

地域アンケート(情報発信型(受動型)事業/ラジオ)実施概要

情報発信型(受動型)事業のラジオでは、アンケート調査会社に委託し、ラジオ放送 1 か月後に放送エリア(可聴エリア)在住のリスナーに対してアンケート(地域アンケート)を行う(図 1)。



図 1 情報発信型(受動型)事業/ラジオにおけるアンケート実施概要

地域アンケート実施の具体的な流れは次のとおりである。

- (1) アンケート調査会社への依頼・アンケート配信
- (2) アンケート調査結果の集計、集計結果の分析

(1) アンケート調査会社への依頼・アンケート配信

アンケート調査会社へ下記 3 点(別紙 インターネットアンケート依頼内容)を共有し、可聴エリアにおけるアンケート実施を委託する。具体的な内容は次に示す。

- ① 地域アンケート実施概要
- ② アンケート調査項目
- ③ アンケート調査内容

① 地域アンケート実施概要

普及啓発にかかる放送を聴いたリスナー(地域普及啓発事業接触者)の回答を最大限確保するため、2つのステップに分けてアンケートを実施する(図 2)。

ステップ 1: アンケート調査会社によるアンケートの案内に反応した放送エリア在住のすべてのモニターに対し、スクリーニング調査を行い、普及啓発番組/CM への接触有無を確認し、接触者のみを最大 70 サンプル確保する。

ステップ 2: 接触者の回収がこれ以上見込めなくなった段階で、残りの回収数は無作為で確保する。

例えば、1 事業 100 名確保するため、接触者が 70 名であれば、残り 30 名分は非接触者の回答を回収する。接触者が 70 名に満たず、50 名であれば、残り 50 名分は非接触者の回答とする。

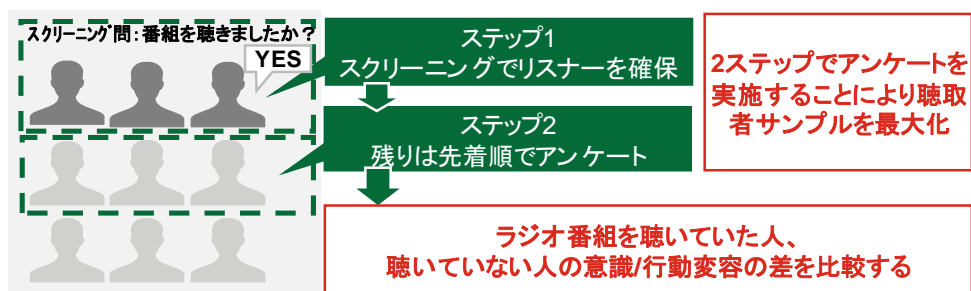


図 2 スクリーニング調査・本調査実施方針

② アンケート調査項目

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 3-2 地域アンケート設問集)を用いる。

なお、主な調査項目は表 1 のとおりである。

表 1 地域アンケート調査項目

アンケートタイプ	カテゴリ	設問番号	設問
スクリーニング	普及啓発放送の接触社の抽出	i	普段聴いている FM ラジオ局
		ii	自局の普及啓発番組又は前後の放送の聴取有無
		iii	普及啓発放送の聴取有無
本調査	ラジオ聴取の現状	1	普段ラジオを聴くシチュエーション
	普及啓発テーマに関する基本設問	2	普及啓発テーマに関連する現状
		3	普及啓発テーマに対する認知の有無
		意識変容・行動変容	4
	5		地域普及啓発事業接触 <u>後</u> の意識・行動意欲
	6		(意欲の高い場合)意識・行動意欲の要因
	7		(意欲の低い場合)意識・行動意欲の要因
	環境問題への興味・関心	8	(意欲の低い場合)意識・行動意欲に影響しうる訴求手法
		9	地球温暖化問題・気候変動問題に対する関心度
	回答者の基本情報	10	環境に配慮した行動への実施意欲
		11	性別
		12	年齢
		13	居住地
		14	職業
		15	世帯構成
		16	居住形態
	17	世帯収入	

③ アンケート調査内容

ハイライトされた箇所を埋め、アンケート調査会社へ調査内容を共有する(表 2)。

表 2 地域アンケート調査内容

カテゴリ	内容	記入方法
普及啓発テーマ	XX	調査票のある普及啓発テーマの中から、調査を行うテーマを記入
アンケートタイプ	アンケート調査会社のモニター会員へのアンケート	—
アンケート開始希望日	XX 月 XX 日	アンケート開始希望日を記入 (放送終了 1 か月後を目途とする ¹⁾)
目標回収数	最大 100 サンプル	—
スクリーニング設問数	XX 問	該当する調査票の設問数を記入
本調査設問数	XX 問	該当する調査票の設問数を記入
調査票上の画像有無	あり 又は なし	該当する調査票上の画像有無を記入
放送日／期間(スクリーニング設問 iii で使用)	XX 月 XX 日 又は XX 月 XX 日～XX 月 XX 日	特定の放送日がある場合： 全ての実施日を記入 放送期間が長期にわたる場合： 開始日・終了日を記入
対象地域	XX 市、XX 市、XX 町	可聴エリアの市区町村名を記入
対象年齢	18 歳以上 又は 20 歳以上	普及啓発テーマに応じていずれか選択
近隣ラジオ局(スクリーニング設問 i で使用)	FM〇〇、〇〇エフエム	スクリーニング設問 i で列挙するため、近隣の他局名を記入
普及啓発番組／CM 放送前後の番組(スクリーニング設問 ii で使用)	XX 番組、XX 番組	普及啓発を行った番組又は普及啓発 CM の前後で放送された番組名を記入
納品物	<ul style="list-style-type: none"> ・ ローデータ ・ GT 表 ・ 対象エリアの性別・年代別モニター数 ・ スクリーニング調査における性別・年代別回答者数 ・ その他上記に付随するもの 	

¹ 放送期間が通年など、12 月以降も実施する場合は、分析に要する期間も踏まえ、12 月にアンケートを実施することとする。

(2) アンケート調査結果の集計、集計結果の分析

① 執行機関へローデータの提出

アンケート調査結果については、12月までに、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>

- アンケート調査結果※アンケート調査会社から受領したエクセルファイル
- 地域アンケート提出表(表 3)

② 集計結果の分析

アンケート調査結果について、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 3)。

- 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

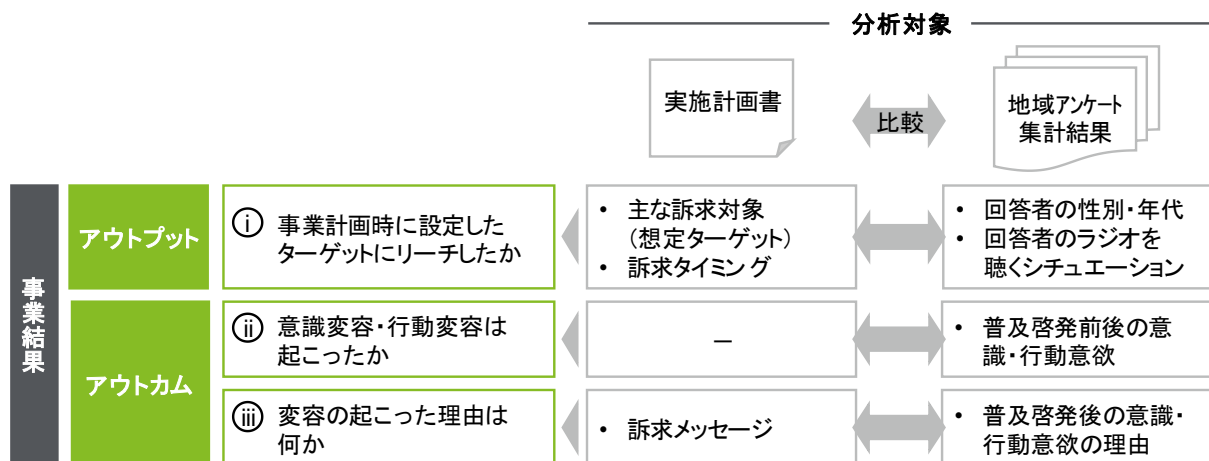


図 3 地域アンケート分析の観点

※ アンケート回収率の目安

アンケートの回収率については、H30 年度地域における地球温暖化防止活動 PDCA サイクル推進事業委託業務で行った地域アンケートにおける、スクリーニング調査回収数に対する接触者数の比率(出現率)を目安とする。

- 接触者回答数 ÷ スクリーニング調査回収数 = 接触者の出現率: 3.5%

表 3 地域アンケート提出表

記

No.	普及啓発テーマ	普及啓発番組／CM名	アンケート対象普及啓発番組／ CM放送日	アンケート 開始日	アンケート回答者数	
					スクリーニング 調査回答者数	本調査 回答者数
1			20XX/XX/XX ~ 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