

「国土交通行政インターネットモニター」アンケート調査（平成19年9月実施） 「国土交通省の広報・広聴業務に関する調査」の結果について

国土交通行政インターネットモニターとは、広く全国の皆様から、国土交通行政の課題に関しインターネットを利用して質の高いご意見・ご要望等をお聴きし、今後の国土交通行政の施策展開の参考とすることを目的として、平成16年度から実施している制度です。

詳しくは、<https://www.monitor.mlit.go.jp/>まで。

実施期間 平成19年9月6日(木)～平成19年9月21日(金)

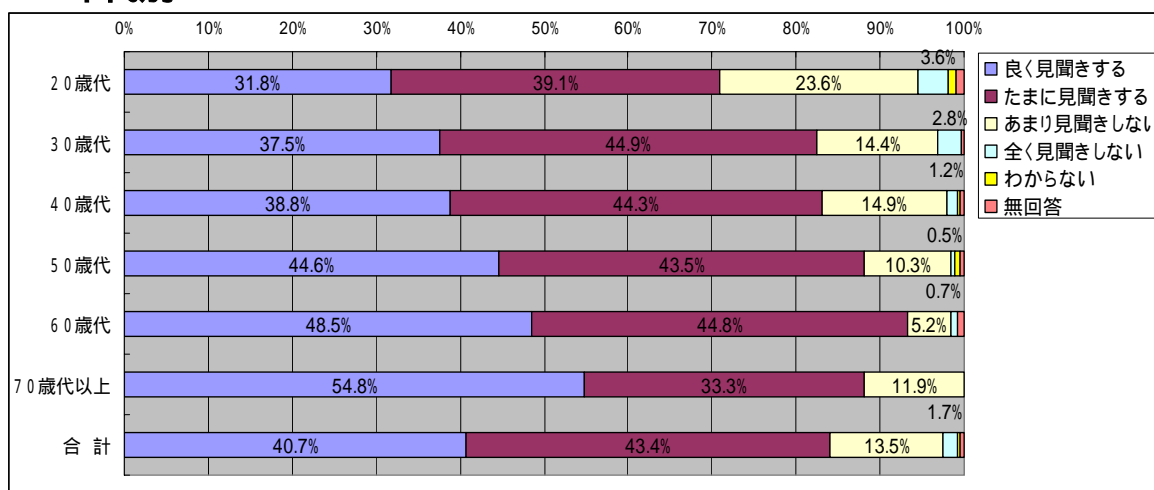
対象者 1,195名

回答者 1,010名

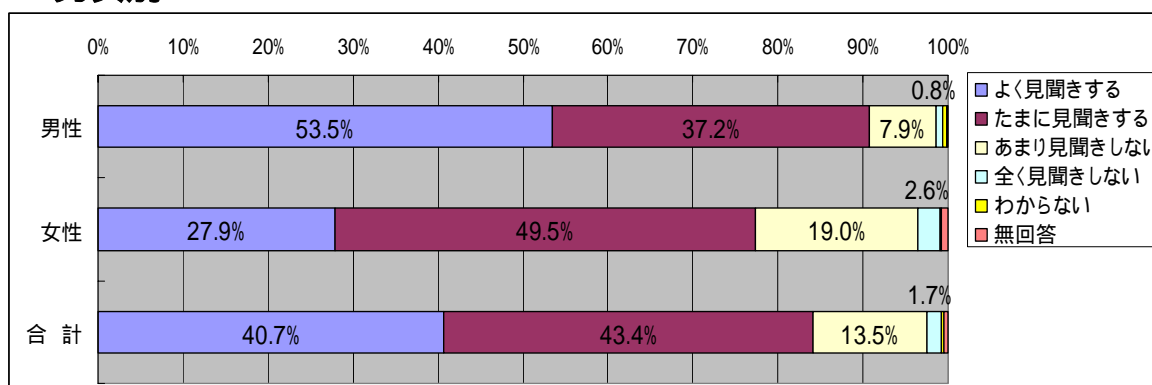
回答率 84.5%

問1. 国土交通省の認知度

<年代別>



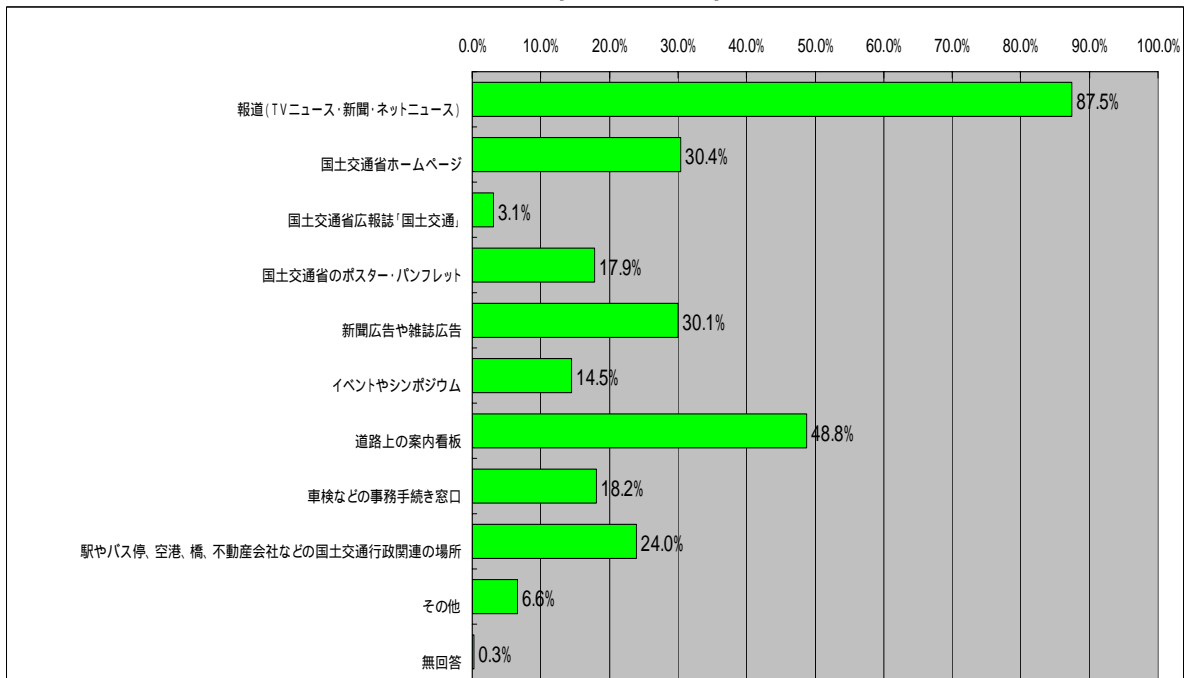
<男女別>



国土交通省の認知度については、80%以上の方が日常の中で「よく見聞きする」又は「たまに見聞きする」と回答した。多くの国民が日常の中で国土交通省を見聞きしているといえる。

なお、年代が高くなるほど「よく見聞きする」傾向が高く、また女性より男性の方が「よく見聞きする」傾向が高いことがわかった。

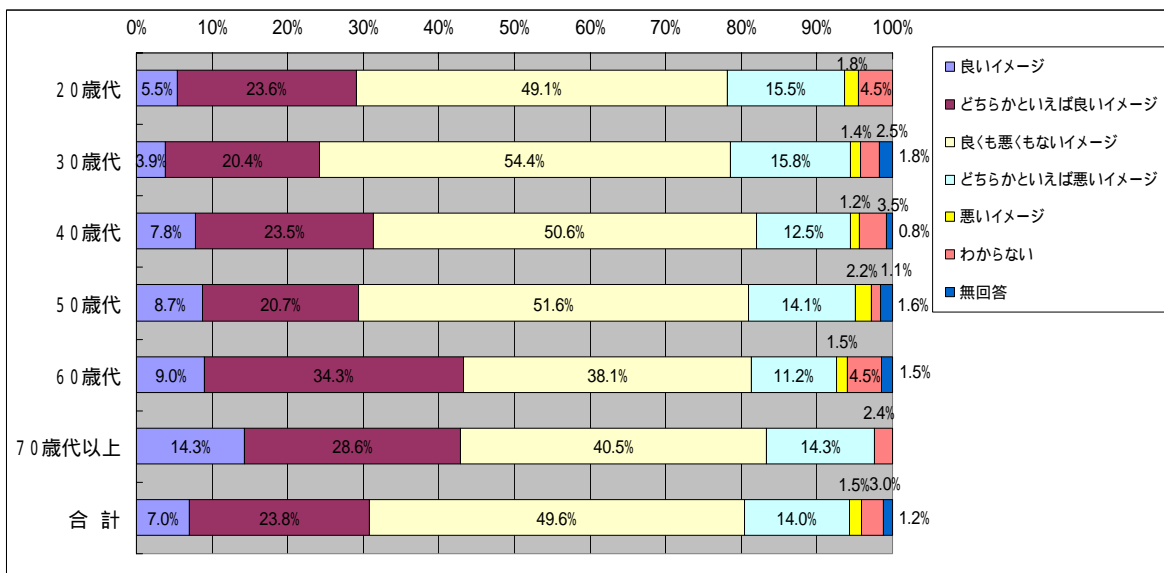
問2 . 国土交通省を認知する機会 (複数回答)



国土交通省を認知する機会については、約9割の方が報道(テレビニュース、新聞、ネットニュース)で認知していると回答した。報道以外では、約5割の方は道路上の案内看板で国土交通省を認知し、約3割の方は国土交通省HPや新聞広告・雑誌広告で国土交通省を認知していると回答した。

また、国土交通省からの情報発信機会である「国土交通省のポスター・パンフレット」や「イベントやシンポジウム」で認知している人は2割未満であった。

問3 . 国土交通省の全体的なイメージ



国土交通省のイメージについては、約5割の方が「良くも悪くもないイメージである」と回答した。「良いイメージ」又は「どちらかといえば良いイメージ」と回答した方は約3割、「悪いイメージ」又は「どちらかといえば悪いイメージ」と回答した方は15.5%であった。

年代別で言うと、60歳代及び70歳代以上において、良いイメージを持たれる傾向が見られた。

問4. 国土交通省の良いイメージとして思いつく単語

国土交通省の「良いイメージ」を想起させる具体的なキーワードを聞いたところ、上位5つは道路(28.1%)、安全(17.7%)、整備(15.5%)、交通(9.9%)、災害(7.2%)であった。上位20位までをまとめると

道路、整備、河川、高速、国土、空港、建設、国道、開発といった「インフラ整備・管理・保全に関するもの」

安全、災害、安心、防災といった「安全・安心に関するもの」

交通、高速、航空、鉄道といった「交通に関するもの」

「環境に関するもの」

堅実といった「国土交通省の行政姿勢に関するもの」

などが主に「良い」評価を受けていることがわかった。

問5. 良いイメージとして思いついた理由

それぞれが「良いイメージ」を形成した理由としては、

「インフラ整備」については、「生活が便利になっている」「快適に利用できる」「日々の生活に恩恵を受けている」などが良いイメージを形成する理由であった。

「安全・安心」については、事故や災害時の「迅速な対応」が良いイメージを与えていることがわかった。

「交通」については、「安全性」や「利便性」についていい評価を受けていることがわかった。

環境に関心のある国民が増えており、国土交通省の「環境に関する取組み」も良いイメージを形成する一因となっていることがわかった。

報道や職員に接した際に、感じられる省の姿勢として、「堅実・誠実・真面目」などのイメージが形成されている方が多いこともわかった。また、地域でのパトロールや災害時の対応など職員の地道な対応も良い評価を受けていることがわかった。

問6. 国土交通省の悪いイメージとして思いつく単語

国土交通省の「悪いイメージ」について具体的な内容を聞いたところ、上位5つは、談合、天下り、道路、無駄、事故であった。上位20位をまとめると、

談合、天下り、癒着、汚職、利権といった「業界及び業者との不透明な関係に関するもの」

道路、無駄、公共工事・公共事業、税金、建設、ダムといった「事業に関するもの」

役所(お役所)、官僚、役人、縦割りといった「公務員の仕事の姿勢に関するもの」

事故、渋滞、偽装といった「所管分野についての事件・事故に関するもの」

堅い、固い、遅いといった「国土交通省の行政姿勢に関するもの」

などが悪い評価を受けていることがわかった。

問7. 悪いイメージとして思いついた理由

それぞれが「悪いイメージ」を形成した理由としては、

「談合、天下り、癒着、汚職、利権」については、古い体質を引きずっているイメージが形成されていること、実際にそのような事実があった報道があったことが、悪いイメージを形成している理由であることがわかった。

自分が実際に知っている工事で無駄なものや工事を行う理由のわからないものがあったり、地方に行くと無駄と思えるような事業を見たり、報道だけでなく、個人的な体験にも基づいて悪いイメージが形成されていることがわかった。

仕事のやり方が融通が利かない、政治家や企業のために仕事をやっており、国民のために仕事をやっていないなどの印象が報道や実体験に基づいて形成されるため、悪いイメージとなっていることがわかった。また、役所全般の評価については当然国土交通省も含まれると考える方が多いことがわかった。

事故を事前に防げないことや、規制緩和によって安全・安心意識が損なわれたこと、いつまでも事故や渋滞がなくなることを理由に挙げる方が多かった。

実際に職員に接しての印象や、何度も同じ事故が起これ、対策がきっちりしていないこと、窓口対応、施策の対応(結論が出るまでの時間)の遅い印象、地方のことを考えず顔が見えない印象などを理由に挙げる方が多かった。

問8. 国土交通省を想起させる単語・施策

国土交通省を想起させる単語・施策としては、上位5つは道路、高速、交通、河川、災害だった。上位20位をまとめると、

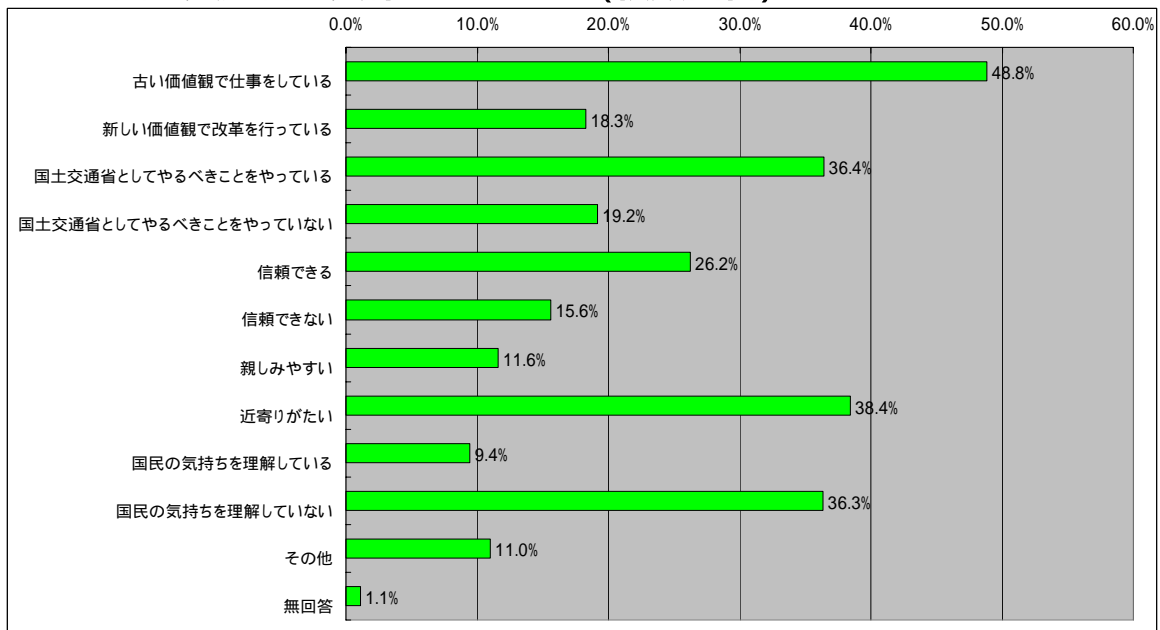
道路、高速、河川、公共、建設、空港、国土、国道、ダムなどの「インフラ整備・管理・保全に関するもの」

高速、交通、航空、鉄道、自動車、新幹線、バリアフリーなど「交通に関するもの」

災害、安全、防災など「安全に関するもの」

などが主なイメージだった。その他として、環境、観光があった。

問9. 国土交通省の具体的なイメージ(複数回答)

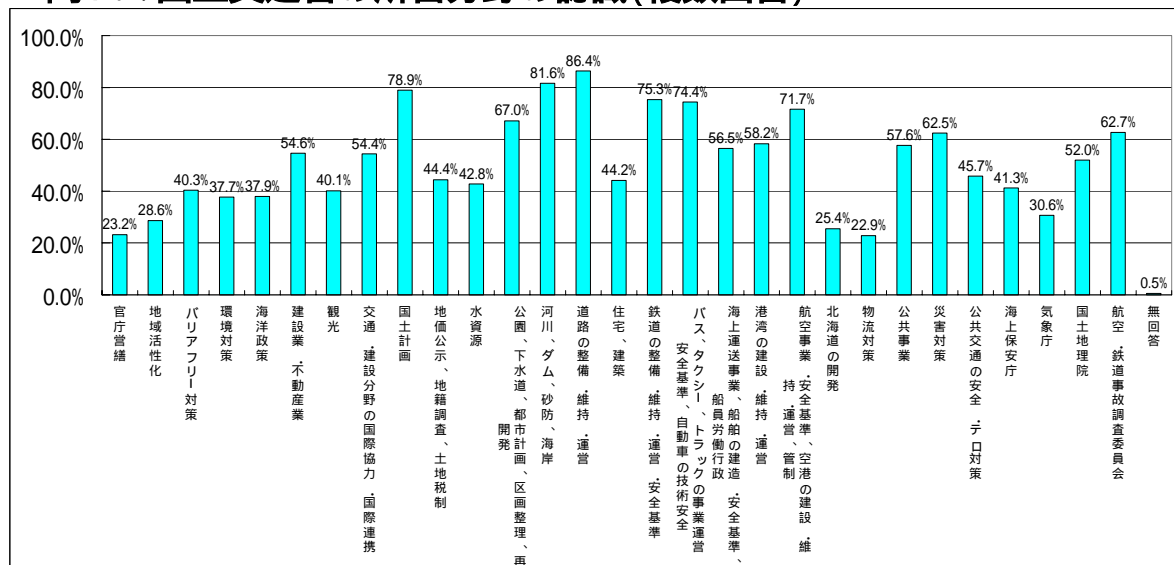


国土交通省のイメージとして当てはまるものを十択で選択してもらったところ、上位5位としては、古い価値観で仕事をしている(48.8%)、近寄りやすい(38.4%)、国土交通省としてやるべきことをやっている(36.4%)、国民の気持ちを理解していない(36.3%)、信頼できる(26.2%)の5つがあがった。

また、「国土交通省が古い価値観で仕事をしている」と回答した人は「新しい価値観で改革を行っている」と回答した人の約2.5倍だった。「国土交通省としてやるべきことをやっている」と回答した人は「国土交通省としてやるべきことをやっていない」と回答した人の約2倍だった。「信頼できる」と回答した人は「信頼できない」と回答した人の約1.5倍だった。「近寄りやすい」と回答した人は「親しみやすい」と回答した人の約3倍だった。

これらから、国民の中で国土交通省に対して「行政分野は身近だが、組織としては身近に感じず、近寄りやすいイメージである」、「やるべきことはやっているが、古い価値観で仕事をしていて、国民の気持ちを理解していない」というイメージが形成されていることが推測できる。

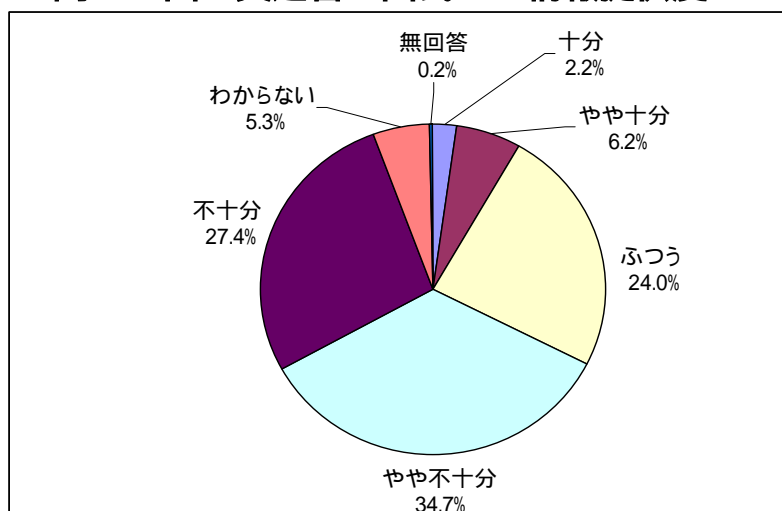
問10. 国土交通省の所管分野の認識(複数回答)



国土交通省の所管分野として、最も認識されているものは道路であり、全体としては85%以上の方が国土交通省の所管分野であると認識していた。次に、河川が8割以上の方に国土交通省の所管分野であると認識されていた。また、7割以上の方が認識しているものとしては、国土計画、鉄道、自動車、航空があった。

一方、国土交通省の所管分野であるとの認識が低い下位5つは、物流(22.9%)、官庁営繕(23.2%)、北海道の開発(25.4%)、地域活性化(28.6%)、気象庁(30.6%)であった。なお、海上保安庁及び観光についても4割しか国土交通省の所管であると認識されていなかった。

問11. 国土交通省の国民への情報提供度



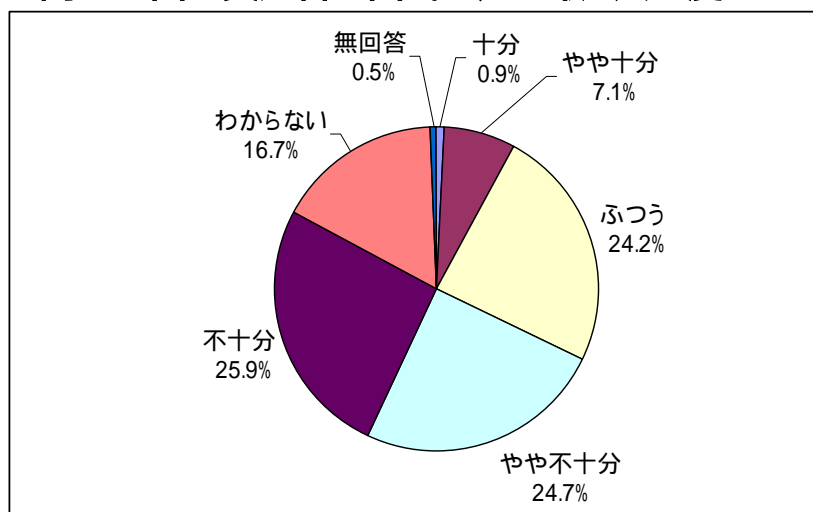
国土交通省の施策についての国民への情報提供度については、6割以上の方が「不十分」又は「やや不十分」と回答した。「十分」又は「やや十分」と回答した方は1割未満だった。

問12. 情報提供度に関する理由

国民への情報提供度が「不十分」と感じる理由については、「マスコミからの情報はあがるが、省としての情報が少ない」「実際に見聞きしない」「行政分野が広すぎて活動内容がよくわからない」「(そもそも)こんなに多くの分野を所管しているとは知らなかった」などの意見が多かった。

また、「問題が起こってからしか対応が見えないので、通常の対応をきちんと教えてほしい」「こんなに国民生活に密着している分野を所管しているにもかかわらず、あまりにもPR不足ではないか」「国土交通省の施策であっても地方公共団体独自の施策であると思っている人が多いと思う」という声も多かった。

問13. 国土交通省の国民の声の取り入れ度



国土交通省の国民の声の取り入れ度については、約5割の方が「不十分」又は「やや不十分」と回答した。「十分」又は「やや十分」と回答した方は1割未満だった。

問14. 国民の声の取り入れ度に関する理由

国民の声の取入れが「不十分」と感じる理由については、「実際に国民の声をどう取り入れているのか知らないから」「国民の声を聞く場や窓口があるか知らないから」「意見を出してもそれが施策にどう反映されているのが見えないから」「国土交通省の制度で国民の声をデータとして使用しているのを見たことがないから」などの意見が多かった。

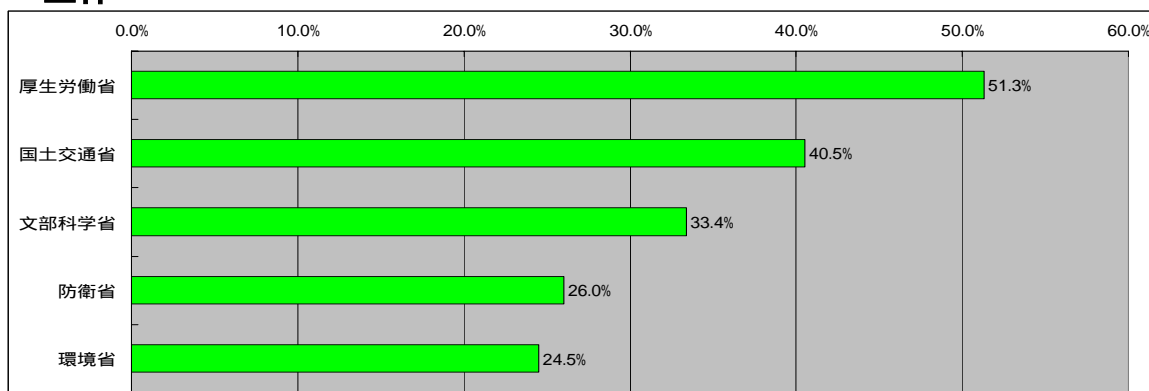
根本的な問題として「そもそも国土交通省の仕事や所管分野もわからないのに意見などいえるはずがない」との声も多く聞かれた。

問15. 広聴活動の認知度

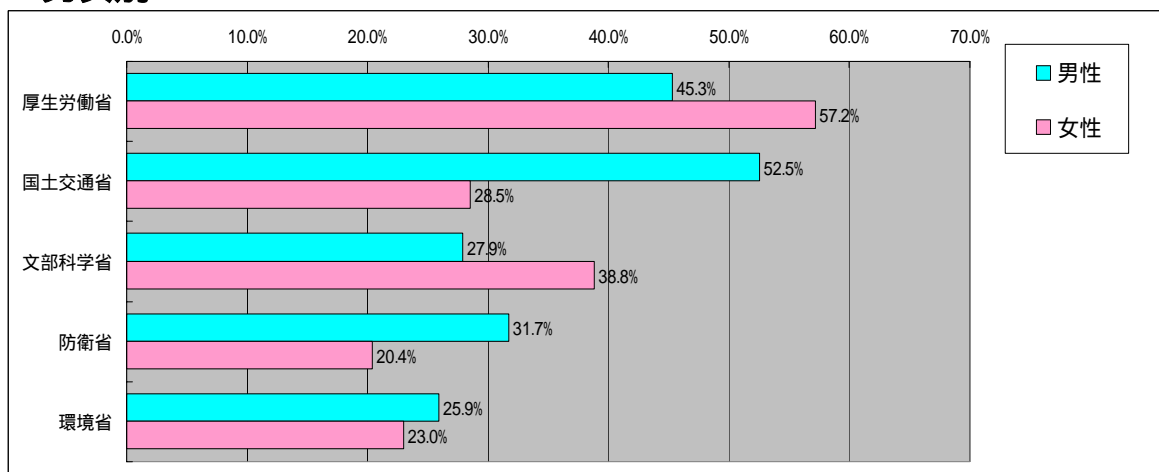
国土交通省の広聴活動として知られているものは、パブリックコメント、ホットラインステーション、河川愛護モニターなどがあつた。

問16. 中央省庁の行政内容への関心度合い

< 全体 >



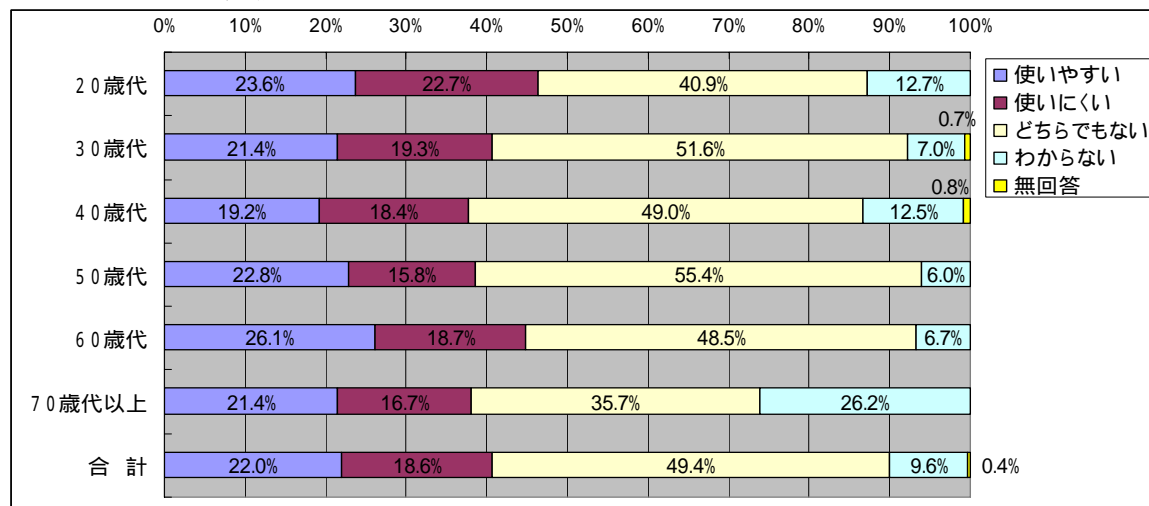
< 男女別 >



中央省庁の行政内容への関心度合いとして、最も多いものは厚生労働省であり(51.3%)、次いで国土交通省(40.5%)、文部科学省(33.4%)の順であった。

一方、国土交通省への関心度合いを男女別に見ると、男性は52.5%で最も多かったが、女性は28.5%と男性の約半分であった。

問17. 国土交通省のホームページの使いやすさについて



国土交通省のHPの使いやすさについて、「使いやすい」と回答した人が22%、「使いにくい」と回答した人が18.6%、「どちらでもない」と回答した人が49.4%であった。

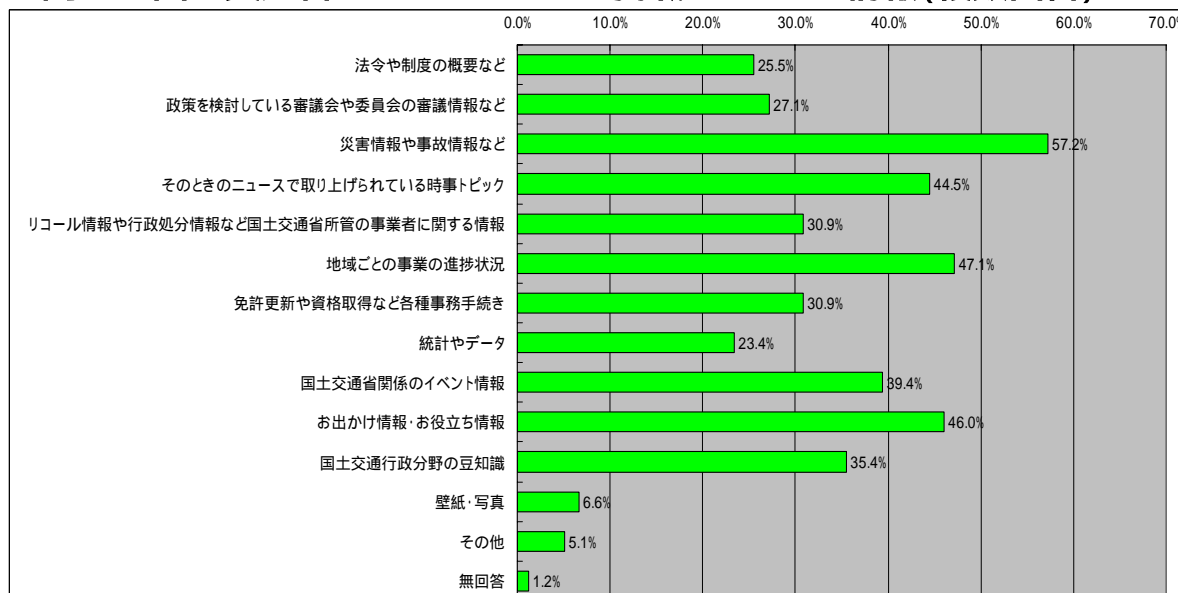
問18. 国土交通省のホームページの使いにくい点(複数回答)



国土交通省のHPが「使いにくい」と回答した人に対して、その理由を尋ねたところ、「欲しい情報にたどり着くまでに手間・時間がかかる」、「欲しい情報がどこにあるのかわからない」がそれぞれ62.8%、61.7%であり、6割以上の方が欲しい情報に容易にアクセスできないと感じていることがわかった。

また、約3割の人が「デザインがいまいち」と回答した。その他の意見としては、「ページのデザインや構成に統一感がない」「利用者の立場に立った構成にして欲しい」「一覧性がない」という声があった。

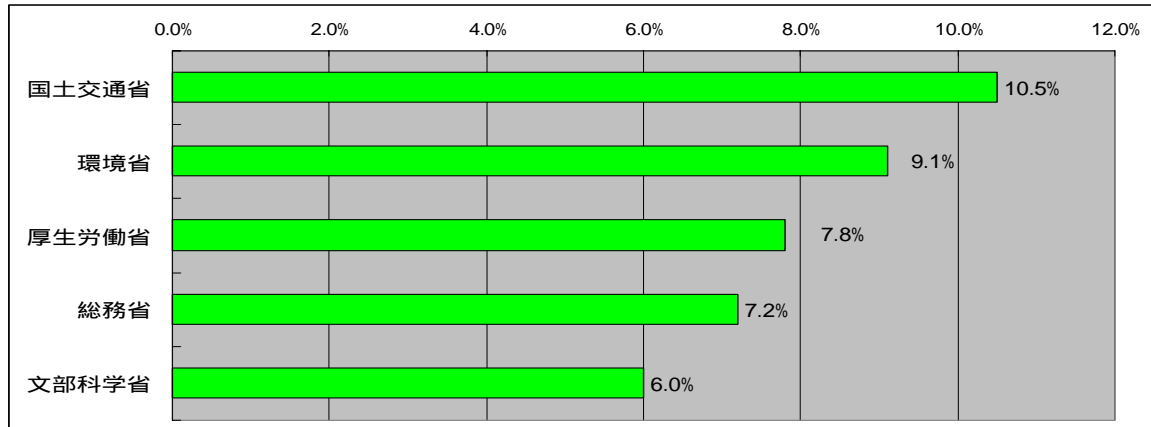
問19. 国土交通省のホームページに掲載してほしい情報(複数回答)



国土交通省のホームページにもっと掲載してほしい情報としては、約6割の方が「災害情報や事故情報」(57.2%)と回答した。次に4割以上の方が「地域ごとの事業の進捗状況」(47.1%)、「お出かけ情報・お役立ち情報」(46%)、「そのときのニュースで取り上げられている時事トピック」(44.5%)と回答した。

また、3割以上の方が「国土交通省のイベント情報」(39.4%)「国土交通省の行政分野の豆知識」(35.4%)「国土交通省の所管事業者に関する情報」「各種事務手続き」(30.9%)と回答した。その他の意見としては、「法律や制度のわかりやすい解説」、「統計データや研究論文などの充実」、「キッズコーナーの充実」という声があった。

問20. 使いやすいホームページだと思う省庁

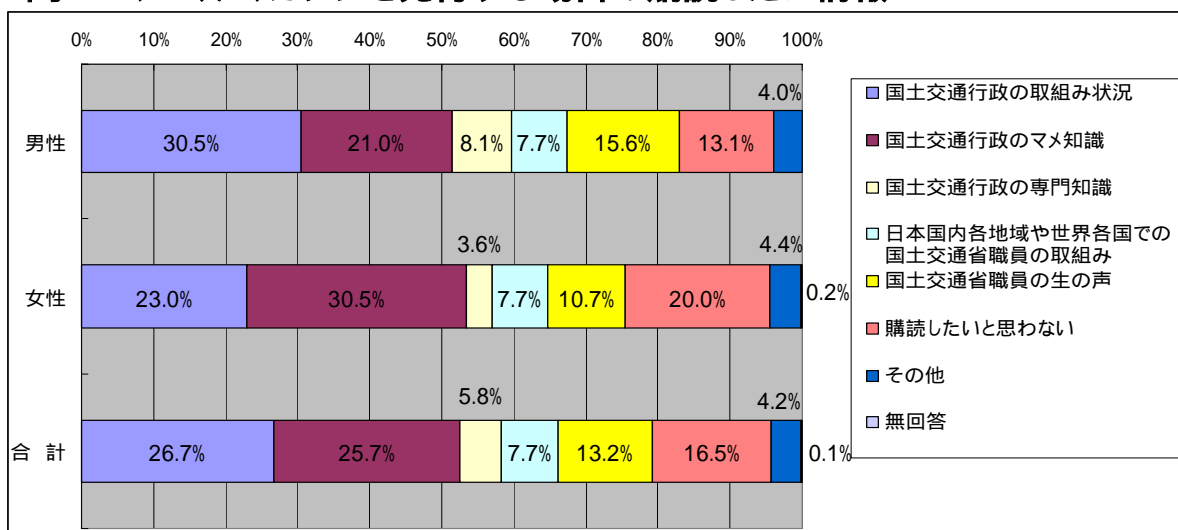


中央省庁のホームページについて、使いやすいホームページだと思う省庁を聞いたところ、わからない(60.4%)と回答した人を除き、国土交通省(10.5%)、環境省(9.1%)、厚生労働省(7.8%)の順となった。

問21. 使いやすいホームページだと思う理由

問20に関連し、使いやすいホームページだと思う具体的な聞いたところ、
 国土交通省:「最近道の駅検索が出来る事を知ったから。」
 環境省:「法令の検索がしやすい。」
 厚生労働省:「重要・国民の関心の大きい事項が上または見やすい位置にある。」
 総務省、文部科学省:「知りたい情報が端的にわかる」
 などの回答があった。

問22. メールマガジンを発行する場合の購読したい情報



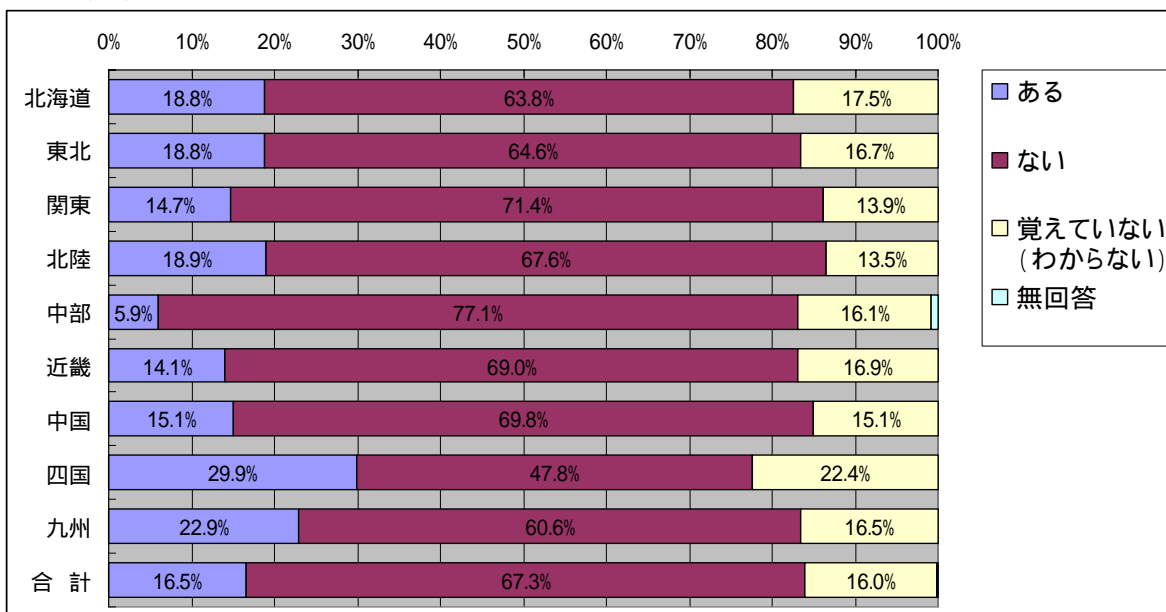
全体では、国土交通省がメルマガを発行する場合に、購読したい情報は、「国土交通行政の取り組み状況」が26.7%、「国土交通行政のマメ知識」が25.7%だった。メルマガを「購読したいと思わない」と回答した方は16.5%だった。

男女別で最も購読したい情報は、男性は「国土交通行政の取り組み状況」が、女性では「国土交通行政のマメ知識」が、それぞれ30.5%であった。

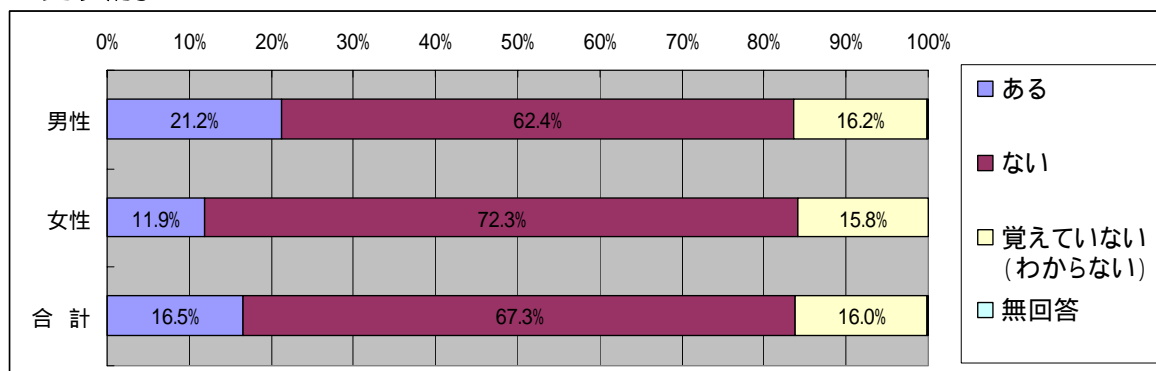
その他の意見としては、「一般の人も気軽に学習できるようなもの」、「親子で勉強できるようなメルマガを読みたい」、「地元関連の事業の情報」、「イベント情報」などについて購読したいという声があった。

問23. 国土交通省関係イベントの参加状況

< 地方別 >



< 男女別 >



国土交通省関係のイベントへの参加割合については、「参加したことがある」が16.5%、「参加したことがない」が67.3%だった。

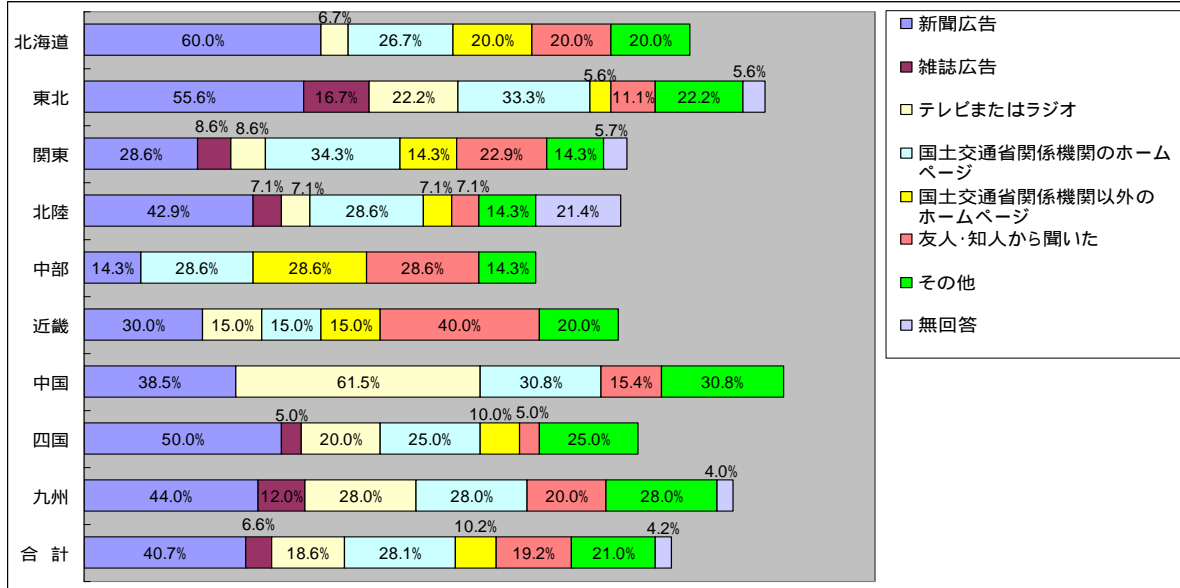
地方別に見ると、四国地方では「参加したことがある」と回答した人が29.9%であったが、中部地方では5.9%だった。

また、男女別では「参加したことがある」と回答した人が、男性は21.2%であったが、女性は約半分の11.9%であった。

問24. 参加したイベントの具体的なイベント名

問23で「ある」と答えた人に、参加したイベント名を聞いたところ、「子ども霞が関見学デー」、「鉄道フェスティバル」、「日本風景街道シンポジウム」、「グリーン物流パートナーシップ会議」、「海上保安庁の巡視船見学」などの回答があった。

問25. イベントの開催を知った情報媒体(複数回答)

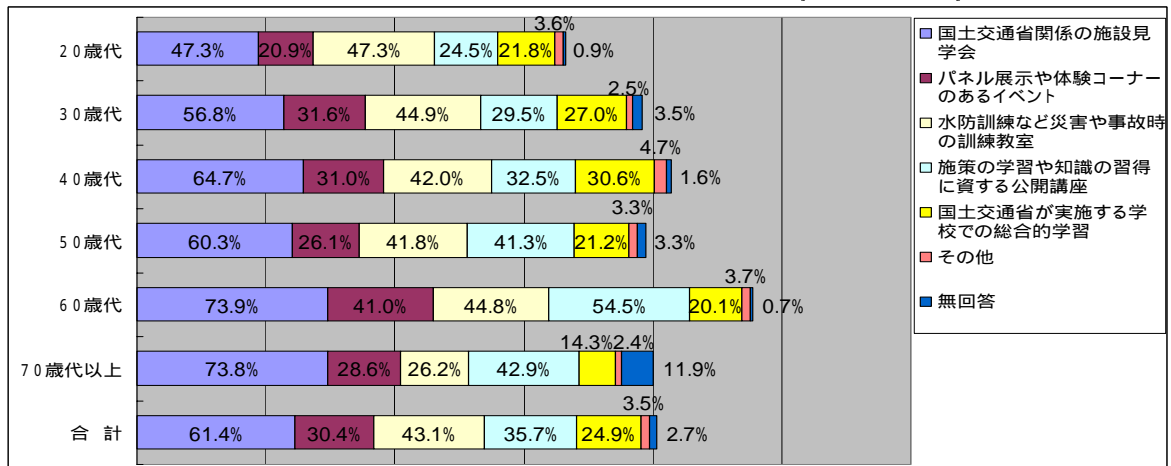


イベントの開催を知った情報媒体では、「新聞広告」がトップで約4割、ついで、「国土交通省関係機関のホームページ」が約3割だった。その他の回答としては、地域の広報誌、交通広告や口コミなどがあった。

問26. イベントに参加したきっかけ

イベントに参加したきっかけは、「親子で一緒に楽しめそうだったから」、「興味があったから」、「緊急時の避難訓練を体験し、今後に生かしたかったから」、「災害時にどの程度の装備、人員が配置されているのか確認したかったから」、「イベント又は見学会自体に興味・関心があったから」、「知識を広めたかったから」、「普段出来ない体験ができると思ったから」などがあった。

問27. 今後参加したい又は参加させたいイベント(複数回答)



今後、参加したい又は参加させたいイベントとしては、6割以上の方が「国土交通省関係の施設見学会」と回答した。次いで、「水防訓練など災害や事故時の訓練教室」が約4割以上、「施策の学習や知識の習得に資する公開講座」、「パネル展示や体験コーナーのあるイベント」は3割以上の方が回答した。

問28. 国土交通省の広報・広聴活動全般について

国土交通省の広報・広聴活動全般に対する自由意見は以下のとおり。

< 積極的広報の展開 >

- 「もっと国民にわかりやすく身近なものにして欲しい」
- 「新聞、テレビ、CM、雑誌などにもっと露出して、もっと情報提供をして欲しい」
- 「もう少し地域に根ざした(町内会レベル)の広報活動を展開して欲しい」
- 「公共事業と不祥事以外に、もっといろいろな活動が目につくようにPRしてほしい」
- 「ターミナルやショッピングセンターなど一般市民の目にとまる場所で広報してほしい」
- 「土日に親子で気軽に参加できるイベントがあればいい」
- 「広報活動のメールマガジンが欲しい」

< 広報・広聴活動への要望 >

- 「無駄でないなら、無駄でないことを広報して欲しい」
- 「地方自治体の事業も含めて公的機関が行う国土交通省関係の事業や取組みをまとめて一括して広報してほしい」
- 「高齢者向けにインターネット以外の広報も充実して欲しい」
- 「ホームページが重くて使いにくい」
- 「提出した意見がどのように反映されたのかわかるようにしてほしい」
- 「広聴して欲しいことがあってもどこに行けばいいのかわからない。もっと国民の意見を拝聴するという認識に立った「広聴活動」に重点をおいてほしい」
- 「お金をかけるばかりが広報ではない。現場でがんばる職員の生きた声、伝えようという気持ちを聞きたい。」

< 国土交通省への全体意見 >

- 「もっともっと住民のためにある、本当に必要といわれるような省庁になってください」
- 「もっと開かれた役所になって欲しい」
- 「国土交通省が管轄する内容は私たちの生活に身近なものが多いのに、「国土交通省」自体はとても身近なものとは思えない。行政の内容にもっと興味を持ってもらえるよう、具体的に何をしているのかをわかりやすく広報して欲しい」

調査結果について

今回の調査で、国土交通省は、国民にとって「名前はよく聞くけれども何をやっているかよく知らない遠い存在」であり、広報・広聴の取り組みは不十分であることが判明しました。

これらの調査結果を踏まえ、国土交通省の広報・広聴業務を見直す必要があるとの認識を一層強く持ちました。

国土交通省では、調査結果を踏まえつつ、更なる広報改革に取り組んでまいります。

皆様方の多大なるご協力ありがとうございました。