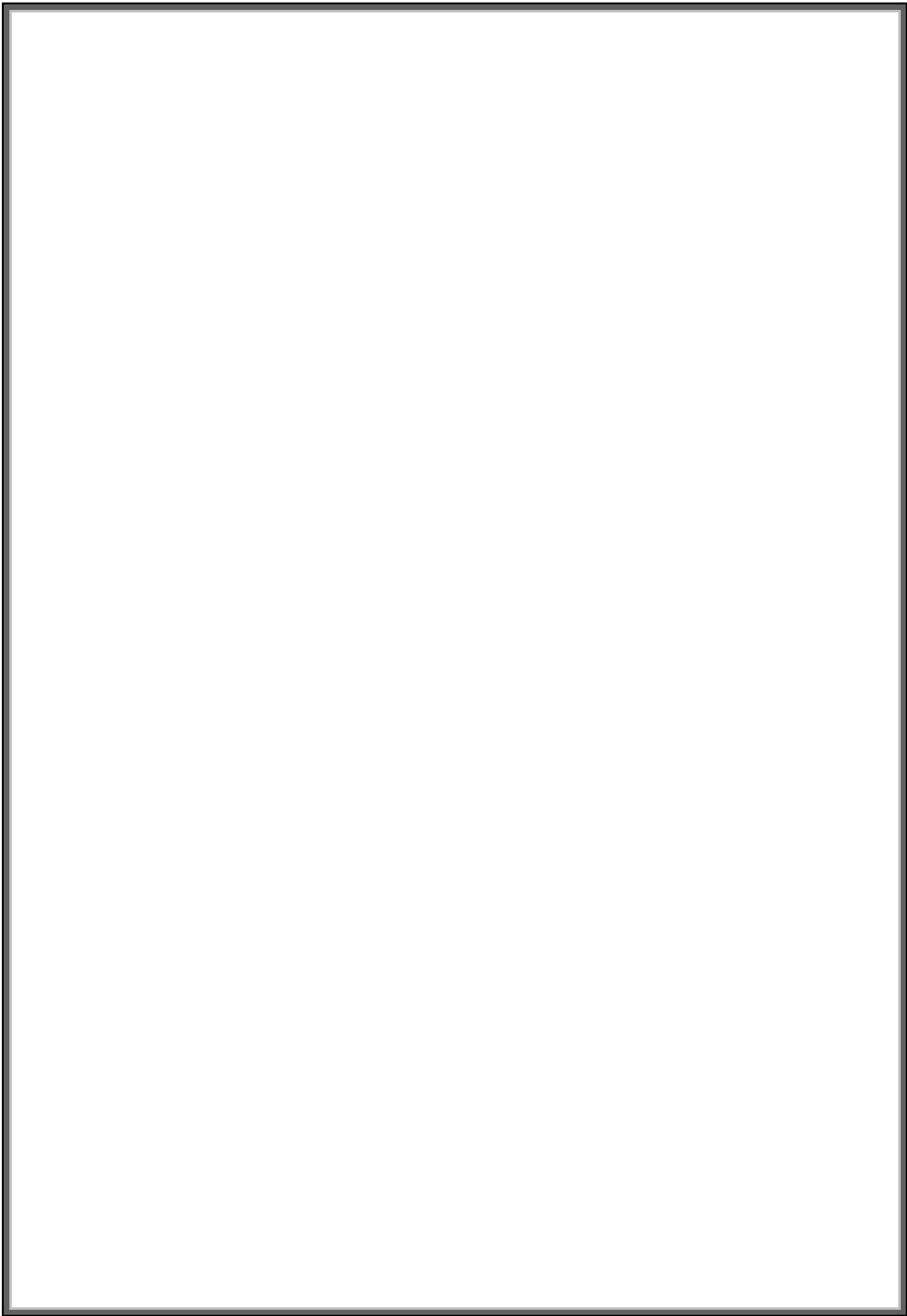


京丹波町自主放送アンケート
(令和4年度実施)

— 調査結果報告書 —

令和5年3月



はじめに

京丹波町と関西大学社会安全学部（近藤研究室）の連携がスタートしたのは、平成27年度のことでした。ケーブルテレビの「自主放送番組」を通して、町民のみなさまにも参画していただくかたちで、防災・防火など暮らしの安全・安心に結び付く情報をお届けしてまいりました。

プロジェクトの事業評価を行うために、昨年度（令和4年度）は質問紙を郵送してサンプリングを行う全町的なアンケートを実施しました。そして本年度は、ウェブ（京都府・市町村電子申請システム）を活用して、さらにデータを収集し、分析してみることにしました。

この報告書には、調査の集計結果に加えて、多くの町民のみなさまから寄せられた声（たとえば、貴重なアイデアなど）が記載されています。ぜひ、ご一読いただけますと幸甚です。

実施時期：令和4年11月～12月

回収数：167通

1 回答者の基本情報

1-1 回答者の年齢

回答者の世代は、図 1-1 のとおりとなりました。

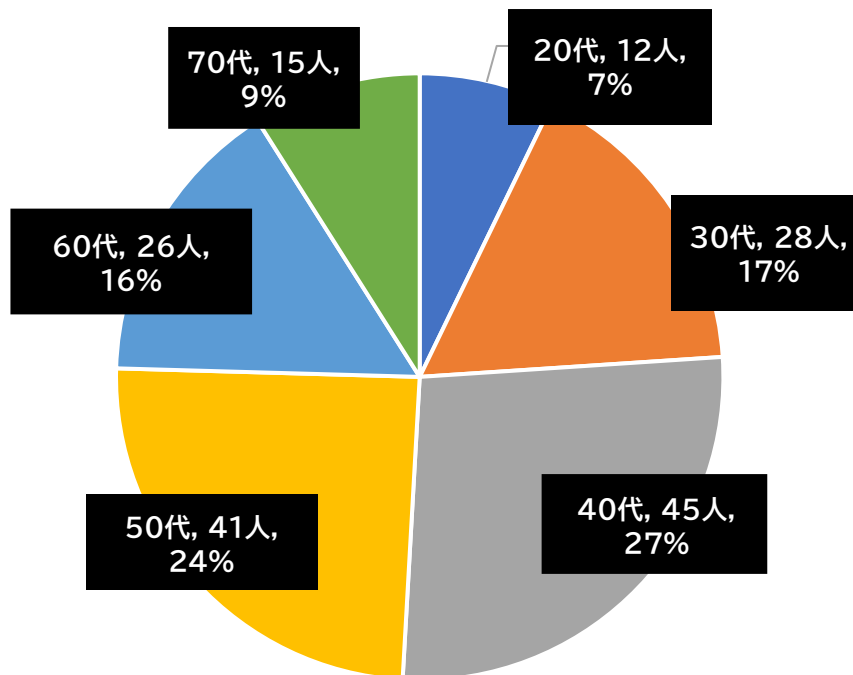


図 1-1 回答者の世代 (n=167)

今回の調査では、広く回答を得るためにウェブを活用したことから、20代～40代が過半数を占める結果となりました。京丹波町の高齢化率は4割を超えていることをふまえますと、相対的に、若い世代の考えが色濃く反映された結果をお示しすることになります。

ただし、10年後の未来を見通すうえでは、今回の分析結果は、きわめて価値が高いものと考えられます。

1-2 防災関心度

いま、どれほど防災に関心があるか、多肢複数回答式（マルチアンサー：MA）で尋ねました。結果は、図 1-2 のとおりとなりました。

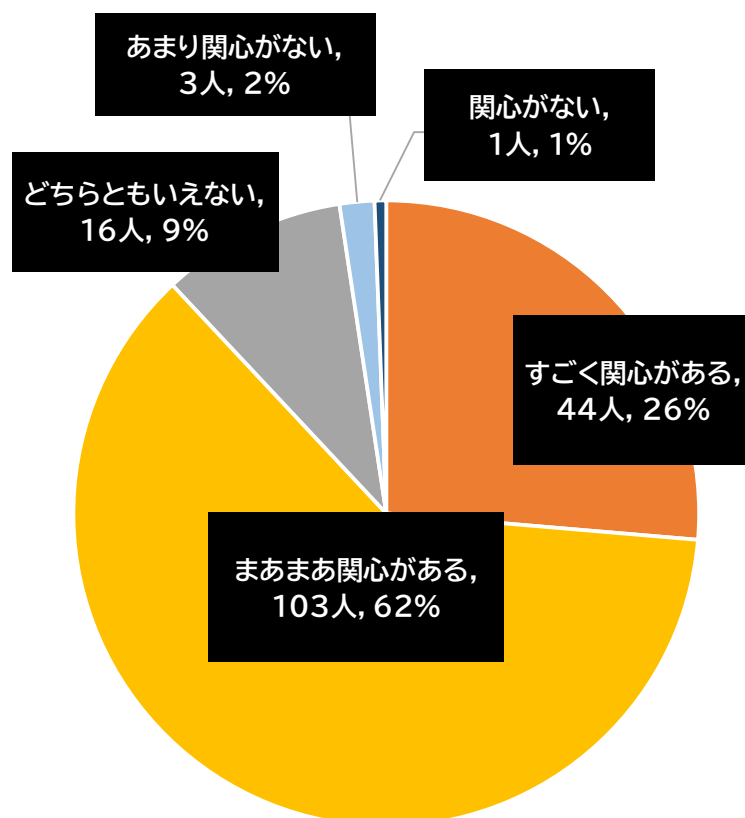


図 1-2 防災関心度（n=167）

「すごく関心がある」、「まあまあ関心がある」をあわせると、9 割弱の人が防災に関心を持っていることがわかります。市民の防災関心度が総じて高い可能性があります、すこし慎重な見方をすれば、防災関心度が高い人ばかりがアンケートに協力してくださった可能性もあります。

2 メディアに関して

2-1 災害情報を得るうえで信頼しているメディア

災害に関する情報を得るうえで信頼しているメディアを、多肢複数回答式（マルチアンサー：MA）で尋ねました。結果は、図 2-1 のとおりとなりました。

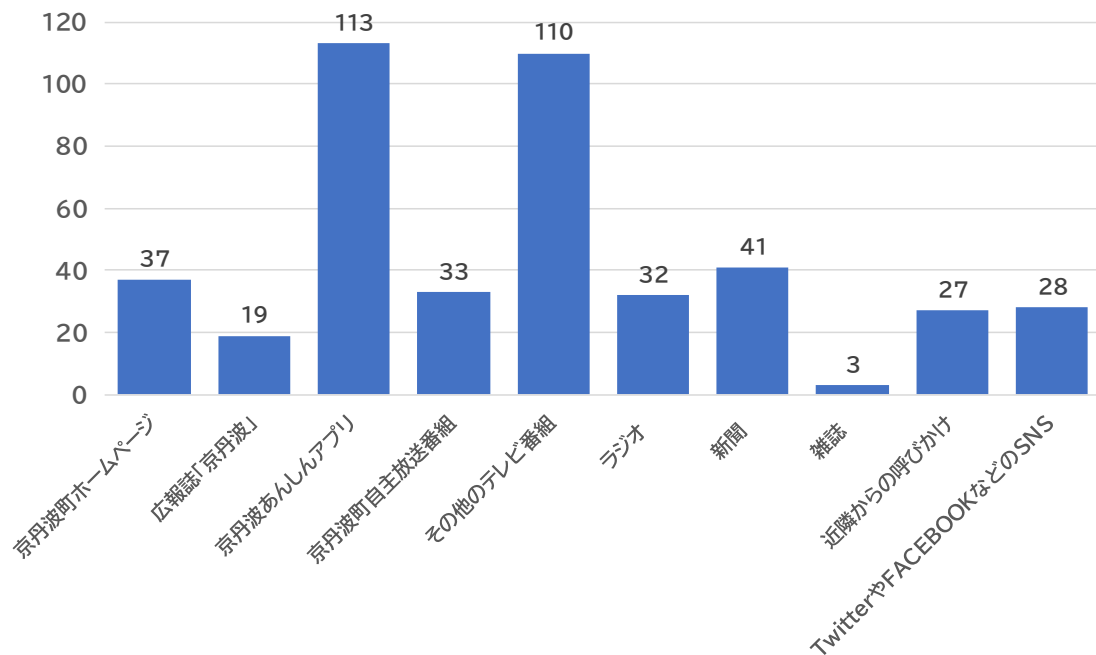


図 2-1 信頼するメディア（MA, n=167）

「京丹波あんしんアプリ」と「テレビ番組（自主放送番組以外）」が圧倒的に多くなりました。SNS は、信頼性が低いと考えている人が多いようです。

2-2 テレビ放送の視聴習慣

続いて、テレビ放送（地上波・BS 含む）の視聴習慣（頻度）を確かめました。
結果は、図 2-2 のとおりとなりました。

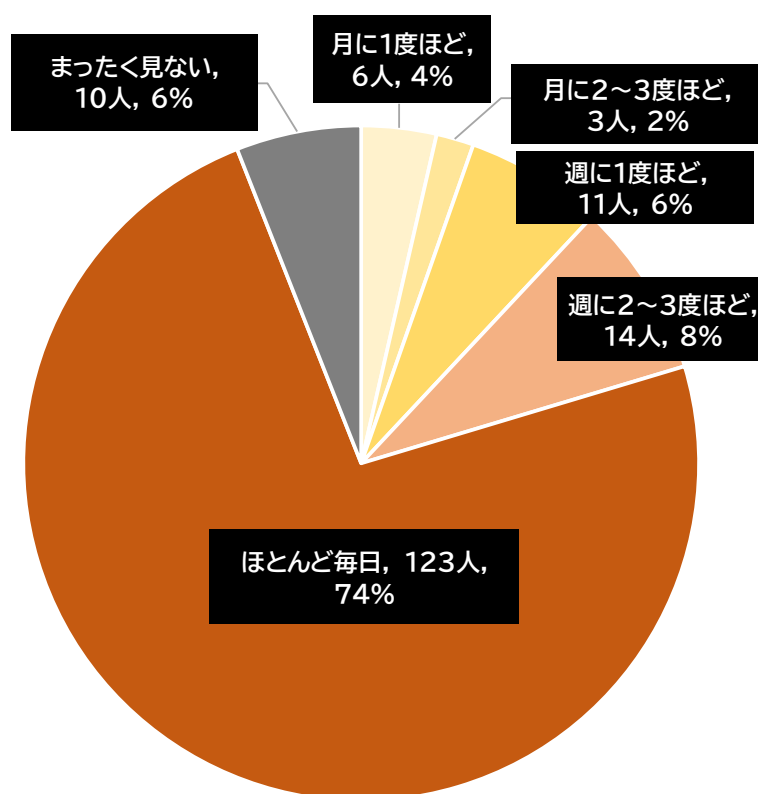


図 2-2 テレビ放送の視聴習慣（n=167）

「ほとんど毎日」と回答した人は、全体の74%と、4人に3人は、テレビになじんでいることがわかります。一方、「まったく見ない」という人は、わずかに6%にとどまりました。

2-3 自主放送の視聴習慣

続いて、自主放送の視聴習慣（頻度）を確かめました。結果は、図 2-3 のとおりとなりました。

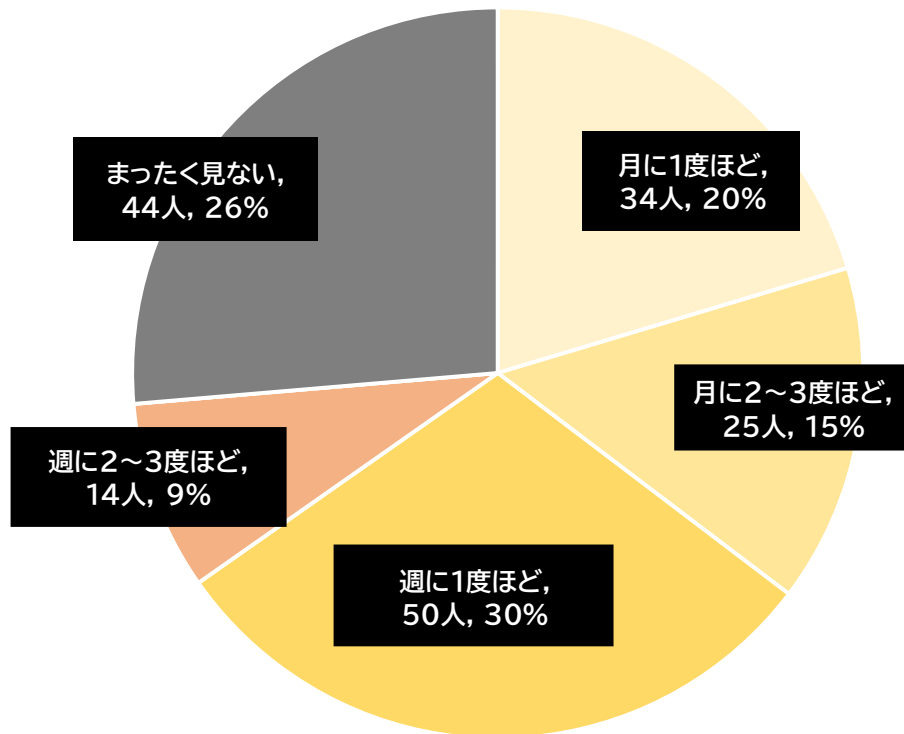


図 2-3 自主放送の視聴習慣（n=167）

こちらは、「まったく見ない」と回答した人が、全体の 26%となりました。4 人に 1 人は、残念ながら接触機会がない状況にあることがわかりました。

すでに昨年度の調査でも明らかになっているように、特に若い世代では、自主放送を見る習慣がない人が数多く存在しています。

3 防火に関して

3-1 火の用心 CM キャンペーンの視聴状況

平成 28 年 2 月から放送している「火の用心 CM」に関して、どれくらい視聴してくださっているか確かめました。1 本のコンテンツは毎日 6 回放送され、1 週間放送されると（つまり、合計して 42 回リピートされると）、次の作品に入れ替わります。本年度、ついに 300 本を達成しました。

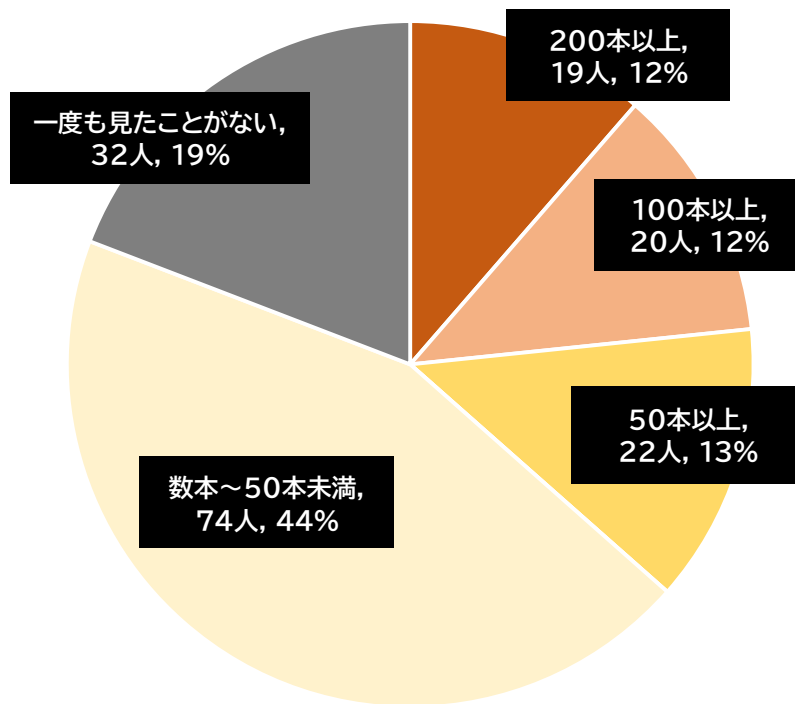


図 3-1 火の用心 CM の視聴本数 (n=167)

「200 本以上」と回答したコアな視聴者が 1 割ほどいらっしゃいました。総じて 8 割くらいの人には、この CM が届いているようです。

なお、自主放送をまったく見ない人であっても、防災講演会などの機会に CM を見たという人が、回答者のなかに含まれているようです。

3-2 火の用心 CM キャンペーンの出演状況

続いて、「火の用心 CM」に出演したことがあるか尋ねました。結果は、図 3-2 のとおりとなりました。

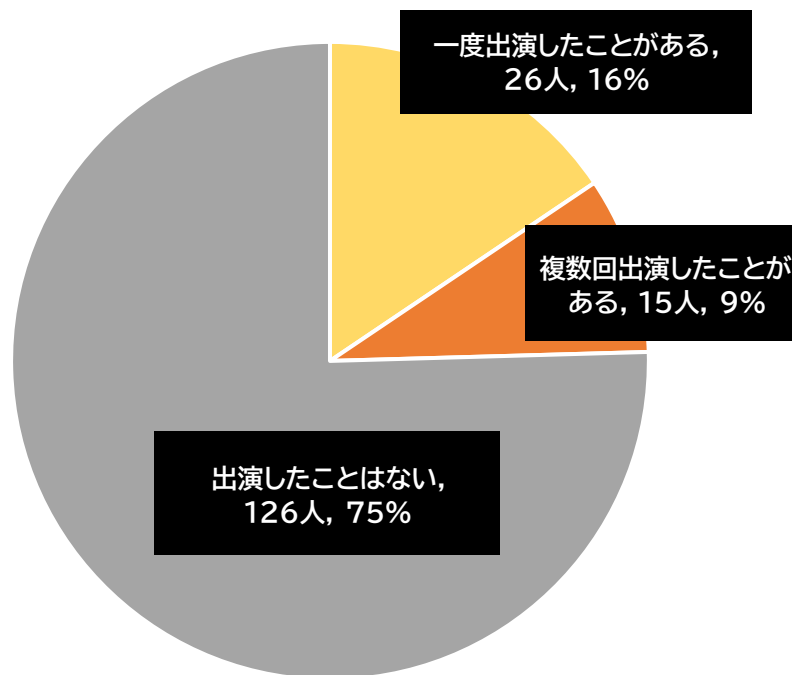


図 3-2 火の用心 CM の出演状況 (n=167)

4 人に 1 人が出演したことがあるという結果になりました。報告書を作成している令和 5 年 3 月時点で、「のべ」出演者総数は、2,500 人を超えています。出演者の重複がなかったと仮定した場合、町の人口と比較すると、出演経験者が占める割合は 2 割弱ほどになるはずですが、しかし実際には複数回出演した人が含まれていますので、もっと低い割合（数値）になるはずですが、このことをふまえると、今回の調査には、CM に出演した経験がある人が比較的多く回答してくださっていることがわかります。

3-3 京丹波町の防火意識の動向

ここ数年の傾向として、京丹波町の防火意識が高まっていると思うか、主観的な評価を尋ねてみました。結果は、図 3-3 のとおりです。

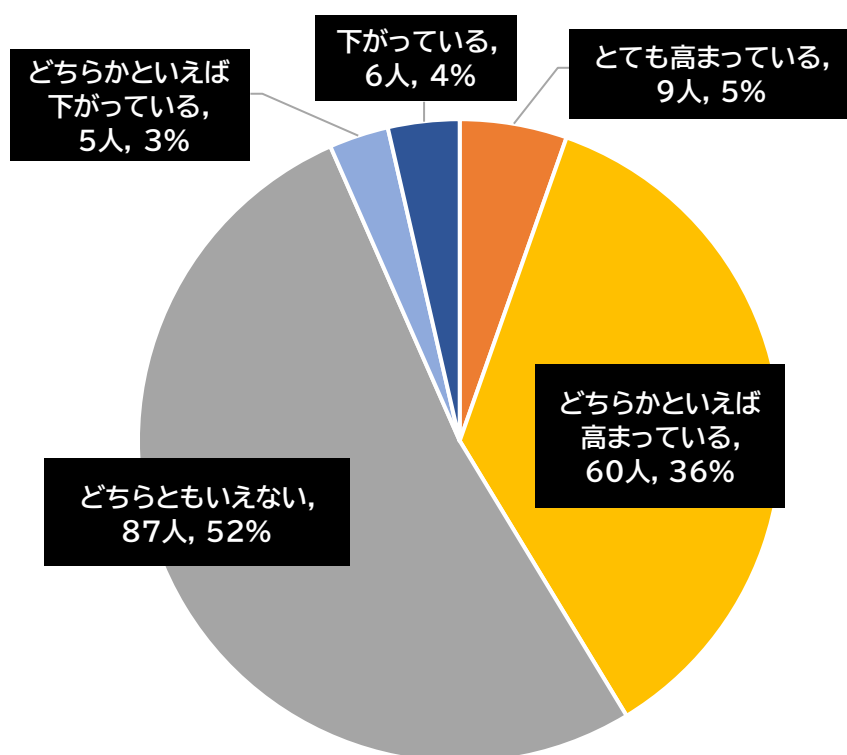


図 3-3 京丹波町の防火意識 (n=167)

「高まっている」とポジティブな回答をした人が全体の 4 割を超えました。一方で、「下がっている」と感じている人も 1 割弱ほどいました。

3-4 あなた自身の防火意識の動向

続いて、ここ数年で、あなた自身の防火意識が高まっているか尋ねました。
結果は、図 3-4 のとおりです。

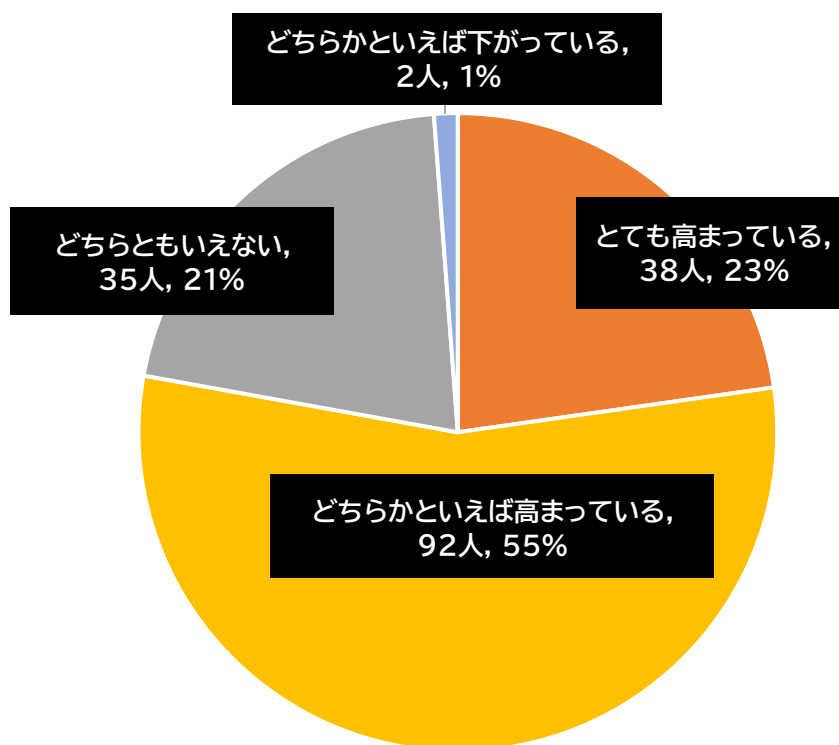


図 3-4 あなたの防火意識 (n=167)

こちらは、「高まっている」というポジティブな回答をした人が全体の 8 割弱という結果となりました。個々人の防火意識の高まりは、心強いものがあります。一方、町全体の傾向に対する評価は、芳しい結果とはなりませんでした。取り組みの輪が広がり、確かな実績を生み出すことが求められています。

3-5 火の用心 CM キャンペーンに対する評価

「火の用心 CM」キャンペーンの取り組みに対する評価を尋ねました。結果は、
図 3-5 のとおりです。

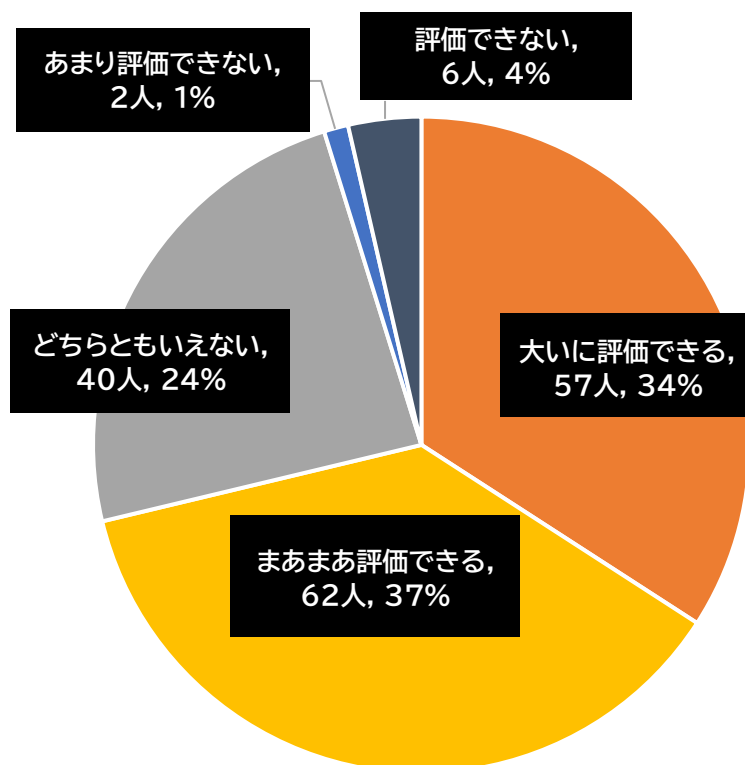


図 3-5 「火の用心 CM」キャンペーンの評価 (n=167)

およそ 7 割のかたに「評価できる」という前向きな回答をいただきました。
しかし、ネガティブな意見もありました（次節参照）。

3-6 火の用心 CM キャンペーンに対する評価コメント

ポジティブな意見として最も多かったのが、「意識向上に役立つから」というものでした。「知っている人が出てくると興味がわく」、「継続して取り組んでいることがすばらしい」、「継続は力なり！」という意見もありました。その他、「視覚による呼びかけが効果的である」、「わかりやすい」、「なかなか会えない知り合いや子供たちの元気な顔を見ることが出来る」といった声もありました。

一方、ネガティブな意見としては、「そもそも見ていないから」、「どれほど見られているかわからないから」という趣旨の回答が複数ありました。また、「効果が出ているのかわからない」、「野焼きがまだ行われている」、「マンネリ化している」という厳しい声もありました。

「出演した人は意識が高まるのだろうが、見てだけの人はそうなるのかわからない」といった指摘もありました。この点は、過年度の調査によっても明らかになったように、キャンペーンに参加することが、ご自身の意識の高まりや態度の変容に寄与しています。

「見ていただく」→「関心を持っていただく」→「出演していただく」→「さらに関心を強めていただく」→「防火行動を実行していただく」といった好循環が生まれることを期待したいと思います。

4 自主放送番組に関して

4-1 「安全・安心」に関わる番組の制作本数

「安全・安心に関わる放送事業」においては、令和4年1月～10月の期間に、合計9本の番組を制作し、放送してきました。この本数に関して評価していただきました。結果は、図4-1のとおりです。

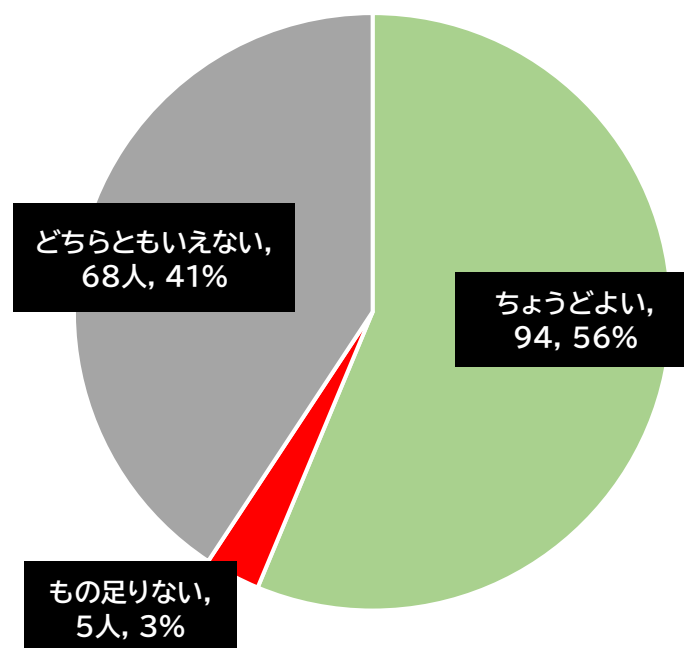


図4-1 番組の制作本数に関して (n=167)

全体の過半数が、「ちょうどよい」と回答していました。しかし、4割ほどの人が「どちらともいえない」という回答でした。そもそも「答えにくい」設問であったものと思われます。

なお、「多すぎる」の回答はゼロであり、「もの足りない」と回答した人は、5名でした。取り組みに対する期待の大きさを表しているものと考えられます。

4-2 番組別の評価

令和4年1月～10月の期間に制作した9本の番組は、以下のとおりです。
それぞれ1週間、リピート放送されています。

1月29日 安心ほっとさん

福祉避難所の機能を担う長老苑を取材、インタビュー

3月12日 林野火災に関する注意喚起

春季火災予防運動にあわせて消防署長にインタビュー

4月16日 東日本大震災から11年

友好町の福島県双葉町を訪れた学生たちにインタビュー

4月29日 なつかし蔵出し京丹波

質志鐘乳洞の懐かしい映像を特集

5月21日 なつかし蔵出し京丹波

由良川の懐かしい映像を特集

6月18日 熱中症に関する注意喚起

予防法および応急処置に関して詳しく解説

7月30日 みんなの防災川柳

防災の意気込みなどを川柳で詠む

10月15日 防災特集 「火」の災い

火の用心CMキャンペーン300本を記念した特集番組

10月29日 防災特集 「水」の災い

豪雨災害・土砂災害に関する注意喚起

これらの番組の評価を、番組ごとに尋ねました。青色の棒グラフは、「視聴した番組」を表しています。そして橙色は、「視聴した／しないに関わらずテーマが良いと感じる番組」を表しています。

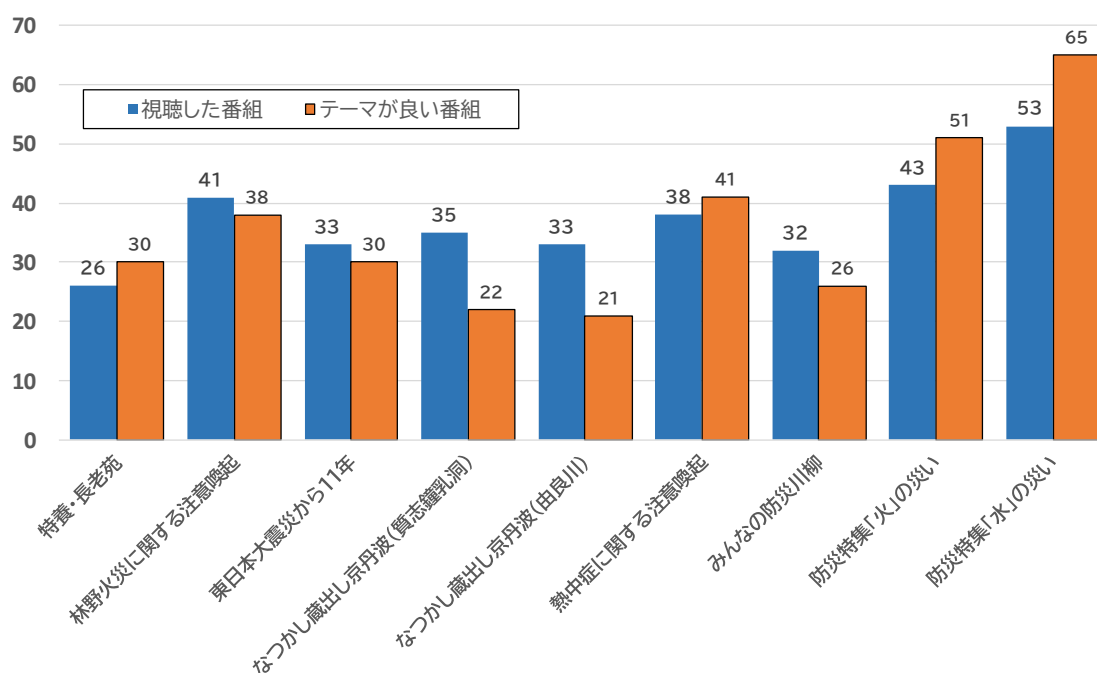


図 4-2 番組の評価 (MA, n=167)

平均視聴率（番組接触率）は、22.2%でした。最高値は、「防災特集・水の災い」で、31.7%でした。

高評価だったテーマは、「林野火災」、「熱中症」、「防災特集」であり、京丹波町のみなさんは、「具体的に役立つ情報」を求めていることがわかりました。

なお、「なつかし蔵出し京丹波」は、昨年度の全町調査に寄せられたアイデアをもとに制作しましたが、残念ながら、十分な手応えを得ることができませんでした。

4-3 京丹波町の防災・減災意識の動向

ここ数年の傾向として、京丹波町の防災・減災意識が高まっていると思うか、主観的な評価を尋ねてみました。結果は、図 4-3 のとおりです。

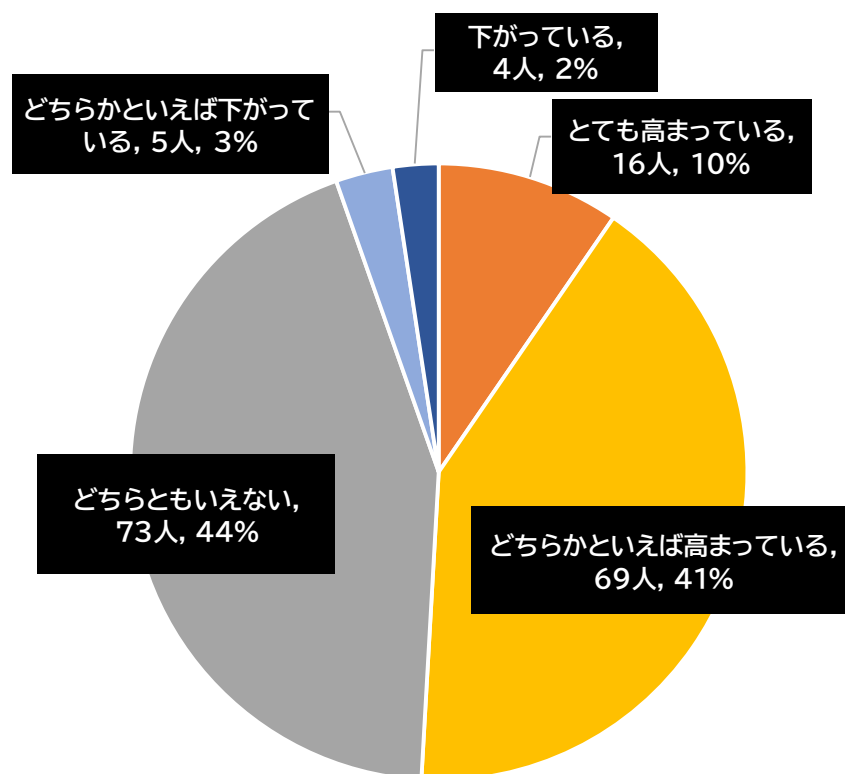


図 4-3 京丹波町の防災・減災意識 (n=167)

「高まっている」とポジティブな回答をした人が全体の 5 割を超えました。一方で、ごく少数ですが「下がっている」と感じている人もいました。

4-4 あなた自身の防災・減災意識の動向

続いて、ここ数年で、あなた自身の防災・減災意識が高まっているか尋ねました。結果は、図 4-4 のとおりです。

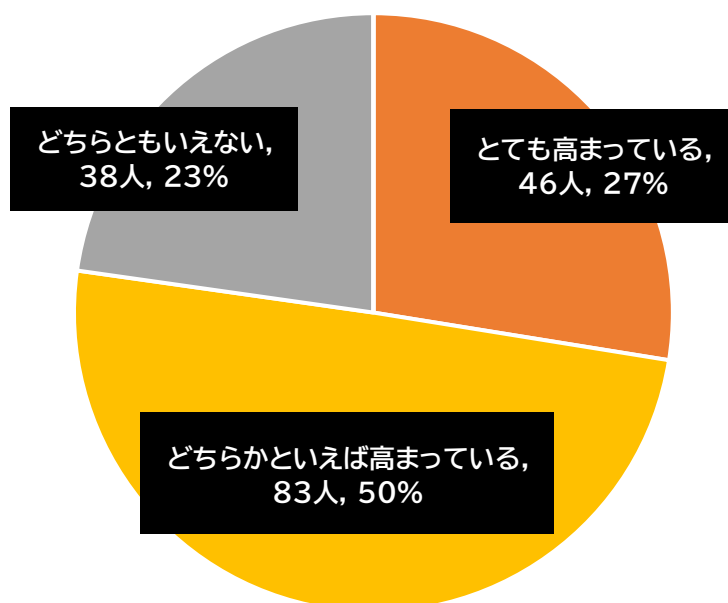


図 4-4 あなたの防災意識 (n=167)

こちらは、「高まっている」というポジティブな回答をした人が全体の8割弱という結果となりました。番組の効果だけでなく、町役場や消防署による働きかけの効果も大きいと思います。そしてもちろん、全国各地で災害が頻発していることによって危機意識が高まっていることも影響していることでしょう。

4-5 「安全・安心」に関する番組制作に対する評価

「安全・安心」に関する番組制作の取り組みに対する評価を尋ねました。結果は、図 4-5 のとおりです。

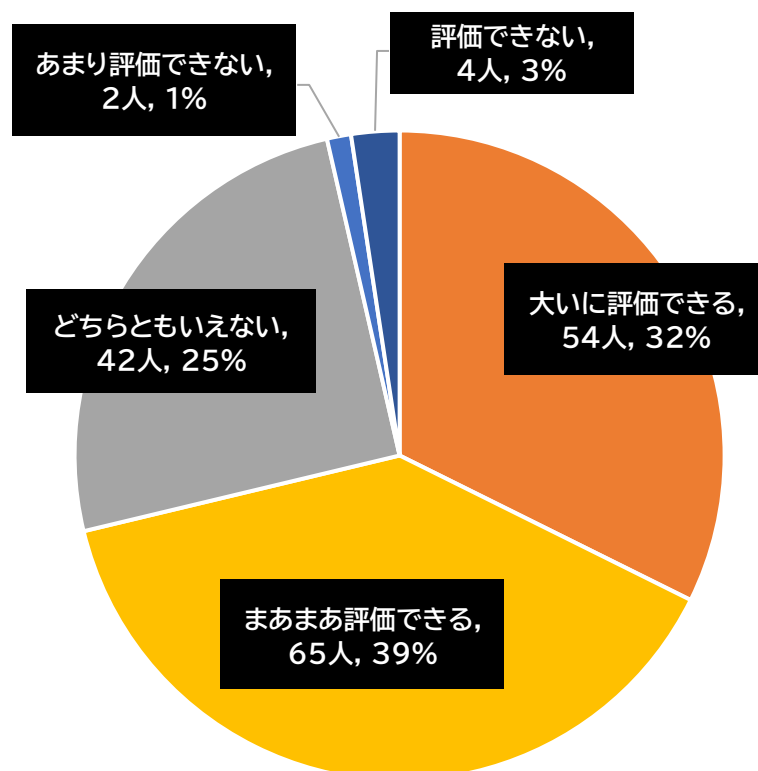


図 4-5 「火の用心 CM」キャンペーンの評価 (n=167)

およそ 7 割のかたに「評価できる」という前向きな回答をいただきました。しかし、ネガティブな意見もありました（次節参照）。

4-6 「安全・安心」に関する番組制作に対する評価コメント

ポジティブな意見として最も多かったのが、意識啓発の効果や、事業の継続性に関する内容です。「継続は力なりですね」や「町民の意識高揚につながると思います」と言った意見が多数寄せられました。「広報誌など文字で見るとより、テレビ番組放送で見る方がわかりやすい」という意見もありました。

そしてなかには、「普段、防災訓練に参加できないこともあって、番組で見たこと聞いたことが急な災害時に役立つかも知れない」と考えてくださったかたもいらっしゃいました。また、「繰り返し見ることで、頭のすみに対応の仕方が残っている」との声もあり、キャンペーンにするという手法のポジティブな影響があることがうかがえます。

一方、ネガティブな意見としては、「そもそも見たことがない（見ていない）」という内容が大部分を占めました。その他、「成果が感じられない」、「どの程度の効果が有るのか未知数である」、「見たいと思わない」、「周知が足りない」といった声が寄せられました。

5-1 波及効果その1：放送が話題になったか

放送の波及効果を確認するために、「火の用心 CM」や「安全・安心に関する番組」が、ここ数年で、家族や友人・知人との間で話題になったか尋ねました。結果は、図 5-1 のとおりです。

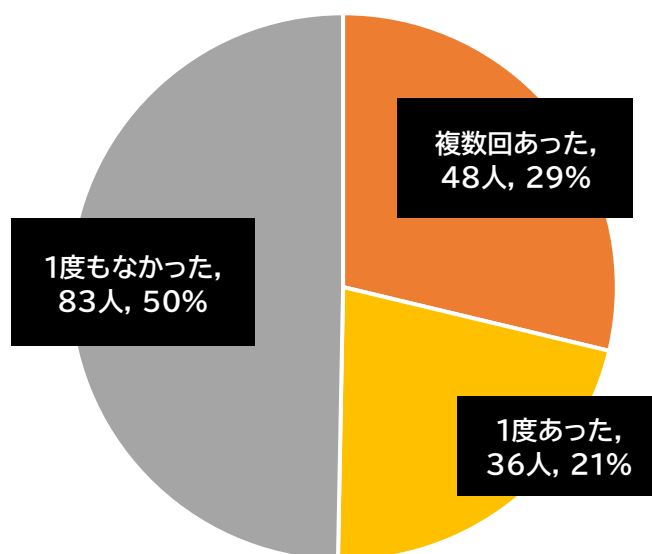


図 5-1 放送が話題になったか (n=167)

「1度もなかった」が半数を占めていました。一方で、「複数回あった」という人も3割ほどを占めています。テレビ放送は、見逃すとそれきりになりがちです。もちろん、その課題に対する対処法（たとえば、ホームページ上でアーカイブスを公開するなど）を講じる必要がありますが、たとえ「見なかった」としても、地域の中において情報が浸透し、あちこち反響するようになれば、放送の波及効果・相乗効果を期待することができます。フローのメディアをストックのメディアに変換する試みが求められます。

5-2 波及効果その2：放送を参考にして実行に移したか

放送の波及効果を確認するために、「火の用心 CM」や「安全・安心に関する番組」を参考にして、実際に対策を行ったか尋ねました。結果は、図 5-2 のとおりです。

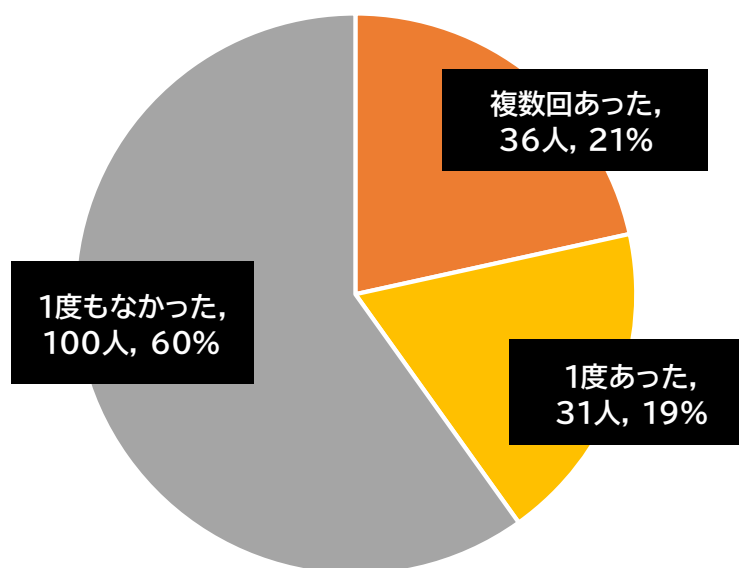


図 5-2 放送を参考にして対策を行ったか (n=167)

「実行した」経験がある人が、実に 4 割もいらっしゃいました。全体としてみれば、半数を切ってしまっている＝「とても少ない」と感じたかもしれませんが、決してそんなことはありません。本来であれば、「放送を見て終わり」とする人のほうが圧倒的に多いはずです。たとえば普段、ネットの情報をスマホで見ている人は、数秒だけ目を置いて終わりとしていることのほうが多いのではないのでしょうか。ケーブルテレビというローカルメディアの情報が住民のみなさんに「リーチしていること」が、よくわかると思います。

6-1 包括連携協定に関して

京丹波町と関西大学社会安全学部は、平成 30 年に「安全・安心のまちづくり」を主題とする包括連携協定を結んでいます。このことをどれほど多くの方がご存知なのか、確かめてみました。結果は、図 6-1 のとおりとなりました。

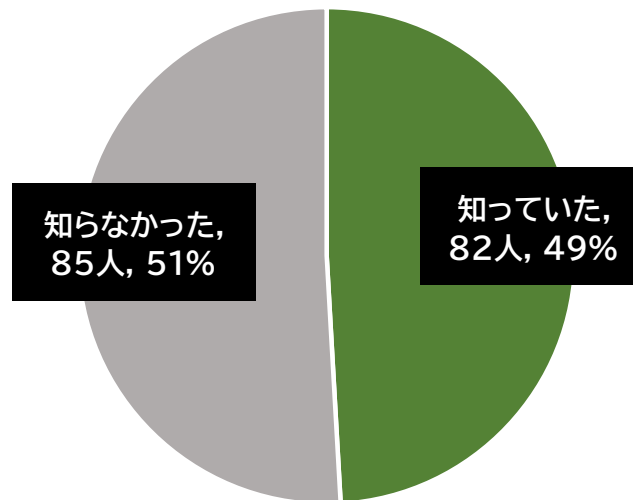


図 6-1 包括連携協定に対する認知度 (n=167)

残念ながら、認知度が半数を超えるほどではありませんでしたが、およそ 2 人に 1 人は、「包括連携協定」の存在をご存知のようでした。全国的にも珍しい枠組みを協定によって明示したわけですので、より有意義な取り組みが創発されていくことを祈念しています。

6-2 総務大臣賞に関して

京丹波町の「安全・安心に関する放送事業」は、平成31年度、全国広報コンクールで全国1位の特選、「総務大臣賞」を受賞しています。このことをどれほど多くの人をご存知なのか、確かめてみました。結果は、図6-2のとおりとなりました。

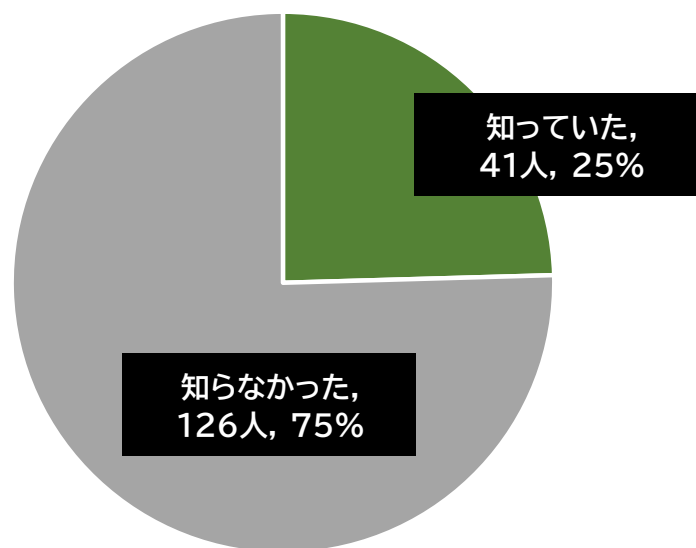


図6-2 総務大臣賞に対する認知度（n=167）

「知っていた」は、4人に1人にとどまりました。もちろんこれは、まずもって周知不足であるという「課題」として受け止める必要があると思います。ただし、全国でグランプリに輝いた経験はまことに栄誉なことです。この機会にぜひ多くのかたに御記憶いただき、活動の励みとしていただけるとよいのではないかと思います。

7-1 自由記述

今回の調査では、アンケートのいちばん最後に自由記述欄（意見・アイデア等）を設けました。たくさんお声をいただきました。以下に抜粋して紹介します。

- ・「地域ごとに実施されている防災の取り組みを紹介してほしい」
- ・「京丹波町の各施設（商業施設、老人ホーム）などでもし災害が起こった時、どのように対応するのか、どんな対策をしているのか知りたい」
- ・「大学生と共に、小学生から高校生、さらには一般市民まで、年代に合った、安全・安心の番組を作成して頂きたい。もっと市民に参加していただいた方が、より効果が出るのではないか」
- ・「“火の用心、マッチ1本火事のもと”のルーツを調べてみてほしい」
- ・「放送する時間帯を長くして、さらに内容を濃くしてほしい」
- ・「もっともっと学生さんの思いを前面に出してほしい」
- ・「（防災以外にも）コロナ禍でがんばっている飲食店を紹介するような番組を考えてほしい」
- ・「近隣の南丹市、綾部市等とも連携してみてもどうか」

まだまだ通過点、ここからが本番です

関西大学社会安全学部 近藤誠司

昨年度に引き続き、京丹波町の自主放送に関する実態調査を行う機会を頂戴しました。この場をお借りして、関係者のみなさまに感謝申し上げます。

放送事業の連携プロジェクトは、すでに 7 年の長きに渡って継続されてきております。包括連携協定という枠組みも出来ました。うれしいことに、全国の自治体広報コンクールでグランプリを受賞するなど、内外で高い評価を受けています。しかし、この状況に甘んじるわけにはいきません。まだまだこれは「通過点」と考えるべきであり、どちらかといえば、ここからが勝負のしどころであろうと思います。

理由のひとつは、災害のリスクが年々高まっているという外在的な要因です。そしてもうひとつは、町民の 4 人に 1 人が、普段は「自主放送を見ていない」という内在的な要因です。いずれも、難題です。

気象の「極端化現象」などの影響もあって、全国各地で災害が頻発しています。京丹波町においても、いずれ「未曾有の」と形容せざるをえない災害に見舞われる 때가やってくることでしょう。それは、かなり近い将来かもしれません。

さらに、少子高齢化が加速しています。自助も共助も公助も、その力が目減りしつつあります。だからこそ、災害情報を普段から共有して対策に結び付けていく必要があると言えます。これは、待ったなしの、喫緊の課題です。

ところで、アンケートの自由記述を読むと、「テレビの時代はもう終わった」と厳しく指弾なさっている人もいらっしゃいました。このように、「ネットさえあれば、なんら不足はない」と感じている人は、若い世代を中心に、どんどん増えているものと思われます。

ただし、だからといって、今の段階で、馴染みのある「ローカルメディア」を手放してしまうと、「情報に関する脆弱性」（ヴァルネラビリティ）は、一気に増大してしまうものと考えられます。

緊急時においてこそ、通信が物理的に途絶するリスクが高まります。スマホだけに頼るような外形的に“スマートな生活”を志向するのであれば、それが「断」したときには、情報に関して孤立・困窮する危険度が高まります。自宅をオール電化に改築した人が、大停電時になってから「しまった！」と言うのと似た状態です。

もちろん、放送メディアも災害耐性については課題をかかえています。しかし、だからこそ、複数の情報入手経路を持つておくことが求められています。これを、「情報の冗長性（リダンダンシー）」と言います。総務省では、「多重的な情報手段」という用語を使って、その重要性を説明しています。

グローバルなネットワーク社会が構築されてきた今だからこそ、ローカルな情報を多様な手段で共有することが求められています。近年、首都圏などで「コミュニティFM放送」が開局されるなどの「回帰現象」が起きていますが、これはひとえに、災害対応のためです。京丹波町の現状をふまえますと、放送と通信、両方のメディアを掌中におさめておくようにしたほうがよいのではないかと思います。

昨年度の報告書でも、「まちづくりは、ひとづくりである」と書きました。
ひとづくりを進めるうえで、「ローカルメディア」を活用することには一定の
アドバンテージがあるはずです。

次代を担う若い世代にこそ、自主放送番組を通して、情報の作り手、情報の
送り手、情報の受け手、これら三者の立場を経験してもらい、地域文化の活性化
事業に役立ててもらおうとよいのではないのでしょうか。

アンケートには、「若い人に番組に出てほしい」という声と、「番組に出てみた
い」という若い人の声がありました。両方の声をうまくマッチングさせる挑戦に、
期待したいと思います。

ここからが、まさに正念場です。ぜひ力を合わせて、取り組みの輪を広げて
いきましょう。

2023年3月11日

東日本大震災12年の日に

京丹波町情報センター
関西大学社会安全学部近藤誠司研究室

令和 5 年 3 月 11 日

