

広報資料の改善を目的とした調査の概要

【概要】

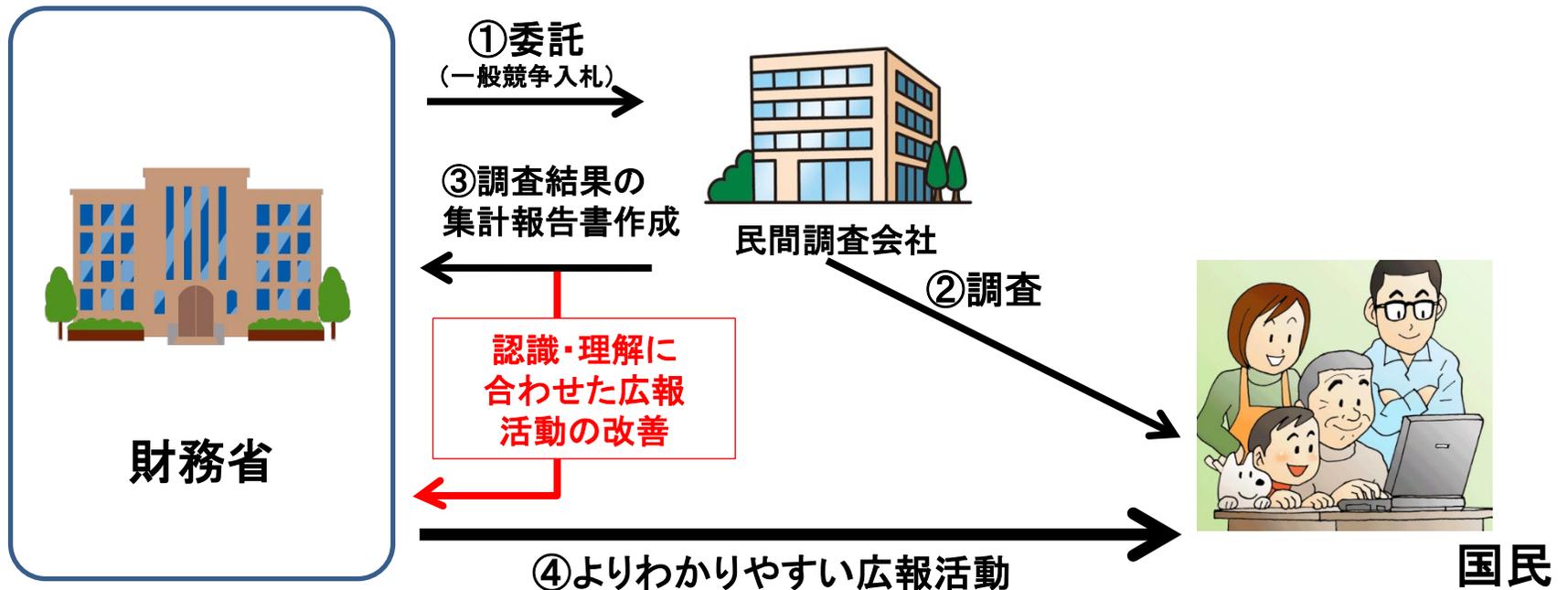
財務省の政策に係る効果的な広報活動を行うために、政策及びその背景にある社会構造の変化が国民にどの程度認知・理解されているのか、現状の広報活動の広報効果等を調査。

【調査手法】

一般競争入札(最低価格)により選定した民間調査会社に委託し、以下の調査を実施。

Web調査: インターネットにおいて、全国の18~74歳の個人10,000人に対して
財政に対する認知や財政等に関する情報源等に関するアンケートを実施

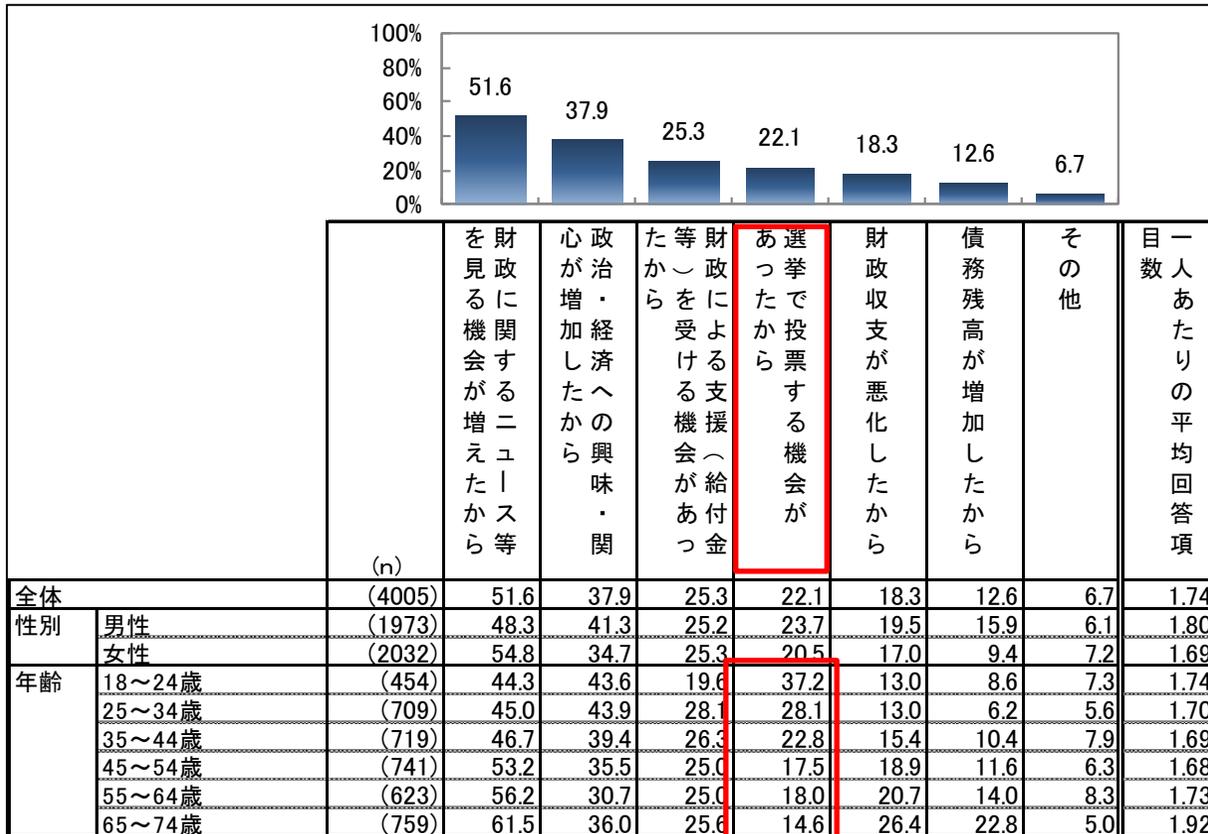
その結果に応じて、広報活動の改善を実施



調査結果

■ 財政に対する認識

- 「この1年間で、日本の財政への興味・関心の度合いに変化はありましたか」との問いに、「興味・関心が大きく増加した」「少し増加した」と答えた人（4,005人/10,000人）に対して、その理由を問うた質問（複数回答可）への回答結果



- 今般、選挙での投票機会があったことは、特に若い世代における日本の財政への興味・関心を増加させる要因になったと考えられる。

(参考)

- ・平成28年6月 選挙権年齢の引き下げ
- ・令和3年10月 第49回衆議院議員総選挙

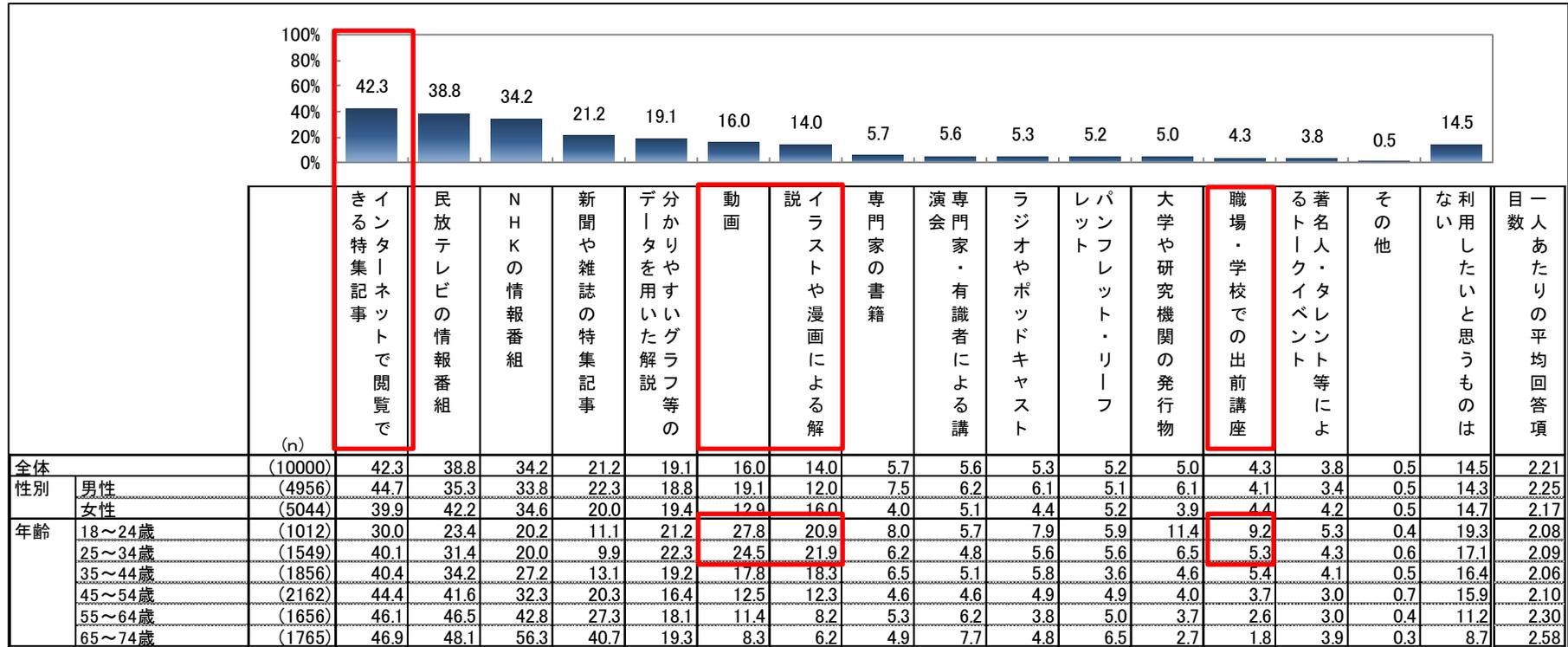
- 自身が「主権者」であることを自覚し、財政への興味・関心が高まっている若い世代に対して、一人ひとりが国の財政の在り方を考える重要性を認識するため、財政教育及びそれに使用できるコンテンツ制作の取組が効果的であると考えられる。

単位：%

調査結果

■ 財政等に関する情報源等

- 「日本の財政への理解を深めるために、どのようなツールであれば、利用したいと思いますか」と問うた質問（複数回答可）への回答結果



単位：%

- 全体として、「インターネットで閲覧できる特集記事」への回答が多い。
- また、若い世代では特に、「動画」「イラストや漫画による解説」といったビジュアルに訴えるツールのほか、「職場・学校での出前講座」への回答が多い。