

平成 20 年度

農林水産情報交流ネットワーク事業 全国アンケート調査

農林水産省の広報活動に関する意識・意向調査結果

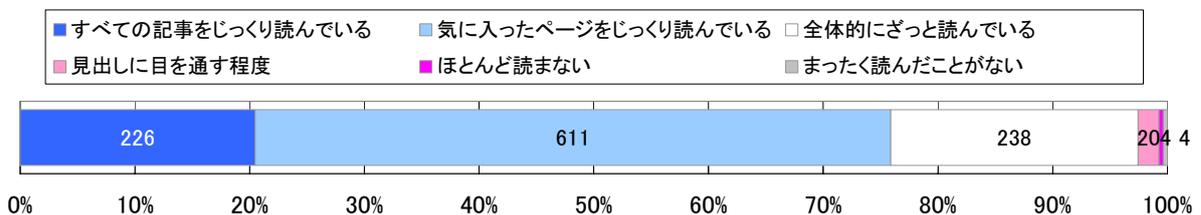
この調査は、平成 21 年 2 月上旬～中旬に、農林水産情報交流ネットワーク事業の消費者モニター 1,500 名に対して実施し、1,103 名から回答を得た結果である。

【調査結果の概要】

(1) 農林水産省広報誌「aff (あふ)」に対する評価

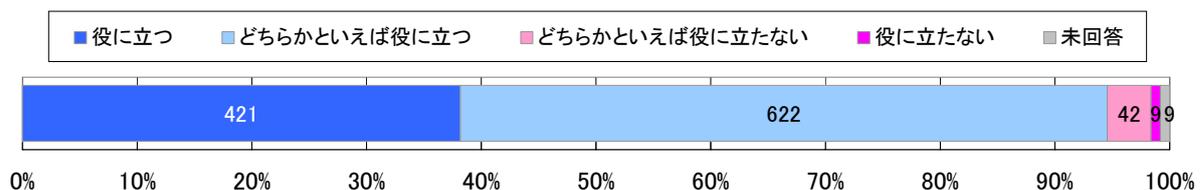
消費者モニターに対して、広報誌「aff」を送付しているところであるが、その閲読率を尋ねたところ、「じっくり読んでいる」が 76%となった。一方、「読んでいない」と回答した方(28名)にその理由を尋ねたところ、「興味がないから」「読む時間がないから」が主な理由として挙げられた。

図 1 「aff」の閲読率



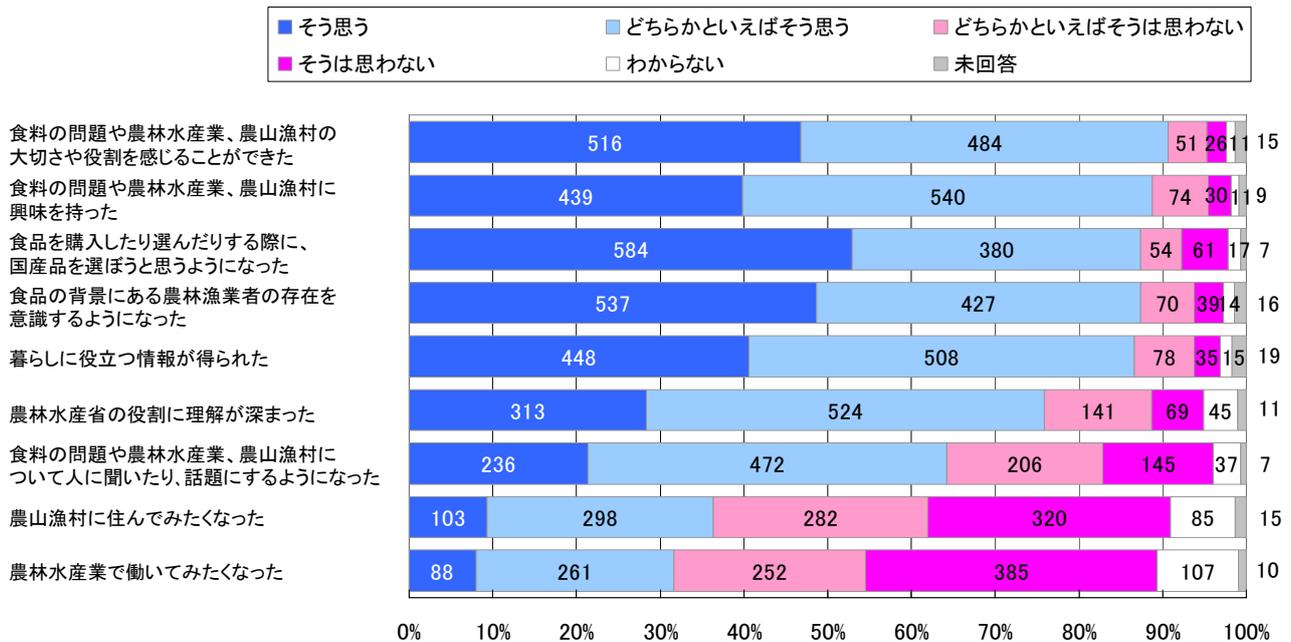
広報誌「aff」は「農林水産業」「農山漁村」「食品産業」「食の安全」などについて、あなたが理解を深めるのにどの程度役に立つと思うかという問に対して、「役に立つ」が 95%となった。一方、「役に立たない」と回答した方(51名)にその理由を尋ねたところ、「もっと農業や農政について掘り下げた記事を読みたい」「すでに知っている内容だから」「地域の話題など身近な情報が少ないから」といった意見が寄せられた。

図 2 「aff」は「農林水産業」「農山漁村」「食品産業」「食の安全」などについて、理解を深めるのに役に立つか



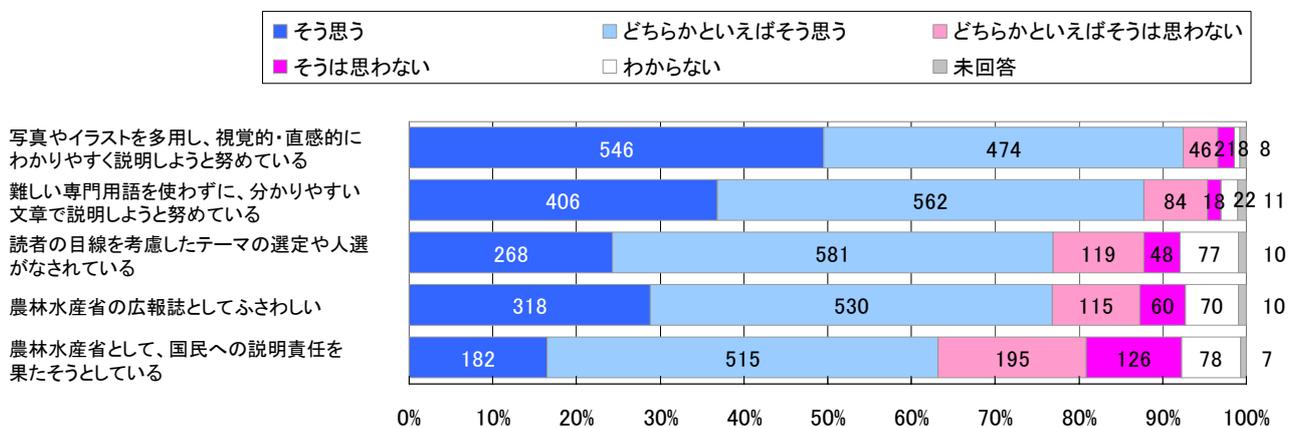
また、広報誌「aff」を読んで感じたことについては、「食料の問題や農林水産業、農山漁村の大切さや役割を感じる事ができた」との回答が9割を超え、「国産品を選ぼうと思うようになった」「食品の背景にある農林漁業者の存在を意識するようになった」「暮らしに役立つ情報が得られた」「食料の問題や農林水産業、農山漁村に興味を持った」といった回答についても8割を超えた。一方、「農山漁村に住んでみたくなった」「農林水産業で働いてみたくなった」については3割程度であった。

図3 これまで「aff」をお読みになって感じたこと



広報誌「aff」の誌面に対する感想・評価として、「写真やイラストを多用し、視覚的・直感的にわかりやすく説明しようとしていると思った」「難しい専門用語を使わずに、分かりやすい文章で説明しようとしていると思った」と回答する方が9割程度であった。

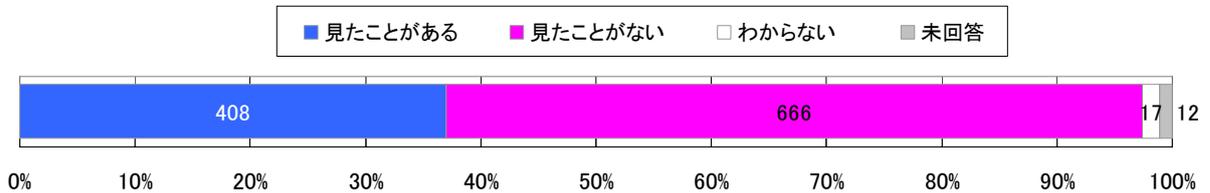
図4 「aff」の誌面に対する感想・評価



(2) 農林水産省ホームページに対する評価

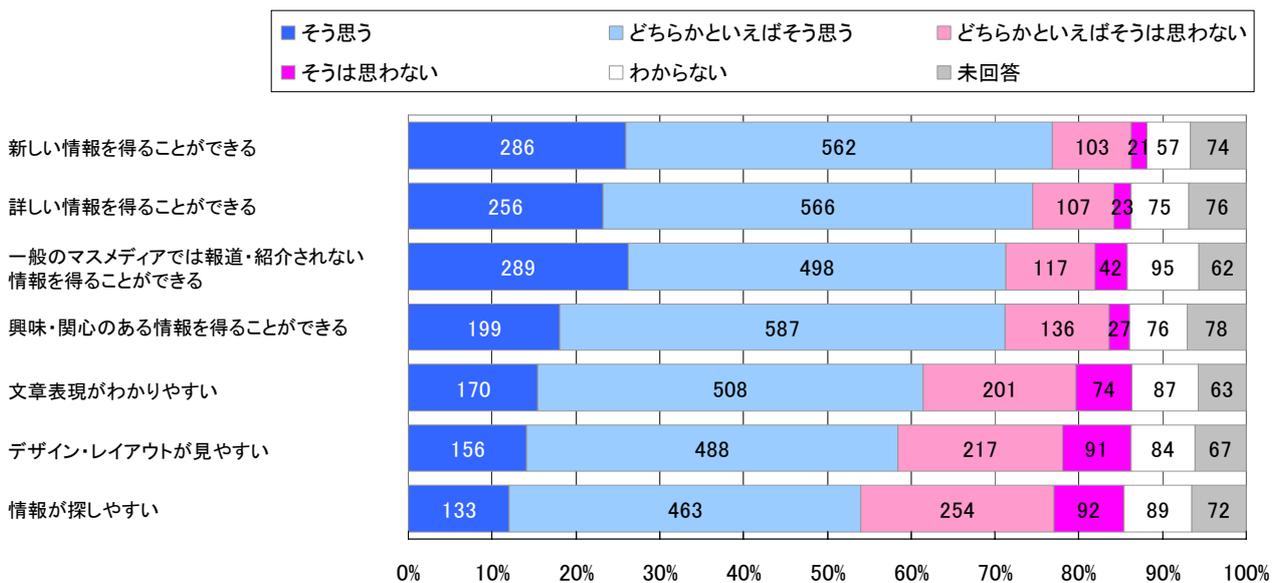
消費者モニターになる以前に、当省のホームページを見たことがあるかという問いに対して、37%が「見たことがある」と、60%が「見たことがない」と回答した。

図5 消費者モニターに選定される以前に、当省ホームページを見たことがあるか



当省ホームページに対する感想・評価として、「一般のマスメディアでは報道・紹介されない情報を得ることができる」「新しい情報を得ることができる」「詳しい情報を得ることができる」「興味・関心のある情報を得ることができる」と回答する方が7割を超えた。

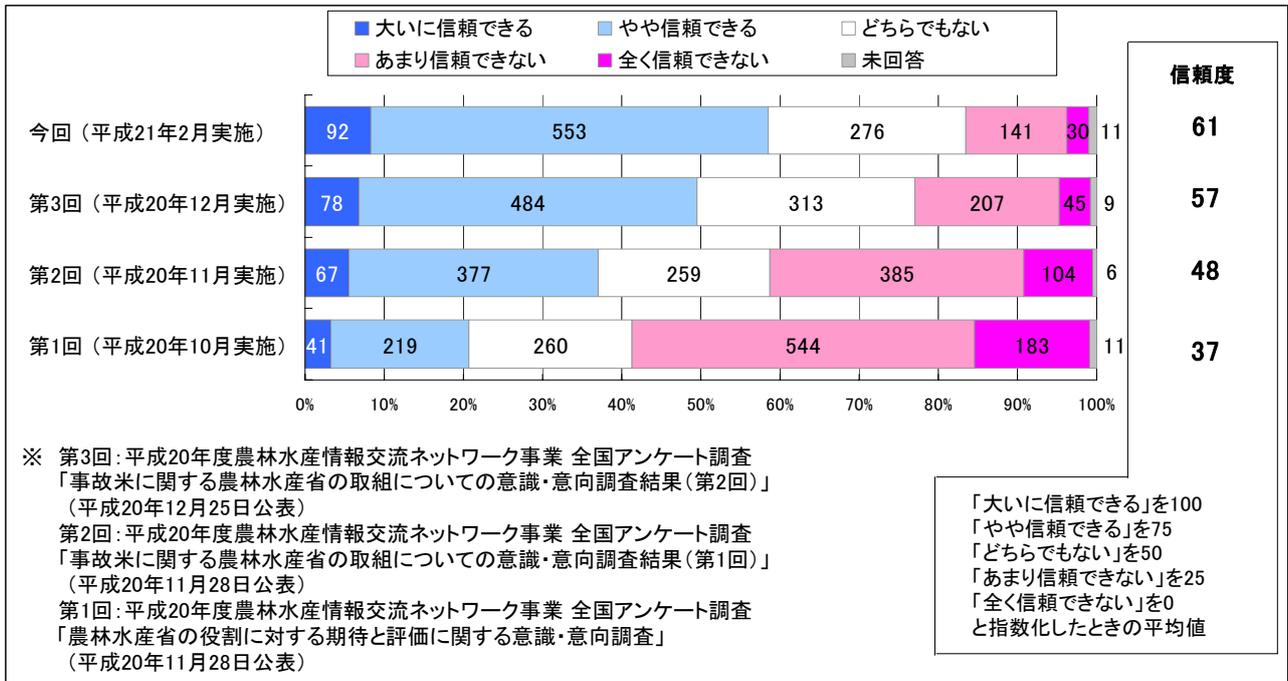
図6 当省ホームページに対する感想・評価



(3) 「消費者が安全な食料を安心して購入・消費できる」ための農林水産省の取組

平成20年10月以降、定期的に調査してきた「消費者が安全な食料を安心して購入・消費できる」ための農林水産省の取組に対する消費者モニターの評価については、59%のモニターが「信頼できる」としたのに対し、16%が「信頼できない」と回答した。また、これを指数化した信頼度は61となった。

図7 「消費者が安全な食料を安心して購入・消費できる」ための農林水産省の取組



また、農林水産省の取組について「あまり信頼できない」「全く信頼できない」と答えられた方(171名)にその理由を尋ねたところ、「取組が足りない・遅い」(22件)、「組織の体質、職員の姿勢に問題がある」(20件)、「食に関する不祥事が多すぎる」(17件)、「情報提供ができていない」(13件)などが主な意見として挙げられた。

【調査項目】

問1 農林水産省の広報誌「aff（あふ）」についてお尋ねします。

- (1) あなたは、「aff」の記事をどの程度お読みになっていますか。もっとも近いと思われるものを1つお選びください。

「すべての記事をじっくり読んでいる」「最初にざっと目を通し、気に入ったページをじっくり読んでいる」「全体的にざっと読んでいる」「見出しに目を通す程度」「ほとんど読まない」「まったく読んだことがない」の中から1つ選択

- (2) (1) で「見出しに目を通す程度」「ほとんど読まない」「まったく読んだことがない」をお選びになった方にお尋ねします。その理由をお知らせください。

(自由回答)

- (3) 「aff」は、「農林水産業」「農山漁村」「食品産業」「食の安全」などについて、あなたが理解を深めるのにどの程度役に立つと思いますか。あなたのお考えにもっとも近いと思われるものを1つお選びください。

「役に立つ」「どちらかといえば役に立つ」「どちらかといえば役に立たない」「役に立たない」の中から1つ選択

- (4) (3) で「どちらかといえば役に立たない」「役に立たない」をお選びになった方にお尋ねします。その理由をお知らせください。

(自由回答)

- (5) これまで「aff」をお読みになってあなたが感じたことについて、もっとも近いと思われるものをそれぞれ1つずつお選びください。

「そう思う」「どちらかといえばそう思う」「どちらかといえばそうは思わない」「そうは思わない」「わからない」の中から1つ選択

- (ア) 「aff」を読んで、食料の問題や農林水産業、農山漁村に興味を持った
(イ) 「aff」を読んで、食料の問題や農林水産業、農山漁村の大切さや役割を感じることができた
(ウ) 「aff」を読んで、食料の問題や農林水産業、農山漁村について人に聞いたり、話題にするようになった
(エ) 「aff」を読んで、農林水産業で働いてみたくなった
(オ) 「aff」を読んで、農山漁村に住んでみたくなった
(カ) 「aff」を読んで、暮らしに役立つ情報が得られた
(キ) 「aff」を読んで、食品を購入したり選んだりする際に、国産品を選ぼうと思うようになった
(ク) 「aff」を読んで、食品の背景にある農林漁業者の存在を意識するようになった
(ケ) 「aff」を読んで、農林水産省の役割に理解が深まった

- (6) 「aff」の誌面に対するあなたの感想について、もっとも近いと思われるものをそれぞれ1つずつお選びください。

「そう思う」「どちらかといえばそう思う」「どちらかといえばそうは思わない」「そうは思わない」「わからない」の中から1つ選択

- (ア) 写真やイラストを多用し、視覚的・直感的にわかりやすく説明しようとしていると思った
- (イ) 難しい専門用語を使わずに、分かりやすい文章で説明しようとしていると思った
- (ウ) 読者の目線を考慮したテーマの選定や人選がなされていると思った
- (エ) 農林水産省として、国民への説明責任を果たそうとしていると思った
- (オ) 農林水産省の広報誌としてふさわしいと思った

問2 農林水産省のホームページについてお尋ねします。

- (1) あなたは、消費者モニターに選定される以前に、農林水産省のホームページをご覧になったことがありますか。

「見たことがある」「見たことがない」「わからない」の中から1つ選択

- (2) 農林水産省のホームページをご覧になったご感想について、もっとも近いと思われるものをそれぞれ1つずつお選びください。

「そう思う」「どちらかといえばそう思う」「どちらかといえばそうは思わない」「そうは思わない」「わからない」の中から1つ選択

- (ア) 興味・関心のある情報を得ることができる
- (イ) 新しい情報を得ることができる
- (ウ) 詳しい情報を得ることができる
- (エ) 一般のマスメディアでは報道・紹介されない情報を得ることができる
- (オ) デザイン・レイアウトが見やすい
- (カ) 情報が探しやすい
- (キ) 文章表現がわかりやすい

問3 農林水産省は、広報誌やホームページのほか、メールマガジンや新聞・雑誌広告、各種パンフレットなどを利用した広報活動を行っています。農林水産省の広報活動全般について、あなたが普段感じていることやご意見・ご要望など、ご自由にお書きください。

(自由回答)

問4 あなたは、「消費者が安全な食料を安心して購入・消費できる」ための農林水産省の取組について、どのように評価しますか。あなたのお考えにもっとも近いと思われるものを1つだけお選びください。

「大いに信頼できる」「やや信頼できる」「どちらでもない」「あまり信頼できない」「全く信頼できない」の中から1つ選択

問5 問4で「4 あまり信頼できない」「5 全く信頼できない」をお選びになった方にお尋ねします。その理由について、お知らせ下さい。

(自由回答)

【利用上の注意】

1 調査の内容

本調査は、農林水産省の広報活動に関する取組について、消費者がどのような意識を持たれているかを把握したものである。

2 調査対象

消費者、生産者（農業者、林業者、漁業者）及び流通加工業者の意識・意向等を迅速に把握して農林水産行政に反映させること等を目的とした「農林水産情報交流ネットワーク事業」において、全国に配置している情報交流モニター（計8,000名）のうち、消費者モニター1,500名を対象とした。

3 実施時期

平成21年2月上旬～中旬

4 調査方法

農林水産省大臣官房情報評価課からのオンライン及び郵送により調査を実施した。なお、オンライン調査とは、調査対象の情報交流モニターが、本調査用ホームページに接続して、回答することにより行うものである。

5 調査票の回収率等

対象者数 (名)	回答者数 (名)	回収率 (%)
1,500	1,103	73.5

6 回答者の属性及び回答者数

年齢階層	回答者数	男性	女性
合計	1,103名	475名	628名
20代	111名	49名	62名
30代	214名	85名	129名
40代	192名	81名	111名
50～64歳	321名	141名	180名
65歳以上	265名	119名	146名

連絡先

農林水産省 大臣官房 情報評価課 業務第2班
電話（代表） 03(3502)8111 内線 3256
（直通） 03(3502)8047

この資料は、農林水産省ホームページ【<http://www.maff.go.jp/>】の右側の「統計情報 ≫ 各種調査結果 ≫ 意識・意向調査」からご覧いただけます。