

**平成26年度島田市広報効果測定・戦略プラン策定業務
報告書**

2015（平成27）年2月

公益社団法人 日本広報協会

はじめに

公益社団法人日本広報協会は、「平成26年度島田市広報効果測定・戦略プラン策定業務」を島田市より請け負った。

本業務の実施に当たり、広報の効果測定と分析、「広報しまだ」「ホームページ」「FM島田」の媒体評価を行った。

これらの結果をとりまとめた本報告書が、今後の島田市の広報戦略の一助になれば幸いである。

2015（平成27）年2月

公益社団法人日本広報協会

※本業務の実施に当たって

本業務は、調査設計・分析及び広報媒体評価等を専門とする下記の日本広報協会広報アドバイザーと日本広報協会事務局とのプロジェクトにより実施した。

調査設計・分析担当

- ①澤 茂樹／広報コンサルタント 澤茂樹事務所代表 ※座長
- ②榎並 利博／富士通総研経済研究所主席研究員
- ③川上 和久／明治学院大学法学部教授

媒体評価担当

- ④吉村 潔／エディター メディアブレーン代表取締役 ※広報しまだ
- ⑤白旗 保則／Web プランナー グローバルデザイン代表取締役 ※ホームページ
- ⑥碓井 広義／メディア・プロデューサー 上智大学文学部教授 ※FM島田

目次

第一章	今後の広報のあり方についての提言	1
1	基幹メディア「広報しまだ」を核としたメディアミックス展開	1
2	戦略ターゲットの設定および若年層への情報伝達の手立て	4
3	地域への関心を高める広報のあり方	7
4	関連しての提言	9
第二章	島田市の広報に関する調査結果分析	11
I	調査概要	11
1	調査目的	11
2	調査対象	11
3	調査項目	11
4	調査方法・調査時期・回収結果	13
II	単純集計結果概要	14
1	回答者の属性	14
2	市の情報入手媒体・情報ニーズ	17
3	広報しまだ	17
4	ホームページ	18
5	FM島田	18
6	市民の意識	19
III	回答者属性別分析結果	20
1	市情報の入手媒体・情報ニーズ	20
2	広報しまだ	22
3	ホームページ	25
4	FM島田	27
5	市民の意識	28
IV	自由記述分析結果	31
1	「その他」への記載事項	31
2	テキストマイニング分析	38
V	設問間クロス分析結果	47
1	広報媒体接触頻度別の市情報の入手媒体	47
2	広報媒体接触頻度別の市民の市に対する情報ニーズ	50
3	広報媒体接触頻度別の行政サービス満足度	53
4	ホームページ閲覧機器別のホームページ閲覧情報	56
5	FM島田の聴取形態別の番組聴取経験	57
6	市民意識・地域関与度別の市民の市に対する情報ニーズ	58

7	市民意識・地域関与度別の広報媒体接触頻度	59
8	広報媒体別の接触頻度	60
9	設問間クロスから読み取れる要点	60
VI	調査設計票	61
第三章	島田市の広報媒体評価	71
I	広報しまだ媒体評価	71
1	企画・構成	72
2	特集	73
3	文章・表記	75
4	デザイン	76
5	その他	79
6	総評	81
II	島田市公式ホームページ 媒体評価	83
1	トップページ	84
2	構成	86
3	表現	88
4	検索性・操作性	90
5	速報性	93
6	実用性	94
7	双方向性	95
8	コンテンツ	97
9	グラフィック・デザイン	100
10	ユニバーサル・デザイン	101
11	総評	104
III	FM島田 媒体評価	107
1	マイホームタウン島田	108
2	市長と語ろう（マイホームタウン島田）	110
3	お茶の時間ですよ	112
4	広報しまだ（マイホームタウン島田）	114
5	しまだ人（マイホームタウン島田）	116
6	しまだ ふれあい まち歩き ～コミバスに乗って	118
7	サンデーRADIOスプーン	120
8	FM番組制作における課題・問題点	122