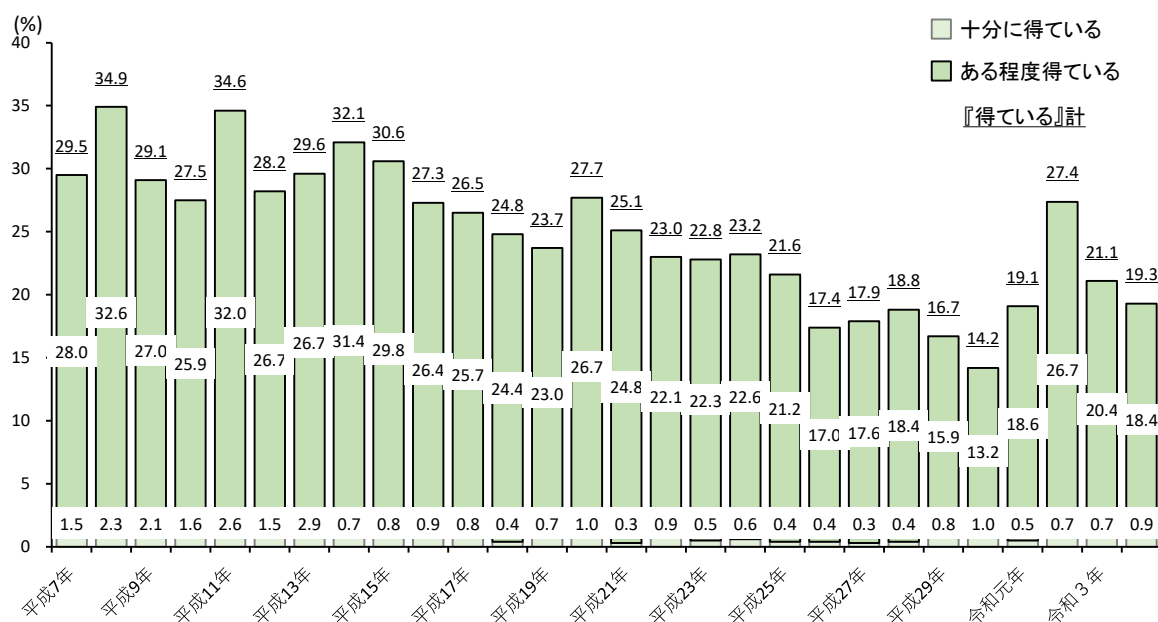
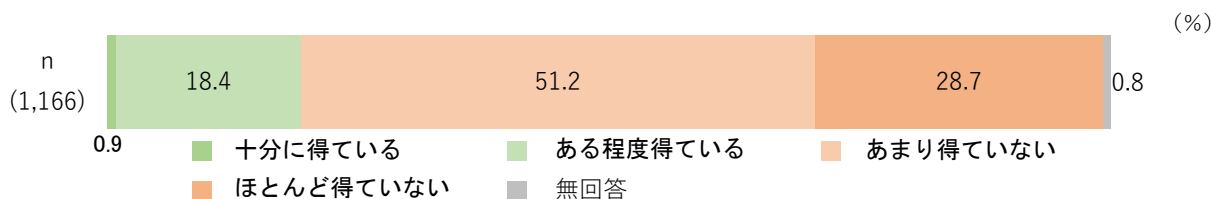


令和4年度広報広聴活動に関する調査結果のポイント

1 都政情報の充足状況・入手媒体

Q1 都政情報の充足状況

日頃、東京都が行っている事業や施策について、どの程度情報を得ているか聞いた。（全体/単一回答）



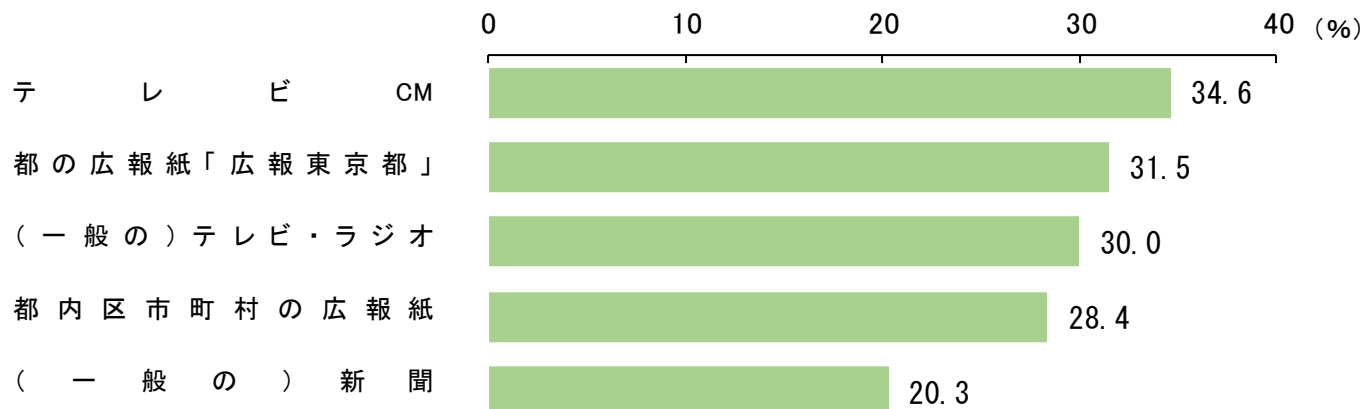
- ✓ 「十分に得ている」 (0.9%) と 「ある程度得ている」 (18.4%) を合わせた『得ている』計が19.3%
- ✓ 令和2年度に3割近くに達したが、以降2年は減少。

1 都政情報の充足状況・入手媒体

Q3 都政情報の入手経路

東京都が行っている事業や施策について、現在何から情報を得ているか聞いた（全体/複数回答）

<全体・上位5項目>



<性年代別・各年代上位3項目>

性別	年齢	人数	広報東京都	都内区市町村の広報紙	テレビCM	(一般の)新聞	(一般の)雑誌	(一般の)テレビ・ラジオ	(一般の)インターネット	(一般の)SNS
男性計		(524)	34.4	29.2	33.2	23.5	1.9	30.0	20.4	9.7
	18～29歳	(56)	3.6	12.5	35.7	5.4	1.8	25.0	23.2	21.4
	30～39歳	(76)	11.8	18.4	38.2	10.5	1.3	34.2	27.6	18.4
	40～49歳	(86)	22.1	22.1	31.4	16.3	-	32.6	25.6	12.8
	50～59歳	(90)	36.7	31.1	32.2	22.2	1.1	24.4	24.4	5.6
	60歳以上	(216)	54.2	39.4	31.9	36.1	3.2	31.0	13.4	4.2
女性計		(576)	30.2	29.5	36.8	18.9	1.4	31.6	14.6	8.3
	18～29歳	(61)	8.2	16.4	41.0	11.5	1.6	27.9	16.4	26.2
	30～39歳	(98)	9.2	17.3	31.6	4.1	-	24.5	19.4	15.3
	40～49歳	(114)	20.2	35.1	36.8	10.5	0.9	32.5	20.2	9.6
	50～59歳	(111)	31.5	31.5	36.0	18.9	1.8	28.8	20.7	5.4
	60歳以上	(190)	53.2	35.8	38.9	33.7	2.1	37.9	4.7	-

- ✓ 全体では「テレビCM」（34.6%）が最も多く、「広報東京都」（31.5%）、「（一般の）テレビ・ラジオ」（30.0%）と続く。
- ✓ 性年代別に見ても、全体的に「テレビCM」や「（一般の）テレビ・ラジオ」の割合が高く、年代が高くなるに従って「広報東京都」の割合が高くなっている。

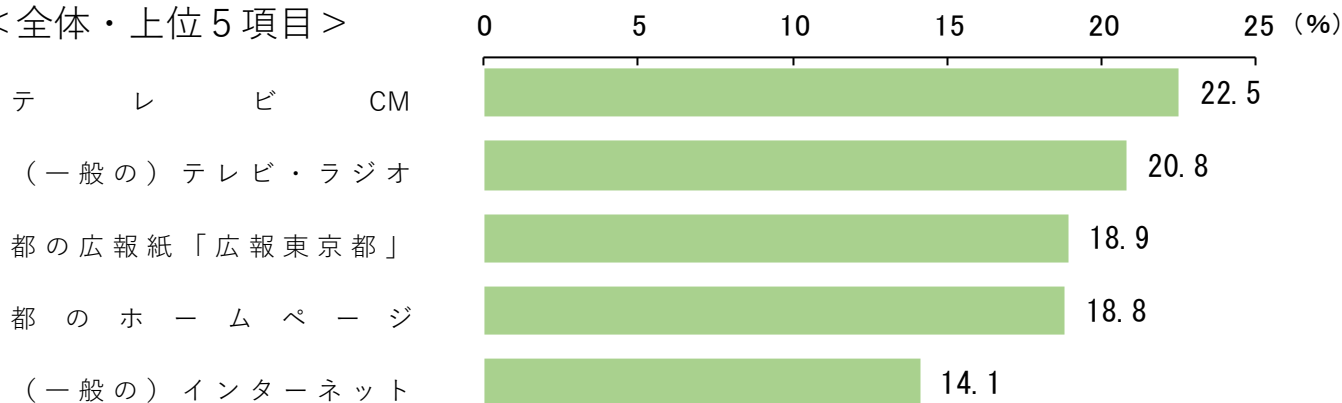
令和4年度広報広聴活動に関する調査結果のポイント

1 都政情報の充足状況・入手媒体

Q3 今後力を入れて欲しい広報媒体

東京都が広報活動を行っていくうえで、力を入れて欲しいと思う媒体・手段を聞いた（全体/複数回答）

<全体・上位5項目>



<性年代別・各年代上位3項目>

		各年代上位3項目											
		広報東京都	Web版「広報東京都」	都のホームページ	My TOKYO	都・関連団体のTwitter	都・関連団体のInstagram	テレビCM	交通広告	(一般の)新聞	(一般の)テレビ・ラジオ	(一般の)インターネット	(一般の)SNS
男性計	(524)	21.0	11.3	20.8	11.5	10.1	4.2	21.6	11.3	15.8	20.8	15.6	9.7
18～29歳	(56)	5.4	5.4	14.3	7.1	25.0	8.9	16.1	17.9	1.8	7.1	17.9	23.2
30～39歳	(76)	5.3	5.3	18.4	14.5	11.8	10.5	21.1	14.5	3.9	19.7	19.7	19.7
40～49歳	(86)	17.4	16.3	27.9	18.6	15.1	4.7	23.3	11.6	8.1	20.9	23.3	10.5
50～59歳	(90)	17.8	23.3	24.4	16.7	11.1	4.4	23.3	16.7	14.4	20.0	13.3	8.9
60歳以上	(216)	33.3	7.9	19.0	6.5	3.2	0.5	21.8	6.0	27.3	25.0	11.6	2.8
女性計	(576)	18.6	6.1	17.7	11.1	10.6	7.8	24.8	9.5	11.5	21.2	12.5	8.5
18～29歳	(61)	4.9	13.1	19.7	19.7	19.7	14.8	19.7	14.8	8.2	16.4	18.0	24.6
30～39歳	(98)	9.2	7.1	12.2	14.3	25.5	20.4	18.4	12.2	3.1	12.2	15.3	20.4
40～49歳	(114)	13.2	5.3	21.1	16.7	12.3	7.0	25.4	12.3	7.9	18.4	13.2	5.3
50～59歳	(111)	20.7	5.4	26.1	10.8	7.2	4.5	24.3	9.0	9.9	17.1	17.1	5.4
60歳以上	(190)	29.5	4.2	13.2	3.7	1.1	1.6	30.0	5.3	20.0	31.6	6.3	1.1

- ✓ 全体では「テレビCM」(22.5%)が最も多く、「(一般の)テレビ・ラジオ」(20.8%)、「広報東京都」(18.9%)と続く。
- ✓ 性年代別に見ると、18～39歳では「都・関連団体のTwitter・Instagram」や「(一般の)インターネット・SNS」等のデジタル媒体の割合が高く、おおむね年代が高くなるに従って、「広報東京都」や「テレビCM」等の割合が高くなる傾向がある。

1 都政情報の充足状況・入手媒体

Q5 分かりやすいと思う広報媒体

分かりやすいと思う東京都の広報媒体を聞いた（全体/複数回答）

<全体・上位5項目>



<性年代別・各年代上位3項目(「特にない」を除く)>

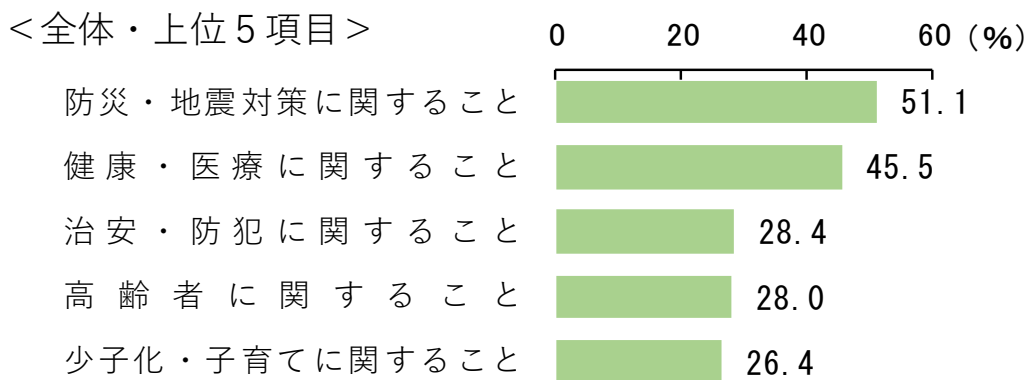
性別	年齢	人数	広報東京都	都提供のテレビ番組	都のホームページ	都のTwitter	テレビCM	インターネット上でのバナー広告	新聞・雑誌広告	交通広告
男性計		(524)	36.5	13.9	19.7	5.7	27.1	6.1	18.7	14.7
	18～29歳	(56)	7.1	1.8	14.3	14.3	19.6	16.1	5.4	19.6
	30～39歳	(76)	10.5	6.6	15.8	7.9	22.4	9.2	3.9	23.7
	40～49歳	(86)	24.4	4.7	22.1	8.1	24.4	5.8	5.8	12.8
	50～59歳	(90)	34.4	8.9	15.6	4.4	28.9	7.8	15.6	13.3
	60歳以上	(216)	58.8	25.5	23.1	2.3	31.0	1.9	33.8	11.6
女性計		(576)	33.7	17.7	15.8	6.4	33.2	5.2	13.4	12.8
	18～29歳	(61)	8.2	4.9	11.5	18.0	29.5	6.6	4.9	19.7
	30～39歳	(98)	14.3	7.1	18.4	13.3	20.4	5.1	-	5.1
	40～49歳	(114)	28.1	7.9	18.4	5.3	32.5	7.0	2.6	10.5
	50～59歳	(111)	32.4	8.1	20.7	5.4	31.5	9.0	14.4	17.1
	60歳以上	(190)	55.8	38.9	11.1	0.5	42.6	1.6	28.4	13.7

- ✓ 全体では「広報東京都」(34.2%)が最も多く、「テレビCM」(29.5%)「都のホームページ」(17.0%)と続く。
- ✓ 性年代別に見ると、全年代で「テレビCM」の割合が高く、年代が高くなるに従って、「広報東京都」の割合が高くなる傾向がある。18～29歳では、他の年代に比べ、「都のTwitter」や「インターネット上でのバナー広告」等デジタル媒体の割合が高い。

1 都政情報の充足状況・入手媒体

Q4 今後力を入れてほしいと思う情報

東京都が広報活動を行っていく上で、力を入れてほしいと思う情報を聞いた。（全体/複数回答）



<性年代別・各年代上位3項目>

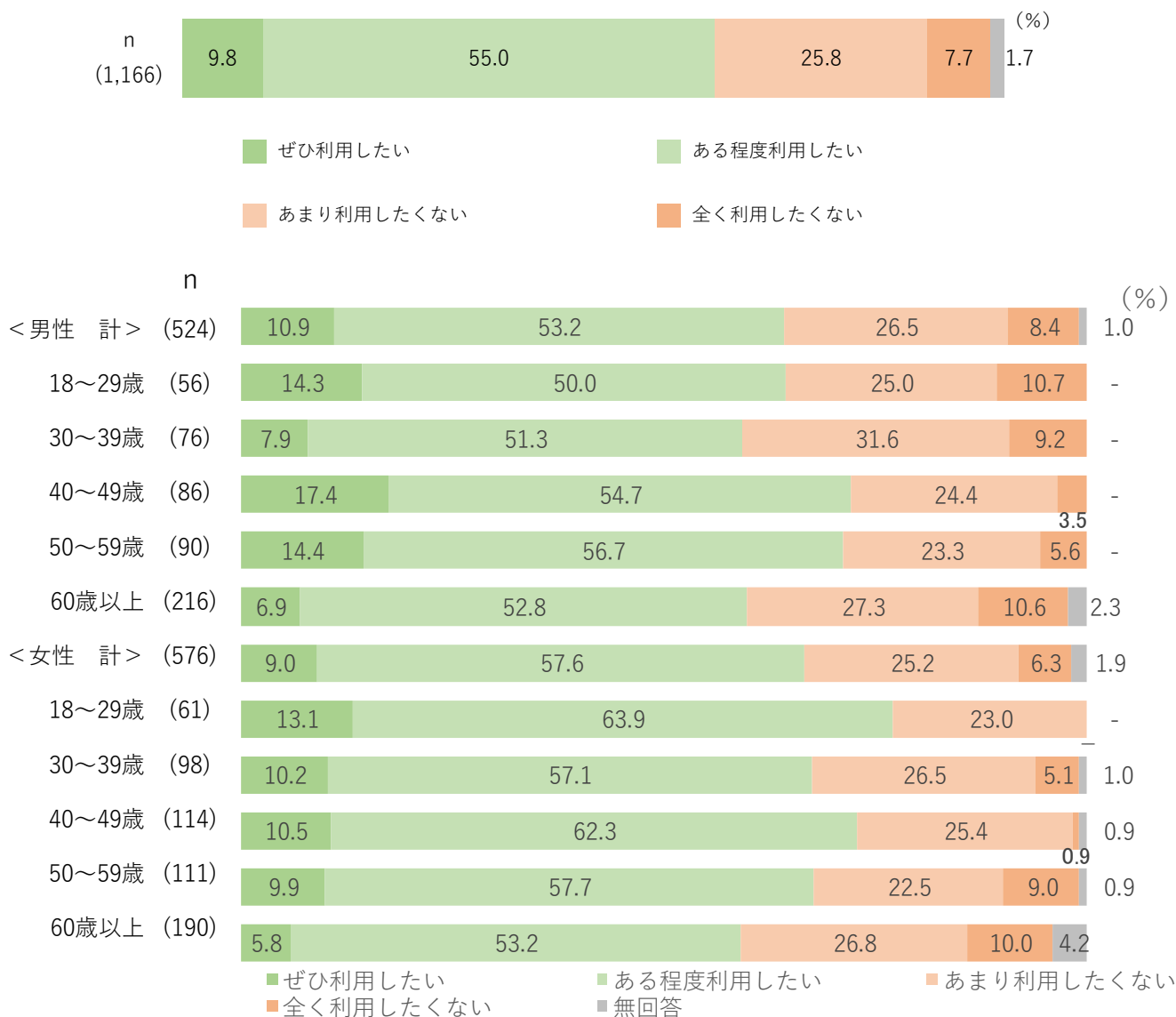
		防災・地震対策に関すること	治安・防犯に関すること	消費生活に関すること	健康・医療に関すること	少子化・子育てに関すること	高齢者に関すること	学校・教育に関すること	労働に関すること
男性計	(524)	51.9	29.2	23.9	42.9	22.3	29.4	19.8	18.1
18～29歳	(56)	25.0	16.1	25.0	33.9	26.8	8.9	32.1	30.4
30～39歳	(76)	39.5	21.1	31.6	31.6	46.1	9.2	28.9	22.4
40～49歳	(86)	51.2	34.9	25.6	44.2	34.9	12.8	37.2	20.9
50～59歳	(90)	62.2	41.1	23.3	47.8	16.7	31.1	14.4	18.9
60歳以上	(216)	59.3	28.2	20.4	46.8	10.2	47.7	8.8	12.0
女性計	(576)	51.9	29.3	26.0	49.7	30.6	28.0	23.6	18.4
18～29歳	(61)	54.1	26.2	26.2	42.6	55.7	9.8	24.6	31.1
30～39歳	(98)	41.8	28.6	24.5	43.9	61.2	12.2	35.7	22.4
40～49歳	(114)	53.5	31.6	28.1	55.3	37.7	23.7	43.0	21.9
50～59歳	(111)	46.8	27.9	24.3	54.1	13.5	24.3	13.5	18.9
60歳以上	(190)	58.9	30.0	26.3	48.9	12.6	46.8	11.6	10.0

- ✓ 全体では「防災・地震対策に関すること」（51.1%）が最も多く、「健康・医療に関すること」（45.5%）、「治安・防犯に関すること」（28.4%）と続く
- ✓ 性年代別に見ると、全年代で「健康・医療に関すること」の割合が高く、30～39歳男性、18歳～29歳女性では「少子化・子育てに関すること」が最も割合が高い。

1 都政情報の充足状況・入手媒体

Q2 「My TOKYO」の利用意向

東京都が公開した、各自が設定した興味関心や状況に合わせておすすめ情報を表示するポータルサイト「My TOKYO」シンプル版について、利用したいと思うかを聞いた。（全体/単一回答）

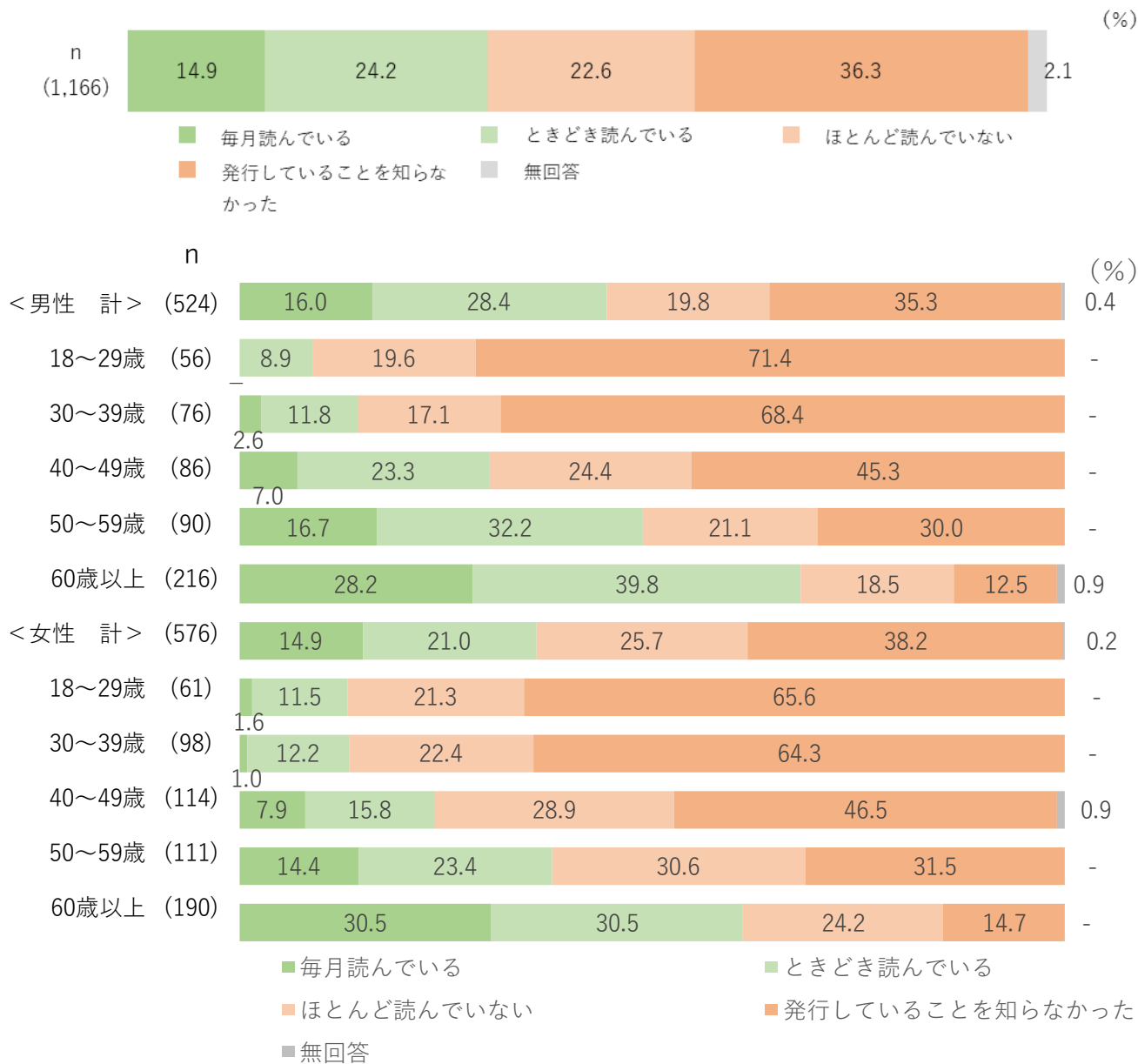


- ✓ 「ぜひ利用したい」（9.8%）と「ある程度利用したい」（55.0%）を合わせた『利用したい』計が64.8%で半数以上
- ✓ 性・年代別で見ると、『利用したい』計は、すべての性・年代で半数以上。最も多いのは女性18~29歳(77.0%)で、以下、女性40~49歳(72.8%)、男性40~49歳(72.1%)、男性50~59歳(71.1%)と続いている。

2 「広報東京都」の閲読状況・紙面の印象

Q7 「広報東京都」の閲読状況

東京都で毎月1回発行している広報紙「広報東京都」について、普段、どの程度読んでいるか聞いた。（全体/単一回答）

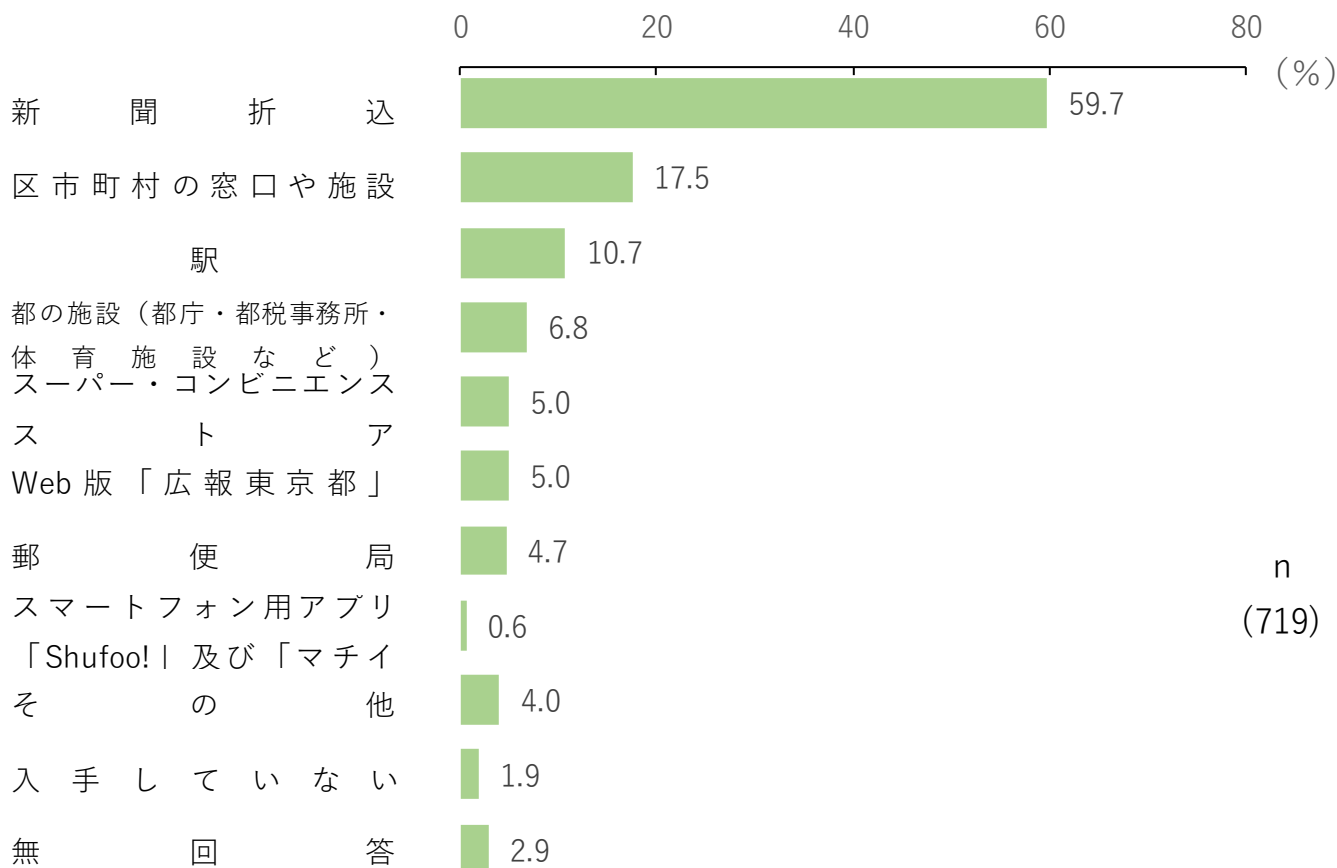


- ✓ 「毎月読んでいる」（14.9%）と「ときどき読んでいる」（24.2%）を合わせた『読んでいる』計が39.1%となっている。
- ✓ 性・年代別で見ると、男女ともに年代が高くなるに従って『読んでいる』計の割合が高くなる傾向にあり、男性60歳以上では68.0%、女性60歳以上では61.0%となっている。
- ✓ 男女ともに、30代以下では、「発行していることを知らなかった」が6割～7割を占めている。

2 「広報東京都」の閲読状況・紙面の印象

Q8 「広報東京都」の入手方法

Q7で「毎月読んでいる」「ときどき読んでいる」「ほとんど読んでいない」と回答した方に、どのように「広報東京都」を入手しているかを聞いた。（広報東京都を読んだことがある回答者/複数回答）



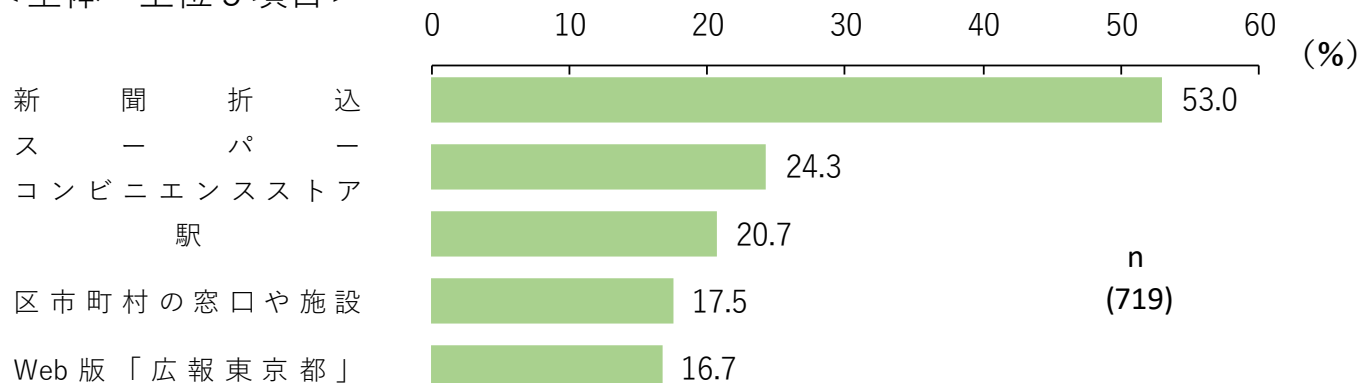
- ✓ 「新聞折込」（59.7%）が突出しており、次いで「区市町村の窓口や施設」（17.5%）、「駅」（10.7%）の順となっている。

2 「広報東京都」の閲読状況・紙面の印象

Q8 希望する「広報東京都」の入手場所

Q7で「毎月読んでいる」「ときどき読んでいる」「ほとんど読んでいない」と回答した方に、どのように「広報東京都」を入手したいかを聞いた。（広報東京都を読んだことがある回答者/複数回答）

<全体・上位5項目>



<性年代別>

		新聞折込	都の施設	駅	区市町村 の窓口や 施設	郵便局	スーパー コンビニ	Web版 「広報東 京都」	「Shufoo! 及び 「マチイロ」
男性計	(337)	59.9	6.5	16.3	17.2	7.1	17.8	21.1	6.8
18～29歳	(16)	43.8	18.8	31.3	12.5	6.3	6.3	25.0	-
30～39歳	(24)	33.3	12.5	25.0	25.0	16.7	37.5	33.3	4.2
40～49歳	(47)	36.2	10.6	21.3	19.1	2.1	12.8	38.3	12.8
50～59歳	(63)	52.4	7.9	19.0	7.9	6.3	14.3	30.2	11.1
60歳以上	(187)	73.3	3.2	11.8	19.3	7.5	18.7	11.8	4.8
女性計	(355)	48.2	6.5	25.1	18.0	14.4	30.1	13.5	3.1
18～29歳	(21)	47.6	9.5	23.8	9.5	-	28.6	38.1	4.8
30～39歳	(35)	42.9	2.9	14.3	11.4	17.1	20.0	28.6	-
40～49歳	(60)	21.7	10.0	31.7	25.0	11.7	40.0	20.0	8.3
50～59歳	(76)	42.1	2.6	32.9	14.5	11.8	32.9	15.8	2.6
60歳以上	(162)	61.7	7.4	21.6	19.8	17.9	27.8	3.7	1.9

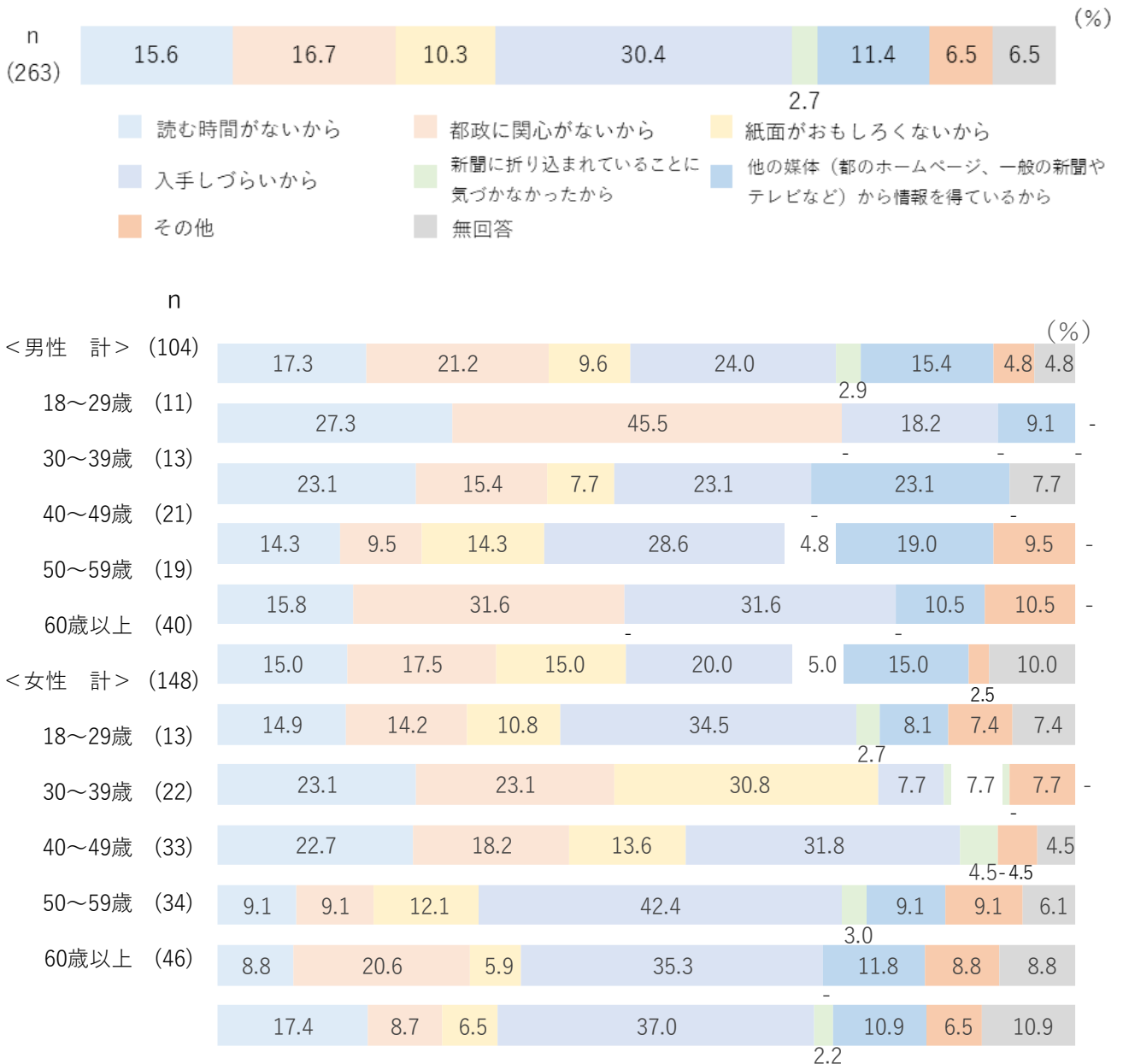
- ✓ 全体では「新聞折込」（53.0%）が突出しており、次いで「スーパー・コンビニエンスストア」（24.3%）、「駅」（20.7%）の順となっている。
- ✓ 性年代別でも、ほとんどの性・年代で「新聞折込」が最も多くなっている。

2 「広報東京都」の閲読状況・紙面の印象

Q10 「広報東京都」を読まない理由

Q7で「ほとんど読んでいない」と回答した方に、「広報東京都」をほとんど読んでいない主な理由を聞いた。

(広報東京都をほとんど読んでいない回答者/単一回答)

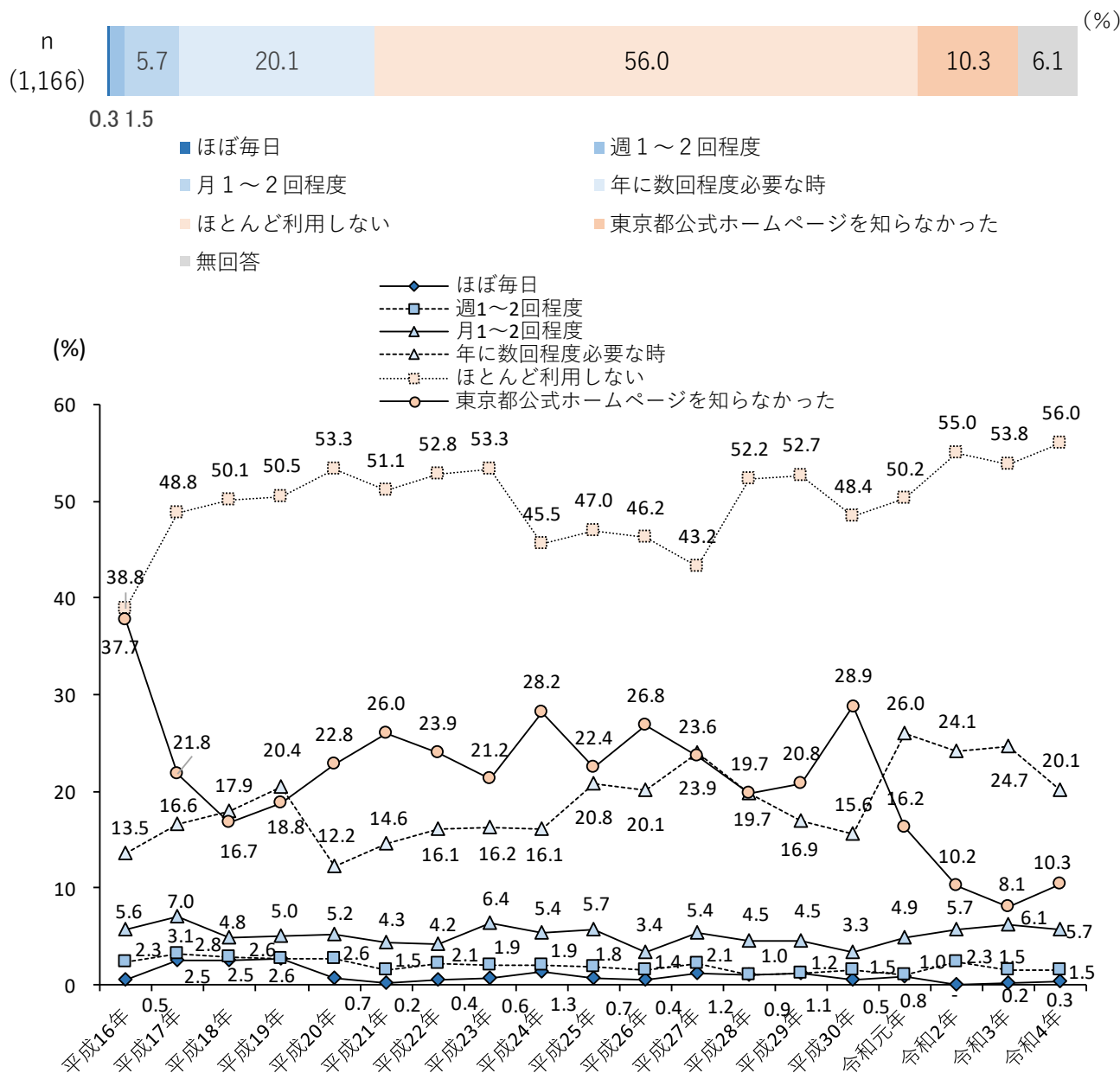


- ✓ 全体では「入手しづらいから」(30.4%)が最も多く、「都政に関心がないから」(16.7%)、「読む時間がないから」(15.6%)と続く。

3 「東京都公式ホームページ」の利用状況

Q13 「東京都公式ホームページ」の利用状況

東京都公式ホームページをどのくらい利用しているか聞いた。
(全体/単一回答)



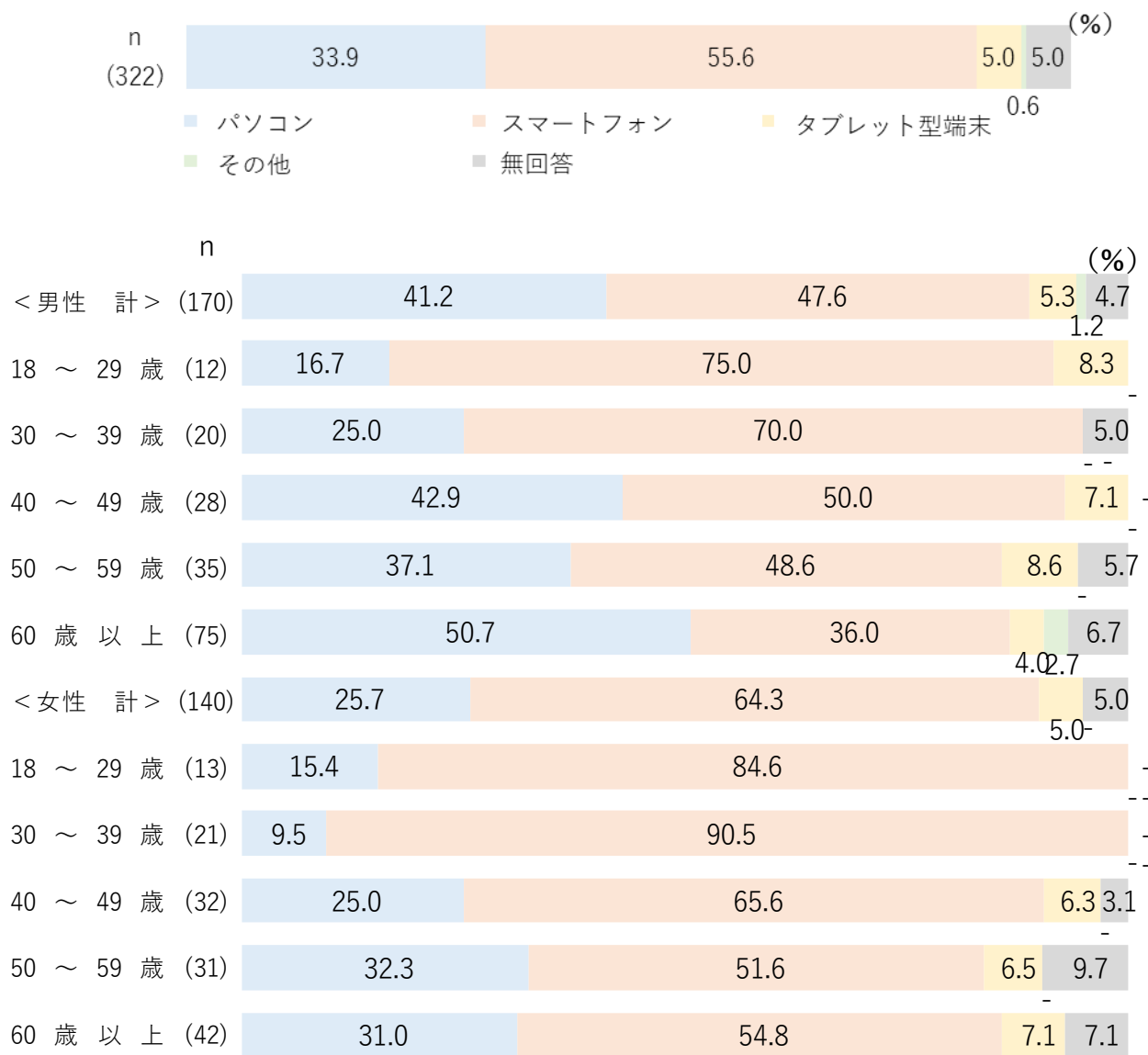
- ✓ 「ほぼ毎日」 (0.3%)、「週1~2回程度」 (1.5%)、「月1~2回程度」 (5.7%)、「年に数回程度必要な時」 (20.1%) を含めて、27.6%の人が『利用している』という状況になっている。
- ✓ 過去の調査と比較してみると、「ほぼ毎日」「週1~2回程度」「月1~2回程度」はいずれも1割未満でほぼ横ばいである。「ほとんど利用しない」 (56.0%) は過去最も多くなっている。

3 「東京都公式ホームページ」の利用状況

Q14 「東京都公式ホームページ」を閲覧する際の情報端末

Q13で「ほぼ毎日」、「週1~2回程度」、「月1~2回程度」、「年に数回程度必要な時」に東京都公式ホームページを利用していると回答した方に、主にどの媒体から利用しているかを聞いた。

(東京都公式ホームページを利用している回答者/単一回答)

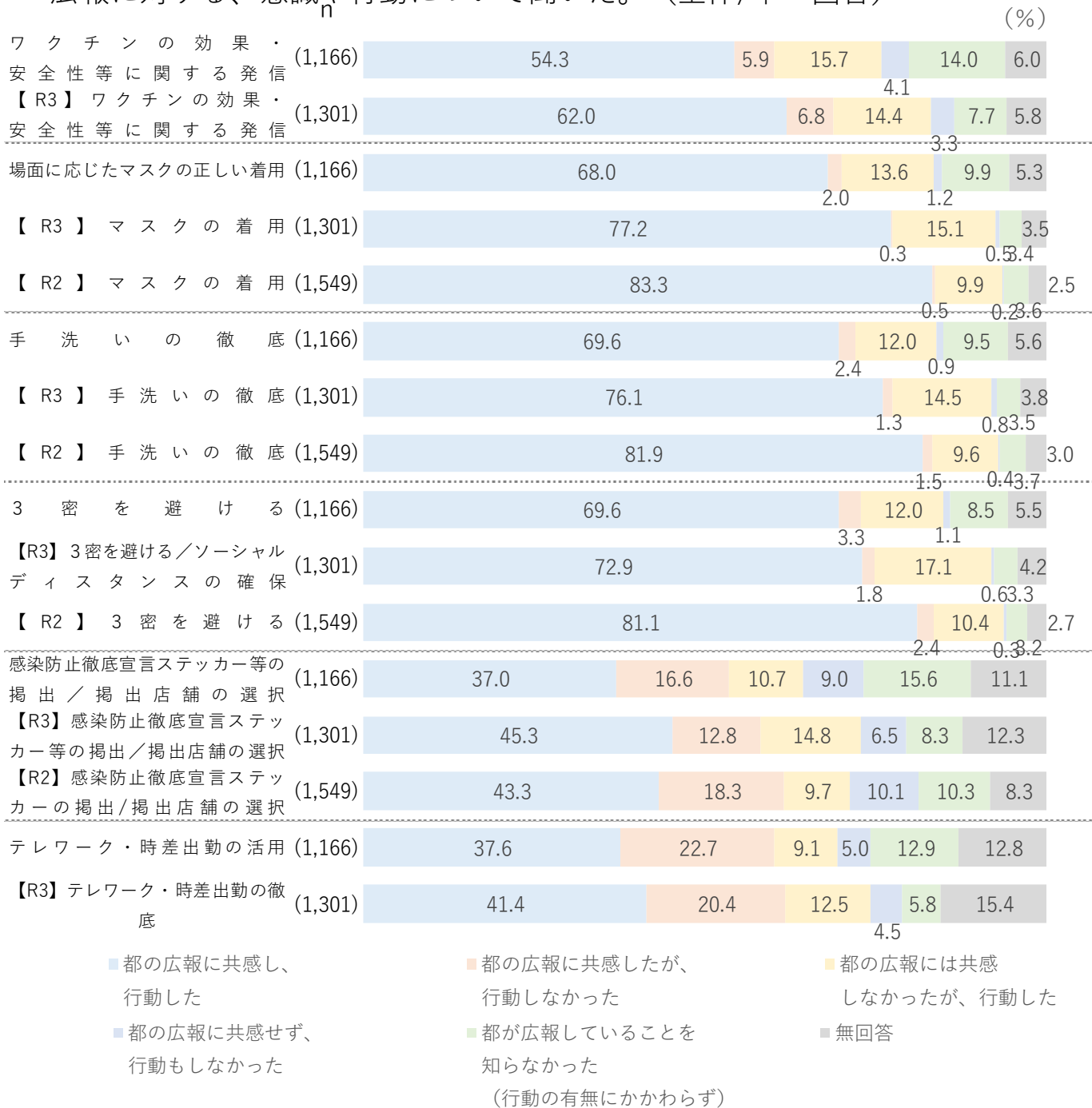


- ✓ 全体では「スマートフォン」(55.6%)が過半数で、次いで「パソコン」(33.9%)となっている。
- ✓ 性・年代別で見ると、男性は「パソコン」と「スマートフォン」がともに4割台なのに対し、女性は「スマートフォン」が6割強を占めている。

5 新型コロナウイルス感染症に関する都の広報活動の評価

Q19 新型コロナウイルス感染症に関する都の広報に対する意識や行動

東京都が実施した、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を呼び掛ける広報に対する、意識や行動について聞いた。（全体/単一回答）



- ✓ 過去の調査と同一もしくは類似の項目について、経年で比較すると、「都の広報に共感し、行動した」の割合は減少傾向がみられるものの、全体の割合としては依然として高い水準にある。