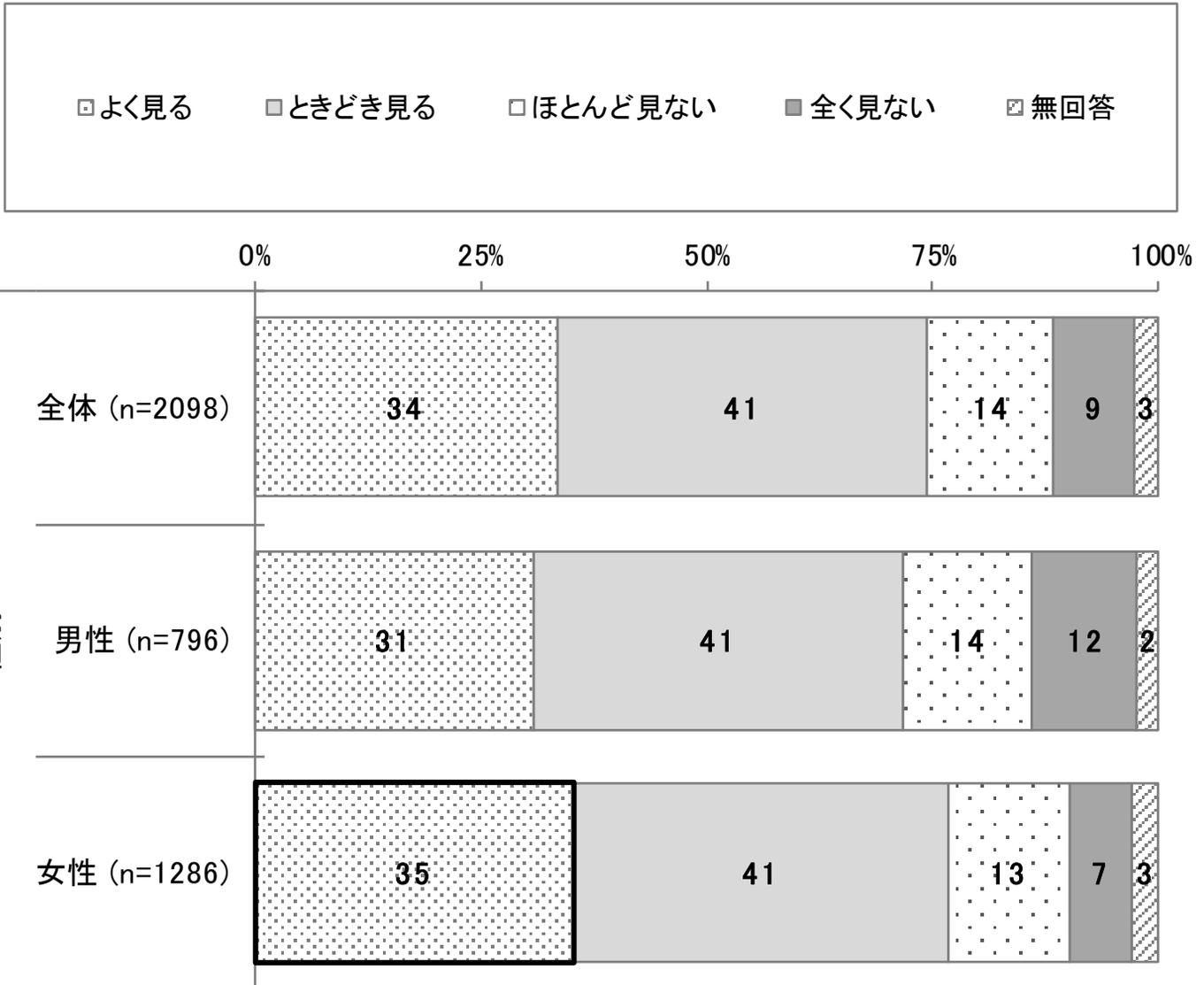


### (3) デジタルサイネージの視聴経験

#### 【性別】

- 女性は、電車やバスの中で電光掲示(デジタルサイネージ)を「よく見る」の回答が男性よりもやや高い。

【問10】電車やバスに乗った時、ドア上などにある電光掲示(デジタルサイネージ)を見ることがありますか。

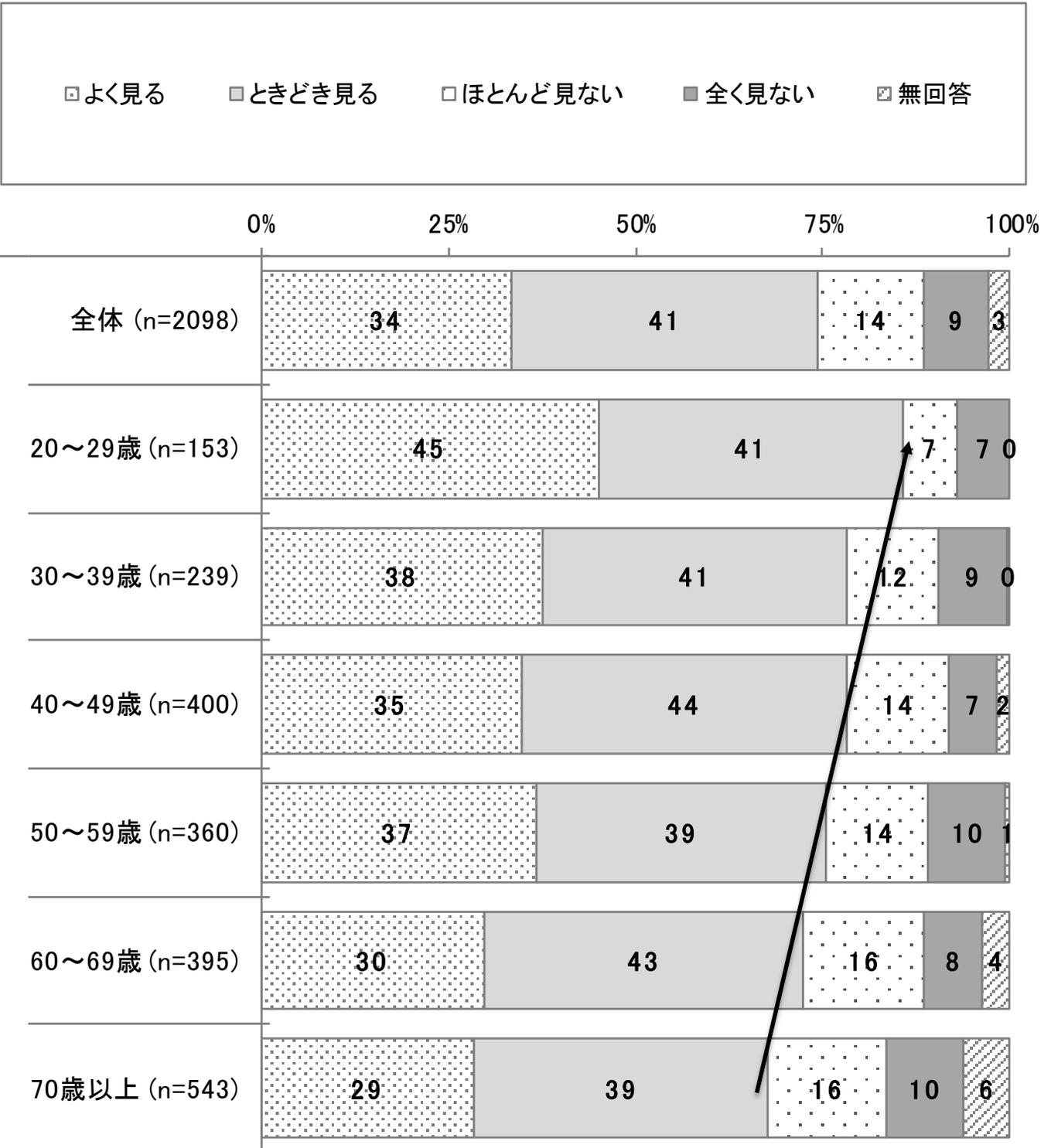


### (3) デジタルサイネージの視聴経験

#### 【年齢別】

- 年齢が若くなるにつれ、電車やバスの中で電光掲示(デジタルサイネージ)を見る(「よく見る」と「ときどき見る」の合計)割合が高くなる傾向が見られる。

【問10】電車やバスに乗った時、ドア上などにある電光掲示(デジタルサイネージ)を見ることがありますか。

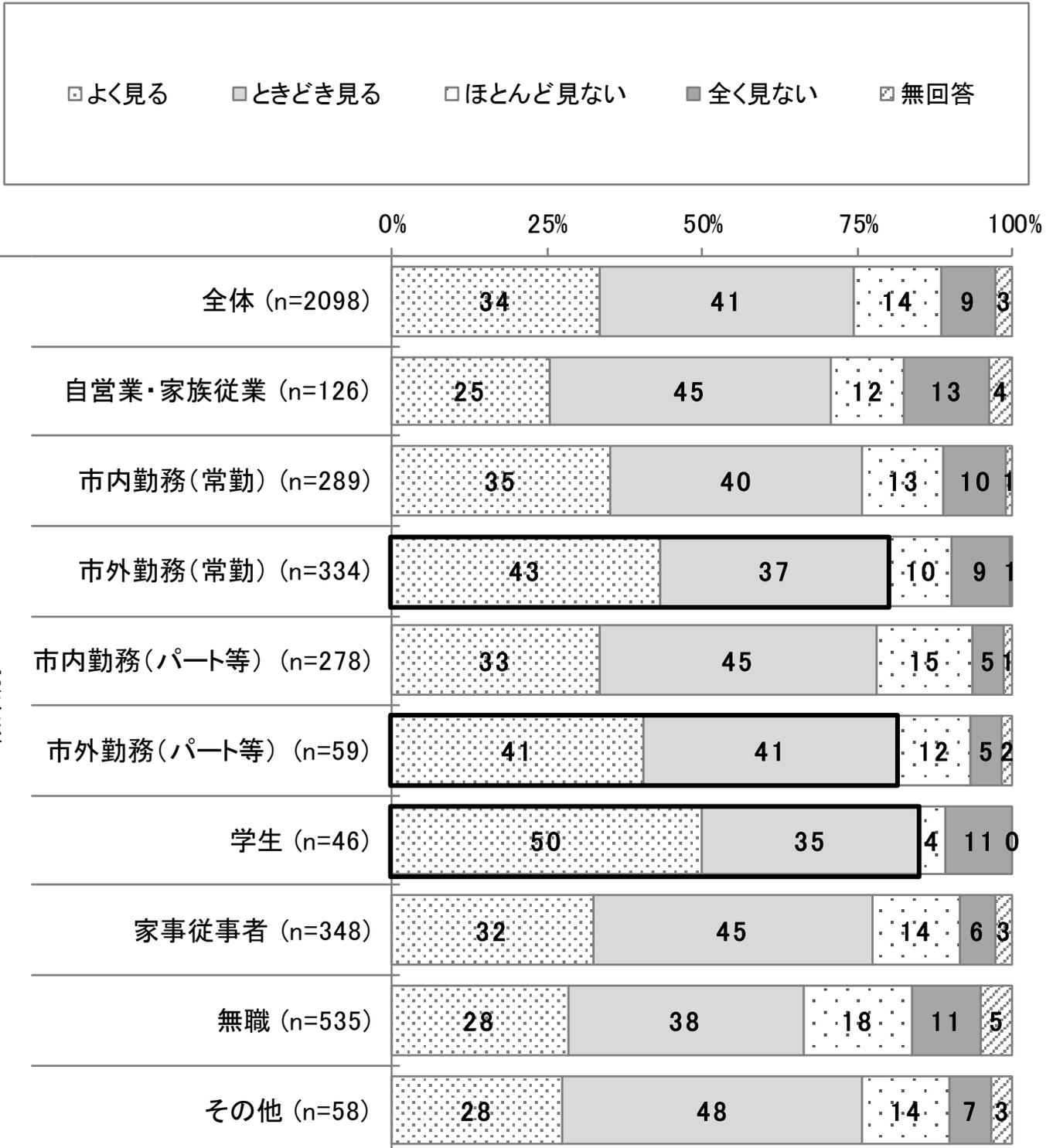


### (3) デジタルサイネージの視聴経験

#### 【職業別】

- 市外勤務(常勤およびパート等)、学生は、電車やバスの中で電光掲示(デジタルサイネージ)を見る割合(「よく見る」と「ときどき見る」の合計)が全体よりも5ポイント以上高い。

【問10】電車やバスに乗った時、ドア上などにある電光掲示(デジタルサイネージ)を見ることがありますか。



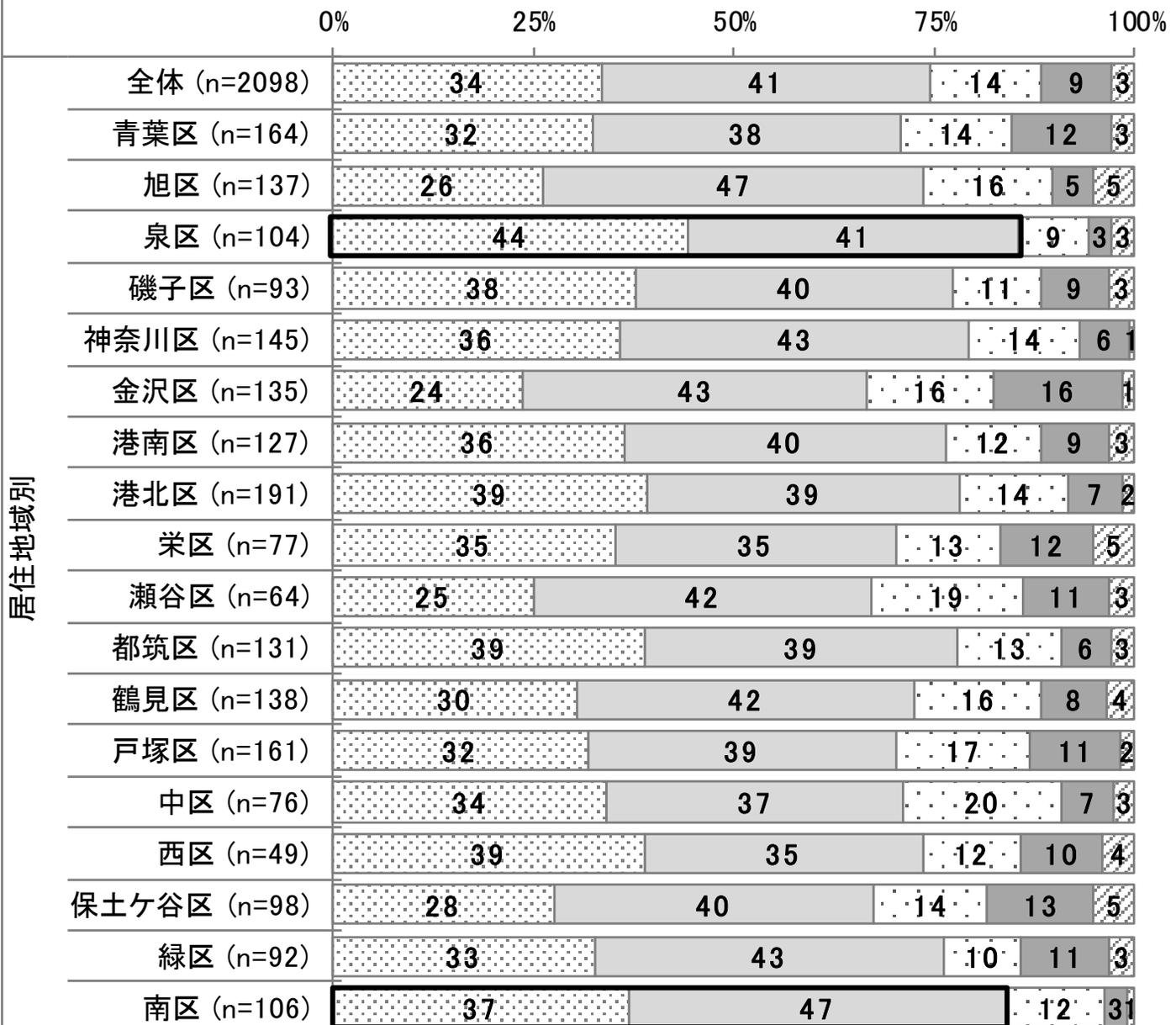
### (3) デジタルサイネージの視聴経験

#### 【居住地域別】

- ・ 泉区と南区で、電車やバスの中で電光掲示(デジタルサイネージ)を見る割合(「よく見る」と「ときどき見る」の合計)が、全体よりも5ポイント以上高い。

【問10】電車やバスに乗った時、ドア上などにある電光掲示(デジタルサイネージ)を見ることがありますか。

よく見る   
  ときどき見る   
  ほとんど見ない   
  全く見ない   
  無回答

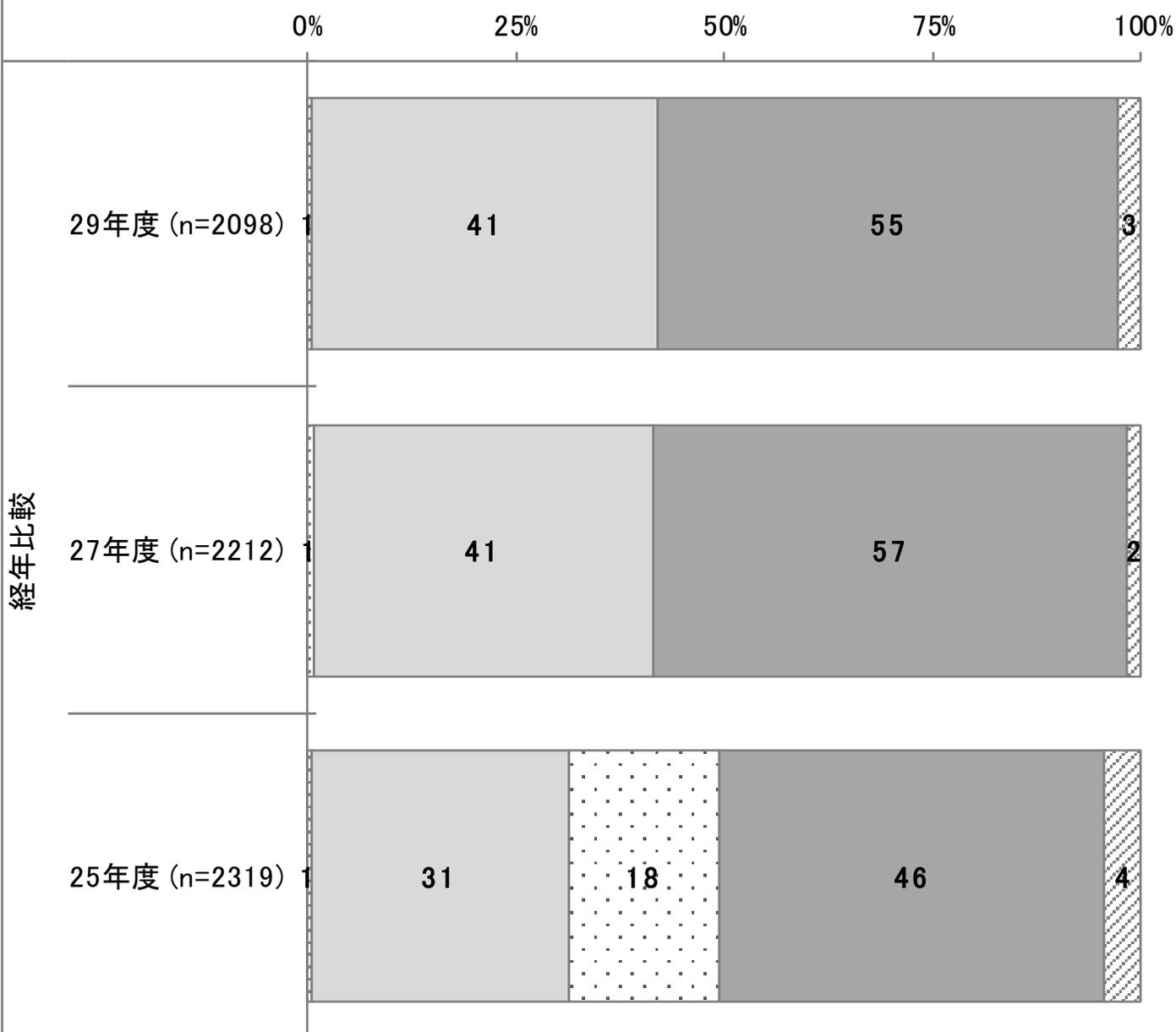
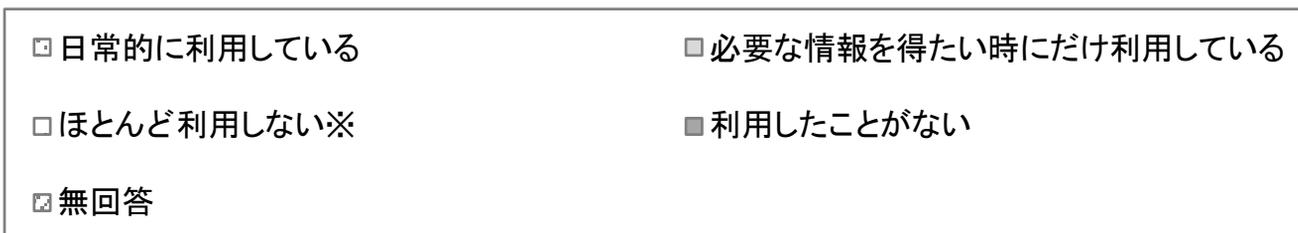


## (4)市のウェブサイト:利用頻度

### 【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42%を占める。27年度から大きな変化は見られない。

【問11】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。



※27年度以降、「ほとんど利用しない」の選択肢を削除したため、経年変化は参考値

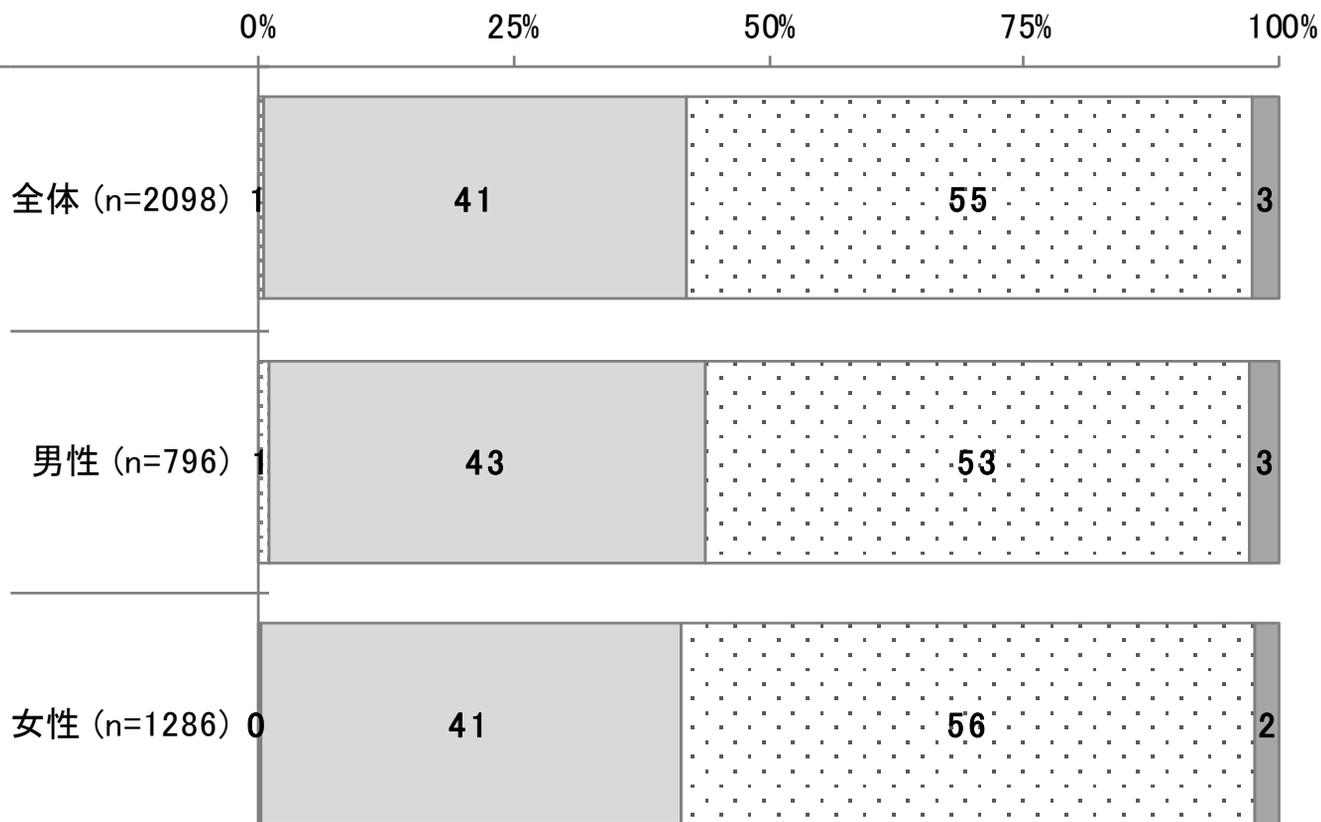
## (4)市のウェブサイト:利用頻度

### 【性別】

- 市のウェブサイトの利用状況は、男女で大きな差は見られない。

【問11】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。

- 日常的に利用している      □ 必要な情報を得たい時にだけ利用している
- 利用したことがない      ■ 無回答

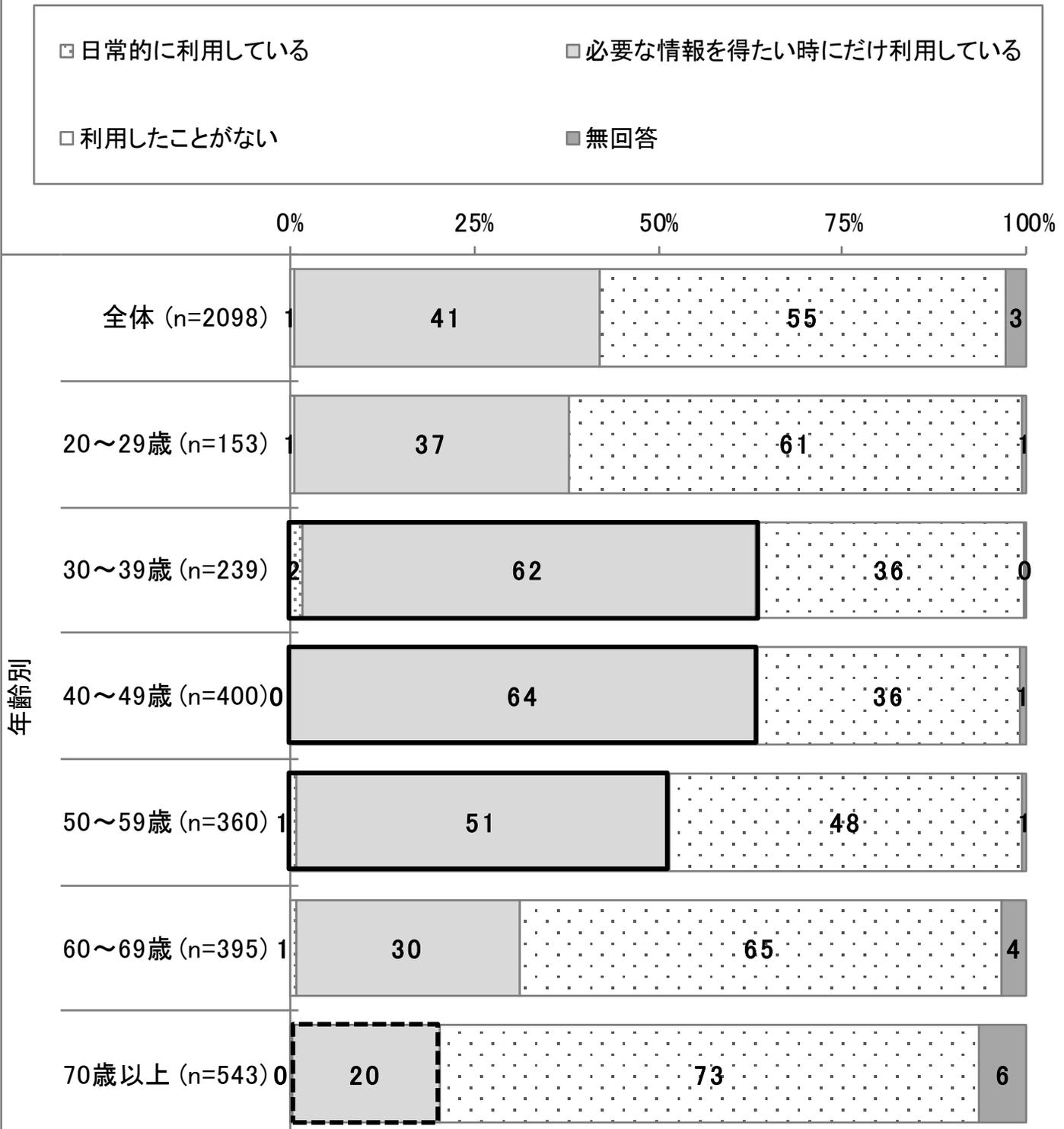


## (4)市のウェブサイト:利用頻度

### 【年齢別】

- 30歳代と40歳代で、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)が全体と比較し20ポイント以上高い。50歳代では、全体よりも10ポイント高い。
- 70歳代の利用率は、20%に留まる。

【問11】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。

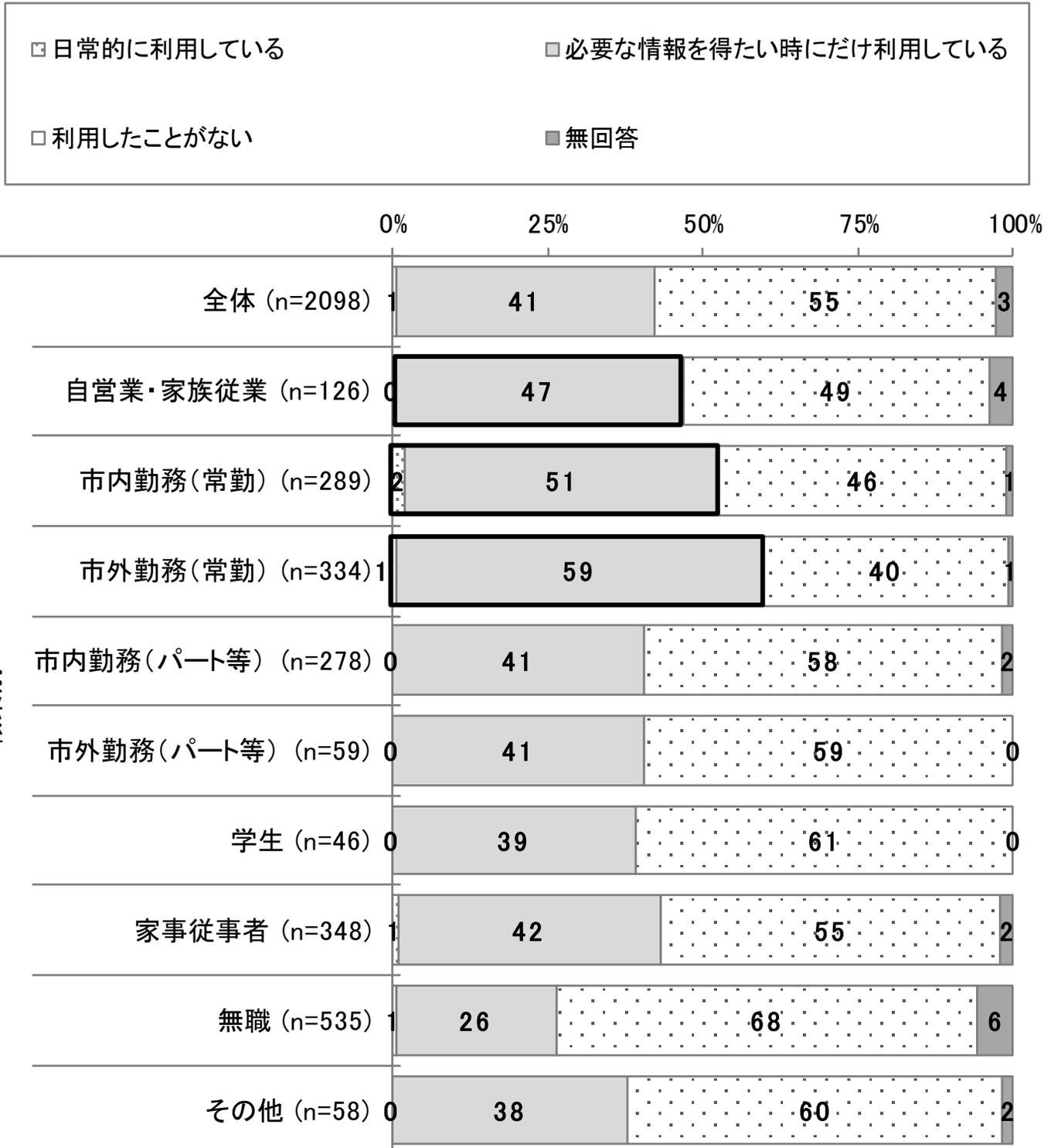


## (4)市のウェブサイト:利用頻度

### 【職業別】

- 市内勤務(常勤)、市外勤務(常勤)、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11】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。



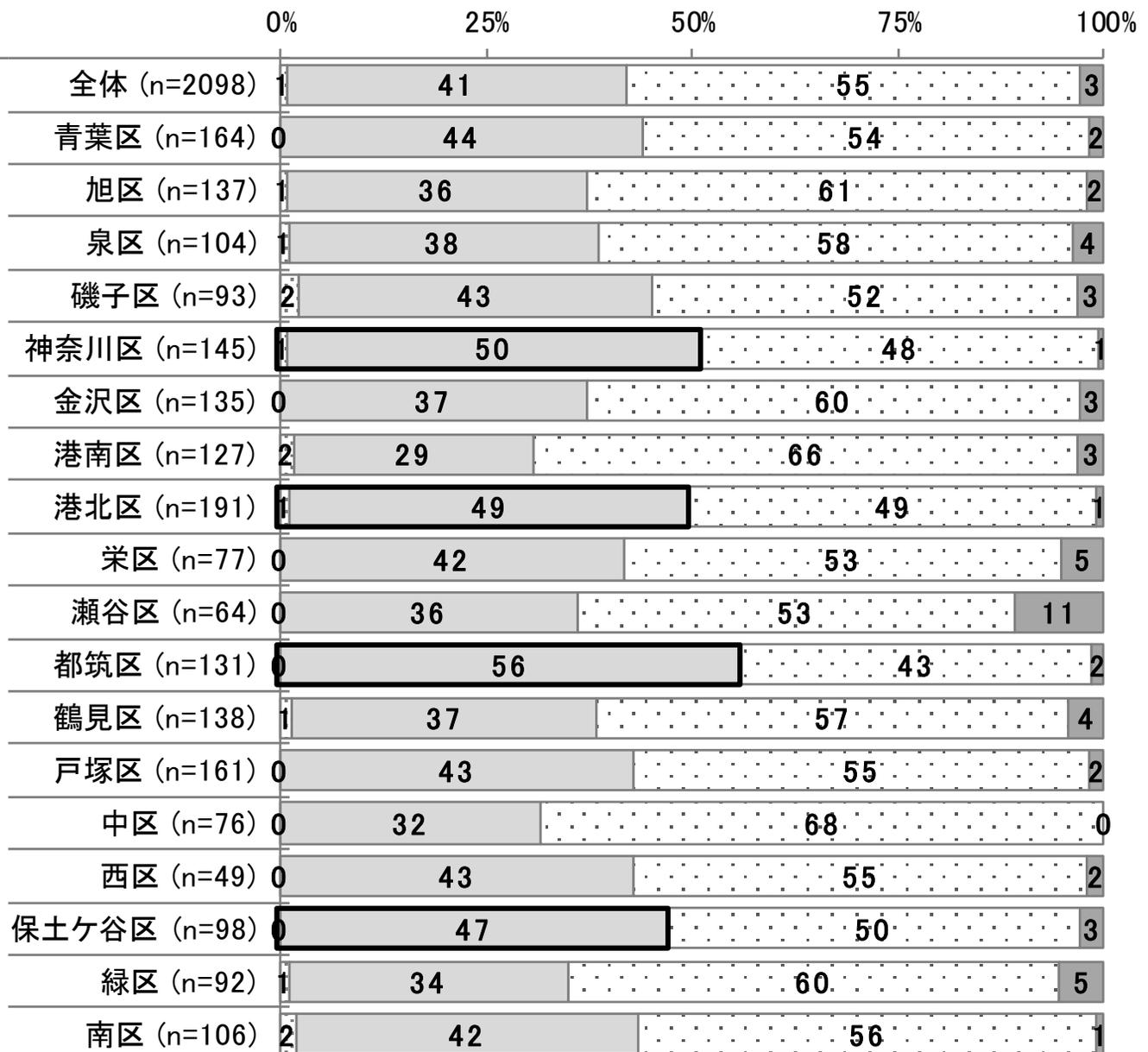
## (4)市のウェブサイト:利用頻度

### 【居住地域別】

- 都筑区、神奈川区、港北区、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11】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。

- 日常的に利用している                       必要な情報を得たい時にだけ利用している  
 利用したことがない                       無回答

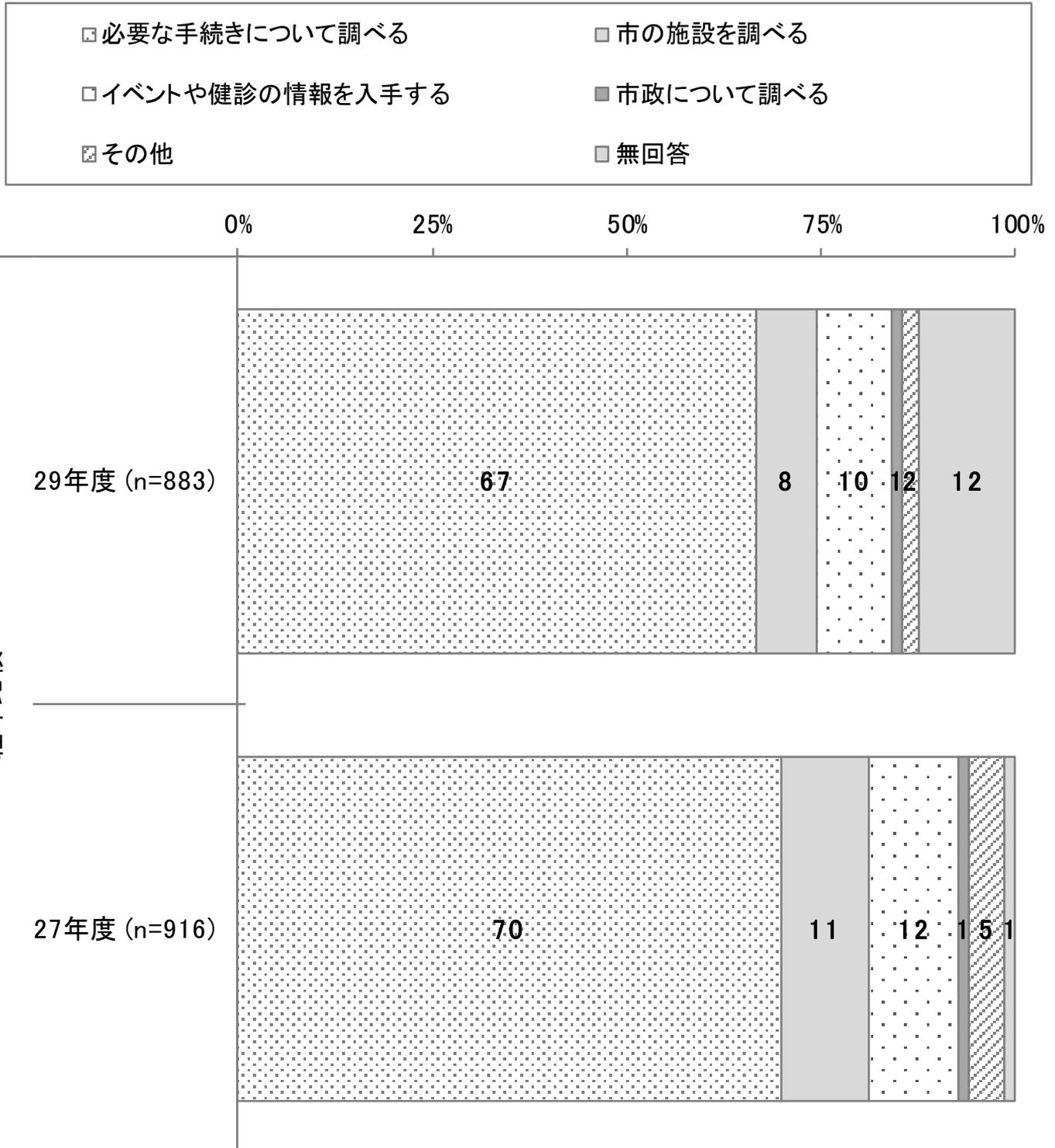


## (4)市のウェブサイト:主な利用目的

### 【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67%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。
- ・ 27年度と比較すると、「必要な手続きについて調べる」と「市の施設を調べる」が-3ポイントとやや低下。

【問12】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。



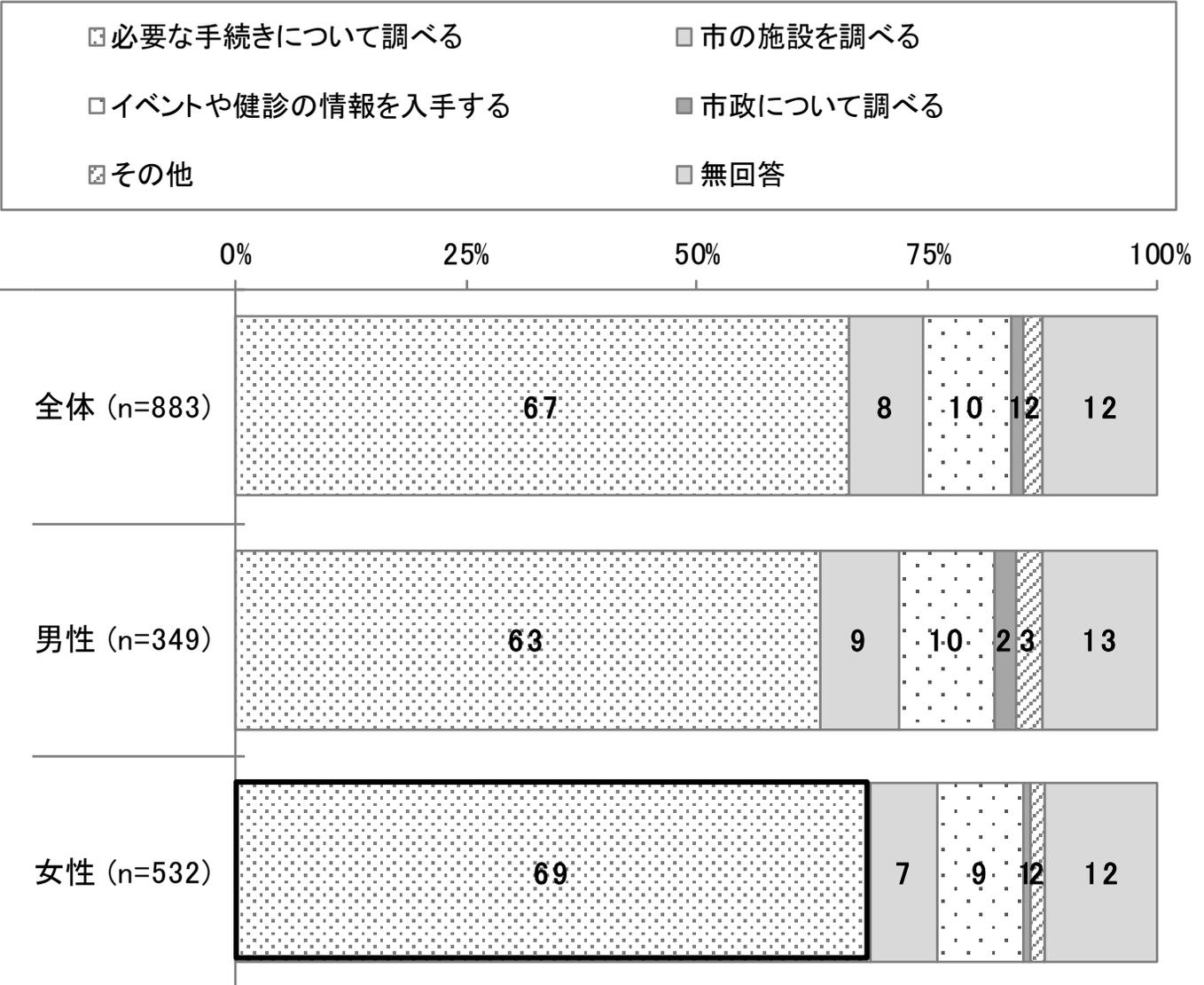
集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

## (4)市のウェブサイト:主な利用目的

### 【性別】

- 女性「必要な手続きについて調べる」が69%と、男性と比較し6ポイント高い。

【問12】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。



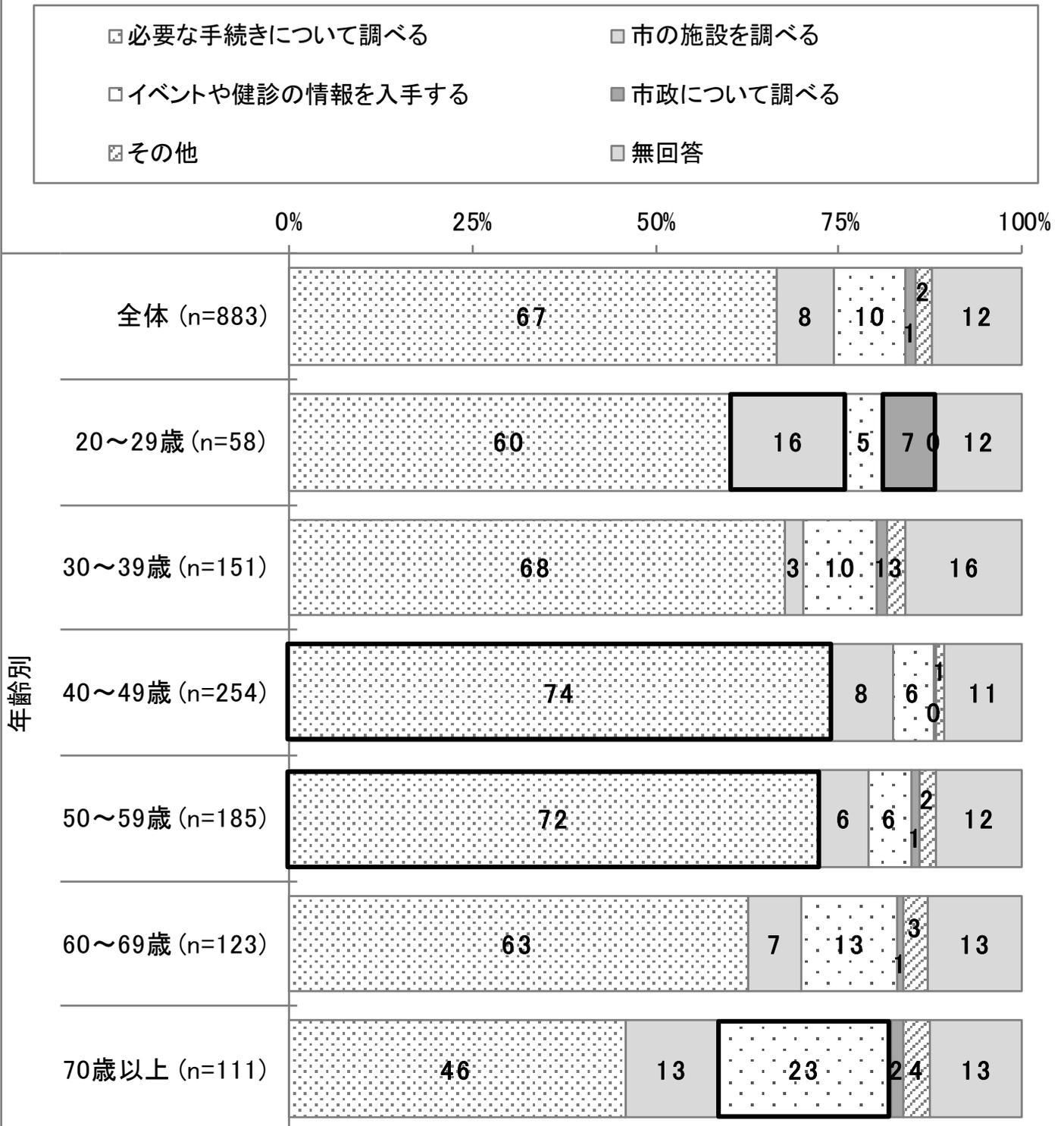
集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

## (4)市のウェブサイト:主な利用目的

### 【年齢別】

- ・ 市のウェブサイトを利用する主な目的は、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。
- ・ 20歳代では、「市の施設を調べる」と「市政について調べる」が全体よりも5ポイント以上高い。40歳代と50歳代では、「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。70歳代では、「イベントや健診の情報を入手する」が全体よりも10ポイント以上が高い。

【問12】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。



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」

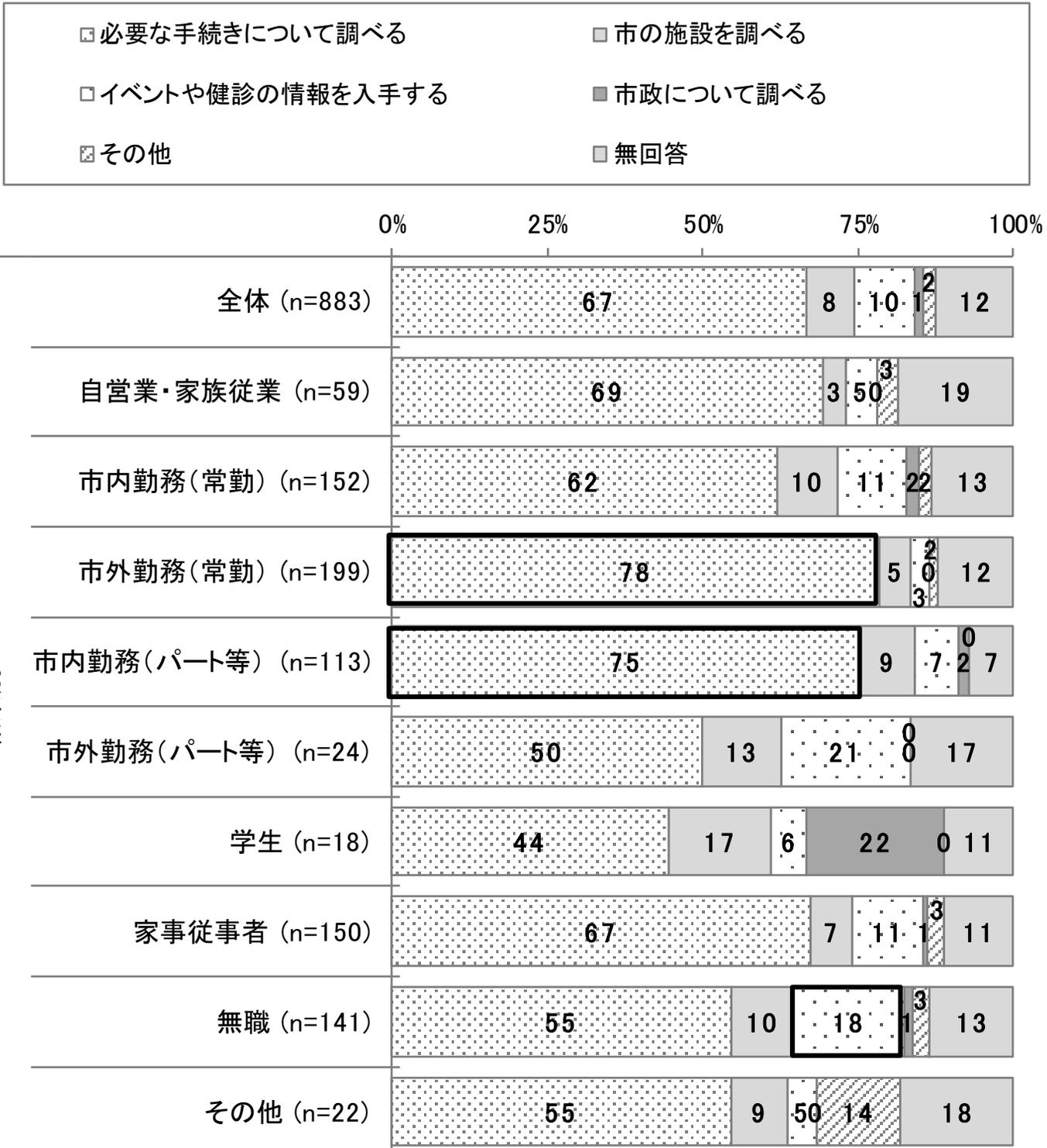
## (4)市のウェブサイト:主な利用目的

### 【職業別】

- 市外勤務(常勤)と市内勤務(パート等)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。無職は、「イベントや健診の情報を入手する」が全体よりも8ポイント高い。

※ 市外勤務(パート等)、学生、その他は、サンプル数が少ないので参考値

【問12】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。



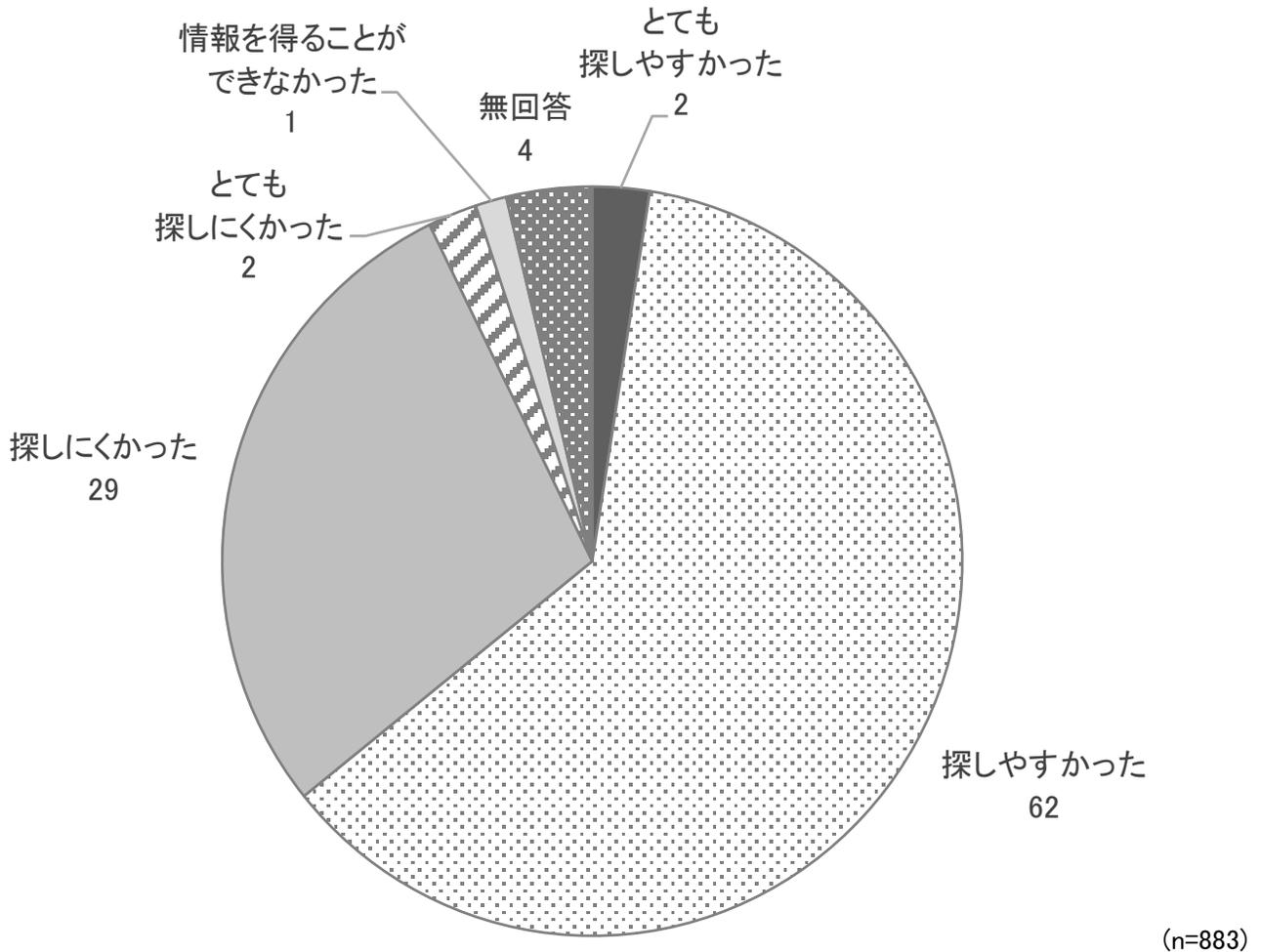
集計ベース：市のウェブサイトを「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

## (4)市のウェブサイト:必要な情報の探しやすさ

### 【全体】

- 市のウェブサイトの探しやすさは、64%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。

【問13】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。 (%)



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」

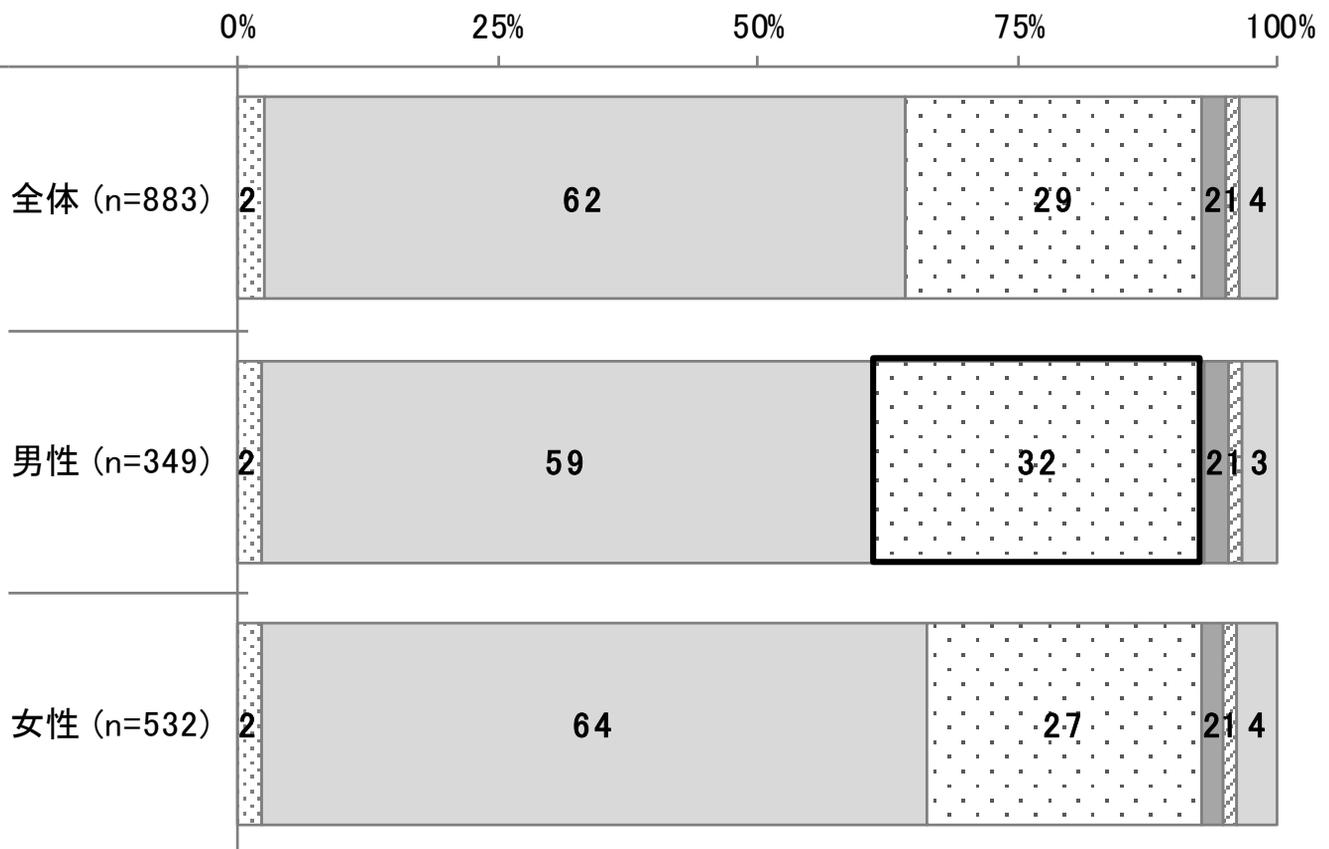
## (4)市のウェブサイト:必要な情報の探しやすさ

### 【性別】

- 男性は、「探しにくかった」が32%と女性よりも5ポイント高い。

【問13】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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> とても探しにくかった |
| <input checked="" 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「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

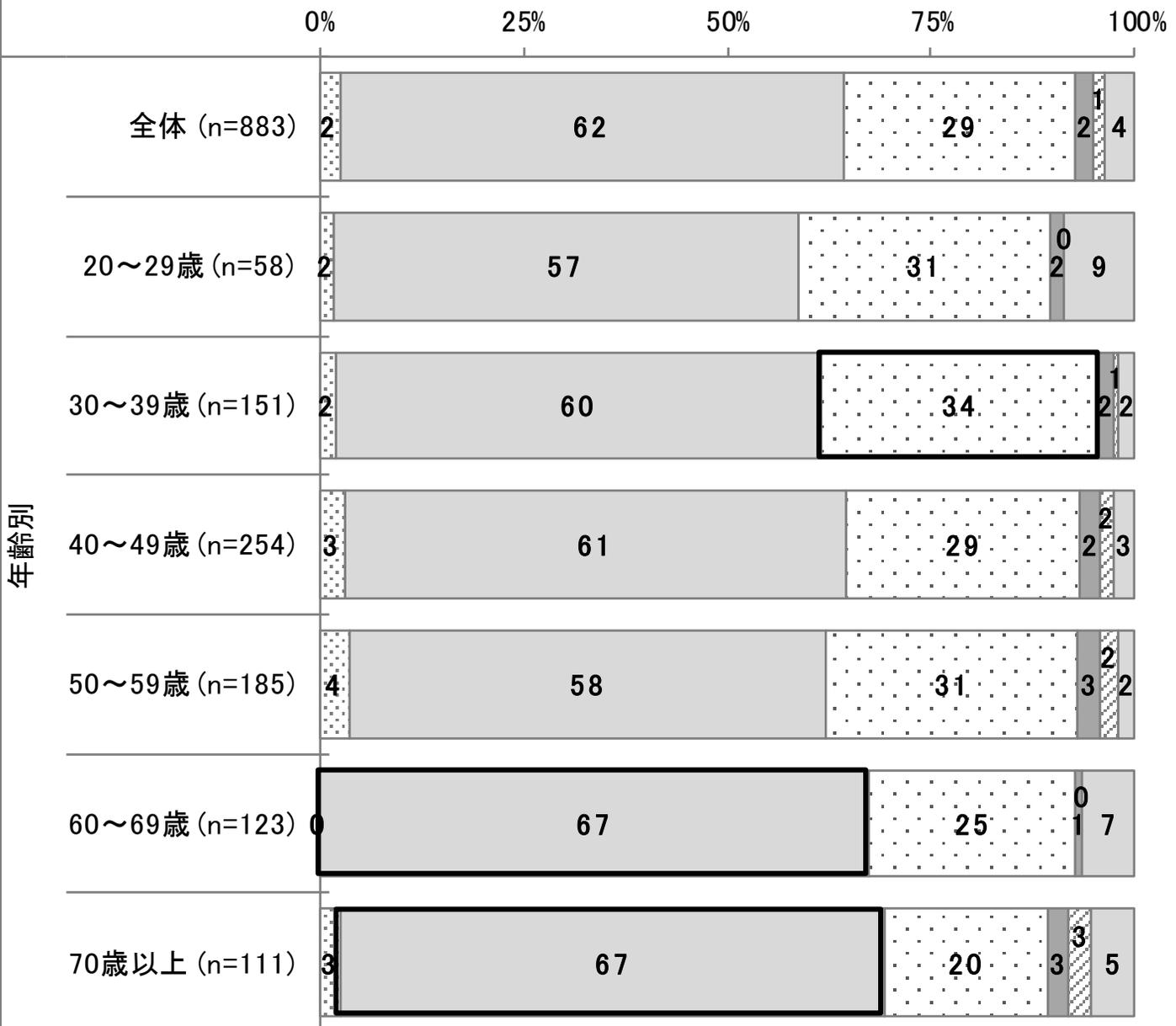
## (4)市のウェブサイト:必要な情報の探しやすさ

### 【年齢別】

- 30歳代で「探しにくかった」が全体よりも5ポイント高く、一方で、60歳代と70歳代では「探しやすかった」が全体よりも5ポイント高い。

【問13】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「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

## (4)市のウェブサイト:必要な情報の探しやすさ

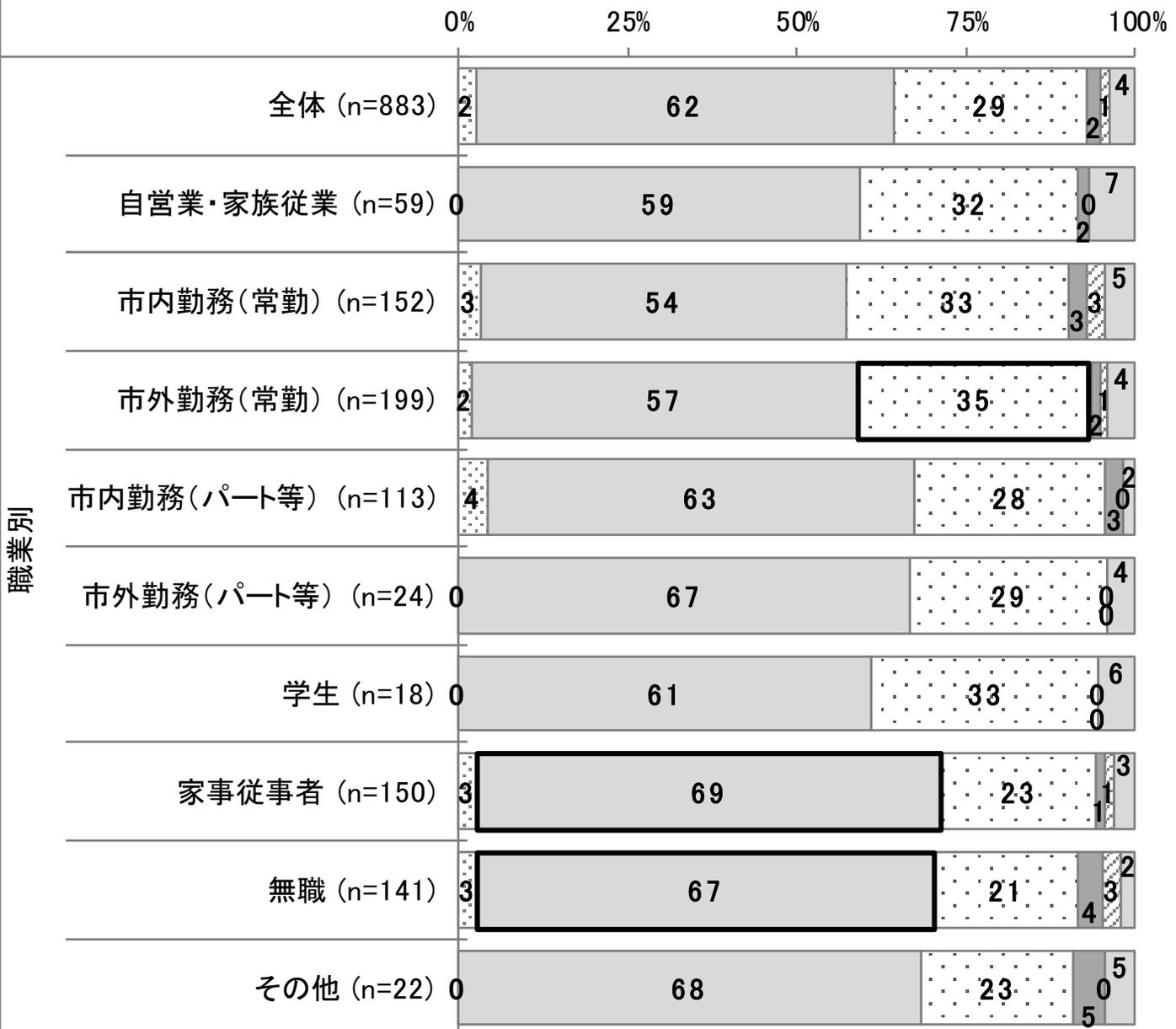
### 【職業別】

- ・ 市外勤務(常勤)で、「探しにくかった」が全体よりも6ポイント高い。
- ・ 家事従事者と無職では、「探しやすかった」が全体よりも5ポイント以上高い。

※ 市外勤務(パート等)、学生、その他は、サンプル数が少ないので参考値

【問13】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 checked="" type="checkbox"/> とても探しにくかった |
| <input checked="" type="checkbox"/> 情報を得ることができなかった | <input type="checkbox"/> 無回答                   |



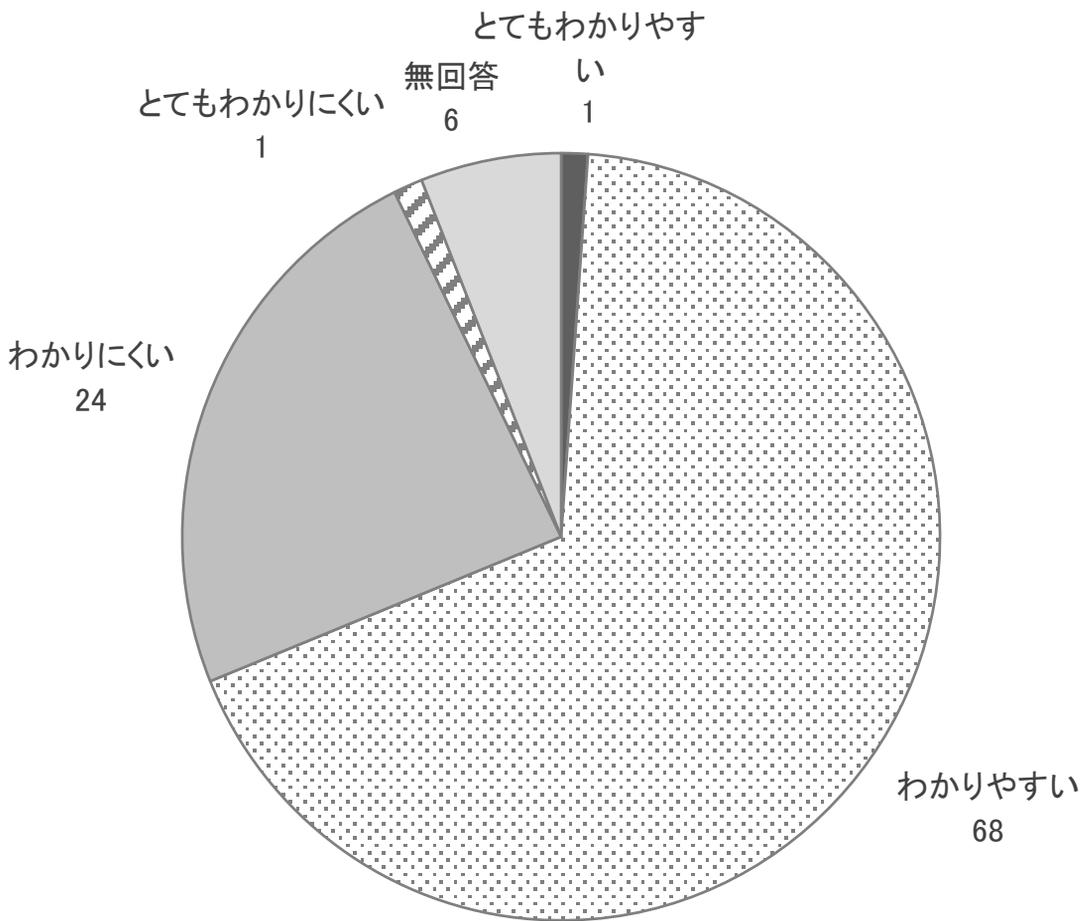
集計ベース：市のウェブサイトを「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

## (4)市のウェブサイト:デザインのわかりやすさ

### 【全体】

- ・ 市のウェブサイトのデザインのわかりやすさは、わかりやすい(「とてもわかりやすい」と「わかりやすい」の合計)が69%を占める。
- ・ わかりにくい(「わかりにくい」と「とてもわかりにくい」の合計)は、25%を占める。

【問14】市のウェブサイトのデザイン(文章の行間やページレイアウトなど)はわかりやすいですか。 (%)



(n=883)

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」

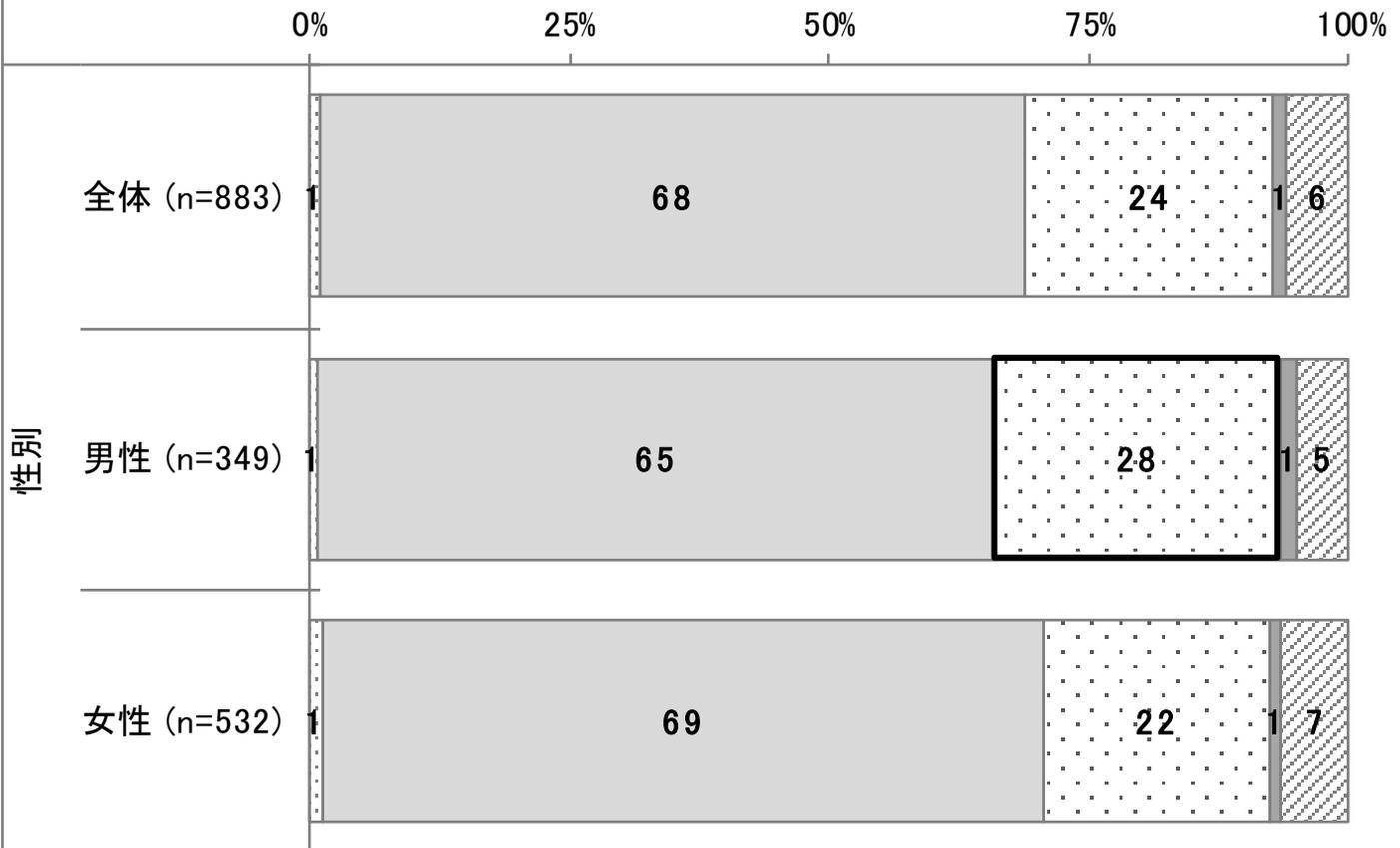
## (4)市のウェブサイト:デザインのわかりやすさ

### 【性別】

- 男性は、「わかりにくい」が28%と女性よりも6ポイント高い。

【問14】市のウェブサイトのデザイン(文章の行間やページレイアウトなど)はわかりやすいですか。

□とてもわかりやすい □わかりやすい □わかりにくい ■とてもわかりにくい ▨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」

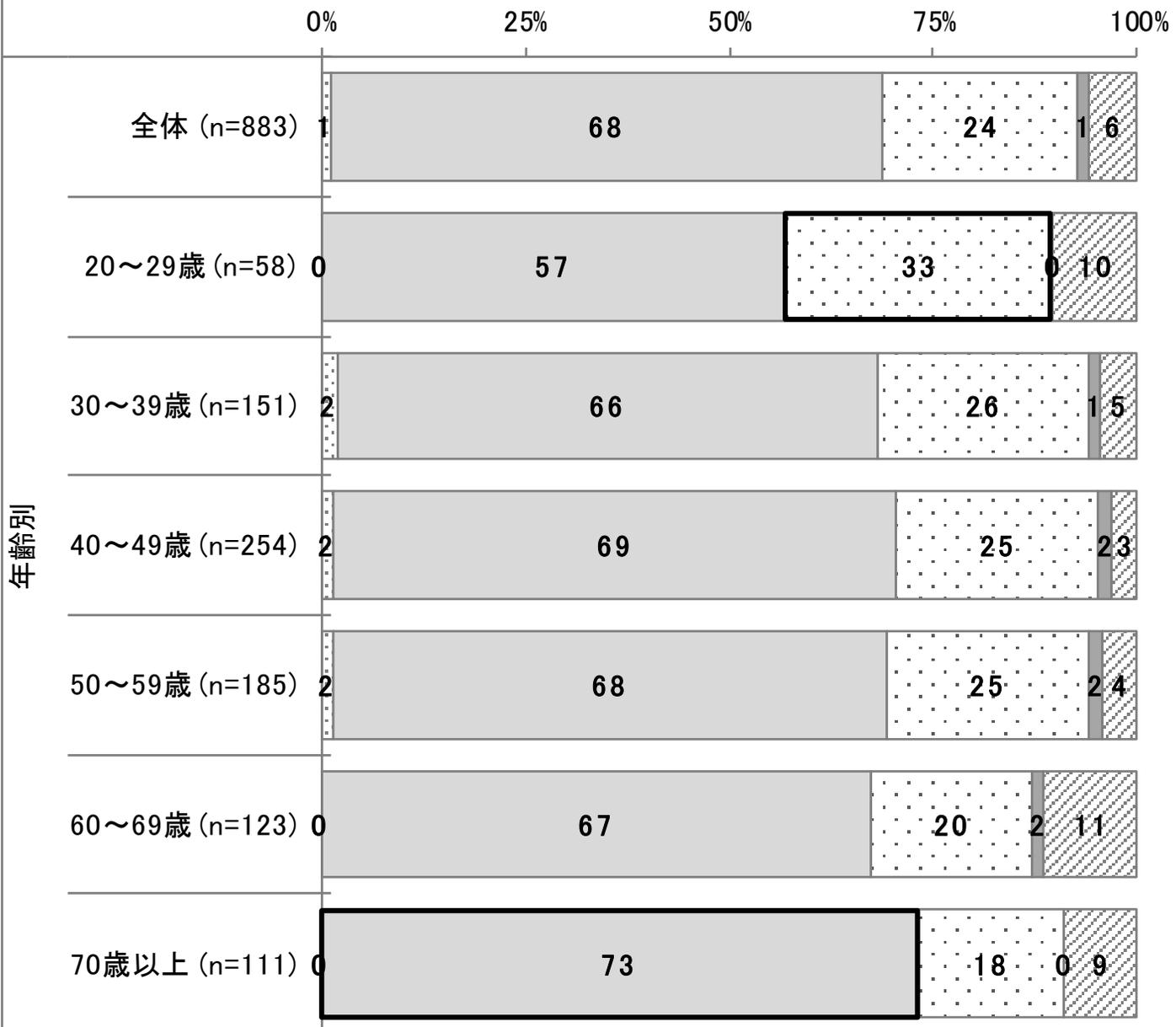
## (4)市のウェブサイト:デザインのわかりやすさ

### 【年齢別】

- 年齢が若くなるにつれ、「わかりにくい」の回答が増える傾向。20歳代は、「わかりにくい」が全体よりも9ポイント高い。70歳代は、「わかりやすい」が全体よりも5ポイント高い。

【問14】市のウェブサイトのデザイン(文章の行間やページレイアウトなど)はわかりやすいですか。

□とてもわかりやすい □わかりやすい □わかりにくい □とてもわかりにくい □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」

## (4)市のウェブサイト:デザインのわかりやすさ

### 【職業別】

- ・ 市内勤務(パート等)と家事従事者は、「わかりやすい」が全体よりも5ポイント高い。
- ・ 市外勤務(常勤)は、「わかりにくい」が全体よりも7ポイント高い。

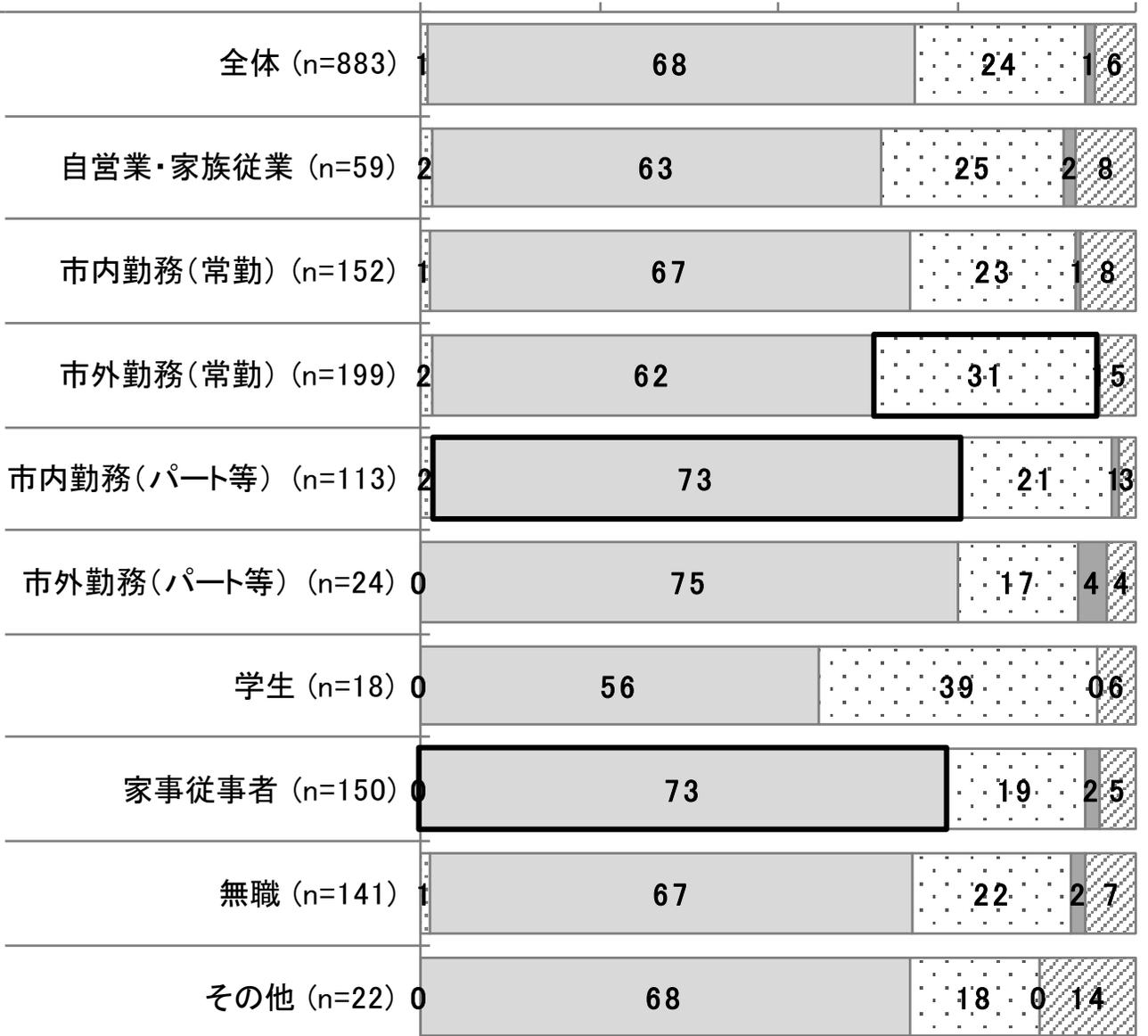
※市外勤務(パート等)、学生、その他は、サンプル数が少ないので参考値

【問14】市のウェブサイトのデザイン(文章の行間やページレイアウトなど)はわかりやすいですか。

□とてもわかりやすい □わかりやすい □わかりにくい □とてもわかりにくい □無回答

0% 25% 50% 75% 100%

職業別



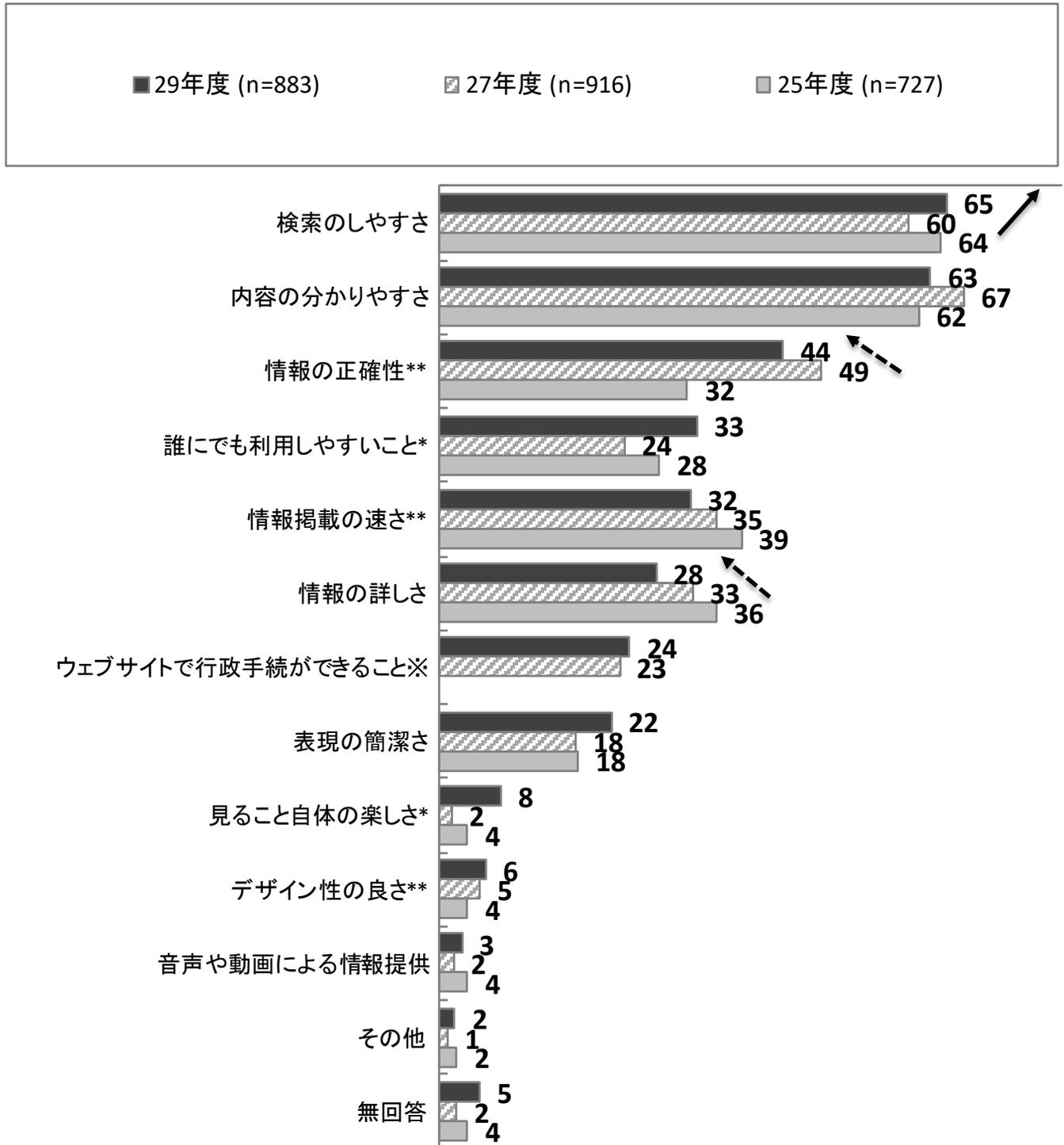
集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

## (4)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、「検索のしやすさ」と「内容のわかりやすさ」への期待が高い。
- ・ 27年度と比較すると、「検索のしやすさ」が5ポイント増加、「情報の正確性」と「情報の詳しさ」は5ポイント低下している。  
(29年度から文言変更している「誰にでも利用しやすいこと」と「見ること自体の楽しさ」は参考比較)

【問15】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」

※「ウェブサイトでの行政手続きができること」の選択肢は、27年度調査より追加

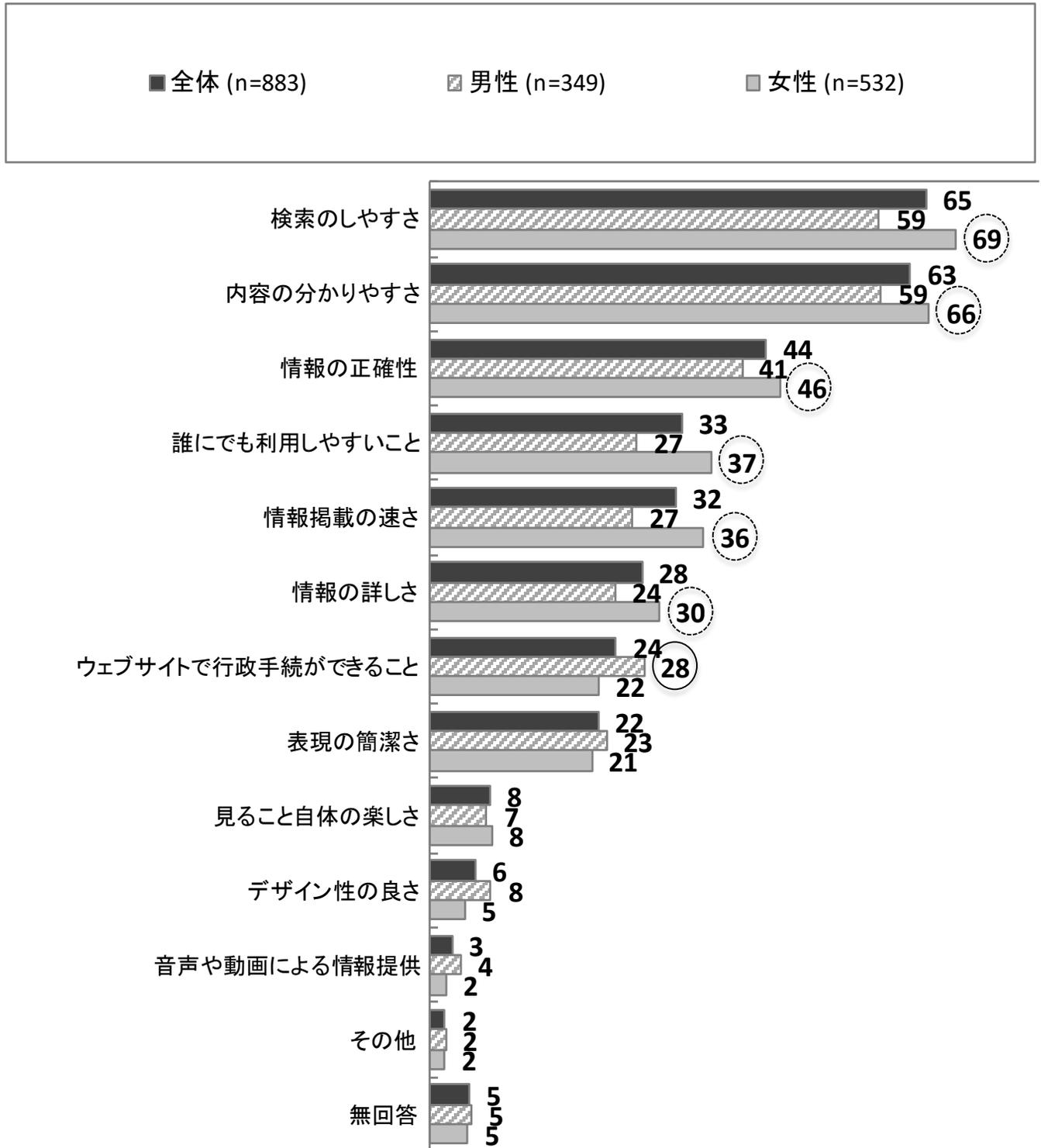
\*今回の調査／\*\*27年度調査より選択肢表記を変更したため経年変化は参考値

## (4)市のウェブサイト:期待すること

### 【性別】

- 女性は、「検索のしやすさ」、「内容のわかりやすさ」、「情報の正確性」、「誰にでも利用しやすいこと」、「情報掲載の速さ」、「情報の詳しさ」で男性よりも5ポイント以上高く、市のウェブサイトに対し期待が高い。
- 一方で、男性は、「ウェブサイトで行行政手続ができること」が女性よりも5ポイント以上高い。

【問15】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】 (%)



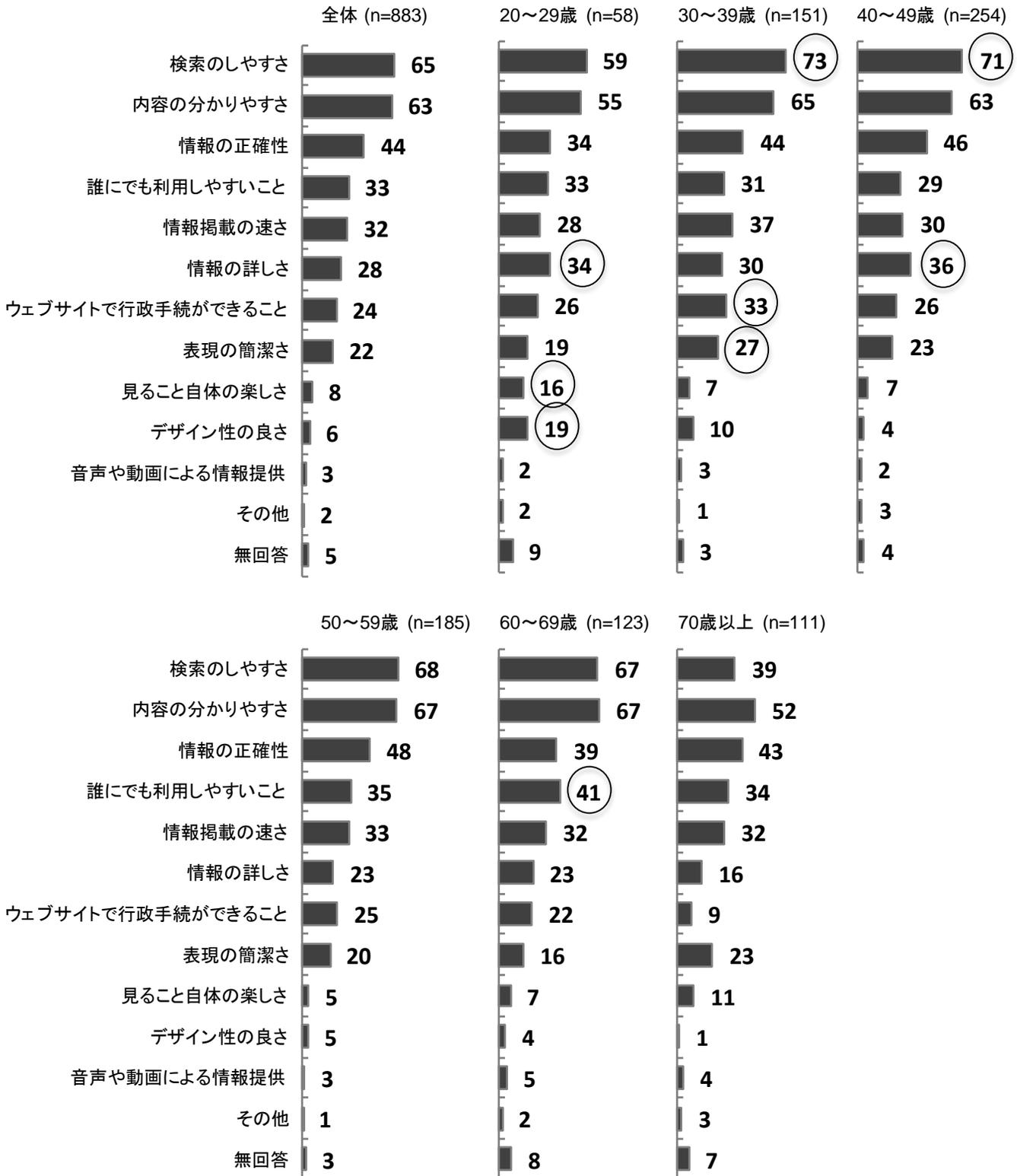
集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

# (4)市のウェブサイト:期待すること

## 【年齢別】

- 20歳代は、「情報の詳しさ」、「デザイン性のよさ」、「見ること自体の楽しさ」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5ポイント以上高い。40歳代では、「検索のしやすさ」、「情報の詳しさ」が全体よりも5ポイント以上高い。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15】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」

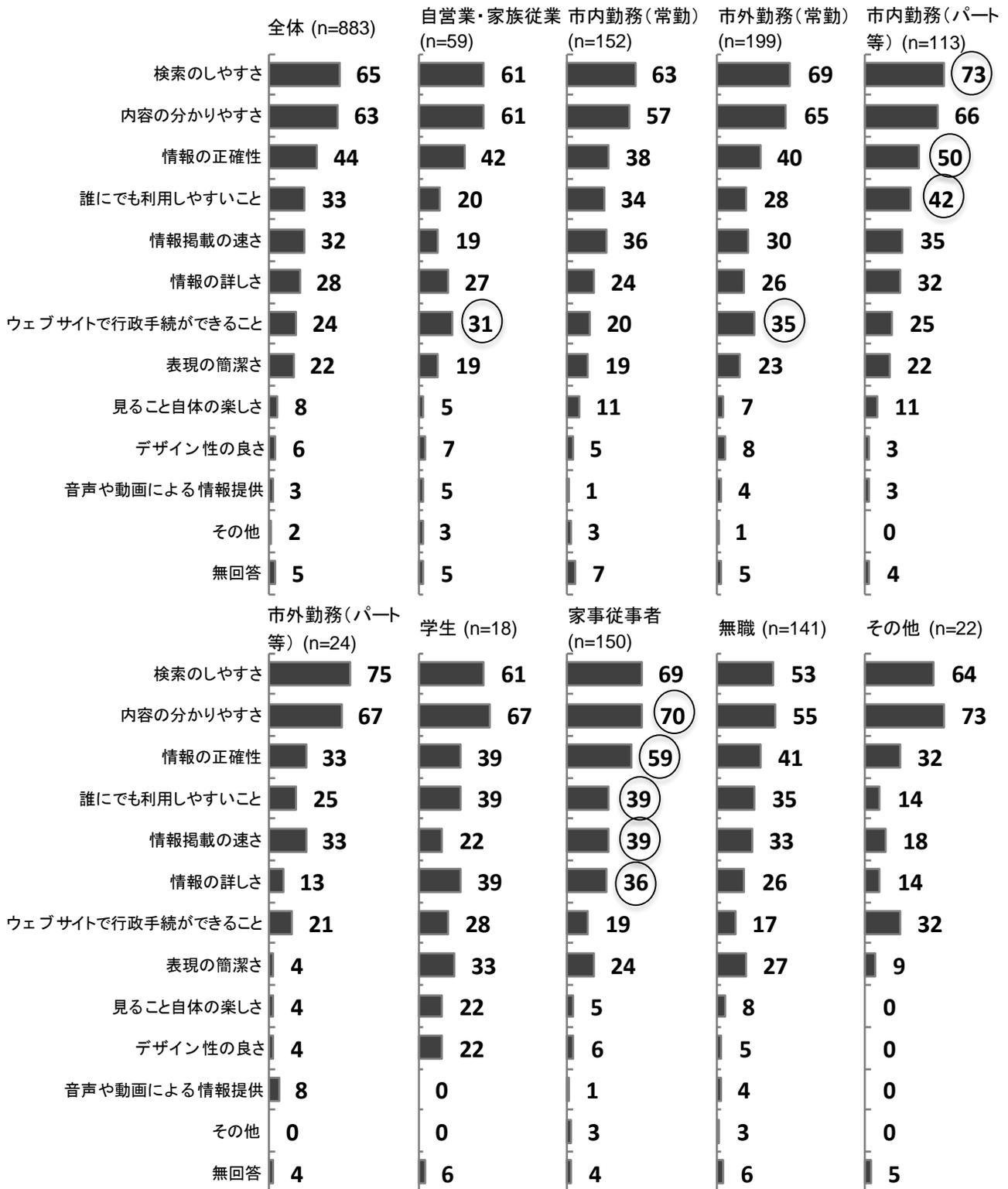
# (4)市のウェブサイト:期待すること

## 【職業別】

- ・ 自営業・家族従業と市外勤務(常勤)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。市内勤務(パート等)は、「検索のしやすさ」、「情報の正確性」、「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。家事従事者は、全体よりも5ポイント以上高い項目が多く、「内容の分かりやすさ」、「情報の正確性」、「誰にでも利用しやすいこと」、「情報掲載の速さ」、「情報の詳しさ」が全体よりも5ポイント以上高い。

※ 市外勤務(パート等)、学生、その他はサンプル数が少ないため参考値

【問15】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」

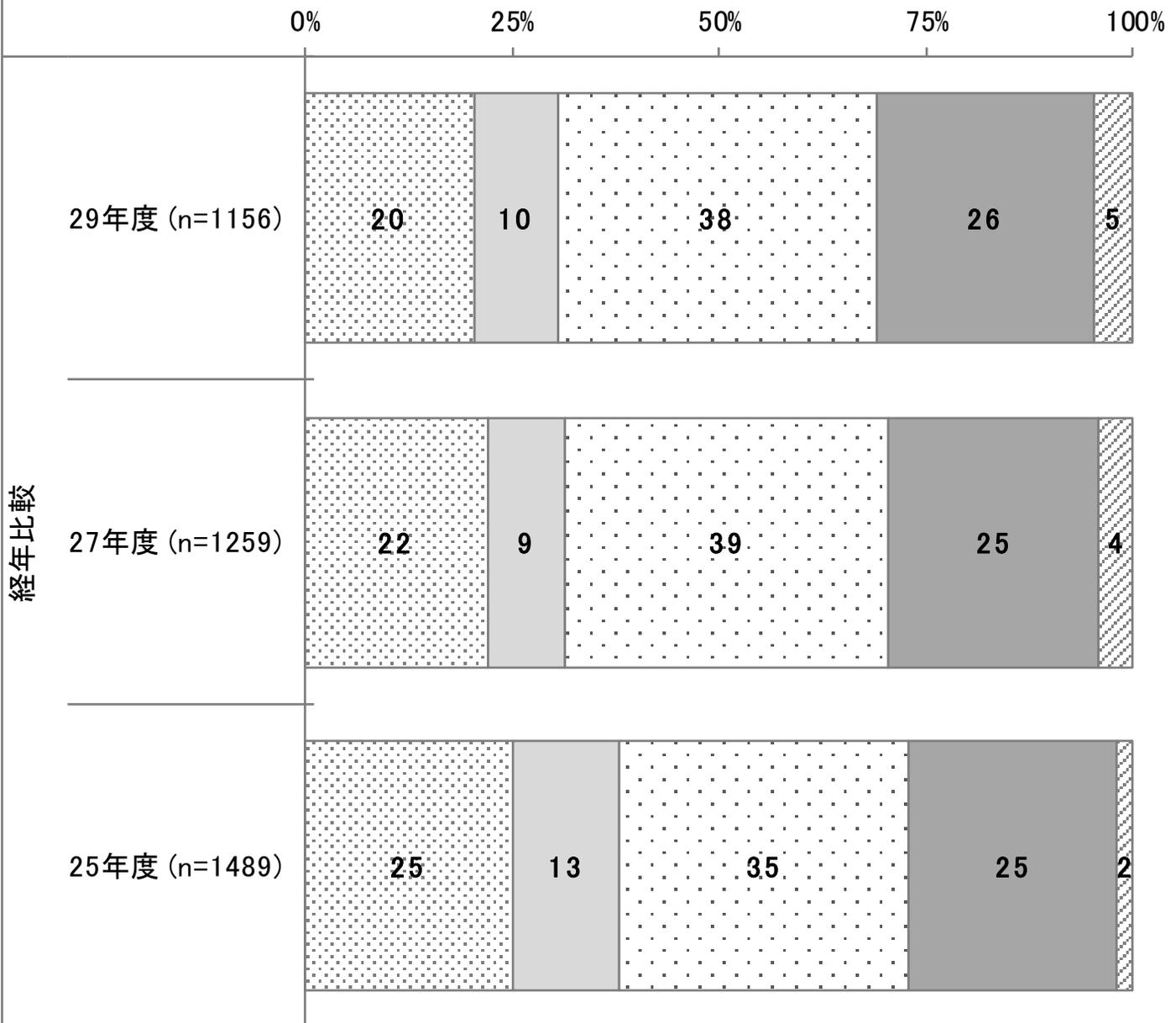
## (4)市のウェブサイト:利用しない理由

### 【全体・経年比較】

- ・ 市のウェブサイトを利用しない理由は、「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38%と最も多い。
- ・ 27年度からは大きな変化は見られない。

【問16】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：市のウェブサイトを利用したことがない

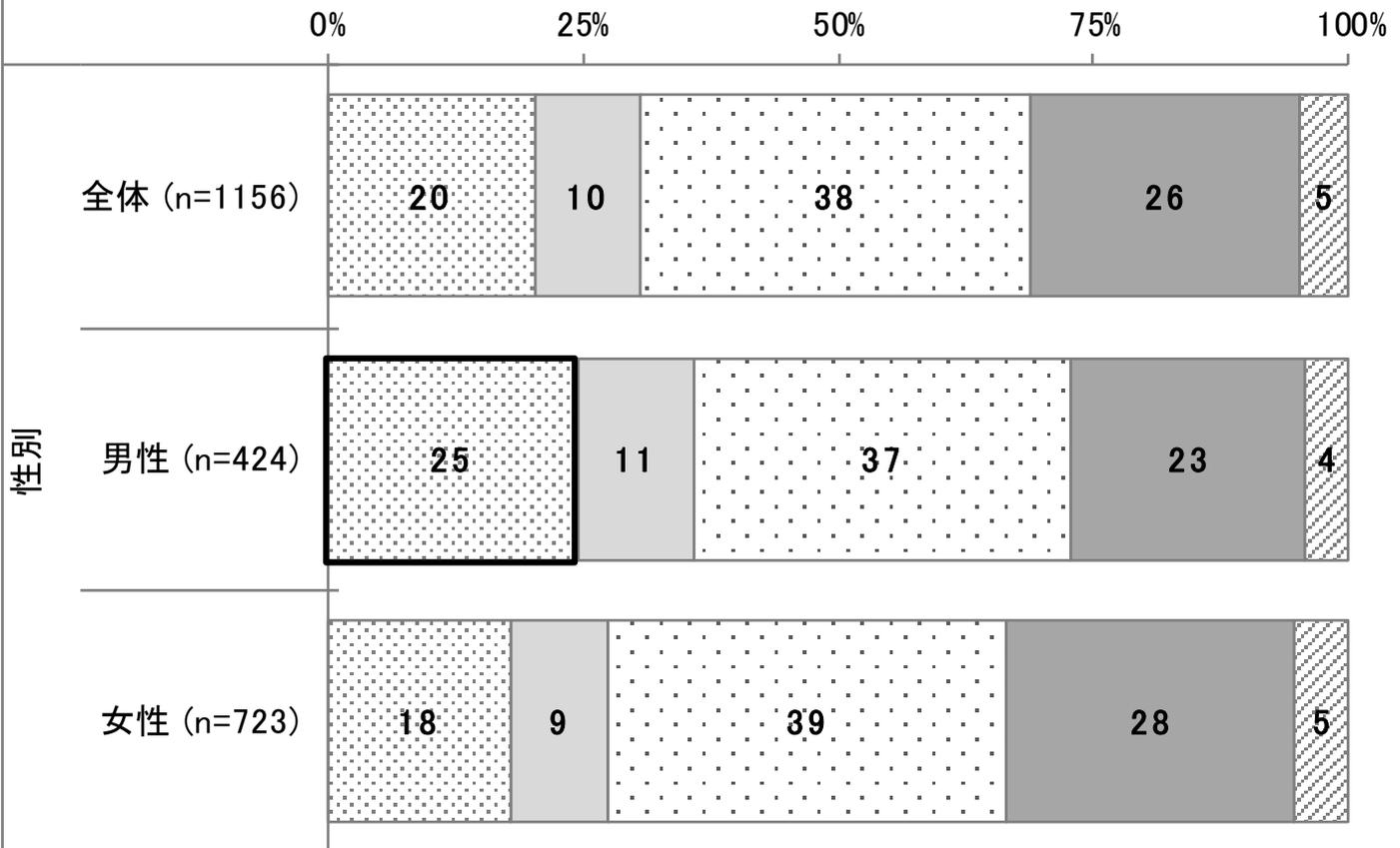
## (4)市のウェブサイト:利用しない理由

### 【性別】

- ・ 男性は「市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない」が女性よりも7ポイント高い。

【問16】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」

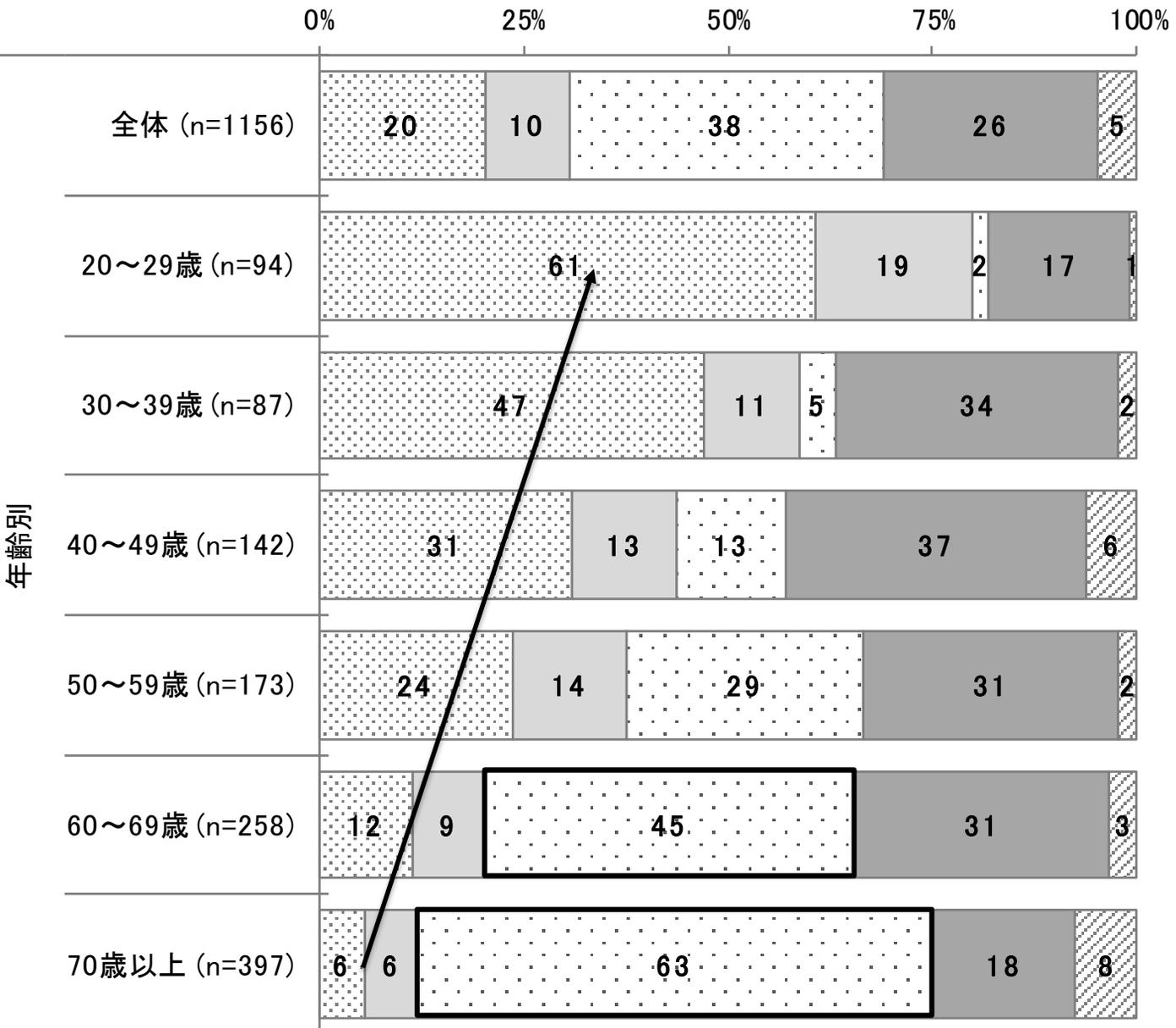
## (4)市のウェブサイト:利用しない理由

### 【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」が増加。20歳代では、61%が関心がない。
- 60歳代と70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5ポイント以上高く、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16】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：市のウェブサイトを利用したことがない

## (4)市のウェブサイト:利用しない理由

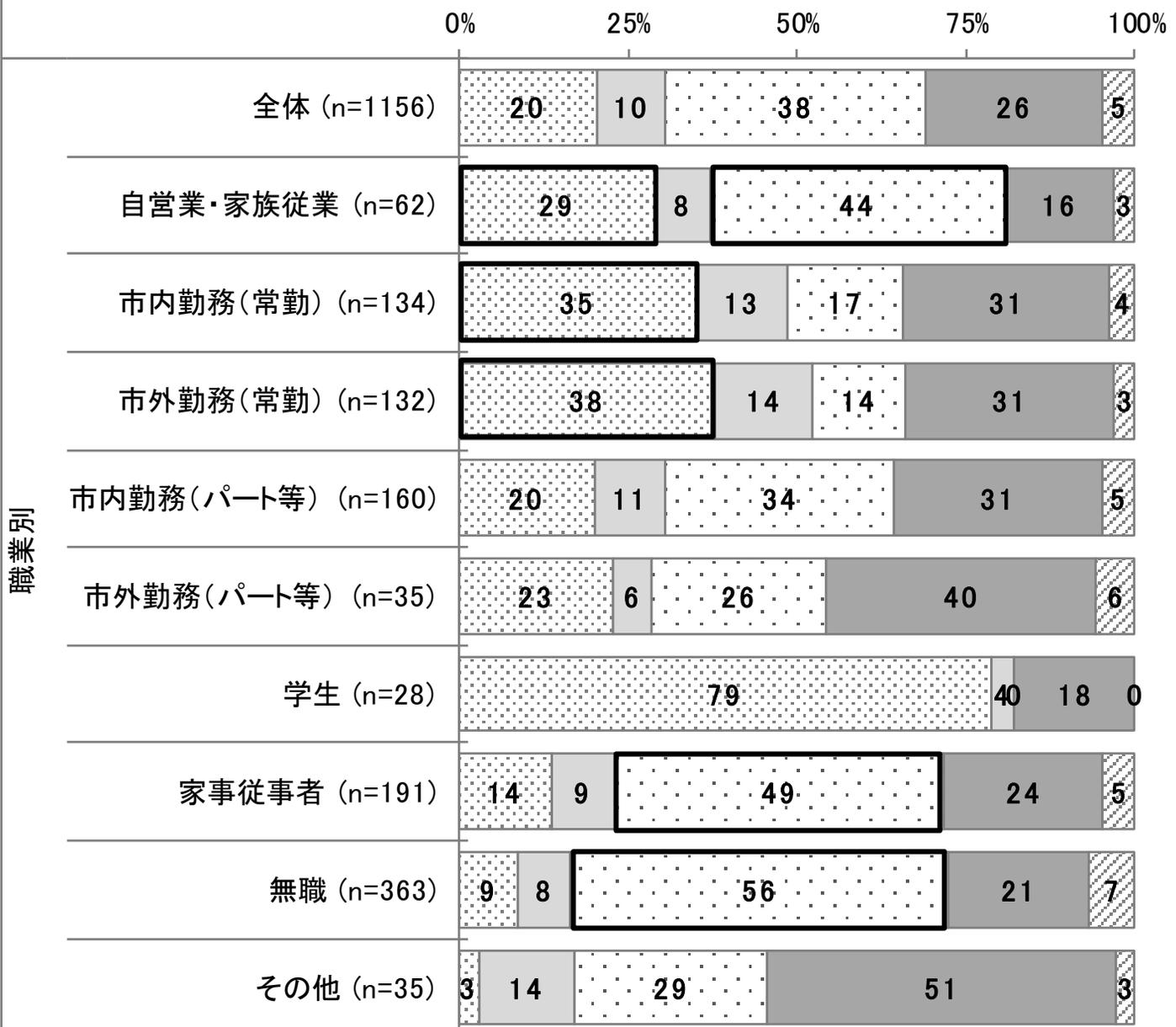
### 【職業別】

- ・ 自営業・家族従業、市内勤務(常勤)、市外勤務(常勤)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5ポイント以上高い。
- ・ 自営業・家族従業、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。

※ 学生はサンプル数が少ないため参考値

【問16】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：市のウェブサイトを利用したことがない

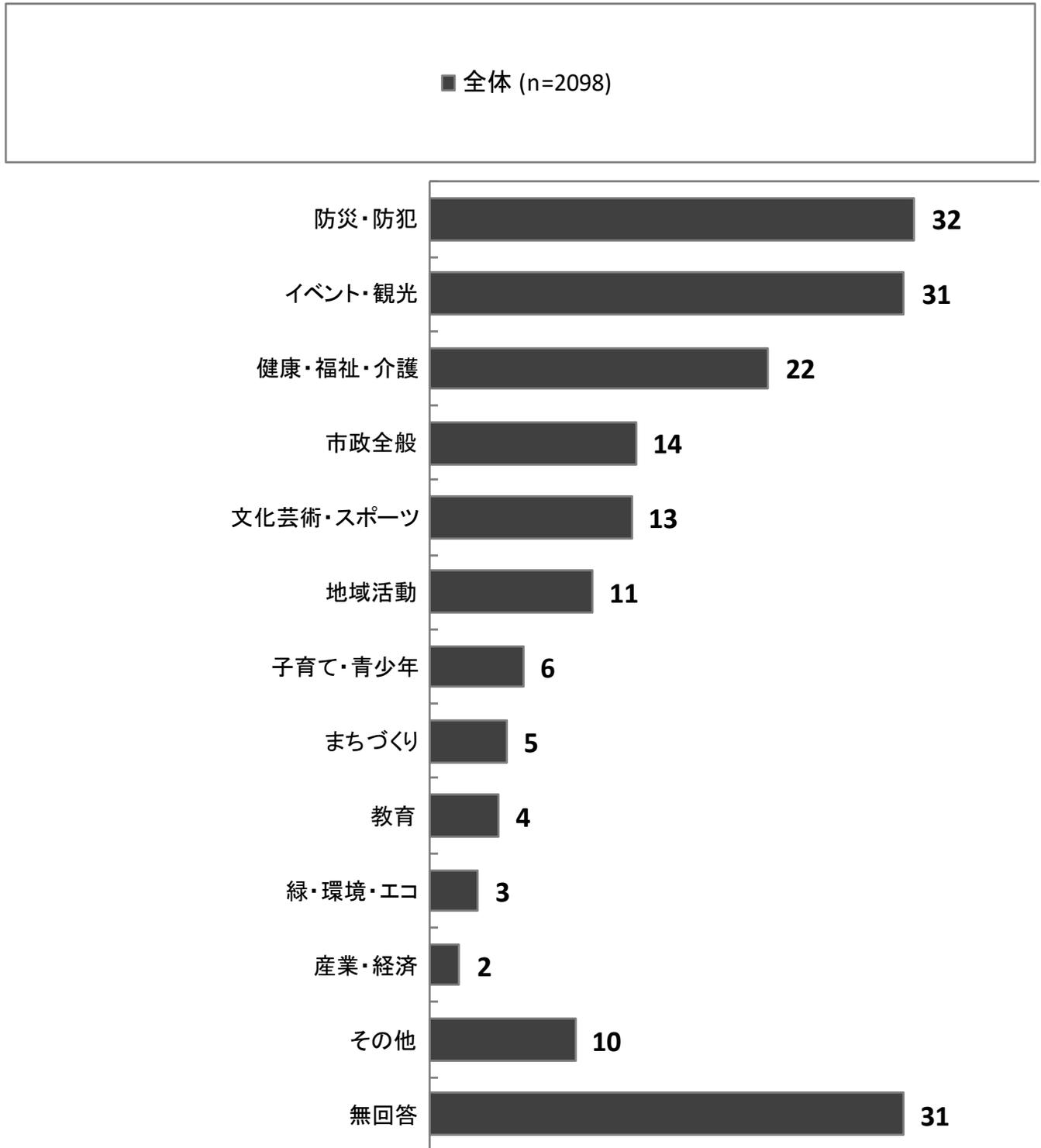
## (5)市のツイッターで得たい情報

### 【全体】

- 市のツイッター (Twitter) で得たい情報は、「防災・防犯」と「イベント・観光」が30%を超え高く、次いで、「健康・福祉・介護」が22%と続く。

※ 無回答が31%と高い理由は、ツイッターを知らない人や利用していない人が存在するためと推測できる。

【問17】市のツイッター(Twitter)で、どのような情報を得たいですか。【3つまで回答】 (%)

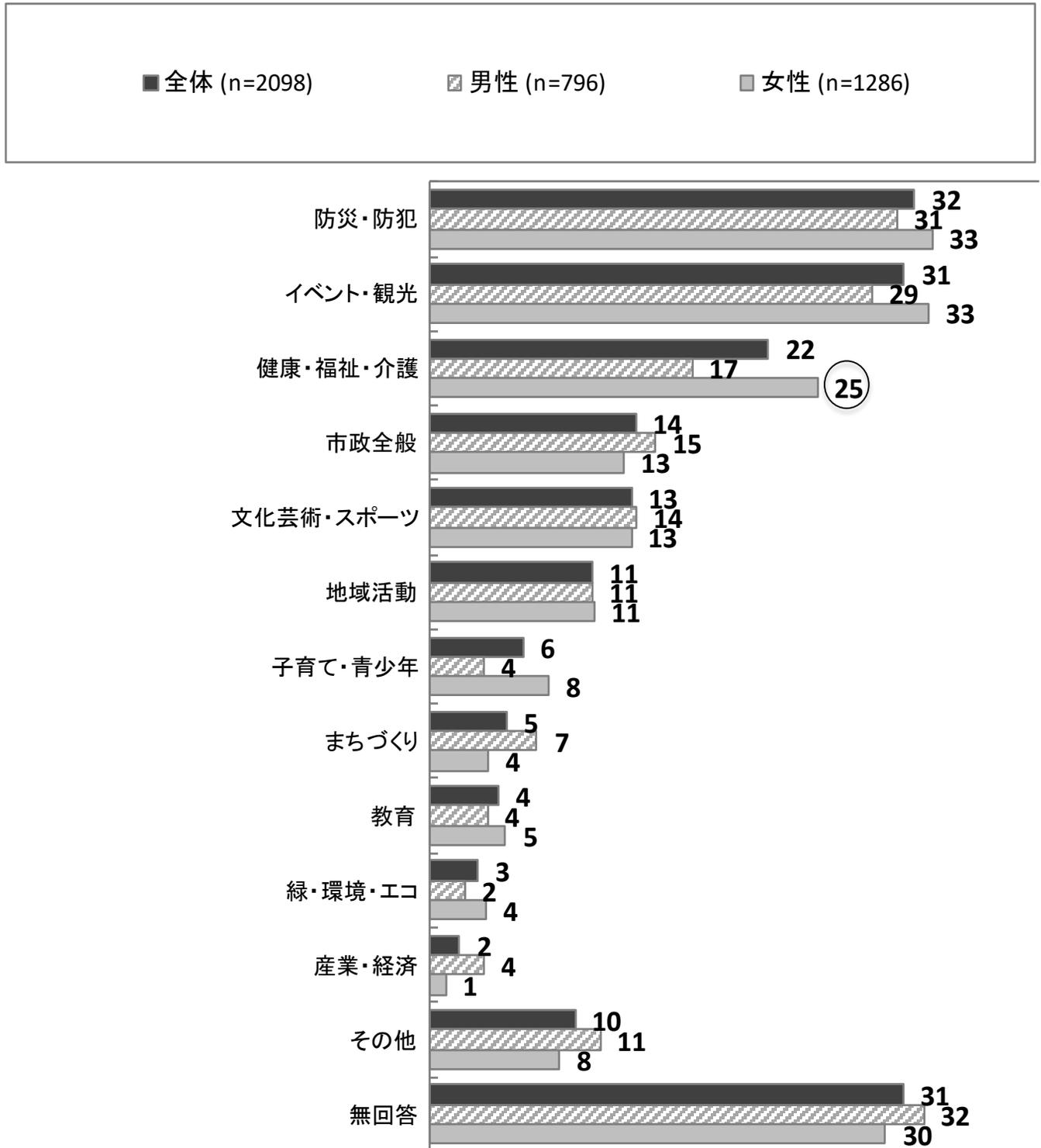


## (5)市のツイッターで得たい情報

### 【性別】

- 男女ともに、「防災・防犯」と「イベント・観光」に関する情報が求められている。女性は、「健康・福祉・介護」の情報に対する期待が、男性よりも8ポイント高い。

【問17】市のツイッター(Twitter)で、どのような情報を得たいですか。【3つまで回答】 (%)

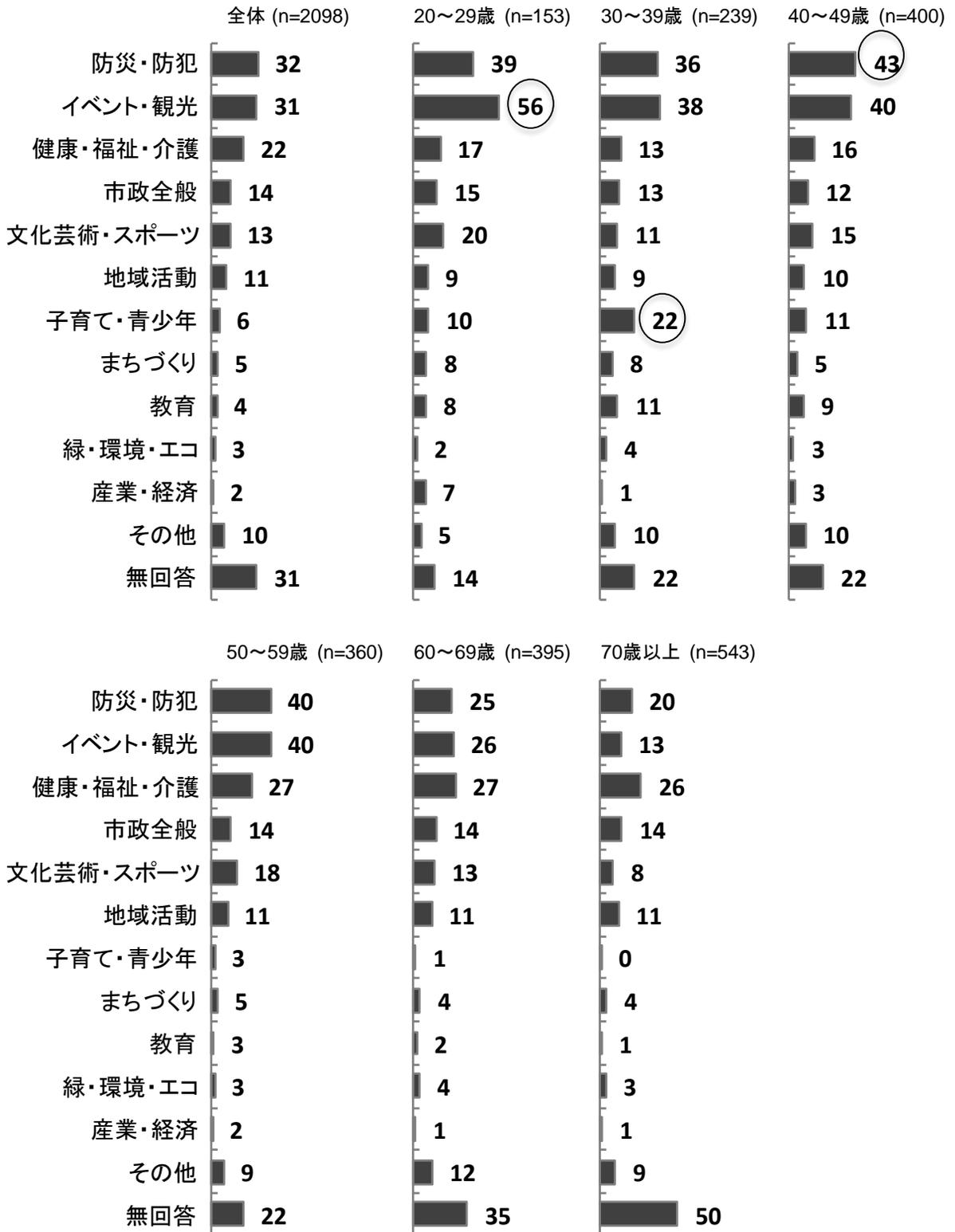


# (5)市のツイッターで得たい情報

## 【年齢別】

- 年齢層により、得たい情報の内容に差が見られる。20歳代は、「イベント・観光」、30歳代は「子育て・青少年」、40歳代は「防災・防犯」が全体よりも10ポイント以上高い。

【問17】市のツイッター(Twitter)で、どのような情報を得たいですか。【3つまで回答】 (%)

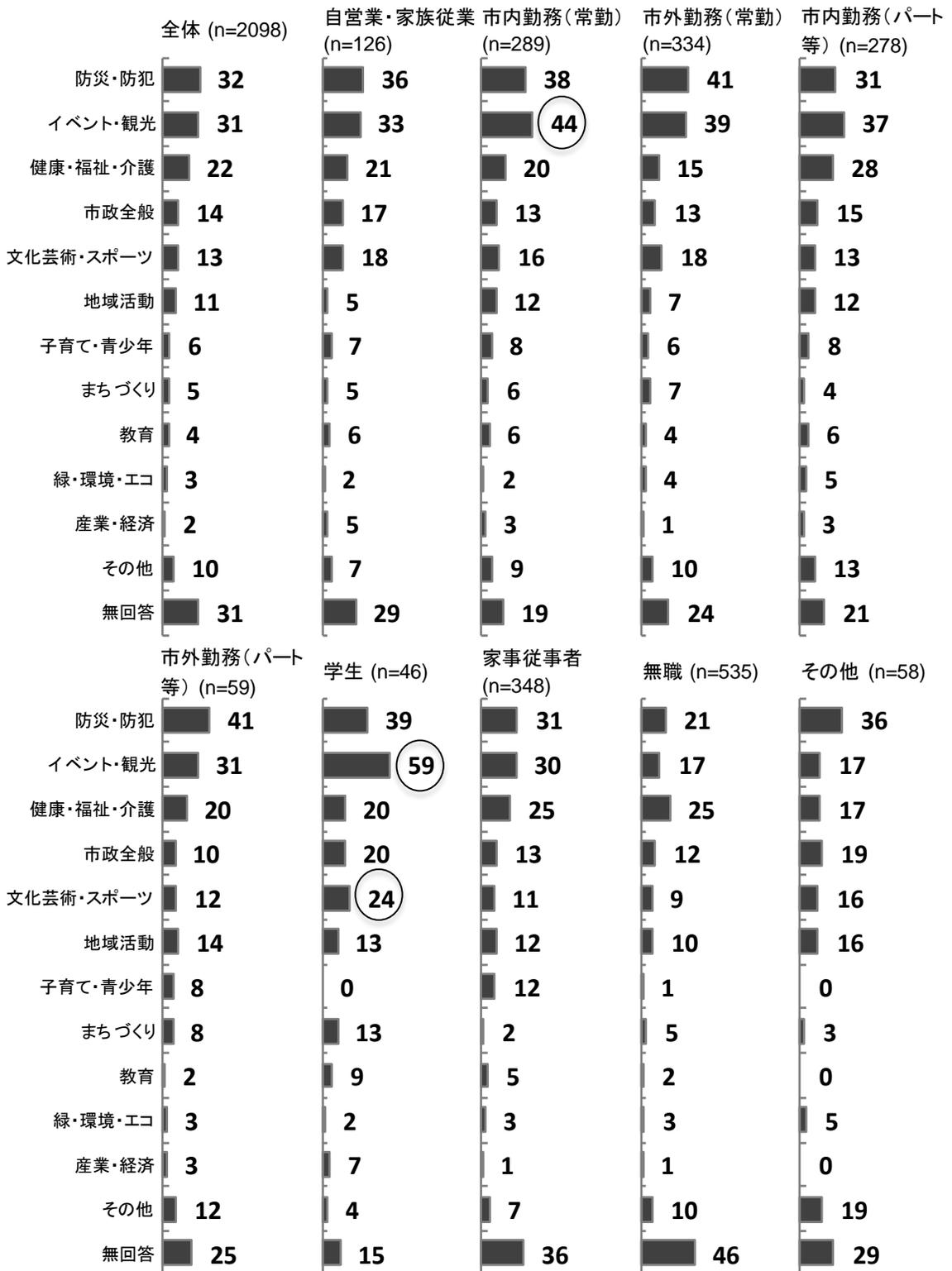


# (5)市のツイッターで得たい情報

## 【職業別】

- 市内勤務(常勤)は「イベント・観光」、学生は「イベント・観光」と「文化芸術・スポーツ」が全体よりも10ポイント以上高い。

【問17】市のツイッター(Twitter)で、どのような情報を得たいですか。【3つまで回答】 (%)



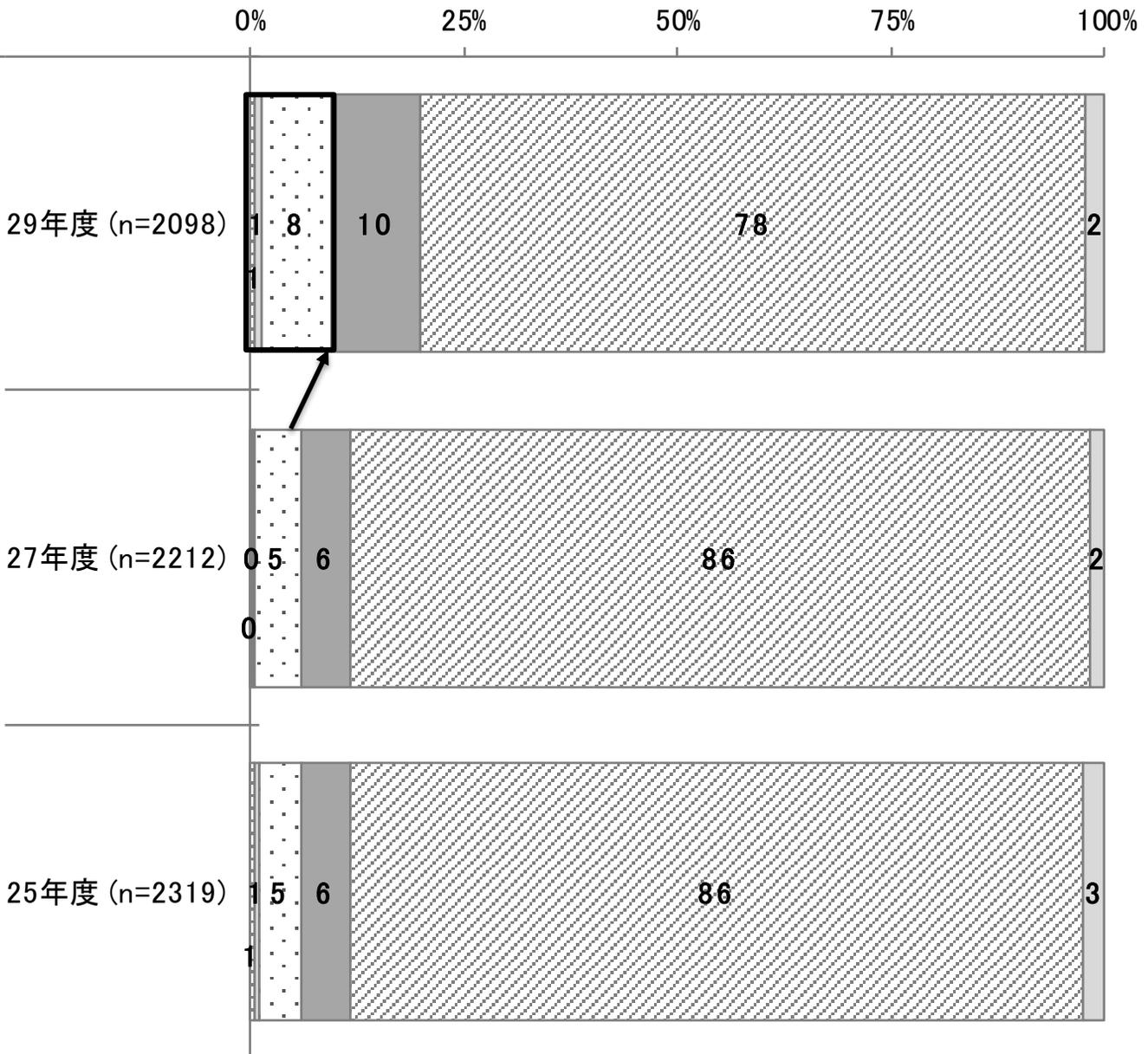
## (6)季刊誌「横濱」:購読状況

### 【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10%と、27年度と比較すると5ポイント増加している。

【問18】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



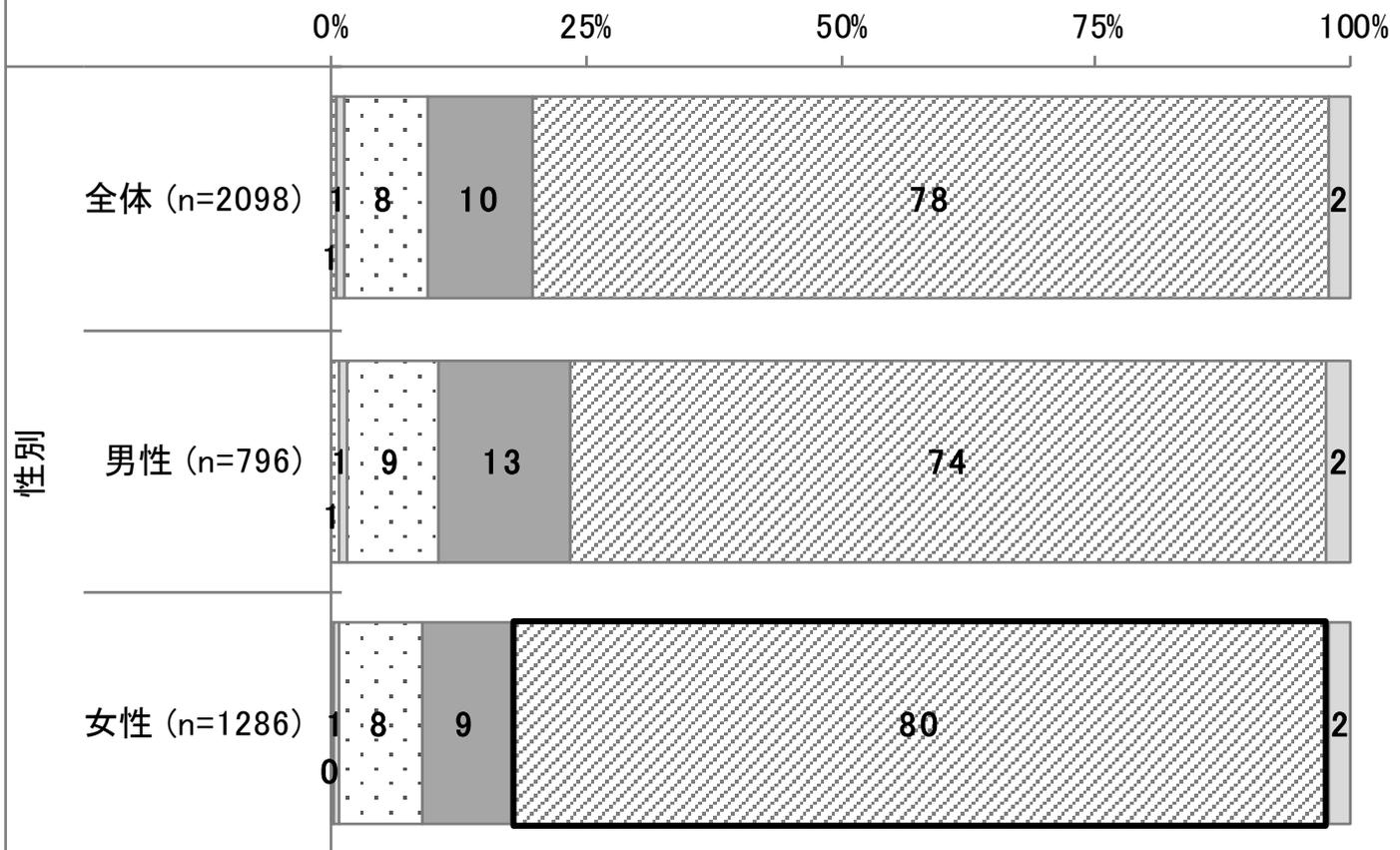
## (6)季刊誌「横濱」:購読状況

### 【性別】

- 女性は、季刊誌「横濱」を「読んだことがない」人が80%と男性と比較し、6ポイント高い。

【問18】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



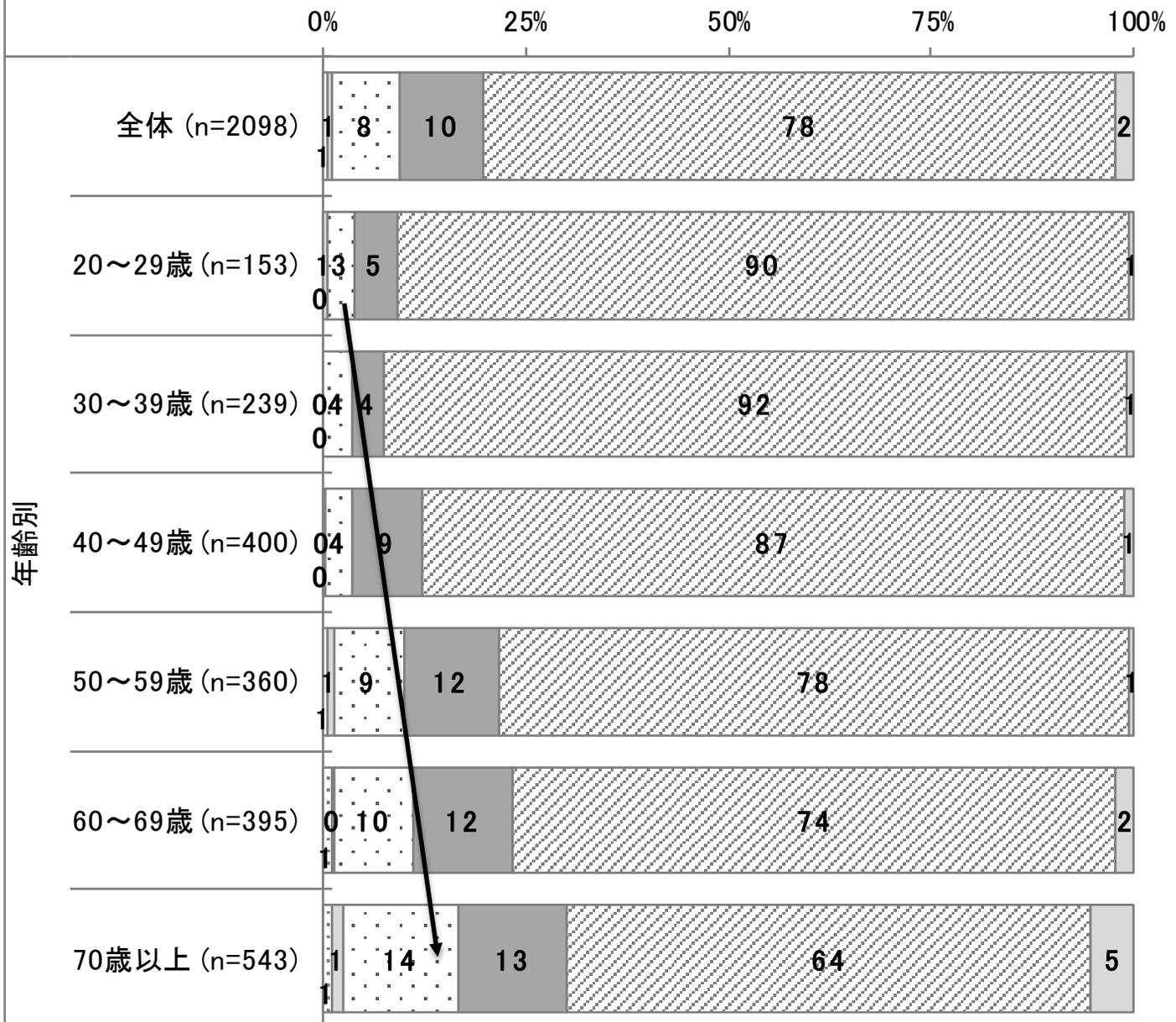
## (6)季刊誌「横濱」:購読状況

### 【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、50歳代と60歳代では、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、それぞれ11%、70歳代では16%を占める。

【問18】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



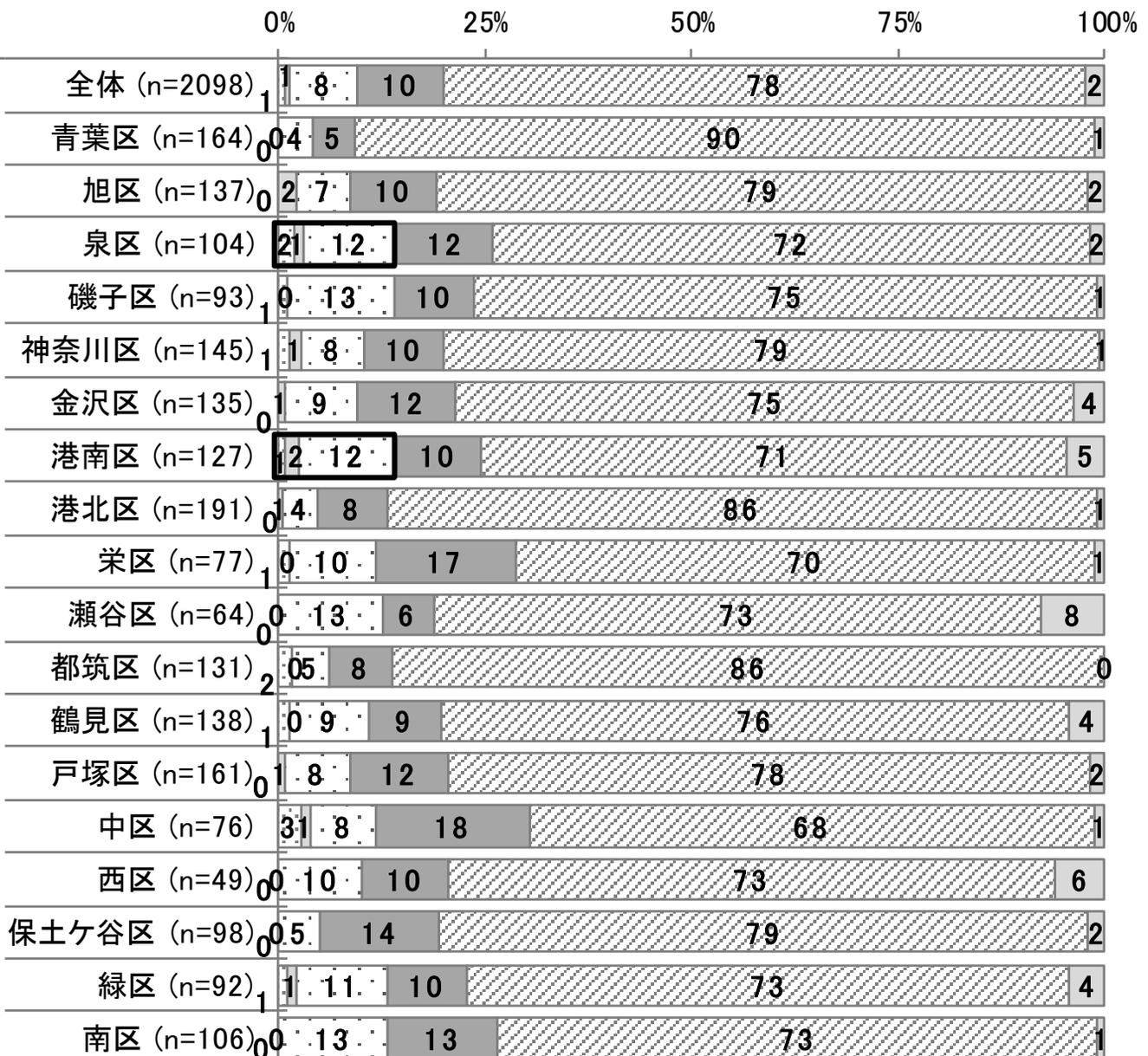
## (6)季刊誌「横濱」:購読状況

### 【居住地域別】

- 泉区と港南区で季刊誌「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)の割合はそれぞれ15%で、全体よりも5ポイント高い。

【問18】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

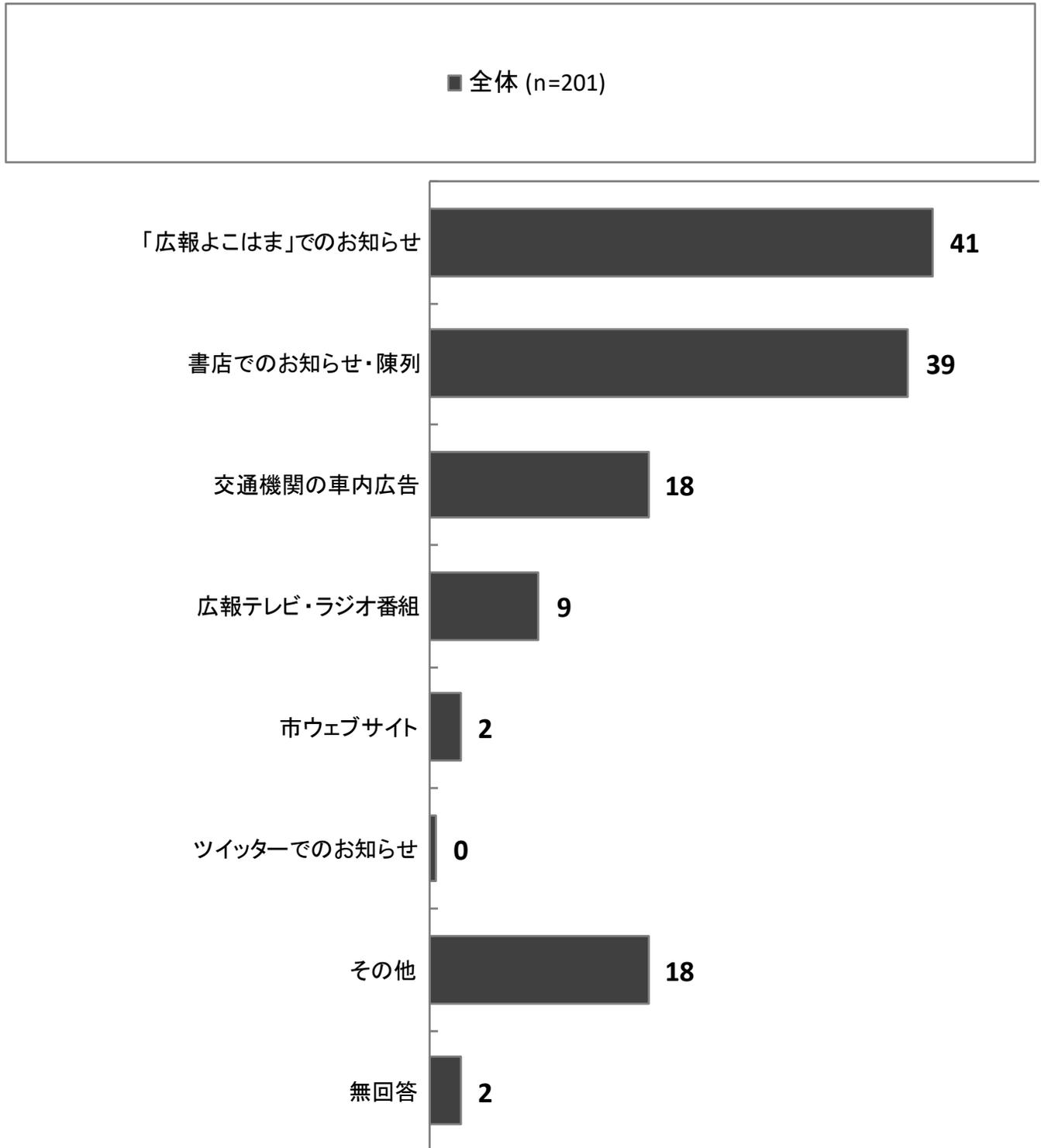


## (6)季刊誌「横濱」:読んだきっかけ

### 【全体】

- 季刊誌「横濱」を読んだきっかけは、「広報よこはまでのお知らせ」が最も高く41%、次いで、「書店でのお知らせ・陳列」が39%と続く。

【問19】「横濱」を読んだきっかけは何ですか。【複数回答】 (%)



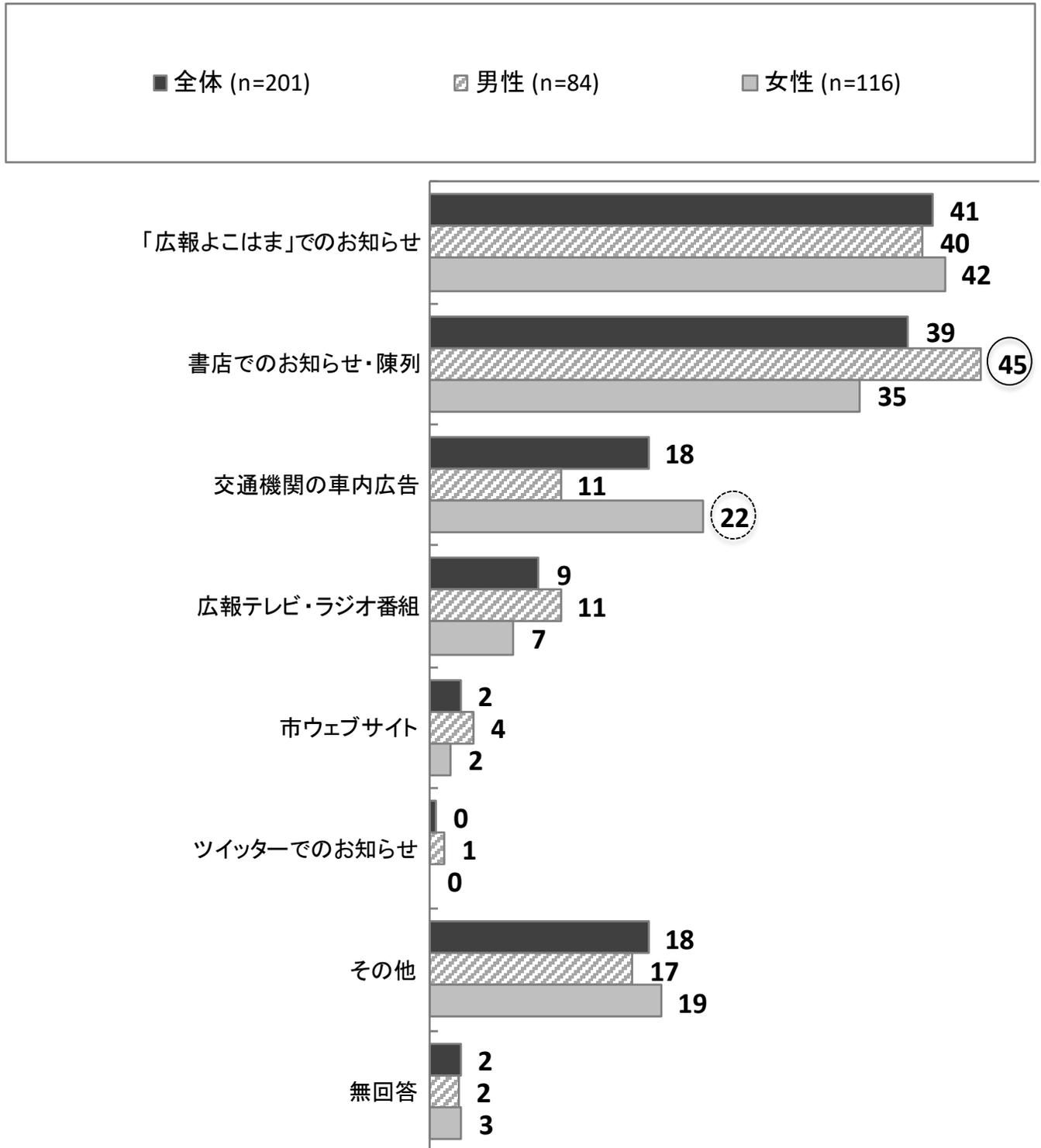
集計ベース：季刊誌「横濱」を「毎号/ほとんど毎号/たまに読む」

## (6)季刊誌「横濱」:読んだきっかけ

### 【性別】

- 性別により、季刊誌「横濱」を読んだきっかけに、差が見られる。
- 男性は「書店でのお知らせ・陳列」が45%と最も高く、女性と比較すると10ポイント高い。
- 女性は「交通機関の車内広告」が22%と、男性と比較すると10ポイント高い点が特徴。

【問19】「横濱」を読んだきっかけは何ですか。【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」

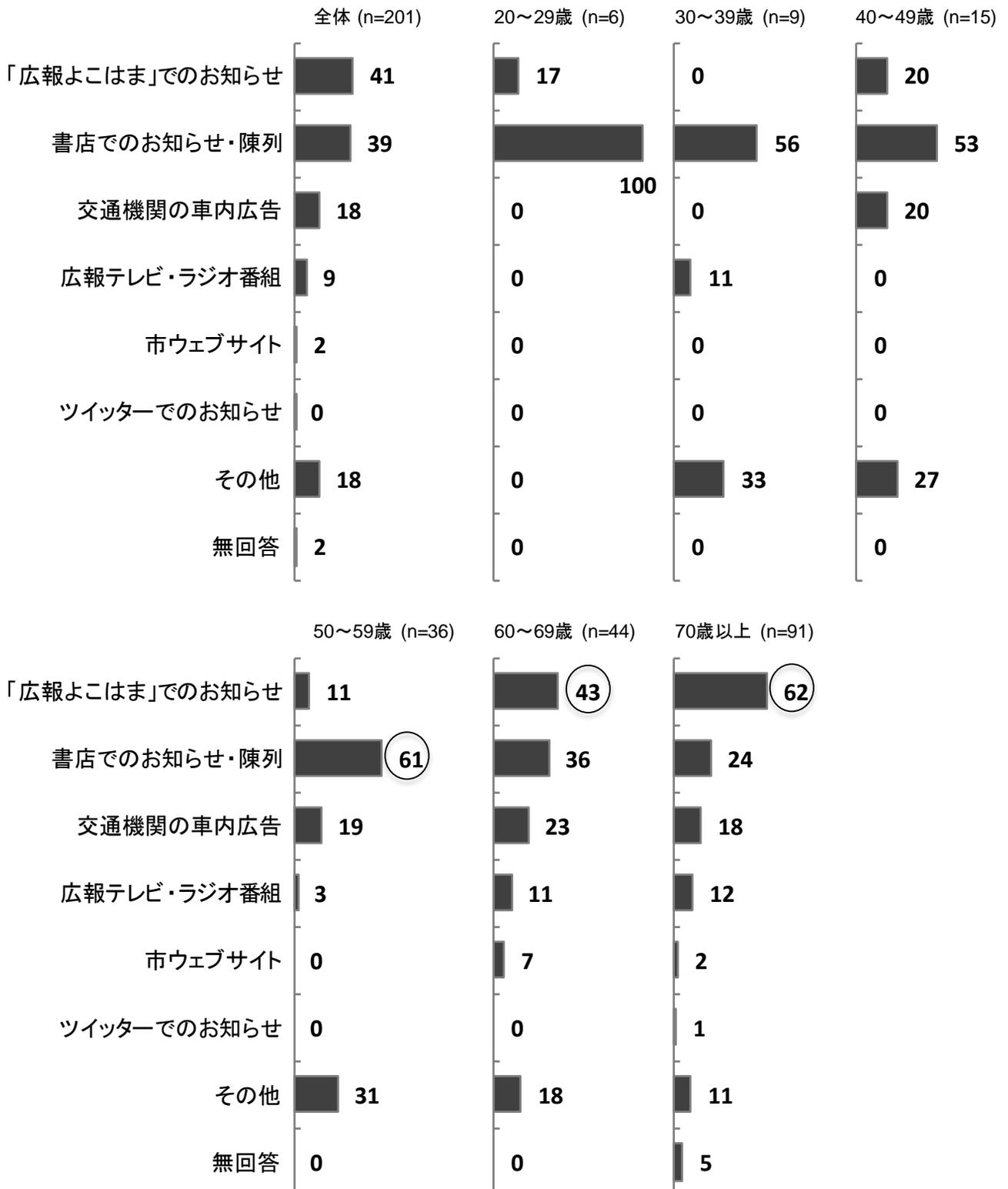
## (6)季刊誌「横濱」:読んだきっかけ

### 【年齢別】

- 50歳代は「書店でのお知らせ・陳列」が最も高く、60歳代と70歳代では「広報よこはま」が最も高い。

※20歳代～40歳代は母数が少ないため参考値。

【問19】「横濱」を読んだきっかけは何ですか。【複数回答】 (%)



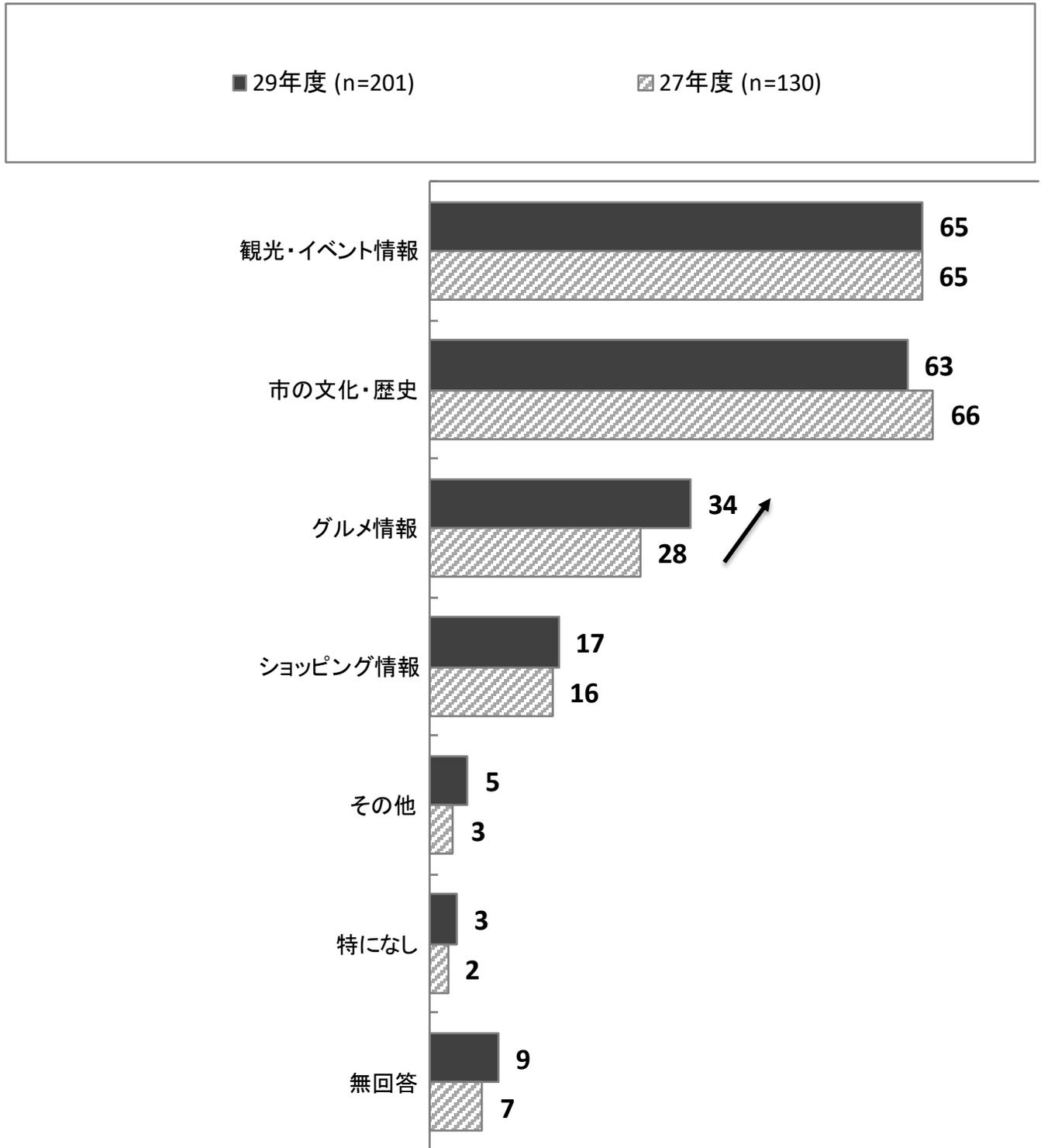
集計ベース：季刊誌「横濱」を「毎号/ほとんど毎号/たまに読む」

## (6)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「観光・イベント情報」が65%と最も高く、次いで、「市の文化・歴史」が63%と続く。
- ・ 27年度と比較すると、「グルメ情報」が6ポイント増加している。

【問20】「横濱」で取り上げてほしいテーマは何ですか。【複数回答】 (%)



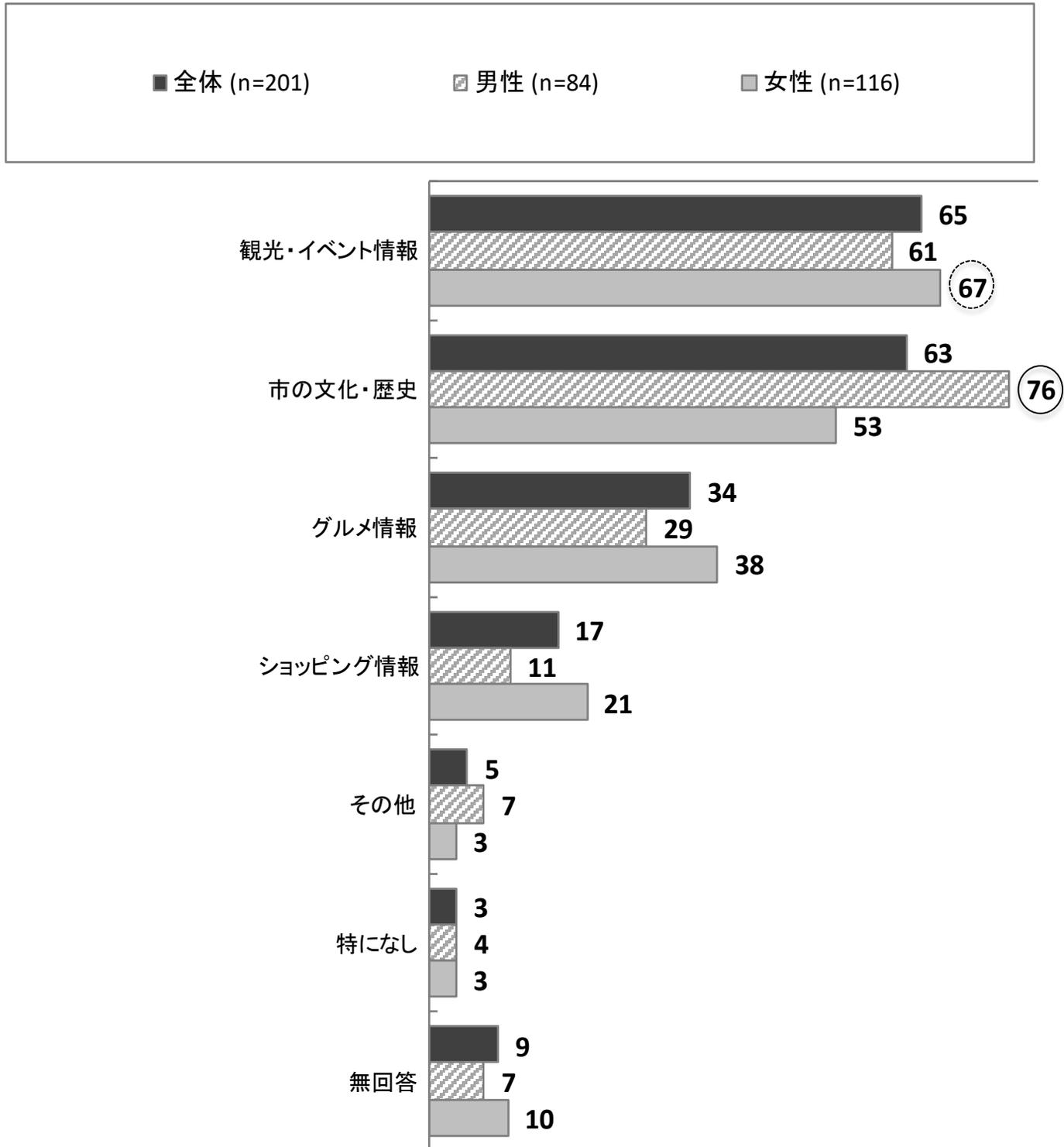
集計ベース：季刊誌「横濱」を「毎号/ほとんど毎号/たまに読む」

## (6)季刊誌「横濱」:取り上げてほしいテーマ

### 【性別】

- ・ 季刊誌「横濱」で取り上げてほしいテーマは、男女により違いが見られる。
- ・ 男性は、「市の文化・歴史」が76%と最も高いのに対し、女性は「観光・イベント情報」が67%と最も高い。

【問20】「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」

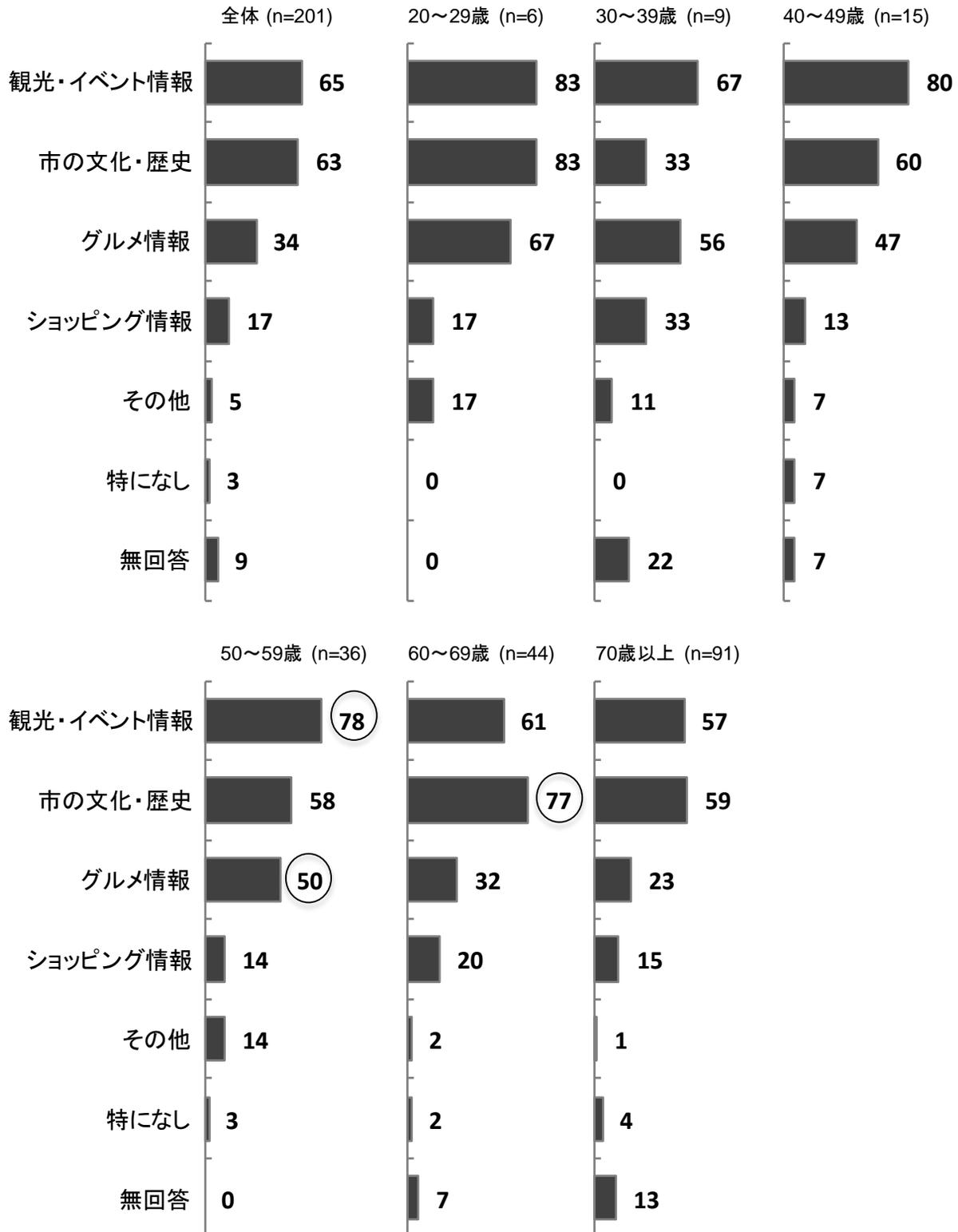
## (6)季刊誌「横濱」:取り上げてほしいテーマ

### 【年齢別】

- 50歳代は、「観光・イベント情報」が78%、「グルメ情報」が50%と全体よりも10ポイント以上高い。
- 60歳代は、「市の文化・歴史」が77%と全体よりも10ポイント以上高い。

※20歳代～40歳代は母数が少ないため参考値。

【問20】「横濱」で取り上げてほしいテーマは何ですか。【複数回答】 (%)



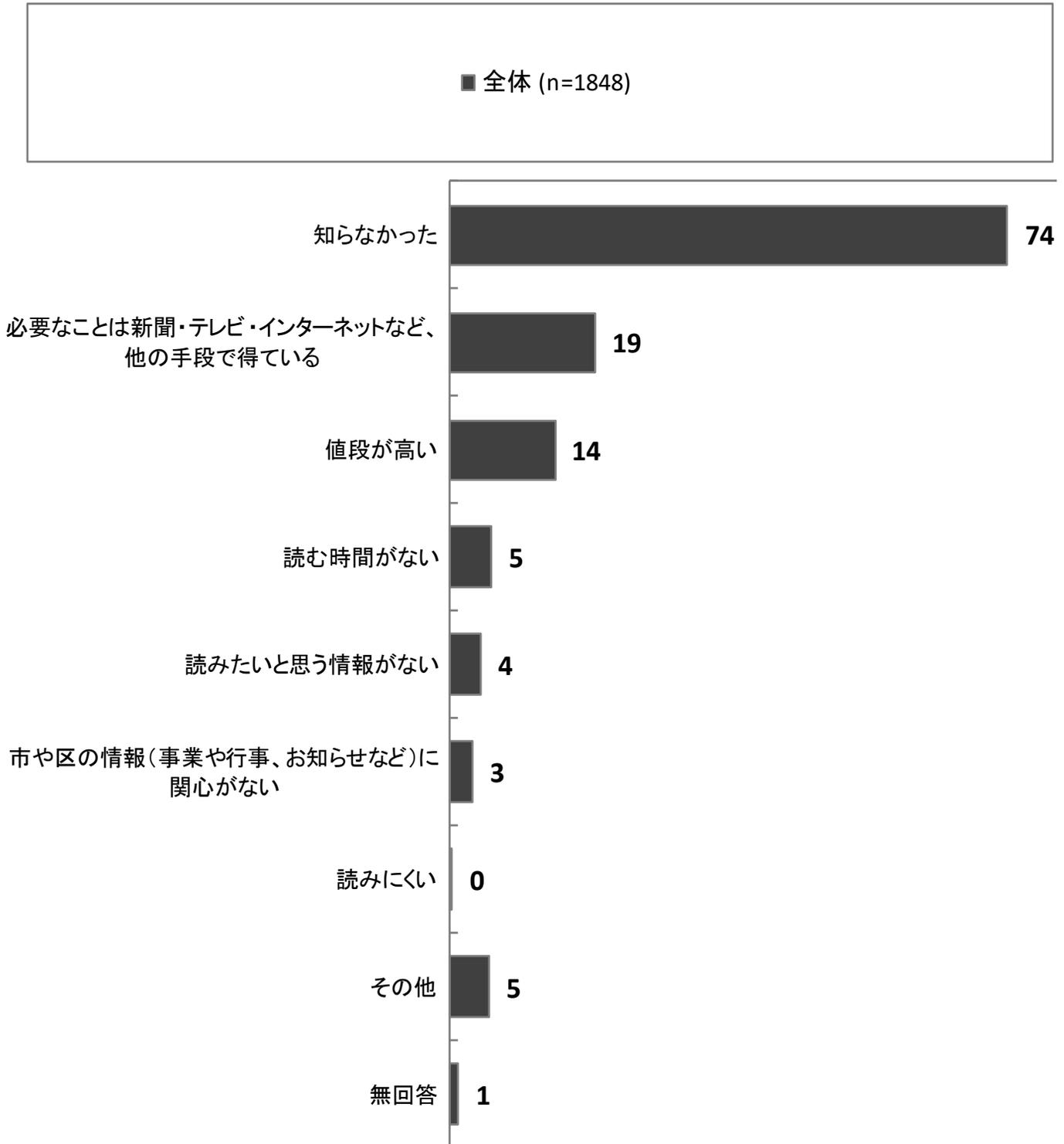
集計ベース：季刊誌「横濱」を「毎号/ほとんど毎号/たまに読む」

## (6)季刊誌「横濱」:読んでいない理由

### 【全体】

- ・ 季刊誌「横濱」を読んでいない理由は、「知らなかった」が74%と圧倒的に高い。

【問21】「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)季刊誌「横濱」:読んでいない理由

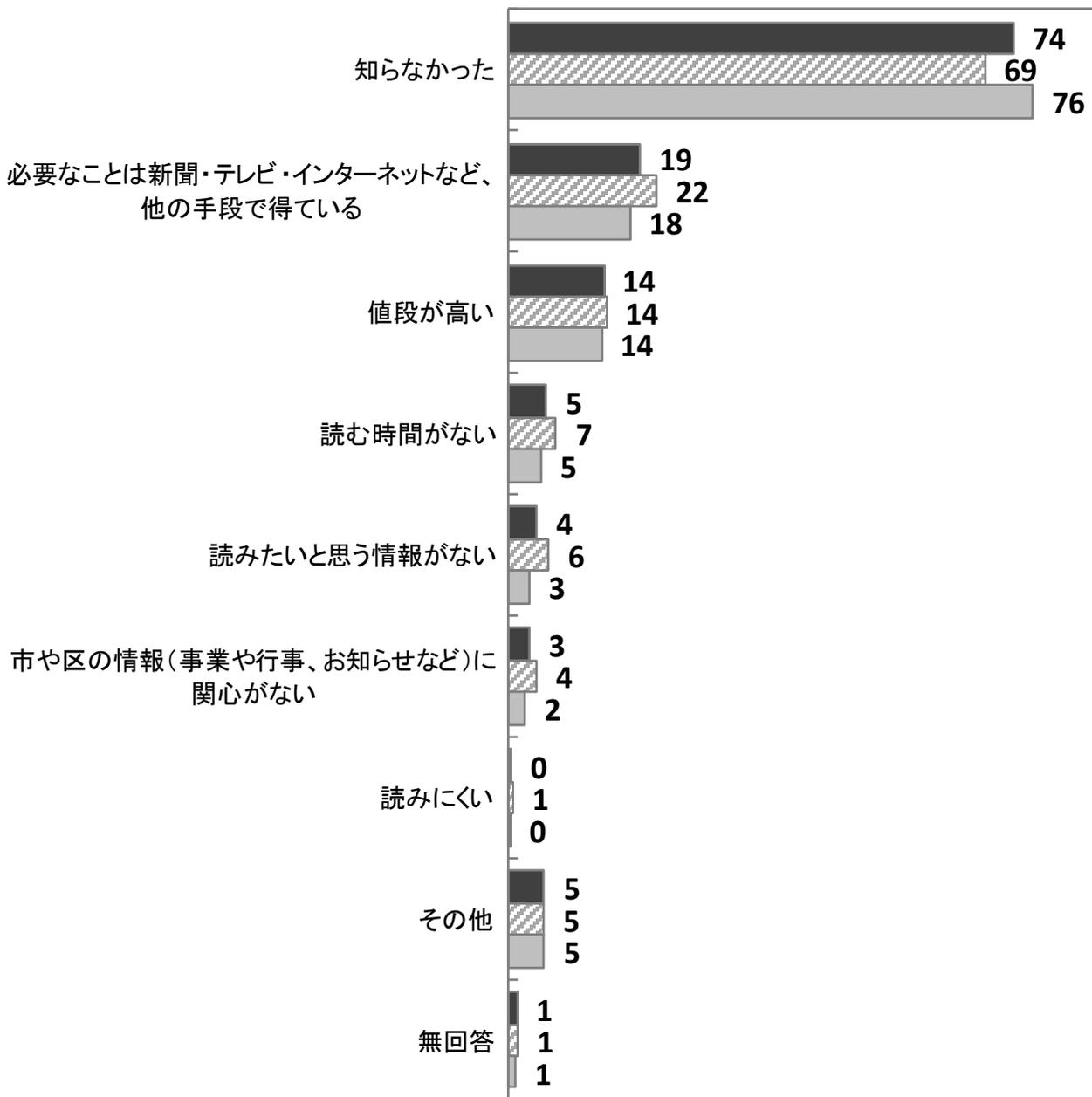
### 【性別】

- ・ 季刊誌「横濱」を読んでいない理由は、性別に関わらず、「知らなかった」が最も高い。

【問21】「横濱」を読んでいない理由は何ですか。【複数回答】

(%)

■ 全体 (n=1848)      ▨ 男性 (n=693)      ■ 女性 (n=1143)



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」

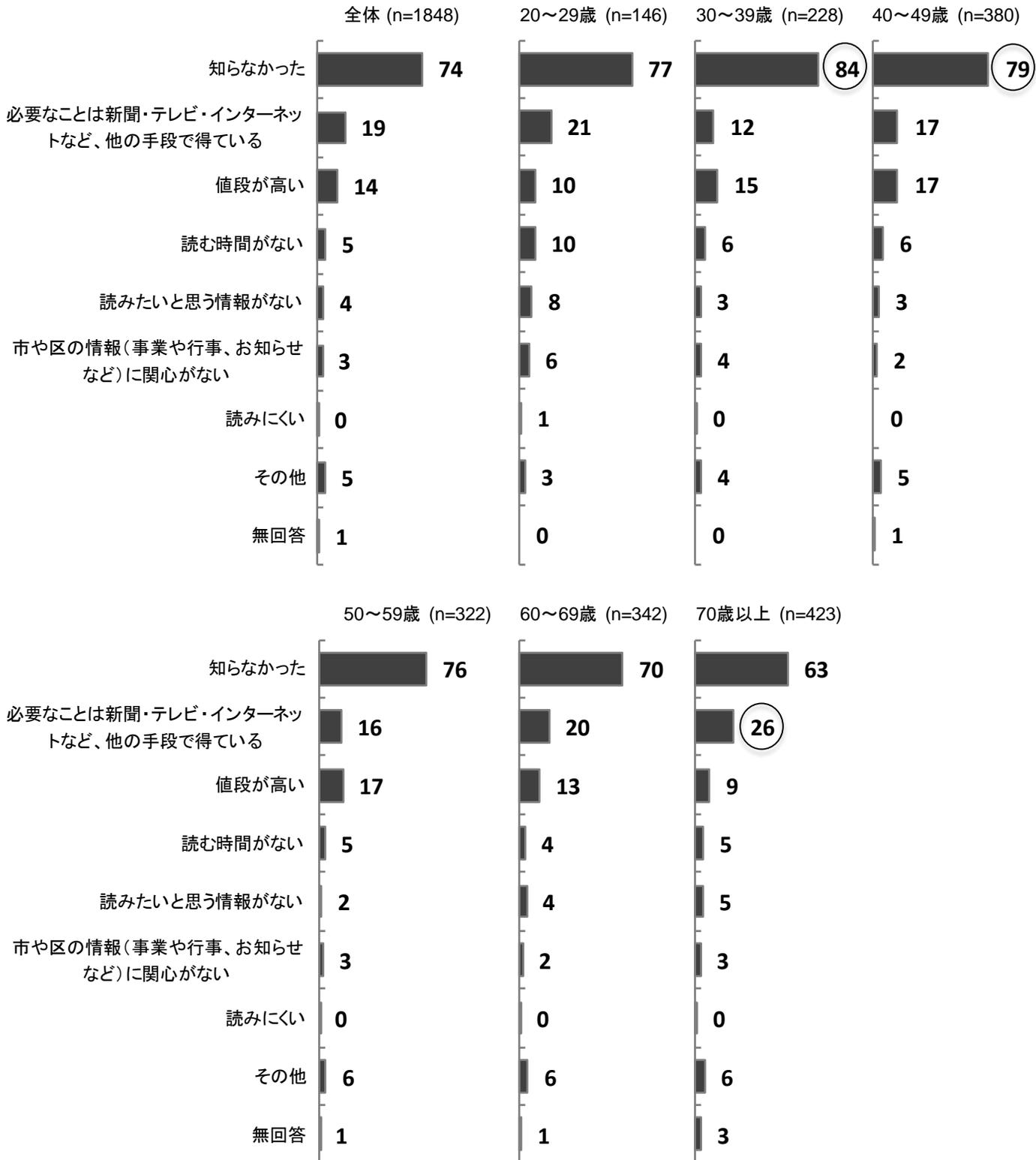
## (6)季刊誌「横濱」:読んでいない理由

### 【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、30歳代と40歳代は全体と比較し5ポイント以上高い。
- ・ 70歳代は、「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26%と全体よりも5ポイント以上高い。

### 【問21】「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」

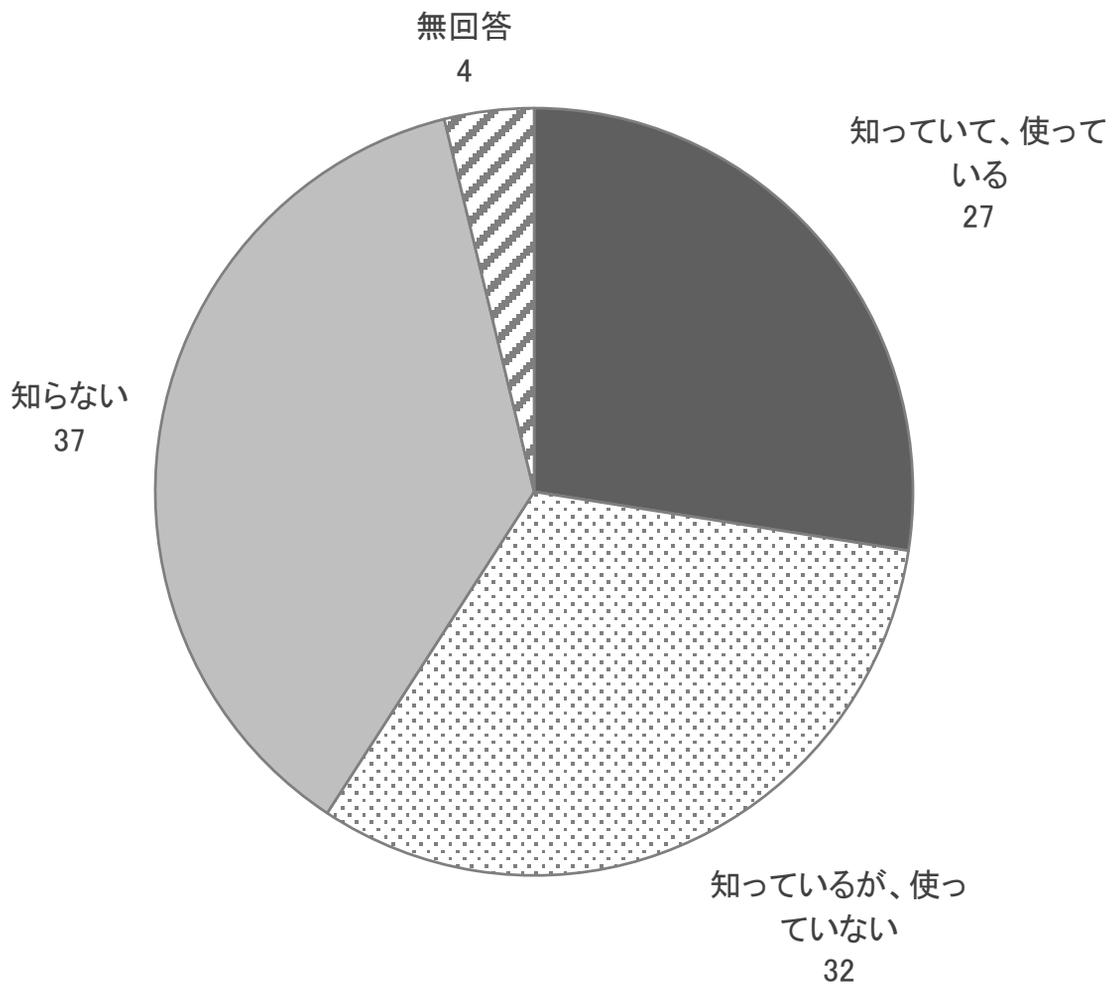
## (7)「暮らしのガイド」:認知・使用状況

### 【全体】

- ・ 「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、全体の約6割を占める。
- ・ 「知っている、使っている」は27%を占める。

【問22】「暮らしのガイド」を知っていますか。また、使っていますか。

(%)



(n=2098)

## (7)「暮らしのガイド」:認知・使用状況

### 【性別】

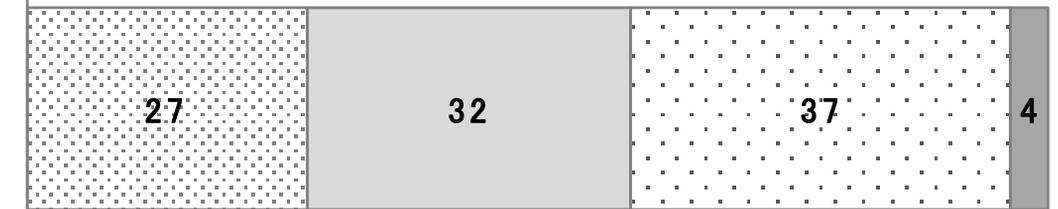
- 女性は、「暮らしのガイド」の認知率と使用率ともに男性よりも5ポイント以上高い。

【問22】「暮らしのガイド」を知っていますか。また、使っていますか。

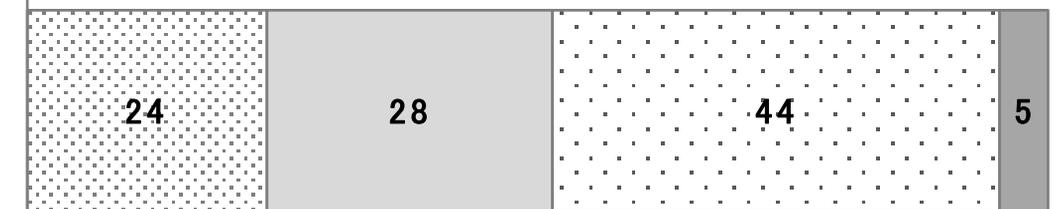
□ 知っていて、使っている    □ 知っているが、使っていない    □ 知らない    ■ 無回答

0%                      25%                      50%                      75%                      100%

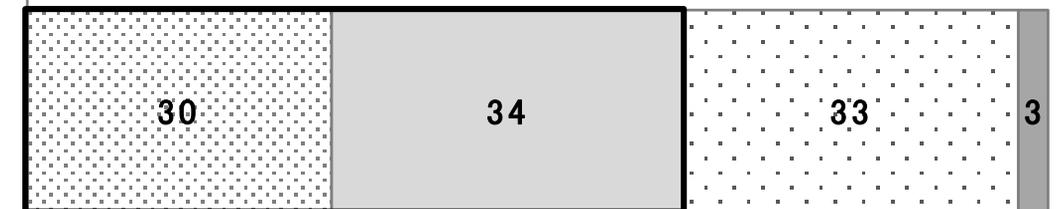
全体 (n=2098)



男性 (n=796)



女性 (n=1286)



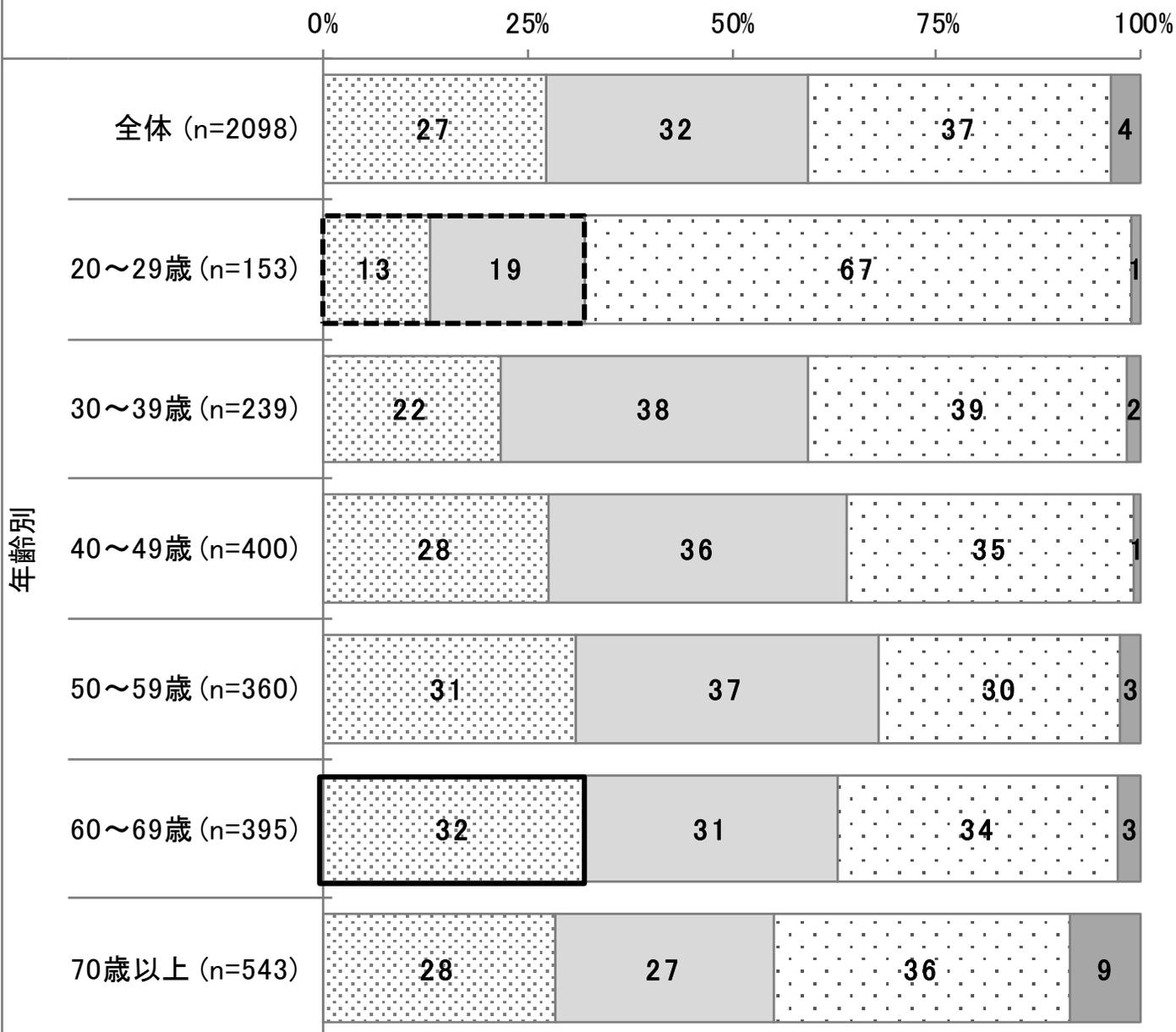
## (7)「暮らしのガイド」:認知・使用状況

### 【年齢別】

- ・ 20歳代は、認知率が他の年齢層と比較し非常に低い。
- ・ 60歳代は、使用率が全体と比較し、5ポイント高い。

【問22】「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



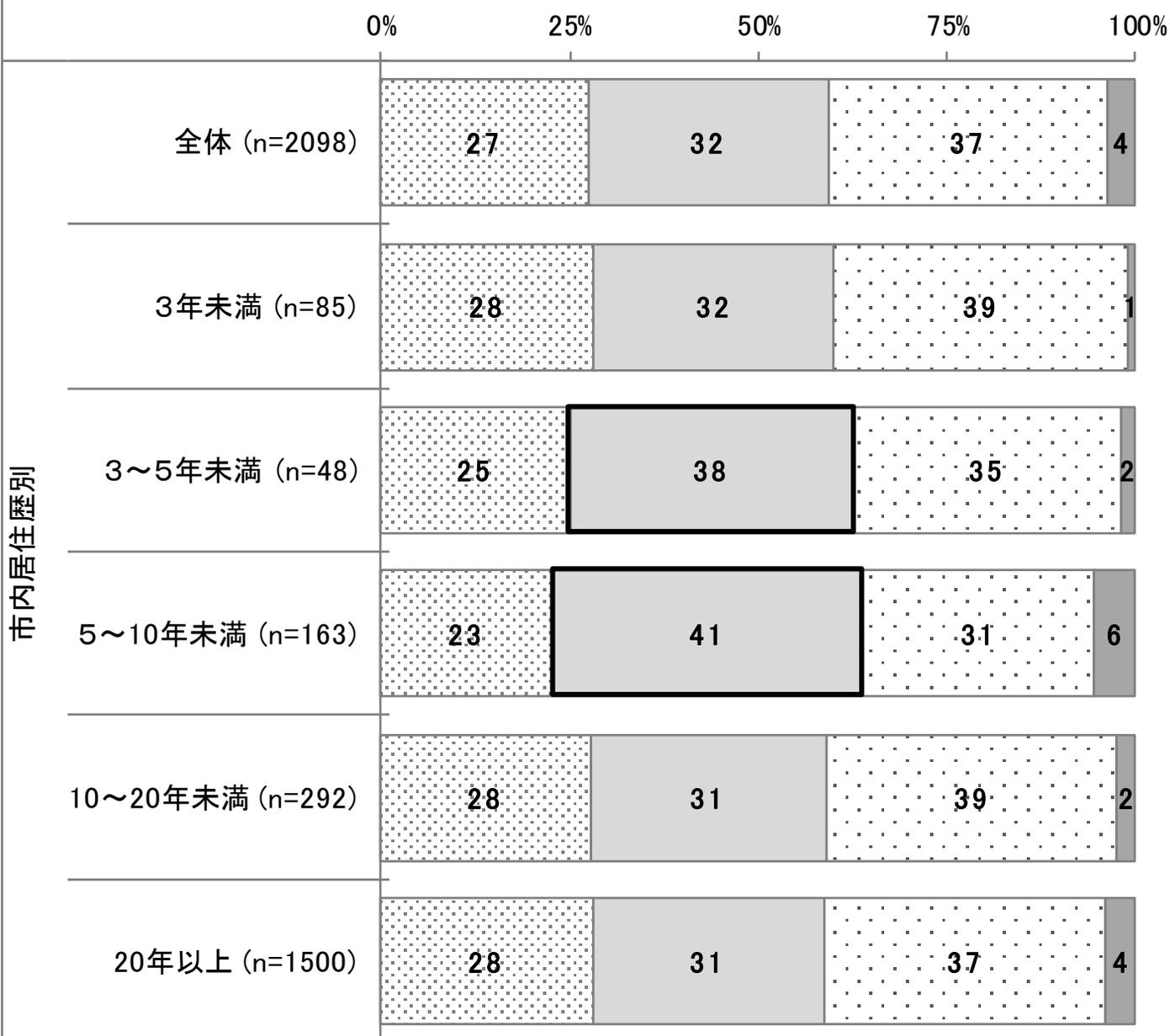
## (7)「暮らしのガイド」:認知・使用状況

### 【市内居住歴別】

- 市内居住歴が3～5年未満と5～10年未満は「知っているが、使っていない」が全体よりも5ポイント以上高い。

【問22】「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

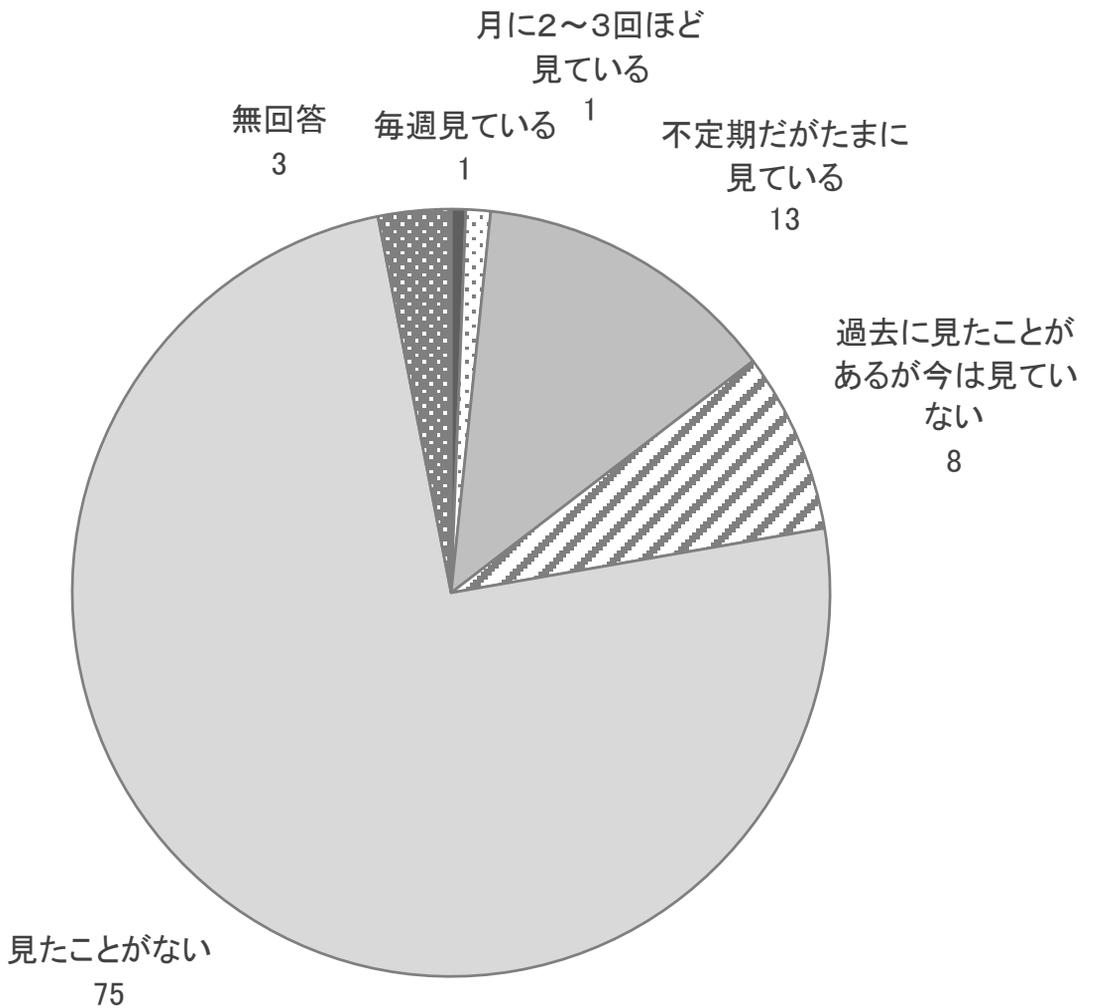


## (8) 広報テレビ番組「ハマナビ」視聴状況

### 【全体】

- ・ 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15%を占める。

【問23】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。



(n=2098)

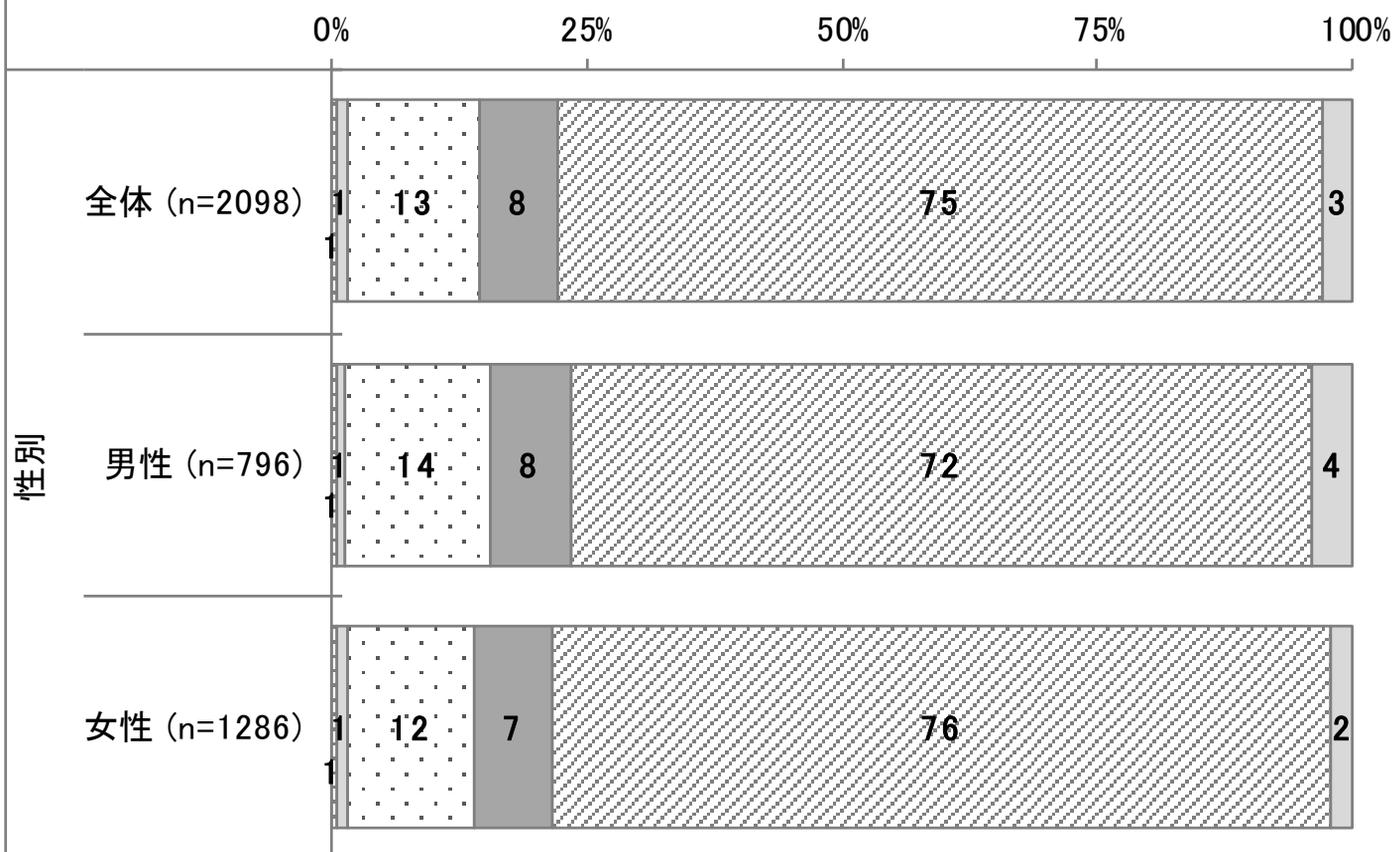
## (8) 広報テレビ番組「ハマナビ」視聴状況

### 【性別】

- ・ 広報テレビ番組「ハマナビ」の視聴状況は、性別により大きな違いは見られない。

【問23】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。

- |                                             |                                                        |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> 毎週見ている  | <input type="checkbox"/> 月に2～3回ほど見ている                  |
| <input type="checkbox"/> 不定期だがたまに見ている       | <input checked="" type="checkbox"/> 過去に見たことがあるが今は見ていない |
| <input checked="" type="checkbox"/> 見たことがない | <input type="checkbox"/> 無回答                           |



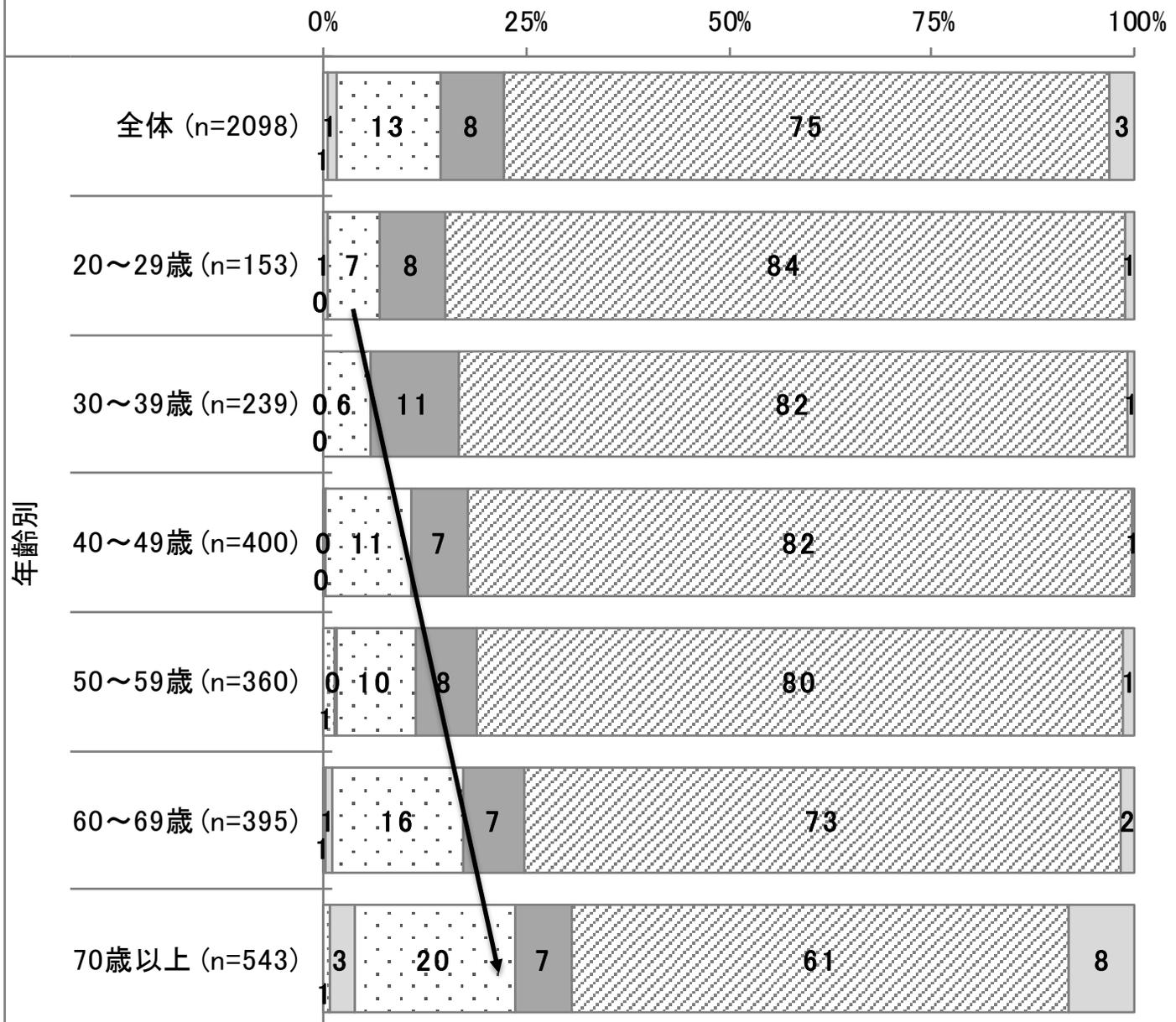
## (8) 広報テレビ番組「ハマナビ」視聴状況

### 【年齢別】

- 高年齢層になるほど、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)の割合は増加する傾向が見られる。

【問23】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。

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



## (8) 広報テレビ番組：「ハマナビ」視聴状況

### 【職業別】

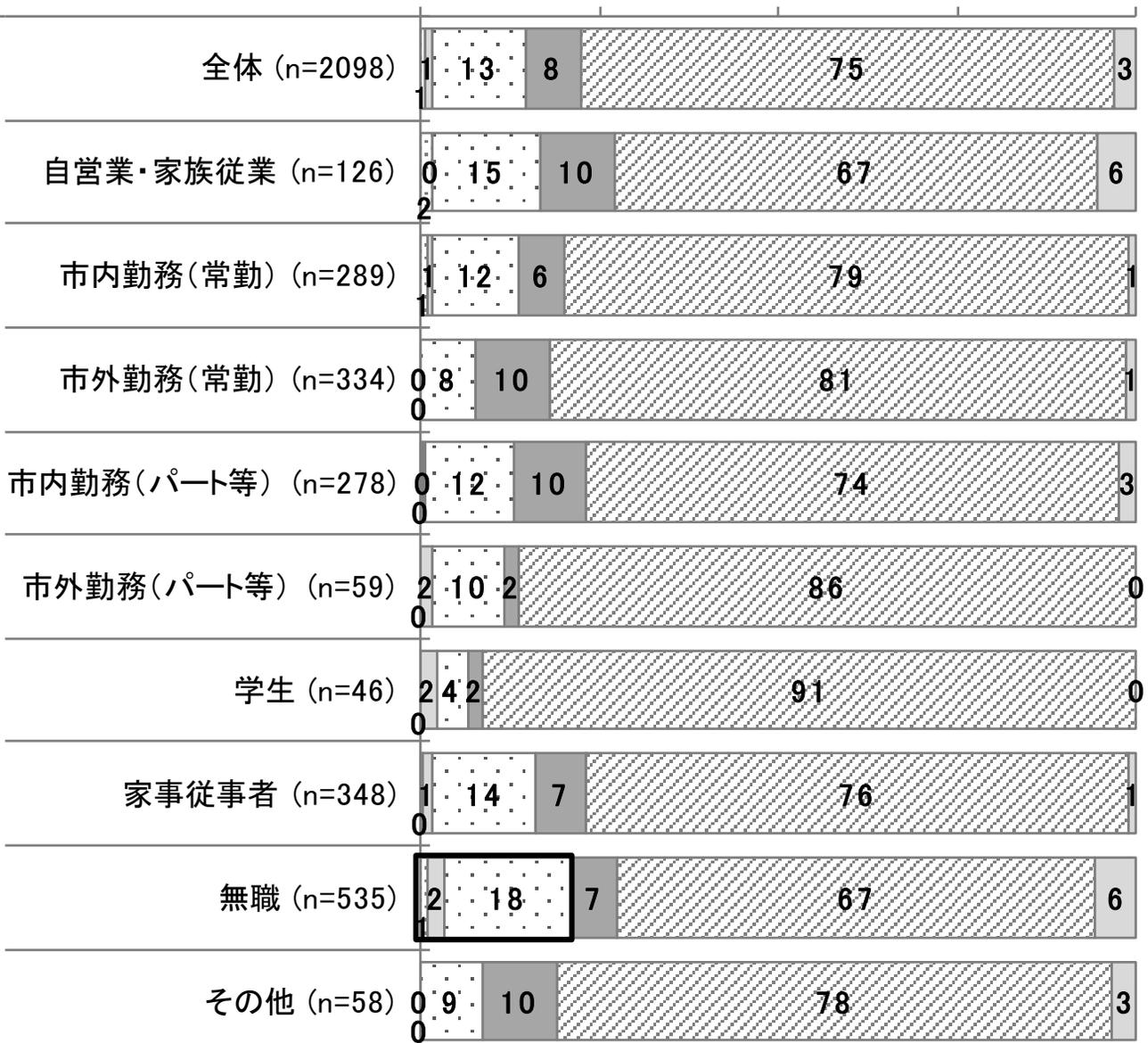
- 無職は、広報テレビ番組「ハマナビ」の視聴率(「毎週見ている」、「月2~3回ほど見ている」、「不定期だがたまに見ている」の合計)が21%に達し、全体よりも5ポイント以上高い。

【問23】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。

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

0% 25% 50% 75% 100%

職業別



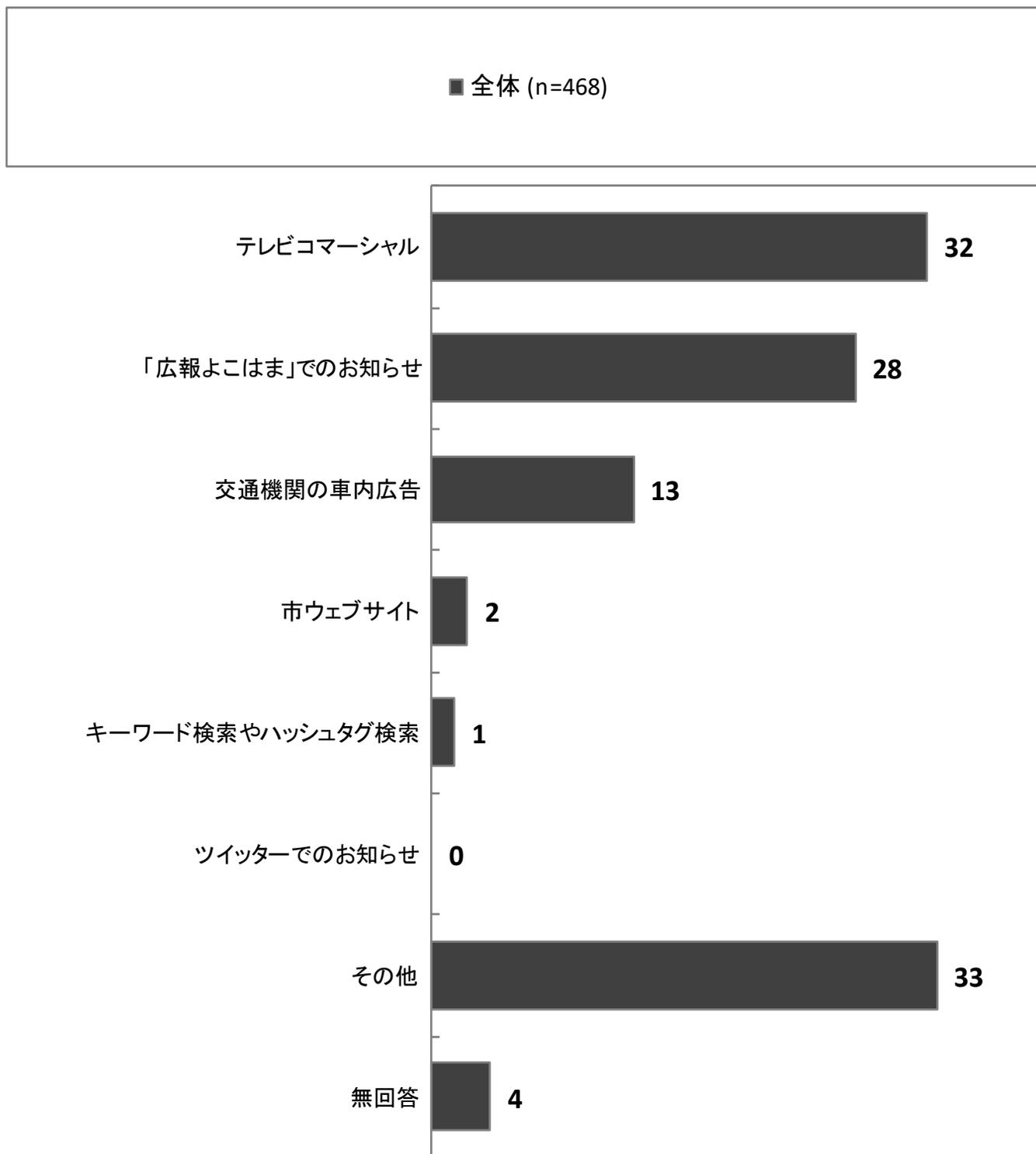
## (8) 広報テレビ番組:「ハマナビ」視聴きっかけ

### 【全体】

- ・ 広報テレビ番組「ハマナビ」を見たきっかけは、「テレビコマーシャル」が32%と高いが、「その他」も33%と高く、「その他」の自由回答内容を見ると「テレビをつけたら、たまたまやっていた」や「テレビ神奈川をよく見ているから」といった理由が多い。

【問24】「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」

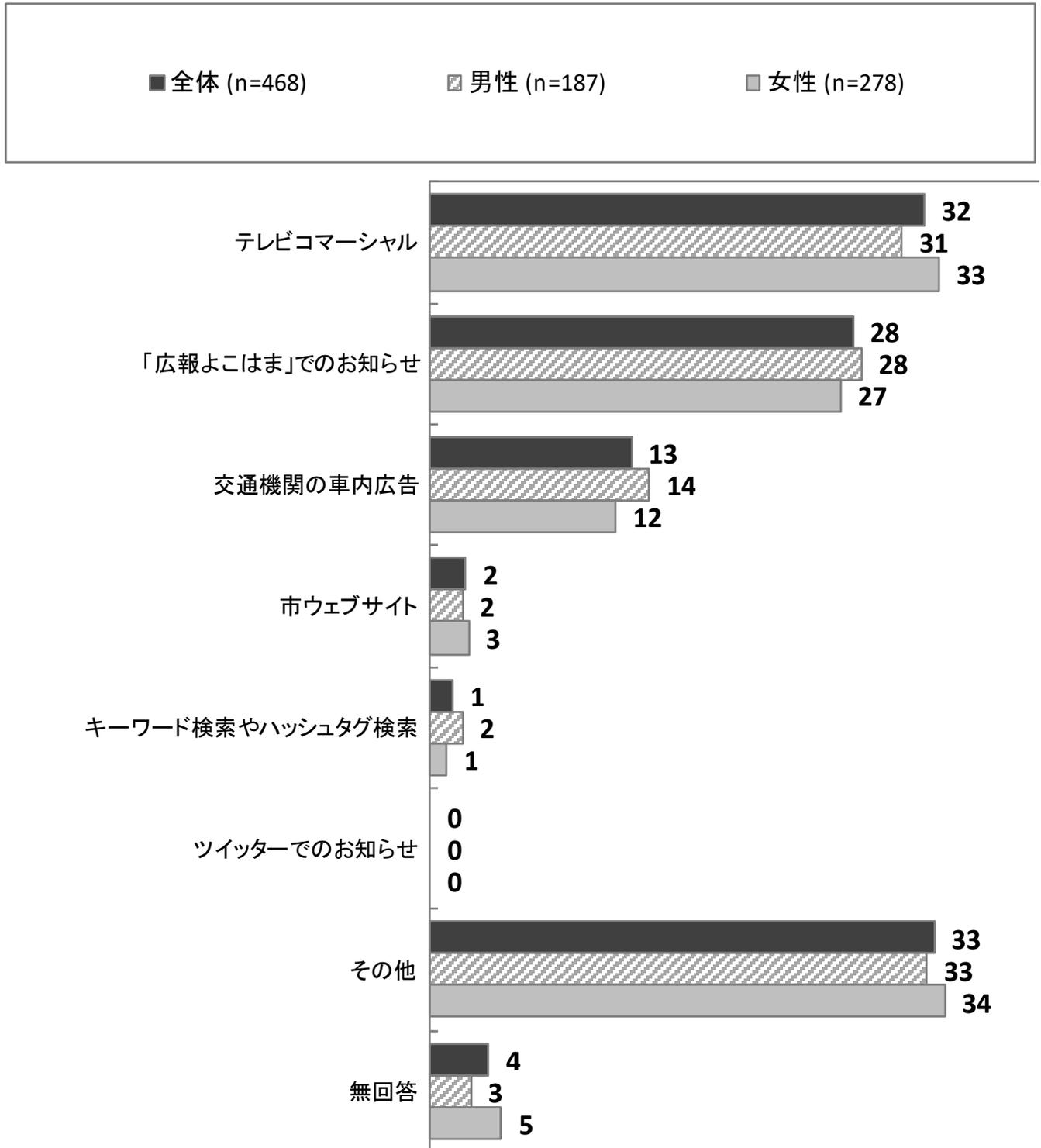
## (8) 広報テレビ番組「ハマナビ」視聴きっかけ

### 【性別】

- ・ 広報テレビ番組「ハマナビ」の視聴きっかけは、男女で大きな差は見られない。

【問24】「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」

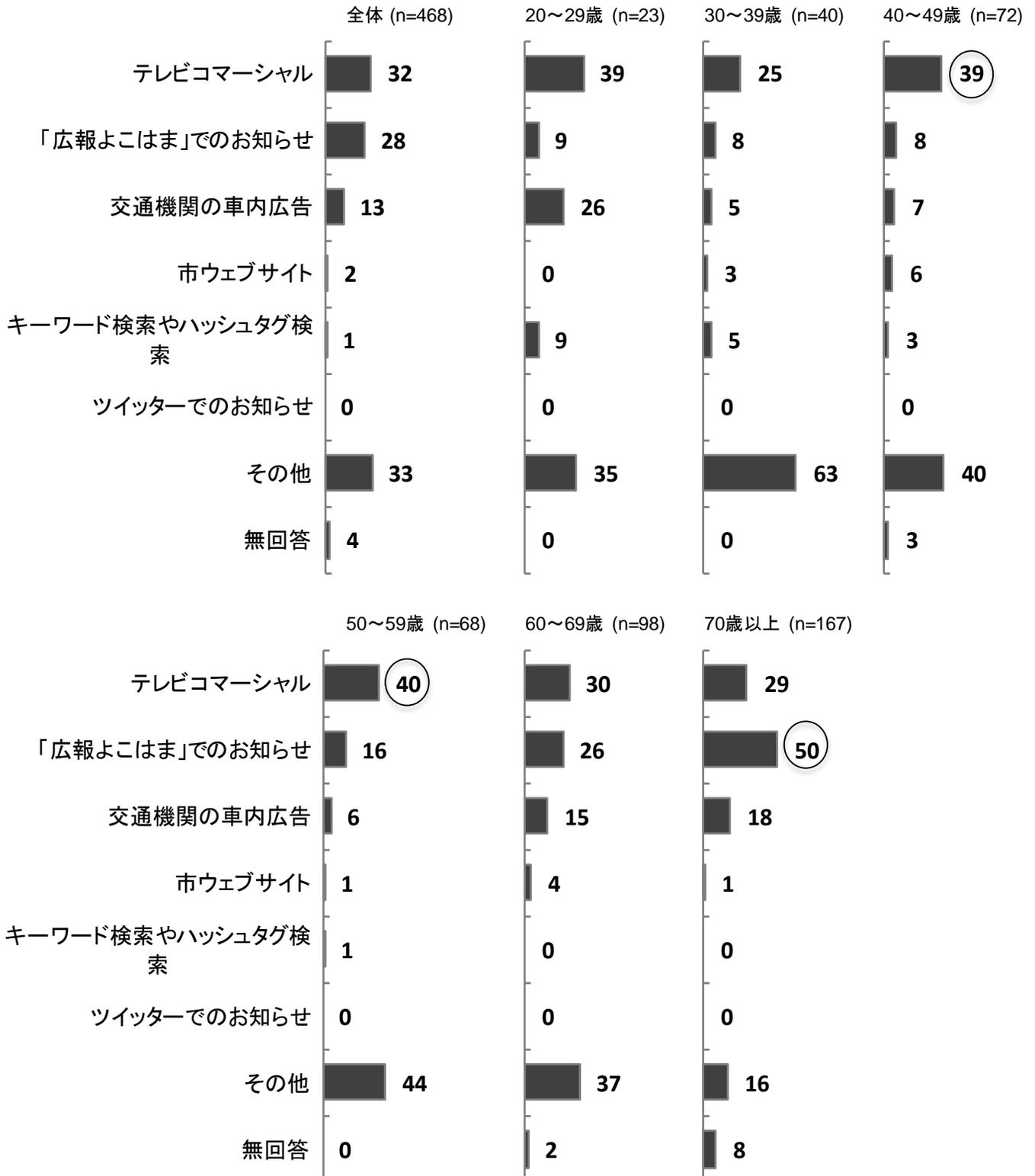
## (8) 広報テレビ番組:「ハマナビ」視聴きっかけ

### 【年齢別】

- 40歳代と50歳代は、「テレビコマーシャル」が全体よりも5ポイント以上高く、70歳代では、「広報よこはまでのお知らせ」が全体よりも22ポイント高い。

※20歳代は母数が少ないため参考値

【問24】「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」

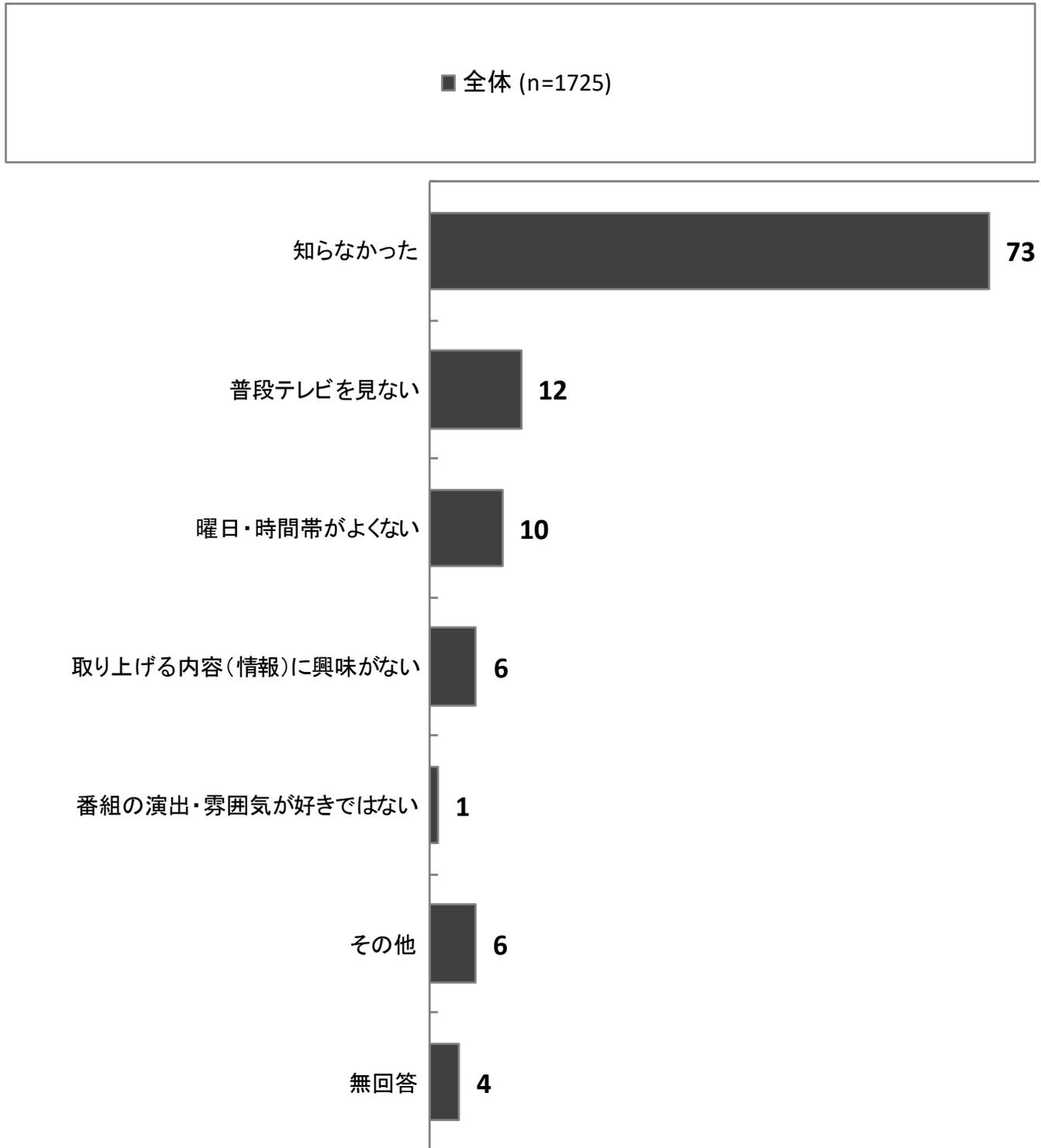
## (8) 広報テレビ番組「ハマナビ」見ていない理由

### 【全体】

- ・ 広報テレビ番組「ハマナビ」を見ていない理由は、「知らなかった」が73%と最も高い。

【問25】「ハマナビ」を見ていない理由は何ですか。【複数回答】

(%)



集計ベース：「ハマナビ」を「今は見ていない／見たことがない」

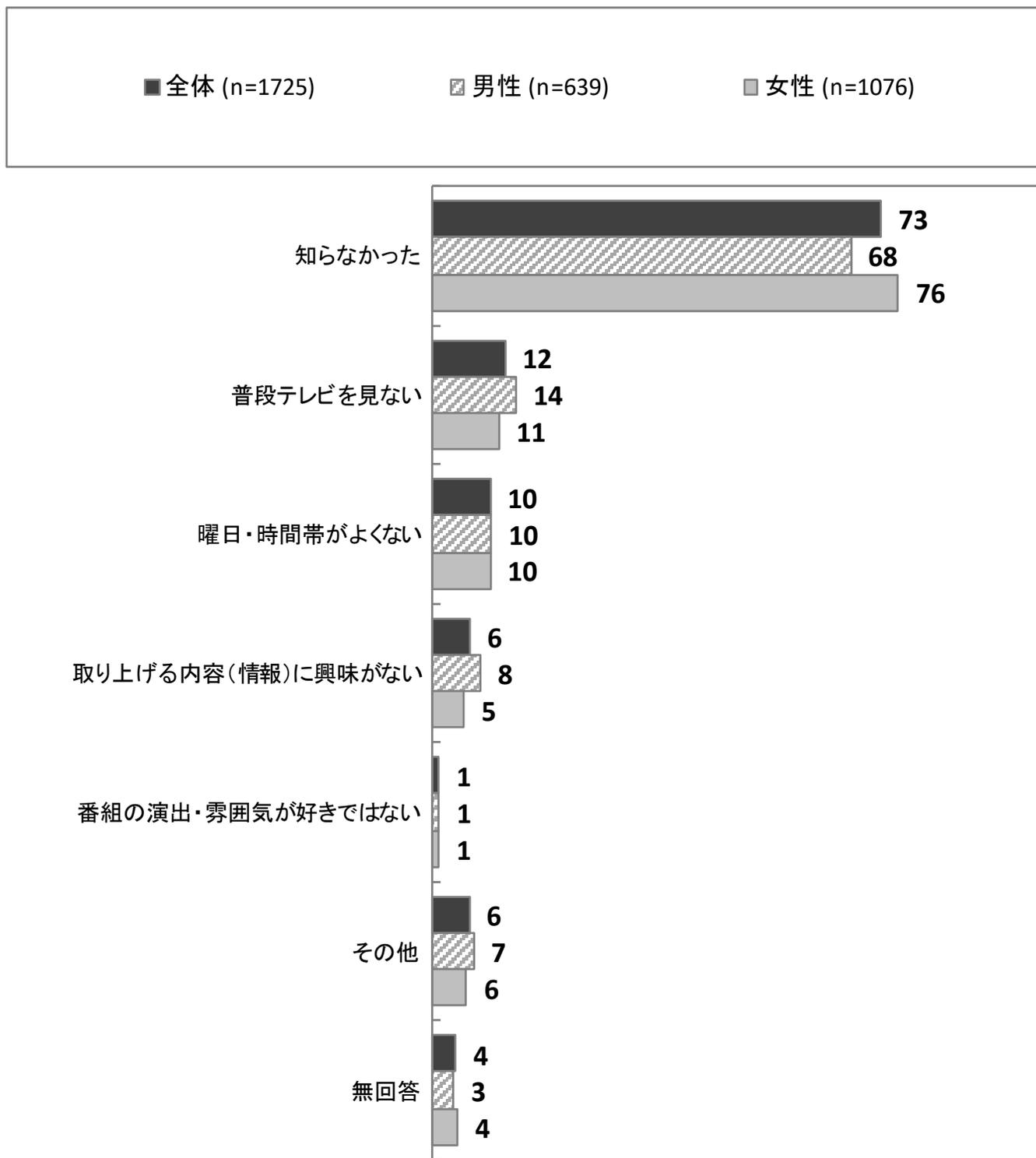
## (8) 広報テレビ番組「ハマナビ」見ていない理由

### 【性別】

- ・ 広報テレビ番組「ハマナビ」を見ていない理由は、男女共に「知らなかった」が最も高い。

【問25】「ハマナビ」を見ていない理由は何ですか。【複数回答】

(%)



集計ベース：「ハマナビ」を「今は見ていない／見たことがない」

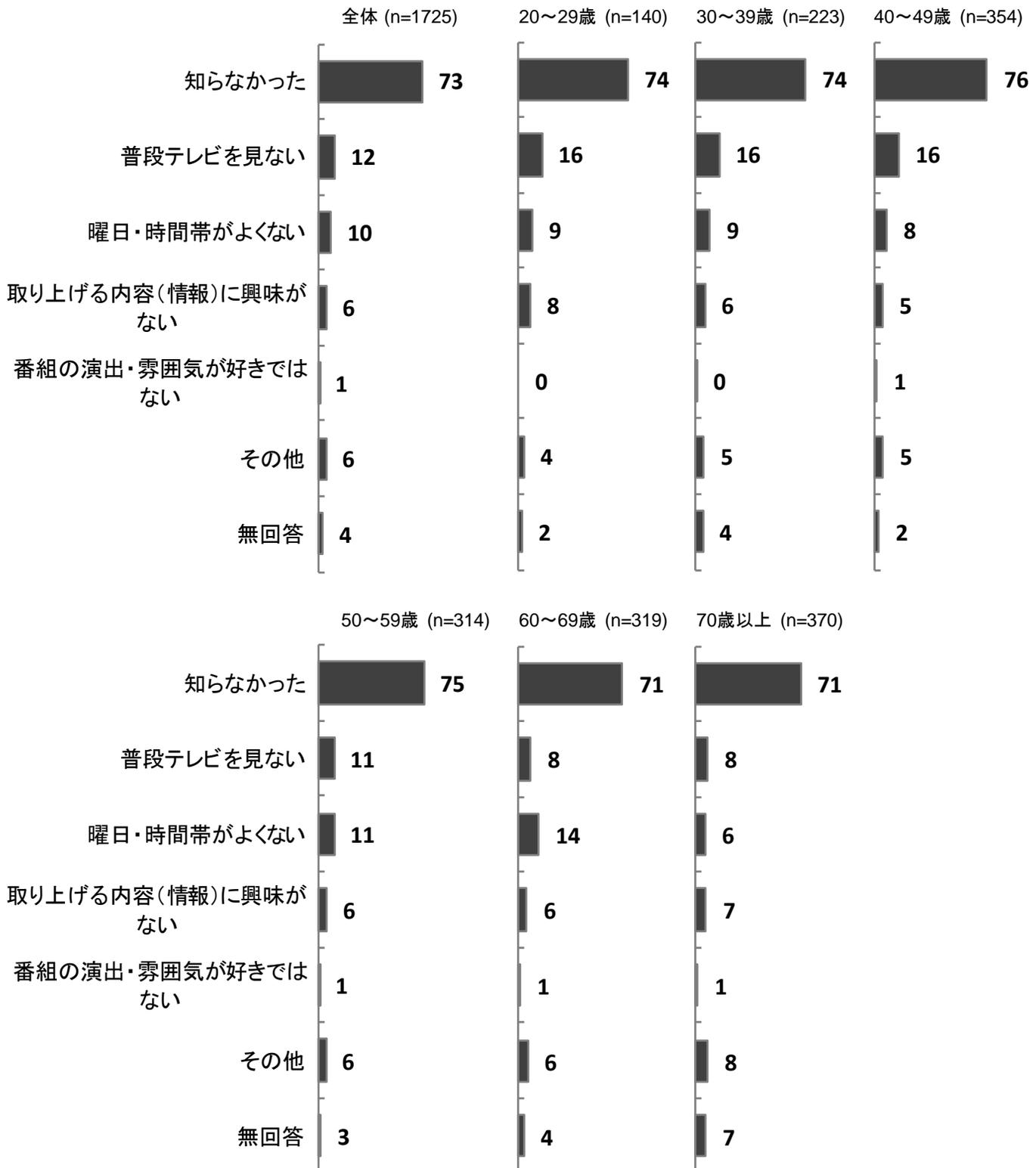
## (8) 広報テレビ番組:「ハマナビ」見ていない理由

### 【年齢別】

- どの年齢層も、「知らなかった」が最も高く7割を超える。

【問25】「ハマナビ」を見ていない理由は何ですか。【複数回答】

(%)



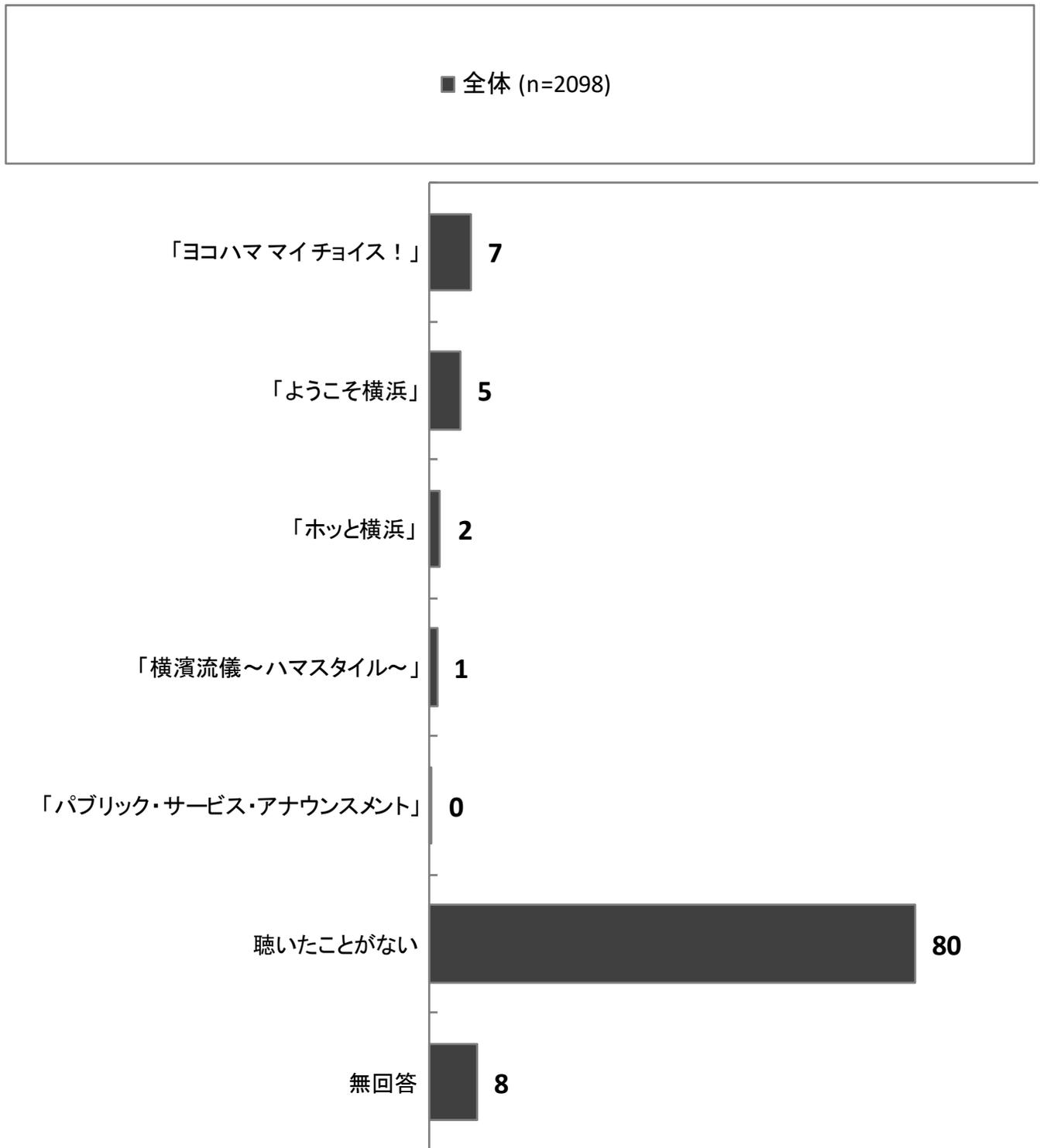
集計ベース: 「ハマナビ」を「今は見ていない／見たことがない」

## (8) 広報ラジオ番組：聴取状況

### 【全体】

- 全体の8割が広報ラジオ番組を「聴いたことがない」と回答している。

【問26】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】 (%)

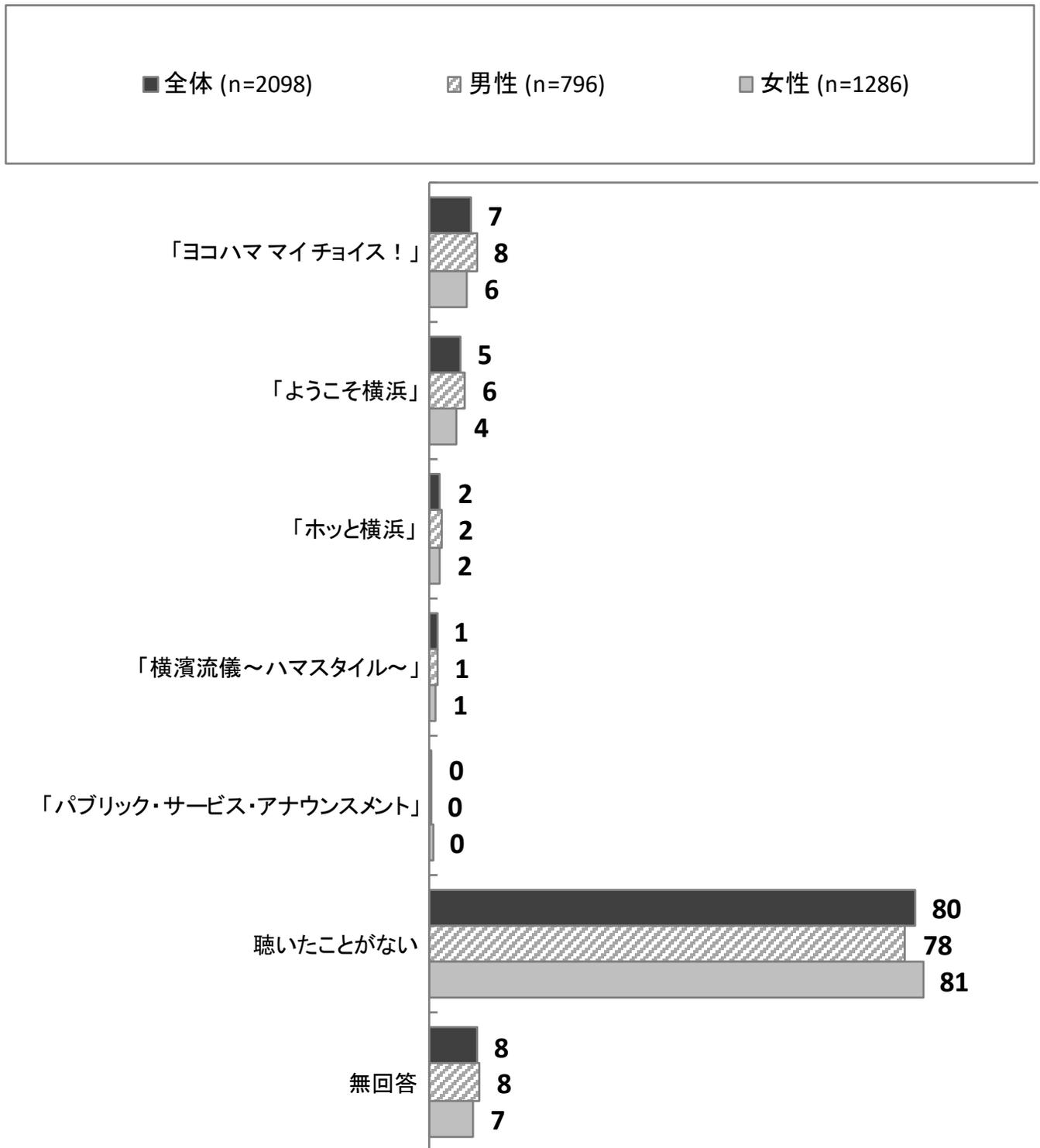


## (8) 広報ラジオ番組：聴取状況

### 【性別】

- ・ 広報ラジオ番組の視聴状況は、性別により大きな差は見られない。

【問26】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】 (%)

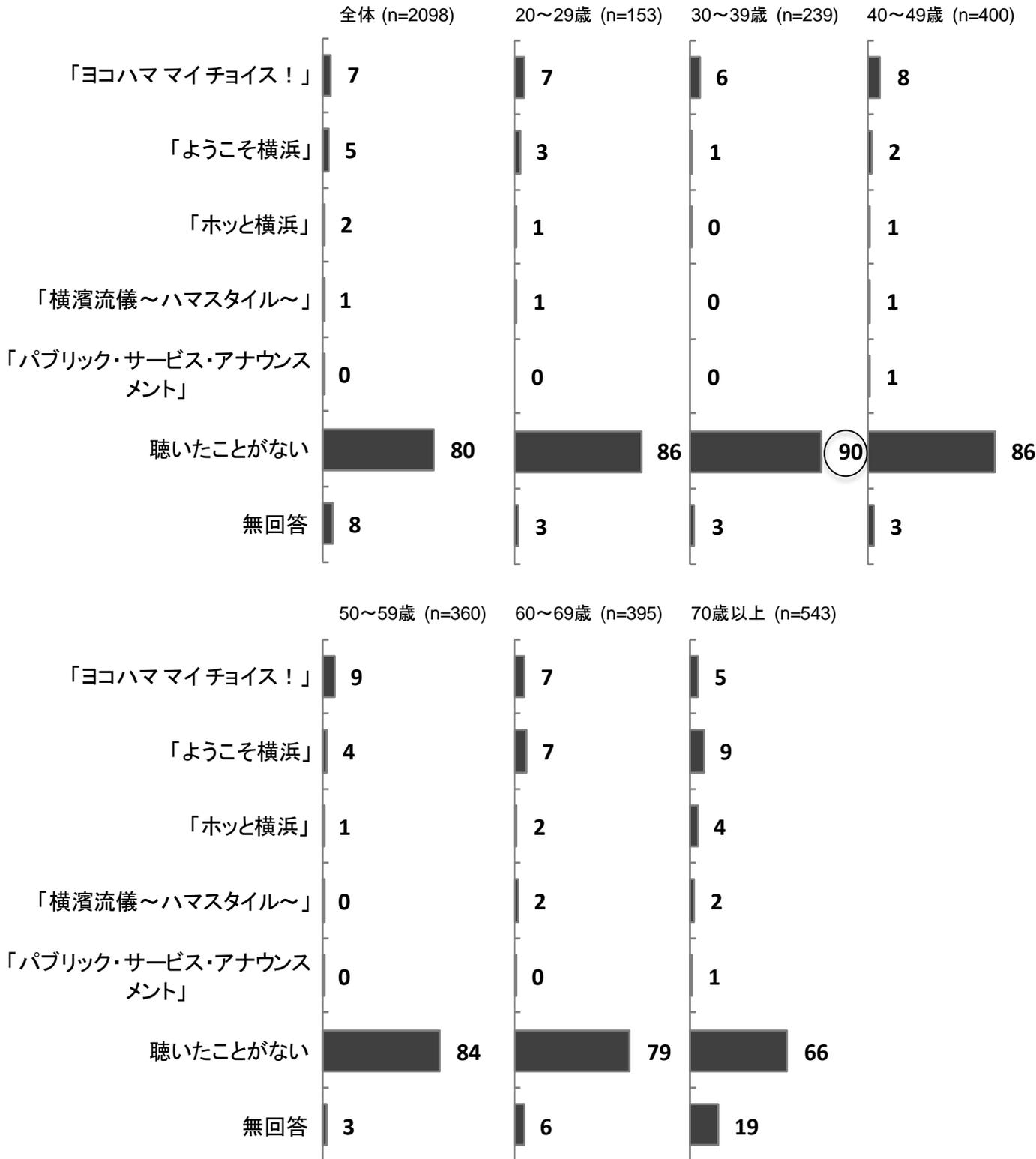


## (8) 広報ラジオ番組：聴取状況

### 【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10ポイント高い。

【問26】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】 (%)

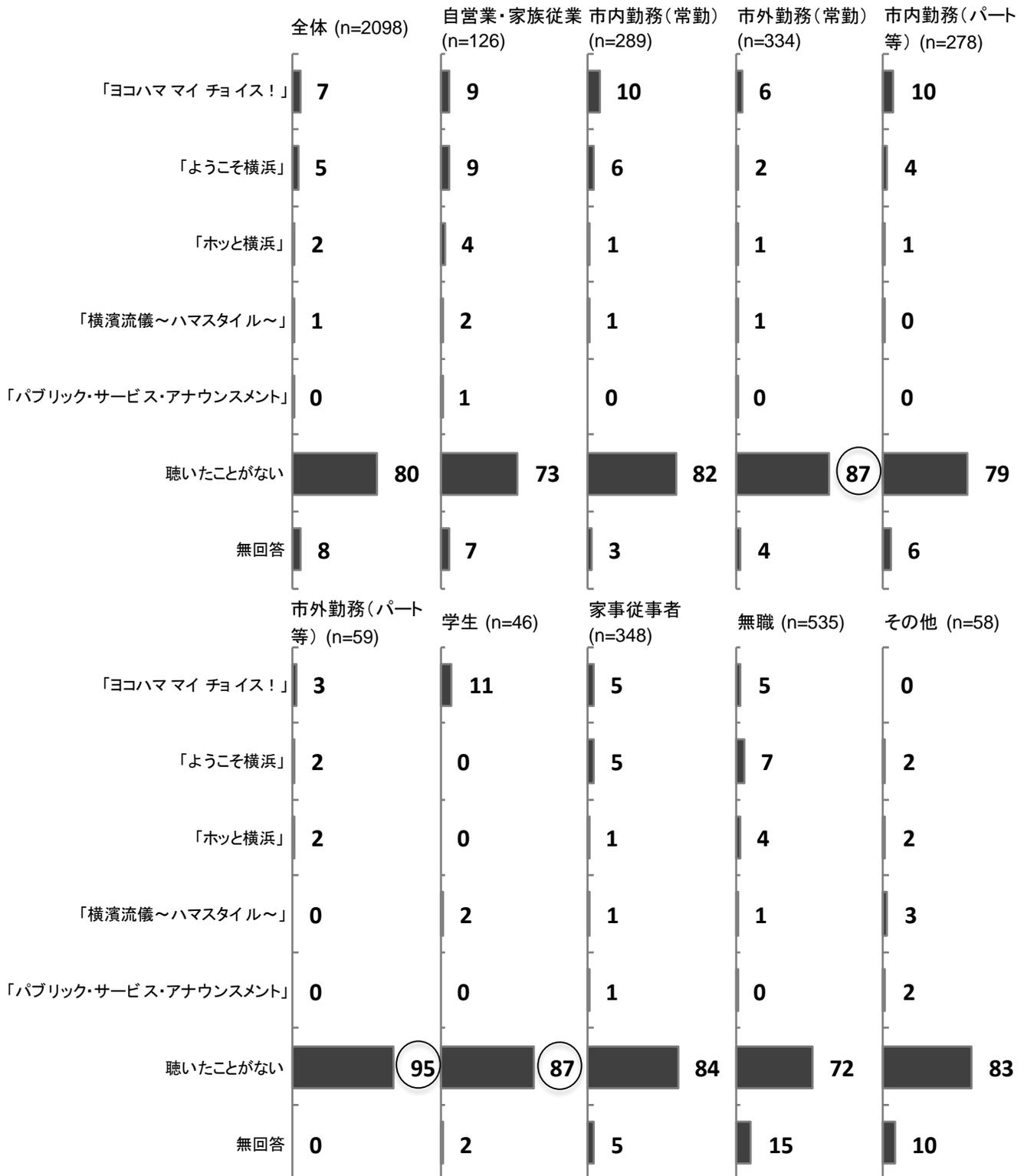


## (8) 広報ラジオ番組：聴取状況

### 【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が、特に、市外勤務(常勤およびパート等)や学生は、全体よりもその割合が5ポイント以上高い。

【問26】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】 (%)

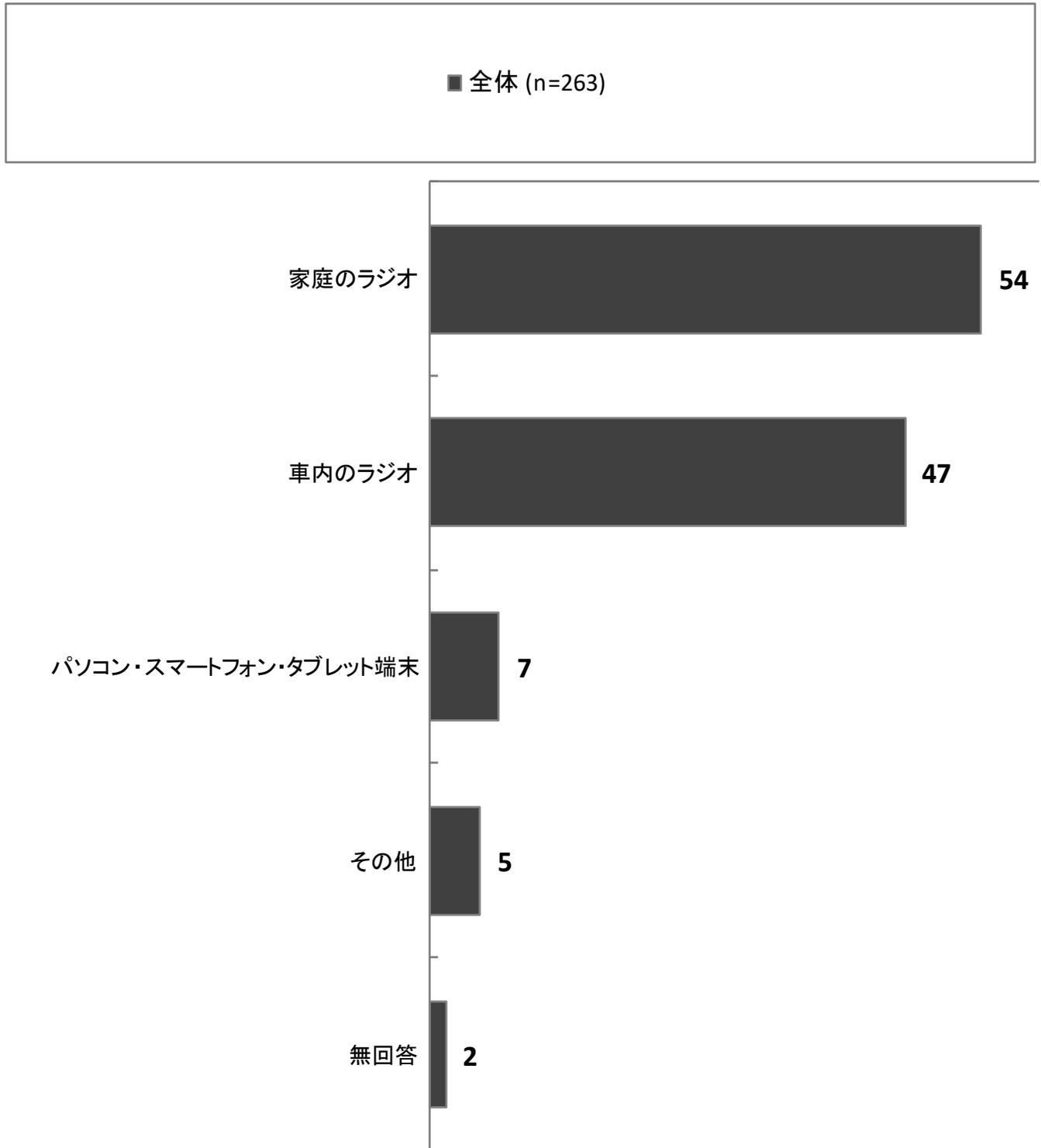


## (8) 広報ラジオ番組：聴取方法

### 【全体】

- ・ 広報ラジオ番組の聴取方法は、「家庭のラジオ」が54%と最も高く、「車内のラジオ」が47%と次いで高い。

【問27】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」

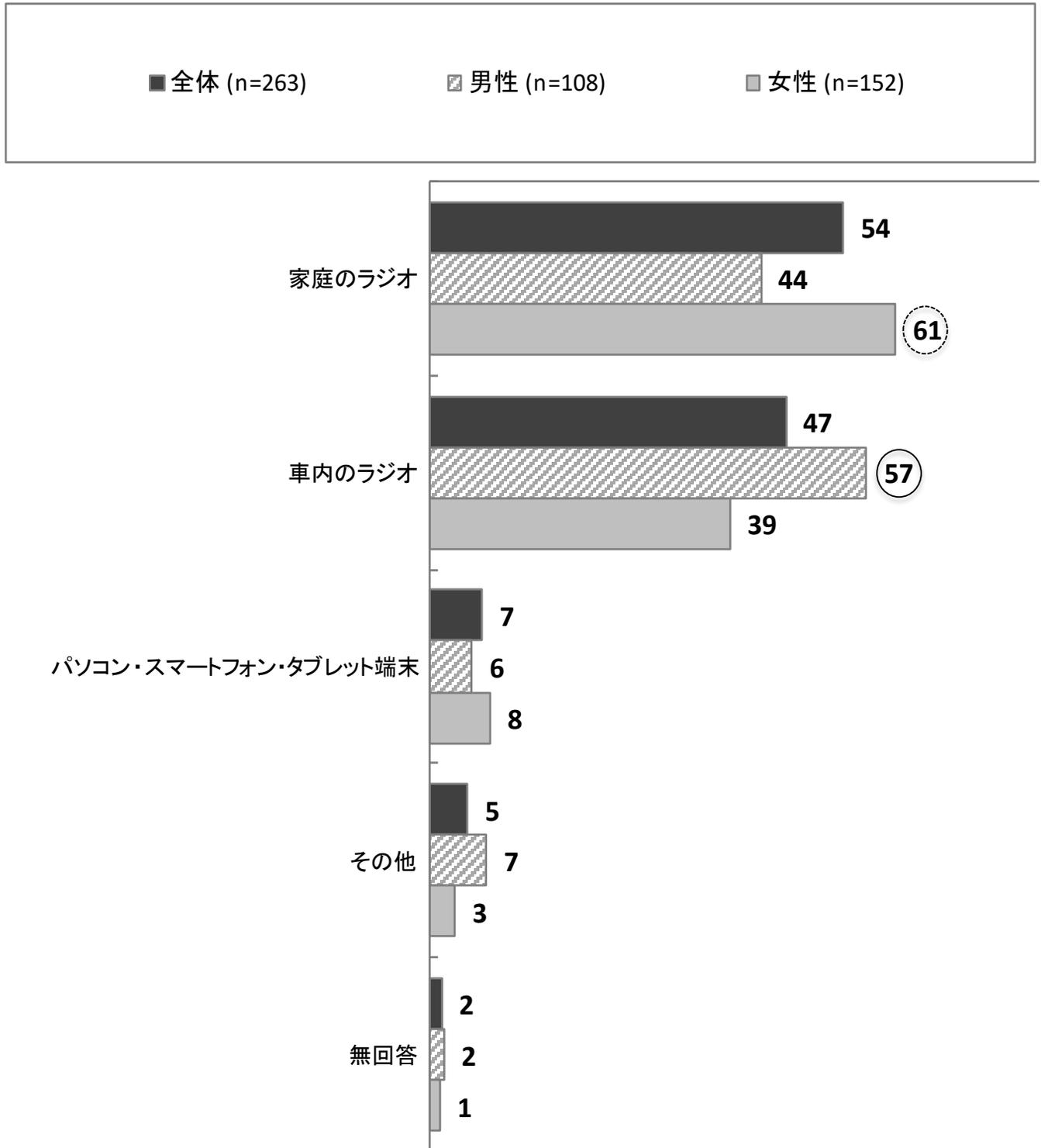
## (8) 広報ラジオ番組：聴取方法

### 【性別】

- ・ 性別により、広報ラジオ番組の聴取方法に違いが見られる。
- ・ 男性は「車内のラジオ」が57%と最も高く、女性は「家庭のラジオ」が61%と最も高い。

【問27】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」

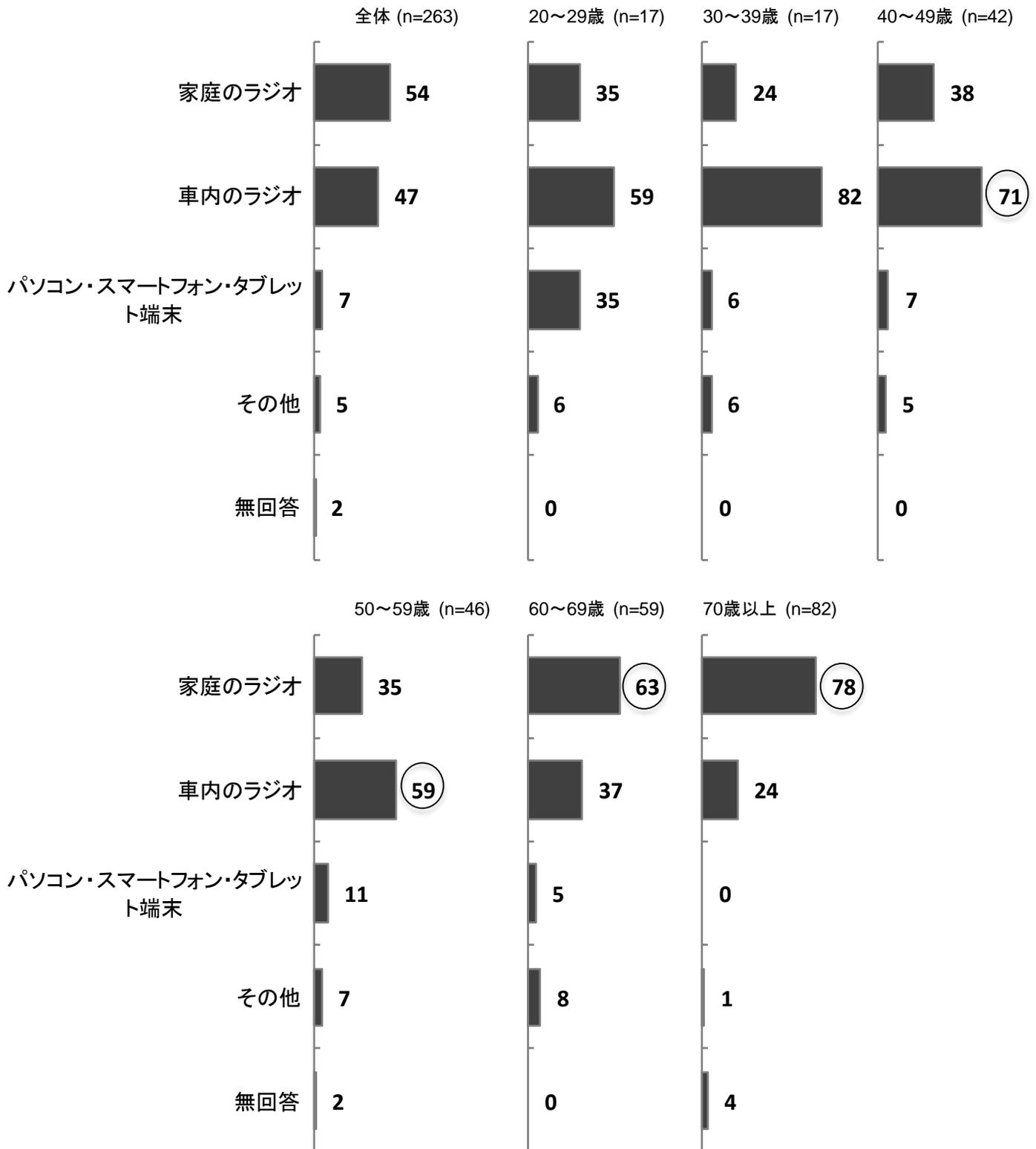
## (8) 広報ラジオ番組：聴取方法

### 【年齢別】

- 40歳代と50歳代は「車内のラジオ」が最も高く、60歳代と70歳代は「家庭のラジオ」が最も高い。

※20歳代と30歳代は母数が少ないため参考値

【問27】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」

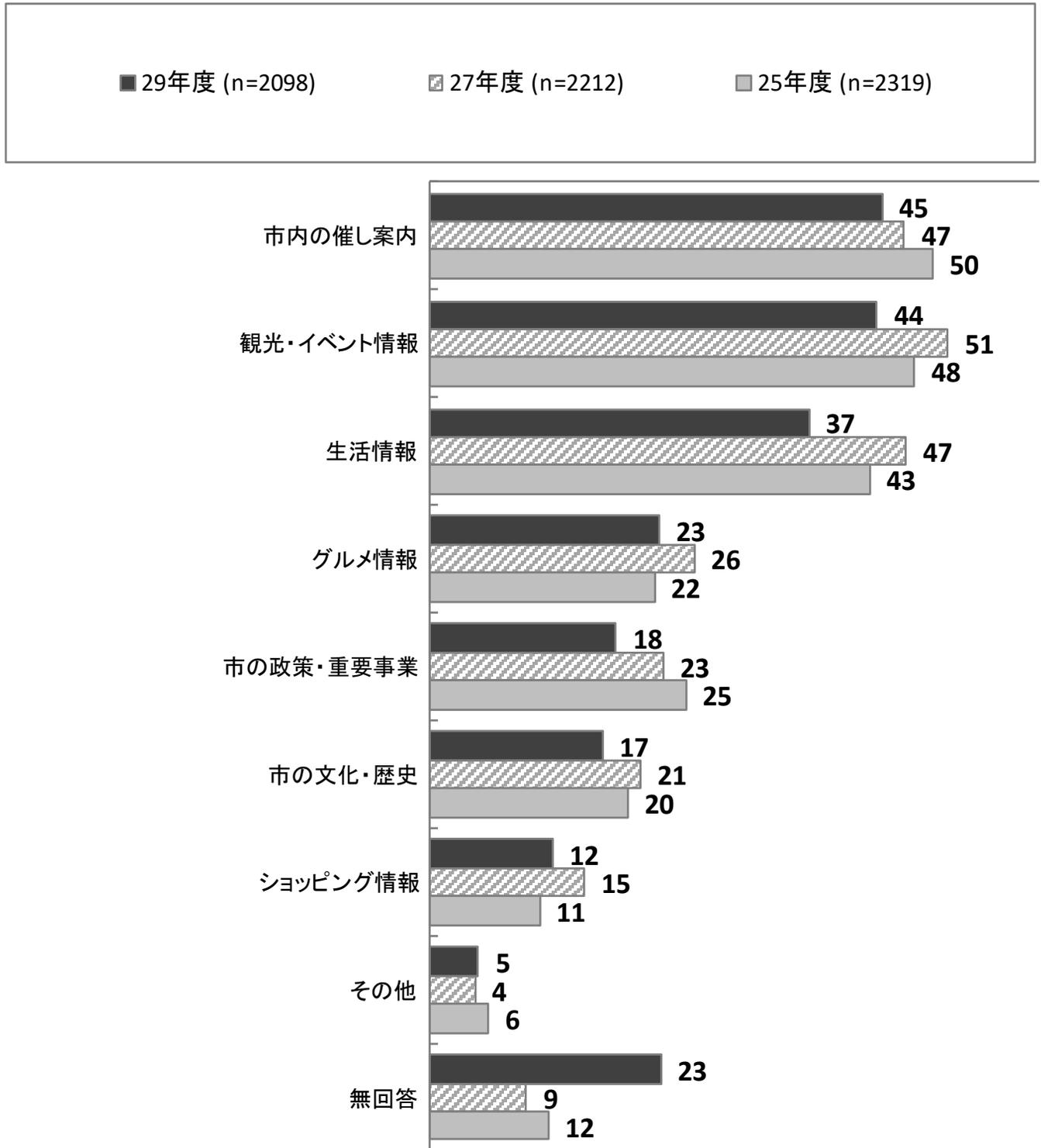
## (8) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

### 【全体・経年比較】

- ・ 市の広報番組で視聴したいテーマは、「市内の催し案内」が45%と最も高く、次いで「観光・イベント情報」が44%と高い。
- ・ 27年度と比較すると、全体的に低下傾向が見られる。

【問28】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】



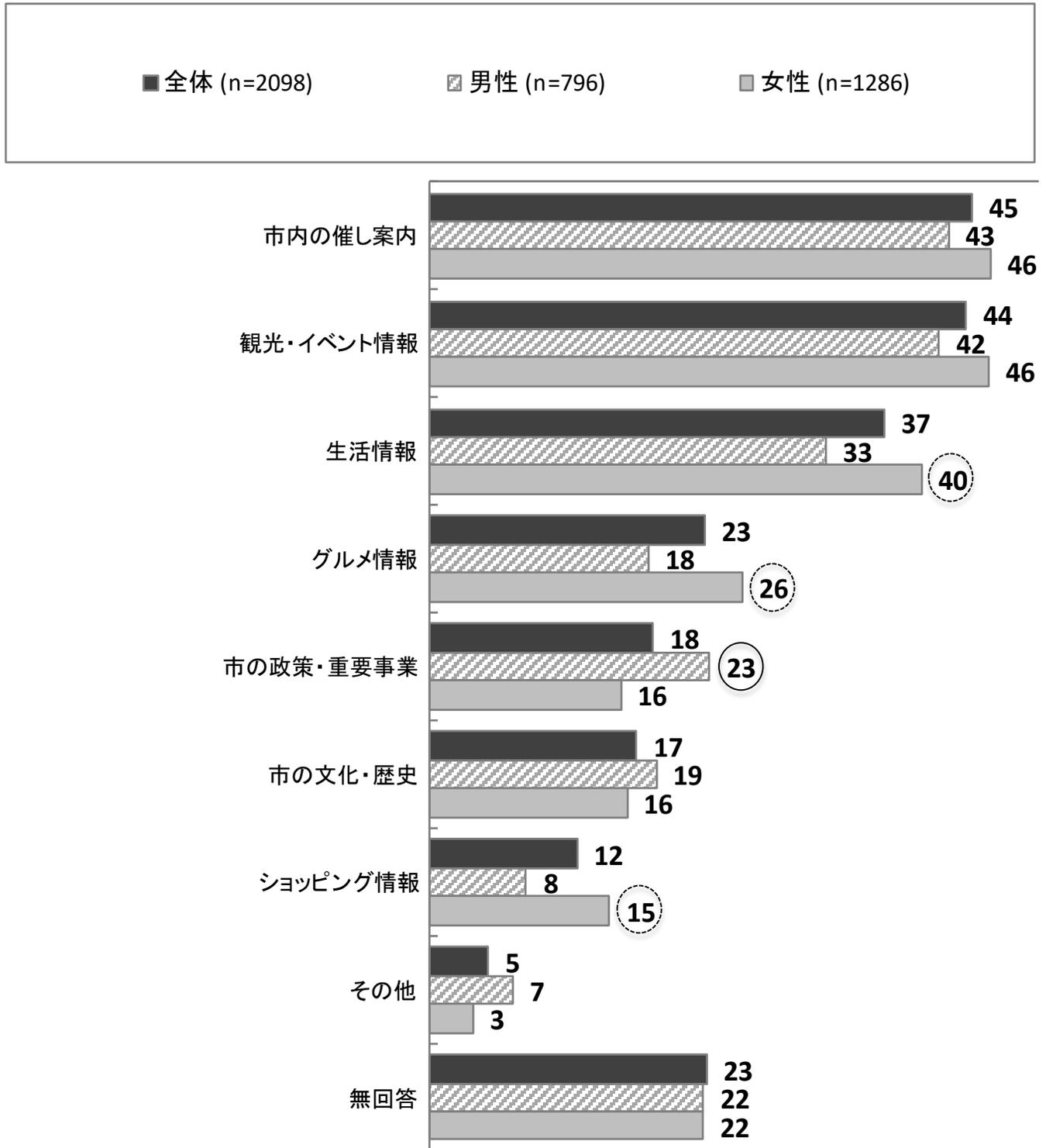
## (8) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

### 【性別】

- ・ 市の広報番組で視聴したい内容に、性別で違いが見られる。
- ・ 男性は「市の政策・重要事業」が女性よりも5ポイント以上高いのに対し、女性は「生活情報」、「グルメ情報」、「ショッピング情報」が男性よりも5ポイント以上高い。

【問28】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】



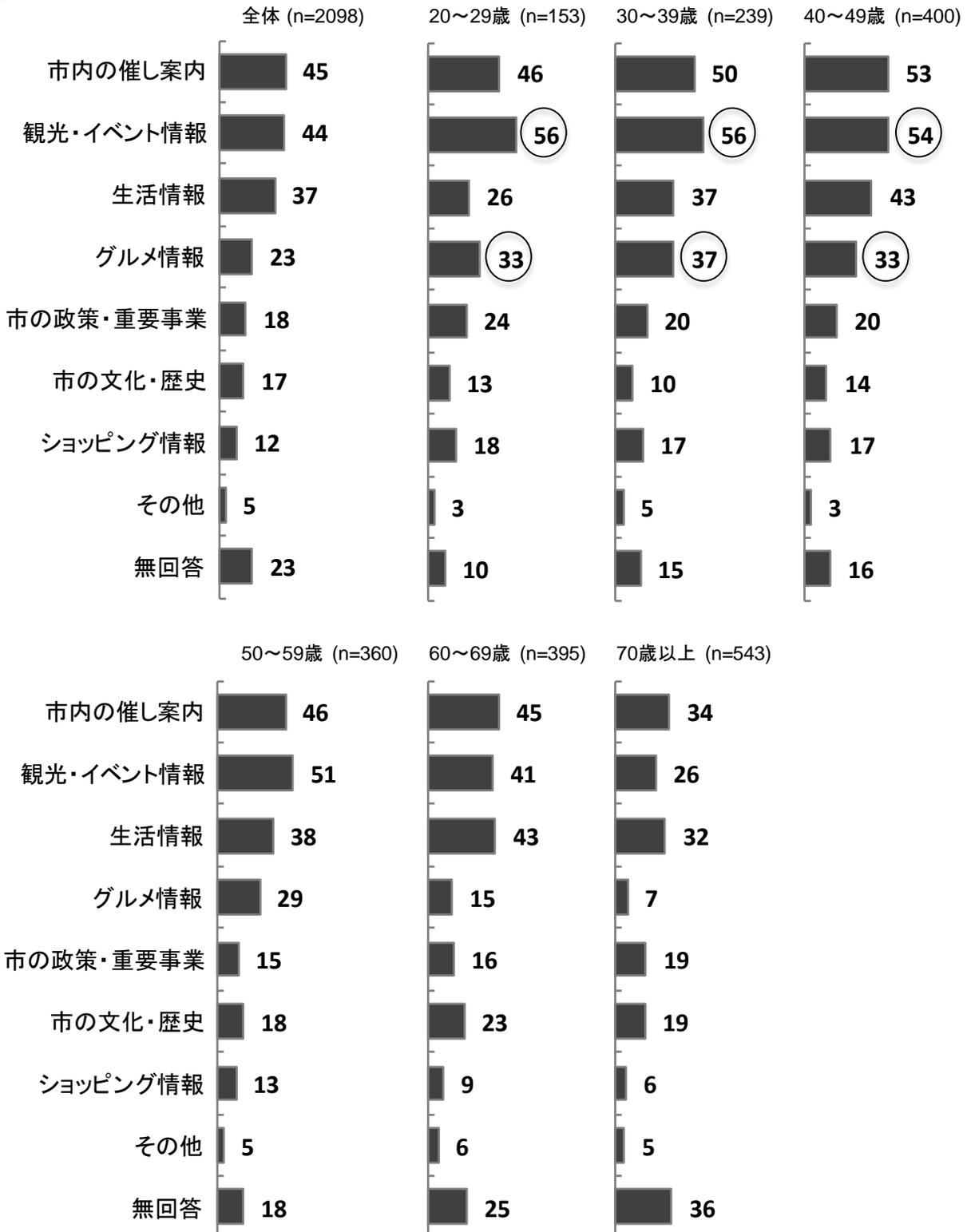
## (8) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

### 【年齢別】

- 20歳～40歳代は、「観光・イベント情報」と「グルメ情報」が全体よりも10ポイント以上高い。

【問28】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】



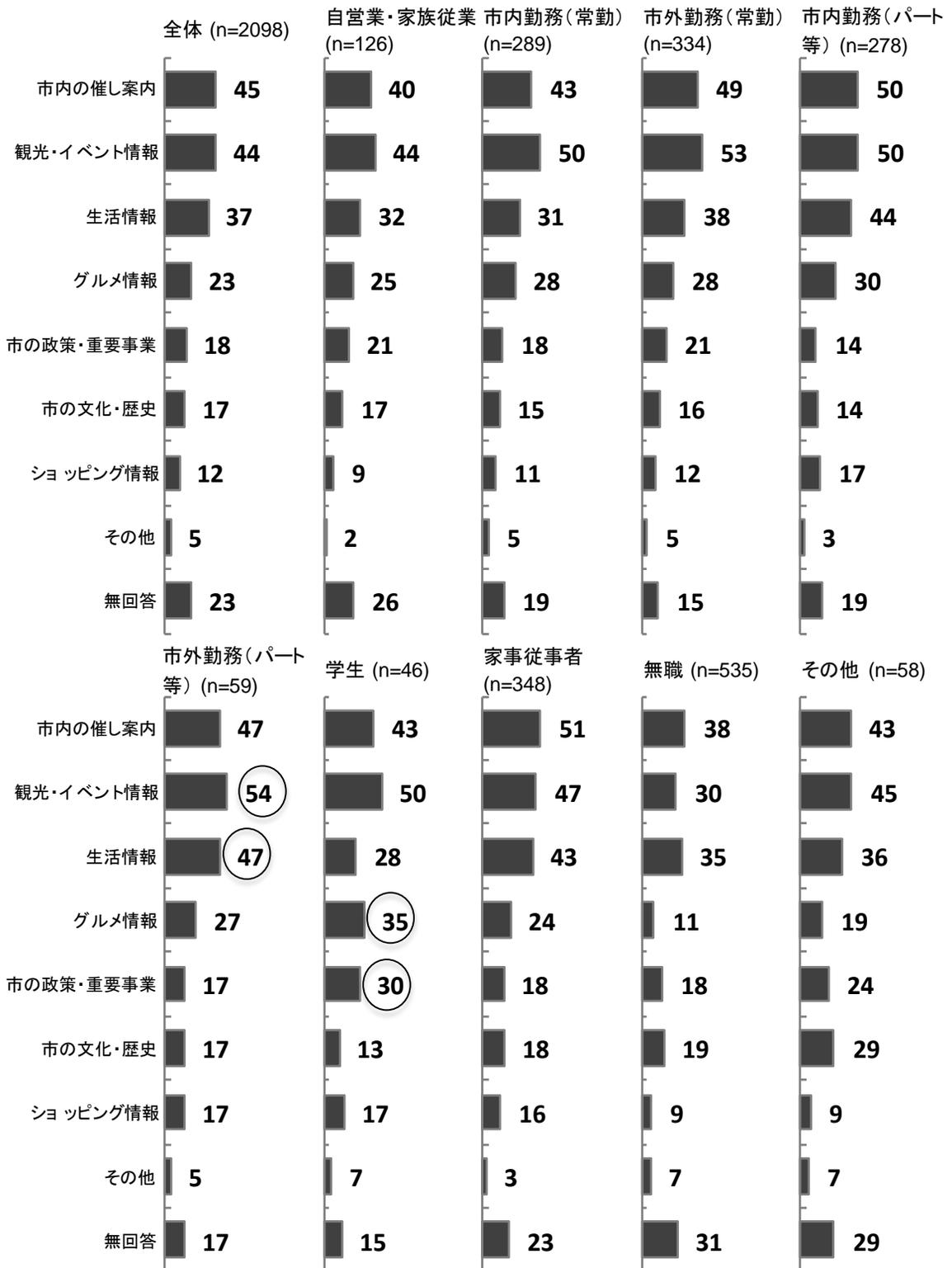
# (8) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

## 【職業別】

- 市外勤務(パート等)は「観光・イベント情報」と「生活情報」、学生は「グルメ情報」と「市の政策・重要事業」が全体よりも10ポイント以上高い。

【問28】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】

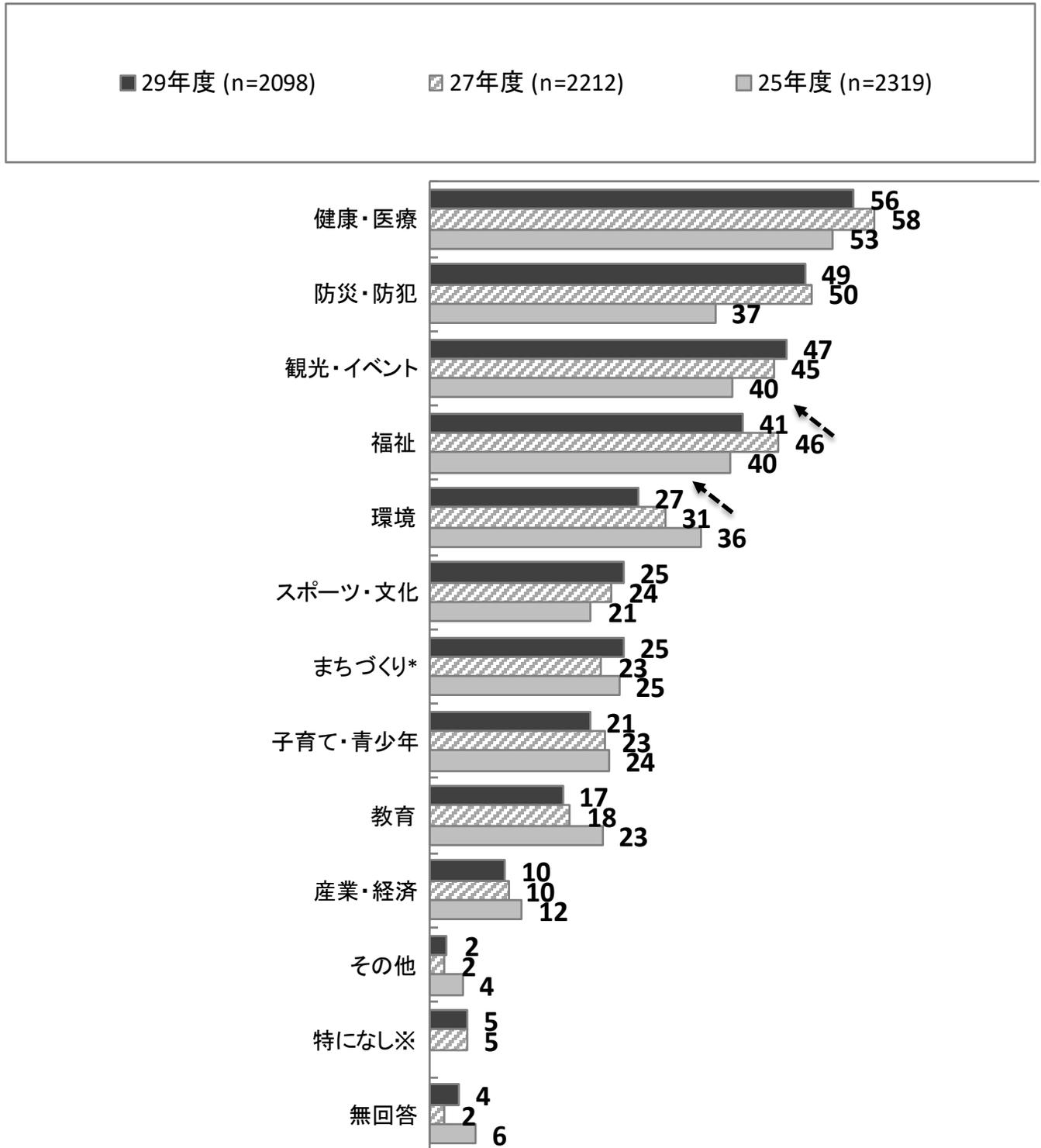


# (9) 横浜市の広報について: 関心ある、充実を望むテーマ

## 【全体・経年比較】

- ・ 「健康・医療」が56%と最も高く、次いで「防災・防犯」が49%と市民の関心が高い。
- ・ 27年度と比較すると、「福祉」が5ポイント、「環境」が4ポイント低下している。他のテーマに大きな変化は見られない。

【問29】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】 (%)



※「特になし」の選択肢は、27年度調査より追加

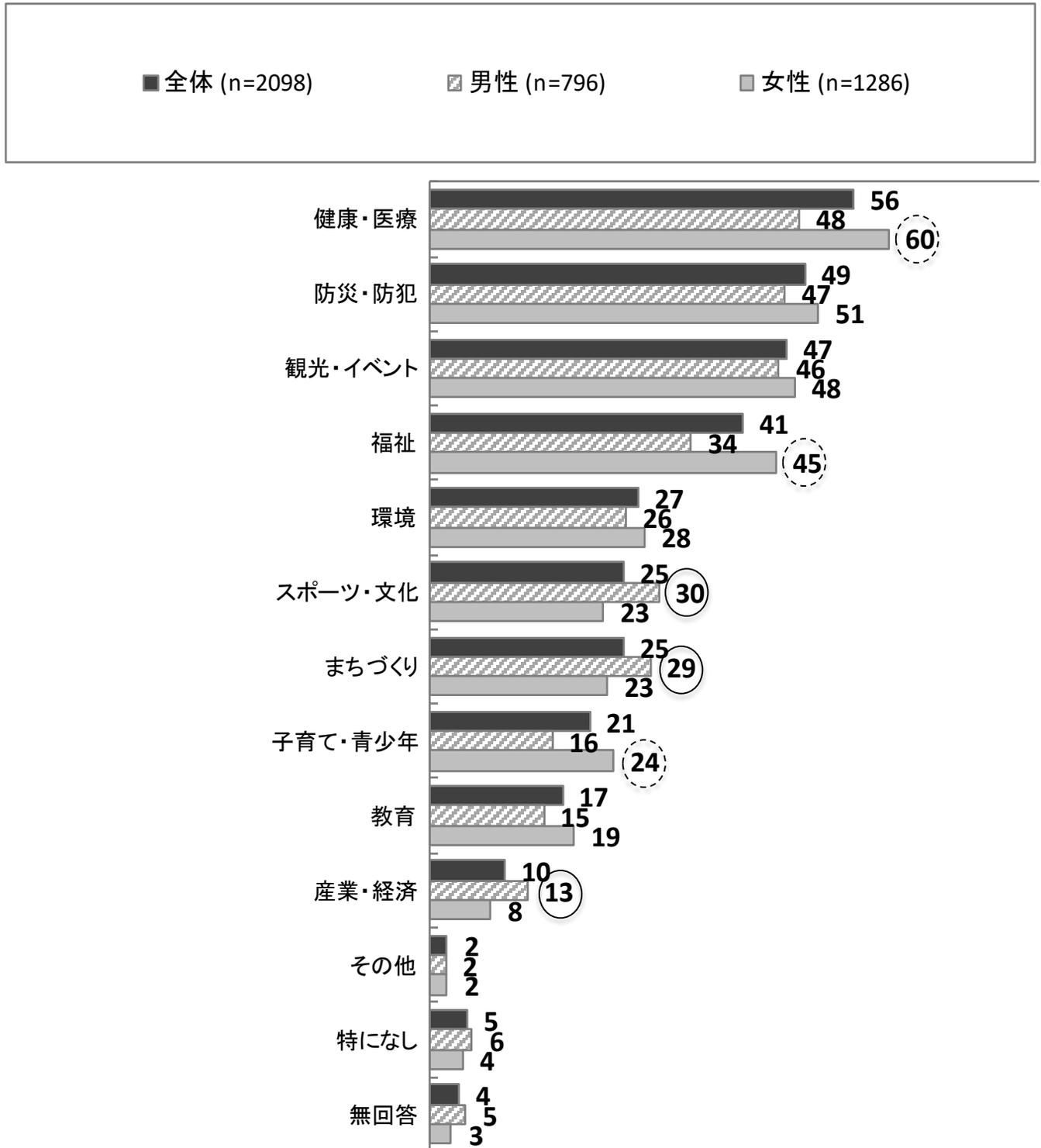
\*今回の調査にて選択肢表記を変更したため経年変化は参考値

# (9) 横浜市の広報について：関心ある、充実を望むテーマ

## 【性別】

- 性別で、関心のあるテーマに違いが見られる。
- 男性は「スポーツ・文化」、「まちづくり」、「産業・経済」が女性よりも5ポイント以上高く、女性は「健康・医療」、「福祉」、「子育て・青少年」が男性よりも5ポイント以上高い。

【問29】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】 (%)

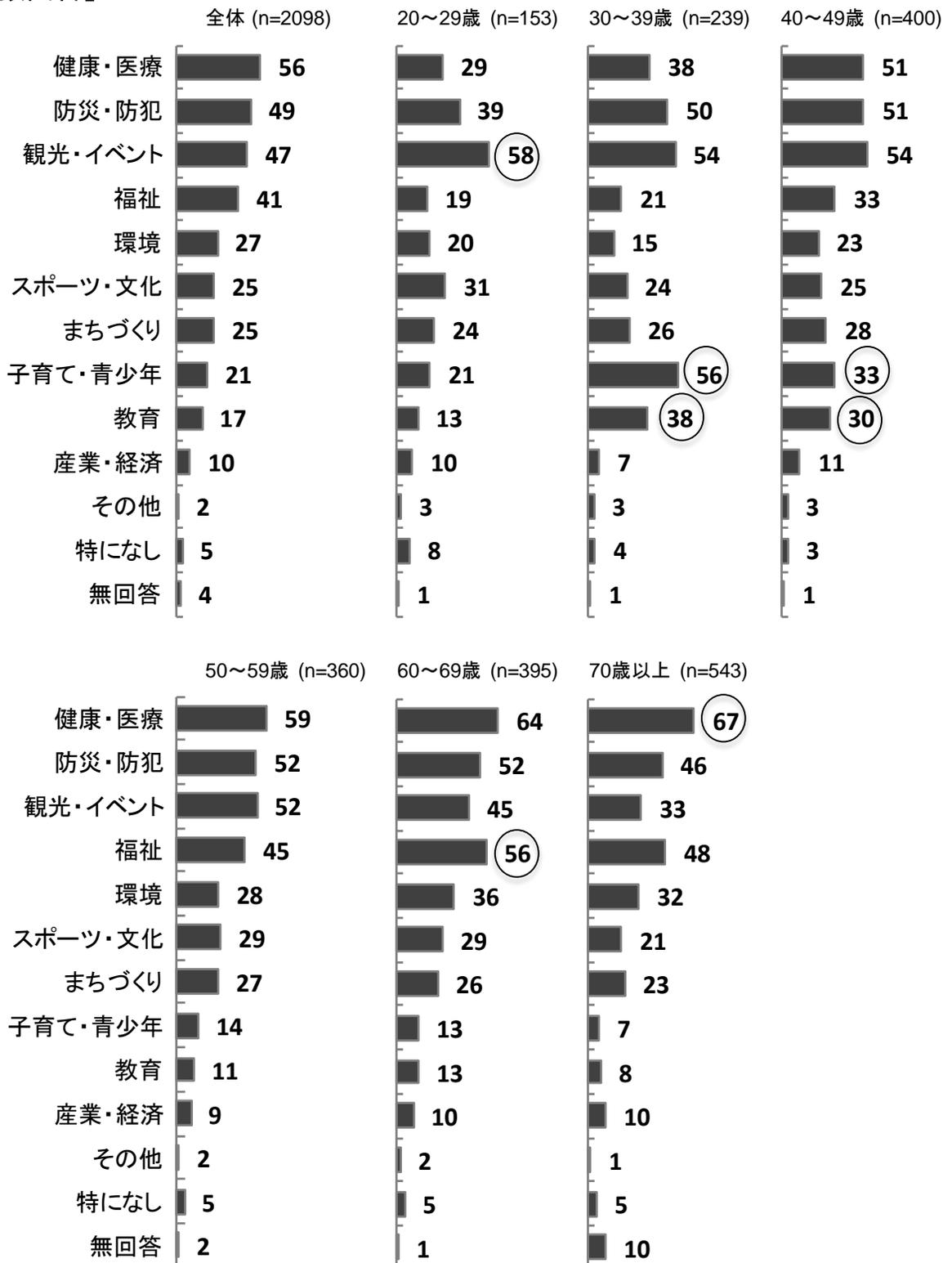


# (9) 横浜市の広報について：関心ある、充実を望むテーマ

## 【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。
- ・ 20歳代は「観光・イベント」、30歳代と40歳代では「子育て・青少年」と「教育」、60歳代では「福祉」、70歳代では「健康・医療」が全体よりも10ポイント以上高く、関心が高い。

【問29】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】 (%)

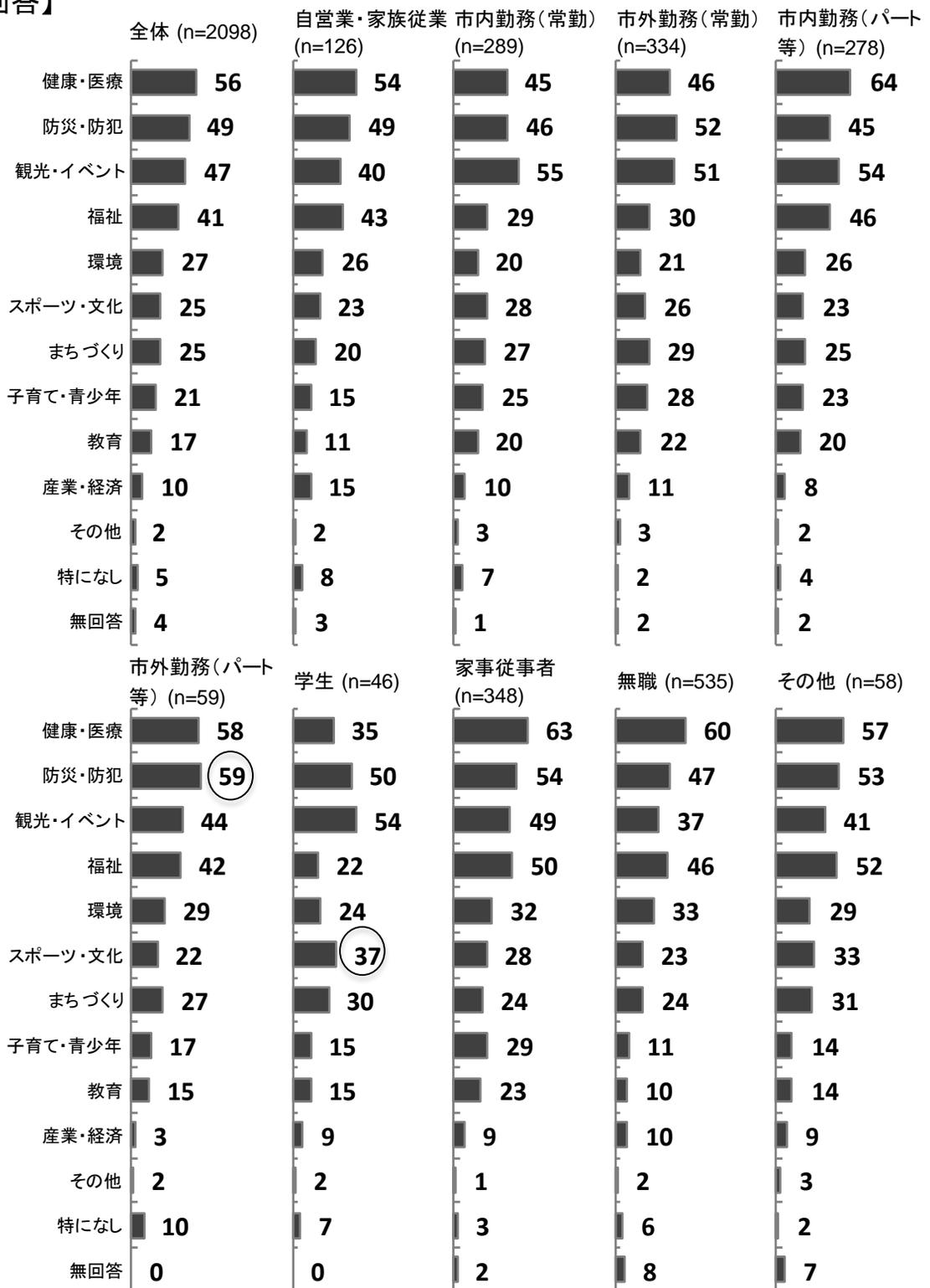


# (9) 横浜市の広報について：関心ある、充実を望むテーマ

## 【職業別】

- 市外勤務(パート等)は「防犯・防災」、学生は「スポーツ・文化」に対する関心が全体よりも10ポイント以上高い。

【問29】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】 (%)

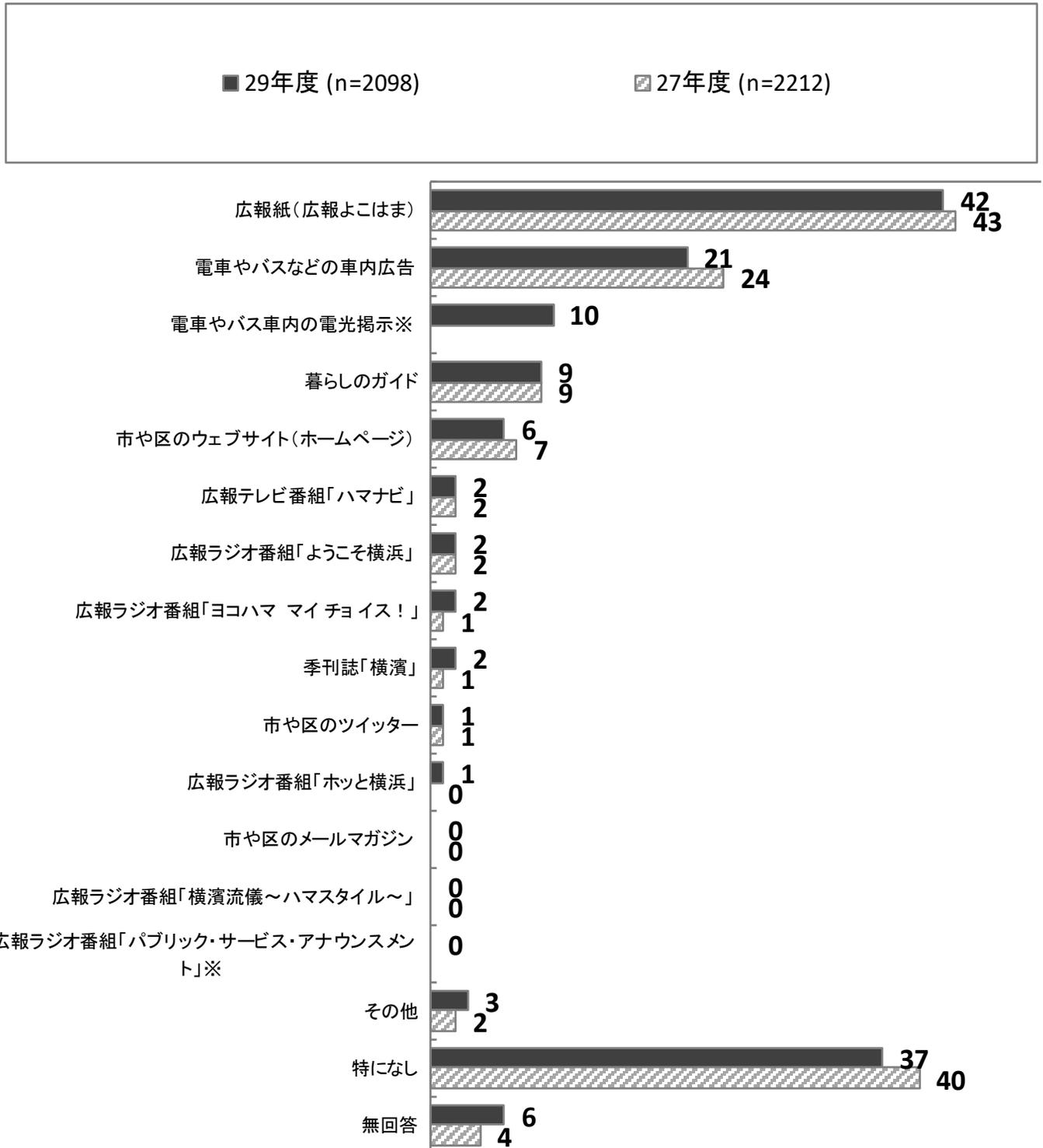


# (9) 横浜市の広報について: きっかけとなった広報媒体

## 【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42%と最も高く、次いで「電車やバスなどの車内広告」が21%、「電車やバス車内の電光掲示」が10%と続く。
- ・ 27年度から、きっかけとなった広報媒体に大きな変化は見られない。

【問30】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。【複数回答】 (%)



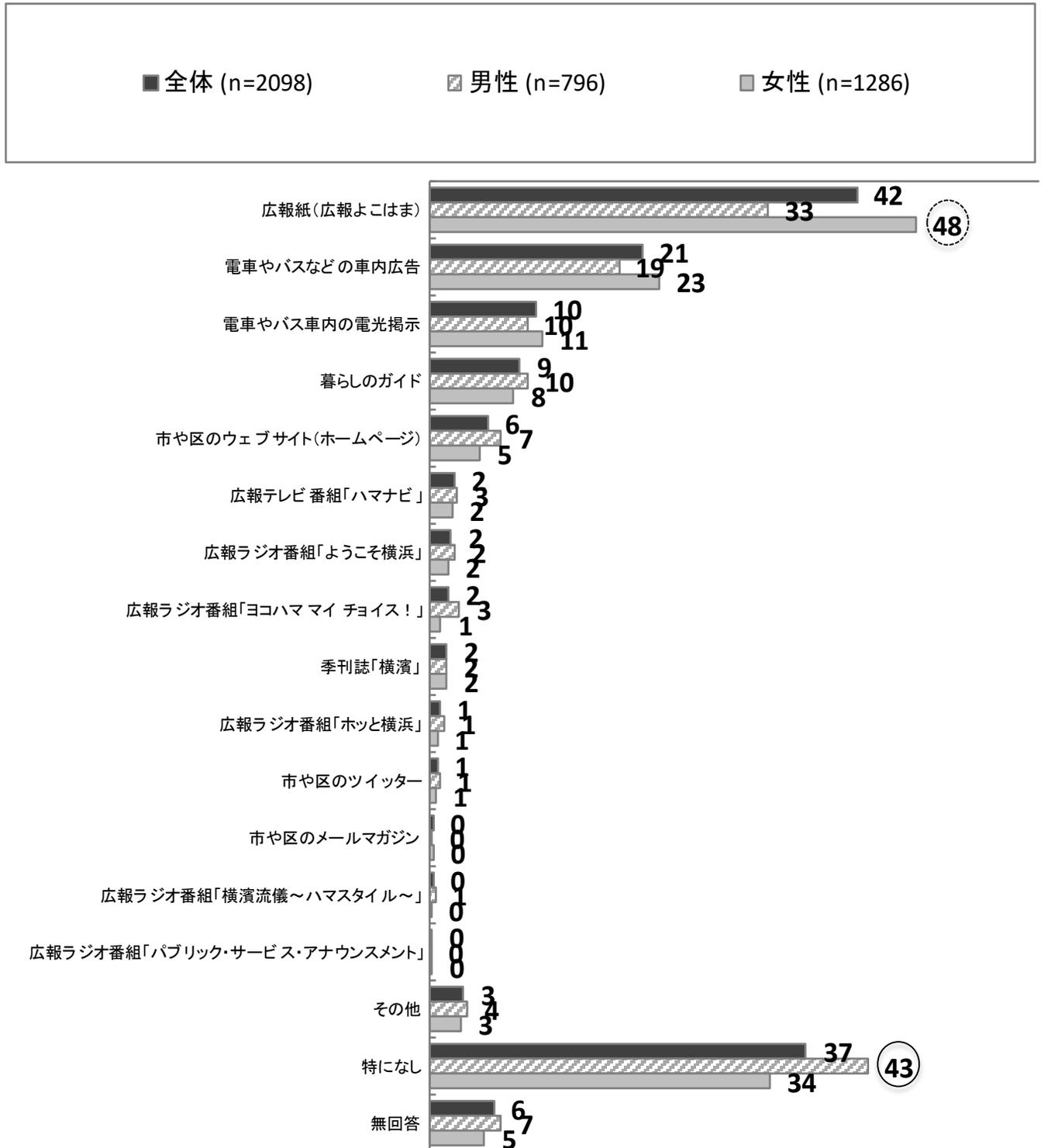
※広報ラジオ番組「パブリック・サービス・アナウンスメント」と電車やバス車内の電光掲示は、今回の調査で新たに追加

# (9) 横浜市の広報について: きっかけとなった広報媒体

## 【性別】

- 女性は、「広報紙(広報よこはま)」が48%と男性よりも15ポイント高く、行動を起こすきっかけとなっている。
- 男性は、「特になし」が43%と女性よりも9ポイント高く、広報媒体が行動を起こすきっかけに繋がっていない割合が女性よりも高い。

【問30】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。【複数回答】 (%)

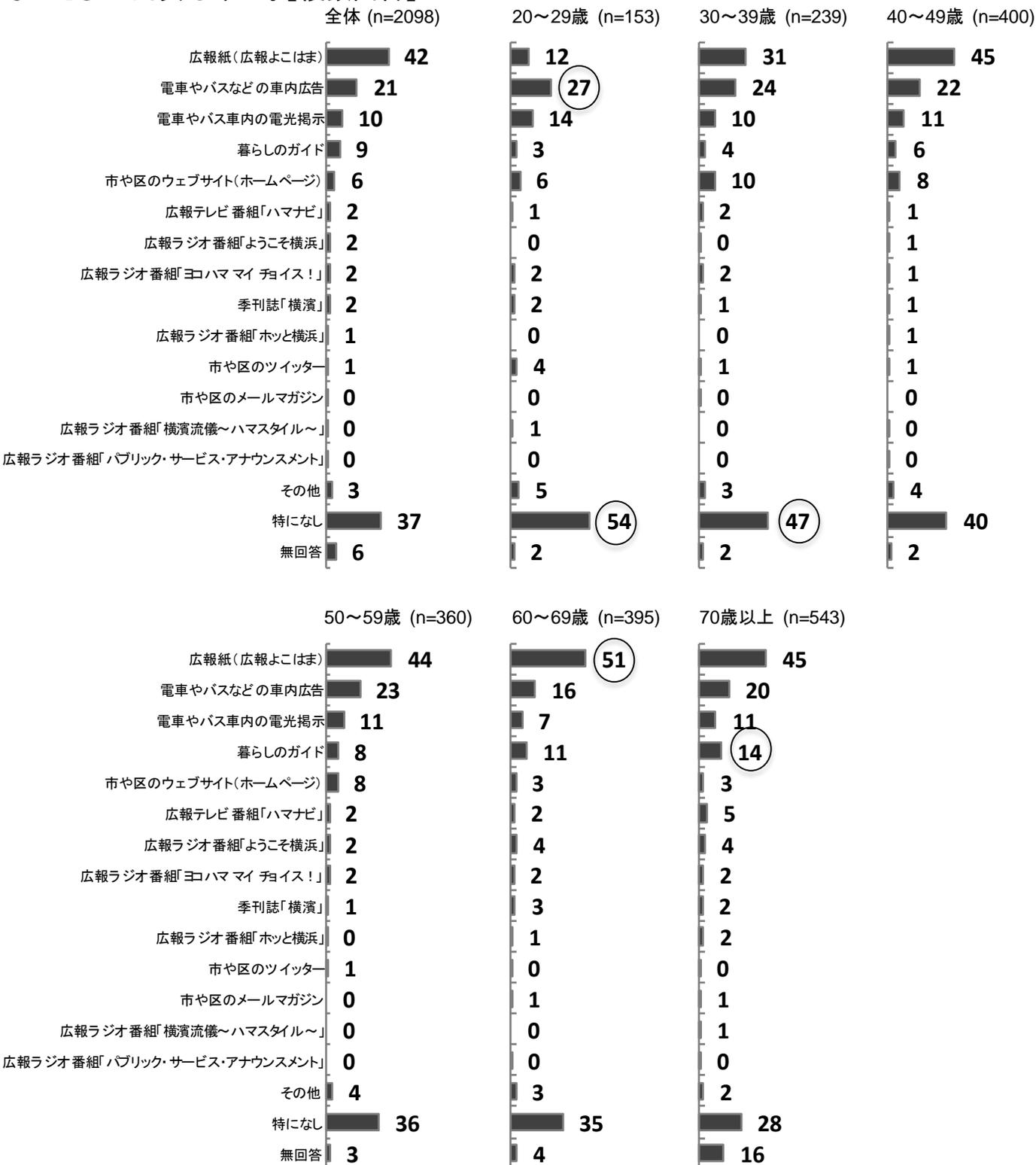


# (9) 横浜市の広報について:きっかけとなった広報媒体

## 【年齢別】

- 40歳代以上は、「広報紙(広報よこはま)」が主なきっかけとなっている。特に、60歳代では「広報紙(広報よこはま)」が、全体よりも9ポイント高い。
- 20歳代と30歳代は、「特になし」が5割前後おり、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。
- 若年齢層になるほど「電車やバスなどの車内広告」が、高年齢層になるほど「暮らしのガイド」が行動のきっかけとなる傾向が見られる。

【問30】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。【複数回答】 (%)

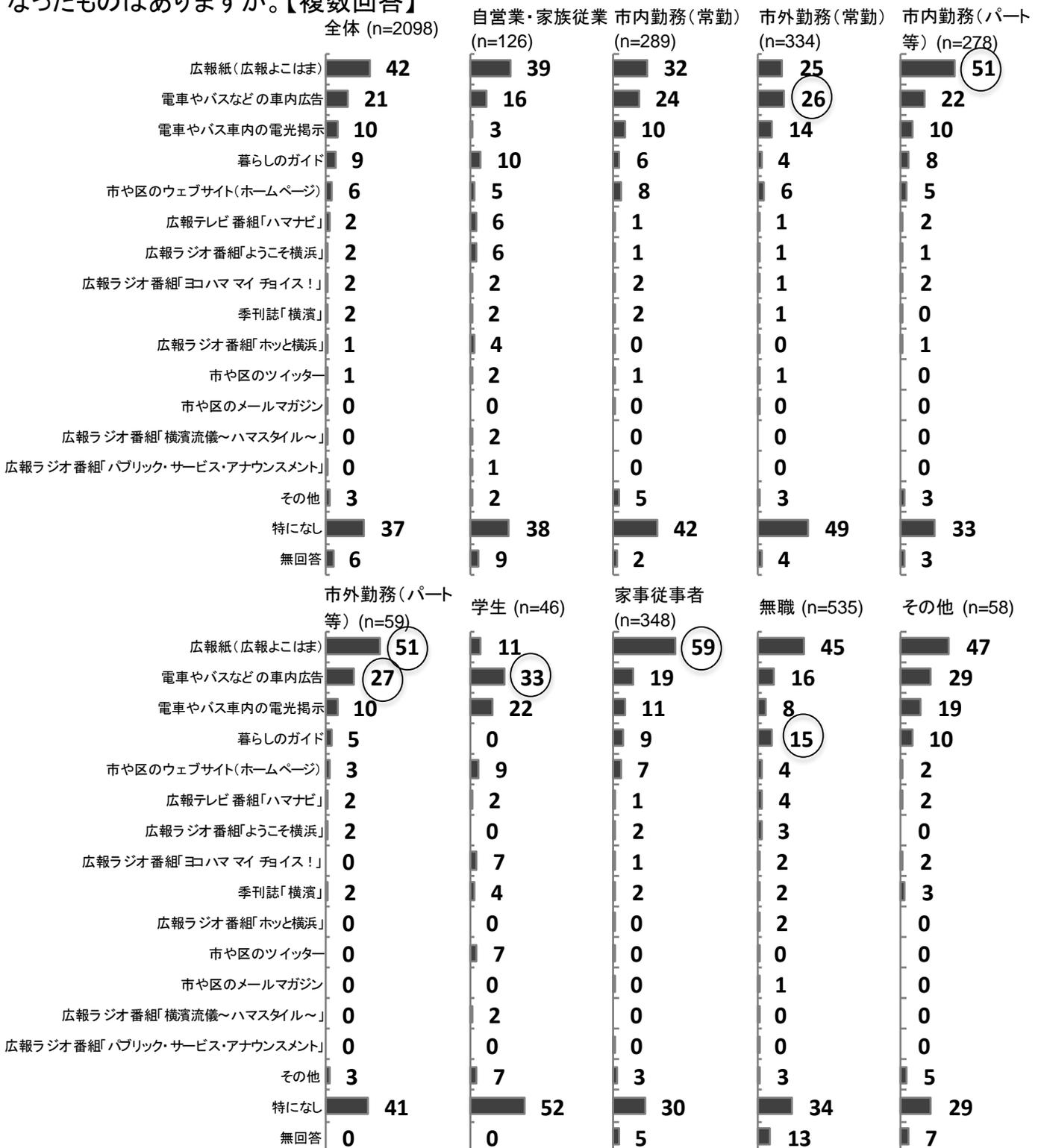


# (9) 横浜市の広報について:きっかけとなった広報媒体

## 【職業別】

- ・ 家事従事者、市内勤務(パート等)、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5ポイント以上高い。
- ・ 市外勤務(常勤)、市外勤務(パート等)、学生は、「電車やバスなどの車内広告」が全体よりも5ポイント以上高い。
- ・ 無職は、「暮らしのガイド」が全体よりも6ポイント高く、行動のきっかけとなっている。

【問30】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。【複数回答】 (%)

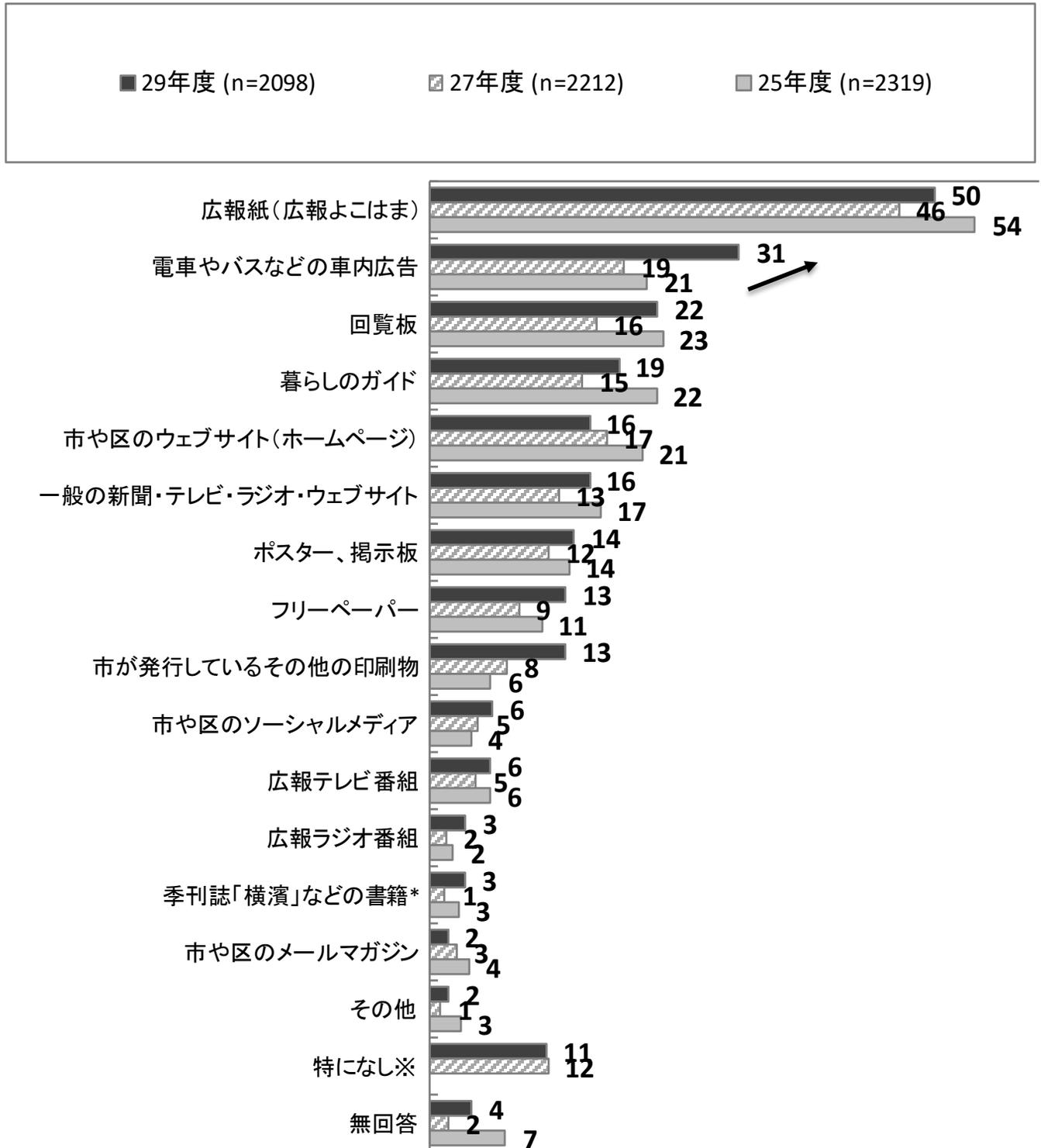


# (9) 横浜市の広報について: 力を入れてほしい広報媒体

## 【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50%で最も高く、次いで、「電車やバスなどの車内広告」が31%と続く。
- 27年度と比較すると全体的に増加傾向であるが、中でも、「電車やバスなどの車内広告」は10ポイント以上の増加が見られ要望の声が高い。

【問31】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。 (%)



※「特になし」の選択肢は、27年度調査より追加

\*今回の調査にて選択肢表記を変更したため経年変化は参考値

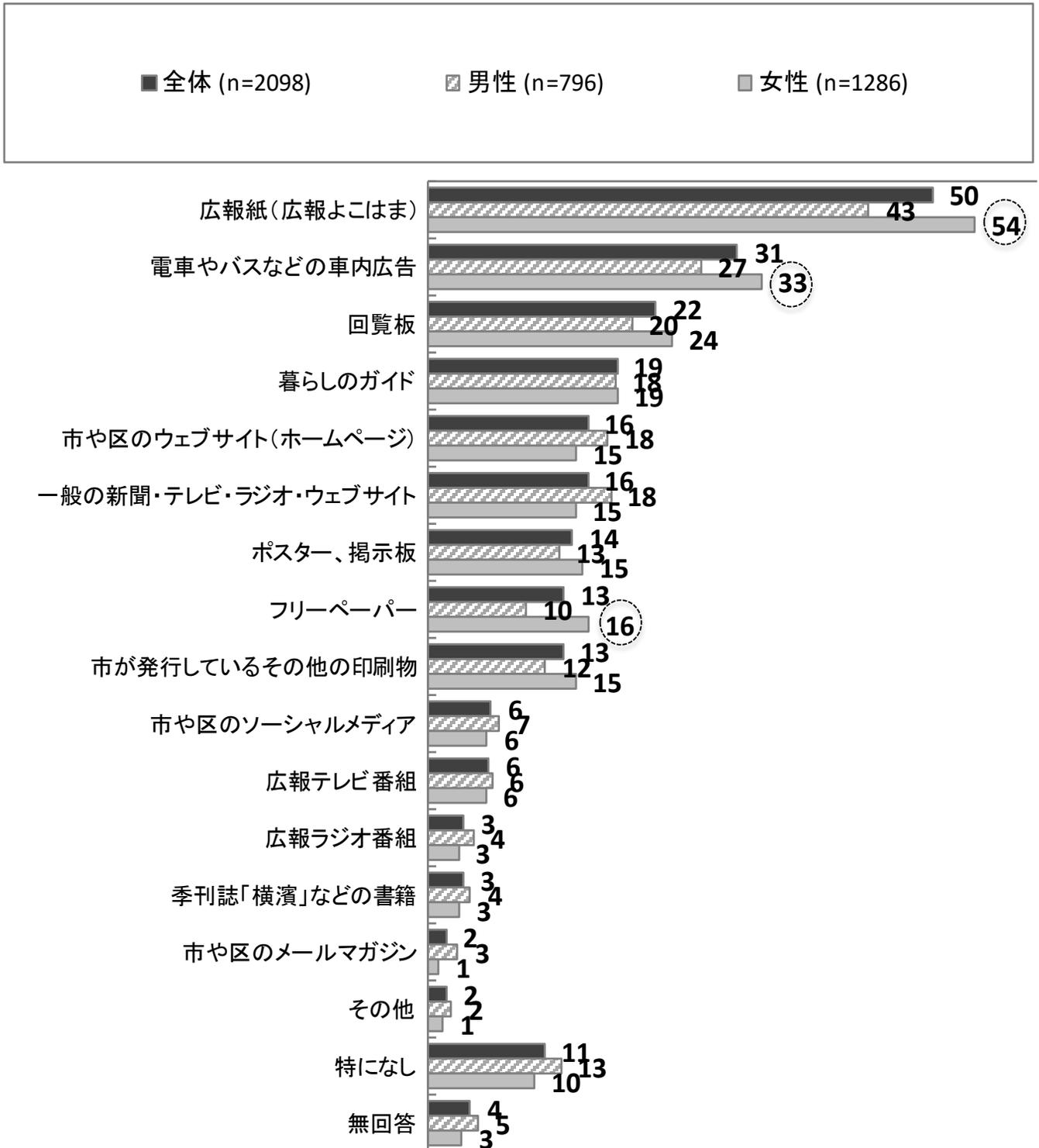
# (9) 横浜市の広報について: 力を入れてほしい広報媒体

## 【性別】

- 女性は、「広報紙(広報よこはま)」、「電車やバスなどの車内広告」、「フリーペーパー」に対する要望が男性よりも5ポイント以上高い。

【問31】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。

(%)



# (9) 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】

- 20歳代と30歳代は「市や区のソーシャルメディア」、30歳代と40歳代は「フリーペーパー」、30歳代から50歳代は「市や区のウェブサイト(ホームページ)」に対する期待が高い。
- 20歳代と50歳代で、「電車やバスなどの車内広告」に対し期待が高い。
- 60歳代以上は、紙ベースの「広報紙(広報よこはま)」、「暮らしのガイド」、「回覧板」に対し高い期待を示している。

【問31】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。(%)

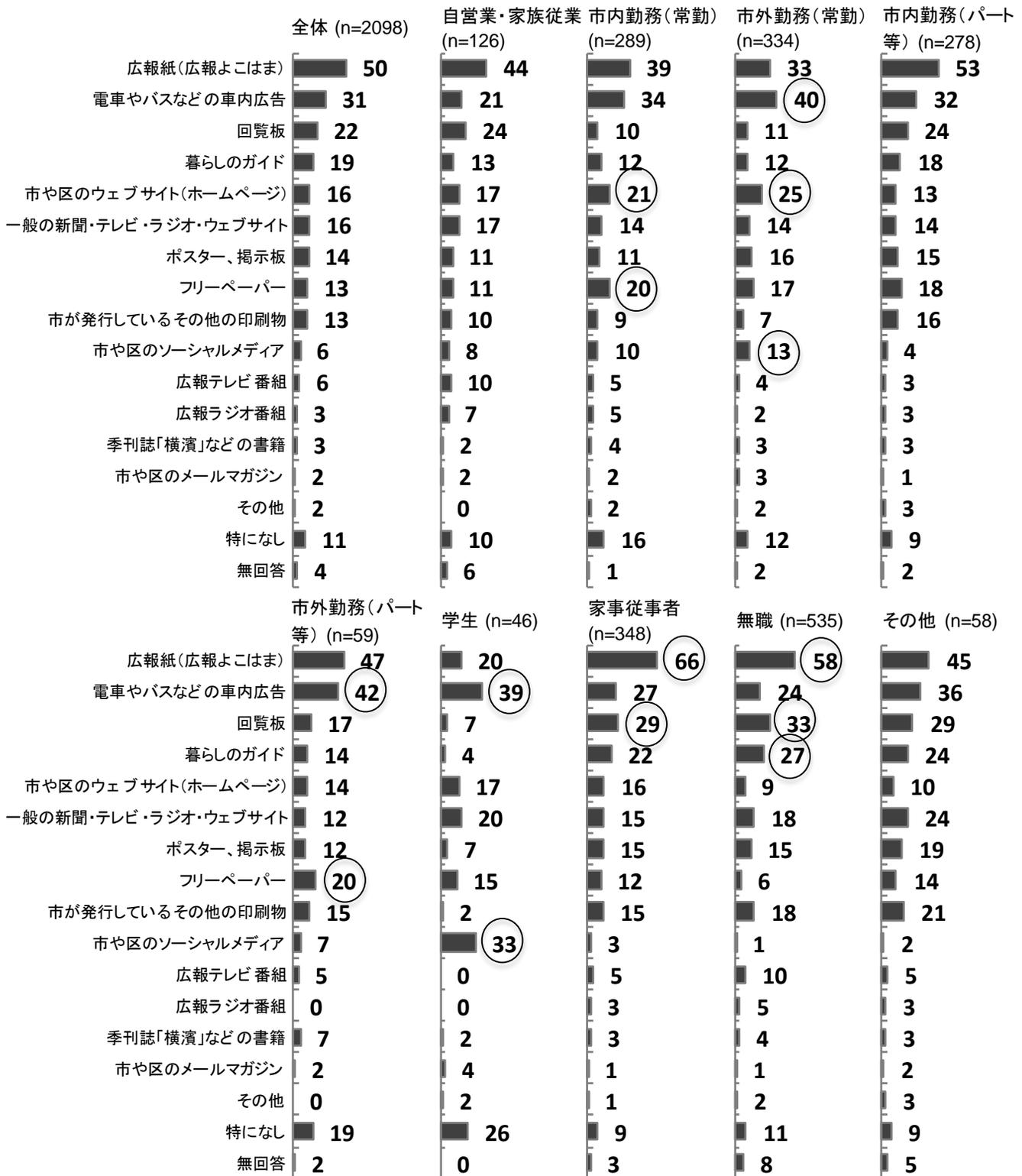


# (9) 横浜市の広報について: 力を入れてほしい広報媒体

## 【職業別】

- ・ 家事従事者と無職は、「広報紙(広報よこはま)」と「回覧板」に対する要望が全体よりも5ポイント以上高い。無職は、「暮らしのガイド」に対する要望も全体より8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)」、通勤通学距離の長い市外勤務(常勤及びパート等)と学生は「電車やバスなどの車内広告」に対する要望が高い。
- ・ 市外勤務(常勤)と学生は、「市や区のソーシャルメディア」に対する要望も高い。
- ・ 市内勤務(常勤)と市外勤務(パート)は「フリーペーパー」が全体よりも5ポイント以上高い。

【問31】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。 (%)



# (9) 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 (1/2)】

- ・ 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、普段使っている媒体に対して期待が高い。次ページの他の広報媒体の結果が続く。

## 【問31】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。

	(n=)	広報紙 (広報よこはま)	電車やバスなどの車内広告	回覧板	暮らしのガイド	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	ポスター、掲示板	フリーペーパー	市が発行しているその他の印刷物
全体	(2098)	50	31	22	19	16	16	14	13	13
広報紙(広報よこはま)	(1471)	65	28	28	22	15	16	15	13	15
回覧板	(935)	63	29	41	24	14	18	18	13	16
電車やバスなどの車内広告	(700)	51	50	23	21	16	21	22	19	19
一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト	(457)	55	32	27	26	16	34	21	13	21
暮らしのガイド	(436)	70	31	31	46	19	19	20	12	24
ポスター、掲示板	(427)	59	40	30	25	15	21	34	19	19
市や区のウェブサイト(ホームページ)	(333)	46	30	16	14	54	12	14	13	11
電車やバス車内の電光掲示	(315)	51	59	23	18	21	23	24	16	15
市が発行しているその他の印刷物	(313)	68	30	32	35	14	25	26	17	35
広報テレビ番組「ハマナビ」	(113)	67	42	30	28	14	31	20	14	23
季刊誌「横濱」	(69)	68	30	35	42	16	32	22	7	29
一般のソーシャルメディア	(63)	32	37	14	6	35	19	16	19	10
広報ラジオ番組「ヨコハママイチョイス!」	(45)	49	36	27	24	11	22	13	18	11
広報ラジオ番組「ようこそ横浜」	(40)	55	23	33	38	8	28	10	10	13
市や区のツイッター	(20)	40	40	15	10	35	10	10	10	5
市や区のメールマガジン	(16)	50	25	25	19	44	0	0	6	6
広報ラジオ番組「ホット横浜」	(14)	64	29	57	50	0	36	7	0	21
広報ラジオ番組「横濱流儀～ハマスタイル～」	(5)	60	60	20	40	20	40	0	20	0
広報ラジオ番組「パブリック・サービス・アナウンスメント」	(2)	50	50	0	50	0	100	0	0	0
その他	(41)	51	20	24	17	24	17	24	27	24
特に情報を得ていない	(169)	4	26	2	5	7	10	5	7	2
無回答	(72)	36	32	19	21	3	7	10	11	15

※全体と比較して+10ポイントは濃い灰色、-10ポイントは薄い灰色でハイライト。

# (9) 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(2/2)】

- ・ 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、普段使っている媒体に対して期待が高い。

【問31】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。

	(n=)	市や区のソーシャルメディア	広報テレビ番組	広報ラジオ番組	季刊誌「横濱」などの書籍	市や区のメールマガジン	その他	特になし	無回答
全体	(2098)	6	6	3	3	2	2	11	4
広報紙(広報よこはま)	(1471)	4	7	4	4	2	1	7	4
回覧板	(935)	4	7	4	4	1	1	7	3
電車やバスなどの車内広告	(700)	8	8	4	5	3	1	6	3
一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト	(457)	6	9	6	4	2	2	6	5
暮らしのガイド	(436)	4	6	6	6	2	1	6	3
ポスター、掲示板	(427)	5	8	3	4	2	2	7	2
市や区のウェブサイト(ホームページ)	(333)	11	5	3	3	3	1	8	1
電車やバス車内の電光掲示	(315)	10	8	3	6	3	1	6	4
市が発行しているその他の印刷物	(313)	4	9	5	5	2	2	4	5
広報テレビ番組「ハマナビ」	(113)	5	32	14	8	3	0	4	4
季刊誌「横濱」	(69)	7	7	1	29	3	1	1	4
一般のソーシャルメディア	(63)	43	6	5	3	5	3	8	2
広報ラジオ番組「ヨコハママイチョイス!」	(45)	13	20	42	7	0	4	7	0
広報ラジオ番組「ようこそ横浜」	(40)	3	13	35	13	0	0	8	3
市や区のツイッター	(20)	45	0	0	10	10	0	0	5
市や区のメールマガジン	(16)	6	6	0	6	38	0	0	13
広報ラジオ番組「ホッと横浜」	(14)	0	43	71	0	0	0	0	0
広報ラジオ番組「横濱流儀～ハマスタイル～」	(5)	20	20	40	0	0	0	20	0
広報ラジオ番組「パブリック・サービス・アナウンスメント」	(2)	0	100	50	0	0	0	0	0
その他	(41)	12	10	2	7	2	12	10	0
特に情報を得ていない	(169)	10	0	1	1	1	3	44	4
無回答	(72)	1	8	1	4	0	3	14	24

※全体と比較して+10ポイントは濃い灰色、-10ポイントは薄い灰色でハイライト

# (9) 横浜市の広報について:力を入れてほしい広報媒体

## 【「広報よこはま」:読んでない理由別】

- 「広報よこはま」を読んでいない理由として、読む時間がないと回答している人は、「電車やバスなどの車内広告」に対する期待が、全体よりも14ポイント高い。
- 「広報よこはま」を読んでいない理由として、読みにくいと回答している人は、「フリーペーパー」に対する期待が、全体よりも13ポイント高い。

## 【問31】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。

	(n=)	電車やバスなどの車内広告	市や区のウェブページ・ホームページ	フリーペーパー	ウェブサイト・テレビ・ラジオ	一般の新聞・テレビ・ラジオ	広報紙（広報よこはま）	市や区のソーシャルメディア	ポスター、掲示板	暮らしのガイド	回覧板
全体	(588)	36	18	17	15	12	12	11	9	7	
届いていない・気付かなかった	(275)	40	17	23	15	11	16	13	9	6	
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	(135)	36	27	11	23	6	10	7	5	7	
読む時間がない	(101)	50	19	22	18	13	10	16	12	9	
市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない	(88)	25	15	14	16	14	8	9	7	6	
読みたい情報がない	(65)	38	20	17	22	18	8	18	8	9	
読みにくい	(33)	36	12	30	24	21	0	15	12	12	
その他	(48)	29	25	13	13	21	8	19	17	17	
無回答	(10)	20	0	10	10	0	0	0	0	10	

	(n=)	物が発行しているその他の印刷	広報テレビ番組	広報ラジオ番組	季刊誌「横浜」などの書籍	市や区のメールマガジン	その他	特になし	無回答
全体	(588)	7	3	3	2	2	2	23	3
届いていない・気付かなかった	(275)	9	4	3	3	3	2	20	2
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	(135)	5	4	1	4	1	1	23	3
読む時間がない	(101)	6	2	5	4	3	2	16	2
市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)に関心がない	(88)	7	2	3	3	1	2	30	2
読みたい情報がない	(65)	3	3	2	0	2	2	23	2
読みにくい	(33)	3	3	3	3	0	12	9	3
その他	(48)	13	0	6	2	0	8	15	4
無回答	(10)	10	0	0	0	0	0	40	10

※全体と比較して+10ポイントは濃い灰色、-10ポイントは薄い灰色でハイライト  
集計ベース:「広報よこはま」を「読まない/ほとんど読まない」

# (9) 横浜市の広報について:力を入れてほしい広報媒体

【「広報よこはま」:「横浜トピックス」別】

- 「横浜トピックス」を見たことがある人は、「広報紙(広報よこはま)」と「暮らしのガイド」、「広報ラジオ番組」に対する期待が全体よりも10ポイント以上高い。

【問31】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。

(n=)		広報紙 (広報よこはま)	電車やバスなどの車内広告	回覧板	暮らしのガイド	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	ポスター、掲示板	フリーペーパー	市が発行しているその他の印刷物
全体	(2098)	50	31	22	19	16	16	14	13	13
見たことがある	(69)	65	28	30	30	7	22	16	4	16
見たことがない	(1598)	47	31	21	17	16	16	14	14	13
無回答	(431)	57	30	25	22	16	13	13	12	15

(n=)		市や区のソーシャルメディア	広報テレビ番組	広報ラジオ番組	季刊誌「横浜」などの書籍	市や区のメールマガジン	その他	特になし	無回答
全体	(2098)	6	6	3	3	2	2	11	4
見たことがある	(69)	4	14	13	12	4	1	7	7
見たことがない	(1598)	7	5	3	3	2	2	12	3
無回答	(431)	4	7	3	3	1	2	9	8

※全体と比較して+10ポイントは濃い灰色、-10ポイントは薄い灰色でハイライト。

## (10)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、409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(分類)	件数	比率
<b>広報活動全般について: ネット</b>	64	3.1
無駄をなくす	26	1.2
もっと読ませる工夫を/目に入る工夫を	21	1.0
もっと活用したい	17	0.8
<b>内容についての要望: ネット</b>	156	7.4
イベント情報の充実	29	1.4
広報媒体一覧の提供	24	1.1
市長・市政をもっとアピール	21	1.0
周辺地区情報充実	18	0.9
防犯防災情報充実	16	0.8
高齢者向け情報の充実	11	0.5
若い世代向け(ファミリー含む)情報の充実	11	0.5
その他 内容についての要望	50	2.4
<b>活用媒体について: ネット</b>	141	6.7
インターネット活用	73	3.5
紙媒体の活用	42	2.0
ラジオ・テレビの活用	21	1.0
電車・バス車内広告の活用	12	0.6
回覧板の活用	9	0.4
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)	43	2.0
<b>横浜市の広報媒体について: ネット</b>	99	4.7
広報よこはまについて	69	3.3
広報よこはま配布について	17	0.8
暮らしのガイドについて	8	0.4
季刊誌「横濱」について	5	0.2
「ハマナビ」、「ホッと横浜」について	4	0.2
県・市・区の合体・分割	3	0.1
その他 横浜市媒体	2	0.1
<b>その他: ネット</b>	154	7.3
市政・区政について	57	2.7
読みやすさ/分かりやすさについて	53	2.5
その他広報について	28	1.3
上記以外の その他	26	1.2
<b>総件数</b>	409	19.5

# (11) 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】 (%)

	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度	H25年度	H27年度	H29年度
広報紙(広報よこはま)	71.0	69.2	66.1	78.1	71.6	73.0	70.1
暮らしのガイド	-	-	20.7	21.3	24.0	25.0	20.8
市や区のウェブサイト(ホームページ)	15.1	14.8	15.6	20.4	17.1	18.4	15.9
市や区のツイッター	-	-	-	-	1.0	1.2	1.0
市や区のメールマガジン	0.7	2.2	1.2	1.3	1.1	1.0	0.8
広報テレビ番組「ハマナビ」	9.2	9.1	5.0	5.2	4.7	4.2	5.4
広報ラジオ番組「ホット横浜」	0.6	0.9	0.4	0.4	1.7	0.8	0.7
広報ラジオ番組「ようこそ横浜」	-	-	-	-	1.9	3.3	1.9
広報ラジオ番組「横濱流儀～ハマスタイル～」	-	-	-	-	-	0.1	0.2
広報ラジオ番組「ヨコハマ マイチョイス！」	4.5	3.9	2.0	1.9	2.8	1.7	2.1
季刊誌「横濱」	1.7	2.4	2.2	1.4	2.5	1.8	3.3

《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)

… 20・21年度の番組名は「Hi!横濱編集局」、22～24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)

… 20～23年度の番組名は「ヨコハマ オンリーワン」

広報ラジオ番組「ヨコハマ マイチョイス！」(FMヨコハマ)

… 20～22年度の番組名は「ヨコハマ アラウンド」

## 各媒体の利用頻度

「広報よこはま」

(%)

	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度	H25年度	H27年度	H29年度
毎月読む(A)	26.6	27.2	24.7	30.1	26.8	31.4	27.0
ほとんど毎月読む(B)	19.6	21.1	19.2	21.4	18.1	17.5	17.2
たまに読む(C)	27.8	27.3	27.3	23.0	27.4	24.8	25.0
ほとんど読まない(D)	11.9	11.0	11.2	10.4	12.4	11.2	12.4
読まない(E)	12.8	13.0	16.9	11.8	11.6	13.8	15.6
無回答	1.2	0.3	0.7	3.3	3.7	1.3	2.8
読む(A+B+C)	74.0	75.6	71.2	74.5	72.3	73.7	69.2
読まない(D+E)	24.7	24.0	28.1	22.2	24.0	25.0	28.0
無回答	1.2	0.3	0.7	3.3	3.7	1.3	2.8

市のウェブサイト(ホームページ)

(%)

	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度	H25年度	H27年度	H29年度
日常的に利用している(A)	3.4	3.4	2.5	1.0	0.5	0.8	0.7
必要な情報を得たい時にだけ利用している(B)	25.4	25.5	25.5	45.7	30.8	40.6	41.4
ほとんど利用しない※(C)	24.4	23.2	22.3	-	18.0	-	-
利用したことがない(D)	42.1	45.0	46.6	51.0	46.2	56.9	55.1
無回答	4.6	2.9	3.1	2.2	4.4	1.7	2.8
読む(A+B)	28.8	28.9	28.0	46.7	31.3	41.4	42.1
読まない(C+D)	66.5	68.2	68.9	51.0	64.2	56.9	55.1
無回答	4.6	2.9	3.1	2.2	4.4	1.7	2.8

※「ほとんど利用しない」の選択肢はH27年度より削除

# (11) 市政情報入手媒体と各広報媒体の利用頻度

季刊誌「横濱」

(%)

	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度	H25年度	H27年度	H29年度
毎号読む(A)	-	-	-	-	0.5	0.3	0.7
ほとんど毎号読む(B)	-	-	-	-	0.7	0.3	0.6
たまに読む(C)	-	-	-	-	4.7	5.3	8.3
ほとんど読まない(D)	-	-	-	-	5.9	6.0	10.3
読んだことがない(E)	-	-	-	-	85.5	86.3	77.8
無回答	-	-	-	-	2.7	1.9	2.3
読んでいる(A+B+C)	-	-	-	-	5.9	5.9	9.6
読んでいない(D+E)	-	-	-	-	91.4	92.3	88.1
無回答	-	-	-	-	2.7	1.9	2.3

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)

(%)

	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度	H25年度	H27年度	H29年度
毎週見ている(A)	-	1.5	0.8	0.7	0.6	0.4	0.6
月に2～3回ほど見ている(B)	-	5.3	4.0	5.6	4.6	4.2	1.0
月に1回ほど見ている※(C)	-	5.2	3.4	6.3	5.4	4.8	-
3か月～半年に1回ほど見ている※(D)	-	7.0	4.4	8.5	9.1	7.0	-
不定期だがたまに見ている※(E)	-	-	-	-	-	-	13.0
過去に見たことがあるが今は見ていない※(F)	-	-	-	-	-	-	7.6
見たことがない(G)	-	77.6	84.9	77.2	78.1	82.5	74.6
無回答	-	3.4	2.3	1.7	2.1	1.1	3.1
見ている(A+B+C+D+E)	-	19.0	12.6	21.1	19.8	16.4	14.7
見ていない(F+E)	-	77.6	84.9	77.2	78.1	82.5	82.2
無回答	-	3.4	2.3	1.7	2.1	1.1	3.1

※「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、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成人の方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。回答の内容は、調査目的以外には使用いたしません。また、お名前・ご住所などの個人情報、法令に従い厳正に取り扱います。

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。

- ・このアンケート調査は選択式です。調査票に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、**平成29年9月4日（月）までに**投函してください。
- ・返信用封筒は切手を貼らずに投函できます。封筒に名前を書く必要はありません。



## 【問合せ】

横浜市市民局広報課

〒231-0017 横浜市中区港町1-1

電話 045-671-2331

FAX 045-661-2351

電子メール [sh-koho@city.yokohama.jp](mailto:sh-koho@city.yokohama.jp)

（担当：北川、渡部）

## ご記入に当たってのお願い

- ① ご本人様がお答えください。（ご本人様が記入できない場合は、同居している20歳以上の方が記入しても構いません）
- 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
5. 市や区のメールマガジン
6. 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）
7. 広報ラジオ番組「ホッと横浜」（ラジオ日本 木・金曜16時30分～16時35分）
8. 広報ラジオ番組「ようこそ横浜」（ニッポン放送 金曜10時47分～10時52分）
9. 広報ラジオ番組「横浜流儀～ハマススタイル～」（文化放送 土曜5時10分～5時20分）
10. 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）
11. 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）
12. 季刊誌「横浜」
13. 電車やバスなどの車内広告
14. 電車やバス車内の電光掲示（デジタルサイネージ）
15. 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）
16. 回覧板
17. ポスター、掲示板
18. 一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト
19. 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）
20. その他（具体的に
21. 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、全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へ |
| 2. ほとんど毎月読む | → 問3へ |
| 3. たまに読む    | → 問3へ |
| 4. ほとんど読まない | → 問7へ |
| 5. 読まない     | → 問7へ |



【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」のどの部分を主に読みますか。1つだけお選びください。

（1つだけ○印）

1. 市・区の特集や企画などの記事（市・区的主要な事業や計画など）
2. 市・区の催し・講座、各施設のお知らせ
3. 特に決めていない

【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」を読んで、どのように感じますか。あてはまるものを全てお選びください。  
(いくつでも○印)

- |                |            |
|----------------|------------|
| 1. 記事が分かりやすい   | 4. 保存しやすい  |
| 2. 必要な情報が載っている | 5. その他 ( ) |
| 3. 写真が良い       | 6. 特になし    |

【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」で、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. 市政全般     | 5. 防災・防犯     | 9. 地域活動        |
| 2. 健康・福祉・介護 | 6. 緑・環境・エコ   | 10. まちづくり      |
| 3. 子育て・青少年  | 7. 文化芸術・スポーツ | 11. 産業・経済      |
| 4. 教育       | 8. イベント・観光   | 12. その他<br>( ) |

【問2で1～3を選んだ方にお伺いします】

【問6】 「広報よこはま」を、どのような形式で読みたいですか。あてはまるものを全てお選びください。  
(いくつでも○印)

- |                     |                |
|---------------------|----------------|
| 1. 紙（現在のタブロイド版）     | 4. スマートフォンのアプリ |
| 2. 紙（A4サイズ程度の冊子）    | 5. その他 ( )     |
| 3. 市のウェブサイト（ホームページ） |                |

→ 回答後、問8へ

【問2で4～5を選んだ方にお伺いします】

【問7】 「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 ( )        |

【問8】 「広報よこはま拾い読み」（広報よこはま動画版：5分版）を見たことがありますか。  
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9】 「横浜トピックス」（広報よこはま動画版：30秒版）を見たことがありますか。  
1つだけお選びください。(1つだけ○印)

- |            |            |
|------------|------------|
| 1. 見たことがある | 2. 見たことがない |
|------------|------------|

## デジタルサイネージについて

【問10】 電車やバスに乗った時、ドア上などにある電光掲示（デジタルサイネージ）を見ることがありますか。1つだけお選びください。(1つだけ○印)

- |           |            |
|-----------|------------|
| 1. よく見る   | 3. ほとんど見ない |
| 2. ときどき見る | 4. 全く見ない   |

## 「ウェブサイト」について

【問11】 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つだけ〇印)

- |                        |        |
|------------------------|--------|
| 1. 日常的に利用している          | → 問12へ |
| 2. 必要な情報を得たい時にだけ利用している | → 問12へ |
| 3. 利用したことがない           | → 問16へ |



【問11で1・2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つだけ〇印)

- |                    |              |
|--------------------|--------------|
| 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11で1・2を選んだ方にお伺いします】

【問13】 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つだけ〇印)

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

【問11で1・2を選んだ方にお伺いします】

【問14】 市のウェブサイトのデザイン（文章の行間やページレイアウトなど）はわかりやすいですか。  
1つだけお選びください。 (1つだけ〇印)

- |              |              |
|--------------|--------------|
| 1. とてもわかりやすい | 3. わかりにくい    |
| 2. わかりやすい    | 4. とてもわかりにくい |

【問11で1・2を選んだ方にお伺いします】

【問15】 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。 (いくつでも〇印)

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

→ 回答後、問17へ

【問11で3を選んだ方にお伺いします】

【問16】 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つだけ〇印)

- |                               |
|-------------------------------|
| 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 ( )                    |



## 「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22】 「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つだけ〇印)

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

## 広報テレビ番組・ラジオ番組について

横浜の魅力や街の情報などをお伝えしています。

【問23】 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つだけ〇印)

- |                        |        |
|------------------------|--------|
| 1. 毎週見ている              | → 問24△ |
| 2. 月に2～3回ほど見ている        | → 問24△ |
| 3. 不定期だがたまに見ている        | → 問24△ |
| 4. 過去に見たことがあるが今は見っていない | → 問24△ |
| 5. 見たことがない             | → 問25△ |



【問23で1～4を選んだ方にお伺いします】

【問24】 「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。  
(いくつでも〇印)

- |                    |                     |
|--------------------|---------------------|
| 1. 「広報よこはま」でのお知らせ  | 5. テレビコマーシャル        |
| 2. 交通機関の車内広告       | 6. 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     | 7. その他 ( )          |
| 4. 市ウェブサイト(ホームページ) |                     |

→問23で1～3を選んだ方は、回答後、問26△

【問23で4・5を選んだ方にお伺いします】

【問25】 「ハマナビ」を見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。  
(いくつでも〇印)

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| 1. 普段テレビを見ない         | 4. 番組の演出・雰囲気が好きではない |
| 2. 曜日・時間帯がよくない       | 5. 知らなかった           |
| 3. 取り上げる内容(情報)に興味がない | 6. その他 ( )          |

【問26】 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。

(いくつでも〇印)

- |                                                            |        |
|------------------------------------------------------------|--------|
| 1. 「ホッと横浜」(ラジオ日本 木曜・金曜16時30分～16時35分)                       | → 問27△ |
| 2. 「ようこそ横浜」(ニッポン放送 金曜10時47分～10時52分)                        | → 問27△ |
| 3. 「横濱流儀～ハマスタイル～」(文化放送 土曜5時10分～5時20分)                      | → 問27△ |
| 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27△ |
| 5. 「パブリック・サービス・アナウンスメント」<br>(Inter FM897 月曜～金曜6時12分～6時15分) | → 問27△ |
| 6. 聴いたことがない                                                | → 問28△ |

【問26で1～5を選んだ方にお伺いします】

【問27】 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 ( )              |

【問28】 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   | ( )         |

## 横浜市の広報について

【問29】 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30】 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                                                        |
| 5. 市や区のメールマガジン                                                      |
| 6. 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）                              |
| 7. 広報ラジオ番組「ホッと横浜」（ラジオ日本 木・金曜 16時30分～16時35分）                         |
| 8. 広報ラジオ番組「ようこそ横浜」（ニッポン放送 金曜 10時47分～10時52分）                         |
| 9. 広報ラジオ番組「横浜流儀～ハマスタイル～」（文化放送 土曜 5時10分～5時20分）                       |
| 10. 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）                     |
| 11. 広報ラジオ番組「パブリック・サービス・アナウンスメント」<br>（Inter FM897 月曜～金曜 6時12分～6時15分） |
| 12. 季刊誌「横濱」                                                         |
| 13. 電車やバスなどの車内広告                                                    |
| 14. 電車やバス車内の電光掲示（デジタルサイネージ）                                         |
| 15. その他 ( )                                                         |
| 16. 特になし                                                            |

【問31】 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<br>（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<br>（ツイッター、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                              |



## 広報紙

### 広報よこはま

毎月1回1日発行。  
市内の全世帯に配布。

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（6か国語）、  
やさしい日本語



## 生活情報誌

### 暮らしのガイド

毎年4月発行  
主な対象は転入市民

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。



### ツイッター

約30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お知らせなど)

一覧ページ

<http://www.city.yokohama.lg.jp/shimin/koho/socialmedia/list/>



### メールマガジン

90種類以上のメールマガジンを発行しています。  
(防災情報、子育て情報、区役所からのお知らせなど)

一覧ページ

<http://cgi.city.yokohama.lg.jp/shimin/koho/mail-magazine/>



裏面あり

## 広報番組

テレビ

### ハマナビ

テレビ神奈川  
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

### ホット横浜

ラジオ日本  
毎週木・金曜日  
16時30分～16時35分

現場レポートを中心に  
まちの話などを紹介  
しています。



CATV

### 広報よこはま拾い読み

市内ケーブル  
テレビ局  
毎月

毎月「広報よこはま」から  
記事をピックアップして  
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  
5時10分～5時20分

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  
毎週金曜日  
10時47分～10時52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

横浜の魅力をも市内外に発信し、  
横浜のブランドイメージの向上  
や乗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

CATV「横浜トピックス」を放映し、  
市民の取り組みや、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「横浜」

4、7、10、1月発行  
(1冊610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(市民情報センター)、  
インターネットで販売。

