

**平成27年度  
横浜市の広報に関する  
アンケート調査**

**結果報告書**

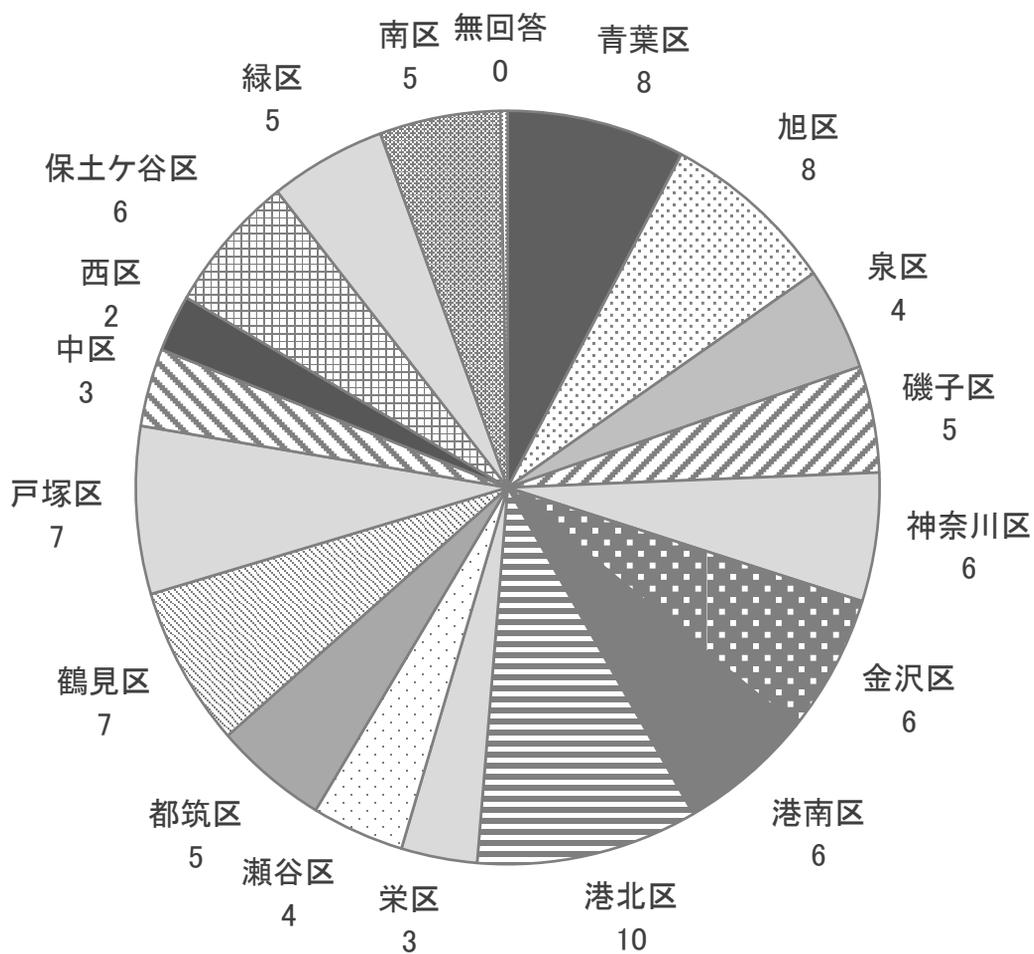
**横浜市市民局広報課**

# 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。

(%)

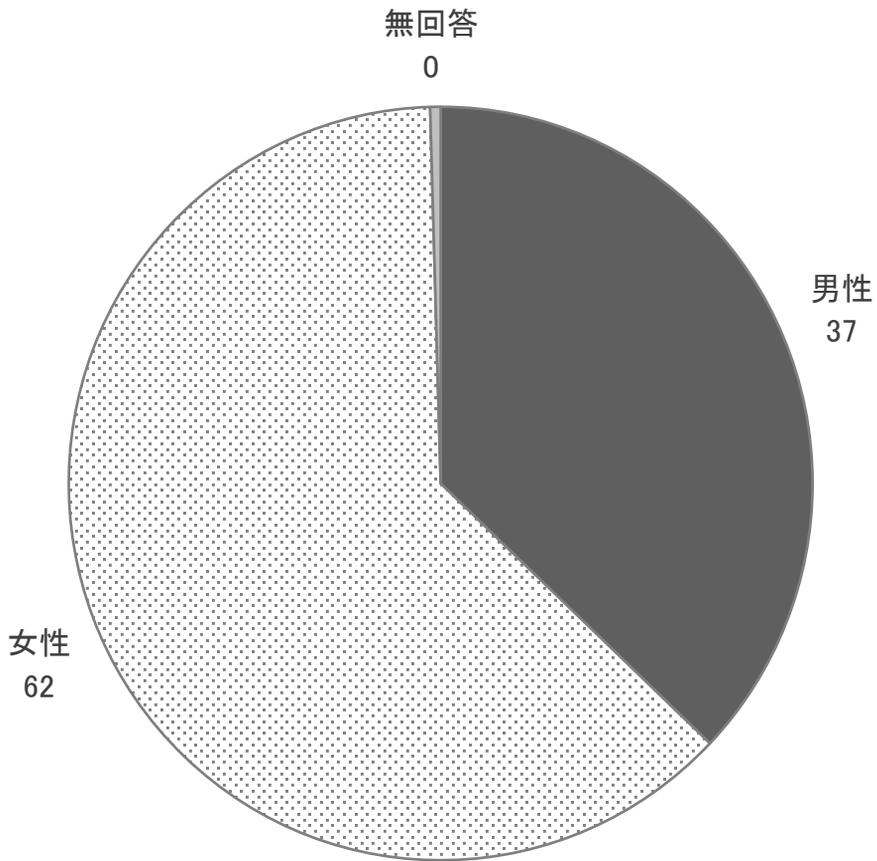


# 回答者の属性

## 【2. 性別】

◆ F2 あなたの性別をお答えください。

(%)

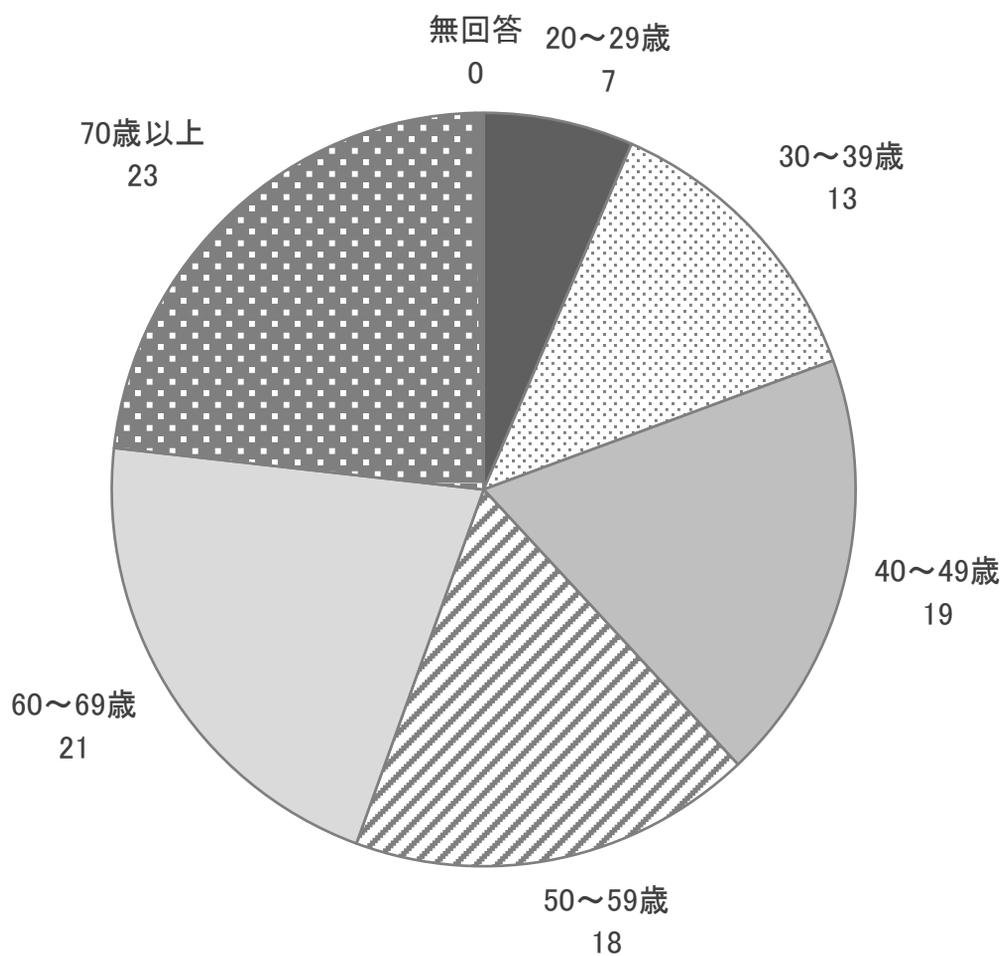


# 回答者の属性

## 【3. 年齢】

◆ F3 あなたの年齢をお答えください。

(%)

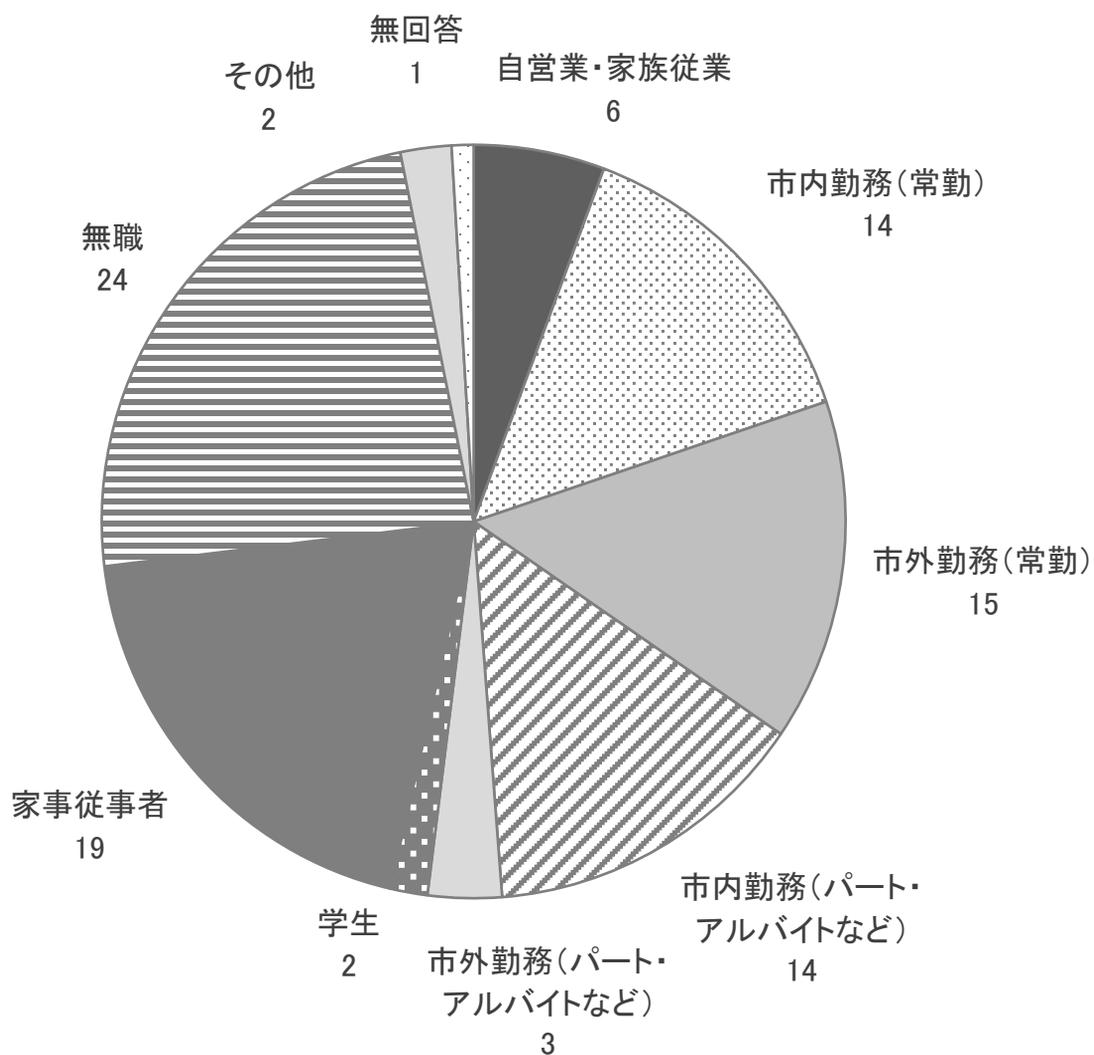


# 回答者の属性

## 【4. 職業】

◆ F4 あなたの職業等をお答えください。

(%)

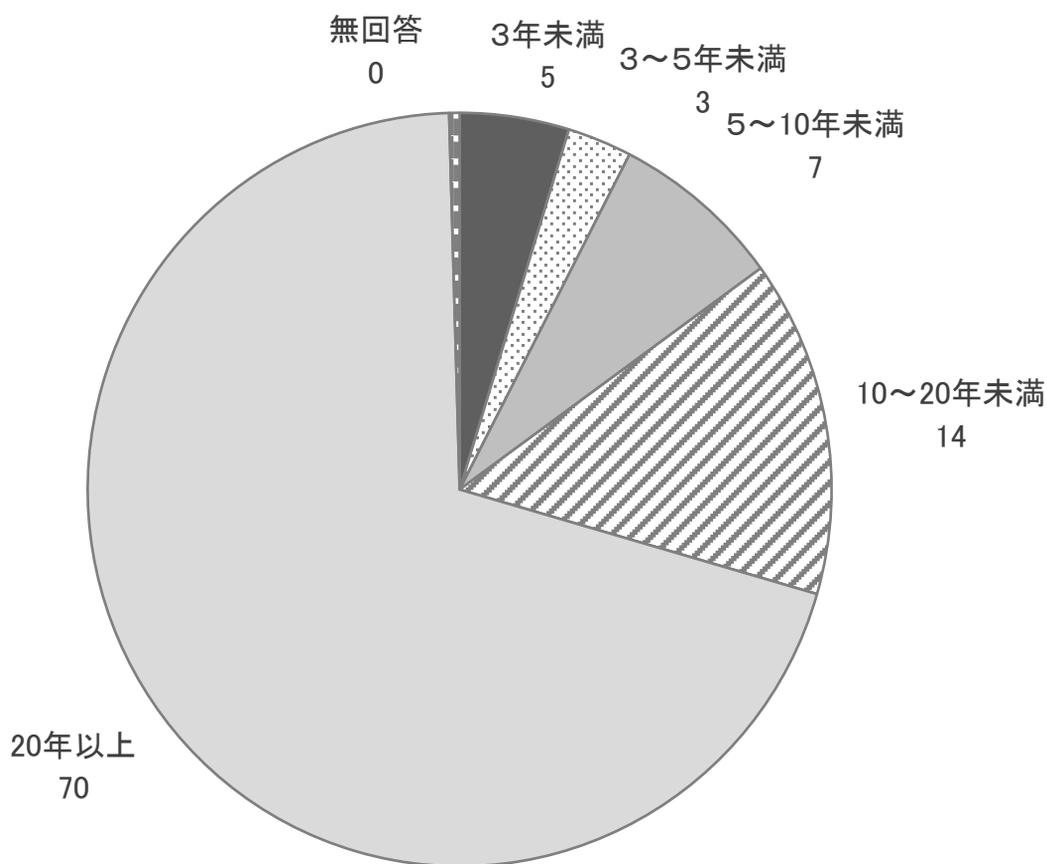


# 回答者の属性

## 【5. 市内居住歴】

◆ F5 横浜に住んで何年になりますか。

(%)

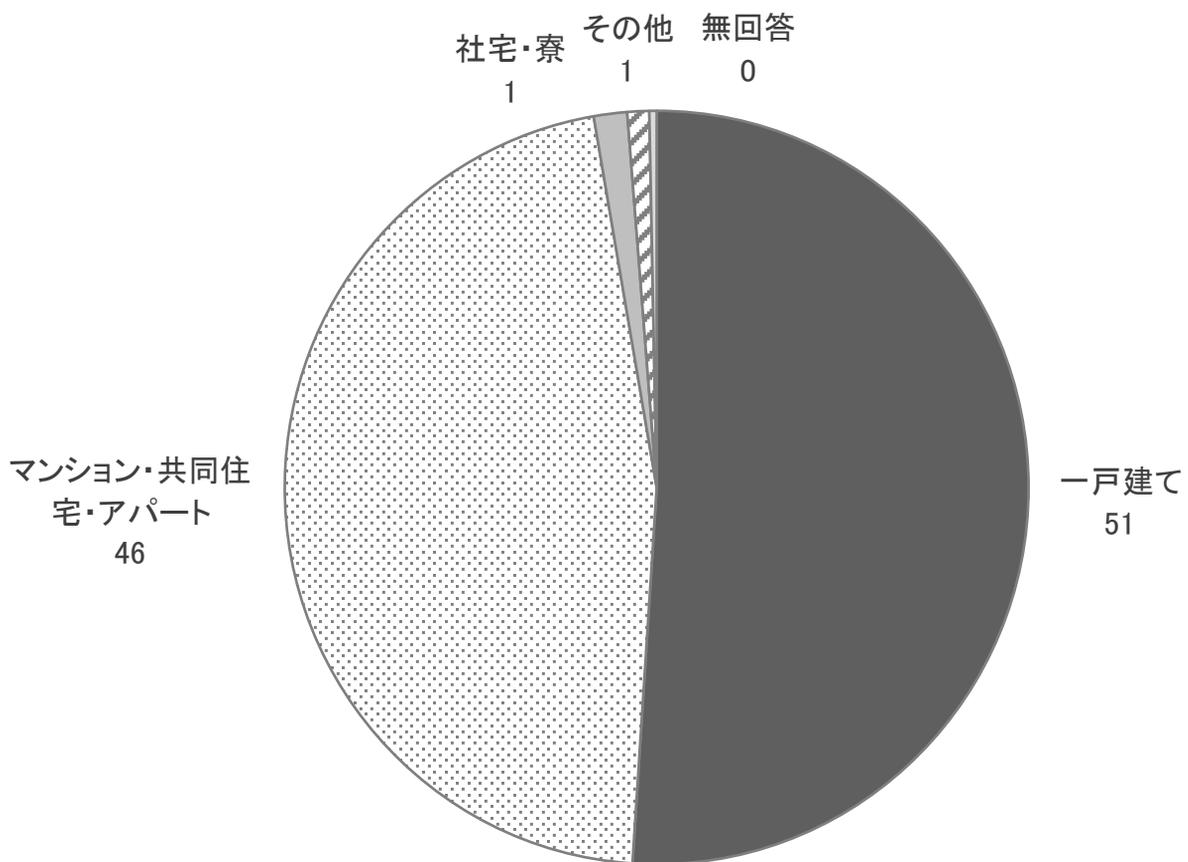


# 回答者の属性

## 【6. 居住形態】

◆ F6 居住形態をお答えください。

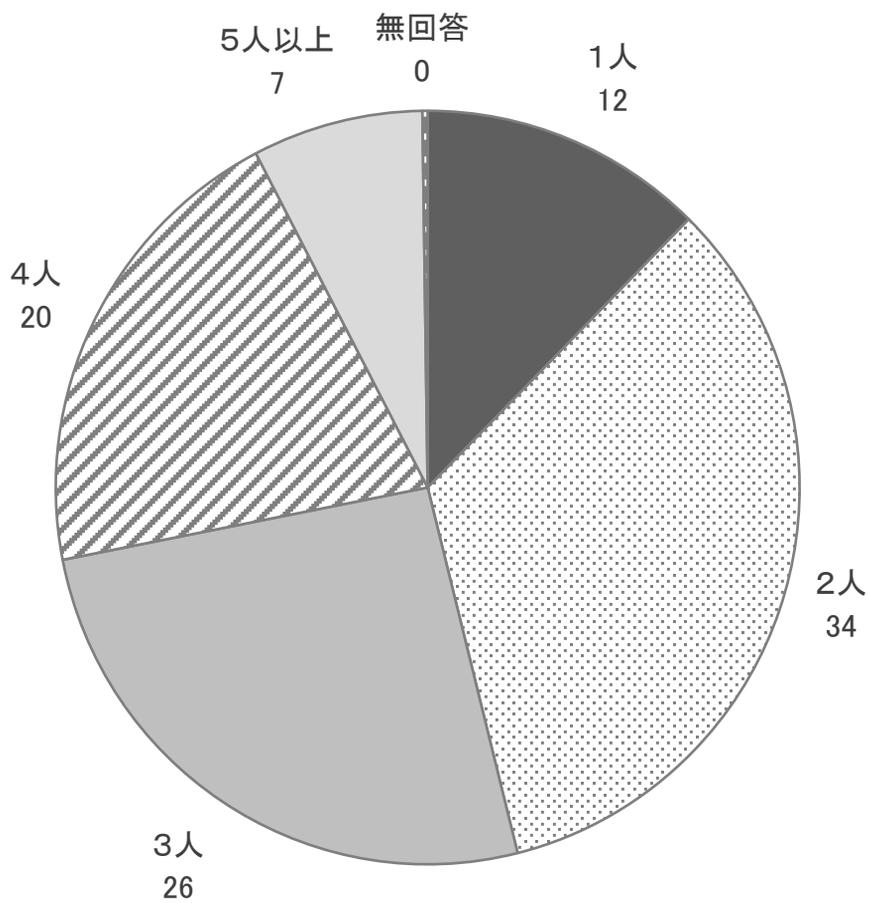
(%)



# 回答者の属性

## 【7. 世帯の人数】

◆ F7 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。 (%)

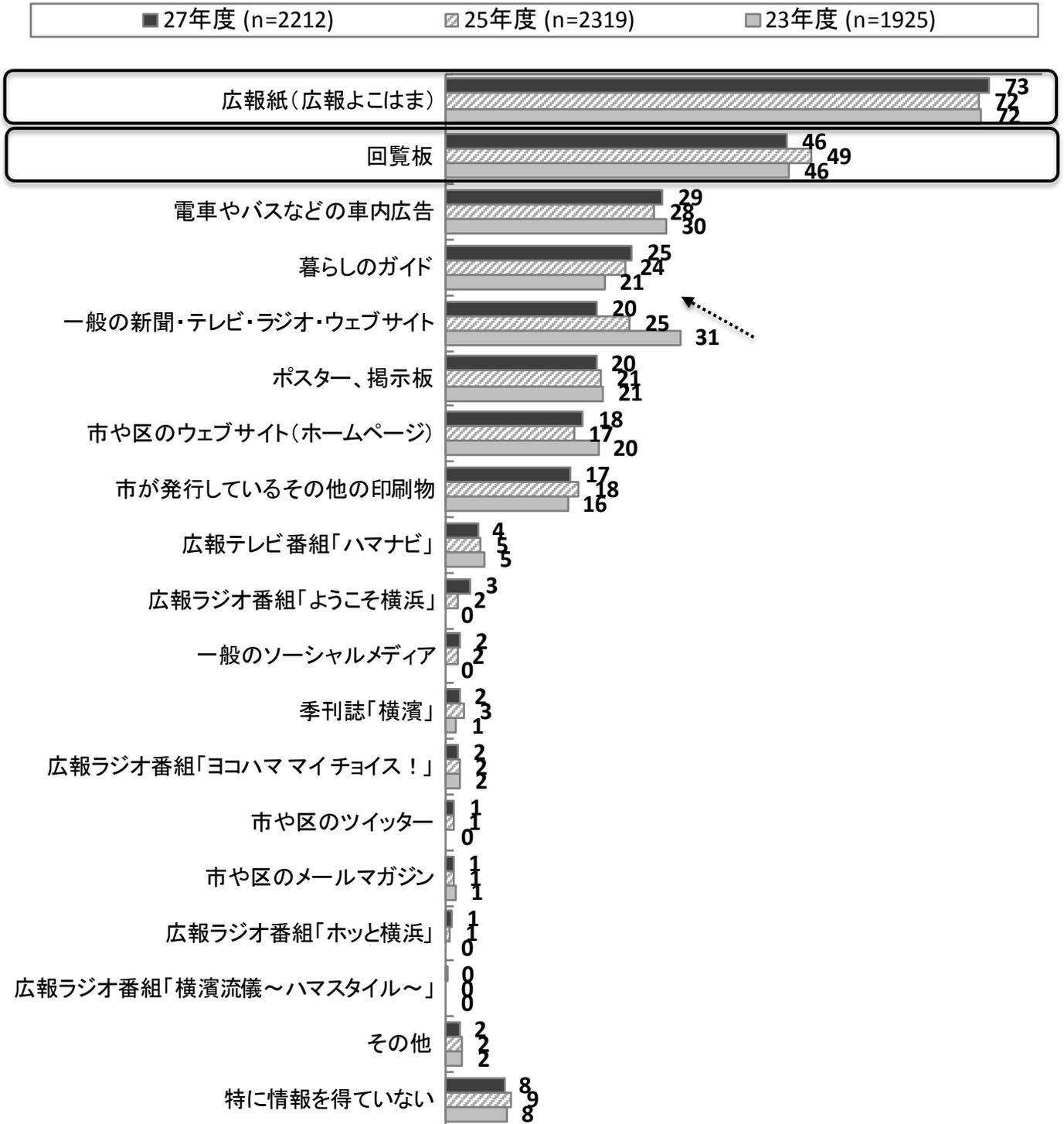


# (1) 市政情報の入手方法について

## 【全体・年度比較】

- ・ 市政情報の入手方法としては、「広報紙(広報よこはま)」が73%、回覧板が46%と高く、23年度、25年度から引き続き主な入手方法となっている。
- ・ また、23年度、25年度と比べて大きな変化が無い中で、「一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト」が減少傾向にあり、23年度から11ポイント低下した。

【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】 (%)



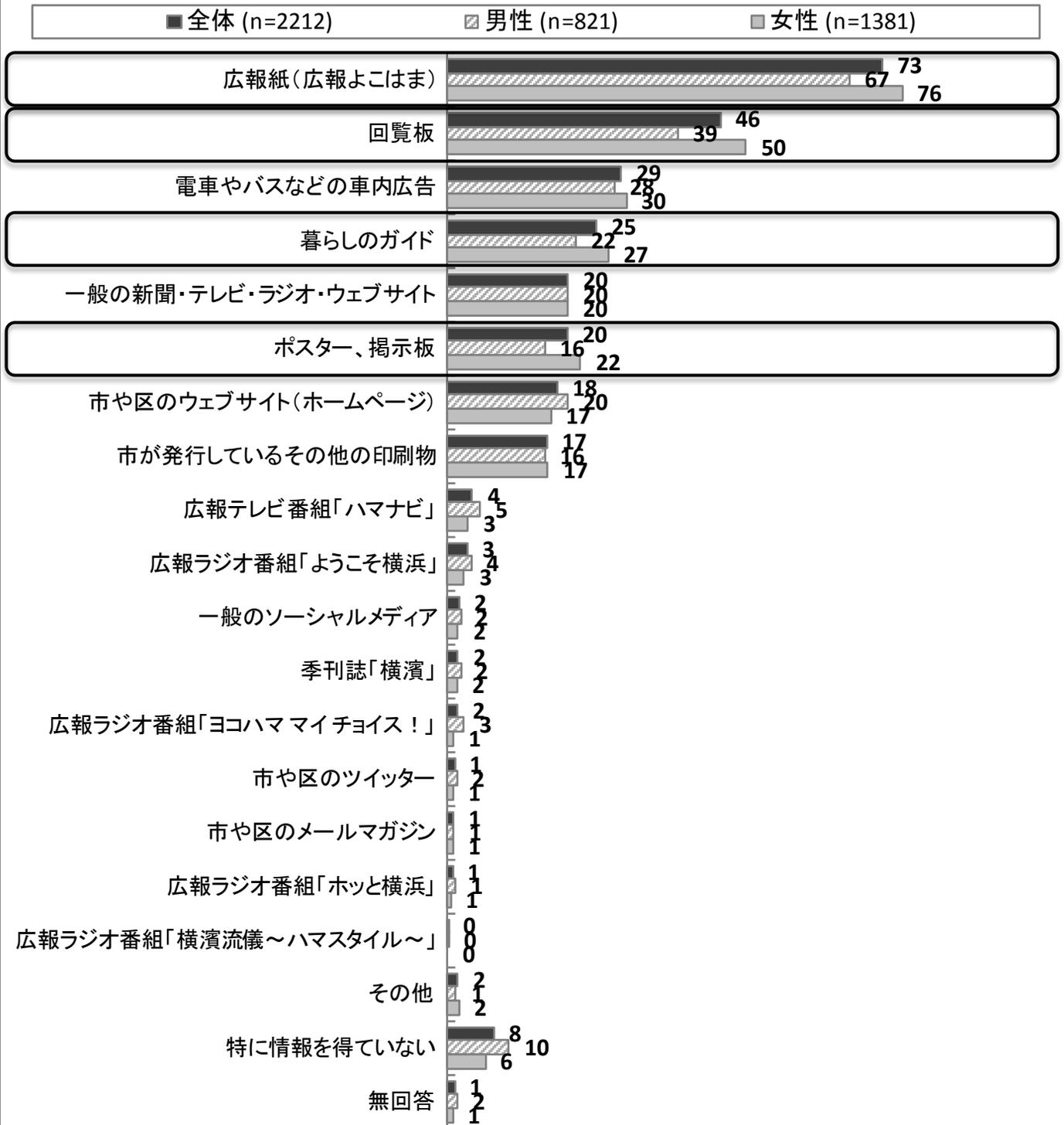
※「広報ラジオ番組『横濱流儀～ハマスタイル～』」の選択肢は、今回の調査で新たに追加

# (1) 市政情報の入手方法について

## 【性別】

- 各メディアの性別による差異は大きくはないが、「広報紙(広報よこはま)」、「回覧板」、「暮らしのガイド」、「ポスター、掲示板」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】 (%)

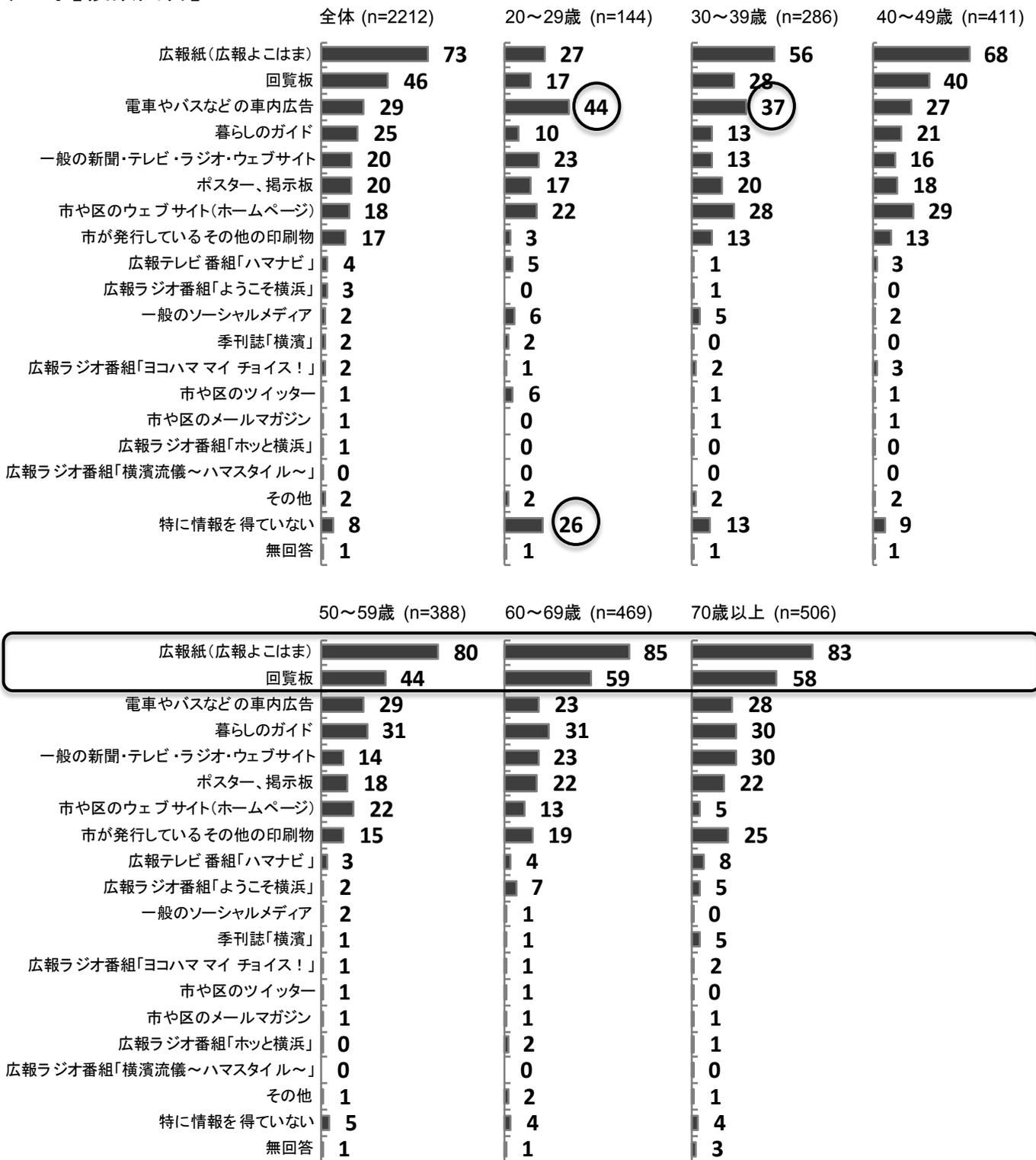


# (1) 市政情報の入手方法について

## 【年齢別】

- ・ 「広報紙(広報よこはま)」、「回覧板」は高年齢層になるほど高い値を示しており、20歳代、30歳代では「電車やバスの車内広告」が全体に比べ5ポイント以上高い。
- ・ また、「特に情報を得ていない」割合は若年層ほど高く、20歳代で26%に達する。

【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】 (%)

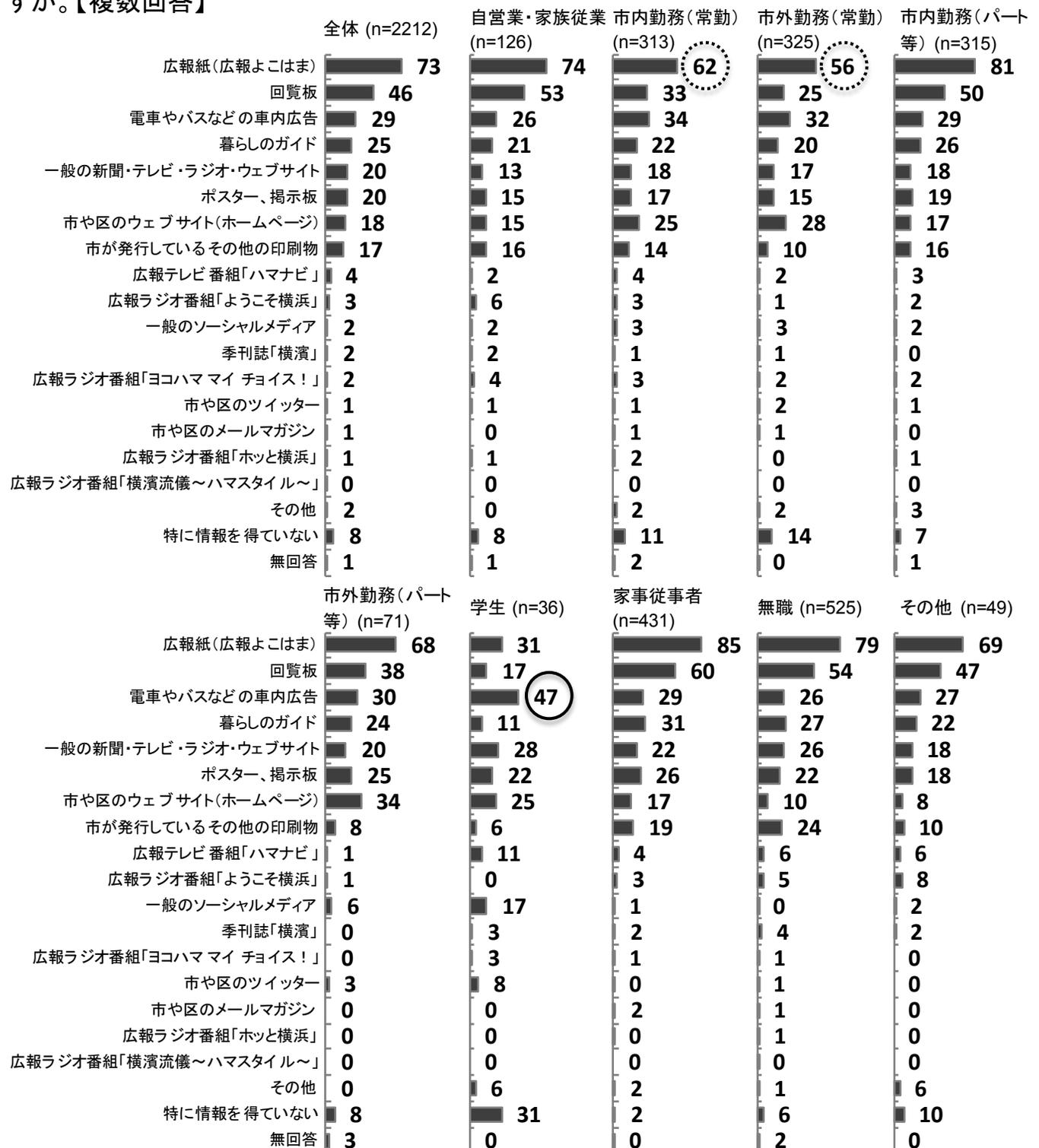


# (1) 市政情報の入手方法について

## 【職業別】

- 学生以外は「広報紙(広報よこはま)」が、市区の情報を得るために最も利用される情報源となっているが、「市内勤務(常勤)」と「市外勤務(常勤)」の人の利用が全体に対して10ポイント以上低い。
- 学生は「電車やバスなどの車内広告」以外あまり有効なメディアがない。

【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)」から市や区の情報を得る割合が高く、次いで「回覧板」、「電車やバスなどの車内広告」の割合が高い傾向にある。
- 中区では、「一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト」の割合が34%と全体に対し14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】 (%)

	n=	広報紙 (広報よこはま)	回覧板	電車やバスなどの車内広告	暮らしのガイド	一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト	ポスター、掲示板	市や区のウェブサイト(ホームページ)	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」	広報ラジオ番組「ようこそ横浜」	一般のソーシャルメディア	季刊誌「横濱」	広報ラジオ番組「ヨコハママイチヨイス！」	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「横濱流儀」	広報ラジオ番組「ハマスタイル」	その他	特に情報を得ていない	無回答
全体	(2212)	73	46	29	25	20	20	18	17	4	3	2	2	2	1	1	1	0	2	8	1
青葉区	(171)	73	42	25	20	18	13	20	13	4	1	1	1	1	1	1	0	0	1	8	1
旭区	(169)	72	57	32	28	22	24	14	13	6	2	1	1	1	1	1	1	0	2	5	2
泉区	(98)	77	53	38	22	16	20	19	20	2	5	1	1	0	1	1	0	0	0	3	1
磯子区	(101)	72	49	38	34	20	29	21	22	9	6	2	6	3	1	2	2	1	1	8	2
神奈川区	(122)	73	44	32	25	17	21	14	13	4	4	3	4	2	1	2	2	0	2	7	2
金沢区	(133)	83	55	31	21	14	23	22	22	5	2	0	1	3	1	1	0	1	1	3	1
港南区	(128)	71	48	36	23	16	20	16	19	5	4	2	2	3	1	0	0	0	2	9	1
港北区	(213)	70	40	25	23	25	21	26	14	1	1	2	2	1	1	1	0	0	2	7	1
栄区	(73)	71	56	23	29	29	16	19	19	7	3	0	4	3	3	0	0	0	1	12	0
瀬谷区	(89)	79	48	20	24	17	17	12	12	6	8	2	1	0	2	1	2	0	3	11	0
都筑区	(109)	72	39	24	28	18	14	20	21	4	1	2	1	2	1	1	1	0	6	9	3
鶴見区	(152)	68	44	23	30	18	20	24	15	4	2	2	1	0	0	0	0	0	1	8	1
戸塚区	(159)	76	51	25	26	22	18	17	11	3	4	3	1	3	3	3	0	0	1	5	3
中区	(74)	65	26	34	24	34	19	15	22	5	4	5	1	5	3	0	1	0	1	12	3
西区	(54)	63	39	22	17	20	22	13	15	4	4	6	2	0	4	0	0	0	2	17	0
保土ヶ谷区	(132)	75	50	28	23	25	22	12	14	2	4	2	2	4	0	1	1	0	1	10	1
緑区	(112)	73	40	30	23	14	21	16	20	3	4	1	2	1	2	0	4	0	2	13	1
南区	(116)	73	37	41	26	22	23	19	27	7	5	3	2	1	1	1	3	0	3	6	0

※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

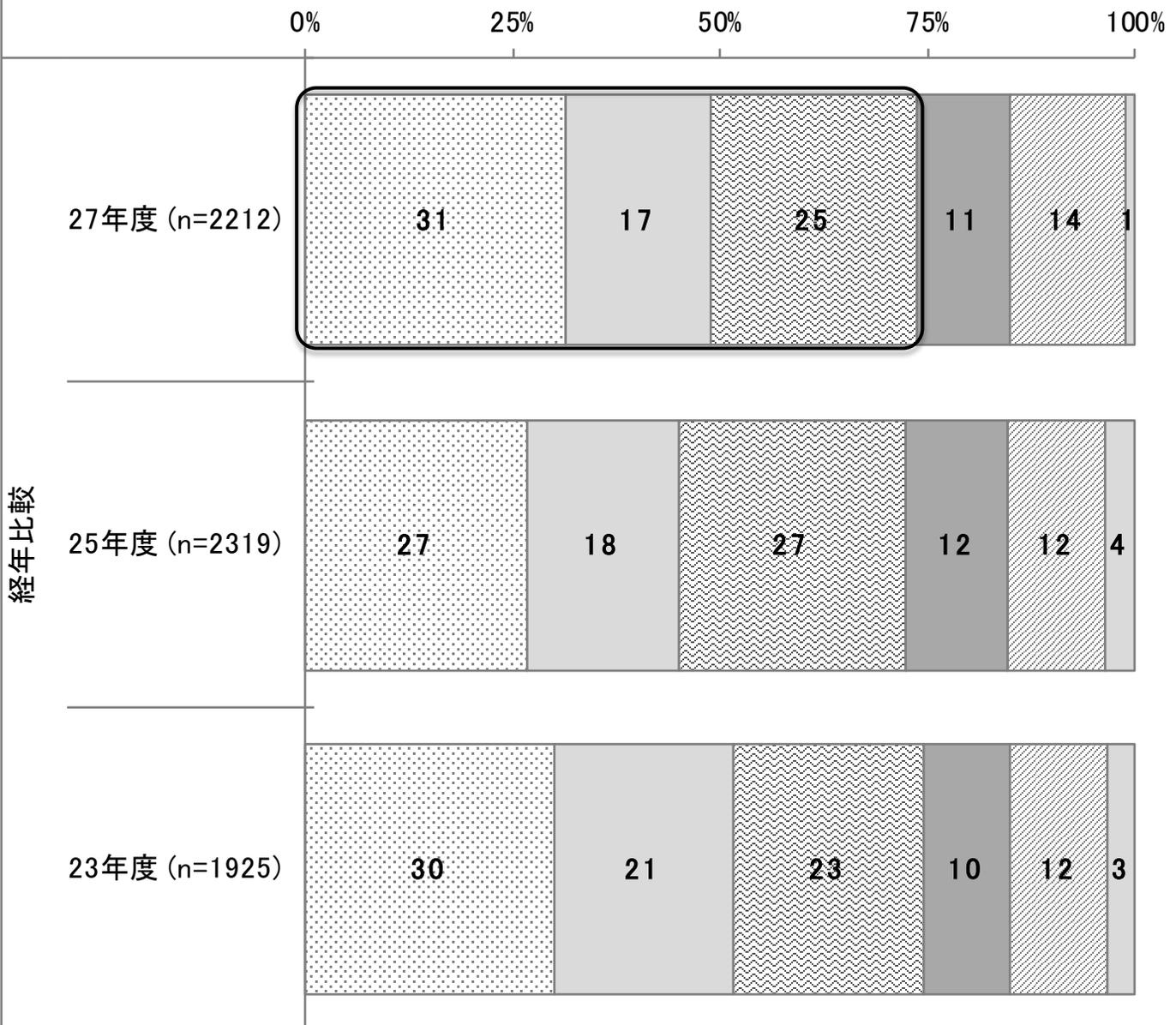
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【全体・経年比較】

- 「広報よこはま」を「毎月読む」人の割合は31%で、25年度より4ポイント増加している。しかしながら、「毎月読む」、「ほとんど毎月読む」、「たまに読む」の合計は73%で、23年度、25年度と比べて大きな変化は無い。

【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



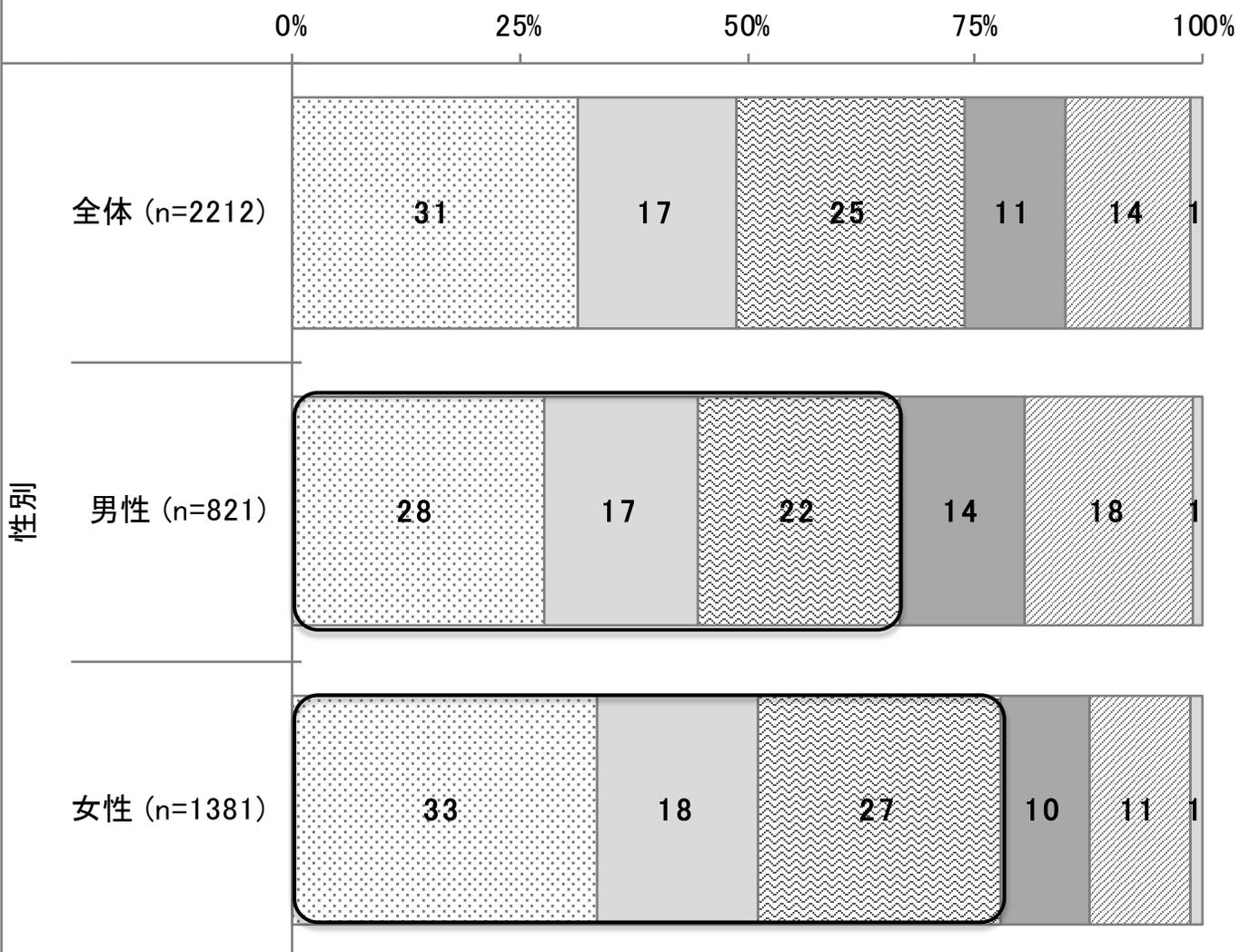
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【性別】

- 女性が男性に比べ「広報よこはま」を読む割合が高く、「毎月読む」、「ほとんど毎月読む」、「たまに読む」の合計は、男性67%に対して女性が78%と11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



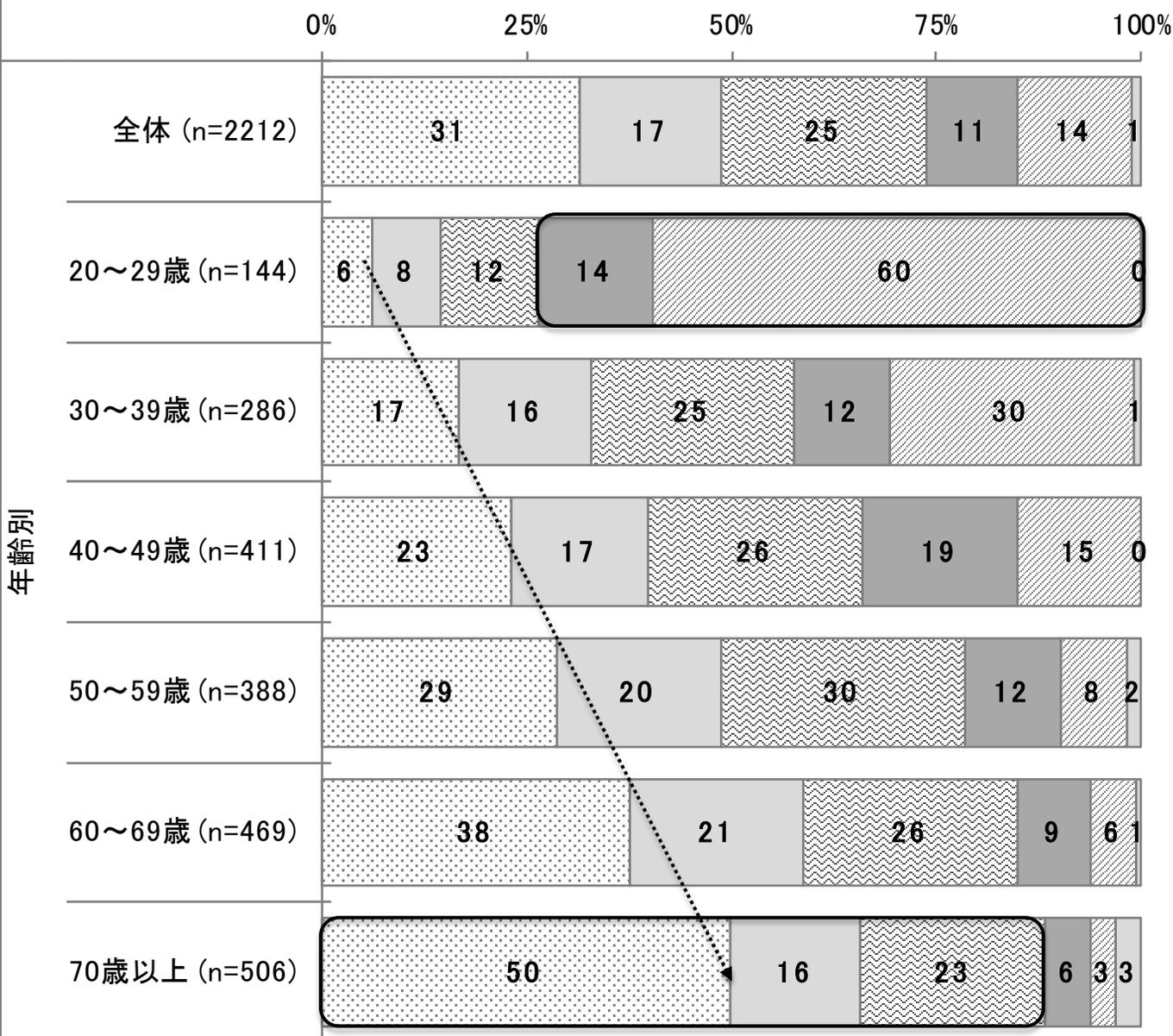
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【年齢別】

- 「広報よこはま」を読む頻度は高年齢層ほど高く、70歳以上での読む頻度が89%と高いのに対し、20歳代では「読まない」と「ほとんど読まない」の合計が74%と逆転し、年齢層間の差異が大きい。

【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



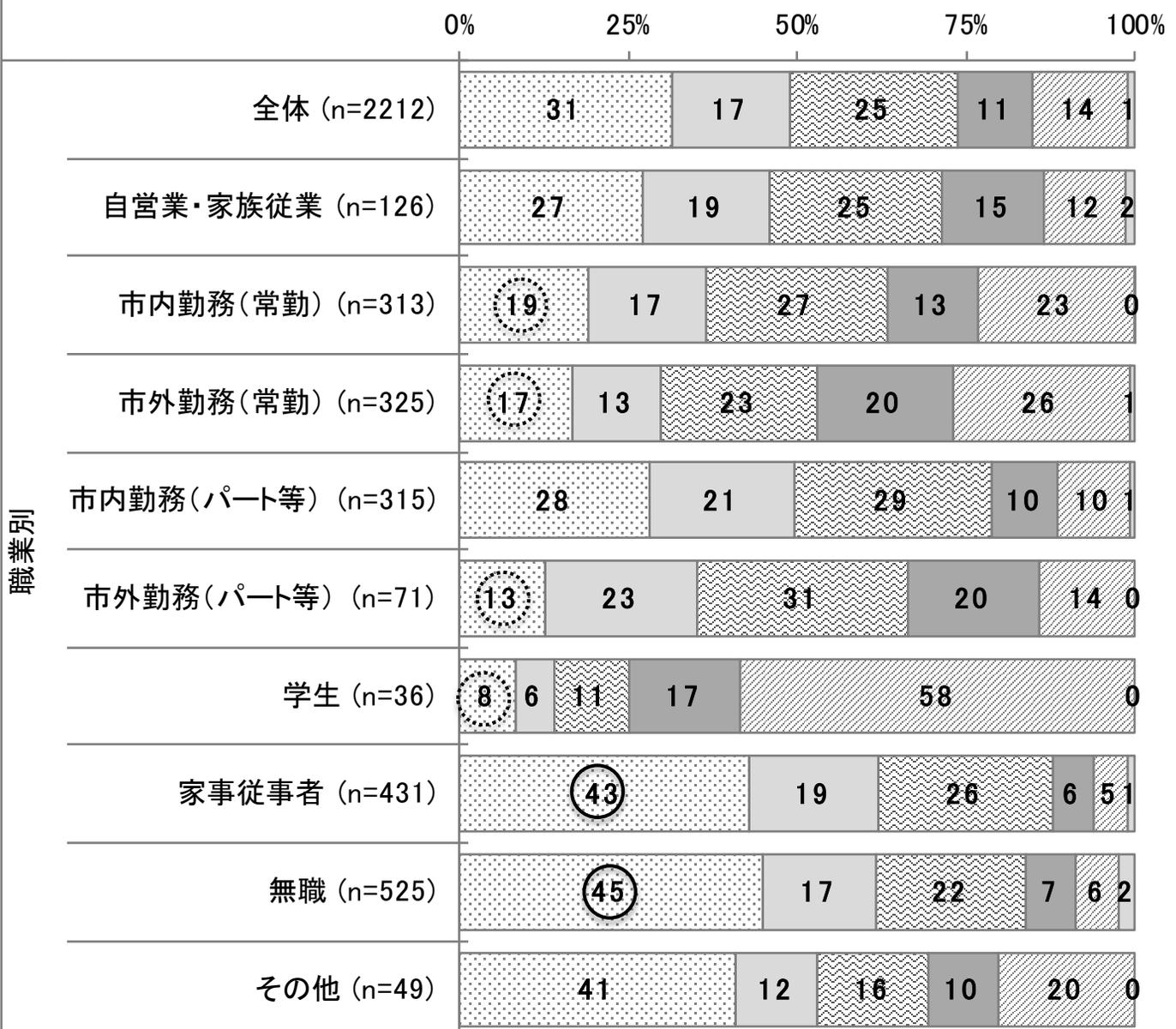
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【職業別】

- ・ 在宅時間が長いと思われる「家事従事者」と「無職」で、「毎月読む」頻度がそれぞれ43%、45%と高く、全体より10ポイント以上高い。
- ・ 逆に、「市内／市外勤務(常勤)」、「市内勤務(パート等)」および「学生」は、「毎月読む」頻度が20%以下であり、全体より10ポイント以上少ない。

【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



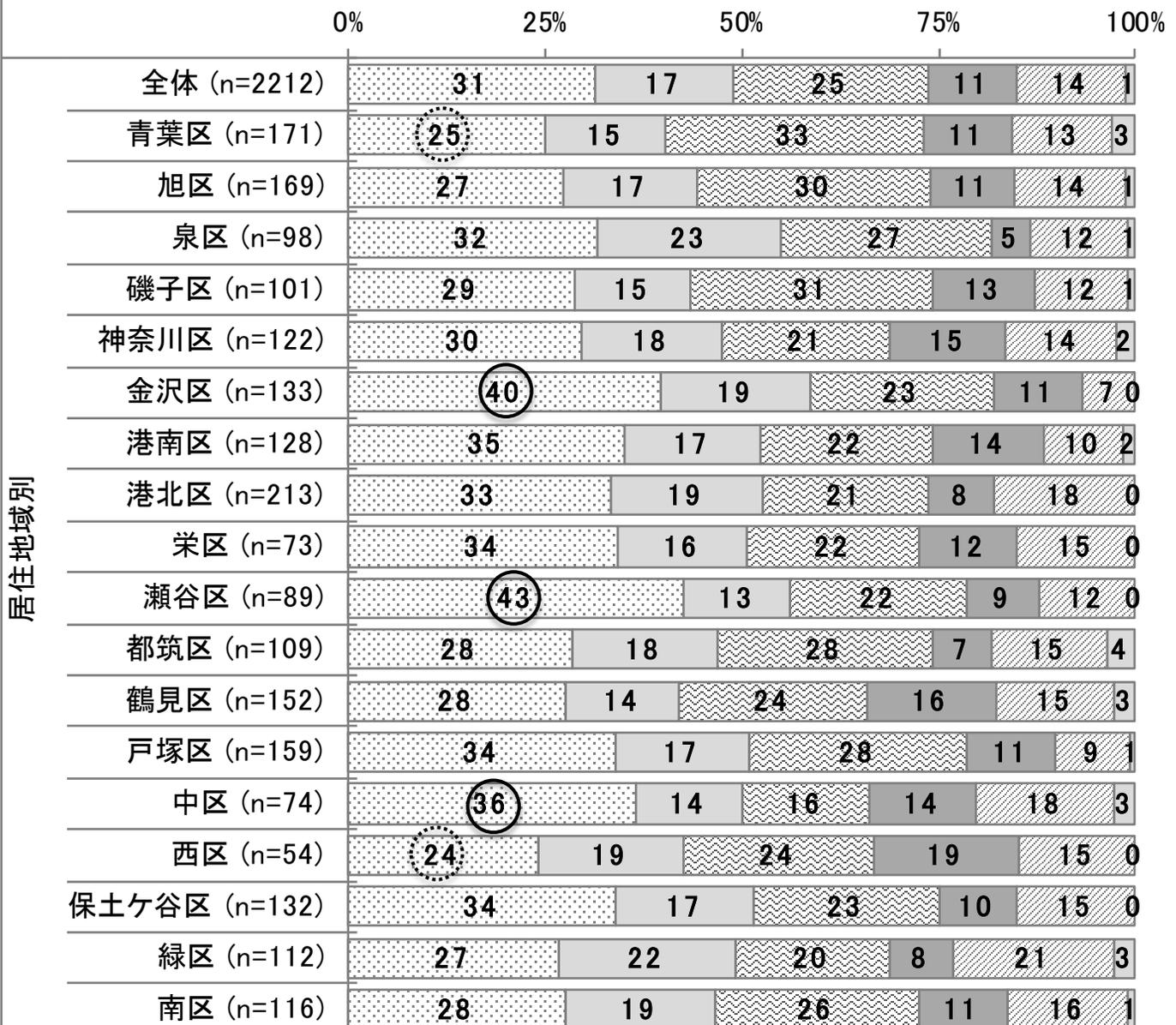
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【居住地域別】

- ・ 「毎月読む」頻度が最も高いのは瀬谷区(43%)、次いで金沢区(40%)、中区(36%)と続き、全体の31%より5ポイント以上高い。
- ・ 青葉区、西区は、「毎月読む」頻度が25%、24%で、全体より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



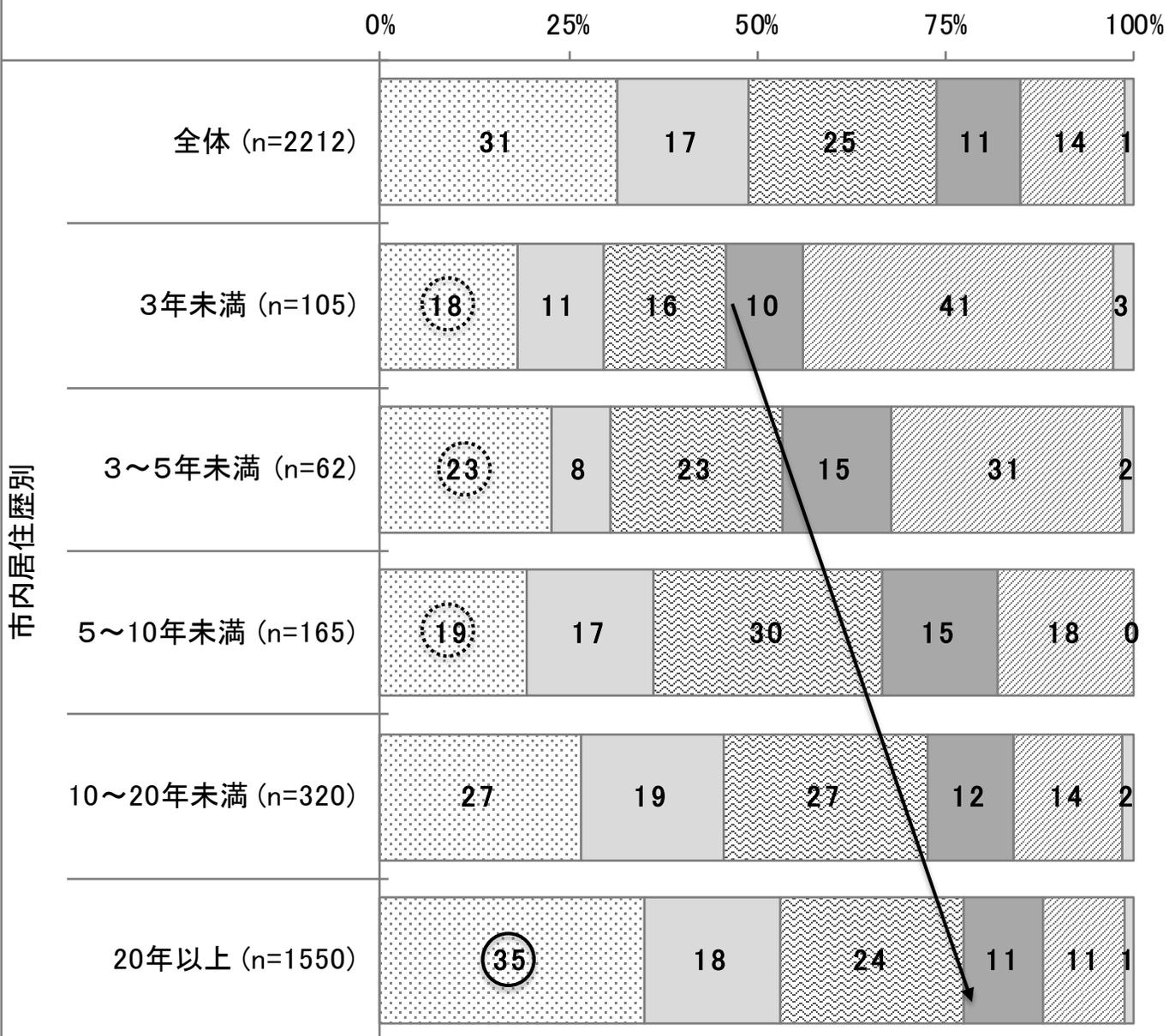
## (2)「広報よこはま」を読む頻度

### 【市内居住歴別】

- 居住歴の長い人ほど「広報よこはま」を読む頻度は高くなる傾向がある。「毎月読む」頻度が居住歴「20年以上」で35%であるのに対して、「3年未満」が18%、「3～5年未満」で23%、「5～10年未満」では19%と、全体に対しても5ポイント以上少ない。

【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



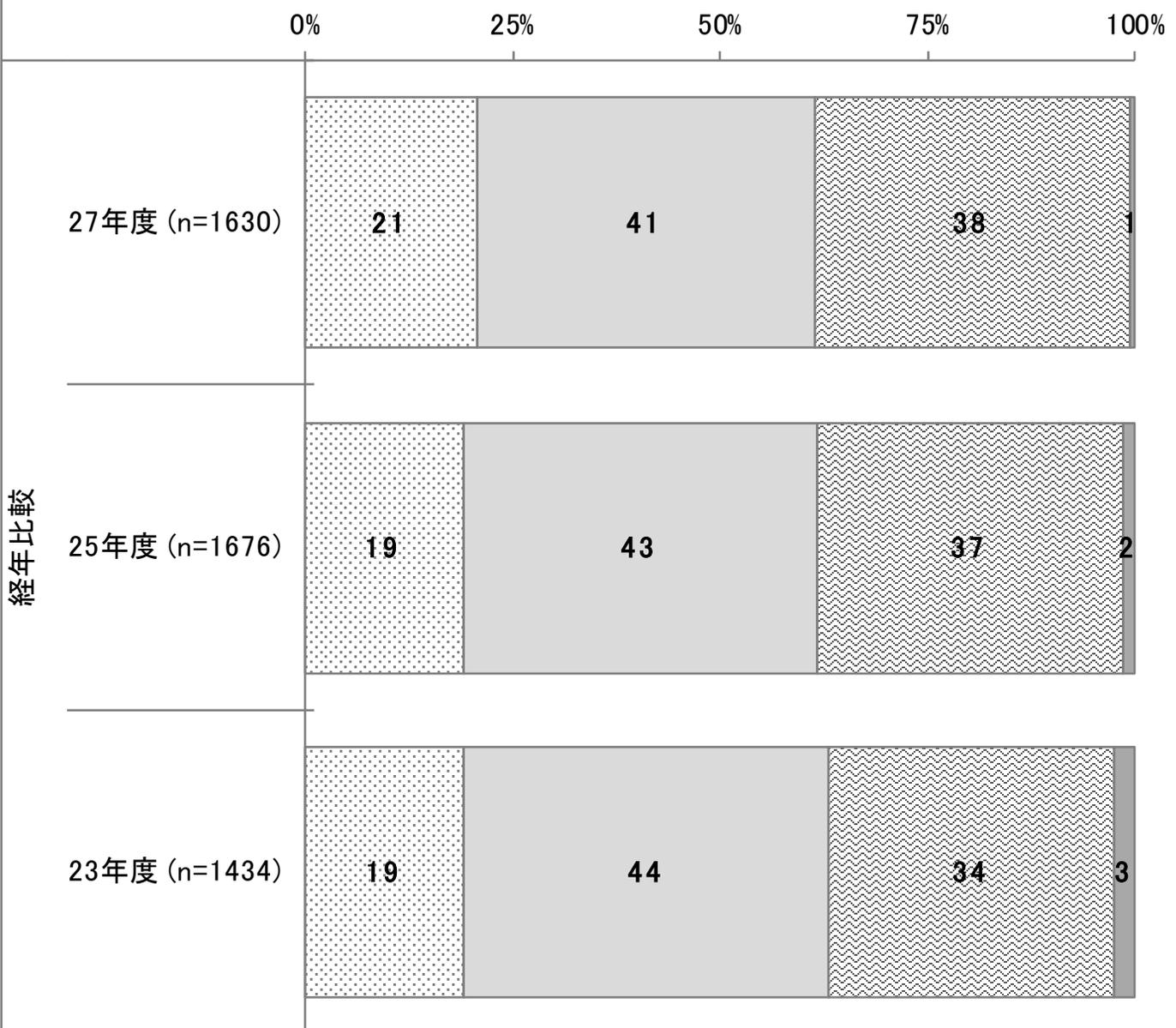
## (2)「広報よこはま」:主に読まれる部分

### 【全体・経年比較】

- 「広報よこはま」の主に読まれる部分に23年度から大きな変化はなく、27年度で読まれる割合が最も高いのは「市・区の催し・講座、各施設のお知らせ」で(41%)、次いで「市・区の特集や企画などの記事」が21%となっている。

【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」

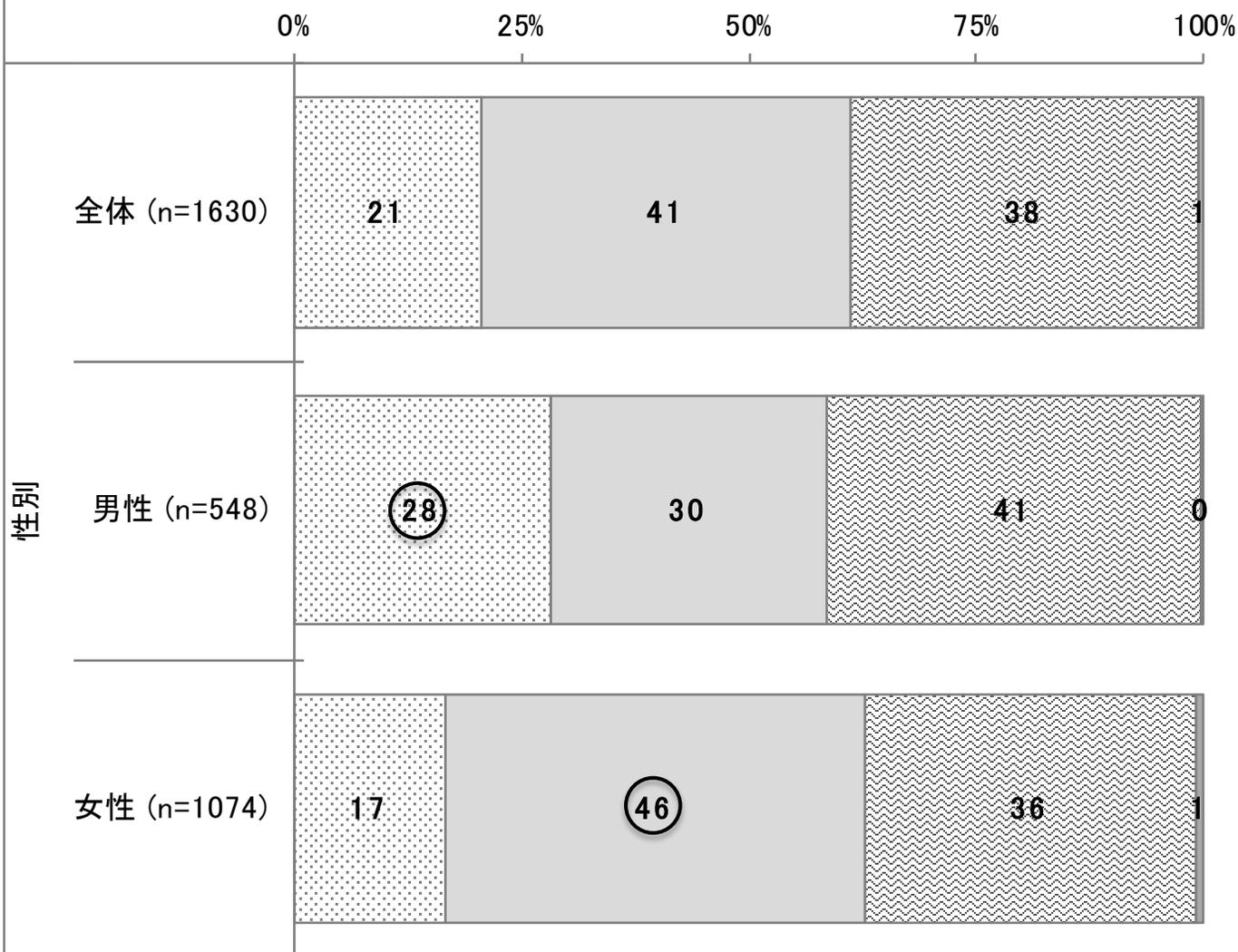
## (2)「広報よこはま」:主に読まれる部分

### 【性別】

- 男性では「市・区の特集や企画などの記事」の割合が28%と高く(女性は17%)、女性では「市・区の催し・講座、各施設のお知らせ」が46%あり、男性の30%を大きく上回っている。

【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」

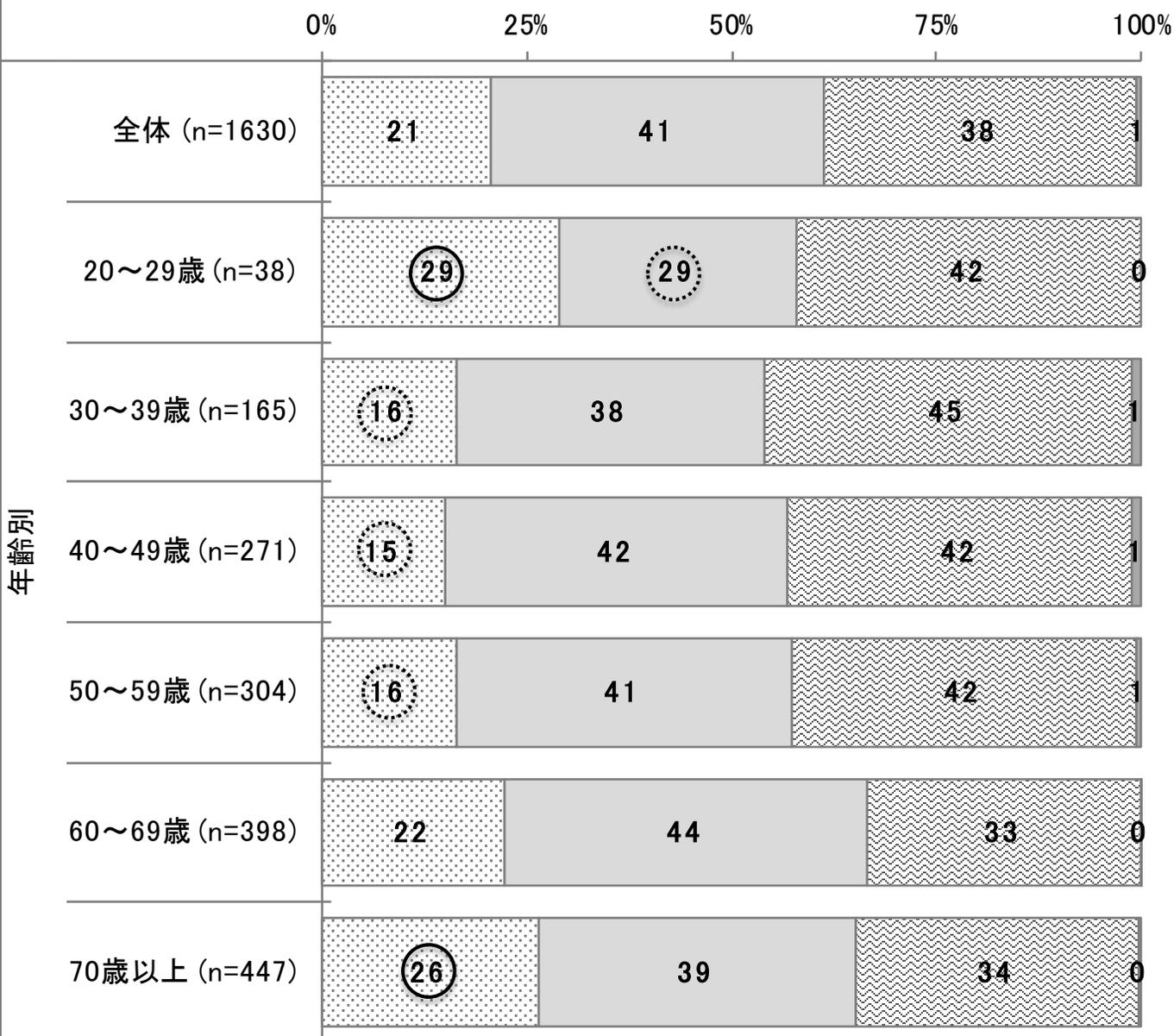
## (2)「広報よこはま」:主に読まれる部分

### 【年齢別】

- ・ 「市・区の特集や企画などの記事」は20歳代と70歳以上で全体より5ポイント以上高く、30歳代～50歳代で低い。
- ・ 「市・区の催し・講座、各施設のお知らせ」は20歳代で29%と低く、他の年齢層では40%前後読まれていて安定している。

【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」

## (4)「広報よこはま」:読んで感じること

### 【全体】

- ・ 「必要な情報が載っている」が47%、「記事がわかりやすい」が35%の順で高い。

【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】

(%)

■ 全体 (n=1630)

必要な情報が載っている

47

記事がわかりやすい

35

写真が良い

6

保存しやすい

3

その他

3

特になし

28

無回答

3

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」

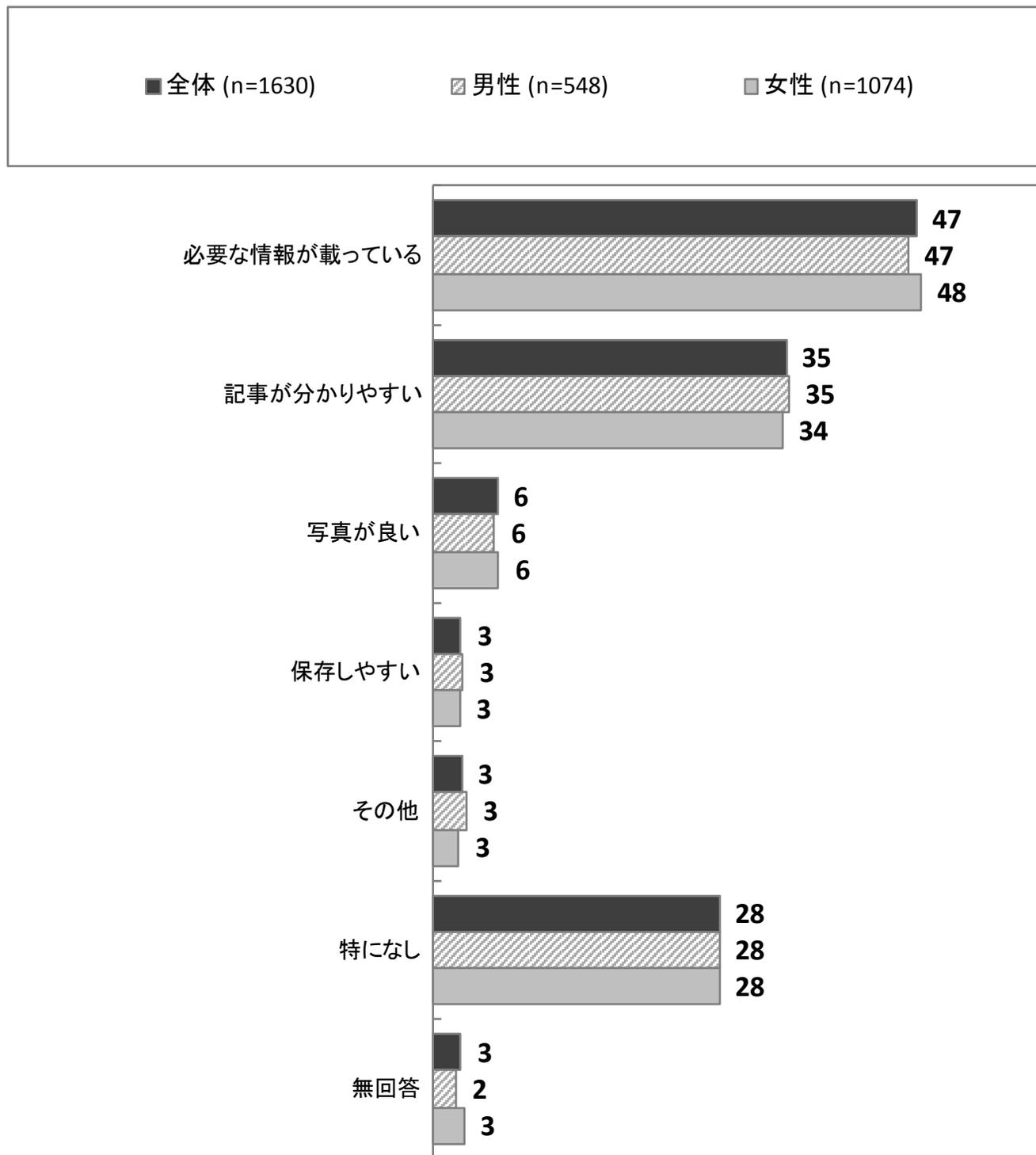
## (2)「広報よこはま」:読んで感じること

### 【性別】

- ・ 男女での差はない。

【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」

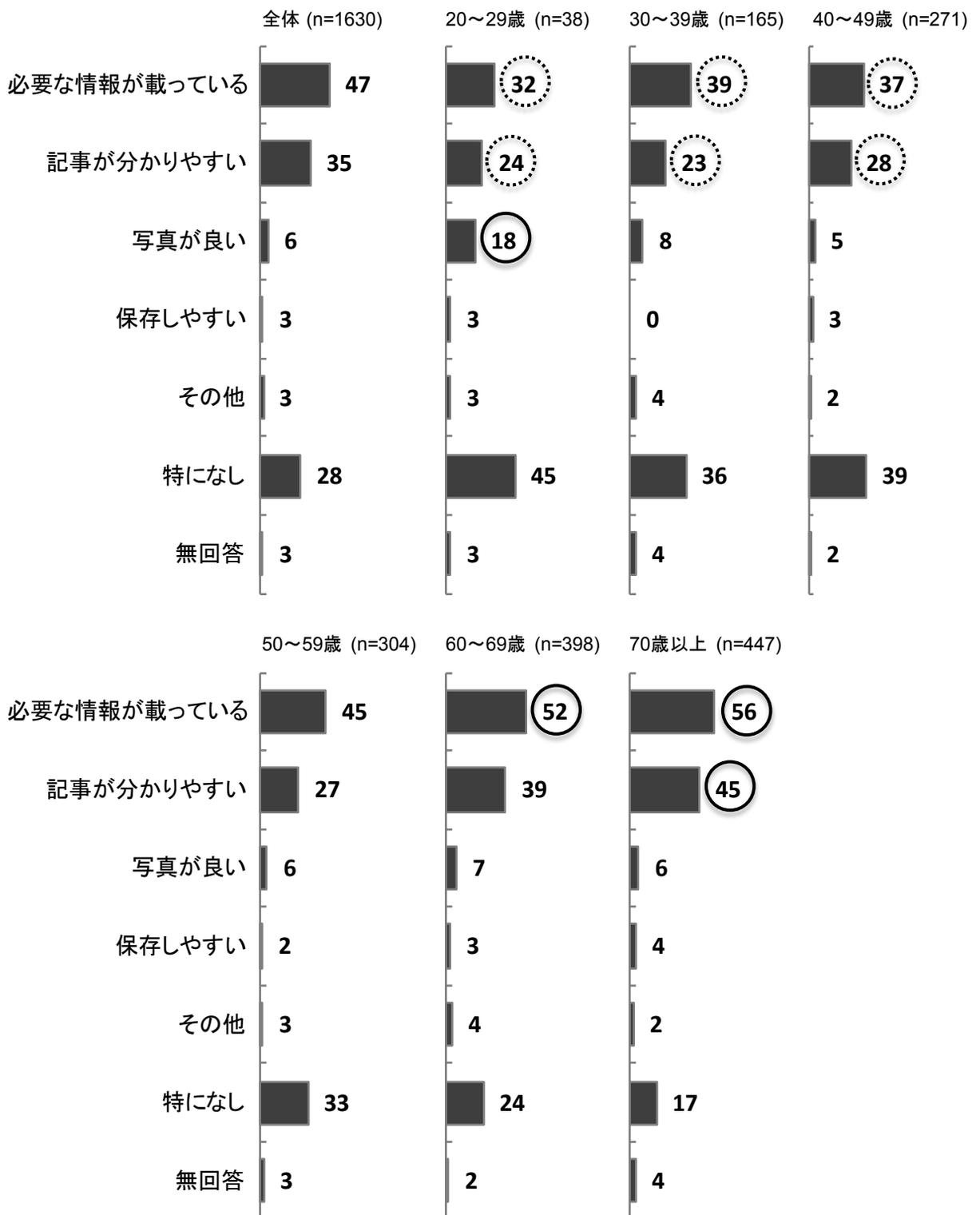
## (2)「広報よこはま」:読んで感じること

### 【年齢別】

- ・ 「必要な情報が載っている」および「記事がわかりやすい」の割合が高年齢層ほど高い傾向にある。
- ・ 20歳代の「写真が良い」(18%)は、全体より12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】

(%)



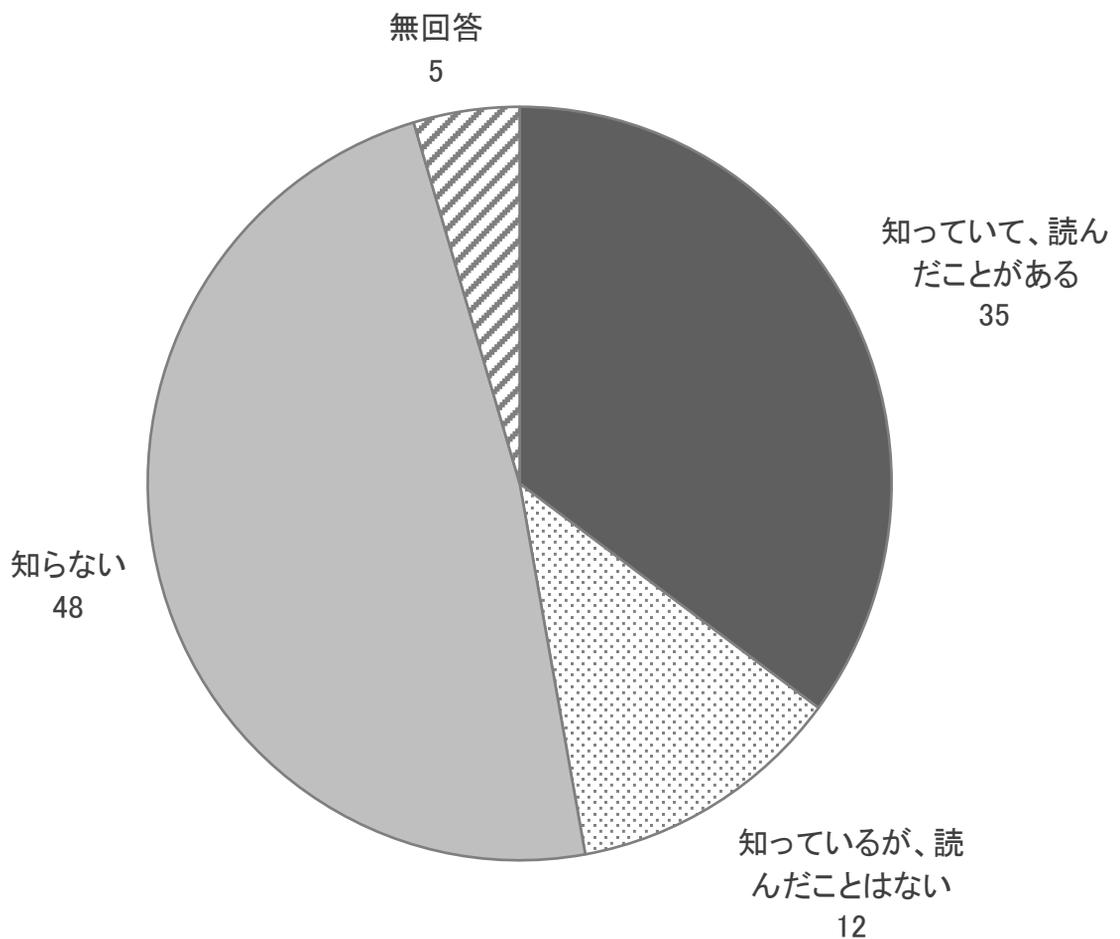
集計ベース：「広報よこはま」を「毎月/ほとんど毎月/たまに読む」

## (2)「広報よこはま」:「@ヨコハマ」について

### 【全体】

- ・ 「広報よこはま」を読んでいる人の中で、「@ヨコハマ」を「知っている」人が47%、「知らない」人が48%と半々である。
- ・ また、「@ヨコハマ」を「知っていて、読んだことがある」人は35%。

【問5】「広報よこはま」に掲載している「@ヨコハマ」(横浜を感じるミニコラム)をご存知ですか。 (%)



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」

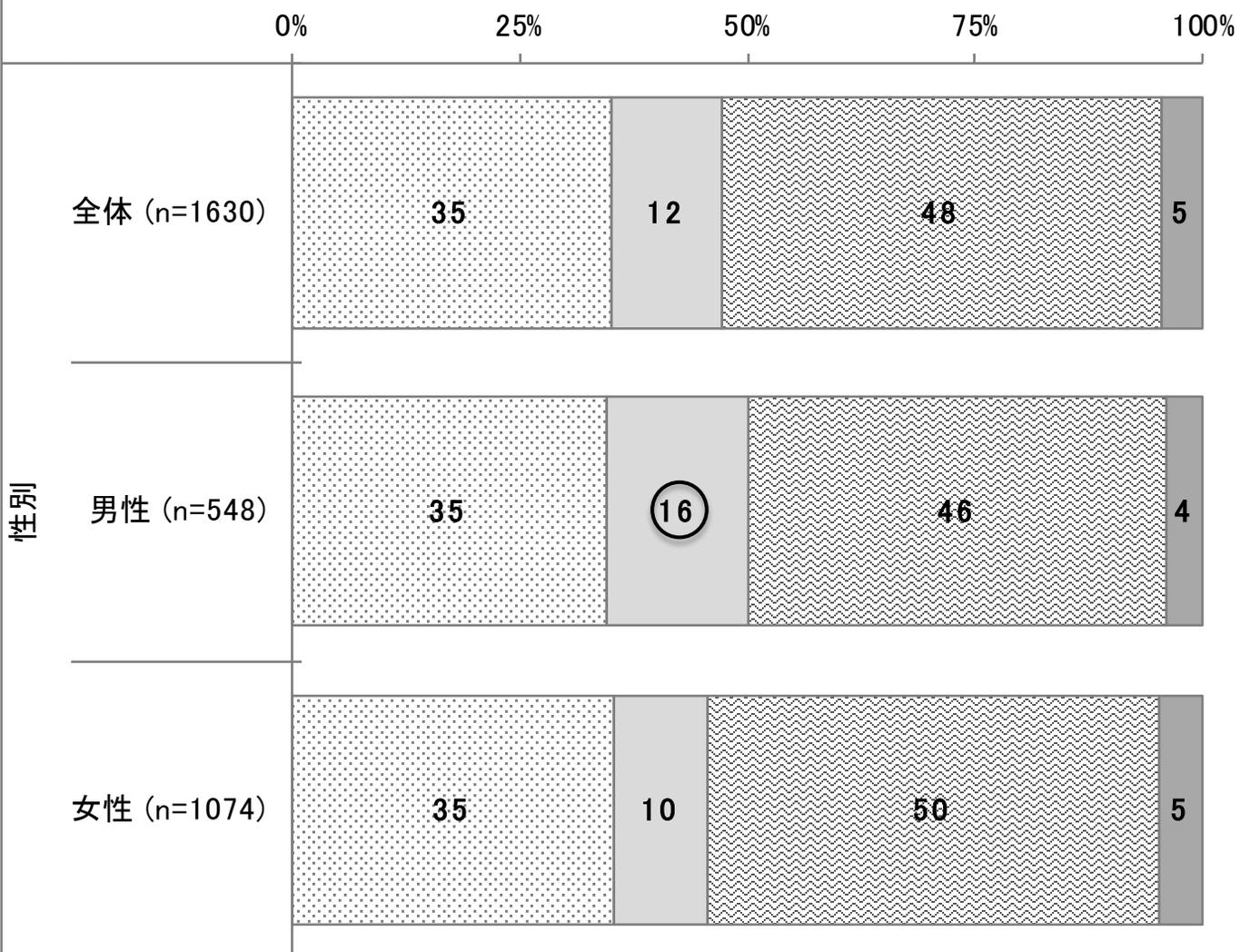
## (2)「広報よこはま」:「@ヨコハマ」について

### 【性別】

- 男女共に「知っていて、読んだことがある」は35%で同じであるが、「知っているが、読んだことはない」が男性が16%、女性が10%と、男性が6ポイント高い。

【問5】「広報よこはま」に掲載している「@ヨコハマ」(横浜を感じるミニコラム)をご存知ですか。

知っていて、読んだことがある
  知っているが、読んだことはない
  知らない
  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」

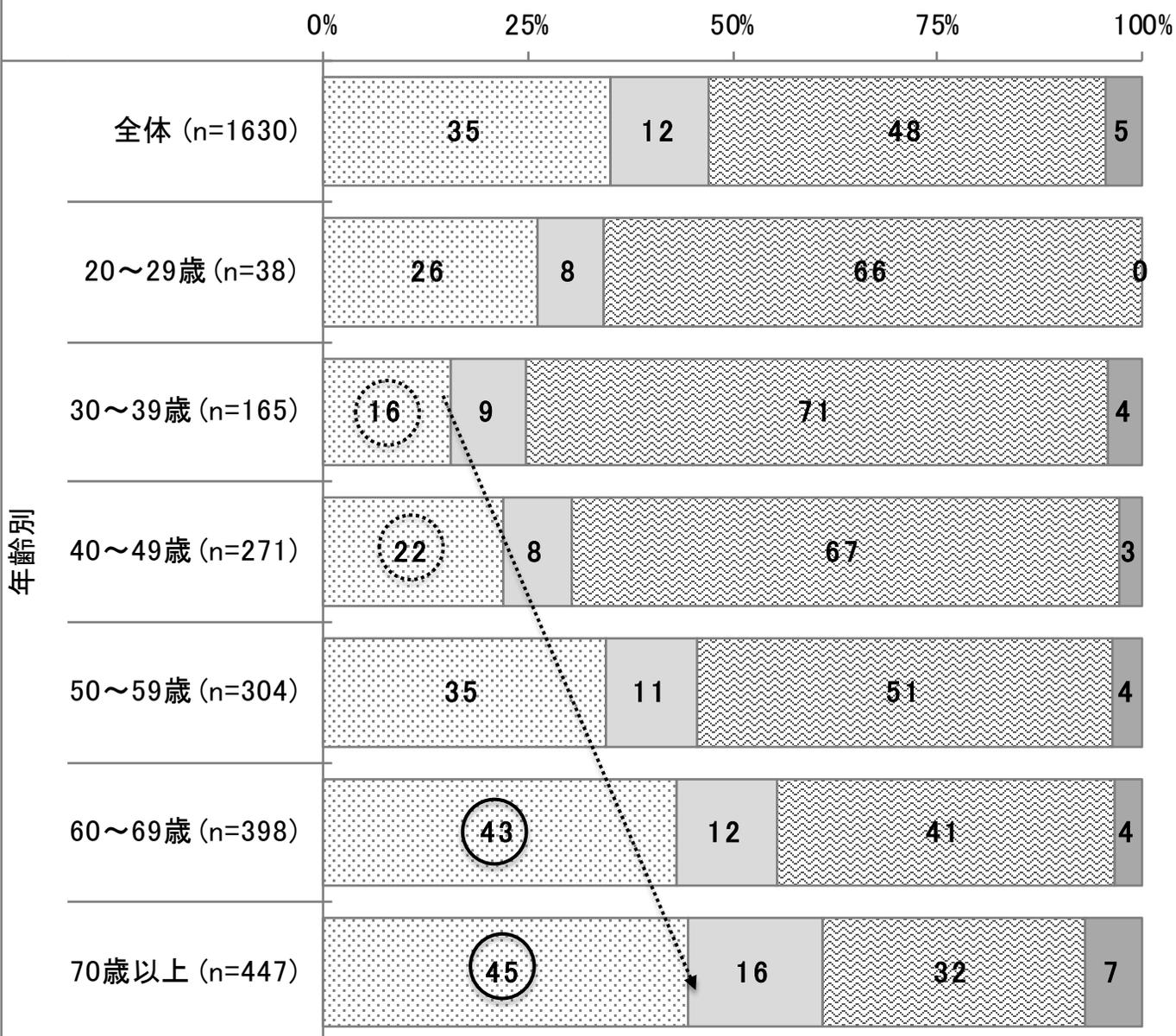
## (2)「広報よこはま」:「@ヨコハマ」について

### 【年齢別】

- 「読んだことがある」割合は高年齢層ほど高く、60歳代(43%)、70歳以上(45%)で全体より5ポイント以上高い。逆に30歳代は16%、40歳代は22%と、全体より10ポイント以上低い。

【問5】「広報よこはま」に掲載している「@ヨコハマ」(横浜を感じるミニコラム)をご存知ですか。

知っていて、読んだことがある
  知っているが、読んだことはない
  知らない
  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」

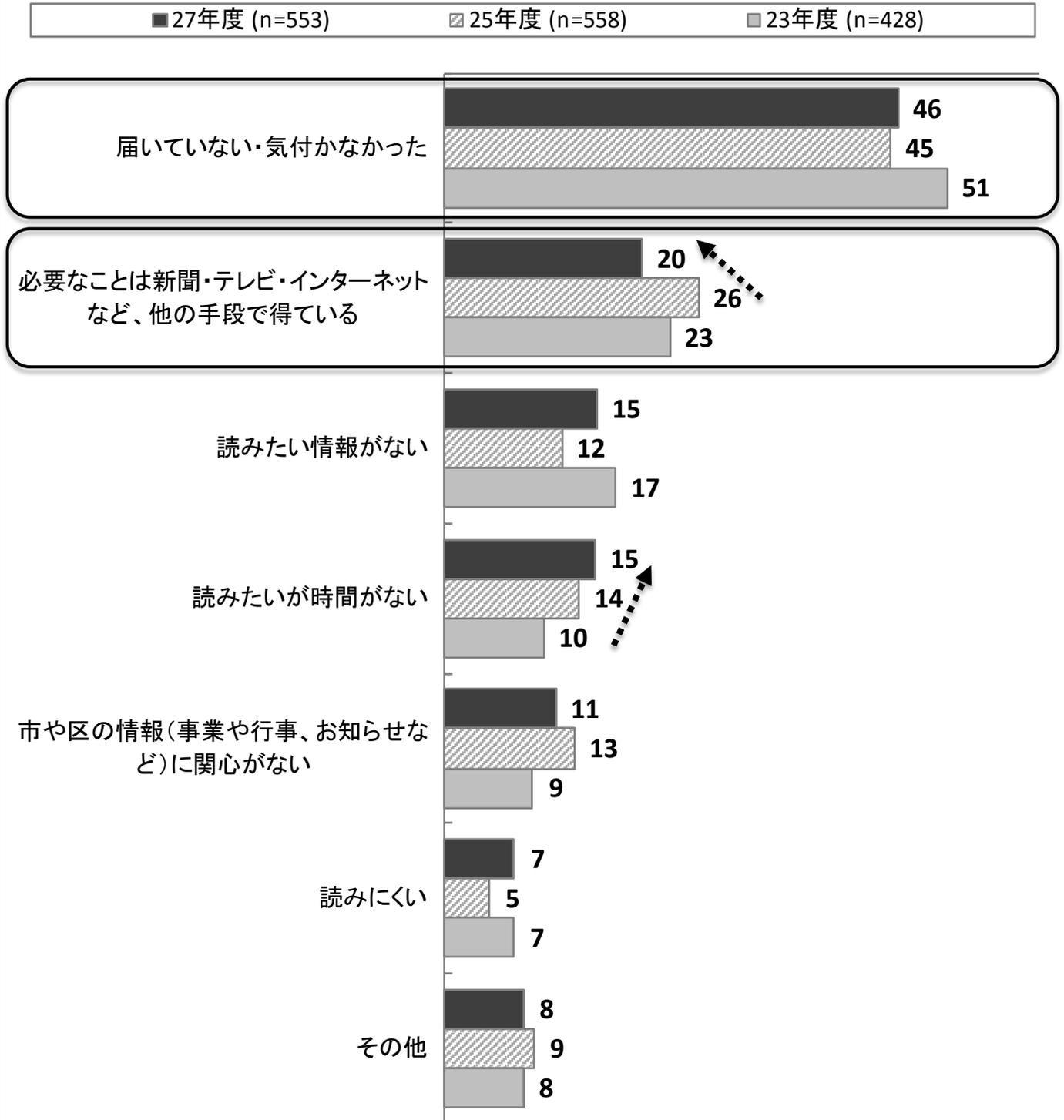
## (2)「広報よこはま」:読んでいない理由

### 【全体・経年比較】

- ・ 「届いていない・気付かなかった」、「他の手段で得ている」が、「広報よこはま」を読んでいない理由の上位であることは変化していない。しかし、「他の手段で得ている」は、25年度より6ポイント低下している。
- ・ また、「読みたいが時間がない」が、23年度から増加傾向にある。

【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」

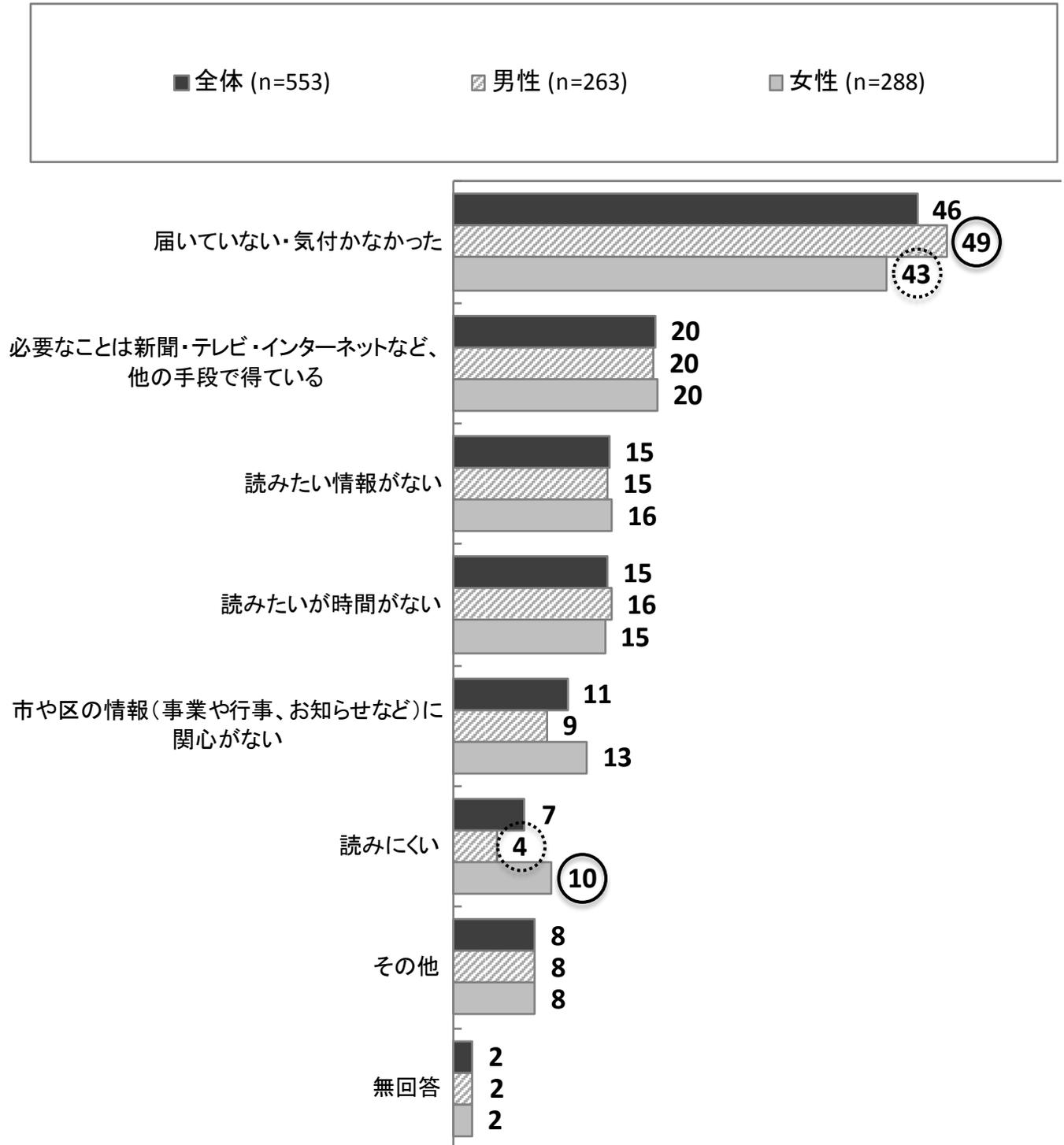
## (2)「広報よこはま」:読んでいない理由

### 【性別】

- ・ 男性は「届いていない・気付かなかった」で49%であり、女性(43%)より6ポイント高い。
- ・ 「読みにくい」と感じるのは女性が10%で、男性(4%)より6ポイント高い結果となっている。

【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」

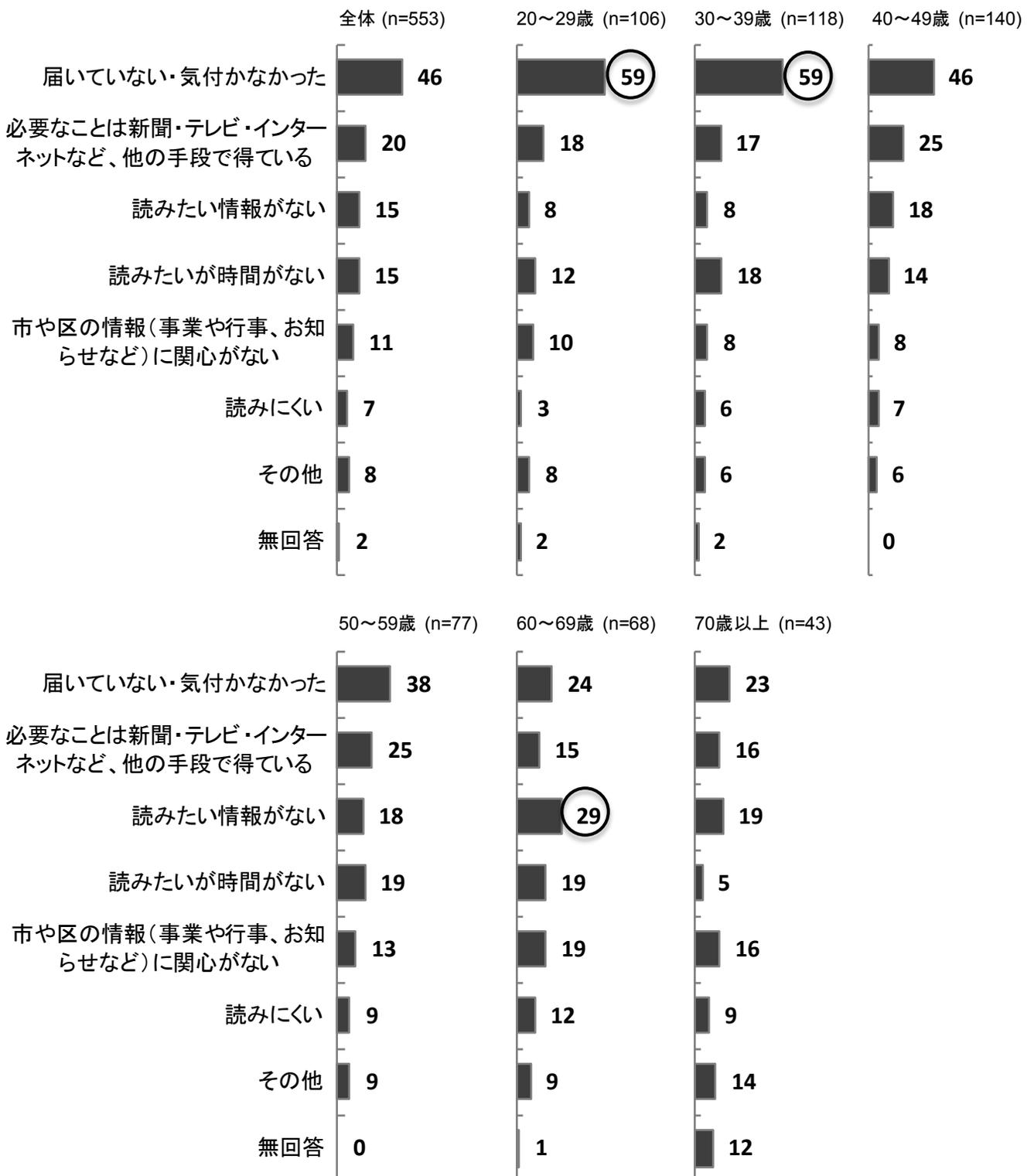
## (2)「広報よこはま」:読んでいない理由

### 【年齢別】

- 20歳代、30歳代では、「届いていない・気付かなかった」が59%と全体より13ポイント高い。
- 60歳代では「読みたい情報が無い」が29%で、全体より14ポイント高い。

### 【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】

(%)



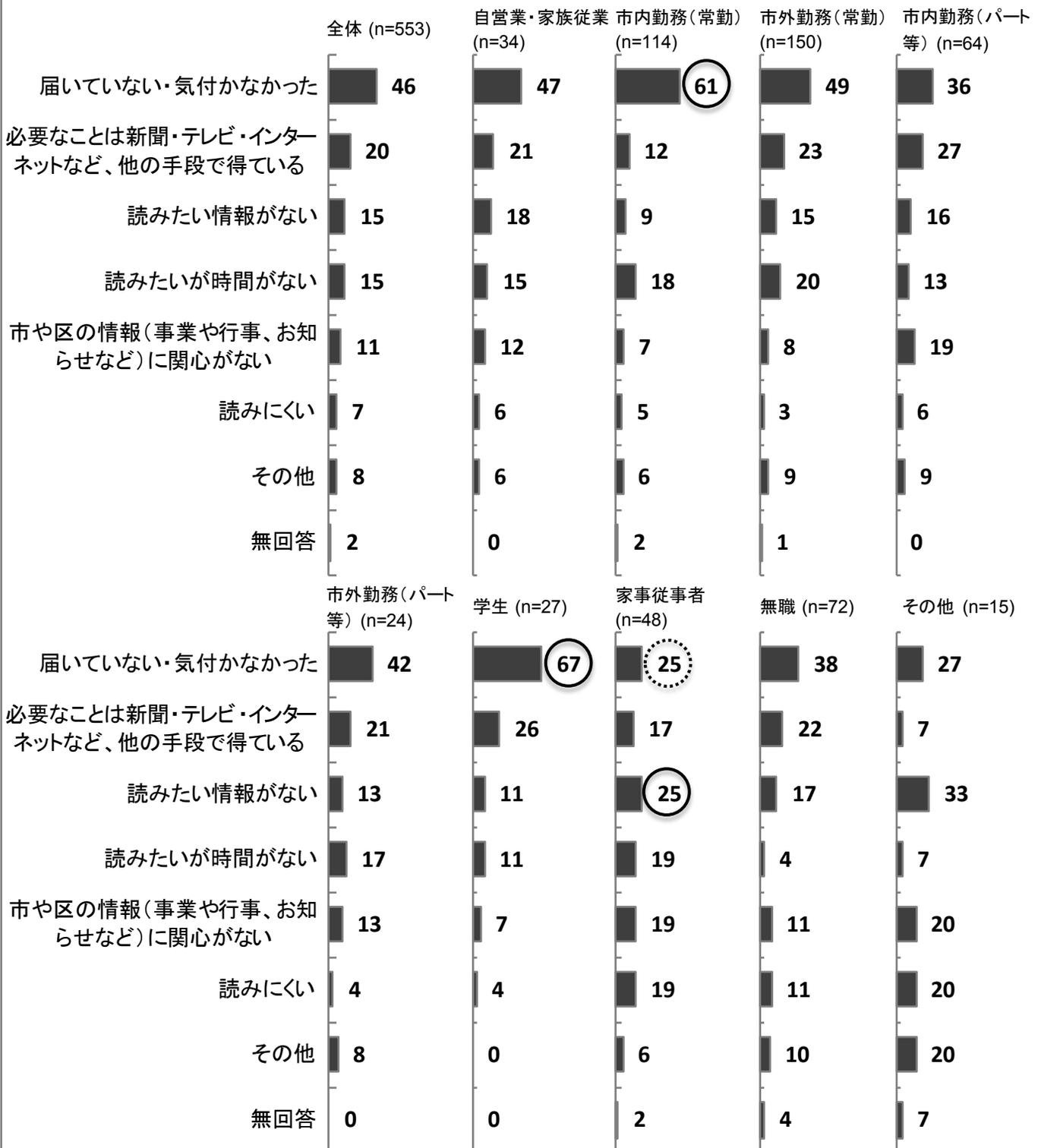
集計ベース：「広報よこはま」を「読まない/ほとんど読まない」

## (2)「広報よこはま」:読んでいない理由

### 【職業別】

- ・ 「市内勤務(常勤)」と「学生」では「届いていない・気付かなかった」が高く、全体より10ポイント以上高い。
- ・ 「家事従事者」では、「届いていない・気付かなかった」が全体より21ポイント低い、「読みたい情報がない」が25%で、全体より10ポイント高い。

### 【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】 (%)



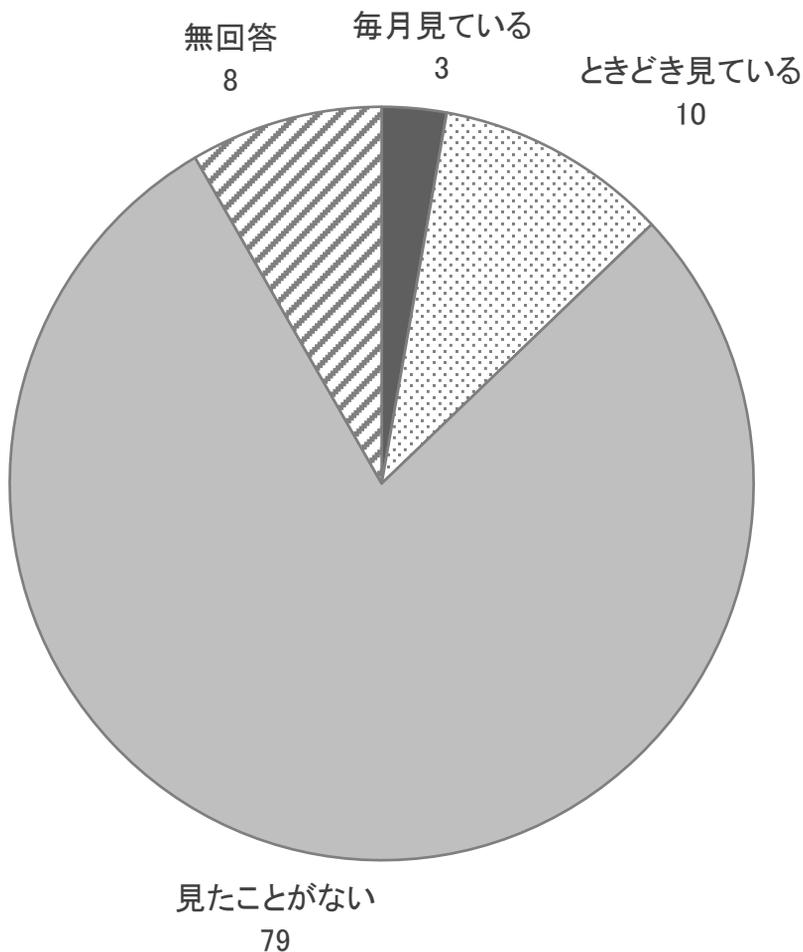
集計ベース：「広報よこはま」を「読まない/ほとんど読まない」

## (2)「広報よこはま」:「広報よこはま拾い読み」

### 【全体】

- 「広報よこはま拾い読み」は、79%が「見たことがない」と回答しており、「毎月見ている」が3%、「ときどき見ている」が10%に留まっている。

【問7】「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。 (%)



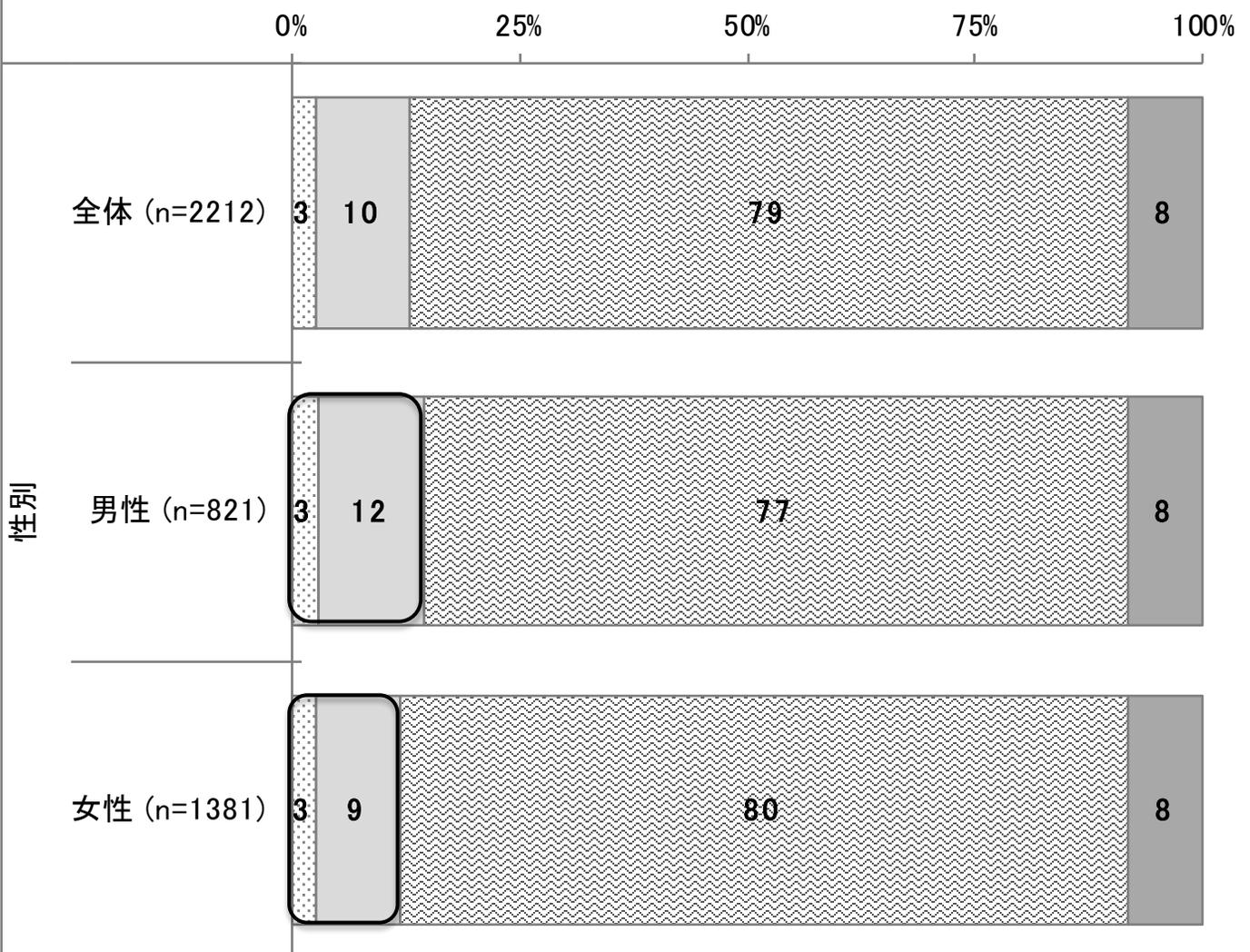
## (2)「広報よこはま」:「広報よこはま拾い読み」

### 【性別】

- ・ 「広報よこはま拾い読み」を見ている割合は、男女で大きな差はない。
- ・ 男女ともに、「毎月見ている」、「ときどき見ている」の合計はそれぞれ15%、12%にとどまる。

【問7】「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。

毎月見ている     
  ときどき見ている     
  見たことがない     
  無回答



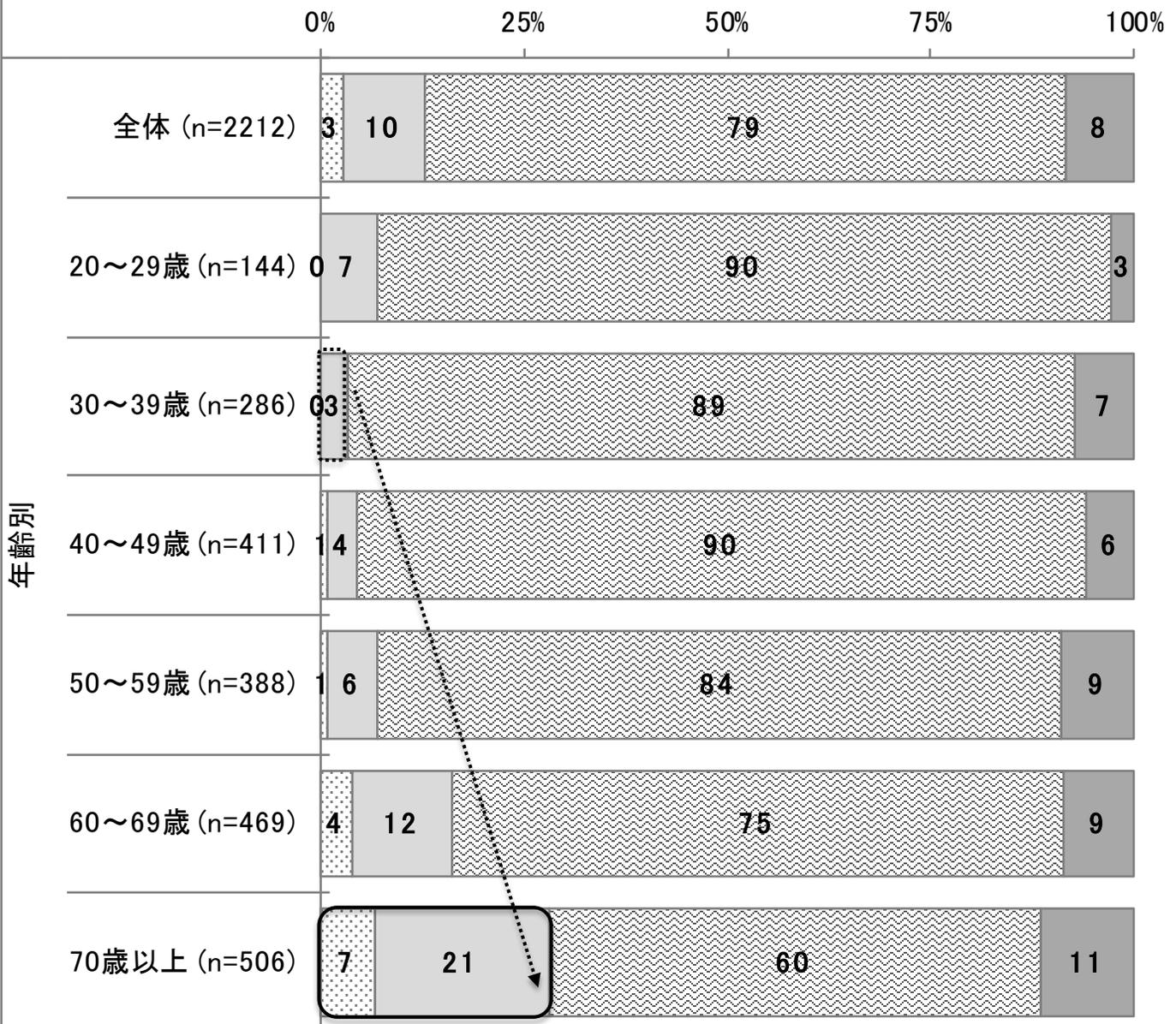
## (2)「広報よこはま」:「広報よこはま拾い読み」

### 【年齢別】

- 「広報よこはま拾い読み」は高年齢層になるほど見ている傾向があり、30歳代では「毎月見ている」、「ときどき見ている」の合計が3%であるのに対して、70歳以上では28%と、全体より15ポイント高い。

【問7】「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。

毎月見ている     
  ときどき見ている     
  見たことがない     
  無回答



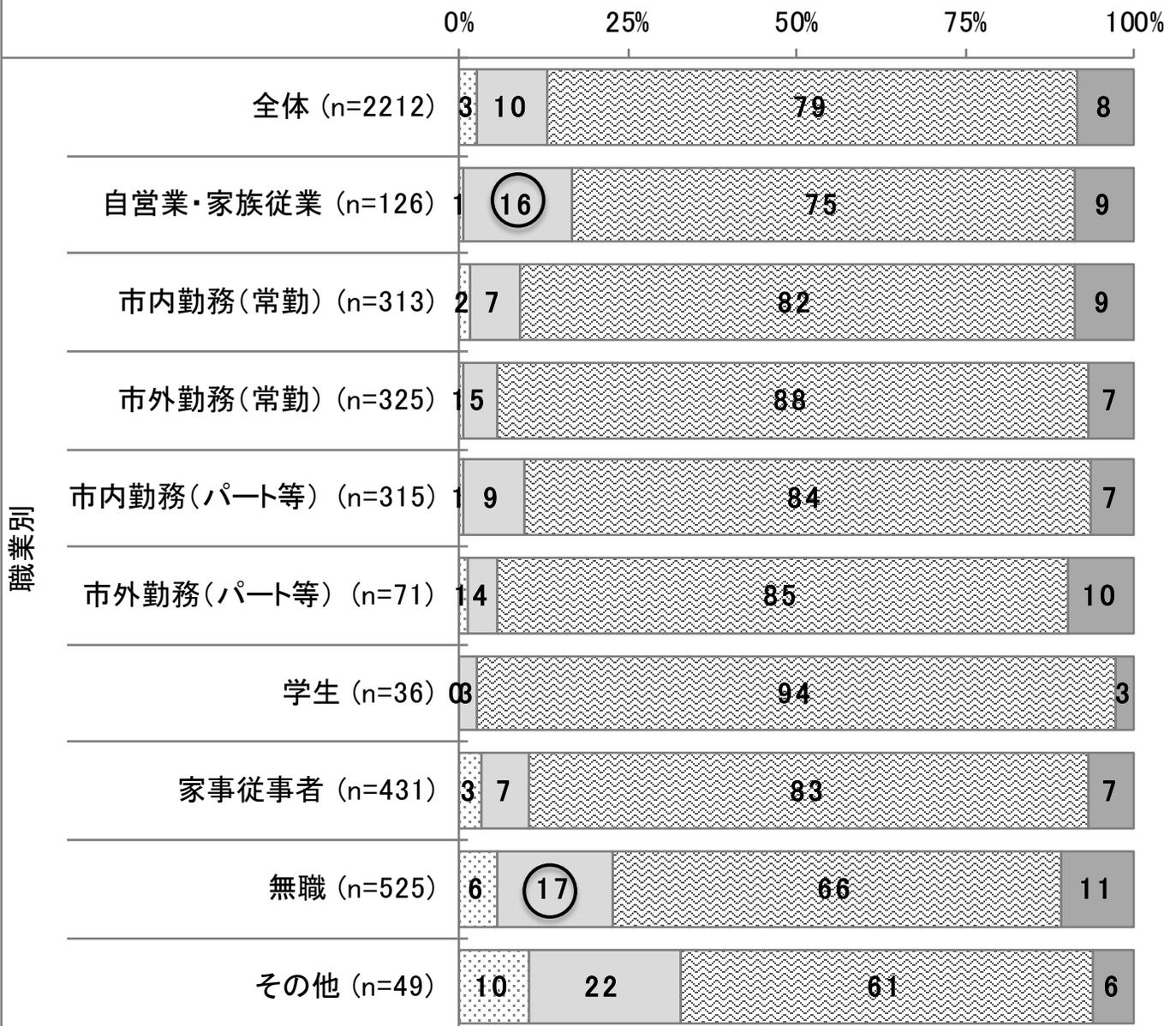
## (2)「広報よこはま」:「広報よこはま拾い読み」

### 【職業別】

- 「広報よこはま拾い読み」は、「自営業・家族従業」、「無職」が見ている割合が高く、「ときどき見ている」がそれぞれ16%、17%と、全体より5ポイント以上高い。

【問7】「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。

毎月見ている     
  ときどき見ている     
  見たことがない     
  無回答



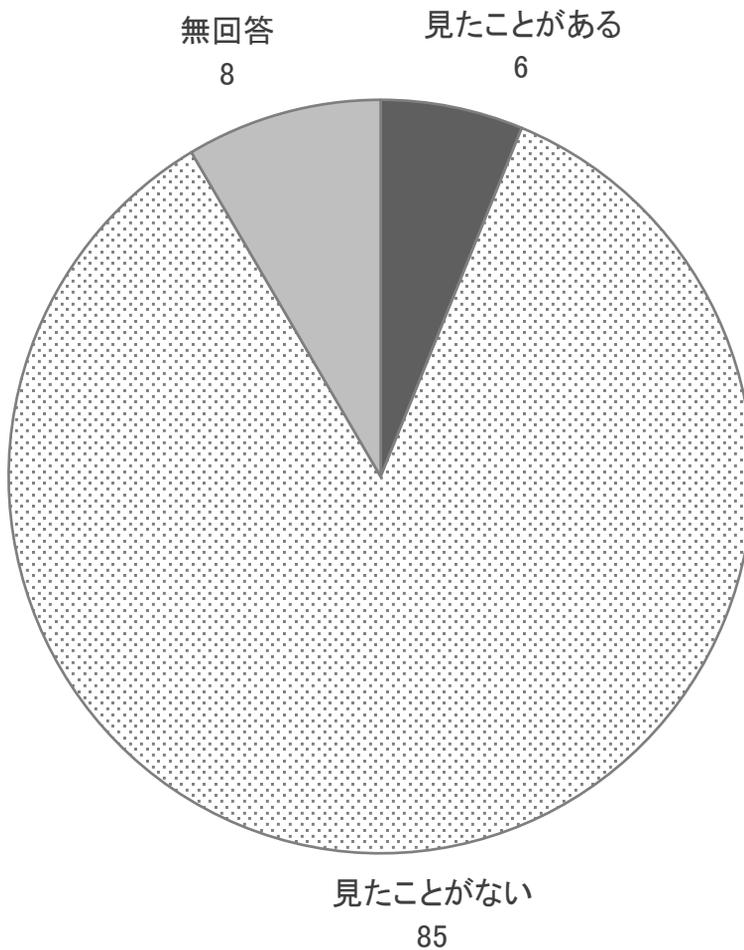
## (2)「広報よこはま」:「横浜トピックス」

### 【全体】

- ・ 広報よこはまの動画版である「横浜トピックス」を「見たことがある」人は、全体の6%と少なく、85%が「見たことがない」と回答している。

【問8】「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」

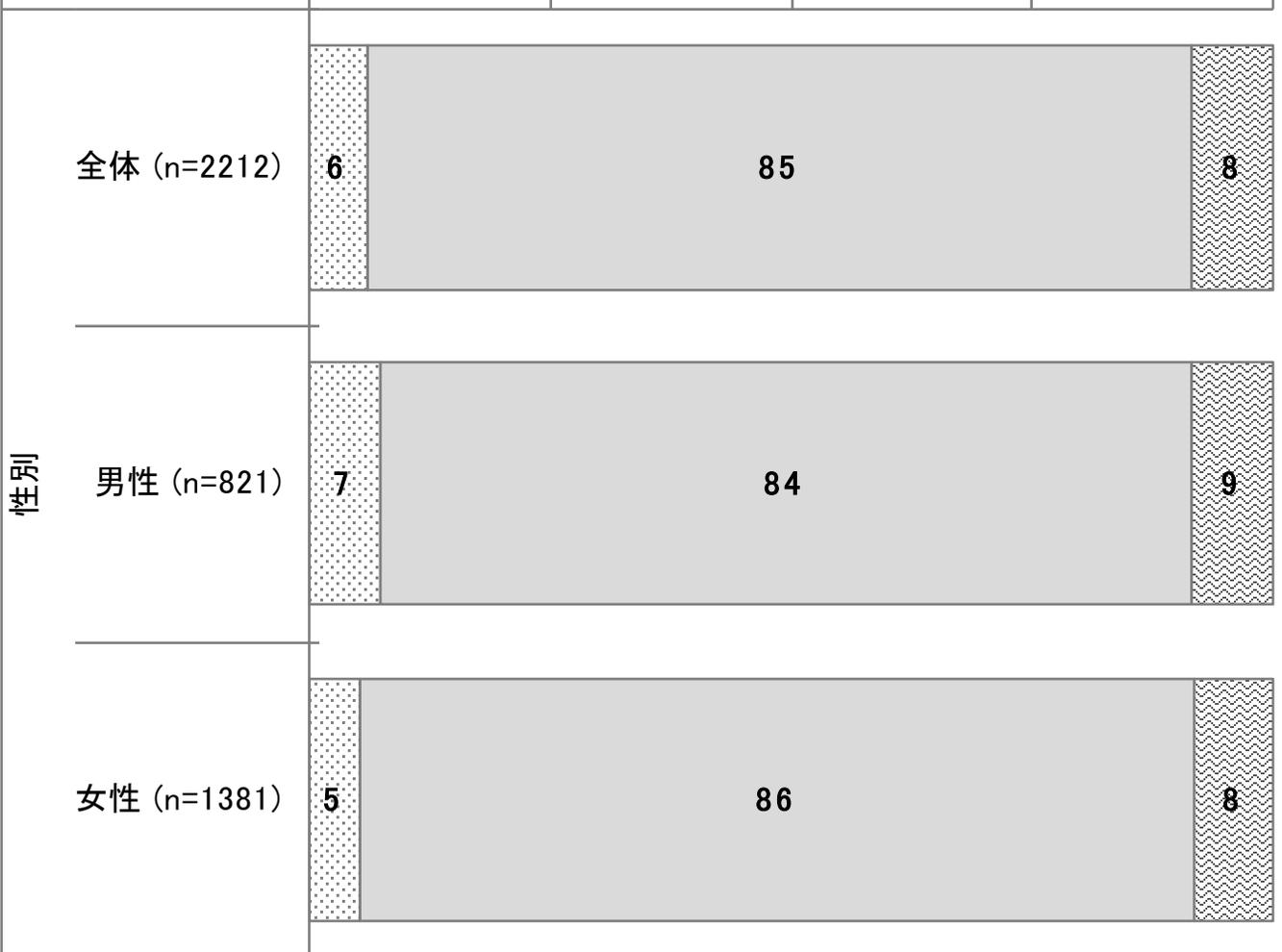
### 【性別】

- ・ 「見たことがある」人は、男性で7%、女性で5%であり、大きな差はない。

【問8】「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%

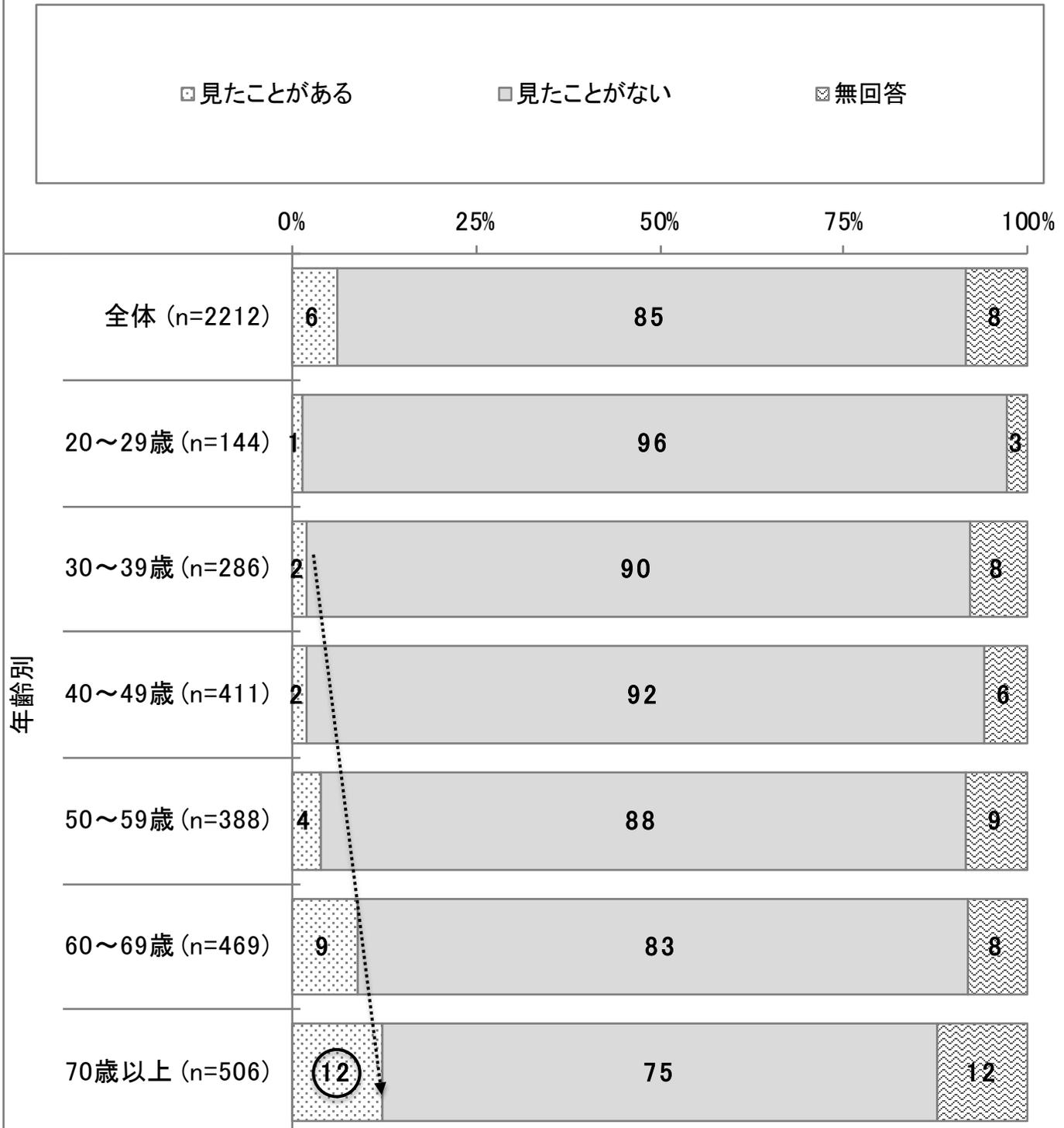


## (2)「広報よこはま」:「横浜トピックス」

### 【年齢別】

- 「横浜トピックス」を「見たことがある」人の割合は、高年齢層ほど高くなり、70歳以上では12%が「見たことがある」と回答している。

【問8】「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。



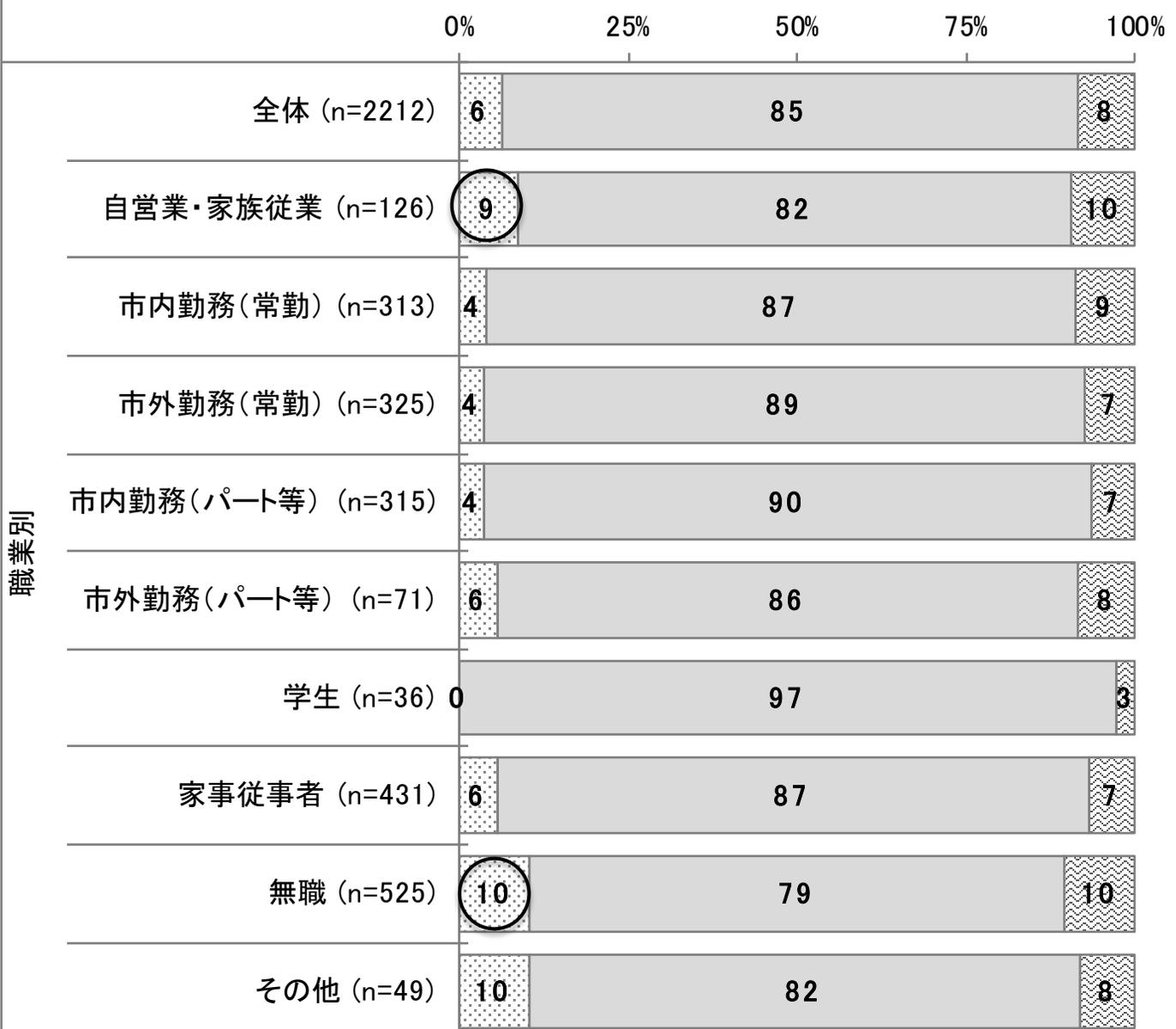
## (2)「広報よこはま」:「横浜トピックス」

### 【職業別】

- 各職業とも「横浜トピックス」を「見たことがある」人の割合は小さいが、その中では「自営業・家族従業」と「無職」がそれぞれ9%、10%と、全体に比べやや高めである。

【問8】「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



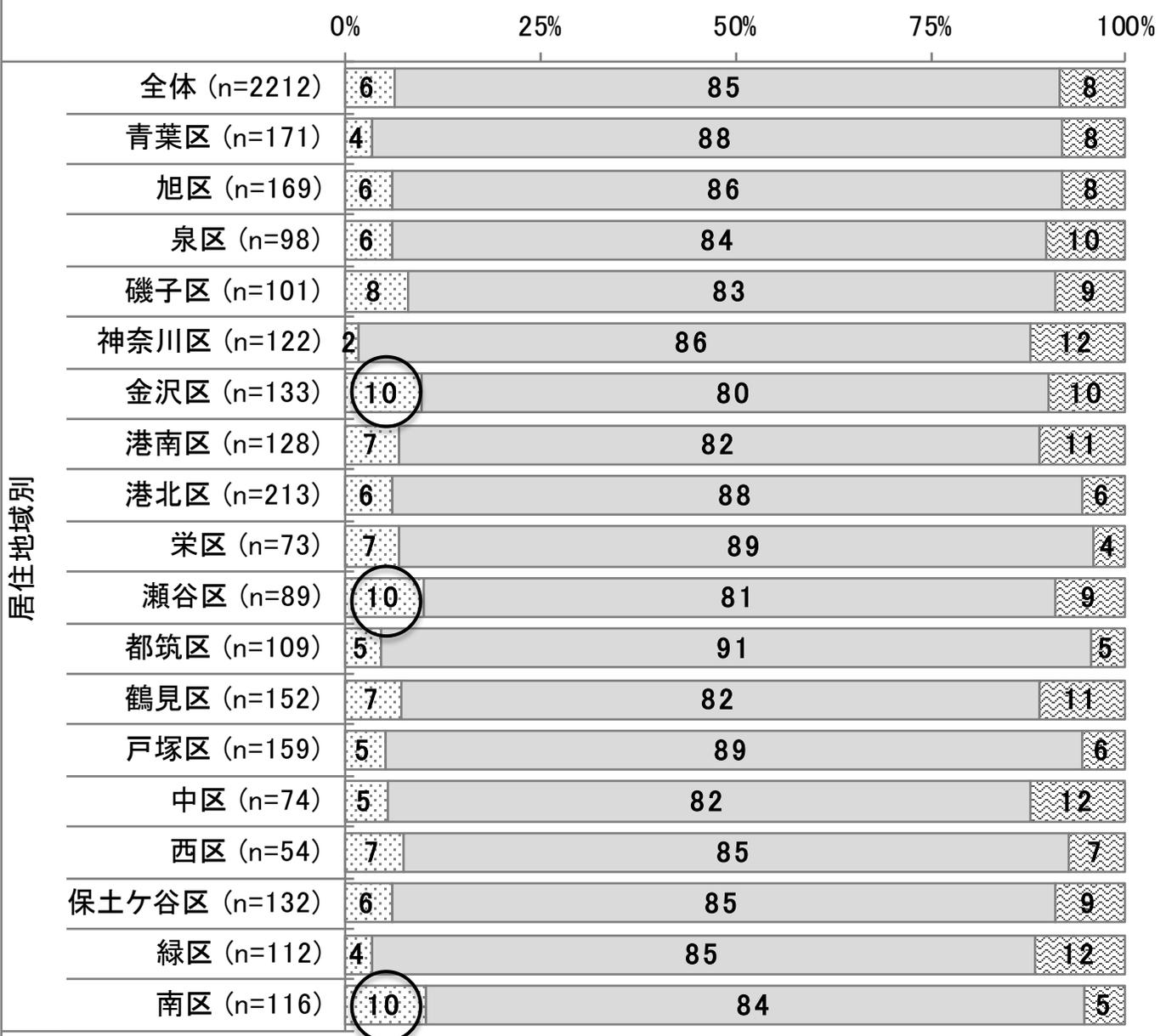
## (2)「広報よこはま」:「横浜トピックス」

### 【居住地域別】

- 金沢区、瀬谷区、南区で「見たことがある」人の割合が10%で、やや高めである。

【問8】「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



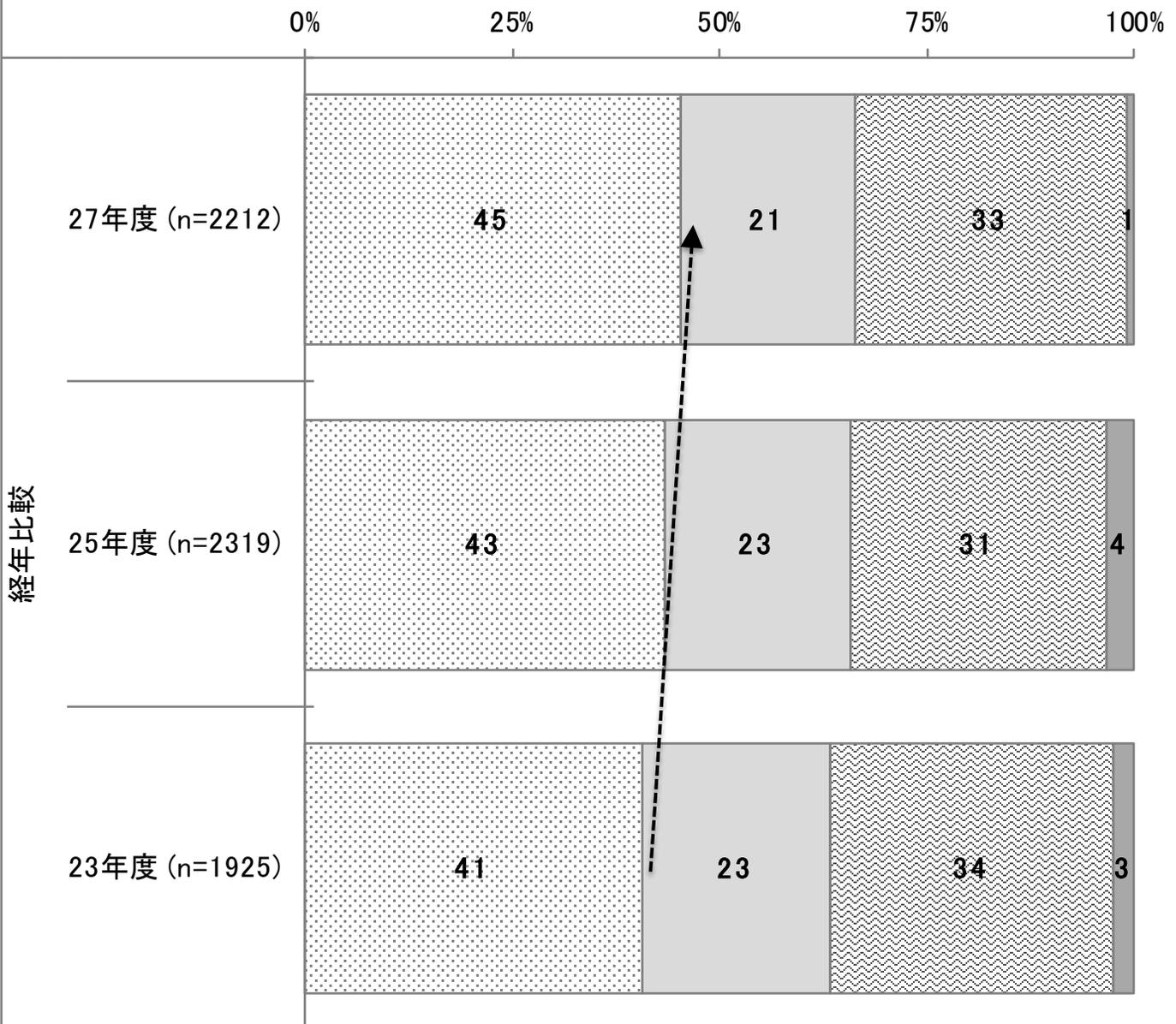
### (3)「暮らしのガイド」:認知状況

#### 【全体・経年比較】

- 「暮らしのガイド」を「知っていて、持っている」人の割合は45%で、経年変化で見ると、徐々にではあるが23年度から増加傾向にある。

【問9】「暮らしのガイド」をお持ちですか。

知っていて、持っている   
  知っているが、持っていない   
  知らない   
  無回答

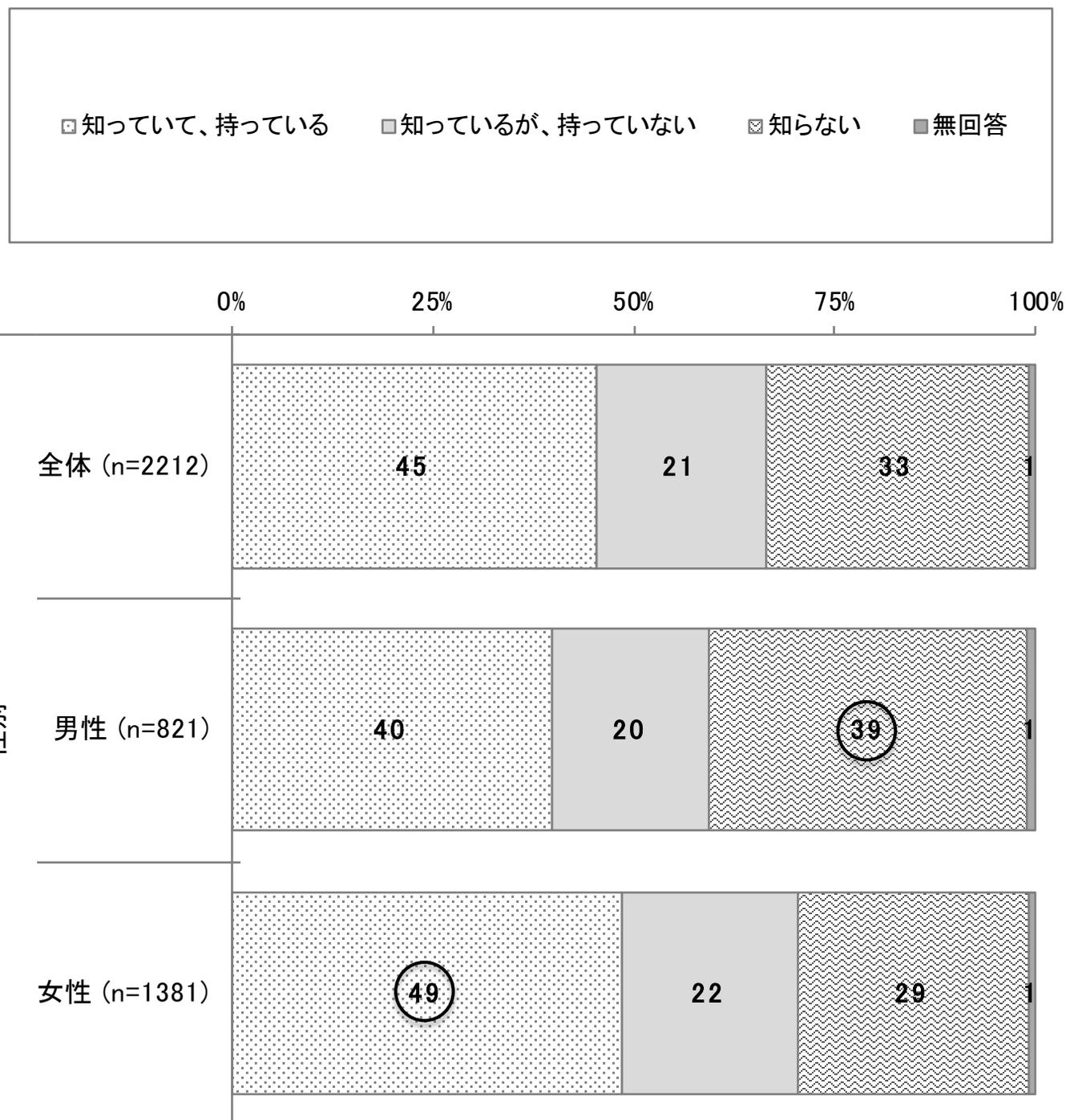


### (3)「暮らしのガイド」:認知状況

#### 【性別】

- 女性が「知っている、持っている」割合が49%と、男性の40%より9ポイント高い。
- 男性は「知らない」割合が39%で、女性の29%より10ポイント高い。

【問9】「暮らしのガイド」をお持ちですか。

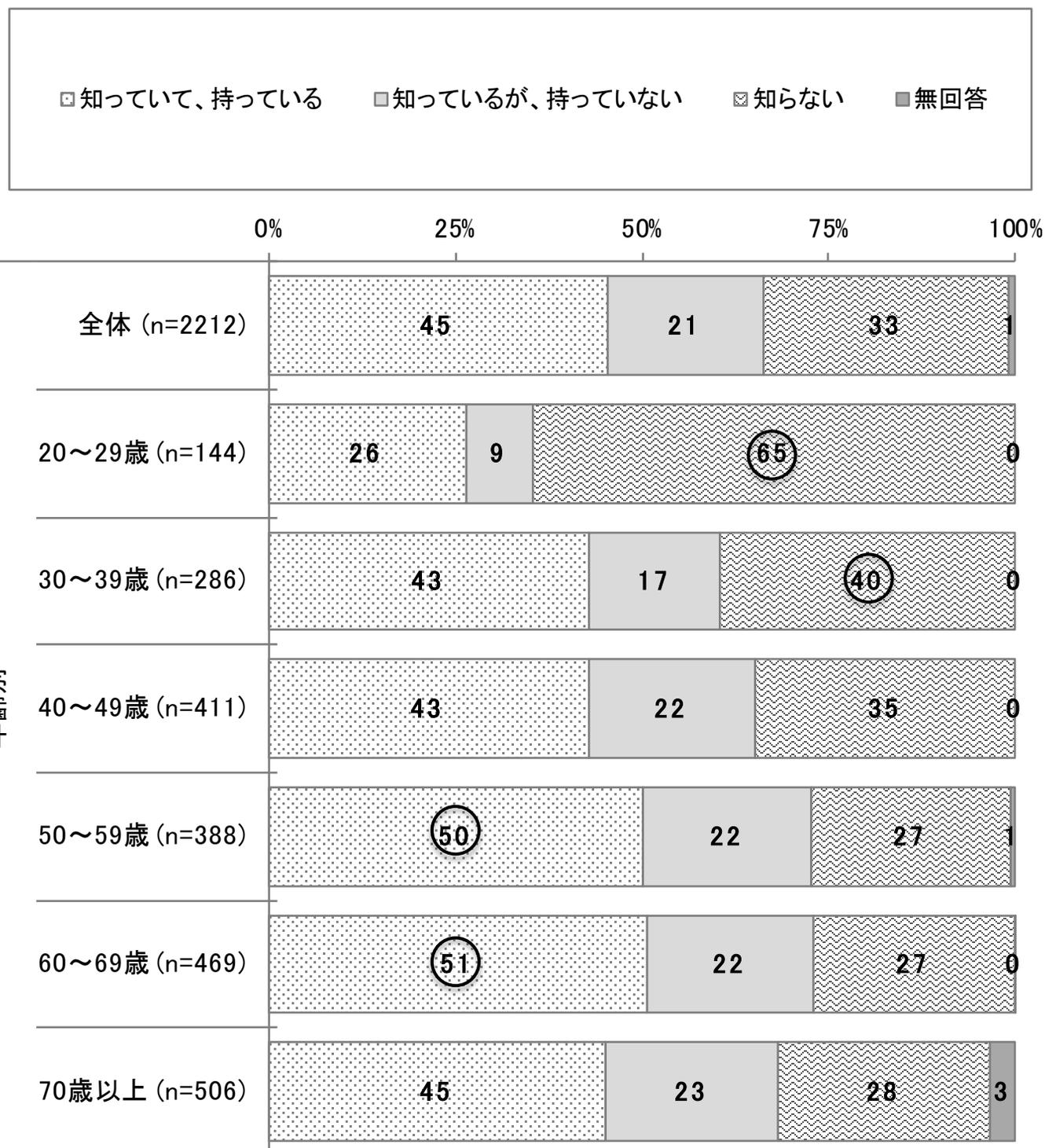


### (3)「暮らしのガイド」:認知状況

#### 【年齢別】

- 年齢が高いほど「知っていて、持っている」割合が高くなる傾向にあり、50歳代、60歳代でそれぞれ50%、51%と、全体より5ポイント以上高い。
- 20歳代、30歳代は、「知らない」が65%、40%であり、それぞれ全体より32ポイント、7ポイント高い。

【問9】「暮らしのガイド」をお持ちですか。

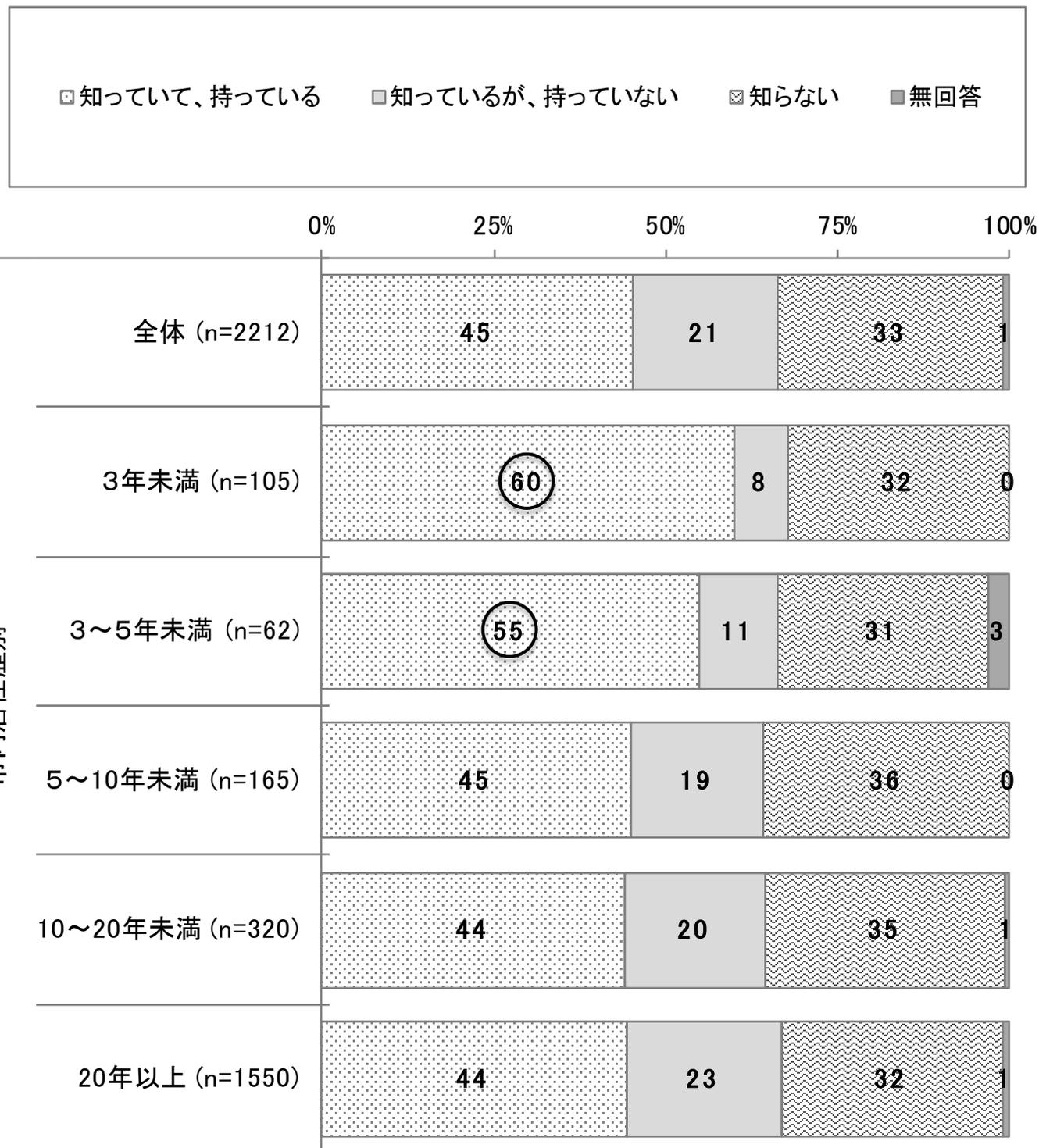


### (3)「暮らしのガイド」:認知状況

#### 【市内居住歴別】

- 居住歴が短い層ほど「知っていて、持っている」割合が高く、「3年未満」で60%、「3～5年未満」で55%と全体に比べてそれぞれ15ポイント、10ポイント高い。

【問9】「暮らしのガイド」をお持ちですか。

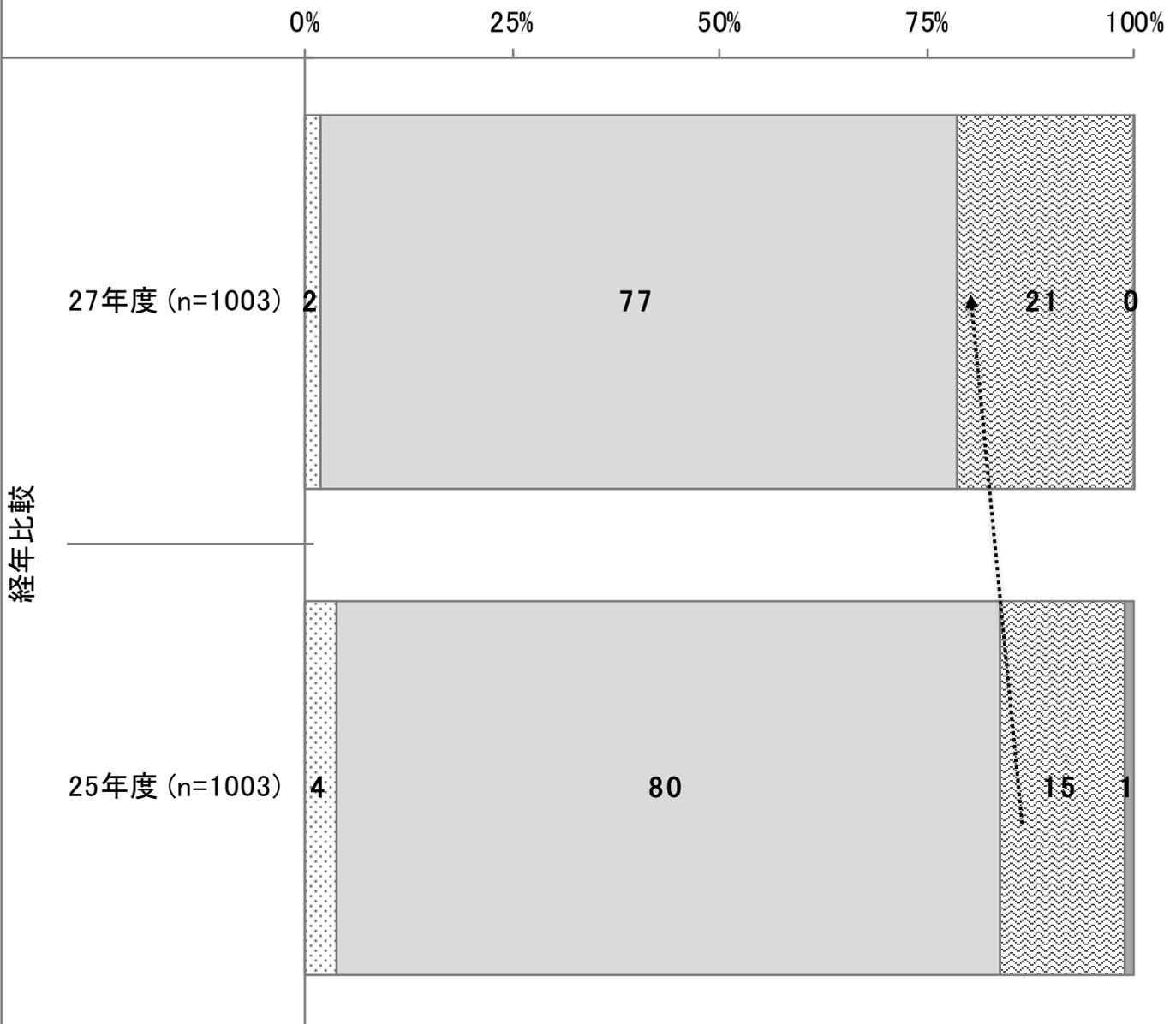
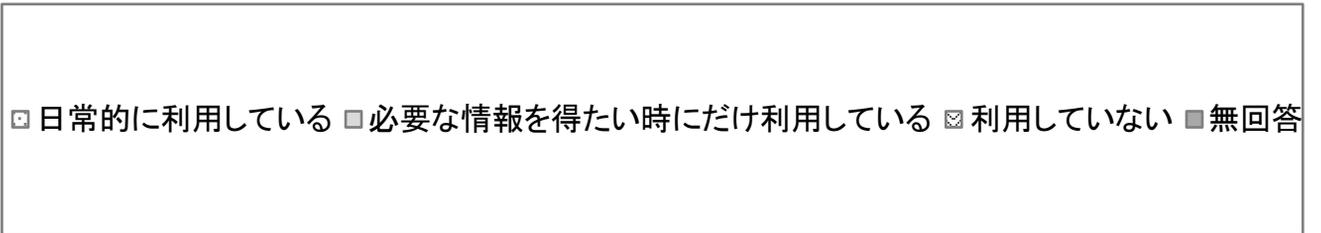


### (3)「暮らしのガイド」:利用頻度

#### 【全体・経年比較】

- 「暮らしのガイド」を利用している人は、「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」の合計で79%であり、25年度(84%)に比べ5ポイント減少した。

【問10】「暮らしのガイド」をどのくらい利用していますか。



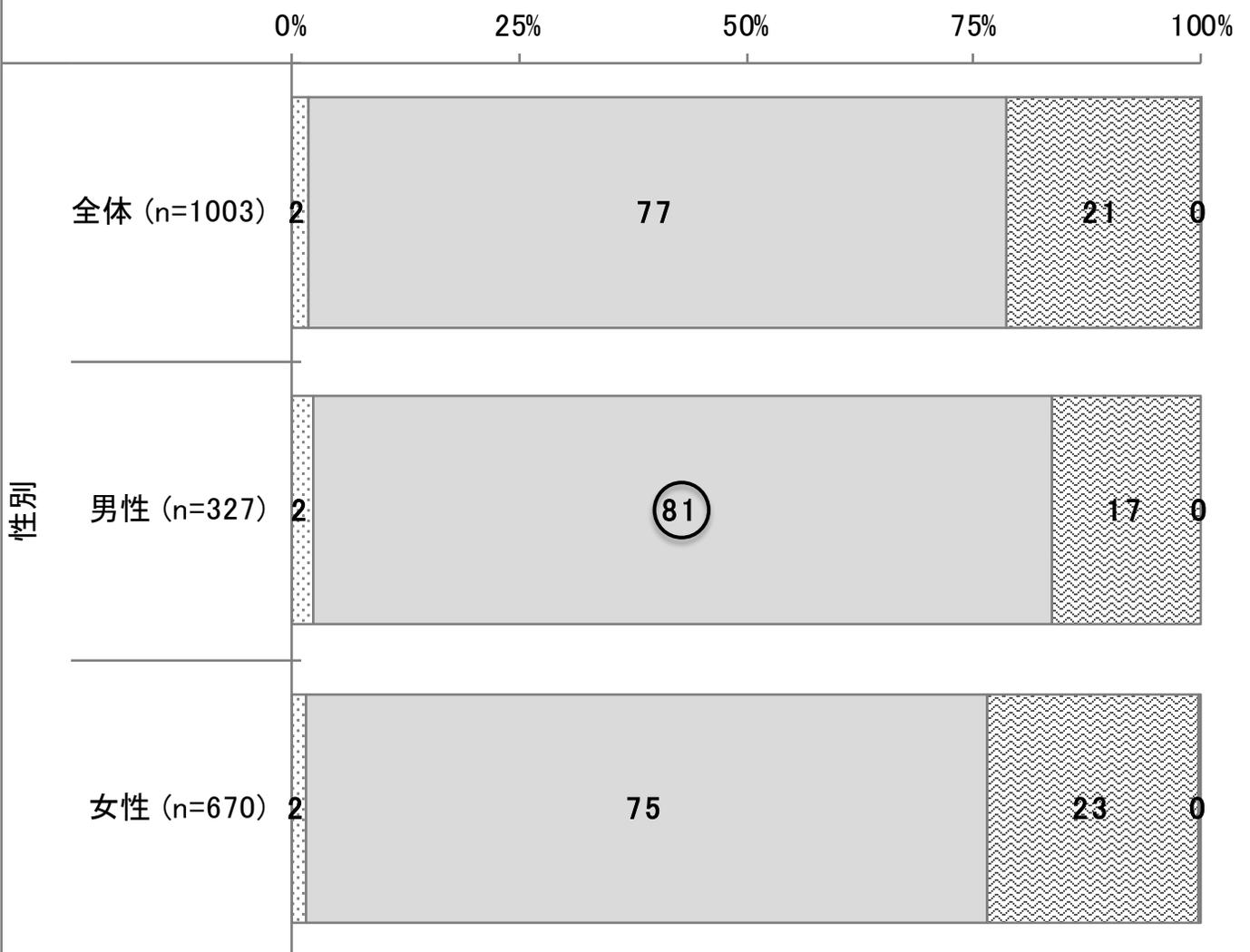
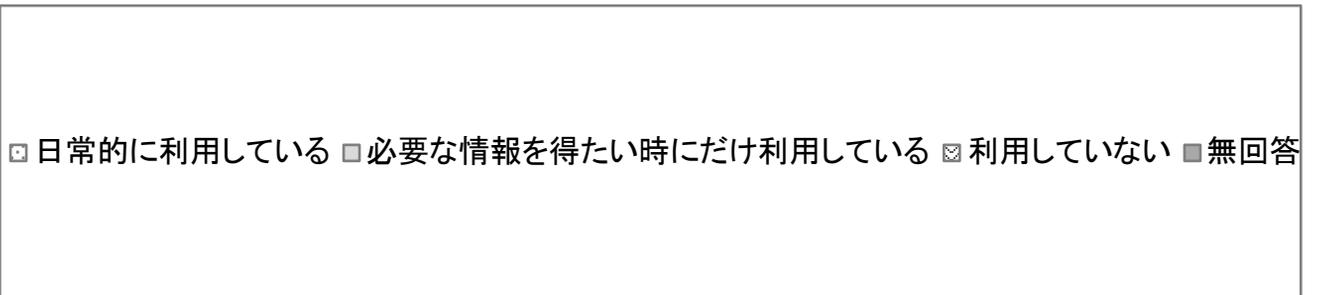
集計ベース:「暮らしのガイド」を「知っていて、持っている」  
※今回の調査は選択肢を変更したため、経年比較は参考値

### (3)「暮らしのガイド」:利用頻度

【性別】

- 「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」の合計で男性は83%であり、女性の77%に比べ6ポイント高い。

【問10】「暮らしのガイド」をどのくらい利用していますか。



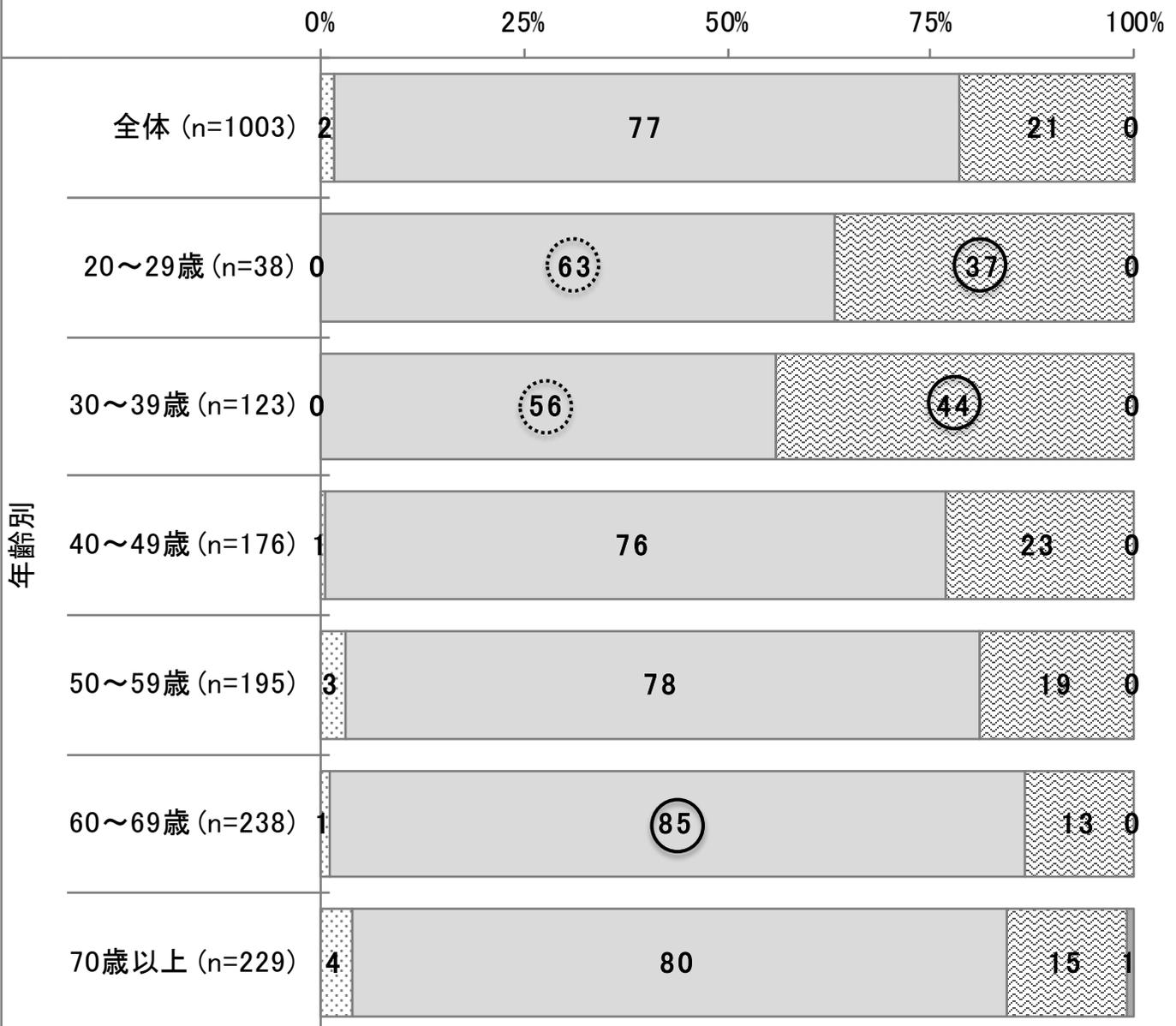
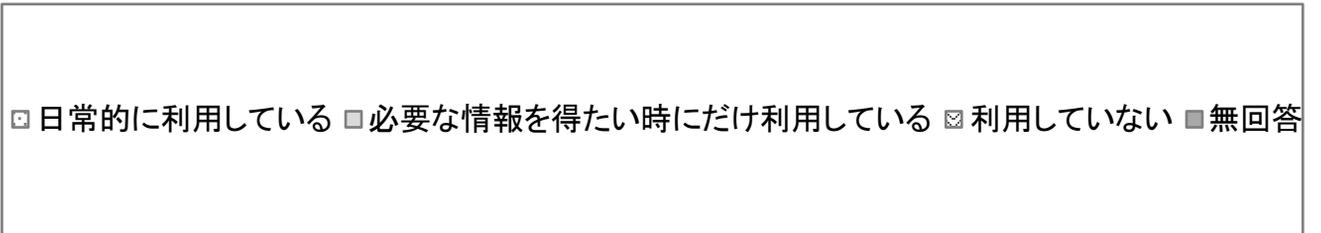
集計ベース：「暮らしのガイド」を「知っていて、持っている」

### (3)「暮らしのガイド」:利用頻度

#### 【年齢別】

- 60歳代、70歳以上では「日常的に利用している」と「必要な情報を得たい時だけ利用している」を合わせて85%近くの人が利用している。
- 20歳代、30歳代では、「利用していない」が多い。

【問10】「暮らしのガイド」をどのくらい利用していますか。



集計ベース：「暮らしのガイド」を「知っていて、持っている」

## (4)市のウェブサイト:利用頻度

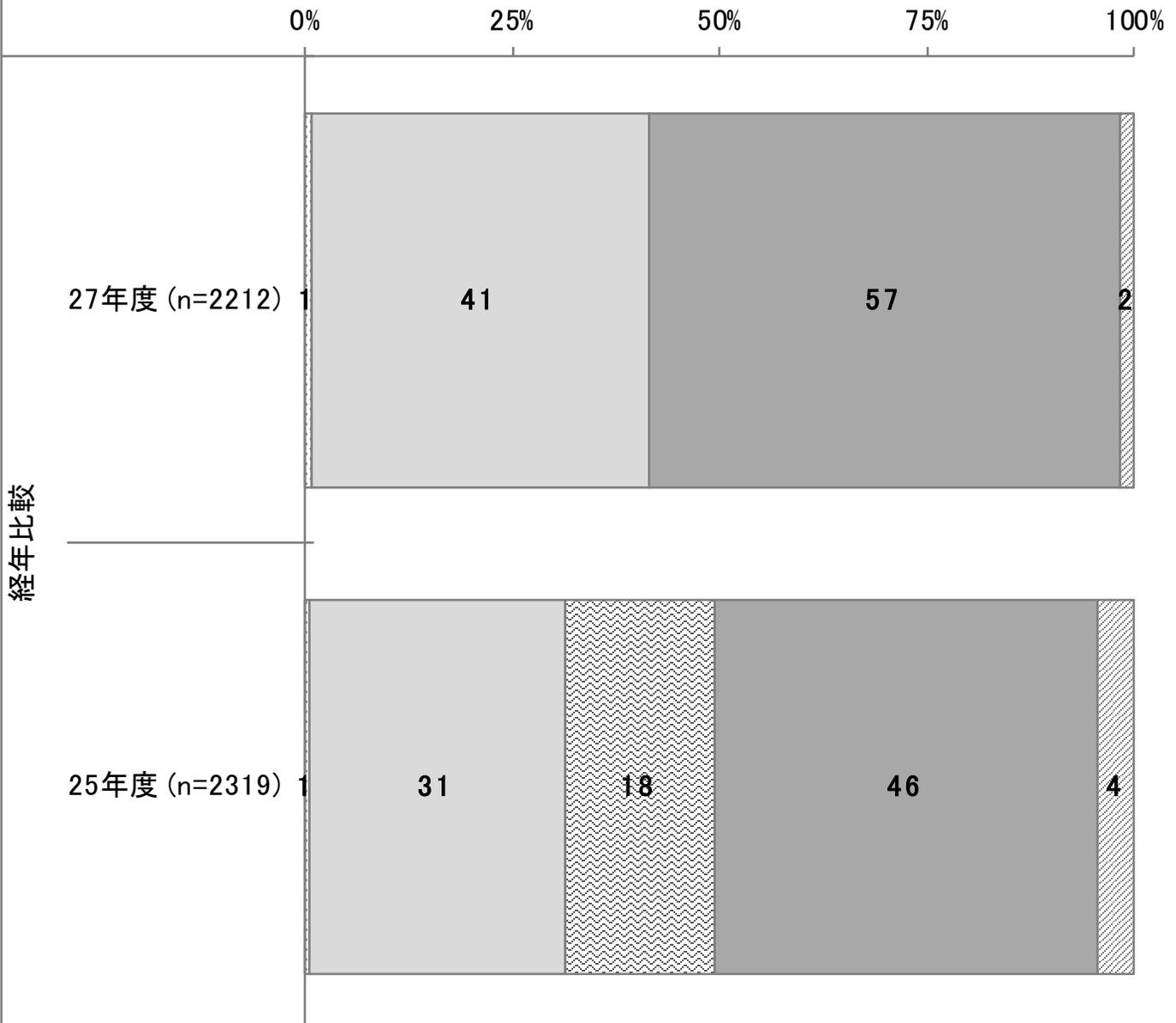
### 【全体】

- 市のウェブサイトを利用している人は、「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」の合計で42%。

(注記) 今回の調査では、回答肢の「ほとんど利用しない」を削除したため、経年変化は参考値。

【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
- ほとんど利用しない※
- 利用したことがない
- 無回答



※今回の調査は「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

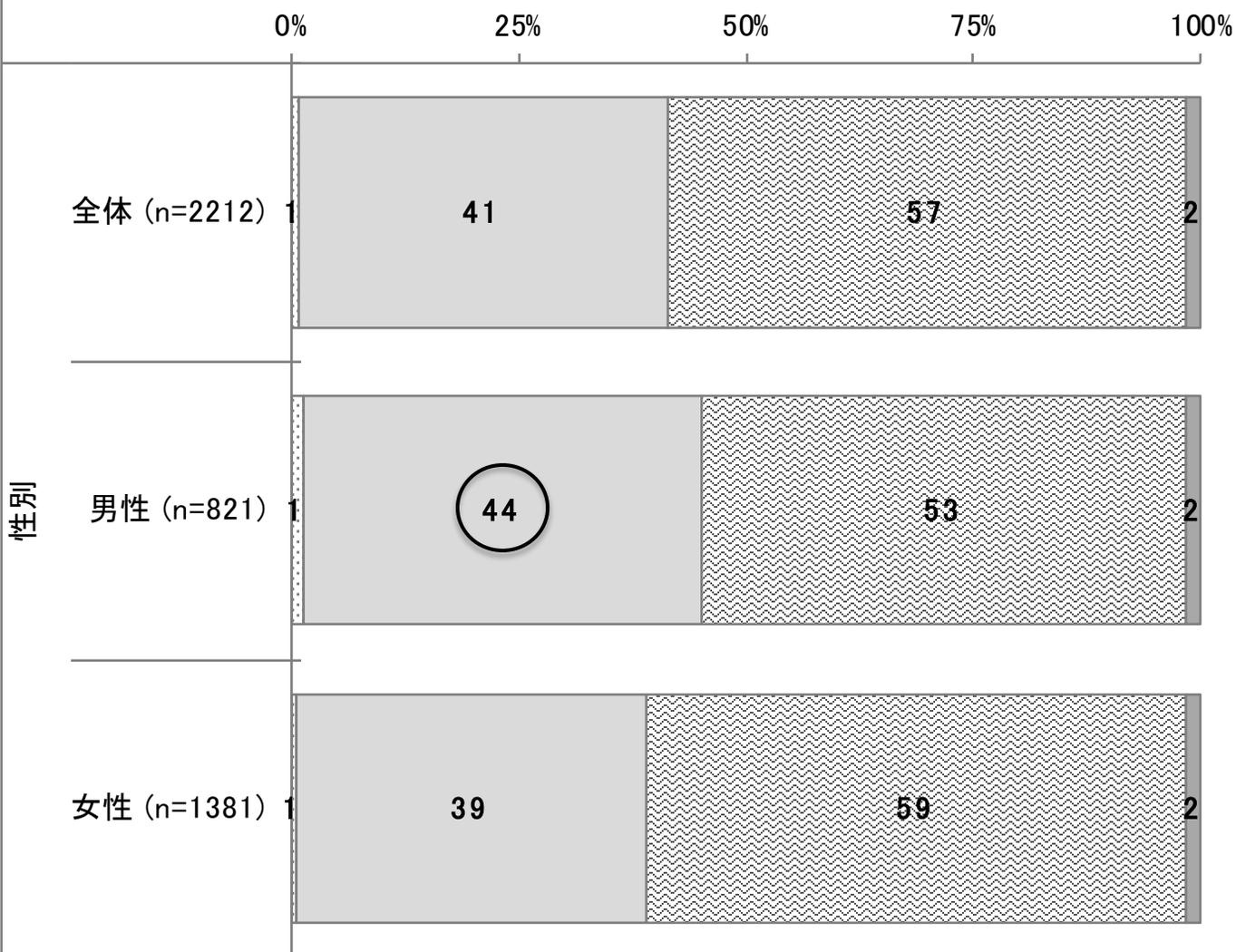
## (4)市のウェブサイト:利用頻度

### 【性別】

- 男性の「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45%で、女性より高い。

【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

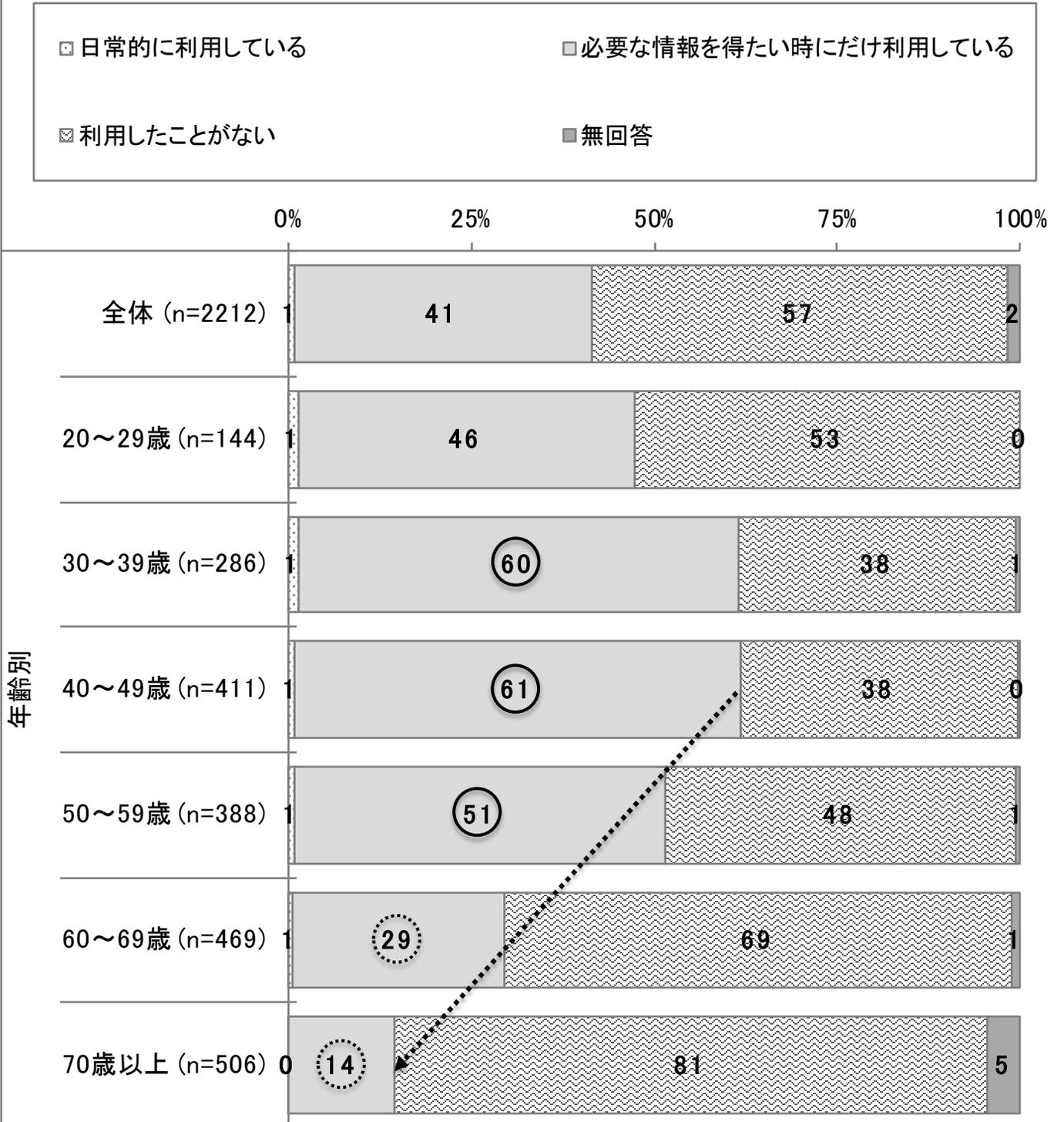


## (4)市のウェブサイト:利用頻度

### 【年齢別】

- 高年齢層ほど利用頻度が低下する傾向にあり、「日常的に利用している」と「必要な情報を得たい時だけ利用している」の合計で、70歳以上は15%、60歳代は30%が利用。それに対して30歳代40歳代ではそれぞれ61%、62%と全体より20ポイント高い。

【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。

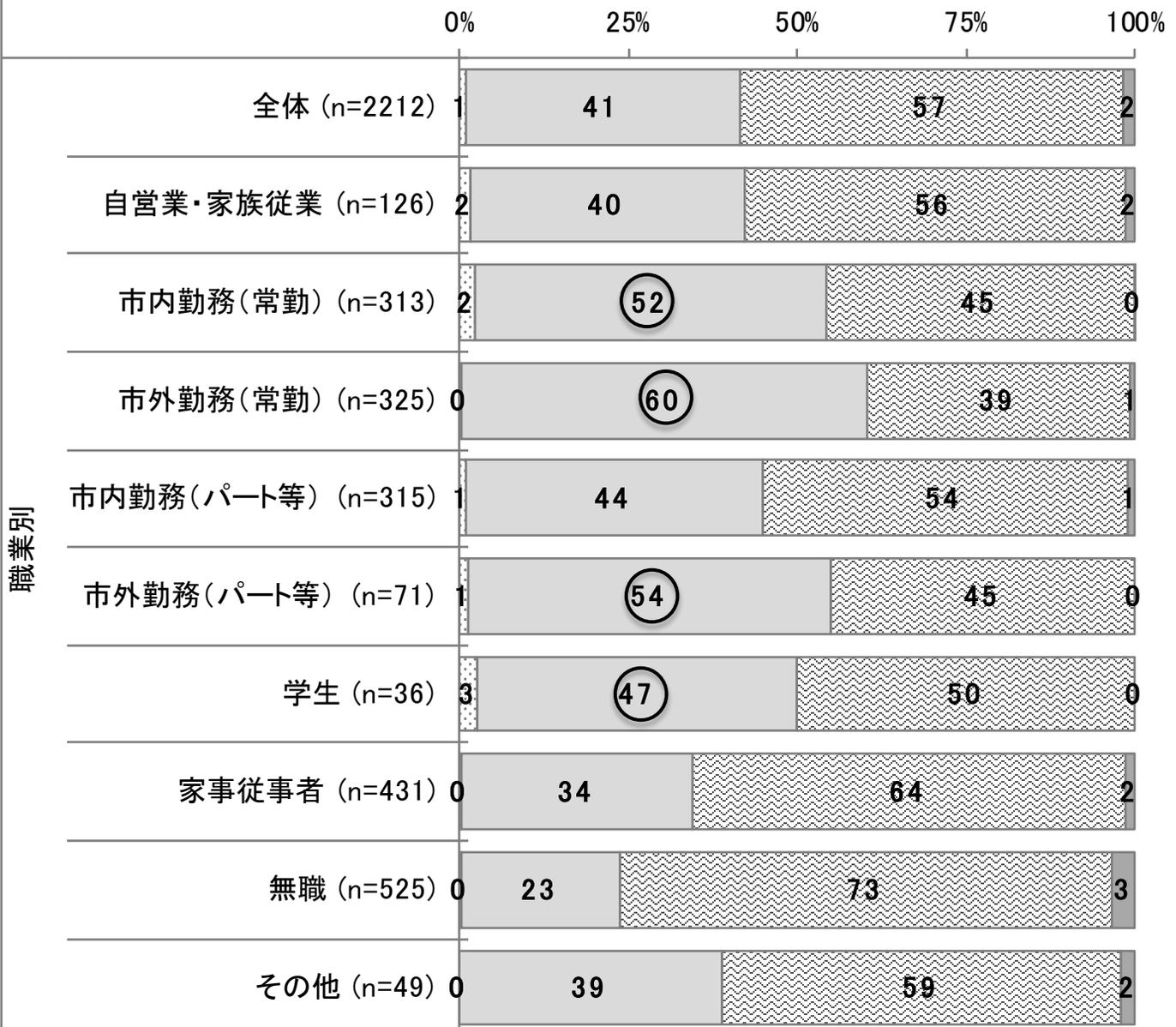


## (4)市のウェブサイト:利用頻度

### 【職業別】

- 「市外勤務(常勤)」、「市外勤務(パート等)」、「市内勤務(常勤)」、「学生」が「市のウェブサイト」を利用している割合が高く、「日常的に利用している」と「必要な情報を得たい時だけ利用している」を合わせて50%以上となり、全体より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。



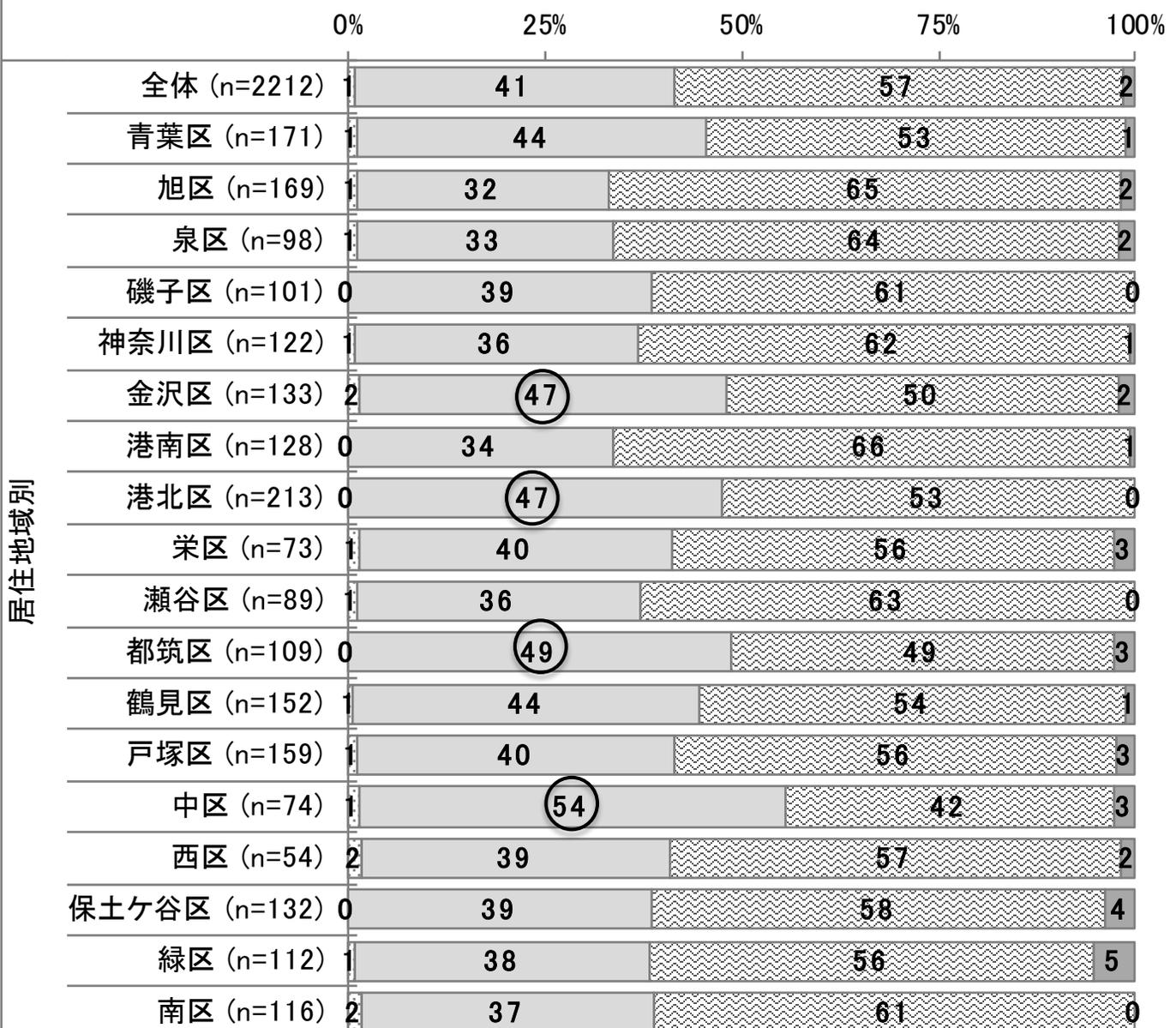
## (4)市のウェブサイト:利用頻度

### 【居住地域別】

- 「日常的に利用している」と「必要な情報を得たい時だけ利用している」の合計で、中区(55%)、金沢区、都筑区(共に49%)、港北区(47%)が高い。

【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



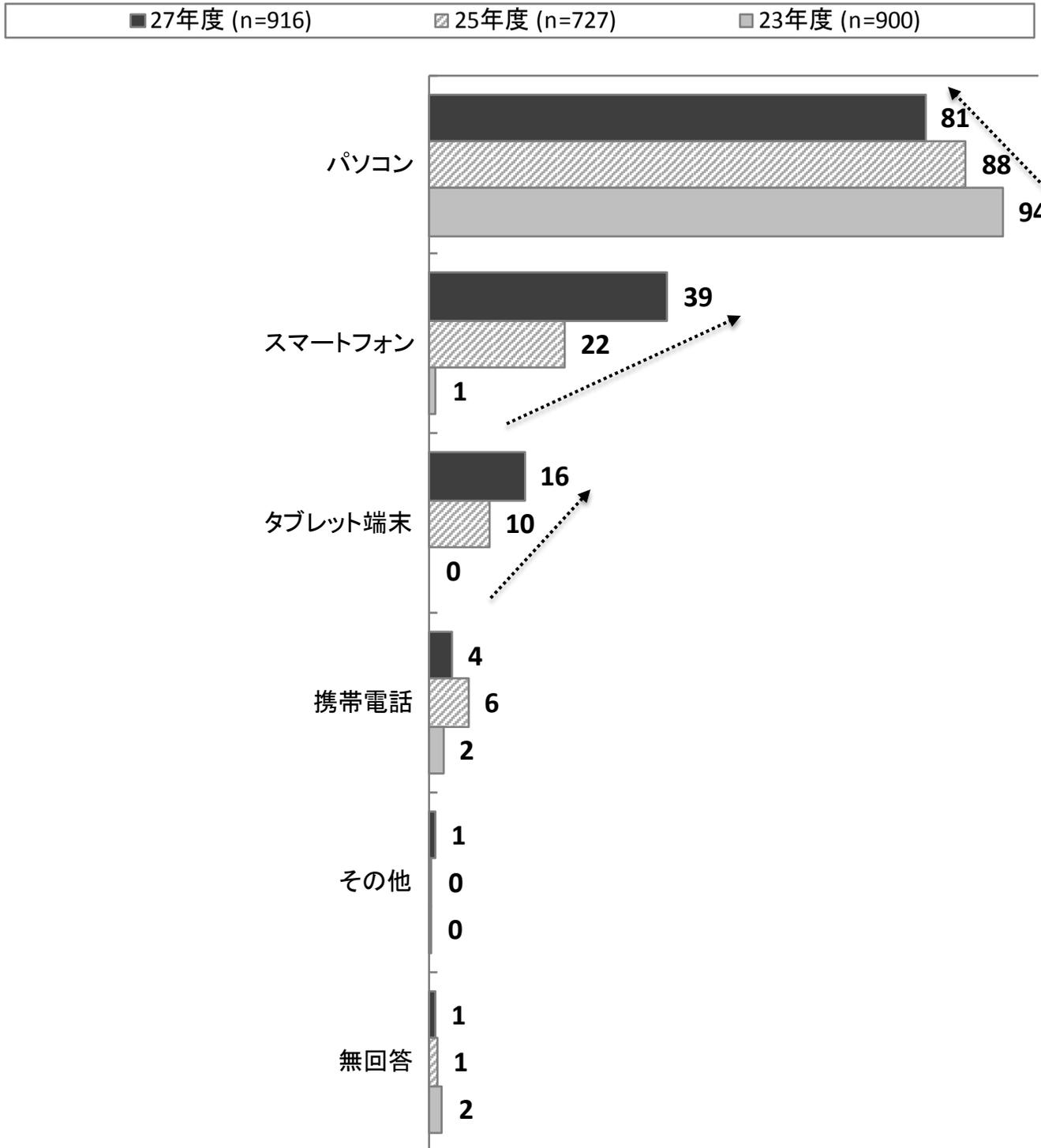
## (4)市のウェブサイト:アクセス手段

### 【全体・経年比較】

- ・ 市のウェブサイトへのアクセス手段は、「パソコン」が減少傾向にあるのに対して、「スマートフォン」の利用が急激に増加している。
- ・ 「タブレット端末」も増加傾向にある。

【問12】どのような手段(端末)でアクセスしていますか。【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」  
 ※今回の調査は集計ベースとなる質問の選択肢を変更したため、経年変化は参考値

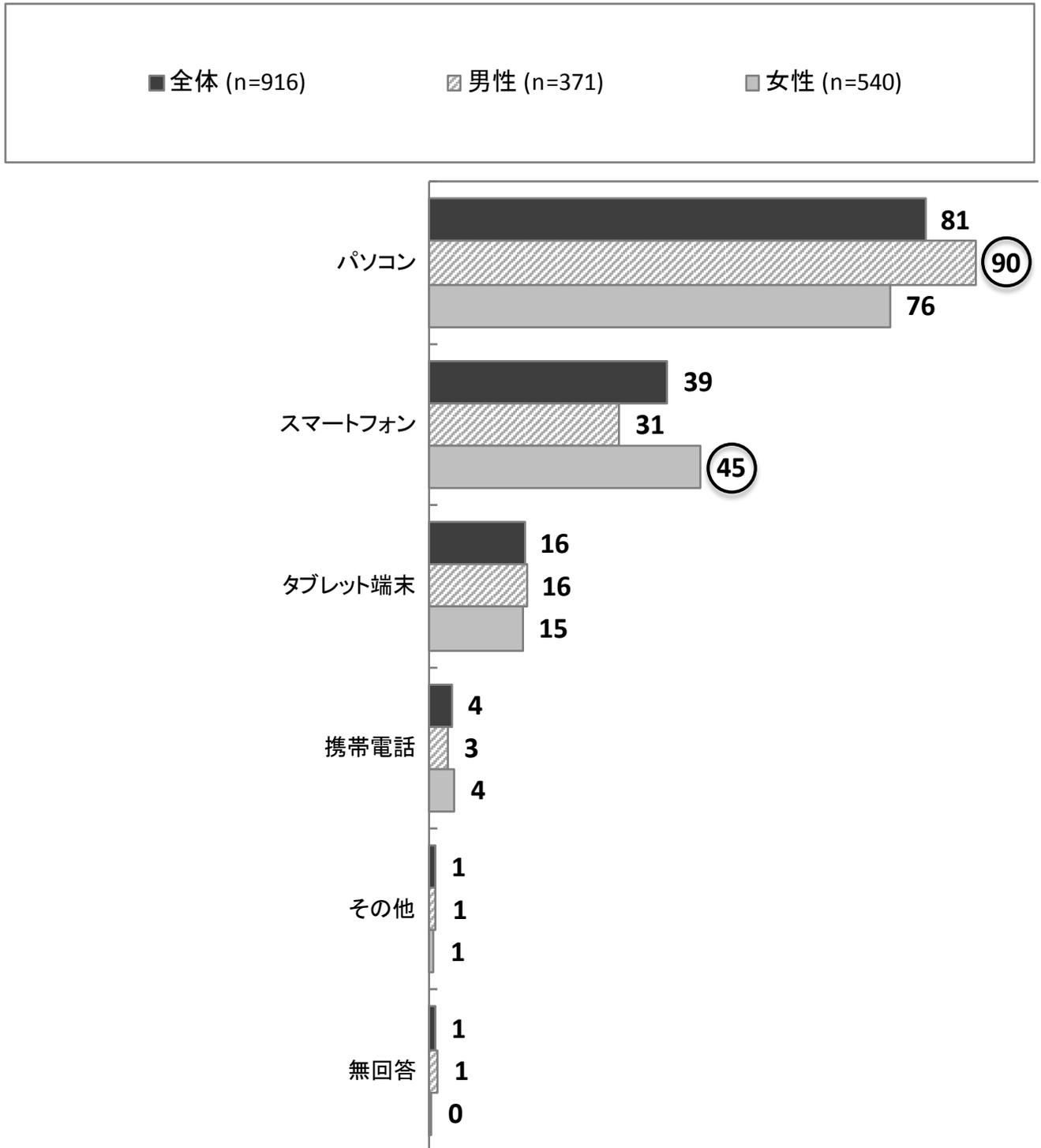
## (4)市のウェブサイト:アクセス手段

### 【性別】

- 市のウェブサイトへのアクセス手段として、「パソコン」は男性の利用が女性を14ポイント上回っているのに対して、「スマートフォン」では女性が男性を14ポイント上回っている。

【問12】どのような手段(端末)でアクセスしていますか。【複数回答】

(%)



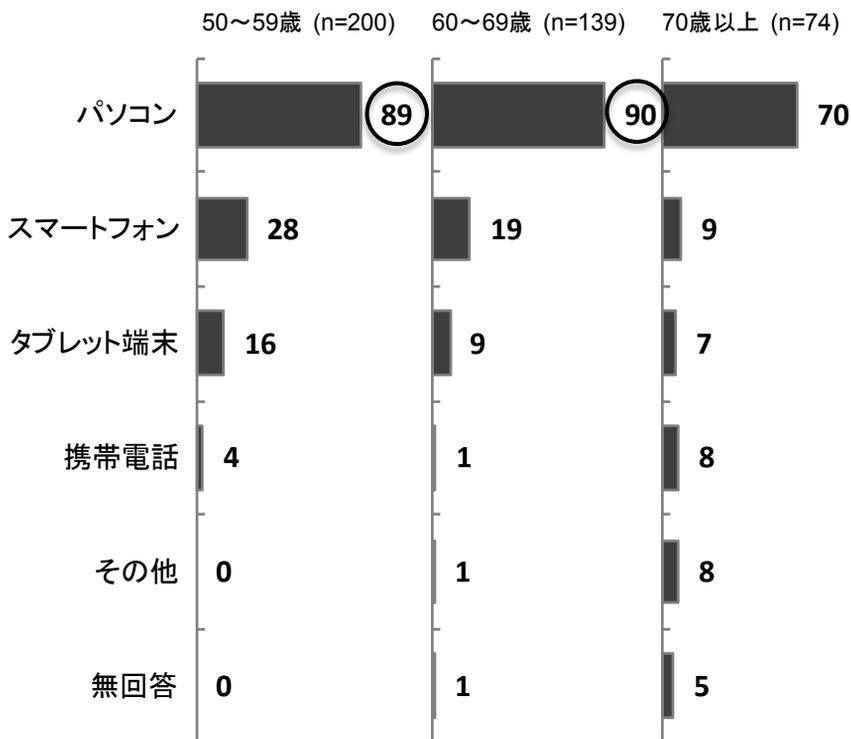
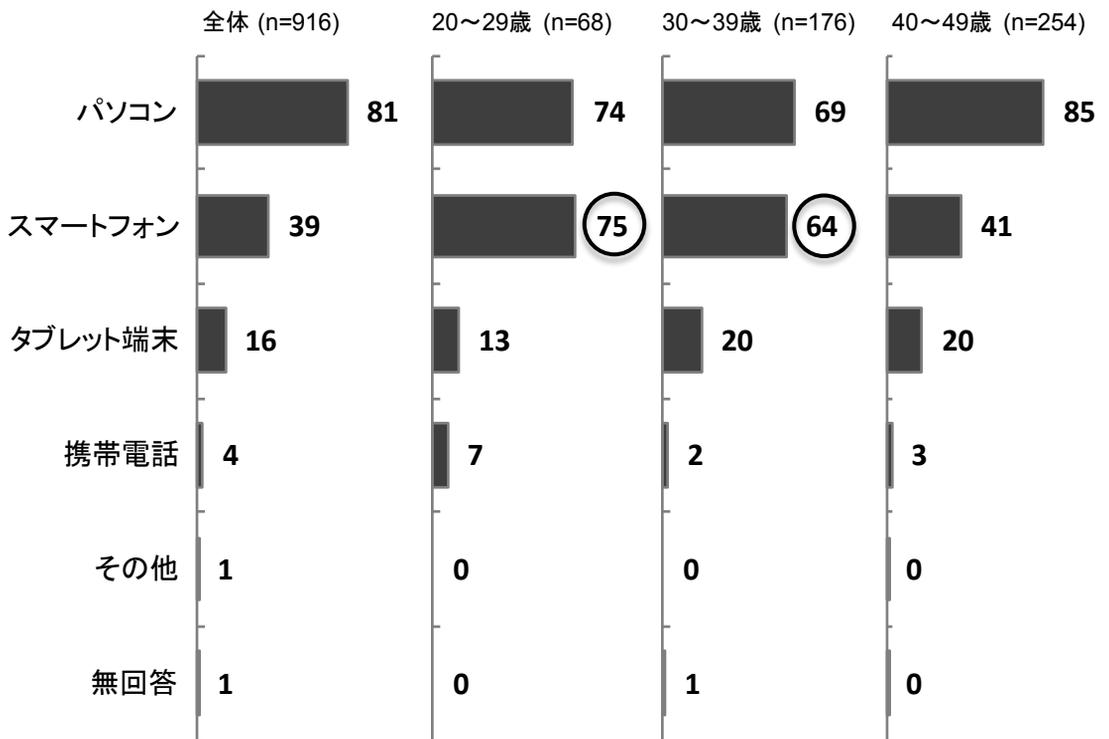
集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

## (4)市のウェブサイト:アクセス手段

### 【年齢別】

- ・ 50歳代、60歳代で、「パソコン」でのアクセスが高い。
- ・ 20歳代、30歳代は、「スマートフォン」も高く、「パソコン」とほぼ並ぶ。

【問12】どのような手段(端末)でアクセスしていますか。【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」

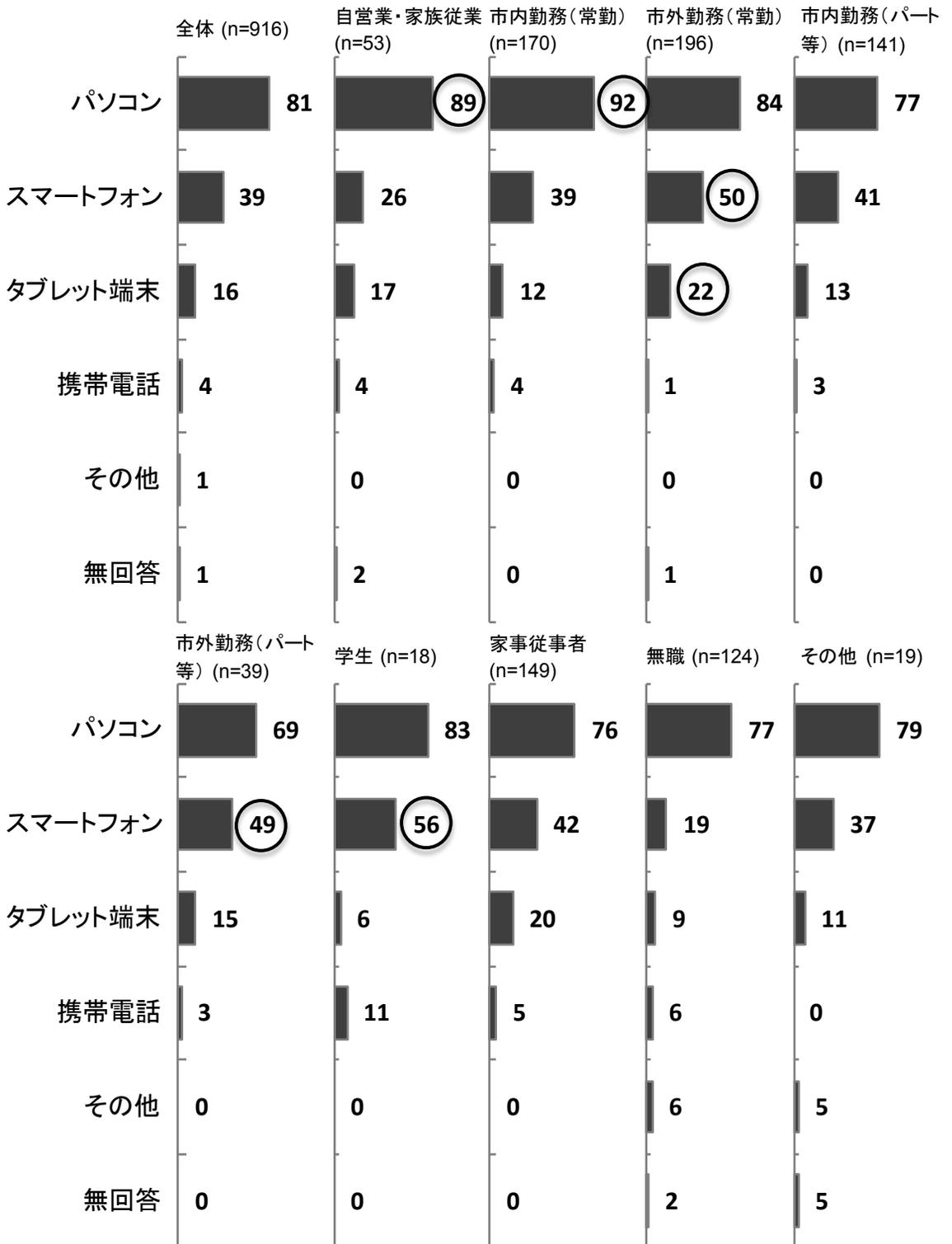
## (4)市のウェブサイト:アクセス手段

### 【職業別】

- 「自営業・家族従業」、「市内勤務(常勤)」は「パソコン」の利用が高く、「スマートフォン」は「市外勤務(常勤)」や「市外勤務(パート等)」で利用高く、「市外勤務(常勤)」は「タブレット端末」の利用も高い。

(注記)「学生」はサンプル数不足のため参考値

【問12】どのような手段(端末)でアクセスしていますか。【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」

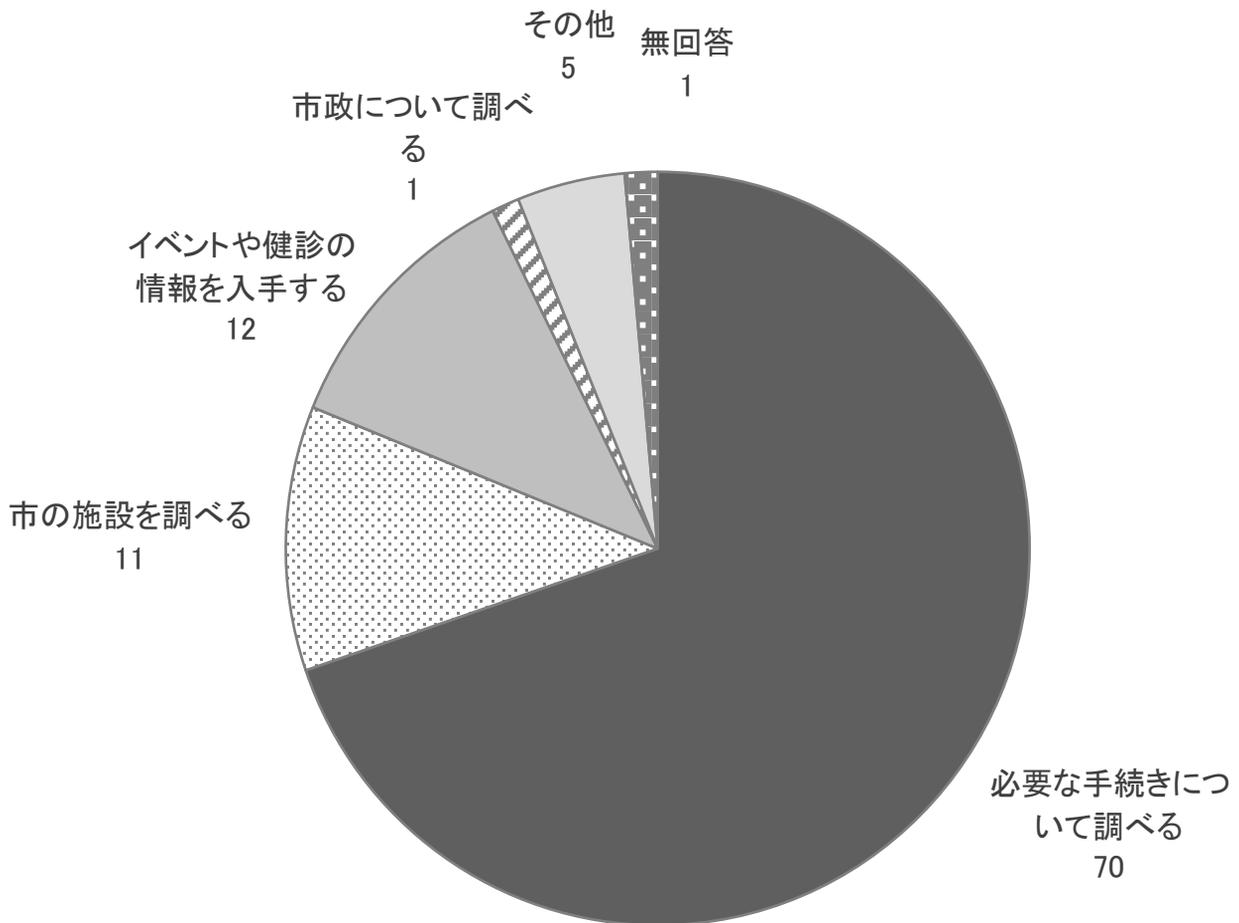
## (4)市のウェブサイト:主な利用目的

### 【全体】

- 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70%で圧倒的に多く、次いで「イベントや健診の情報入手する」(12%)、「市の施設を調べる」(11%)が続く。

【問13】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」

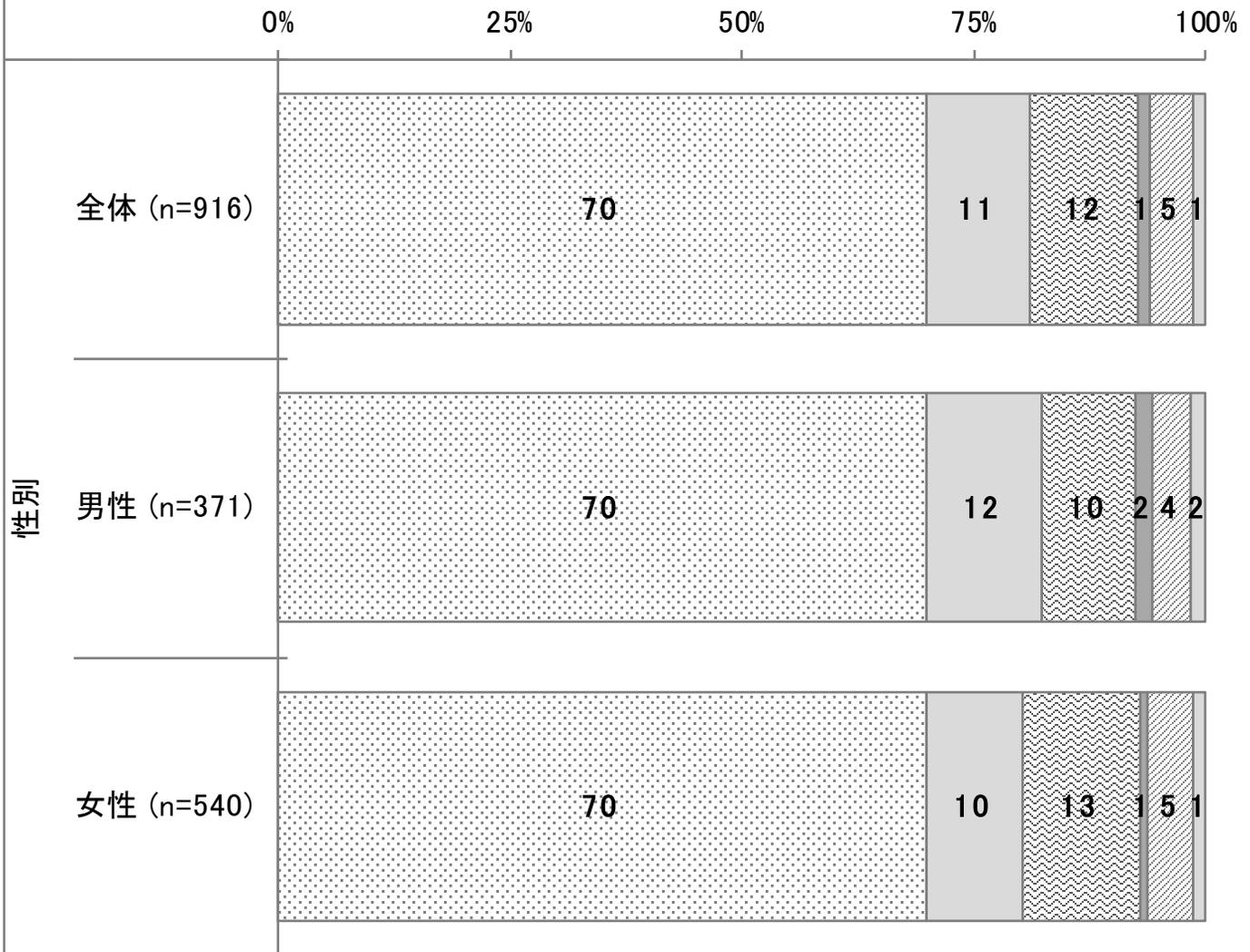
## (4)市のウェブサイト:主な利用目的

### 【性別】

- ・ 市のウェブサイトを利用する主な目的は、男性、女性で大きな差異はない。

【問13】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"/> 市の施設を調べる  |
| <input checked="" type="checkbox"/> イベントや健診の情報を入手する | <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」

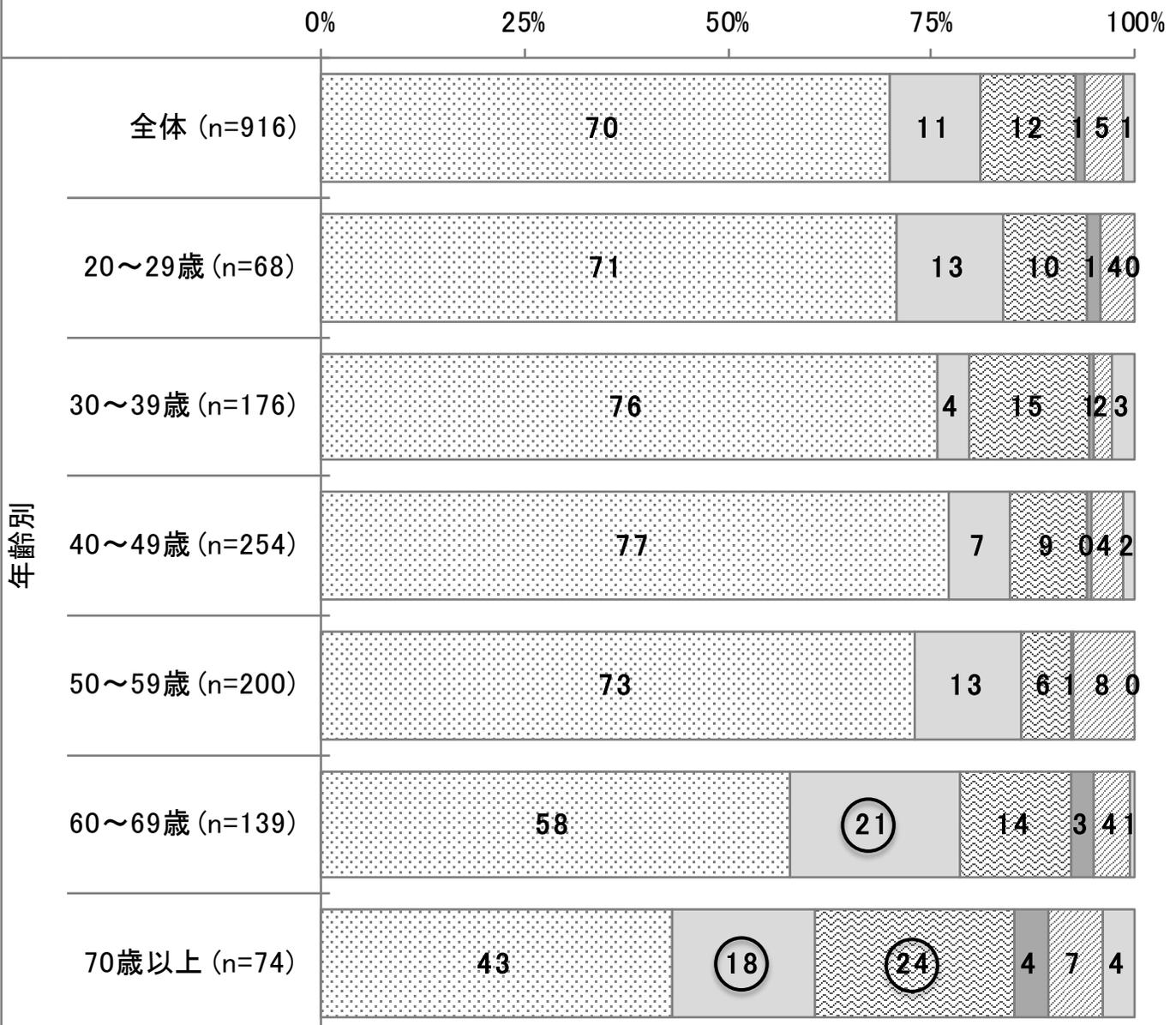
## (4)市のウェブサイト:主な利用目的

### 【年齢別】

- ・ 市のウェブサイトを利用する主な目的は、どの年齢層でも「必要な手続きについて調べる」が最も多い。
- ・ 60歳代、70歳以上では「市の施設を調べる」が全体より5ポイント以上高く、更に「イベントや健診の情報を得る」は70歳以上で高い(全体より12ポイント高い)。

【問13】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"/> 市の施設を調べる  |
| <input type="checkbox"/> イベントや健診の情報を入手する | <input type="checkbox"/> 市政について調べる |
| <input 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」

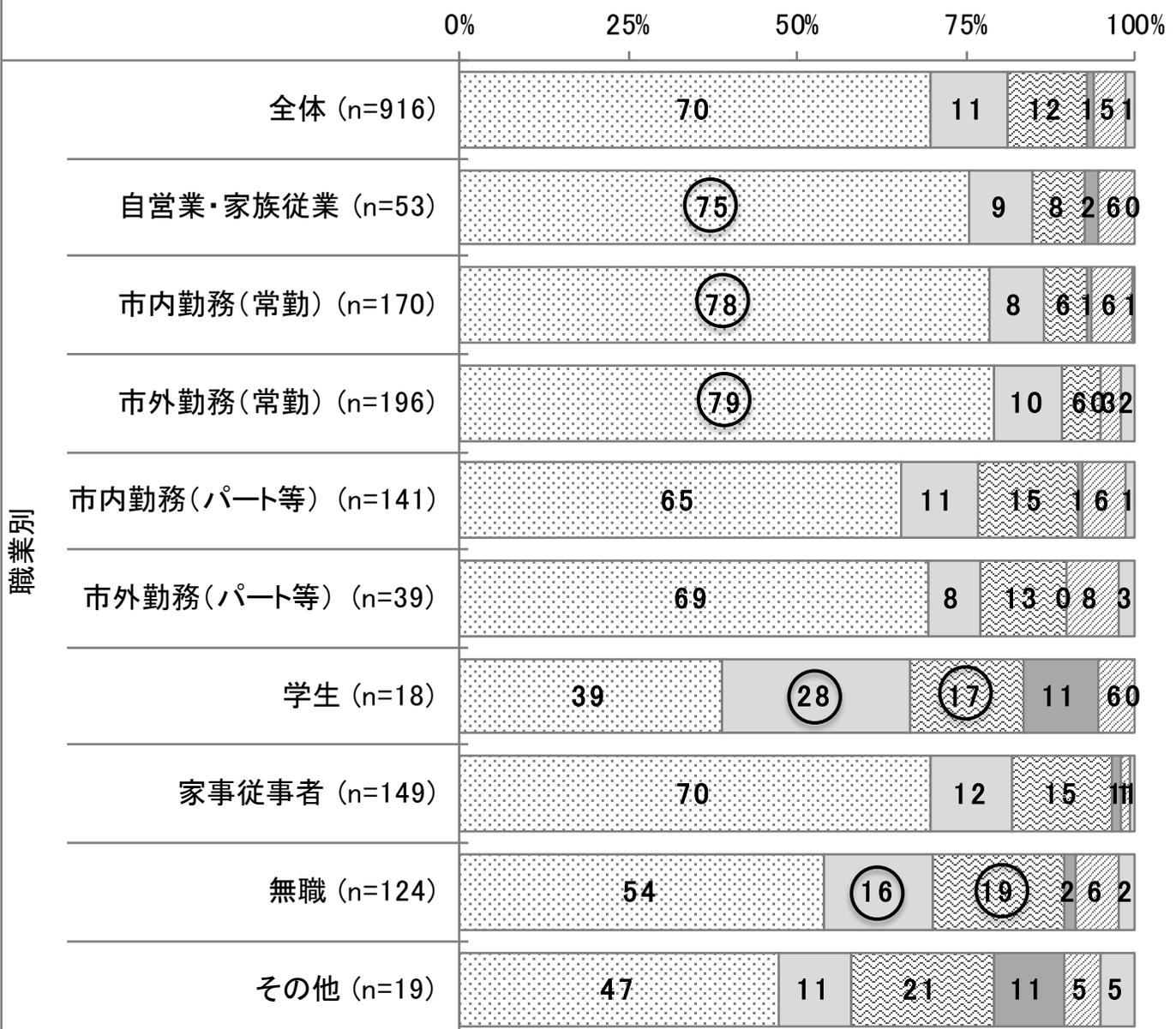
## (4)市のウェブサイト:主な利用目的

### 【職業別】

- ・ 「自営業・家族従業」、「市内勤務(常勤)」、「市外勤務(常勤)」で「必要な手続きについて調べる」が高く、全体より5ポイント以上高い。
- ・ 「無職」で「市の施設を調べる」(16%)、「イベントや健診の情報を入手する」(19%)が全体より5ポイント以上高い。

【問13】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"/> 市の施設を調べる  |
| <input type="checkbox"/> イベントや健診の情報を入手する | <input type="checkbox"/> 市政について調べる |
| <input 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」

注記)学生はサンプル数が少ないので参考値。

## (4)市のウェブサイト:必要な情報の入手

### 【全体】

- 市のウェブサイトから必要な情報を「得ることができた」とする人の割合は、78%。

(注記) 今回の調査では質問のベースとなる問11の選択肢が変更になっているため、本設問での経年比較は参考値。

【問14】市のウェブサイト(ホームページ)から必要な情報を得ることができましたか。

得ることができた
  情報は載っていたが十分ではなかった
  得ることができなかった
  無回答

0% 25% 50% 75% 100%

27年度 (n=916)

78

18

23

25年度 (n=727)

69

27

12

23年度 (n=900)

66

29

23

経年比較

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」  
 ※今回の調査は集計ベースとなる質問の選択肢を変更したため、経年変化は参考値

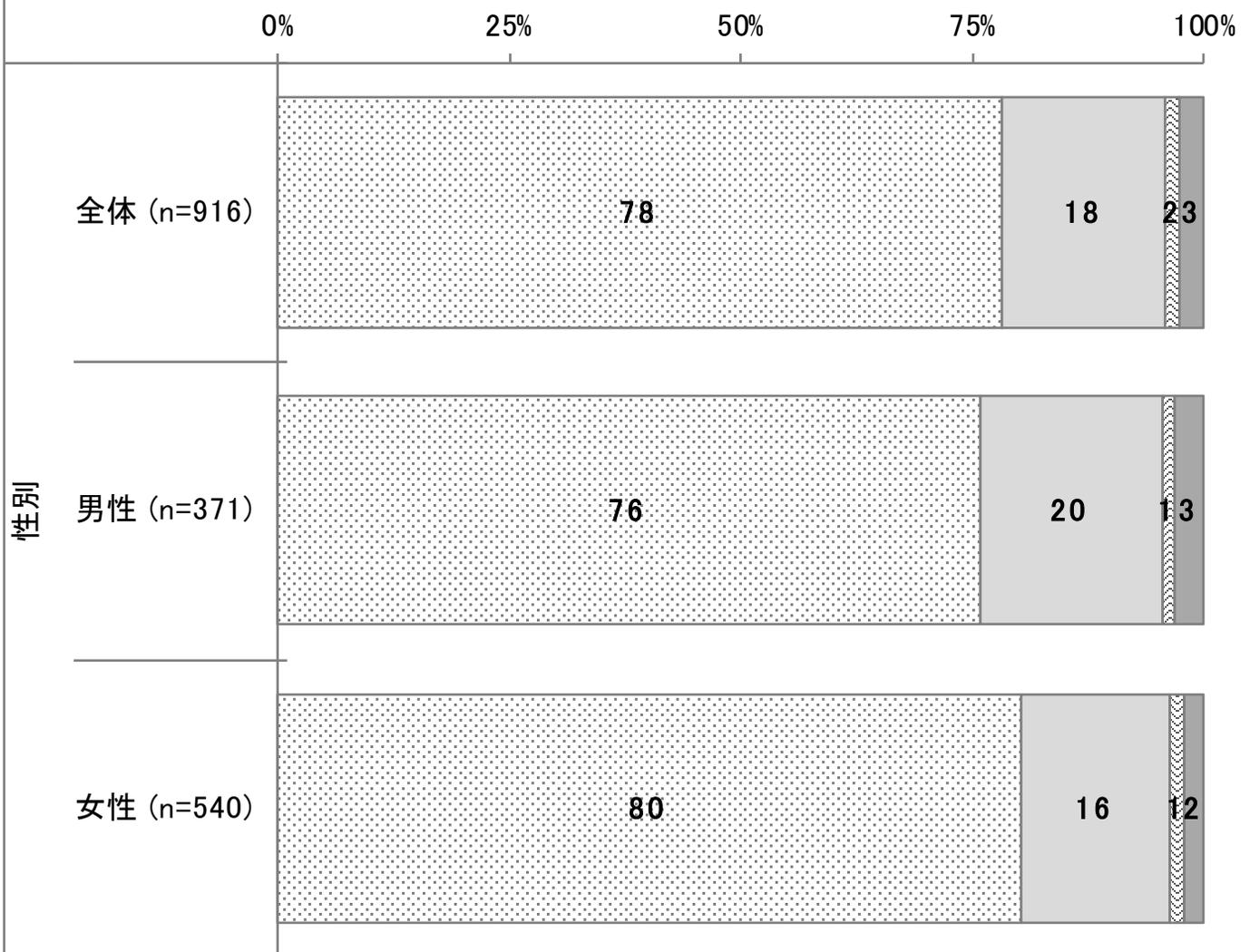
## (4)市のウェブサイト:必要な情報の入手

### 【性別】

- 市のウェブサイトから必要な情報を「得ることができた」とする割合は、男性76%、女性80%で、大きな差ではない。

【問14】市のウェブサイト(ホームページ)から必要な情報を得ることができましたか。

得ることができた
  情報は載っていたが十分ではなかった
  得ることができなかった
  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」

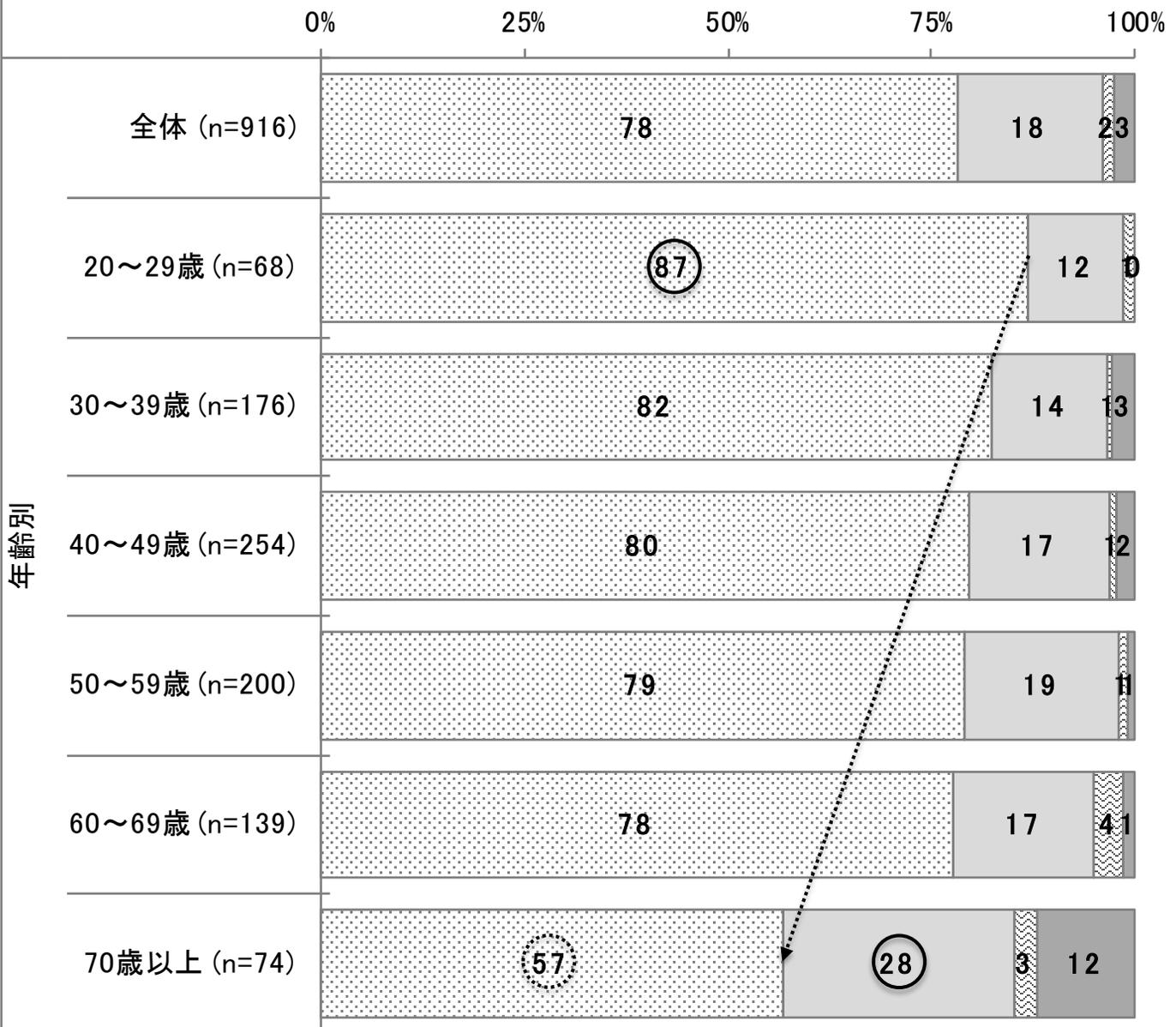
## (4)市のウェブサイト:必要な情報の入手

### 【年齢別】

- ・ 市のウェブサイトから必要な情報を「得ることができた」割合は高年齢層ほど減少する傾向にある。
- ・ 70歳以上では、「情報は載っていたが十分ではなかった」が28%と全体より10ポイント高い。

【問14】市のウェブサイト(ホームページ)から必要な情報を得ることができましたか。

得ることができた
  情報は載っていたが十分ではなかった
  得ることができなかった
  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」

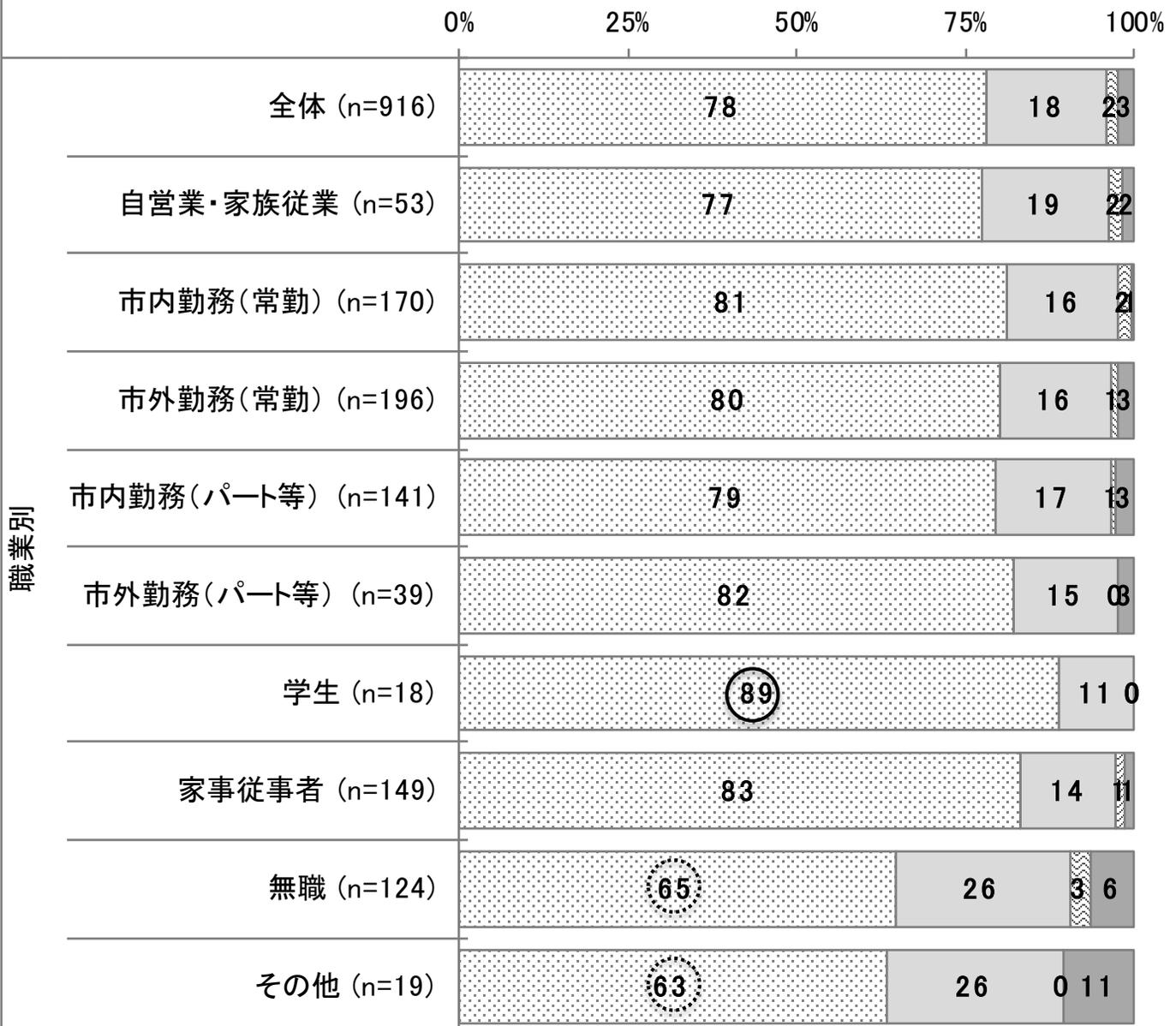
## (4)市のウェブサイト:必要な情報の入手

### 【職業別】

- 市のウェブサイトから必要な情報を「得ることができた」割合は、どの職業グループも80%前後である。但し高年齢層の多いと考えられる「無職」では「得ることができた」割合は65%と、全体に比べ10ポイント以上少ない。

【問14】市のウェブサイト(ホームページ)から必要な情報を得ることができましたか。

得ることができた
  情報は載っていたが十分ではなかった
  得ることができなかった
  無回答



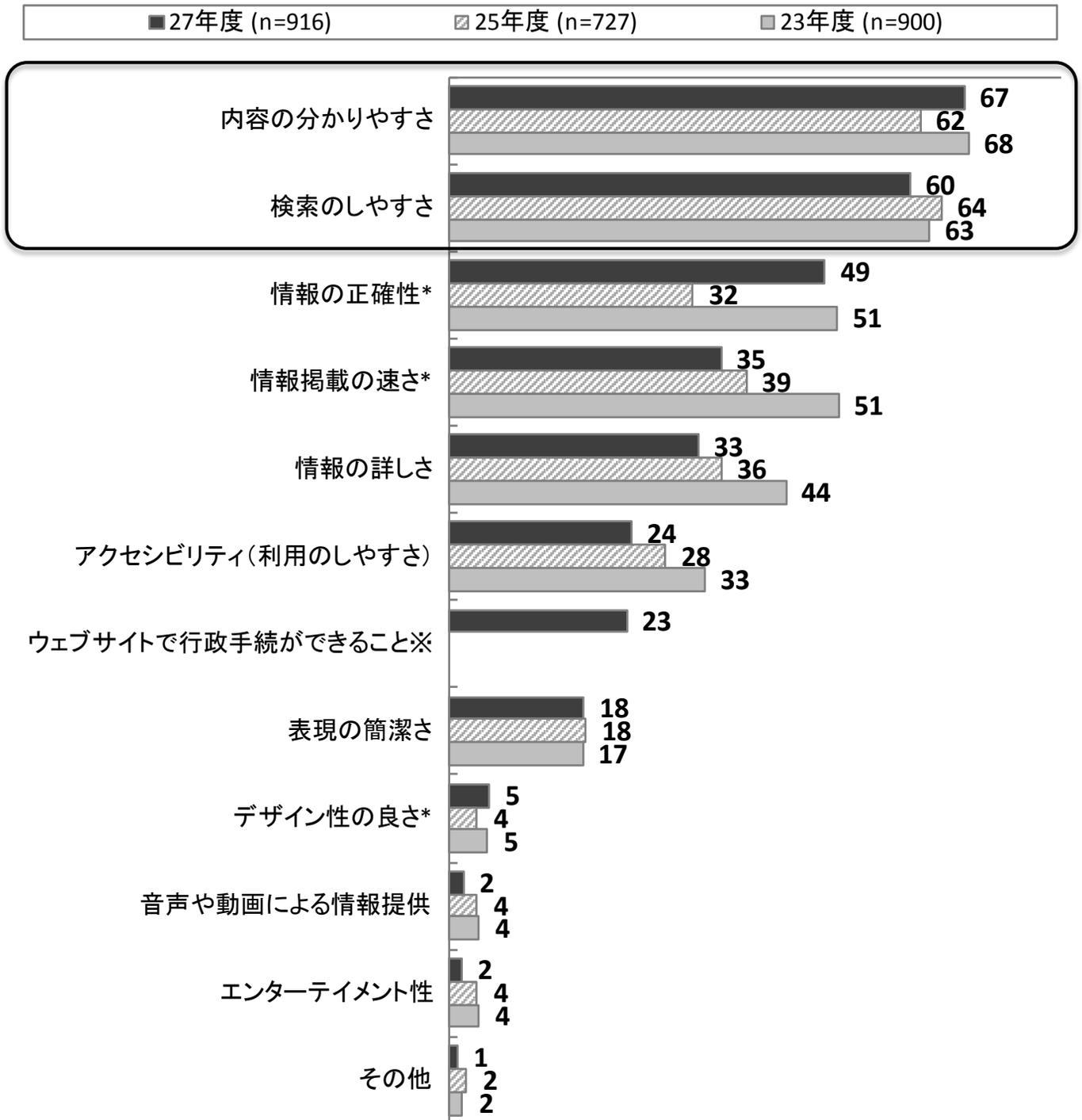
集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

## (4)市のウェブサイト:期待すること

### 【全体と一部は経年比較】

- 「内容の分かりやすさ」と「検索のしやすさ」が、市のウェブサイトに関心することの1位と2位であり、23年度、25年度と変わっていない。

【問15】今後、市のウェブサイト(ホームページ)に関心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」

※「ウェブサイトで行政手続きができること」の選択肢は、今回の調査から新たに追加

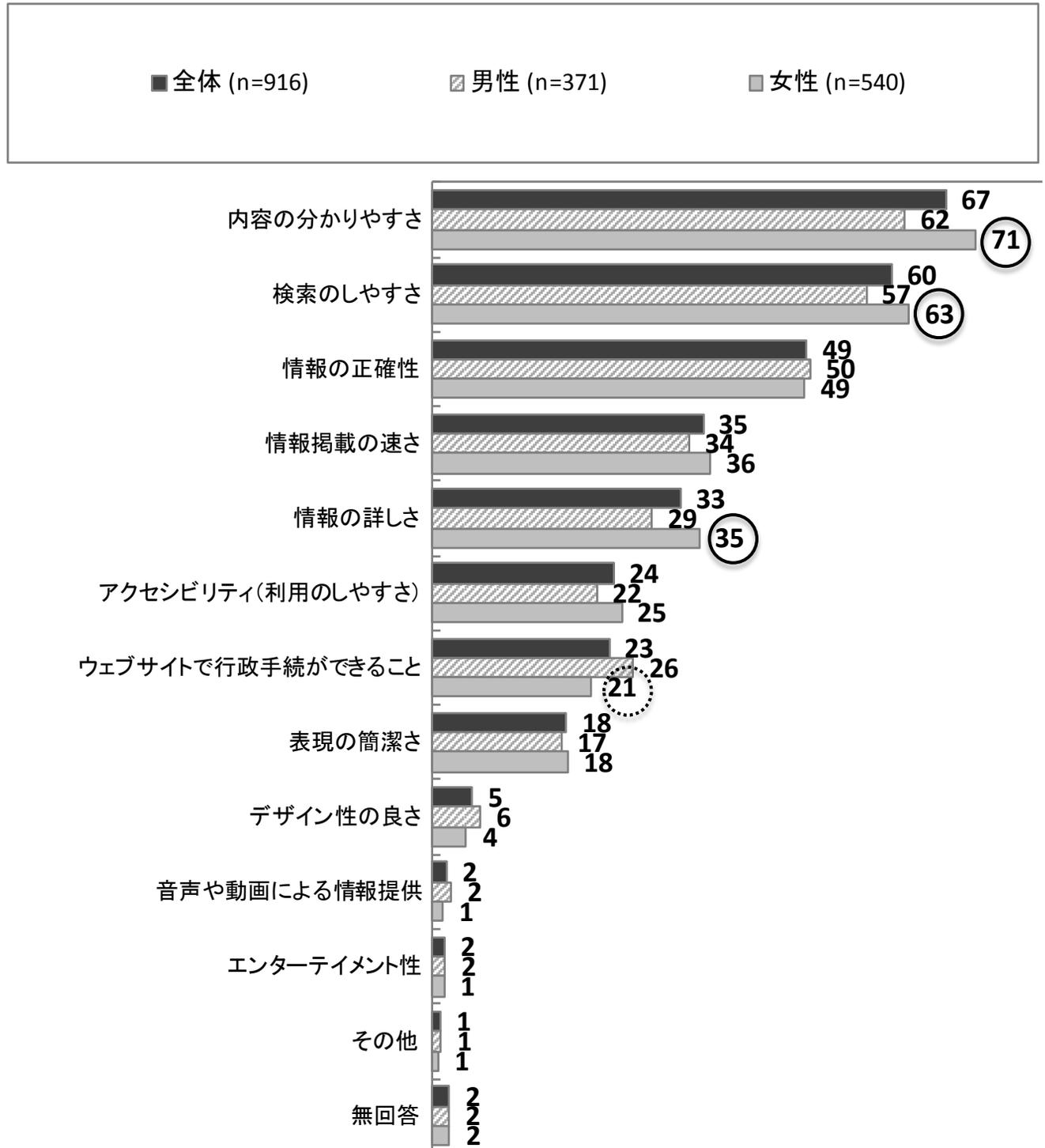
\* 今回の調査は選択肢表記を変更したため、経年変化は参考値

## (4)市のウェブサイト:期待すること

### 【性別】

- ・ 「内容の分かりやすさ」、「検索のしやすさ」、「情報の詳しさ」への期待で、女性が男性より6ポイント以上高い。
- ・ 「ウェブサイトでの行政手続きができること」への期待は、男性が女性より5ポイント高い。

【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】 (%)



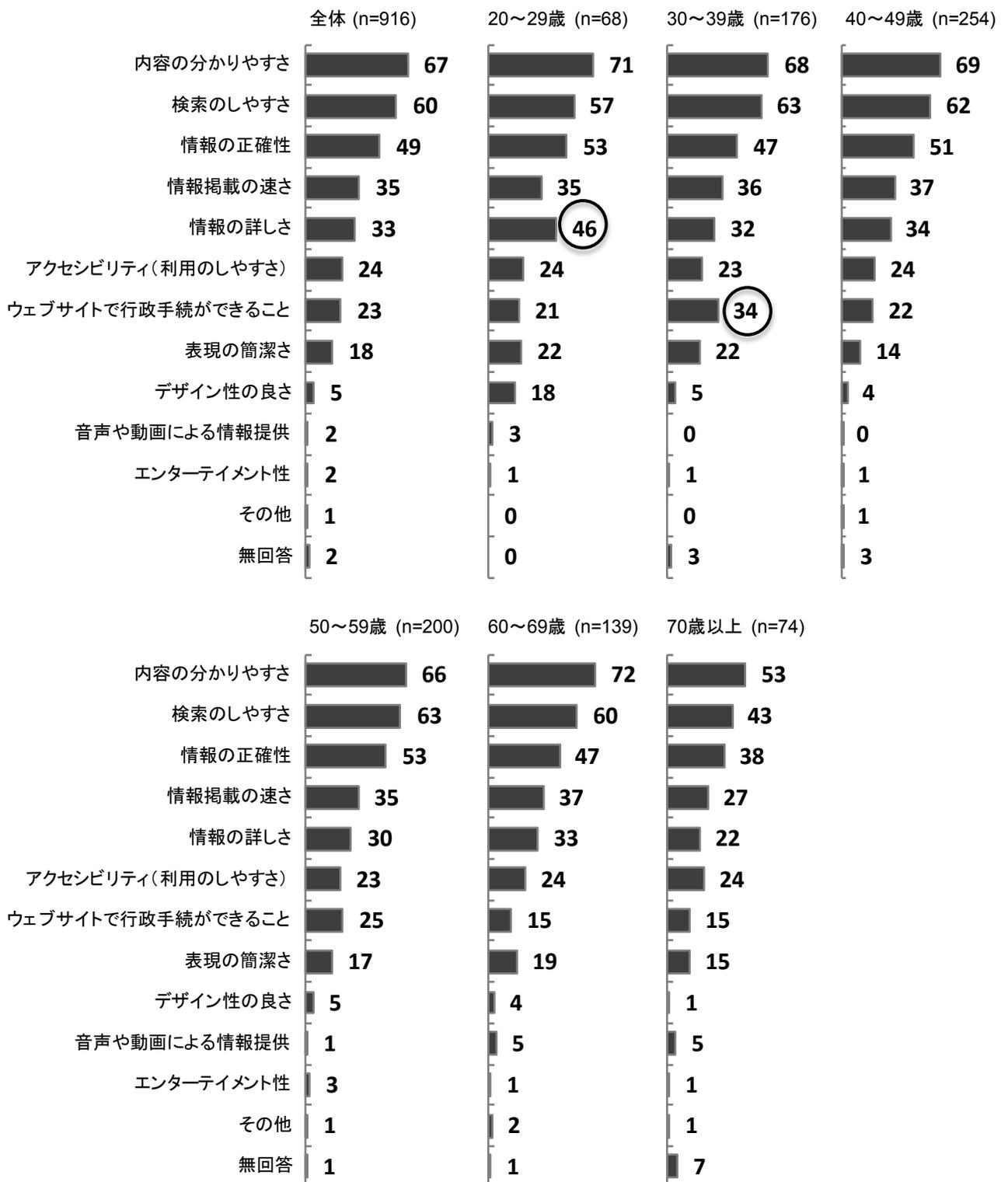
集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

## (4)市のウェブサイト:期待すること

### 【年齢別】

- ・ 市のウェブサイトに期待することの順番は、各年齢層で大きくは変わらない。
- ・ 但し、20歳代では「情報の詳しさ」が46%と、全体に対して10ポイント以上高く、30歳代では「ウェブサイトで行行政手続きができること」への期待が34%と、全体に対して10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】 (%)



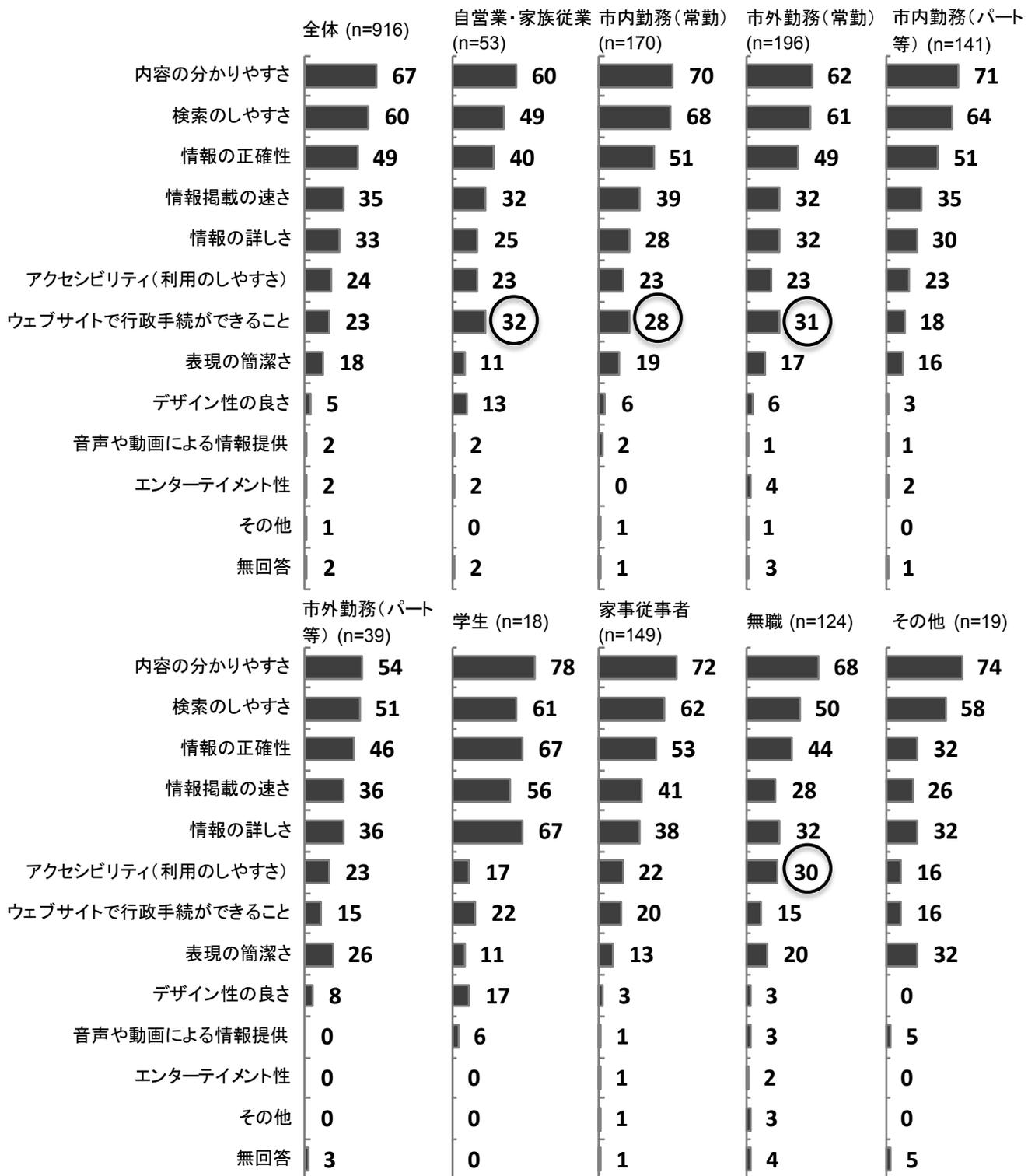
集計ベース：市のウェブサイト「日常的に/必要な情報を得たい時にだけ利用している」

## (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」、「市内勤務(常勤)」、「市外勤務(常勤)」が「ウェブサイトでの行政手続きができること」を期待する割合が高く、全体より5ポイント以上高い。
- ・ 「無職」は「アクセシビリティ」への期待が、全体より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」

(注記) 「学生」はサンプル数が少ないため参考値

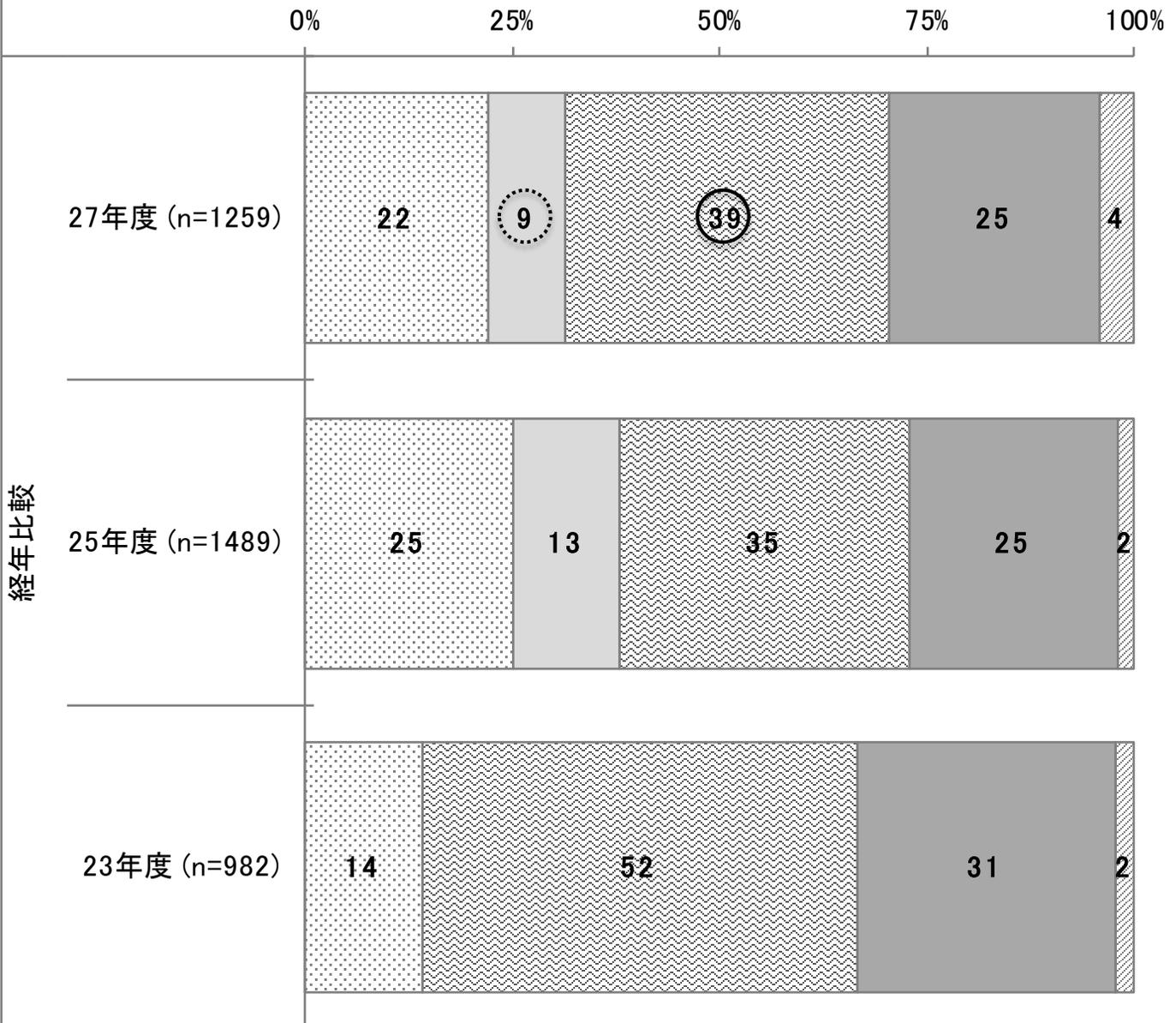
## (4)市のウェブサイト:利用しない理由

### 【全体・経年比較】

- ・ 市のウェブサイトを利用しない最も多い理由は「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」(39%)であり、25年度(35%)からわずかに増加している。
- ・ 「必要な情報がみつからない」は、25年度からわずかながら減少している。

【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

※「必要な情報がみつからない」の選択肢は、25年度調査で新たに追加

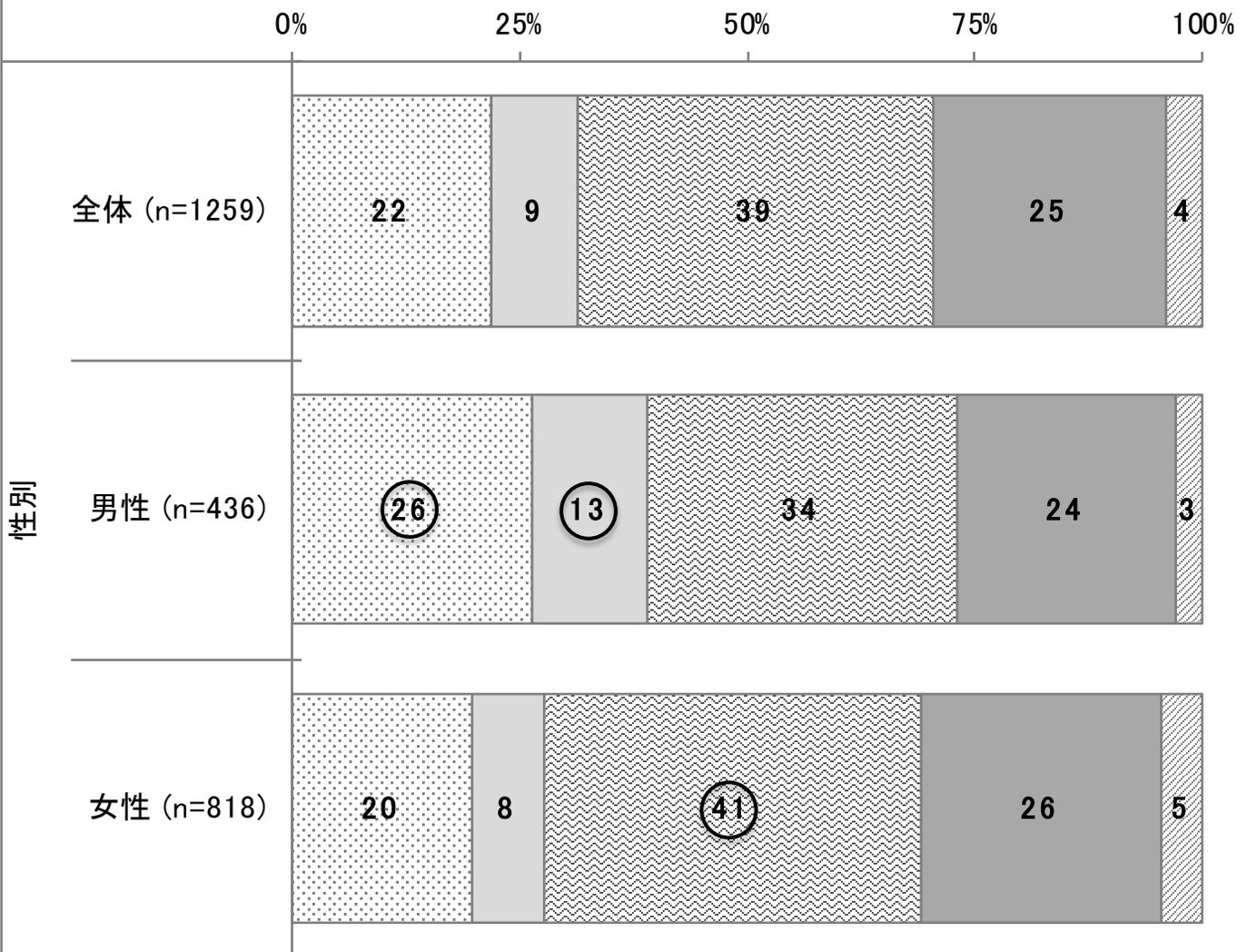
## (4)市のウェブサイト:利用しない理由

### 【性別】

- 市のウェブサイトを利用しない主な理由として、女性は41%が「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」を上げているのに対して、男性は「市や区の情報に関心がない」(26%)や「必要な情報がみつからない」(13%)を挙げる人が女性より5ポイント以上多い。

【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」

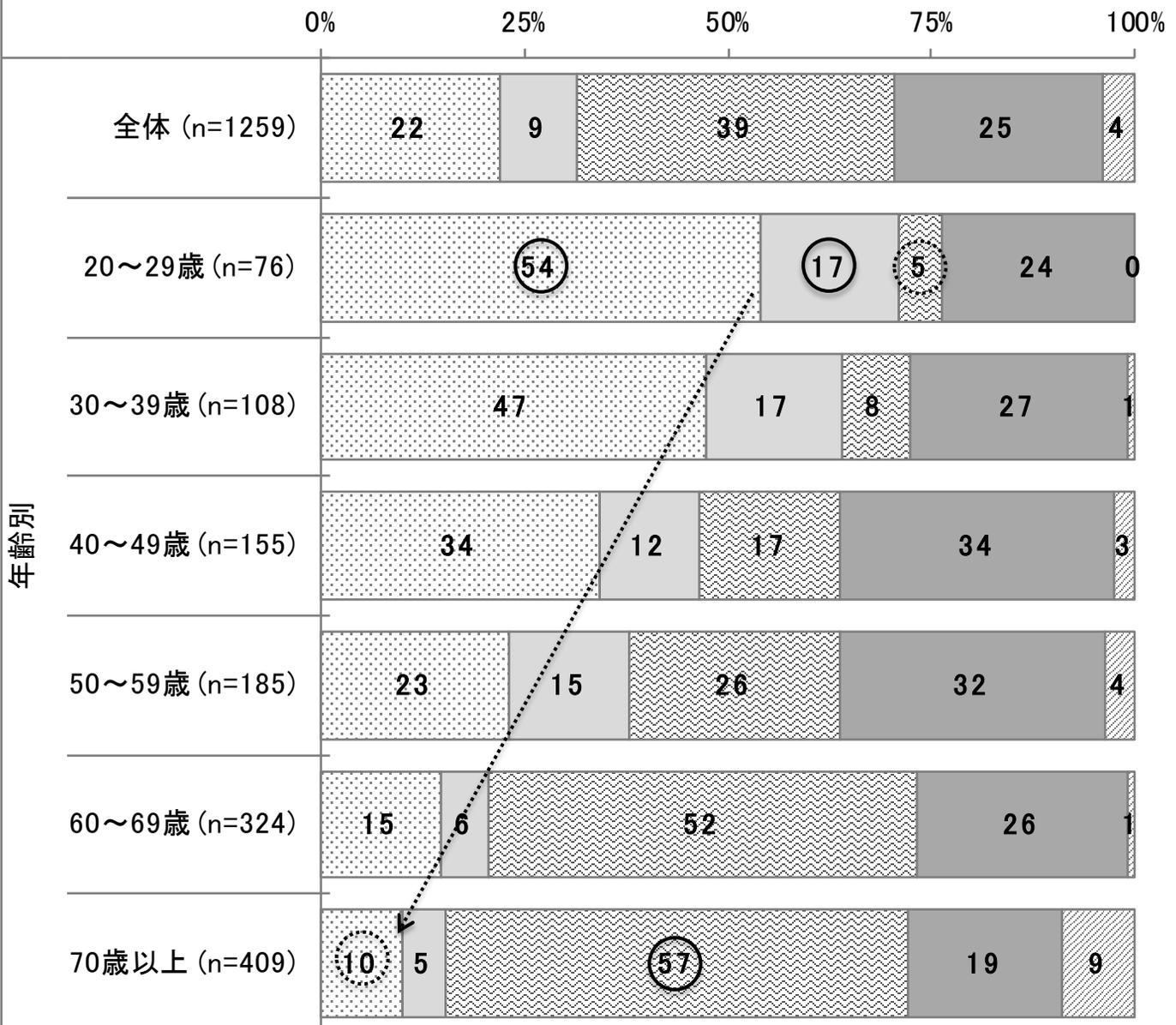
## (4)市のウェブサイト:利用しない理由

### 【年齢別】

- ・ 市のウェブサイトを利用しない主な理由は、年齢層により大きく異なっている。
- ・ 20歳代は「市や区の情報に関心がない」が54%で1位の理由だが、年齢が上がるに従い「市や区の情報に関心がない」が減少し、70歳以上では「パソコンが無いなど、ウェブサイトを見ることができない」が57%と最大となる。

【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「利用したことがない」

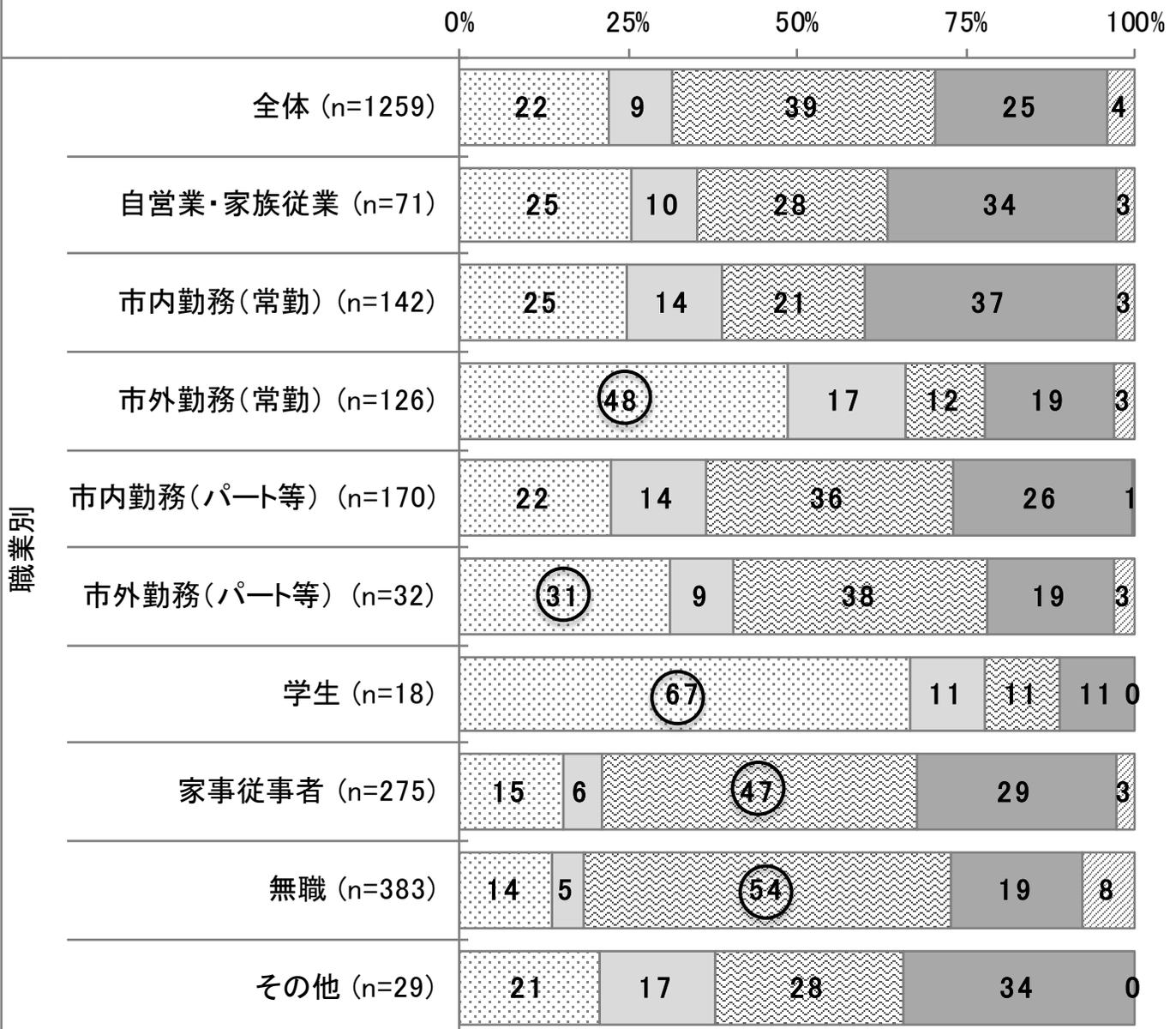
## (4)市のウェブサイト:利用しない理由

### 【職業別】

- 「市外勤務(常勤)」、「市外勤務(パート等)」で「市や区の情報に関心がない」割合が全体よりそれぞれ26ポイント、9ポイント高く、「家事従事者」と「無職」では、「パソコンが無いなど、ウェブサイトを見ることができない」が全体に比べそれぞれ8ポイント、15ポイント高い割合である。

【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



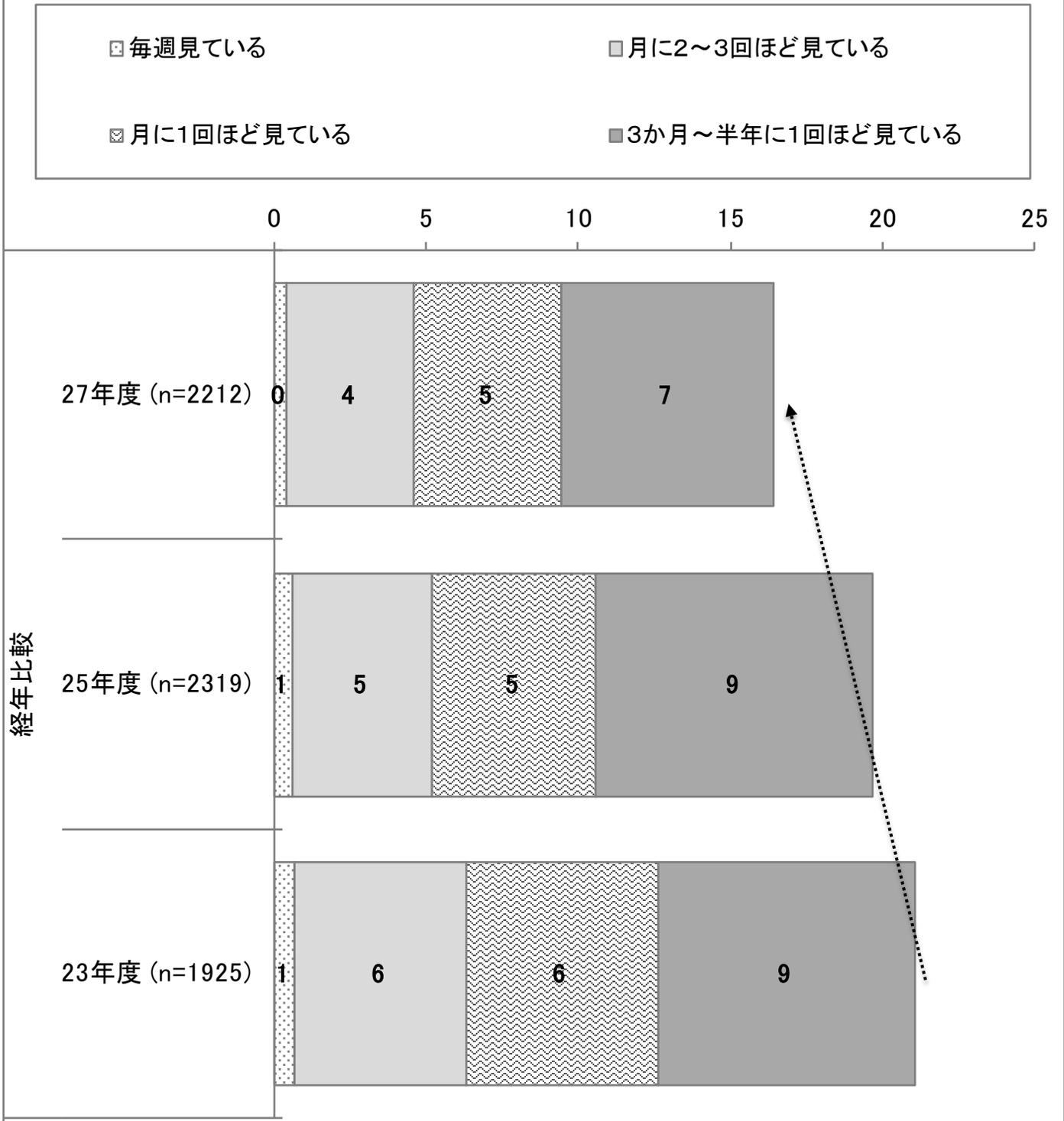
集計ベース：市のウェブサイト「利用したことがない」

# (5) 広報テレビ・ラジオ番組:「ハマナビ」

## 【全体・経年比較】

- ・ 広報テレビ番組「ハマナビ」を見た人は、「毎週見ている」～「3か月～半年に1回ほど見ている」の合計で16%であり、23年度から徐々に減少している。

【問17】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。



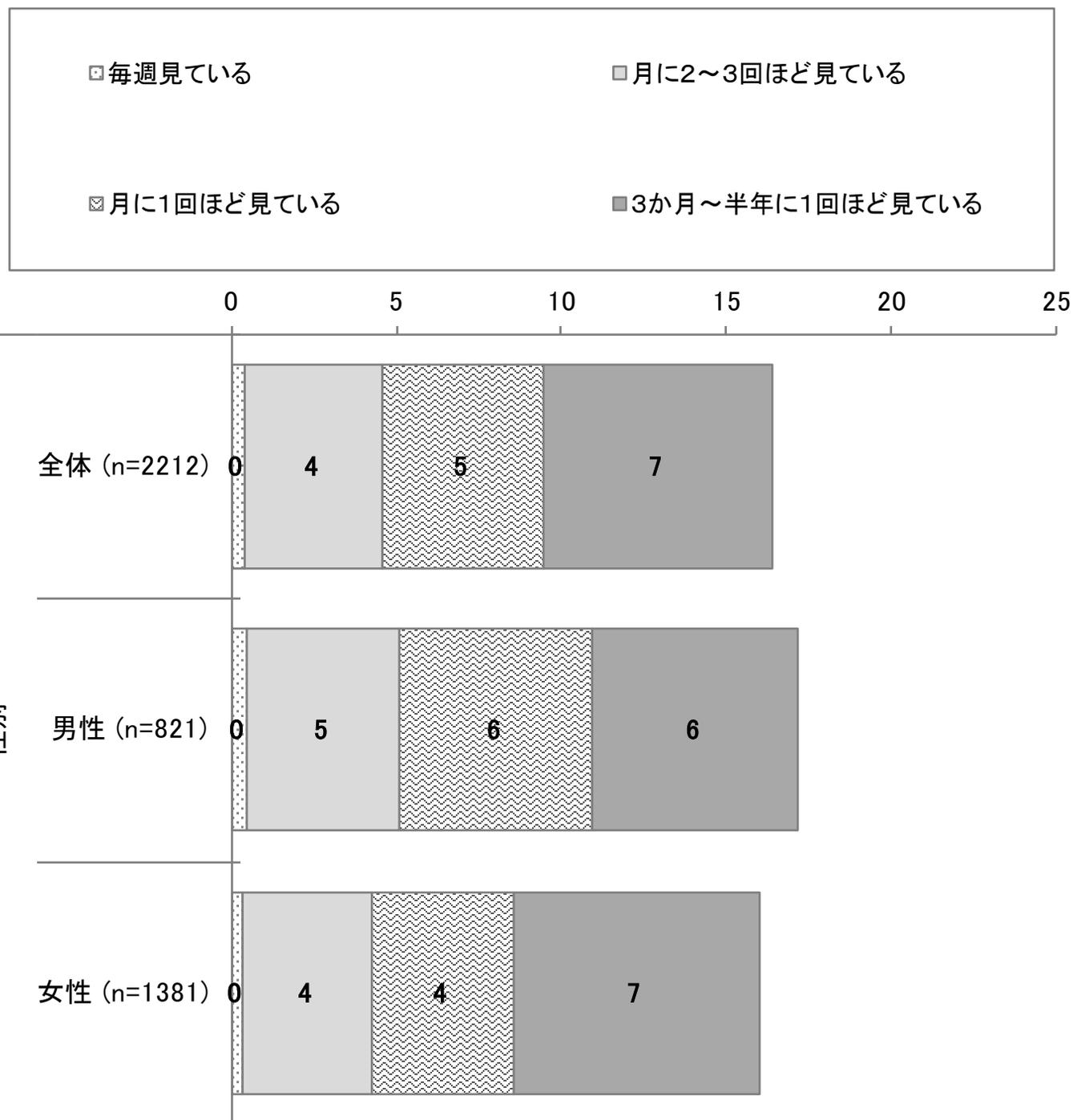
※視聴経験の内訳を見やすくするため「見たことがない」、「無回答」を表示していない

## (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ハマナビ」

### 【性別】

- ・ 「ハマナビ」を見ている割合に、男女間で大きな差は見られない。

【問17】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。



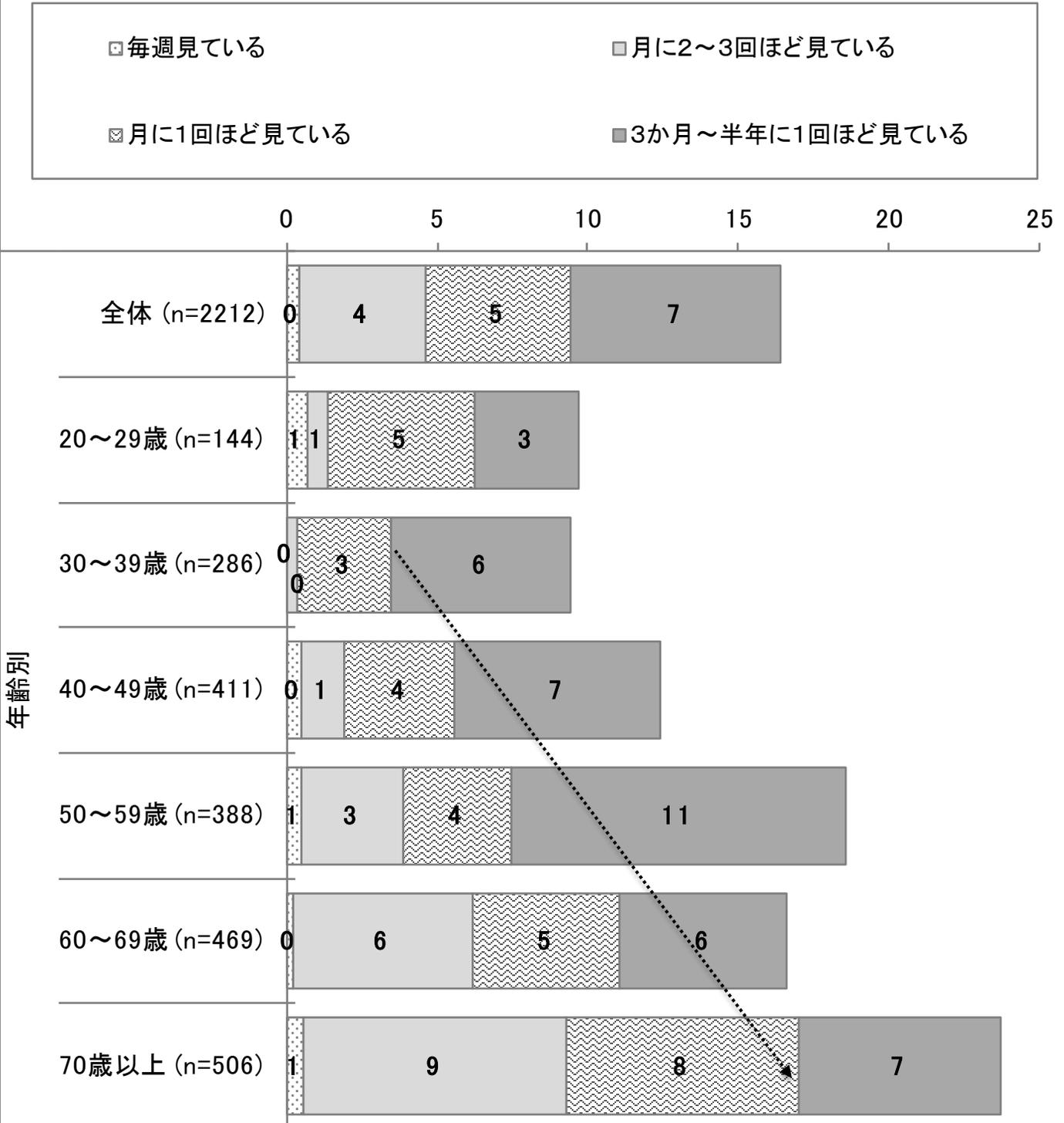
※視聴経験の内訳を見やすくするため「見たことがない」、「無回答」を表示していない

# (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ハマナビ」

## 【年齢別】

- ・ 高年齢層ほど「ハマナビ」を「月に1回」以上の視聴頻度が高くなる傾向がある。
- ・ 「月に1回ほど見ている」と「月に2～3回ほど見ている」層が、30歳代から年齢とともに増えている。

【問17】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。



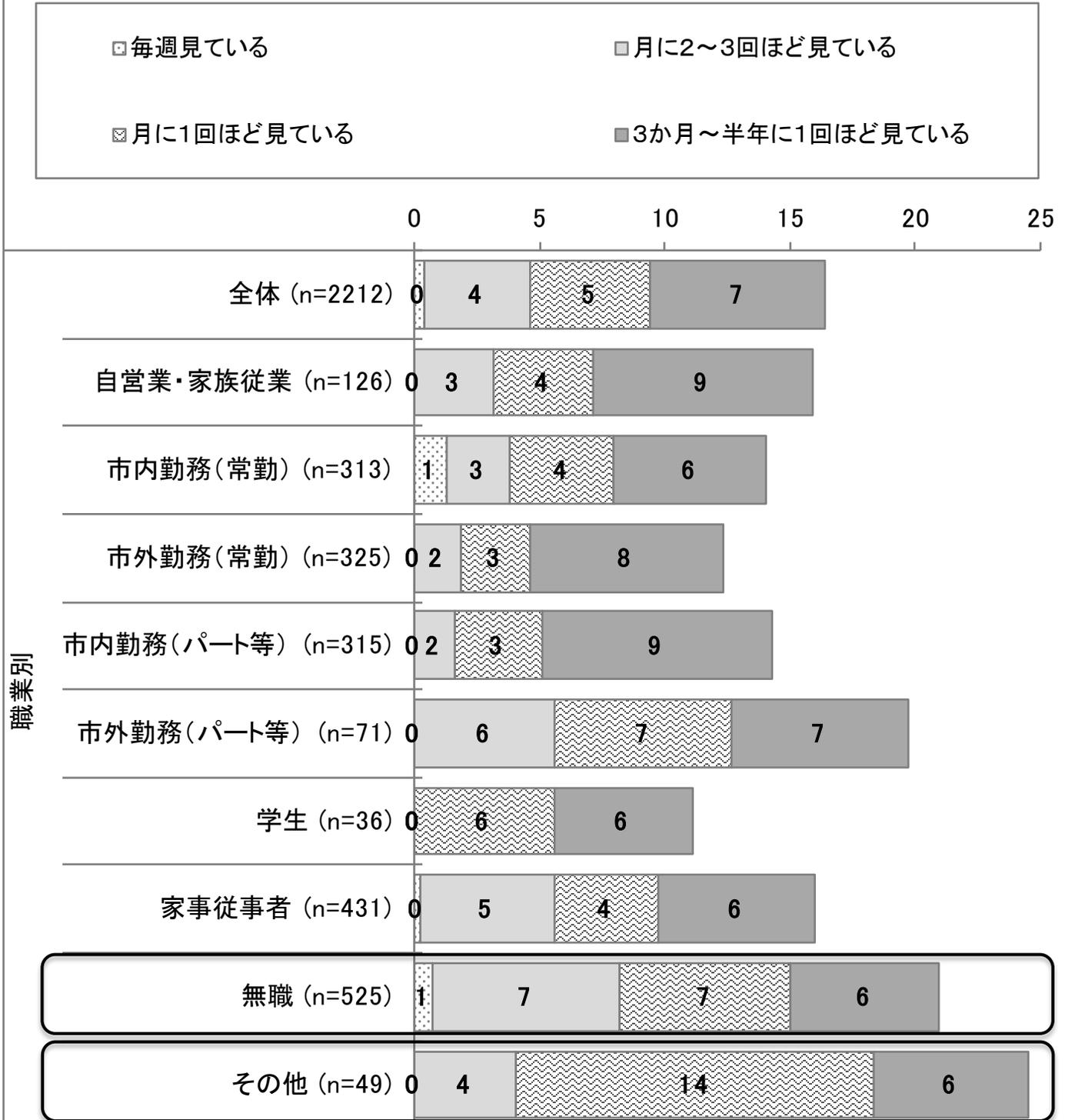
※視聴経験の内訳を見やすくするため「見たことがない」、「無回答」を表示していない

# (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ハマナビ」

## 【職業別】

- ・ 「無職」が「ハマナビ」の視聴率が全体よりも5ポイント高い。

【問17】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。



※視聴経験の内訳を見やすくするため「見たことがない」、「無回答」を表示していない

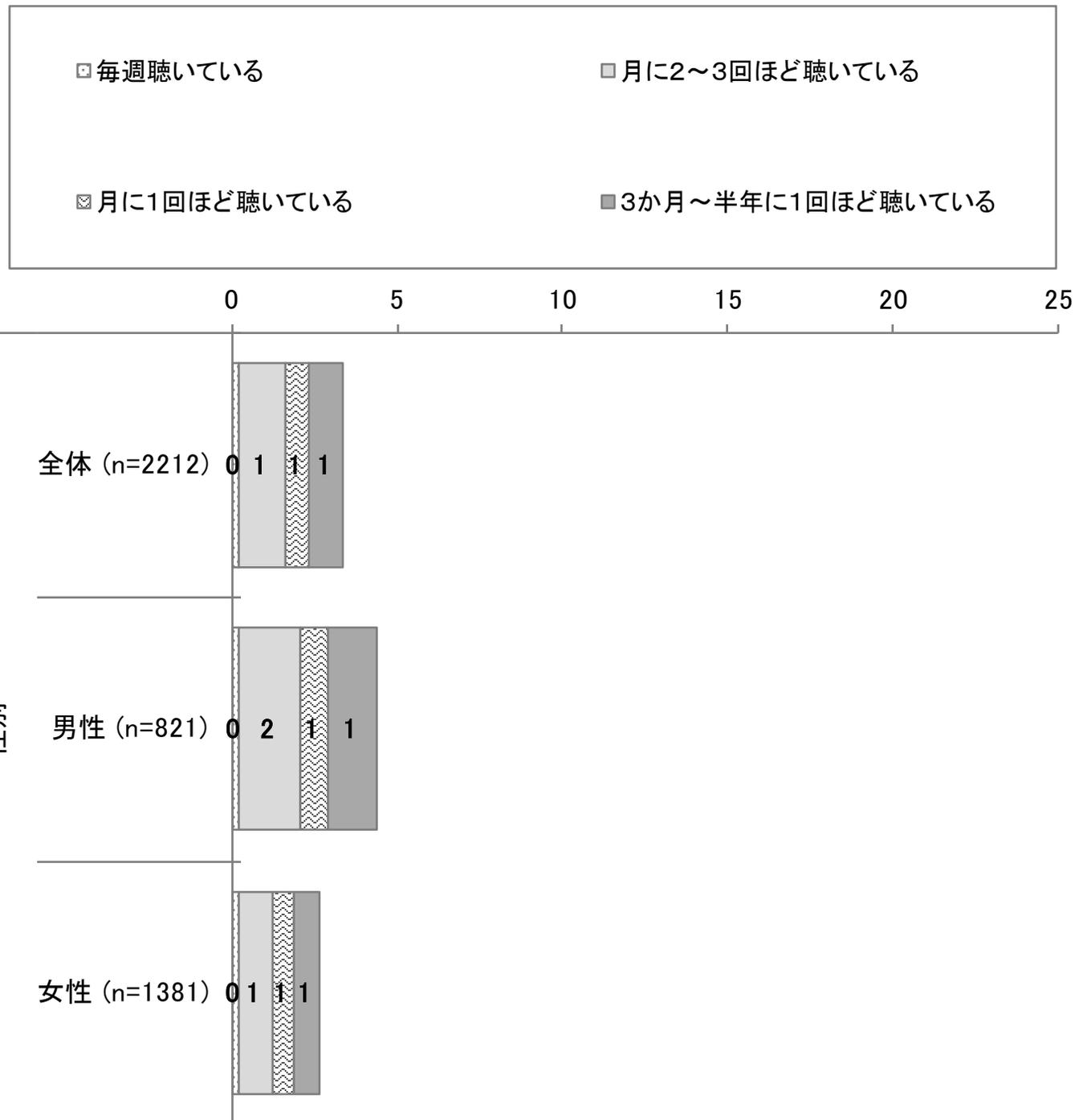


## (5) 広報テレビ・ラジオ番組:「ホツと横浜」

### 【性別】

- 「ホツと横浜」を聴いている割合は、男女間で大きな差はない。

【問18】広報ラジオ番組「ホツと横浜」(ラジオ日本 木・金曜16時30分～16時35分)を聴いていますか。



※聴取経験の内訳を見やすくするため「聴いたことがない」、「無回答」を表示していない



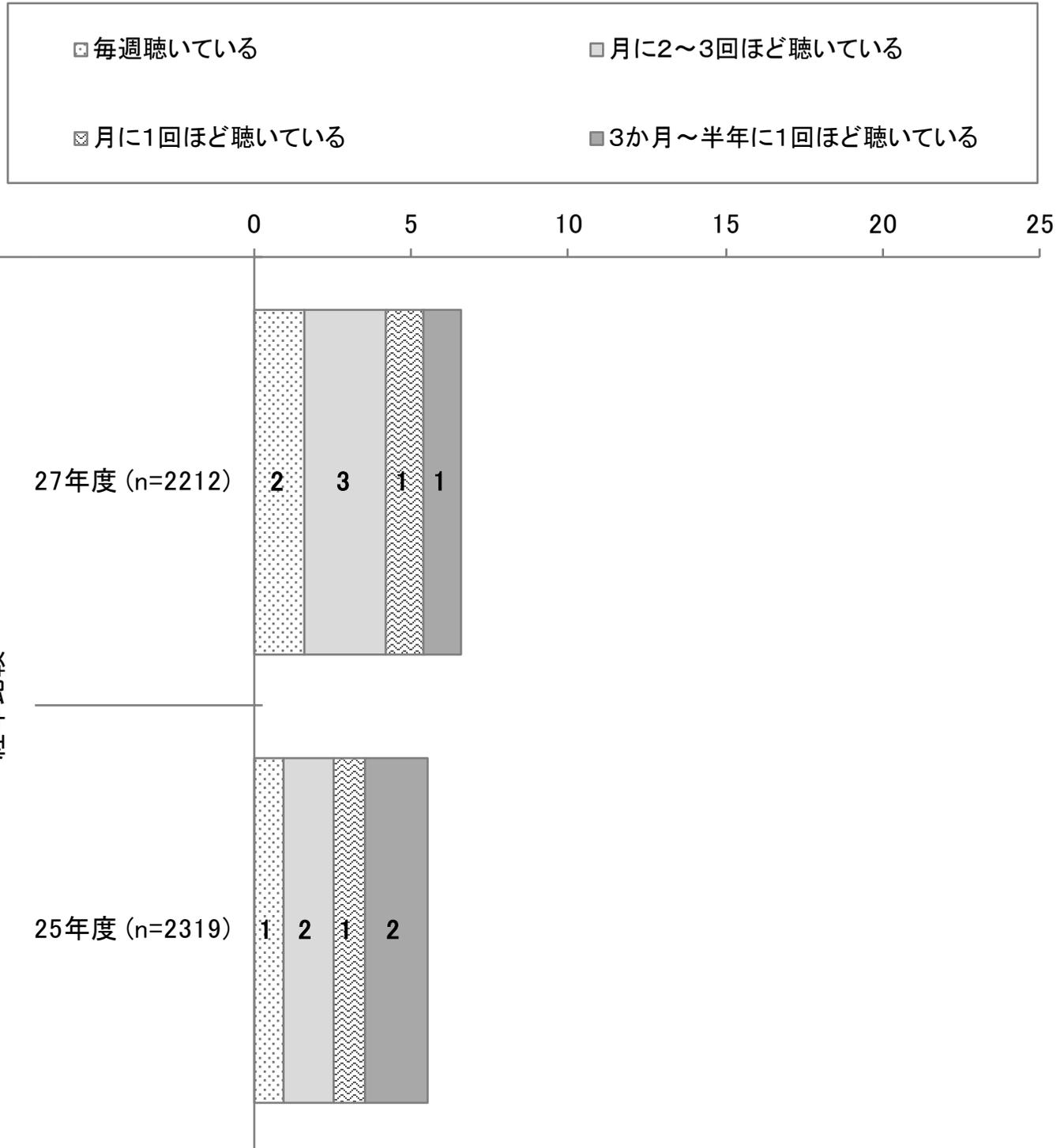


## (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ようこそ横浜」

### 【全体・経年比較】

- ・ 「3か月～半年に1回ほど聴いている」人を含めて見ると、市の広報ラジオ番組「ようこそ横浜」を聴いている人は全体で7%であり、25年度(6%)からの変化はほとんどない。
- ・ 「毎週聴いている」人が2%いる。

【問19】広報ラジオ番組「ようこそ横浜」(ニッポン放送 金曜10時46分～10時51分)を聴いていますか。



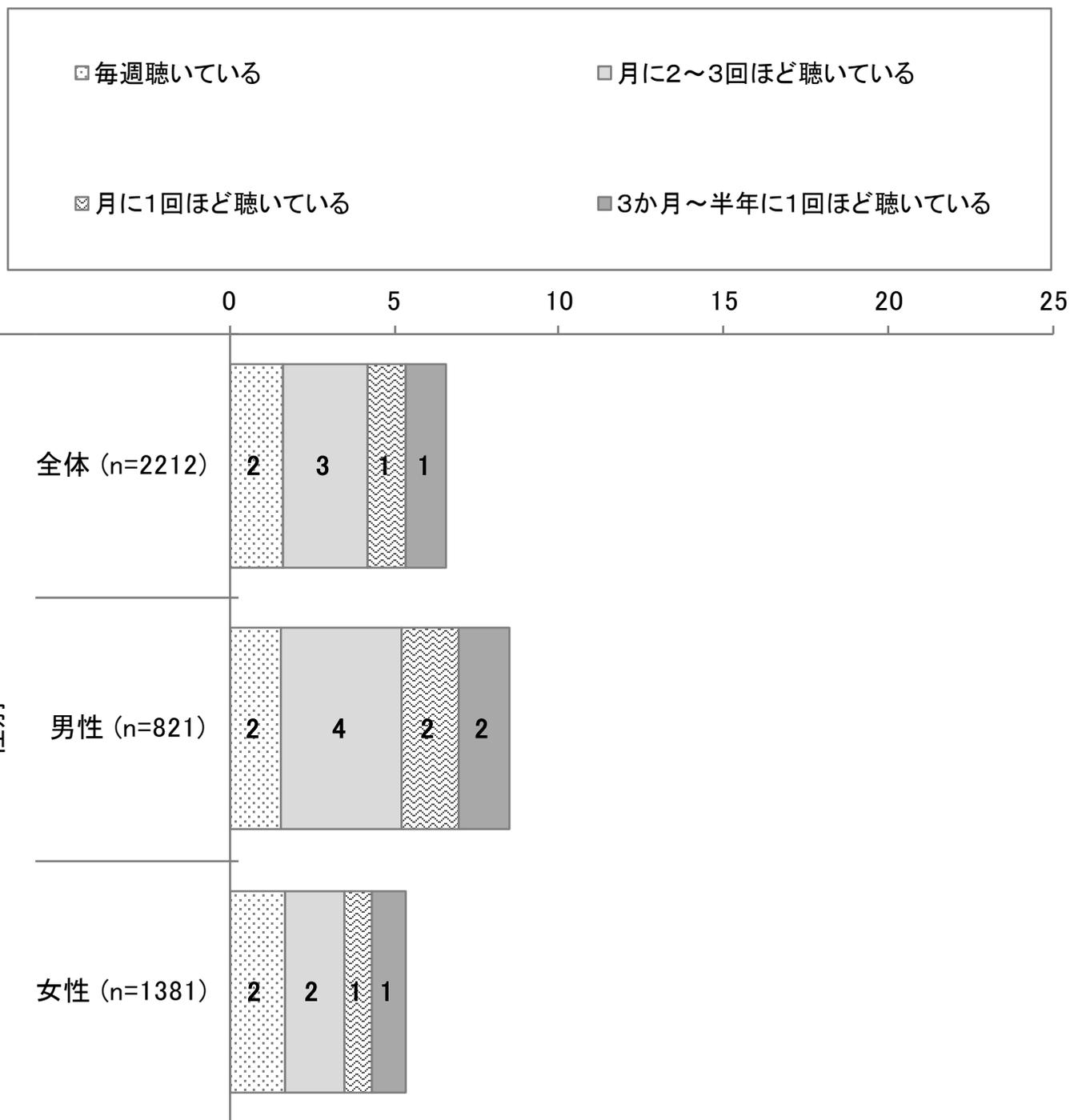
※聴取経験の内訳を見やすくするため「聴いたことがない」、「無回答」を表示していない

## (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ようこそ横浜」

### 【性別】

- 「ようこそ横浜」を聴いている人の割合は、男性が女性よりわずかに高い。

【問19】広報ラジオ番組「ようこそ横浜」(ニッポン放送 金曜10時46分～10時51分)を聴いていますか。



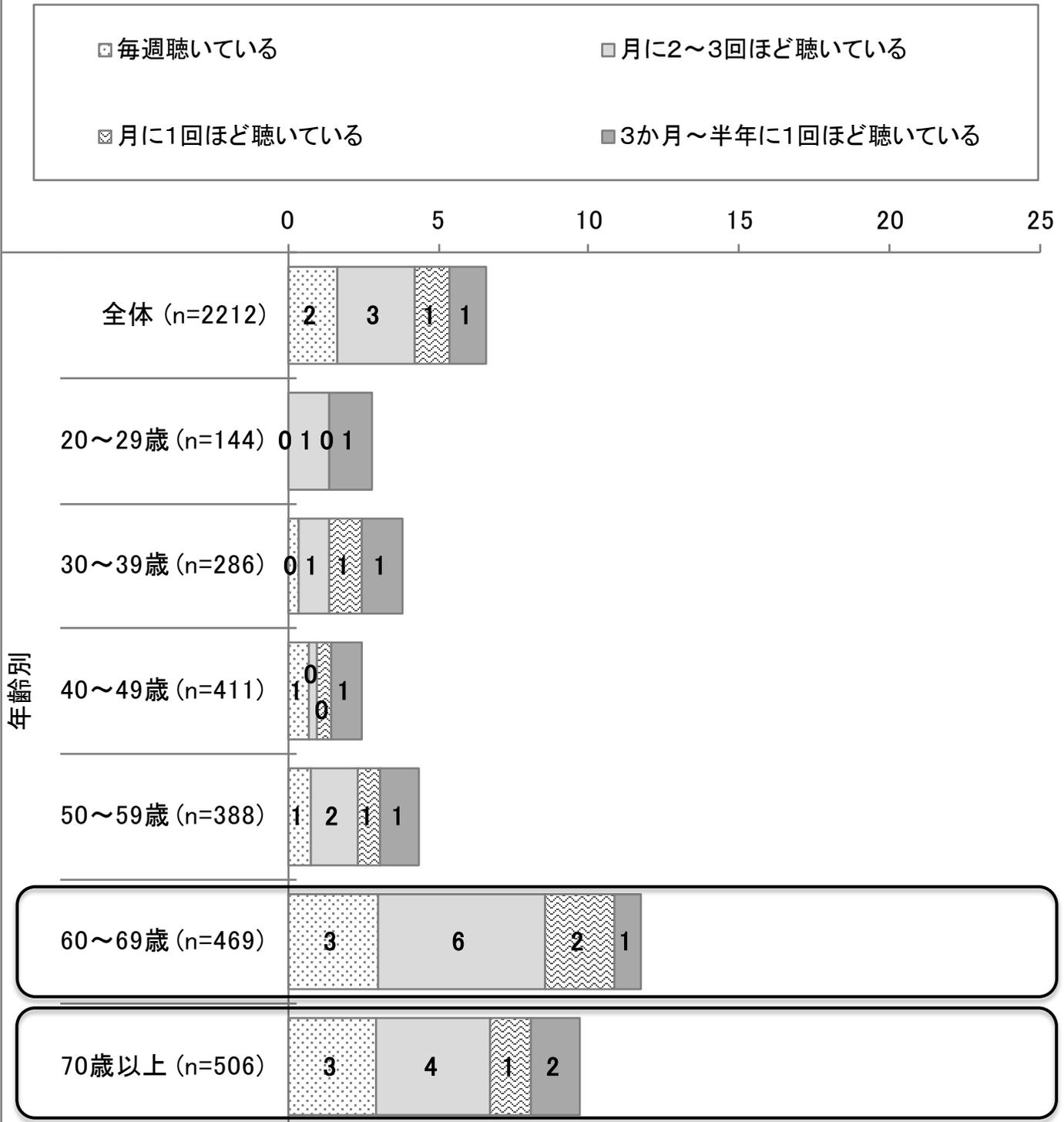
※聴取経験の内訳を見やすくするため「聴いたことがない」、「無回答」を表示していない

# (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ようこそ横浜」

## 【年齢別】

- 60歳代(12%)と70歳以上(10%)の高年齢層で、「ようこそ横浜」を聴いている割合が高い。しかも、「毎週聴いている」人がその年齢層で3%ずつ存在している。

【問19】広報ラジオ番組「ようこそ横浜」(ニッポン放送 金曜10時46分～10時51分)を聴いていますか。



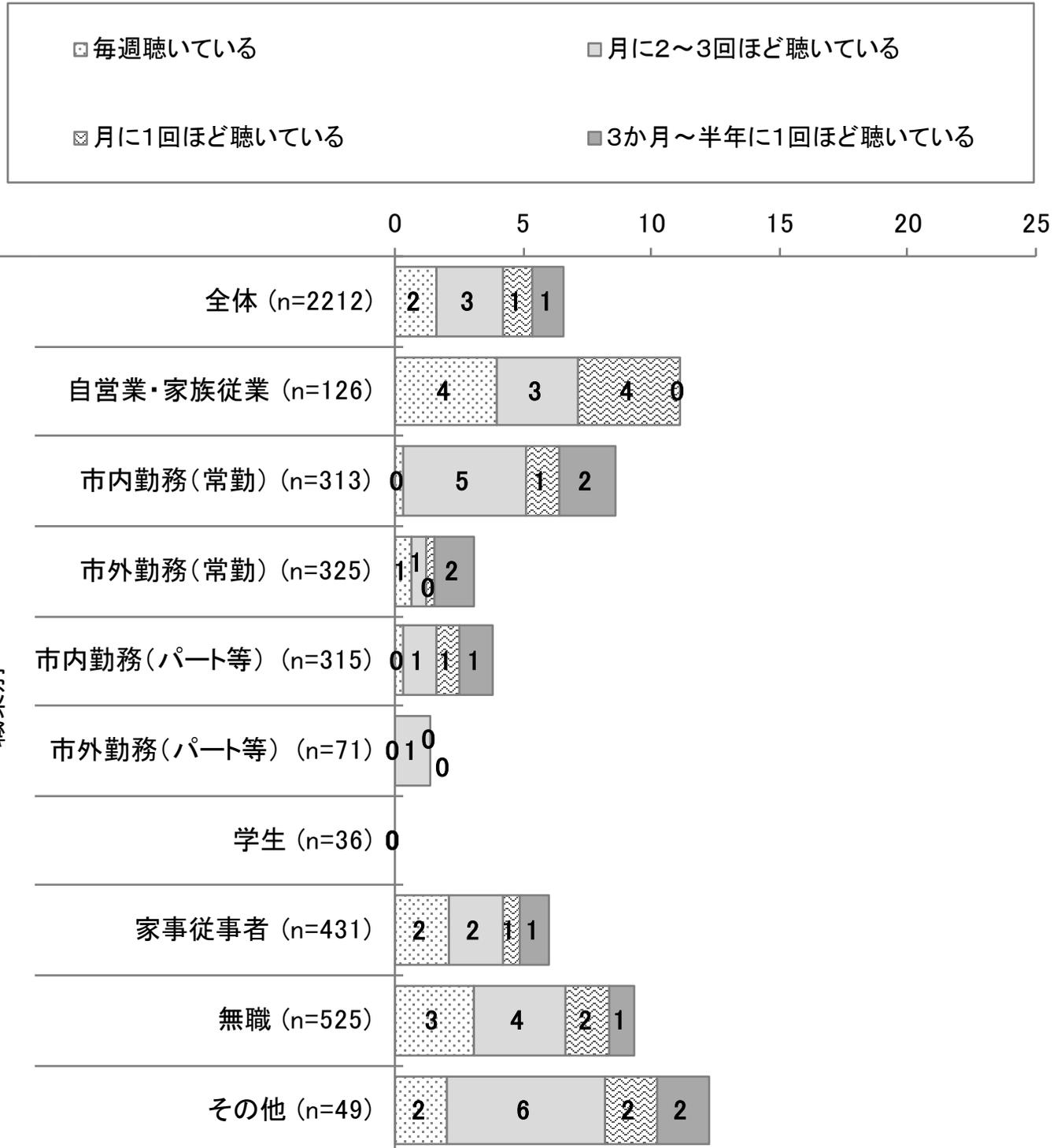
※聴取経験の内訳を見やすくするため「聴いたことがない」、「無回答」を表示していない

# (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ようこそ横浜」

## 【職業別】

- 全体に対して、「自営業・家族従業」と「無職」でわずかに高い傾向が見られる。

【問19】広報ラジオ番組「ようこそ横浜」(ニッポン放送 金曜10時46分～10時51分)を聴いていますか。



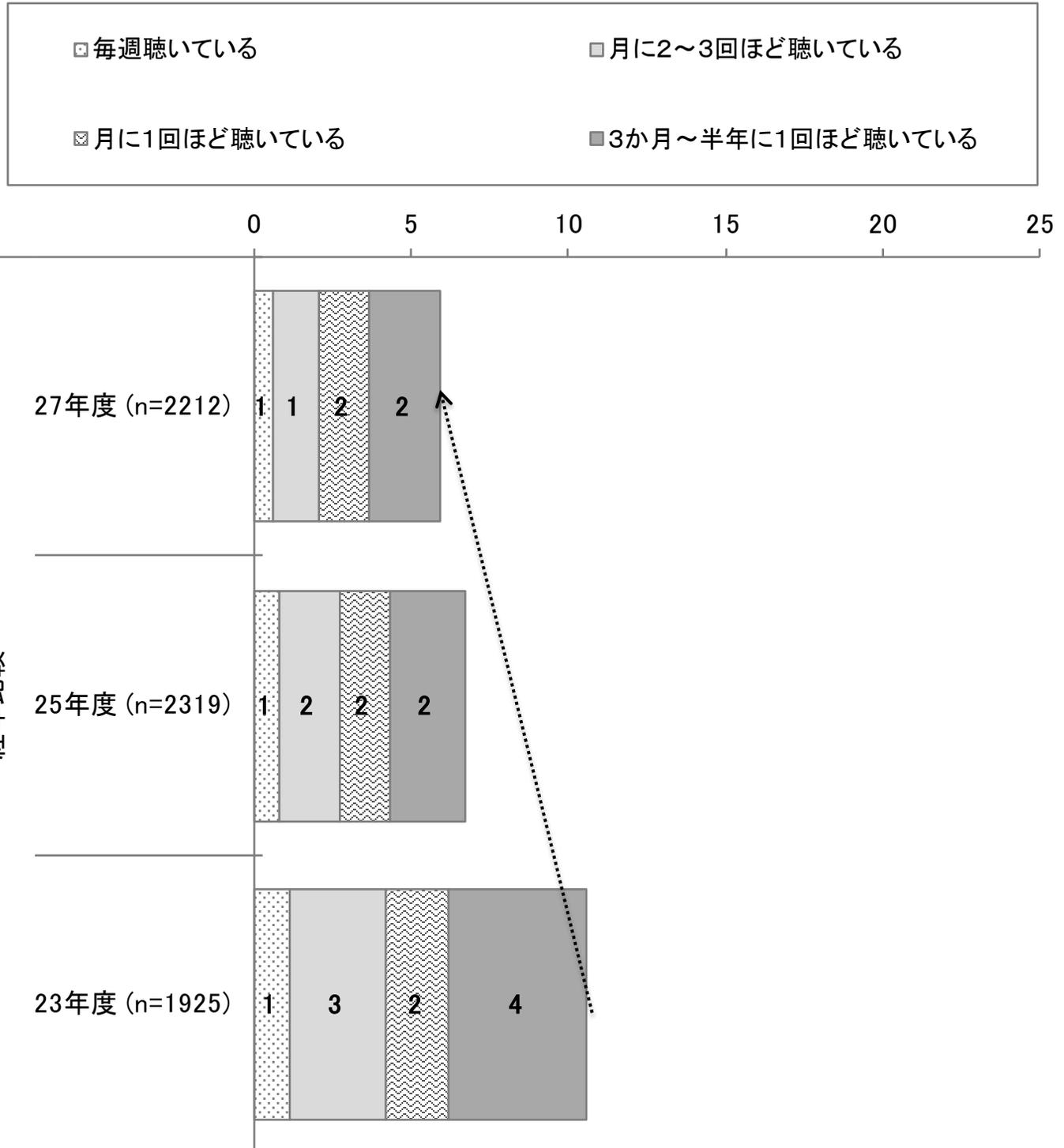
※聴取経験の内訳を見やすくするため「聴いたことがない」、「無回答」を表示していない

# (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ヨコハマ マイ チョイス！」

## 【全体・経年分析】

- ・ 市の広報ラジオ番組「ヨコハマ マイ チョイス！」を聴いている人は合計して6%であり、23年度から徐々に減少している。
- ・ なお、今回「毎週聴いている」人の割合は、1%となっている。

【問20】広報ラジオ番組「ヨコハマ マイ チョイス！」(FMヨコハマ 日曜8時30分～9時)を聴いていますか。



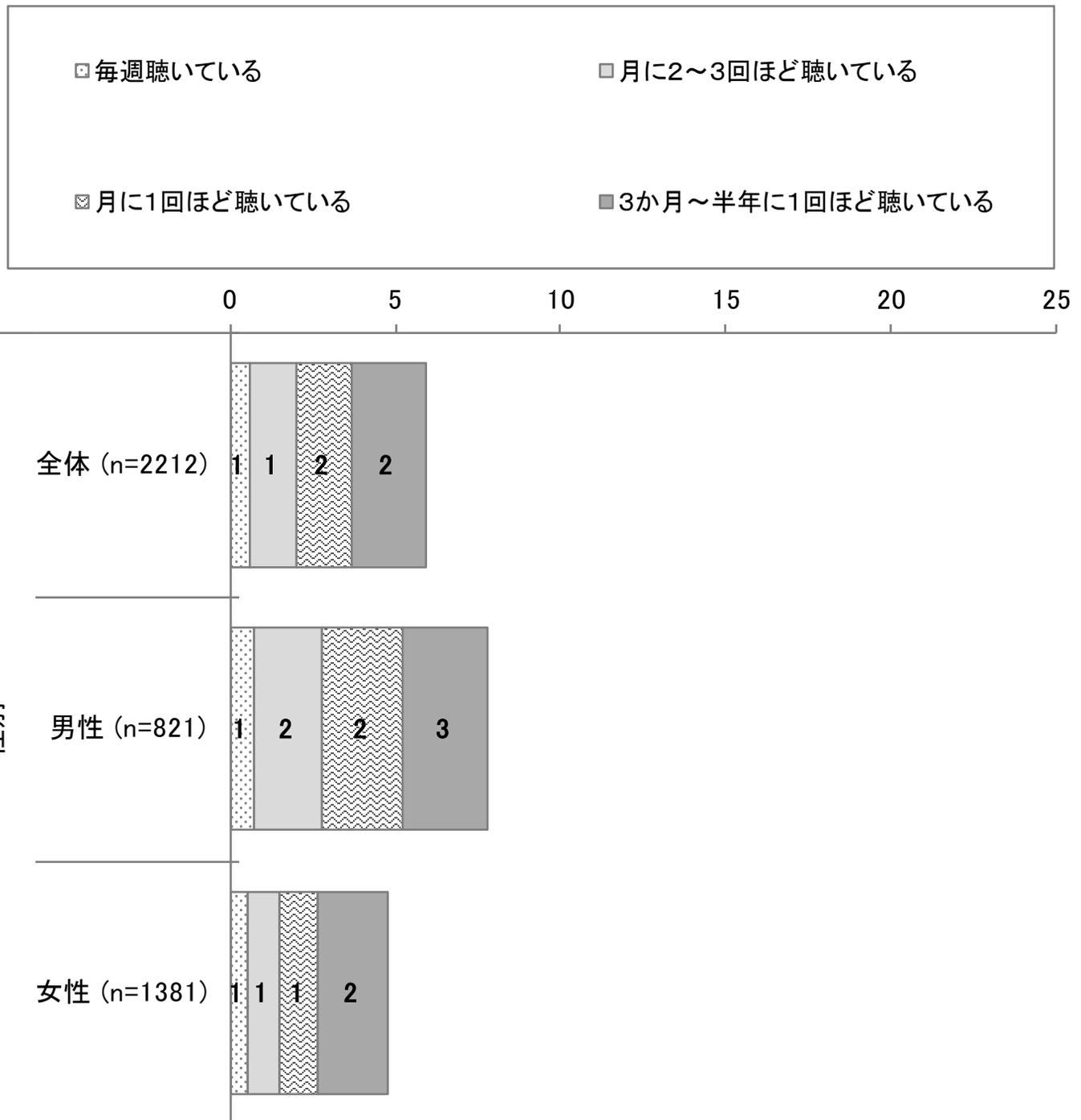
※聴取経験の内訳を見やすくするため「聴いたことがない」、「無回答」を表示していない

# (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ヨコハマ マイ チョイス！」

## 【性別】

- 「ヨコハマ マイ チョイス！」を聴いている人は、男性が合計して8%で女性よりわずかに高い傾向。

【問20】広報ラジオ番組「ヨコハマ マイ チョイス！」(FMヨコハマ 日曜8時30分～9時)を聴いていますか。



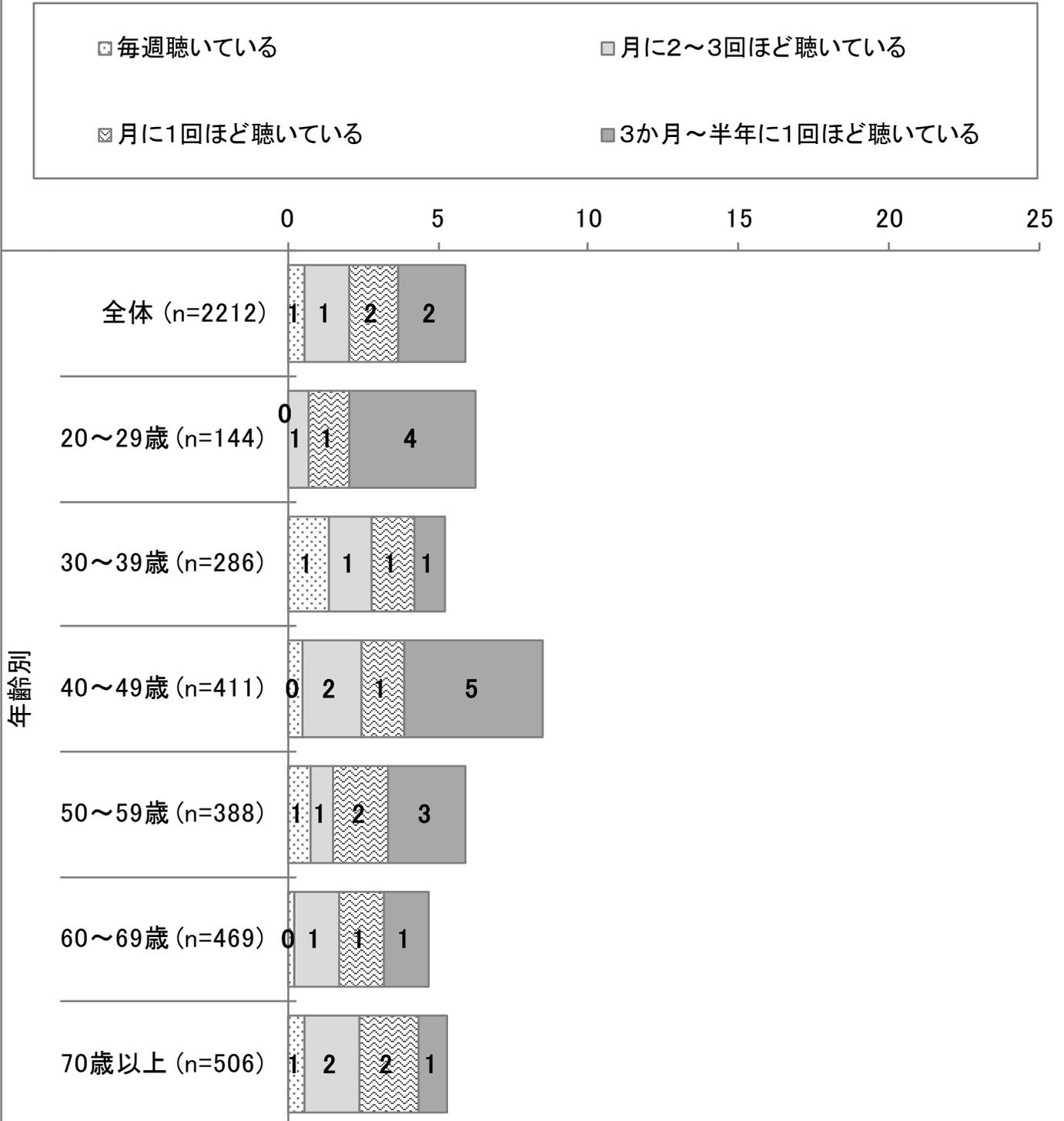
※聴取経験の内訳を見やすくするため「聴いたことがない」、「無回答」を表示していない

# (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ヨコハマ マイ チョイス！」

## 【年齢別】

- 年齢別には6%前後で差がないが、40歳代でわずかに高めの傾向がある。

【問20】広報ラジオ番組「ヨコハマ マイ チョイス！」(FMヨコハマ 日曜8時30分～9時)を聴いていますか。



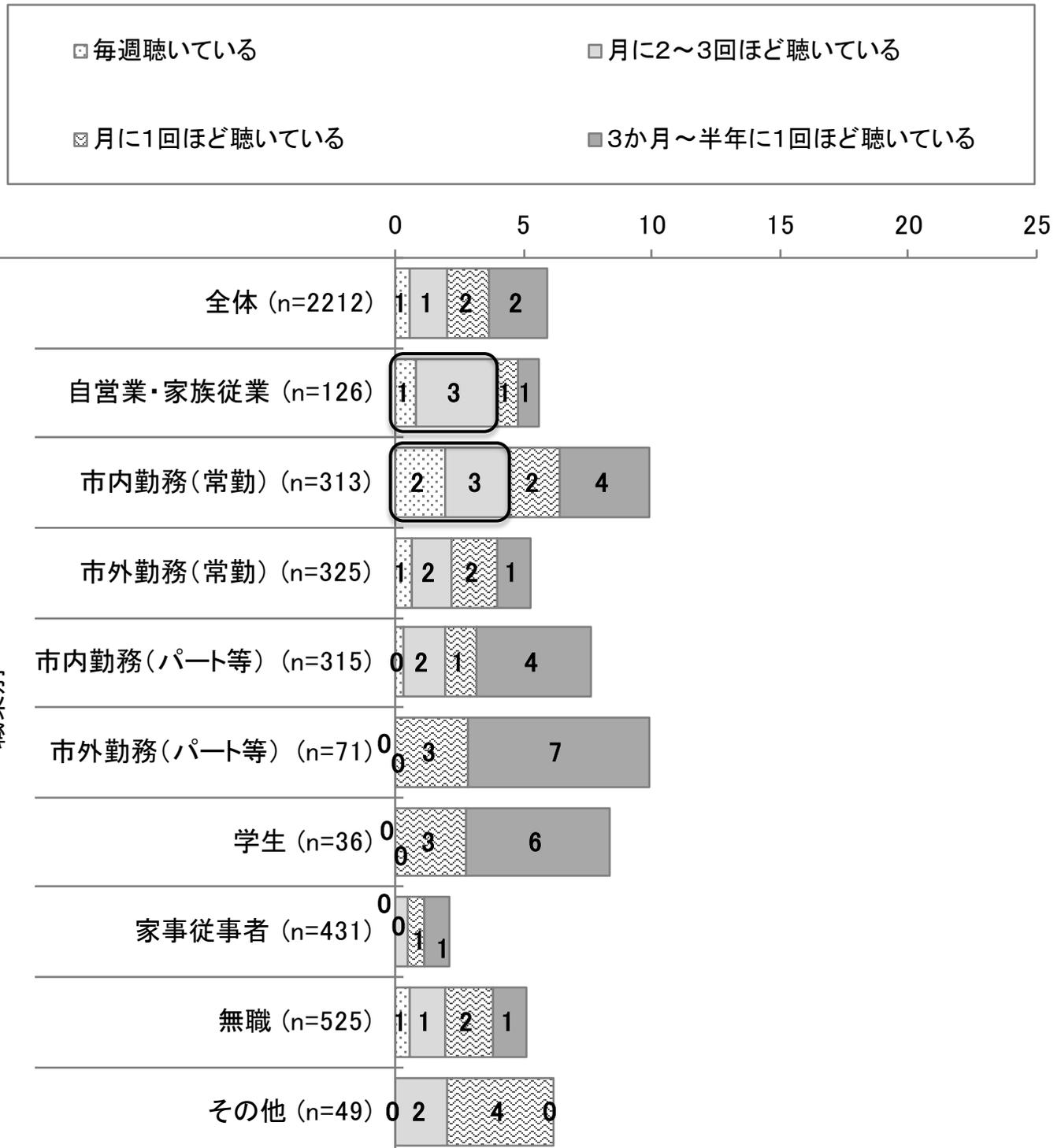
※聴取経験の内訳を見やすくするため「聴いたことがない」、「無回答」を表示していない

# (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「ヨコハマ マイ チョイス！」

## 【職業別】

- ・ 「市内勤務(常勤)」、「市外勤務(パート等)」は全体と比較してもやや高めの傾向
- ・ 「自営業・家族従業」と「市内勤務(常勤)」は、「毎週聴いている」と「月に2~3回ほど聴いている」の高頻度層が、全体に比べてやや高い傾向がある。

【問20】広報ラジオ番組「ヨコハマ マイ チョイス！」(FMヨコハマ 日曜8時30分~9時)を聴いていますか。



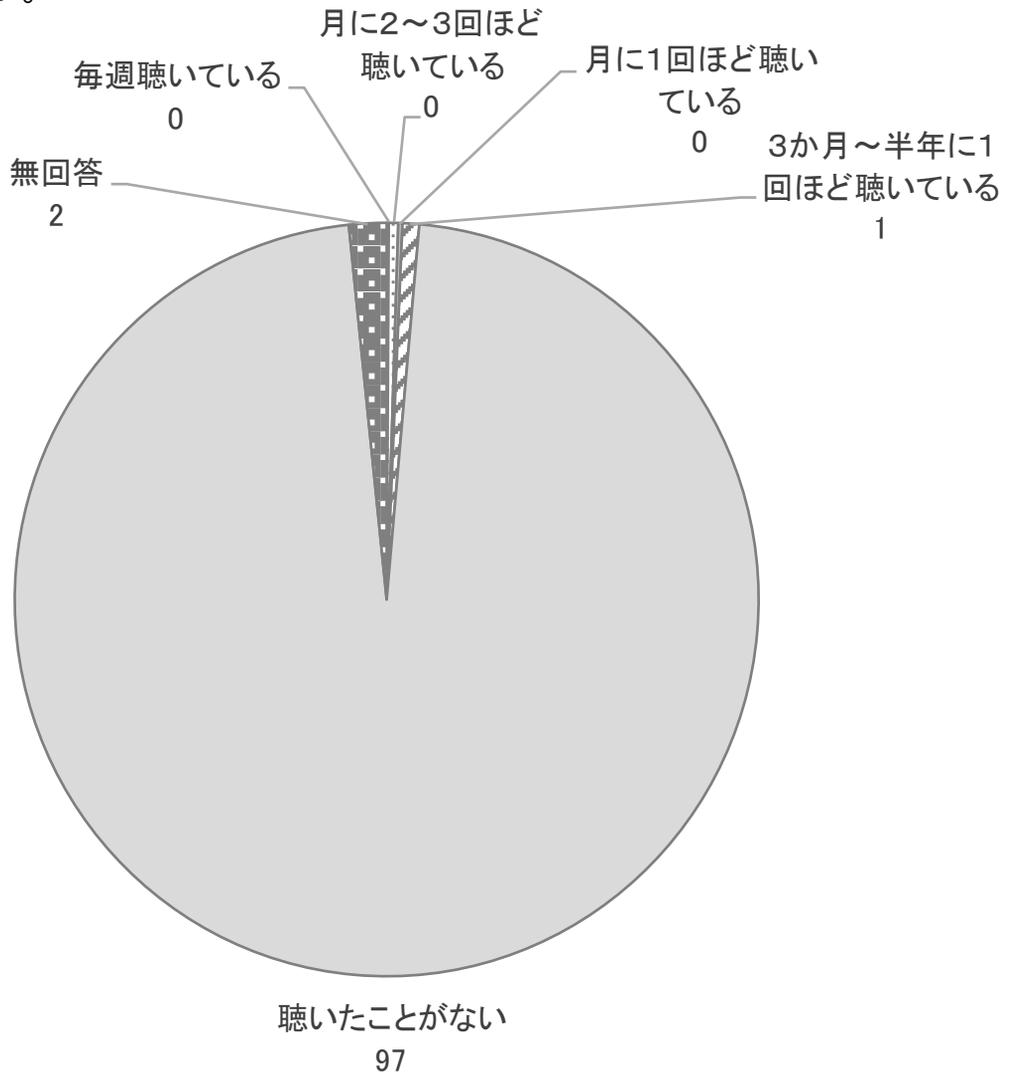
※聴取経験の内訳を見やすくするため「聴いたことがない」、「無回答」を表示していない

## (5) 広報テレビ・ラジオ番組：「横濱流儀」

### 【全体】

- 市の広報ラジオ番組「横濱流儀～ハマスタイル～」は、「3か月～半年に1回ほど聴いている」が1%に対して、「聴いたことがない」が97%で、まだ番組の存在が認知されていない。

【問21】広報ラジオ番組「横濱流儀～ハマスタイル～」(文化放送 土曜5時10分～5時20分)を聴いていますか。

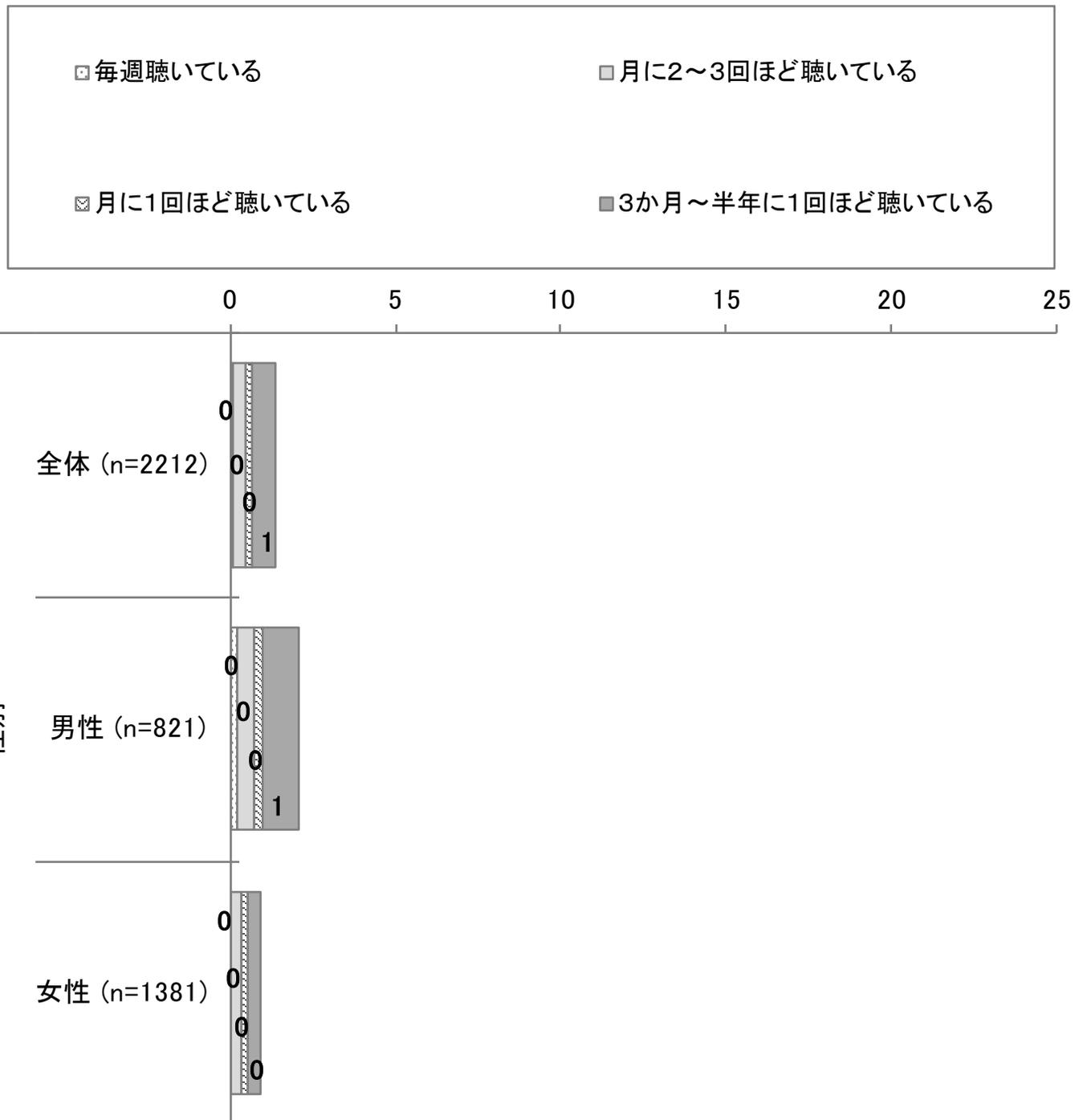


## (5) 広報テレビ・ラジオ番組:「横濱流儀」

### 【性別】

- 男女間で大きな差はない。

【問21】広報ラジオ番組「横濱流儀～ハマスタイル～」(文化放送 土曜5時10分～5時20分)を聴いていますか。



※聴取経験の内訳を見やすくするため「聴いたことがない」、「無回答」を表示していない





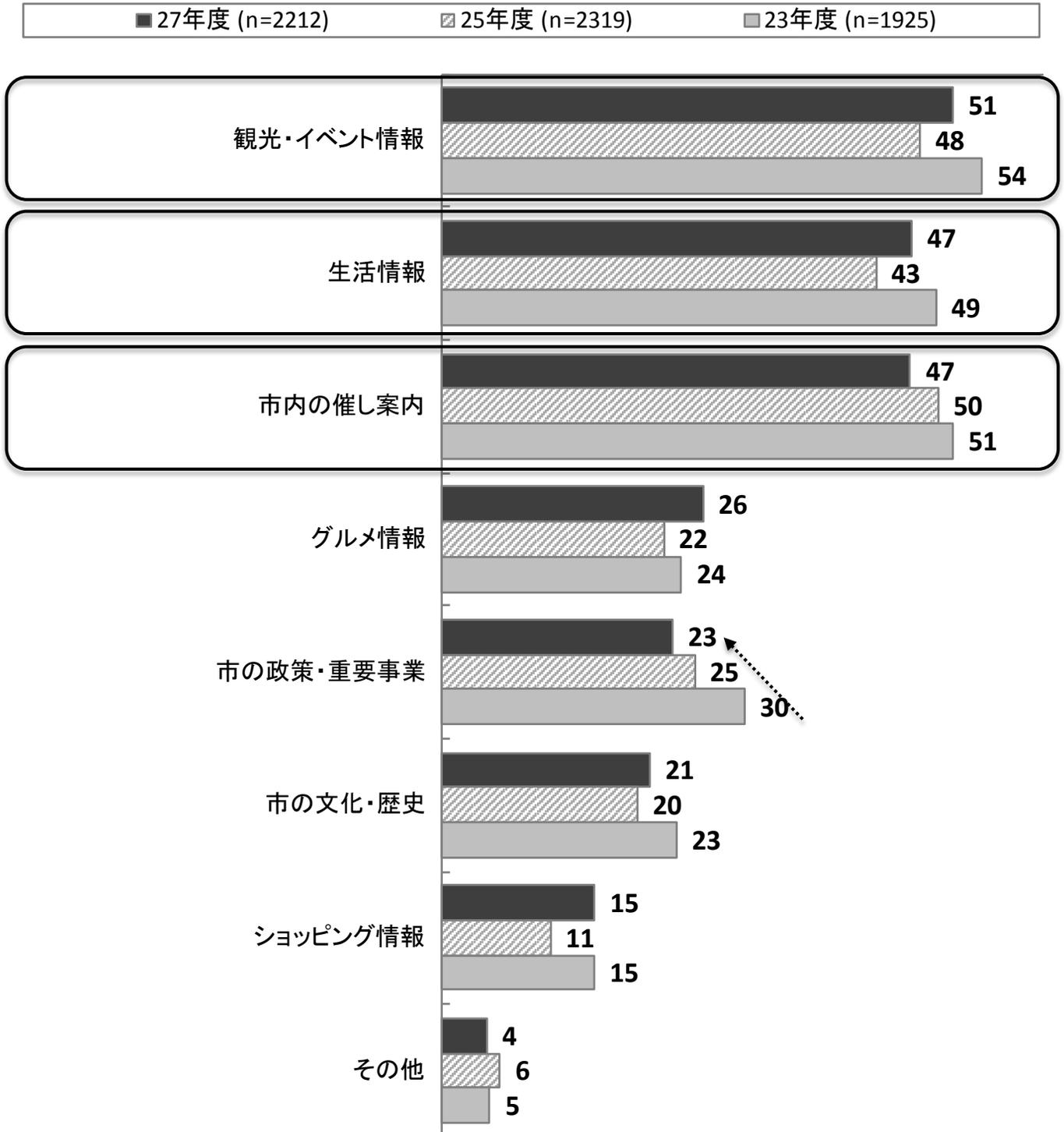
## (5) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

### 【全体・経年比較】

- 23年度、25年度と同様に、「観光・イベント情報」、「生活情報」、「市内の催し案内」が、市の広報番組で視聴したい3大テーマとなっている。
- 一方、「市の政策・重要事項」は視聴したい要望割合が、23年度の30%から27年度は23%と減少傾向にある。

【問22】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】

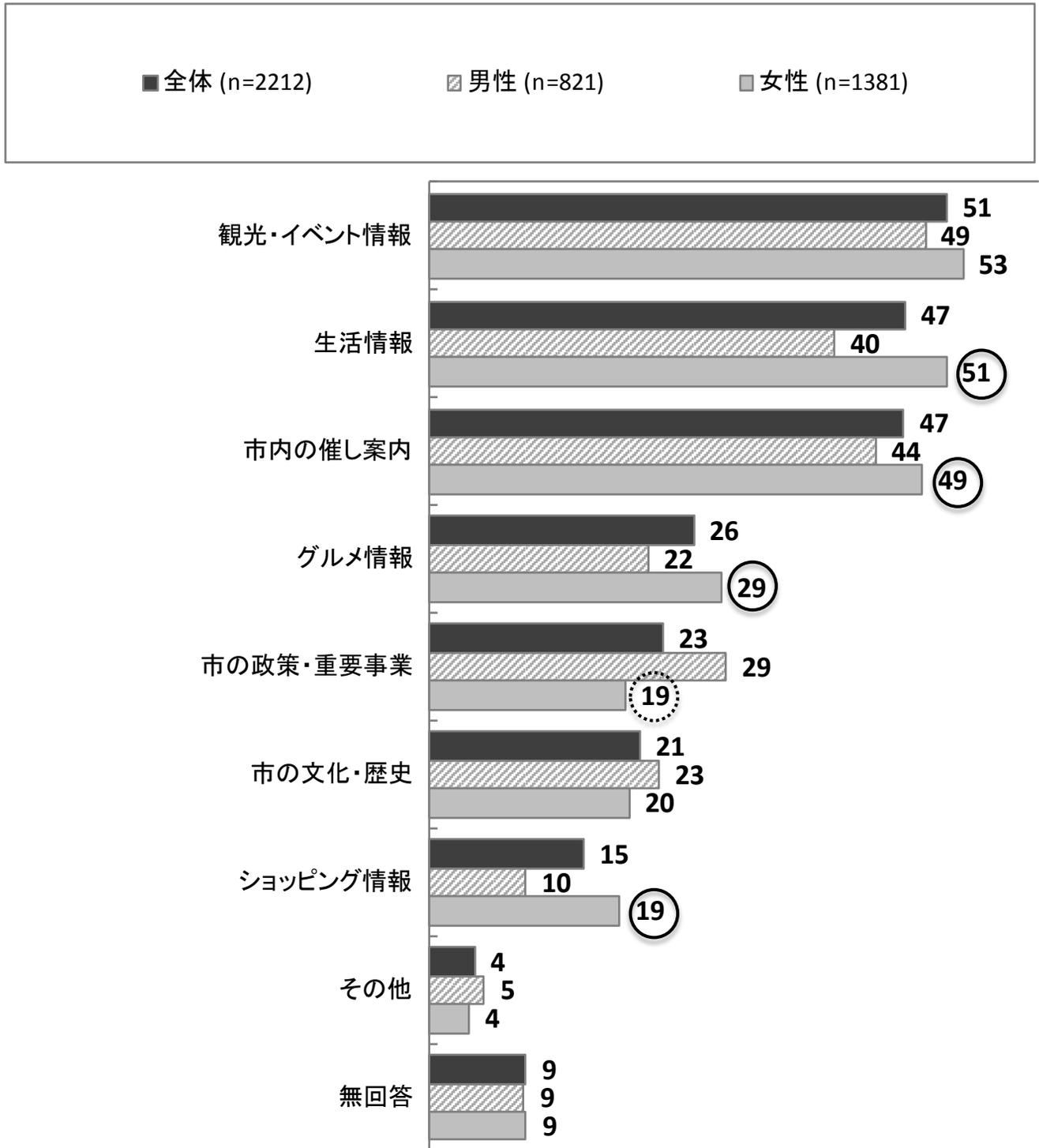


## (5) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

### 【性別】

- ・ 視聴したい割合について女性が男性より5ポイント以上高いテーマは、「生活情報」、「市内の催し案内」、「グルメ情報」、「ショッピング情報」であり、「市の政策・重要事項」は男性が10ポイント高い。

【問22】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】



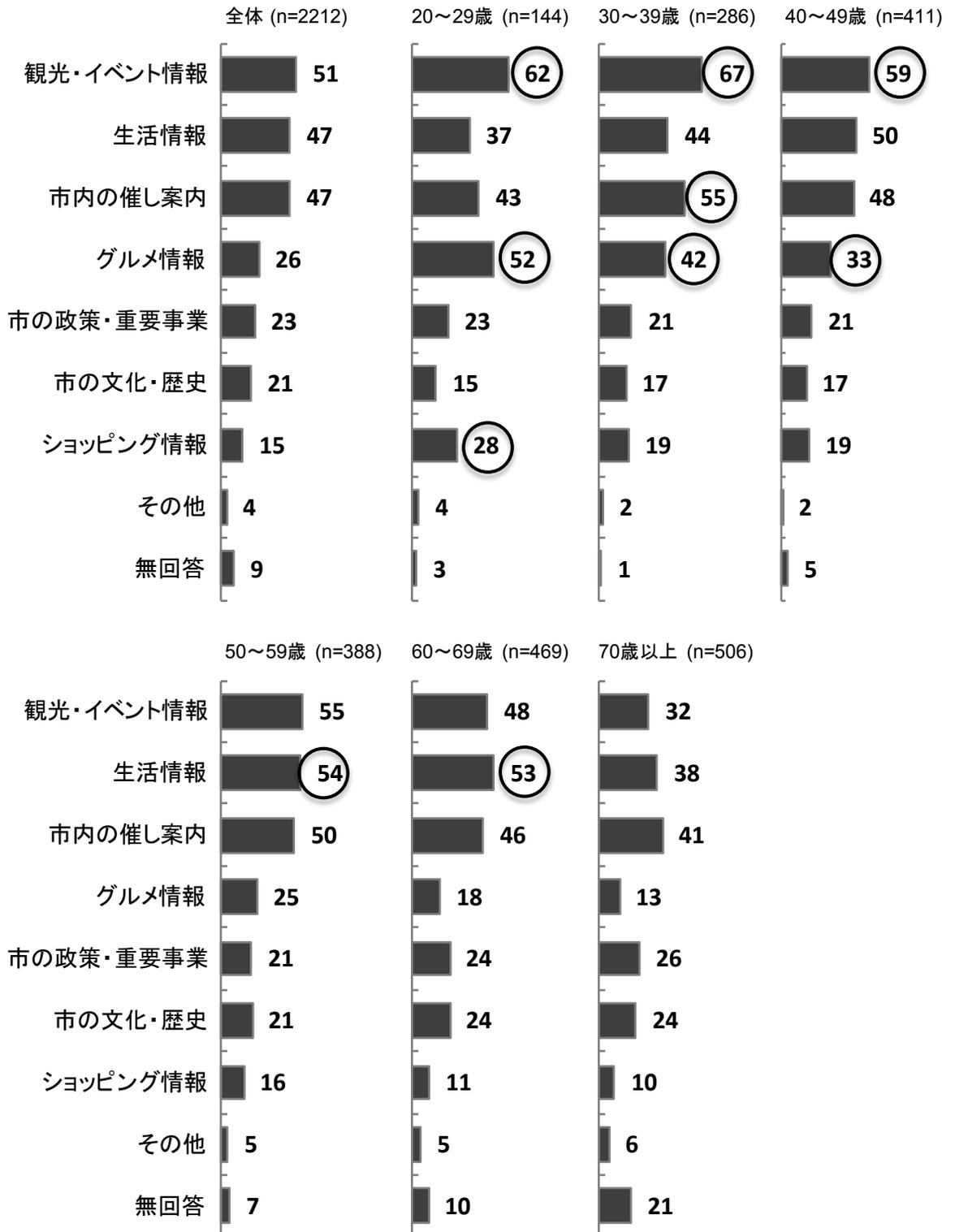
# (5) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

## 【年齢別】

- 20歳代～40歳代は、「観光・イベント情報」や「グルメ情報」が全体と比較して視聴希望の高いテーマであり、50歳代、60歳代では、「生活情報」が高い。
- また、30歳代では「市内の催し案内」が全体に対して8ポイント高く、20歳代では「ショッピング情報」が10ポイント以上高い。

【問22】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】



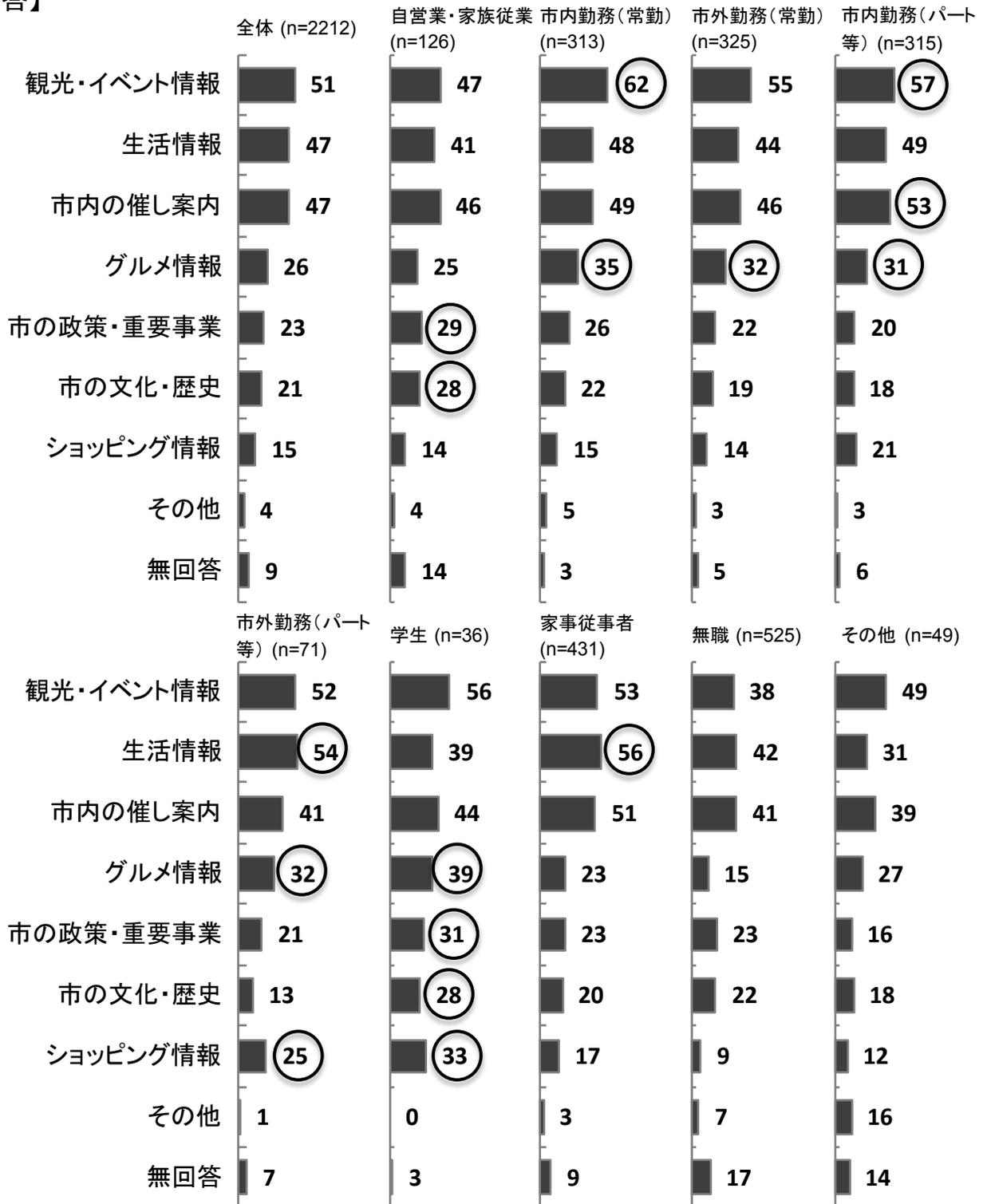
# (5) 広報テレビ・ラジオ番組：視聴したいテーマ内容

## 【職業別】

- ・ 「観光・イベント情報」への関心は「市内勤務(常勤)」、「市内勤務(パート等)」で高く、「生活情報」は「家事従事者」と「市外勤務(パート等)」が高い。
- ・ 「市の政策・重要事業」や「市の文化・歴史」には「自営業・家族従業」と「学生」の関心が高く、「市内の催し案内」は「市内勤務(パート等)」が高い関心を持っている。

【問22】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】

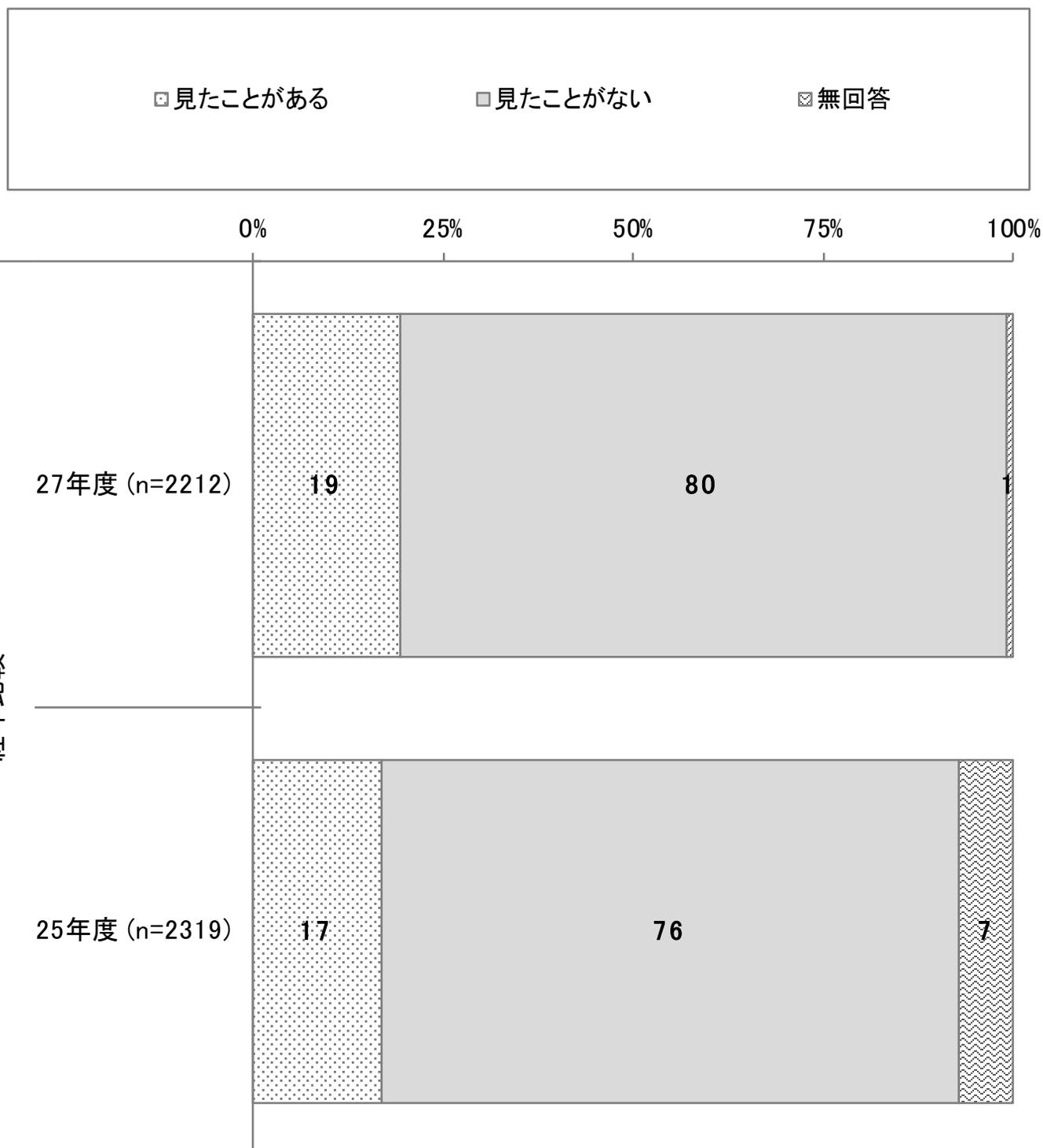


## (5) 広報テレビ・ラジオ番組:「データ放送」

### 【全体・経年比較】

- テレビ神奈川の「データ放送」を見たことある人の割合は19%で、25年度(17%)から大きな変化はない。

【問23】テレビ神奈川の「データ放送」を見たことがありますか。



## (5) 広報テレビ・ラジオ番組:「データ放送」

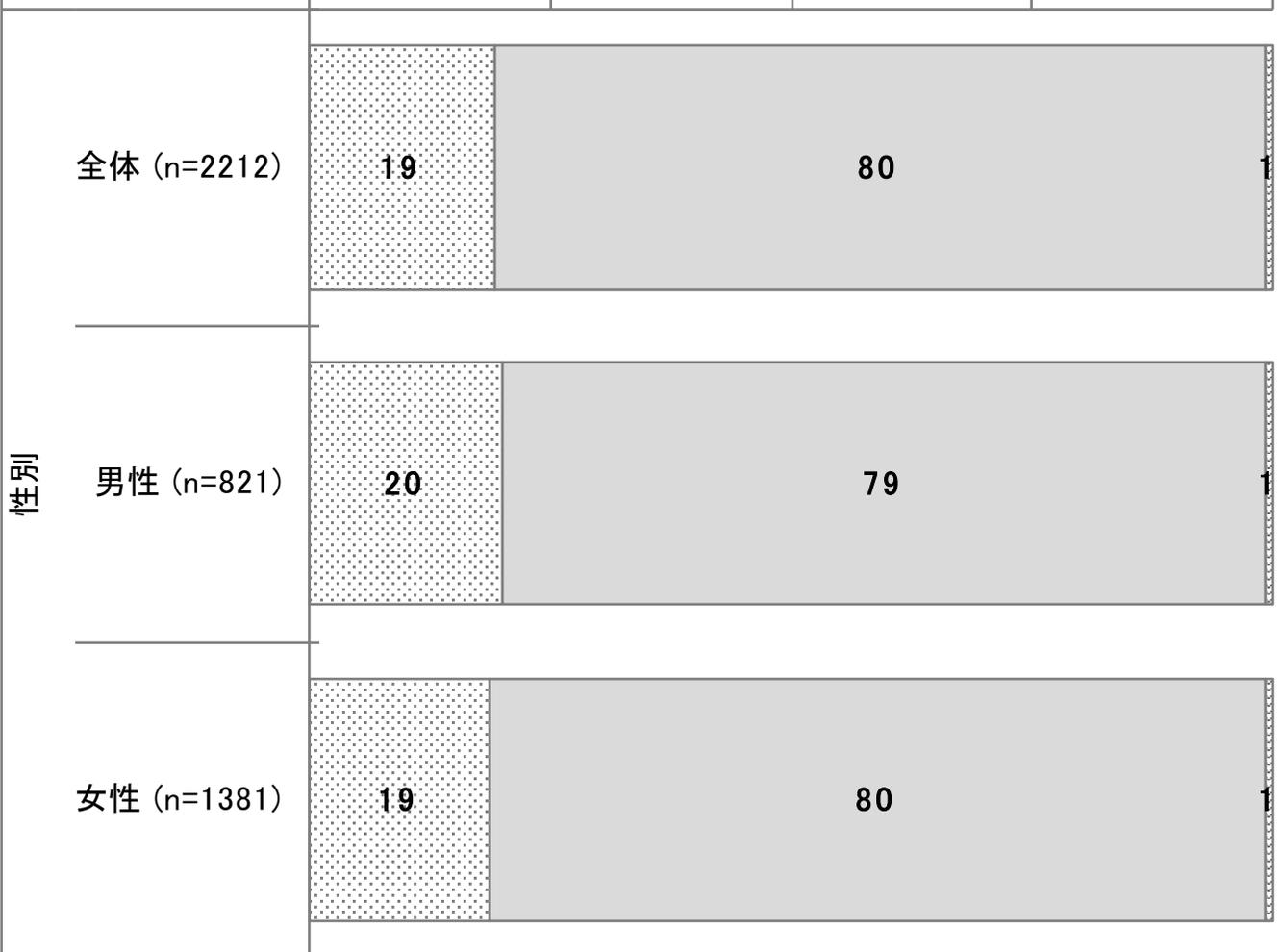
### 【性別】

- 男女での差はない。

【問23】テレビ神奈川の「データ放送」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%

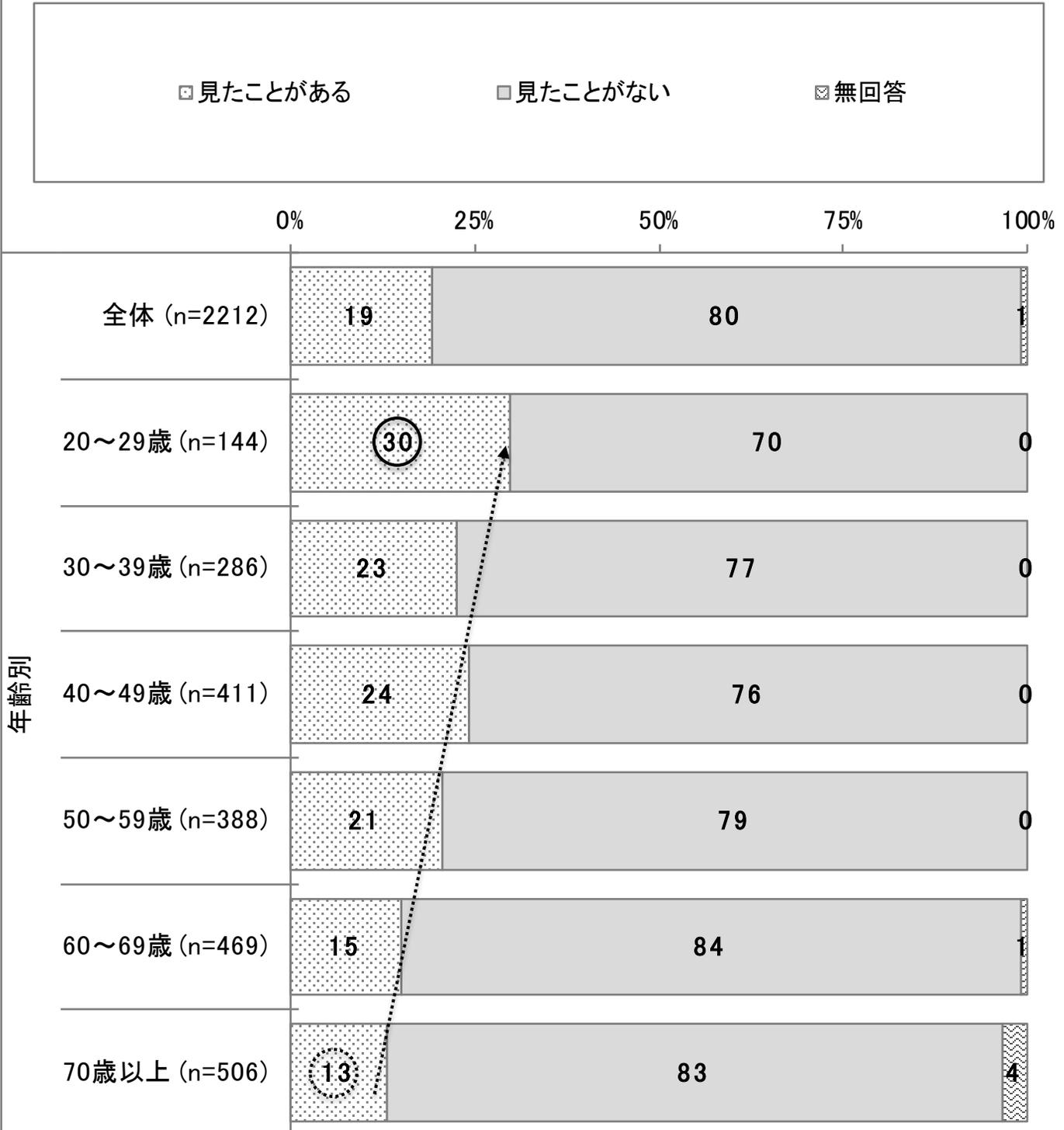


## (5) 広報テレビ・ラジオ番組:「データ放送」

### 【年齢別】

- 「データ放送」を見たことある人の割合は、若年層ほど高い傾向にある。20歳代で30%、70歳以上で13%。

【問23】テレビ神奈川の「データ放送」を見たことがありますか。



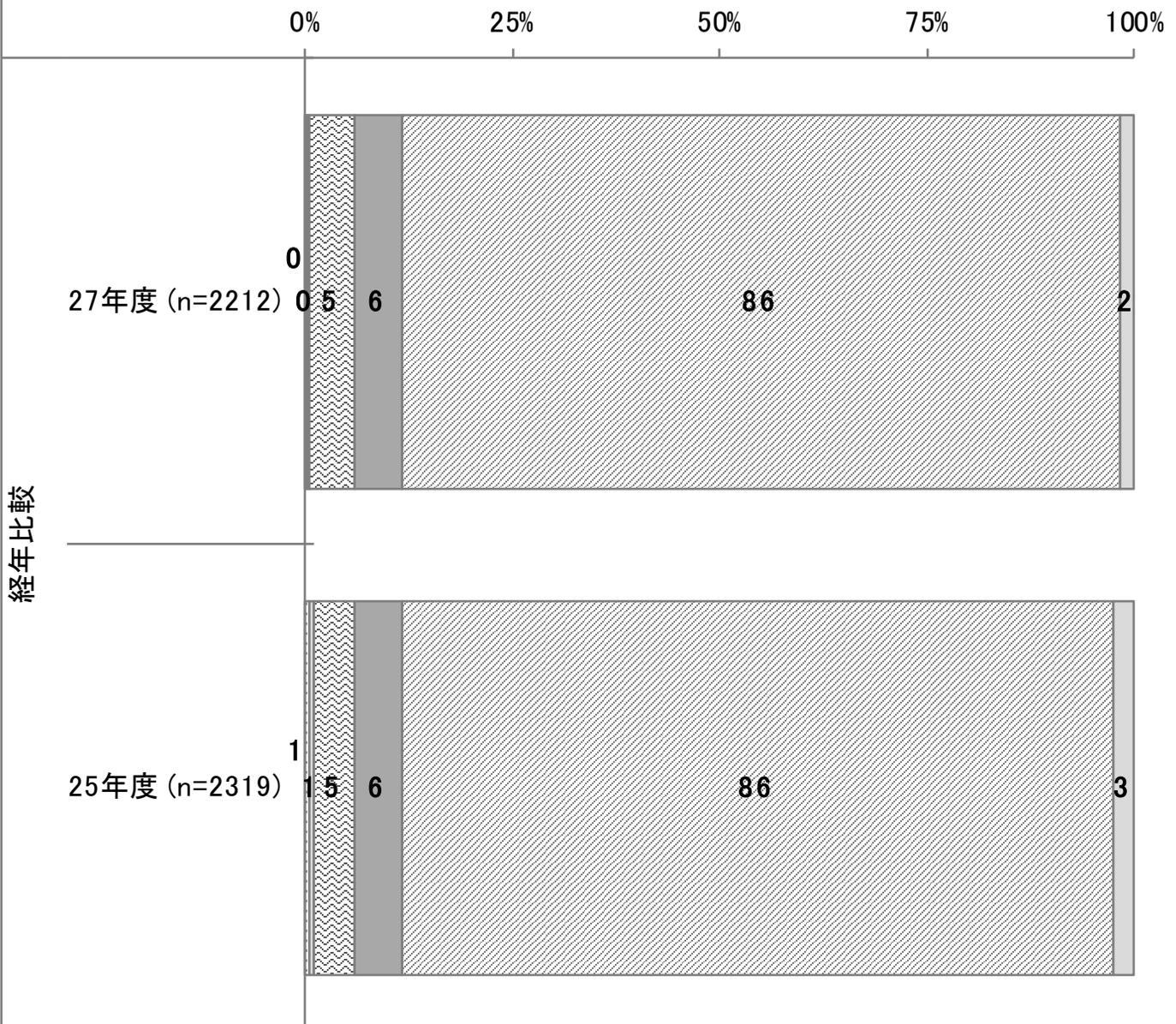
## (6)季刊誌「横濱」:購読状況

### 【全体・経年比較】

- 季刊誌「横濱」を読んでいる人(「毎号+ほとんど毎号+たまに読む」の合計)は6%で、読まない人(「ほとんど読まない+読んだことが無い」の合計)は92%であり、25年度と変化はない。

【問24】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



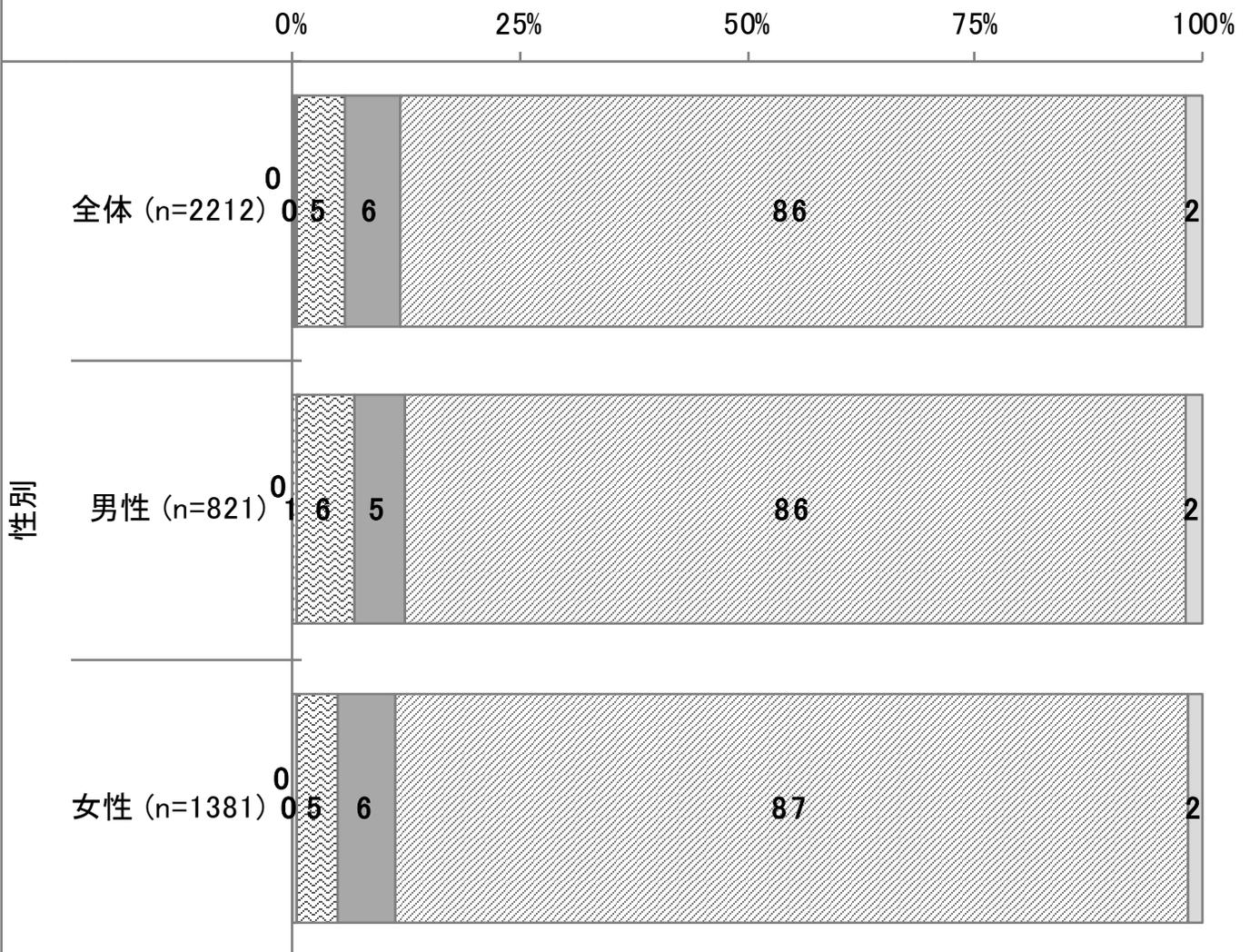
## (6)季刊誌「横濱」:購読状況

### 【性別】

- 購読状況に、男女で差はない。

【問24】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



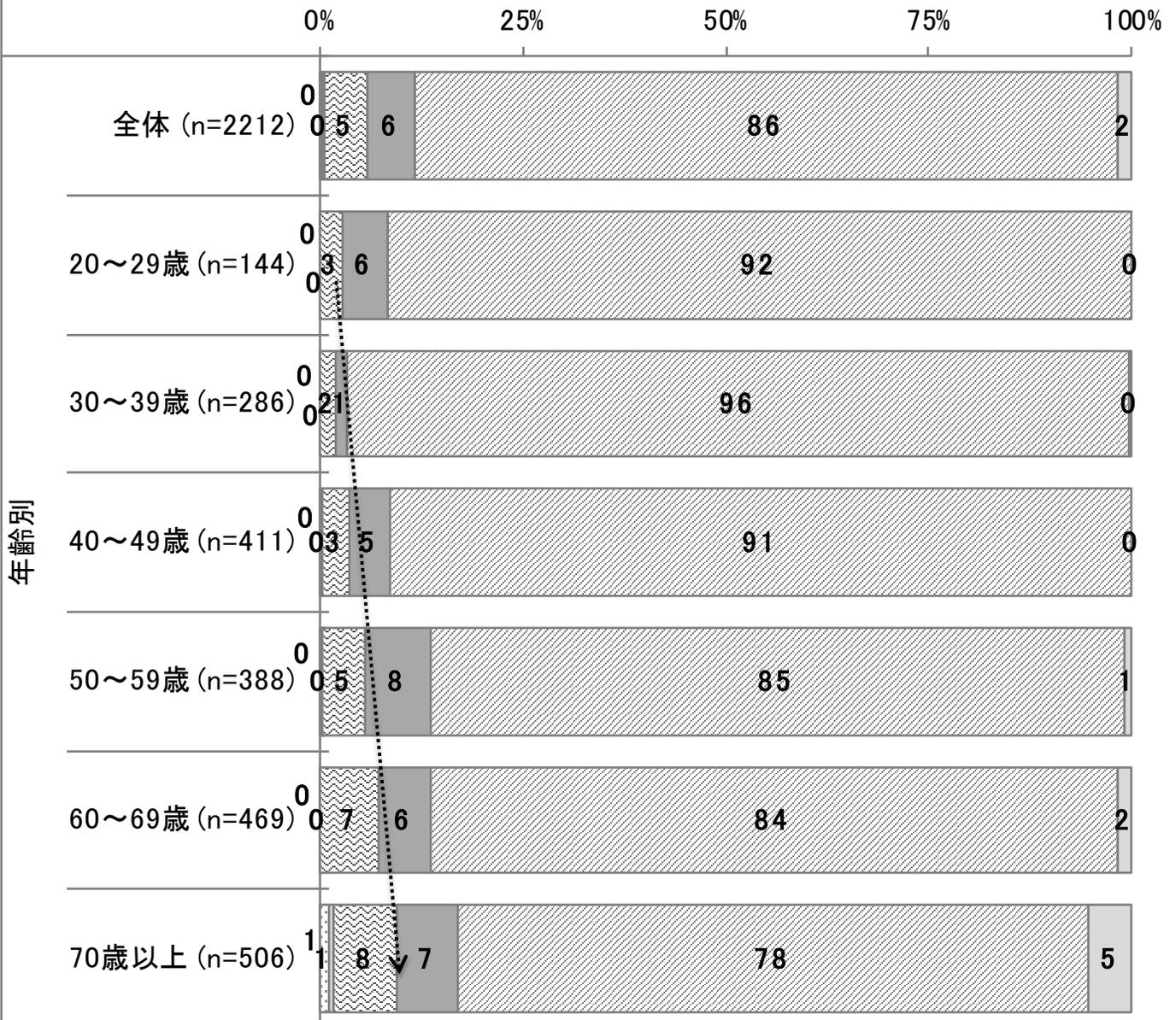
## (6)季刊誌「横濱」:購読状況

### 【年齢別】

- わずかながら高年代ほど購読率が高い傾向にあり、50歳代6%、60歳代7%、70歳以上10%という割合。

【問24】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



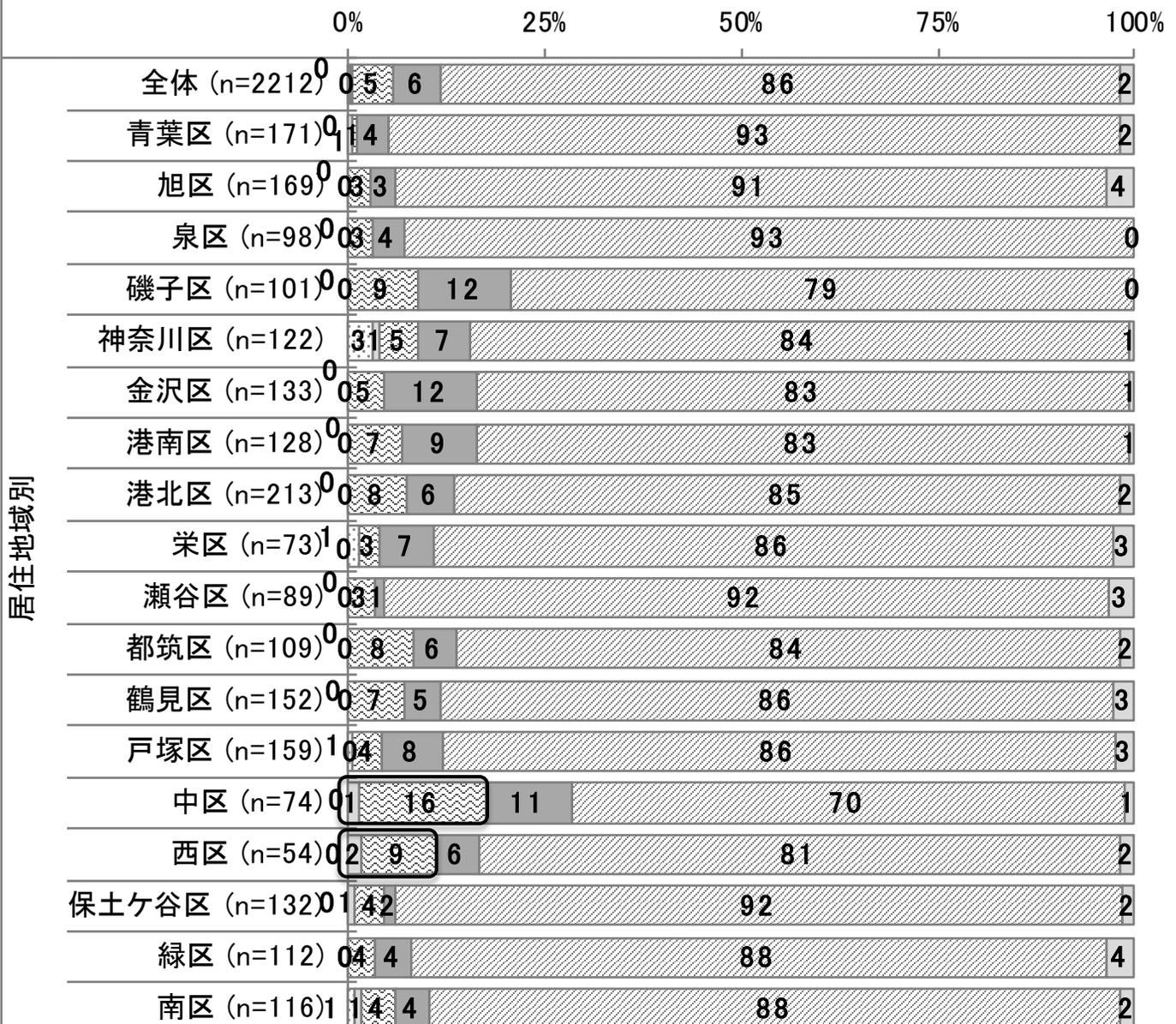
## (6)季刊誌「横濱」:購読状況

### 【居住地域別】

- ・ 中区と西区で季刊誌「横濱」を読んでいる人の割合が高く、それぞれ18%、11%である。
- ・ また、神奈川区では「毎号読む」人が3%いる。

【問24】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



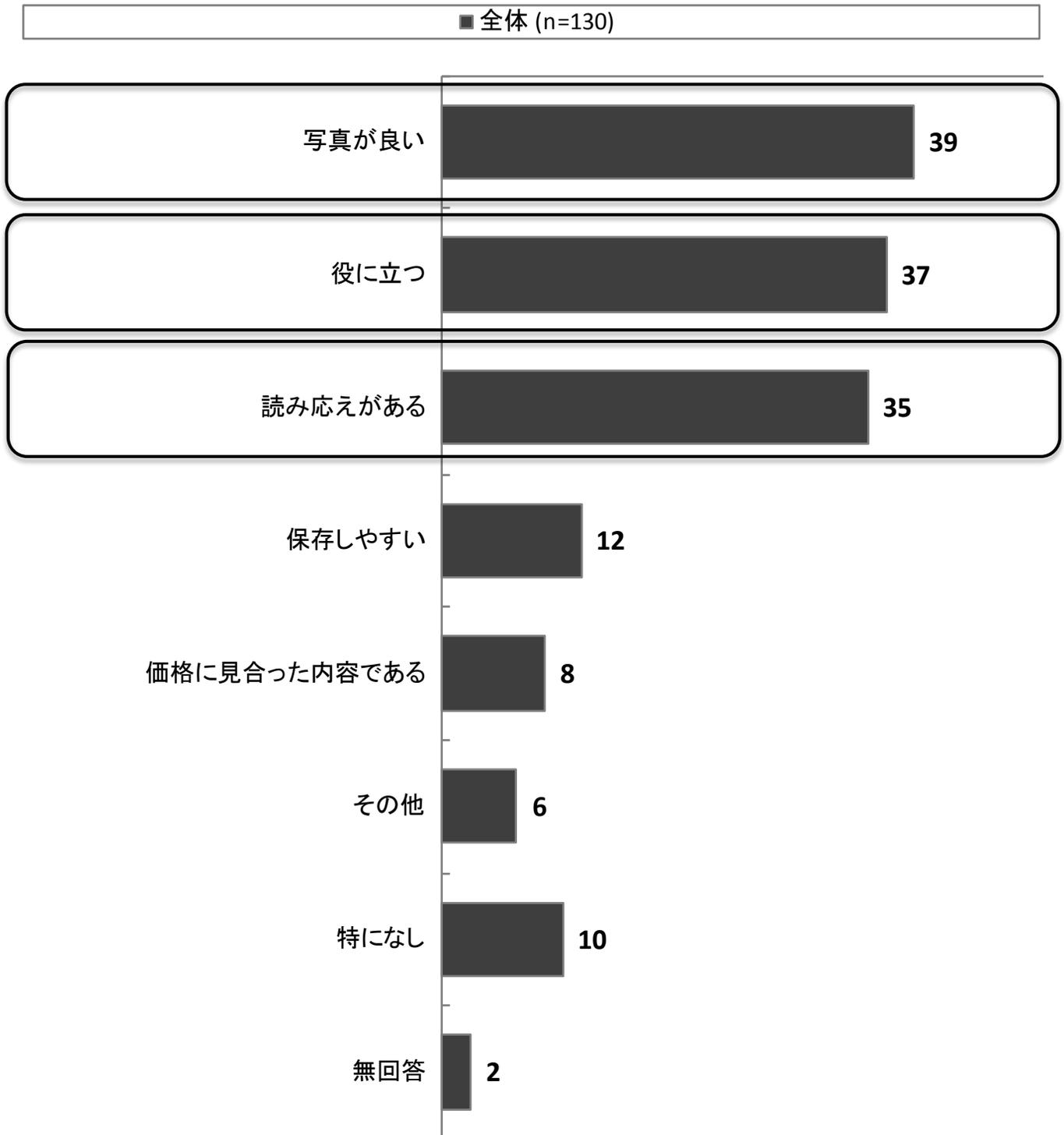
## (6)季刊誌「横濱」:読んで感じる事

### 【全体】

- 季刊誌「横濱」の購読頻度の高い読者の中で、39%が「写真が良い」、37%が「役に立つ」、35%が「読み応えがある」と感じている。

【問25】「横濱」を読んでどのように感じますか。【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」

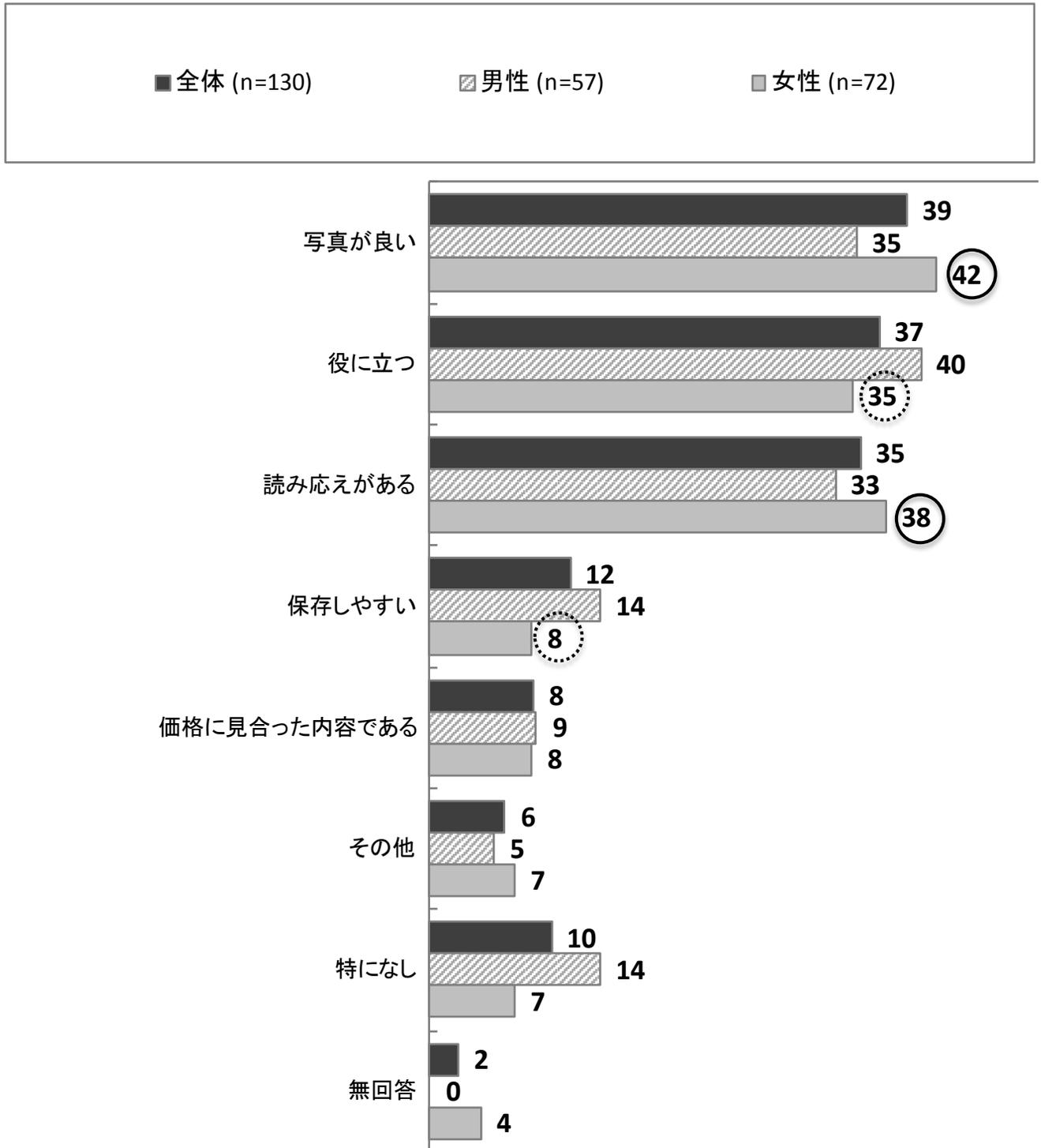
## (6)季刊誌「横濱」:読んで感じる事

### 【性別】

- ・ 女性は男性に対して「写真が良い」「読み応えがある」と感じる傾向が強い。
- ・ 男性は女性に対して「役に立つ」「保存しやすい」と感じる傾向が強い。

【問25】「横濱」を讀んでどのように感じますか。【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」

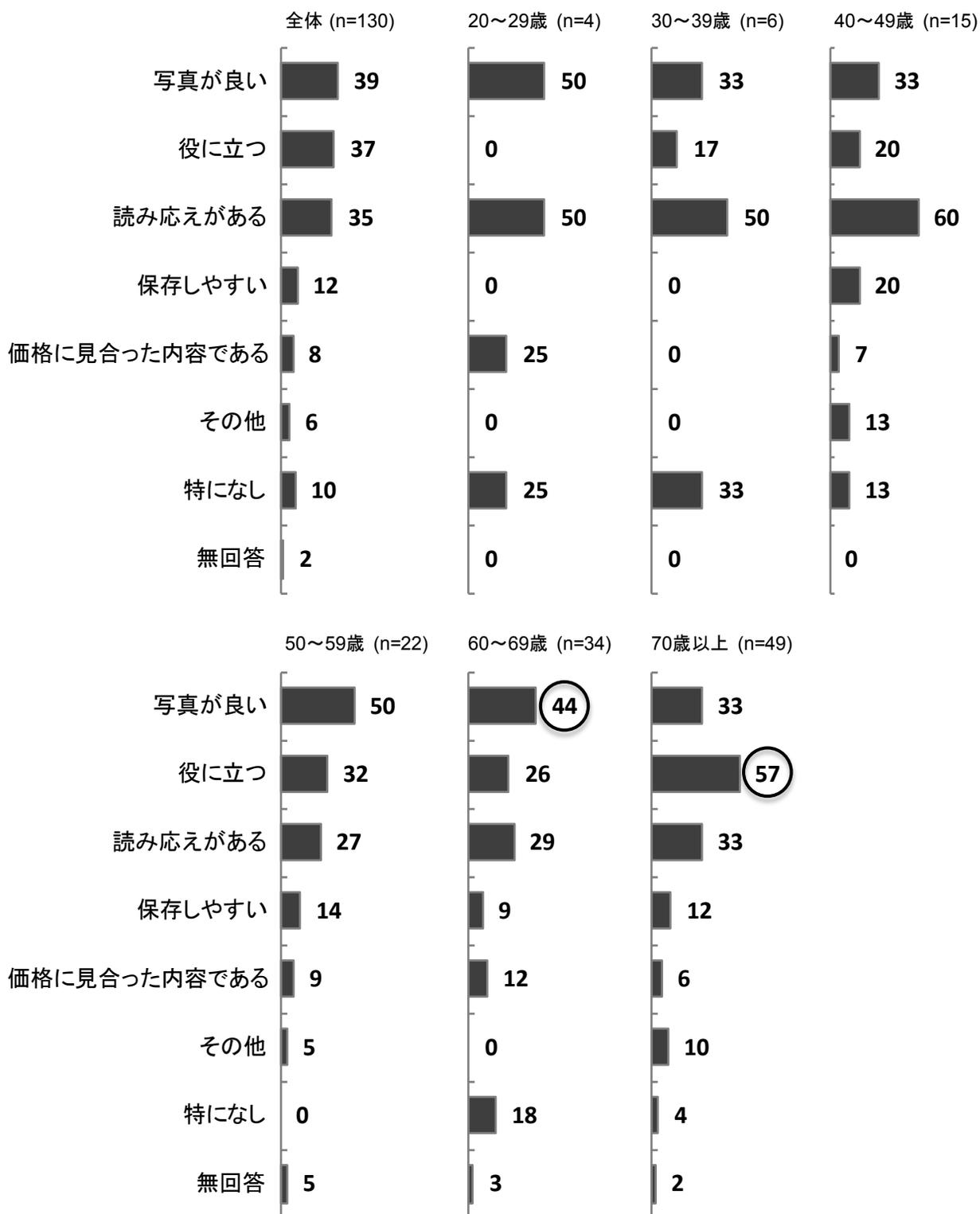
## (6)季刊誌「横濱」:読んで感じる事

### 【年齢別】

- 60歳代は「写真が良い」と感じる割合が44%で高く、70歳以上は「役に立つ」と感じる割合が57%で最も高い。

(注記) サンプル数が30未満は参考

【問25】「横濱」を読んでどのように感じますか。【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」

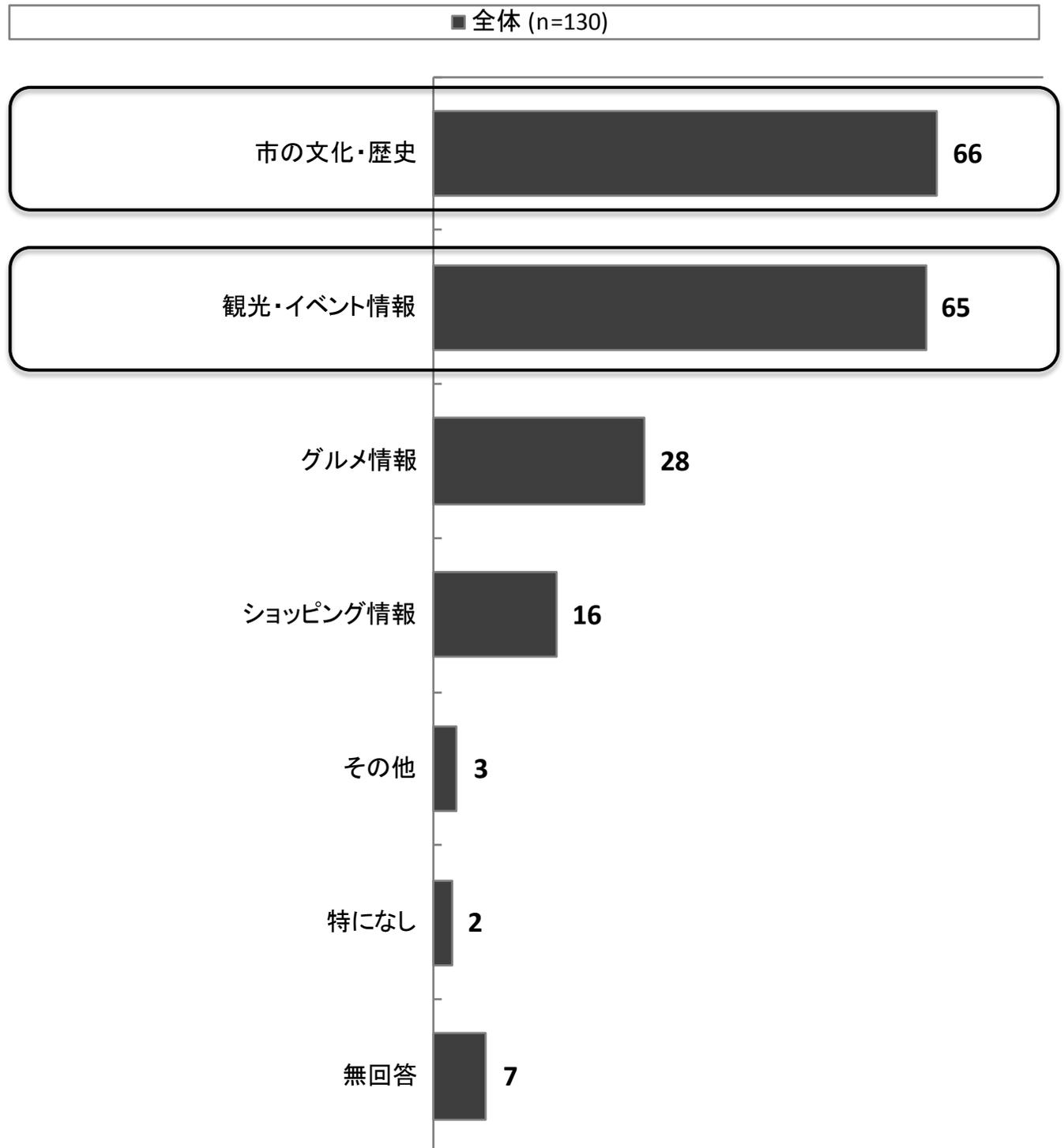
## (6)季刊誌「横濱」:取り上げてほしいテーマ

### 【全体】

- 季刊誌「横濱」の読者が、「横濱」のテーマとして取り上げてもらいたいと思うことは、「市の文化・歴史」が66%、「観光・イベント情報」が65%と高い割合で期待されている。

【問26】「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」

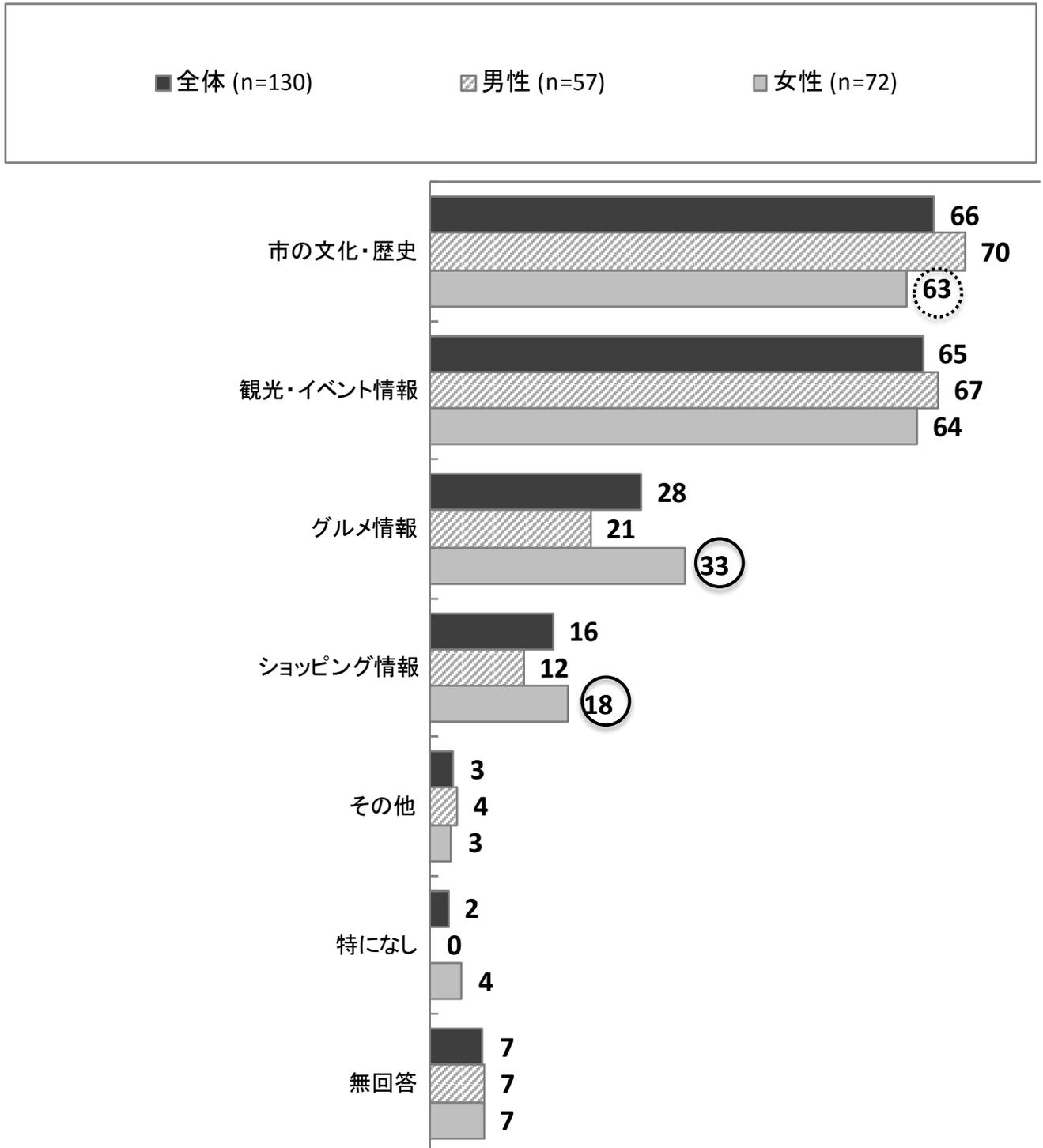
## (6)季刊誌「横濱」:取り上げてほしいテーマ

### 【性別】

- 男女で希望の多いテーマ順番に差はないが、女性は「グルメ情報」(33%)で男性より10ポイント以上高く、「ショッピング情報」(18%)でも男性より6ポイント高い。
- 男性は「市の文化・歴史」(70%)で、女性より5ポイント以上高い。

【問26】「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」

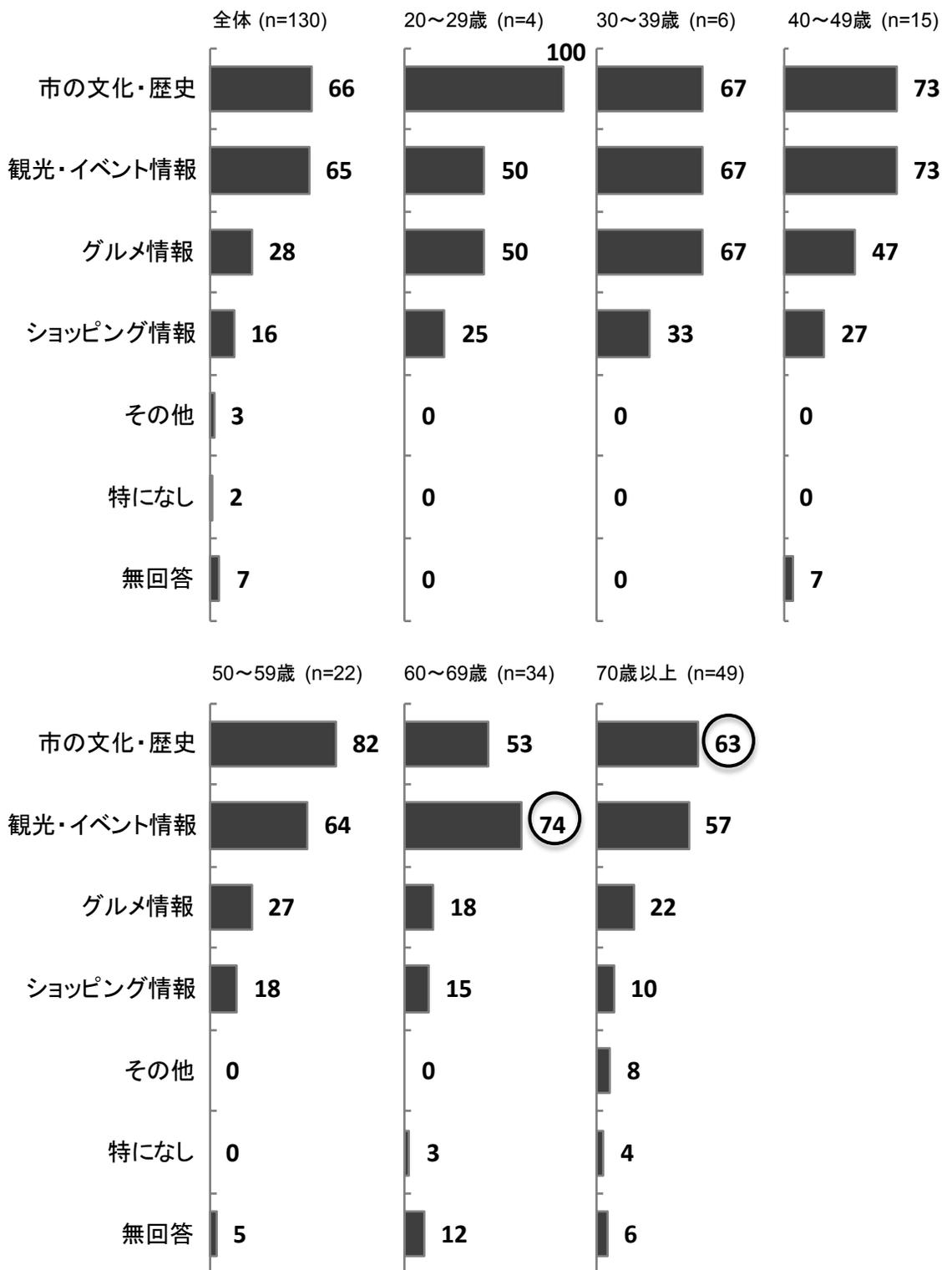
## (6)季刊誌「横濱」:取り上げてほしいテーマ

### 【年齢別】

- 60歳代は「観光・イベント情報」が74%で高く、70歳以上では「市の文化・歴史」の取り上げてほしい割合が63%が高い。

(注記) サンプル数が30未満は参考

【問26】「横濱」で取り上げてほしいテーマは何ですか。【複数回答】 (%)



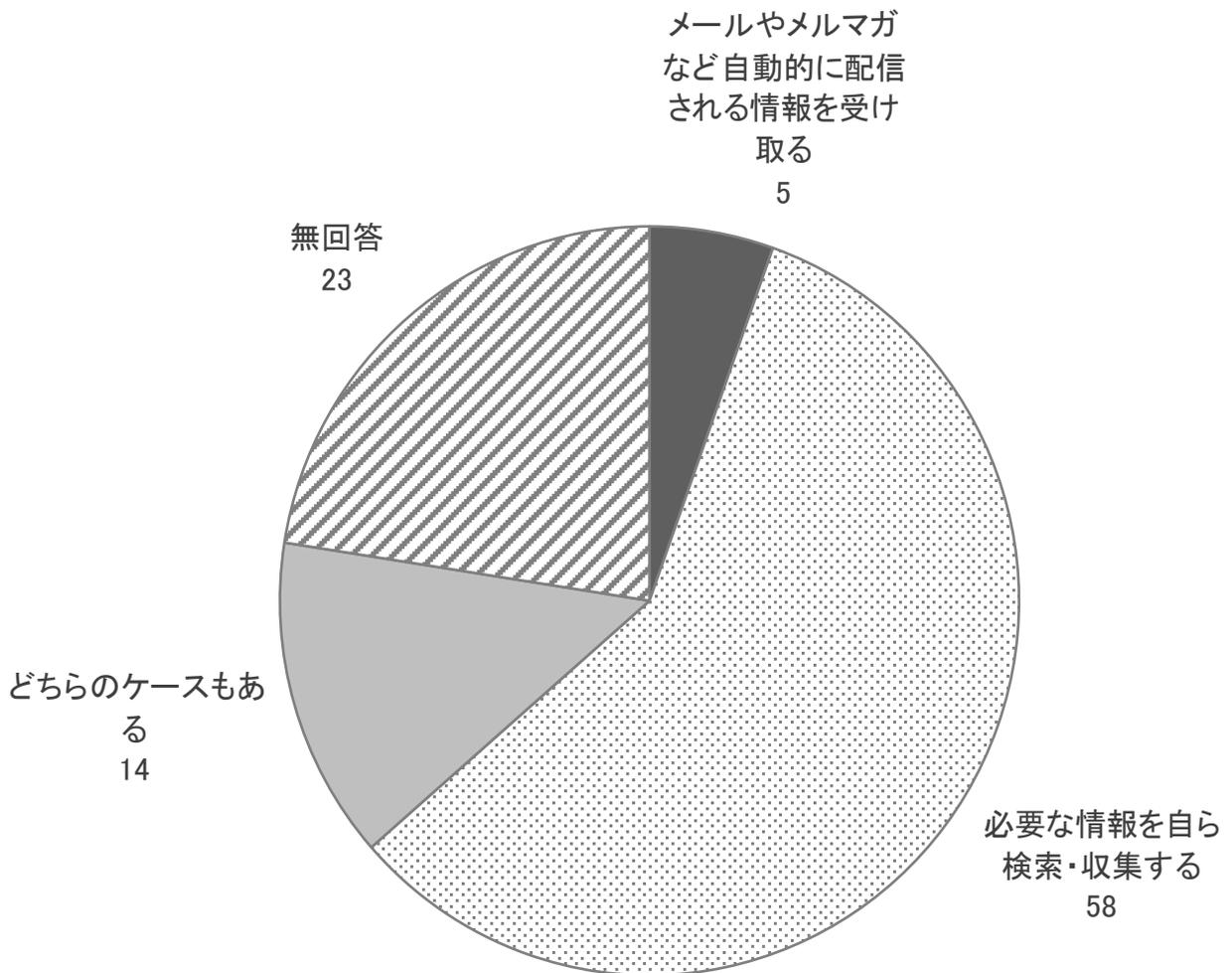
集計ベース：季刊誌「横濱」を「毎号/ほとんど毎号/たまに読む」

## (7) 横浜市の広報について: インターネットでの情報収集

### 【全体】

- インターネットで情報収集する場合、「メールやメルマガなど自動的に配信される情報を受け取る」受動的な情報収集は5%と少なく、58%は「必要な情報を自ら検索・収集する」積極派である。

【問27】 普段、インターネットで情報入手する場合、どのようなケースが多いですか。 (%)



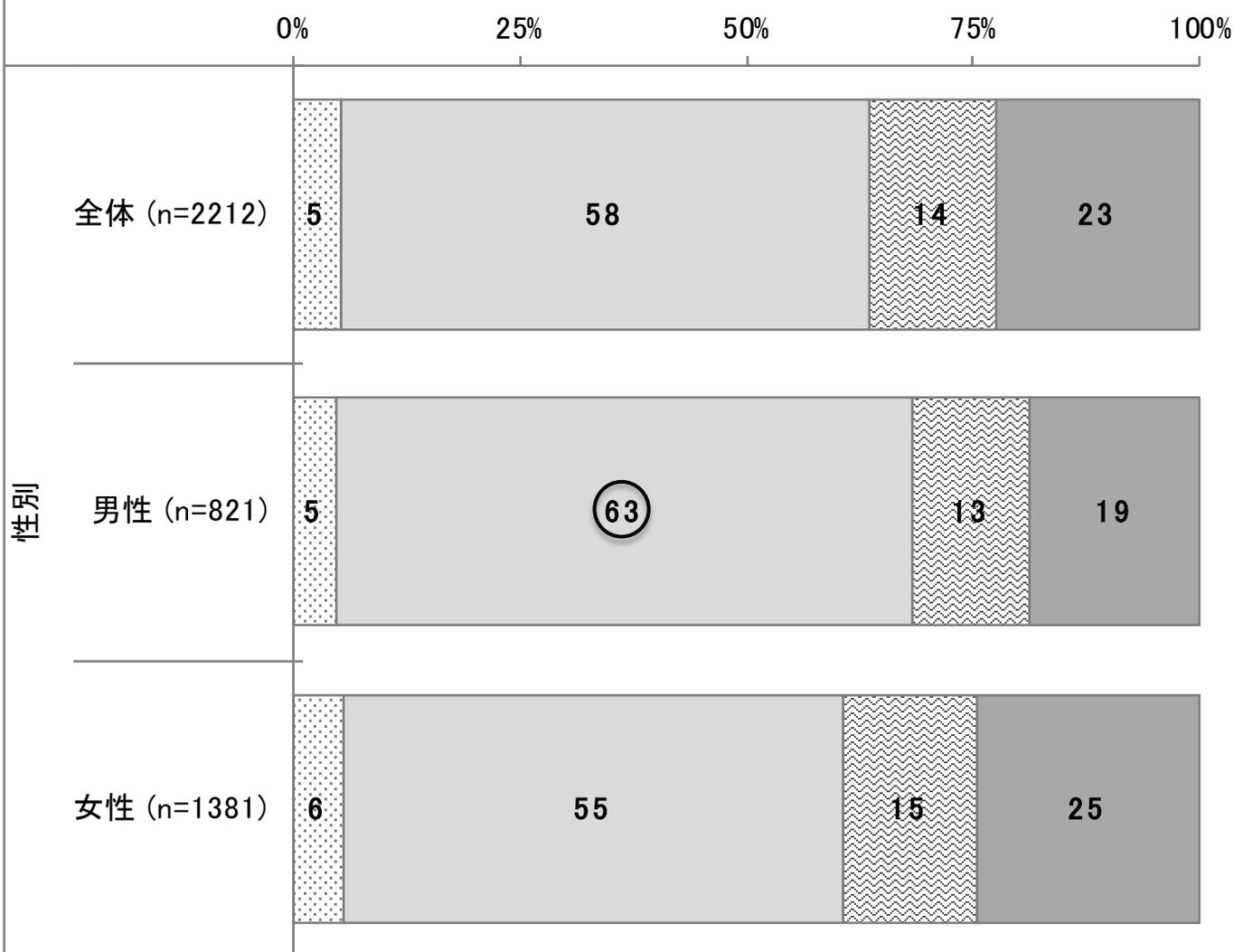
# (7) 横浜市の広報について: インターネットでの情報収集

## 【性別】

- 「必要な情報を自ら検索・収集する」積極派は、男性が63%、女性が55%で、男性が8ポイント高い割合となっている。

【問27】普段、インターネットで情報入手する場合、どのようなケースが多いですか。

- メールやメルマガなど自動的に配信される情報を受け取る
- 必要な情報を自ら検索・収集する
- どちらのケースもある
- 無回答



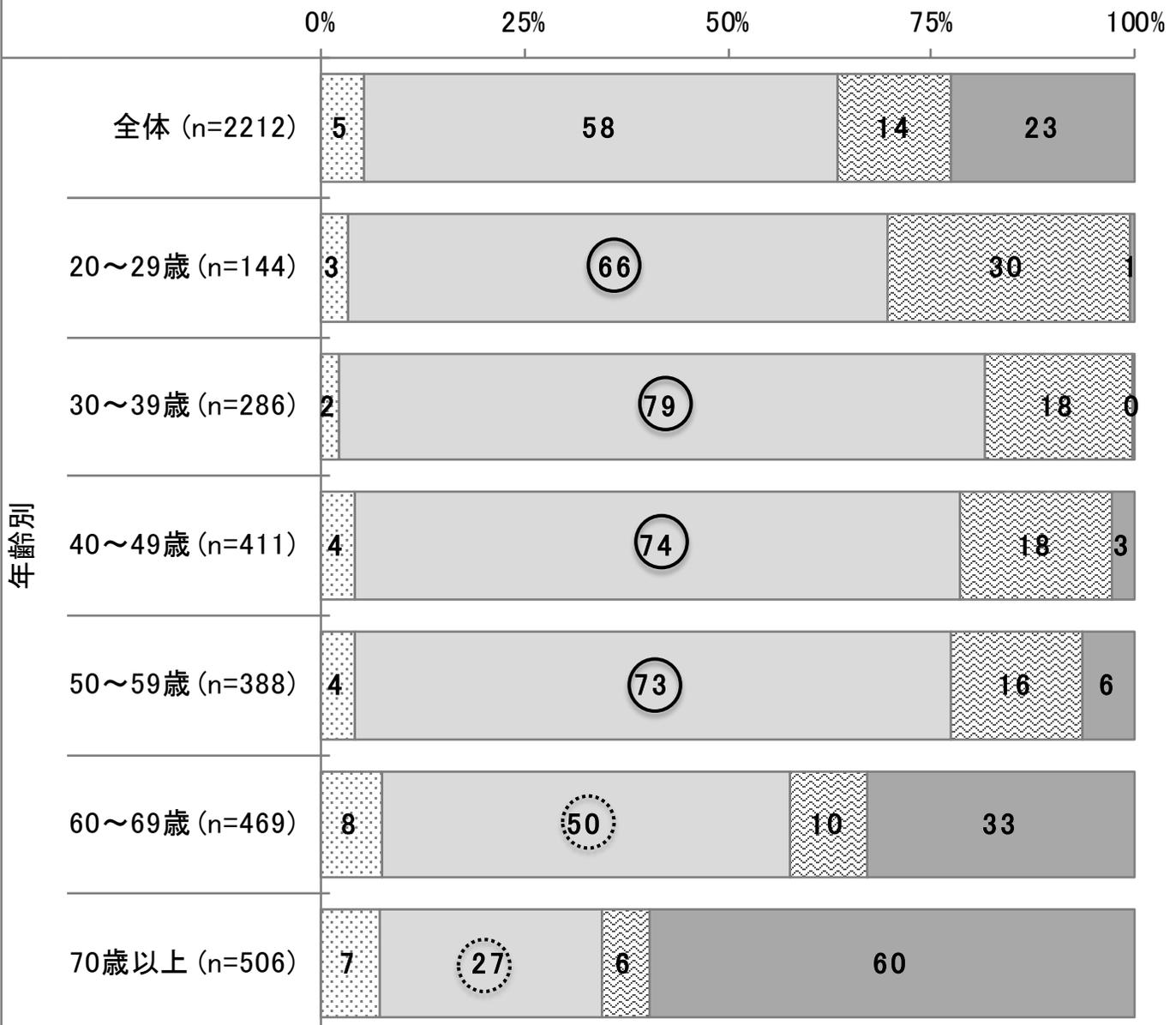
# (7) 横浜市の広報について: インターネットでの情報収集

## 【年齢別】

- ・ 「必要な情報を自ら検索・収集する」人の割合は、20歳代～50歳代で高く、60歳代、70歳以上ではそれぞれ50%、27%と低い。
- ・ 逆に60歳代、70歳以上では、「自動的に配信される情報を受け取る」割合がそれぞれ8%、7%であり、50歳代以下に比べてわずかながら高い傾向がある。

【問27】 普段、インターネットで情報入手する場合、どのようなケースが多いですか。

- メールやメルマガなど自動的に配信される情報を受け取る
- 必要な情報を自ら検索・収集する
- どちらのケースもある
- 無回答



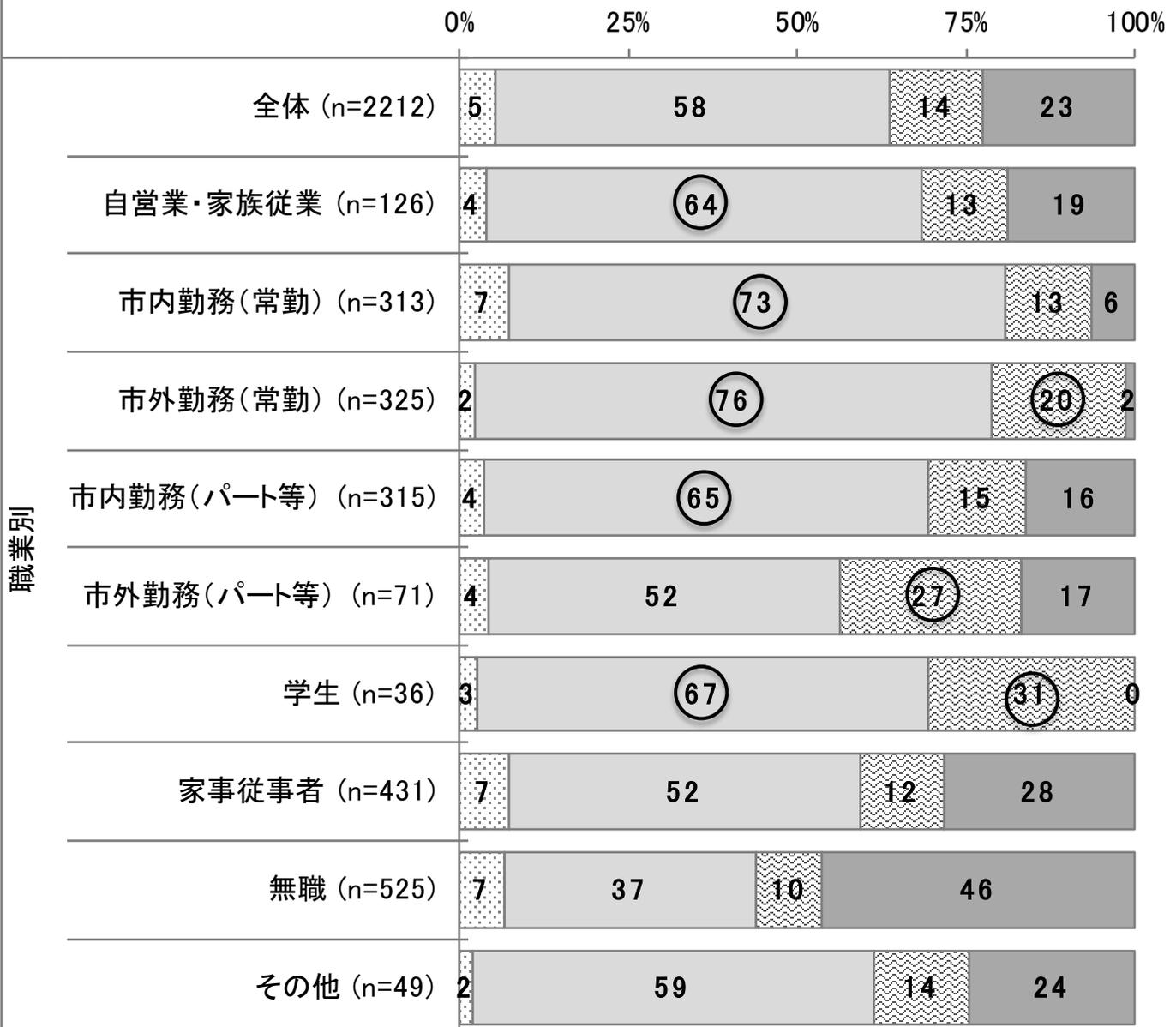
# (7) 横浜市の広報について: インターネットでの情報収集

## 【職業別】

- 「自営業・家族従業」、「市内勤務(常勤)」、「市外勤務(常勤)」、「市内勤務(パート等)」及び「学生」は共に「必要な情報を自ら検索・収集する」割合が全体に比べ5ポイント以上高い。また、「市外勤務(常勤)」、「市外勤務(パート等)」、「学生」は「どちらのケースもある」割合が全体より高い。

【問27】 普段、インターネットで情報入手する場合、どのようなケースが多いですか。

- メールやメルマガなど自動的に配信される情報を受け取る
- 必要な情報を自ら検索・収集する
- どちらのケースもある
- 無回答

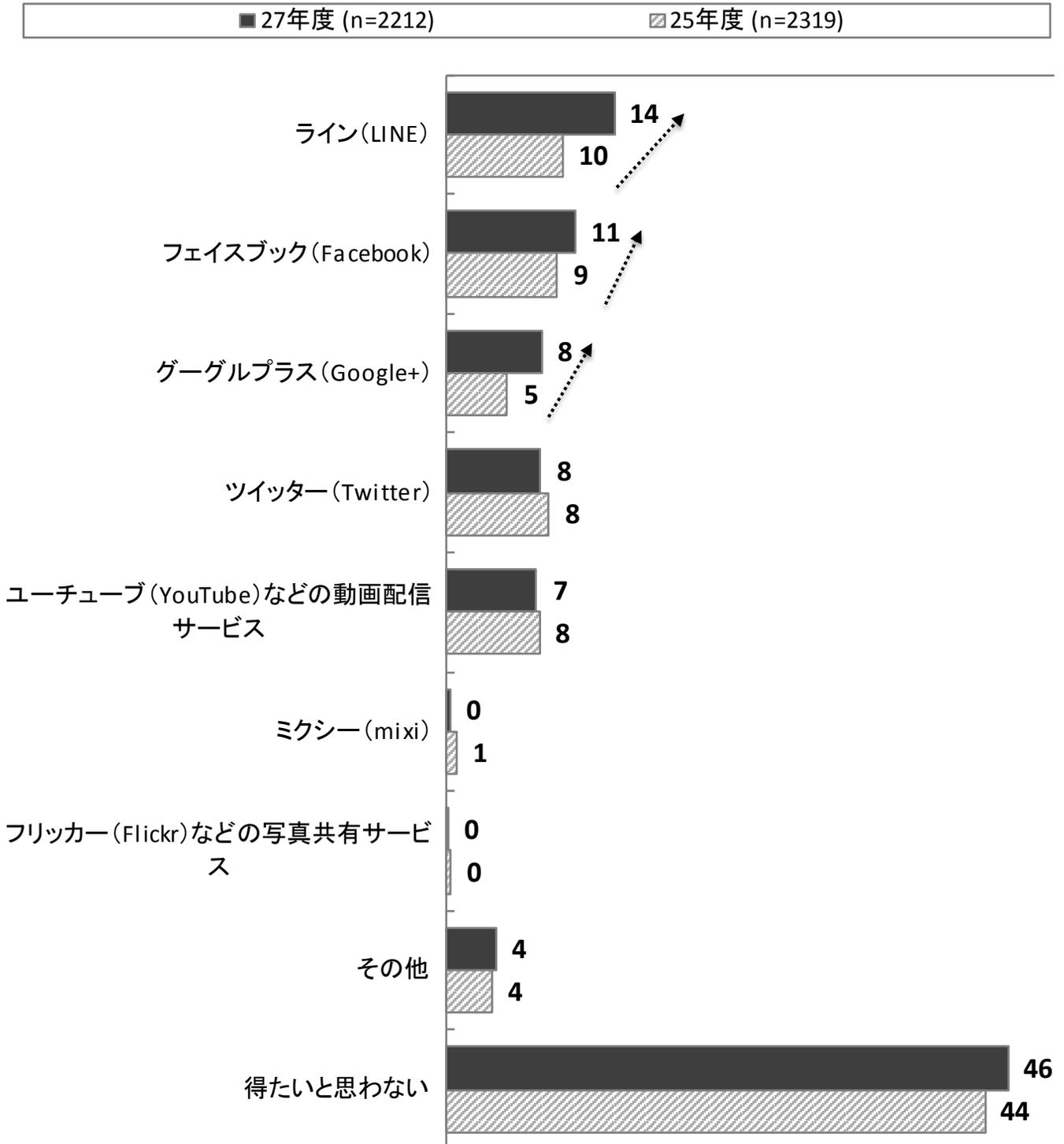


## (7) 横浜市の広報について: ソーシャルメディア

### 【全体・経年比較】

- ・ 得たいと思う人が利用したいソーシャルメディアは、「ライン」14%、「フェイスブック」11%、「グーグルプラス」8%であり、これらは25年度に比べわずかに上昇傾向にある。
- ・ なお、ソーシャルメディアから「得たいと思わない」人が46%存在する。

【問28】市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)を、ソーシャルメディアから得たいと思いますか。利用したいソーシャルメディアを全てお選びください。【複数回答】 (%)

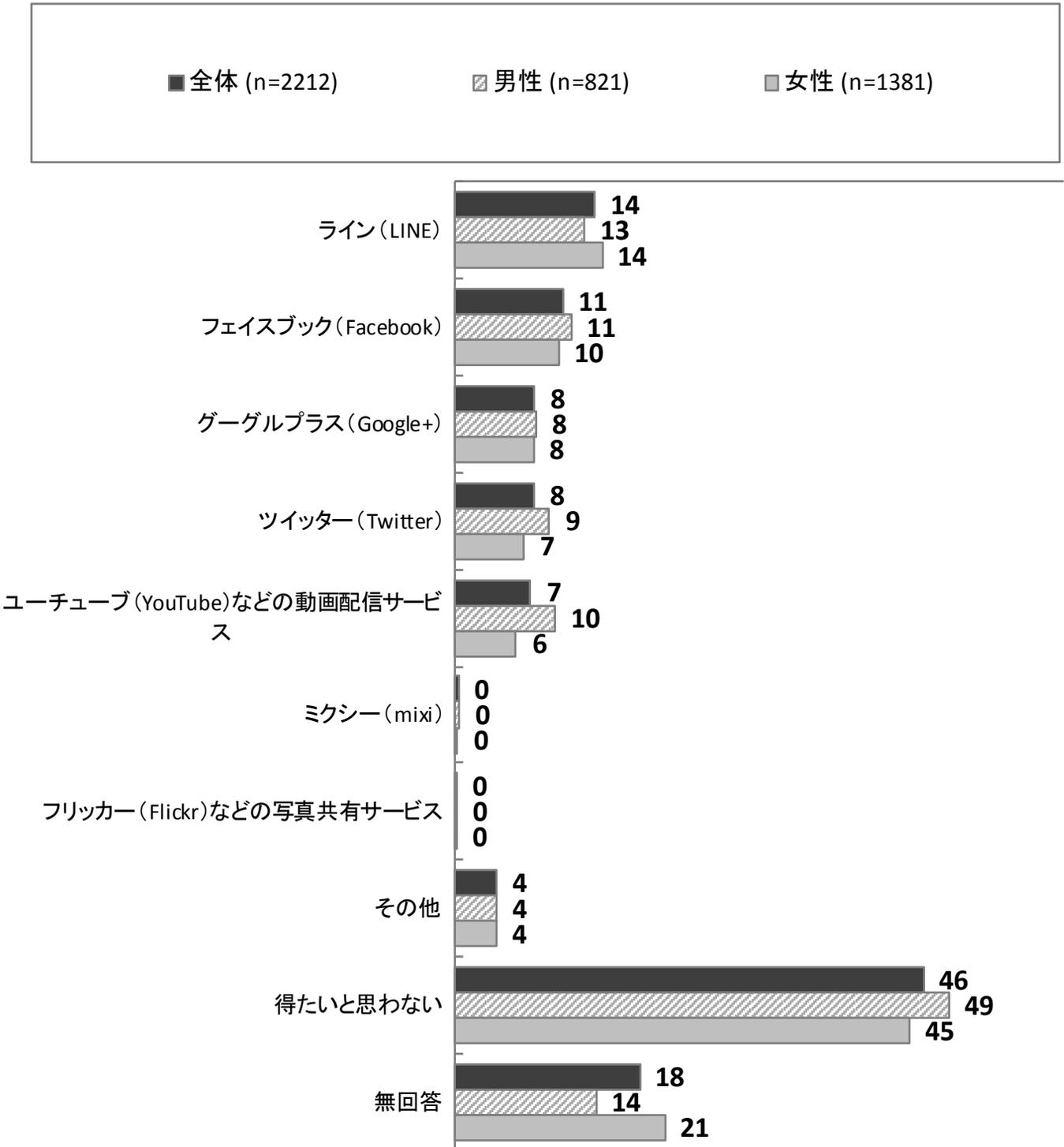


## (7) 横浜市の広報について: ソーシャルメディア

### 【性別】

- ・ 利用したいソーシャルメディアに、男女での差はほとんどない。

【問28】市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)を、ソーシャルメディアから得たいと思いますか。利用したいソーシャルメディアを全てお選びください。【複数回答】 (%)

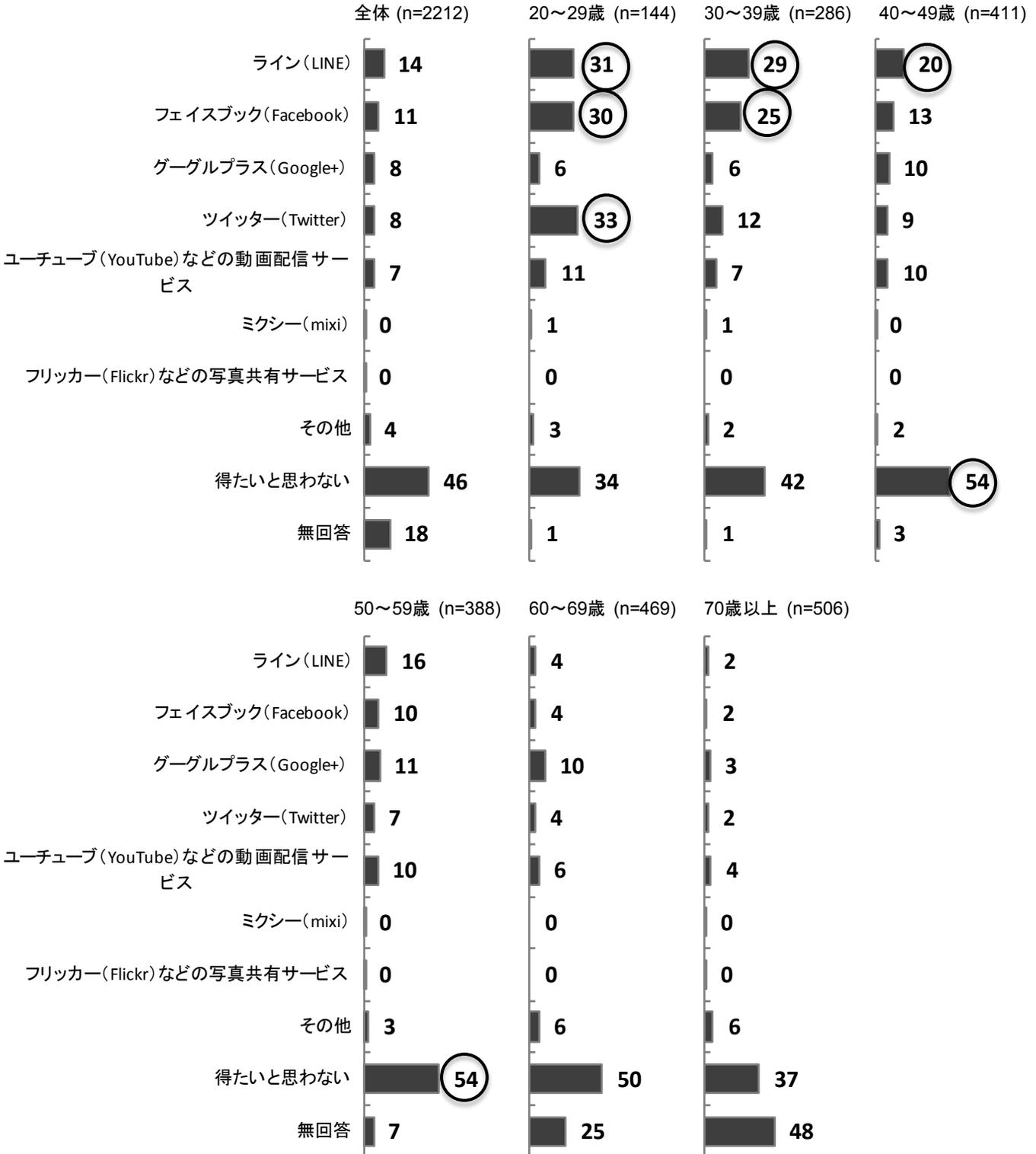


# (7) 横浜市の広報について: ソーシャルメディア

## 【年齢別】

- 20歳代～30歳代では「ライン」と「フェイスブック」の割合が高く、20歳代はそれに「ツイッター」が加わる。40歳代は「ライン」の割合が高い。
- 一方、40歳代～60歳代には、市や区の情報入手にソーシャルメディアを使って「得たいとは思わない」人が50%以上いる。

【問28】市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)を、ソーシャルメディアから得たいと思いますか。利用したいソーシャルメディアを全てお選びください。【複数回答】 (%)

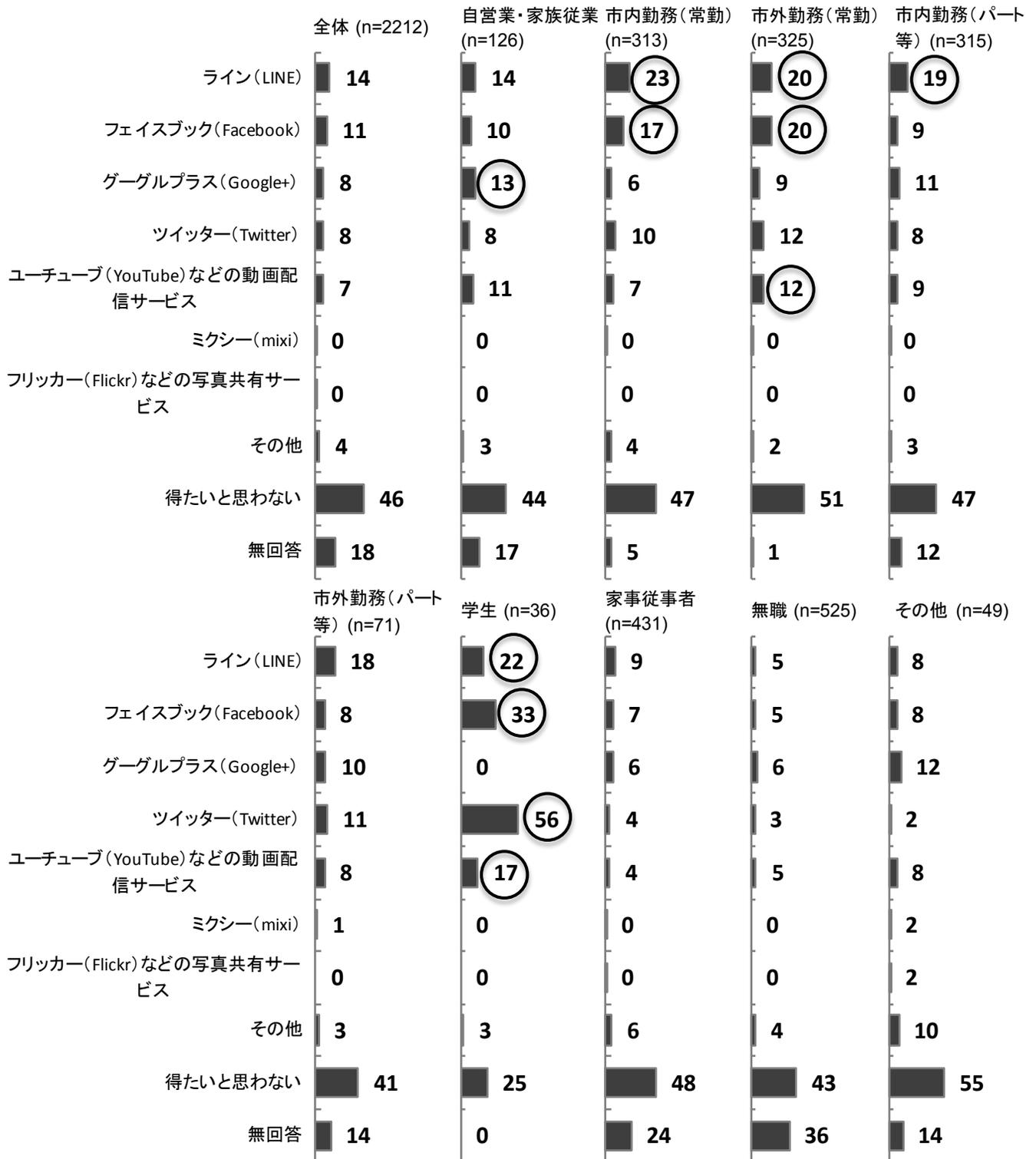


# (7) 横浜市の広報について: ソーシャルメディア

## 【職業別】

- 「市内勤務(常勤)」、「市外勤務(常勤)」、「市内勤務(パート等)」、「学生」は、「ライン」の選択率が高い。また「市内勤務(常勤)」は「フェイスブック」も選択し、「市外勤務(常勤)」は「フェイスブック」と「動画配信サービス」の利用希望も高い。「学生」は、「フェイスブック」や「ツイッター」、「動画配信サービス」も高い。

【問28】市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)を、ソーシャルメディアから得たいと思いますか。利用したいソーシャルメディアを全てお選びください。【複数回答】 (%)



# (7) 横浜市の広報について: ソーシャルメディア

## 【居住地域別】

- 「ライン」は全ての区で利用したいソーシャルメディアのTop3以内であり、「フェイスブック」はほとんどの区でTop3以内。「グーグルプラス」、「ツイッター」、「ユーチューブなどの動画配信サービス」は、区によって傾向が異なるが、そのいずれか1つないし2つがTop3以内にある。

【問28】市や区の情報(事業や行事、お知らせなど)を、ソーシャルメディアから得たいと思いますか。利用したいソーシャルメディアを全てお選びください。【複数回答】 (%)

	n=	ライン (LINE)	フェイスブック (Facebook)	グーグルプラス (Google+)	ツイッター (Twitter)	ユーチューブ (YouTube)	ミクシー (mixi)	フリッカー (Flickr)	その他	得たいと思わない	無回答
全体	(2212)	14	11	8	8	7	0	0	4	46	18
青葉区	(171)	12	8	11	7	8	1	0	2	50	13
旭区	(169)	14	9	6	5	7	0	0	2	49	22
泉区	(98)	8	9	5	5	4	0	0	4	55	16
磯子区	(101)	16	8	8	10	5	0	0	2	49	19
神奈川区	(122)	15	16	5	7	6	1	0	10	34	20
金沢区	(133)	12	14	9	11	8	2	1	3	46	14
港南区	(128)	9	8	9	6	9	0	0	5	42	25
港北区	(213)	13	12	7	8	4	0	0	4	54	15
栄区	(73)	10	8	10	7	10	0	0	5	47	15
瀬谷区	(89)	15	9	2	9	11	0	0	3	39	27
都筑区	(109)	19	13	6	8	7	0	0	4	42	18
鶴見区	(152)	18	9	7	5	6	0	0	5	51	14
戸塚区	(159)	15	12	9	11	8	0	0	3	39	19
中区	(74)	16	16	8	14	11	0	0	0	49	14
西区	(54)	17	20	9	17	11	0	0	4	41	13
保土ヶ谷区	(132)	14	11	11	6	7	0	0	3	50	19
緑区	(112)	16	7	11	3	9	0	0	5	39	26
南区	(116)	11	9	8	7	9	0	0	6	46	18

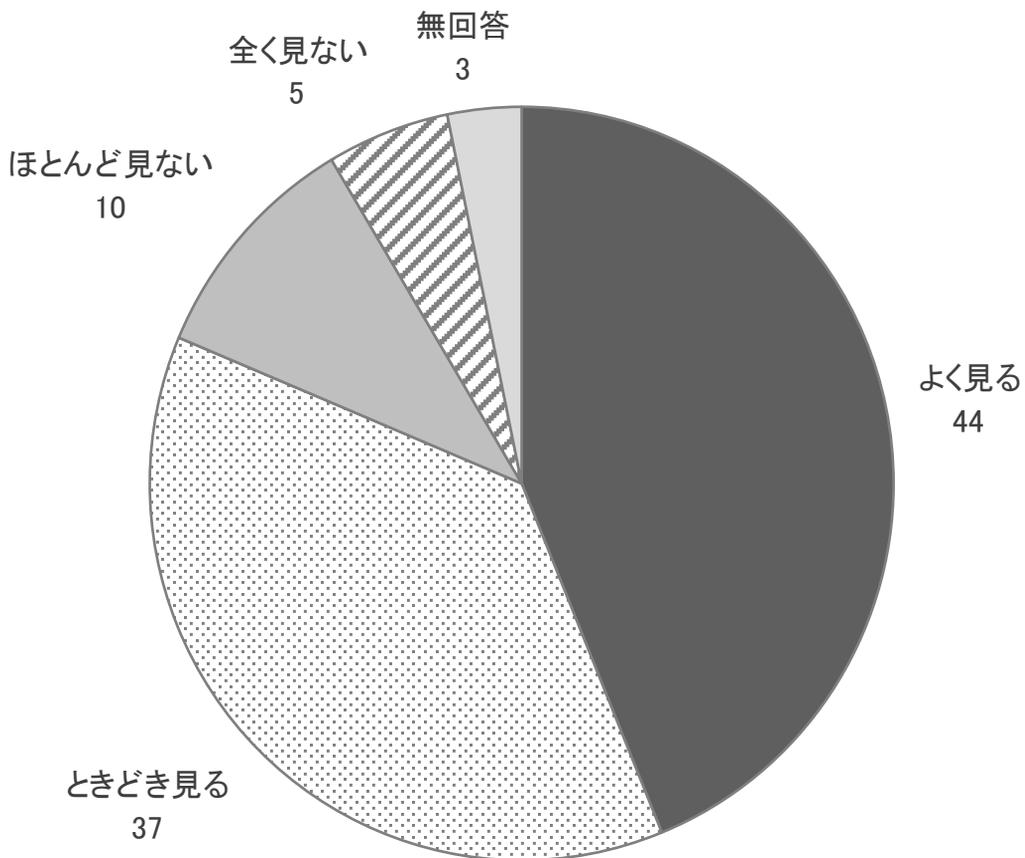
※各区上位3項目をハイライト(「得たいと思わない」、「無回答」を除く)

## (7) 横浜市の広報について: デジタルサイネージ

### 【全体】

- 全体の8割が、電車やバスの中で電光掲示(デジタルサイネージ)を見ると回答している。(「よく見る」と「ときどき見る」の合計)

【問29】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。

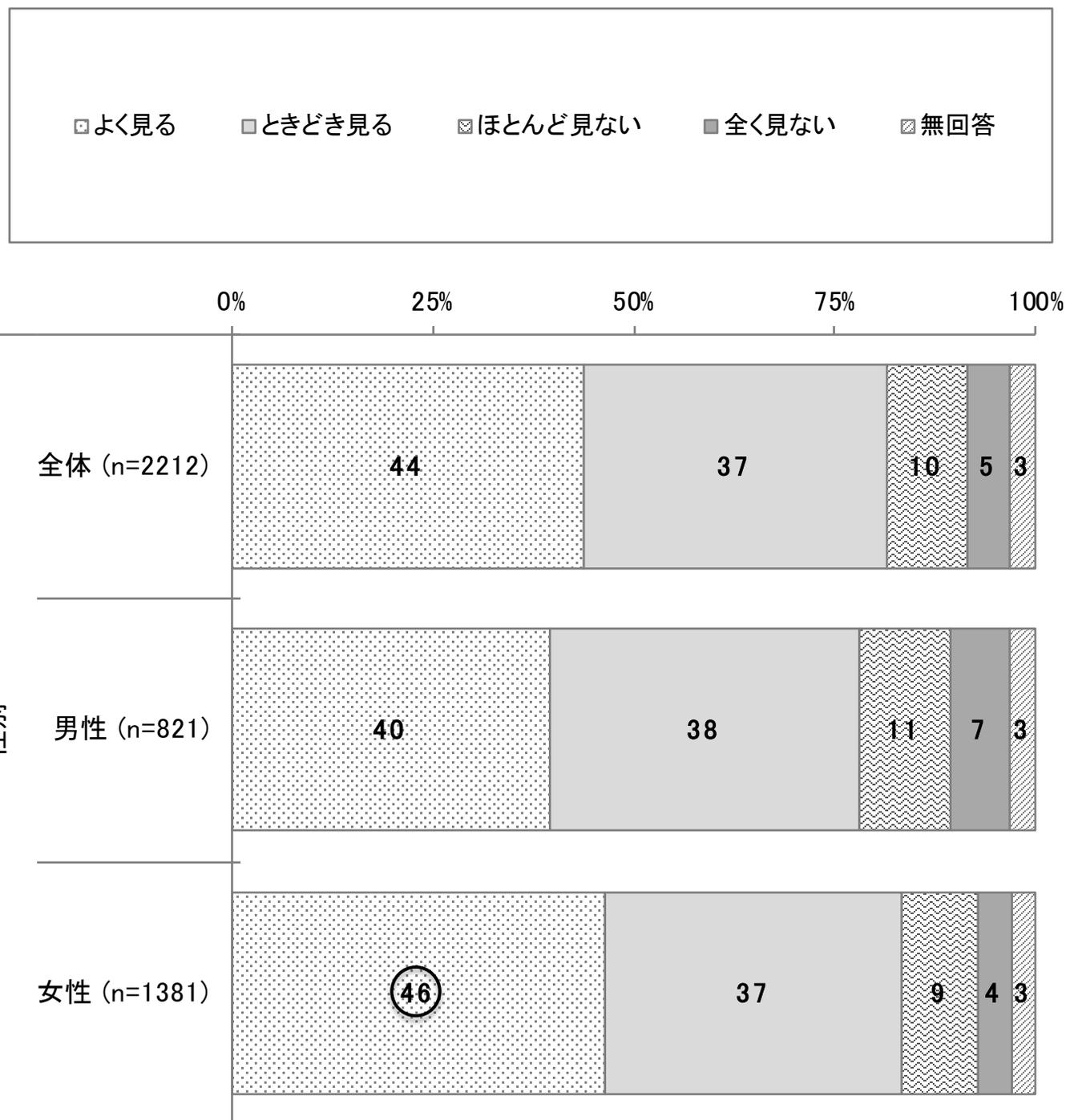


## (7) 横浜市の広報について: デジタルサイネージ

### 【性別】

- 電車やバスの中で電光掲示を「よく見る」人の割合は、男性40%、女性46%で、女性の方が6ポイント多い。

【問29】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。

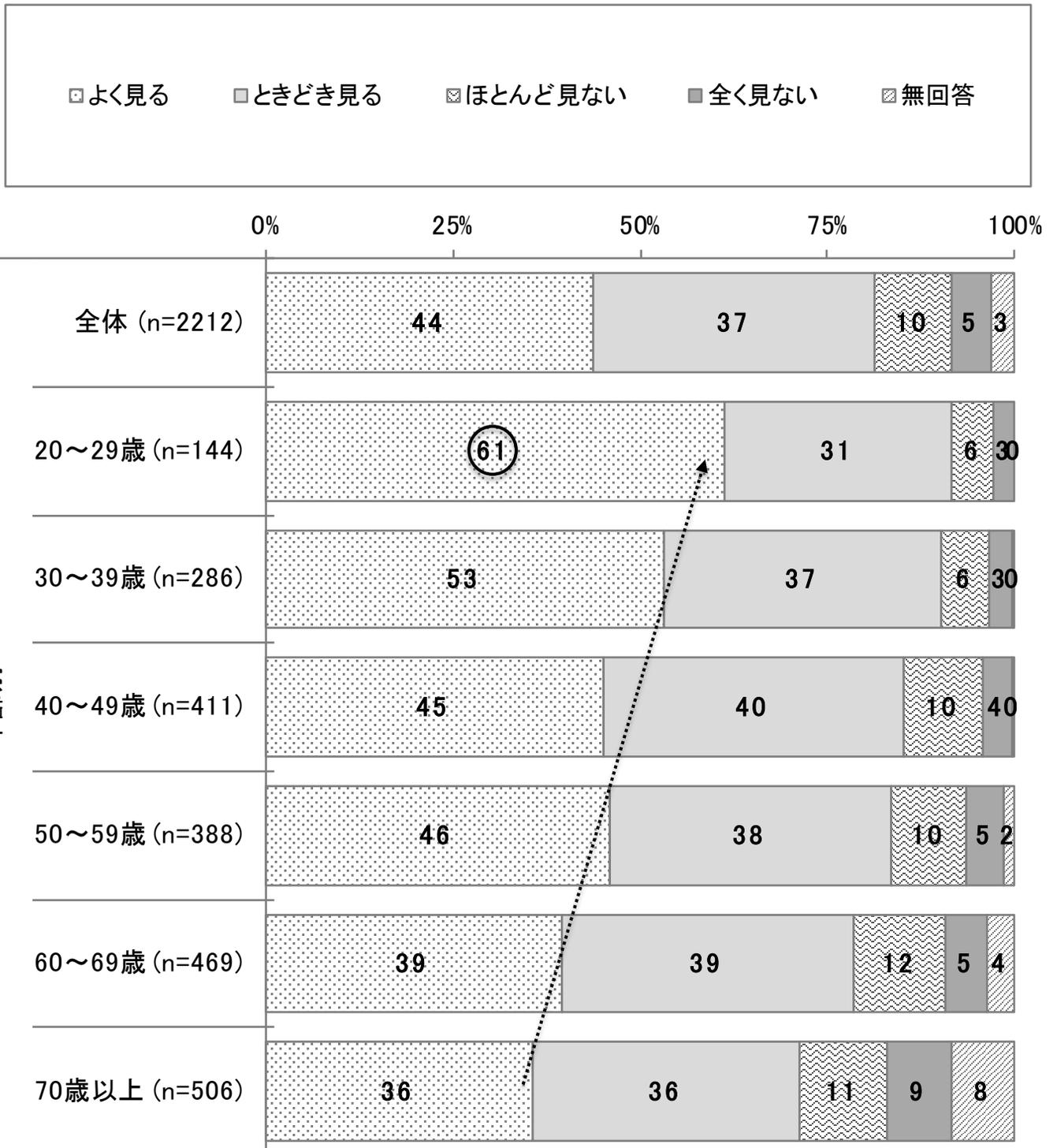


## (7) 横浜市の広報について: デジタルサイネージ

### 【年齢別】

- 若い人ほど電光掲示を「よく見る」傾向があり、20歳代は「よく見る」割合が61%と高く、全体の44%よりも17ポイント高い。

【問29】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。

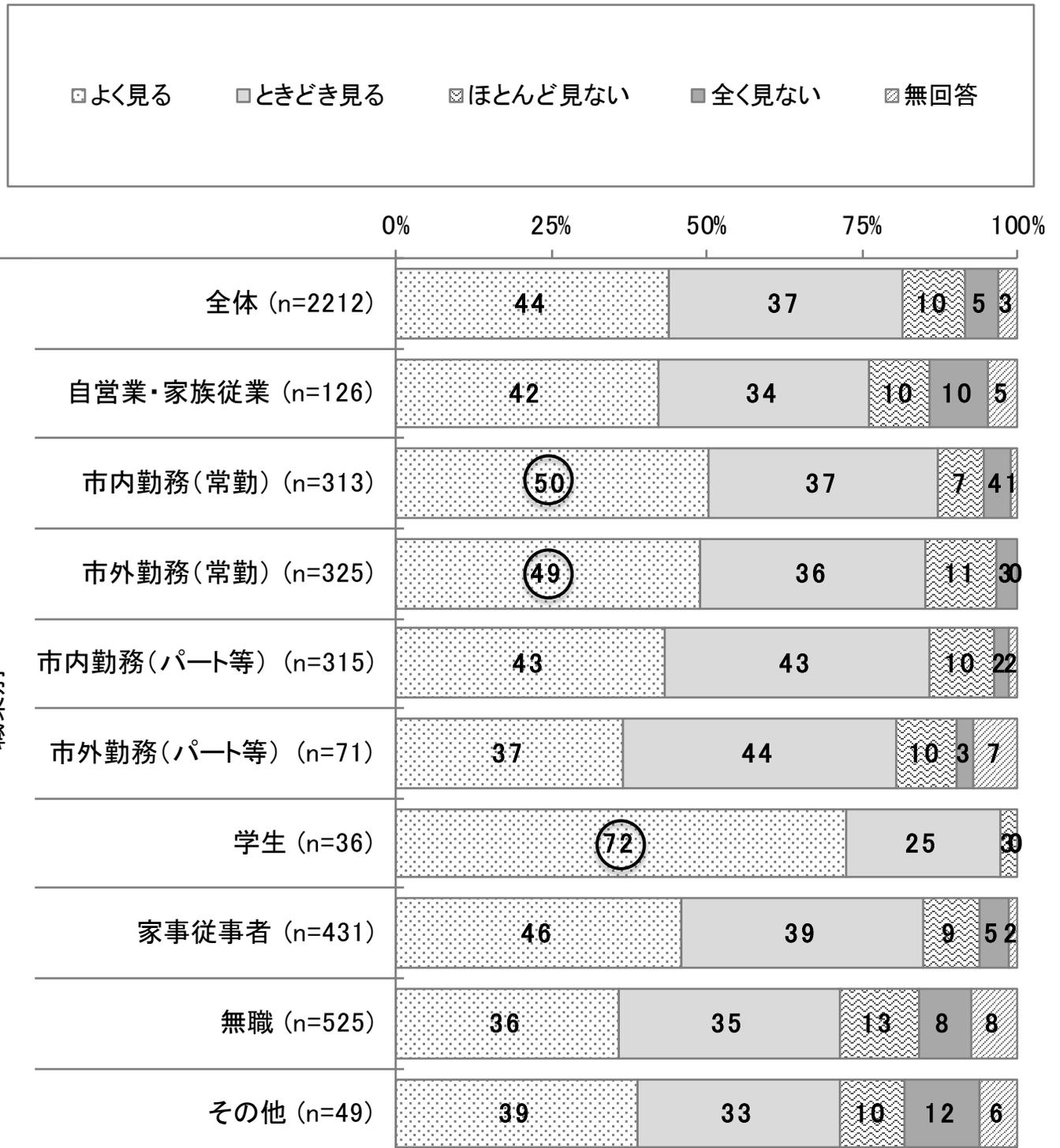


## (7) 横浜市の広報について: デジタルサイネージ

### 【職業別】

- 電光掲示を「よく見る」割合は、「学生」が72%と全体に対して20ポイント以上高く、次いで「市内勤務(常勤)」(50%)と「市外勤務(常勤)」(49%)とが高く、全体に対して5ポイント以上高い。

【問29】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。



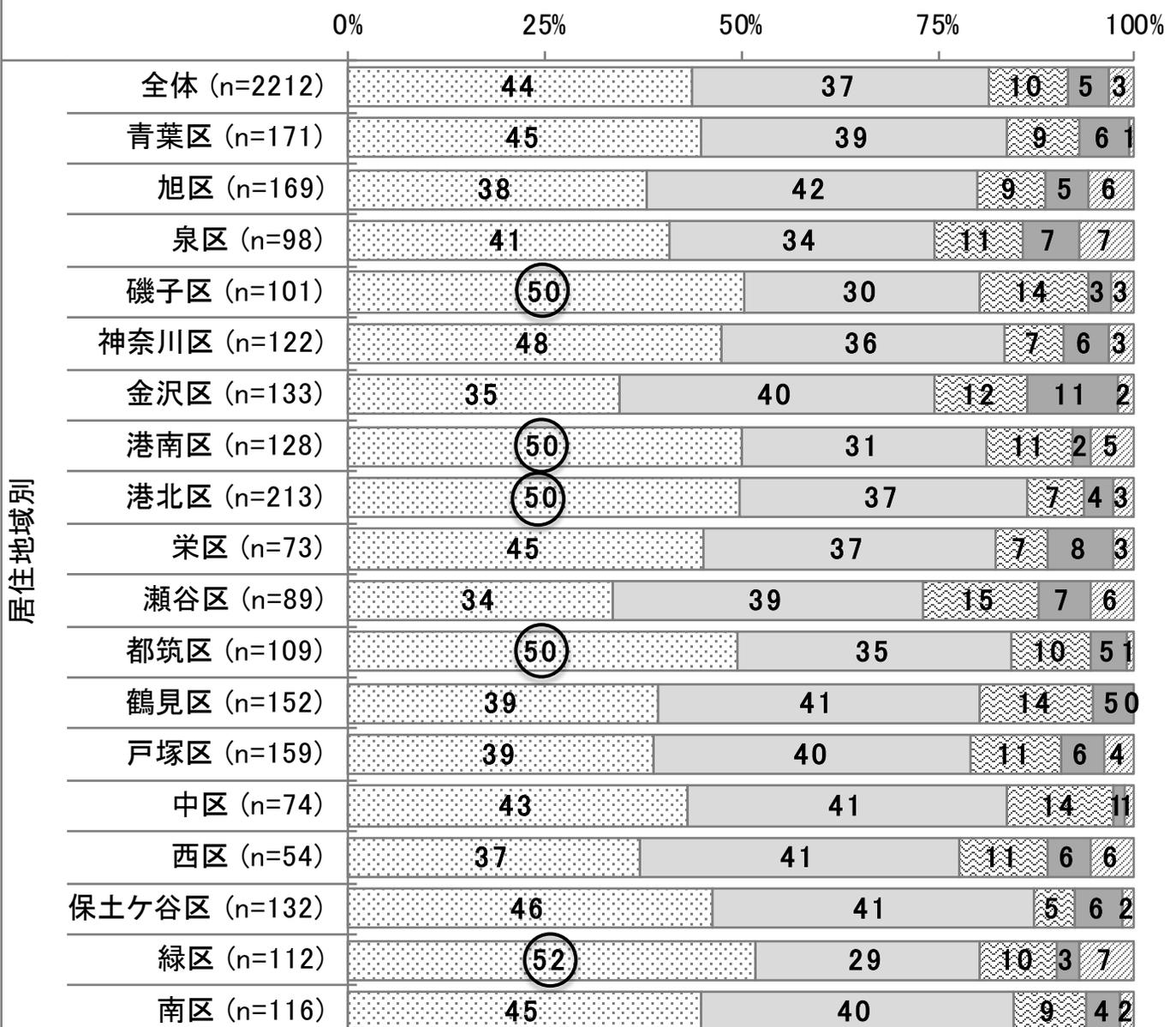
# (7) 横浜市の広報について: デジタルサイネージ

## 【居住地域別】

- 磯子区、港南区、港北区、都筑区、緑区では、電車やバスの中で電光掲示を「よく見る」人の割合が50%以上あり、全体より5ポイント以上高い。

【問29】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

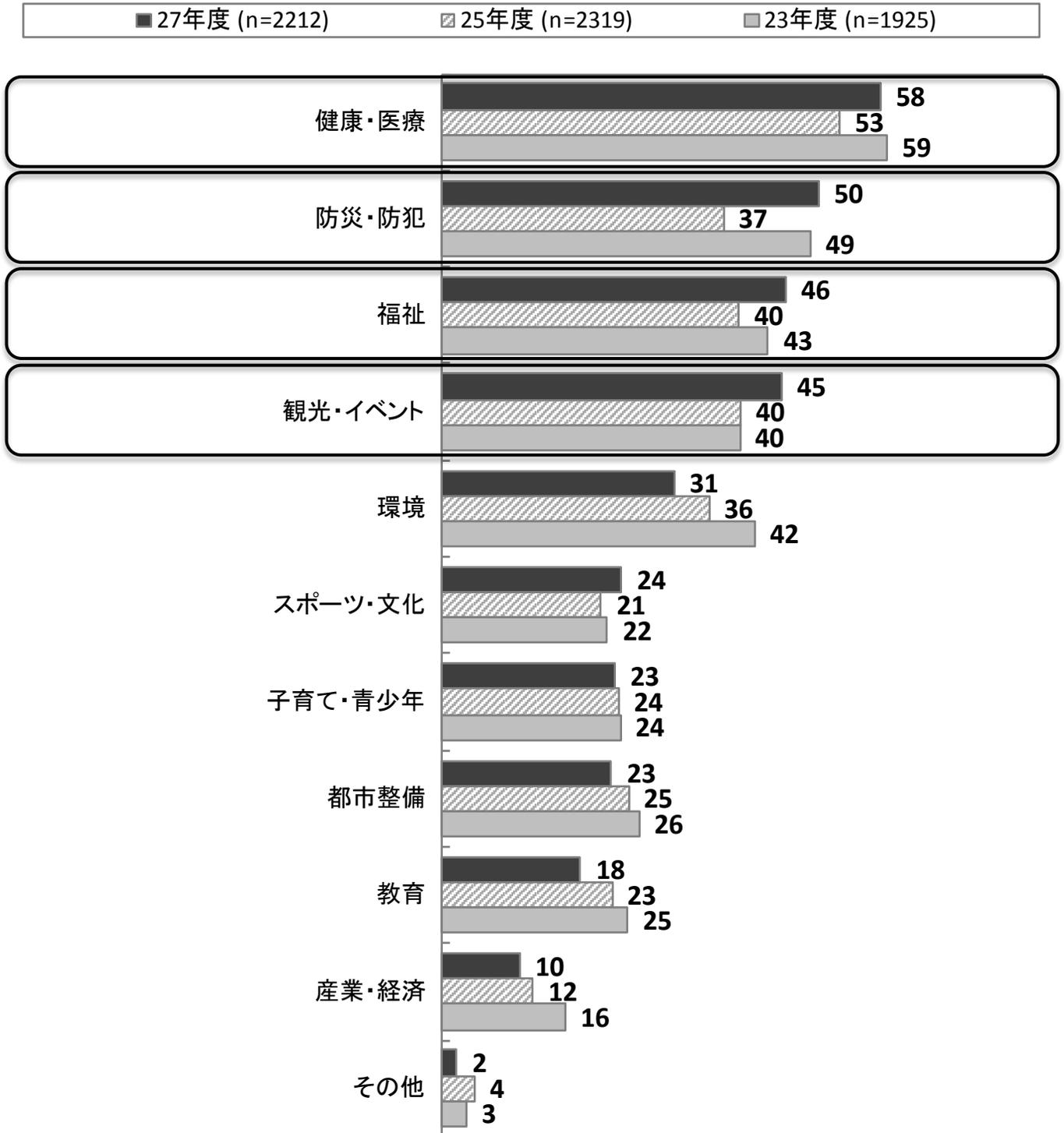


# (7)横浜市の広報について:関心ある、充実を望むテーマ

## 【全体・経年比較】

- ・ 「健康・医療」58%、「防災・防犯」50%は市民の半数以上が関心を持つテーマ。
- ・ 「福祉」46%、「観光・イベント」45%がそれらに続く関心テーマとなっている。

【問30】横浜市の実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】 (%)



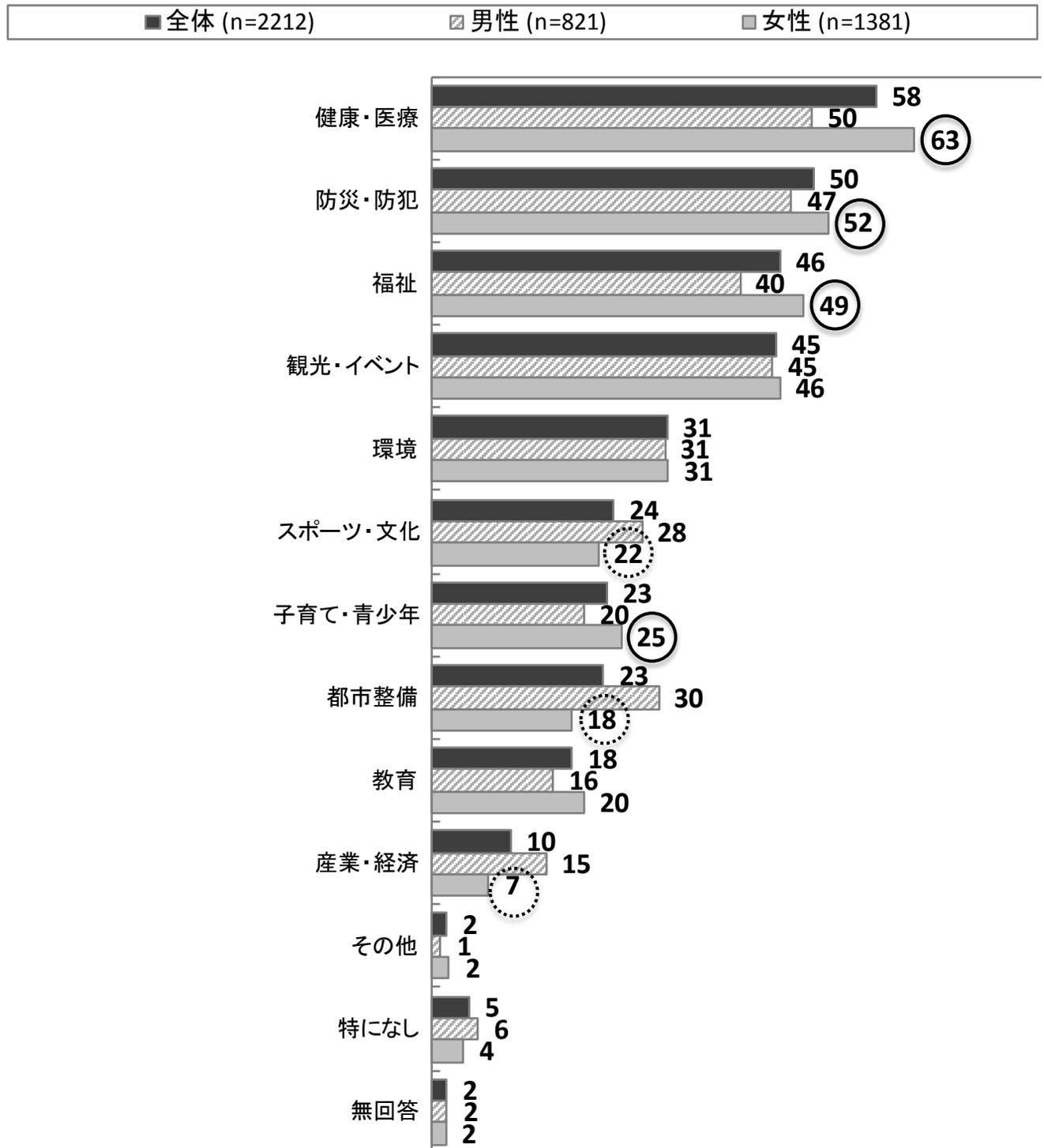
※今回の調査は選択肢表記を変更したため、経年変化は参考値

# (7) 横浜市の広報について: 関心ある、充実を望むテーマ

## 【性別】

- 「健康・医療」、「防災・防犯」、「福祉」、「子育て・青少年」では女性の関心が男性より5ポイント以上高く、「スポーツ・文化」、「都市整備」、「産業・経済」では男性の関心が6ポイント以上高い。

【問30】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】 (%)

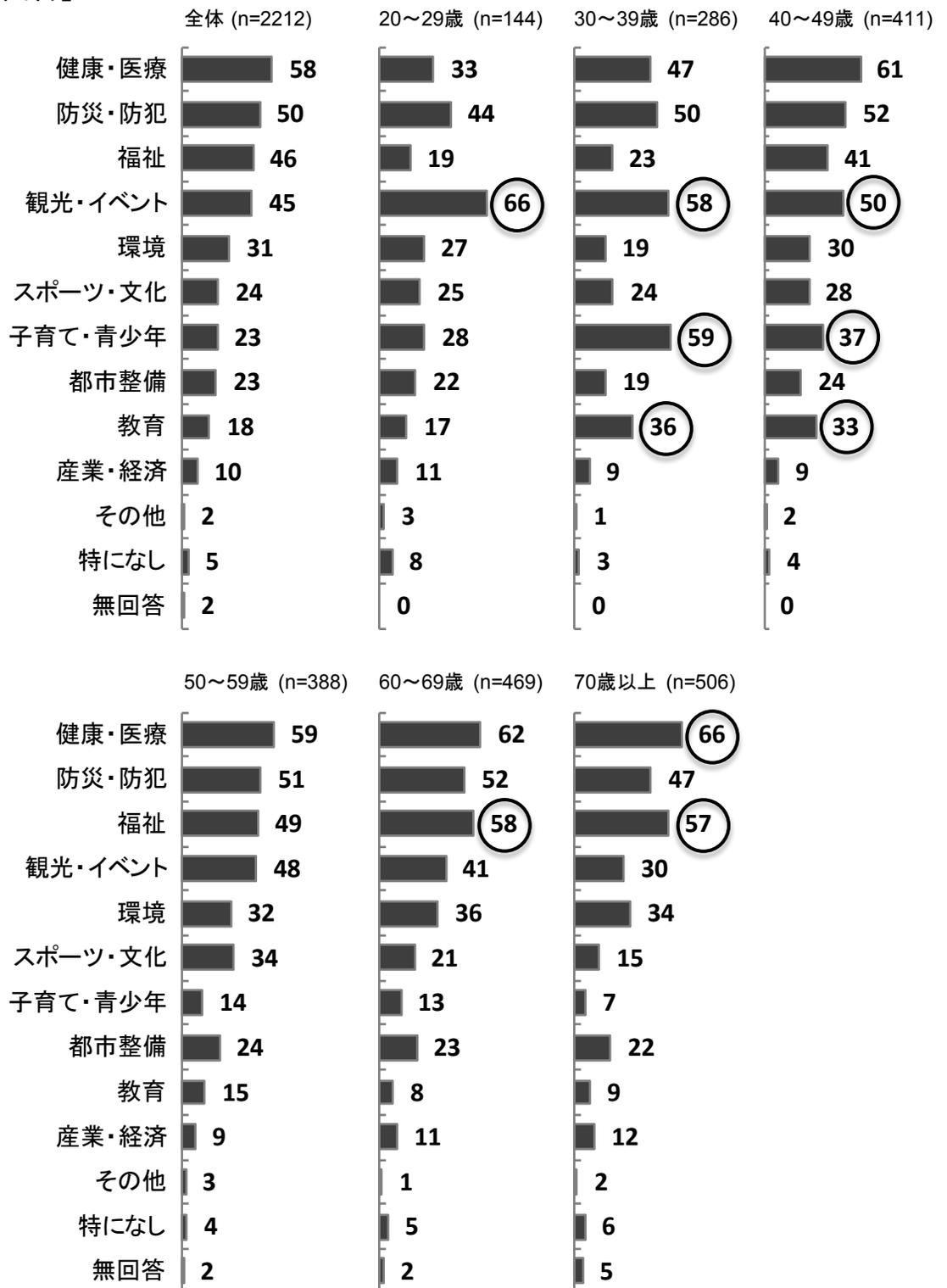


# (7) 横浜市の広報について：関心ある、充実を望むテーマ

## 【年齢別】

- ・ 「健康・医療」、「福祉」は高年齢層ほど関心が高く、「観光・イベント」は若い年齢層ほど関心が高い。
- ・ 「防災・防犯」はどの年齢層も50%前後の人が関心を持っている。
- ・ 「子育て・青少年」、「教育」は、子供のいる30歳代、40歳代で関心が高い。

【問30】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】

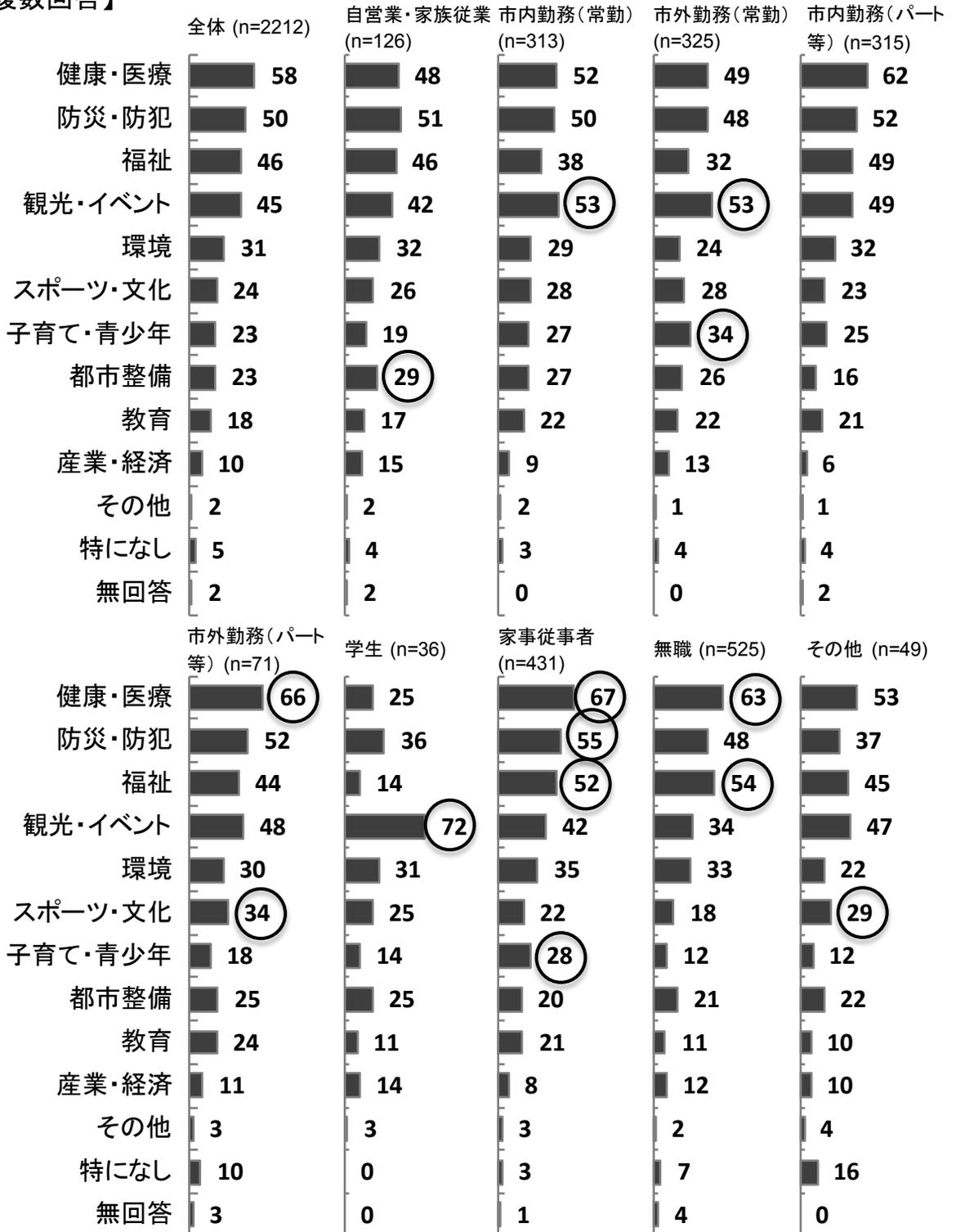


# (7)横浜市の広報について:関心ある、充実を望むテーマ

## 【職業別】

- 「健康・医療」に対して「家事従事者」、「市外勤務(パート等)」、「無職」の関心が高く、「観光・イベント」には、「学生」、「市内勤務(常勤)」、「市外勤務(常勤)」の関心が高い。また、「子育て・青少年」について「市外勤務(常勤)」と「家事従事者」の関心が強く、「都市整備」へは「自営業・家族従業」が関心を持っている。

【問30】横浜市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】 (%)

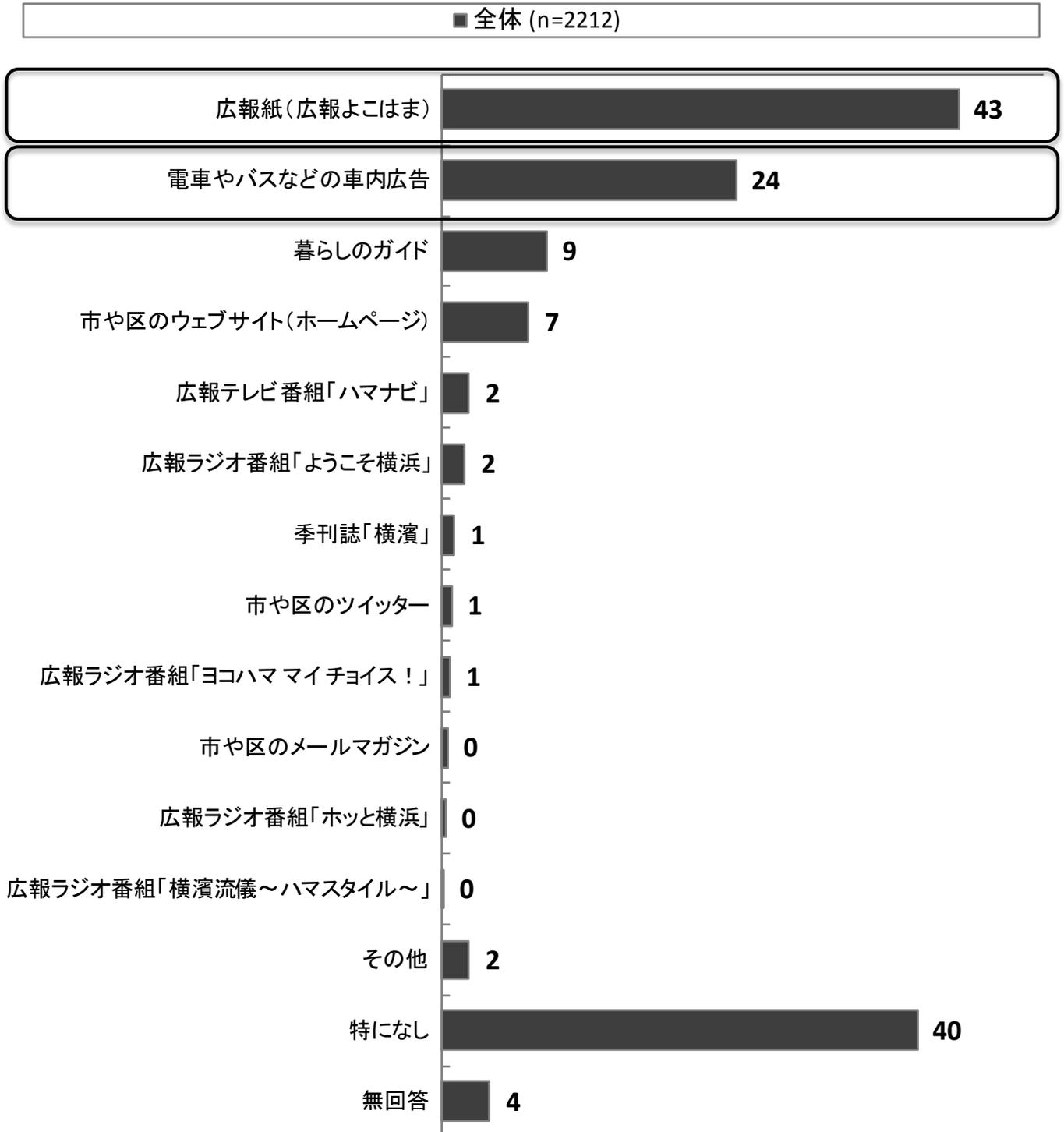


## (7) 横浜市の広報について:きっかけとなった広報媒体

### 【全体】

- ・ イベント参加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)**」がトップで43%。続いて「**電車やバスの車内広告**」が24%、「**暮らしのガイド**」が9%、「**市や区のウェブサイト**」が7%である。
- ・ **広報テレビ番組や広報ラジオ番組は2%以下で、まだ十分に機能していない。**

【問31】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】 (%)

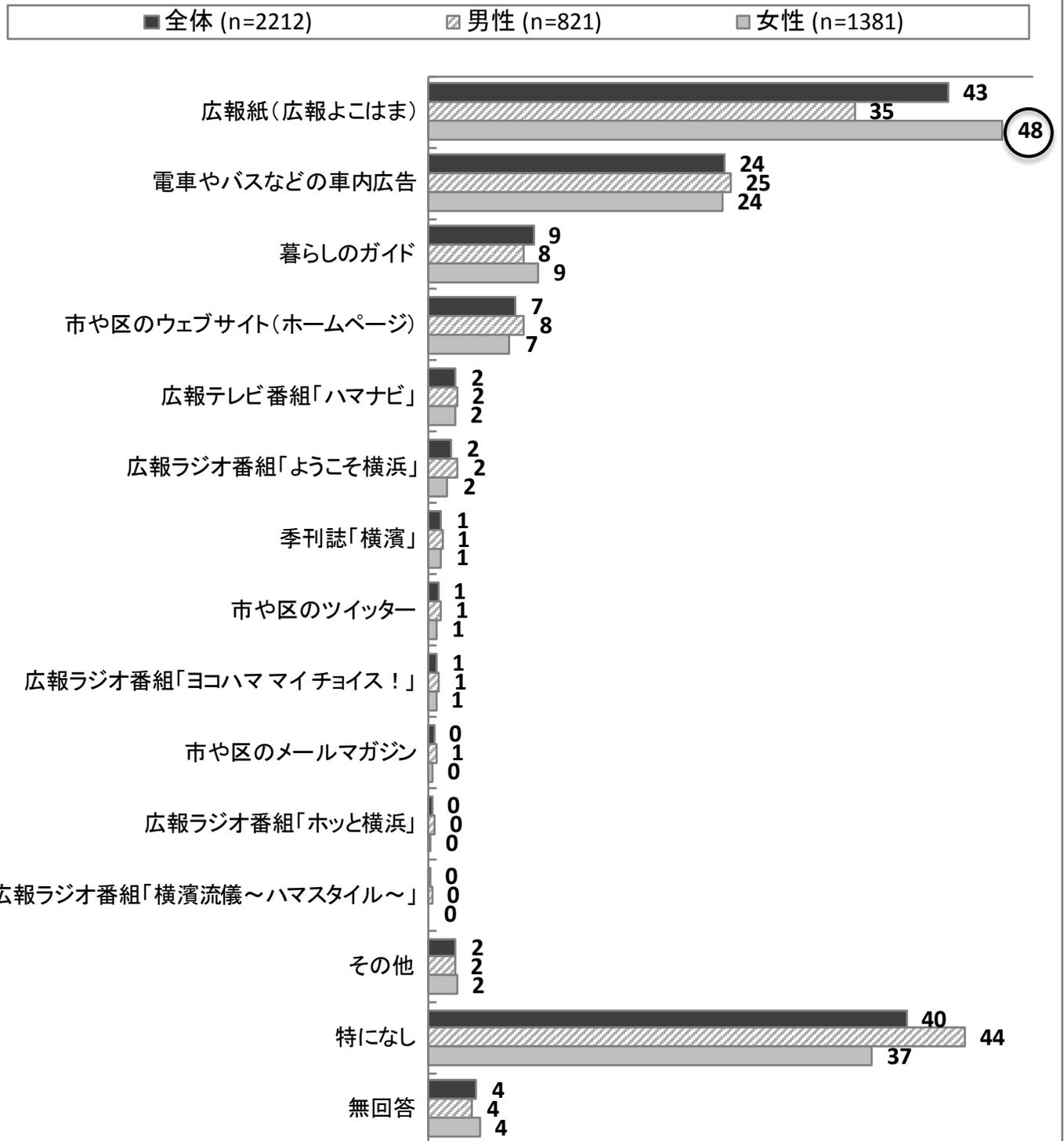


# (7) 横浜市の広報について: きっかけとなった広報媒体

## 【性別】

- 「広報紙(広報よこはま)」は、女性が行動を起こすきっかけとなった媒体として48%の人が回答しており、男性より13ポイントも高い。

【問31】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】 (%)

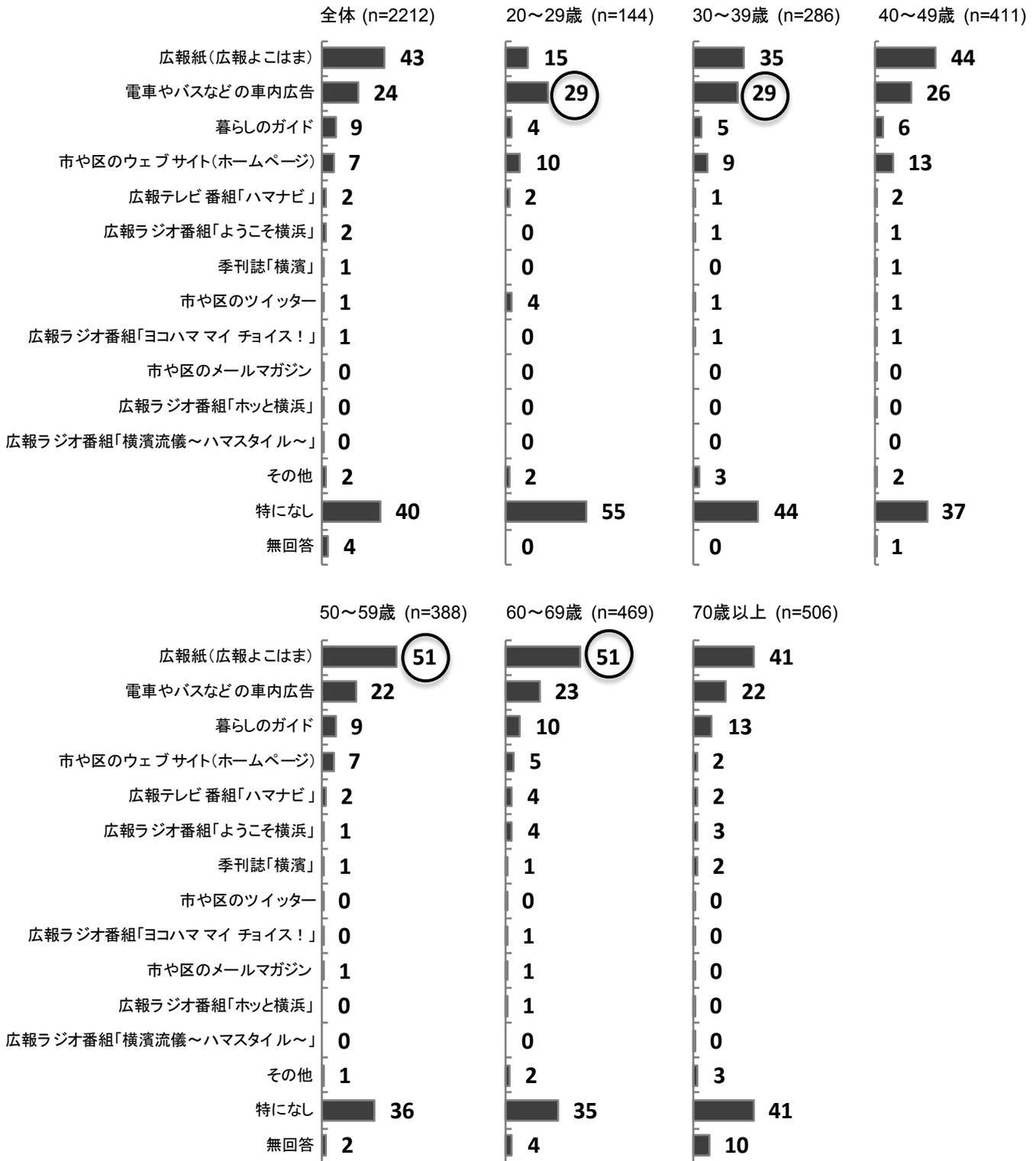


# (7) 横浜市の広報について: きっかけとなった広報媒体

## 【年齢別】

- 高年齢層ほど「**広報紙(広報よこはま)**」が行動を起こすきっかけになったとする人が多く、若い年齢層ほど「**電車やバスなどの車内広告**」が行動を起こすきっかけになる傾向がある。

【問31】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】 (%)

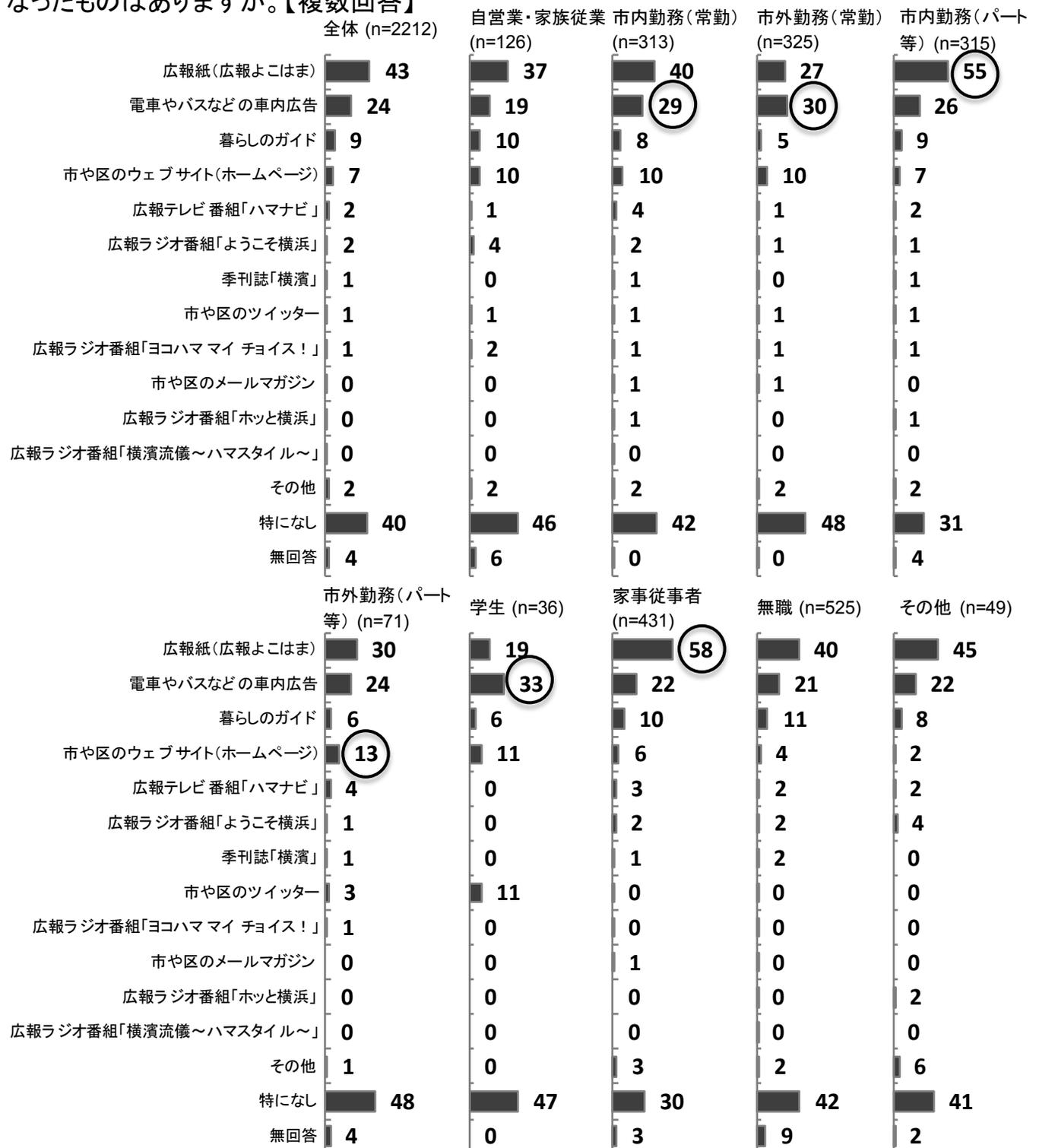


# (7) 横浜市の広報について:きっかけとなった広報媒体

## 【職業別】

- ・ 「**広報紙(広報よこはま)**」は「**家事従事者**」と「**市内勤務(パート等)**」の人たちが行動を起こすきっかけとなる割合が50%を超えて高い。
- ・ 「**電車やバスなどの車内広告**」は、「**市内勤務(常勤)**」や「**市外勤務(常勤)**」、「**学生**」の行動を起こすきっかけとして全体より5ポイント以上高い。

【問31】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】 (%)



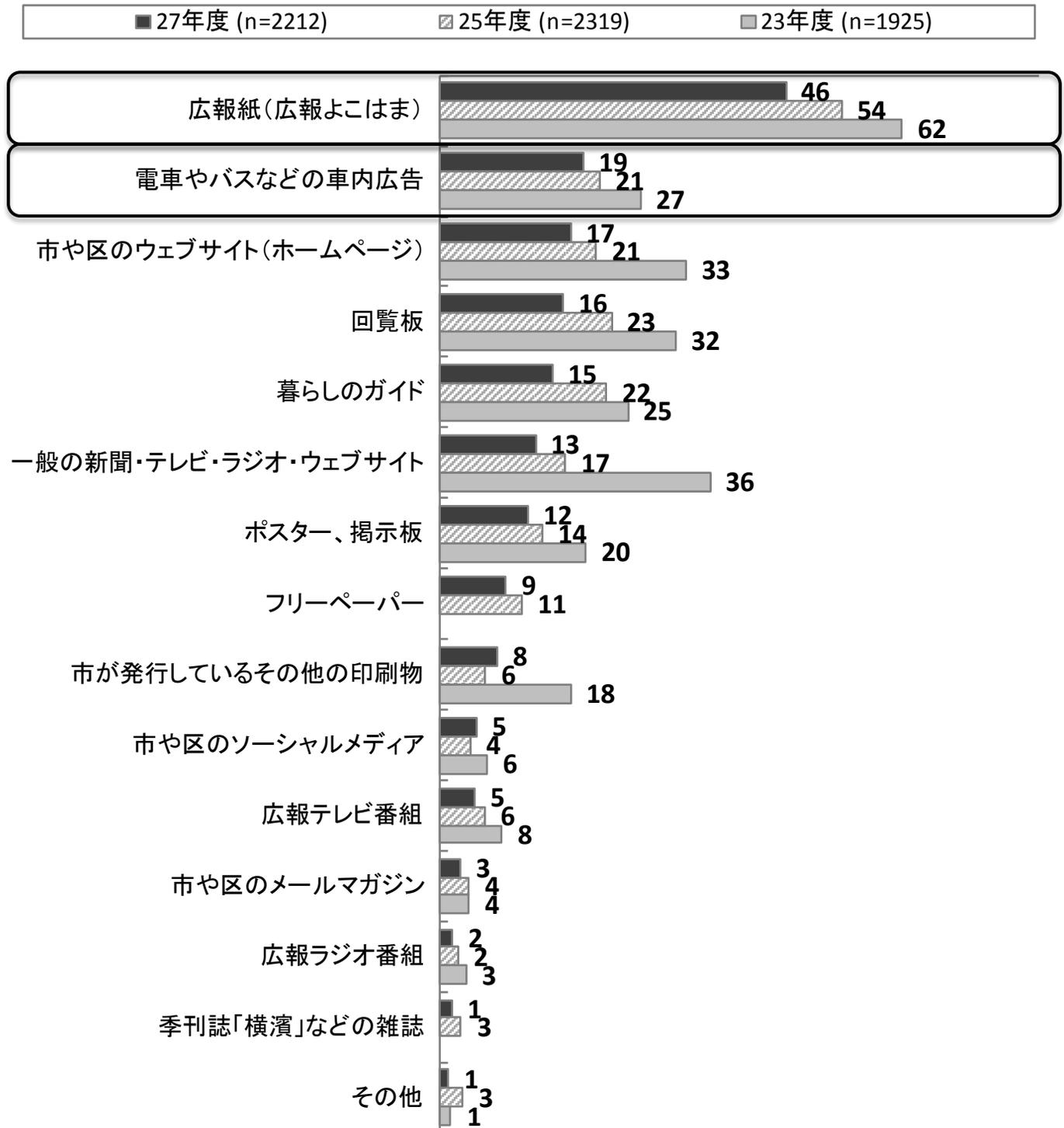
# (7)横浜市の広報について:力を入れてほしい広報媒体

## 【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46%でトップとなっており、続いて、「**電車やバスなどの車内広告**」(19%)、「**市や区のウェブサイト**」(17%)、「**回覧板**」(16%)が続く。

(注記) 今年度は選択肢提示方法が変更になったため、経年比較は参考値。

【問32】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。 (%)



※「フリーペーパー」、「季刊誌『横濱』などの雑誌」の選択肢は、25年度調査で新たに追加  
 ※今回の調査は選択肢表記を変更したため、経年変化は参考値

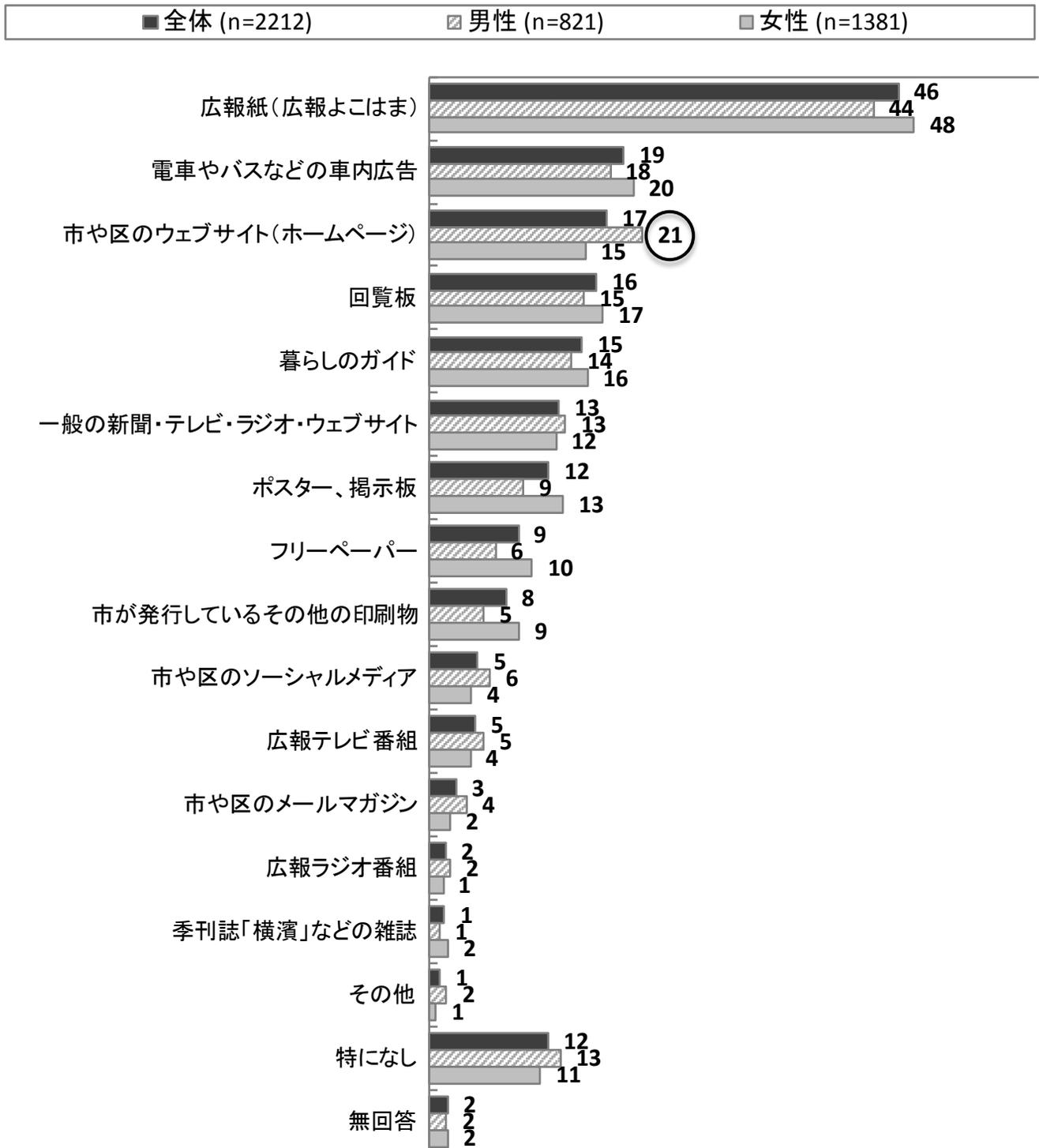
# (7) 横浜市の広報について: 力を入れてほしい広報媒体

## 【性別】

- 男性・女性で「力を入れてほしい広報媒体」の種類に大きな差異はないが、「市や区のウェブサイト」は男性が女性を6ポイント上回っている。

【問32】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。

(%)

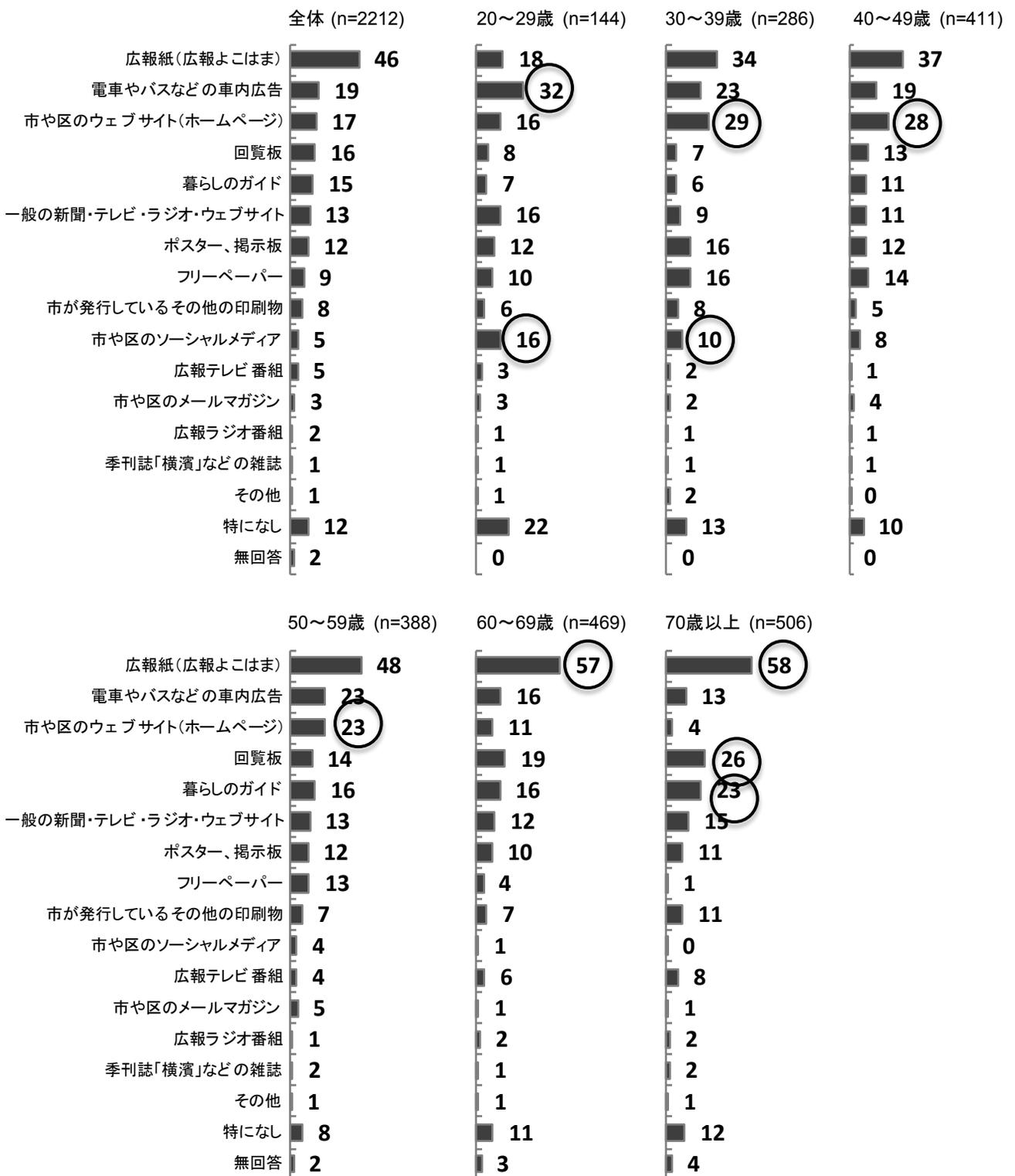


# (7)横浜市の広報について:力を入れてほしい広報媒体

## 【年齢別】

- 「**広報紙(広報よこはま)**」、「**回覧板**」、「**暮らしのガイド**」など紙ベースのものは、**高齢年齢層ほど希望しており**、「**電車やバスなどの車内広告**」は20歳代、「**市や区のウェブサイト**」は30歳代～50歳代が希望している。
- 「**市や区のソーシャルメディア**」は20歳代、30歳代の希望が強い。

【問32】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。 (%)



# (7) 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」、「無職」は「広報紙(広報よこはま)」と「回覧板」への期待が高く、「市内勤務(常勤)」、「市外勤務(常勤)」は「電車やバスなどの車内広告」、「市や区のウェブサイト」に期待している。「自営業・家族従業」は「回覧板」、「市外勤務(パート等)」は「フリーペーパー」、「学生」は「ソーシャルメディア」への期待を見せる。

【問32】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。 (%)

