

令和5年度
横浜市の広報に関する
アンケート調査
結果報告書

横浜市政策局広報課

【目次】

1 調査の概要	1
(1) 調査目的	1
(2) 調査概要	1
2 回答者の属性	3
(1) 居住区 (F 1)	3
(2) 年代 (F 2)	3
(3) 職業 (F 3)	6
(4) 世帯の人数 (F 4)	7
(5) 最も使う情報端末 (F 5)	9
3 調査結果	11
(1) 市政情報の入手方法について (問 1)	11
(2) 「広報よこはま」について (問 2～問 7)	17
(3) ウェブサイト・ソーシャルメディアについて (問 8～問 11)	32
(4) 広報テレビ番組・ラジオ番組について (問 12～問 14)	45
(5) デジタルサイネージについて (問 15)	53
(6) シティプロモーションについて (問 16～問 17)	56
(7) 横浜市の広報について (問 18～問 20)	59
(8) 自由記述回答の概要 (問 21)	70
4 あとがき	73
【資料編】	77
1. アンケート調査票と掲示物	79
2. 市政情報入手媒体と区広報媒体の利用頻度	85

1 調査の概要

(1) 調査目的

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

(2) 調査概要

① 調査方法

- ・アンケート方式による定量調査
- ・郵送による配布
- ・インターネット（横浜市電子申請・届出システム）及び郵送による回収

② 調査の対象

- ・18歳以上の横浜市市民 5,000 人（日本人 4,850 人、外国人 150 人）

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）

④ 有効回答標本数、有効回答標本回収率

- ・有効回答標本数 2,051 票（内外国人 21 票／内インターネット回答 731 票）
- ・有効回答標本回収率 41.0%

⑤ 実施期間

- ・令和5年6月16日～7月21日

⑥ 設問数

- ・26問（回答者基礎情報項目5問、自由意見欄1問を含む）

⑦ 調査実施主体

- ・横浜市政策局広報課

【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％）を小数点以下第二位の四捨五入により表記しているが、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。

なお、クロス集計を表すグラフにおいて、軸となる項目の無回答は表示していない。また、本調査においてはnが30未満のクロス集計は参考値として扱っている。

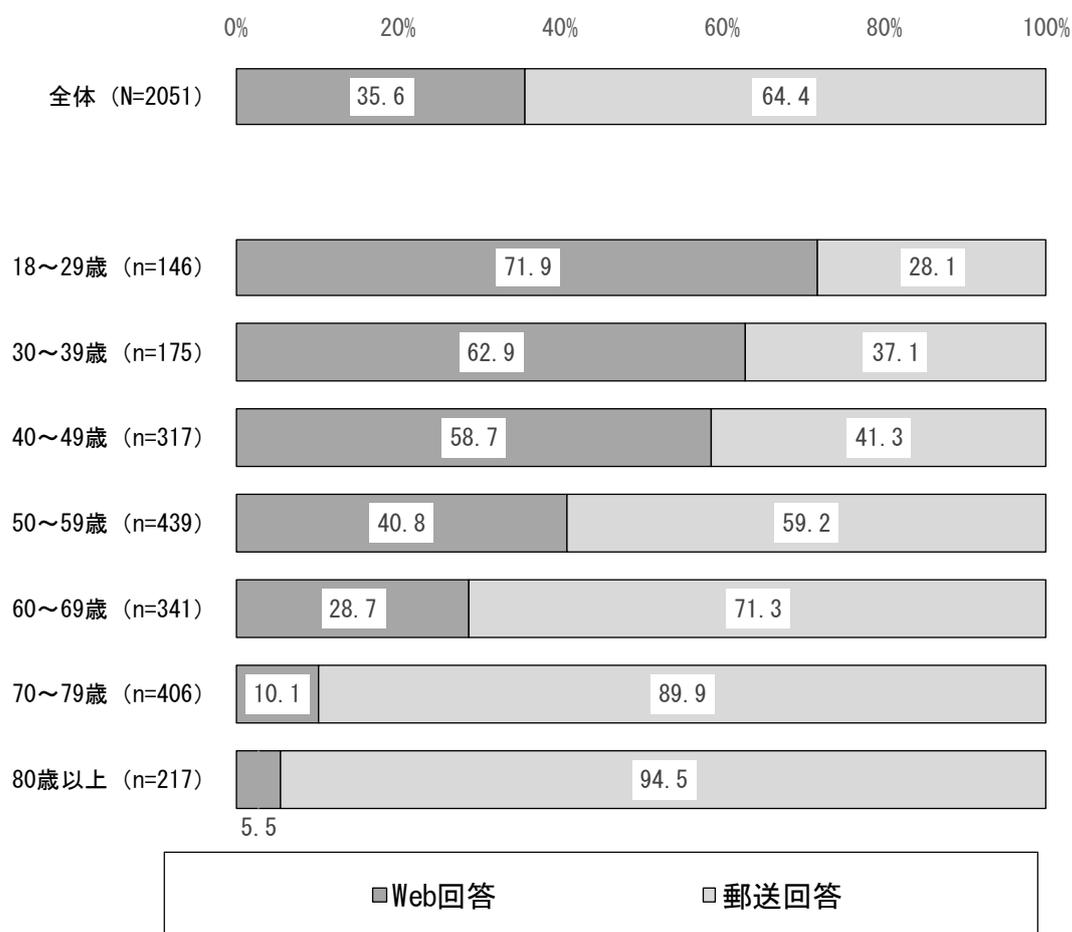
※ソーシャルメディア「Twitter」は2023年7月に「X」と名称変更したが、本調査では調査票送付当時のまま「Twitter」と表記する。

◆回答方法の状況

本年度調査より、インターネット（以下「Web 回答」という。）による回収を開始した。

全体では 64.4%が郵送による回答、35.6%が Web 回答であった。年代別でその傾向が顕著に表れている。18～29 歳では 71.9%が Web 回答で、年代が上がるにつれ徐々にその割合が小さくなり、50 代では郵送回答が Web 回答を上回る。

【参考図表 回答方法の状況（全体・年代別）】



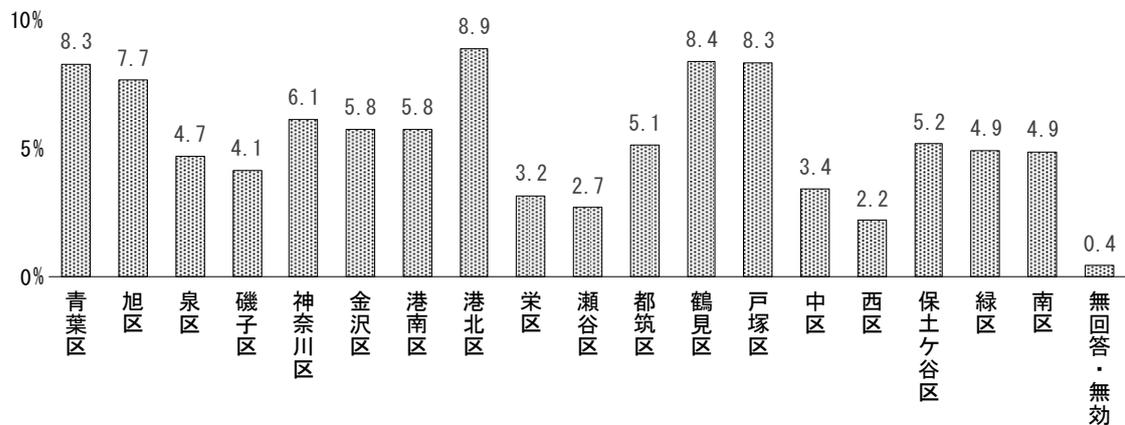
2 回答者の属性

(1) 居住区 (F1)

F1 あなたの住いの区はどこですか。(1つだけ○印)

回答者の居住区は、港北区が8.9%と最も多く、鶴見区が8.4%と続いている。

図表1-1 居住区(全体)

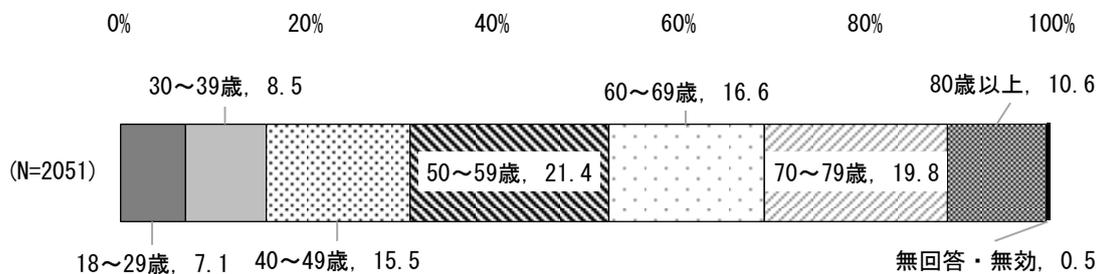


(2) 年代 (F2)

F2 あなたの年齢を教えてください。(1つだけ○印)

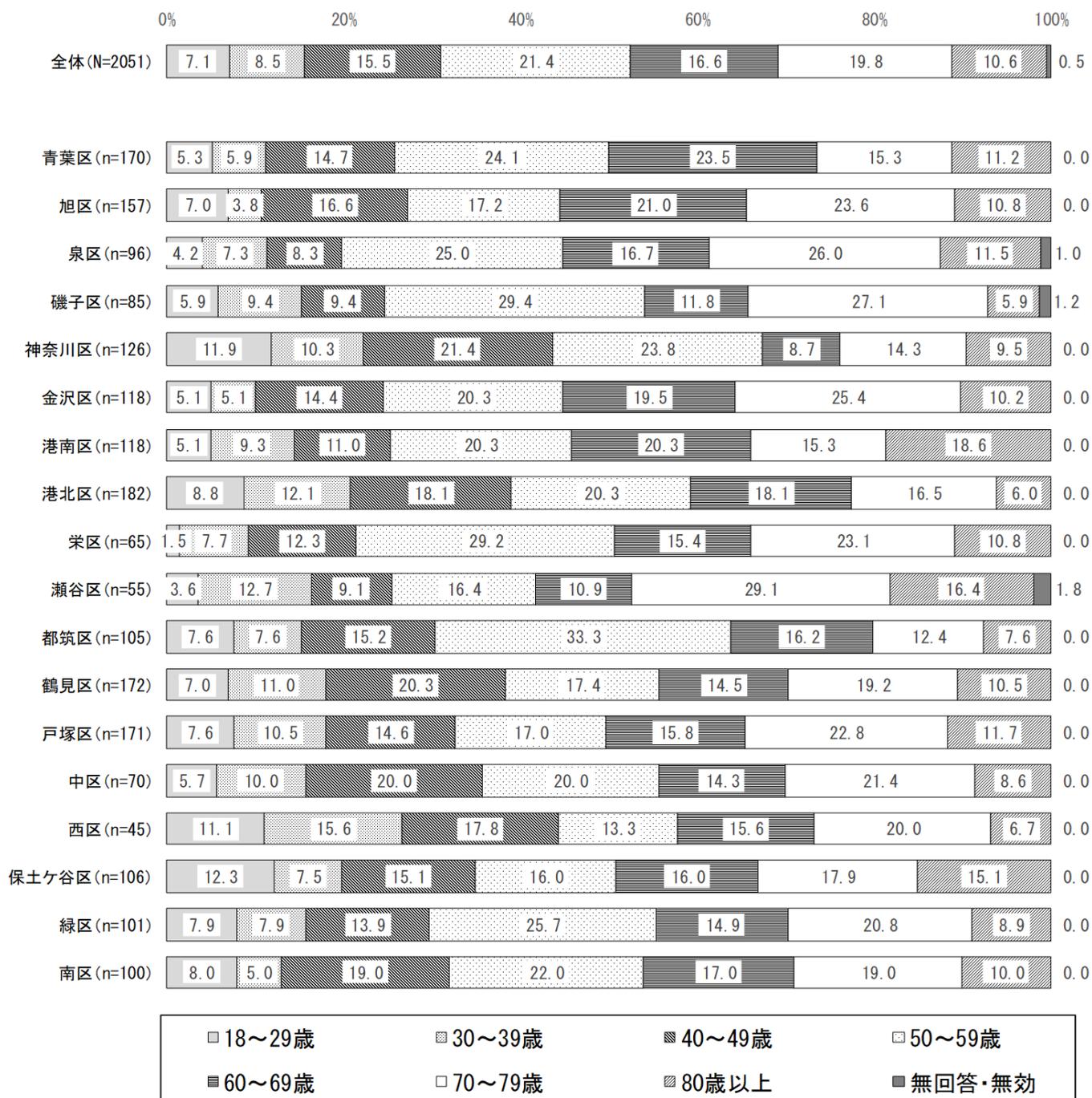
回答者の年代は、50代が21.4%と最も多く、70代が19.8%、60代が16.6%の順に多くなっている。

図表1-2① 年代(全体)



居住区別に年代をみると、18区のうち9区は全体と同様に50代、60代、70代が上位3つを占めている。一方で、港南区では80歳以上が18.6%と全体(10.6%)を8ポイント上回り、西区は30代(15.6%)が全体(8.5%)を7ポイント上回るなど、全体と傾向が異なっている区も見られる。

図表1-2② 年代(居住区別)

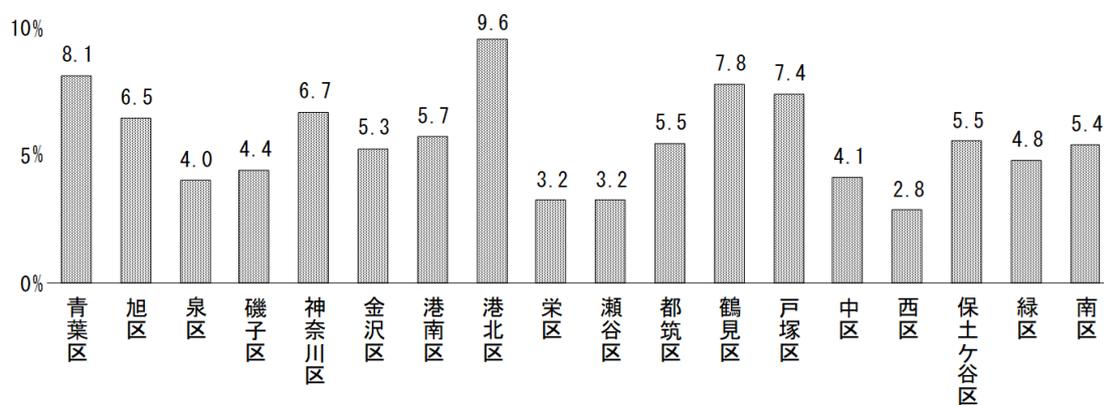


◆実際の人口データとの比較

住民基本台帳の人口（18歳以上）の市全体の区別の内訳をみると、港北区（9.6%）が最も多く、次いで青葉区（8.1%）、鶴見区（7.8%）、戸塚区（7.4%）の順になっており、回答者の居住区の上位の区と概ね合致している。

【参考図表】 横浜市の18歳以上人口の区別内訳

（令和5年1月1日現在住民基本台帳）



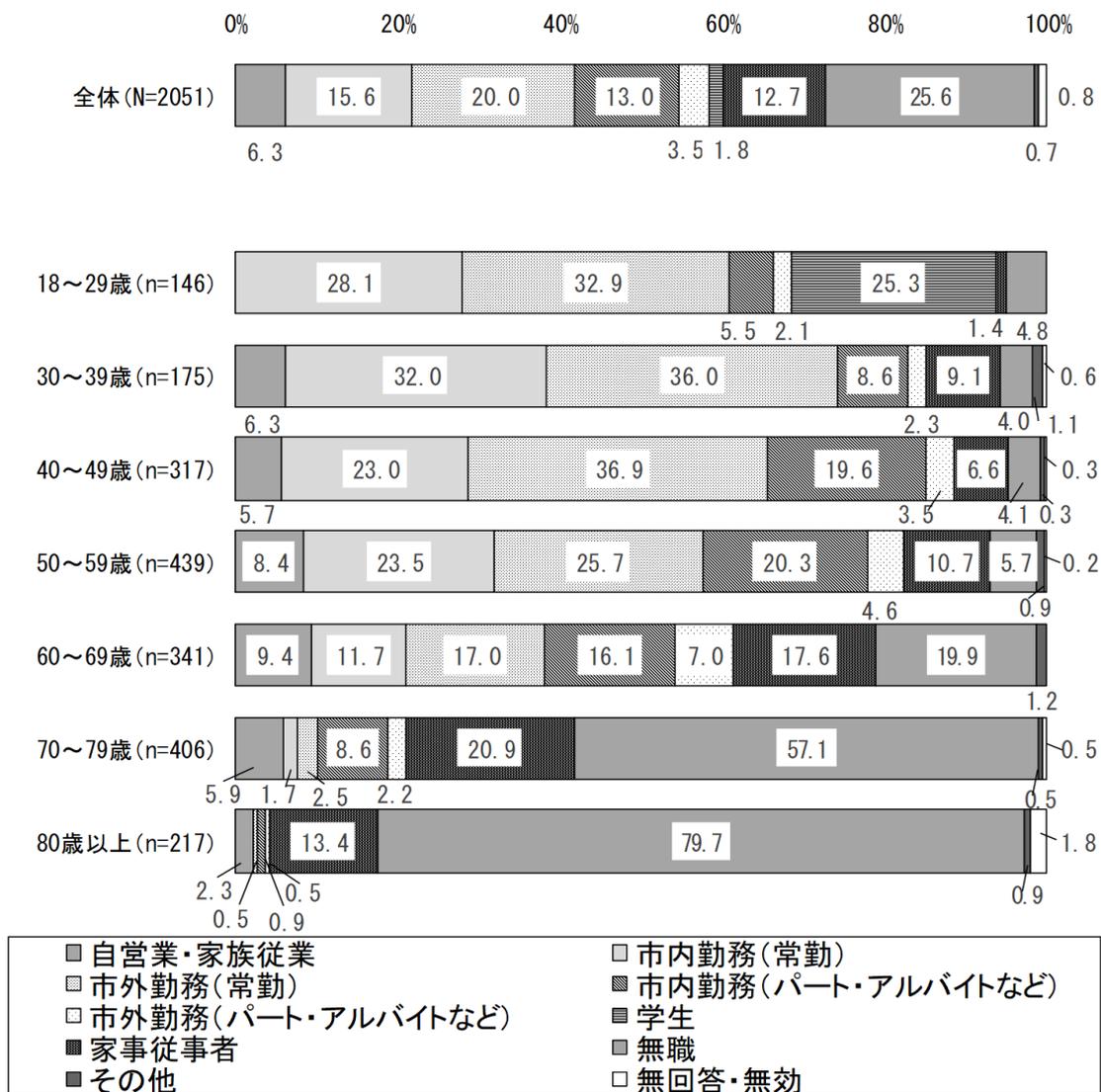
(3) 職業 (F3)

F3 あなたの職業をお答えください。(1つだけ○印)

回答者の職業は、「無職」(25.6%)が最も多く、「市外勤務(常勤)」(20.0%)、「市内勤務(常勤)」(15.6%)が続いている。

年代別では、50代以下は「市外勤務(常勤)」が最も多く、60代以上は「無職」が最も多く、年代により大きく異なっていることが分かる。

図表1-3 職業(全体・年代別)



※0.0%の項目は表記を省略

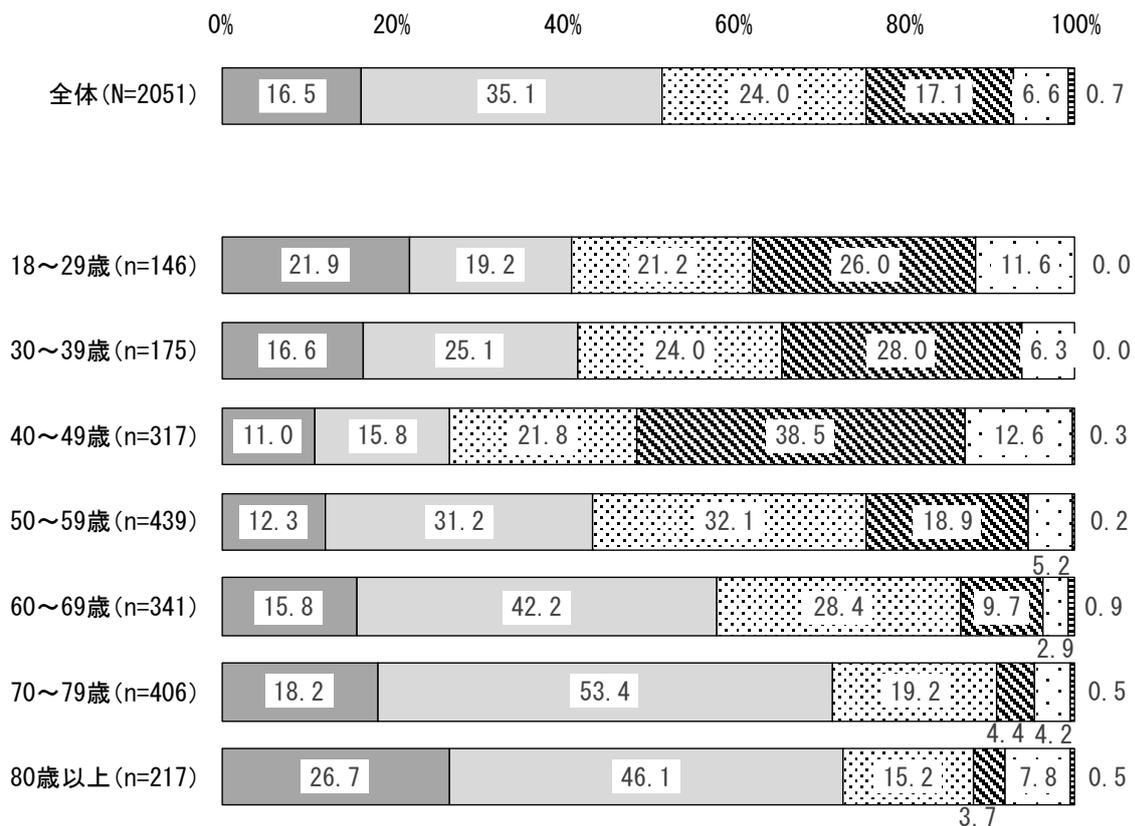
(4) 世帯の人数 (F4)

F4 一緒に住んでいる世帯の人数(あなたを含む)をお答えください。
(1つだけ○印)

回答者の世帯の人数は、「2人」(35.1%)が最も多く、「3人」(24.0%)が続いている。次いで、「4人」(17.1%)、「1人」(16.5%)となっている。

年代別にみると、40代までは「4人」が最も多く、50代では「3人」、60代以上では「2人」が最も多い。18~29歳と80歳以上では「1人」の割合が2割を超え、特に80歳以上では「1人」(26.7%)が「2人」に次いで多くなっている。

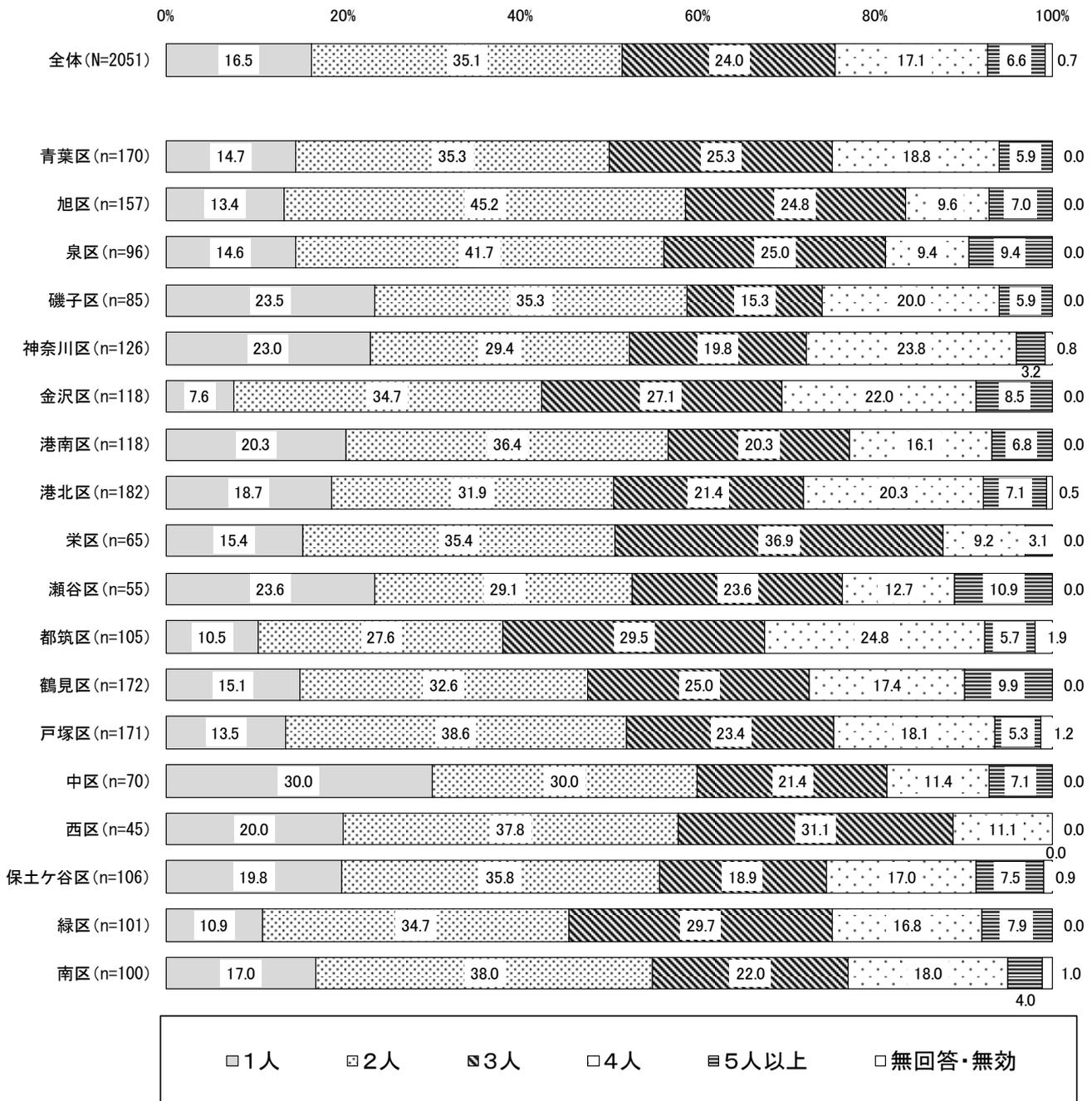
図表1-4① 世帯の人数(全体・年代別)



□ 1人 □ 2人 □ 3人 □ 4人 □ 5人以上 ≡ 無回答・無効

居住区別に世帯人員をみると、18区のうち15区で「2人」が最も多いが、栄区と都筑区では「3人」が最も多く、中区は「1人」と「2人」が同率で最も多い回答となっている。

図表 1-4② 世帯の人数（全体・居住区別）



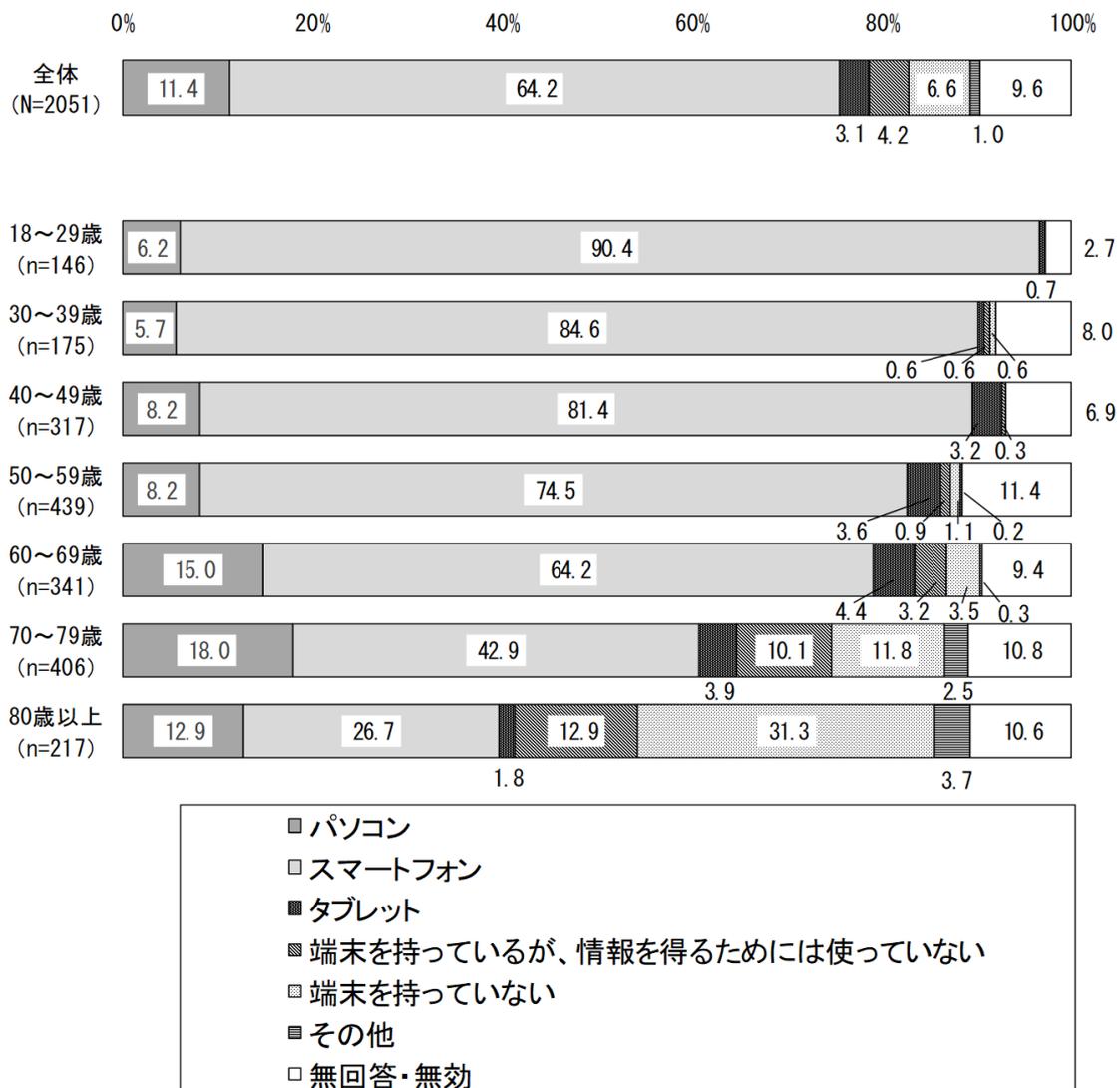
(5) 最も使う情報端末 (F5)

F5 普段、情報を得るときにパソコンやスマートフォンなどの端末を使いますか。
最も使うものを1つお選びください。(1つだけ○印)

回答者が最も使う情報端末は、全体では「スマートフォン」(64.2%)が最も多く、続く「パソコン」(11.4%)を大きく引き離している。

年代別では、18~29歳で「スマートフォン」は約9割であるが年代が上がるにつれその割合は小さくなり、80歳以上では26.7%となっている。また「端末を持っていない」の割合をみると、70代(11.8%)と80歳以上(31.3%)とでは大きく異なっていることが分かる。

図表1-5① 最も使う情報端末 (全体・年代別)

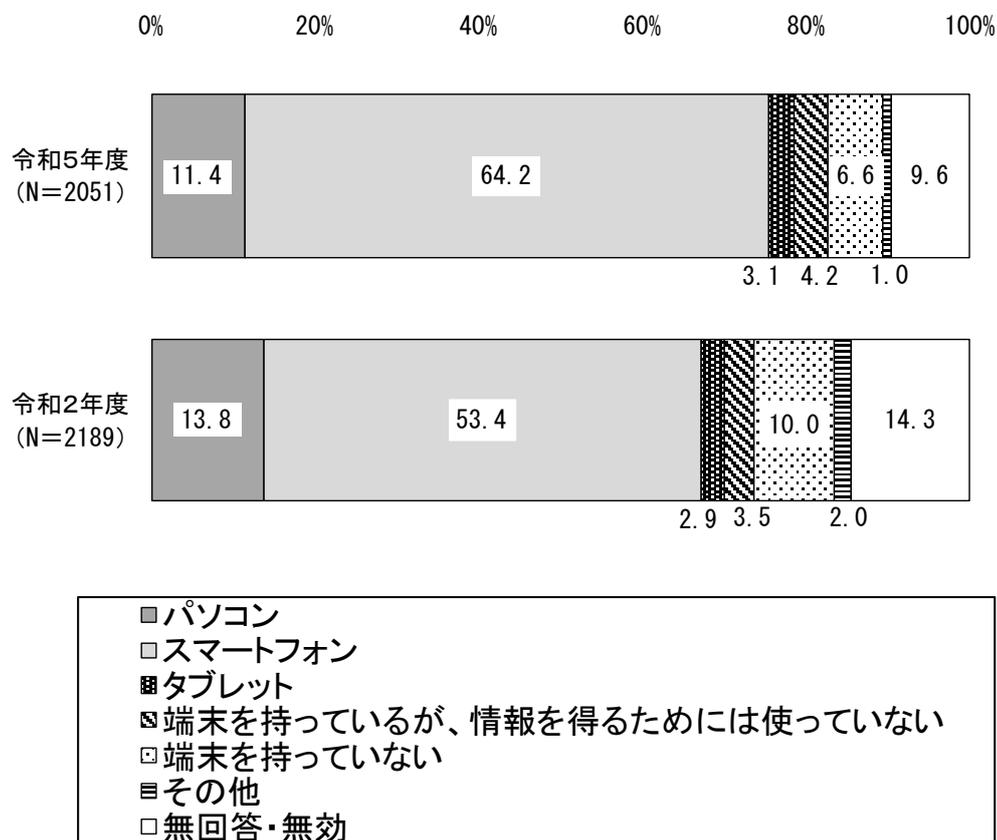


※「無回答・無効」(9.6%)には2つ以上の回答を含む

※0.0%の項目は表記を省略

最も使う情報端末を令和2年度調査と比較すると、令和5年度調査の「スマートフォン」の割合は10.8ポイント上回り、「端末を持っていない」の割合は3.4ポイント下回っている。

図表1-5② 最も使う情報端末（全体・経年比較）



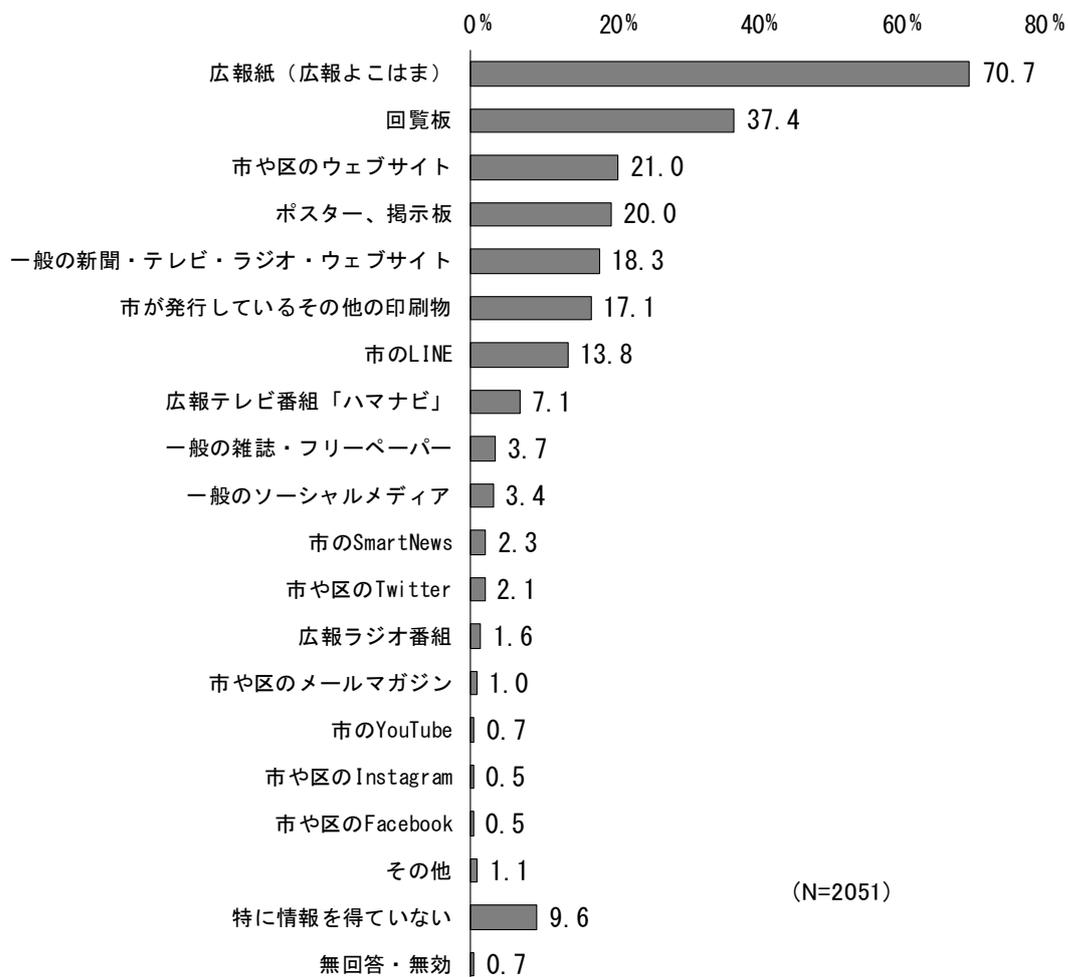
3 調査結果

(1) 市政情報の入手方法について (問1)

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）

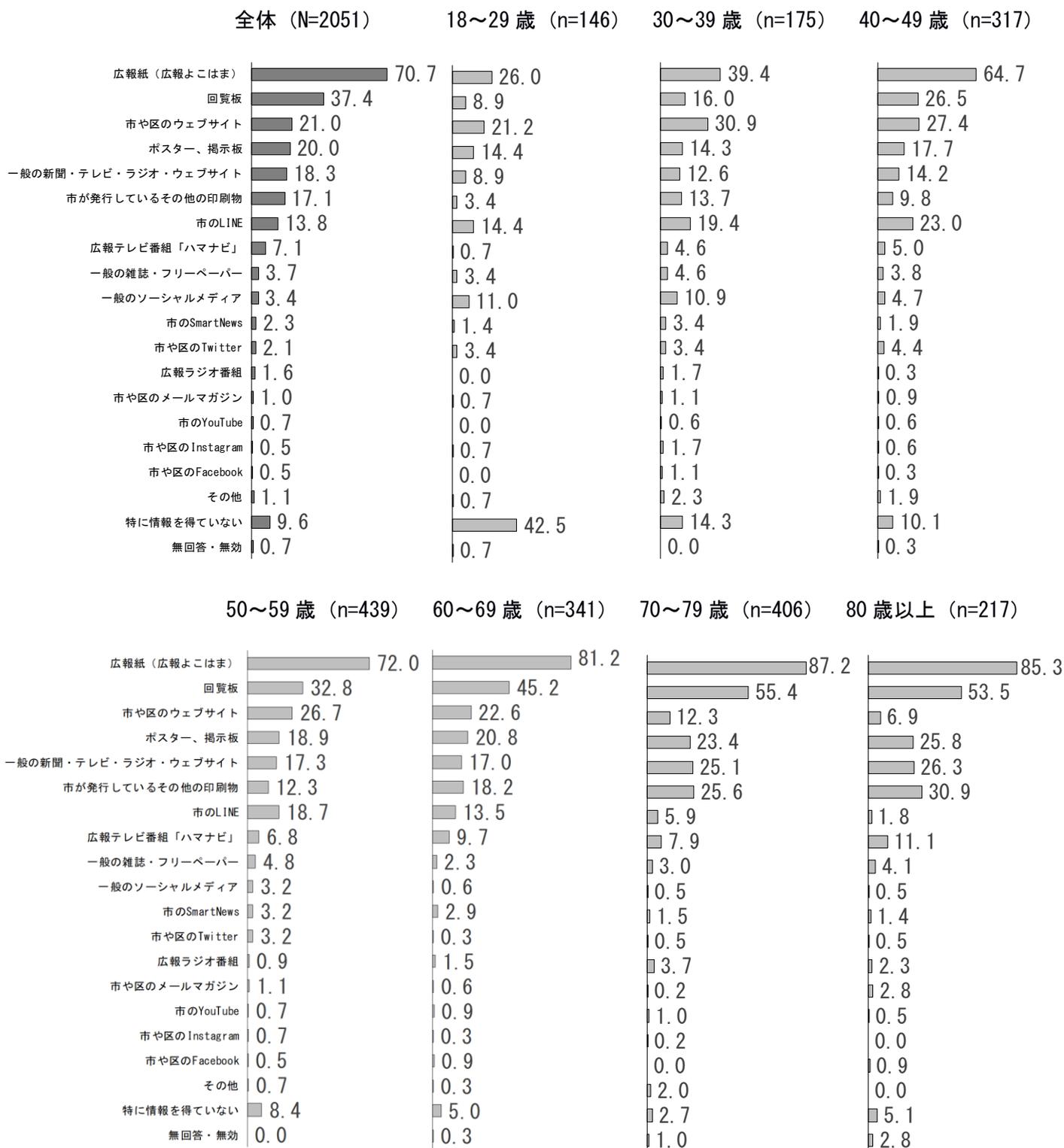
市政情報の入手方法としては、「広報紙（広報よこはま）」が70.7%で最も多く、続く「回覧板」（37.4%）、「市や区のウェブサイト」（21.0%）を大きく上回っている。

図表2-1① 市政情報の入手方法（全体）



いずれの年代も「広報紙（広報よこはま）」と「回覧板」は年代が上がるにつれ割合が高くなっている。「市や区のウェブサイト」は60代まで20%を上回り、年代が上がるにつれ割合が低くなっている。また、「市のLINE」は40代で20%を超え、年代で市政情報の入手方法が異なる様子が見えてくる。

図表2-1② 市政情報の入手方法（全体・年代別）



居住区別に市政情報の入手方法を見ると、いずれも1位に挙げられている「広報紙（広報よこはま）」は58.7%（神奈川区）～85.6%（金沢区）と幅があることが分かる。また西区では「市や区のウェブサイト」（37.8%）が全体を15ポイント以上上回っている。

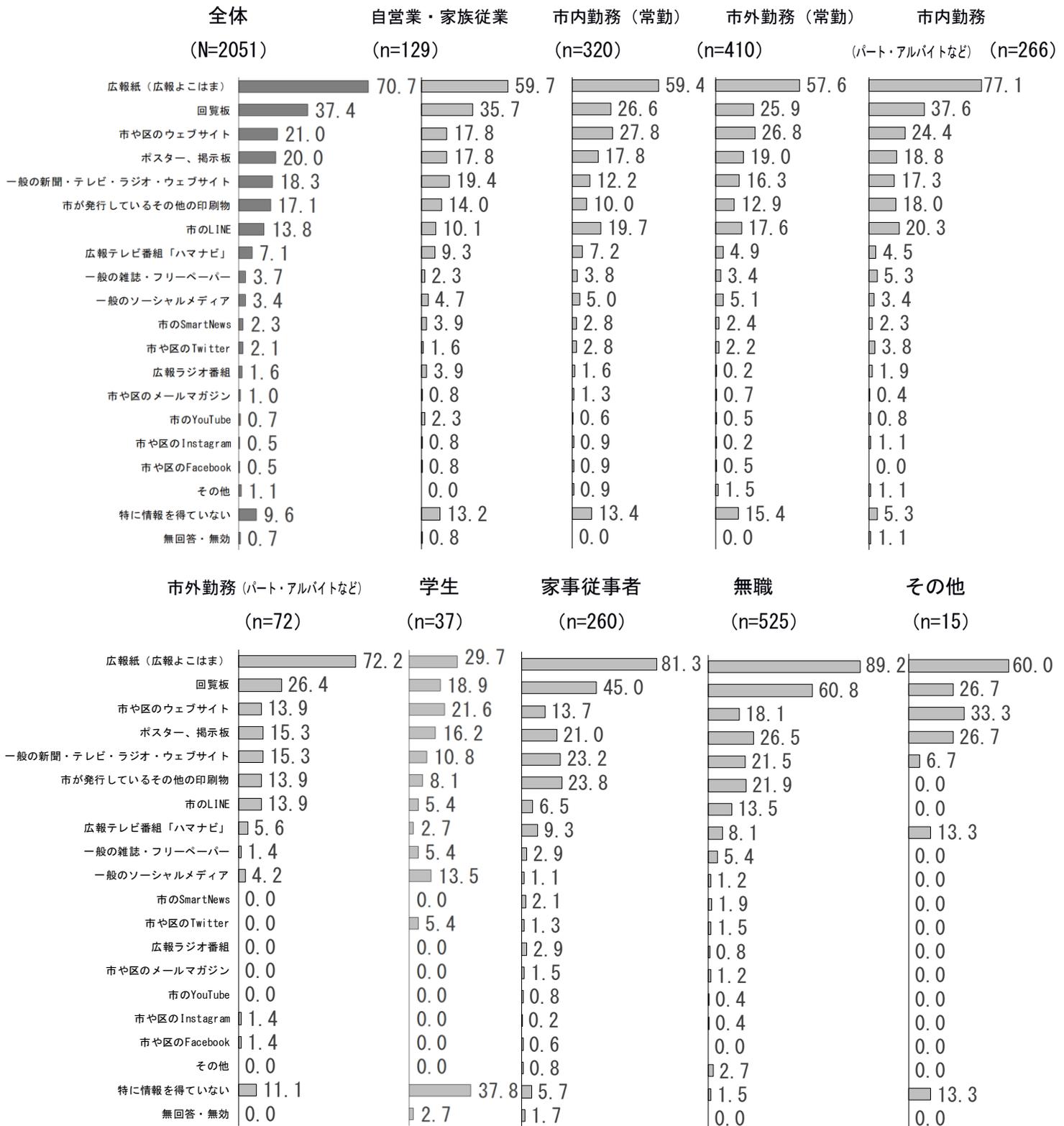
図表2-1③ 市政情報の入手方法（全体・居住区別）

※網掛け太字は上位5位

	広報紙（広報よこはま）	回覧板	市や区のウェブサイト	ポスター、掲示板	一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト	市が発行しているその他の印刷物	市のLINE	広報テレビ番組「ハマナビ」	一般の雑誌・フリーペーパー	一般のソーシャルメディア	市のSmartNews	市や区のTwitter	広報ラジオ番組	市や区のメールマガジン	市のYouTube	市や区のInstagram	市や区のFacebook	その他	特に情報を得ていない	無回答・無効
全体 (N=2051)	70.7	37.4	21.0	20.0	18.3	17.1	13.8	7.1	3.7	3.4	2.3	2.1	1.6	1.0	0.7	0.5	0.5	1.1	9.6	0.7
青葉区 (n=170)	66.5	37.6	22.4	14.7	17.6	14.1	10.6	5.3	2.9	1.8	0.6	2.4	1.2	0.6	0.0	0.6	0.6	0.0	17.1	0.6
旭区 (n=157)	77.7	47.1	14.6	21.0	18.5	15.9	10.2	9.6	1.9	3.8	1.9	1.3	1.3	0.6	0.0	0.6	0.6	0.6	4.5	1.3
泉区 (n=96)	70.8	45.8	12.5	22.9	17.7	24.0	11.5	7.3	3.1	3.1	1.0	3.1	2.1	0.0	0.0	1.0	0.0	1.0	13.5	0.0
磯子区 (n=85)	71.8	34.1	15.3	8.2	15.3	9.4	16.5	3.5	1.2	5.9	3.5	1.2	1.2	2.4	0.0	0.0	1.2	0.0	8.2	1.2
神奈川区 (n=126)	58.7	31.0	27.8	29.4	21.4	15.1	14.3	9.5	4.0	2.4	3.2	0.8	0.8	0.8	1.6	1.6	1.6	3.2	10.3	0.8
金沢区 (n=118)	85.6	39.8	13.6	17.8	16.1	17.8	9.3	5.1	6.8	1.7	1.7	0.8	0.8	0.8	0.8	0.0	0.0	0.8	6.8	0.8
港南区 (n=118)	72.0	41.5	21.2	20.3	17.8	14.4	15.3	7.6	1.7	4.2	3.4	0.8	0.8	0.8	0.0	0.0	0.8	2.5	5.9	2.5
港北区 (n=182)	65.4	25.8	19.8	14.8	16.5	13.7	17.6	5.5	2.2	2.7	2.7	3.3	1.6	0.5	0.5	1.1	0.5	1.6	10.4	1.1
栄区 (n=65)	73.8	44.6	23.1	27.7	24.6	26.2	23.1	16.9	10.8	0.0	1.5	3.1	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	10.8	1.5
瀬谷区 (n=55)	85.5	58.2	18.2	21.8	18.2	23.6	10.9	5.5	3.6	0.0	3.6	0.0	1.8	1.8	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0
都筑区 (n=105)	69.5	29.5	25.7	11.4	10.5	12.4	13.3	7.6	1.9	3.8	2.9	1.0	0.0	1.0	1.0	1.0	0.0	1.0	11.4	0.0
鶴見区 (n=172)	65.7	33.7	25.6	20.9	19.2	14.5	12.2	9.3	6.4	4.1	1.7	1.7	4.1	1.2	1.2	0.0	0.0	1.2	12.2	0.0
戸塚区 (n=171)	73.7	38.0	17.5	22.8	21.6	21.6	10.5	5.3	4.7	1.8	4.1	2.3	4.1	1.2	1.8	0.0	0.0	1.2	8.2	0.6
中区 (n=70)	77.1	34.3	24.3	30.0	25.7	25.7	24.3	8.6	10.0	8.6	4.3	5.7	0.0	2.9	1.4	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0
西区 (n=45)	71.1	22.2	37.8	35.6	24.4	17.8	17.8	8.9	2.2	6.7	2.2	4.4	2.2	2.2	4.4	0.0	2.2	4.4	4.4	0.0
保土ヶ谷区 (n=106)	67.0	37.7	14.2	20.8	16.0	20.8	13.2	7.5	1.9	4.7	0.9	0.0	1.9	0.9	0.9	0.9	0.0	0.9	15.1	0.0
緑区 (n=101)	68.3	47.5	31.7	16.8	12.9	14.9	16.8	5.9	1.0	5.0	0.0	2.0	1.0	1.0	0.0	1.0	0.0	2.0	10.9	1.0
南区 (n=100)	67.0	33.0	26.0	18.0	21.0	17.0	16.0	2.0	2.0	4.0	3.0	6.0	1.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0
無回答・無効 (n=9)	77.8	55.6	0.0	33.3	22.2	44.4	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0

職業別にみると、いずれも「広報紙（広報よこはま）」が1位に挙げられており、「家事従事者」と「無職」では8割を超えている。一方「学生」は「特に情報を得ていない」が37.8%と突出している。

図表2-1④ 市政情報の入手方法（全体・職業別）

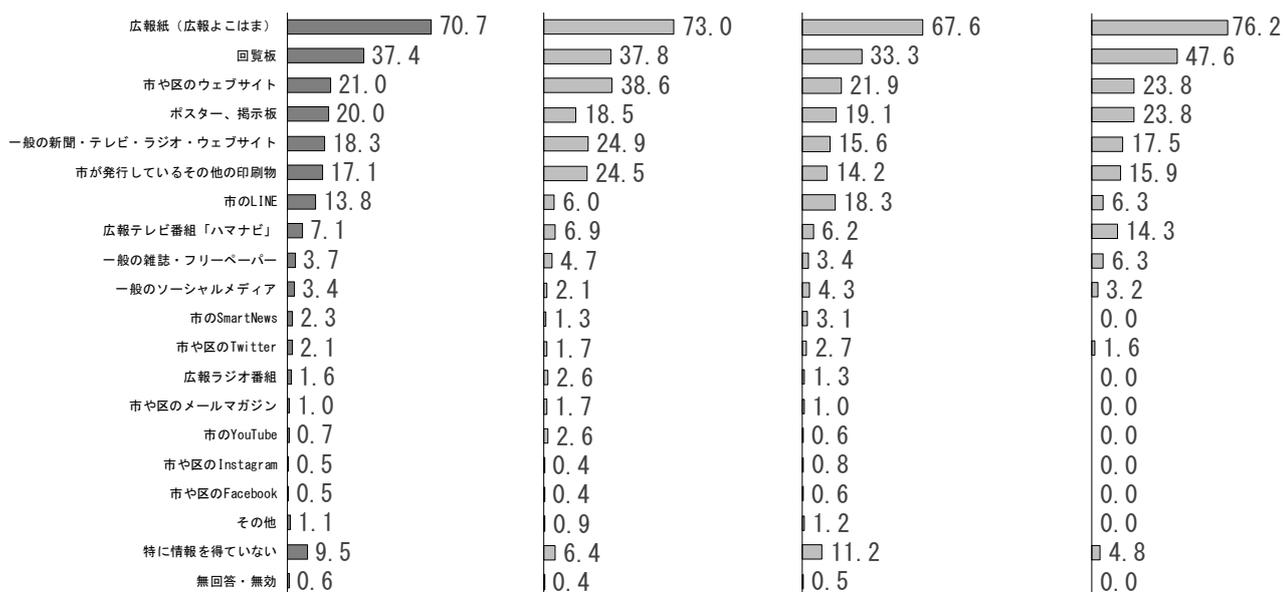


※「その他」は参考値

情報端末別にみると、いずれも「広報紙（広報よこはま）」が1位であるが、「パソコン」を主に使っている人は「市や区のウェブサイト」（38.6%）が続く「回覧板」（37.8%）を上回り、2位に挙げられている。

図表2-1⑤ 市政情報の入手方法（全体・情報端末別）

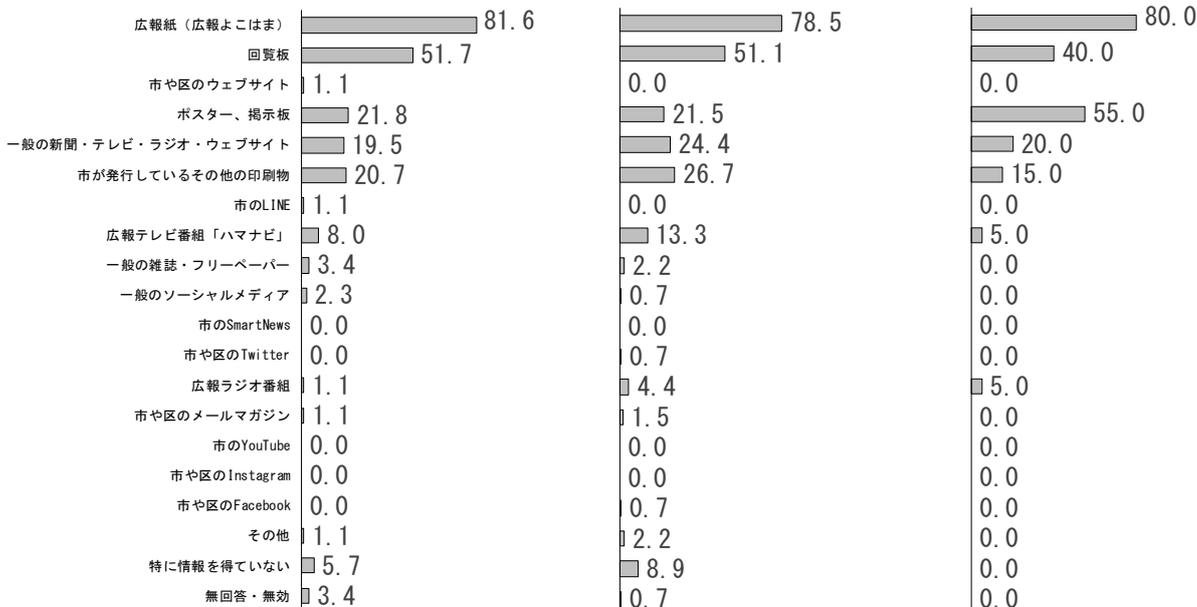
全体 (N=2051) パソコン (n=233) スマートフォン (n=1317) タブレット (n=63)



持っているが未使用 (n=87)

持っていない (n=135)

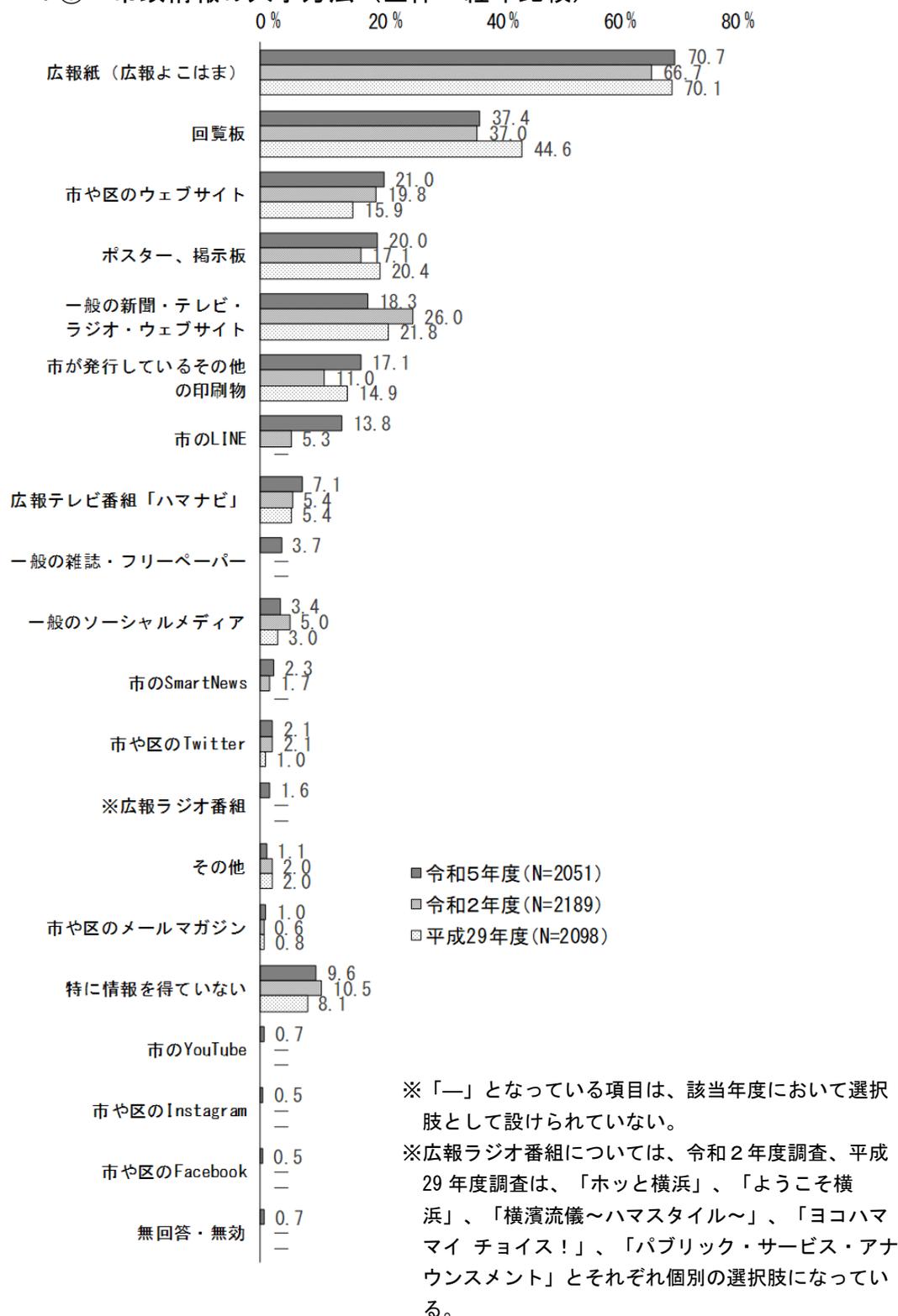
その他 (n=20)



※「その他」は参考値

過去2回の調査と比較すると、選択肢が異なっているため単純な比較は困難であるが、「広報紙（広報よこはま）」が最も多く、「回覧板」が続く傾向は同様である。また、令和2年度の調査では「市のLINE」が5.3%であったが、令和5年度では13.8%となっている。

図表2-1⑥ 市政情報の入手方法（全体・経年比較）



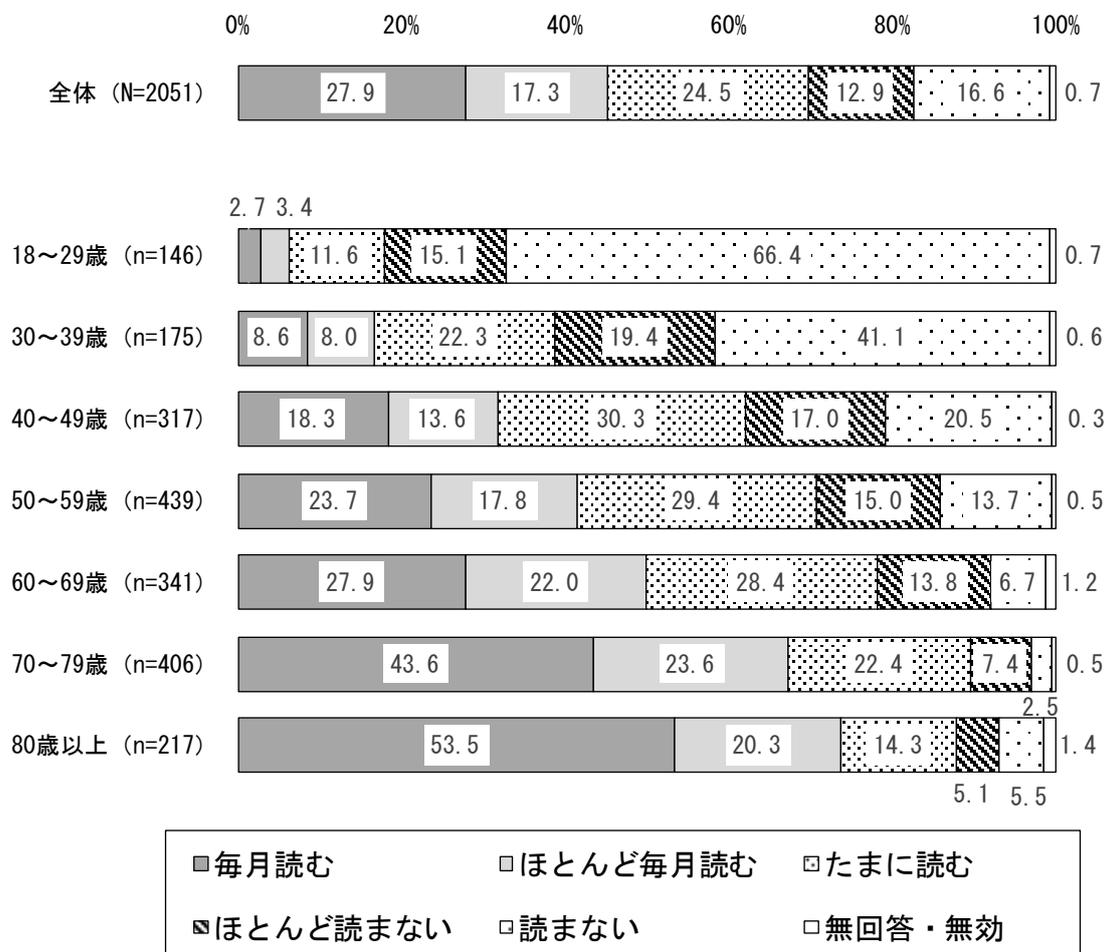
(2) 「広報よこはま」について (問2～問7)

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)

「広報よこはま」を読む頻度は、「毎月読む」(27.9%)が最も多く、「ほとんど毎月読む」(17.3%)を合わせると5割近くが高い頻度で読んでいることが分かる。

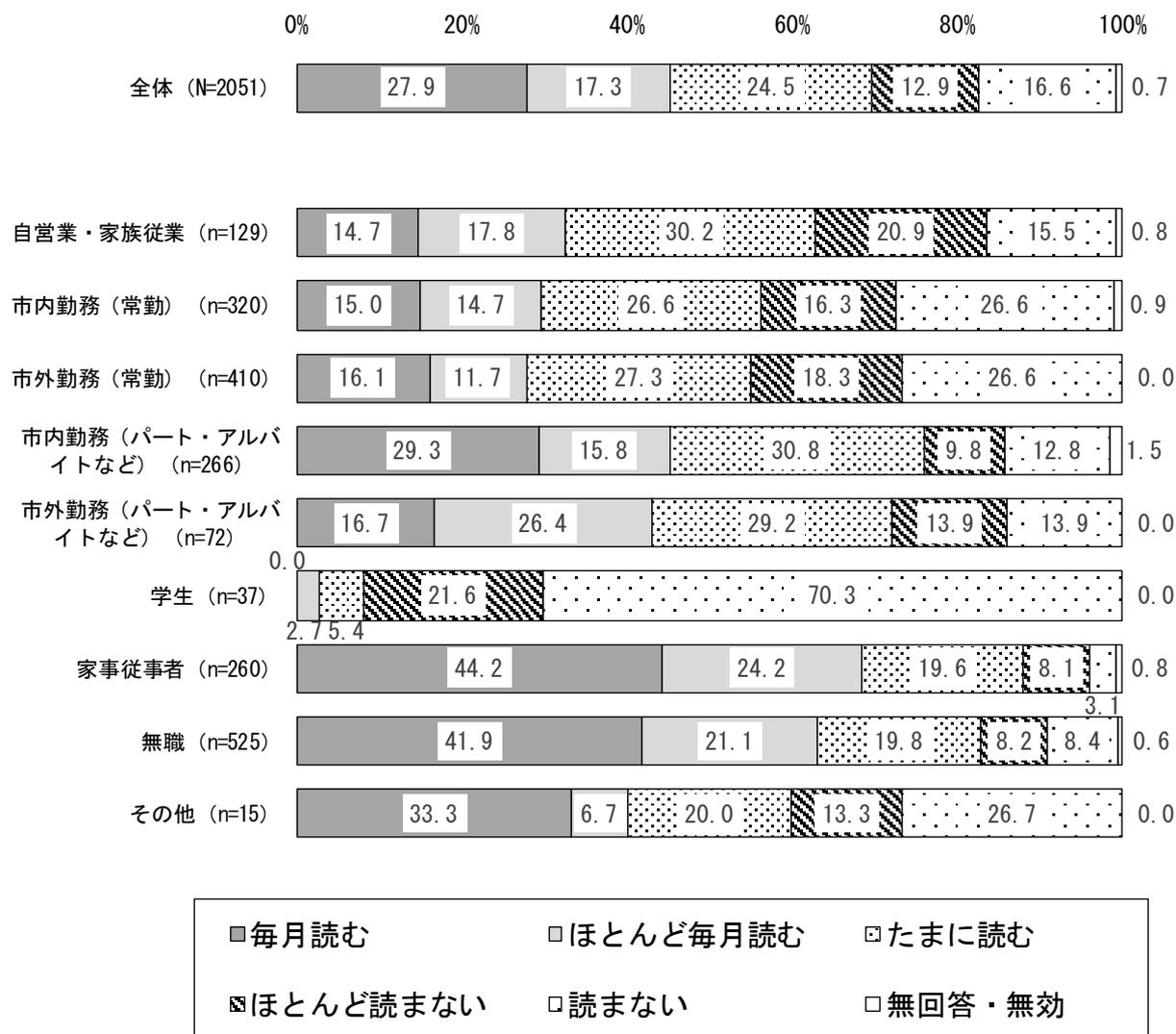
年代別にみると、年代が上がるにつれ「毎月読む」、「ほとんど毎月読む」の割合が大きくなり、「ほとんど読まない」、「読まない」の割合は小さくなっている。

図表2-2① 「広報よこはま」を読む頻度 (全体・年代別)



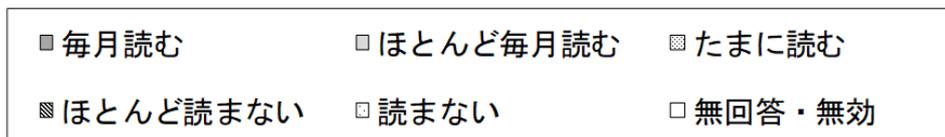
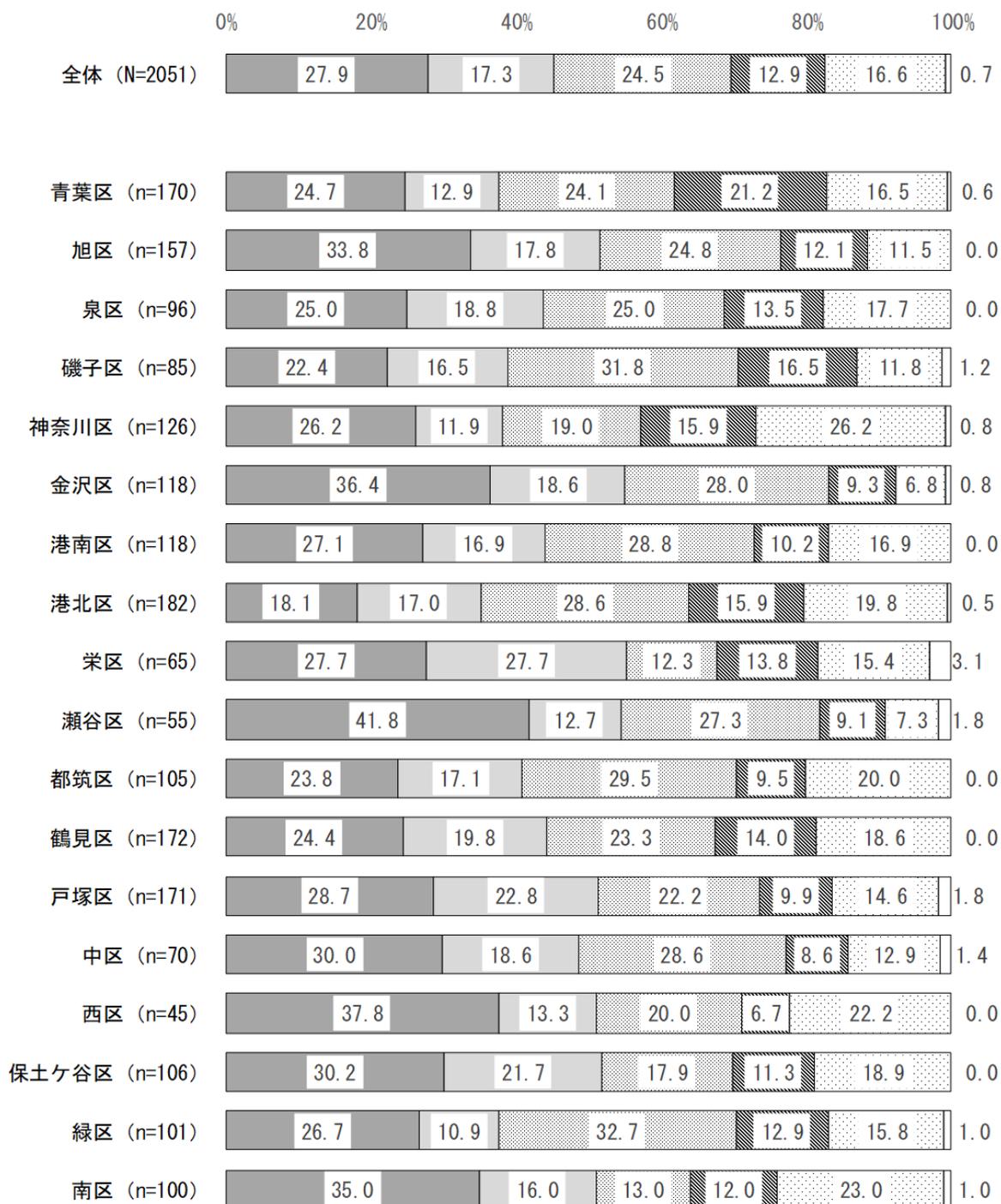
職業別では、「家事従事者」と「無職」で「毎月読む」、「ほとんど毎月読む」の割合が大きくなっている。一方、学生は「読まない」が約7割となっている。

図表 2-2② 「広報よこはま」を読む頻度（全体・職業別）



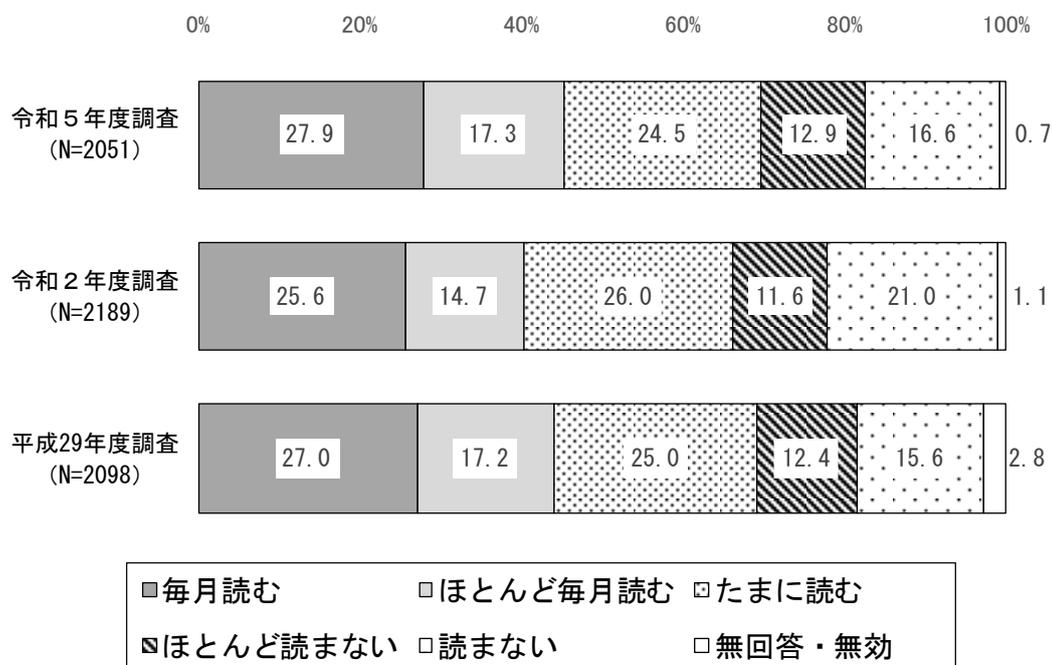
居住区別にみると、「毎月読む」の割合は 18.1%（港北区）から 41.8%（瀬谷区）と幅が大きく、「広報よこはま」を読む頻度が居住区によって異なる様子がうかがえる。

図表 2-2③ 「広報よこはま」を読む頻度（全体・居住区別）



過去2回の調査結果と比べると、大まかな傾向は似通っているが、「読まない」の割合が令和2年度は21.0%であったが、令和5年度では16.6%になっている。

図表2-2④ 「広報よこはま」を読む頻度（全体・経年比較）

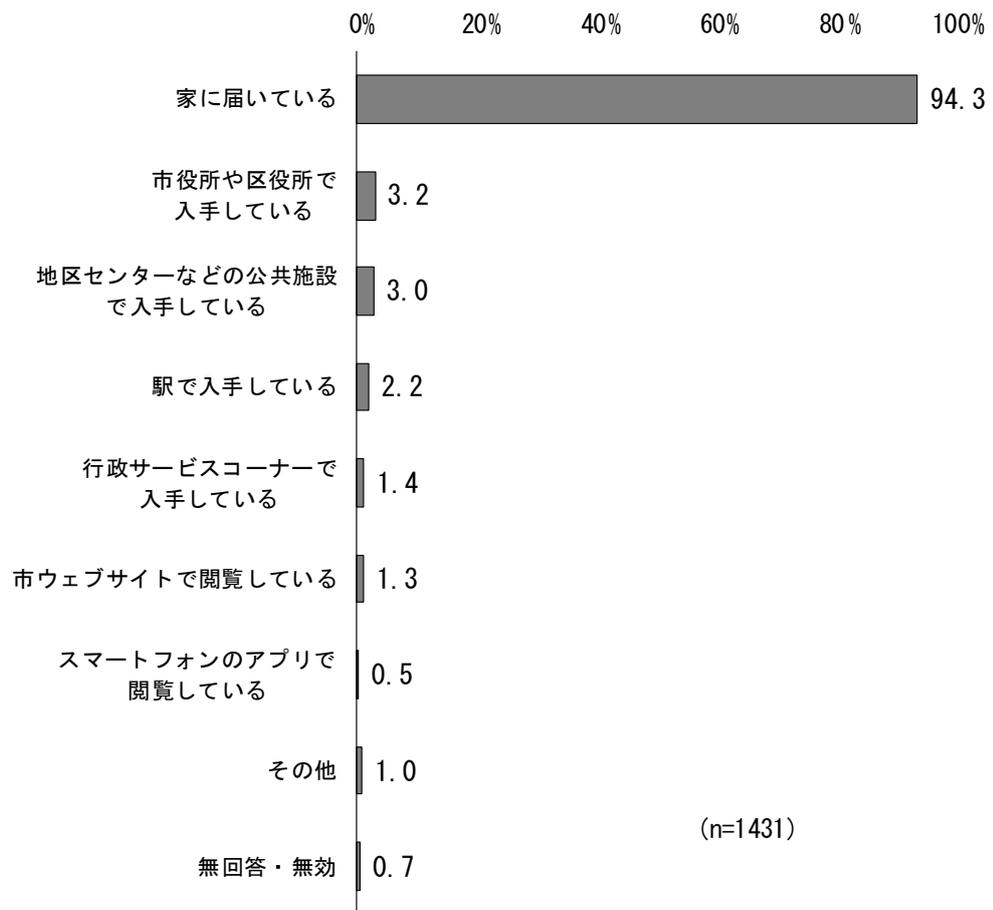


<問2で1～3を選んだ方にお伺いします>

問3 「広報よこはま」をどのように購読・閲覧していますか。あてはまるものを全てお選びください。(いくつでも○印)

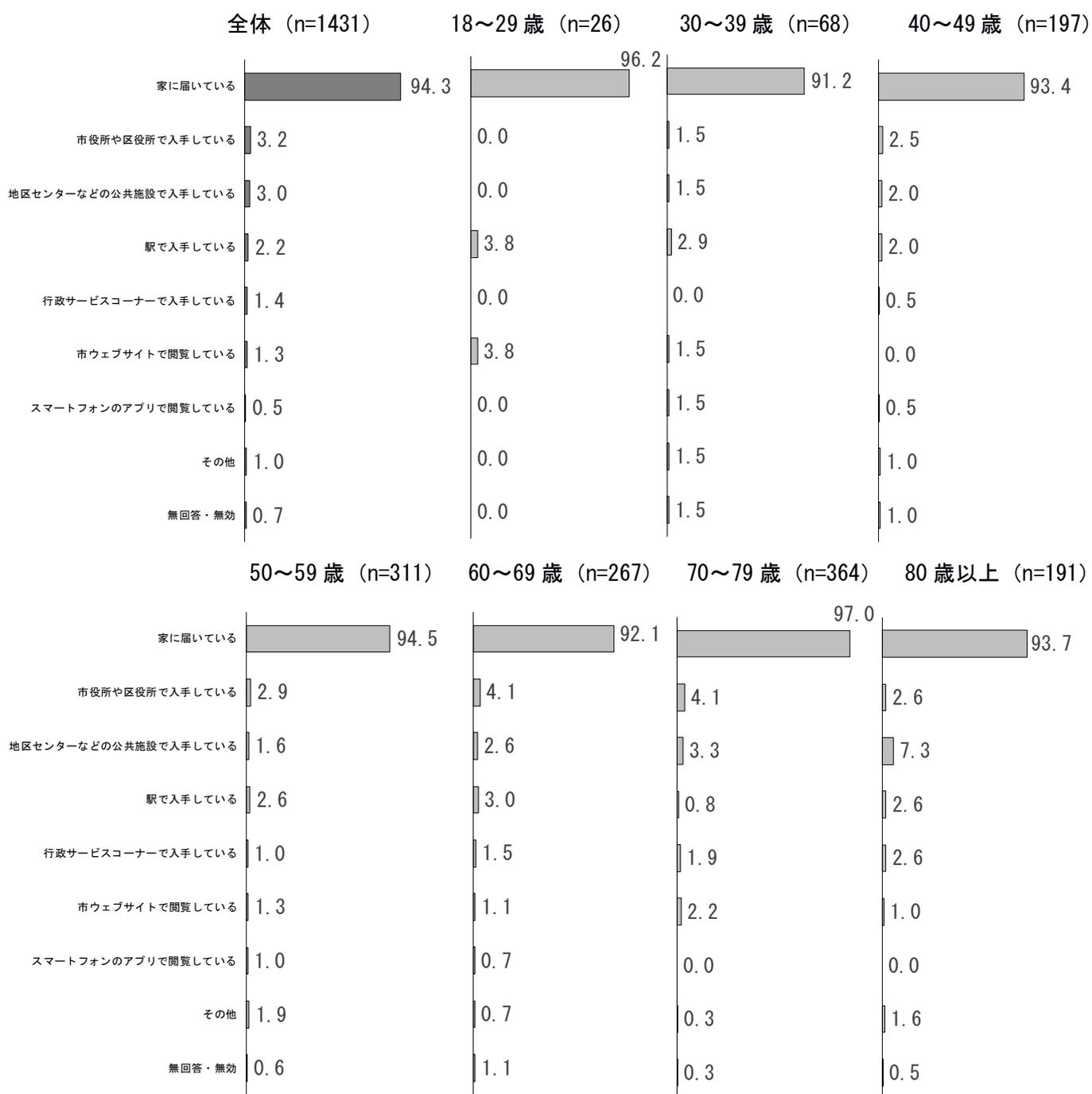
「広報よこはま」の購読者に入手法をたずねたところ、「家に届いている」が94.3%と、戸別配布が浸透している様子が見えてくる。

図表2-3① 「広報よこはま」の入手法(全体)



年代別にみると、どの年代も「家に届いている」が9割を超えている。

図表 2-3② 「広報よこはま」の入手方法（全体・年代別）



※「18～29歳」は参考値

＜問2で1～3を選んだ方にお伺いします＞

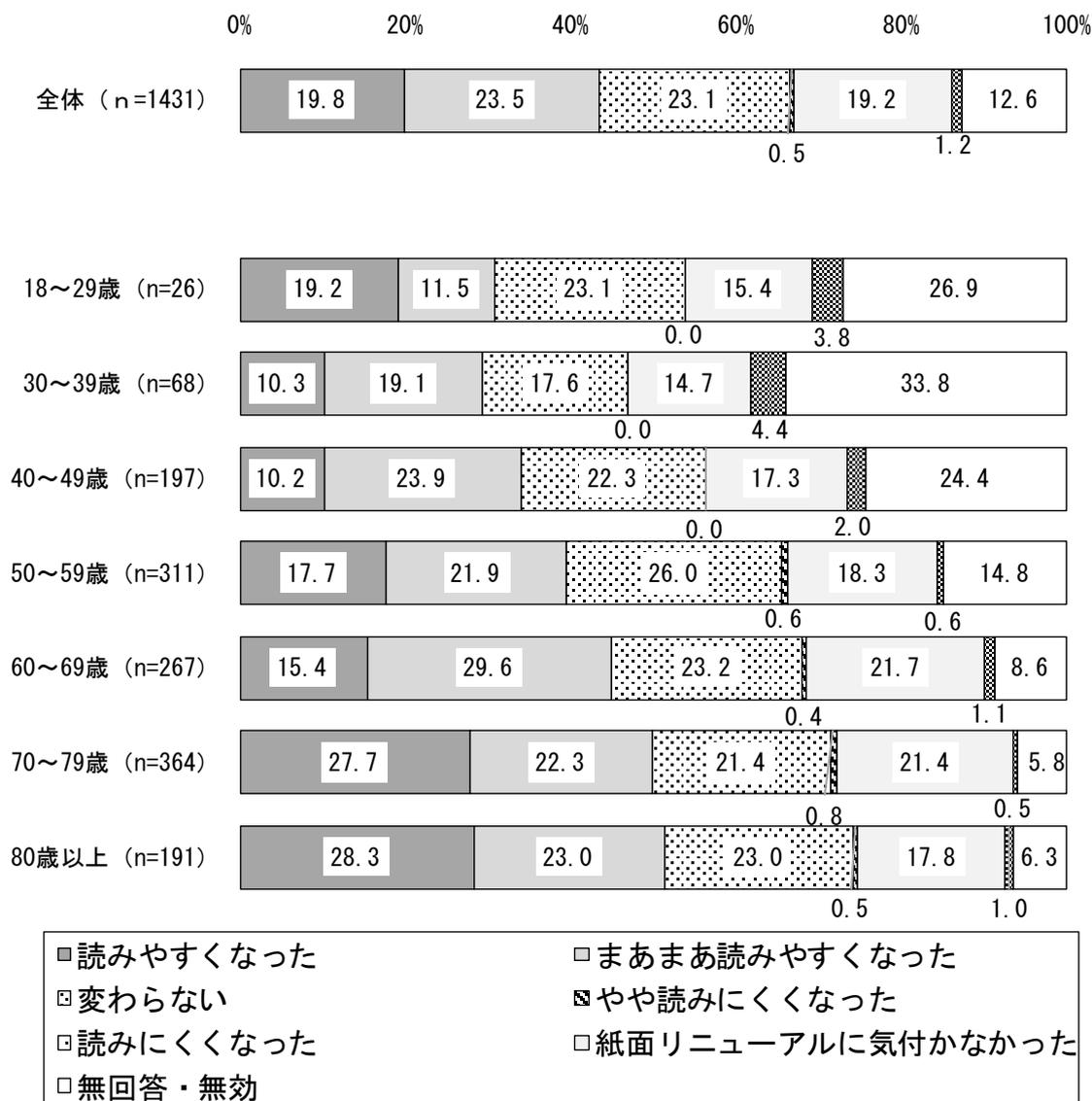
問4 2023（令和5）年1月号から「広報よこはま」の紙面のリニューアルを行いました。

リニューアル後の紙面について、どのように感じましたか。1つだけお選びください。（1つだけ〇印）

「広報よこはま」の購読者にリニューアルについてたずねたところ、「読みやすくなった」（19.8%）と「まあまあ読みやすくなった」（23.5%）を合わせると4割を超えている。

年代別にみると、「読みやすくなった」と「まあまあ読みやすくなった」の割合は、年代が上がるにつれ大きくなっている

図表2-4 「広報よこはま」のリニューアルについて（全体・年代別）



＜問2で1～3を選んだ方にお伺いします＞

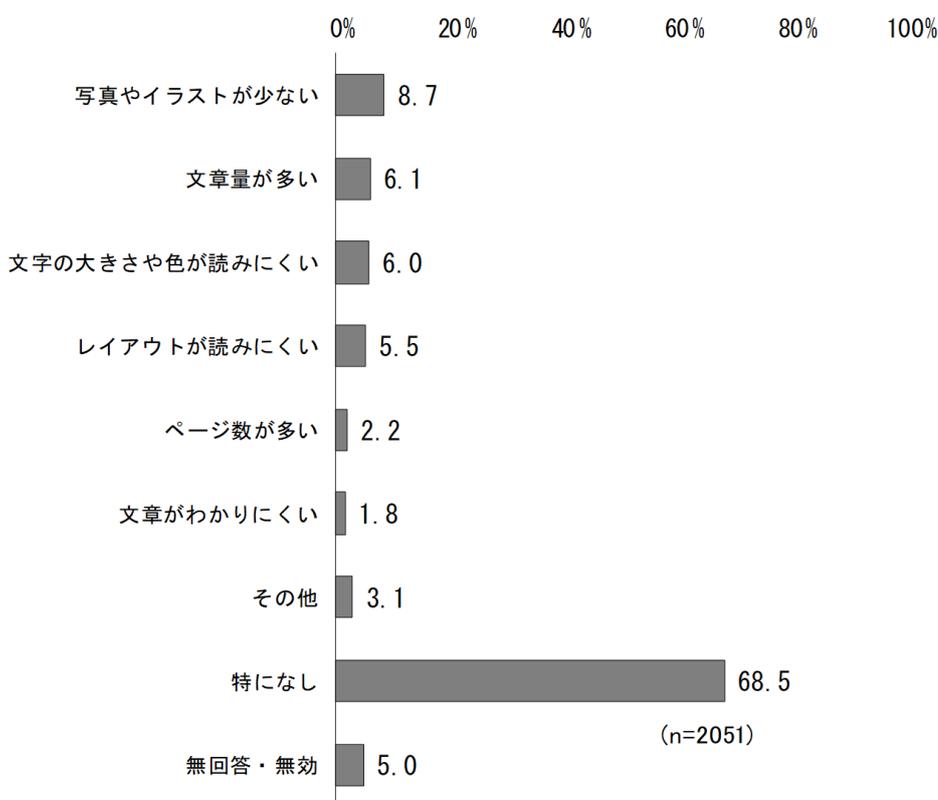
問5 「広報よこはま」の紙面について、改善してほしいと感じていることはありますか。

あてはまるものを全てお選びください。（いくつでも○印）

「広報よこはま」の購読者に、紙面について改善してほしいことをたずねたところ、「特になし」（68.5%）がおおよそ3分の2となっている。

具体的な内容としては、「写真やイラストが少ない」（8.7%）が最も多く、「文章量が多い」（6.1%）が続いている。

図表2-5① 「広報よこはま」の改善点（全体）

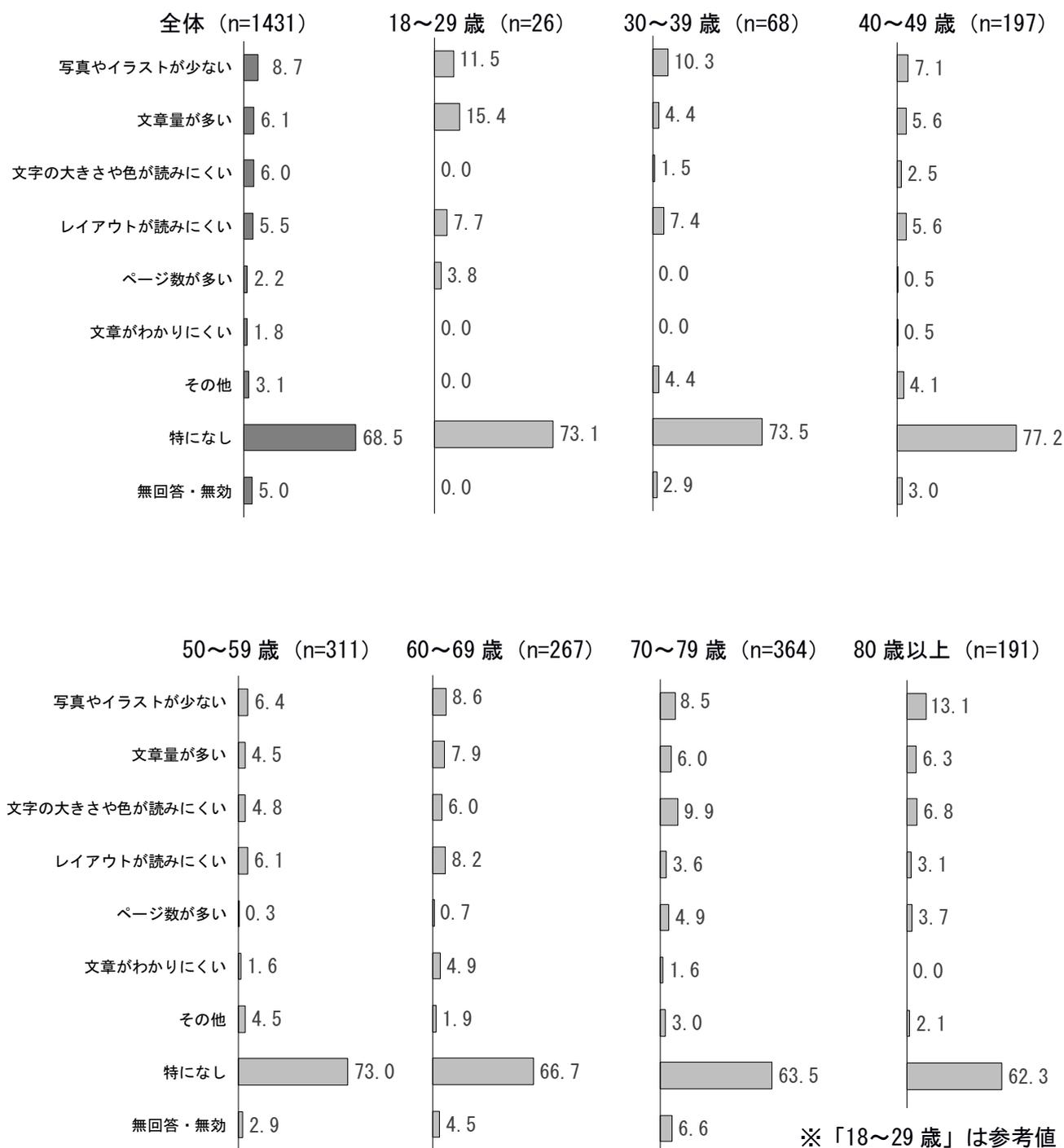


＜「その他」の内容＞

内容(分類)
1 デザインが悪い
2 色が多すぎる。白黒でよい
3 内容が一目でわからない
4 イベント情報を多くしてほしい
5 内容がつまらない
6 量を多くしてほしい
7 内容が細かすぎる
8 広告は不要
9 ほしい情報が少ない
10 その他(設問趣旨に合わない回答等)

年代別にみると、どの年代も「特になし」が最も多い。「18～29 歳」と「30 代」、「80 歳以上」は「写真やイラストが少ない」が 1 割を超えている。

図表 2-5② 「広報よこはま」の改善点（全体・年代別）



<問2で1～3を選んだ方にお伺いします>

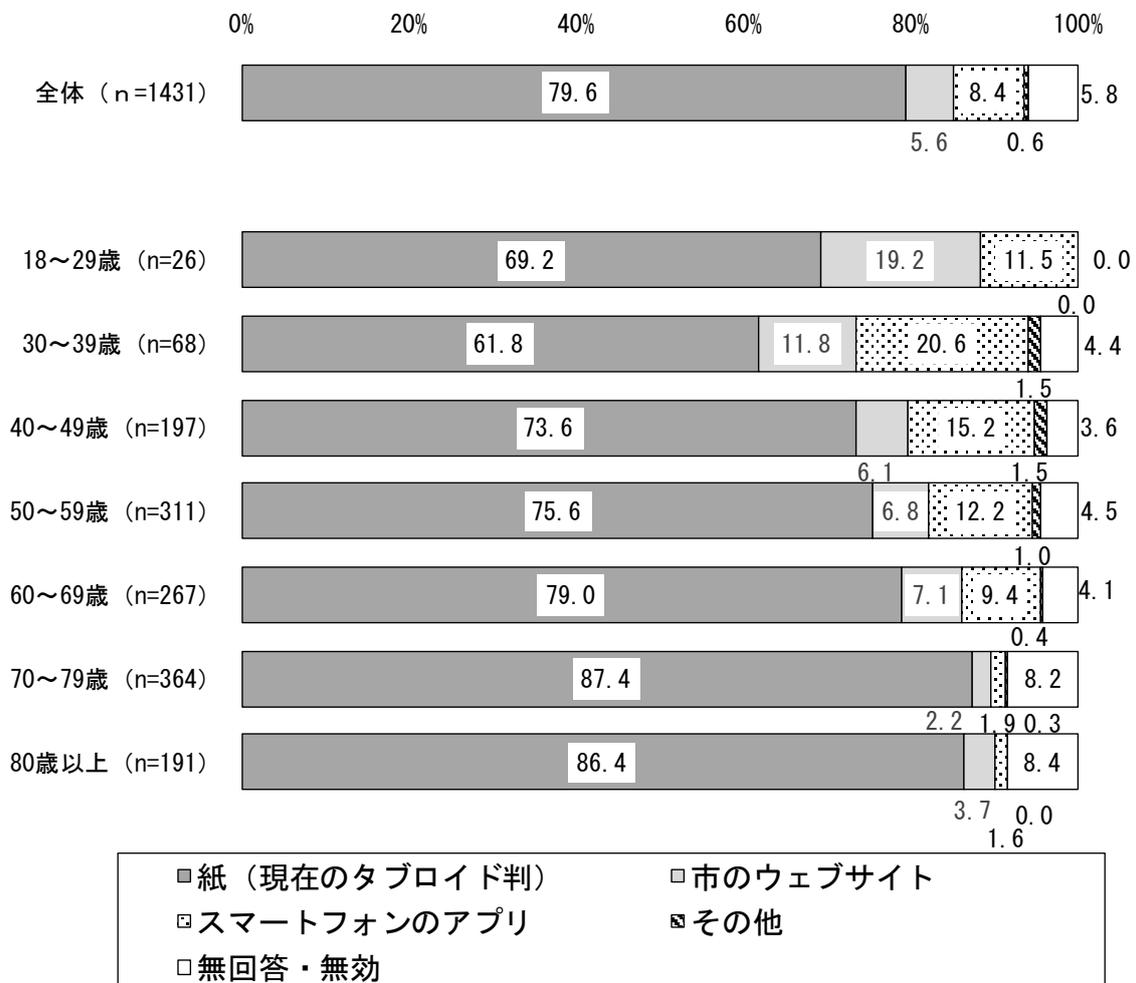
問6 「広報よこはま」を、どのような形式で読みたいですか。

1つだけお選びください。(1つだけ○印)

「広報よこはま」を読みたい形式としては、「紙」(79.6%)が最も多く、続く「スマートフォンのアプリ」(8.4%)を大きく引き離している。

年代別では、どの年代も「紙」が最も多いが、「30代」は61.8%と全体より約18ポイント下回っている。また「30代」は「スマートフォンのアプリ」が他の年代より多く20.6%である。

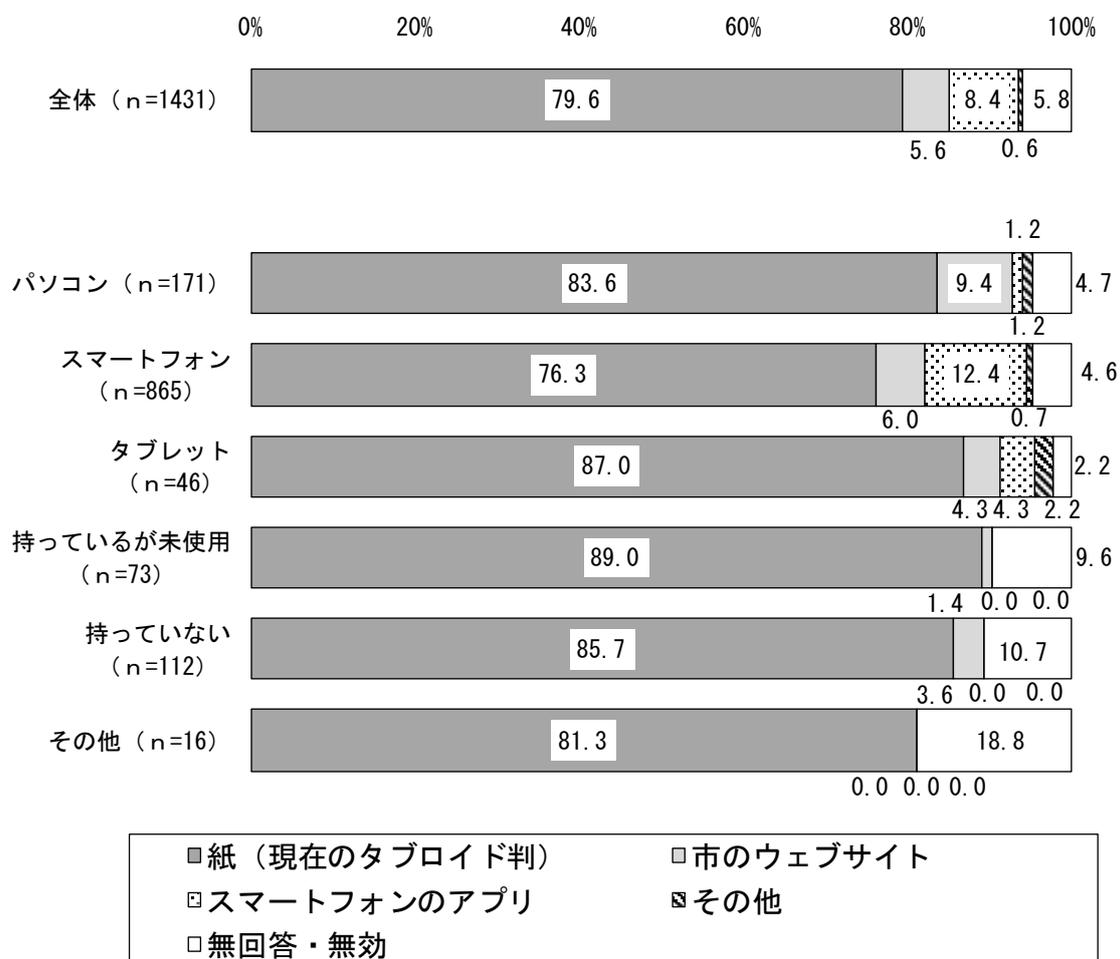
図表2-6① 「広報よこはま」の読みたい形式(全体・年代別)



※「18～29歳」は参考値

主に使っている情報端末別にみると、いずれも「紙」が最も多い回答であった。「スマートフォン」の利用者は、「スマートフォンのアプリ」が12.4%で他と比べ多くなっている。

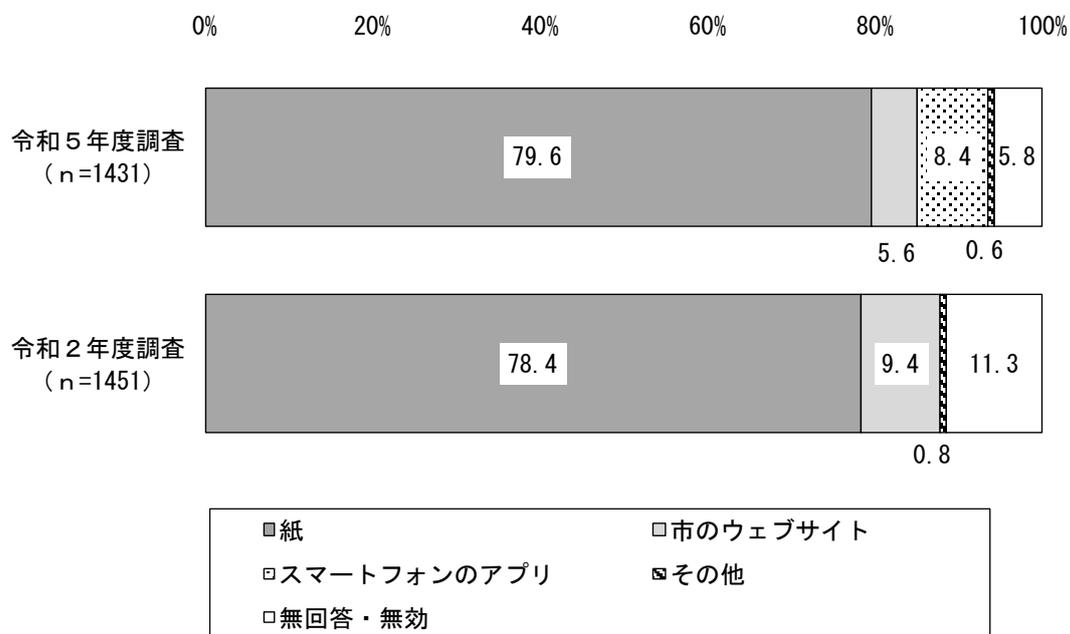
図表 2-6② 「広報よこはま」の読みたい形式（全体・情報端末別）



※「その他」は参考値

過去の調査結果をみると、令和5年度とは質問形式、選択肢が異なるが、いずれも「紙」が支持されていることが分かる。

図表2-6③ 「広報よこはま」の読みたい形式（全体・経年比較）



※令和2年調査は「紙（現在のタブロイド判）」、「紙（A4サイズ程度の冊子）」、「市のウェブサイト（パソコン）」、「市のウェブサイト（スマートフォン）」、「市のウェブサイト（タブレット）」「その他」の6選択肢。

※令和5年度との比較のため、「紙（現在のタブロイド判）」「紙（A4サイズ程度の冊子）」の合計を「紙」、「市のウェブサイト（パソコン）」「市のウェブサイト（スマートフォン）」「市のウェブサイト（タブレット）」の合計を「市のウェブサイト」としている。

※平成29年度調査でも同様の質問があるが、回答形式を複数回答で尋ねている。

<平成29年度の調査結果（複数回答）>

	紙（現在のタブロイド判）	紙（A4サイズ程度の冊子）	市のウェブサイト	スマートフォンのアプリ	その他	無回答
全体	73.5%	24.2%	8.2%	11.4%	1.0%	3.0%

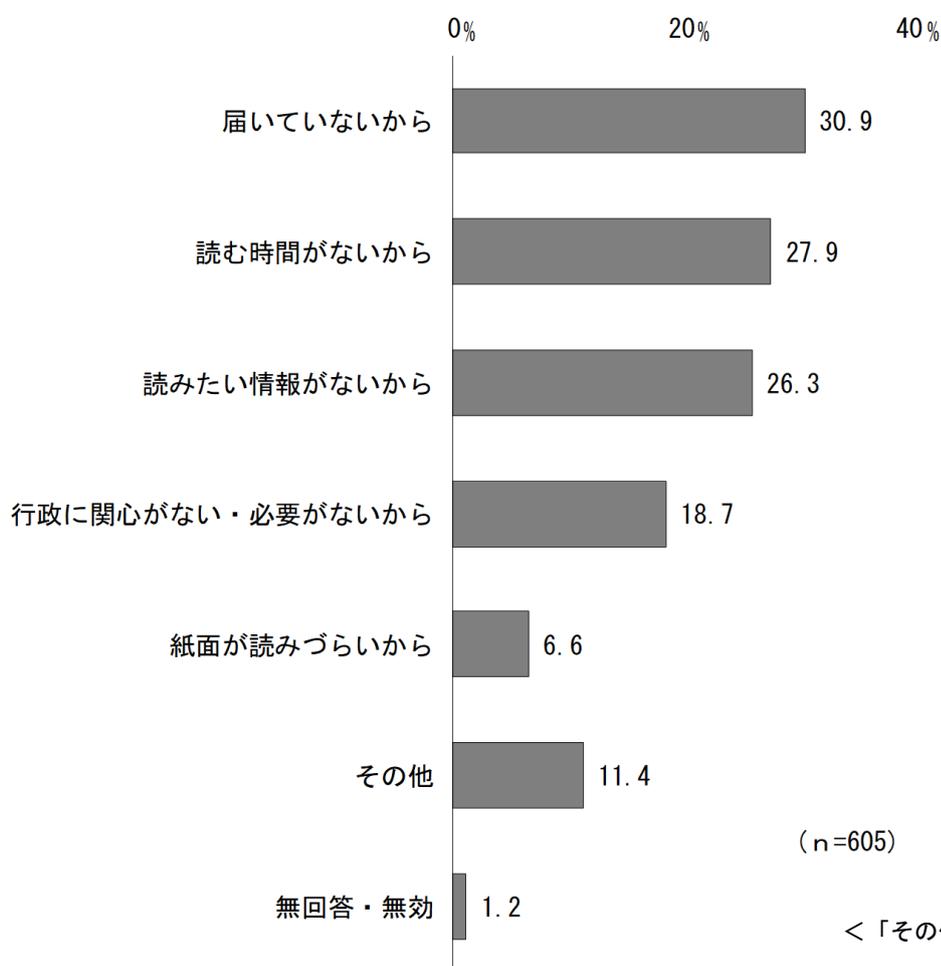
＜問2で4・5を選んだ方にお伺いします＞

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）

「広報よこはま」を「ほとんど読んでいない」「読んでいない」の回答者にその理由を複数回答でたずねたところ、「届いていない」（30.9%）、「読む時間がない」（27.9%）、「読みたい情報がない」（26.3%）が上位に挙げられている。

図表2-7① 「広報よこはま」を読んでいない理由（全体）

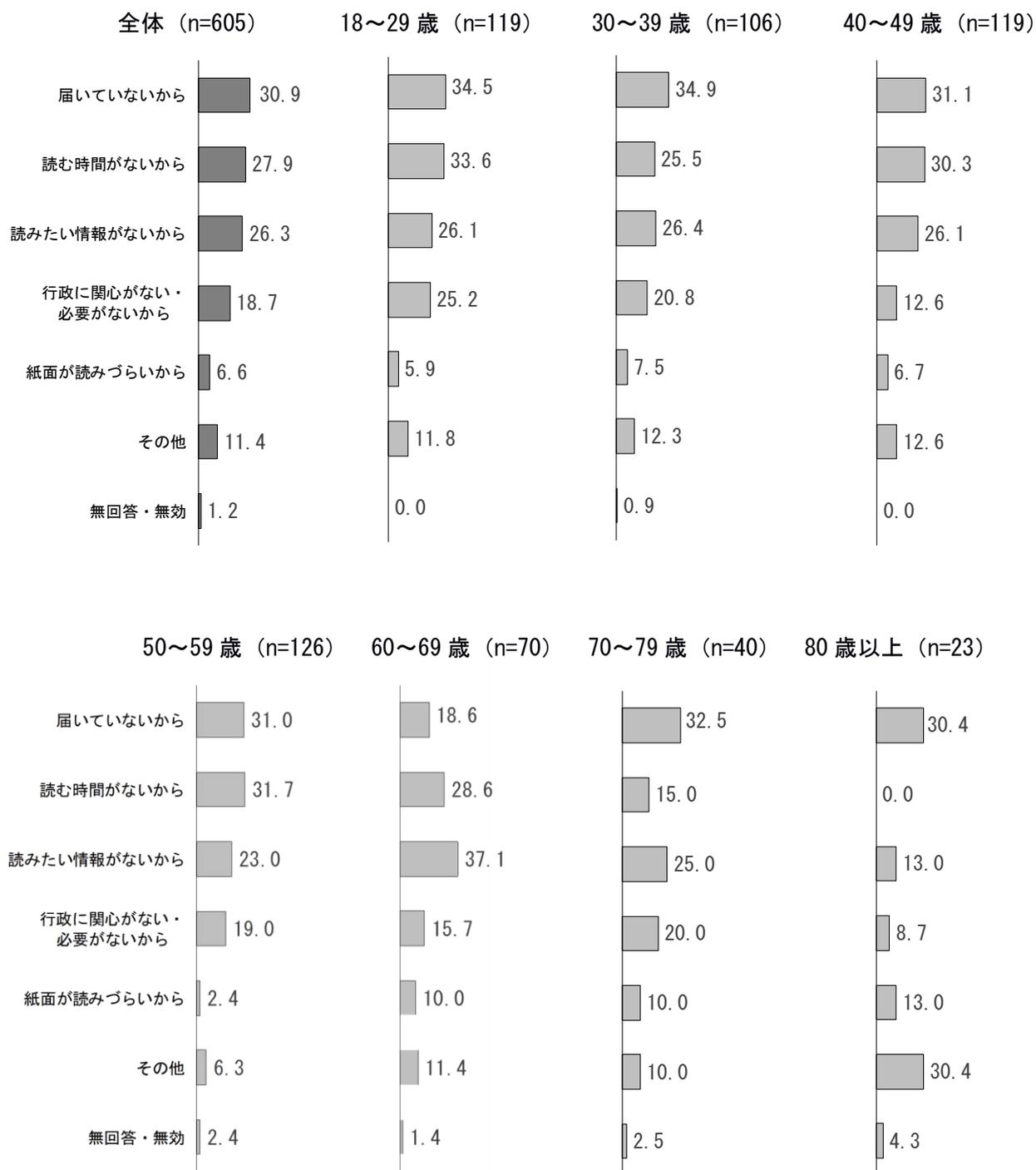


＜「その他」の内容＞

内容(分類)	回答数
1 そもそも知らない	37
2 読めない	7
3 紙は苦手、ゴミになる	6
4 誰かが教えてくれるから	6
5 設問の趣旨に合致しない回答	12
6 チェックされるもコメント欄に記入無し	1
合計	69

年代別にみると、「60代」を除くと「届いていないから」が最も多いが、「60代」では「読みたい情報がないから」（37.1%）が最も多くなっている。

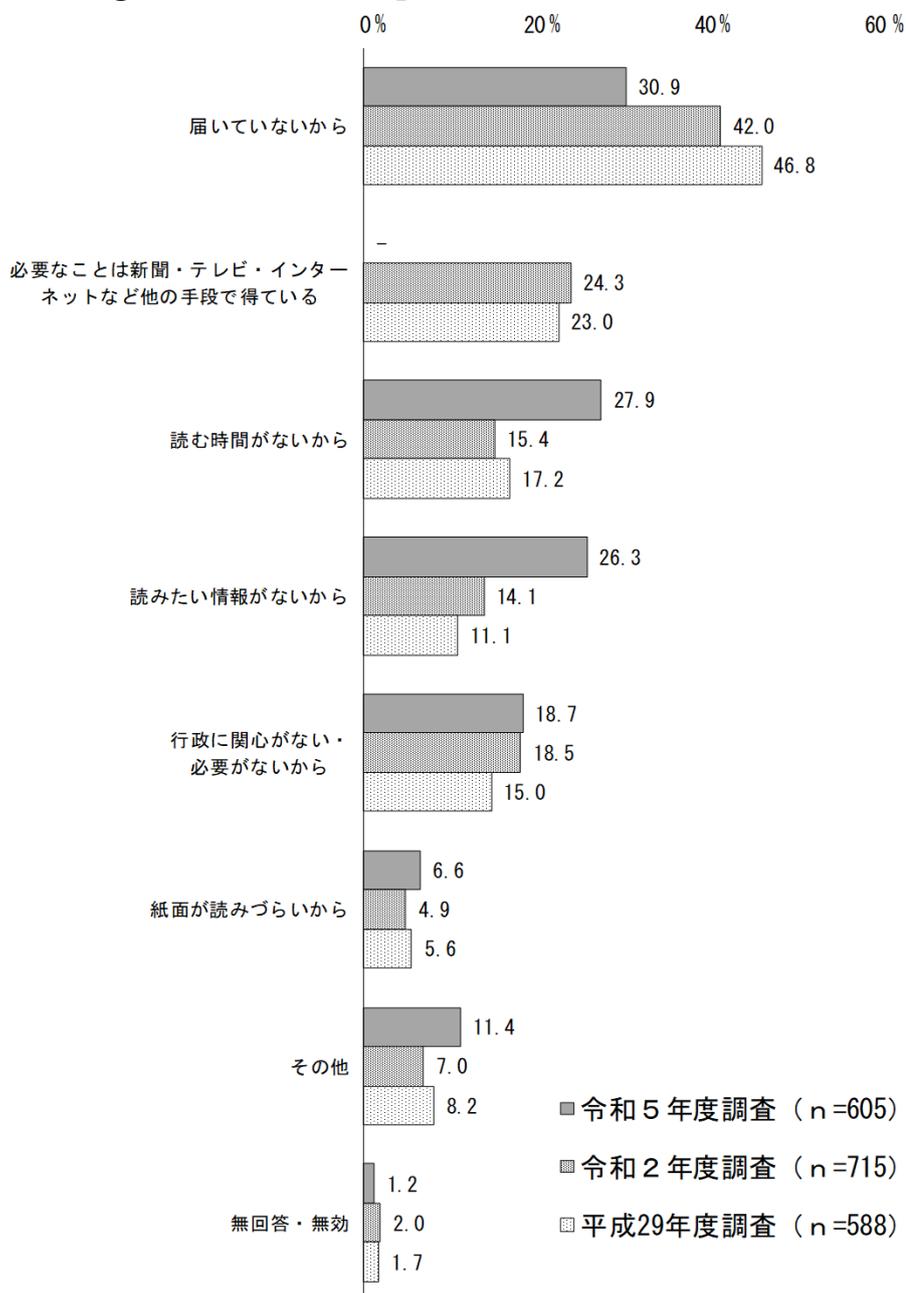
図表 2-7② 「広報よこはま」を読んでいない理由（全体・年代別）



※「80歳以上」は参考値

過去の調査結果をみると、令和5年度とは選択肢が異なるが、いずれも「届いていないから」が一番多い回答となっている。

図表2-7② 「広報よこはま」を読んでいる理由（全体・経年比較）



※令和2年調査、平成29年度調査は「届いていない・気付かなかった」、「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」、「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」、「読みにくい」、「読みたい情報がない」、「その他」の7選択肢。

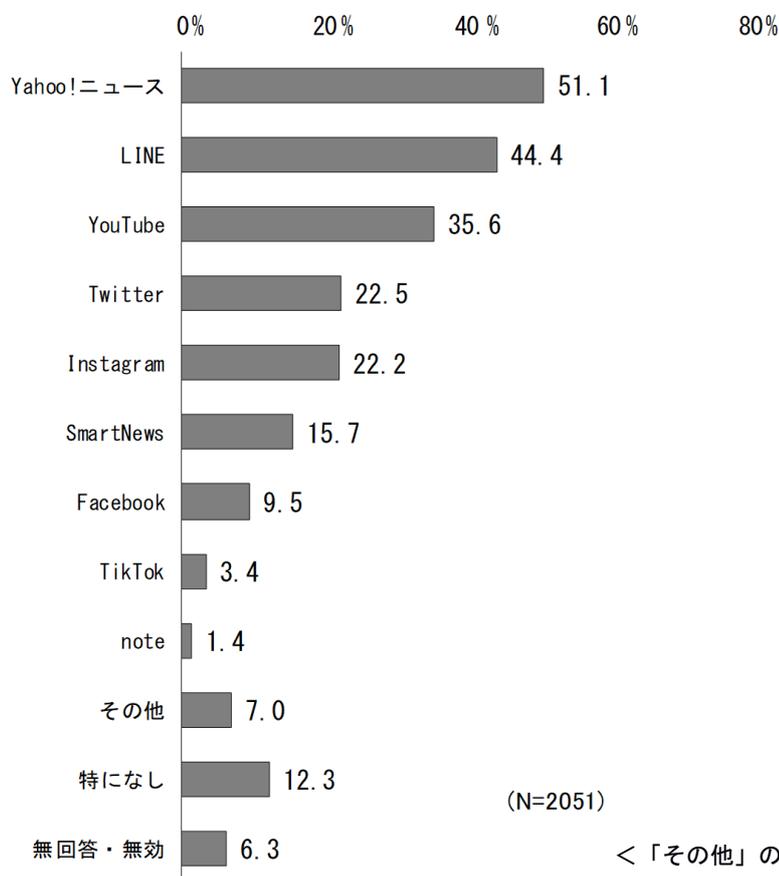
※令和5年度と項目が異なるため、「届いていない・気付かなかった」を「届いていないから」、「市や区の情報（事業や行事、お知らせなど）に関心がない」を「行政に関心がない・必要がないから」、「読みにくい」を「紙面が読みづらいから」と比較している。

(3) ウェブサイト・ソーシャルメディアについて (問8～問11)

問8 普段、インターネット上で情報収集する際、どのようなサービスを使っていますか。
あてはまるものを全てお選びください。(いくつでも○印)

インターネット上で情報収集する際に使うサービスを複数回答でたずねたところ、「Yahoo!ニュース」(51.1%)、「LINE」(44.4%)、「YouTube」(35.6%)が上位3位であった。

図表2-8① インターネット上で情報収集する際に使うサービス (全体)

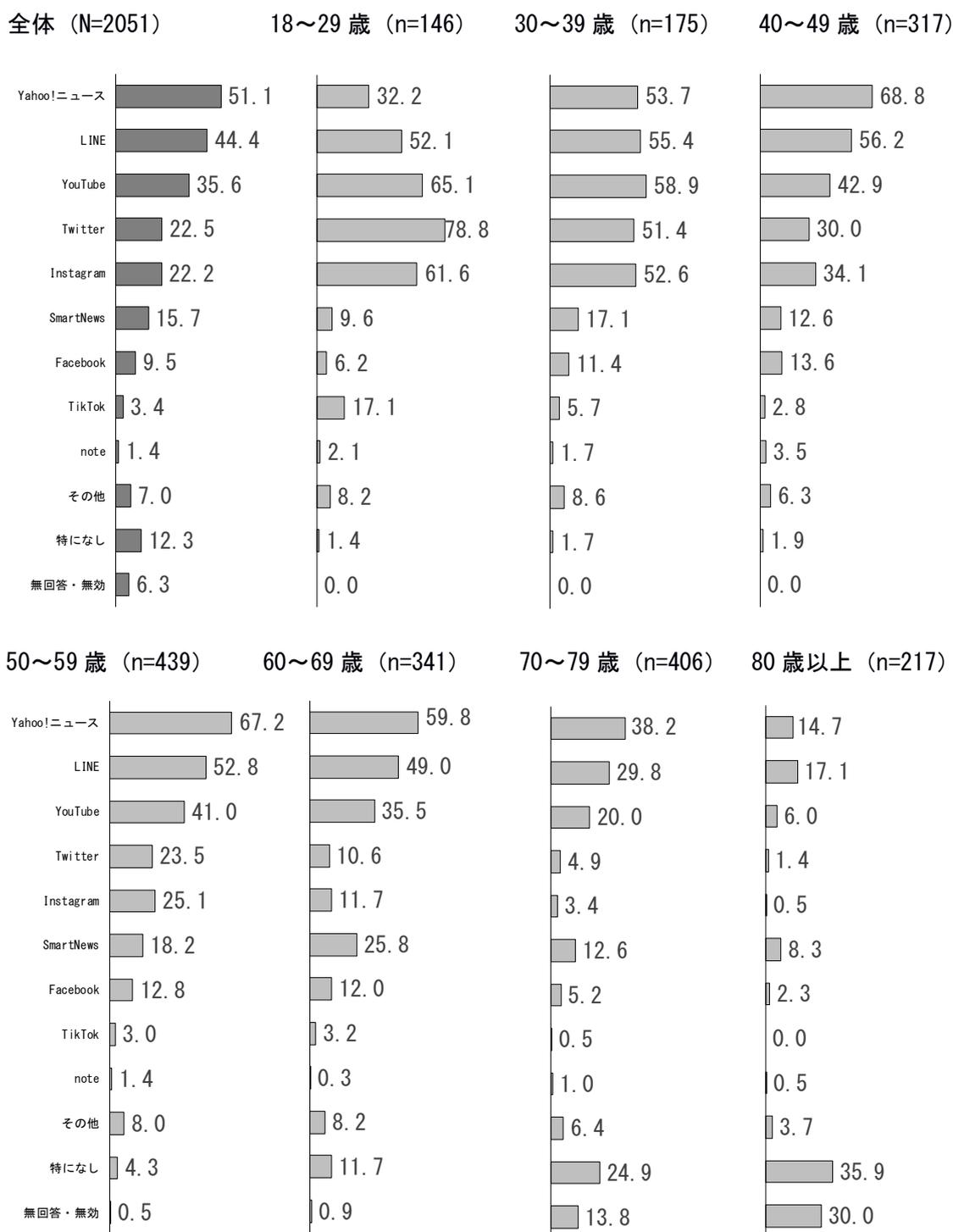


<「その他」の内容>

内容(分類)	回答数
1 グーグル	72
2 ウェブサイト(ホームページ)	9
3 新聞電子版	6
4 NHKニュース防災	9
5 その他テレビ等ニュースサイト	15
6 ポータルサイト等の検索エンジン	14
7 その他(ネットワークアプリ等)	5
8 その他(設問趣旨に合致しない回答等)	2
9 チェックされるもコメント欄に記入無し	12
合計	144

「Yahoo!ニュース」は「40代」、「50代」で7割近くとなっている。また、「LINE」は50代までの世代で5割以上、60代で49.0%となっている。「18～29歳」では「Twitter」、「YouTube」、「Instagram」の利用が6割を超え、他の世代と大きく異なっている。

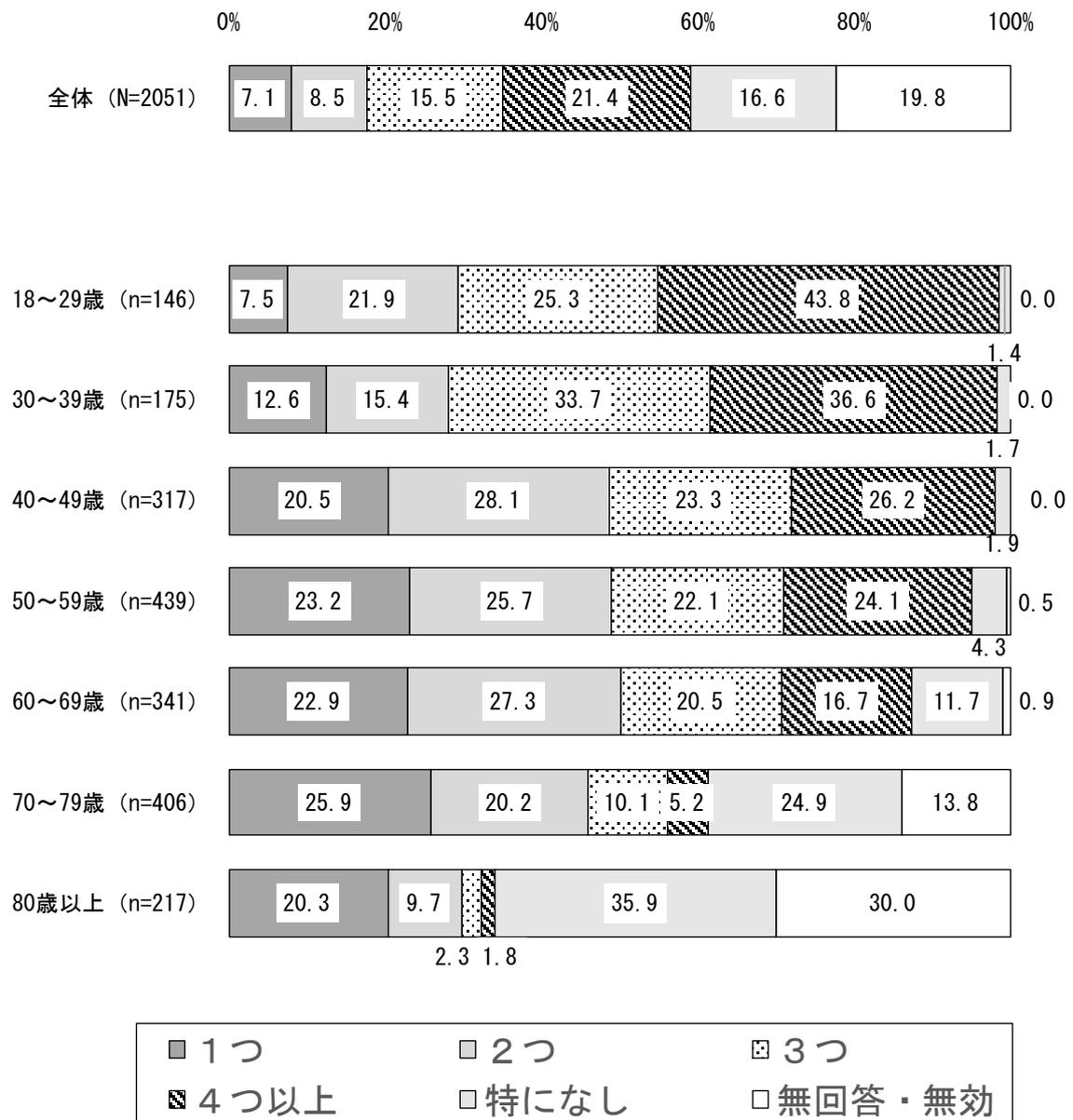
図表2-8② インターネット上で情報収集する際に使うサービス
(全体・年代別)



複数回答でたずねたサービスの数を集計したところ、「4つ以上」が21.4%と最も多く、次いで「特になし」が16.6%となっている。

年代別にみると、「18～29歳」では「4つ以上」が4割を超え、年代が上がるにつれその割合が小さくなっている。

図表2-8③ インターネット上で情報収集する際に使うサービスの個数
(全体・年代別)

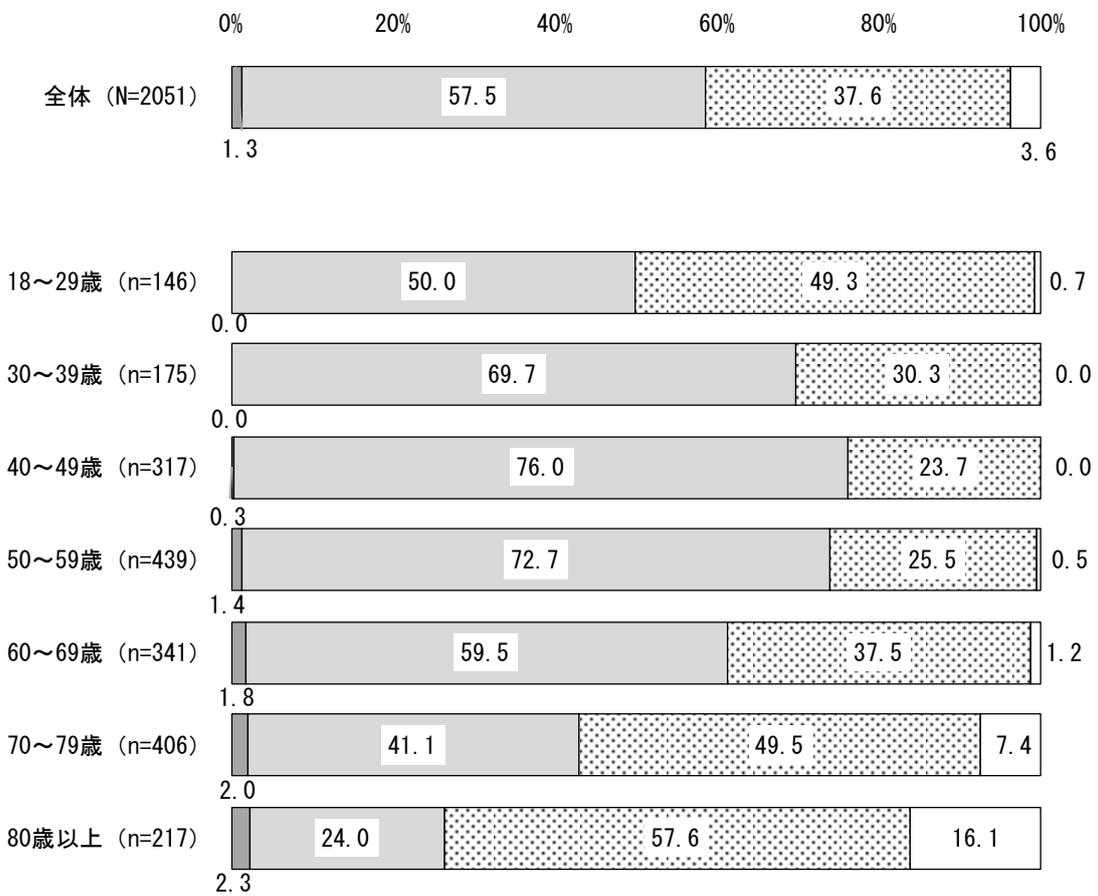


問9 市のウェブサイト（ホームページ）をどのくらい利用していますか。
1つだけお選びください。（1つだけ○印）

市のウェブサイトの利用頻度は、「必要な情報を得たい時にだけ利用している」が57.5%で最も多く、「利用したことがない」は37.6%となっている。

年代別にみると、「18～29歳」と「70代」は「利用したことがない」がほぼ半数となっている。「80歳以上」では「利用したことがない」が約6割となっている。

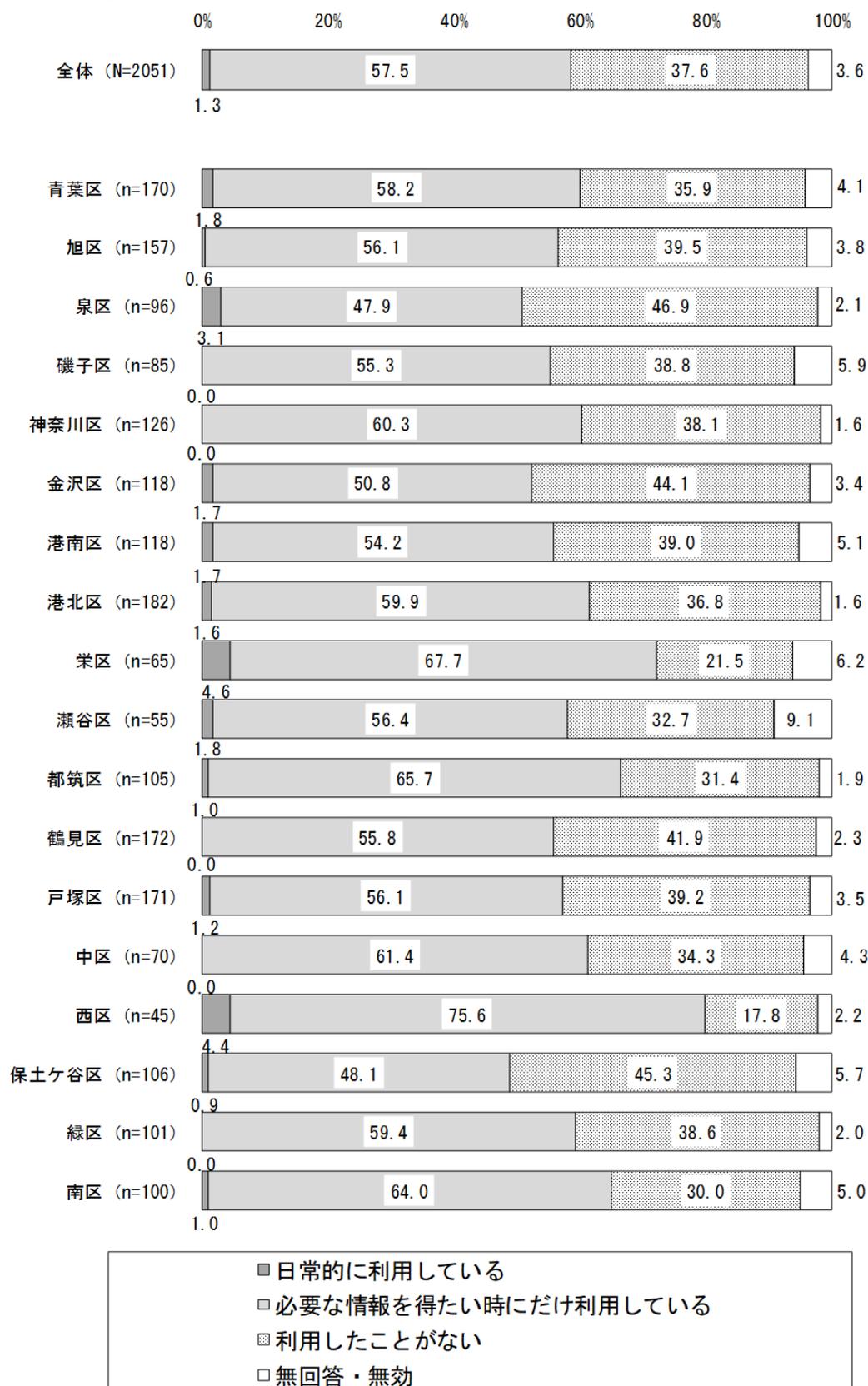
図表2-9① 市のウェブサイトの利用状況（全体・年代別）



■ 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・無効

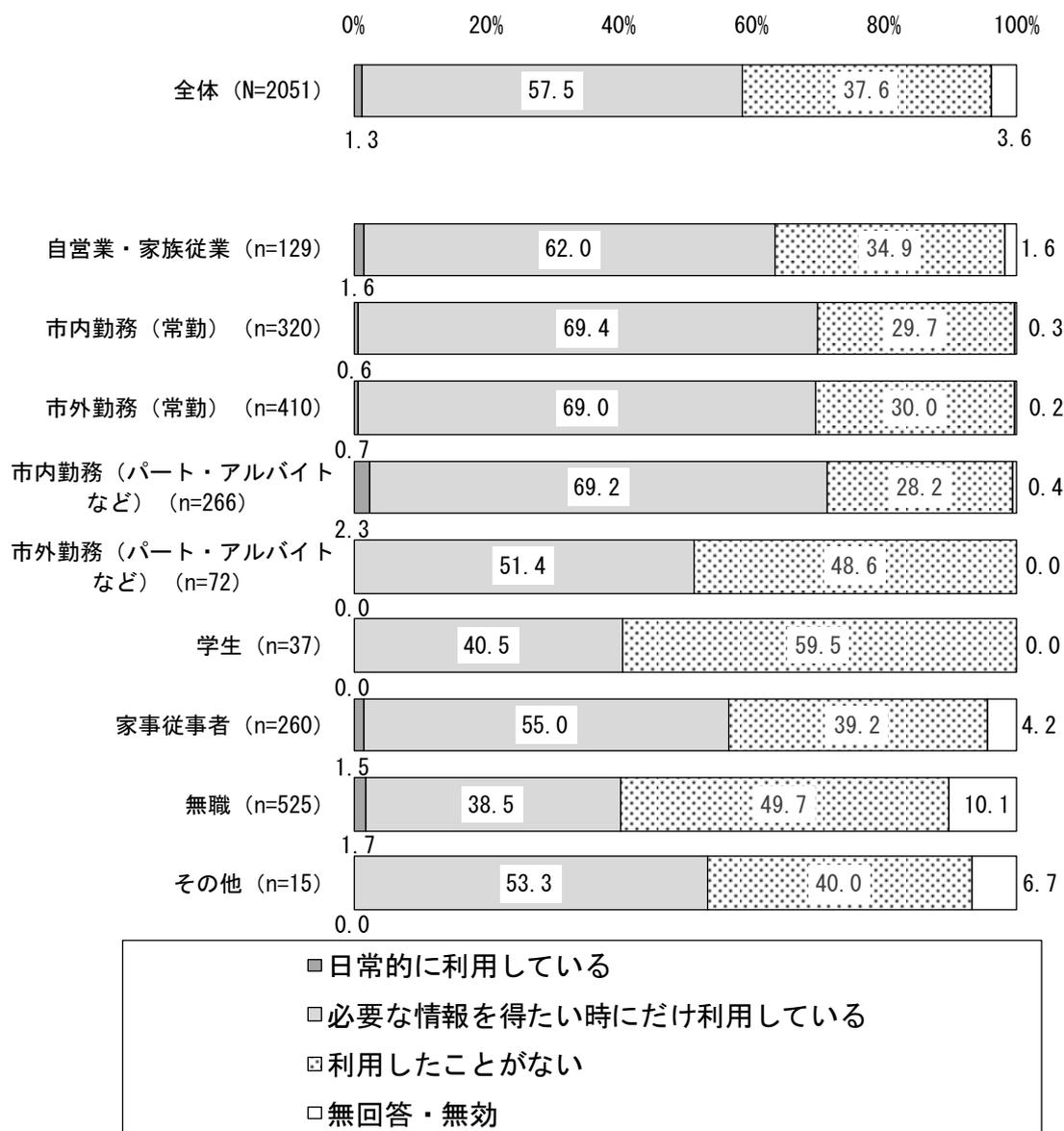
居住区別では、「必要な情報を得たい時にだけ利用している」の割合は、「泉区」の47.9%から「西区」の75.6%まで幅があり、区によって大きく異なる様子が見えてくる。

図表2-9② 市のウェブサイトの利用状況（全体・居住区別）



職業別にみると、「学生」と「無職」は「利用したことがない」が「必要な情報を得たい時だけ利用している」を上回っており、他の職業と異なる傾向が見られる。

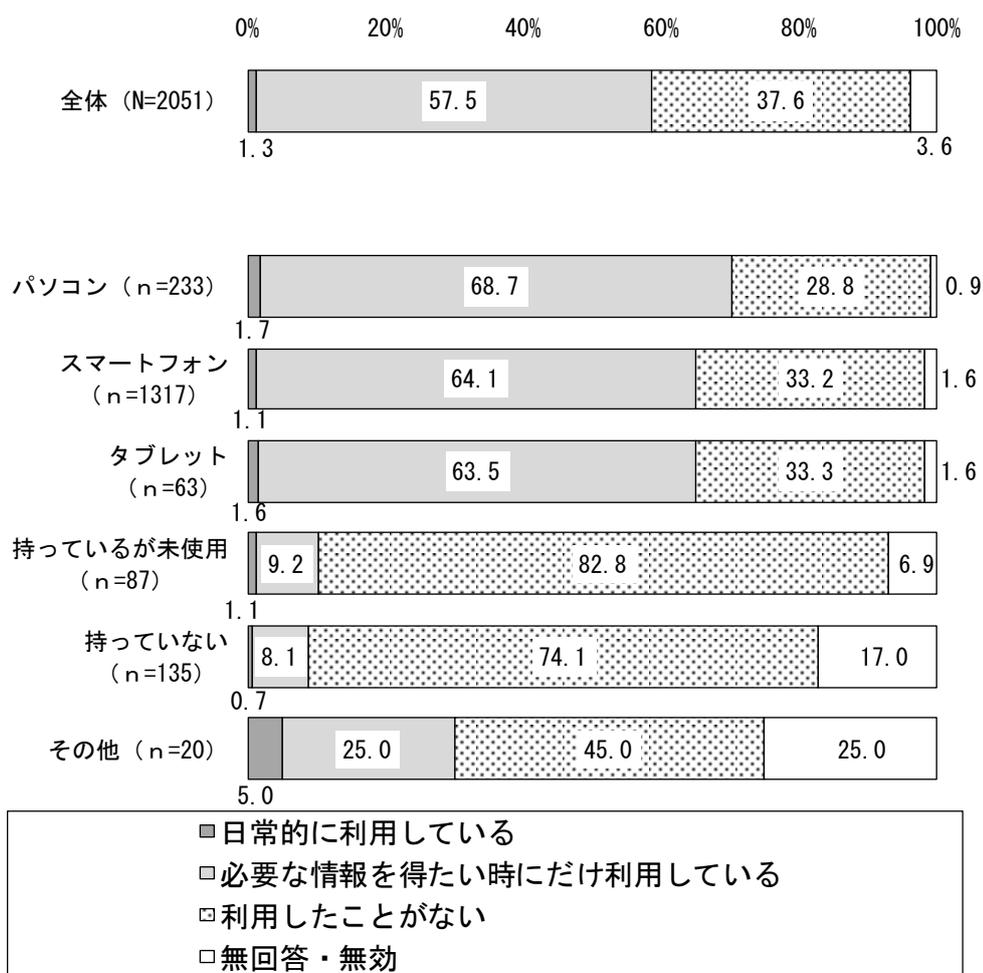
図表 2-9③ 市のウェブサイトの利用状況（全体・職業別）



※「その他」は参考値

利用している情報端末別に見ると、「パソコン」「スマートフォン」「タブレット」はほぼ同様の傾向で、「必要な情報を得たい時にだけ利用している」が6割を超えているが、「持っているが未使用」と「持っていない」では「利用したことがない」が多数を占めている。

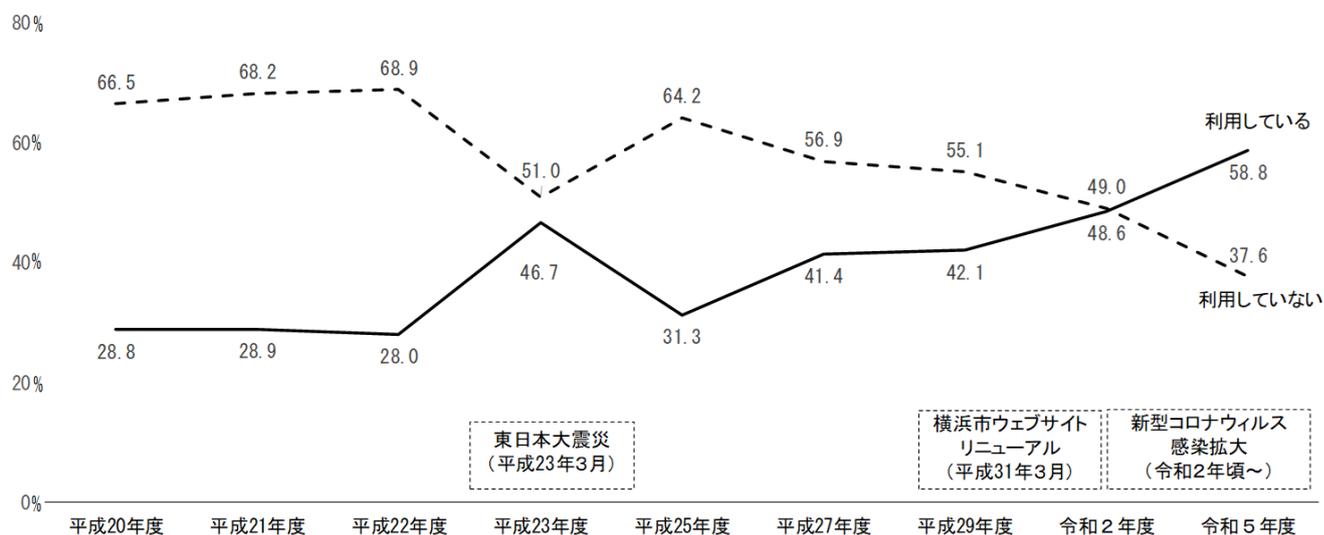
図表2-9④ 市のウェブサイトの利用状況（全体・情報端末別）



※「その他」は参考値

経年の調査結果から市のウェブサイトの利用状況の推移をみると、令和2年度までは「利用していない」が「利用している」を上回っていたが、令和5年度調査では「利用している」が「利用していない」を上回っている。

図表2-9⑤ 市のウェブサイトの利用状況（全体・経年比較）



※調査ごとに選択肢が異なっているため、下表のように整理した

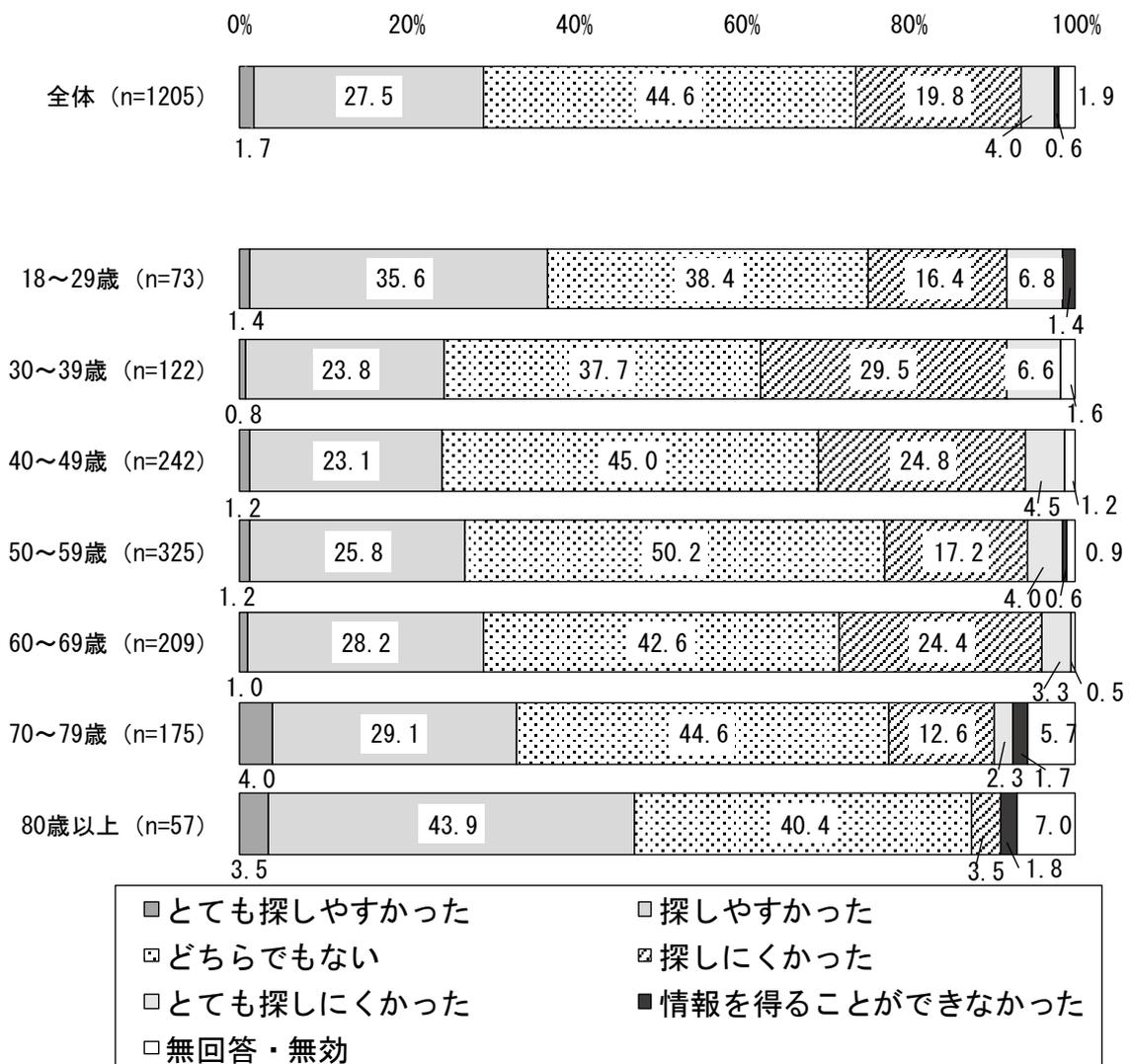
	<利用する>	<利用しない>
平成20年度調査	『『週1回程度』以上の利用』、『『年に数回程度』以上の利用』の合計	「ほとんど利用しない」、「まったく利用しない」の合計
平成21年度調査		
平成22年度調査		
平成23年度調査	『日常的に内容を確認している』、『必要な情報を得たいときに利用している』の合計	まったく利用しない
平成25年度調査		「ほとんど利用しない」、「まったく利用しない」の合計
平成27年度調査		利用したことがない
平成29年度調査		
令和2年度調査		
令和5年度調査		

＜問9で1・2を選んだ方にお伺いします＞
 問10 市のウェブサイトの情報は探しやすいですか。
 1つだけお選びください。（1つだけ○印）

市のウェブサイトを利用したことがある人に、情報の探しやすさについてたずねた。「どちらでもない」が44.6%で最も多く、「探しやすい」27.5%、「探しにくかった」19.8%と続いている。

年代別では、いずれの年代も「どちらでもない」が最も多いが、「30代」と「40代」で「探しにくかった」が2位に挙げられている。

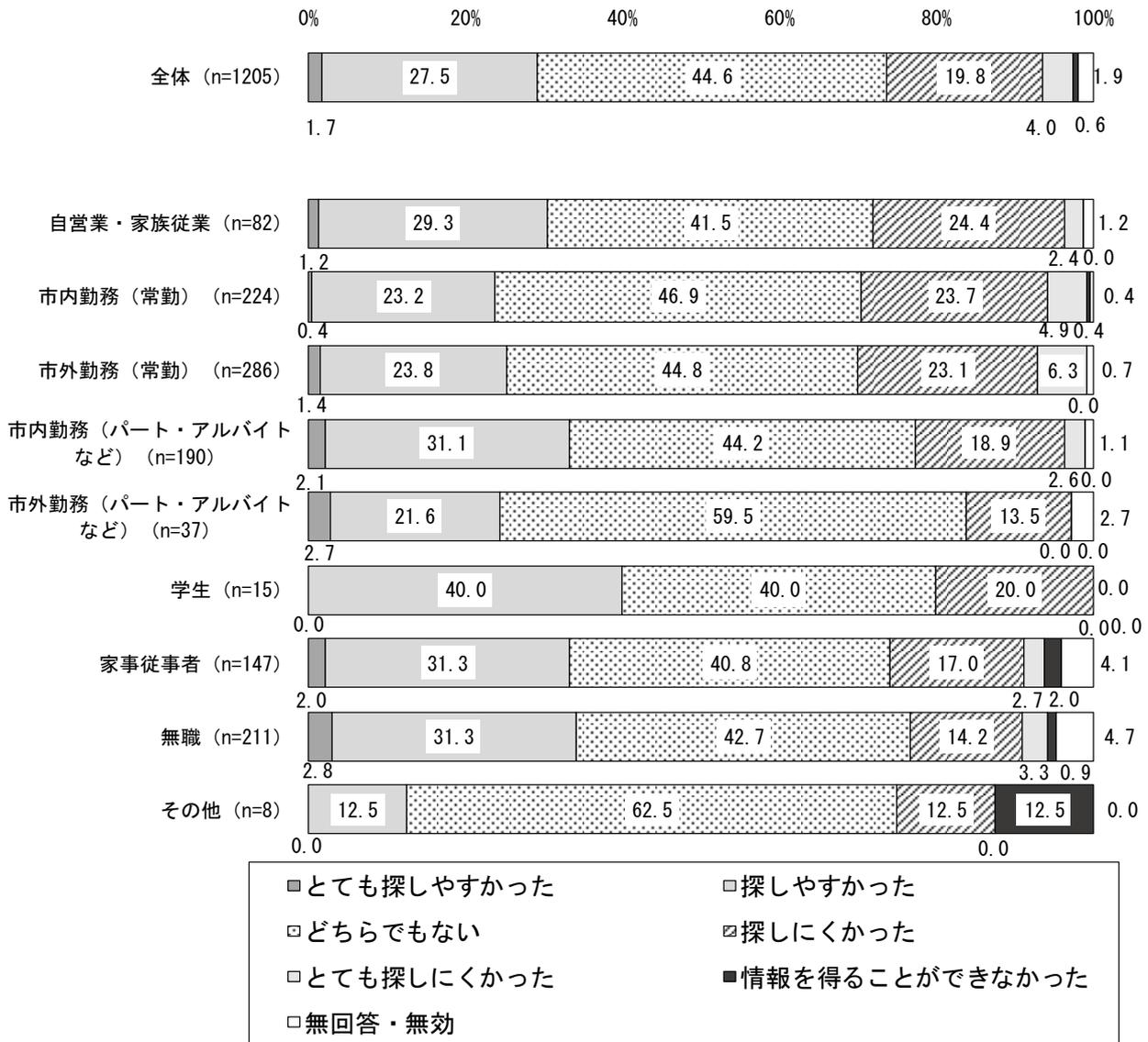
図表2-10① 市のウェブサイトの情報の探しやすさ（全体・年代別）



※0.0%の項目は表記を省略

職業別では、「自営業・家族従業」、「市内勤務（常勤）」、「市外勤務（常勤）」で「探しにくかった」が2割を超え、他の職業より多くなっている。

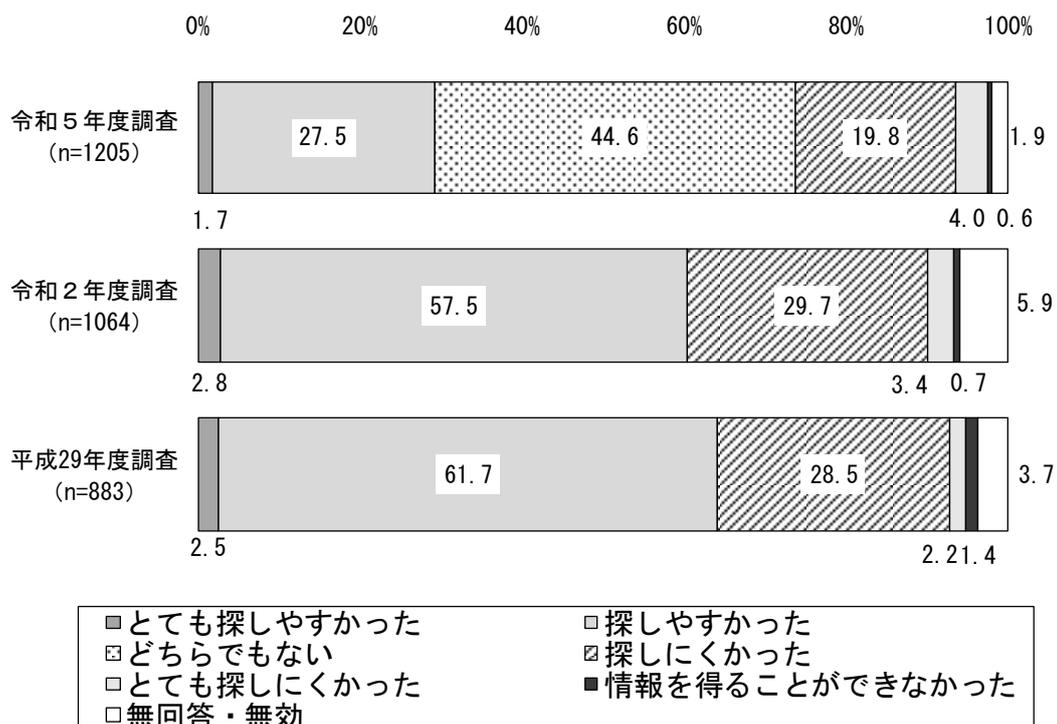
図表 2-10② 市のウェブサイトの情報の探しやすさ（全体・職業別）



※「学生」「その他」は参考値

過去の調査と比べると、令和5年度では「どちらでもない」の選択肢が追加されているため比較は困難である。平成29年度、令和2年度とも約6割が「探しやすい」と最も多い回答であるが、令和5年度では「どちらでもない」（44.6%）が最も多い回答である。

図表2-10② 市のウェブサイトの情報の探しやすさ（全体・経年比較）



※「どちらでもない」は令和2年度調査、平成29年度調査に設けられていない。

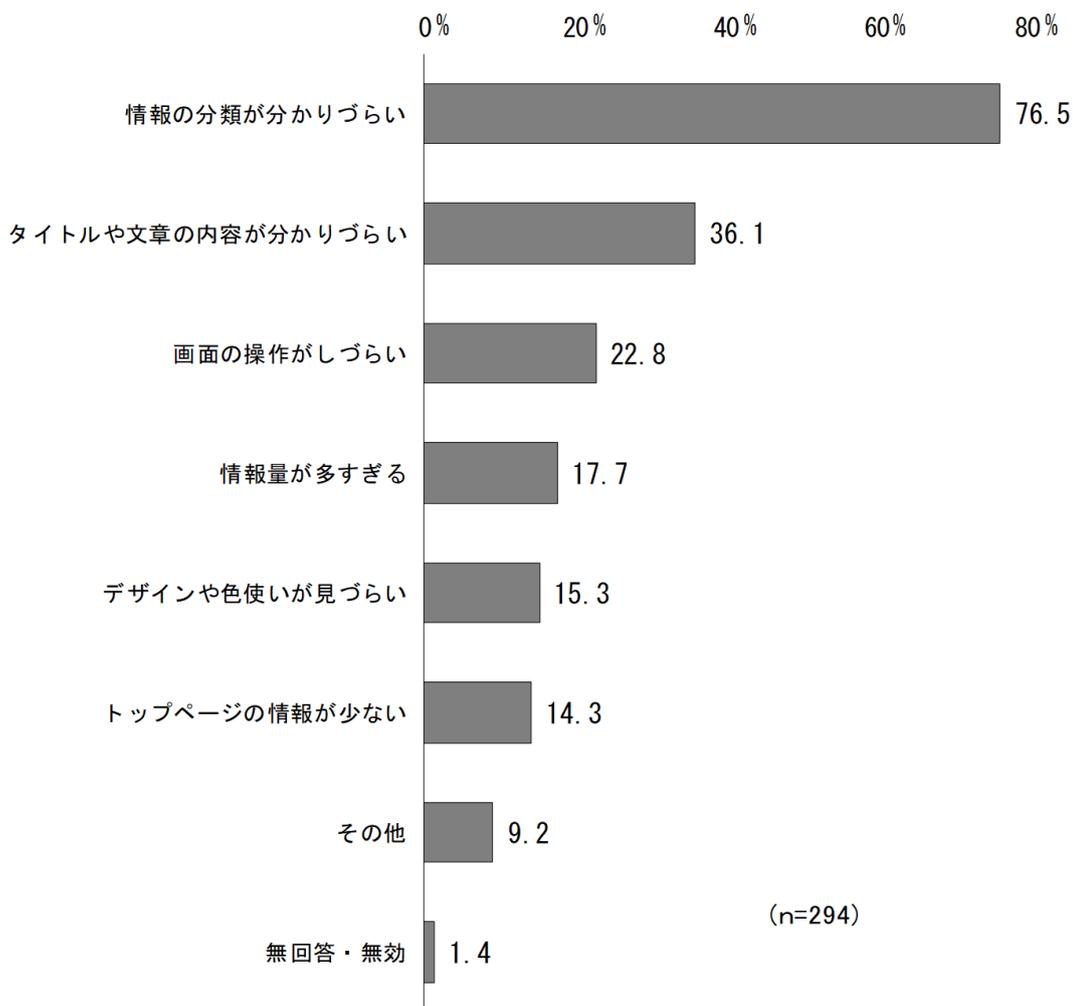
＜問 10 で 4 ～ 6 を選んだ方にお伺いします＞

問 11 市のウェブサイトで情報を探しにくい理由は何ですか。

あてはまるものを全てお選びください。（いくつでも○印）

市のウェブサイトの情報の探しにくい理由を複数回答でたずねたところ、「情報の分類が分かりづらい」（76.5%）が最も多く、続く「タイトルや文章の内容が分かりづらい」（36.1%）を大きく引き離している。

図表 2-11① 市のウェブサイトの情報の探しにくい理由（全体）

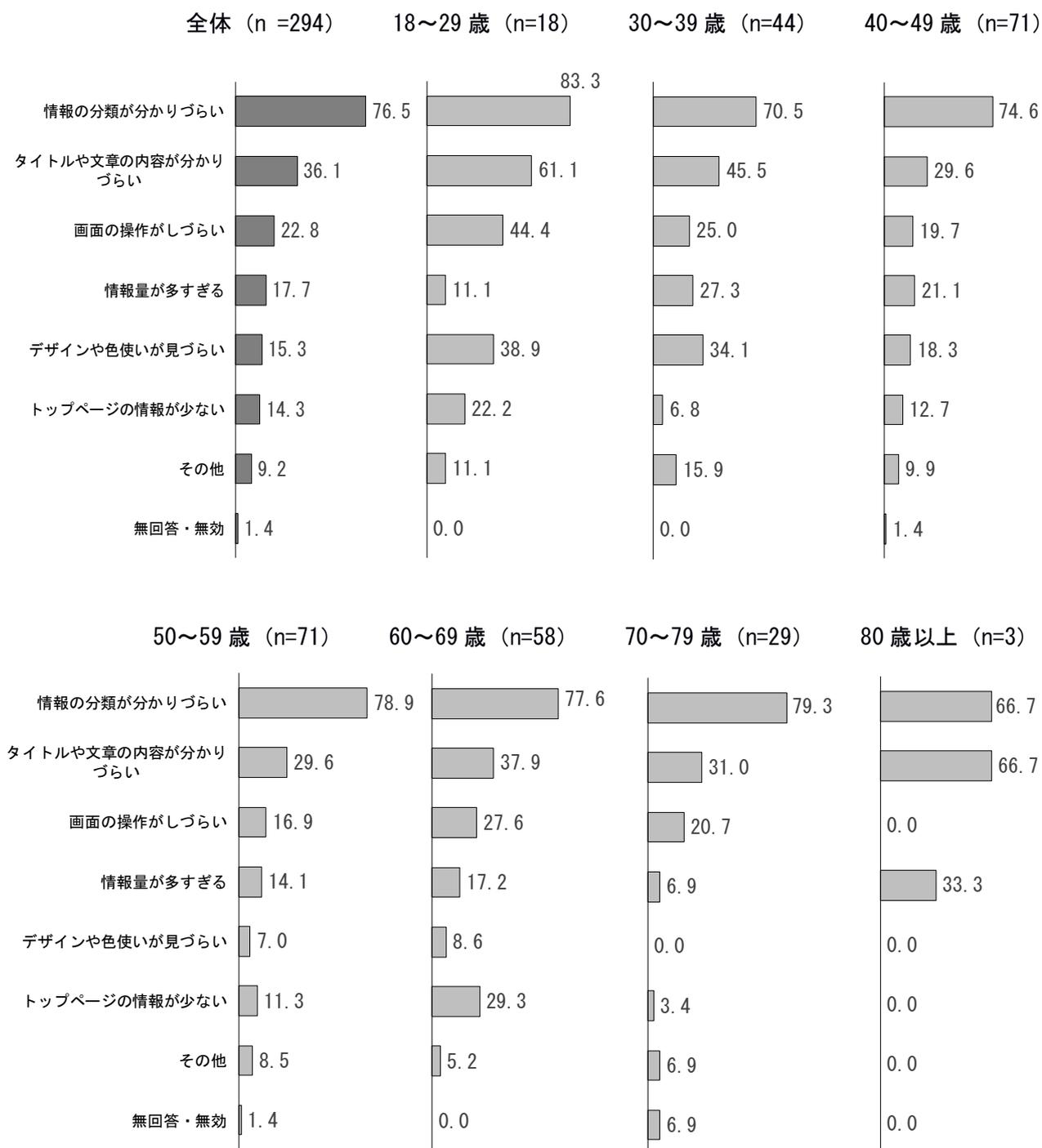


＜「その他」の内容＞

内容(分類)	回答数
1 ほしい情報にたどりつけない	14
2 検索機能が弱い	4
3 言葉がわかりづらい	5
4 その他	3
5 チェックされるもコメント欄に記入無し	1
合計	27

年代別にみると、どの年代でも「情報の分類が分かりづらい」が最も多く、「タイトルや文章の内容が分かりづらい」が続いている。「タイトルや文章の内容が分かりづらい」は「18～29歳」と「80歳以上」で全体より15ポイント以上高い。

図表2-11② 市のウェブサイトの情報の探しにくい理由（全体・年代別）



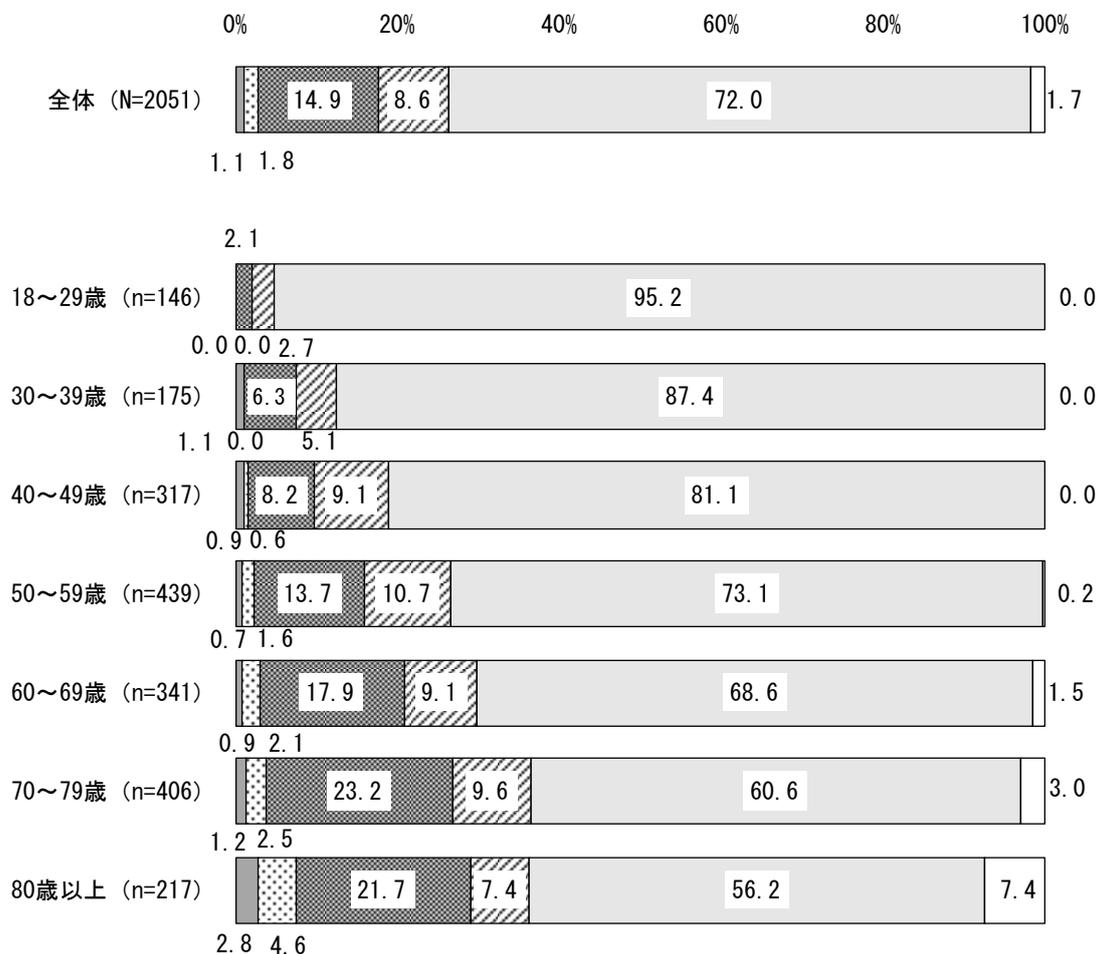
※「18～29歳」、「70～79歳」、「80歳以上」は参考値

(4) 広報テレビ番組・ラジオ番組について (問 12～問 14)

問 12 広報テレビ番組「ハマナビ」(テレビ神奈川 毎週土曜日 18 時～18 時 30 分) を見ていますか。(録画での視聴も含みます。)
1 つだけお選びください。(1 つだけ○印)

広報テレビ番組「ハマナビ」の視聴状況は、年齢が上がるほど、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)の割合が増加する傾向が見られ、70歳以上では全体を10ポイント以上上回る。

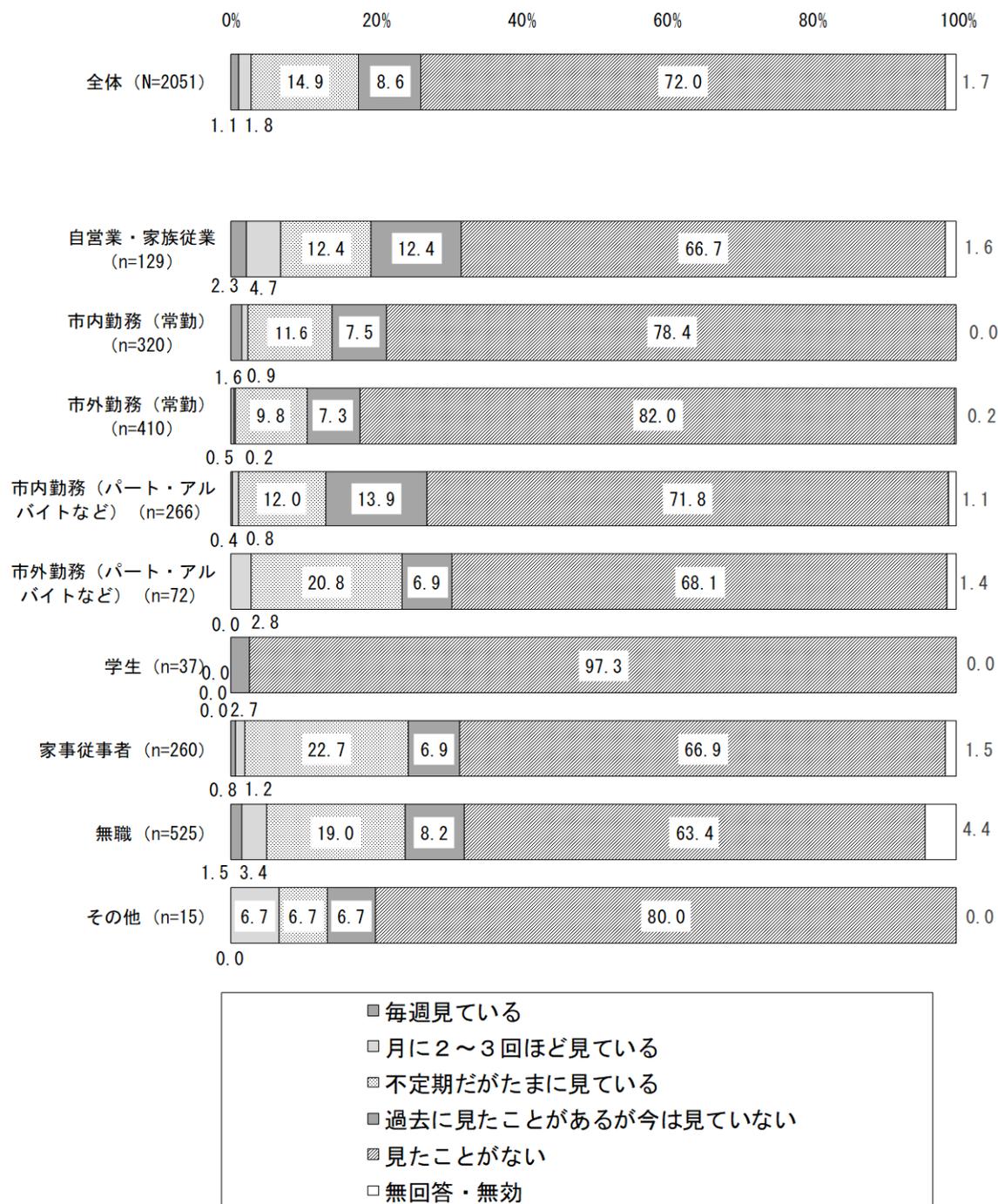
図表 2-12① 広報テレビ番組「ハマナビ」の視聴状況 (全体・年代別)



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

職業別では、「市外勤務（パート・アルバイトなど）」、「家事従事者」及び「無職」で視聴している人（「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）が2割を超えている。

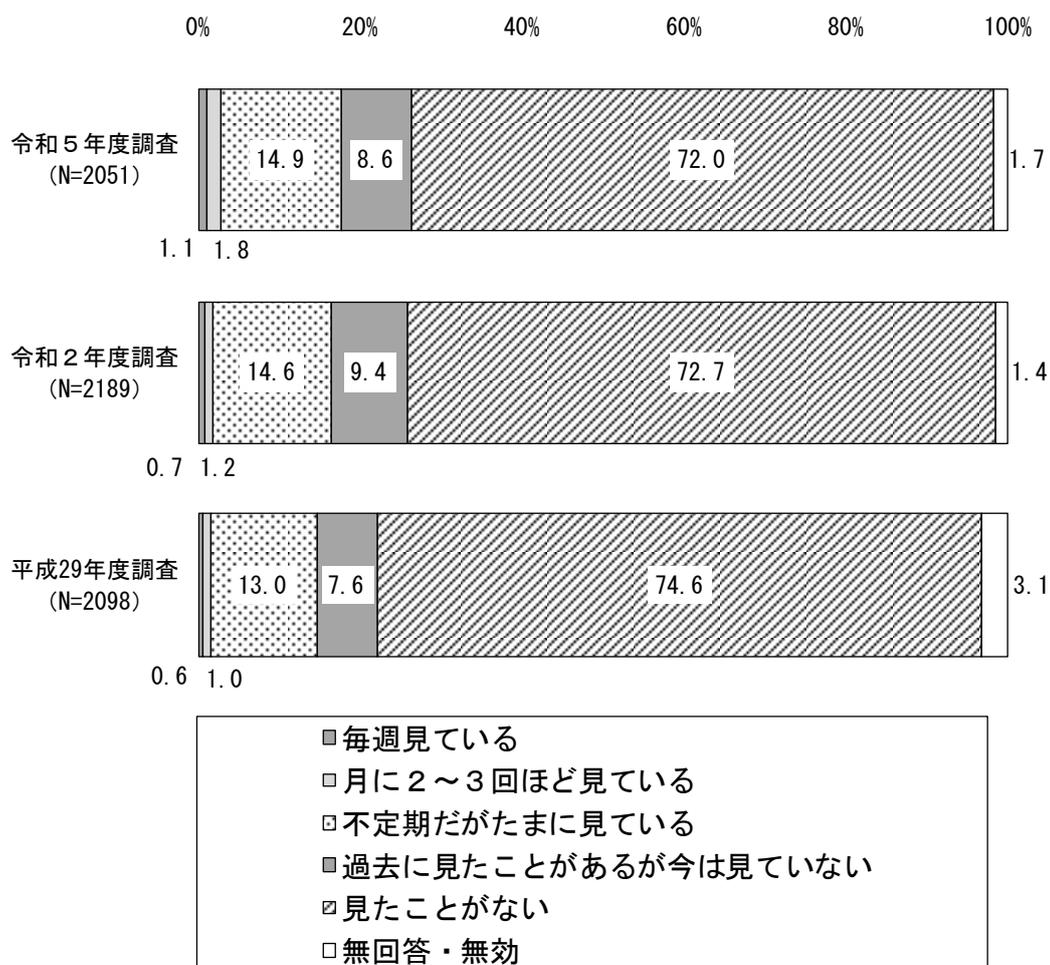
図表2-12② 広報テレビ番組「ハマナビ」の視聴状況（全体・職業別）



※「その他」は参考値

広報テレビ番組「ハマナビ」の視聴状況は、約7割が「見たことがない」との回答だが、過去2回の調査と比べると、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）の割合は上昇している。

図表2-12③ 広報テレビ番組「ハマナビ」の視聴状況（全体・経年比較）



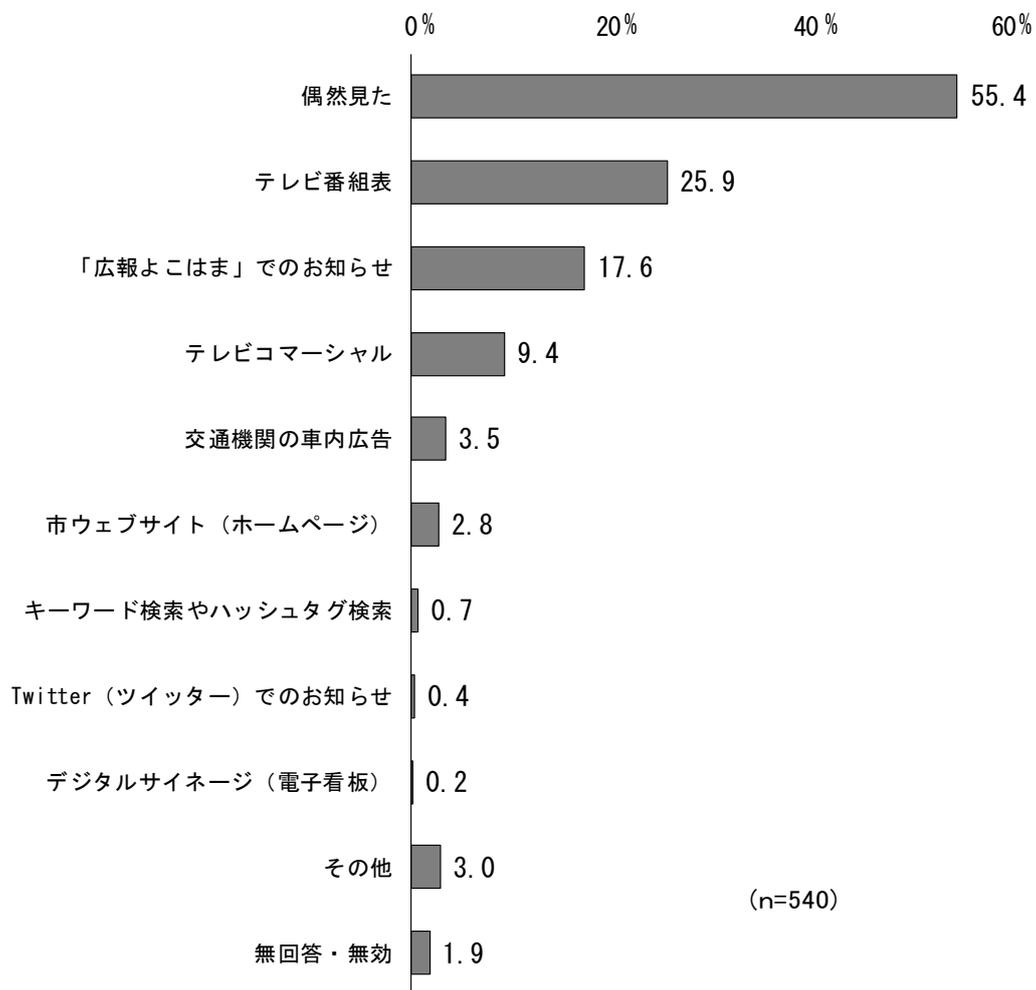
<問 12 で 1 ～ 4 を選んだ方にお伺いします>

問 13 「ハマナビ」を見たきっかけは何ですか。

あてはまるものを全てお選びください。(いくつでも○印)

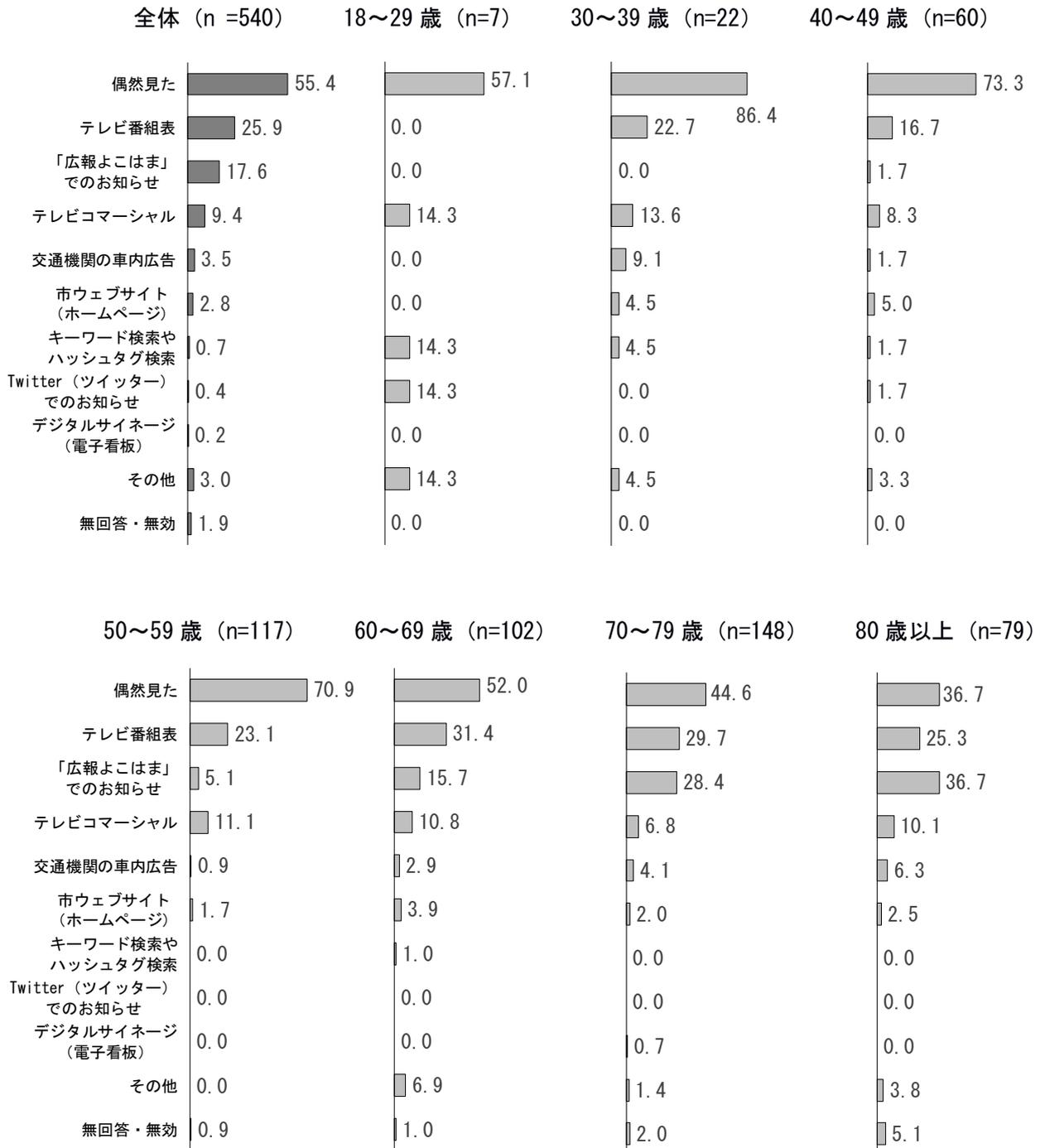
広報テレビ番組「ハマナビ」を視聴したことがある人に、見たきっかけを複数回答でたずねたところ、「偶然見た」(55.4%)が最も多く、「テレビ番組表」(25.9%)、「「広報よこはま」でのお知らせ」(17.6%)が続いている。

図表 2-13① 広報テレビ番組「ハマナビ」を見たきっかけ(全体)



年代別にみると、年代が上がるにつれ「「広報よこはま」でのお知らせ」の割合が多くなる傾向が見られ、「80歳以上」では「偶然見た」と並び同率（36.7%）の1位となっている。

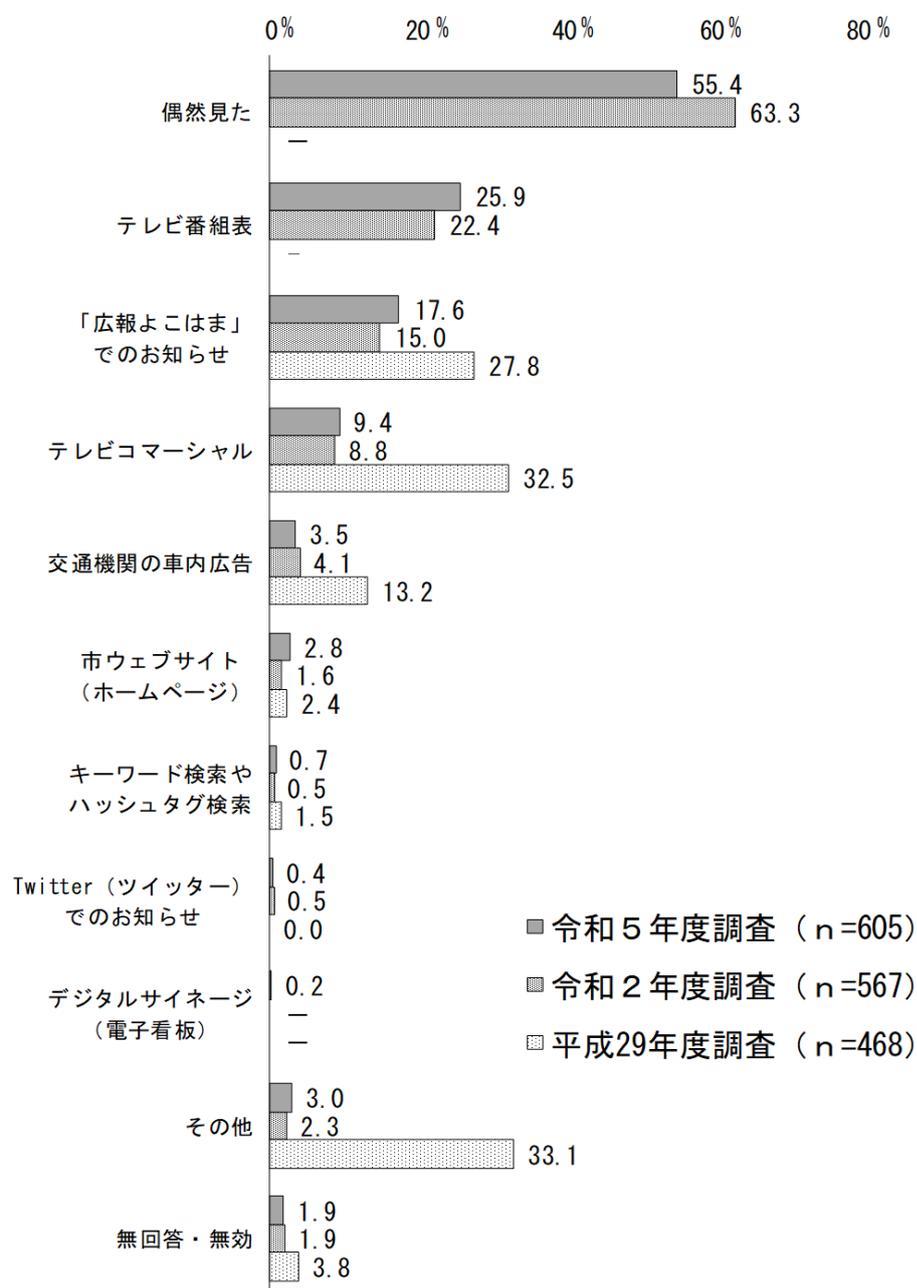
図表2-13② 広報テレビ番組「ハマナビ」を見たきっかけ（全体・年代別）



※「18~29歳」「30~39歳」は参考値

過去の調査結果をみると、各年で選択肢が異なるが、令和2年度と令和5年度では「偶然見た」が最も多く、「テレビ番組表」が続いている。

図表2-13③ 広報テレビ番組「ハマナビ」を見たきっかけ（全体・経年比較）

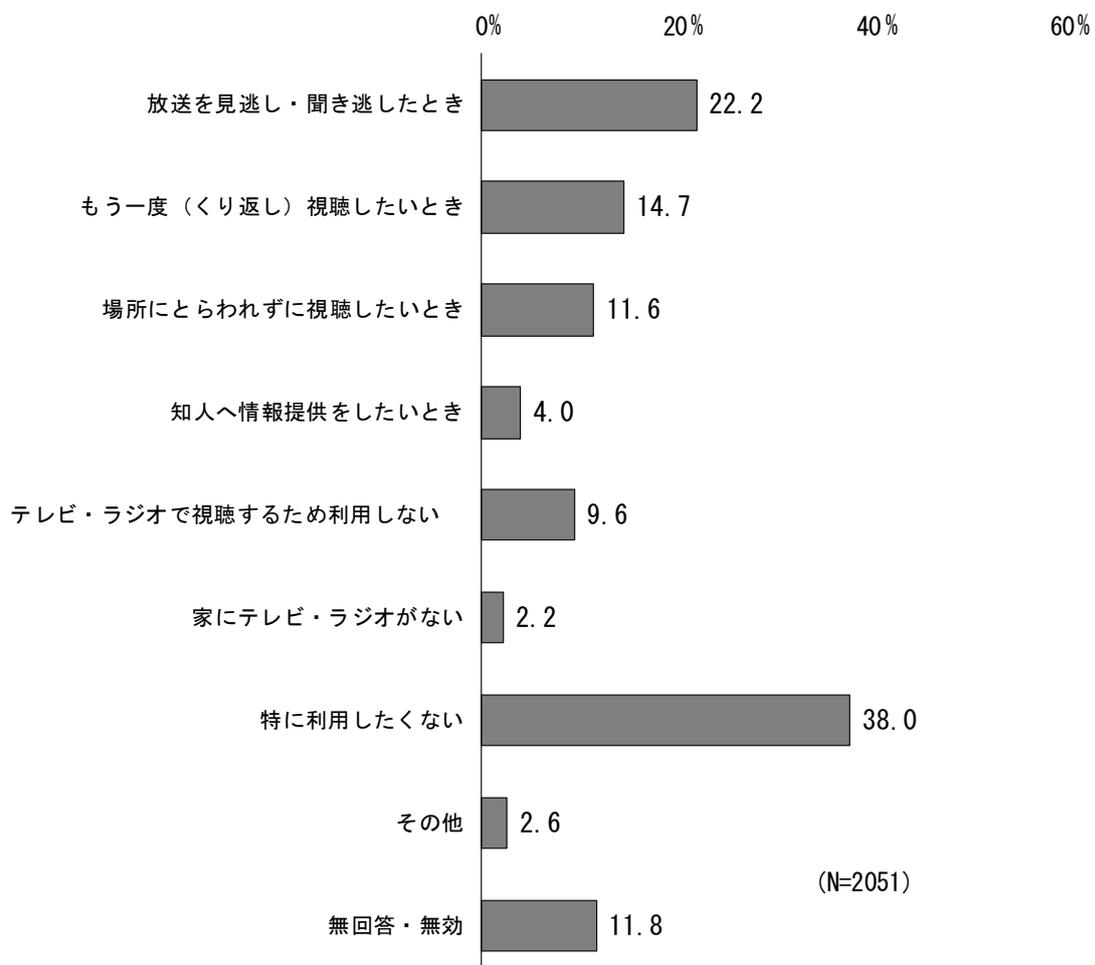


※「—」となっている項目は、該当年度において選択肢として設けられていない。

問 14 広報テレビ・ラジオ番組は、放送終了後にインターネット（YouTube（ユーチューブ）・radiko（ラジコ））で配信しています。見逃し・聞き逃し配信はどのような場面で利用したいですか。（していますか。）あてはまるものを全てお選びください。（いくつでも○印）

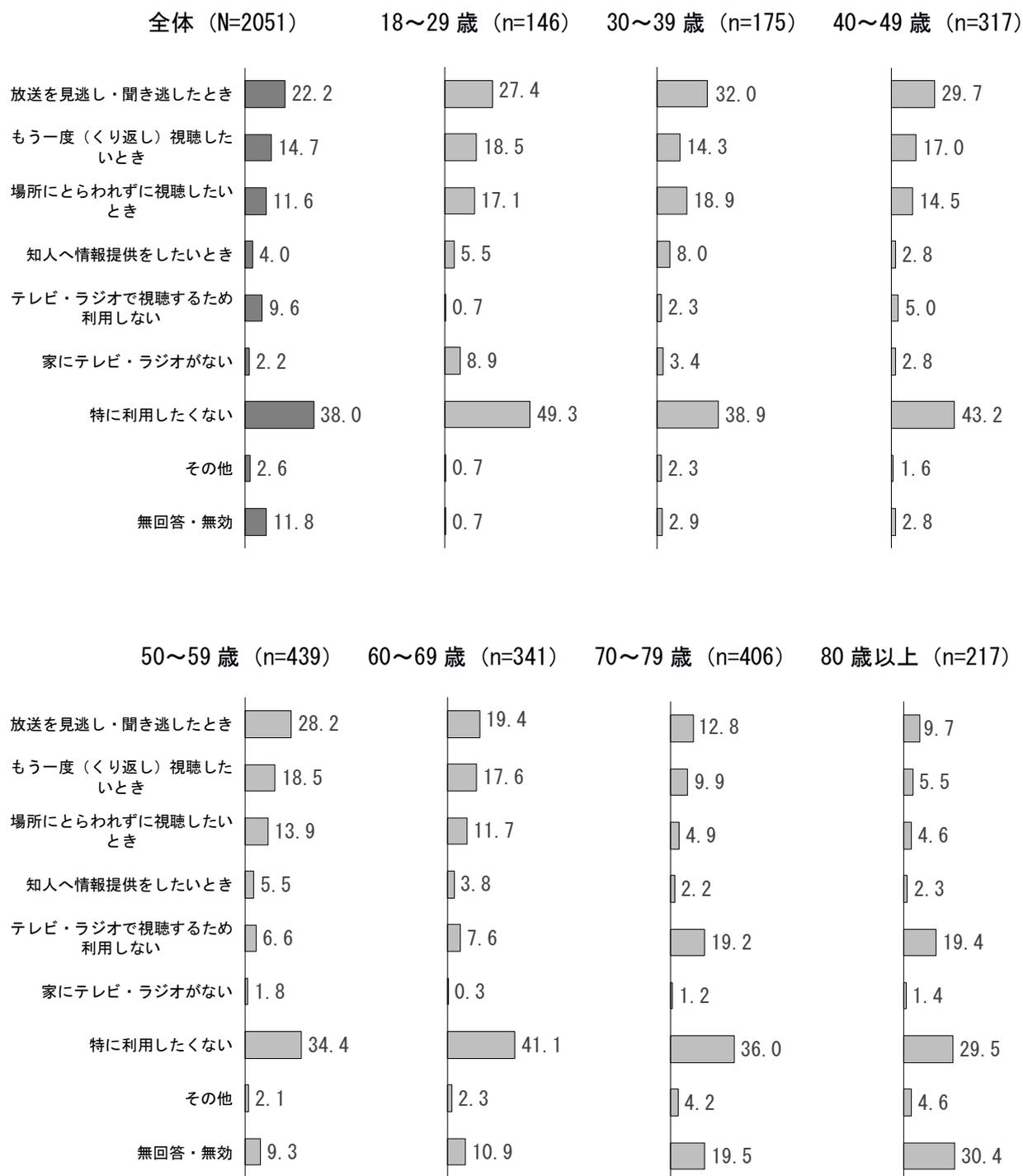
広報テレビ・ラジオ番組の見逃し・聞き逃し配信を利用したい場面について複数回答でたずねたところ、「放送を見逃し・聞き逃したとき」（22.2%）、「もう一度（くり返し）視聴したいとき」（14.7%）、「場所にとらわれずに視聴したいとき」（11.6%）と続いている。

図表 2-14① 広報テレビ・ラジオ番組の見逃し・聞き逃し配信を利用したい場面（全体）



年代別にみると、「18～29歳」から「50代」の年代では「放送を見逃し・聞き逃したとき」が約3割となっているが、年代が上がるにつれ割合が低くなっている。「70代」以上では「テレビ・ラジオで視聴するため利用しない」が2割近くを占めている。

図表2-14② 広報テレビ・ラジオ番組の見逃し・聞き逃し配信を利用したい場面（全体・年代別）

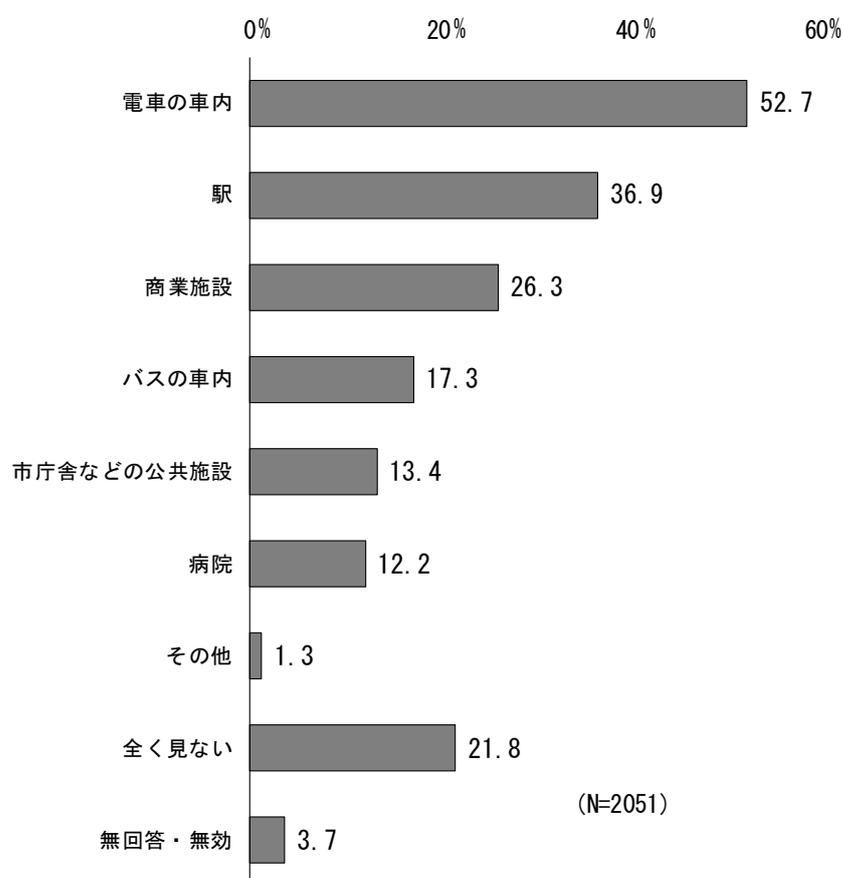


(5) デジタルサイネージについて (問 15)

問 15 普段、デジタルサイネージ（電子看板）をどのような場所で見ますか。あてはまるものを全てお選びください。（いくつでも○印）

デジタルサイネージ（電子看板）を見る場所を複数回答でたずねたところ、「電車の車内」（52.7%）が最も多く、「駅」（36.9%）、「商業施設」（26.3%）が続いている。

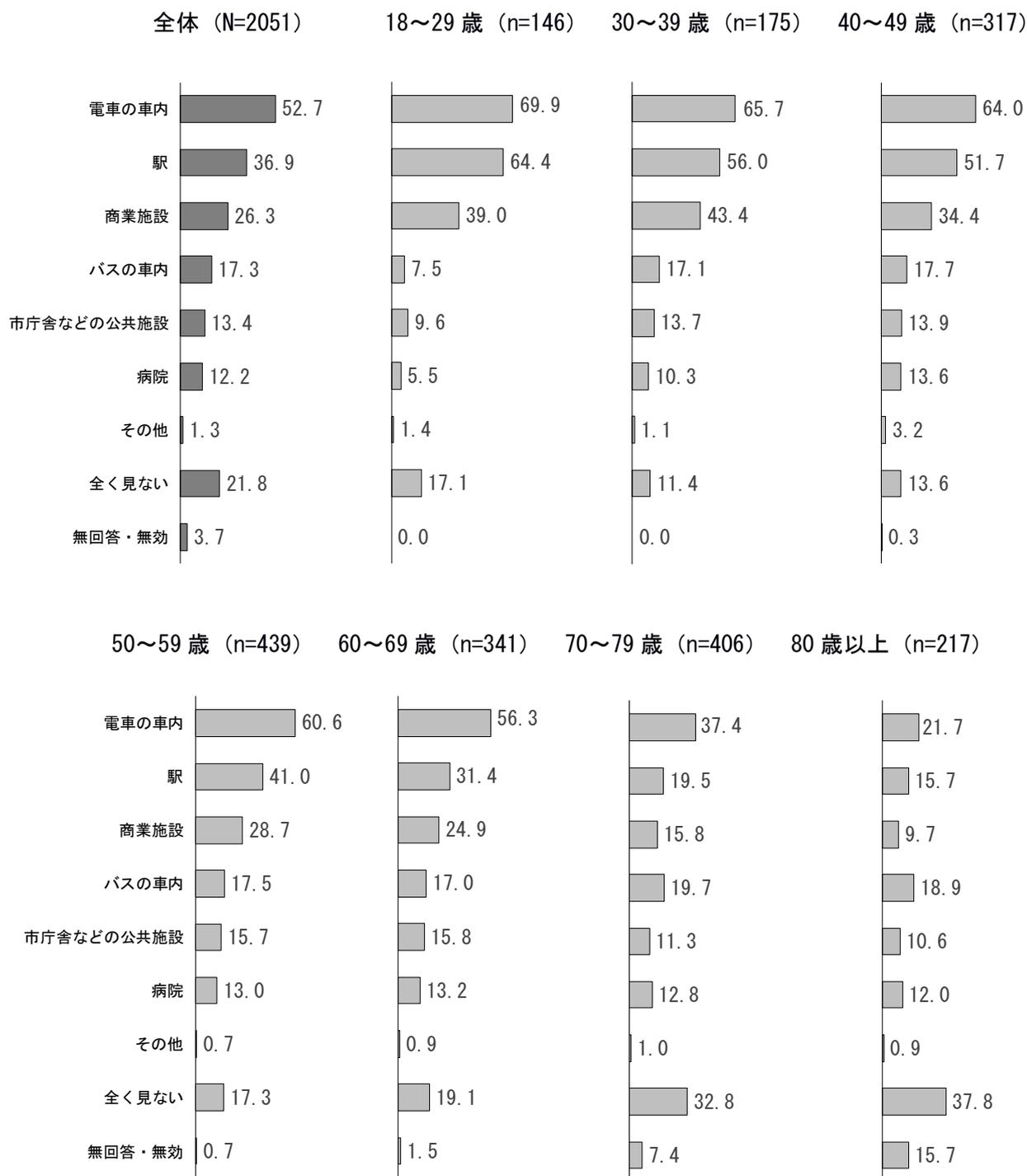
図表 2-15① デジタルサイネージを見る場所（全体）



年代別にみると、60代以下の年代では「電車の車内」が一番多い回答で、50代より下の世代は6割を超える回答となっている。

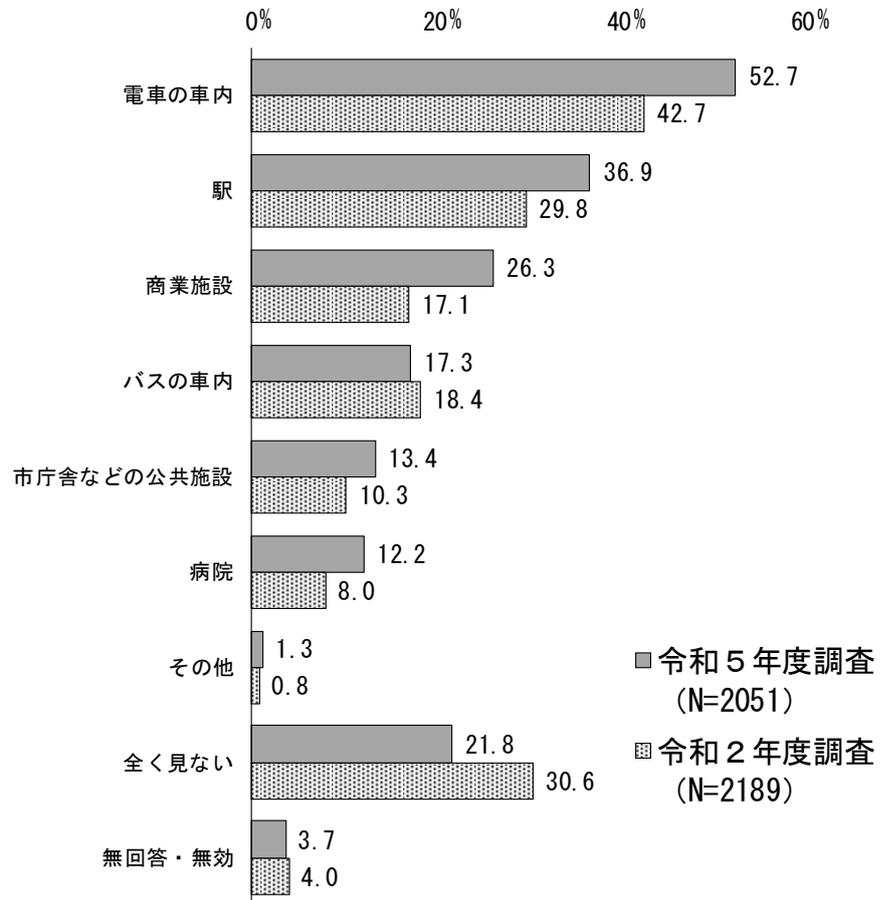
70代、80歳以上では「全く見ない」が3割を超えている。

図表2-15② デジタルサイネージを見る場所（全体・年代別）



令和2年度調査と比べると、「バスの車内」を除くいずれの場所で令和5年度調査の結果が上回っていることが分かる。また、「全く見ない」の割合は令和2年度では30.6%であったが、令和5年度では21.8%と8.8ポイント少なくなっている。

図表2-15③ デジタルサイネージを見る場所（全体・経年比較）



(6) シティプロモーションについて (問16～問17)

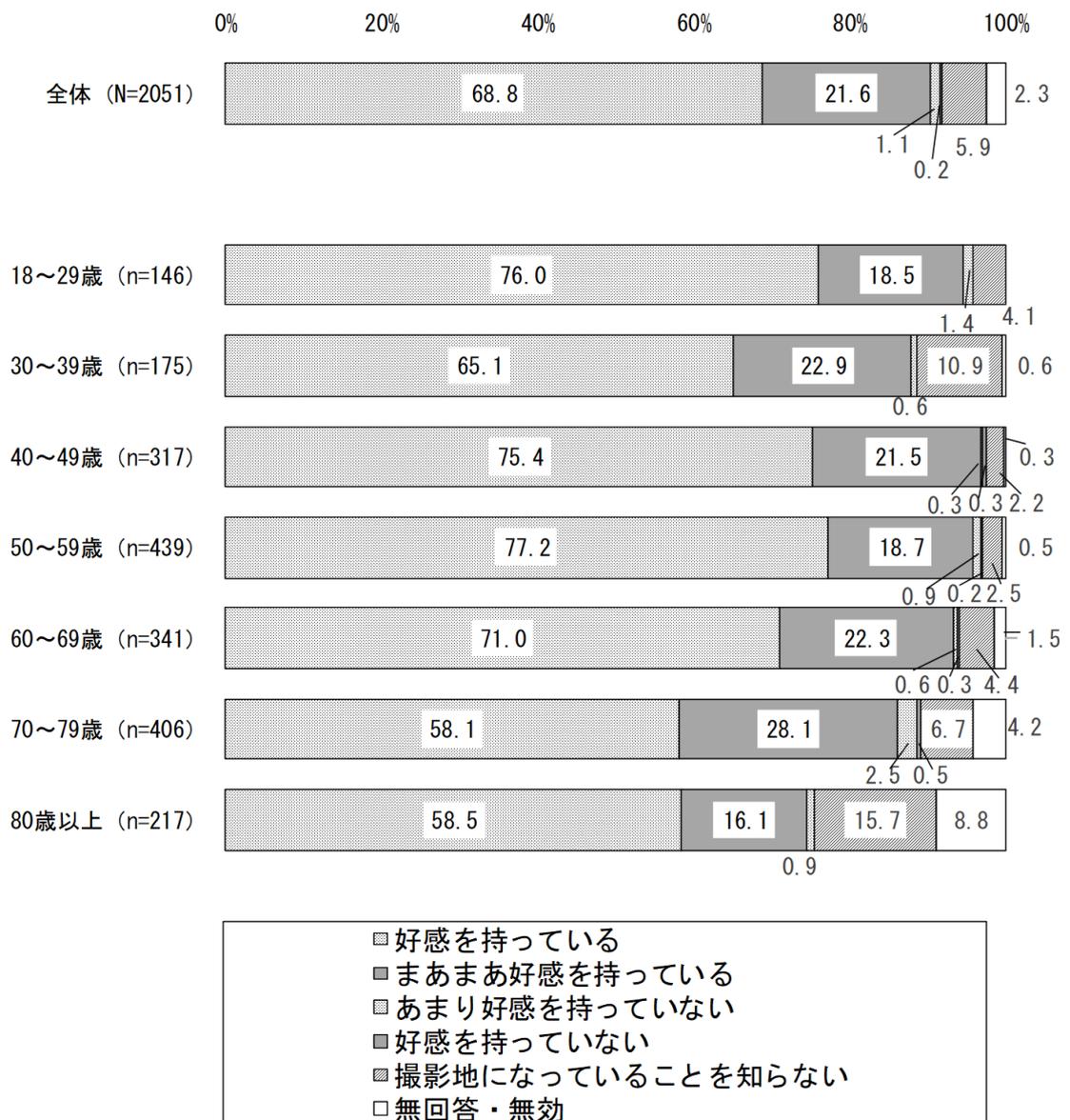
問16 映画やドラマ、テレビ番組などで、横浜が撮影地として使われることをどう思いますか。1つだけお選びください。(1つだけ○印)

横浜が撮影地として使われることについては、「好感を持っている」(68.8%)が最も多く、「まあまあ好感を持っている」(21.6%)と合わせると好感を持っている割合は約9割となっている。

年代別にみると、いずれの年代も「好感を持っている」が最も多い回答であるが、18～29歳、40代、50代、60代で7割を超える回答となっている。

図表2-16① 横浜が撮影地として使われることをどう思うか

(全体・年代別)

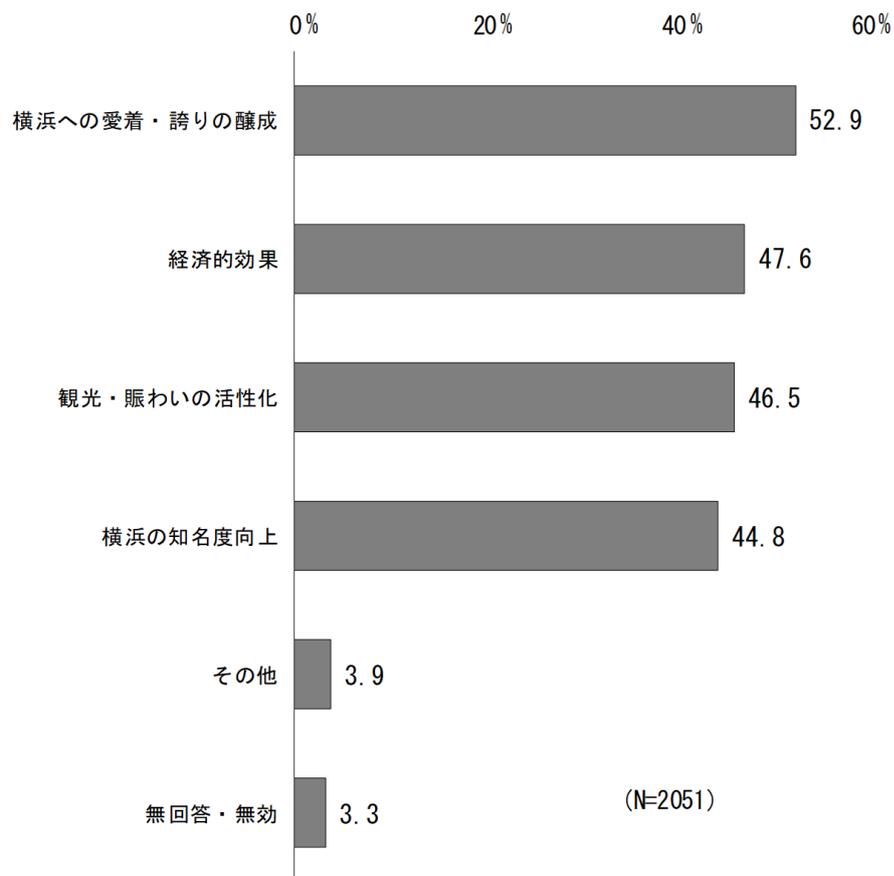


※0.0%の項目は表記を省略

問 17 横浜が撮影地となることに対して、どんなことを期待しますか。
 あてはまるものを全てお選びください。（いくつでも○印）

横浜が撮影地となることに対して期待することを複数回答でたずねたところ、「横濱への愛着・誇りの醸成」（52.9%）、「経済的効果」（47.6%）、「観光・賑わいの活性化」（46.5%）が上位に挙げられている。

図表 2-17① 横浜が撮影地となることへの期待（全体）

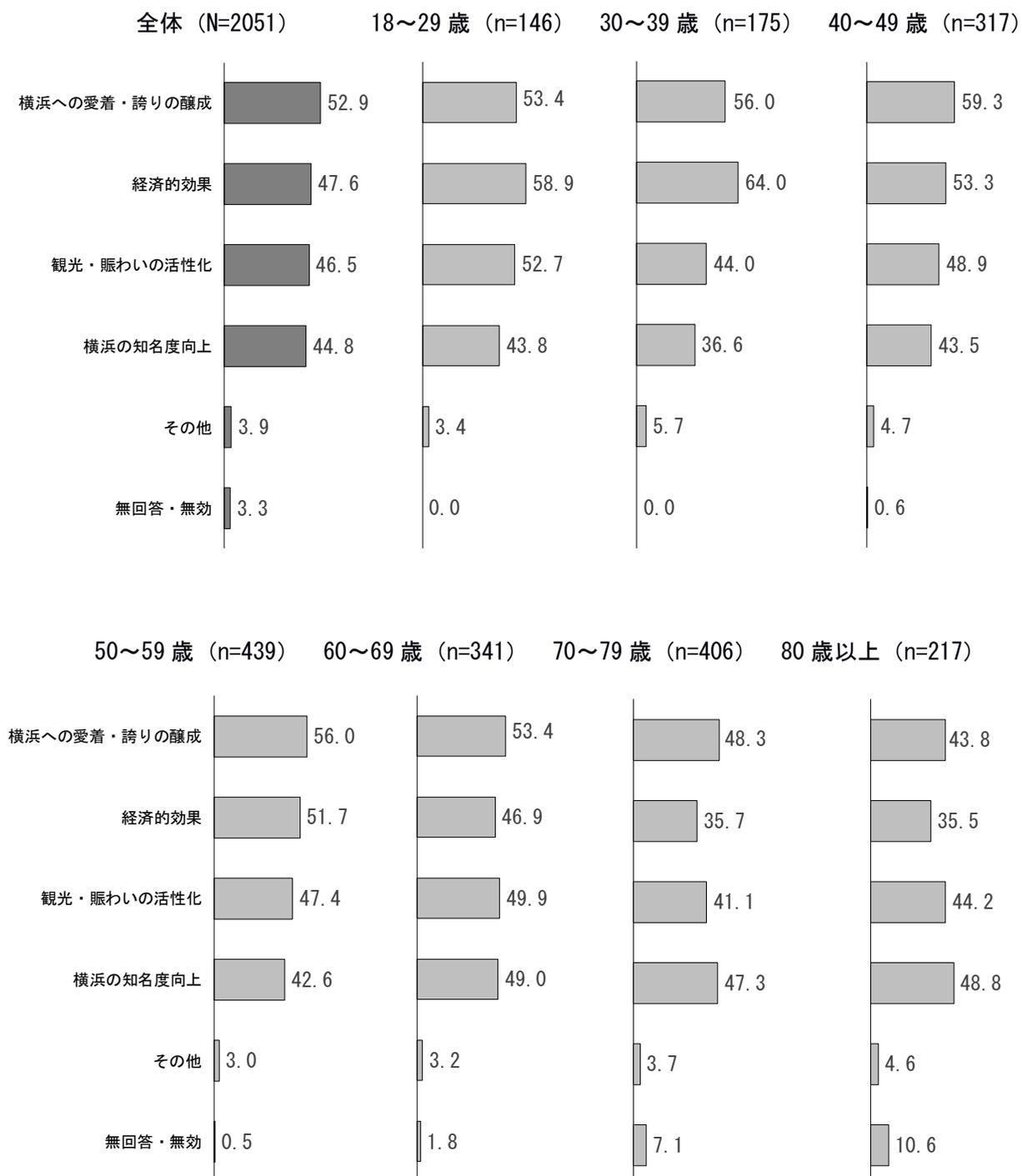


<「その他」の内容>

内容(分類)	回答数	備考
1 とくにない・期待しない	35	
2 新しいできごとに出会えそう	5	
3 まちの美化につながる	4	
4 迷惑・やめてほしい	4	オーバーツーリズム、撮影クルー
5 イメージアップ	2	
6 その他	10	情景、すてき、大好き、地域整備、文化 など
7 複合的・総合的効果	6	
8 わからない	2	
9 チェックされるもコメント欄に記入無し	11	
合計	79	

年代別では、18～29歳と30代は「経済的効果」が最も多い回答となっており、40代～70代は「横浜への愛着・誇りの醸成」が最も多い回答となっている

図表 2-17② 横浜が撮影地となることへの期待（全体・年代別）

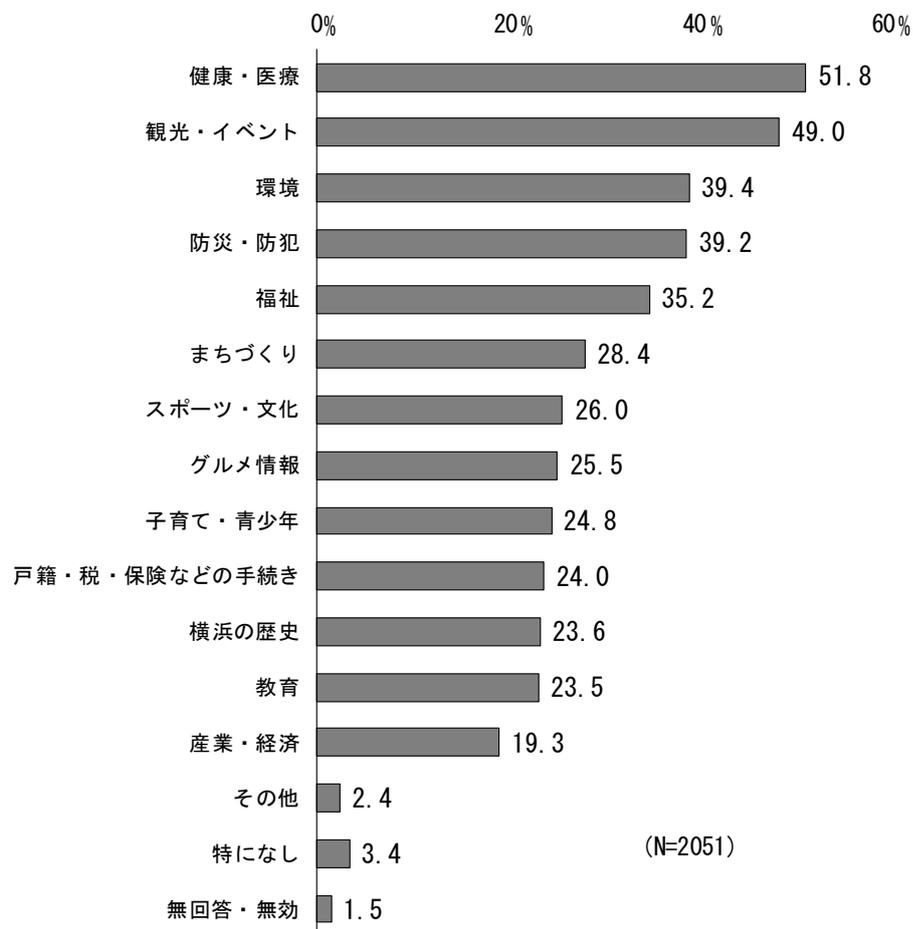


(7) 横浜市の広報について (問 18～問 20)

問 18 横浜市の事業で関心のあるテーマ、あるいは今後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)

横浜市の事業で関心のあるテーマ、あるいは今後広報を充実してほしいテーマを複数回答でたずねた。「健康・医療」(51.8%)が最も多く、次いで「観光・イベント」(49.0%)、「環境」(39.4%)、「防災・防犯」(39.2%)、「福祉」(35.2%)の順に多い回答となっている。

図表 2-18① 関心のあるテーマ、広報を充実してほしいテーマ (全体)



年代別にみると、「健康・医療」と「観光・イベント」はいずれの年代も上位だが、「健康・医療」は年代が上がるほど割合が大きく、「観光・イベント」は年代が上がるほど割合が小さくなっている。

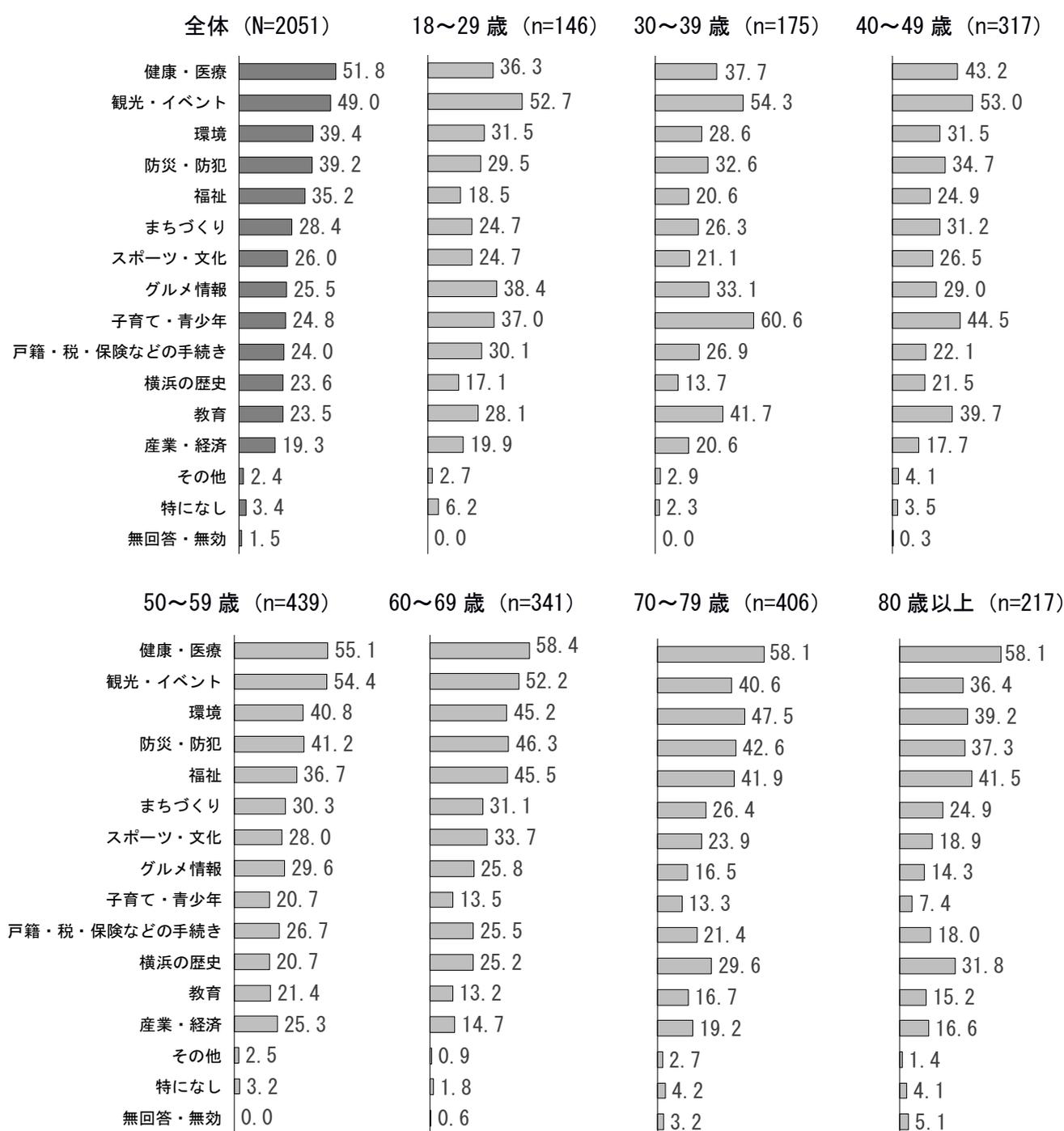
「グルメ情報」は18～29歳と30代で上位に挙げられている。

「子育て・青少年」は18～29歳から40代で、「教育」は30代と40代で上位に挙げられている。

「防災・防犯」と「福祉」は40代以上で3割以上の回答となっている。

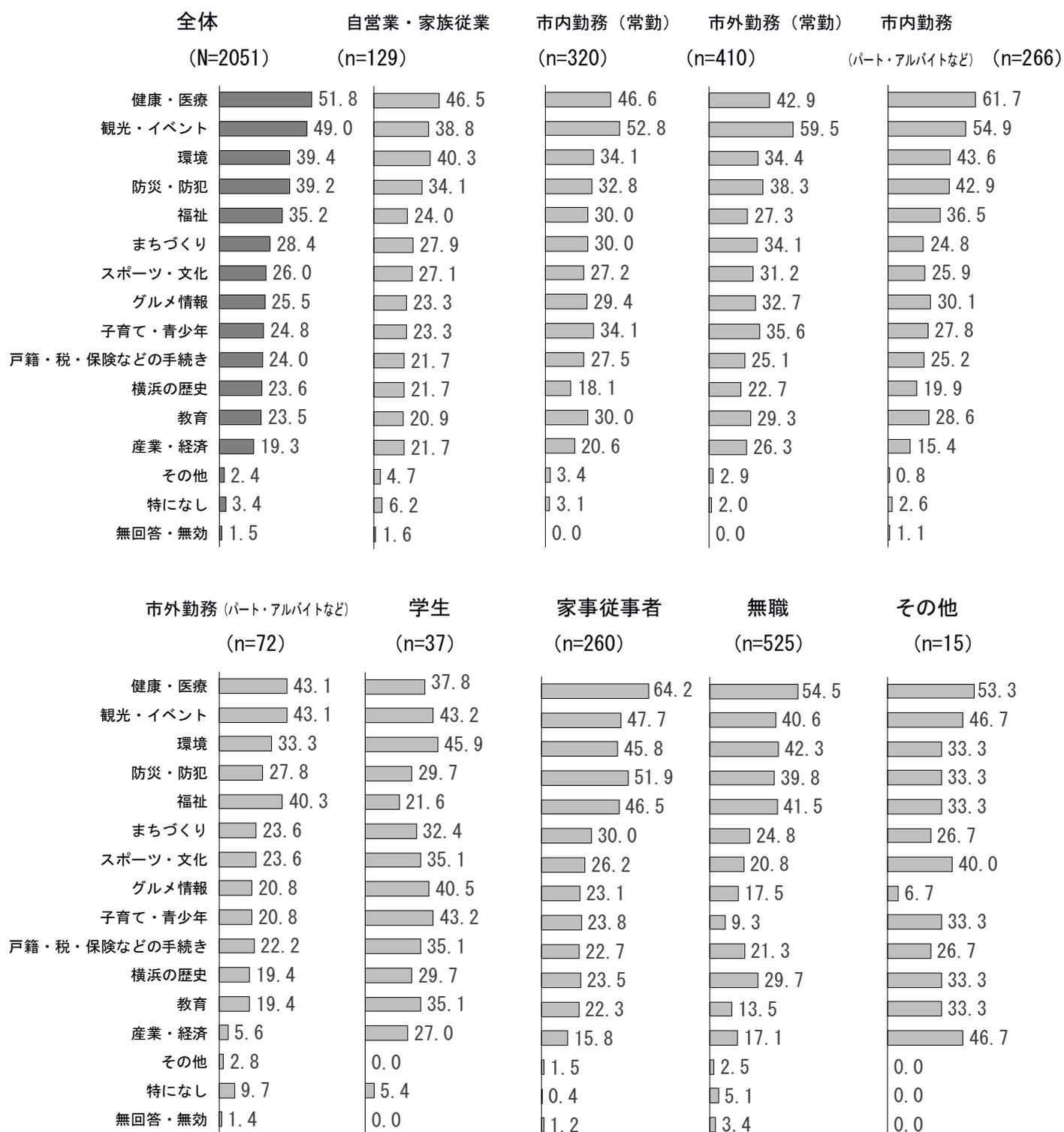
図表2-18② 関心のあるテーマ、広報を充実してほしいテーマ

(全体・年代別)



職業別にみると、「自営業・家族従業」、「市内勤務（パート・アルバイトなど）」、「市外勤務（パート・アルバイトなど）」、「家事従事者」、「無職」で「健康・医療」が最も多い回答となっている。一方、「市内勤務（常勤）」と「市外勤務（常勤）」では「観光・イベント」が最も多い回答となっている。

図表2-18③ 関心のあるテーマ、広報を充実してほしいテーマ（全体・職業別）

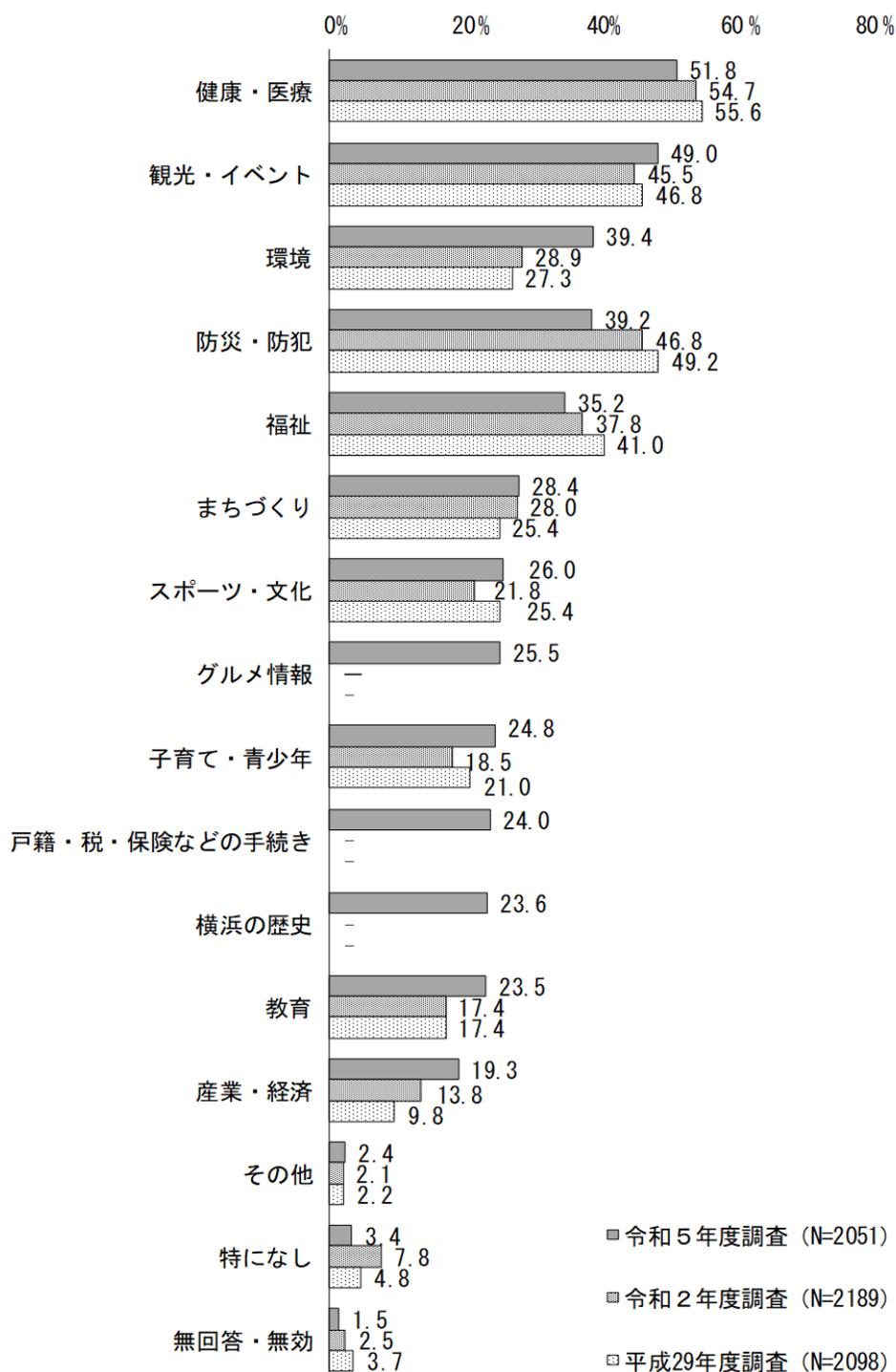


※「その他」は参考値

過去の調査結果は選択肢が異なるため一概に比較はできないが、上位に挙げられているテーマとしては、3回の調査とも「健康・医療」が最も多く、「観光・イベント」が続いている。平成29年度と令和2年度の3位以下は「防災・防犯」、「福祉」、「環境」の順になっていたが、令和5年度は「環境」、「防災・防犯」、「福祉」となっている。

図表2-18④ 関心のあるテーマ、広報を充実してほしいテーマ

(全体・経年比較)

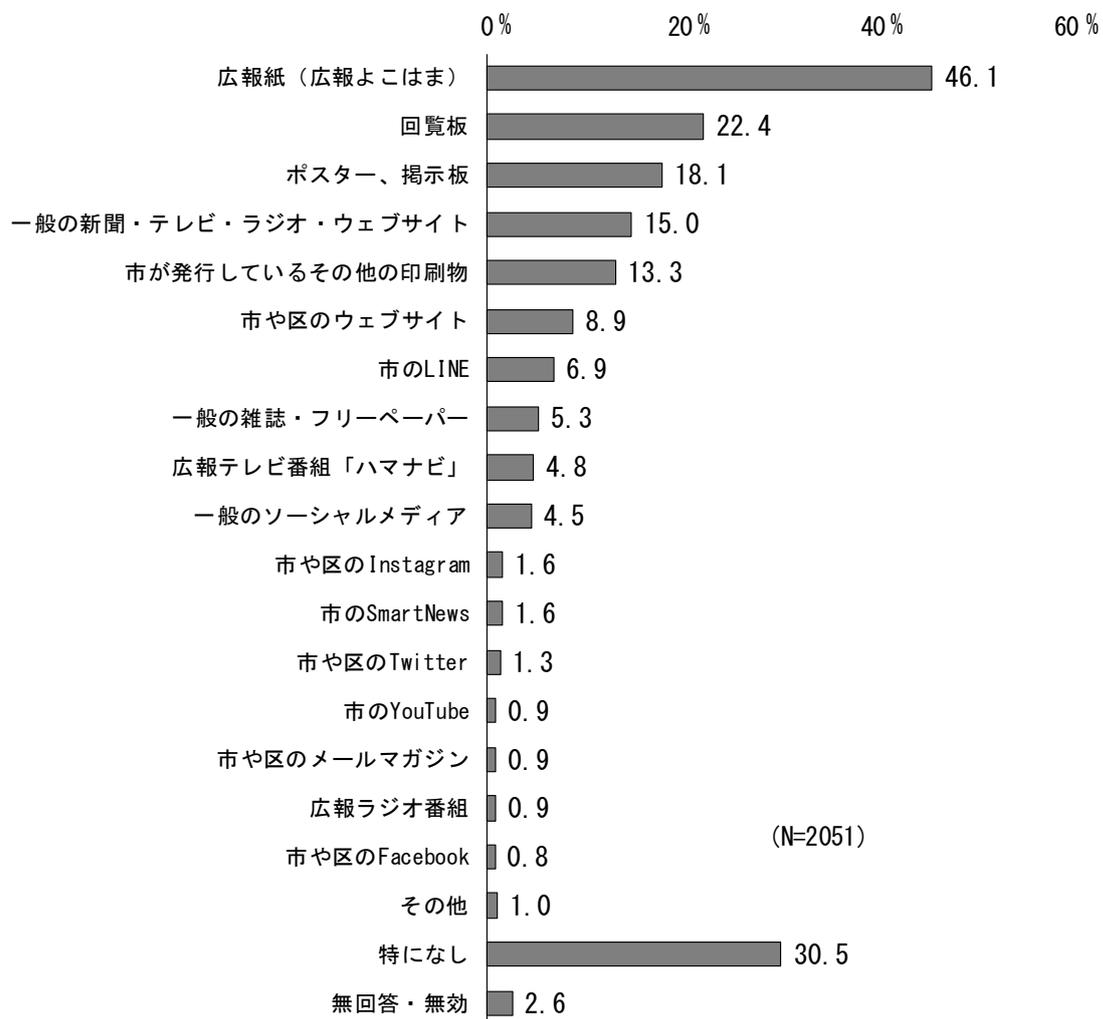


※「—」となっている項目は、該当年度において選択肢として設けられていない。

問 19 次の広報媒体の中で、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）

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告媒体を複数回答でたずねたところ、最も多い回答は「広報紙（広報よこはま）」であった。続いて「回覧板」（22.4%）、「ポスター、掲示板」（18.1%）と続いている。また、「特になし」との回答は30.5%となっている。

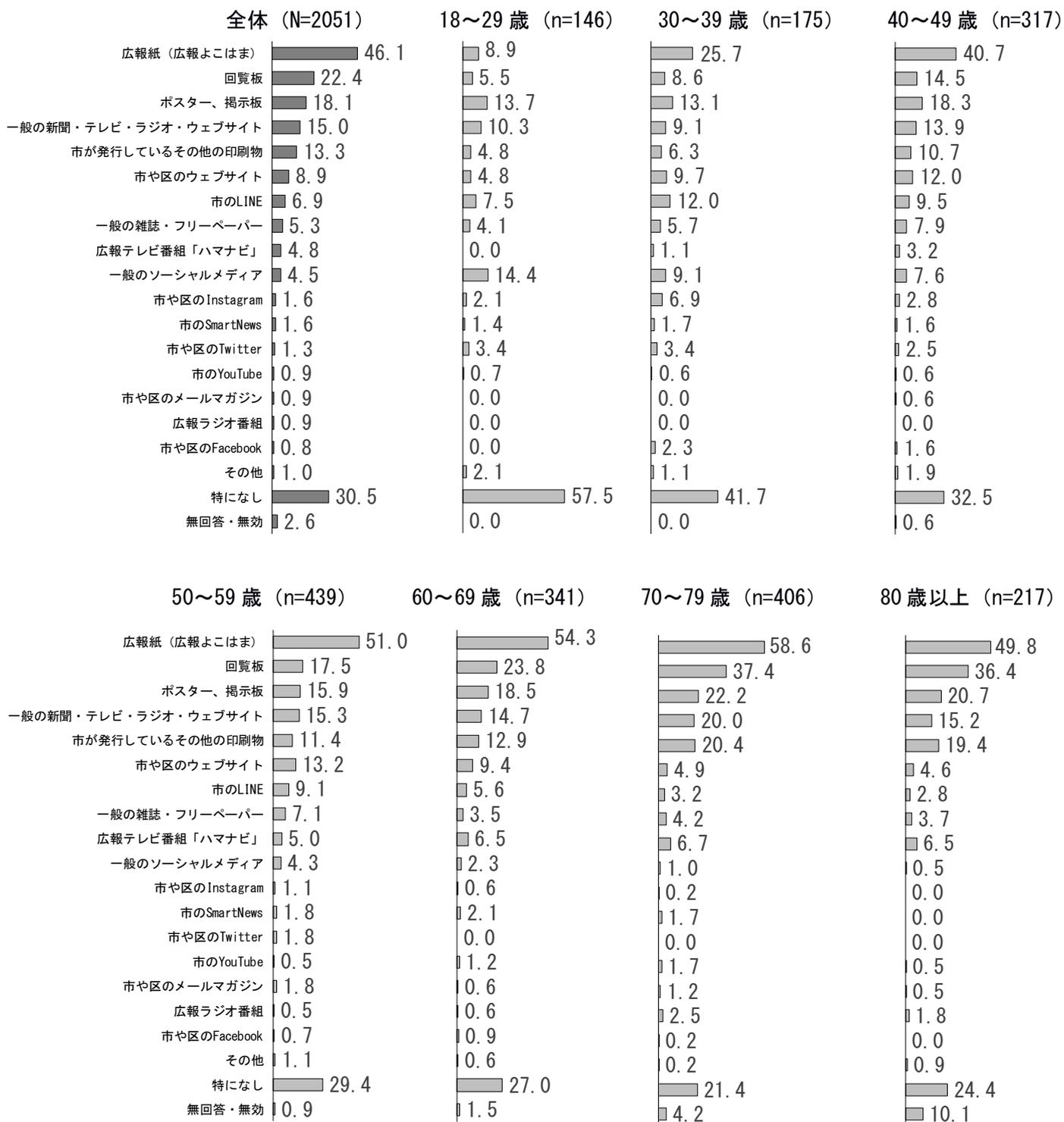
図表 2-19① 行動のきっかけとなった広報媒体（全体）



年代別にみると、「広報紙（広報よこはま）」は年代が上がるにつれ割合が大きくなる傾向にあり、「特になし」は年代が上がるにつれ割合が小さくなっている。「ポスター、掲示板」はどの年代も1割を超えている。

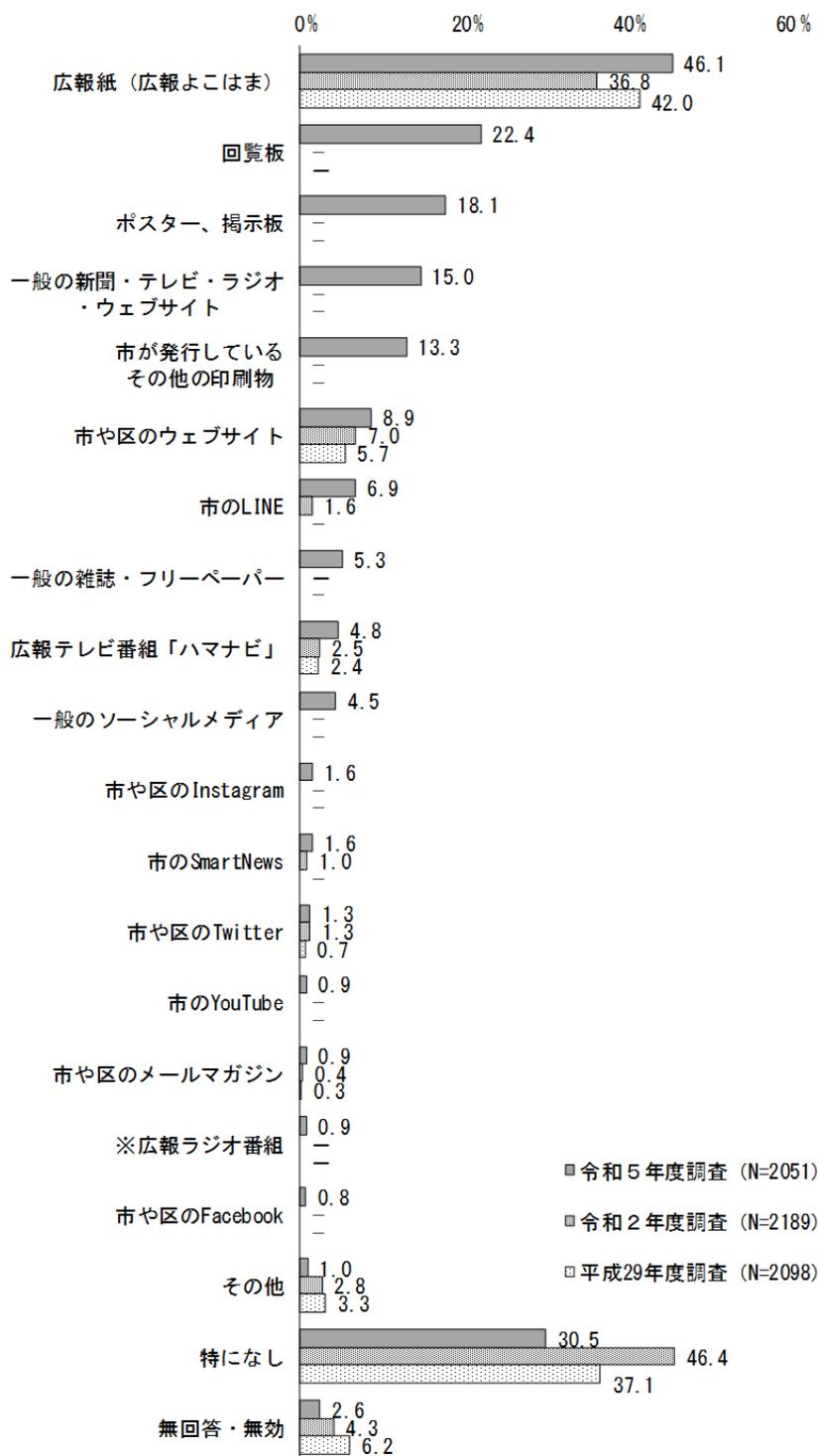
「市のLINE」は30代で（12.0%）、「市や区のウェブサイト」は40代（12.0%）及び50代（13.2%）で上位に挙げられている。

図表2-19② 行動のきっかけとなった広報媒体（全体・年代別）



令和5年度は選択肢が増設されているため、過去の調査と比較はできないが、平成29年度調査、令和2年度調査とも最も多い回答は「広報紙（広報よこはま）」となっている。

図表2-19③ 行動のきっかけとなった広報媒体（全体・経年比較）



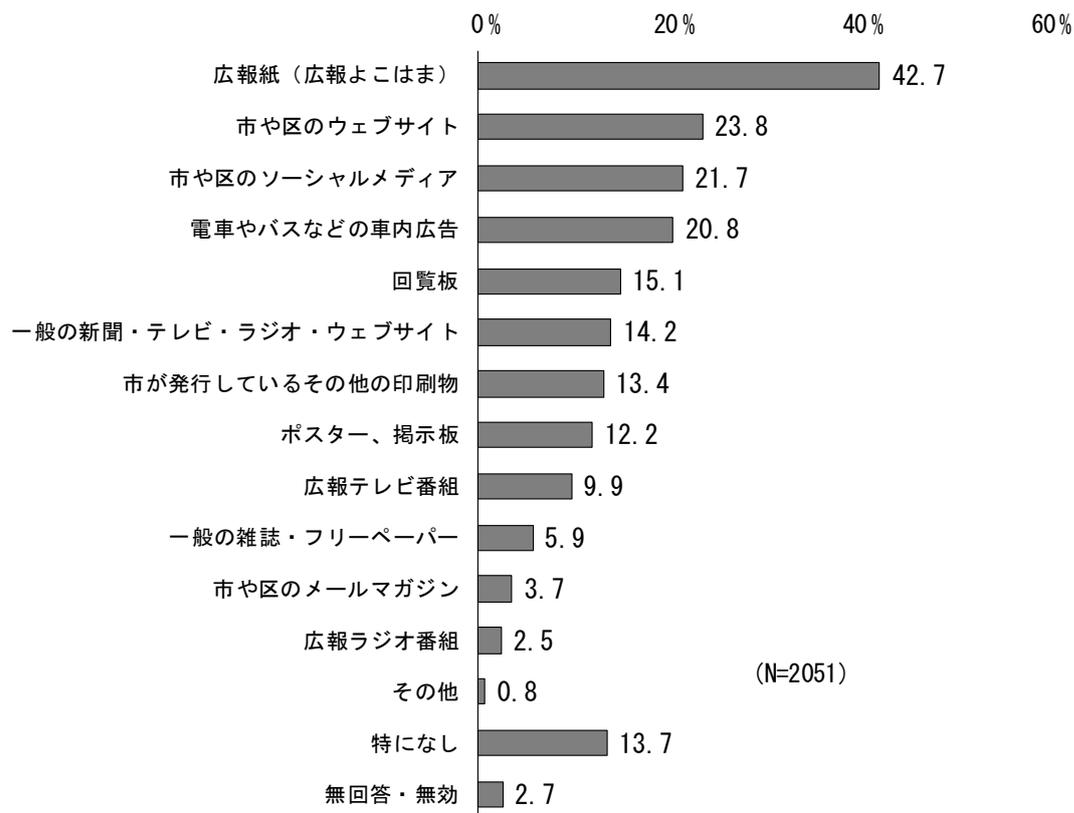
※令和2年度調査、平成29年度調査の「広報ラジオ番組」は、「ホット横浜」、「ようこそ横浜」、「横濱流儀～ハマスタイル～」、「ヨコハママイチョイス!」、「パブリック・サービス・アナウンスメント」とそれぞれ個別の選択肢になっている。

※「—」となっている項目は、該当年度において選択肢として設けられていない。

問 20 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）

今後、力を入れてほしい広報媒体を複数回答でたずねたところ、「広報紙（広報よこはま）」が 42.7%で最も多く、「市や区のウェブサイト」（23.8%）、「市や区のソーシャルメディア」（21.7%）、「電車やバスなどの車内広告」（20.8%）、「回覧板」（15.1%）が上位に挙げられている。

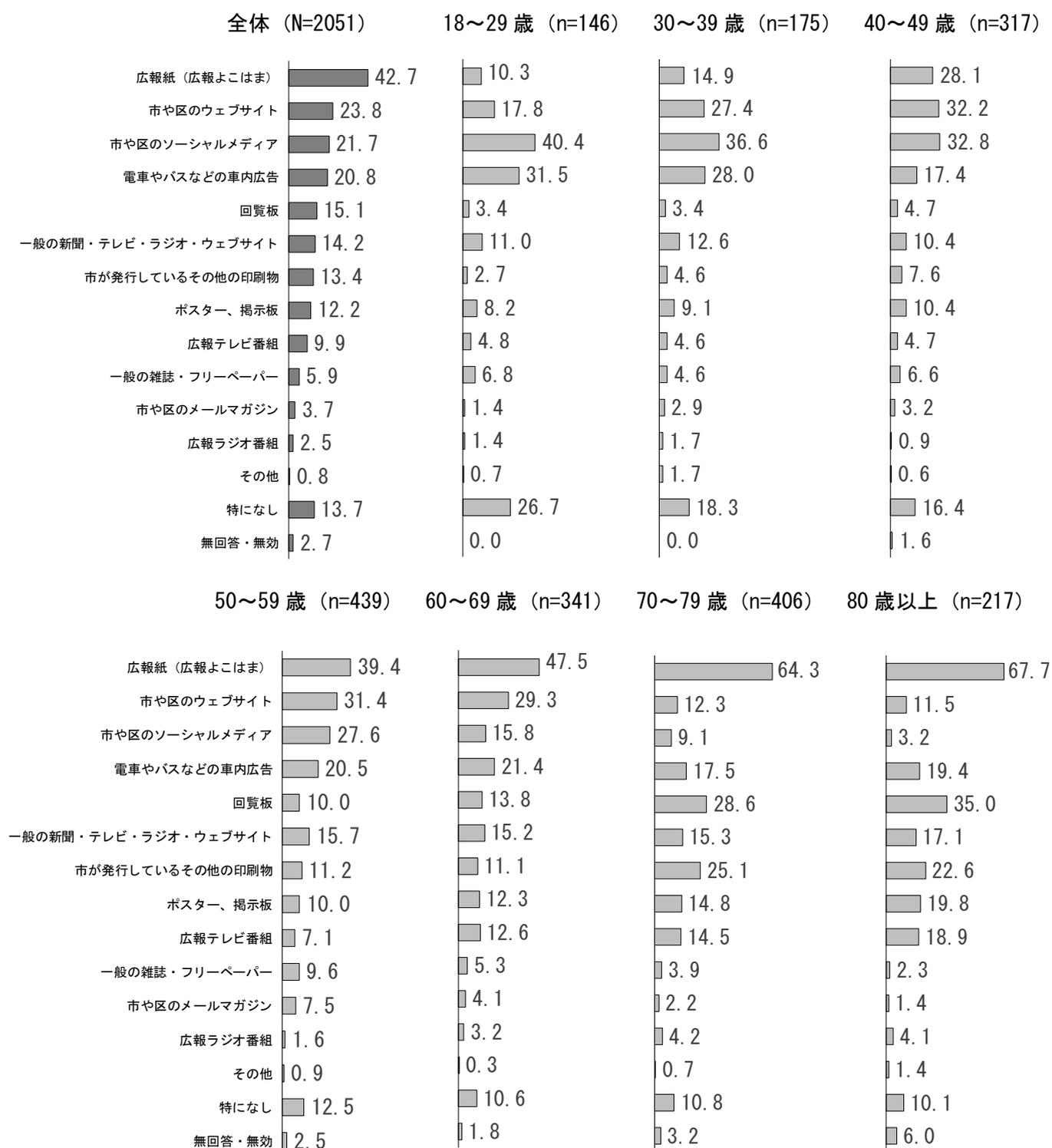
図表 2-20① 力を入れてほしい広報媒体（全体）



年代別にみると、「広報紙（広報よこはま）」、「市が発行しているその他の印刷物」、「回覧板」、「ポスター、掲示板」は年代が上がるにつれ割合が大きくなっている。一方、「特になし」は年代が上がるにつれ割合が小さくなっており、「18～29歳」では26.7%となっている。

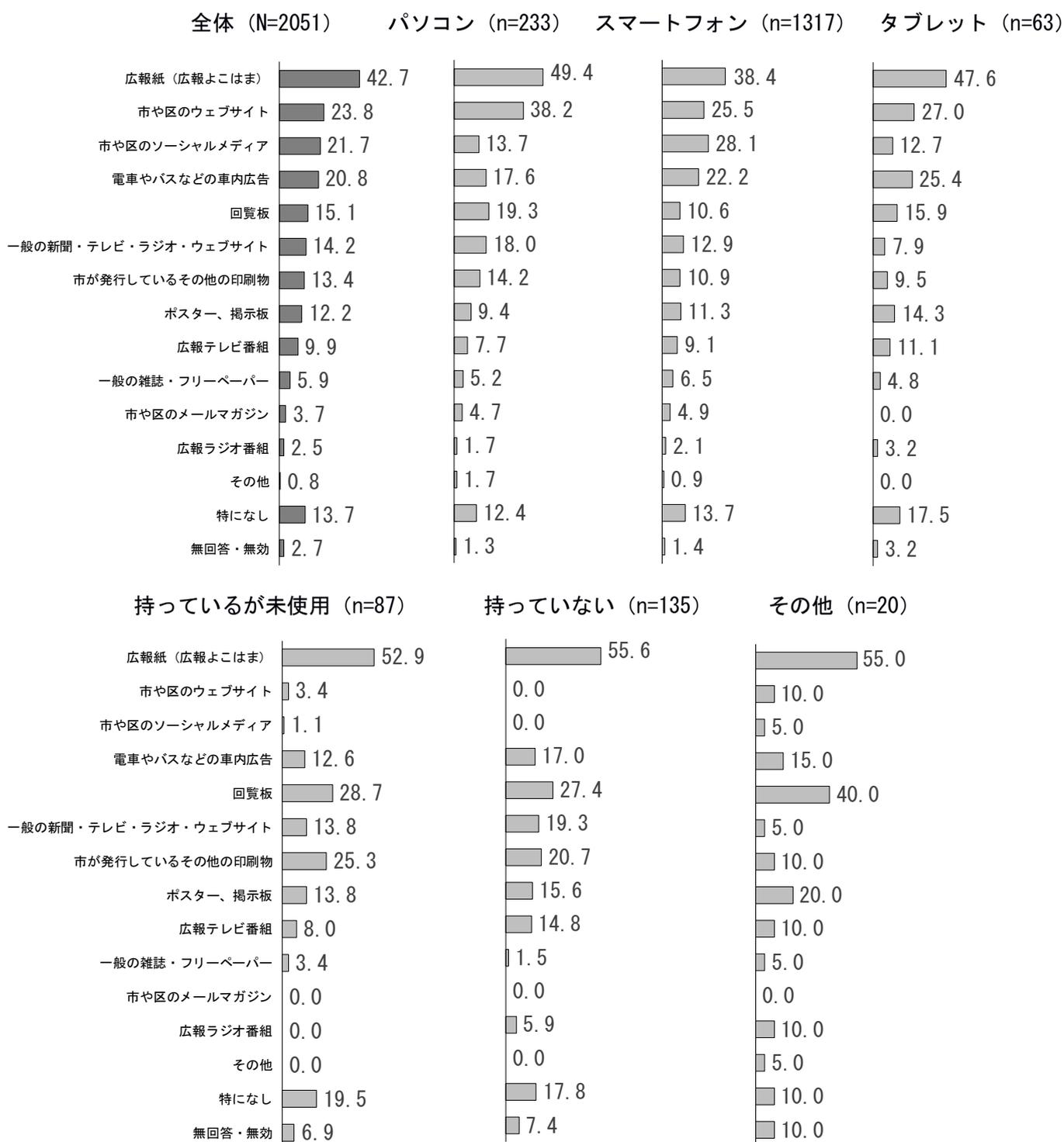
60代までは「市や区のウェブサイト」、「市や区のソーシャルメディア」が上位に挙げられている。

図表2-20② 力を入れてほしい広報媒体（全体・年代別）



主に利用している情報端末別にみると、いずれも「広報紙（広報よこはま）」が最も多いが、「パソコン」「タブレット」を使う人は「市や区のウェブサイト」が2位に挙げている。また「スマートフォン」を使う人は「市や区のソーシャルメディア」を2位に挙げている。「持っているが未使用」「持っていない」人は、2位に「回覧板」を挙げている。

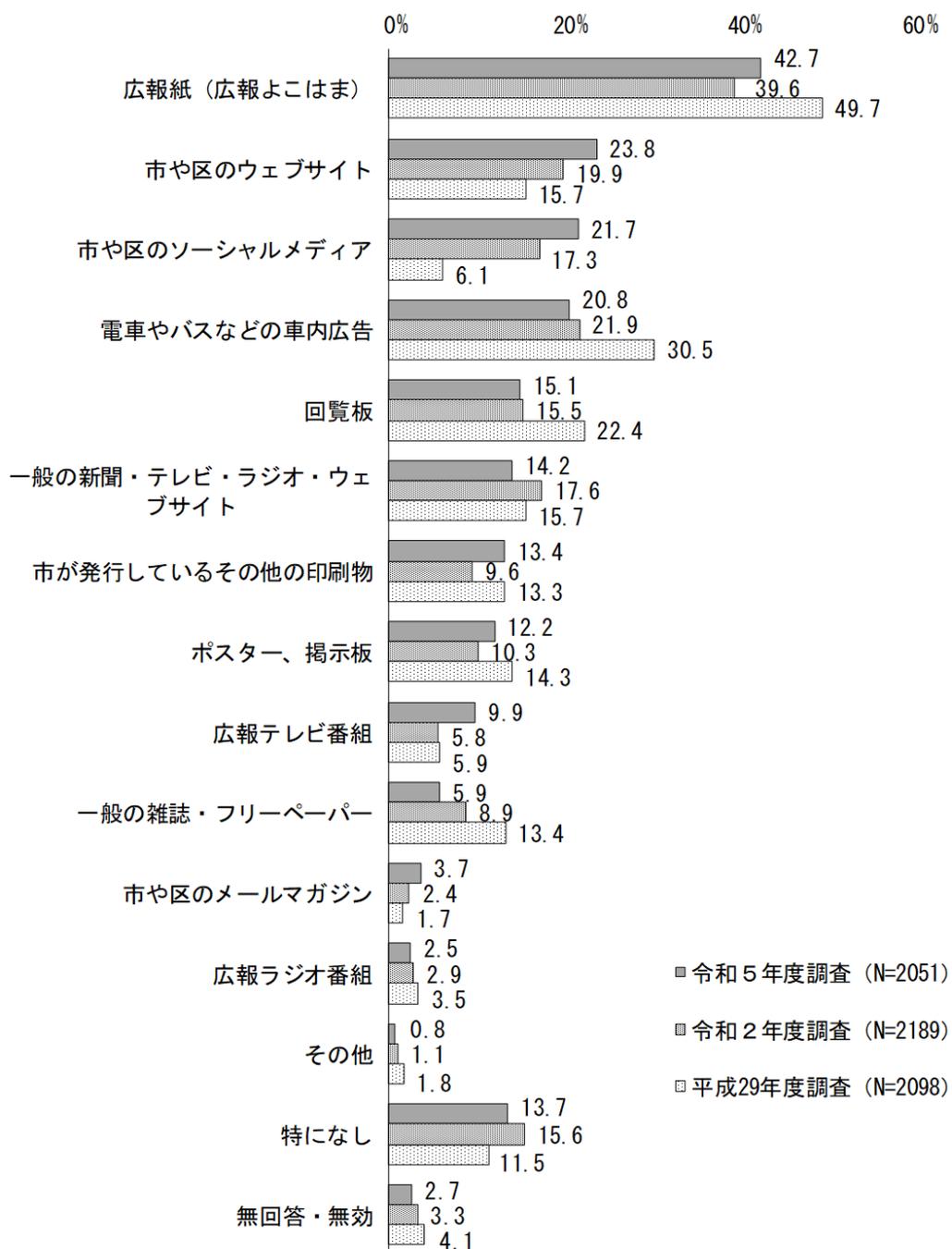
図表 2-20③ 力を入れてほしい広報媒体（全体・情報端末別）



※「その他」は参考値

過去の調査と比べると、いずれも「広報紙（広報よこはま）」が最も多い回答となっている。「市や区のウェブサイト」、「市や区のソーシャルメディア」は近年増加しているが、「電車やバスなどの車内広告」、「回覧板」は減少している。

図表 2-20④ 力を入れてほしい広報媒体（全体・経年比較）



(8) 自由記述回答の概要 (問 21)

自由記述回答欄に記された全意見を整理し、キーワード的に表示した。

- ・本設問への回答者総数=322人
- ・記載内容をご意見で切り分けた総件数=434件

その際、まず令和2年度「横浜市の広報に関するアンケート調査」結果報告書に収録された同様の整理項目を踏襲して前回の調査からの変化を理解できるようにしつつ、加えて、細かいキーワードによる分類を試みた。

問 21 横浜市の広報全般に関して、ご意見等ありましたらお書きください。

■横浜市の広報全般に関するご意見

内容 (主なご意見)	件数	比率
《A：広報活動全般について》 計	66	15.2%
わかりやすく (平等に市民に届く 市民目線で)	23	
もっとアピールする情報発信を (地味 ワクワク 県・市・区と多すぎ)	15	
市民に選ばれる広報 (市民の求める情報を吟味 時代に合った手段で)	9	
今まで通りでよい (今後も継続 地道な活動に好感 広報に感謝)	8	
余計なコストをかけない	6	
早くて正確に	4	
その他	1	
《B：広報内容 (テーマについて)》 計	98	22.6%
横浜のすばらしい所 (港ばかりでなく 歴史 ドラマの聖地 お店)	16	
イベント情報	10	
色々な年代の情報 (高齢者向け 若い世代向け 青少年問題 年代別)	10	
防犯・防災情報	9	
お得情報 (ポイント還元 転居 市営住宅)	9	
身近な地域情報 (中心部ばかりでなく 周辺地区)	7	
福祉・医療・健康	7	
行政手続き・募集情報 (支援の仕組み ボランティア 市営住宅)	6	
明日の横浜 (未来志向 発展 まちづくり構想)	4	
教育関係情報	3	
その他 (コロナ 市長 税の使い道 請願 IR誘致 SDGs 安全 時事)	17	
《C：広報媒体について》 計	83	19.1%
紙媒体とデジタル媒体のバランス (移行 [4] 選択 [3] 補完 [1])	8	
紙媒体 (なくさないで [10] 紙を減らす [5] 紙の無駄 [4])	24	
回覧板 (もっと利用を 負担が大きく不安 情報が間に合わない)	10	
SNS (情報が広がりやすい 全く知らなかった 問題も多い)	8	
掲示板・駅・スーパーなどの場所 (自然に情報が入って来るのは嬉しい)	8	
スマホ・携帯 (気軽にもっと使っていきたい 程遠い暮らしをしている)	7	
デジタル機器全般 (パソコン等が使えない よくわからない)	6	
電車・バス内の広告 (自然に情報が入って来るのは嬉しい)	4	
インターネット (高齢者には難しい 情報拡散に有効)	4	
テレビ・ラジオ (わかりやすく広報してもらえる)	3	
その他	1	

内容（主なご意見）	件数	比率
《D：横浜市の広報媒体について》 計	98	22.6%
「広報よこはま」について（もっと早くほしい）	8	
<配布（世帯配布は大変 ありがたい 町内会に入っていないと届かない）>	53	
「横浜市のウェブサイト・ライン」（わかりづらい・行きつけない [8]）	25	
「民間の媒体」（「ねこのひたいほどワイド」「ワクチン接種」）	5	
その他の市広報媒体（「区民マップ」など）	2	
《E：市広報に関するその他のご意見（広報手法、対象等について） 計	7	1.6%
《F：横浜市の市政・区政に関するご意見》 計	50	11.5%
福祉・医療	5	
まちの美化	4	
花・緑・自然	3	
参加しやすいイベントの開催	3	
議論と決定プロセスの見える化	3	
みどり税	2	
文化・芸術都市	2	
地域施設	2	
社会インフラの劣化	2	
税金を納めようと思うアピール	2	
その他（市民意識・行政意識）	5	
その他（未来への期待）	3	
その他の市・区の施策について	14	
《G：その他のご意見》 計	32	7.4%
見聞きできないため広報は見ない（見られない）	4	
<本アンケートについて>	25	
・市にたくさんの広報媒体があることを知った。今後使ってみたい [18]		
・経費の無駄遣い、催促はがきがもったいない [6]		
・謝礼無しはいかがなものか [1]		
<市広報に関わる人たちに>	3	
・がんばってほしい（市広報に感謝 好感が持てる対応 協力できることがあれば参加する）		

【参考資料】令和２年度自由回答の概要

(「令和２年度 横浜市の広報に関するアンケート調査結果報告書」より)

問31 横浜市の広報全般に関して、ご意見等ありましたらお書きください。

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

4 あとがき

●全体の結果から

①現状では紙（アナログ）媒体が頼られている

市政情報の入手方法として、1位に「広報よこはま」、次いで回覧板、ポスター、掲示板が挙げられている（P11）。このことから、このようなプッシュ型のアナログ的な方法がまだまだ有効と考えられる。インターネット等を使い、いつでも誰でも入手できる情報提供方法のみならず、情報入手について受け身の姿勢になっている市民を意識した情報提供も必要である。

一方、年代別や職業別のクロス集計では18～29歳や学生は行政からの情報を得ていない割合が最も高い（P12、P14）ことから、若い世代が行政情報との接点が少ないことも示されている。

②インターネットの利用は浸透している

市ウェブサイトの利用者数は、年々変化が見られ、増加傾向にある（P39）。市政情報の入手方法を年代別にみると、40代以下では市や区のウェブサイトやLINEなどからの情報取得が多くなっている（P12）。

また、インターネット上で情報収集する際に利用するサービスを年代別にみると、18～29歳ではTwitterは約8割、Instagramは約6割が利用するなど、ソーシャルメディアの利用に特徴が表れている（P33）。また、力を入れてほしい広報媒体としては、「広報よこはま」に続き、市や区のウェブサイトや市や区のソーシャルメディアが上位に入っている（P66）。

このような結果から、今後もインターネットの利用は市民により広く浸透し、インターネットを活用した多様な情報提供の重要性がより高まるとの認識で広報政策に取り組んでいく。

●各媒体の結果から

①「広報よこはま」が軸となっている

市政情報の入手方法では「広報よこはま」が7割を超え、圧倒的に多くなっている（P11）。「広報よこはま」は5割近くが高い頻度で読んでいるが、若い世代ほど読まない層が多く（P17）、職業別にみても学生は読まない割合が多くなっている（P18）。

「広報よこはま」の入手方法については、94.3%が家に届いており、個別配布が浸透している（P21）。一方で、「世帯配布は大変」など負担感も自由意見で見られる（P71）。

「広報よこはま」を読みたい形式については、紙の形式を望む声が約8割と依然として多い（P26）。時代の流れとして紙からデジタルに移行しつつあり、自由意見欄においてもデジタルへの移行などの意見も見られたが、一方で「紙

をなくさないで」との意見も寄せられた（P70）。

これらの結果から、行政情報の入手先として軸となっているのは「広報よこはま」であり、自由意見欄においても「広報よこはま」について多数ご意見が寄せられている。

②市ウェブサイトリニューアルへの反映

30～40代は市ウェブサイトの利用が比較的多い世代である（P35）が、この世代で市のウェブサイトで情報を「探しにくかった」が2位に挙げられている（P40）。探しにくい理由としては、どの年代でも「情報分類が分かりにくい」が最も多く挙げられている（P44）。

また、本調査の属性で最も使う情報端末について尋ねているが、スマートフォンの割合が6割を超え、年代別では18～29歳は9割、50代では7割以上となっている（P9）。また、スマートフォンの割合は前回調査と比べ約11ポイント増えている（P10）。

これらの結果を反映し、来春に予定している市ウェブサイトのリニューアルに向け、情報の分類をより分かりやすく、またスマートフォンの操作性を高めるよう工夫していく。

③市広報テレビ番組「ハマナビ」の視聴状況

アンケートの結果、「ハマナビ」を見ている（毎週～不定期）割合は17.8%となっている。過去に見たことがある人の割合8.6%を含めると番組の認知率は全体で3割近くとなっている。また、視聴している割合を年代別にみると、若い世代が低く、年代が上がるほど高くなっている（P45）。

一方、関心のテーマ、広報を充実してほしいテーマとして、比較的若い世代で観光・イベント情報やグルメ情報を望む声大きい（P60）。「ハマナビ」ではこのような内容を取り上げることも比較的多いので、若い世代への周知を広げることにより視聴が多くなるよう工夫していく。

●今後の広報について

①デジタル化に対応しつつ、現状の広報への信頼を保つ

社会全体の傾向として、紙からデジタルへ移行しており、その傾向は広報アンケートの結果からも見られる。スマートフォンやインターネットなどデジタルでの情報手段を用意しておく（環境を整備する）ことで、どこでも気軽に情報を入手することができる。デジタル化への対応により、満足度の高い広報につなげていくことが求められている。

一方で、家に届く広報紙や回覧板、掲示板など、プッシュ型の広報媒体から情報を取得している人が多いため、紙以外の発信では情報が届きづらい人も出てくることが予想される。

多くの市民へ情報を届けることは市の責務であるため、デジタル化への対応をしつつ紙媒体を望む声にも応えていくことが必要である。

②きめ細かいニーズに応える広報をめざす

これまでの調査結果から見てきたように、情報の入手方法、情報の質と量など、市民が求める広報手段や媒体は多様化している。今回の調査において、自由意見欄で沢山の意見が寄せられ、その中には将来の大きな流れの先駆けを示している意見も見られた。

一方で、今回の回答者の属性でも示されたように、高齢になるほど少人数世帯が増えており、少子高齢化という潮流からこの傾向は今後も続くと予想される。自由意見欄においても、デジタル化社会への不安を訴える方もいた。

今回の調査結果を定量的に分析するだけでなく、寄せられた一人ひとりの意見に丁寧に向き合い、きめ細かなニーズに対応することが必要である。

資料編

1. アンケート調査票と掲示物（横浜市の広報媒体）
2. 市政情報入手媒体と区広報媒体の利用頻度

1. アンケート調査票と掲示物

ご記入にあたってのお願い

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

市や区の情報の入手方法について

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

1. 広報紙（広報よこはま）
2. 市や区のウェブサイト（ホームページ）
3. 市のLINE（ライン）
4. 市や区のTwitter（ツイッター）
5. 市や区のFacebook（フェイスブック）
6. 市や区のInstagram（インスタグラム）
7. 市のYouTube（ユーチューブ）
8. 市のSmartNews（スマートニュース）
9. 市や区のメールマガジン
10. 広報テレビ番組「ハマナビ」
11. 広報ラジオ番組（「ヨコハマ マイ チョイス!」、「ホッと横浜」、「パブリック・サービス・アナウンスメント」）
12. 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）
13. 回覧板
14. ポスター、掲示板
15. 一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト（ホームページ）
16. 一般の雑誌・フリーペーパー
17. 一般のソーシャルメディア（Twitter、Facebookなど）
18. その他（具体的に)
19. 特に情報を得ていない

「広報よこはま」について

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

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

- | | |
|-------------|-------|
| 1. 毎月読む | → 問3△ |
| 2. ほとんど毎月読む | → 問3△ |
| 3. たまに読む | → 問3△ |
| 4. ほとんど読まない | → 問7△ |
| 5. 読まない | → 問7△ |

<問2で1～3を選んだ方にお伺いします>

【問3】 「広報よこはま」をどのように入手・閲覧していますか。
 あてはまるものを全てお選びください。 (いくつでも○印)

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| 1. 家に届いている | 6. 市ウェブサイト（ホームページ） |
| 2. 市役所や区役所で入手している | で閲覧している |
| 3. 行政サービスコーナーで入手している | 7. スマートフォンのアプリ |
| 4. 地区センターなどの公共施設で入手している | （カタログポケット）で閲覧している |
| 5. 駅で入手している | 8. その他（) |

<問9で1・2を選んだ方にお伺いします>

【問10】市のウェブサイトの情報は探しやすいですか。

1つだけお選びください。

(1つだけ〇印)

1. とても探しやすい	→ 問12△
2. 探しやすい	→ 問12△
3. どちらでもない	→ 問12△
4. 探しにくかった	→ 問11△
5. とても探しにくかった	→ 問11△
6. 情報を得ることができなかった	→ 問11△

<問10で4～6を選んだ方にお伺いします>

【問11】市のウェブサイトで情報を探しにくい理由は何ですか。

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. 情報の分類(構成)が分かりづらい	5. デザインや色使いが見づらい
2. 情報が多すぎる	6. トップページ情報が少ない
3. タイトルや文章の内容が分かりづらい	7. その他()
4. 画面(ページ)の操作がしづらい	

→ 回答後、問12△

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12】広報テレビ番組「ハマナビ」(テレビ神奈川 毎週土曜日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13△
2. 月に2～3回ほど見ている	→ 問13△
3. 不定期だがたまに見ている	→ 問13△
4. 過去に見たことがあるが今は見えていない	→ 問13△
5. 見たことがない	→ 問14△

<問12で1～4を選んだ方にお伺いします>

【問13】「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	6. キーワード検索やハッシュタグ検索
2. テレビ番組表	7. デジタルサイネージ(電子看板)
3. Twitter(ツイッター)でのお知らせ	8. 交通機関の車内広告
4. 市ウェブサイト(ホームページ)	9. 偶然見た
5. テレビコマーシャル	10. その他()

→ 回答後、問14△

【問14】広報テレビ・ラジオ番組は、放送終了後にインターネット(YouTube(ユーチューブ)・radiko

(ラジコ))で配信しています。見逃し・聞き逃し配信はどのような場面で利用したいですか。

(していますか。)あてはまるものを全てお選びください。

(いくつでも〇印)

1. 放送を見逃し・聞き逃したとき	5. 家にテレビ・ラジオがない
2. 場所にとらわれずに視聴したいとき	6. テレビ・ラジオで視聴するため利用しない
3. 知人へ情報提供をしたいとき	7. 特に利用したくない
4. もう一度(くり返し)視聴したいとき	8. その他()

デジタルサイネージ（電子看板）について

【問15】 普段、デジタルサイネージ（電子看板）をどのような場所で見ますか。
あてはまるものを全てお選びください。

（いくつでも○印）

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

シティプロモーションについて

【問16】 映画やドラマ、テレビ番組などで、横浜が撮影地として使われることをどう思いますか。
1つだけお選びください。

（1つだけ○印）

- | | |
|-----------------|---------------------|
| 1. 好感を持っている | 4. 好感を持っていない |
| 2. まあまあ好感を持っている | 5. 撮影地になっていることを知らない |
| 3. あまり好感を持っていない | |

【問17】 横浜が撮影地となることに対して、どんなことを期待しますか。
あてはまるものを全てお選びください。

（いくつでも○印）

- | | |
|-----------------|----------|
| 1. 横浜の知名度向上 | 4. 経済的効果 |
| 2. 横浜への愛着・誇りの醸成 | 5. その他（ |
| 3. 観光・賑わいの活性化 | |

横浜市の広報について

【問18】 横浜市の事業で関心のあるテーマ、あるいは今後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 | 6. 産業・経済 | 11. 横浜の歴史 |
| 2. 観光・イベント | 7. スポーツ・文化 | 12. 戸籍・税・保険などの手続き |
| 3. 教育 | 8. まちづくり | 13. グルメ情報 |
| 4. 健康・医療 | 9. 福祉 | 14. その他（ |
| 5. 子育て・青少年 | 10. 防災・防犯 | 15. 特になし |

【問19】 次の広報媒体の中で、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. 市や区のウェブサイト（ホームページ） |
| 3. 市のLINE（ライン） |
| 4. 市や区のTwitter（ツイッター） |
| 5. 市や区のFacebook（フェイスブック） |
| 6. 市や区のInstagram（インスタグラム） |
| 7. 市のYouTube（ユーチューブ） |
| 8. 市のSmartNews（スマートニュース） |
| 9. 市や区のメールマガジン |
| 10. 広報テレビ番組「ハマナビ」 |
| 11. 広報ラジオ番組（「ヨコハママイチョイス!」、「ホッと横浜」、「パブリック・サービス・アナウンスメント」） |
| 12. 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） |
| 13. 回覧板 |
| 14. ポスター、掲示板 |
| 15. 一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト（ホームページ） |
| 16. 一般の雑誌・フリーペーパー |
| 17. 一般のソーシャルメディア（Twitter、Facebookなど） |
| 18. その他（ |
| 19. 特になし |

【問20】 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）	8. 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）
2. 市や区のウェブサイト（ホームページ）	9. 回覧板
3. 市や区のメールマガジン	10. ポスター、掲示板
4. 市や区のソーシャルメディア （LINE（ライン）、Twitter（ツイッター）、Facebook（フェイスブック）など）	11. 一般の新聞・テレビ・ラジオ・ ウェブサイト（ホームページ）
5. 広報テレビ番組	12. 一般の雑誌・フリーペーパー
6. 広報ラジオ番組	13. その他（)
7. 電車やバスなどの車内広告	14. 特になし

【問21】 横浜市の情報全般に関して、ご意見等ありましたらお書きください。

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

【F1】 あなたのお住いの区はどこですか。 (1つだけ○印)

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

【F2】 あなたの年齢を教えてください。 (1つだけ○印)

1. 18～29歳	3. 40～49歳	5. 60～69歳	7. 80歳以上
2. 30～39歳	4. 50～59歳	6. 70～79歳	

【F3】 あなたの職業等をお答えください。 (1つだけ○印)

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

【F4】 ご一緒に住んでいる世帯の人数（あなたを含む）をお答えください。 (1つだけ○印)

1. 1人	3. 3人	5. 5人以上
2. 2人	4. 4人	

【F5】 普段、情報を得るときにパソコンやスマートフォンなどの端末を使いますか。
最も使うものを1つお選びください。 (1つだけ○印)

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

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

横浜市の広報媒体

広報紙

広報よこはま

毎月1日発行。
市内の各世帯に配布。

市ウェブサイト(ホームページ)、
無料アプリ「カタログポケット」
でも閲覧できます。



インターネット

ウェブサイト (ホームページ)

日本語、外国語(英語、
中国語(簡体字)、ハングル)、
やさしい日本語



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

広報番組

ハマナビ (テレビ)



テレビ神奈川
毎週土曜日 18時～18時30分

行政情報、生活密着情報、観光・グルメ・イベント
情報などを紹介しています。

ヨコハママイチョイス! (ラジオ)

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。

ホッと横浜 (ラジオ)



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題などを紹介
しています。

パブリック・サービス・ アナウンスメント (ラジオ)



インターFM89.7
月～金曜日 6時12分～6時15分
(再放送:12時55分～12時58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)

ソーシャルメディア

LINE(ライン)

市や区からのお知らせやイベント情報を配信し
ています。メニューから粗大ごみの申込みなど
各種サービスが利用できます。

Twitter(ツイッター)

横浜市には、約50のアカウントがあります。
災害情報、市や区からのお知らせを発信して
います。

Facebook(フェイスブック)

横浜市には、約20のアカウントがあります。
市の魅力や事業を記事や写真で紹介しています。

Instagram(インスタグラム)

横浜市には、約20のアカウントがあります。
市の魅力や事業を写真や動画で紹介しています。

YouTube(ユーチューブ)

横浜の魅力や事業を動画で紹介しています。

SmartNews(スマートニュース)

横浜市チャンネルを通じて、市のお知らせや
イベント情報を配信しています。

横浜市ソーシャルメディア
一覧ページ



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

2. 市政情報入手媒体と区広報媒体の利用頻度

(1) 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】 (%)

	H25 年度	H27 年度	H29 年度	R2 年度	R5 年度
広報紙（広報よこはま）	71.6	73.0	70.1	66.7	70.7
市や区のウェブサイト（ホームページ）	17.1	18.4	15.9	19.8	21.0
市のLINE（ライン）	—	—	—	5.3	13.8
市や区のTwitter（ツイッター）	—	—	—	—	2.1
市や区のFacebook（フェイスブック）	—	—	—	—	0.5
市や区のInstagram（インスタグラム）	—	—	—	—	0.5
市のYouTube（ユーチューブ）	—	—	—	—	0.7
市のSmartNews（スマートニュース）	—	—	—	1.7	2.3
市や区のメールマガジン	1.1	1.0	0.8	0.6	1.0
広報テレビ番組「ハマナビ」	4.7	4.2	5.4	5.4	7.1
広報ラジオ番組（「ヨコハマ マイ チョイス!」、「ホッと横浜」、「パブリック・サービス・アナウンスメント」）	—	—	—	—	1.6
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）	—	—	—	—	17.1
回覧板	—	—	—	—	37.4
ポスター、掲示板	—	—	—	—	20.0
一般の新聞・テレビ・ラジオ・ウェブサイト（ホームページ）	—	—	—	—	18.3
一般の雑誌・フリーペーパー	—	—	—	—	3.7
一般のソーシャルメディア（Twitter、Facebook など）	—	—	—	—	3.4

《注記》 ・表中の“—”は回答項目として未設定

・広報ラジオ番組については、令和2年度調査、平成29年度調査は、「ホッと横浜」、「ようこそ横浜」、「横濱流儀～ハマスタイル～」、「ヨコハマ マイ チョイス!」、「パブリック・サービス・アナウンスメント」とそれぞれ個別の選択肢になっている。

(2) 各媒体の利用頻度

【問2】 「広報よこはま」

(%)

	H25 年度	H27 年度	H29 年度	R2 年度	R5 年度
毎月読む (A)	26.8	31.4	27.0	25.6	27.9
ほとんど毎月読む (B)	18.1	17.5	17.2	14.7	17.3
たまに読む (C)	27.4	24.8	25.0	26.0	24.5
ほとんど読まない (D)	12.4	11.2	12.4	11.6	12.9
読まない (E)	11.6	13.8	15.6	21.0	16.6
無回答	3.7	1.3	2.8	1.1	0.7
読む (A+B+C)	72.3	73.7	69.2	66.3	69.8
読まない (D+E)	24.0	25.0	28.0	32.7	29.5
無回答	3.7	1.3	2.8	1.1	0.7

【問9】市のウェブサイト（ホームページ）

（％）

	H25年度	H27年度	H29年度	R2年度	R5年度
日常的に利用している（A）	0.5	0.8	0.7	1.0	1.3
必要な情報を得たい時にだけ利用している（B）	30.8	40.6	41.4	47.6	57.5
ほとんど利用しない※（C）	18.0	—	—	—	—
利用したことがない（D）	46.2	56.9	55.1	49.0	37.6
無回答	4.4	1.7	2.8	2.4	3.6
利用している（A+B+C）	31.3	41.4	42.1	48.6	58.8
利用していない（D+E）	64.2	56.9	55.1	49.0	37.6
無回答	4.4	1.7	2.8	2.4	3.6

※「ほとんど利用しない」の選択肢はH27年度より削除

【問12】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）

（％）

	H25年度	H27年度	H29年度	R2年度	R5年度
毎週見ている（A）	0.6	0.4	0.6	0.7	1.1
月に2～3回ほど見ている（B）	4.6	4.2	1.0	1.2	1.8
月に1回ほど見ている※（C）	5.4	4.8	—	—	—
3か月～半年に1回ほど見ている※（D）	9.1	7.0	—	—	—
不定期だがたまに見ている※（E）	—	—	13.0	14.6	14.9
過去に見たことがあるが今は見えていない※（F）	—	—	7.6	9.4	8.6
見たことがない（G）	78.1	82.5	74.6	72.7	72.0
無回答	2.1	1.1	3.1	1.4	1.7
見ている（A+B+C+D+E）	19.8	16.4	14.7	16.5	17.7
見えていない（F+G）	78.1	82.5	82.2	82.1	80.5
無回答	2.1	1.1	3.1	1.4	1.7

※「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えていない」の選択肢はH29年度より追加