

## 市報にいがたで情報を伝える対象者について

### 1 市報にいがたで情報を伝える対象者（ターゲット）

◆市報にいがたの利用度の高い「子育て世代」「高齢世代」にターゲットを絞ってはどうか

情報を伝えたい対象者にとって最も便利な（＝効果的な）情報収集手段は何か

【市政世論調査 「市政以外の情報の入手で最も良く利用するもの」】

年代	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	80歳以上
手段	WEB	WEB	WEB	紙媒体	紙媒体	紙媒体	紙媒体
割合	64%	43%	26%	31%	45%	60%	54%

（第1回会議資料2-2データ3参照）

【市民アンケート問8 「市報にいがたを読んでいますか」】

市報にいがたを毎号もしくは半分読んでいる人の割合

年代	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	80歳以上
割合	23.5%	43.5%	59.7%	68.6%	75.3%	85.2%	70.8%

（第1回会議 当日配付資料2 P1参照）

年代に適した媒体で発信することが、より効果的な広報につながる

### 2 ターゲットを絞った場合の「市報にいがた」における発信内容について

【市民アンケート問11 「充実してほしいテーマ」】

年代	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	80歳以上
1位	食・観光・イベント	食・観光・イベント	食・観光・イベント	食・観光・イベント	食・観光・イベント	高齢者福祉	高齢者福祉
2位	文化・スポーツ	子育て・児童福祉	文化・スポーツ	文化・スポーツ	医療・健康づくり	医療・健康づくり	医療・健康づくり
3位	子育て・児童福祉	公共施設・公園	医療・健康づくり	医療・健康づくり	保険・年金	食・観光・イベント	環境・ごみ
	<b>おでかけ、子育て情報</b>		<b>おでかけ、医療・健康づくり、高齢者福祉情報</b>				

（第1回会議 当日配付資料2 P7参照）

各世代のニーズを意識した紙面づくりが、より効果的な広報につながる