

ステップ4における  
コミュニケーション活動について

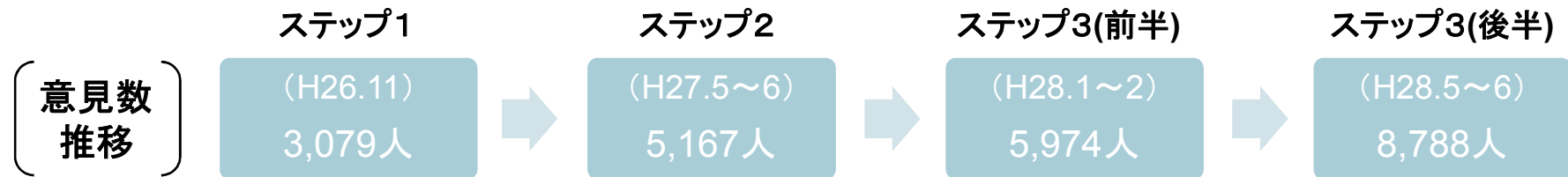
平成28年11月8日  
沖縄県

## 目 次

1. 寄せられた意見数の推移
  - 1-1.意見を寄せた方の属性(地域)
  - 1-2.意見を寄せた方の属性(性別)
  - 1-3.意見を寄せた方の属性(年齢)
  
2. 鉄軌道導入の取組に対する認知度
  - 2-1.認知度の内訳(地域)
  - 2-2.認知度の内訳(年齢)
  - 2-3.鉄軌道導入の取組を知った媒体(認知度把握調査から)
  
3. 寄せられた意見の手法先
  - 3-1.パネル展示の実績
  - 3-2.オープンハウスの実績
  - 3-3.施設別パネル展示でのアンケート数内訳
  
4. 分析結果
  
5. ステップ4におけるコミュニケーション活動(案)

# 1. 寄せられた意見数の推移

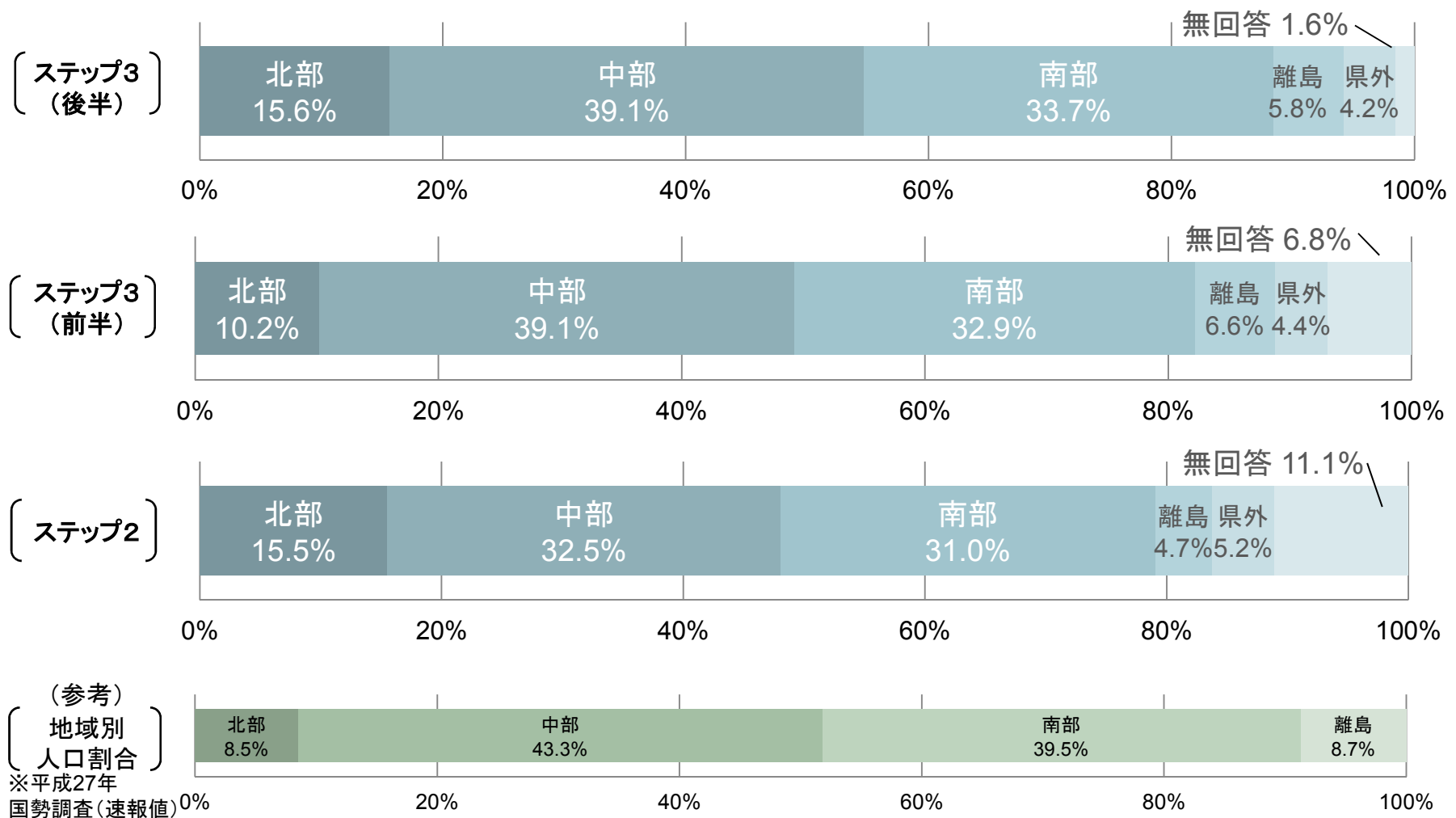
・パネル展示・オープンハウスの実施か所数（回数）の拡大等により、意見数は増加していると考えられる。



手 法	ステップ2	ステップ3 (前半)	ステップ3 (後半)
テレビ	県政広報テレビ番組 (H27. 5/17)	県政広報テレビ番組 (H28. 1/30, 31)	県政広報テレビ番組 (H28. 5/28, 29)
広報誌		沖縄県広報誌(2016. 2月号)	
HPでの 情報掲載	各委員会資料、パネル展 示・オープンハウス情報等	各委員会資料、パネル展 示・オープンハウス情報等	各委員会資料、パネル展 示・オープンハウス情報等
ニュースレター	おきなわ鉄軌道ニュース (第2号、第3号)	おきなわ鉄軌道ニュース (号外、特別号、号外その2、 第4号)	おきなわ鉄軌道ニュース (第5号)
パネル展示	44か所 延べ219日	52か所 延べ319日	55か所 延べ274日
オープンハウス	7か所 (10回)	11か所 (14回)	11か所 (16回)

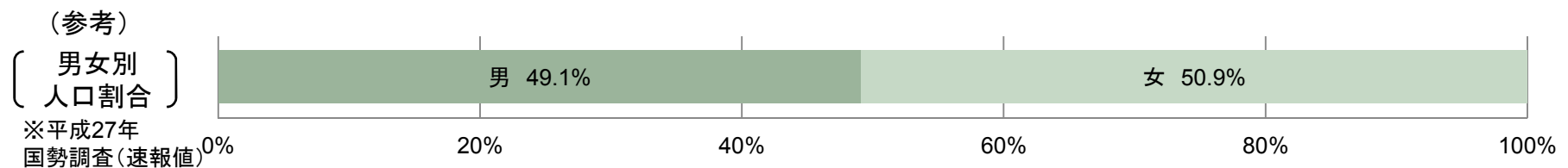
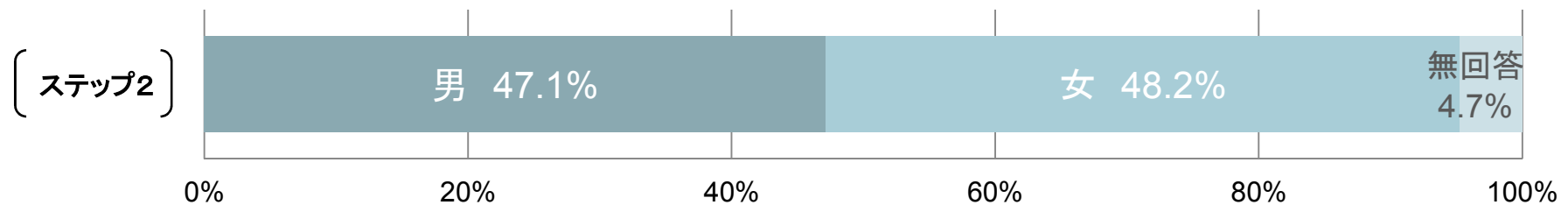
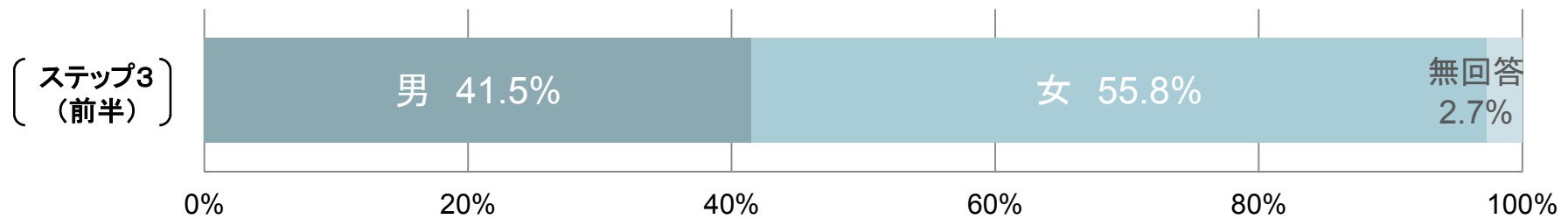
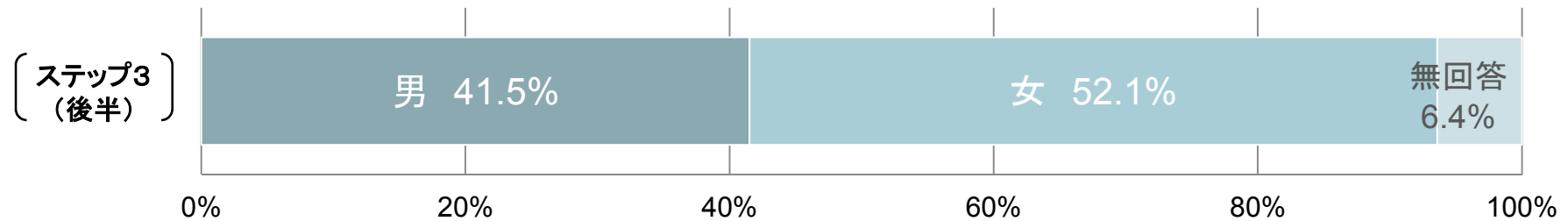
## 1-1 意見を寄せた方の属性(地域)

- ・ 中部地域、南部地域における割合は増加傾向である。
- ・ 国勢調査の地域別人口割合と比較したところ、北部地域の割合が比較的高い。



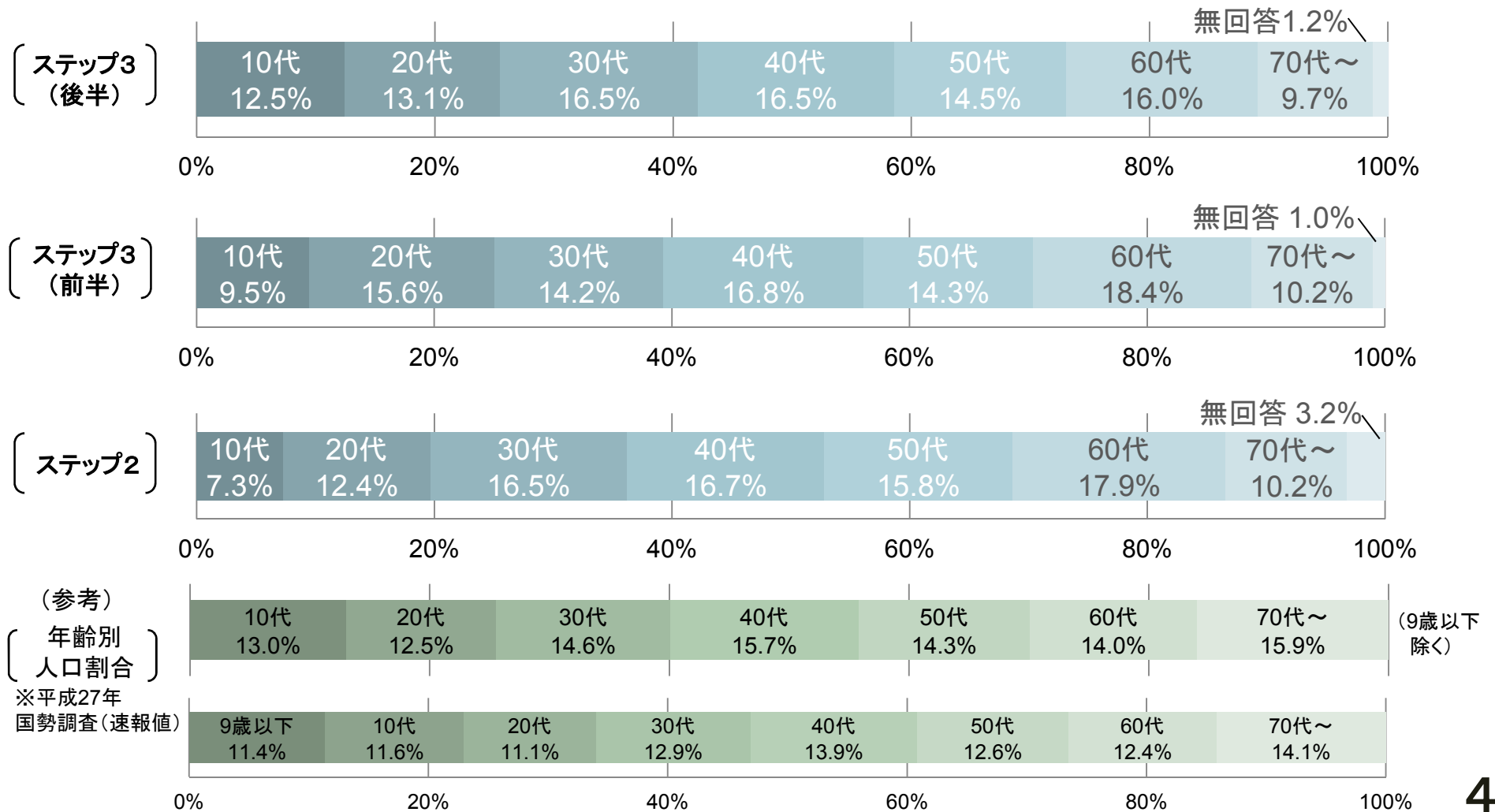
## 1-2 意見を寄せた方の属性(性別)

- ・ 男性より女性の割合が高い傾向にある。



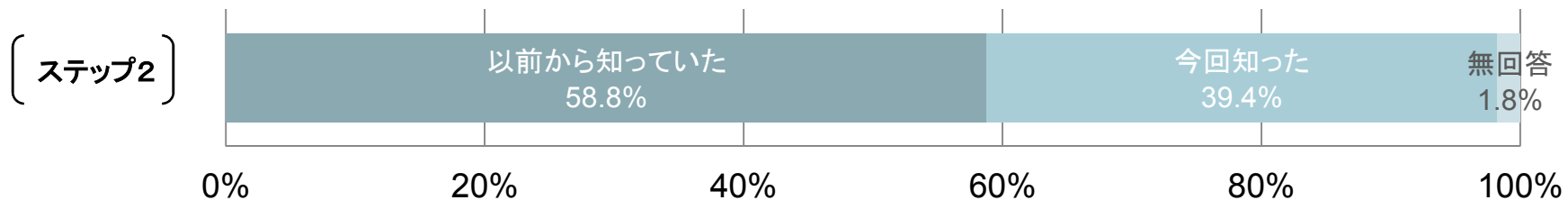
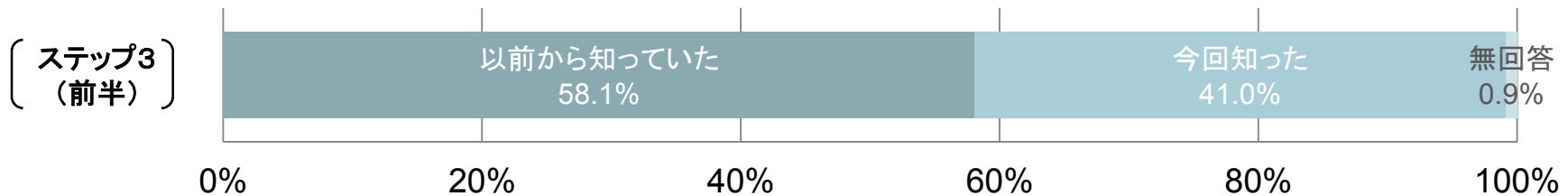
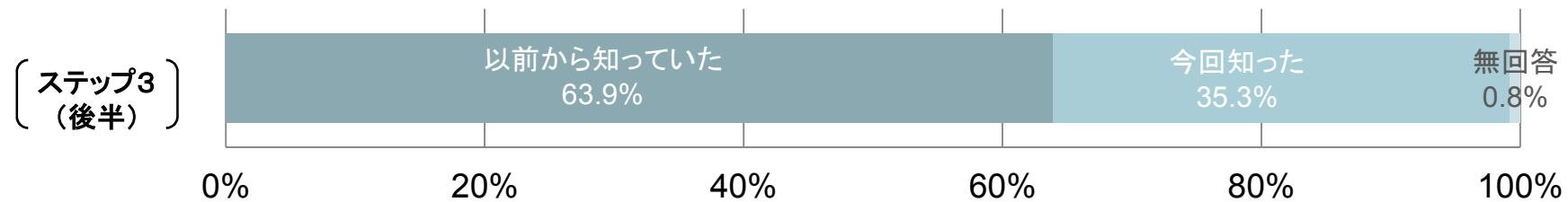
### 1-3 意見を寄せた方の属性(年齢)

- ・ 10代、20代の割合は増加傾向。
- ・ どの年代からも幅広く回答が得られている。



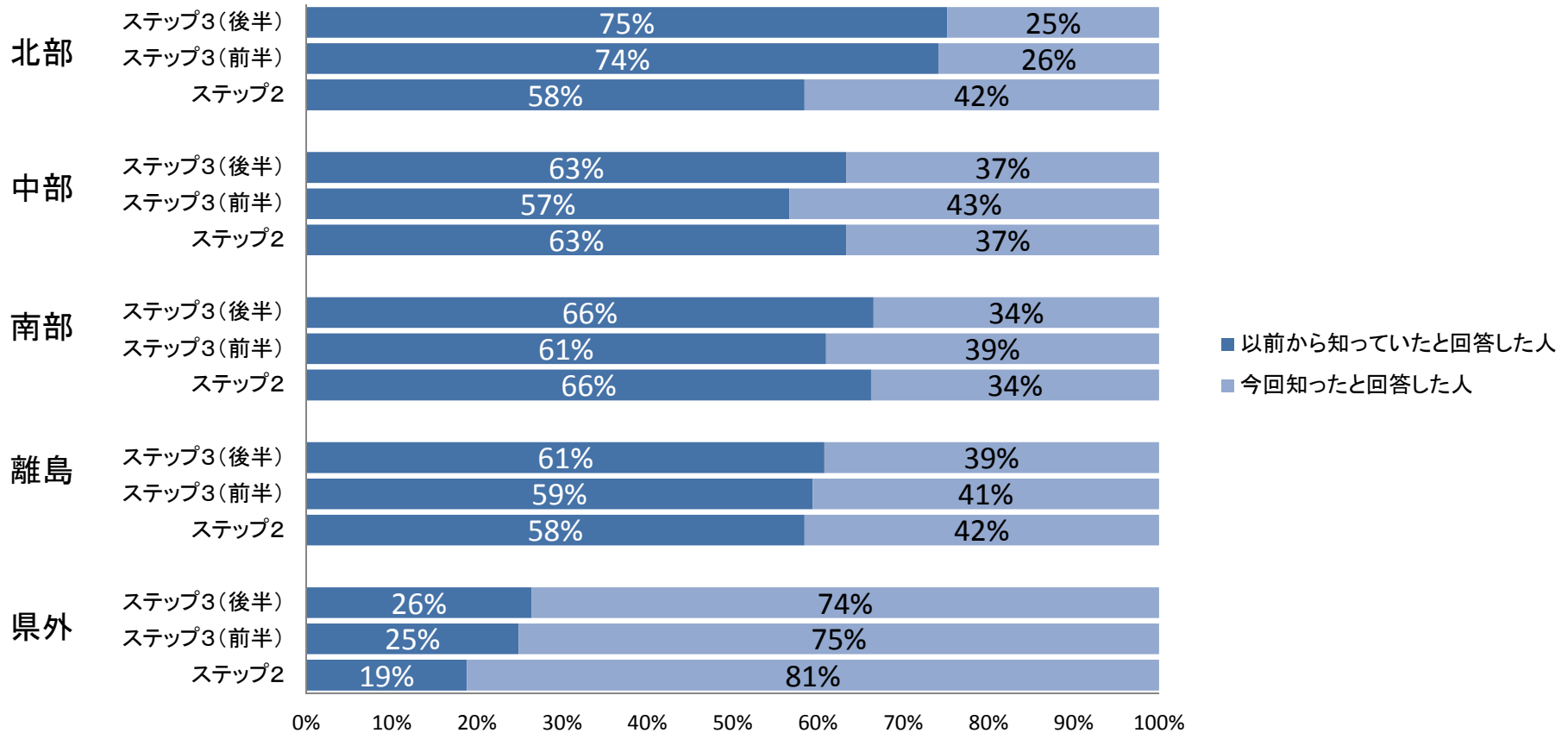
## 2. 鉄軌道導入の取組に対する認知度

- ・ステップ3（後半）の認知度は6割を越え、認知度の向上がみられる。



## 2-1 認知度の内訳(地域)

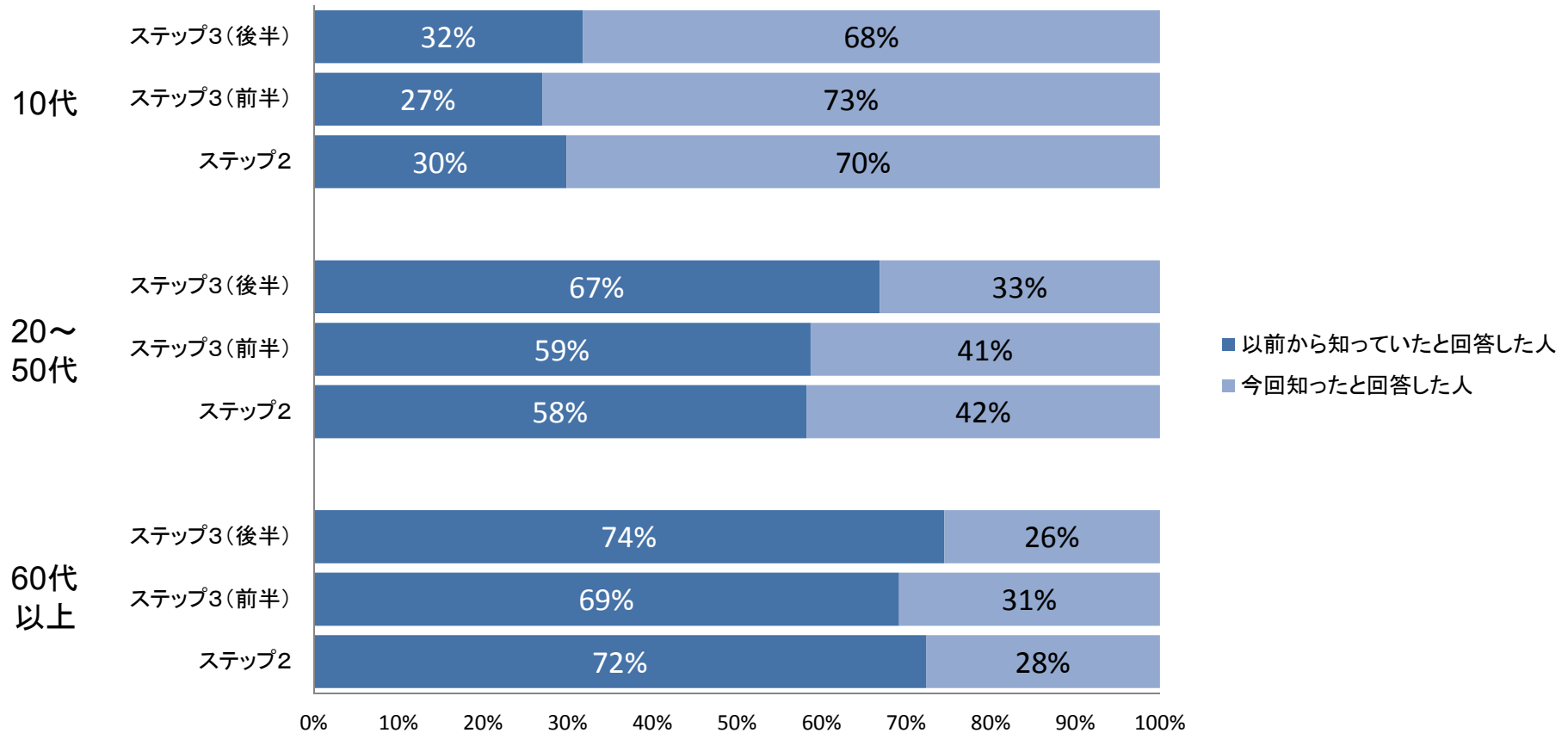
・ 北部地域の認知度が高く、その他の地域(県内)は概ね6割強の認知度となっている。





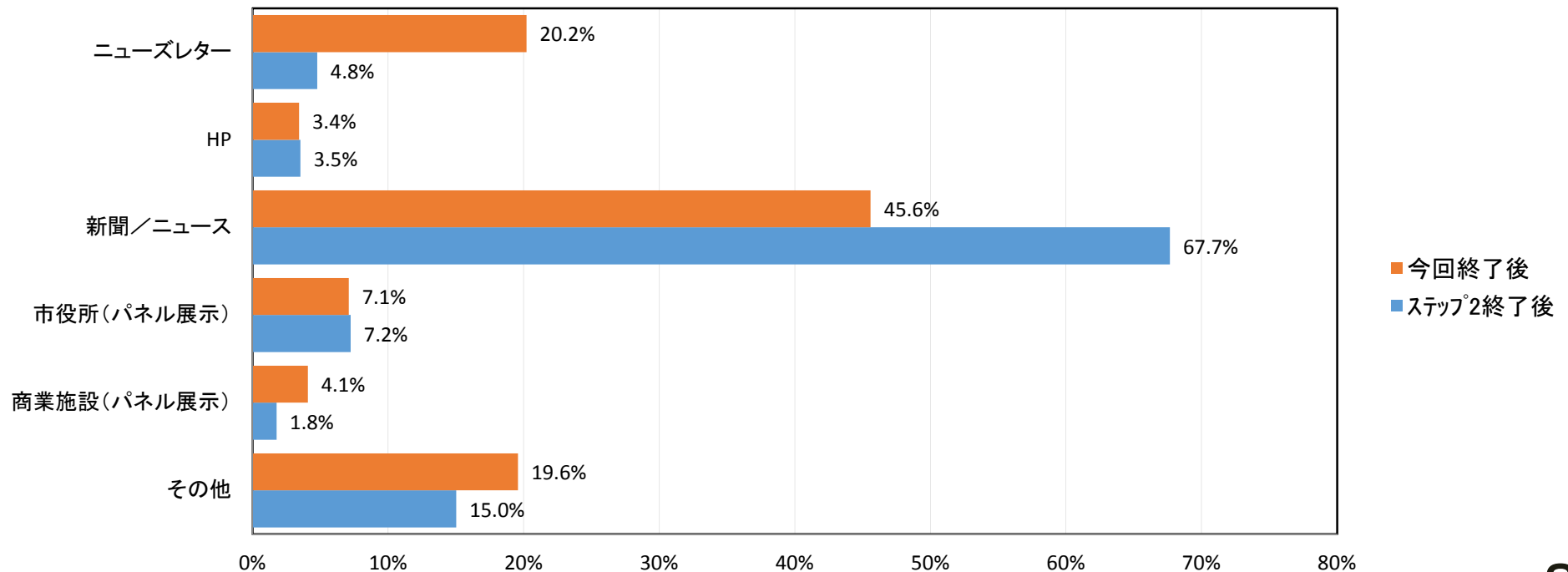
## 2-2 認知度の内訳(年齢)

・ 60代以上の認知度が高く、10代の認知度が低い状況である。



## 2-3 鉄軌道導入の取組を知った媒体(認知度把握調査から)

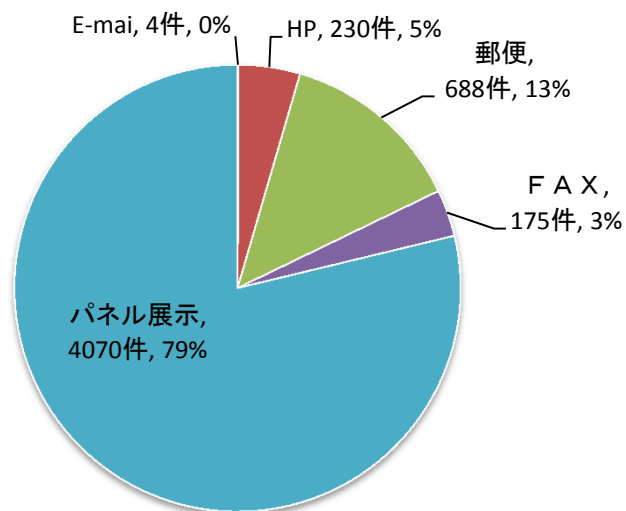
- ・ 新聞やニュースにより鉄軌道導入の取組を知った方が多い。
- ・ ニュースレターによる認知度が向上しており、全戸配布の効果があがっている。
- ・ その他（知人等）からの情報取得についても割合が高くなっている。



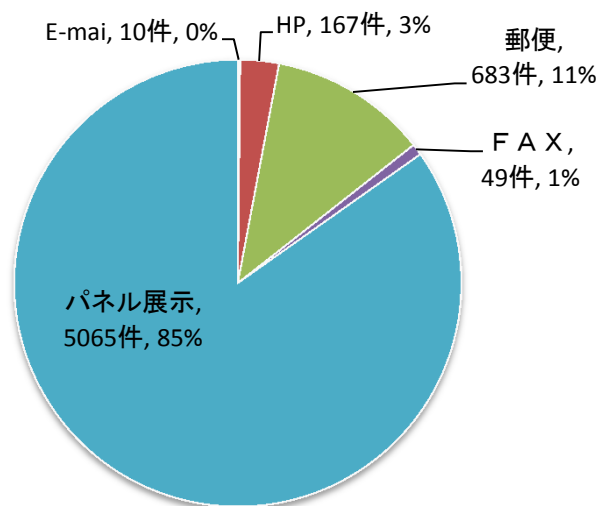
### 3. 寄せられた意見の入手先

・寄せられた意見の多くはパネル展示（80%～90%）によるものであり、コミュニケーション活動の手法として重要な役割となっている。

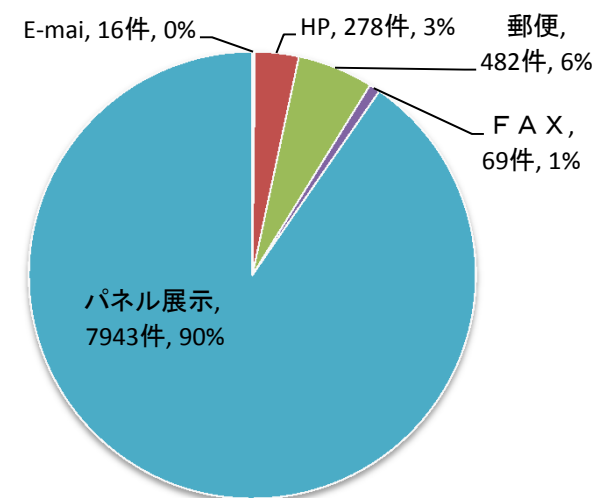
[ステップ2]



[ステップ3(前半)]



[ステップ3(後半)]



### 3-1 パネル展示の実績

- ・ 中部地域、南部地域での開催数を徐々に増やしている。

	ステップ2 44か所 延べ219日 ・市町村役場等：30か所 ・商業施設等：9か所 ・大学等：5か所	ステップ3（前半） 52か所 延べ319日 ・市町村役場等：28か所 ・商業施設等：13か所 ・大学等：9か所 ・病院：2か所	ステップ3（後半） 55か所 延べ274日 ・市町村役場等：28か所 ・商業施設等：13か所 ・大学等：9か所 ・病院：3か所 ・港：2か所
北部	<u>13か所</u> ・市町村役場等：9か所 ・商業施設等：2か所 ・大学等：2か所	<u>14か所</u> ・市町村役場等：7か所 ・商業施設等：4か所 ・大学等：2か所 ・病院：1か所	<u>14か所</u> ・市町村役場等：7か所 ・商業施設等：4か所 ・大学等：2か所 ・病院：1か所
中部	<u>15か所</u> ・市町村役場等：10か所 ・商業施設等：3か所 ・大学等：2か所	<u>18か所</u> ・市町村役場等：10か所 ・商業施設等：5か所 ・大学等：3か所	<u>19か所</u> ・市町村役場等：10か所 ・商業施設等：5か所 ・大学等：3か所 ・病院：1か所
南部	<u>11か所</u> ・市町村役場等：8か所 ・商業施設等：2か所 ・大学等：1か所	<u>17か所</u> ・市町村役場等：8か所 ・商業施設等：4か所 ・大学等：4か所 ・病院：1か所	<u>17か所</u> ・市町村役場等：8か所 ・商業施設等：4か所 ・大学等：4か所 ・病院：1か所
離島	<u>5か所</u> ・市町村役場等：3か所 ・商業施設等：2か所	<u>3か所</u> ・市町村役場等：3か所	<u>5か所</u> ・市町村役場等：3か所 ・港：2か所

## 3-2 オープンハウスの実績

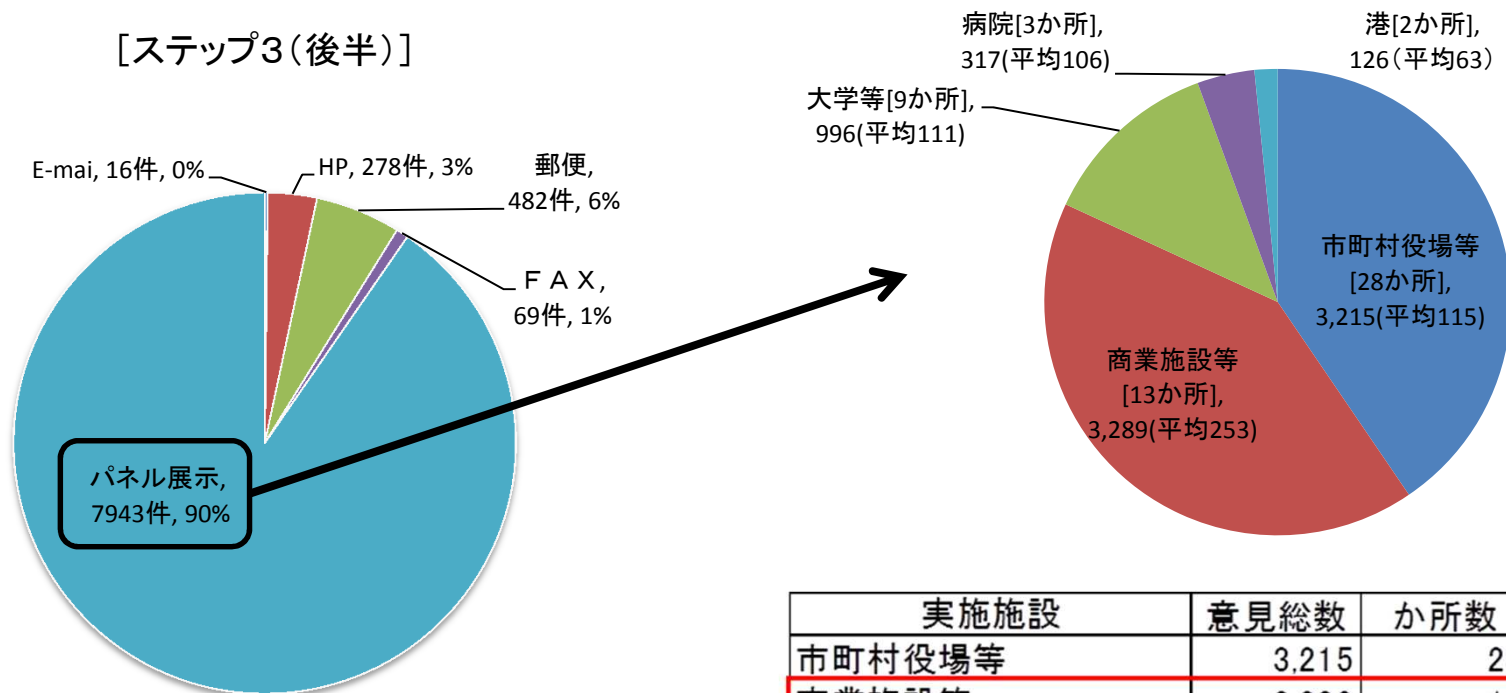
- ・ 商業施設での開催を増やしている。

	ステップ2 7か所(10回) ・市町村役場等：2か所(2回) ・商業施設等：5か所(8回)	ステップ3(前半) 11か所(14回) ・市町村役場等：5か所(5回) ・商業施設等：3か所(6回) ・大学等：3か所(3回)	ステップ3(後半) 11か所(16回) ・市町村役場等：2か所(2回) ・商業施設等：6か所(11回) ・大学等：3か所(3回)
北部	<u>1か所(2回)</u> ・商業施設等：1か所(2回)	<u>3か所(4回)</u> ・市町村役場等：1か所(1回) ・商業施設等：1か所(2回) ・大学等：1か所(1回)	<u>2か所(3回)</u> ・商業施設等：2か所(3回)
中部	<u>2か所(4回)</u> ・商業施設等：2か所(4回)	<u>4か所(5回)</u> ・市町村役場等：2か所(2回) ・商業施設等：1か所(2回) ・大学等：1か所(1回)	<u>4か所(6回)</u> ・商業施設等：2か所(4回) ・大学等：2か所(2回)
南部		<u>2か所(3回)</u> ・商業施設等：1か所(2回) ・大学等：1か所(1回)	<u>3か所(5回)</u> ・商業施設等：2か所(4回) ・大学等：1か所(1回)
離島	<u>4か所(4回)</u> ・市町村役場等：2か所(2回) ・商業施設等：2か所(2回)	<u>2か所(2回)</u> ・市町村役場等：2か所(2回)	<u>2か所(2回)</u> ・市町村役場等：2か所(2回)

### 3-3 施設別パネル展示でのアンケート数内訳(施設別)

- ・アンケート回答数の90% (7,943件) を占めるパネル展示の施設別回答数を確認をしたところ、1か所あたりのアンケート回答数は商業施設等が最も多い。

[ステップ3(後半)]



実施施設	意見総数	か所数	平均
市町村役場等	3,215	28	115
商業施設等	3,289	13	253
大学等	996	9	111
病院	317	3	106
港	126	2	63
計	7,943	55	144

## 4. 分析結果

### 1 地域

国勢調査の地域別人口割合との比較やアンケート調査による地域別認知度の推移から、北部地域は比較的アンケートへの回答者数も多く、認知度も高い。

中部地域、南部地域は、北部地域に比べ認知度が低い状況にあるため、認知度向上に努める必要がある。

### 2 年齢

10代、20代からのアンケート回答者数は増加傾向にあり、大学でのパネル展示、オープンハウスの取組の効果が出ていると考えられる。

しかし、増加傾向にあるとはいえ、10代は他の年代に比べて認知度が大きく下回っていることから、認知度向上の取組に努める必要がある。

### 3 広報媒体

新聞やニュースによる情報提供が効果的と考えられるため、引き続き報道機関への積極的な情報提供に努める必要がある。

## 5. ステップ4におけるコミュニケーション活動（案）

- 1 地域別分析の結果、中部地域、南部地域、離島の認知度が低い傾向が確認されたため、当該地域への情報提供に向けた取組強化を図ることとする。
- 2 年齢別分析の結果、10代への認知度は増加傾向ではあるが認知度は低い傾向が確認されたため、10代への認知度向上に向けた取組を実施。
- 3 情報の取得状況では、新聞やニュースによる情報提供が効果的と考えられることから、引き続きテレビの活用、報道機関への積極的な情報提供が必要。  
また、ホームページによる認知度が低いため、わかりやすいホームページへの改善が必要。

手法	今回の活動（案）	前回活動（ステップ3後半）
テレビ・ラジオ	県政広報テレビ番組による情報提供 ラジオによる情報提供	・県政広報テレビ番組による情報提供
広報誌	広報誌による情報提供	
ニューズレターの配布	前回活動と同様	・県内全戸配布 ・コンビニ(ローソン)、スーパー(イオン)で配布



<p>パネル展示</p>	<p>前回活動に加え、<b>中部地域、南部地域の商業施設でのパネル展示を追加</b></p>	<p>5 5 箇所 延べ 2 7 4 日</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村役場等：2 8 箇所</li> <li>・商業施設等：1 3 箇所</li> <li>・大学等：9 箇所</li> <li>・病院：3 箇所</li> <li>・港：2 箇所</li> </ul>
<p>オープンハウス</p>	<p><b>可能な限り前回以上の開催回数で実施</b></p>	<p>1 1 箇所（1 6 回）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北部：2 箇所（3 回）</li> <li>・中部：4 箇所（6 回）</li> <li>・南部：3 箇所（5 回）</li> <li>・離島：2 箇所（2 回）</li> </ul>
<p>ホームページでの情報掲載</p>	<p>前回同様な情報公開に加え、  <b>初めてホームページをご覧になった方でも、沖縄鉄軌道計画案づくりのこれまでの取組概要を確認できるコーナーを設置</b>  <b>現在（ステップ4）、検討している内容に関するコーナーを設置</b></p>	<p>各委員会、パネル展示、ニュースレターに関する情報公開</p>
<p>ポスター</p>	<p><b>多くの方へ、意見募集を周知するポスターを配布</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村 4 1 箇所</li> <li>・高等学校 6 7 箇所</li> <li>・特別支援学校（高等部） 1 8 箇所</li> <li>・社会福祉協議会 4 2 箇所</li> <li>・商業施設 5 箇所</li> <li>・沖縄県合同庁舎 5 箇所</li> <li>・県立病院 6 箇所</li> <li>・大学等 9 箇所</li> <li>・交通関係機関 5 8 箇所</li> </ul> <p>（バス営業所32、モノレール駅15 含む）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・その他関係機関と調整のうえ幅広く配布</li> </ul>	<p>（コミュニケーション活動とは別に、ステップ4への移行について周知を行うポスターを配布）</p>