

会場アンケート(情報発信型(能動型)及び双方向体験交流型事業)

情報発信型(能動型)及び双方向体験交流型事業では、実施主体が講演会やイベント会場でアンケート(会場アンケート)を配布・回収する。

なお、実際の意識変容・行動変容の有無を捕捉するため、PDCA 実施機関において、1 か月後を目途に会場アンケート回答者に対し、2 度目のアンケート(追跡アンケート)を実施する(図 1)。

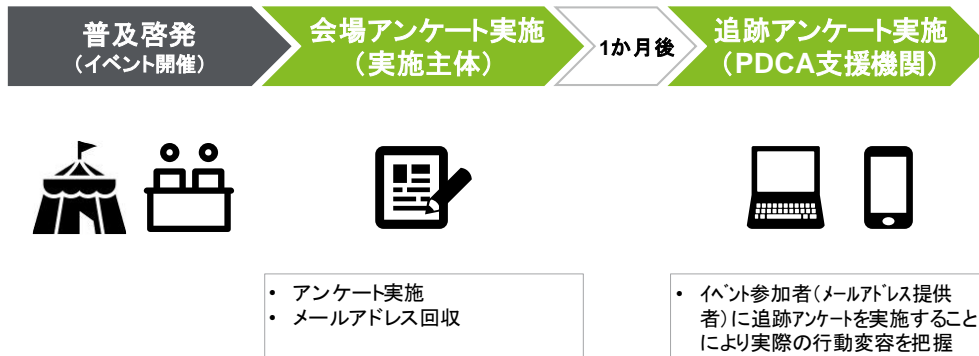


図 1 情報発信型(能動型)及び双方向体験交流型事業におけるアンケート実施概要

会場アンケート実施の具体的な流れは次のとおりである。

- (1) アンケートの配布・回収
- (2) アンケートの集計
- (3) 集計結果の分析

(1) アンケートの配布・回収

アンケート調査項目は、設問、記載内容の統一を図るため、普及啓発テーマ別の共通テンプレート(別添 3-1 会場アンケート設問集)を用いる。

なお、主な調査項目は表 1 のとおりである。

表 1 会場アンケート調査項目

カテゴリ	設問番号	設問
回答者の基本情報	1	性別
	2	年代
普及啓発テーマに関する基本設問	3	普及啓発テーマに対する認知など
普及啓発前後の意識・行動変容	4	普及啓発 <u>前</u> の意識・行動意欲
	5	普及啓発 <u>後</u> の意識・行動意欲
意識・行動変容の要因	6	普及啓発 <u>後</u> の意識・行動意欲の理由
追跡アンケートへのご協力	7	メールアドレスの記入

※ アンケート回収率を高めるためのポイント

アンケート回収率を高めるためには次の点を意識することが重要である。

■ 参加とアンケート実施をセットにする

- 参加者・来場者に対し、アンケートの実施を「追加的に」お願いするのではなく、「イベント参加とアンケート記入はセットである」と説明すると、回答への抵抗が少なくなる傾向がある
- 例えば、体験型事業の場合は、事前に「体験後にアンケートへのご協力をお願いします」と伝えておくことで、回答率が高くなる傾向がある

■ アンケート実施主体・目的を伝える

- 「環境省が行う地球温暖化防止事業の改善のためのアンケート」、「イベント実施 1 か月後も本日の内容を意識されているか把握するために、メールアドレスの記入をお願いします」というように、アンケートの実施主体・目的を、参加者・来場者に明確に伝えることで、回答率やメールアドレスの記入率が高くなる傾向がある

(2) アンケートの集計

① アンケート調査票のデータ化(ローデータ)・集計

回収したアンケート調査票を別紙 会場アンケート入力ツール(エクセル)によって、表 2 の形式でまとめ(ローデータ化)、集計する。

表 2 会場アンケート実施結果データ化項目(ローデータ)

No.	都道府県	事業者名	イベント名	アンケート回収日	性別	年代	設問への回答			メールアドレス
1										...

② 執行機関へローデータの提出

メールアドレスの記入がある調査票(i)については、講演会・イベント実施後 **2 週間以内**に、その他の調査票(ii)については **1 か月以内**に、執行機関へ提出する。提出物は次のとおりとする。

<提出物一覧>

(i)メールアドレスの記入がある調査票(実施後 2 週間以内に提出)

- 会場アンケート実施結果 ※①のエクセルファイル
- アンケート用紙 PDF、紙原本又は紙複写 ※PDF での提出を推奨
- 会場アンケート提出表(表 3)

(ii)その他の調査票

- 会場アンケート実施結果 ※①のエクセルファイル
- 会場アンケート提出表(表 3)

(3) 集計結果の分析

(2)で集計した結果について、当初の事業計画に照らし合わせ、以下の観点から効果検証を行う(図 2)。

- i) 事業計画時に設定したターゲットへのリーチ有無
- ii) 普及啓発による普及啓発テーマに関連する意識変容・行動変容の有無
- iii) 意識変容・行動変容が起こった場合の要因の観点

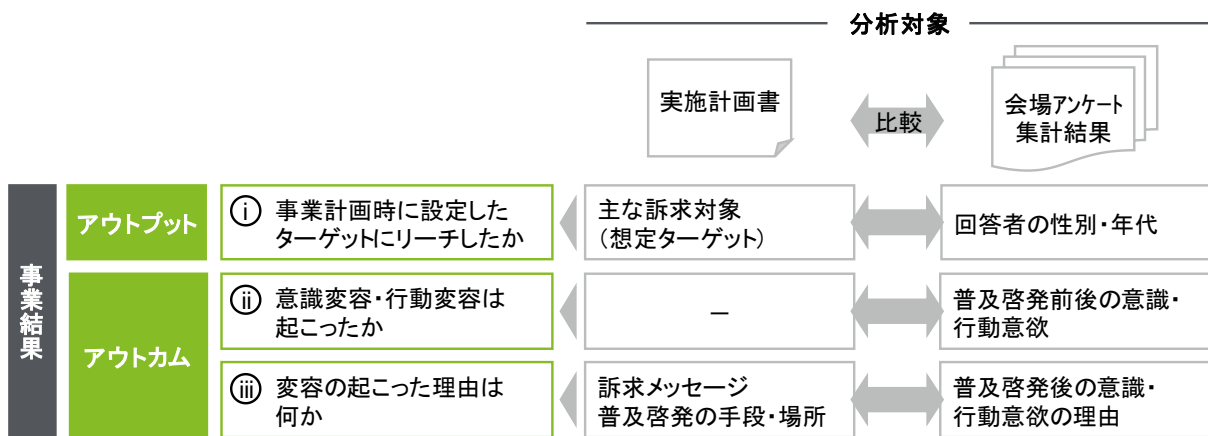


図 2 会場アンケート分析の観点

表 3 会場アンケート提出表

記

No.	普及啓発テーマ	講演会・イベント名 (広報時の正式名称)	講演会・イベント実施日	実施場所	アンケート配布状況 (どのタイミングでアンケート を実施したか)	アンケート 回収数	メールアドレス 回収数
1			20XX/XX/XX ~ 20XX/XX/XX				
2							
3							
4							
5							

以上

【事業者名】
担当者名
住所・連絡先等