

## 第二章 島田市の広報に関する調査結果分析

---

### I 調査概要

#### 1 調査目的

島田市の主要な広報媒体である「広報しまだ」「ホームページ」「FM島田」について、市民の利用状況と情報ニーズ、広報後の行動変容、行政サービスに対する満足度、市民の意識・地域関与度などを調査し、その結果を分析することにより、より効率的、効果的な広報のあり方を探り、今後の広報展開に役立てる。

#### 2 調査対象

島田市在住の18歳～75歳の男女（住民基本台帳から無作為抽出）から2,500人を抽出。

地域区分 分析時には、以下の6地域に分けた。

1 旧島田	37,864	
2 六合	15,497	
3 大津、大長、伊久身	9,865	
4 初倉	12,856	
5 金谷	19,690	
6 川根	5,325	※数値は人口

#### 3 調査項目

##### （1）市の情報に関する入手媒体・ニーズに関する調査項目群

市情報の入手媒体（問1）

市民の情報に対するニーズ（問2）

##### （2）広報しまだに関する調査項目群

広報しまだ閲覧頻度（問3）

広報しまだ記事別閲覧頻度（問4）

広報しまだ特集記事別閲覧経験・広報効果（問5）

広報しまだ閲覧後の行動変容（問6）

広報しまだ工夫・改善点（問7）

### **(3) ホームページに関する調査項目群**

- ホームページ閲覧頻度 (問 8)
- ホームページ閲覧情報 (問 9)
- ホームページ工夫・改善点 (問 10)
- ホームページ閲覧機器 (問 11)

### **(4) FM 島田に関する調査項目群**

- FM 島田聴取頻度 (問 12)
- FM 島田番組別聴取経験 (問 13)
- FM 島田聴取場所 (問 14)
- FM 島田聴取媒体経験 (問 15)
- FM 島田出演意向 (問 16)

### **(5) 広報全般に関する調査項目群**

- 広報しまだ・ホームページ・FM 島田 意見・要望 (問 17)

### **(6) 市民の意識に関する調査項目群**

- 行政サービス満足度 (問 18)
- 市の PR ポイント (問 19)
- 市民意識・地域関与度 (問 20)

### **(7) 回答者属性に関する調査項目群**

- 性別 (問 21)
- 年代 (問 22)
- 子どもの状況 (問 23)
- 職業 (問 24)
- 通勤・通学地 (問 25)
- 居住地域 (問 26)
- 居住年数 (問 27)

## **4 調査方法・調査時期・回収結果**

### **(1) 調査方法**

郵送調査

### **(2) 調査時期**

平成 26 年 9 月 10 日 (水) ～9 月 30 日 (火)

### **(3) 回収結果**

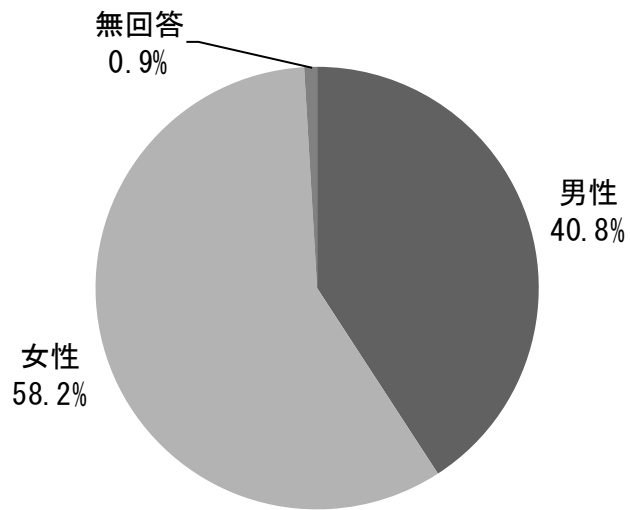
1,068人 (回収率42.7%)

## II 単純集計結果概要

### 1 回答者の属性

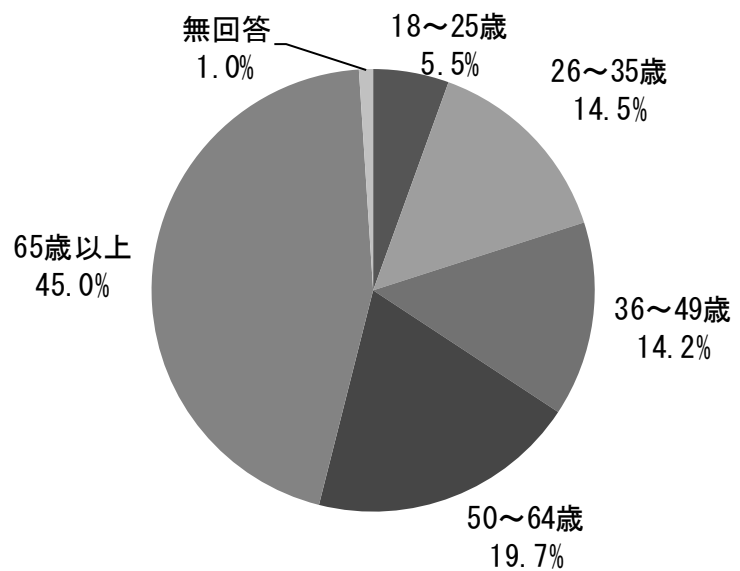
#### (1) 性別

男性 436人  
女性 622人  
無回答 10人



#### (2) 年代

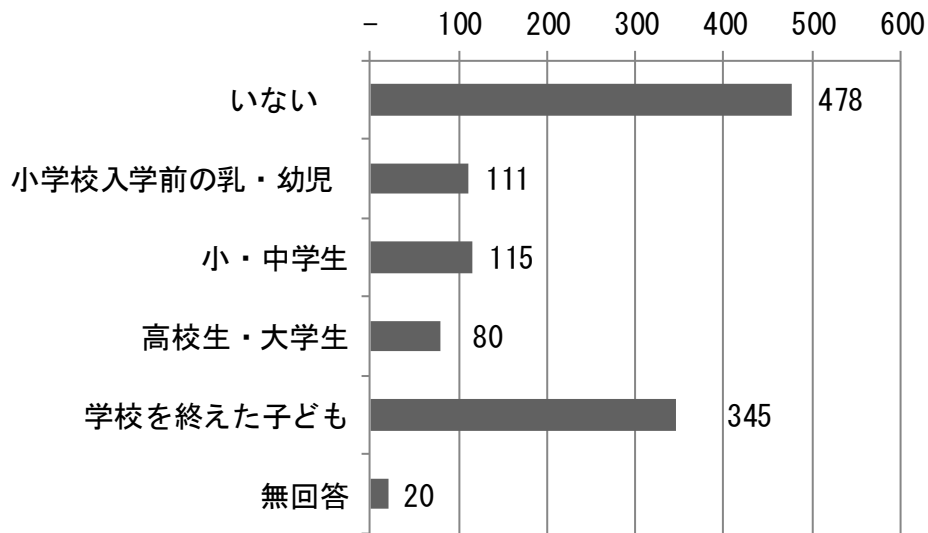
18～25歳 59人  
26～35歳 155人  
36～49歳 152人  
50～64歳 210人  
65歳以上 481人  
無回答 11人



性別・年代別でみると、「女性 65歳以上」が最も多い(23.3%)。次いで、「男性 65歳以上」(21.7%)、「女性 50～64歳」(12.2%)、「女性 36～49歳」(10.1%)が多くなっている。

性別	年代	人数	割合
総数		1068	100.0%
男性	18～25歳	26	2.4%
	26～35歳	54	5.1%
	36～49歳	43	4.0%
	50～64歳	80	7.5%
	65歳以上	232	21.7%
女性	18～25歳	33	3.1%
	26～35歳	101	9.5%
	36～49歳	108	10.1%
	50～64歳	130	12.2%
	65歳以上	249	23.3%
性または年齢無回答		12	1.1%

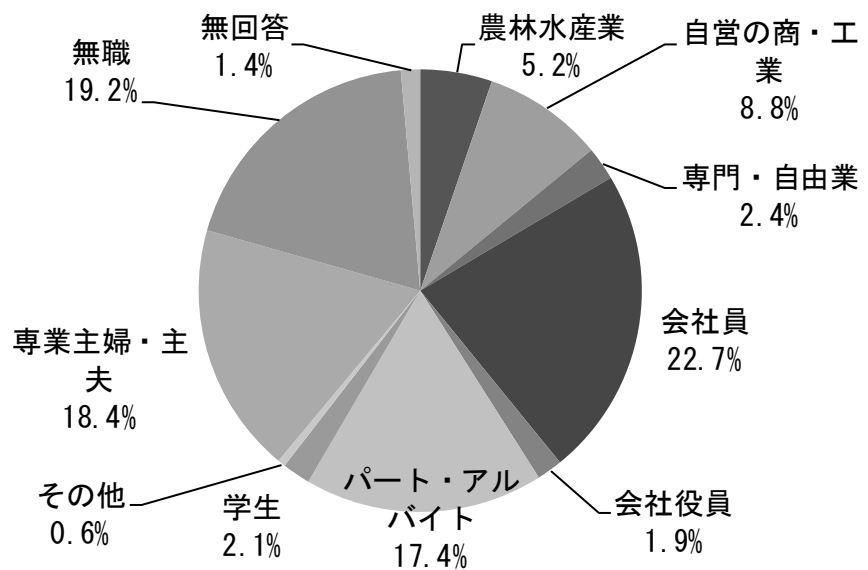
### (3) 子どもの状況



(単位：人)

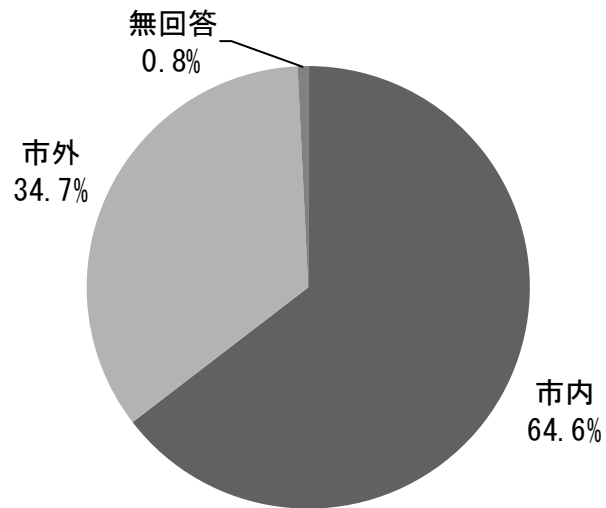
### (4) 職業

農林水産業	56人	自営の商・工業	94人
専門・自由業	26人	会社員	242人
会社役員	20人	パート・アルバイト	186人
学生	22人	その他	6人
専業主婦・主夫	196人	無職	205人
無回答	15人		



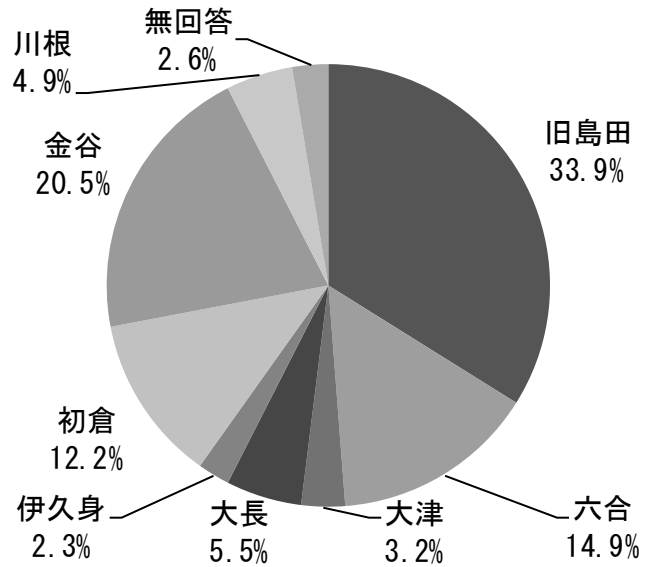
**(5) 通勤・通学地**

市内	421人
市外	226人
無回答	5人



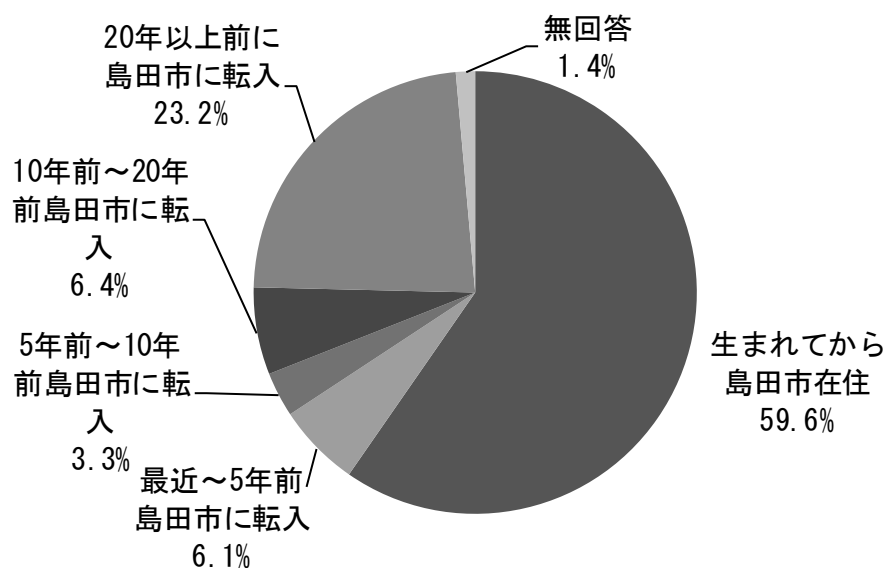
**(6) 居住地域**

旧島田	362人
六合	159人
大津	34人
大長	59人
伊久身	25人
初倉	130人
金谷	219人
川根	52人
無回答	28人



## (7) 居住年数

生まれてから島田市在住	637人
最近～5年前島田市に転入	65人
5年前～10年前島田市に転入	35人
10年前～20年前島田市に転入	68人
20年以上前に島田市に転入	248人
無回答	15人



## 2 市の情報入手媒体・情報ニーズ

市の情報入手する媒体は、「広報しまだ」（83.7%）が最も高く、「しまだ議会だより」（46.9%）、「家族・友人・知人との会話」（41.2%）が続く。

また、市民の市の情報に対するニーズは、「健康・医療・福祉」（62.4%）が最も高く、「防災・消防・防犯」（60.3%）、「税金・保険・年金」（52.0%）が続く。

## 3 広報しまだ

「広報しまだ」の閲読頻度は、「ほとんど毎号読む」（57.2%）が最も高く、「ときどき読む」（28.3%）が続く。「ほとんど毎号読む」「ときどき読む」を合わせると、8割以上（85.5%）が「広報しまだ」を読んでいる。

記事別に閲読頻度をみると、「表紙」（57.2%）が最も高く、「しまだ情報」（53.2%）、

「まちの話題」（52.5%）が続く。

「特集」の閲読経験は、「12月号 お知らせします市の財政状況」（57.2%）が最も高く、「11月号 里親制度を考える」（56.3%）、「3月号 消防救急広域化」（54.9%）が続く。

「特集」の中で、もっと知りたいと思ったのは、「5月号 市総合計画後期基本計画」（13.6%）が最も高く、「3月号 消防救急広域化」（10.2%）、「1月号 しまだの民話」（10.1%）が続く。

「広報しまだ」を読んだことがきっかけで起こした行動は、「家族と話題にした」（41.3%）が最も高く、「友人・知人と話題にした」（32.1%）、「イベントに参加した」（17.7%）が続く。

「広報しまだ」で工夫・改善してほしい点としては、「写真や図表、イラストを増やす」（26.4%）が最も高く、「クイズやマンガなど、親しみやすい記事も取り入れる」（18.4%）、「レイアウトを工夫してもっと見やすくする」（17.7%）が続く。

#### 4 ホームページ

島田市のホームページの閲覧頻度については、「見たことがない」（37.3%）が最も高く、「必要なときに見る」（31.6%）、「ほとんど見ない」（23.9%）が続く。「よく見る」と答えた人は4.0%。「よく見る」「必要なときに見る」の合計は35.7%、「見たことがない」「ほとんど見ない」の合計は61.1%。

ホームページで閲覧したことのある情報は、「各種手続き」（47.5%）が最も高く、「ごみ・リサイクル」（33.1%）、「健康・医療・福祉」（33.1%）が続く。

ホームページで工夫・改善してほしい点としては、「情報を分類・整理してもっと分かりやすくする」（32.0%）が最も高く、「検索機能を強化する」（22.3%）、「もっと見やすいレイアウトにする」（19.2%）が続く。

ホームページを閲覧するときの機器は、「パソコン」（63.3%）が最も高く、「スマートフォン」（28.6%）が続く。

#### 5 FM島田

「FM島田」の聴取頻度は、「聴いたことがない」（40.0%）が最も高く、「ほとんど聴かない」（30.1%）、「ときどき聴く」（21.7%）が続く。「よく聴く」「ときどき聴く」の合計は25.7%。

聴取経験のある番組は、「しまだふれあいまち歩き」（20.4%）、「マイホームタウン島田」（20.1%）が高い。なお、「番組名を覚えていない」が39.8%となっている。

「FM島田」を聴く場所は、「車の中で」（68.2%）が最も高く、「家で」（31.0%）が続く。



音声ファイルやサイマルラジオでの聴取経験は、「(どちらも)聴いたことがない」(55.1%)が最も高い。「島田市ホームページの音声ファイル」を聴いたことのある人は9.5%、「インターネットサイマルラジオ」を聴いたことのある人は7.7%となっている。

「FM島田」では、市民に登場してもらおう番組づくりを行っているが、自分が出演したいと思うかどうかについては、「過去に出演したことはないが、出演したくない」(45.4%)が最も高く、「分からない」(37.7%)、「過去に出演したことはないが、機会があれば出演したい」(9.7%)が続く。

## 6 市民の意識

行政サービスに対する満足度を聴いたところ、「満足している」と「やや満足している」の合計が高いものは、「交通の利便性が高い」(47.5%)、「公共施設が充実している」(45.7%)、「子育て・教育環境がいい」(44.7%)。「あまり満足していない」と「満足していない」の合計が高いものは、「商店街・商業施設等が充実している」(82.2%)、「医療・福祉施設が充実している」(52.1%)。

市の内外にもっと知らせたほうがいいと思う市のPRポイントとしては、「大井川鐵道SL」(50.2%)が最も高く、「島田大祭」(45.3%)、「蓬萊橋」(39.1%)、「お茶」(36.2%)、「川根温泉」(34.6%)、「リバティ・大井川マラソン」(32.1%)が続く。

ふだんの生活意識や行動といった市民の意識・地域関与度については、「選挙はできるだけ欠かさず投票したいと思っている」(75.7%)が最も高く、「災害時には市民の助け合いが必要であり、ふだんから準備・訓練しておくべきだ」(57.8%)、「街の美化や景観の保全は大事だと考え、自ら守るようにしている」(46.2%)が続く。

### Ⅲ 回答者属性別分析結果

ここでは、回答者の性、年代、子どもの有無などの状況、職業、通勤・通学地、居住地域、居住年数別に特徴が見られるものについて報告する。

#### 1 市情報の入手媒体・情報ニーズ

##### (1) 市情報の入手媒体

市の情報を入手する媒体で10%を超えたのは、以下のとおり。

- ① 広報紙「広報しまだ」 (83.7%)
- ② 「しまだ議会だより」 (46.9%)
- ③ 家族・友人・知人との会話 (41.2%)
- ④ 新聞記事 (39.7%)
- ⑤ 公共施設などにあるポスター、パンフレット、チラシ (31.6%)
- ⑥ 「月刊おおるり」 (31.3%)
- ⑦ テレビ番組・報道 (22.4%)
- ⑧ 公共施設などに設置している掲示板 (14.8%)
- ⑨ 島田市公式ホームページ (13.9%)
- ⑩ FM島田 (コミュニティラジオ) (12.8%)

これに、「地域コミュニティ紙」 (9.5%) が続く。

一方、ニューメディア系の、「島田市公式ツイッター」 (0.8%)、「島田市公式フェイスブック」 (0.7%)、「島田市地域ブログポータルサイト「e-コミュニティしまだ」」 (1.4%) は、いずれも1%前後にとどまっている。

「広報しまだ」は性別、地域別の差なく、よく読まれており、市情報の主要な入手媒体となっている。とりわけ、36歳以上の年代 (88~89%)、子どもと同居している層 (91~94%)、農林水産業 (92.9%)、専業主婦・主夫 (91.3%) が高く、90%を超える閲読層が存在することは、驚異的である。

「しまだ議会だより」が2番目によく読まれていることも、注目に値する。50歳以上では58~63%と高く、「地域の話題」への関心の高さもうかがえる。ただし、小学校入学前の乳・幼児を抱える層 (17.1%) では低い水準にとどまる。

「月刊おおるり」も相応に読まれている。こちらは年代が上がるに従って読まれる比率が高くなる傾向にある。

地域の話題は、やはり「家族・友人・知人との会話」で広がりやすいことが、今回の調査でも明らかになってきている。「広報しまだ」を始めとする市の独自メディアで、どれだけ「話題になる情報」を提供できるかが編集上の課題となつてこよう。

「公共施設等でのポスター掲載やチラシ配布」「公共施設などに設置している掲示板」の活用は、年代・地域差なく相応の効果が期待できるメディア（場所）となっている。今回の調査対象者数は少ないが、市の広報に触れる機会の少ない学生でも、「テレビ番組・報道」と並んで、「公共施設等でのポスター掲載やチラシ配布」は18.2%の数値になっており、注目しておきたい。また、ホームページへの誘導の入り口ともなるメディアだけに、インパクトのある「つくり」が求められてこよう。

「市の公式ホームページ」（13.9%）は、やや高めといった水準か。しかし、36～49歳では男女ともに27～30%、小学校入学前の乳・幼児を抱える層でも29.7%と、より詳細情報を必要とする層で高い数値となっており、こうした層の情報ニーズを意識した、使いやすい編集が求められてくる。

「FM島田」（12.8%）は、ある程度評価できる数値か。全体平均より高いのは、男性（18.1%）、50～64歳（17.1%）、65歳以上（15.8%）あたりで、後述のFM島田聴取場所（「車の中」68.2%）との関連で、リスナー特性も見えてきそうである。

総じて、島田市民は、「広報しまだ」を筆頭に、多様なメディアから市の情報を得ているといえそうである。重要な広報案件については、それぞれの対象特性を勘案して、周到的なメディアミックス戦略を期待したい。

## （2）市民の市に対する情報ニーズ

市民の市に対する情報ニーズは多岐にわたっている。20%を超えたのは、以下のとおり。

- ① 健康・医療・福祉（62.4%）
- ② 防災・消防・防犯（60.3%）
- ③ 税金・保険・年金（52.0%）
- ④ ごみ・リサイクル（47.4%）
- ⑤ 各種手続き（43.9%）
- ⑥ 市の施策・計画（32.3%）
- ⑦ 各種施設情報（29.5%）
- ⑧ 文化・スポーツ（28.9%）
- ⑨ 観光・市の魅力（26.6%）
- ⑩ 子育て・教育（23.1%）

このほか、「財政」(18.2%)、「交通情報」(17.0%)、「住まい・まちづくり」(16.9%)、「市民活動」(14.4%)、「議会」(13.4%)、「農業・産業・ビジネス」(11.7%)などが続く。「子育て・教育」などの一部を除き、全般に属性別の差はさほど大きくなく、おおむね、今日における島田市民の関心の方向を表しているように思われる。

情報ニーズがトップの「健康・医療・福祉」については、女性のほうが男性より10ポイント高いのが目立つ。当然ながら、高齢になるほど数値は高くなるが、18～25歳(37.3%)を除き、いずれも50%を超えているのは、対象者の家族のことも含め、全市民的ニーズであるといえそうである。

また、「防災・消防・防犯」「税金・保険・年金」についても、年齢が高くなるほど数値が高くなる傾向にある。これら二つに対する情報ニーズは、若年層においても高い水準にあり、「健康・医療・福祉」と並んで、情報ニーズのトップ3を構成している。

続く「ごみ・リサイクル」「各種手続き」「市の施策・計画」などでは、多少の階層差が見られるようになる。「ごみ・リサイクル」は女性(50.3%)および36歳以上(50～56%)で高くなり、小中学生を抱える層(62.6%)の数値が目立つ。「各種手続き」も女性(50.3%)、35歳～64歳(49～53%)、小学校入学前の乳・幼児を抱える層(46.8%)、小中学生を抱える層(54.8%)がやや高い。いずれも、世代ごとの「必要性」によるものであろう。

一方、「市の施策・計画」となると、おおむねどの年代も、男性のほうが女性より10ポイントほど高い。

階層別での差がはっきり出るのは、やはり「子育て・教育」で、女性(30.5%)、小学校入学前の乳・幼児を抱える層(91.0%)、小中学生を抱える層(60.0%)がとりわけ顕著に高い。これも、もう一つの「必要」といえよう。

## 2 広報はまだ

### (1) 広報はまだ閱讀頻度

「ほとんど毎号読む」(57.2%)と「ときどき読む」(28.3%)の合計で85.5%は、かなり高い水準といえよう。「毎号読む」では、女性のほうが男性よりも10ポイント高く、その流れで、女性36～49歳、女性50～64歳がともに69%、さらには、小学校入学前の乳・幼児を抱える層(66.7%)、小中学生を抱える層(65.2%)、専業主婦・主夫(70.4%)などとなっている。ある意味、主要読者像がくっきり見えてきているといえよう。

一方で、18～25歳の若年層は「読まない(計)」(57.6%)が「読む(計)」(42.4%)を上回っており、補完メディアとの組み合わせが求められてくる。

## (2) 広報しまだ記事別閲読頻度

記事別の閲読状況を、「よく読んでいる」を軸にランキングすると、以下のようになる。  
また、「ときどき読む」を加えると、右側の数値になる。

① 表紙	(57.2%)	(87.6%)
② しまだ情報	(53.2%)	(87.6%)
③ まちの話題	(52.5%)	(88.9%)
④ 特集	(49.8%)	(88.2%)
⑤ しまだ人	(38.6%)	(77.8%)
⑥ 掲示板	(35.6%)	(72.8%)
⑦ けんこうナビ	(33.2%)	(73.8%)
⑧ みんなのひろば	(27.3%)	(68.6%)
⑨ 便利帖	(27.3%)	(67.5%)
⑩ 彩りもう一品	(26.4%)	(62.3%)
⑪ 市政アラカルト	(23.8%)	(65.4%)
⑫ スポーツINFO	(22.7%)	(61.5%)
⑬ スクすく子育て	(21.6%)	(53.7%)
⑭ 暮らしのシグナル	(19.5%)	(64.2%)
⑮ 図書館だより	(18.6%)	(57.6%)
⑯ 文化課通信	(17.7%)	(56.8%)
⑰ 友好のかけはし	(16.5%)	(56.5%)
⑱ ソラマメ	(16.0%)	(52.6%)

どの記事も、「よく」と「ときどき」を合わせると50%以上となる。それぞれ、読まれていると判断していいのではないか。

中でも、「しまだ情報」「まちの話題」「しまだ人」は、習慣的に目を通す閲読者が相当数いるのではないかと推察される。一方、「特集」は何を特集するかによって、変動するように思われるので、次の項目で検討したい。

全般にどの記事も、男性より女性のほうが「よく読んでいる」比率は高い。女性のほうが顕著に高い(10%超)記事は、「しまだ人」(女性43.8%>男性30.6%)、「便利帖」(女性31.8%>男性20.6%)、「スクすく子育て」(女性26.8%>男性13.9%)、「彩りもう一品」(女性34.9%>男性13.3%)など。一方、「特集」「けんこうナビ」「市政アラカルト」「友好のかけはし」「スポーツINFO」「掲示板」では、男女差がほとんどない。

「スクすく子育て」は、やはり小学校入学前の乳・幼児を抱える層が高い(69.5%)。

また、最近～5年前くらいに島田市に転入してきた層（60.9%）も高いが、子育て世代の転入が多いということが考えられる。

### （3）広報しまだ特集別閲読経験・広報効果

2013年の11月号から2014年8月号までの10特集の平均閲読率は、50.5%である。全体的に男性よりも女性のほうが「読んだ」比率は高いが、「12月号 お知らせします市の財政状況」「4月号 平成26年度市の予算」「5月号 市総合計画後期基本計画」の三つの特集については、男性のほうが10ポイントほど高い。

「11月号 里親制度を考える」「6月号 スクすく子育て」は女性によく読まれている。両テーマとも、女性36～49歳がやや高く（「11月号 里親制度を考える（80.8%）」「6月号 スクすく子育て（65.7%）」）、また小学校入学前の乳・幼児を抱える層（「6月号 スクすく子育て（77.1%）」）、小中学生を抱える層（「11月号 里親制度を考える（77.4%）」）で高いこととも連動していると思われる。

性別の差なく、安定的に読まれているのは「1月号 しまだの民話」「3月号 消防救急広域化」「7月号 めざせ！！健康都市」で、「1月号 しまだの民話」「3月号 消防救急広域化」については「もっと知りたい」比率も高く出ている。

「もっと知りたい」比率の平均は8.5%である。読者はやや高齢者層が多いとはいえ、ホームページなどとうまく連動させれば、これらの層に関しては「広報紙：入り口」から「ホームページ：受け皿」への誘導も可能となろう。その典型が「5月号 市総合計画後期基本計画」の「もっと知りたい（13.6%）」ともいえる。

### （4）広報しまだ閲読後の行動変容

「広報しまだ」閲読後の具体的行動としては、以下の項目が比較的高い数値になっている。

- ① 家族と話題にした（41.3%）
- ② 友人・知人と話題にした（32.1%）
- ③ イベントに参加した（17.7%）
- ④ 記事を保存した（11.5%）
- ⑤ 市の公式ホームページにアクセスした（6.9%）
- ⑤ 電話で問い合わせた（6.9%）

「行動したことはない」と（26.2%）「無回答」（8.7%）を除けば、およそ3分の2が何

らかの反応を示しており、ある程度広報効果があったと見てよいであろう。

ここでも「ツイッター、フェイスブック、ブログなどのSNSで話題にした」は0.4%にとどまっている。

やはり、家族・友人・知人との会話の中で話題になることが多く、先にも述べたように、話題になりやすい記事の編集がポイントとなる。また、「イベントに参加した」でやや高い数値となっている「5年前～10年前くらいに島田市に転入してきた層」（41.9%）、「最近～5年前くらいに島田市に転入してきた層」（28.3%）や、「島田市公式ホームページにアクセスした」でやや高い数値となっている「最近～5年前くらいに島田市に転入してきた層」（17.4%）、「10年前～20年前くらいに島田市に転入してきた層」（18.6%）などは、「もっと知りたい」層の一群として、注目しておきたい。

### （5）広報はまだ工夫・改善点

「写真や図表、イラストを増やす」（26.4%）、「クイズやマンガなど、親しみやすい記事も取り入れる」（18.4%）、「レイアウトを工夫」（17.7%）がトップ3である。「ホームページと連携して、詳しい情報をホームページに掲載する」は、男性36～49歳（28.6%）、女性26～35歳（26.9%）、女性36～49歳（21.2%）、小学校入学前の乳・幼児を抱える層（22.9%）が高い。これらは、「もっと知りたい」層予備軍として、注目しておきたい。

## 3 ホームページ

### （1）ホームページ閲覧頻度

ホームページを見る人（「よく見る」「必要なときに見る」の合計は35.7%）のほとんどが、「必要なときに見る」（31.6%）と回答しているように、基本的に、ホームページは、必要なときに見るメディアであると認識しておく必要がある。

「必要なときに見る」は、36～49歳（50.7%）、小学校入学前の乳・幼児を抱える層（56.8%）、最近～5年前くらいに島田市に転入してきた層（46.2%）で高い。全体を大きく上回る階層については、その「必要度」に応じた情報提供が求められてくる。

### （2）ホームページ閲覧情報

ホームページでよく見られている情報の上位は以下のとおり。

- ① 各種手続き （47.5%）

- ② ごみ・リサイクル (33.1%)
- ② 健康・医療・福祉 (33.1%)
- ④ 防災・消防・防犯 (31.0%)
- ⑤ 税金・保険・年金 (28.3%)
- ⑥ 各種施設情報 (26.5%)
- ⑦ 観光・市の魅力 (25.7%)
- ⑧ 子育て・教育 (21.3%)
- ⑨ 市の施策・計画 (17.8%)
- ⑩ 文化・スポーツ (16.8%)

ホームページだけに「各種手続き」が最も高いが、おおむね「市の情報ニーズ」と重なる情報項目が並ぶ。

「健康・医療・福祉」(46.8%)、「防災・消防・防犯」(53.8%)、「税金・保険・年金」(44.2%)は、65歳以上のニーズが高い。また、「市の施策・計画」は男性のニーズが突出している(男性30.1%>女性8.5%)。「子育て・教育」は小学校入学前の乳・幼児を抱える層が高く(75.8%)、これまでと同様の傾向を示している。

### (3) ホームページ工夫・改善点

ホームページの工夫・改善点の要望は、順に「情報を分類・整理してもっと分かりやすくする」(32.0%)が最も高く、次いで、「検索機能を強化する」(22.3%)。「情報を分類・整理してもっと分かりやすくする」は男性のほうが9ポイント高く、「検索機能を強化する」は女性のほうが5ポイント高い。

### (4) ホームページ閲覧機器

ホームページを閲覧する機器は、「パソコン」(63.3%)がトップではあるが、「スマートフォン」(28.6%)も無視できない数値であることが分かる。特に、18~35歳の若年層では75~80%が「スマートフォン」と回答しており、年代別の閲覧状況の変化がうかがえる。



## 4 FM島田

### (1) FM島田聴取頻度

「FM島田」の聴取頻度は、「よく聴く」(3.9%)、「ときどき聴く」(27.1%)の合計が25.7%に対して、「ほとんど聴かない(30.1%)」「聴いたことがない(40.0%)」の合計は70.1%である。

「聴く」の合計で30%を超えるのは、男性(33.3%)、50～64歳(31.9%)、川根(42.3%)、農林水産業(33.9%)、自営の商・工業(33.0%)である。

### (2) FM島田番組別聴取経験

「FM島田」の番組別聴取経験は、「番組名を覚えていない」(39.8%)が最も高い。おむね、「ながら聴取」で「FM島田」を聞いている特徴がよく表れている。

番組別では、高い順に以下の通り。

- ① しまだふれあいまち歩き (20.4%)
- ② マイホームタウン島田 (20.1%)
- ③ 広報しまだ (19.3%)
- ④ 市長と語ろう (14.6%)
- ④ しまだ人 (14.6%)
- ⑥ お茶の時間ですよ (10.2%)
- ⑦ サンデーRADIOスプーン (5.8%)

日曜日(1時間)放送の「サンデーRADIOスプーン」だけが10%を割り込むが、ほかは10～20%台となっている。

男性のほうがやや高いのは、「マイホームタウン島田」「広報しまだ」「しまだ人」で、女性のほうがやや高いのは、「しまだふれあいまち歩き」で、それぞれ5～6ポイントの差がある。

### (3) FM島田聴取場所

「FM島田」の聴取場所では、「車の中で」(68.2%)が最も高く、「家で」(31.0%)が続く。

「FM島田」の番組別聴取経験の「番組名を覚えていない」(39.8%)も含めて、いずれ

も「ながら聴取」が大半と思われる。

「車の中で」は、男性のほうが8ポイント高い。

#### (4) FM島田聴取媒体体験

音声ファイルやサイマルラジオでの聴取経験は、「音声ファイルやサイマルラジオで聴いたことがない」(55.1%)が最も高い。「島田市ホームページの音声ファイル」(9.5%)や「インターネットサイマルラジオ」(7.7%)の体験者は、今のところ少数である。

属性別で大きな差は見られない。

#### (5) FM島田出演意向

出演経験者（「過去に出演したことがあるし、機会があれば、また出演したい」と「過去に出演したことがあるが、もう出演したくない」の合計）は2.6%と少ない。

「過去に出演したことはないが、出演したくない」(45.4%)、「分からない」(37.7%)を見るかぎり、「FM島田」への出演に対する関心は薄いと思われる。

属性別で大きな差は見られない。

## 5 市民の意識

### (1) 行政サービス満足度

項目ごとに「満足・計」と「不満・計」を比較してみると、以下の通り。

① 交通の利便性がいい	満足47.5% : 46.5%不満
② 公共施設が充実している	満足45.7% : 46.9%不満
③ 商店街・商業施設等が充実している	満足11.9% : 82.2%不満
④ 医療・福祉施設が充実している	満足41.5% : 52.1%不満
⑤ 子育て・教育環境がいい	満足44.7% : 41.4%不満

「商店街・商業施設等が充実している」を除き、満足と不満が拮抗している状況にある。しかし、「満足度」がいずれも50%以下というのは、決して十分な数値とはいえない。

以下、「満足していない(計)」を中心に、不満層を中心に見ていくと、「交通の利便

性がいい」は、50～64歳（57.6%）、川根（57.7%）、10年前～20年前くらいに島田市に転入してきた層（60.3%）の不満の比率の高さが目立つ。

「公共施設が充実している」は、18～25歳（59.3%）、50～64歳（52.9%）、大津・大長・伊久身（55.1%）初倉（55.4%）の不満の比率の高さが目立つ。

「医療・福祉施設が充実している」は、18～25歳（71.2%）、36～49歳（59.2%）、小学校入学前の乳・幼児を抱える層（56.8%）、初倉（58.5%）、金谷（57.5%）の不満の比率の高さが目立つ。また、最近～5年前くらいに島田市に転入してきた層（60.0%）が高いことから、これからの転入促進を考えると、やや課題があるかもしれない。

「子育て・教育環境がいい」は、子どものある各層で満足度がやや上回り、目立った特定不満層は見られない。

一方、「商店街・商業施設等が充実している」は、ほぼ全階層で「満足していない（計）」が80%を超えている。「満足していない」だけでも39.0%もあり、市民ニーズとしてはもっとハイレベルな街区・施設を要求しているといえよう。

## （２）市のPRポイント

市のPRポイントについて、20%を超えたのは、以下のとおり。

- |               |         |
|---------------|---------|
| ① 大井川鐵道S L    | (50.2%) |
| ② 島田大祭        | (45.3%) |
| ③ 蓬萊橋         | (39.1%) |
| ④ お茶          | (36.2%) |
| ⑤ 川根温泉        | (34.6%) |
| ⑥ リバティ大井川マラソン | (32.1%) |
| ⑦ 島田髷まつり      | (26.5%) |
| ⑧ 大井川花火大会     | (25.7%) |
| ⑨ ばらの丘公園      | (24.3%) |
| ⑩ 大井川川越遺跡     | (21.5%) |
| ⑪ 金谷茶まつり      | (20.3%) |

大井川にまつわる事蹟や、地域のお祭りが、市民のアイデンティティにつながっていることが見てとれる。広報の特集を組む際、あるいはシティプロモーションのテーマ選定の際の参考としたい。

属性別で大きな差は見られない。

### (3) 市民意識・地域関与度

ふだんの生活意識や行動など市民意識・地域関与度について、回答者が「自分の考えや行動に近い」と印をつけた項目は、高い順に以下のとおり。

- |                      |         |
|----------------------|---------|
| ① 選挙はなるべく欠かさず投票したい   | (75.7%) |
| ② 災害時助け合い必要で普段から準備要  | (57.8%) |
| ③ 街の美化等自ら守るようにしている   | (46.2%) |
| ④ 自治会の活動等進んで参加している   | (28.8%) |
| ⑤ 市民は訪問者等に気配りすべき     | (27.7%) |
| ⑥ 地域の出来事には常に注意している   | (26.6%) |
| ⑦ ボランティア経験あり、あるいはしたい | (26.2%) |
| ⑧ 地域防犯等近所と協力し合っている   | (19.3%) |
| ⑨ 地域の伝統文化の継承に努めている   | (17.2%) |
| ⑩ 児童や若者の公共心希薄を指導する   | (7.7%)  |

若干高齢者層が高い傾向はあるが、目立った階層差はない。

回答者の中には、ほとんどの設問項目で、より肯定的で高い（強い）反応を示している人たちがいる。そうした人たちは市民意識が高く、「地域関与度が高い層」であるといえる。いわば、「まちのオピニオンリーダー」的存在であり、話題（広報テーマ）の拡散に際しての、一定の役割も期待できる。