

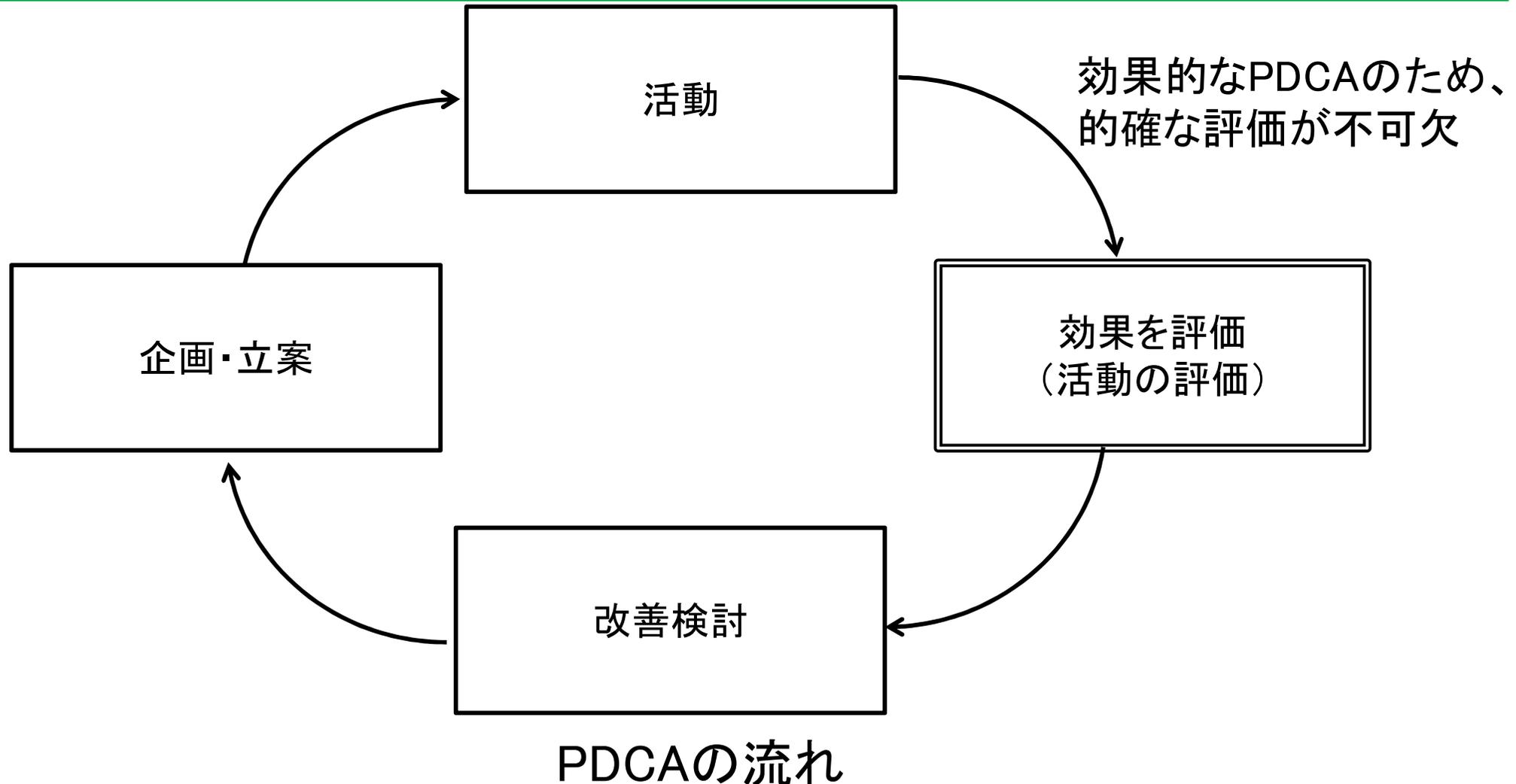
理解醸成活動に係る目標に関する検討

平成29年9月28日

環境省

理解醸成活動の目標設定

- 今後、再生利用に対する理解醸成活動を、地道に着実に進めて行くためには、理解醸成活動の進め方について、適宜評価し、改善を図っていく必要があるとの指摘を受けたところ
- このため、中間目標(平成30年度)、戦略目標(平成36年度)において、具体的な目標を設定することが重要である。



理解醸成活動の効果測定の方法

➤ 理解醸成の効果測定する方法として、一般的な社会調査の方法が考えられる。

対象者	対象地域	効果の測定方法
国民	全国	世論調査
		アンケート調査
		インタビュー
		報道分析(テキストマイニング等)
		インターネット分析 (ホームページアクセス数等)
事業計画等の利害関係者 (住民、自治体、企業等)	事業計画等の 関係地域	アンケート調査
		インタビュー
視察・見学会の参加者	(限定なし)	参加者数
		アンケート調査

理解醸成活動の効果測定に関する事例

事例	効果の測定方法
<p>①企業の広報活動 ((一財) 経済広報センター)</p>	<p>○第12回「企業の広報活動に関する意識実態調査」において得られた企業の広報活動の成果を測定する指標 (2014年の上位3指標)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新聞などに報道された文字数・行数・頻度(50.2%) ・記事を「プラス」「マイナス」「中立」等分類し測定(26.4%) ・マスコミ各社の注目度(24.2%) <p>◇調査概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象者: 経団連主要会員企業の広報担当者 ・調査手法: 郵送調査
<p>②高レベル放射性廃棄物の 最終処分に関する取組 (資源エネルギー庁)</p>	<p>○国民理解・地域理解の醸成として全国シンポジウム、少人数ワークショップ等を実施 全国シンポジウムにてアンケートを実施</p> <p>◇調査概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象者: 参加者 ・調査手法: アンケート回答
<p>③クール・ビズ (環境省)</p>	<p>○「クール・ビズ」の実施状況に関するアンケート調査</p> <p>◇調査概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象者: 調査会社所有のインターネットパネル(全国で会員約92万人)から無作為抽出した男女 1200名 ・調査手法: WEB形式のアンケート調査 <p>○「クール・ビズ」に関する国民の意識を調査【世論調査(内閣府で公表)】</p> <p>◇調査概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象者: 全国20歳以上の者3,000人 ・調査手法: 調査員による個別面接聴取
<p>④エコマーク (公益財団法人日本環境協会)</p>	<p>○一般消費者を対象に、「エコマーク」の認知度、イメージや消費意識、要望等について調査を実施</p> <p>◇調査概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象者: 全国の20歳以上70歳未満の男女 ・調査手法: インターネットアンケート調査 (電子メールによる調査協力依頼)

理解醸成活動の効果測定に関する事例①

(企業の広報活動に関する効果測定方法の調査の例)

第12回企業の広報活動に関する意識実態調査報告書(※)によると、効果測定の主な方法は、

○報道分析による効果測定

「新聞などに報道された文字数・行数・頻度」(50.2%)

「記事を「プラス」「マイナス」「中立」などに分類し測定」(26.4%)

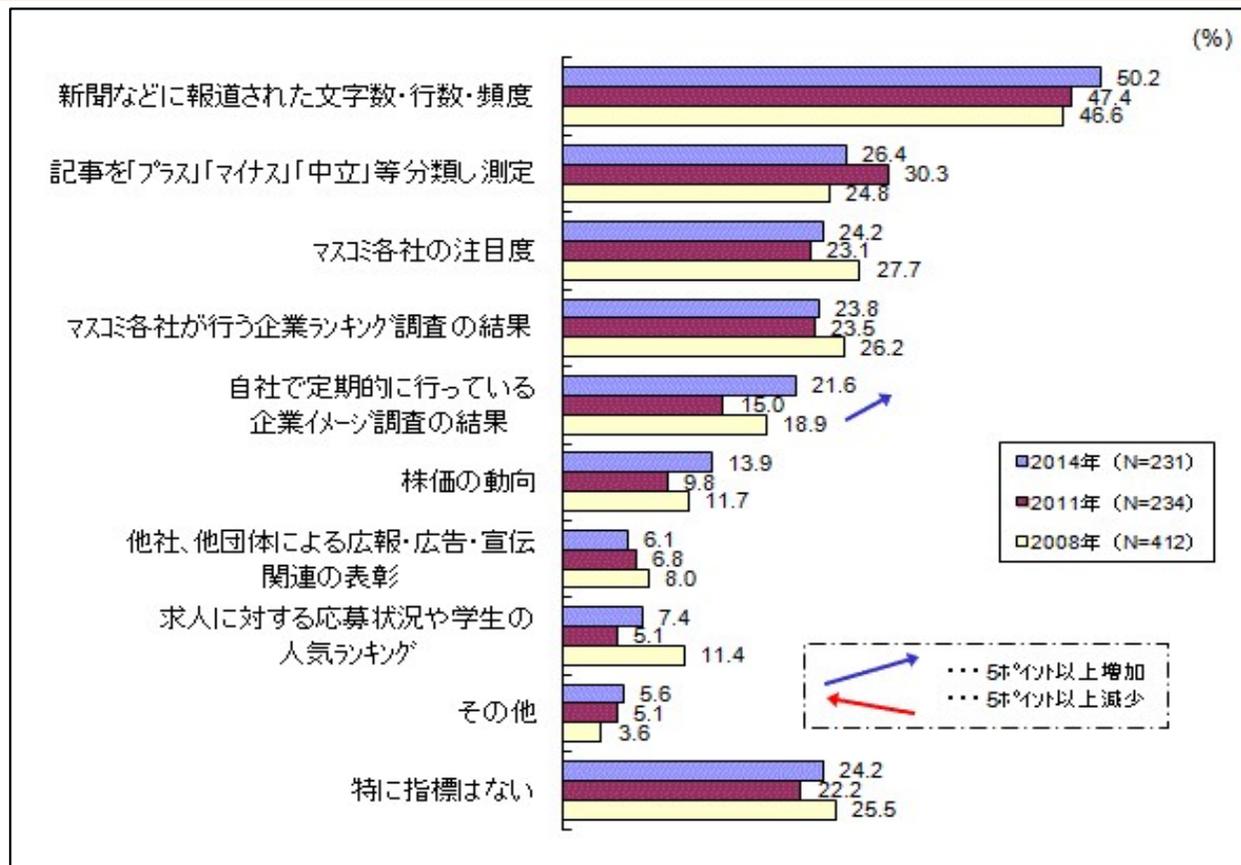
○日頃の広報活動から総合的に醸成される、企業に対する世の中のイメージ

「マスコミ各社が行う企業ランキング調査の結果」(23.8%)

「自社で定期的に行っている企業イメージ調査の結果」(21.6%)

○「特に指標がない」(24.2%)

※:経済広報センター『第12回企業の広報活動に関する意識実態調査報告書』2015年



理解醸成活動の効果測定に関する事例②(1/2) (高レベル放射性廃棄物の最終処分に関する取組)

原子力発電環境整備機構(NUMOの)広報活動に係る効果測定調査

本調査は、原子力発電環境整備機構が2002年度以降毎年実施している様々な広報活動の効果を定期的に測定するものであり、国民の地層処分事業に関する認知度・関心度等を定期的に継続的に把握・分析し、定量的な評価を行うとともに、以降の広報活動に活用することを目的としている。

(1)調査方法

インターネットによる標本調査

(2)調査地域

全国全国(9エリア)

(北海道、東北、関東、中部、北陸、関西、中国、四国、九州・沖縄)

(3)調査時期

年度内に2回

(4)調査対象者

20～69歳の男女個人で、性別、年代別、性年代別、時系列分析、9エリア別分析、職業別分析を原則とする。職業別分析は、a 会社員、b 公務員、c 農林水産業、d 商工・自営業、e 専業主婦・主夫、f 学生・アルバイト・無職・その他の6分類とする。

(5)質問事項・質問数

質問数は30問程度とし、効果を測定する上で十分なクロス集計を行う。

(6)サンプル数

各10,000サンプルとし、各エリアの人口等を勘案し割付ける

(7)調査方法

標本調査のWEBページを設け、メールやWEB等を活用した調査への誘引を行うなど効率的な標本調査を行うこと。

理解醸成活動の効果測定に関する事例②(2/2) (高レベル放射性廃棄物の最終処分に関する取組)

NUMOの広報活動に係る効果測定結果の例

(総合資源エネルギー調査会 電力・ガス事業分科会 原子力小委員会 放射性廃棄物ワーキンググループ(第18回)-配布資料より)

参考⑧:2013年度広報効果測定 <経年データ>

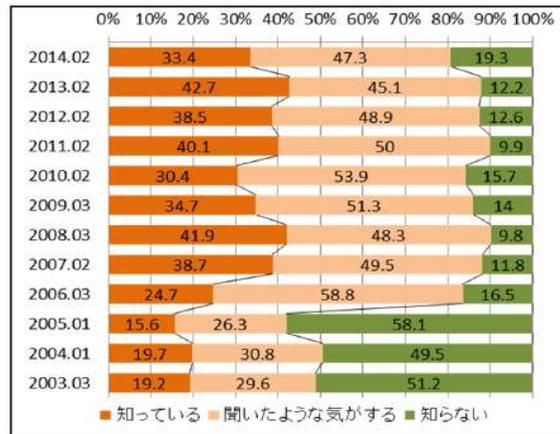
広報活動の効果が全国大にどの程度到達・浸透しているのかを継続的に把握し、次年度以降の広報活動への参考とするため、2002年度以降継続して調査を実施。

■地域・調査対象者:全国20歳代~60才代の男女 ■実施方法:インターネットを用いたアンケートによるサンプリング調査

■サンプル数:2000(各世代の男女それぞれ200全国9ブロックの人口を勘案して割り付け)

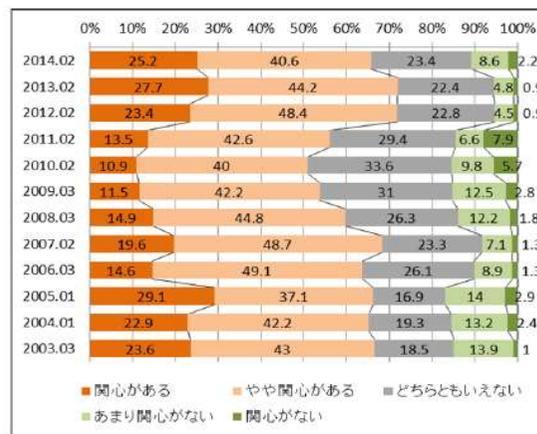
グラフ1 高レベル放射性廃棄物「処分問題の認知度」

質問:あなたは「高レベル放射性廃棄物の処分」という問題について何かご存知ですか。



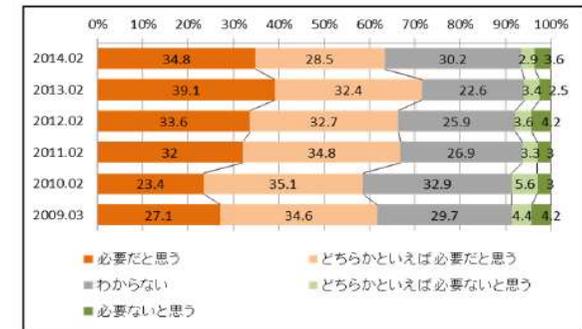
グラフ2 高レベル放射性廃棄物「処分問題への関心度」

質問:あなたは「高レベル放射性廃棄物の処分」という問題にどの程度関心をお持ちですか。



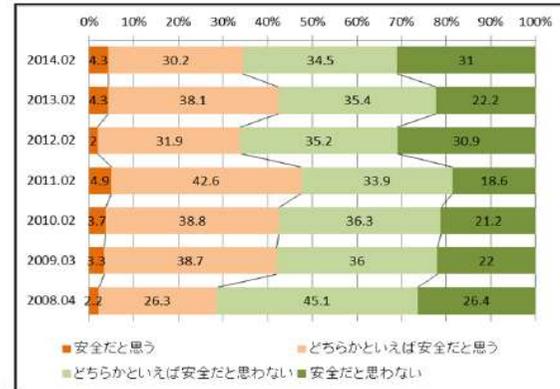
グラフ3 高レベル放射性廃棄物「地層処分の必要性」

質問:あなたは「高レベル放射性廃棄物の地層処分」は必要だと思いますか。



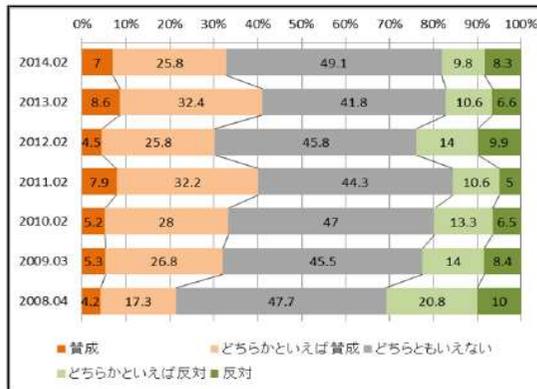
グラフ4 高レベル放射性廃棄物「処分問題の安全性」

質問:あなたは「高レベル放射性廃棄物の地層処分」の安全性について、どのように思いますか。



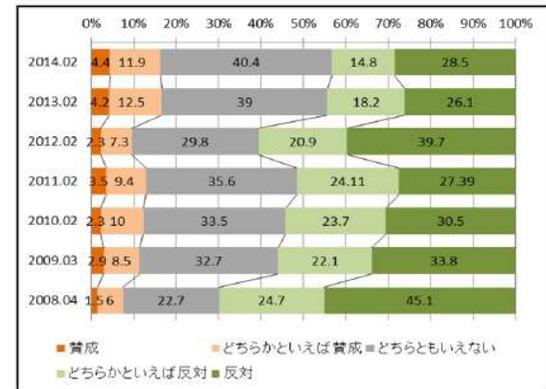
グラフ5 高レベル放射性廃棄物「地層処分の賛成度」

質問:「高レベル放射性廃棄物の地層処分」を進めることに対して、あなたはどのようにお考えになりますか。



グラフ6 自分の居住地域への処分場建設の賛成度

質問:あなたが現在お住まいになっている地域に高レベル放射性廃棄物の処分施設が建設されるとしたら、あなたはどのように思いますか。



コミュニケーション推進チームにおいて御議論いただきたい論点(案)

「中間貯蔵除去土壌等の減容・再生利用技術開発戦略 4. 全国民的な理解醸成等より」

《取組方針》

30年以内の福島県外での最終処分を実現するためには、再生利用や最終処分に対する全国民的な理解が必要不可欠であることから、関係府省庁、自治体、関係団体、専門家、学術・教育機関、NPO等と連携して情報共有や相互理解を進めつつ、国民に対する情報発信、普及啓発等の取組を地道に、かつ継続して進める。

対象主体ごとに訴求する内容と手段を選択し、焦点を絞った情報発信、普及啓発等の取組を行う。特に、放射線のリスクと身近なリスクとの分かりやすい比較や、実証的・モデル的な再生利用の実事例を提示するなど、安全・安心を実感可能とする取組を重点的に実施する。取組の実施に当たっては、環境省自らが実施するほか、NPOや学術・教育機関(大学、高専、学術団体等)等による自主的活動との連携やその活動支援など、幅広い主体の活動の促進を図る。

《取組目標》

技術開発や再生利用の考え方及び進め方、放射線影響に関する安全性等に対する全国民的な理解・信頼の醸成を進める。特に、実証試験、モデル事業、さらには本格的な再生利用が円滑に進むよう、地元自治体、地域住民等による社会的受容性の段階的な拡大・深化を図る。これらの取組を通じて得られた知見・経験を再生利用等の取組に反映する。

- ✓ この取組目標を踏まえ、中間目標(平成30年度)、戦略目標(平成36年度)の設定を念頭に、どのような目標を具体化することができるか？
- ✓ この目標をどのような方法により評価すれば、その進捗や達成の状況を確認することができるか？