

広報・公表の相手側として想定するイメージとそれに見合った統計のあり方(修正版)

広報・公表の相手側	想定するイメージ	イメージに見合った統計のあり方	情報の更なる流れ
国民全般	<ul style="list-style-type: none"> 個人、集団、総体として多様な側面 	<ul style="list-style-type: none"> ○情報の開示と宣伝という二つの側面あり ○主に広く浅く広汎に情報提供 ○「わかりやすさ」への配慮が不可欠(ビジュアル化、媒介項の活用やユーザーインターフェースの工夫が必要) 	
児童・生徒・学生、教育機関	<ul style="list-style-type: none"> 消費者予備軍(家庭の消費行動の実質的決定者である場合もあり) 一部は将来の担い手 食育の対象者・媒介者・推進主体 	<ul style="list-style-type: none"> ○「わかりやすさ」への配慮が不可欠(ビジュアル化、媒介項の活用やユーザーインターフェースの工夫が必要) ○興味を持たせるための工夫が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 若年期の知識・体験が生涯に渡って影響する例あり 児童生徒の家族への波及 父母を通じた地域コミュニティへの波及
消費者団体	<ul style="list-style-type: none"> 個人である消費者の利益代表 行政や企業の行動のチェック 	<ul style="list-style-type: none"> ○情報の正確さ、公正さ ○テーマ毎の詳細なデータが必要な場合もあり ○レファレンス情報も必要 	<ul style="list-style-type: none"> 会員を通じた地域コミュニティへの波及 生産者との交流を通じた消費者ニーズ等のフィードバック
マスコミ・報道関係者	<ul style="list-style-type: none"> 社会の動きや、行政機関の政策を報道 現場の実態を踏まえた政策批判・提言(社会の木鐸) 	<ul style="list-style-type: none"> ○情報の鮮度が重要 ○テーマ毎に背景等を含めた情報をフルセットで提供する必要 ○話題性のあるテーマ、話題になるようなプレゼンが必要 ○恒常的なレファレンスサービスが必要 	<ul style="list-style-type: none"> 直接の読者・視聴者のみならず口コミによる浸透力も強い 一面では、情報の一人歩きという危険性あり
研究者・研究機関	<ul style="list-style-type: none"> 学問的な背景に基づいた実態分析 学問的な背景に基づいた政策提言、助言、評価 学問分野の原理論的追求 	<ul style="list-style-type: none"> ○詳細なデータの提供、時系列、組替集計 ○加工分析に適した形態での提供 ○統計の継続性、連続性へのニーズが高い 	<ul style="list-style-type: none"> 論文や学会発表により、他者へ情報を波及させることが本来的な機能
地方公共団体	<ul style="list-style-type: none"> 地域を司る機関 政策業務の実施を国と分担(国に対しては地域の利益代表の側面、住民に対しては国の代理人の側面) 自ら統計調査を行う場合もあり 	<ul style="list-style-type: none"> ○管轄する地域のデータ(小地域統計、県別統計)へのニーズが高い ○近隣の自治体、競合産地に関するデータへのニーズもあり 	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民関係者に正確な情報を伝達することが責務
国会議員・地方議員	<ul style="list-style-type: none"> 国の政策の決定 地域の利益代表 地域の対外的な代表 	<ul style="list-style-type: none"> ○政策に直結したデータ、国民の関心が高いデータを積極的に提供していく必要 ○問い合わせへの対応、レファレンス情報の提供が重要 	<ul style="list-style-type: none"> 地域のオピニオンリーダーとして、支援者へ講演会、報告会等を通じた情報の伝達
関係府省	<ul style="list-style-type: none"> 相互に連携して施策を推進 相互に監視機能を発揮する場合もあり 	<ul style="list-style-type: none"> ○データリンクageに適した調査設計 ○統一的なユーザーインターフェースの活用やポータルサイトの整備 	
農林水産関係団体・業界団体	<ul style="list-style-type: none"> 業界・職域・地域(産地)の利益代表 業界・職域内部の相互調整 団体自らが調査を行う場合もあり 	<ul style="list-style-type: none"> ○特定分野の詳細なデータに関するニーズが高い ○データそのものに関して利害関係が発生する場合もあり 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者等への情報の発信(PR活動) 団体構成員への情報の発信
生産者(個人、組織)	<ul style="list-style-type: none"> 食料の供給者 多角的機能の母体である農村コミュニティの構成員 農林水産政策の対象者 今後、経営形態の変化(組織化、法人化)にも配慮する必要あり 	<ul style="list-style-type: none"> ○当面の経営計画に必要な鮮度の高いデータへのニーズ(価格等の動向) ○将来的な経営方針の参考となる分析データへのニーズ(経営形態、規模別の収益性、労働配分等) 	<ul style="list-style-type: none"> 個別の経営から地域的な広がり(組織化、法人化) 生産者から消費者への情報発信(産直、地産池消等消費者との交流の拡大)
省内政策部局		<ul style="list-style-type: none"> ○政策の企画立案、実施、評価に必要な調査項目、調査精度の確保 ○政策の工程に即した公表時期の早期化 	