

## 資料5-2

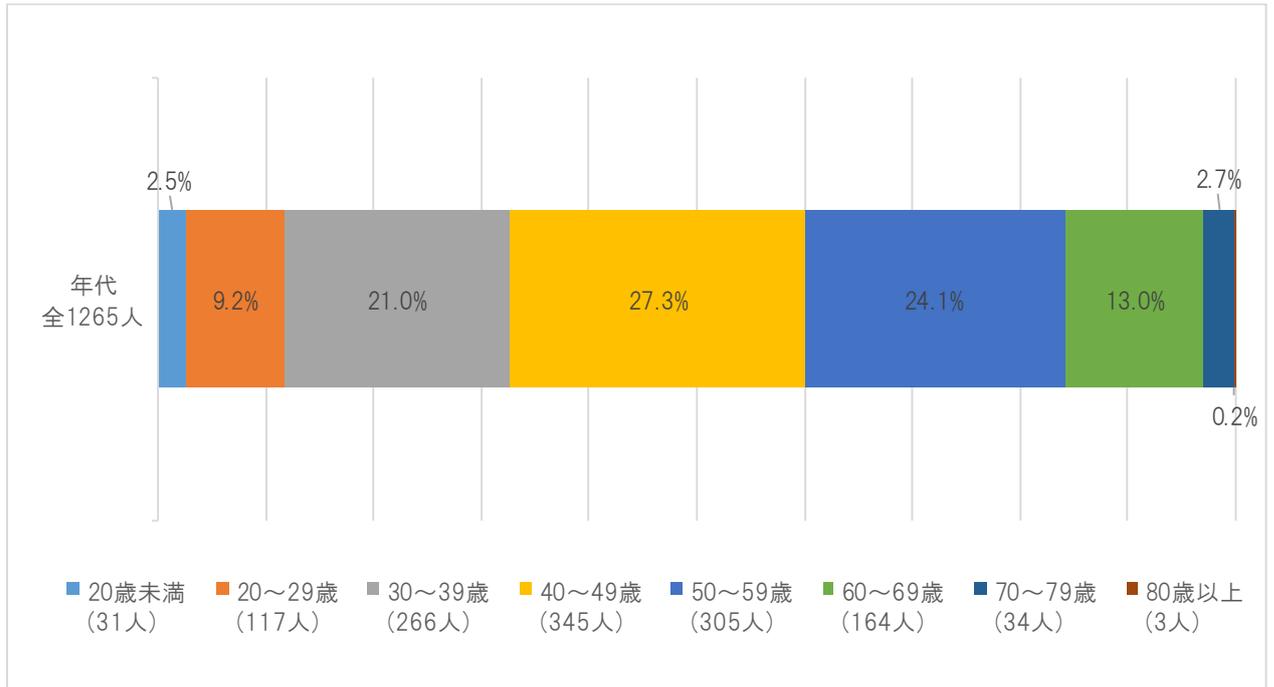
### SNS・市政情報に関するアンケート調査報告

#### 1 回答者プロフィール

【11】、【12】から抜粋

(1) 回答者数		<b>1,265人</b>
(2) 性別内訳	女性	902人 (71.3%)
	男性	341人 (27.0%)
	無回答	22人 (1.7%)

#### (3) 年代内訳



## 2 回答別分析

回答数，性別及び年代で比較する

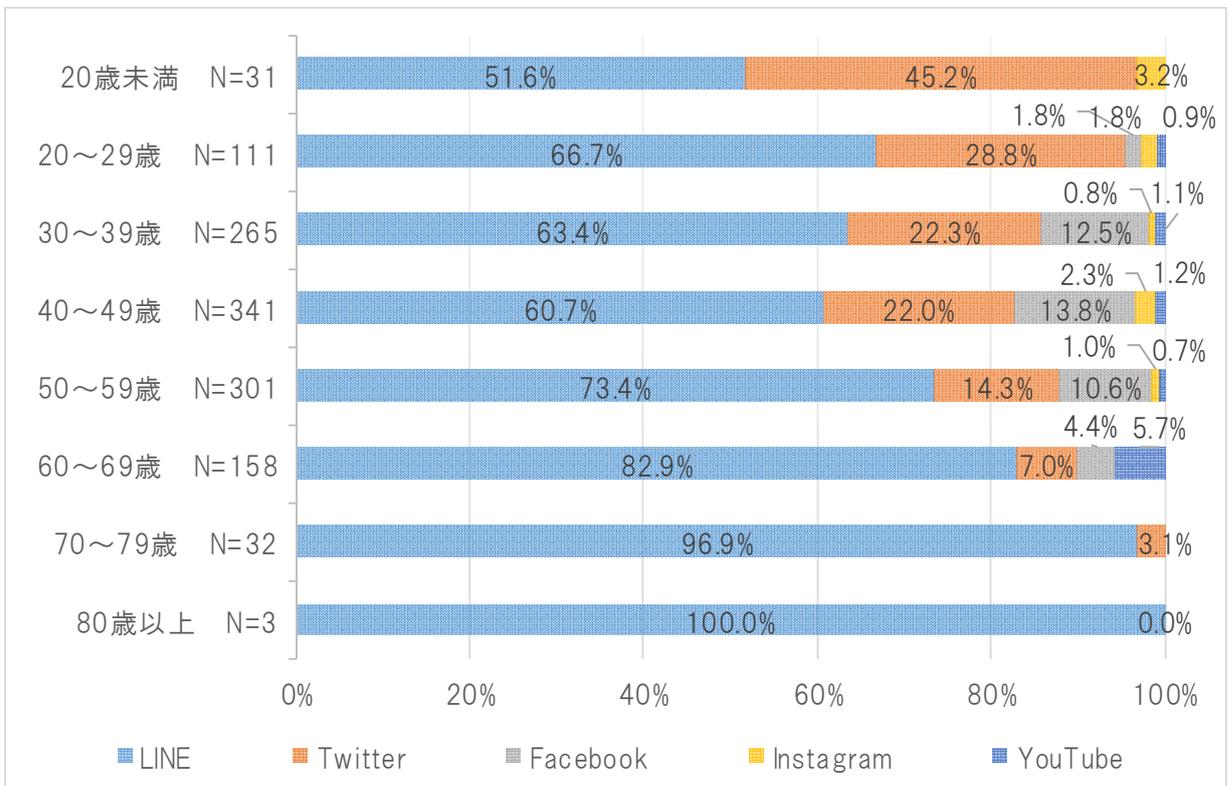
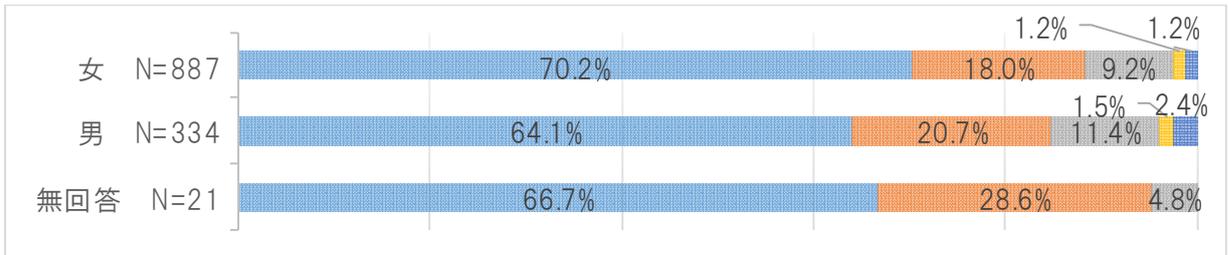
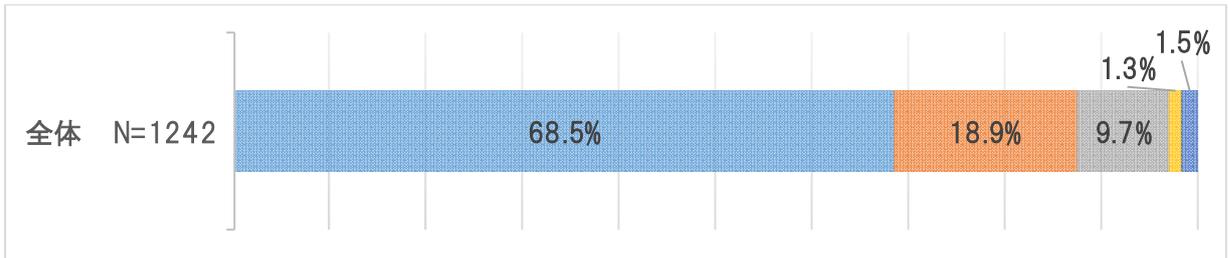
【1】 現在フォロー（友だち登録）している旭川市公式SNSを全てお選びください

		LINE	Twitter	Facebook	Instagram	YouTube	フォロー (友だち登録) していない
合計 N=1265		85.5%	25.6%	17.1%	7.7%	5.5%	1.8%
性別	女性 N=902	86.9%	23.5%	15.3%	6.9%	4.4%	1.7%
	男性 N=341	81.2%	30.2%	22.0%	10.6%	8.5%	2.1%
	無回答 N=22	95.5%	40.9%	13.6%	0.0%	4.5%	4.5%
年代	20歳未満 N=31	83.9%	48.4%	0.0%	12.9%	9.7%	0.0%
	20～29歳 N=117	77.8%	32.5%	10.3%	6.8%	4.3%	5.1%
	30～39歳 N=266	86.8%	32.0%	19.5%	6.0%	6.0%	0.4%
	40～49歳 N=345	82.0%	30.7%	22.9%	11.0%	5.5%	1.2%
	50～59歳 N=305	86.9%	20.3%	15.7%	7.2%	4.9%	1.3%
	60～69歳 N=164	92.1%	9.8%	13.4%	4.9%	6.7%	3.7%
	70～79歳 N=34	94.1%	5.9%	8.8%	5.9%	2.9%	5.9%
80歳以上 N=3	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	

○ 男女・年代問わずLINEを登録している割合が最も高く，8割～9割に達している。

○ 年代によって登録している媒体が変わり，年代が上がるごとにTwitterの登録の比率が低くなる傾向にある

【2】 旭川市の情報を得るために主に利用している旭川市公式SNSをお選びください



- 20歳未満は4割以上がTwitterを主な情報源としている
- LINEを情報源とする割合は全ての項目で5割を超えている

【3】旭川市公式SNSで、どのような情報を発信してほしいですか

		新型コロナウイルス感染症関連情報	ごみやリサイクルに関する情報	観光やイベントに関する情報	防犯や防災に関する情報	市政の動きに関する情報	財政状況や予算に関する情報	公民館などの公共施設に関する情報	地域活動や各種ボランティアに関する情報	生涯学習や文化・スポーツに関する情報	子育てや教育に関する情報	健康づくりや各種健診に関する情報	介護や福祉に関する情報	雇用や労働に関する情報	その他
<b>合計 N=1265</b>		83.3%	53.9%	51.9%	46.6%	34.6%	32.8%	30.0%	29.1%	26.4%	25.6%	24.6%	22.8%	16.4%	1.1%
性別	女性 N=902	86.8%	52.8%	55.0%	46.9%	36.5%	28.5%	34.0%	30.0%	25.2%	26.2%	26.1%	21.7%	14.5%	0.6%
	男性 N=341	74.2%	58.1%	42.5%	44.9%	28.7%	44.6%	19.1%	25.8%	29.6%	22.9%	19.9%	25.8%	21.4%	2.6%
	無回答 N=22	81.8%	36.4%	72.7%	59.1%	50.0%	27.3%	31.8%	40.9%	27.3%	45.5%	36.4%	22.7%	18.2%	0.0%
年代	20歳未満 N=31	80.6%	61.3%	22.6%	45.2%	51.6%	35.5%	32.3%	16.1%	32.3%	19.4%	6.5%	48.4%	22.6%	3.2%
	20～29歳 N=117	79.5%	45.3%	41.0%	47.9%	24.8%	29.1%	47.0%	28.2%	22.2%	28.2%	6.8%	16.2%	12.8%	0.0%
	30～39歳 N=266	82.0%	56.8%	51.1%	51.9%	36.8%	35.3%	56.4%	27.4%	25.2%	26.7%	18.4%	22.2%	22.6%	2.3%
	40～49歳 N=345	83.5%	55.9%	47.2%	48.7%	30.7%	35.1%	31.6%	26.4%	26.7%	27.8%	22.0%	21.4%	14.5%	1.4%
	50～59歳 N=305	85.2%	56.4%	60.3%	43.6%	30.8%	31.5%	13.8%	30.8%	23.6%	29.8%	33.8%	22.3%	16.7%	0.7%
	60～69歳 N=164	84.8%	50.0%	58.5%	36.6%	48.2%	26.8%	7.9%	36.0%	34.8%	15.2%	35.4%	29.3%	11.0%	0.0%
	70～79歳 N=34	85.3%	32.4%	61.8%	52.9%	44.1%	38.2%	0.0%	35.3%	26.5%	5.9%	38.2%	17.6%	17.6%	0.0%
	80歳以上 N=3	66.7%	33.3%	66.7%	66.7%	33.3%	66.7%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%

○ 新型コロナウイルスに関する情報を求める声が全ての年代・性別問わず7割を超えている。

○ 年代や性別に大きな偏りはなく、コロナ関連情報以外であれば「ごみやリサイクルに関する情報」、「観光やイベントに関する情報」に回答が集中しており、現在提供しているサービスや今まで掲載してきた情報とも同様である。

【5】あなたの知っている市の広報(情報)媒体を全てお選びください

		こうほう 旭川市民 あさひばし	家庭ごみ 分別収集 カレンダー	旭川市洪水 ハザード マップ	旭川市 暮らしの 便利帳	旭川市子育 てガイドブ ック	いきいき 長寿	障がい者 福祉の手引	知らない
合計 N=1265		97.5%	88.6%	65.3%	54.0%	33.6%	14.5%	13.6%	0.7%
性別	女性 N=902	97.7%	92.4%	65.9%	57.6%	37.5%	15.4%	14.1%	0.3%
	男性 N=341	97.4%	78.6%	64.5%	45.2%	24.3%	12.9%	12.0%	1.8%
	無回答 N=22	95.5%	90.9%	54.5%	40.9%	18.2%	4.5%	18.2%	0.0%
年代	20歳未満 N=31	90.3%	67.7%	41.9%	19.4%	9.7%	0.0%	0.0%	3.2%
	20～29歳 N=117	89.7%	84.6%	48.7%	41.0%	38.5%	3.4%	7.7%	2.6%
	30～39歳 N=266	97.4%	90.2%	62.4%	50.8%	50.0%	9.0%	12.4%	0.8%
	40～49歳 N=345	99.1%	87.8%	67.2%	60.0%	44.1%	16.2%	16.8%	0.0%
	50～59歳 N=305	98.7%	91.8%	71.1%	61.6%	23.3%	21.3%	15.1%	0.3%
	60～69歳 N=164	98.8%	87.2%	67.1%	47.6%	9.8%	13.4%	13.4%	1.2%
	70～79歳 N=34	100.0%	94.1%	85.3%	55.9%	14.7%	38.2%	11.8%	0.0%
	80歳以上 N=3	100.0%	100.0%	66.7%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

- 年代・性別の偏り無く、「あさひばし」の認知度が約9割以上と高く、市民に定着していることが分かる。
- 20歳代～40歳代のいわゆる「子育て世代」は、「旭川市子育てガイドブック」が、70代以上の高齢者には「いきいき長寿」の認知度が高く、各年代において必要な広報媒体の周知がされているといえる

【6】 利用したことのある市の広報(情報)媒体を全てお選びください

		こうほう 旭川市民 あさひばし	家庭ごみ 分別収集 カレンダー	旭川市洪水 ハザード マップ	旭川市 暮らしの 便利帳	旭川市子育 てガイドブ ック	障がい者 福祉の手引	いきいき 長寿	利用したこ とがない
合計 N=1256		85.9%	83.8%	33.8%	29.9%	19.6%	9.2%	8.7%	4.2%
性別	女性 N=899	86.7%	87.4%	30.5%	30.7%	22.9%	9.8%	9.3%	2.9%
	男性 N=335	85.1%	74.0%	42.1%	29.6%	11.3%	7.5%	7.5%	8.1%
	無回答 N=22	68.2%	86.4%	40.9%	0.0%	9.1%	13.6%	0.0%	0.0%
年代	20歳未満 N=30	70.0%	60.0%	16.7%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%
	20～29歳 N=114	71.9%	81.6%	25.4%	18.4%	21.9%	6.1%	1.8%	4.4%
	30～39歳 N=264	82.6%	84.1%	34.5%	27.7%	37.5%	7.2%	4.2%	3.4%
	40～49歳 N=345	88.7%	82.9%	33.9%	32.2%	25.5%	9.6%	8.7%	3.8%
	50～59歳 N=304	87.2%	85.9%	36.2%	34.9%	9.5%	11.8%	13.2%	4.9%
	60～69歳 N=162	93.8%	87.0%	35.2%	29.0%	2.5%	12.3%	9.3%	2.5%
	70～79歳 N=34	94.1%	85.3%	44.1%	38.2%	2.9%	2.9%	32.4%	2.9%
	80歳以上 N=3	100.0%	100.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

○ 年代・性別関係なく、「あさひばし」と「家庭ごみ分別収集カレンダー」に集中している。特に「家庭ごみ分別収集カレンダー」はLINEとも連携されており、生活に密接していると考えられる。

【7】 市政情報やくらしの情報を主にどのように収集していますか

		こうほう 旭川市民 あさひば し	旭川市 ホーム ページ	旭川市 公式 SNS	新聞	フリー ペーパー	旭川市の 広報番組 (テレビ及 びラジ オ)	旭川市以 外のホー ムペー ジ、SNS 等	旭川市 暮らしの 便利帳	旭川市の 広報番組 以外の テレビ及 びラジオ	その他
合計 N=1265		83.3%	53.9%	51.9%	46.6%	34.6%	32.8%	30.0%	29.1%	26.4%	25.6%
性別	女性 N=902	86.8%	52.8%	55.0%	46.9%	36.5%	28.5%	34.0%	30.0%	25.2%	26.2%
	男性 N=341	74.2%	58.1%	42.5%	44.9%	28.7%	44.6%	19.1%	25.8%	29.6%	22.9%
	無回答 N=22	81.8%	36.4%	72.7%	59.1%	50.0%	27.3%	31.8%	40.9%	27.3%	45.5%
年代	20歳未満 N=31	80.6%	61.3%	22.6%	45.2%	51.6%	35.5%	32.3%	16.1%	32.3%	19.4%
	20～29歳 N=117	79.5%	45.3%	41.0%	47.9%	24.8%	29.1%	47.0%	28.2%	22.2%	28.2%
	30～39歳 N=266	82.0%	56.8%	51.1%	51.9%	36.8%	35.3%	56.4%	27.4%	25.2%	26.7%
	40～49歳 N=345	83.5%	55.9%	47.2%	48.7%	30.7%	35.1%	31.6%	26.4%	26.7%	27.8%
	50～59歳 N=305	85.2%	56.4%	60.3%	43.6%	30.8%	31.5%	13.8%	30.8%	23.6%	29.8%
	60～69歳 N=164	84.8%	50.0%	58.5%	36.6%	48.2%	26.8%	7.9%	36.0%	34.8%	15.2%
	70～79歳 N=34	85.3%	32.4%	61.8%	52.9%	44.1%	38.2%	0.0%	35.3%	26.5%	5.9%
	80歳以上 N=3	66.7%	33.3%	66.7%	66.7%	33.3%	66.7%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%

- SNS とホームページを比べると、50代以上はホームページよりも SNS が高く、40代以下はホームページの方が高い傾向にある。
- 特に 20～30代が旭川市ホームページ以外のホームページから情報収集を行っているのは、旭川市ホームページよりも閲覧のしやすさや操作性が優れているニュースアプリ等から情報を得ているものと予想できる。

【9】 あなたの知っている市の広聴媒体を全てお選びください

		市長への手紙	市民の声 受付箱	市政モニター 制度	まちづくり 電子提案箱	知らない
合計 N=1265		54.0%	16.5%	12.8%	8.1%	43.1%
性別	女性 N=902	55.5%	15.4%	10.5%	5.8%	42.1%
	男性 N=341	51.0%	19.6%	19.6%	14.1%	44.9%
	無回答 N=22	36.4%	13.6%	0.0%	13.6%	54.5%
年代	20歳未満 N=31	35.5%	9.7%	9.7%	3.2%	61.3%
	20～29歳 N=117	28.2%	11.1%	5.1%	5.1%	69.2%
	30～39歳 N=266	48.9%	11.3%	9.8%	7.9%	49.2%
	40～49歳 N=345	58.3%	15.9%	14.5%	9.6%	40.0%
	50～59歳 N=305	58.0%	18.4%	12.5%	7.2%	38.0%
	60～69歳 N=164	64.6%	25.0%	17.7%	10.4%	30.5%
	70～79歳 N=34	70.6%	29.4%	29.4%	8.8%	26.5%
	80歳以上 N=3	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%

- 「市長への手紙」の認知度が年代・性別問わず最も高い
- 年代が上がるにつれ、他の媒体の認知度も上がっている

【10】 利用したことのある市の広聴媒体を全てお選びください

		市長への手紙	市民の声 受付箱	市政モニター 制度	電子提案箱	利用したことが ない
合計 N=720		8.3%	2.2%	2.1%	1.8%	88.5%
性別	女性 N=522	7.3%	2.3%	1.5%	1.7%	90.0%
	男性 N=188	11.2%	1.1%	3.7%	2.1%	85.1%
	無回答 N=10	10.0%	20.0%	0.0%	0.0%	70.0%
年代	20歳未満 N=12	25.0%	0.0%	8.3%	16.7%	58.3%
	20～29歳 N=36	11.1%	2.8%	2.8%	8.3%	80.6%
	30～39歳 N=135	5.2%	2.2%	1.5%	2.2%	90.4%
	40～49歳 N=207	8.7%	1.9%	1.0%	0.0%	89.4%
	50～59歳 N=189	7.4%	2.1%	2.1%	0.5%	89.9%
	60～69歳 N=114	7.9%	3.5%	3.5%	3.5%	89.5%
	70～79歳 N=25	20.0%	0.0%	4.0%	0.0%	80.0%
	80歳以上 N=2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

- 年代が上がるにつれて広聴媒体の利用率が高まっている。
- 性別での偏りはほぼない

【11】、【12】はP2のとおり

【13】あなたの居住地

		旭川市	旭川市近郊 (鷹栖町, 東神楽町, 当麻町, 比布町, 愛別町, 上川町, 東川町, 美瑛町)	その他の 北海道内	北海道以外の 都府県	国外
<b>合計 N=1265</b>		96.8%	1.4%	0.7%	1.0%	0.0%
性別	女性 N=902	97.5%	1.0%	0.7%	0.9%	0.0%
	男性 N=341	95.3%	2.6%	0.6%	1.5%	0.0%
	無回答 N=22	95.5%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%
年代	20歳未満 N=31	90.3%	9.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	20～29歳 N=117	94.9%	3.4%	0.9%	0.9%	0.0%
	30～39歳 N=266	97.0%	1.5%	0.8%	0.8%	0.0%
	40～49歳 N=345	96.5%	1.2%	1.2%	1.2%	0.0%
	50～59歳 N=305	98.0%	0.7%	0.0%	1.3%	0.0%
	60～69歳 N=164	97.0%	0.6%	1.2%	1.2%	0.0%
	70～79歳 N=34	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	80歳以上 N=3	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

### 3 各質問の重複について

(1) 現在フォロー（友だち登録）している旭川市公式SNS

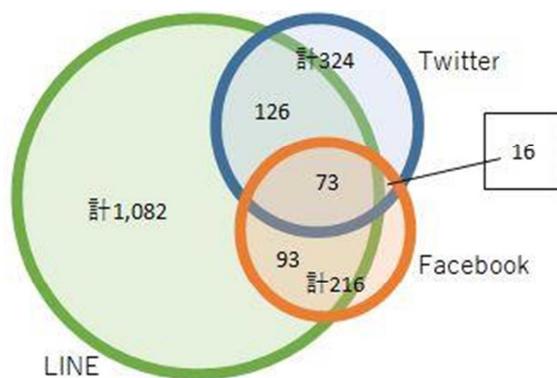
すべて選択 (5個)	4個選択	3個選択	2個選択	1個選択
16人	29人	68人	199人	810人

※重複者全員がLINEを登録していた。

(1)-2 1個選択者の内訳

LINE	Twitter	Facebook	Instagram	YouTube
89.5% (725人)	7.4% (60人)	3.0% (24人)	0.1% (1人)	0.0% (0人)

(2) 重複者数分析



媒体	登録者	回答数	回答比	重複数	重複率
LINE	9,814	1,082	67%	292	27%
Twitter	7,456	324	20%	215	84.3%
Facebook	9,411	216	13%	182	66.4%

(2) 実質の登録者の推計

今回のアンケート調査では、LINE からとされる回答が半数以上を占めており、LINEの結果を軸に実数値を推計した。

媒体	登録者	重複率	重複数	重複人数	単独登録 (登録者 - 重複数)
LINE	9,814	27%	2,649.8	3,034.5	7,164.2
Twitter	7,456	29%	2,162.2		5,293.8
Facebook	9,411	20%	1,882.2		7,528.8

○ 表中「単独登録者」の合計から「重複人数」を足した人数が、**実質の登録者**となる。 $7,164.2+5,293.8+7,525.8+3,034.5=23,018.3$ 人

#### 4 アンケート投稿記事の閲覧数とリンククリック数

媒体	LINE		Twitter		Facebook	
	メッセージ	タイムライン	1 回目	2 回目	1 回目	2 回目
登録者数	9,156		7,456		9,411	
投稿閲覧数※1	6,502	629	9,152	8,228	3,085	2,859
投稿閲覧率 (閲覧数/登録者)	71.0%	6.9%	122.4%	110.4%	32.8%	30.4%
リンククリック数※2	1,469	84	164	93	51	31
リンククリック率 (クリック数/登録者)	22.6%	0.9%	2.2%	1.2%	0.5%	0.3%

※1 今回のアンケート調査に関する投稿記事の閲覧数

※2 アンケート調査の回答フォームを開いた件数

##### (1) 考察

各 SNS の特性によって、投稿閲覧数やリンククリック数に差が出ている。

また、Twitter、Facebook のリンククリック数が少ない要因として、アカウント開設から 6 年以上経過しており(LINE は開設から約 2 年)、休眠状態の登録者が LINE よりも多く、投稿自体を知られていない可能性がある。

##### (2) 各 SNS の特徴

###### ① LINE

- ・個別にメッセージを送ることができるため、情報伝達の確実性が高い。
- ・登録者に世代の偏りが少ない。

###### ② Twitter

- ・個別にメッセージを送ることができず、投稿を読み飛ばされることが多い。
- ・リツイート（シェア機能）による拡散性が高く、登録者以上に閲覧されることがある。
- ・年代が上がる毎に登録者の割合が少なく、1 つの記事を投稿するのに 140 文字の制限がある。
- ・緊急性の高い災害情報やイベントなど、閲覧者に関心のある情報は、拡散が期待でき、登録者以外の Twitter 利用者に周知することができる。

###### ③ Facebook

- ・個別にメッセージを送ることができず、投稿を読み飛ばされることが多い。
- ・アカウント登録者の数が公式 SNS アカウントの中では最多であるが、20 代以下の登録者の割合が少ない。

- ・ Twitter のように文字数制限がないことから、1つの記事を丁寧に掲載できる。
- ・ Twitter ほど情報の流動性が高くなく、登録者の年齢層からも、生活情報や地域のイベントなど、市民の生活に密着した情報も広く発信することで、よりきめ細やかな情報提供が可能。

## 5 各 SNS の課題と今後の展望

現状の、各 SNS に同様の情報を掲載する方式でなく、特徴とニーズに合わせた情報発信が必要である。

### (1) LINE

#### ① 課題

現在利用中の「無料プラン」は、1か月1通の投稿が上限である。新型コロナウイルス感染症に関する情報や災害情報、大規模イベントの周知など登録者全員を対象とした発信が、多数ある場合を想定すると、現状のプランは不十分である。

#### ② 今後

全市民が対象となりうる情報の発信や、意見収集等を基本として運用する。予算の獲得と有料プランへのアップデートをし、サービス向上を目指す。(広告収入などの手法を講じ、自主財源を確保する)

### (2) Twitter

#### ① 課題

140字の文字数制限があるため、用言方法に工夫を要する場合がある。誤解を生む表現が拡散してしまうと、いわゆる「炎上」の原因となってしまう、他のSNSよりも拡散しやすいサービスであることから掲載の可否や表現方法について、慎重に対応する必要がある。

リアルタイムに大量の投稿がされているため、閲覧者の気を引く投稿でなければ埋もれてしまう。

#### ② 今後

イベントやセミナーの周知方法を工夫し、リアルタイムで更新される大量のツイートから目立たせることで拡散を促し、登録者以外にも情報を届けることが有効な活用といえる。気を引く画像や公用語を使わず親近感を持たせる等の工夫を検討する。

### (3) Facebook

#### ① 課題

登録者の高齢化、若年層が少ないことから、これから登録者が急増する可能性が低い。

#### ② 今後

現状維持をしながら、丁寧な情報発信に努める。