

**税理士など税の専門家を対象とした
税制に関する広報活動の改善を目的とした調査
【調査報告書】**

**令和 5 年 11 月
株式会社サーベイリサーチセンター**

目次

第1章 調査の概要	1
1. 調査の目的	1
2. 調査設計と回収結果	1
3. 報告書の見方	2
第2章 単純集計結果	3
1. 結果の要約	3
1) 財務省 HP「税制（国の税金の仕組み）」について	3
2) 「令和5年度 税制改正動画」について	3
3) 「税制メールマガジン」について	4
4) 税制の広報に関する意見	4
2. スクリーニング調査結果と回答者プロフィール	5
1) スクリーニング調査の結果	5
2) 回答者の属性	6
3. 全体結果の詳細	7
1) 財務省 HP「税制（国の税金の仕組み）」について	7
2) 「令和5年度 税制改正動画」について	11
3) 「税制メールマガジン」について	13
4) 税制の広報に関する意見	16
第3章 性・年齢別の集計結果	17
1. 結果の要約	17
1) 財務省 HP「税制（国の税金の仕組み）」について	17
2) 「令和5年度 税制改正動画」について	18
3) 「税制メールマガジン」について	18
4) 税制の広報に関する意見	19
2. 性・年齢別のプロフィール	20
1) スクリーニング調査の結果	20
2) 回答者の属性	23
3. 性・年齢別結果の詳細	25
1) 財務省 HP「税制（国の税金の仕組み）」について	25
2) 「令和5年度 税制改正動画」について	32
3) 「税制メールマガジン」について	35
4) 税制の広報に関する意見	41

第4章 オンラインインタビューの結果	43
1. インタビュー結果の要約	43
1) 財務省 HP「税制（国の税金の仕組み）」について	43
2) 「令和5年度 税制改正動画」について	44
3) 「令和5年度 税制改正パンフレット」について	45
4) 「税制メールマガジン」について	46
5) 税制の広報に関する意見	47
第5章 総括	48
1. 税の専門家等からみた広報活動の評価	48
2. 税の専門家等からみた広報活動への要望	52
資料編	53
調査票	53
インタビューフロー	64

第1章 調査の概要

1. 調査の目的

財務省の税制に関する政策及び広報活動等が、税の専門家等にどの程度認知・理解されているのか、また広報活動の改善点等を明らかにすることを目的とする。

2. 調査設計と回収結果

今回の調査は、インターネット調査（インターネットアンケートの登録モニターに対する調査）とインタビューして下記の設計により実施した。

■インターネット調査の設計と回収結果

調査対象	全国 47 都道府県の 20 歳～79 歳までの男女で、税理士資格の保有者または企業における所属部署が経理・財務担当者
調査方法	インターネットアンケートの登録モニターに対する調査
調査の進め方	税理士資格の保有者または企業における所属部署が経理・財務担当者に対する調査として、以下の 2 段階で実施。 ①スクリーニング調査 登録モニターから、税理士資格の保有者または企業における所属部署が経理・財務担当者を抽出するため、税理士資格保有、経理・財務担当有無を問うスクリーニング調査を実施。 ②本調査 スクリーニング調査で特定した調査対象者に本調査を実施。
実施期間	2023 年 9 月 1 日（金）～9 月 4 日（月）
有効回数数	1,000 サンプル 割付 税理士資格保有者 300 サンプル、企業における経理・財務等担当者 700 サンプル

■オンラインインタビュー調査の設計と回収結果

調査対象	本調査回答者でオンラインインタビューを希望された方
調査方法	インターネットアンケートの登録モニターに対するオンラインインタビュー
調査の進め方	本調査回答者より希望のあったオンラインインタビュー対象者に対し、以下のステップで実施。 ①オンラインインタビュー対象者の抽出 オンラインインタビュー希望者を、回答結果から税理士資格の保有者と企業における所属部署が経理・財務担当者に分け、対象を抽出。 ②オンラインインタビューの依頼 抽出した対象者にメールまたは電話にてインタビュー依頼、了承いただいた方にインタビュー日時調整いただき実施。
実施期間	2023 年 10 月 15 日（日）～10 月 30 日（月）
有効回数数	10 サンプル 割付 税理士資格保有者 5 サンプル、企業における経理・財務等担当者 5 サンプル

3. 報告書の見方

- 調査結果は、原則として各質問の調査数を基数（n）とした百分率（%）で表し、小数第2位を四捨五入している。このため、百分率の合計が100%にならない場合がある。また、2つ以上の回答ができる複数回答の質問では、回答比率の合計が100%を超える場合がある。
- クロス集計結果等において、基数（n）となる調査数が少数となる場合（n=30未満）は参考までに数値を見る程度に留め、結果の利用には注意を要する。
- 分析コメント本文または図表中の質問文及び回答選択肢については、コンピュータ入力の都合上、省略して表記している場合があるため、詳細は「資料編」掲載の調査票を参照のこと。

第2章 単純集計結果

1. 結果の要約

1) 財務省 HP「税制（国の税金の仕組み）」について

①ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の閲覧状況

ホームページ閲覧状況～見たことがないが3割台半ばで最も高い、閲覧率は約3割～

「税制（国の税金の仕組み）」の閲覧状況では、「見たことがない」の割合が3割台半ばで最も高い。「よく見る」(4.8%)、「ときどき見る」(24.7%)を合わせた「閲覧率」の割合は約3割を占める。

「税制（国の税金の仕組み）」の閲覧ページ～主な閲覧は税制改正の概要、個別税制の解説等～

1位から3位までのトータルでは、「税制改正の概要」(76.6%)の割合が最も高く、次いで「個別の税についての解説」(69.5%)、「税制をめぐる最近の動き」(58.6%)となっている。

個別の税についての解説」の閲覧ページ～主な閲覧は個人所得課税、法人税、消費課税等～

1位から3位までのトータルでは、「所得税など（個人所得課税）」(83.4%)の割合が最も高く、次いで「法人税（法人課税）」(70.2%)、「消費税、酒税など（消費課税）」(65.4%)となっている。

②ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」についての満足度

～普通が6割台半ば、満足計は19%、不満計は17%と拮抗～

ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の満足度では、「普通」(63.8%)の割合が最も高い。「満足」(2.8%)と「おおむね満足」(16.5%)の割合をたした合計(19.3%)の割合は、「不満」(6.3%)と「やや不満」(10.6%)の割合をたした合計(16.9%)よりもやや高い。

③ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」についての改善点

～Q&Aの充実、文字ばかりのページへの工夫等が挙がっている～

ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の改善点では、「改善すべき点はない」(85.1%)の割合が「ある」(14.9%)を大きく上回っている。改善点としては、「言葉が、専門用語など、わかりにくい」「実際の事象にあわせたQAが足りない」「文字ばかりで見にくいので、表にして分かりやすくするべきである」「ワード検索メニューがほしい」「PDFが多くデータを開かないといけないため、直接web上に表示してほしい」など

2) 「令和5年度 税制改正動画」について

①「令和5年度 税制改正動画」の閲覧状況～動画閲覧者は1割強にとどまる～

「令和5年度 税制改正動画」の閲覧状況では、これまでに動画を閲覧したことがない「いいえ」

(87.3%)の割合が、約9割を占め、閲覧したことがある「はい」(12.7%)の割合は1割強となっている。

②「令和5年度 税制改正動画」の理解度～「理解できた」は半数以上を占める～

「令和5年度 税制改正動画」の理解度では、「まあまあ理解できた」(43.8%)の割合が最も高く、「理解できた」(12.9%)と「まあまあ理解できた」(43.8%)をたした合計(56.7%)の割合は5割台半ばを占める。

③「令和5年度 税制改正動画」の改善点～わかりやすくするための工夫が必要～

「令和5年度 税制改正動画」の改善点では、「改善すべき点はない」(86.3%)の割合が、「ある」

(13.7%)を大きく上回っている。改善点としては「解説図解が見づらい、言葉に抑揚がなく飽きてしまう」「専

門家でも理解しにくいのに専門外の人が理解できる訳がない内容だと思う」「長すぎるので、単元ごとに見ることができるようにした方が良いと思う」など

3) 「税制メールマガジン」について

①「税制メールマガジン」の登録状況 ～「税制メールマガジン」の登録者は 1 割未満～

「税制メールマガジン」の登録状況では、登録していない「いいえ」(92.6%) が登録している「はい」(7.4%) の割合を大きく上回っている。「税制メールマガジン」の登録者の割合は 1 割を切る。

②「税制メールマガジン」を知ったきっかけ ～財務省ホームページが顕著に高い～

「税制メールマガジン」を知ったきっかけでは、「財務省ホームページで知った」(63.5%) の割合が最も高く、「財務省作成の税制に関するパンフレットや動画で知った」(25.7%)、「財務省 X (旧 Twitter) アカウントの投稿で知った」(17.6%) など他を大きく上回っている。

③「税制メールマガジン」の登録理由 ～主な理由はいち早く、役立つ情報を得られる等～

「税制メールマガジン」の登録理由では、「いち早く情報を得られるから」(50.0%) の割合が最も高く、次いで「役に立つ情報を得られるから」(45.9%)、「なんとなく」(20.3%) が続く。

④「税制メールマガジン」の満足度 ～メールマガジンの満足度は 5 割台半ばを占める～

「税制メールマガジン」の満足度では、「おおむね満足」(41.9%) の割合が最も高く、「普通」(35.1%) と拮抗している。「満足」(14.9%) と「おおむね満足」(41.9%) をたした合計 (56.8%) は、5 割台半ばとなっている。

⑤「税制メールマガジン」の登録しない理由 ～「税制メールマガジン」の知名度の低さが顕著～

「税制メールマガジン」の登録しない理由では、「メールマガジンを知らなかった」(63.7%) の割合が最も高く 6 割台半ば、次いで「メールの受信数を増やしたくない」(17.6%)、「内容に興味がない」(16.8%) が続く。また、「その他」の意見としては「メルマガは嫌い」「必要ない」など、「税制メールマガジン」自体への意見は特にみられない。

⑥「税制メールマガジン」の改善点 ～改善点の意見は多岐にわたる～

「税制メールマガジン」の改善点では、「改善すべき点はない」(95.1%) の割合が改善すべき点が「ある」(4.9%) よりも大きく上回っている。改善点としては「的確な内容にして欲しい」「タイムリーな話題の解説」「専門外の人にも分かりやすくして欲しい」などの様々な意見がみられる。

4) 税制の広報に関する意見

①税制の広報について、税の専門家等に伝えるべきこと ～「毎年の税制改正の内容」が 5 割超え～

税制の広報について、税の専門家等に伝えるべきことでは、「毎年の税制改正の内容」(52.2%) の割合が最も高い。次いで「個別の税金の詳細」(33.7%)、「税の意義・役割」(22.7%) が続く。「その他」の意見として「税務調査の事例」「歳入が不足した中での歳出超過の租税のあり方から説明」など

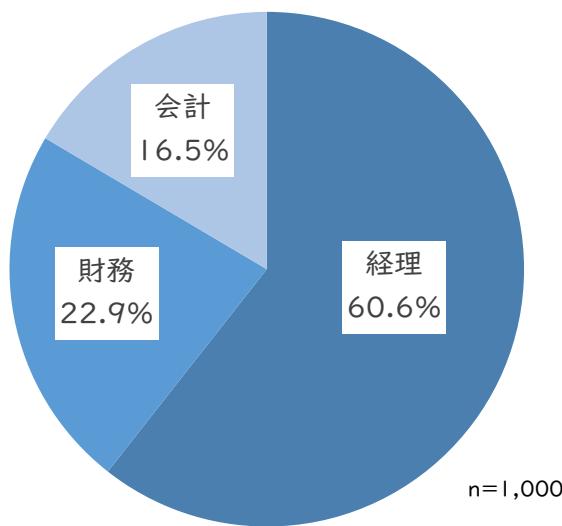
②税の専門家等に対して、効果的な広報ツール、コンテンツ ～「財務省 HP による広報」が 4 割超え～

税の専門家等に対して、効果的な広報ツール、コンテンツでは、「財務省 HP による広報」(45.2%) の割合が最も高い。次いで「パンフレット」(31.8%)、「動画」(30.7%)、「テレビ・ラジオ」(30.6%) が続く。「その他」の意見として「税理士会との連携」「税理士会を通じた研修」など、税理士会に関する意見がみられた。

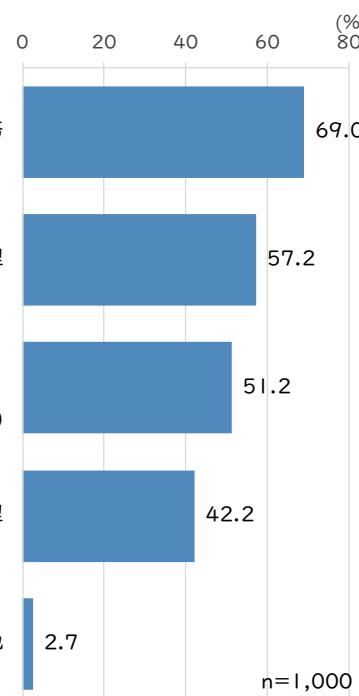
2. スクリーニング調査結果と回答者プロフィール

1) スクリーニング調査の結果

【SC 1】所属部課/業務内容



【SC 2】関わっている業務（複数回答）



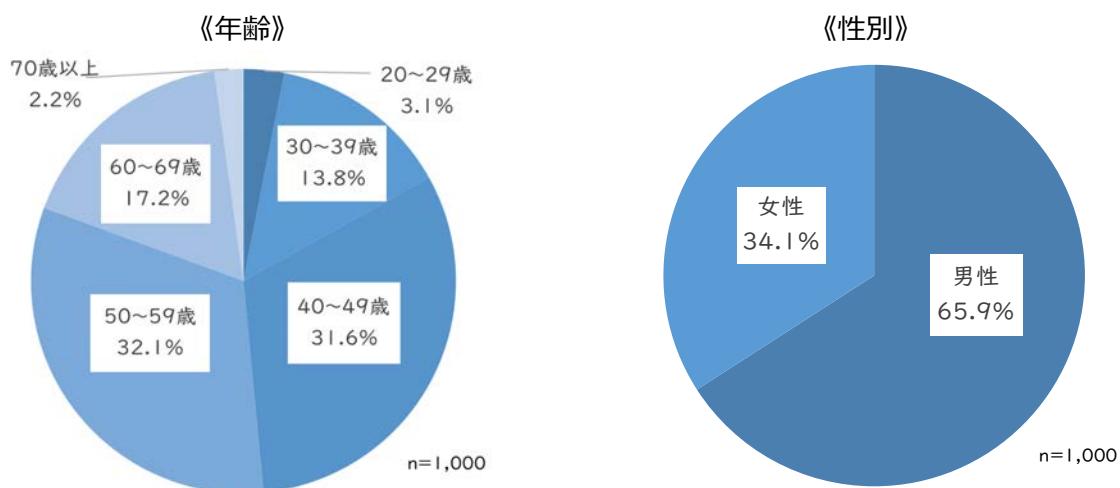
【SC 3】保有する資格（複数回答）



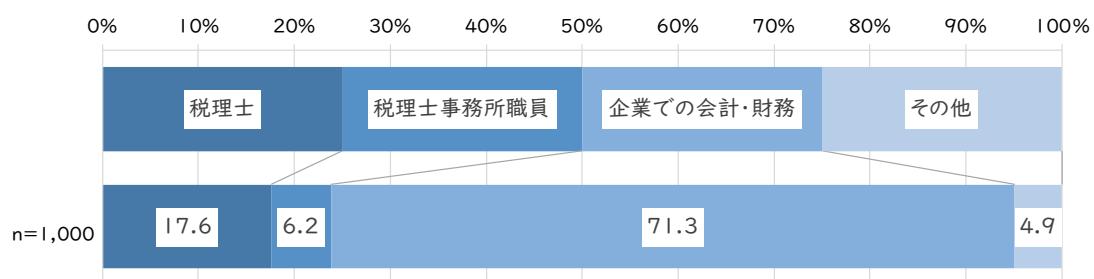
2) 回答者の属性

回答者の主な属性（性別、年齢、業務形態、税務業務との関り、税理士資格の有無）の状況は以下の通り

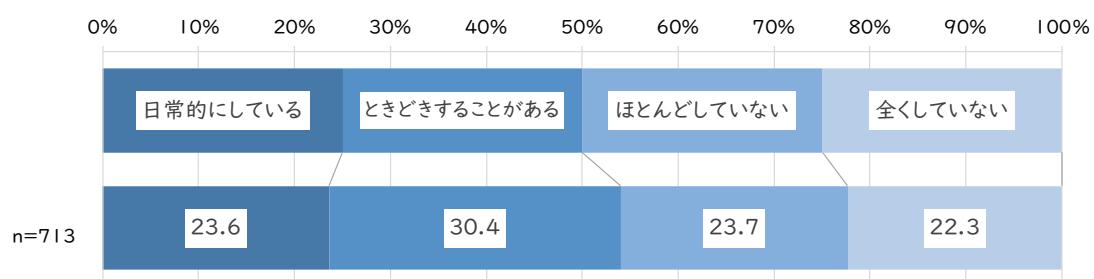
【問1】年齢 性別



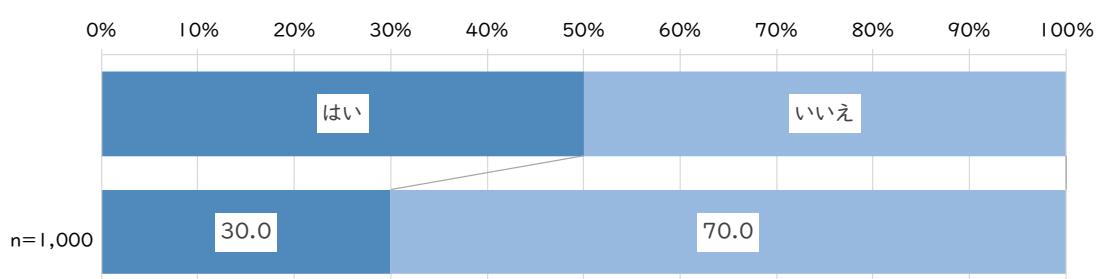
【問2】業務形態



【問4】企業勤務での税務業務との関り



【問3】税理士資格の有無



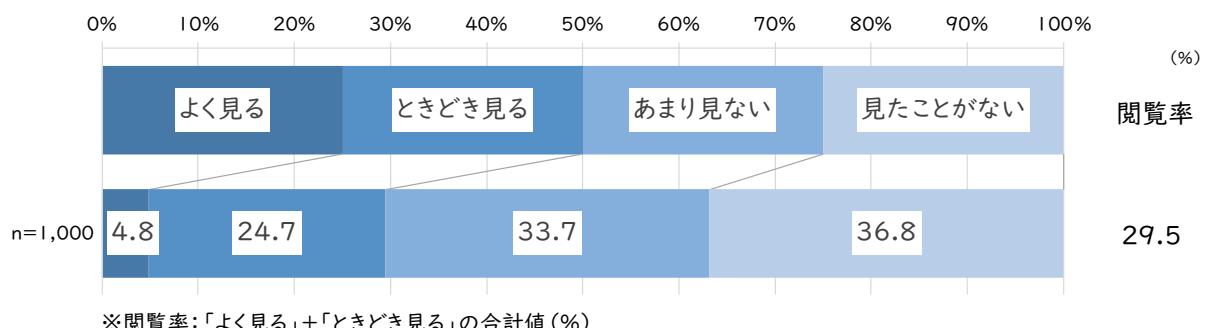
3. 全体結果の詳細

1) 財務省 HP「税制（国の税金の仕組み）」について

①ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の閲覧状況

財務省ホームページの税制に関するコンテンツ「税制（国の税金の仕組み）」の閲覧状況では、「見たことがない」（36.8%）の割合が最も高い。「よく見る」（4.8%）、「ときどき見る」（24.7%）をした「閲覧率」（29.5%）の割合は約3割を占める。

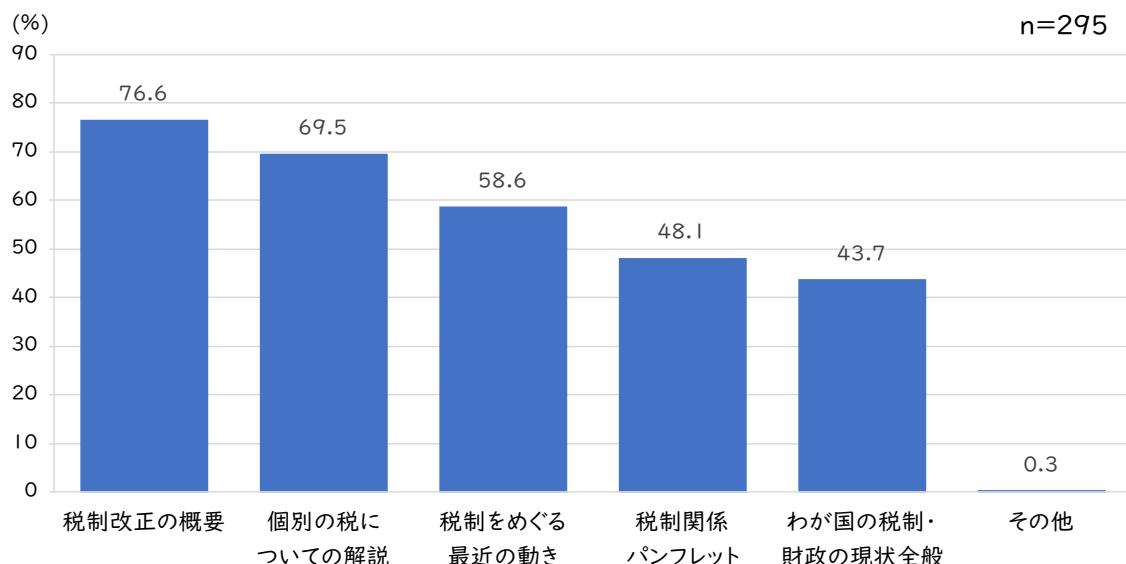
【問5】財務省 HP 税制に関するコンテンツ「税制（国の税金の仕組み）」閲覧状況



②ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」でよく見るページ

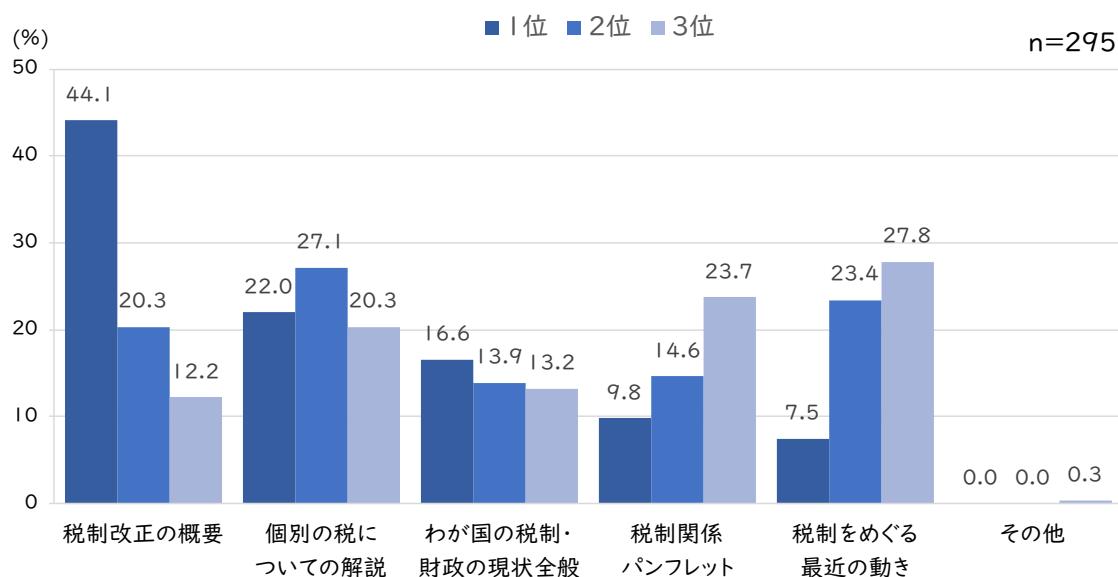
ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」でよく見るページを1位から3位まであげてもらった。1位から3位までのトータルでは、「税制改正の概要」（76.6%）の割合が最も高く、次いで「個別の税についての解説」（69.5%）、「税制をめぐる最近の動き」（58.6%）となっている。

【問6】よく見る「税制（国の税金の仕組み）」のページ（1～3位トータル）



ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」でよく見るページの1位では、「税制改正の概要」（44.1%）の割合が最も高く、次いで「個別の税についての解説」（22.0%）、「わが国の税制・財政の現状全般」（16.6%）となっている。

【問6】よく見る「税制（国の税金の仕組み）」のページ（順位別）

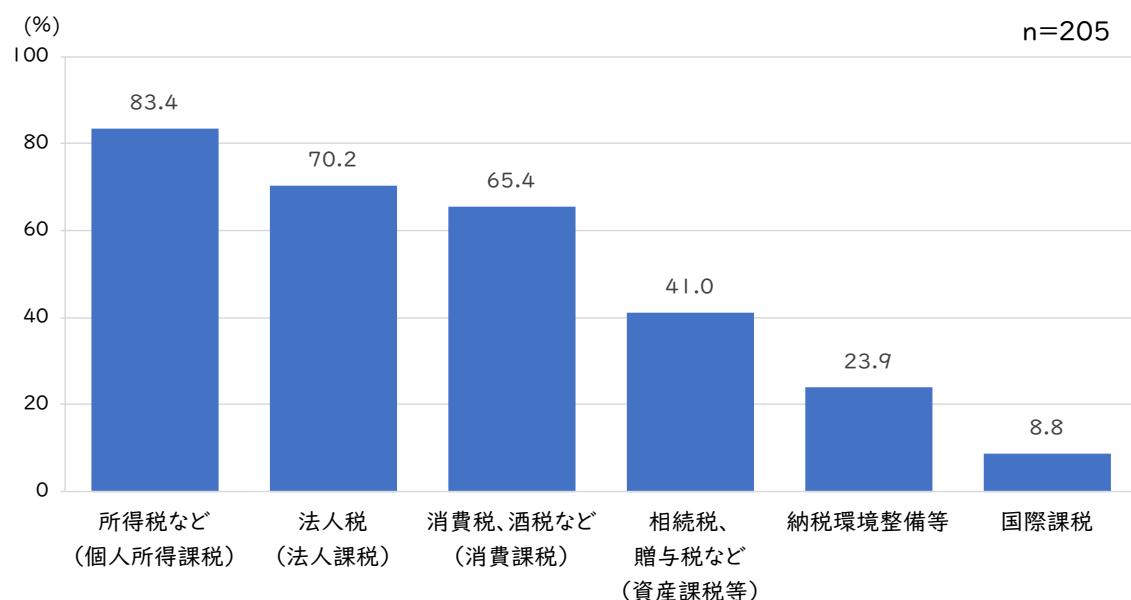


③「個別の税についての解説」でよく見るページ

「個別の税についての解説」を選択した方に、よく見る税目のページを1位から3位まであげてもらった。

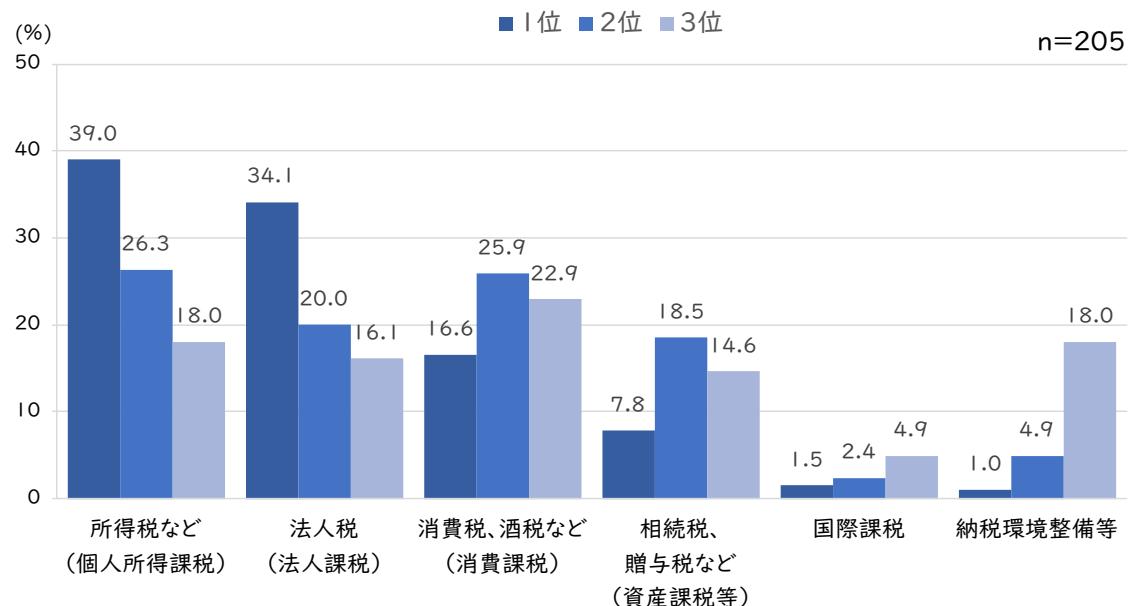
1位から3位までのトータルでは、「所得税など（個人所得課税）」（83.4%）の割合が最も高く、次いで「法人税（法人課税）」（70.2%）、「消費税、酒税など（消費課税）」（65.4%）となっている。

【問7】よく見る「個別の税についての解説」の税目ページ（1～3位トータル）



「個別の税についての解説」でよく見る税目のページの1位では、「所得税など（個人所得課税）」（39.0%）の割合が最も高く、次いで「法人税（法人課税）」（34.1%）、「消費税、酒税など（消費課税）」（16.6%）となっている。

【問7】よく見る「個別の税についての解説」の税目ページ（順位別）

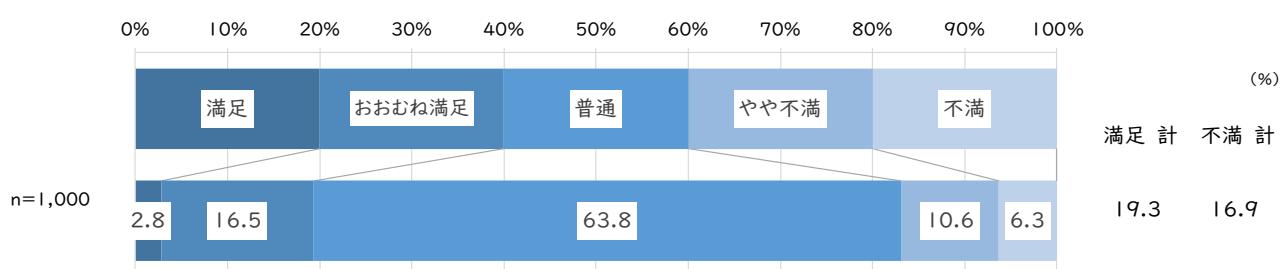


④ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の満足度

ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の満足度では、「普通」（63.8%）の割合が最も高く、次いで「おおむね満足」（16.5%）、「やや不満」（10.6%）となっている。

「満足」（2.8%）と「おおむね満足」（16.5%）をたした合計（19.3%）の割合は、「不満」（6.3%）と「やや不満」（10.6%）をたした合計（16.9%）の割合よりもやや高い。

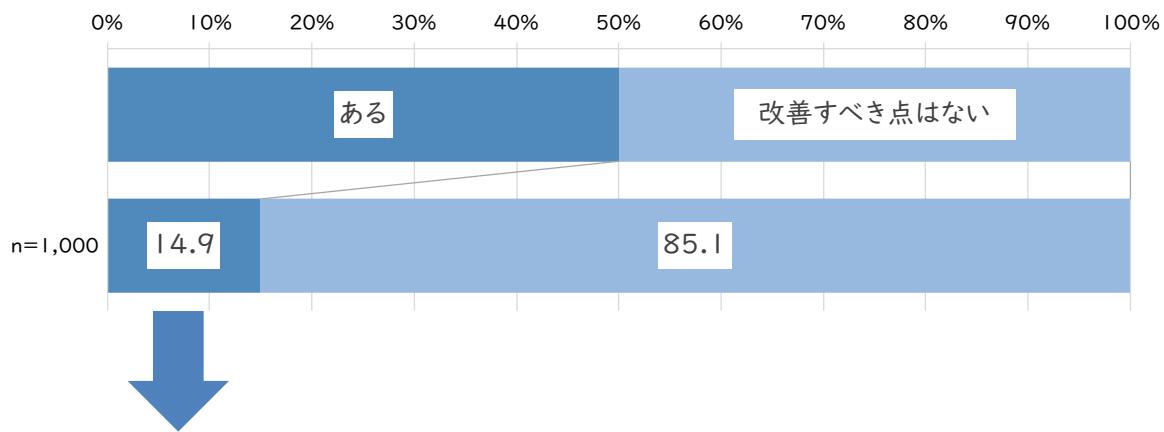
【問8】ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の満足度



⑤ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の改善点

ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の改善点では、「改善すべき点はない」（85.1%）の割合が「ある」（14.9%）を大きく上回っている。

【問9】ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の改善点



■具体的なホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の改善案

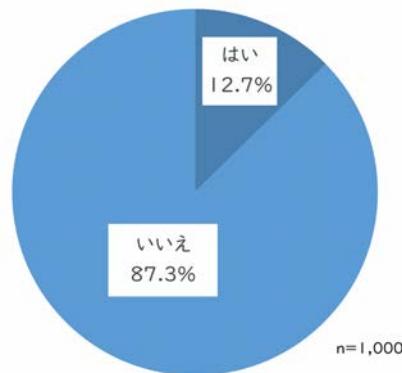
- ・言葉が、専門用語など、わかりにくい（男性 50代 企業等経理・財務）
- ・実際の事象にあわせたQAが足りない（男性 40代 企業等経理・財務）
- ・文字ばかりで見にくいで、表にして分かりやすくするべきである（女性 40代 税理士資格者）
- ・ワード検索メニューがほしい（女性 50代 企業等経理・財務）
- ・PDFが多くデータを開かないといけないため、直接web上に表示してほしい（女性 30代 企業等経理・財務）
- ・もっと情報提供が必要（男性 40代 税理士資格者）
- ・一般の人が見て興味ができるようにしてほしい（男性 50代 税理士資格者）

2)「令和5年度 税制改正動画」について

①「令和5年度 税制改正動画」の閲覧状況

「令和5年度 税制改正動画」の閲覧状況では、これまでに動画を閲覧したことがない「いいえ」(87.3%) の割合が約9割を占める。

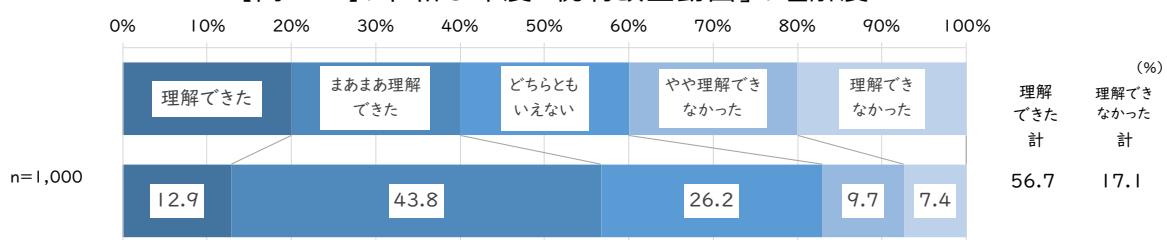
【問10】「令和5年度 税制改正動画」の閲覧状況



②「令和5年度 税制改正動画」の理解度

「令和5年度 税制改正動画」の理解度では、「まあまあ理解できた」(43.8%) の割合が最も高い。「理解できた」(12.9%)、「まあまあ理解できた」(43.8%) をたした合計(56.7%)の割合は5割台半ばを占める。

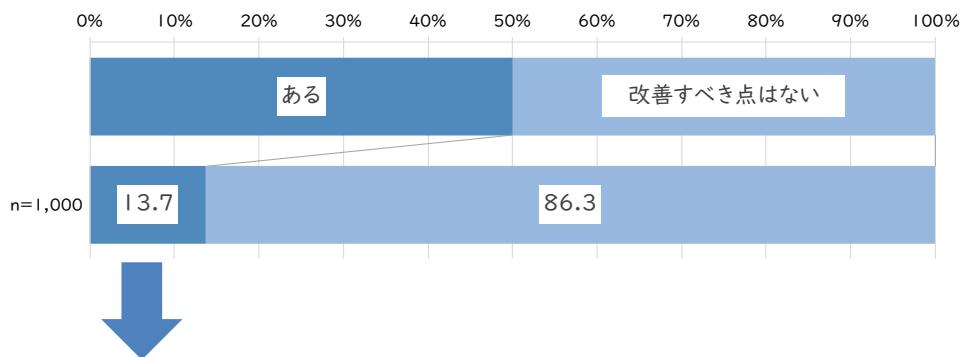
【問11】「令和5年度 税制改正動画」の理解度



③「令和5年度 税制改正動画」の改善点

「令和5年度 税制改正動画」の改善点では、「改善すべき点はない」(86.3%)の割合が8割台半ばを占める。

【問12】「令和5年度 税制改正動画」の改善点



■具体的な「令和5年度 税制改正動画」の改善案

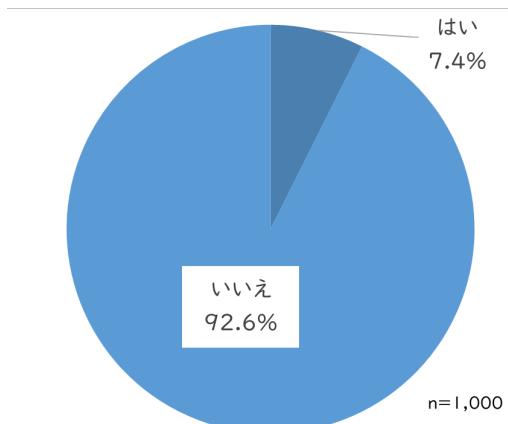
- ・解説図解が見づらい、言葉に抑揚がなく飽きてしまう（女性 30代 税理士資格者）
- ・実例をたくさんあげてほしい（男性 40代 企業等経理・財務）
- ・専門家でも理解しにくいのに専門外の人が理解できる訳がない内容だと思う（男性 50代 税理士資格者）
- ・長すぎるので、単元ごとに見ることができるようにした方が良いと思う（男性 70代 税理士資格者）

3) 「税制メールマガジン」について

①「税制メールマガジン」の登録状況

「税制メールマガジン」の登録状況では、登録していない「いいえ」（92.6%）の割合が9割強を占めている。

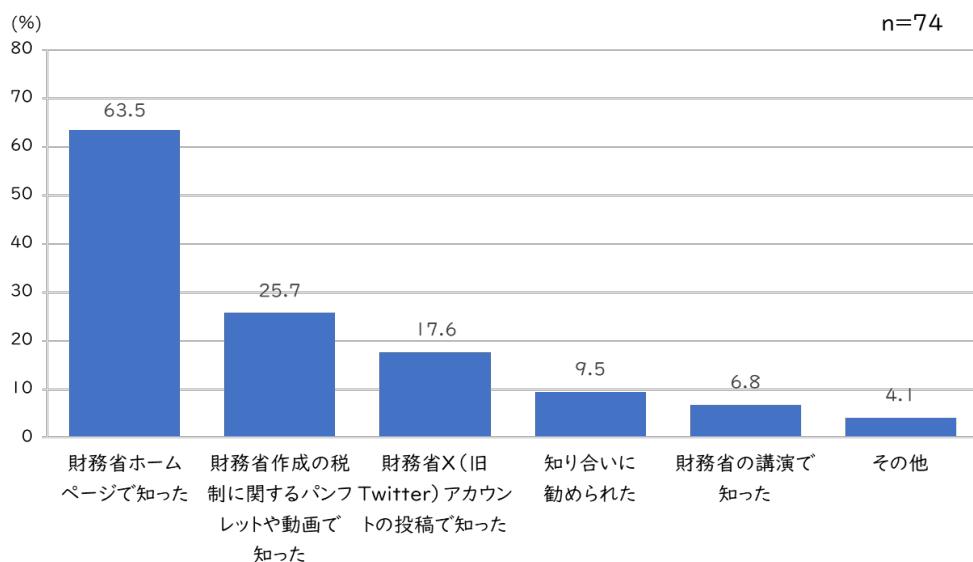
【問13】「税制メールマガジン」の登録状況



②「税制メールマガジン」を知ったきっかけ

「税制メールマガジン」を知ったきっかけでは、「財務省ホームページで知った」（63.5%）の割合が最も高く、6割以上を占めている。次いで「財務省作成の税制に関するパンフレットや動画で知った」（25.7%）、「財務省X（旧Twitter）アカウントの投稿で知った」（17.6%）が続く。

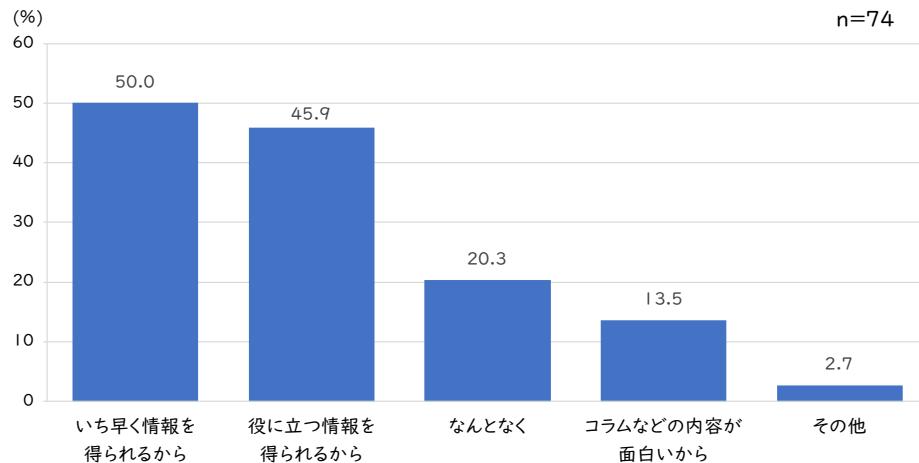
【問14】「税制メールマガジン」を知ったきっかけ



③「税制メールマガジン」の登録理由

「税制メールマガジン」の登録理由では、「いち早く情報を得られるから」(50.0%) の割合が最も高く、次いで「役に立つ情報を得られるから」(45.9%)、「なんとなく」(20.3%) が続く。

【問15】「税制メールマガジン」の登録理由

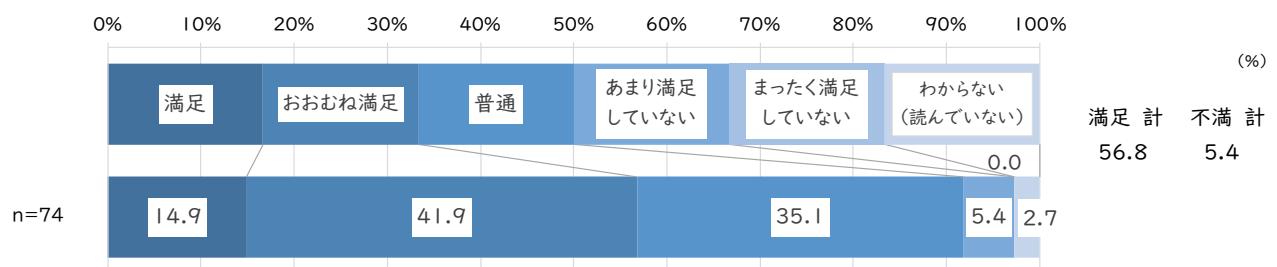


④「税制メールマガジン」の満足度

「税制メールマガジン」の満足度では、「おおむね満足」(41.9%) の割合が最も高く、「普通」(35.1%)、「満足」(14.9%) が続く。

「満足」(14.9%) と「おおむね満足」(41.9%) をたした合計 (56.8%) の割合は、5割台半ばを占める。

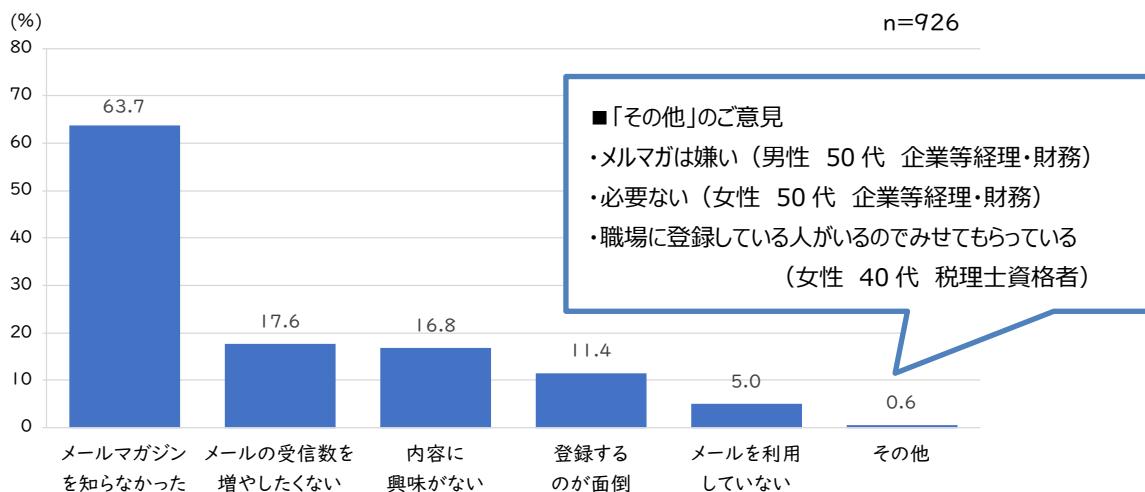
【問16】「税制メールマガジン」の満足度



⑤「税制メールマガジン」の登録しない理由

「税制メールマガジン」の登録しない理由では、「メールマガジンを知らなかった」(63.7%) の割合が最も高く6割台半ばを超える。次いで「メールの受信数を増やしたくない」(17.6%)、「内容に興味がない」(16.8%) が続く。

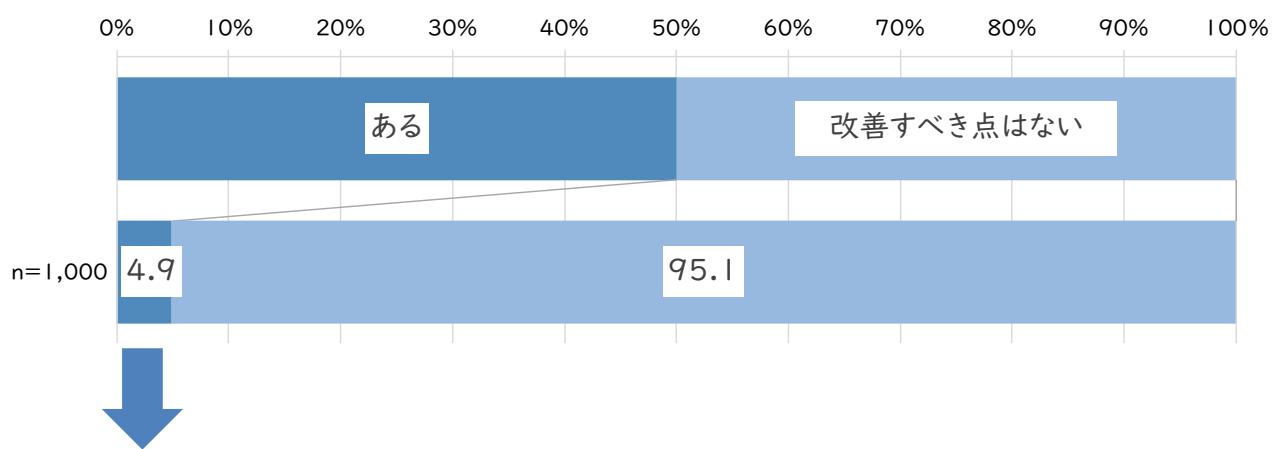
【問17】「税制メールマガジン」の登録しない理由



⑥「税制メールマガジン」の改善点

「税制メールマガジン」の改善点では、「改善すべき点はない」(95.1%) の割合が9割台半ばを占める。

【問18】「税制メールマガジン」の改善点

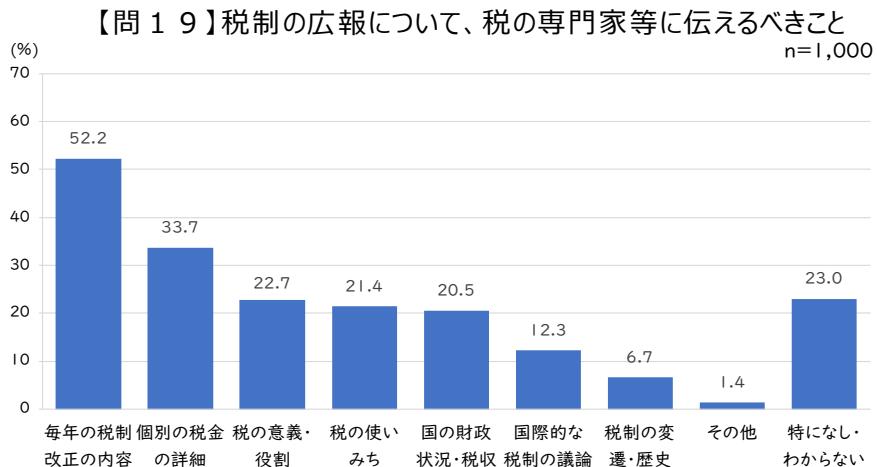


- ・的確な内容にして欲しい（男性 40代 企業等経理・財務）
- ・便利なものは周知してほしい。例えばツイッターなどで（女性 50代 企業等経理・財務）
- ・タイムリーな話題の解説（女性 50代 税理士資格者）
- ・変更した項目を、一目瞭然でわかるようなメールにしてもらいたい（女性 40代 税理士資格者）
- ・専門外の人にも分かりやすくして欲しい（男性 50代 税理士資格者）

4) 税制の広報に関する意見

①税制の広報について、税の専門家等に伝えるべきこと

税制の広報について、税の専門家等に伝えるべきことでは、「毎年の税制改正の内容」(52.2%)の割合が最も高く、5割を超える。次いで「個別の税金の詳細」(33.7%)、「税の意義・役割」(22.7%)が続く。



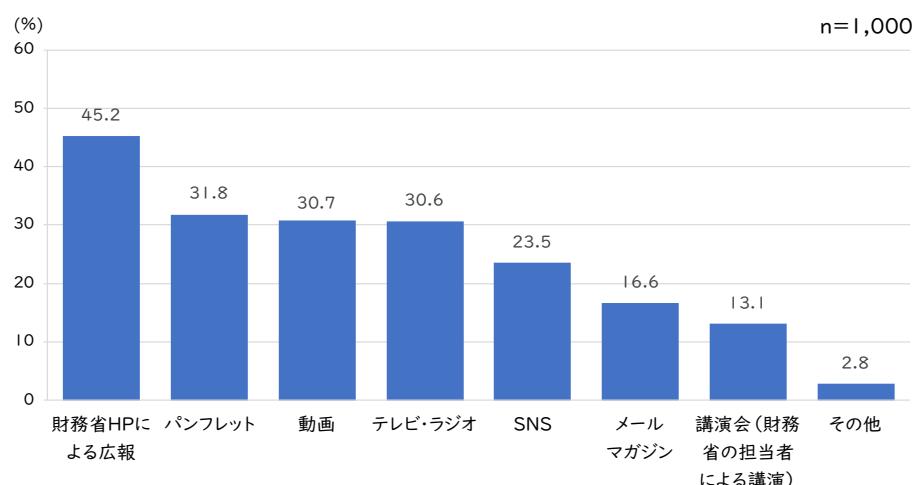
■「その他」のご意見

- ・税務調査の事例（男性 30代 税理士資格者）
- ・歳入が不足した中での歳出超過の租税のあり方から説明（男性 50代 税理士資格者）
- ・税制改正の経緯（男性 50代 税理士資格者）

②税の専門家等に対して、効果的な広報ツール、コンテンツ

税の専門家等に対して、効果的な広報ツール、コンテンツでは、「財務省HPによる広報」(45.2%)の割合が最も高く、次いで「パンフレット」(31.8%)、「動画」(30.7%)、「テレビ・ラジオ」(30.6%)が続く。

【問20】税の専門家等に対して、効果的な広報ツール、コンテンツ



■「その他」のご意見

- ・税理士会との連携（男性 30代 税理士資格者）
- ・税理士会へリンク先の提供（税理士会から税理士へメールで知らせる流れ）（女性 40代 税理士資格者）
- ・税理士会を通じた研修（女性 30代 税理士資格者）

第3章 性・年齢別の集計結果

1. 結果の要約

1) 財務省 HP「税制（国の税金の仕組み）」について

①ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の閲覧状況

ホームページ閲覧状況～男性の閲覧状況が高く、男性20～39歳は4割を超える～

性別にみると、「よく見る」と「ときどき見る」をした「閲覧率」の割合は男性（34.1%）のほうが女性（20.6%）よりも10ポイント以上高い。

年齢別でみると、「閲覧率」は20～29歳（41.9%）の割合が最も高く、4割を超える。

性年齢別でみると、男性の「視聴率」の割合で最も高いのは20～39歳（41.8%）で4割強を占める。

「税制（国の税金の仕組み）」の閲覧ページ

～よく見るページは男性「税制改正の概要」、女性「個別の税についての解説」がそれぞれ最も高い～

1位から3位までのトータルでは、性別でみると、男性は「税制改正の概要」（79.1%）、女性は「個別の税についての解説」（78.6%）の割合がそれぞれ最も高い。

年齢別でみると、「税制改正の概要」の割合は60～69歳（83.9%）と40～49歳（80.9%）で8割台となっている。

「個別の税についての解説」の閲覧ページ

～「相続税、贈与税など（資産課税等）」は男性が高く、50歳以上では5割を超える～

1位から3位までのトータルでは、性別でみると、女性の「所得税など（個人所得課税）」（92.7%）の割合は9割強。「相続税、贈与税など（資産課税等）」の割合は男性（46.7%）のほうが女性（25.5%）よりも20ポイント以上高い。

年齢別でみると、「所得税など（個人所得課税）」の割合は40～49歳（90.3%）が他の年代と比べて最も高い。

性年齢別でみると、「相続税、贈与税など（資産課税等）」の割合は男性50～59歳（57.4%）と60～79歳（54.5%）で5割超えと高い。

②ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」についての満足度

～若年層の男性で満足度が高い傾向～

性別でみると、「満足」と「おおむね満足」をした合計の割合は、男性（22.4%）のほうが女性（13.2%）よりも高い。

年齢別でみると、「満足」と「おおむね満足」をした合計の割合は20～29歳（25.8%）が最も高く、「やや不満」と「不満」をした合計の割合は40～49歳（21.2%）が最も高い。

性年齢別でみると、「満足」と「おおむね満足」をした合計の割合は男性20～39歳（29.1%）が最も高く、男性50歳以上でも2割を超える。

③ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」についての改善点

～20歳代は改善点なし回答、40～49歳では男女ともに改善点ありが2割前後～

性別でみると、女性（87.4%）のほうが男性（83.9%）よりもやや「改善すべき点はない」の割合が高い。

年齢別でみると、20～29歳では「改善すべき点はない」の割合が100.0%となっている。

性年齢別でみると、男女ともに40～49歳では改善すべき点が「ある」の割合がそれぞれ他と比べて高く、男性（22.9%）は2割を超える。

2)「令和5年度 税制改正動画」について

①「令和5年度 税制改正動画」の閲覧状況

～女性の閲覧経験が低く、特に女性 40～59 歳では 1 割を切る～

性別でみると、これまでに動画を閲覧したことがない「いいえ」の割合は、女性（93.5%）のほうが男性（84.1%）よりも高く 9 割台半ば。

年齢別でみると、動画を閲覧したことがある「はい」の割合は 50～59 歳（9.3%）が最も低く 1 割を切っている。

性年齢別でみると、動画を閲覧したことがある「はい」の割合は女性 50～59 歳（2.2%）、女性 40～49 歳（4.8%）で 1 割を下回り、閲覧率が低い。

②「令和5年度 税制改正動画」の理解度

～理解度は男性の割合が高く、全ての年代で 6 割前後を占める～

性別でみると、「理解できた」と「まあまあ理解できた」をした合計の割合は男性（62.2%）が女性（46.0%）より高い。

年齢別でみると、「理解できた」と「まあまあ理解できた」をした合計の割合は 20～29 歳（64.6%）が最も高い。

性年齢別でみると、男性は年齢が下がるにつれて「理解できた」の割合が高い。女性は「理解できた」と「まあまあ理解できた」をした合計の割合が 40～49 歳（55.7%）で他の女性の年代と比べて最も高く 5 割台半ばを超えている。

③「令和5年度 税制改正動画」の改善点

～改善点があるとするのが最も高いのは男性 40～49 歳で約 2 割～

性別でみると、男女で割合の違いはほとんどみられない。

年齢別でみると、「改善すべき点はない」の割合が全ての年代で 8 割を超えている。

性年齢別でみると、改善すべき点が「ある」の割合が最も高いのは男性 40～49 歳（18.2%）で約 2 割となっている。

3)「税制メールマガジン」について

①「税制メールマガジン」の登録状況 ～男性登録率は女性を上回り、男性 49 歳以下では 1 割以上～

性別でみると、メールマガジンを登録している「はい」の割合は男女ともに 1 割を切っているが、男性（9.7%）のほうが女性（2.9%）よりも高い。

年齢別でみると、登録率の割合が高いのは 20～29 歳（9.7%）である。

性年代別にみると、登録率の割合が高いのは、男性 30～49 歳（13.0%）、次いで男性 20～39 歳（11.4%）で男性 20～49 歳で 1 割を超えている。

②「税制メールマガジン」を知ったきっかけ

③「税制メールマガジン」の登録理由

④「税制メールマガジン」の満足度

（性別、年齢別、性年齢別については調査数で 30 件未満があるため割愛）

⑤「税制メールマガジン」の登録しない理由 ～メールマガジンの認知度が特出して高い層はみられず～

性別でみると、男女ともに「メールマガジンを知らなかった」の割合は 6 割を超えている。

年齢別でみると、「メールマガジンを知らなかった」の割合は 30～39 歳（69.5%）が他と比べて最も高い。

性年齢別でみると、「メールマガジンを知らなかった」の割合は男性 20～39 歳（71.4%）と女性 50～59 歳（70.1%）で 7 割台となっている。

4) 税制の広報に関する意見

①税制の広報について、税の専門家等に伝えるべきこと ～男性は上位3項目で全体を上回る～

性別でみると、男性は「毎年の税制改正の内容」(56.3%)、「個別の税金の詳細」(34.4%)、「税の意義・役割」(24.1%)の割合が全体を上回っている。

年齢別にみると、「税の意義・役割」の割合は30～39歳(28.3%)で、「国の財政状況・税収」の割合は20～29歳(41.9%)で他と比べて最も高い。

性年齢別にみると、「毎年の税制改正の内容」の割合は男性60～79歳(61.4%)が、「国の財政状況・税収」の割合は女性20～39歳(35.6%)が他と比べて最も高い。

②税の専門家等に対して、効果的な広報ツール、コンテンツ ～女性若年層がSNS有効活用を推奨～

性別でみると、「SNS」の割合は女性(31.1%)のほうが男性(19.6%)よりも10ポイント以上高い。

年齢別でみると、年齢が下がるにつれて「SNS」の割合は高くなっているが、逆に「テレビ・ラジオ」の割合は年齢が下がるほど低くなっている。

「SNS」の割合は女性20～39歳(41.1%)で他と比べて最も高く、4割を超える。

2. 性・年齢別のプロフィール

1) スクリーニング調査の結果

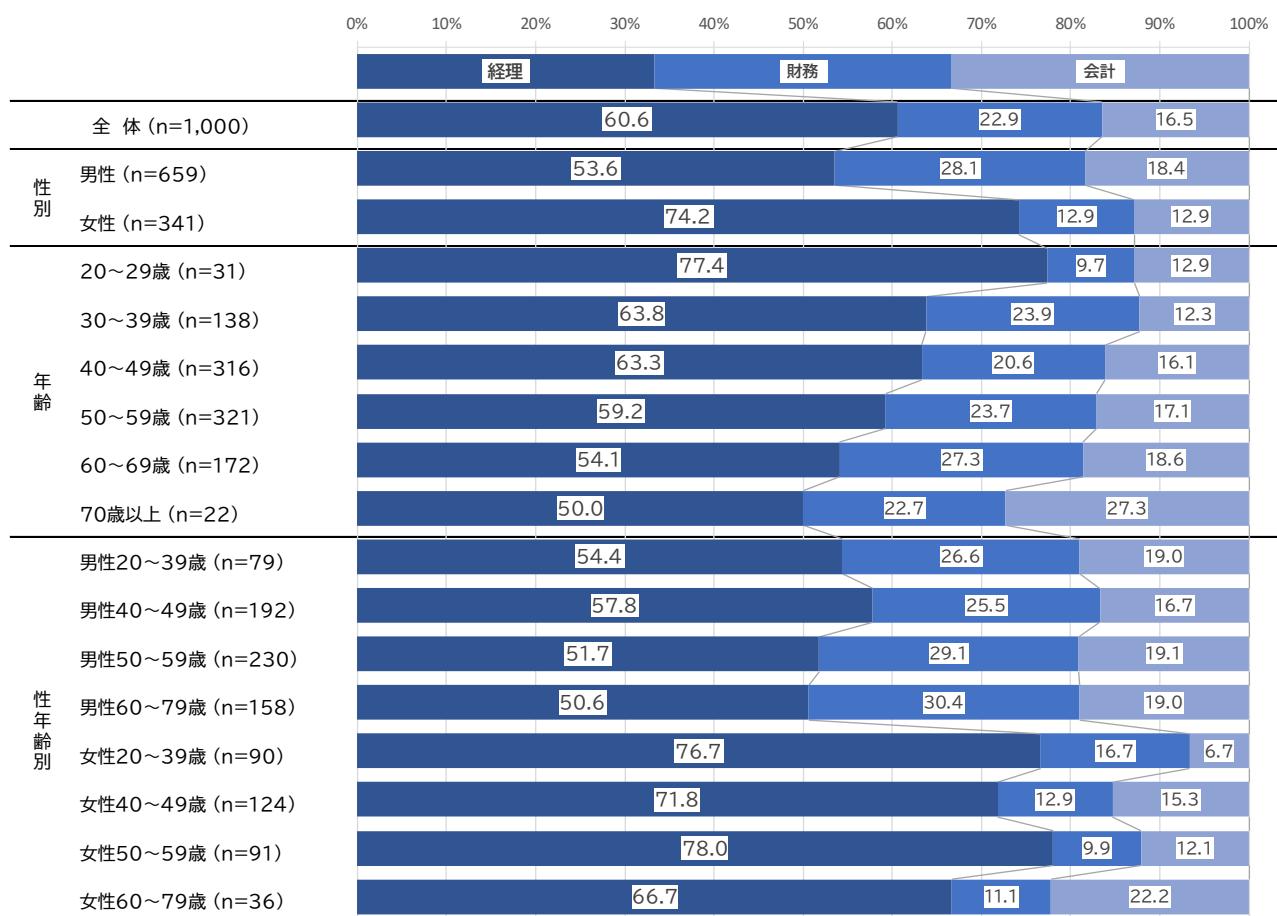
所属部課/業務内容

性別でみると、「経理」の割合は女性（74.2%）のほうが男性（53.6%）よりも20ポイント高く、7割台半ばを占めている。「財務」の割合は男性（28.1%）のほうが女性（12.9%）よりも10ポイント以上高い。

年齢別でみると、「経理」の割合は20～29歳（77.4%）が最も高い。「財務」と「会計」の割合は年齢が上がるにつれて高くなっている。

性年齢別でみると、「経理」の割合は女性50～59歳（78.0%）が最も高く、女性では60～79歳（66.7%）を除いて全ての年代で7割以上を占めている。「財務」と「会計」の割合は、全ての年代において男性の割合が女性よりも高い。

【S C 1】所属部課/業務内容



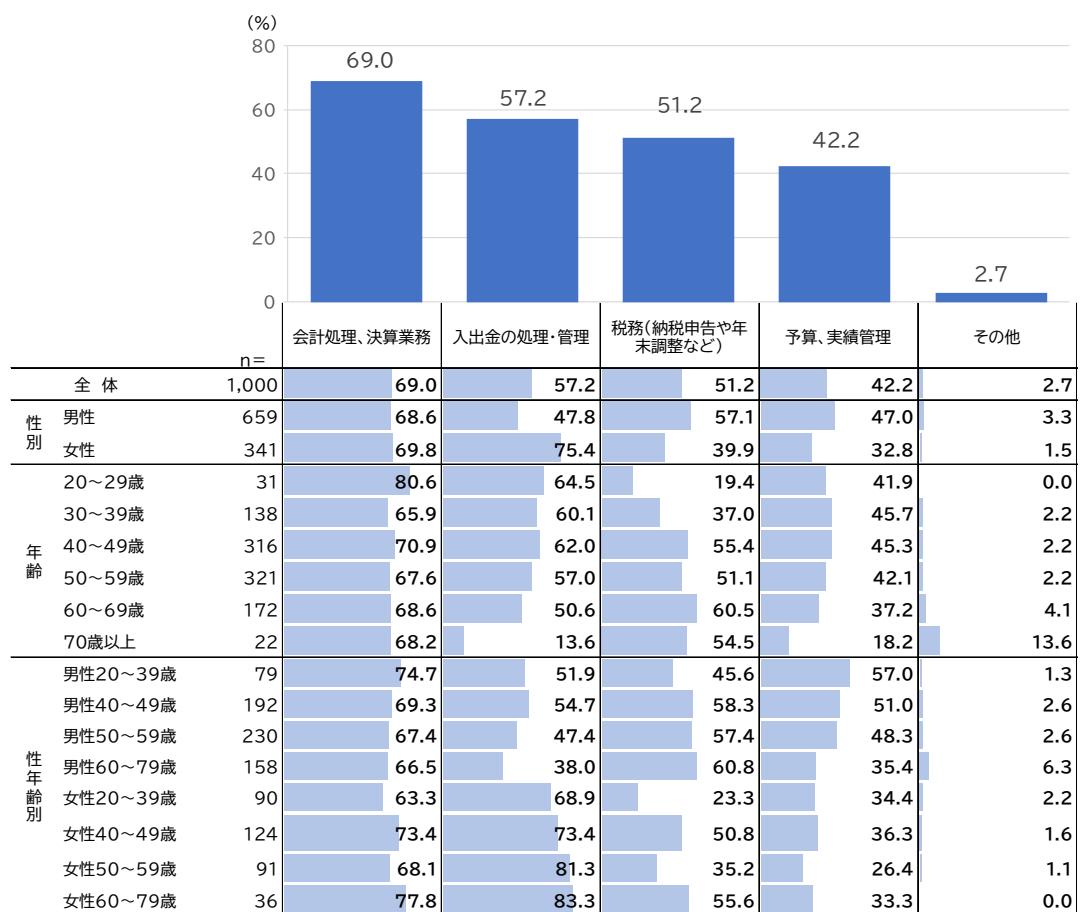
関わっている業務

性別でみると、「入出金の処理・管理」の割合は女性（75.4%）のほうが男性（47.8%）よりも30ポイント近く高い。「税務（納税申告や年末調整など）」の割合は男性（57.1%）のほうが女性（39.9%）よりも20ポイント近く高い。

年齢別でみると、「入出金の処理・管理」の割合は年齢が下がるにつれて高くなっている、「税務（納税申告や年末調整など）」の割合は年齢が上がるにつれて高くなっている。

性年齢別でみると、「会計処理、決算業務」の割合は男性20～39歳（74.7%）と女性60～79歳（77.8%）が男女それぞれ最も高く、いずれも7割台となっている。

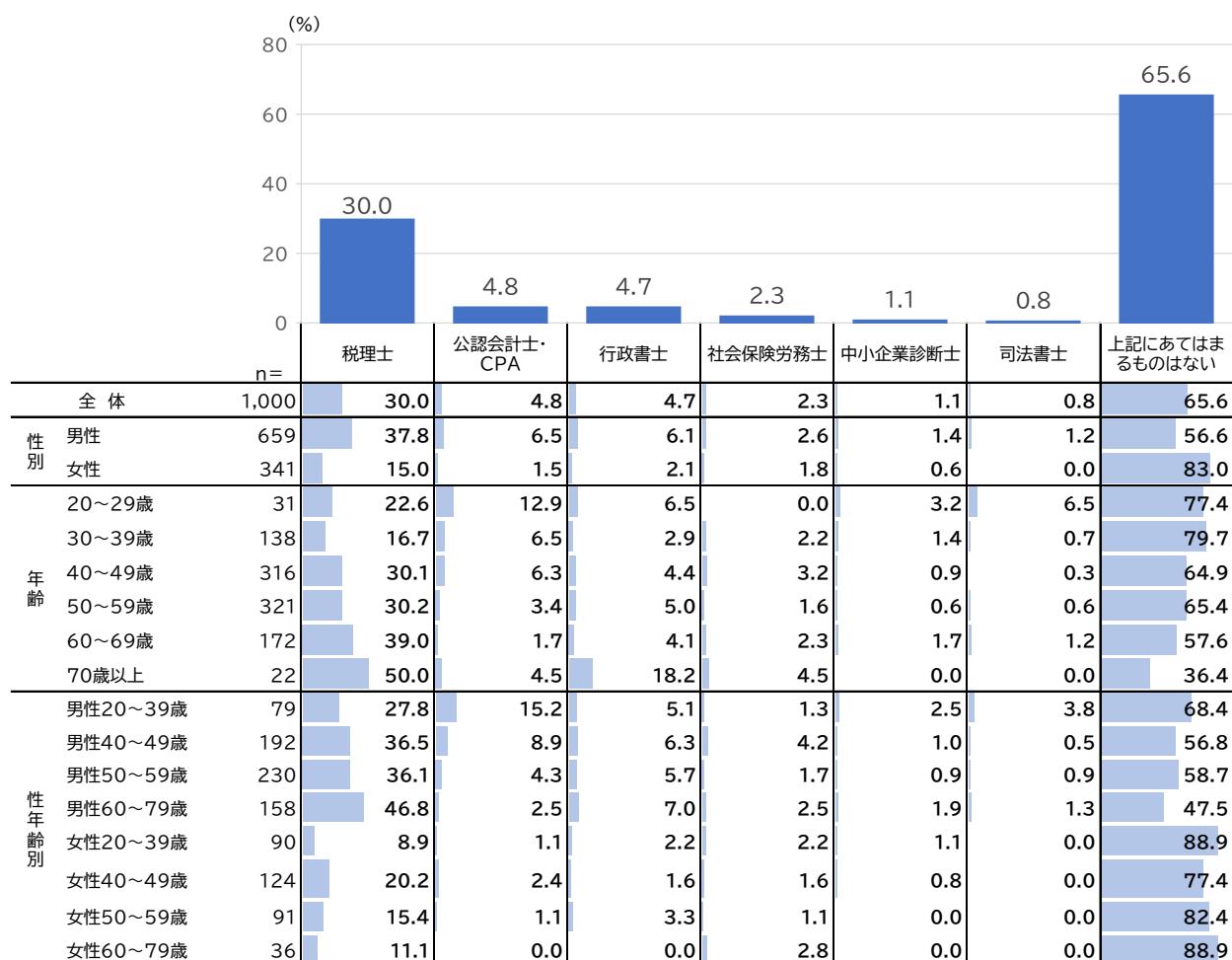
【S C 2】関わっている業務（複数回答）



保有資格

性別でみると、「税理士」の割合は男性（37.8%）のほうが女性（15.0%）よりも20ポイント以上高い。
 年齢別でみると、「公認会計士・CPA」の割合は20～29歳（12.9%）が最も高く、1割を超える。
 性年齢別でみると、「税理士」の割合は男性では60～79歳（46.8%）が、女性では40～49歳（20.2%）がそれぞれ最も高い。

【S C 3】保有資格（複数回答）



2) 回答者の属性

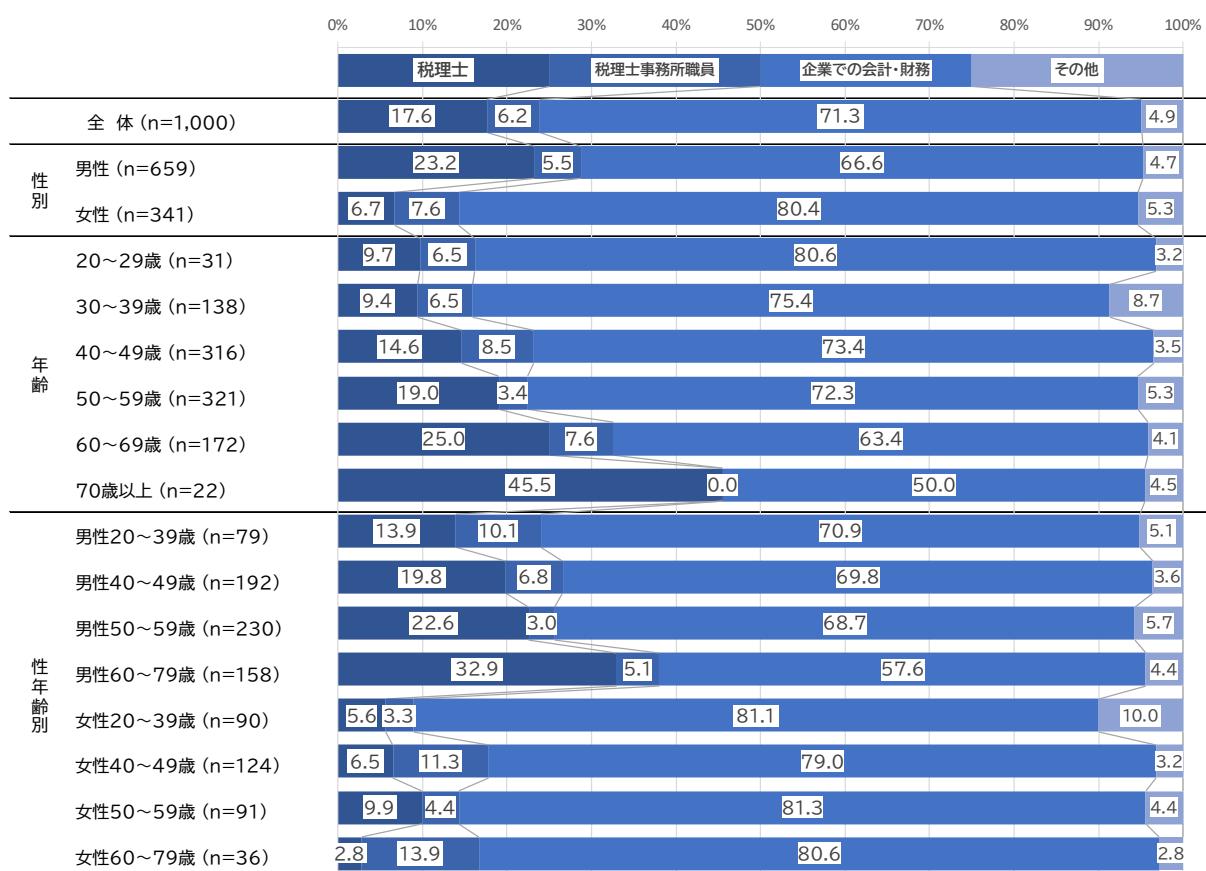
業務形態

性別でみると、「税理士」の割合は男性（23.2%）のほうが女性（6.7%）よりも高い。一方、「企業での会計・財務」の割合は女性（80.4%）のほうが男性（66.6%）より高く、女性全体の8割を占める。

年齢別でみると、「税理士」の割合は年代が上がるにつれて高くなっている。「企業での会計・財務」の割合は年代が下がるにつれて高くなっている。

性年齢別でみると、「税理士」の割合は男性では年齢が上がるにつれて高くなり、「企業での会計・財務」は年齢が下がるにつれて高くなっている。女性で「税理士」の割合が最も高いのは50～59歳（9.9%）となっている。

【問2】業務形態



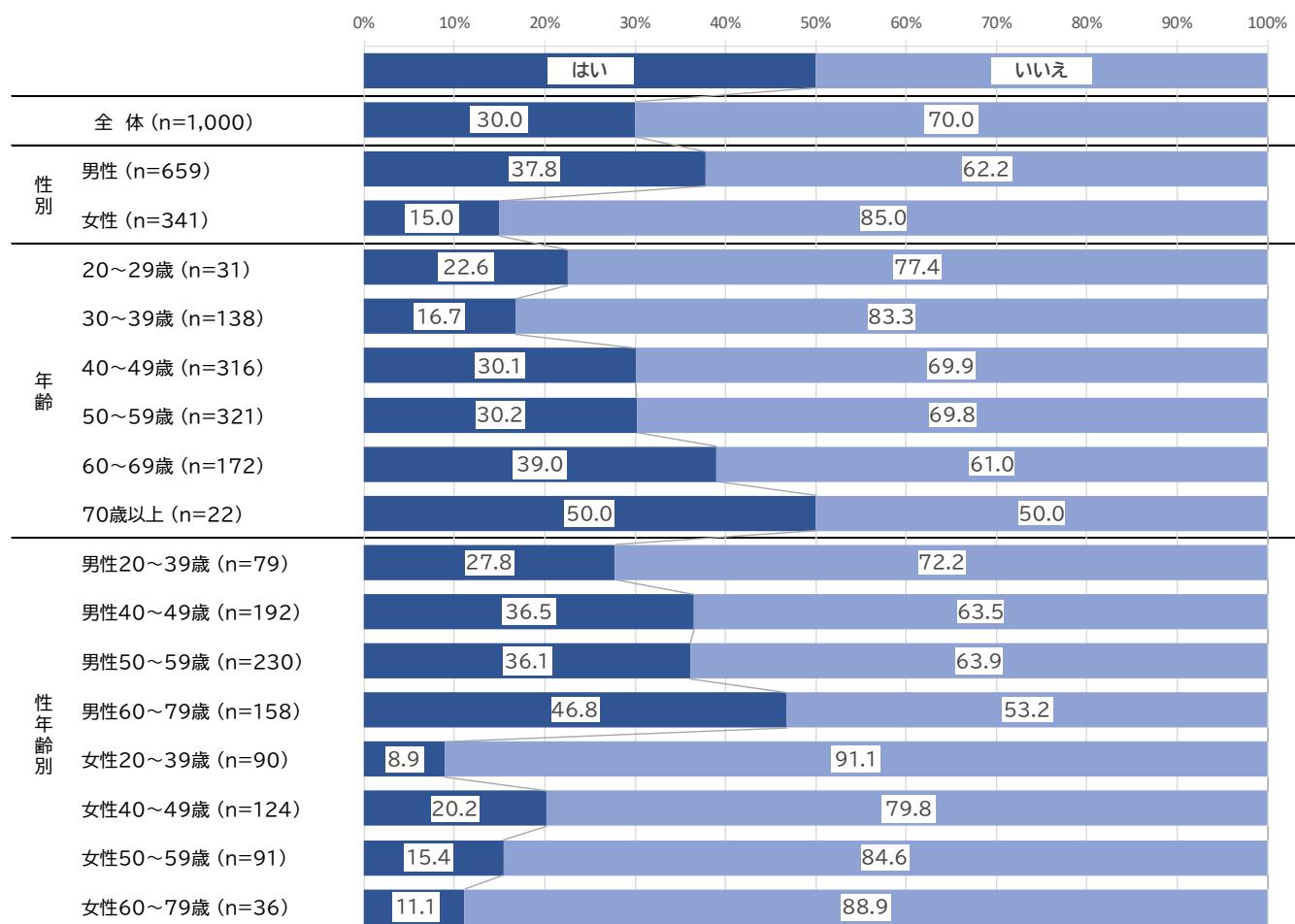
税理士資格の有無

税理士資格の有無別でみると、男性（37.8%）のほうが女性（15.0%）よりも税理士資格保有率の割合は高く、約4割を占めている。

年齢別でみると、年代が上がるにつれて税理士資格保有率の割合は高くなっている。

性年齢別でみると、男性では60～79歳（46.8%）、女性では40～49歳（20.2%）がそれぞれ税理士資格の保有率の割合は最も高くなっている。

【問3】税理士資格の有無



3. 性・年齢別結果の詳細

1) 財務省 HP「税制（国の税金の仕組み）」について

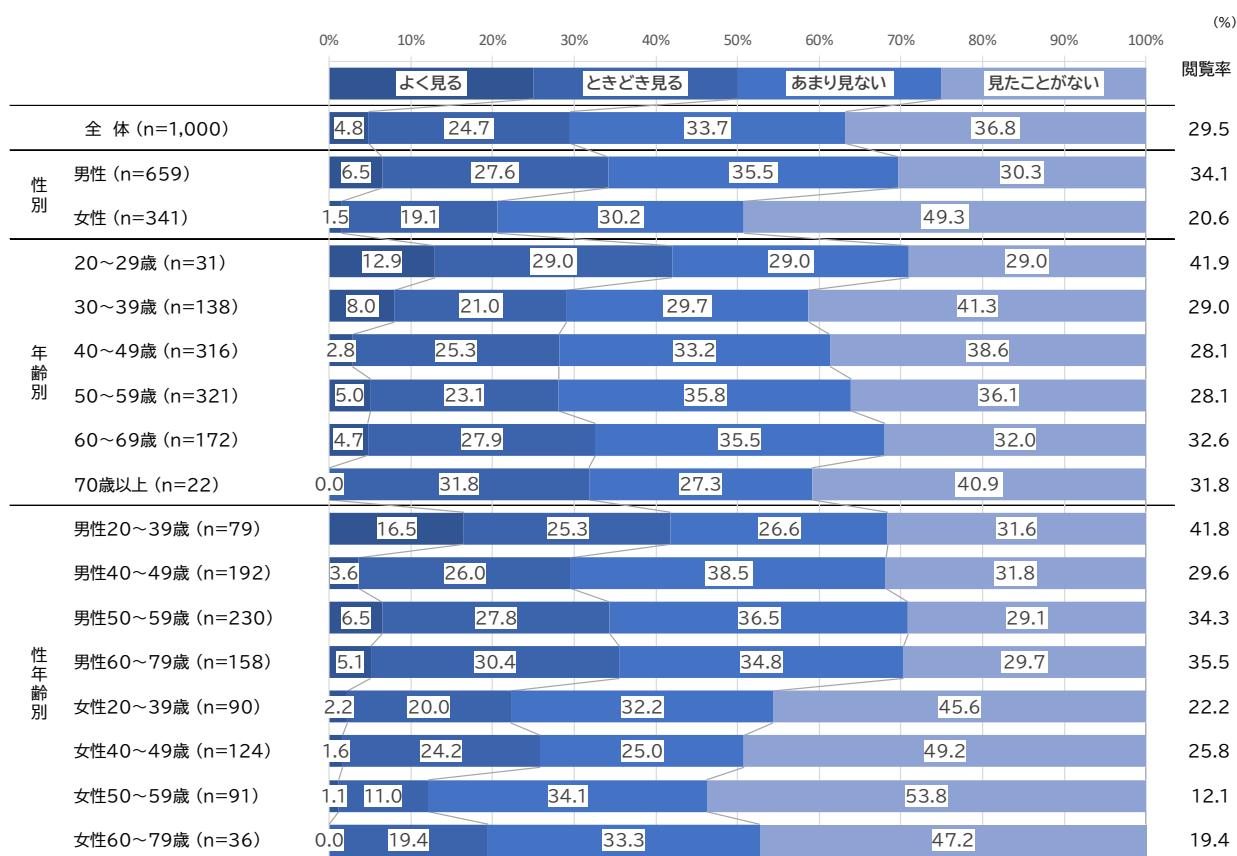
①ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の閲覧状況

性別でみると、「よく見る」と「ときどき見る」をした「閲覧率」の割合は男性（34.1%）のほうが女性（20.6%）よりも10ポイント以上高い。

年齢別でみると、「閲覧率」の割合は20～29歳（41.9%）が最も高く、4割を超える。

性年齢別でみると、男性の「視聴率」の割合で最も高いのは20～39歳（41.8%）で4割強を占める。女性では40～49歳（25.8%）の割合が最も高い。

【問5】財務省 HP 税制に関するコンテンツ「税制（国の税金の仕組み）」閲覧状況

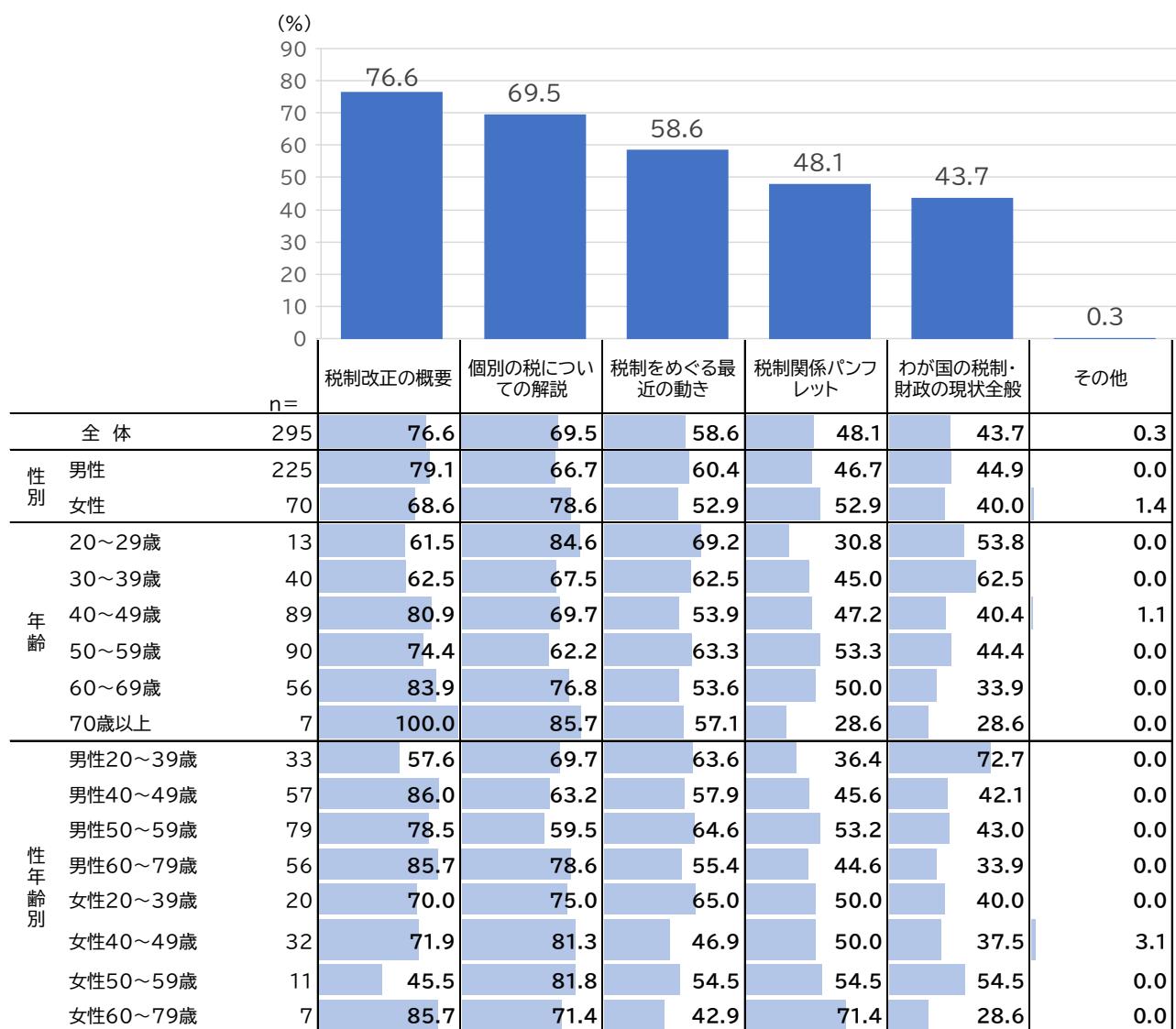


※閲覧率:「よく見る」+「ときどき見る」の合計値(%)

②ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」でよく見るページ

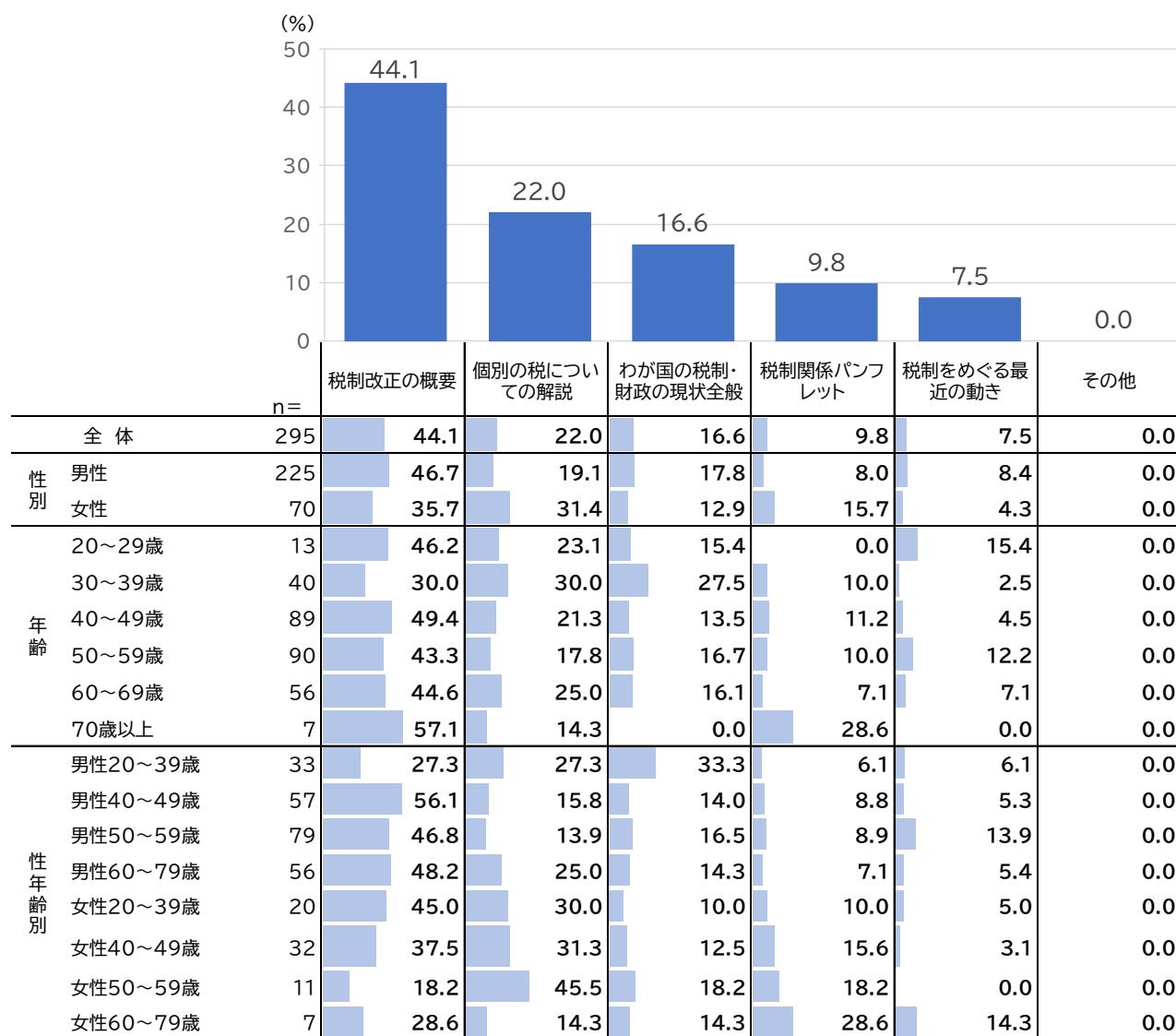
ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」でよく見るページを1位から3位まであげてもらった。
 性別でみると、「税制改正の概要」の割合は男性（79.1%）のほうが女性（68.6%）よりも高く、「個別の税についての解説」の割合は女性（78.6%）のほうが男性（66.7%）よりも高い。
 年齢別でみると、「税制改正の概要」の割合は60～69歳（83.9%）と40～49歳（80.9%）で8割台となっている。
 性年齢別でみると、「税制改正の概要」の割合は男性40～49歳（86.0%）、「個別の税についての解説」の割合は女性40～49歳（81.3%）が他に比べて最も高い。

【問6】よく見る「税制（国の税金の仕組み）」のページ（1～3位トータル）



性別でみると、「わが国の税制・財政の現状全般」の割合は男女ともに1割台となっている。
 年齢別でみると、「税制改正の概要」の割合は30~39歳を除いて、全ての年代で4割を超える。
 性年齢別でみると、「わが国の税制・財政の現状全般」の割合は男性20~39歳(33.3%)が他の年代と比べて最も高く、3割台半ばを超える。

【問6】よく見る「税制（国の税金の仕組み）」のページ（1位）



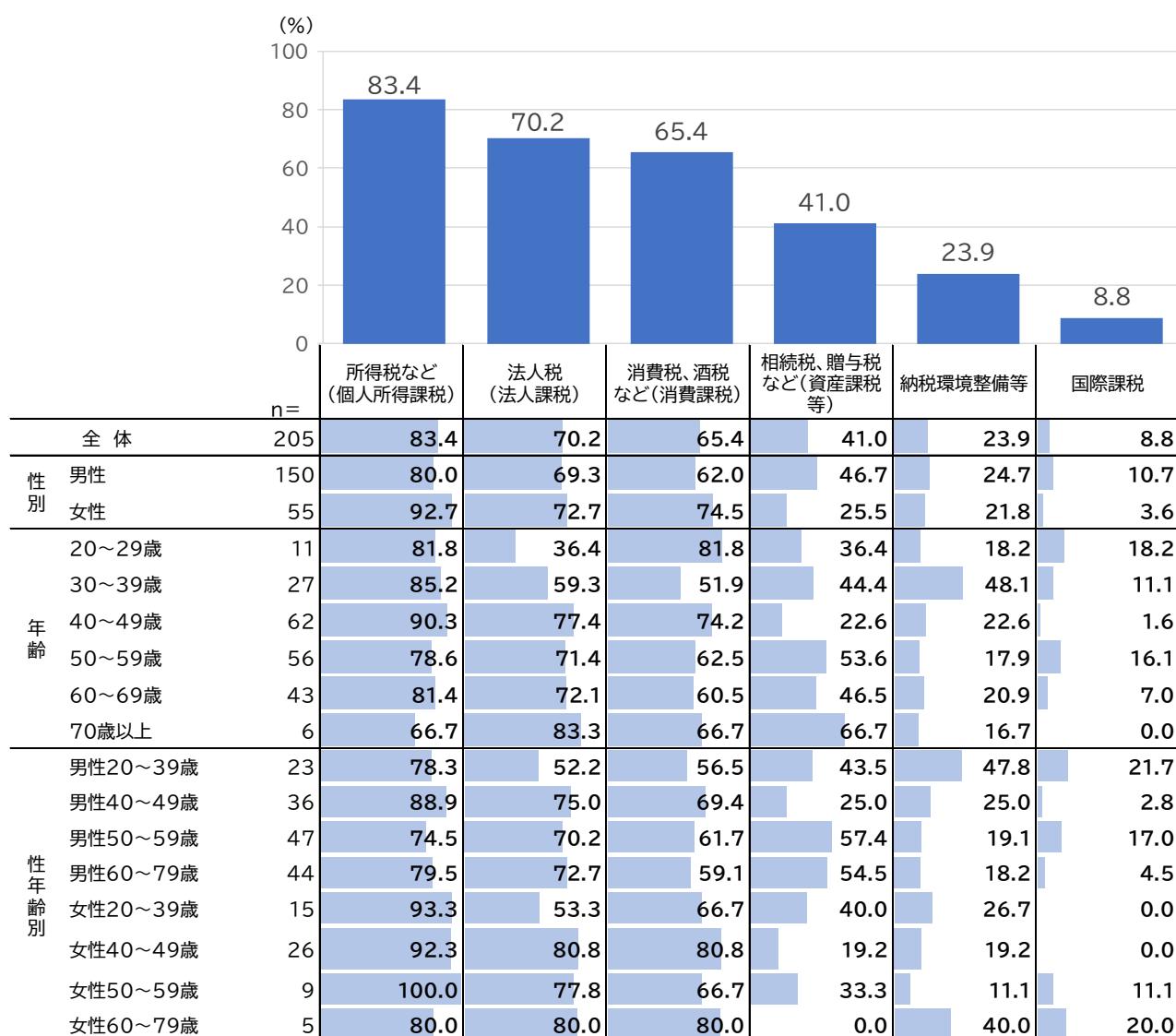
③「個別の税についての解説」でよく見るページ

「個別の税についての解説」を選択した方に、よく見る税目のページを1位から3位まであげてもらった。性別でみると、男女ともに「所得税など（個人所得課税）」の割合が最も高く、女性（92.7%）は9割強となっている。「相続税、贈与税など（資産課税等）」の割合は男性（46.7%）のほうが女性（25.5%）よりも20ポイント以上高い。

年齢別でみると、「所得税など（個人所得課税）」の割合は40～49歳（90.3%）が他の年代と比べて最も高く、9割を超える。

性年齢別でみると、「相続税、贈与税など（資産課税等）」の割合は男性50～59歳（57.4%）と60～79歳（54.5%）で他に比べて高い。

【問7】よく見る「個別の税についての解説」の税目ページ（1～3位トータル）

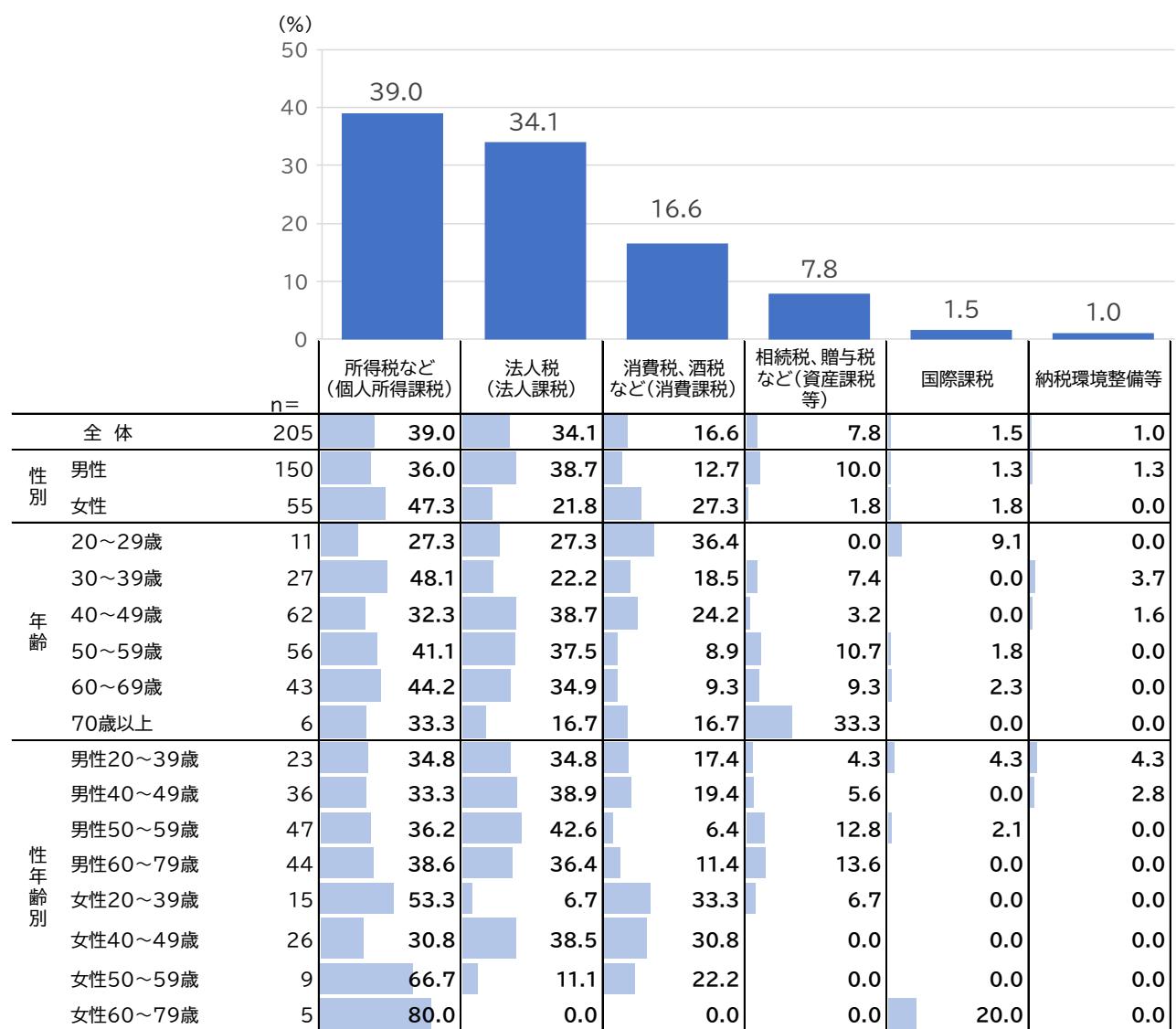


性別でみると、男性では「法人税（法人課税）」（38.7%）、女性では「所得税など（個人所得課税）」（47.3%）の割合がそれぞれ最も高い。

年齢別でみると、「法人税（法人課税）」の割合は40～69歳で3割台となっている。

性年齢別でみると、男性は全ての年代で「所得税など（個人所得課税）」と「法人税（法人課税）」の割合は3割台半ばを超えており、女性は40～69歳で「法人税（法人課税）」の割合が最も高い。

【問7】よく見る「個別の税についての解説」の税目ページ（1位）



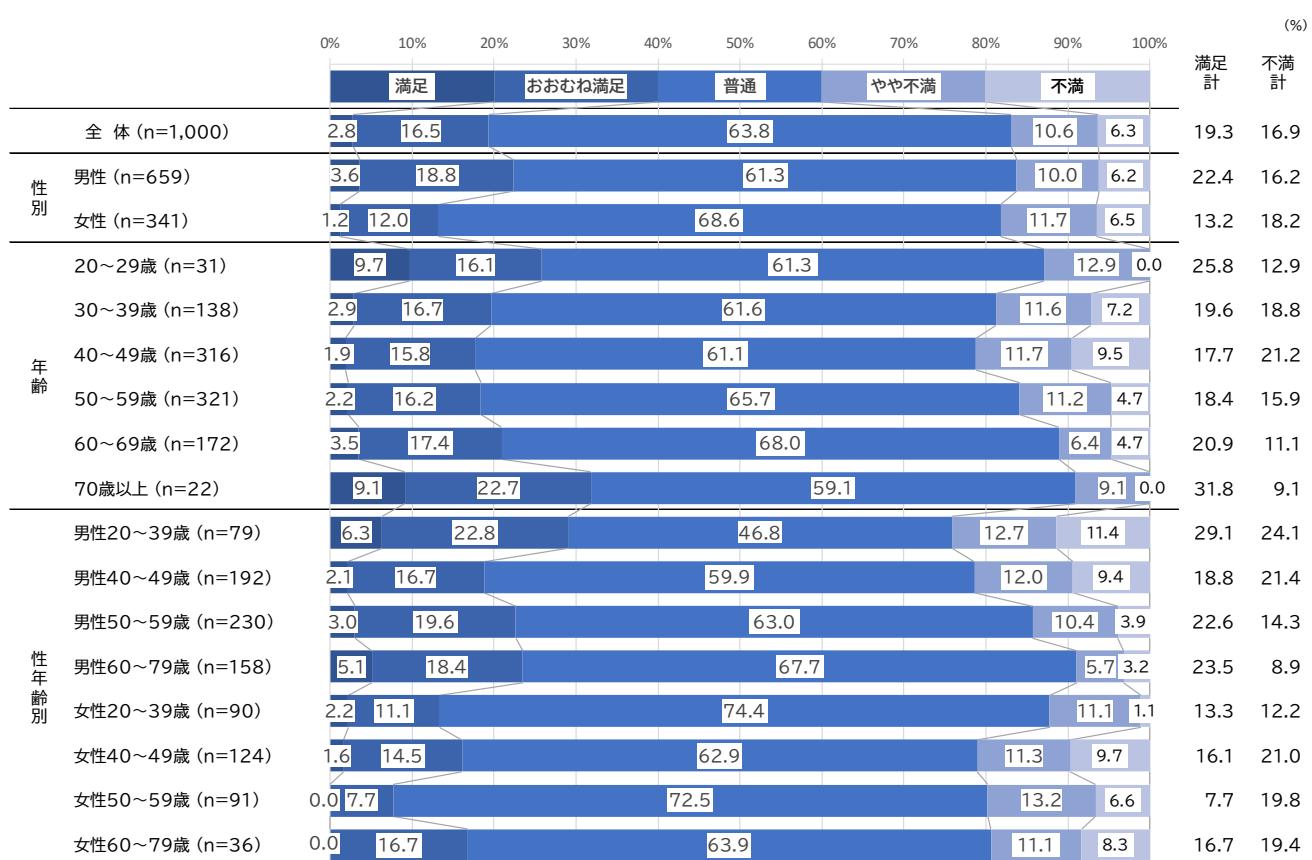
④ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の満足度

性別でみると、「満足」と「おおむね満足」をした合計の割合は、男性（22.4%）のほうが女性（13.2%）よりも高い。

年齢別でみると、「満足」と「おおむね満足」をした合計の割合は20～29歳（25.8%）が最も高く、「やや不満」と「不満」をした合計は40～49歳（21.2%）が最も高い。

性年齢別でみると、「満足」と「おおむね満足」をした合計の割合は男性20～39歳（29.1%）が最も高く、女性20～39歳（13.3%）と比べて10ポイント以上高い。

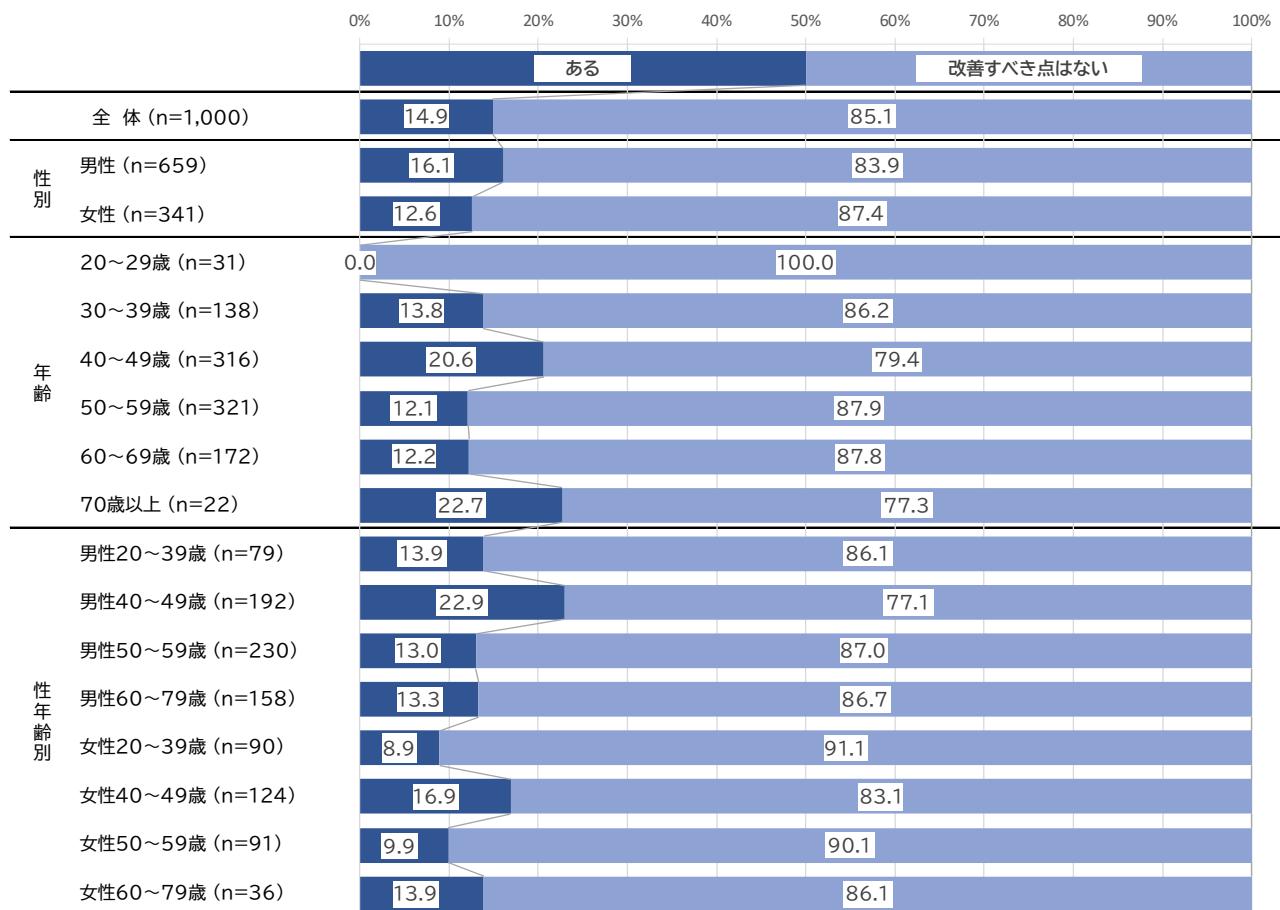
【問8】ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の満足度



⑤ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の改善点

性別でみると、女性（87.4%）のほうが男性（83.9%）よりもやや「改善すべき点はない」の割合が高い。
 年齢別でみると、20～29歳では「改善すべき点はない」の割合が100.0%となっている。
 性年齢別でみると、男性40～49歳では改善すべき点が「ある」（22.9%）の割合が他と比べて最も高く、2割を超える。次いで女性40～49歳で「ある」（16.9%）の割合が高い。

【問9】ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の改善点



2)「令和5年度 税制改正動画」について

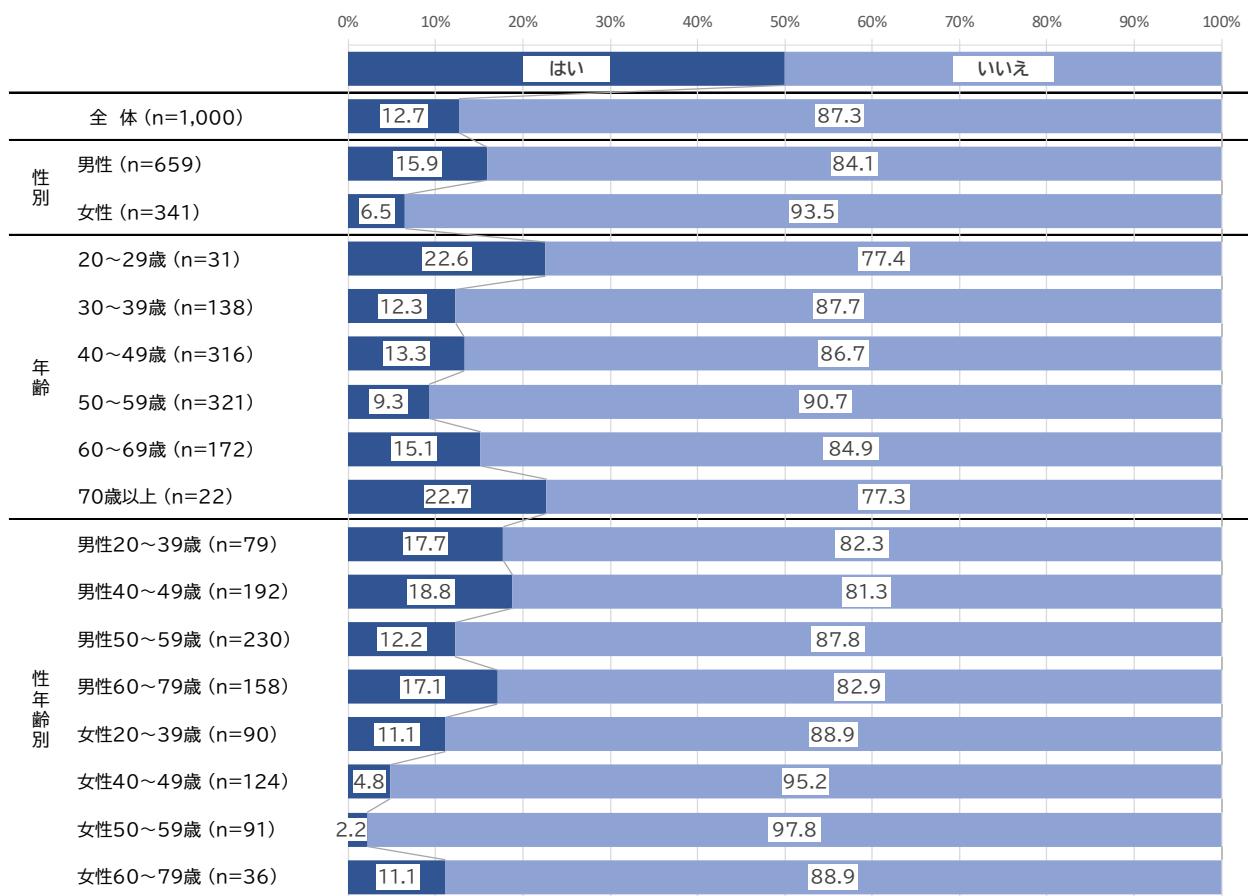
①「令和5年度 税制改正動画」の閲覧状況

性別にみると、これまでに動画を閲覧したことがない「いいえ」の割合は女性（93.5%）のほうが男性（84.1%）よりも高く9割台半ばを超える。

年齢別でみると、動画を閲覧したことがある「はい」の割合は50～59歳（9.3%）が他と比べて最も低く1割を切っている。

性年齢別でみると、動画を閲覧したことがない「いいえ」の割合は女性50～59歳（97.8%）が最も高い。

【問10】「令和5年度 税制改正動画」の閲覧状況



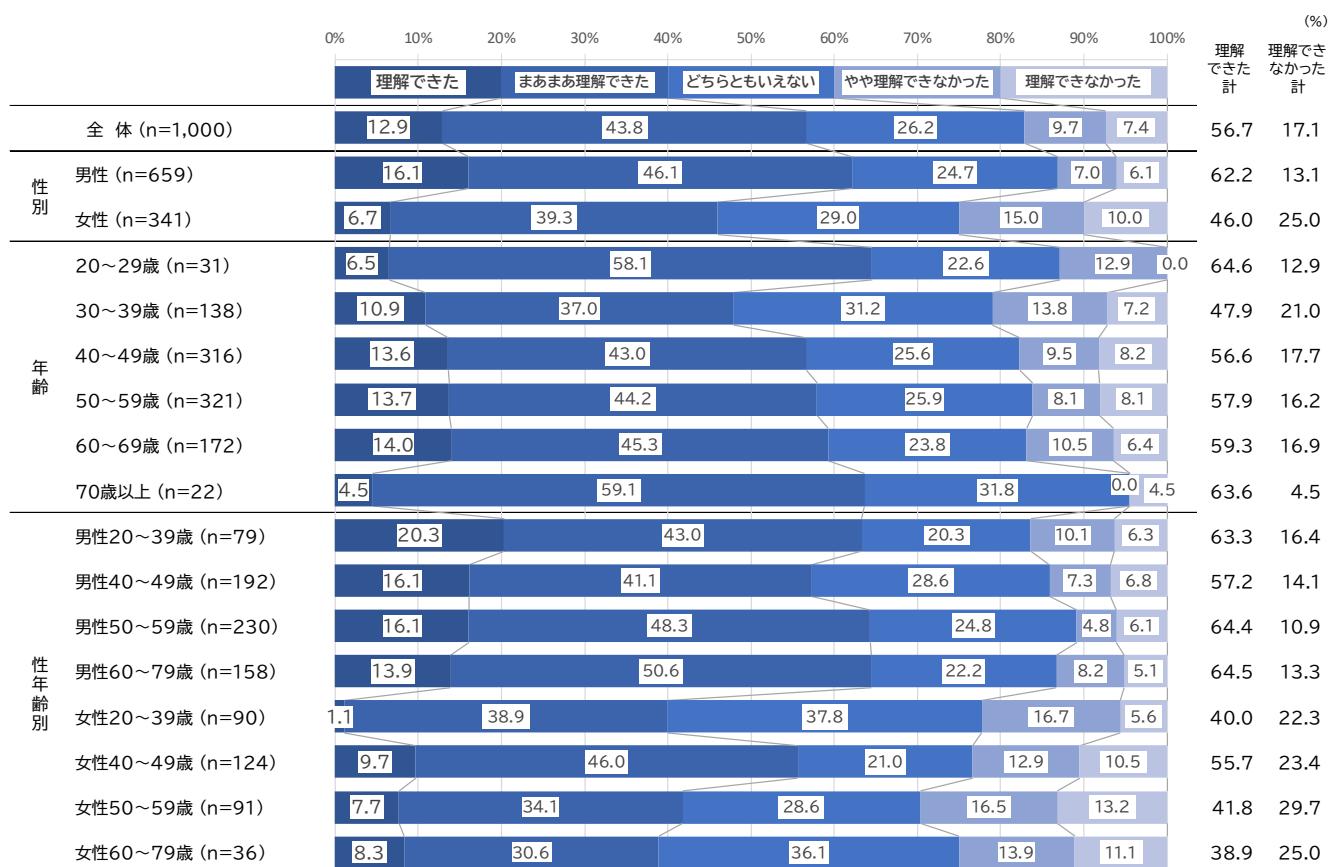
②「令和5年度 税制改正動画」の理解度

性別でみると、「理解できた」と「まあまあ理解できた」をした合計の割合は男性（62.2%）が高く、「やや理解できなかった」と「理解できなかった」をした合計の割合は女性（25.0%）のほうが高い。

年齢別でみると、「理解できた」と「まあまあ理解できた」をした合計の割合は20～29歳（64.6%）が最も高い。

性年齢別でみると、男性は年齢が下がるにつれて「理解できた」の割合が高い。女性は「理解できた」と「まあまあ理解できた」をした合計の割合が40～49歳（55.7%）で唯一5割台半ばを超えている。

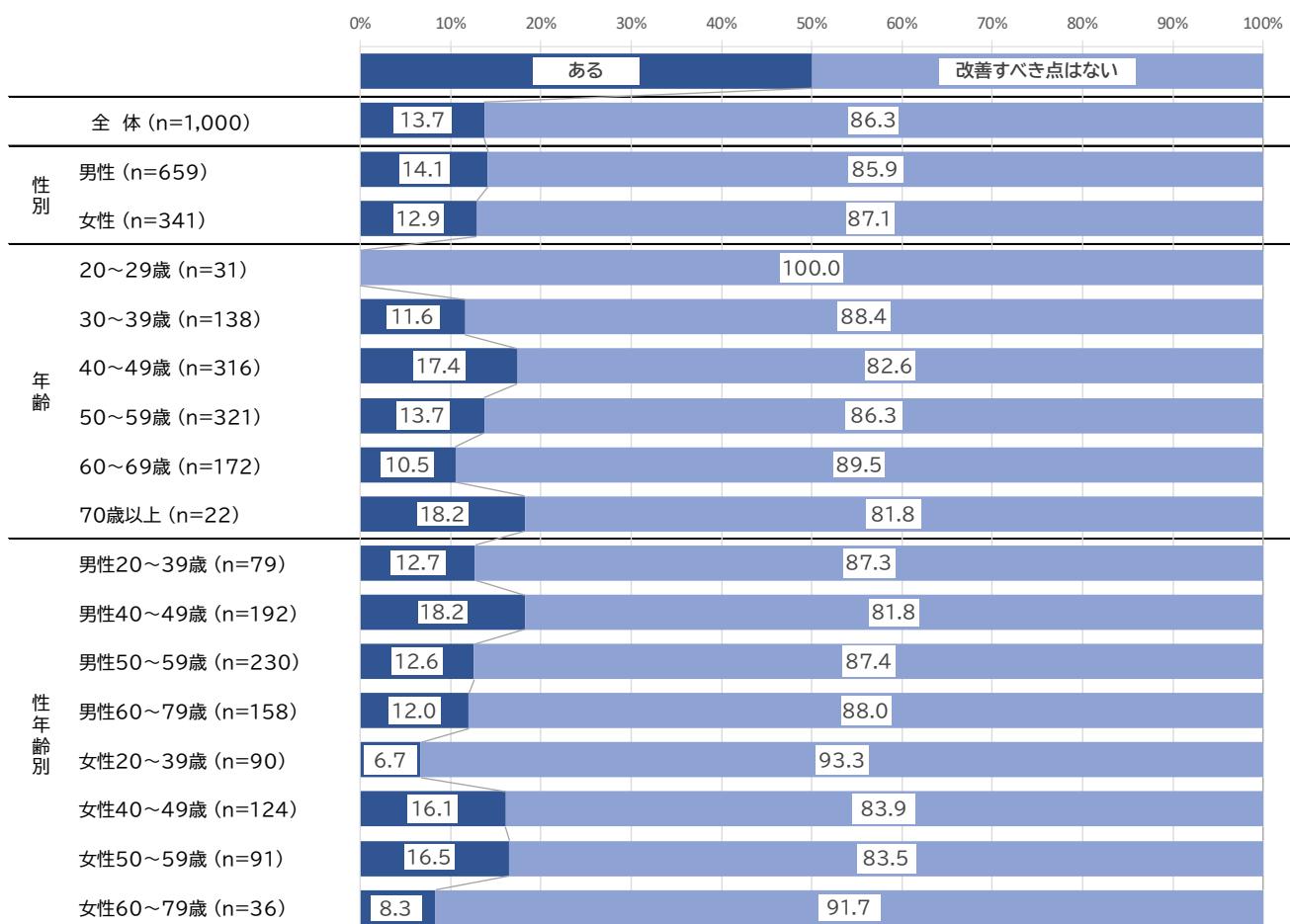
【問11】「令和5年度 税制改正動画」の理解度



③「令和5年度 税制改正動画」の改善点

性別でみると、男女の割合で違いはほとんどみられない。
 年齢別でみると、20～29歳では「改善すべき点はない」の割合が100.0%となっている。
 性年齢別でみると、改善すべき点が「ある」の割合が他に比べて最も高いのは男性40～49歳（18.2%）で約2割となっている。

【問12】「令和5年度 税制改正動画」の改善点



3) 「税制メールマガジン」について

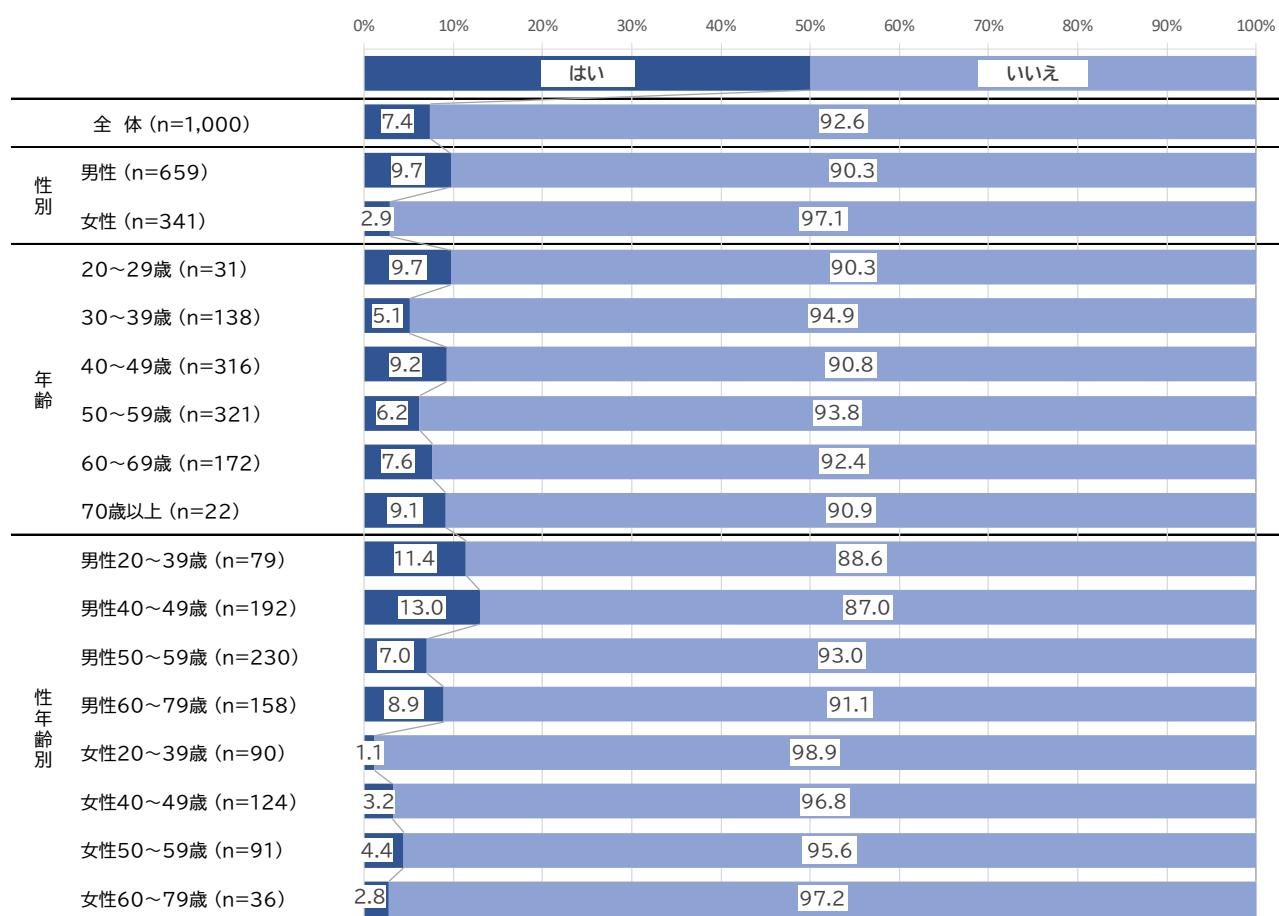
①「税制メールマガジン」の登録状況

性別でみると、メールマガジンを登録している「はい」の割合は男性（9.7%）のほうが女性（2.9%）よりも高いが、いずれも1割を切っている。

年齢別でみると、「はい」の割合が最も高いのは20～29歳（9.7%）となっている。

性年齢別でみると、男性は20～49歳で「はい」の割合が1割強を超えている。女性20～39歳（1.1%）は全ての他の層と比べて「はい」の割合が最も低い。

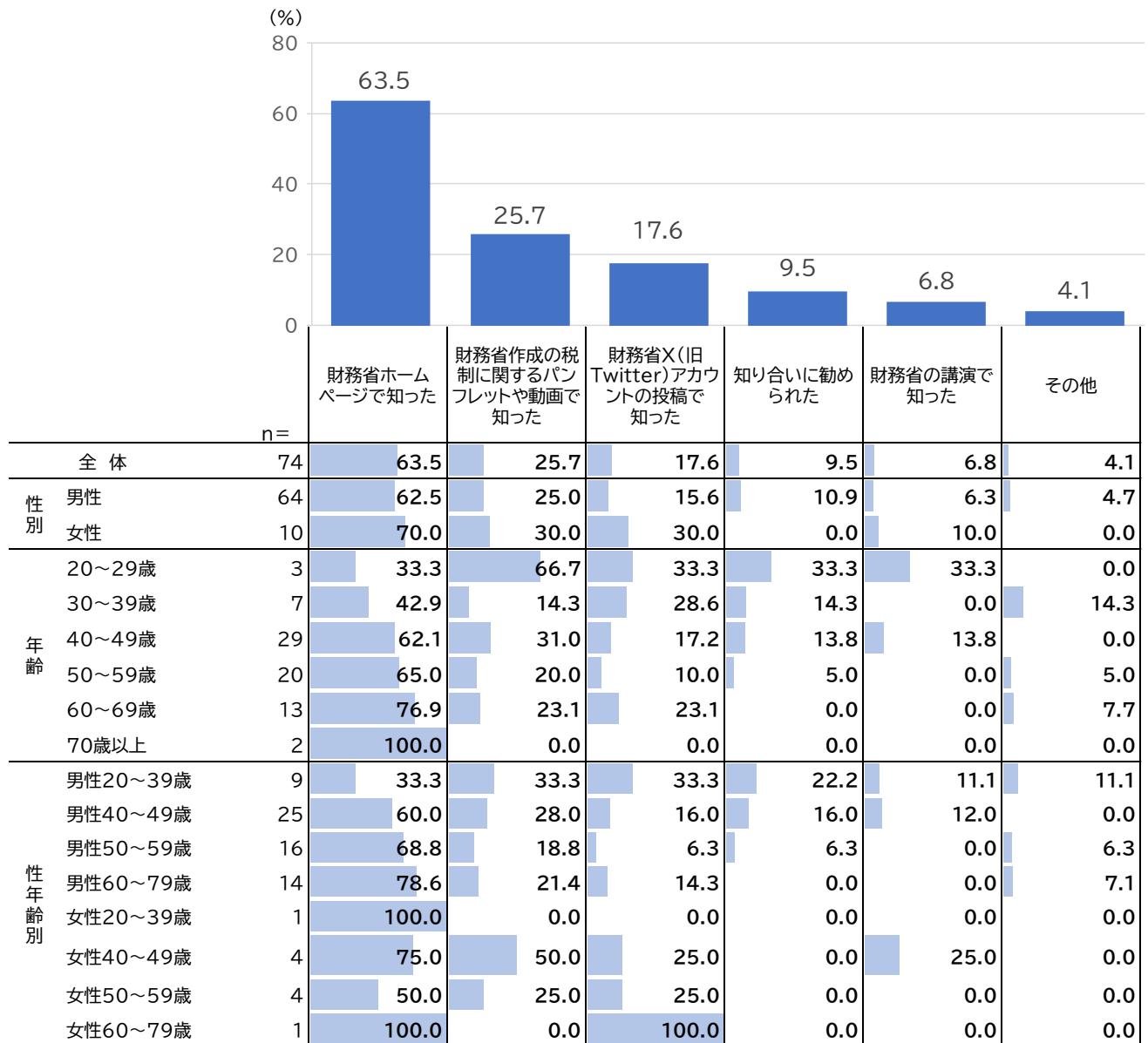
【問13】「税制メールマガジン」の登録状況



②「税制メールマガジン」を知ったきっかけ

(性別、年齢別、性年齢別については調査数で30件未満があるため割愛)

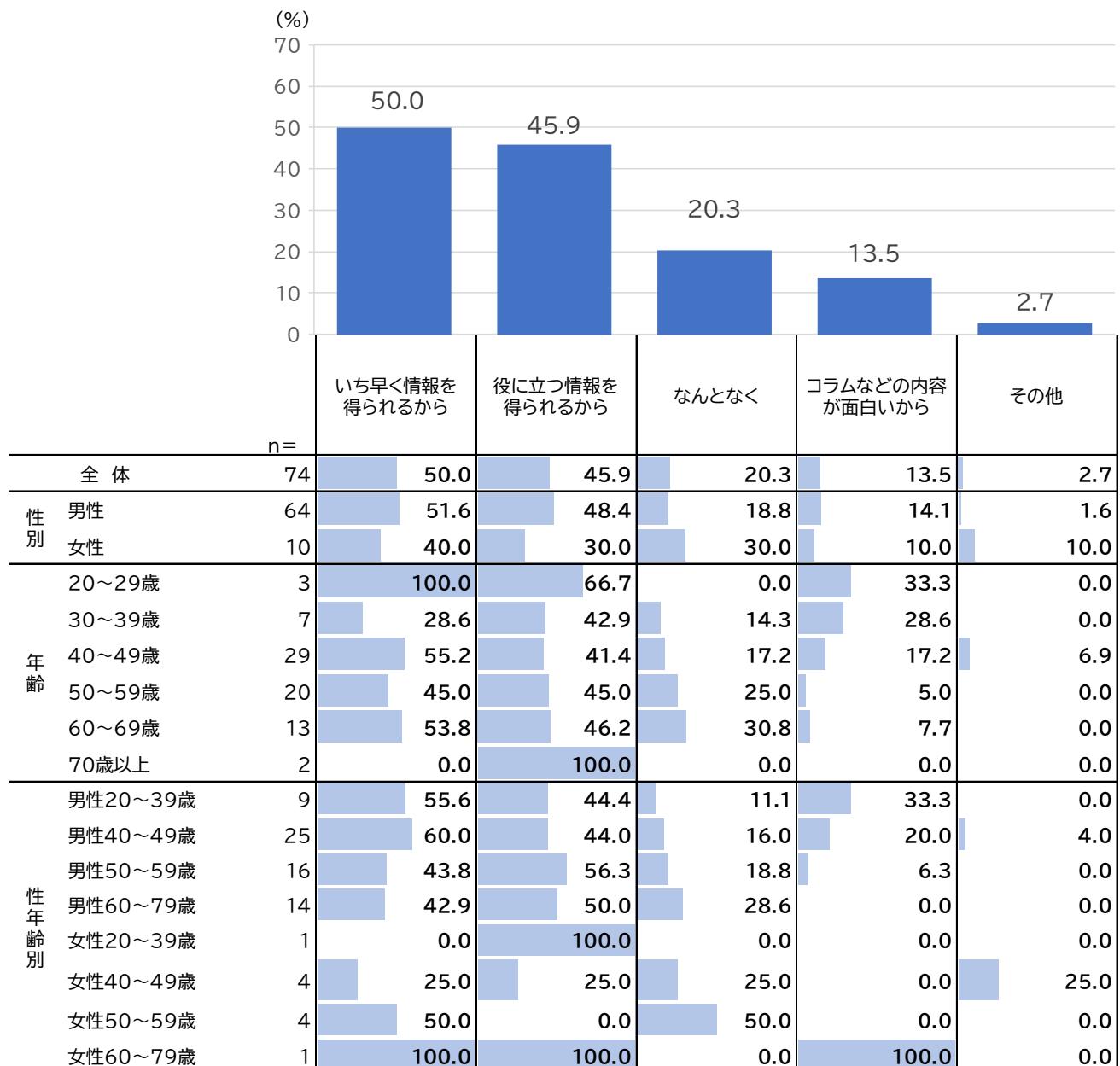
【問14】「税制メールマガジン」を知ったきっかけ（複数回答）



③「税制メールマガジン」の登録理由

(性別、年齢別、性年齢別については調査数で30件未満があるため割愛)

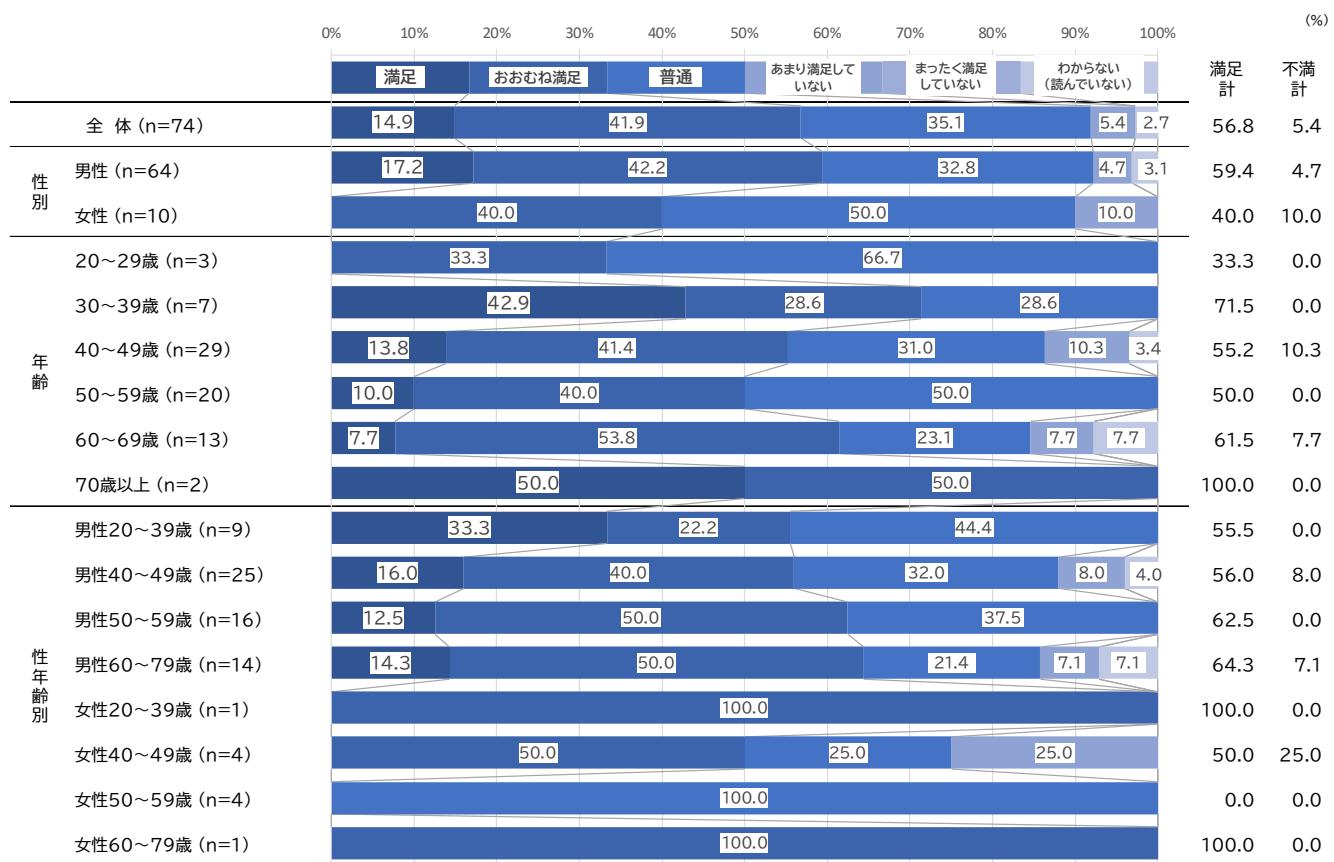
【問15】「税制メールマガジン」の登録理由（複数回答）



④「税制メールマガジン」の満足度

(性別、年齢別、性年齢別については調査数で30件未満があるため割愛)

【問16】「税制メールマガジン」の満足度



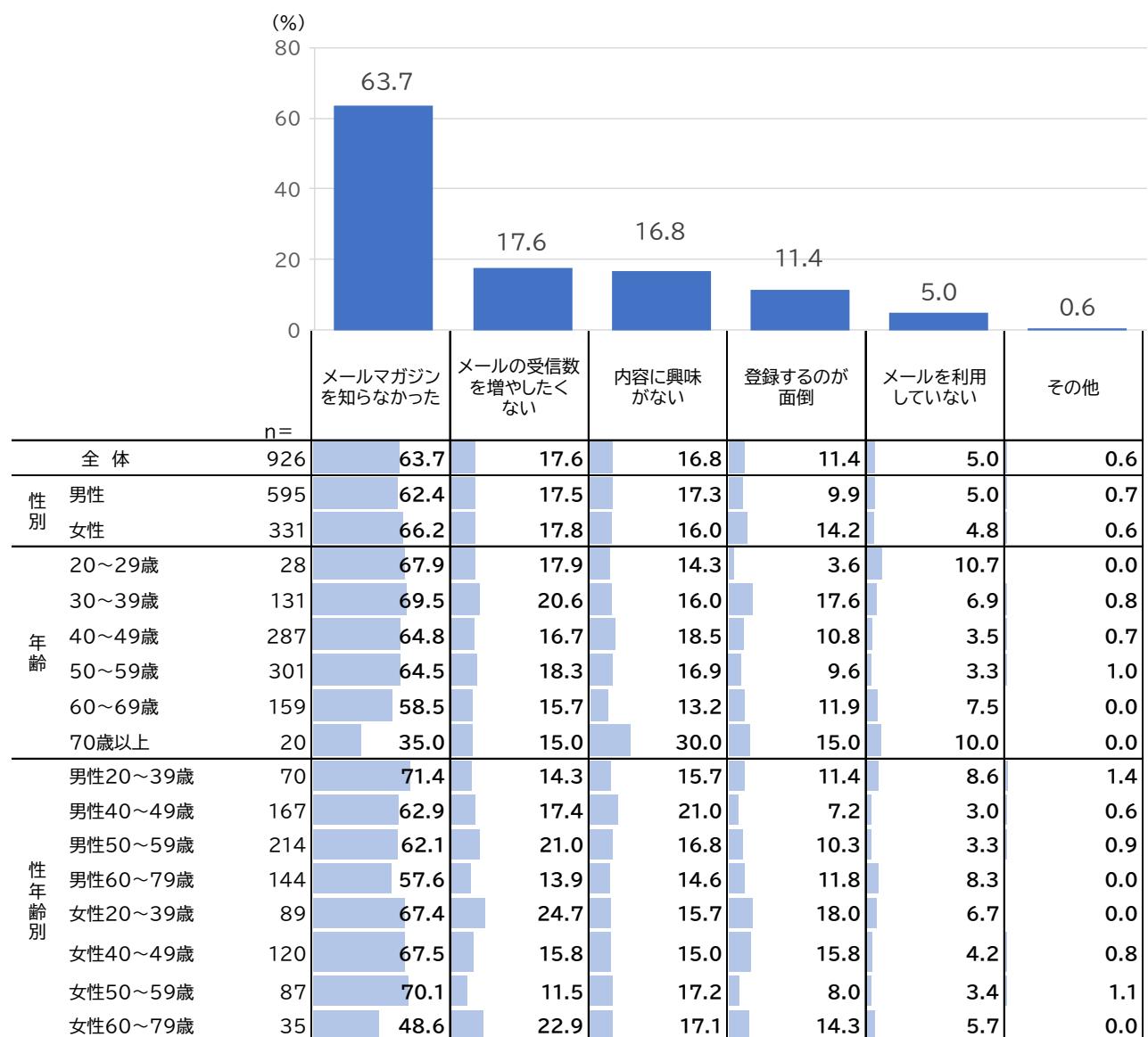
⑤「税制メールマガジン」の登録しない理由

性別でみると、メールマガジンを登録しない理由の上位項目に大きな差はみられない。「登録するのが面倒」の割合は女性（14.2%）のほうが男性（9.9%）よりも高く1割台半ばとなっている。

年齢別でみると、「メールマガジンを知らなかった」の割合は30～39歳（69.5%）が他と比べて最も高い。

性年齢別でみると、「メールマガジンを知らなかった」の割合は男性20～39歳（71.4%）と女性50～59歳（70.1%）で7割台となっている。

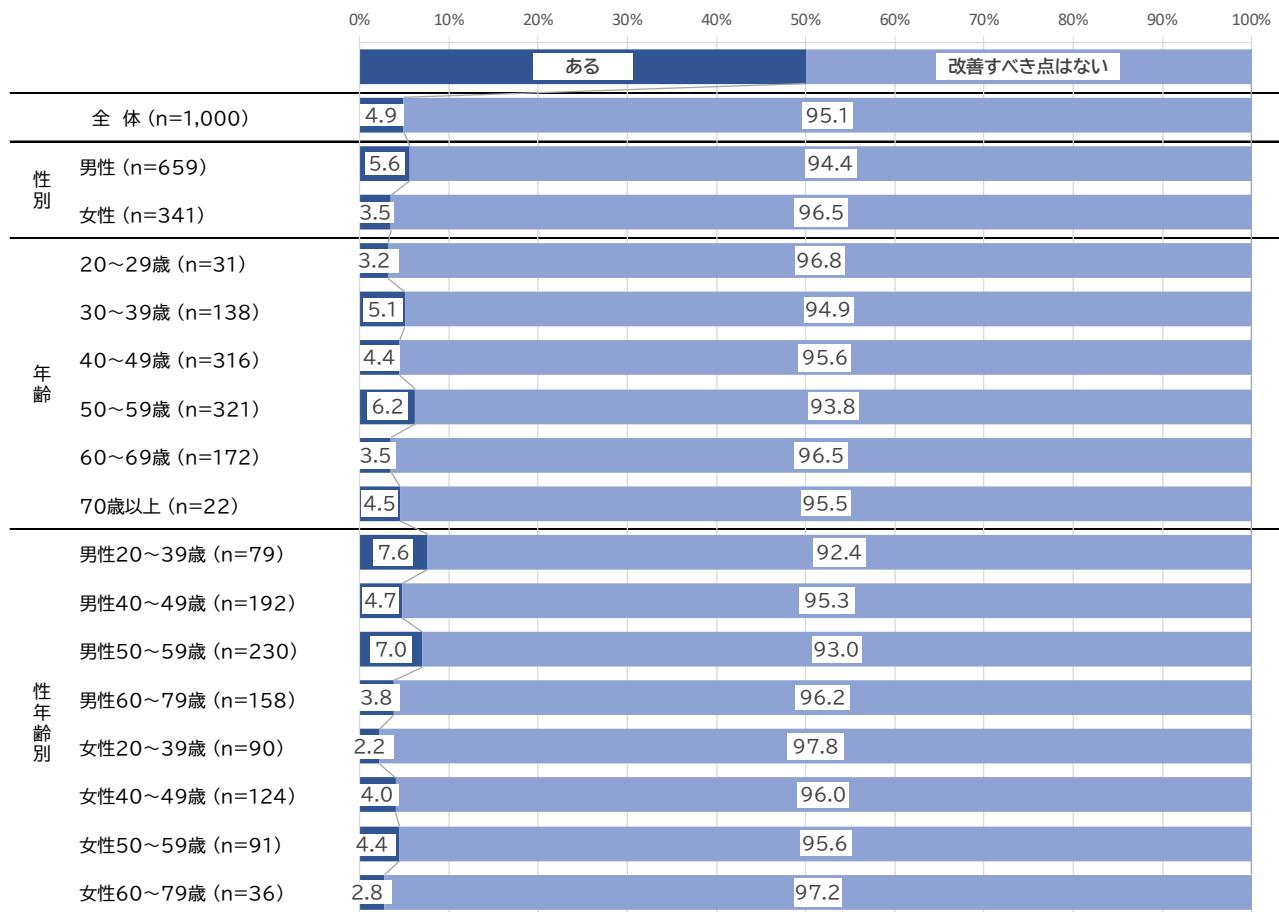
【問17】「税制メールマガジン」の登録しない理由（複数回答）



⑥「税制メールマガジン」の改善点

性別、年齢別、性年齢別の全てにおいて、差はみられない。

【問18】「税制メールマガジン」の改善点



4) 税制の広報に関する意見

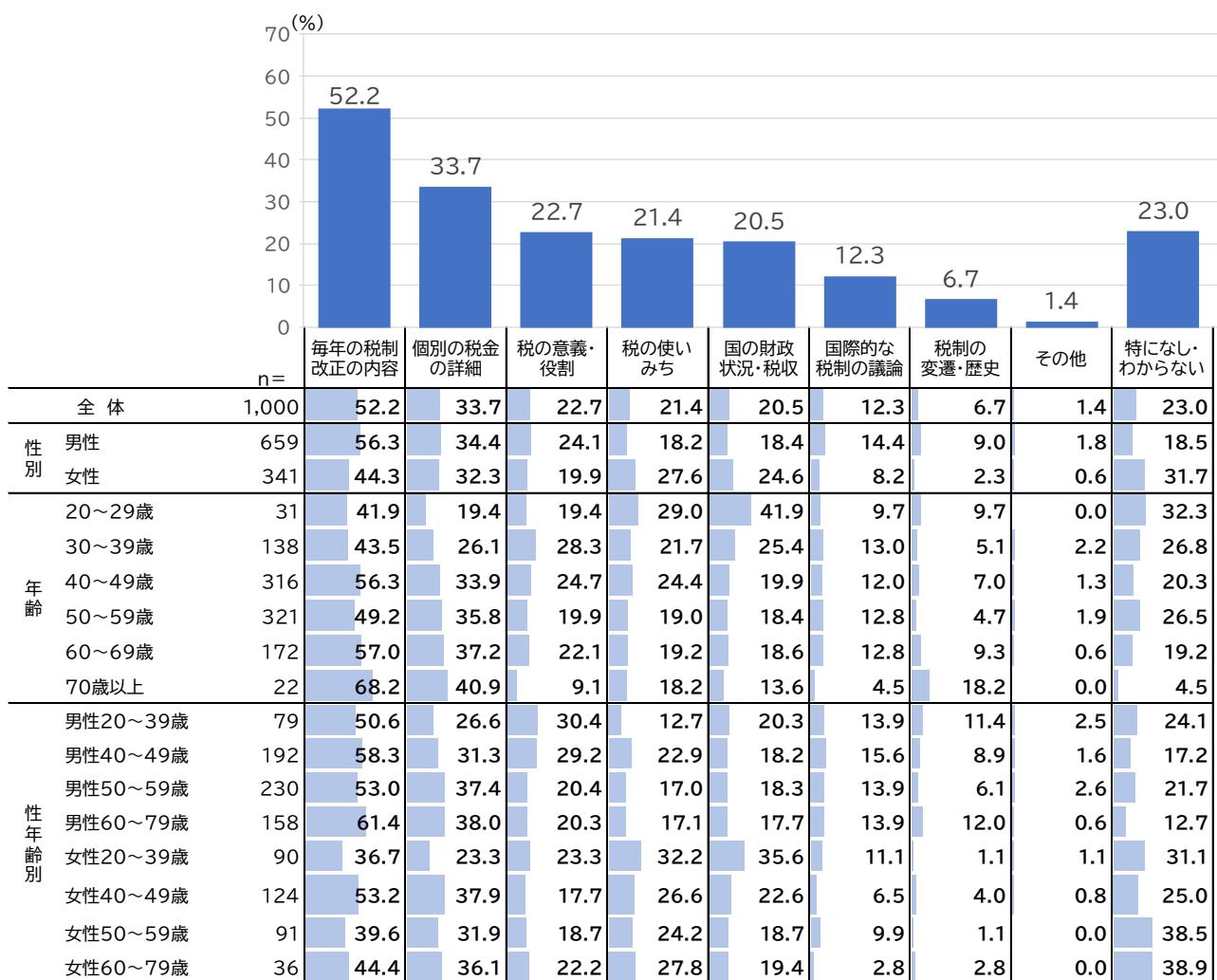
①税制の広報について、税の専門家等に伝えるべきこと

性別でみると、男性は「毎年の税制改正の内容」(56.3%)、「個別の税金の詳細」(34.4%)、「税の意義・役割」(24.1%)の上位3項目の割合が全体を上回っている。「毎年の税制改正の内容」の割合は男性(56.3%)のほうが女性(44.3%)よりも10ポイント以上高く、「税の使いみち」の割合は女性(27.6%)のほうが男性(18.2%)よりも約10ポイント高い。

年齢別にみると、「税の意義・役割」の割合は30~39歳(28.3%)で他と比べて最も高く約3割となっている。「国と財政状況・税収」の割合は20~29歳(41.9%)で他と比べて最も高く4割を超える。

性年齢別にみると、「毎年の税制改正の内容」の割合は男性60~79歳(61.4%)が他と比べて最も高く、6割を超える。「国と財政状況・税収」の割合は女性20~39歳(35.6%)が他と比べて最も高く、3割台半ばとなっている。

【問19】税制の広報について、税の専門家等に伝えるべきこと（複数回答）



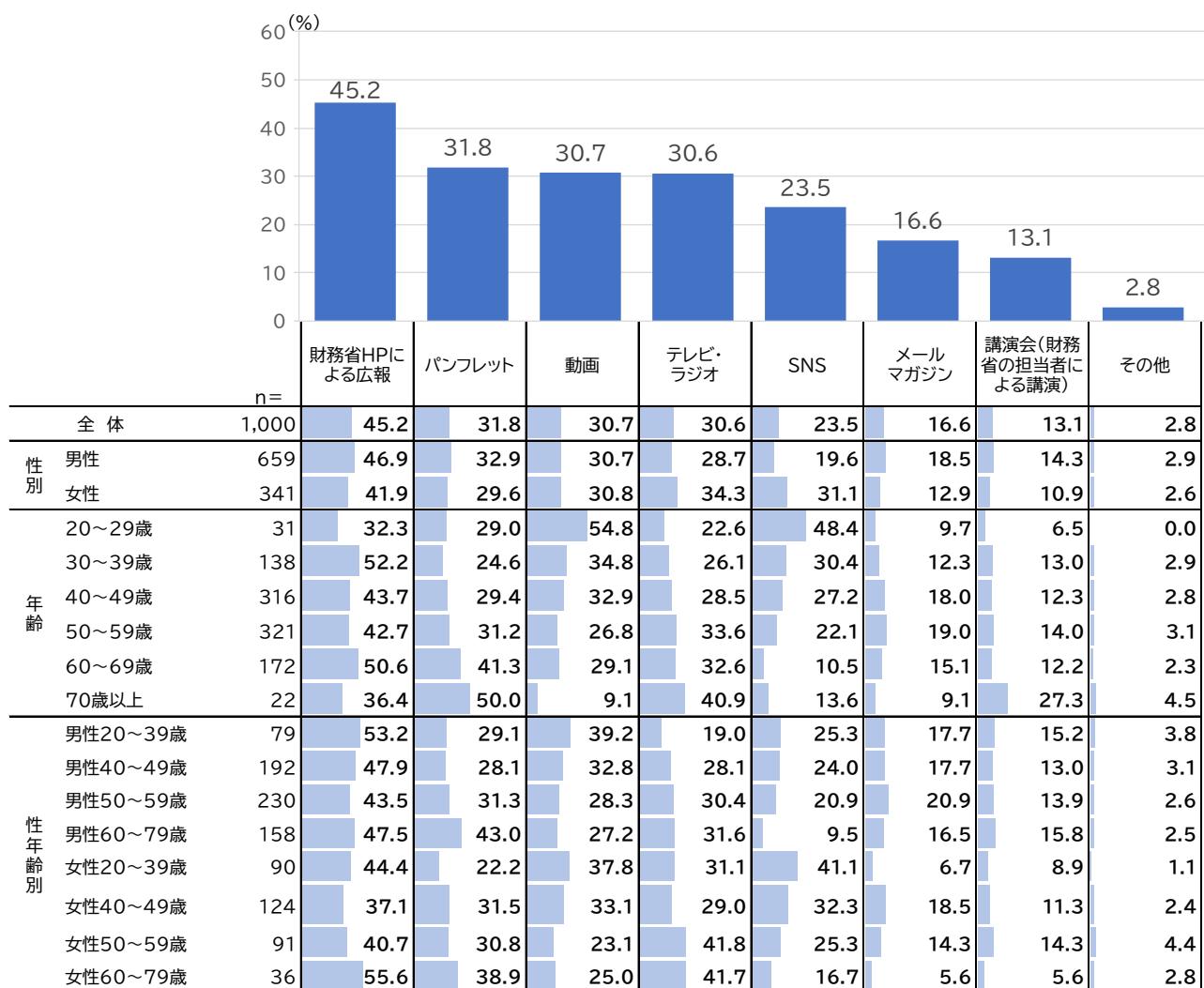
②税の専門家等に対して、効果的な広報ツール、コンテンツ

性別でみると、「SNS」の割合は女性（31.1%）のほうが男性（19.6%）よりも 10 ポイント以上高い。

年齢別でみると、年齢が上がるにつれて「テレビ・ラジオ」の割合は高くなり、年齢が下がるにつれて「SNS」は高くなっている。

性年齢別でみると、「パンフレット」の割合は男性 60~79 歳（43.0%）が他と比べて最も高く、4 割台半ばを超える。「SNS」の割合は女性 20~39 歳（41.1%）で他と比べて最も高く、4 割を超える。

【問 20】税の専門家等に対して、効果的な広報ツール、コンテンツ（複数回答）



第4章 オンラインインタビューの結果

1. インタビュー結果の要約

1) 財務省 HP「税制（国の税金の仕組み）」について

	税理士資格者（5名）	企業経理担当（5名）
閲覧/認知状況	閲覧したことがある 5名 知っていた 5名	閲覧したことがある 3名 知っていた 5名
コンテンツ評価 ①わかりやすさ	◎①内容はわかりやすい ◎①概要という意味では詳しく載っている充実している。もっとアップすべき ×①実務では国税庁のHPの方をよくみる	◎①ここ数年でページがわかりやすくなつた。昔はリンクも貼っていなかつた ◎①税制に関する確かな情報がありエビデンスにもなる。上司がネットで調べた情報をもってくるが、怪しい情報もあるので、こちらをもって説得している ×①業務に結びつくのは国税庁のHP、そちらの方が頻繁にみる
②検索のしやすさ	◎②税制の概要では税別に分けられていて検索しやすい ×②重要度の高いものがみつけにくい（インボイス、電帳法） ×②ページ内キーワード検索ができない。（必要なページが検索できない）	◎②基本的にシンプルで検索しやすい ×②法人税についてクリックするとまたいっぽいでてくる。他の税も同じページにあり過れない印象。
③デザイン	◎③良い意味ですっきりして役所らしい ×③明朝体は見にくい ※税について検索するときにわざわざ財務省のホームページ入って検索はしない	◎③デザインはすっきりしていて問題ない ×③昔のHPのデザインという感じで堅苦しい
要望	✓明朝体をゴシック体にしてほしい ✓概要は頭に入っているからみない税制改正があった場合、どのような動きがあるのかを知りたい	✓業界で区切って関係税制や適応範囲などがあるページがあると便利、特に複数業種が関連する会社は必要。 ✓ページをもうちょっとビジュアル的にわかりやすくした方がいいのかではないかと思った。

2)「令和5年度 税制改正動画」について

	税理士資格者（5名）	企業経理担当（5名）
閲覧/認知状況	閲覧したことがある 4名 知っていた 4名 全く知らない 1名	閲覧したことがある 1名 知っていた 1名 全く知らない 4名 ※税制改正で検索すると色々動画 がアップされており「財務省」 のものか判断がついていない
動画に対する評価 ①長さ（20分の評価）	◎①6項目で20分はちょうどよい ×①お客様に（説明で）見せるとなると長い	◎①6つの税制について概要的に 説明するのであればこのくらいの 長さは妥当 ×①長いので倍速で見た。
②わかりやすさ	◎②税制改正の入り口という視点ではコンパクトにまとまっておりよい ◎②文字をすらすら書くのではなくて、数字でぱっと見て一瞬にしてわかるようになっているので、頭には入っていきやすい。 ◎②税制改正の導入段階の資料としては頭にはいりやすくわかりやすい ×②動画は流れていくので、頭に残りにくい ×②具体的な数値が少ない気がする（税制改正による影響額など）パンフにはある	◎②項目別にわかれているのでピンポイントで知りたいとき分かりやすい ×②動画は流れていくので、頭に残りにくい ×②具体的な数値が少ない気がする（税制改正による影響額など）パンフにはある
③デザイン・ナレーション	◎③女性の声は聞きやすい ◎③早さもちょうどよく聞きやすい ×③明朝体は見にくい、ゴシックにしてほしい	◎③女性の声の方が聞きやすい ◎③早さもちょうどよく聞きやすい ×③女性のナレーションに抑揚がないため飽きてくる
要望	✓解説文を入れた方がよい（パワポのアニメーションのように）	✓次の税制に移るときに明確な「区切り」があるとよい。流れるように進むので、うっかり次に移っていることが分からなかった ✓可能であれば日常的なケーススタディがあるとよい

3)「令和5年度 税制改正パンフレット」について

	税理士資格者（5名）	企業経理担当（5名）
認知状況/閲覧状況	知っていた 3名 知らない 2名 見ている 1名	知っていた 4名 知らない 1名 見ている 2名
パンフレットに対する評価 ①わかりやすさ ②ボリューム感 ③デザイン	<ul style="list-style-type: none"> ◎①P14の表はとてもよい。国は増税しているのに実際はどうなっているのかを説明しやすい ◎①表や数字で具体的にビフォーアフターがはっきり分かれている導入段階の資料として頭に入りやすい ◎②コンパクトにまとまっていると思う ◎③デザインや色遣いはよい ✗③役所っぽい表紙。祖父母から孫の3世代になっているが現状は違うかと思う。家族としての理想なのか 	<ul style="list-style-type: none"> ◎①税制改正の概要版としては非常にわかりやすく、内容も理解しやすい ◎①上司や部下の説明にそのまま利用する箇所もある ✗①改行が少なく、文字が詰まりすぎて読みにくい ◎②税制改正の概要を網羅するならこのくらいのボリュームで適当と思う ◎③PDFがあるのはよい、所有/共有しやすい ✗③3世代の表紙はこの家族が「理想形」といっているようあまりよくないのでは。家族の形も多様になっているので
要望	<ul style="list-style-type: none"> ✓もう少し具体的な数字を入れて説明があるとよい。（改正前と改正後でこれだけ変わるというのが分かると説明しやすい） ✓出来れば、根拠となる条文を参考資料としてつけて、ここがこの話だというようにマーカーを付けてもらうとよりわかりやすい ✓具体的な事例をもう少しあげてほしい。漫画形式など、具体的な事例があると、実務に即した理解がしやすいと思う 	<ul style="list-style-type: none"> ✓他の法的な絡みがあるところの事例。下請法に抵触しない程度の非課税業者への説得材料として ✓図表にもう少し数値も入れてほしい。数値があると具体的になりわかりやすい

4) 「税制メールマガジン」について

	税理士資格者（5名）	企業経理担当（5名）
登録/閲覧/認知状況	<p>登録している 1名 閲覧したことがある 1名 <未登録者> 知っていた 1名 初めて知った 3名 今後の登録見込み 0名</p>	<p>登録している 2名 閲覧したことがある 1名 <未登録者> 知っていた 0名 初めて知った 3名 今後の登録見込み 2名</p>
メールマガジンに対する評価 ①わかりやすさ	<p>◎①今月は何税の月は面白い。税の知識、雑学的で新たな気づきになりあった方がよいと思う ◎①昔話的になぜこのような税体系になっているかなどの話は、過去の経緯を知れ、自分の知識があるので面白い ×①文字だけで見づらい（表なども入っているのがある）</p>	<p>◎①面白かった。担当の方の個性や日常、ご自身の人生の話や、人柄が感じられるような内容が多かったので、本当にご本人が書いているのだなと感じるところ ◎①「はじめに」や「編集後記」は人の匂いがしてよい。 ×①組織、部署、役職ある人が書かれており正直重たい。 ×①ホームページにある内容の解説文みたいにしか感じない ×①ちょっと読みごたえがない。当たり障りのない内容に思えた。</p>
②未登録者の登録意向とその理由	<p>×②登録はしない。HPでのメルマガ登録依頼はスルーしている</p>	<p>◎②読み物としては面白いから ◎②税に関する雑学的な記事に興味があるから ×②登録しない。必要でない情報も入ってくるので見きれないから</p>
要望	<p>✓表とか図解を入れてほしい ✓担当者の方の挨拶や編集後記はいらない ✓他の情報との役割分担。自分ではきづいていない「雑学的」な内容に特化する等 ✓今の税制の体系。例えば、インボイスだったら、今ホットだから、なぜこういう風にやるかということがわかる ✓主税局長のコーナーや担当持ち回りでコメント。職員たちの今の税金に対する考え方を知りたい。上辺的だけの話ではなくて、ある程度個人的な考えを知りたい</p>	<p>✓「読み物」としてのメールマガジン。税制改正時のトピックや苦労話、税制に関する雑学など。やわらかいお話で、税と我々専門家を含めた国民との距離感が縮まりそう（税の成り立ちを部下に説明するのにいいかも）</p>

5) 税制の広報に関する意見

	税理士資格者（5名）	企業経理担当（5名）
税の専門家等に対する効果的な媒体・ツールと考える理由（挙がっていたもののみ）	<p>・導入部分のツールとして</p> <p>・若い人向けには効果があるのでは</p> <p>・導入部分のツールとして</p> <p>・税に対する知識、雑学を得られる</p> <p>・高年齢層には効果があるのでは</p> <p>・テレビには発信の力はあるため</p>	<p>・税制改正のタイミングでちょっと CM (youtube 等)</p> <p>・若い子向け</p> <p>・X (旧 Twitter) や LINE ニュース</p> <p>・いっぺんに知らしめるのであればテレビやラジオ</p> <p>・TVer などのインターネットテレビも有効では</p>
利用可能性のあるコンテンツ	<p>・税制個別のリーフレットのようなもの、簡単に説明がつくと思うから</p> <p>・講演会の zoom 等での配信、その場にいなくても広範囲に見せられるから</p> <p>・出前講座、税制改正によって税収がどれほど変わるのか、直接聞けると理解できるのではないか</p>	<p>・イベントサイト（一般市民に理解度をさげるのは、我々にも有意のこと）</p>
その他	<p>・今、どうしても税金は政治家が勝手に使っているというようなイメージで、批判が政治家だけでなく、財務省にもいっている部分が多い。実際そうではない部分もいくつかあるわけだから、そういうところを正しく発信していく必要があると思う。</p>	<p>・税の仕組みの債務総額のところは債務だけでなく資産も出してほしい。</p> <p>・税の教育。税はすごく身近にあるものなのに実はよく知らない。小学校から教育をしてもっと身近に感じるものになってもらいたい。</p>

第5章 総括

1. 税の専門家等からみた広報活動の評価

■財務省HP「税制(国の税金の仕組み)」について

①ホームページ「税制(国の税金の仕組み)」の閲覧状況

ホームページ閲覧状況の閲覧率は約3割で男性の閲覧率が高い。年齢別では20~29歳、性年代別では男性20~39歳で4割を超える。

「税制(国の税金の仕組み)」の主な閲覧ページは、税制改正の概要、個別税制の解説。よく見るページでは、男性は「税制改正の概要」、女性は「個別の税についての解説」がそれ最も高い。

「個別の税についての解説」の主な閲覧ページは、個人所得課税、法人税、消費課税等。特徴的なのは、「相続税、贈与税など(資産課税等)」は男性が高く、50歳以上では5割を超える。

②ホームページ「税制(国の税金の仕組み)」の満足度

ホームページ満足度では満足計と不満計が拮抗して2割弱、「普通」が6割台半ばを占める。若年層の男性で満足度が高い傾向にある。

インタビューでは、記載されている内容は、税制に関する情報のエビデンスなること、概要としてわかりやすいのでもっとアピールしてもよいのではとの意見がある一方、ページ内のキーワード検索で、必要なページが検索できないなど意見もある

③ホームページ「税制(国の税金の仕組み)」についての改善点

ホームページの改善点では、改善点ありが1割台半ばで、Q&Aの充実、文字ばかりのページへの工夫等が挙がっている。20歳代は改善点なしと回答、40~49歳では男女ともに改善点ありが2割前後。

インタビューでは、税理士資格者からは、税制改正があった場合、どのような動きがあるのかを知りがいとの意見が、複数業種関連する企業経理担当者からは、業界で区切って関係税制や適応範囲などが掲載されているページがあると便利との意見が挙がっている。

HP「税制(国の税金の仕組み)」については、税制に関する正確な情報源として、税の専門家から利用されているが、税の専門家としてメインの仕事である「税制の説明資料」としては、具体的な活用事例など詳細が入っていないので、ホームページを利用されることが多い。

ホームページ内で知りたい情報をすぐに取得できるように、サイト内のキーワード検索がもう少しわかりやすくするなど改善が必要と考えられる。

■「令和5年度 税制改正動画」について

①「令和5年度 税制改正動画」の閲覧状況

「令和5年度 税制改正動画」閲覧者は1割強にとどまる。女性の閲覧経験が低く、特に女性40～59歳では1割を切る。

インタビューでは、税制改正に関する動画が色々とアップされているので、「財務省」のものか判断できていないとの声が挙がっていた。

②「令和5年度 税制改正動画」の理解度

「令和5年度 税制改正動画」の理解度は、半数を超える高い。理解度は男性の割合が高く、全ての年代で6割前後を占める。

インタビューでは、長さについては概ね20分くらいが妥当との意見。税制改正の概要としてはコンパクトにまとまっており導入段階の資料としては、わかりやすいと評価。ナレーションはインタビュー対象全員が女性の声は聞きやすいとしている。

③「令和5年度 税制改正動画」についての改善点

「令和5年度 税制改正動画」の改善点では、改善点ありが1割台半ばで、わかりやすくするための工夫等が挙がっている。改善点があるとするのが最も高いのは男性40～49歳で約2割。

インタビューでは、流れるように進むので、次の税制に移るときに明確な区切りが欲しい。可能であれば日常のケーススタディがあるとよいとの意見が挙がっている。

「令和5年度税制改正動画」は閲覧率が1割強と非常に低く、インタビューでは、どこで制作されたものか意識しないで動画を検索・閲覧している現状も垣間見えた。

税の専門家の動画内容の評価は、導入段階の資料として、コンパクトにわかりやすくまとまっている点で評価は高く、理解度も高い。

「財務省の製作している動画」の認識率を高めることにより、動画の閲覧率をアップさせ、税制改正に関する基礎的な概要を税の専門家に理解いただけるよう工夫が必要と考えられる。

■ 「税制メールマガジン」について

①「税制メールマガジン」の登録状況

「税制メールマガジン」の登録者は1割未満。男性登録率の方が女性を上回る。知った主なきっかけは「財務省ホームページ」。登録理由は「いち早く情報を得られるから」、「役に立つ情報が得られるから」

②「税制メールマガジン」の満足度

メールマガジンの満足度は5割台半ばを占める。

インタビューでは、税の知識や雑学的な得られることや作成者の人柄や個性が垣間見えることで満足を得ているが一方、ホームページにある内容の解説文にしか感じない、当たり障りのない内容に思えるとの意見もある。

③「税制メールマガジン」の登録しない理由

未登録者に「税制メールマガジン」の登録をしていない理由を聞くと、メールマガジンを知らないことが大きな理由となっている。

インタビューでは必要でない情報が入ってくるので見切れないとの意見が挙がっている。

④「税制メールマガジン」の改善点

「税制メールマガジン」の改善点は、的確な内容にしてほしい、タイムリーな話題の解説などの意見があった。インタビューでは、表や図解を入れてほしい、雑学的な内容に特化などが挙がっている。

「税制メールマガジン」の登録率は低く、その評価については、税制の過去の経緯や雑学的な知識の取得できるという意見がある一方、文字だけのコンテンツ自体に批判的な意見もあり、賛否が分かれている。

税の専門家に対する方向性として、税制に関する雑学や税制改正時の経緯やトピックなど「税制の豆知識」に特化したメールマガジンへの期待はあると推察される。

■「令和5年度 税制改正パンフレット」について(インタビューのみ)

①「令和5年度 税制改正パンフレット」の評価

<わかりやすさ>

税制改正の概要版として、説明に具体的な数値が入って非常にわかりやすく、内容も理解しやすいと概ね高評価。一方、文字のつまり感や改行が少なさや、もう少し数値を使って表現してほしいとの声もあり。

<ボリューム感>

税制改正の概要を網羅するなら、このボリューム感で適当との意見

<デザイン>

色遣いやデザインには問題ないが、表紙で家族3世代が「家族の理想形」とみられ、多様な家族の形を考えるとあまりよくないのではという意見がある。

②「令和5年度 税制改正パンフレット」への要望

- ✓ 漫画形式の実務に即した具体的な事例
- ✓ 他の法的絡みのあるところの事例
- ✓ 根拠となる条文を資料として付けて、該当部分をハイライト

パンフレットは、動画同様、税制改正の概要版としてその内容の理解のしやすさやボリューム感で評価を得ている。顧客や社内への税制に関する説明資料としても利用されており、わかりやすさや納得感を持たせるための工夫が今後の要望である。

また、税制改正でのコンテンツとしては、動画で専門家たちの理解度を高め、パンフレットは説明資料として「ワンセット」にするなども想定される。

2. 税の専門家等からみた広報活動への要望

■税制の広報について

①税制の広報について、税の専門家等に伝えるべきこと

税の専門家等に、主に伝えるべきものとして、「毎年の税制改正の内容」、「個別の税金の種類」、「税の意義・役割」などが挙げられている。特徴的なのは女性若年層では「国の財政状況・税収状況」の割合が他に比べて高い。

②税の専門家等に対して、効果的な広報ツール、コンテンツ

税の専門家等に対して、効果的な広報ツール、コンテンツでは、「財務省HPによる広報」、「パンフレット」、「動画」、「テレビ・ラジオ」等。

③利用可能性のあるツール・コンテンツ(インタビューのみ)

✓ 税制個別リーフレット

お客様や社内説明用に、その場で配布もできて便利

✓ 講演会の zoom 配信

その場にいなくても広範囲で視聴可能

✓ 出前講座

税制改正等の説明を直接聞けるので

税の専門家は、業務として顧客や社内への税制に関する説明がメインとなっているため、自分の理解より相手の理解を第一に考えて主に情報収集を行われていることがインタビューで明らかになった。そのため、効果的なツールの選択も自分のためではなく、顧客や社内に対する「説明に使える側面」が強くなっている。

資料編

調査票

SC1
必須

あなたの所属部課、または業務内容を教えてください。

- 営業
- 販売
- 総務
- 経理
- 財務
- 会計
- 人事
- 情報システム
- 経営企画
- 事業企画
- 販促
- マーケティング
- 製造
- 商品・サービス開発
- 研究
- その他：具体的に
- 上記には当てはまらない／現在は働いていない

次へ

SC2 所属部署で「経理」・「財務」・「会計」とお答えの方にお伺いします。以下の中であなたが関わっている仕事を教えてください。（複数回答可）

- 入出金の処理・管理
- 会計処理、決算業務
- 予算、実績管理
- 税務（納税申告や年末調整など）
- その他：具体的に

次へ

SC3 以下の中であなたがお持ちの資格があれば教えてください。（複数回答可）

- 司法書士
- 行政書士
- 税理士
- 公認会計士・CPA
- 社会保険労務士
- 中小企業診断士
- 上記にあてはまるものはない

次へ

あなたご自身のことについて

Q1 **必須** あなたの年齢をお答えください。

- 20～29歳
- 30～39歳
- 40～49歳
- 50～59歳
- 60～69歳
- 70歳以上

次へ

Q2 「経理」・「財務」・「会計」業務に携わっている方におたずねします。
必須 さらに、具体的な職種の勤務形態についてお答えください。

- 税理士
- 税理士事務所職員
- 企業での会計・財務
- その他：具体的に

次へ

Q3 **必須** あなたは税理士の資格を保有していますか。

- はい
- いいえ

次へ

Q4 (Q2具体的な職種の勤務形態で「企業での会計・財務」とお答えの方にお伺いします)
必須 あなたは税務の仕事をしていますか。

- 日常的にしている
- ときどきすることがある
- ほとんどしていない
- 全くしていない

次へ

Q5 財務省ホームページの税制に関するコンテンツ「税制（国の税金の仕組み）」を見たことがありますか。
必須

- よく見る
- ときどき見る
- あまり見ない
- 見たことがない

次へ

Q6 (Q5で税制に関するコンテンツ「税制（国の税金の仕組み）」を「よく見る」、「ときどき見る」とお答えの方にお伺いします)
必須 どのページをよく見ますか。 (1~3位まで選択)

「わが国の税制・財政の現状全般」

選択してください

「個別の税についての解説」

選択してください

「税制をめぐる最近の動き」

選択してください

「税制改正の概要」

選択してください

「税制関係パンフレット」

選択してください

その他：具体的に

選択してください

次へ

Q7 (Q6で「個別の税についての解説」とお答えの方にお伺いします)
必須 どの税目に関するページをよく見ますか。 (1~3位まで選択)

「所得税など（個人所得課税）」

選択してください

「相続税、贈与税など（資産課税等）」

選択してください

「納税環境整備等」

選択してください

「消費税、酒税など（消費課税）」

選択してください

「法人税（法人課税）」

選択してください

「国際課税」

選択してください

次へ

Q8 ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」の内容に満足していますか。
必須 ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」をご覧になったことがなかった方は、このトップページについてお答えください。

https://www.mof.go.jp/tax_policy/index.html

- 満足
- おおむね満足
- 普通
- やや不満
- 不満

次へ

Q9 ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」で改善すべき点はありますか。
必須 ホームページ「税制（国の税金の仕組み）」をご覧になったことがなかった方は、このトップページについてお答えください。

https://www.mof.go.jp/tax_policy/index.html

- 改善すべき点はない
- ある：具体的に

次へ

Q10 **必須** これまでに【令和5年度 税制改正動画】を閲覧したことはありましたか。

- はい
- いいえ

次へ

以下の動画をご覧になってから、次の設問にお進みください



次へ

Q11
必須

動画の内容は理解できましたか。

- 理解できた
- まあまあ理解できた
- どちらともいえない
- やや理解できなかった
- 理解できなかった

次へ

Q12
必須

動画で改善すべき点はありますか。

改善すべき点はない

ある：具体的に

次へ

税制メールマガジンについて

Q13
必須

財務省の税制メールマガジンに登録していますか。

はい

いいえ

次へ

Q14
必須

(Q13で財務省の税制メールマガジンに登録しているとお答えの方にお伺いします)
メールマガジンを知ったきっかけを教えてください。

財務省ホームページで知った

財務省X（旧Twitter）アカウントの投稿で知った

財務省作成の税制に関するパンフレットや動画で知った

財務省の講演で知った

知り合いに勧められた

その他：具体的に

次へ

Q15 (Q13で財務省の税制メールマガジンに登録しているとお答えの方にお伺いします)
必須 登録している理由を教えてください。

- 役に立つ情報を得られるから
- いち早く情報を得られるから
- コラムなどの内容が面白いから
- なんとなく
- その他:具体的に

次へ

Q16 (Q13で財務省の税制メールマガジンに登録しているとお答えの方にお伺いします)
必須 メールマガジンの内容に満足していますか。

- 満足
- おおむね満足
- 普通
- あまり満足していない
- まったく満足していない
- わからない (読んでいない)

次へ

Q17 (Q13で財務省の税制メールマガジンに登録していないとお答えの方にお伺いします)
必須 登録していない理由をおしえてください。

- メールマガジンを知らなかった
- 内容に興味がない
- メールを利用していない
- メールの受信数を増やしたくない
- 登録するのが面倒
- その他:具体的に

次へ

Q18
必須

メールマガジンで改善すべき点はありますか（配信してほしい内容など）。

改善すべき点はない

ある：具体的に

次へ

税制の広報に関して

Q19
必須

税制の広報に当たって、税理士など税の専門家等に伝えるべきことは何と考えますか。伝えるべきと考えるものを上位3つまでお答えください。

税の意義・役割

每年の税制改正の内容

国の財政状況・税収

税制の変遷・歴史

国際的な税制の議論

個別の税金の詳細

税の使いみち

その他：具体的に

特になし・わからない

次へ

Q20
必須

財務省では、パンフレット、動画、税制メールマガジンの配信などにより、税制に関する広報を行っていますが、税の専門家等に対して、どのようなツールや媒体による広報が効果的と考えますか。効果的だと考えるものを上位3つまでお答えください。

- 財務省HPによる広報
- パンフレット
- 動画
- メールマガジン
- SNS
- テレビ・ラジオ
- 講演会（財務省の担当者による講演）
- その他：具体的に

次へ

インタビューフロー

税理士など税の専門家を対象とした税制に関する 広報活動の改善を目的とした調査 インタビューフロー

【インタビュー内容】 (時間: 60 分)

時間	大項目	インタビュー項目	留意点
5/10	1. イントロダクション	<p>①司会者挨拶、趣旨説明、発言留意点の説明 -趣旨説明(貴省からの依頼、専門家から見た改善点の抽出等) -録音・録画の了解 -発言のルール説明(自由な発言の場であることなど) -ご自身について発言いただく(業務に関連すること、ご自身が思うこと)</p> <p>②ご自身の業務について <税理士> -税理士になった経緯 -お付き合いのある企業または個人数 -お付き合いのある企業の業種(可能であれば) -お仕事の内容 <企業等財務担当> -あなたの所属と業務内容について -仕事における税制との関り <共通> -よく見る税制の項目/気になる税制の項目 -国税庁と財務省のHPの使い分け</p>	<p>①話しやすい雰囲気作りとご自身の意見での発言を強調</p> <p>②業務における税制関係とのかかわりを確認 税制の専門家に対する広報としての視点でお聞きする</p>
12/17	2. 「財務省ホームページの税制コンテンツ」について	<p>①税制コンテンツ「税制(国の税金の仕組み)」の閲覧頻度及び認知状況 1.WEB調査の回答確認(Q5の回答) ✓閲覧頻度の確認 2.認知状況の確認 ✓(閲覧有)どのようにして、このページを知ったか ✓(閲覧無)このページの認知と、知っていた場合認知経路確認 ※Q9「改善すべき点」にて自由記述がある場合は、その理由を聞く</p> <p>②税制コンテンツ「税制(国の税金の仕組み)」の評価 1.税制コンテンツのわかりやすさ ✓わかりやすかった部分(わかりやすい理由) ✓わかりにくかった部分(わかりにくい理由) 2.自分が必要と思われる情報について ✓必要な情報は検索しやすかったか(理由) ✓必要な情報は十分掲載されているか(理由) 3.デザインについて ✓ページのデザインに対する評価とその理由 ✓ページ内のユーザビリティについての確認</p> <p>③税制コンテンツ「税制(国の税金の仕組み)」への要望 1.コンテンツ内でさらに充実してほしい説明 ✓現在あるコンテンツでさらに充実してほしいこととその理由 2.コンテンツの改善すべき点 ✓さらに必要と思われる情報 ✓現在の項目で必要でないと思われる情報</p>	<p>①「ご自身としてはどう思うか?」を前提に確認していく。</p> <p>②WEB調査「コンテンツ閲覧」に回答がある場合は、コンテンツのランキングなどの回答結果について深堀する</p> <p>③コンテンツの内容とコンテンツにはない内容を区別する</p>

【インタビュー内容】 (時間: 60 分)

時間	大項目	インタビュー項目	留意点
12/29	3.「令和5年度 税制改正動画」について	<p>①「令和5年度 税制改正動画」の閲覧及び認知状況</p> <p>1.WEB 調査の回答確認(Q10 の回答)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 閲覧の有無と頻度の確認(頻度はここで確認) <p>2.認知状況の確認</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ (閲覧有)どのようにして、このページを知ったか ✓ (閲覧無)このページの認知と、知っていた場合認知経路確認 <p>※Q12「改善すべき点」にて自由記述がある場合は、その理由を聞く</p> <p>②「令和5年度 税制改正動画」の評価</p> <p>1.動画の長さについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 長さの評価とその理由 ✓ どのくらいの長さが適切か <p>2.税制コンテンツのわかりやすさ</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ わかりやすかった部分(わかりやすい理由) ✓ わかりにくかった部分(わかりにくい理由) <p>3.動画のデザインやナレーション等について</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ページのデザインに対する評価とその理由 ✓ ページ内のユーザビリティについての確認 ✓ ナレーションや BGM の聞き取りやすさとその理由 <p>③「令和5年度 税制改正動画」への要望</p> <p>1.動画内でさらに充実してほしい説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 現在ある動画についてさらに充実してほしいこと、その理由 <p>2.動画の改善すべき点</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ さらに必要と思われる情報 ✓ 現在の項目で必要でないと思われる情報 	<p>◎税制改正による各項目の内容について「ご自身で」税制全体の概要やポイントを理解したかを確認</p> <p>①WEB 調査時に閲覧経験ありその時の「見方」も参考にヒアリング</p> <p>②動画の長さについて「長すぎる」という意見が多かったので、手始めにこちらからうかがう。</p> <p>③動画の内容、と動画にはない内容を区別する</p>
12/41	4.「令和5年度 税制改正パンフレット」について	<p>①「令和5年度 税制改正パンフレット」の認知状況と利用状況</p> <p>1.認知状況の確認</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 知っていた人、パンフレットを知った経緯 ✓ 知らない人 初めて知ったのか、聞いたことはあるのか <p>2.(知っている人)利用状況の確認</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 利用したことがある どのようなときに利用しているか ✓ 利用したことがない なぜ利用しないのか <p>②「令和5年度 税制改正パンフレット」の評価</p> <p>1.「令和5年度 税制改正パンフレット」のわかりやすさ</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ わかりやすかった部分(わかりやすい理由) ✓ わかりにくかった部分(わかりにくい理由) <p>2.デザインやパンフレットのボリュームについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ パンフレット内のデザインに対する評価とその理由 ✓ ページ数や文字数などのボリューム感について <p>③「令和5年度 税制改正パンフレット」への要望</p> <p>1.「令和5年度 税制改正パンフレット」内でさらに充実してほしい説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 現在のパンフレットでさらに充実してほしいことその理由 <p>2.「令和5年度 税制改正パンフレット」の改善すべき点</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ さらに必要と思われる情報 ✓ 現在の項目で必要でないと思われる情報 	<p>◎税制改正による各項目の内容について「ご自身で」税制全体の概要やポイントを理解したかを確認</p> <p><WEB 調査での項目はなし></p> <p>②印象に残っていないことも考慮(提示する等)</p> <p>③現在のパンフレットの内容、とパンフレットにはない内容を区別する</p>

【インタビュー内容】 (時間: 60 分)

時間	大項目	インタビュー項目	留意点
12/53	5. 「税制メールマガジン」について	<p>①「税制メールマガジン」の登録、閲覧頻度及び認知状況</p> <p>1. WEB 調査の回答確認(Q13 の回答)</p> <p>✓ メルマガの登録有無と閲覧頻度の確認</p> <p>2. 認知状況の確認</p> <p>✓ (閲覧有)どのようにして、このページを知ったきっかけ(Q14)、登録している理由(Q15)の回答について深堀する</p> <p>✓ (閲覧無)このページの認知と、知っていた場合認知経路確認</p> <p>※Q18「改善すべき点」にて自由記述がある場合は、その理由を聞く</p> <p>②「税制メールマガジン」の評価</p> <p>1. 税制コンテンツのわかりやすさ</p> <p>✓ わかりやすかった部分(わかりやすい理由)</p> <p>✓ わかりにくかった部分(わかりにくい理由)</p> <p>2. (未登録の方に)「税制メールマガジン」の登録意向</p> <p>✓ メルマガジンを見て登録したいと思った/思わないか、その理由</p> <p>③「税制メールマガジン」への要望</p> <p>1. 「税制メールマガジン」内でさらに充実してほしい説明</p> <p>✓ 現在あるコンテンツでさらに充実してほしいこととその理由</p> <p>2. 「税制メールマガジン」の改善すべき点</p> <p>✓ さらに必要と思われる情報</p> <p>✓ 現在の項目で必要でないと思われる情報</p>	<p>①WEB 回答がある場合は、回答内容を深堀する</p> <p>②未登録者には WEB 回答(Q17)も含めて登録意向を確認</p> <p>③提示したメルマガの内容と、メルマガにはない内容を区別する</p>
7/60	6. その他のコンテンツについて	<p>●その他のコンテンツ利用の可能性について</p> <p>財務省の税制に関する政策等の広報活動において、既存のコンテンツ(HP、動画、メールマガジン、パンフレット)の他に、どのようなツールや媒体が「税の専門家として利用する」際に有効か聞き取りをする。</p> <p>✓ 最初は純粹想起(対象者からの発言)を深堀</p> <p>✓ 純粹想起で出てこない場合は WEB 調査 Q20 を助成想起で評価。</p> <p>✓ Q20 の回答について、選んだ理由等を深堀</p>	☆WEB 調査に合ったコンテンツ全て知らない人には「自分が使う立場」で Q20 にあるツールや媒体全て確認する。