**「広報効果」に関するリサーチプラン**

1. 調査目的

大阪府では、府民の関心を的確にとらえるとともに、府政への親近感が高まる広報に取り組むため、府政だより、ホームページ、メールマガジン、facebook、Twitter等の各種広報媒体の特性を有効に活用した広報活動を展開するとともに、大阪府広報担当副知事「もずやん」を活用した府民の府政への親近感を高める広報に努めている。

本調査では、このような府政情報の広報媒体が、府民にとって有効な情報ツールとなっているか等を検証する。

1. 調査仮説

仮説1　「もずやん」は、府政情報の広報効果を高めている

仮説２　府政情報の関心分野の違いで、利用する広報媒体に違いがある

仮説３　府政情報をチェックするために利用する広報媒体は、性別や年代別で差がある

1. 調査対象　国勢調査結果（平成22年）に基づいた、性・年代・居住地（４地域）の割合で割り付けた、15歳以上の大阪府民1,000サンプル
2. 質問項目　　本質問　　1２問

「もずやん」のイラスト、写真等を見せて

Ｑ1【全員】「もずやん」の認知度（ＳＡ）３択

Ｑ2【認知層】「もずやん」の認知度（役割：広報担当副知事）（ＳＡ）

Ｑ3【認知層】「もずやん」をよく見かける場面、広報媒体（ＭＡ）

Q4【認知層】「もずやん」がきっかけで情報等の収集をした経験（SA）

Ｑ5【認知層】「もずやん」による府政への関心の高まり経験（ＳＡ）5段階評価

Ｑ6【認知層】「もずやん」による府政への親しみやすさ（ＳＡ）5段階

Ｑ7【全員】府政情報の関心度（ＳＡ）5段階

Ｑ8【関心層】府政情報の関心分野（ＭＡ）

Ｑ9【全員】府政情報のチェック広報媒体の利用頻度（マトリクス、各5段階）

Ｑ10【全員】各広報媒体の内容の満足度（マトリクス、各5段階）

Q11【府政だより利用者】利用理由（MA）

Q12【府HP利用者】利用理由（MA）

1. 検証方法

仮説1　Q2×Q4、Q5、Q6

仮説２　Ｑ７×Ｑ８×Q9

仮説３　各属性×Ｑ９