

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
	おでかけ、子育て情報		おでかけ、医療・健康づくり、高齢者福祉情報				

（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