

天気予報に関する アンケート調査結果

平成 15 年 3 月
気 象 庁

目 次

(頁)

調査の目的	1
調査の概要	
1 調査方法等	1
2 調査対象者(アンケート協力者)の属性	2
3 集計・分析結果の記述について	3
調査(アンケート)結果	
1 天気予報全般の信頼度と満足度	4
2 天気予報(今日・明日・明後日の気象情報)週間天気予報 季節予報(1か月予報、3か月予報、暖候期・寒候期予報)の総合満足度	5
3 天気予報(今日・明日・明後日の気象情報)	6
4 週間天気予報	11
5 季節予報(1か月予報、3か月予報、暖候期・寒候期予報)	13
6 気象注意報・警報の認知度・利用度	14
7 生活・環境に関する指数、季節関連情報	15
8 利用媒体	18
9 天気予報や気象庁に対する意見、要望	19

天気予報に関するアンケート調査結果

調査の目的

気象庁では、気象業務に対する意識やニーズ等を把握し業務の改善方向を探るとともに、業務改善の成果を把握するため、気象情報の利用者の評価（満足度）を測定・把握しています。

14年度は、国民生活において広く利用されている天気予報等の気象情報について、その認知、利用状況、ニーズ等を把握して、今後の天気予報等の内容や提供方法の改善方策を探ることを目的として調査を行いました。

調査方法等

1 調査方法等

全国 14 市・区の 2,800 人を対象に「郵送調査」を実施しました。

加えて、ほぼ同時期に郵送調査の主な内容と同じものについて、インターネット「WEB調査」も実施しました。

	調査方法別の概要	
	郵送調査	WEB調査
調査対象	全国 14 の市・区に居住の 18～69 歳 【全国 11 地域における地方都市（小樽 青森 新潟 前橋 豊橋 和歌山 松江 松山 久留米 鹿児島 那覇）と東京都の江東・杉並 府中の 2 区 1 市】	気象庁ホームページ、各管区・沖縄気象台ホームページにアクセスした人（合計アクセス数は、1日当たり約 3 万）
調査対象者数と回答者数	2800 人（14 市・区の各 200 人）のうち 1309 人（46.8%）が回答（有効回答数）	ホームページのアンケート画面を閲覧した 2934 人のうち 656 人（22.4%）が回答
調査方法	調査対象地域の居住者から無作為に抽出した各 200 人にアンケート票を郵送し、回答後に返送	気象庁ホームページ、各管区・沖縄気象台ホームページのアンケート実施に係る掲示からアンケート WEB にアクセスし、直接回答して送信
調査期間	15 年 1 月 17 日～2 月 14 日（到着分）	15 年 1 月 22 日 14 時～2 月 6 日 15 時
調査事項	天気予報の種類別の認知、利用状況、重視度・満足度（天気予報、週間天気予報、季節予報、気象注意報・警報、生活・環境の指数等） 情報入手媒体の利用状況、天気予報や気象庁への要望、対象者属性	天気予報の種類別の認知、利用状況、重視度・満足度（天気予報、生活・環境の指数等） 情報入手媒体の利用状況、天気予報や気象庁への要望、対象者属性

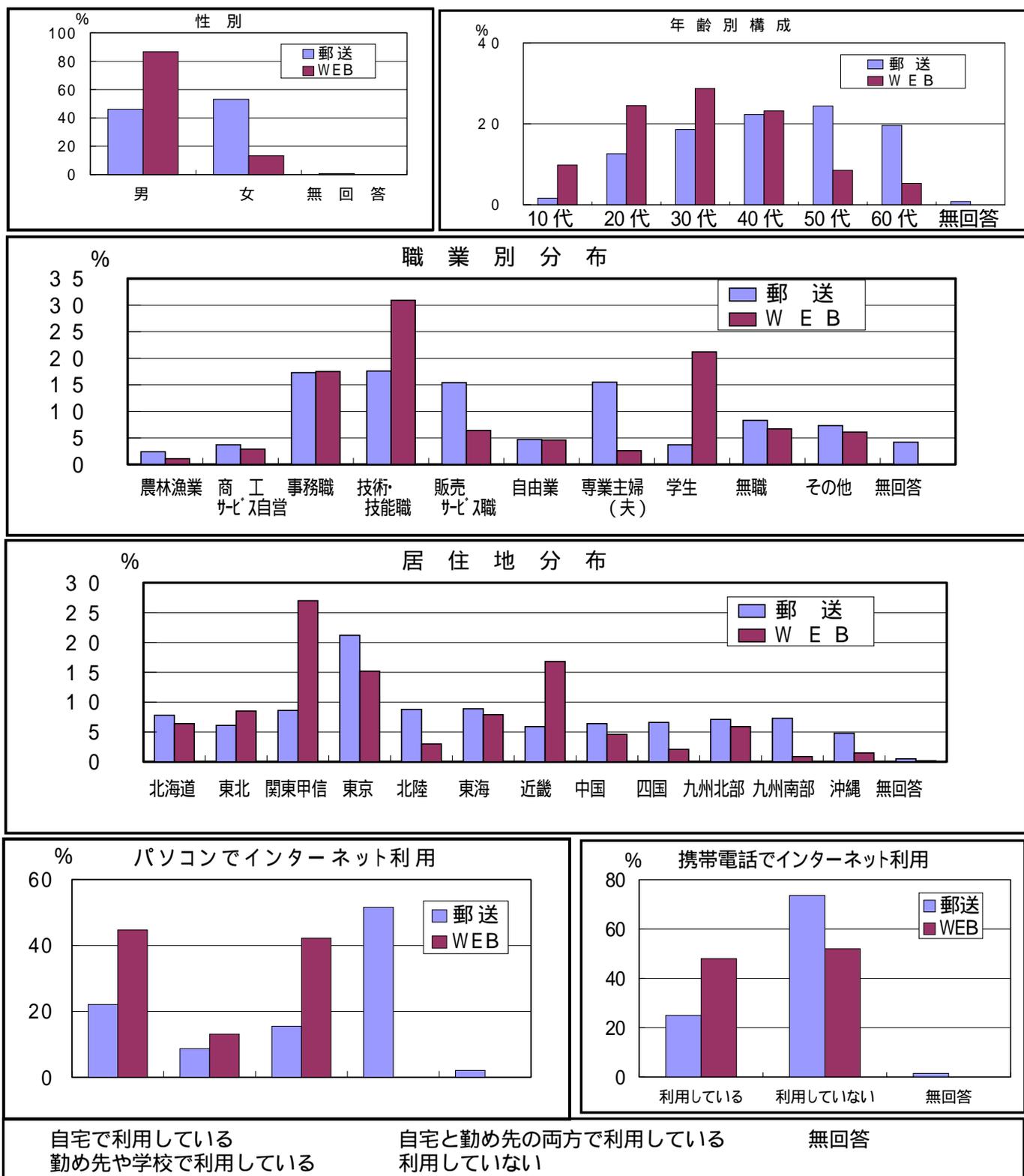
2 調査対象者（アンケート協力者）の属性

アンケートでは、性別、年齢、職業、居住地、同居家族の年齢、パソコン・携帯電話でのインターネット利用の7項目について答えてもらいました。

郵送調査における男女別構成はほぼ同じ割合となりました。

WEB回答者は、9割近くが男性で占められました。また、気象に興味・関心が高く、あるいは、仕事で利用している人で専門性が高く、かつ、より詳細で精緻な情報の提供を希望する傾向となっています。

郵送調査（N = 1309人） WEB調査（N = 656人）



3 集計・分析結果の記述について

天気予報全般の信頼度・満足度のほか、天気予報（今日・明日・明後日の気象情報）、週間天気予報、季節予報（1か月予報、3か月予報、暖候期・寒候期予報）、生活・環境に関する指数・情報及び季節関連情報についての認知度、利用度、重視度、満足度のうち、主として郵送調査の重視度・満足度についての結果を記述しました。また、気象注意報・警報は認知度・利用度について、天気予報等を利用する媒体については、利用状況と今後積極的に利用したい媒体についての結果を記述しました。

さらに、天気予報等に関する満足・不満足の原因、生活・環境に関する指数・情報や季節に関連する情報で提供して欲しいもの、今後天気予報等の提供や発表・表示してほしい媒体、天気予報、気象庁への要望等、自由回答（記述）としたものについても、主なものを記述しました。

分析・集計結果で用いる用語の説明

認知度：知っているかどうかについて「知っている」、「知らない」の2択で聞いています。

利用度：どの程度利用しているのかについて「よく利用する」、「時々利用する」、「利用しない」の3択で聞いています。

重視度：どの程度重視（気にして）いるのかについて「重視する」、「やや重視する」、「あまり重視しない」、「重視しない」の4択で聞いています。

満足度：利用していて、どの程度満足しているのかについて「満足」、「まあ満足」、「やや不満足」、「不満足」の4択で聞いています。

信頼度：どの程度信頼しているのかについて「信頼している」、「まあ信頼している」、「あまり信頼していない」、「信頼していない」の4択で聞いています。

評価点：100点満点で測るために「重視する（満足、信頼している）」、「やや重視する（まあ満足、まあ信頼している）」、「あまり重視していない（やや不満足、あまり信頼していない）」、「重視しない（不満足、信頼していない）」のそれぞれの回答に100、67、33、0点の重み点を与えて、全体を平均した値です。

N：有効回答数のことです。

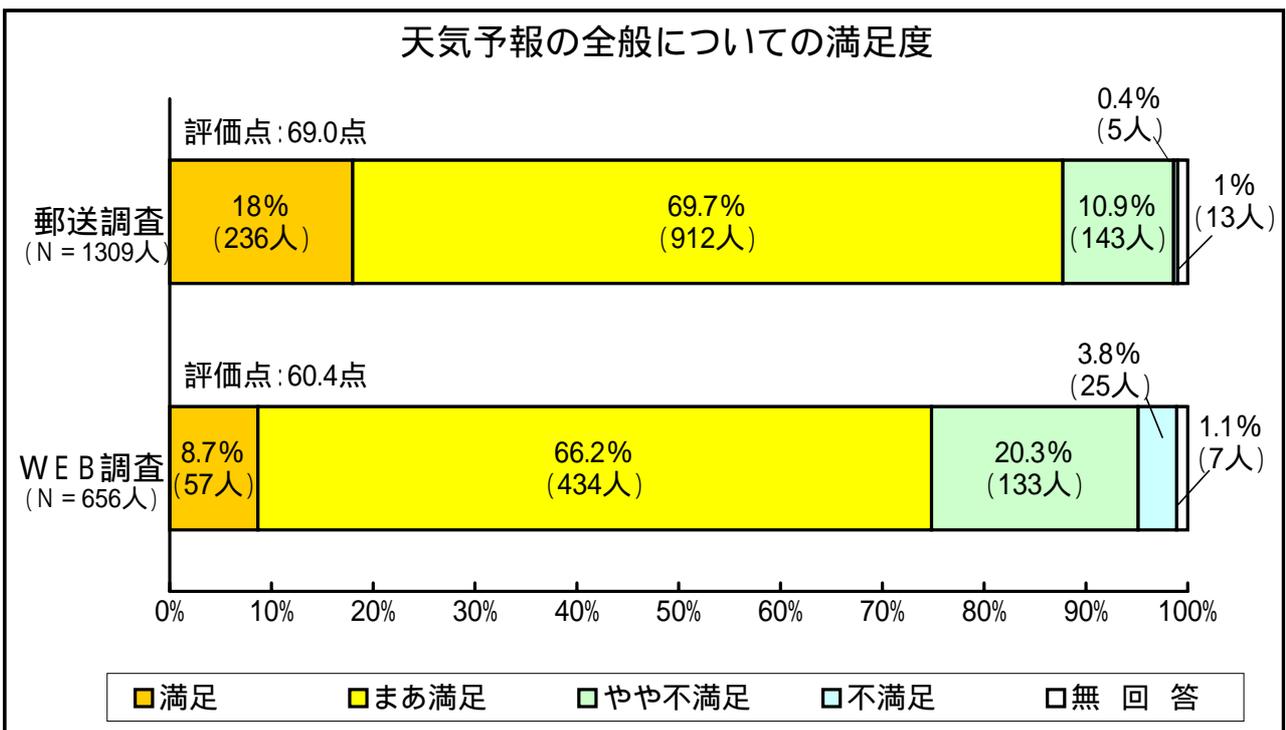
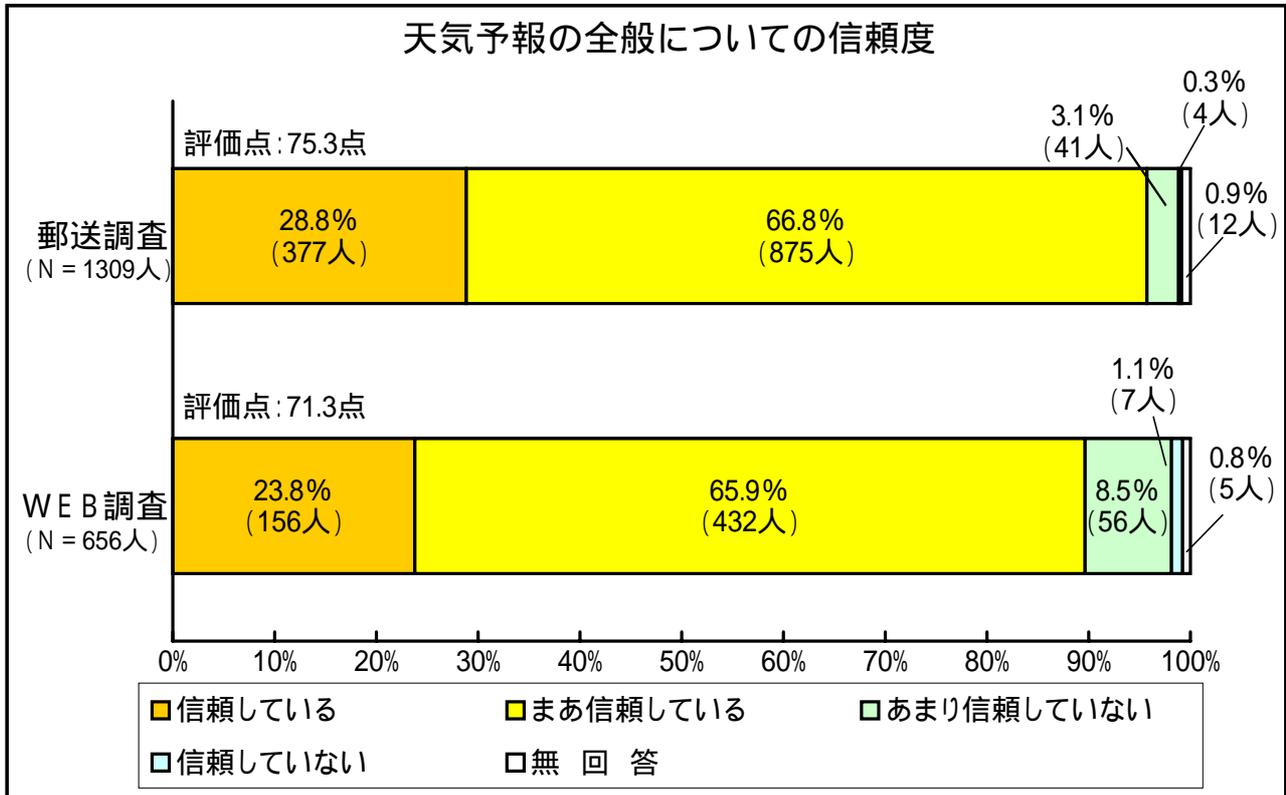
利用度については「知っている」と答えた人数、重視度、満足度については、「知っている」と答えた人で、「よく利用する」あるいは「時々利用する」と答え、質問に回答した人数を表しています。

調査（アンケート）結果

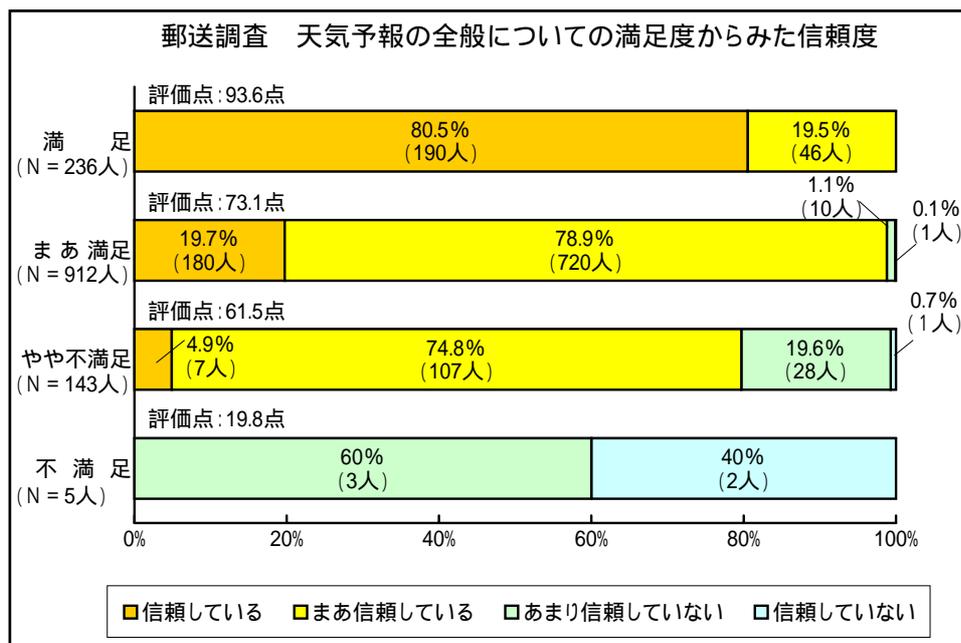
1 天気予報全般の信頼度と満足度

天気予報全般に対する信頼度、満足度は、性別や年代別、職業別等による大きな違いはなく総じて高く、それぞれ95.6%、87.7%の人が「信頼している（満足）」または「まあ信頼している（まあ満足）」と答えています。ただし、WEB回答者の約1/4が「やや不満足」、「不満足」と答えています。

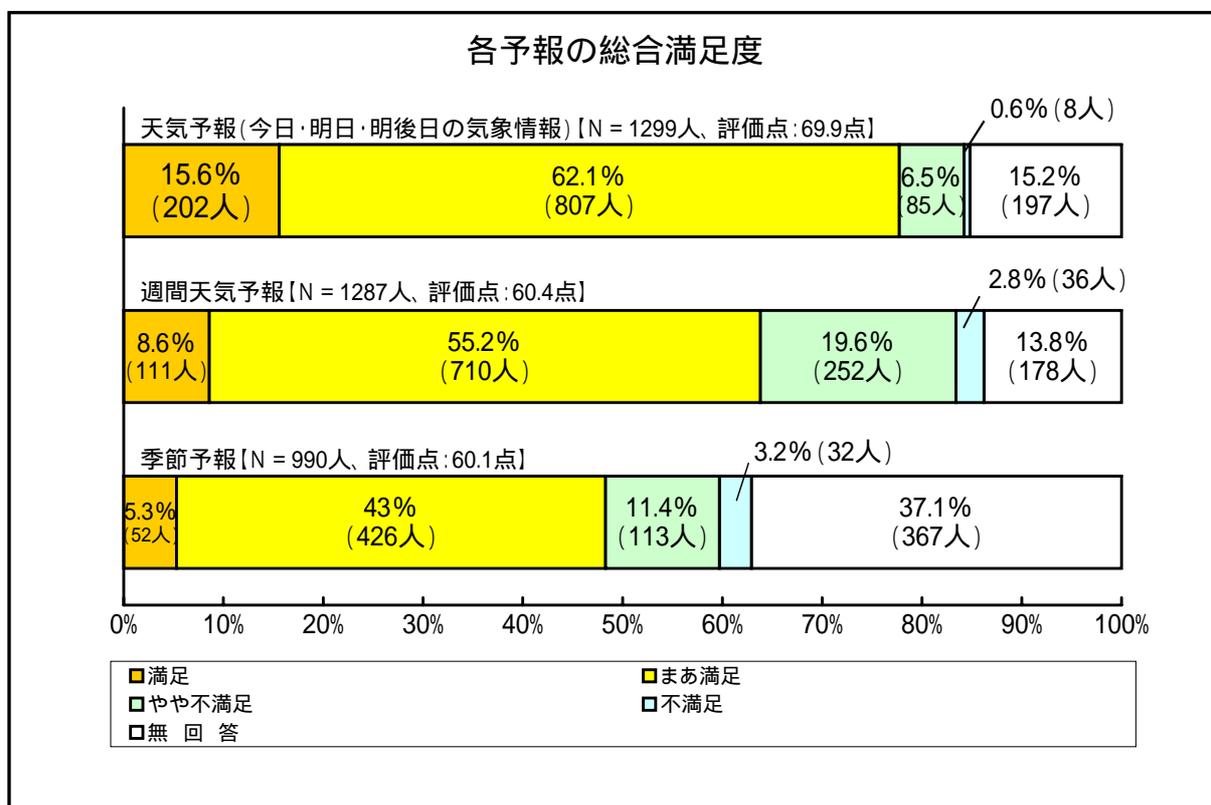
満足度と信頼度に相関があり、満足度が高いほど信頼度も高くなっています。



天気予報の全般についての満足度と信頼度の関係



2 郵送調査 天気予報（今日・明日・明後日の気象情報）、週間天気予報、季節予報（1か月予報、3か月予報、暖候期・寒候期予報）の総合満足度各予報の総合満足度については次のとおりとなりました。これを含めた、各予報の具体的なアンケート結果は、3項以降で記述しています。



3 天気予報（今日・明日・明後日の気象情報）

天気予報のうち、天気や最高・最低気温の予報など 13 の内容について調査しました。認知度は、全般に高くなっています。そのうち、その名称が一般的でない、「時系列予報」、「降水短時間予報」、「気象レーダー」については、認知度が7割程度で他に比べ低くなっています。WEB回答者は、総じて認知度が高く、内容のほとんどが9割以上となっています。

利用する時間帯では、朝（午前9時まで）が最も多くなっています。WEB回答者では、一日を通じ全般に利用度が高く、日中（午後5時まで）や夕方～夜にかけても利用すると回答した人が約4割を超えました。

天気予報の各内容について、総じて重視度・満足度が高くなっています。また、利用度が高い内容ほど、重視度・満足度も高い傾向がみられます。

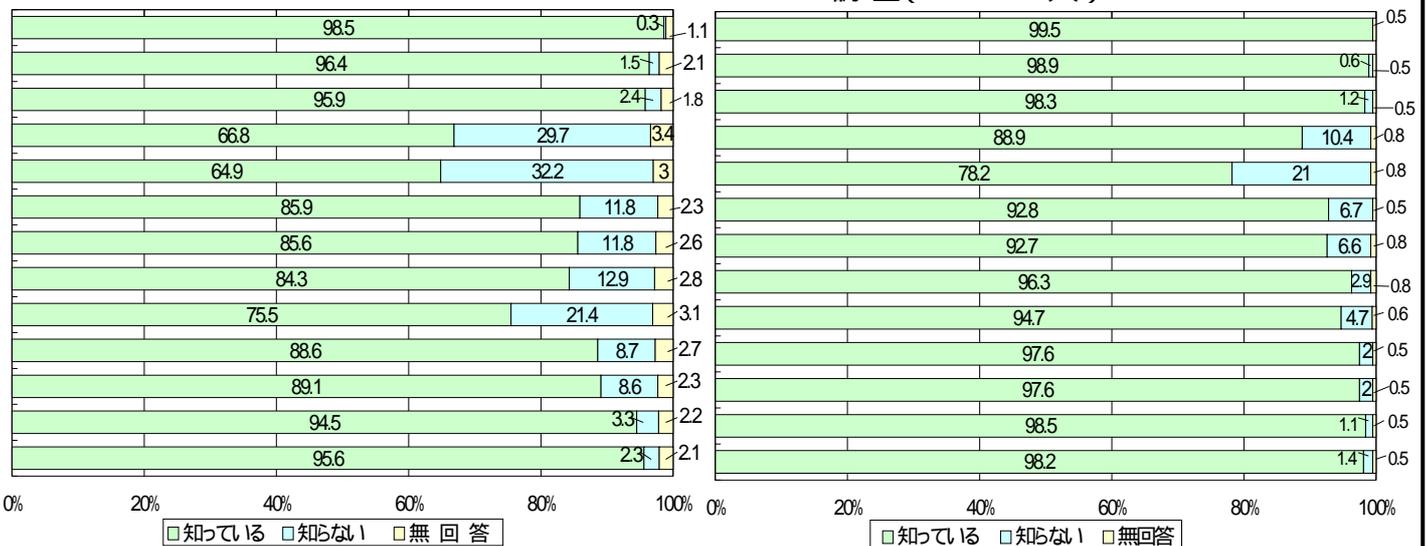
天気予報の総合的な評価としては、77.7%の人が「満足」または「まあ満足」と答えています。

天気予報の満足な理由（複数回答）としては、「利用しやすい」（約7割）、「内容がわかりやすい」（約5割）の順となっており、不満足な理由としては、「予報がよく外れる」（7割以上）が一番の理由となっています。この傾向は、週間天気予報も同じでした。また、WEB回答者の満足な理由として、「必要な時に入手できるので」が6割であり、「利用しやすいので」（7割）の次に多くなっています。

天気予報の認知度

郵送調査(N = 1309人)

WEB調査(N = 656人)

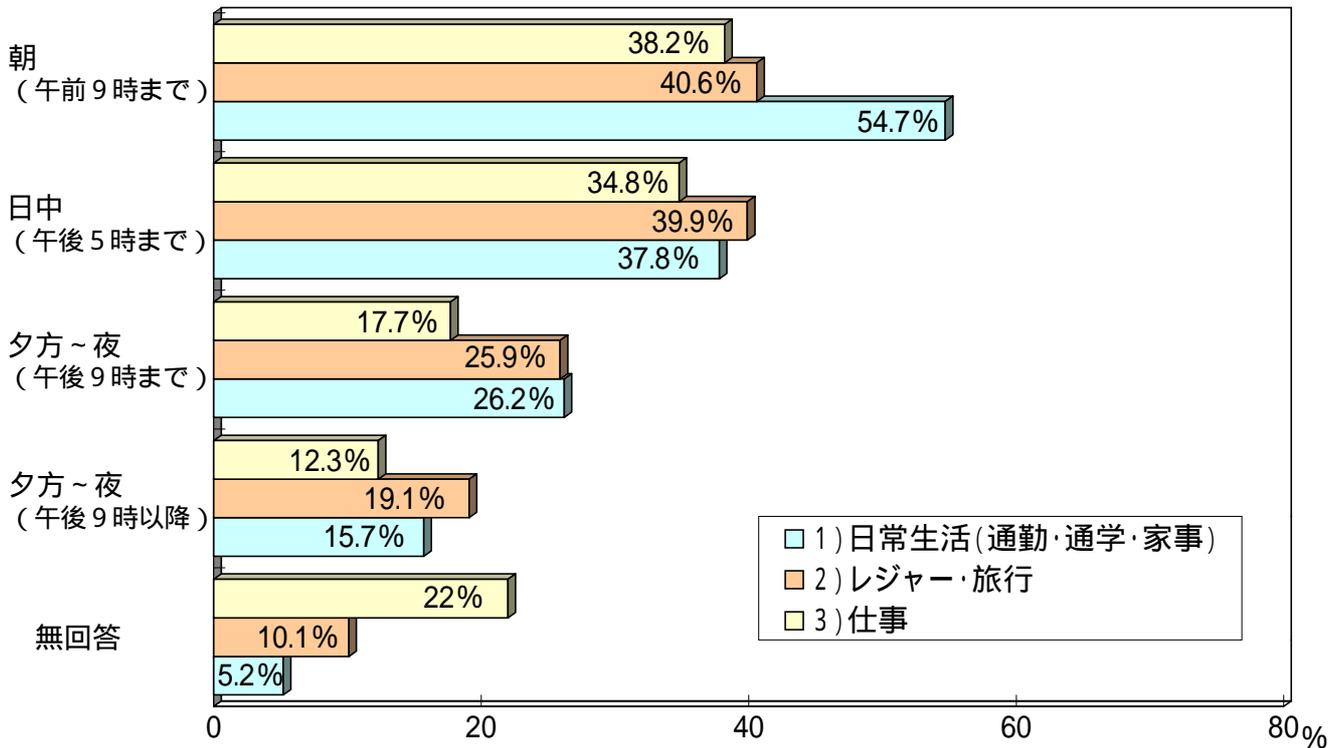


調査した13の内容一覧

- ・天気（晴れ、曇り、雨、雪など）の予報
- ・最高・最低気温の予報
- ・雨や雪の降る確率（降水確率）の予報
- ・3時間ごとの予報（時系列予報）
- ・雨域と降水強度の予報（降水短時間予報）
- ・風の強さと向き（風向・風速）の予報
- ・波の高さ（波浪）の予報
- ・アメダス（気温、雨量などの地点ごとの情報）
- ・気象レーダー
- ・気象衛星（ひまわり）の雲画像
- ・天気図（気圧配置図）
- ・気象注意報・警報
- ・台風情報

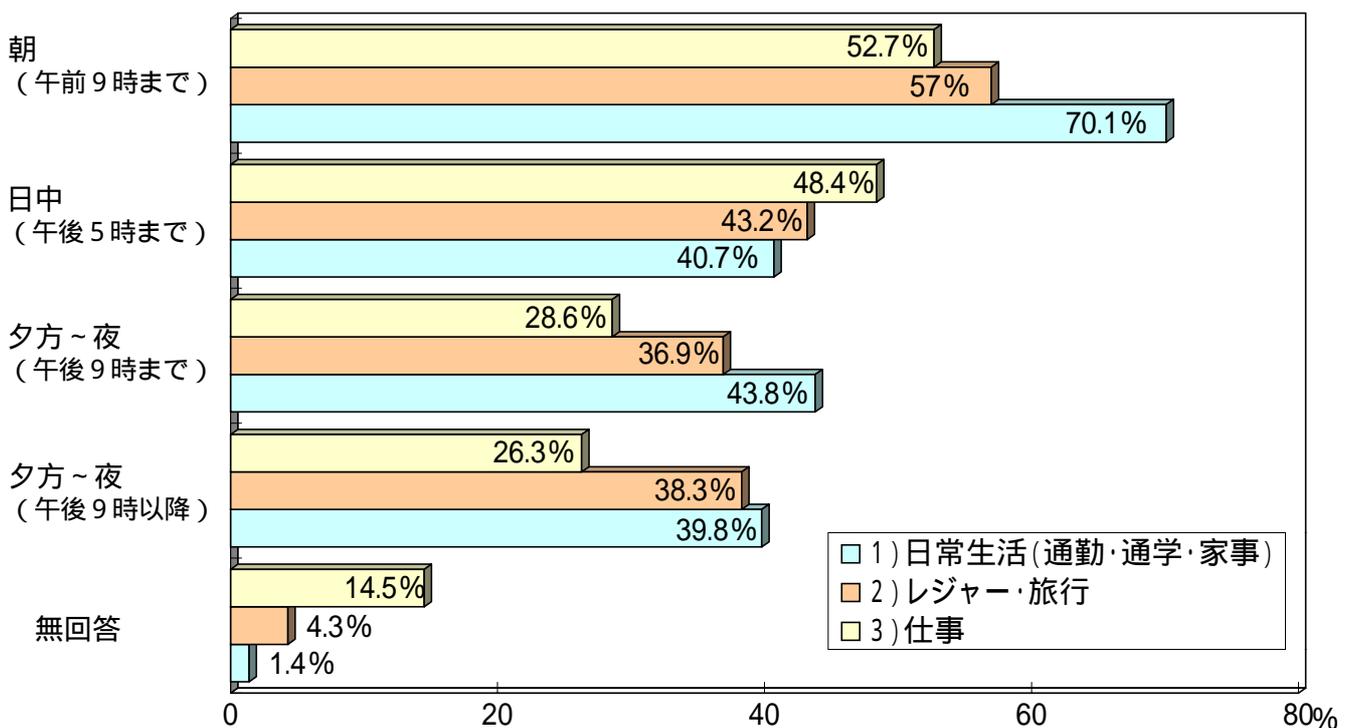
郵送調査 天気予報の利用する時間帯

【N = 1280人】

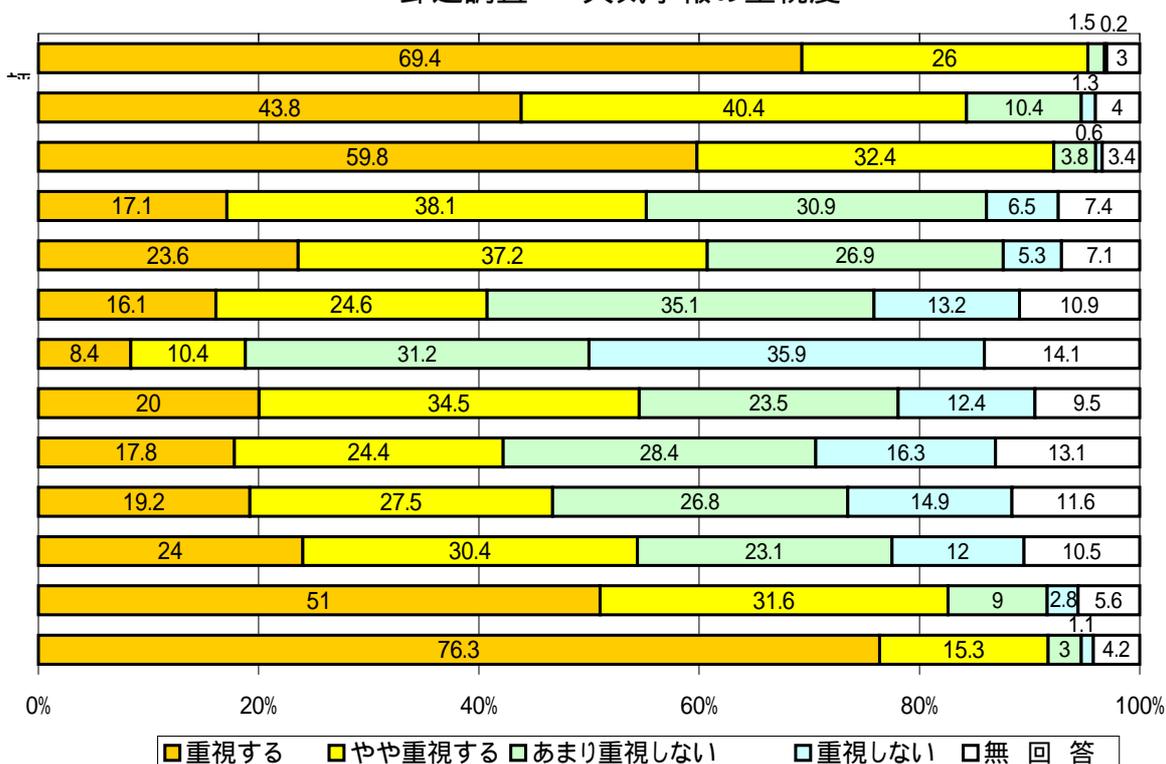


WEB調査 天気予報の利用する時間帯

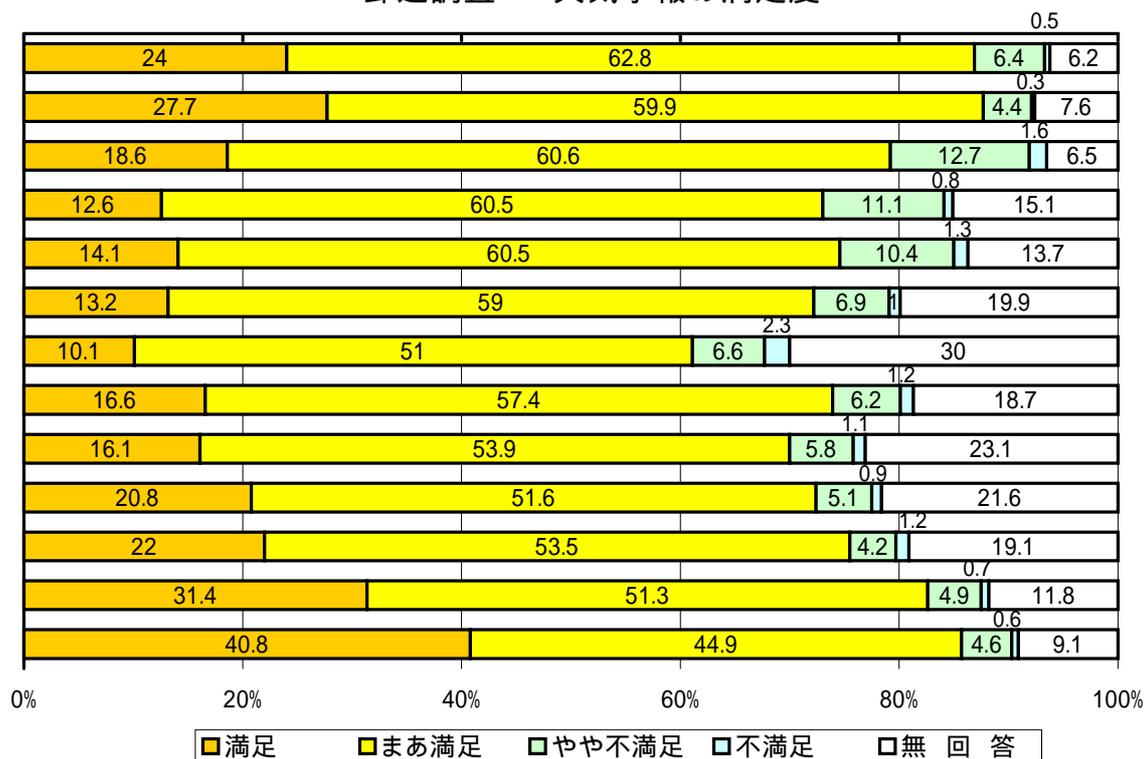
【N = 656人】



郵送調査 天気予報の重視度

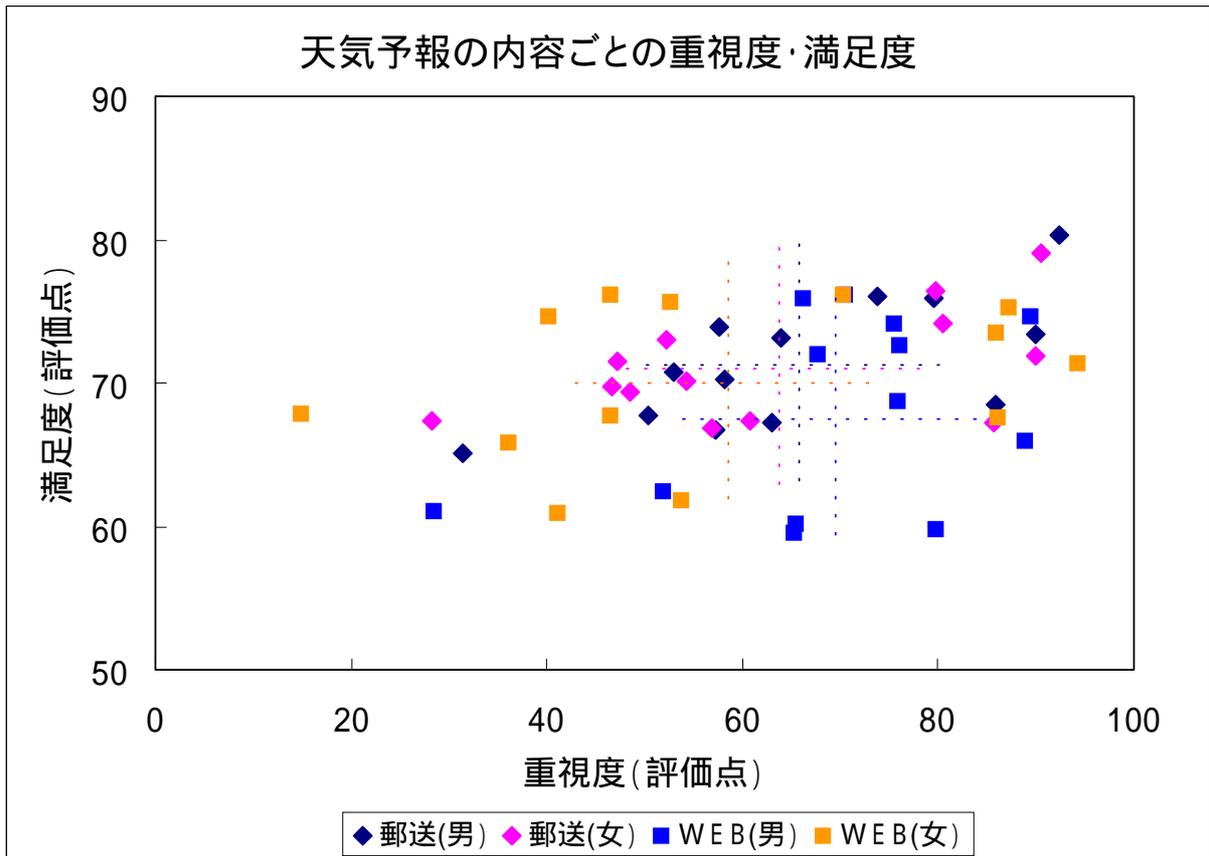


郵送調査 天気予報の満足度



天気 (晴れ、曇り、雨、雪など) の予報 (N=1290人)
 最高・最低気温の予報 (N=1262人)
 雨や雪の降る確率 (降水確率) の予報 (N=1255人)
 3時間ごとの予報 (時系列予報) (N=875人)
 雨域と降水強度の予報 (降水短時間予報) (N=849人)
 風の強さと向き (風向・風速) の予報 (N=1125人)
 波の高さ (波浪) の予報 (N=1120人)

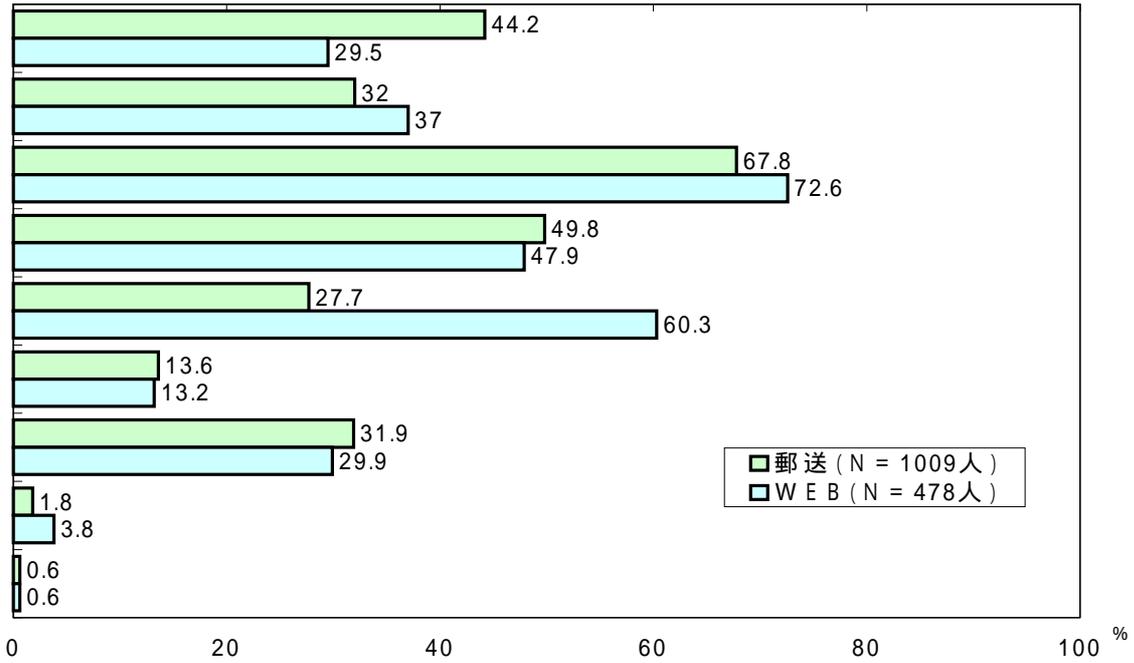
アメダス (気温、雨量などの地点ごとの情報) (N=1103人)
 気象レーダー (N=988人)
 気象衛星 (ひまわり) の雲画像 (N=1160人)
 天気図 (気圧配置図) (N=1166人)
 気象注意報・警報 (N=1237人)
 台風情報 (N=1251人)



- . 天気（晴れ、曇り、雨、雪など）の予報
- . 最高・最低気温の予報
- . 雨や雪の降る確率（降水確率）の予報
- . 3時間ごとの予報（時系列予報）
- . 雨域と降水強度の予報（降水短時間予報）
- . 風の強さと向き（風向・風速）の予報
- . 波の高さ（波浪）の予報
- . アメダス（気温、雨量などの地点ごとの情報）
- . 気象レーダー
- . 気象衛星（ひまわり）の雲画像
- . 天気図（気圧配置図）
- . 気象注意報・警報
- . 台風情報

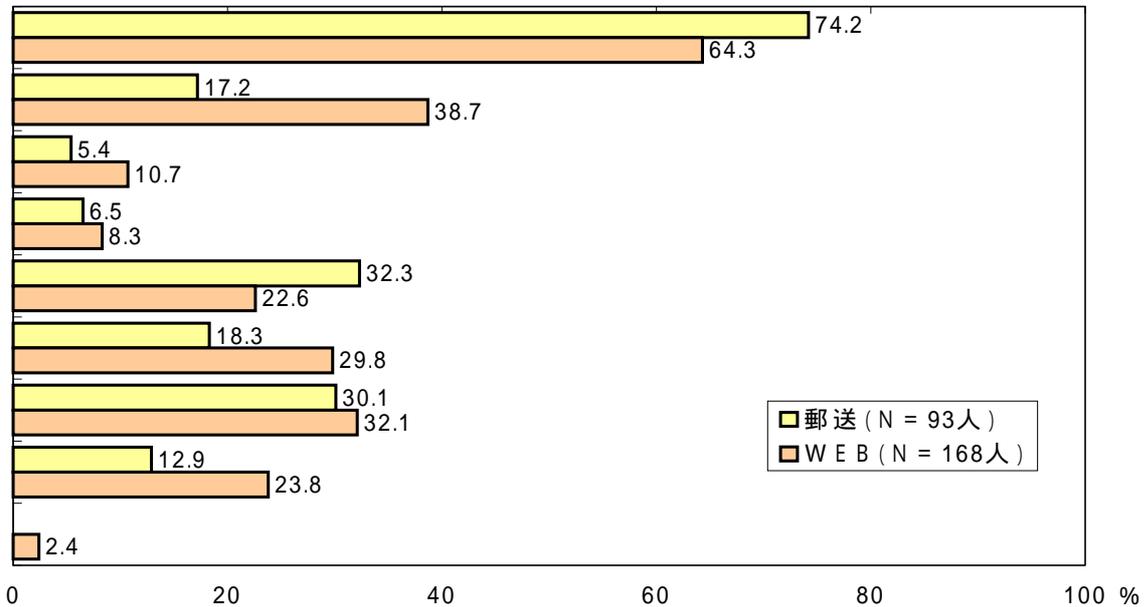
評価点：「重視（満足）」、「やや重視（まあ満足）」、「あまり重視しない（やや不満足）」、「重視しない（不満足）」のそれぞれに、100、67、33、0点の重みを与えて平均した値

天気予報の満足な理由



予報がよく当たるので	必要な時に入手できる	その他
内容が詳しいので	予報の出る間隔が適切な	(だいたいわかればよい、同時に各方面
利用しやすいので	必要な地域の子報がポイントで出るので	から確認できる、生活における行動判
内容がわかりやすいので		断に役立つ、目安であってあたらなし
		ときもある 等)
		無回答

天気予報の不満足な理由



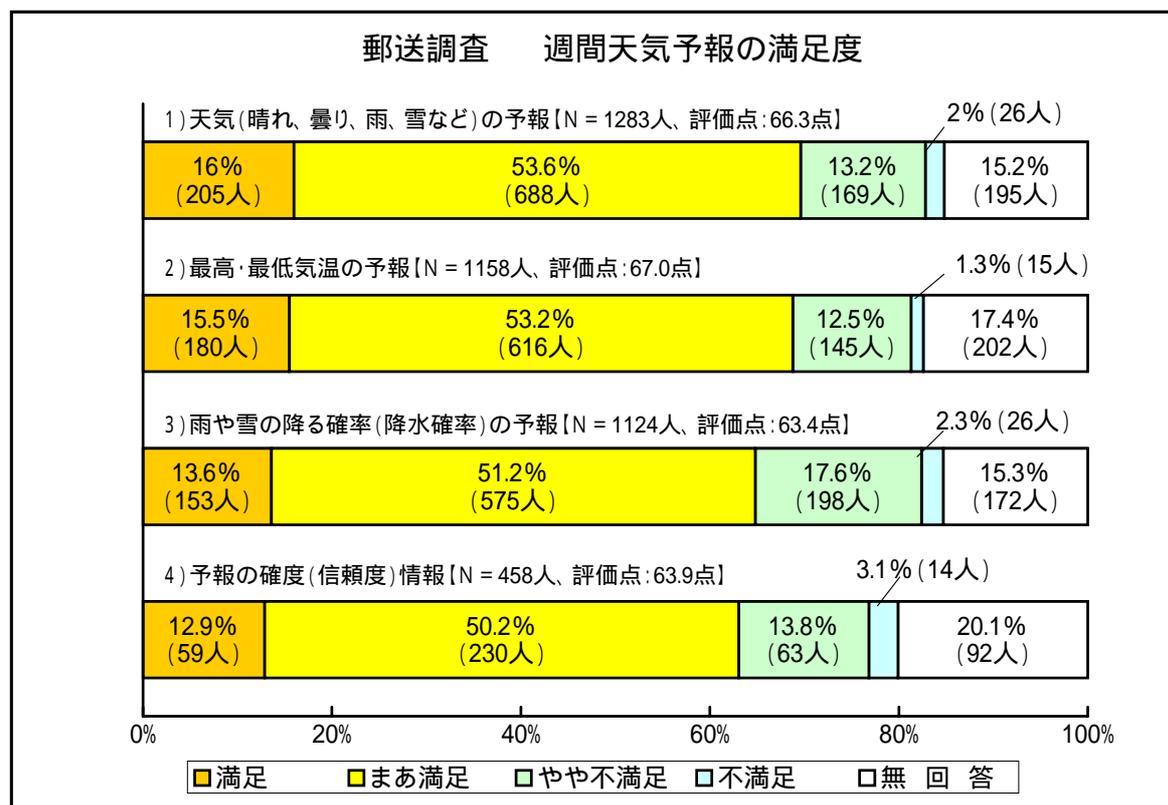
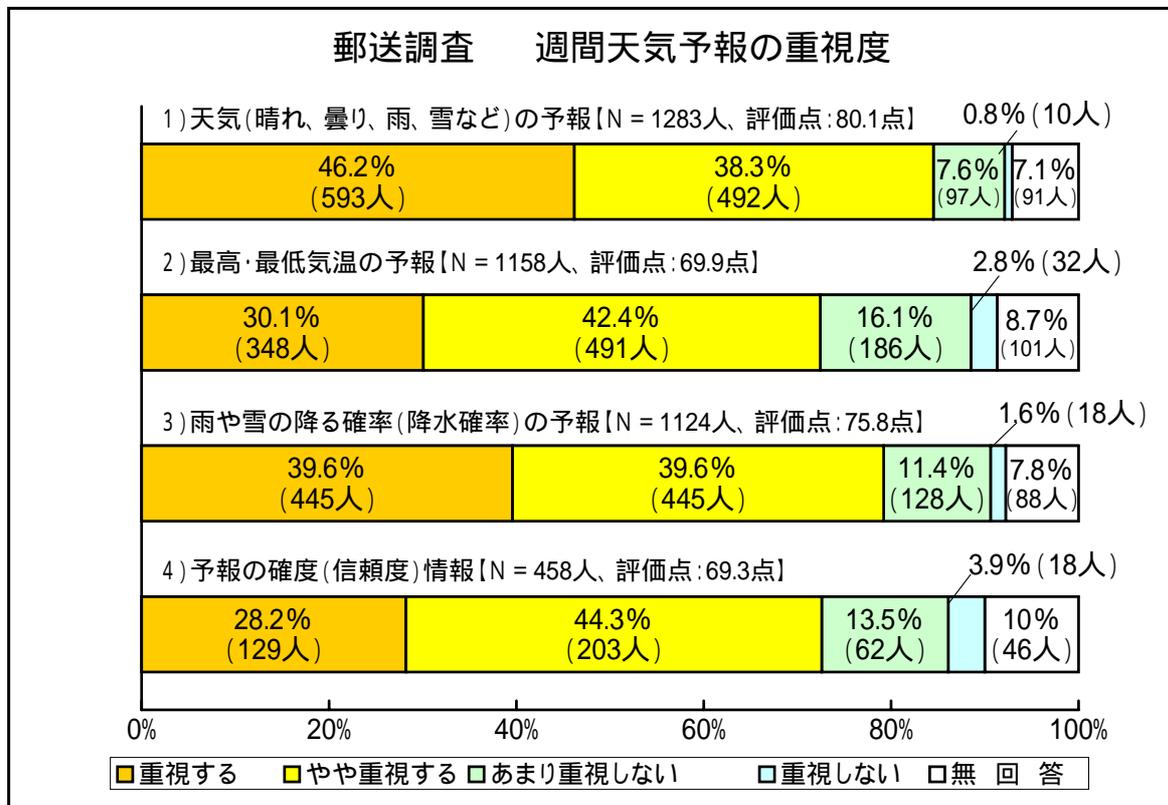
予報がよく外れるので	必要な時に入手できない	その他
内容が詳しくないので	予報の出る間隔が合わない	(特定の図[衛星画像、天気図]などが
利用しにくいので	必要な地域の子報が出ない	出てこない、気温など特定の種類や都
内容がわかりにくいので		市の予報などに課題あり、大雑把、あ
		いまいな予報、さらなる各種情報の公
		開・提供、よく予報がわかる、予報の
		修正が遅い 等)
		無回答

4 週間天気予報

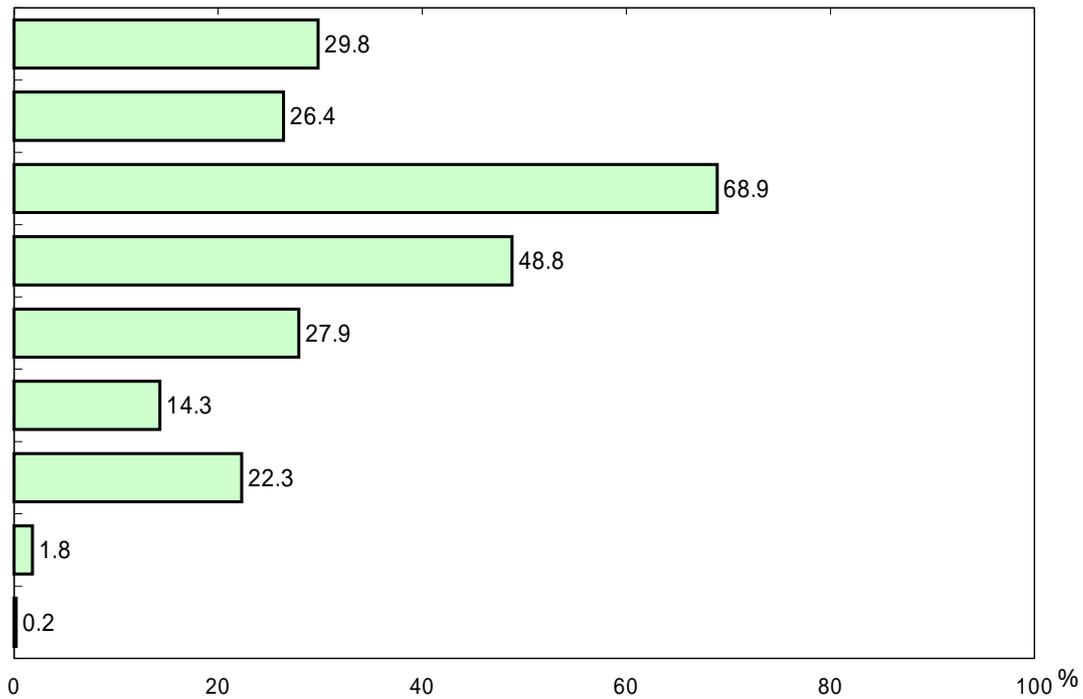
総合的な評価として、「満足」または「まあ満足」と答えた人は63.8%で、今日・明日・明後日の天気予報(77.7%)と比べ低くなっています。

天気、気温、降水の予報について、今日・明日・明後日の天気予報に比べ、重視度・満足度ともにやや低くなっています。

重視する曜日は、特に決まっていないと答えた人の割合が半数以上(58%)となり、次いで、日曜日(14%)、土曜日・月曜日(各8.6%)となっています。

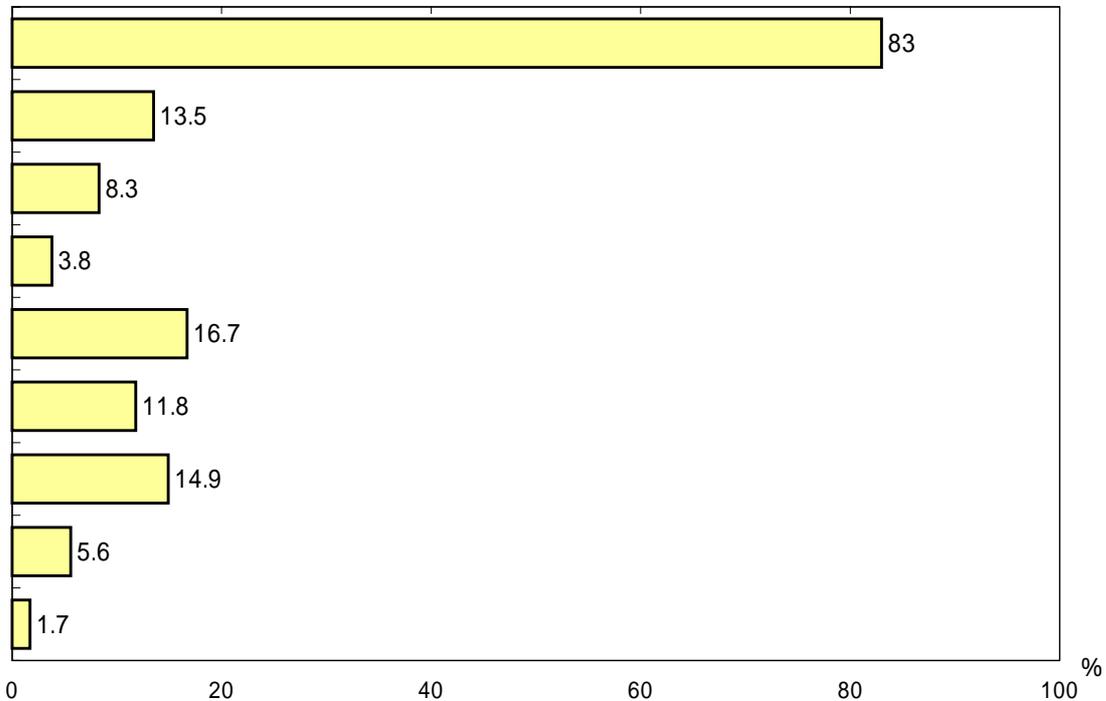


郵送調査 週間天気予報の満足な理由【N = 821人】



予報がよく当たるので	必要な時に入手できる	その他
内容が詳しいので	予報の出る間隔が適切な	(だいたいある程度あたる、目安、参考になる 等)
利用しやすいので	必要な地域の子報がポイントで出る	
内容がわかりやすいので		無回答

郵送調査 週間天気予報の不満足な理由【N = 288人】



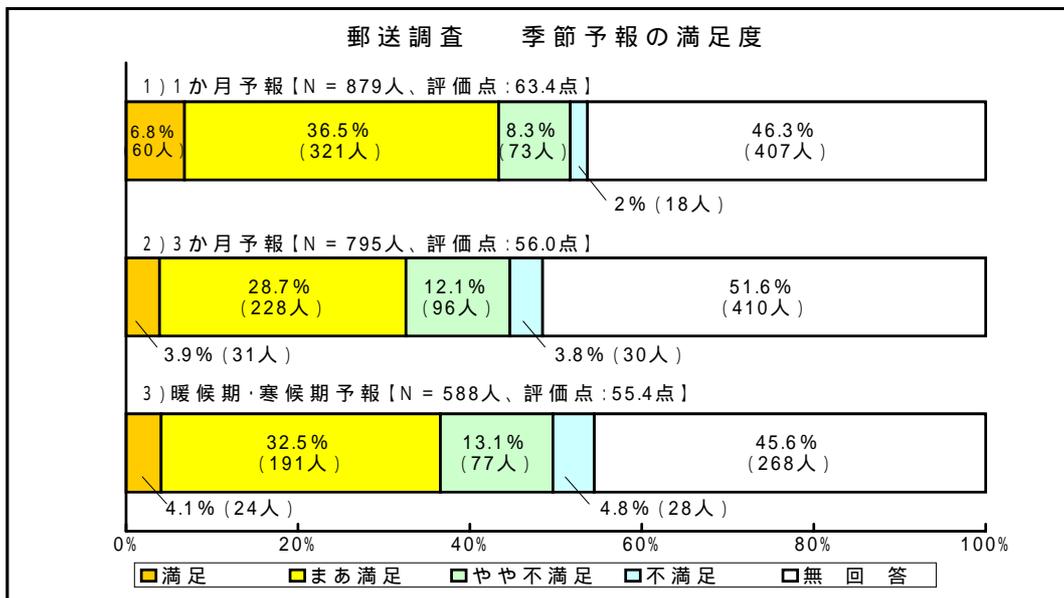
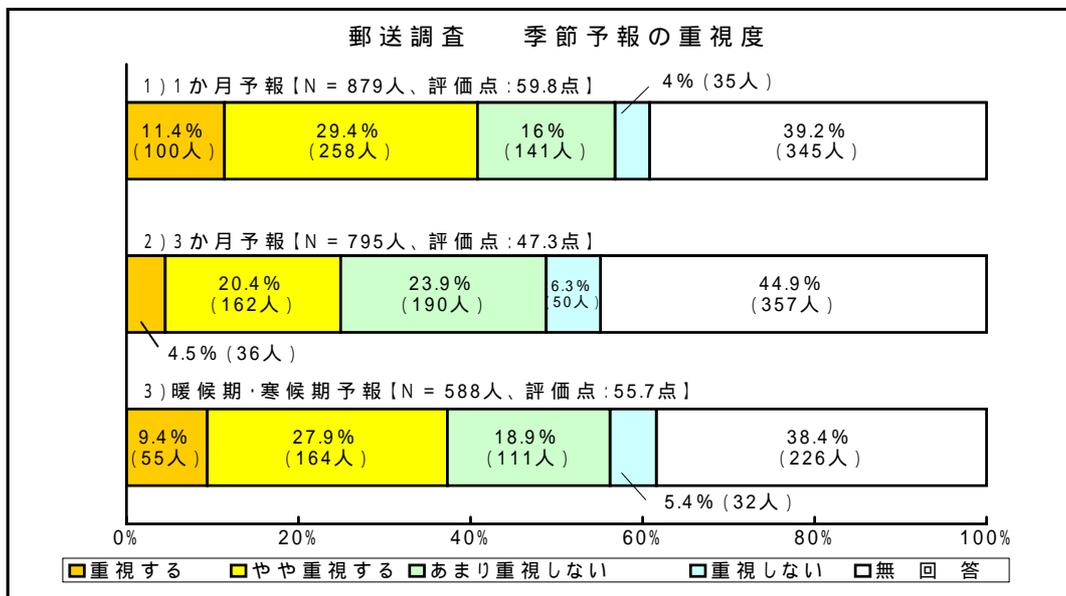
予報がよく外れるので	必要な時に入手できない	その他
内容が詳しくないので	予報の出る間隔が合わない	(たびたび変わる、外れる・ずれる 等)
利用しにくいので	必要な地域の予報が出ない	無回答
内容がわかりにくい		

5 季節予報（1か月予報、3か月予報、暖候期・寒候期予報）

認知度は1か月と3か月予報は6割台、暖候期・寒候期予報は4割台となりました。日常生活・レジャーで、1か月予報を利用する割合は約5割でした。

総合的な評価として、「満足」、「まあ満足」と答えた人の割合が約半数（48.3%）となり、よく利用すると答えた人や重視度が高い人ほど、総合的な満足度、各予報の満足度ともに高い傾向があります。

一方で「無回答」とした人が1/3以上（37.1%）になったほか、各予報の満足度の無回答の割合は4割以上となっています。



季節予報の不満な主な理由（自由回答） 「やや不満足」、「不満足」と答えた人のみ

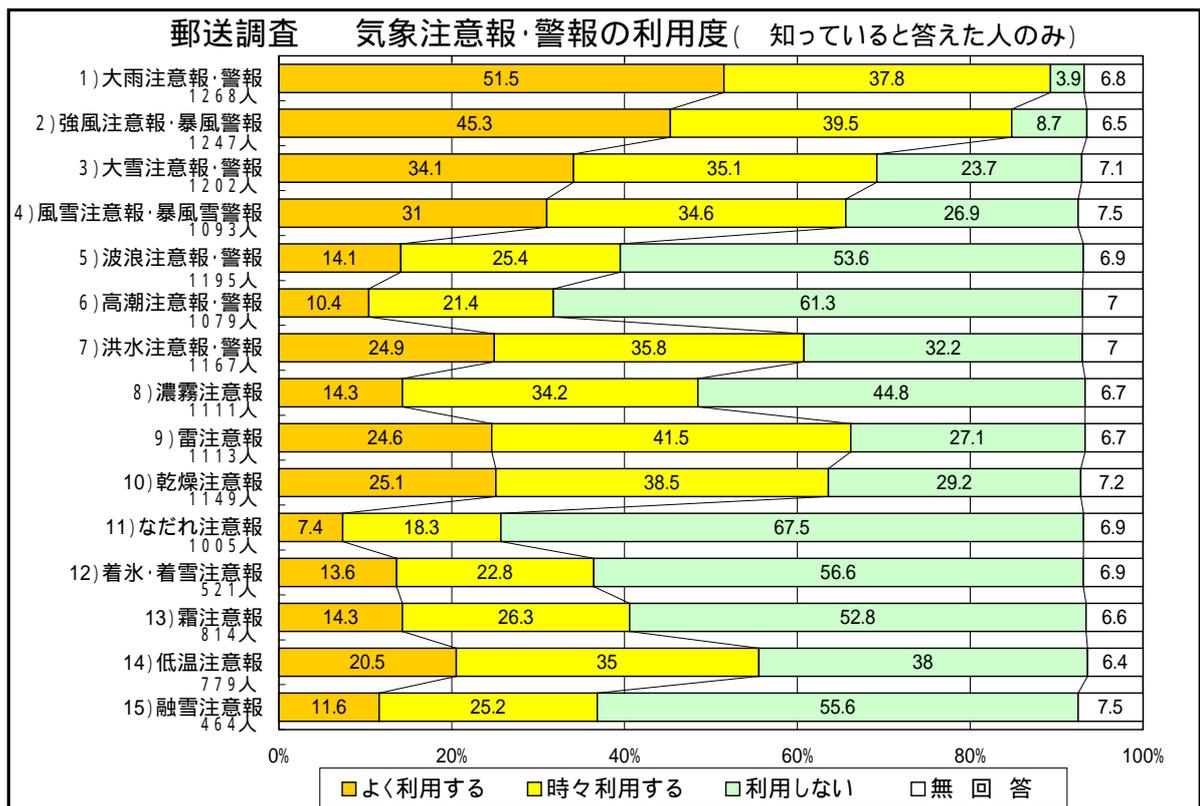
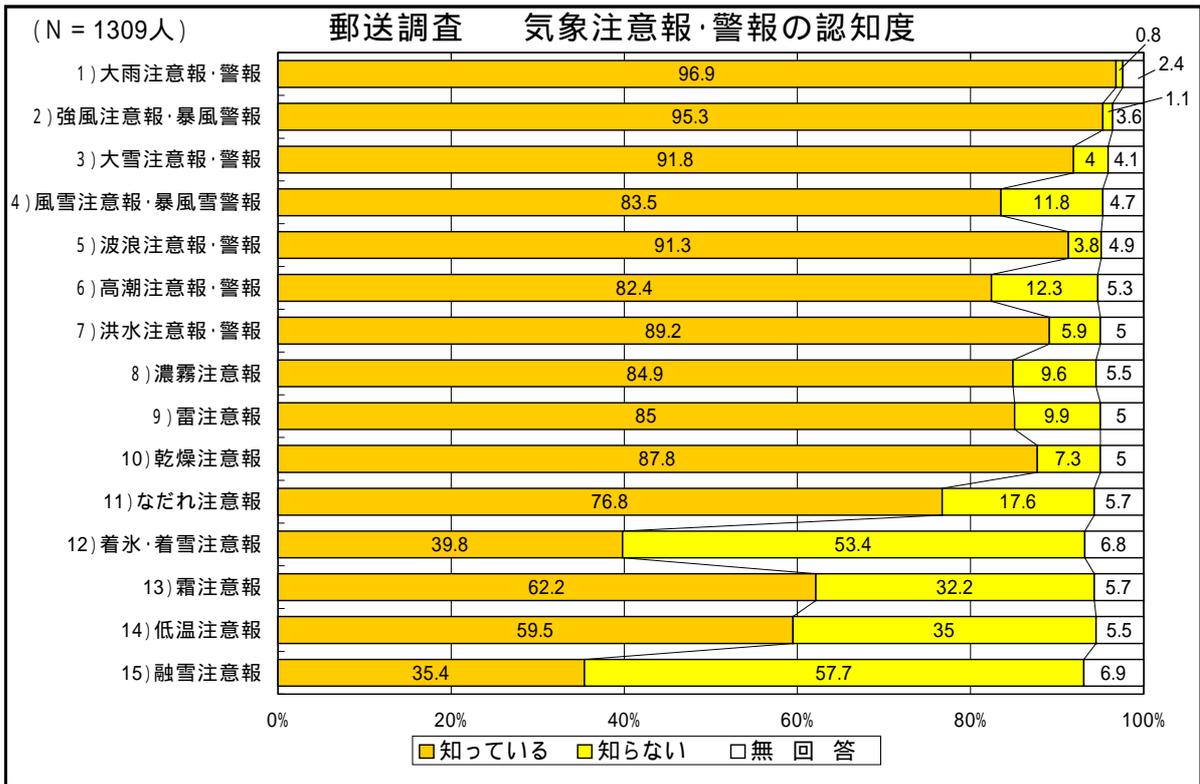
- ・精度に対する不満（当たらない、はずれるケースが多い 等）
- ・発表形態に対する不満（季節予報の結果に発表がない、修正するので信用できない 等）
- ・発表内容に対する不満（内容があいまい、表現がわかりにくい 等）
- ・発表媒体などの問題（定期的にテレビで発表しない、必要なときに情報がない 等）
- ・重視しない（生活上必要ない先の予報なので漠然と考える程度、予報期間が長すぎて利用できない 等）
- ・期待しない、関心がない 等

6 気象注意報・警報（認知度・利用度）

認知度は全体的に高い傾向でした。

種類によっては、地域により認知度が大きく異なっています。（例えば、「なだれ注意報」では、一番高い青森で95%、九州・沖縄では40%台。）また、着氷・着雪注意報、融雪注意報は、「知らない」と答えた人が全体の半数以上を占めました。

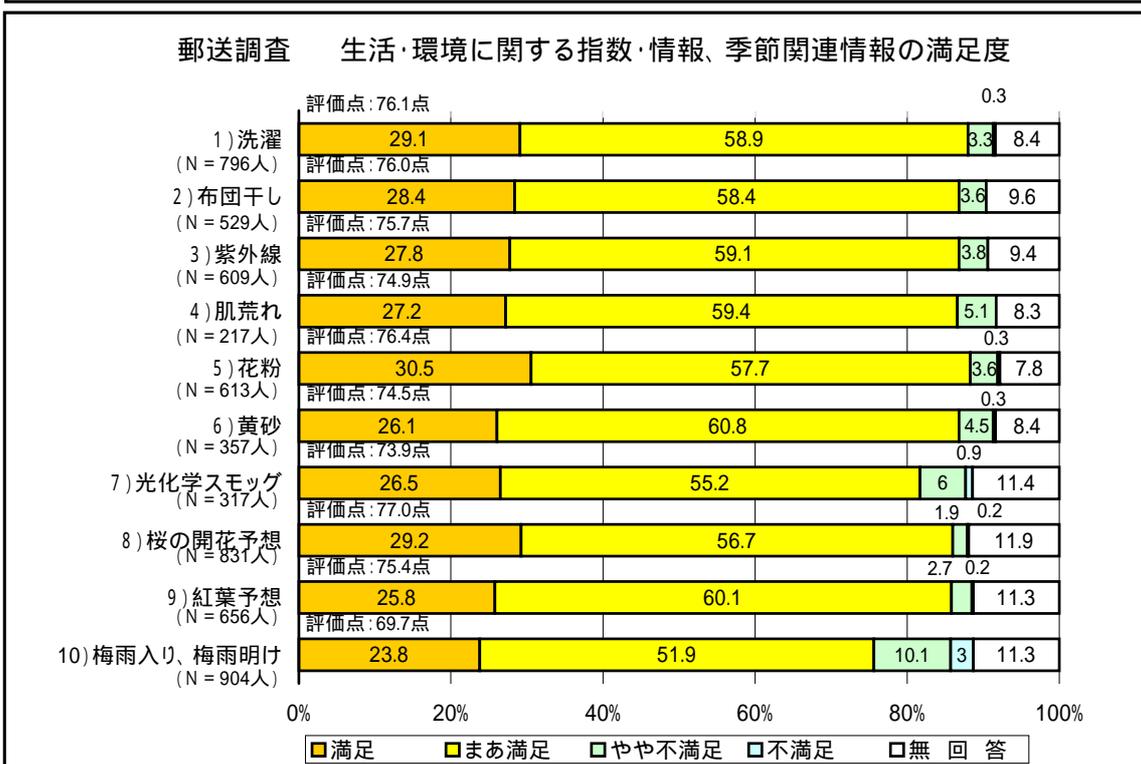
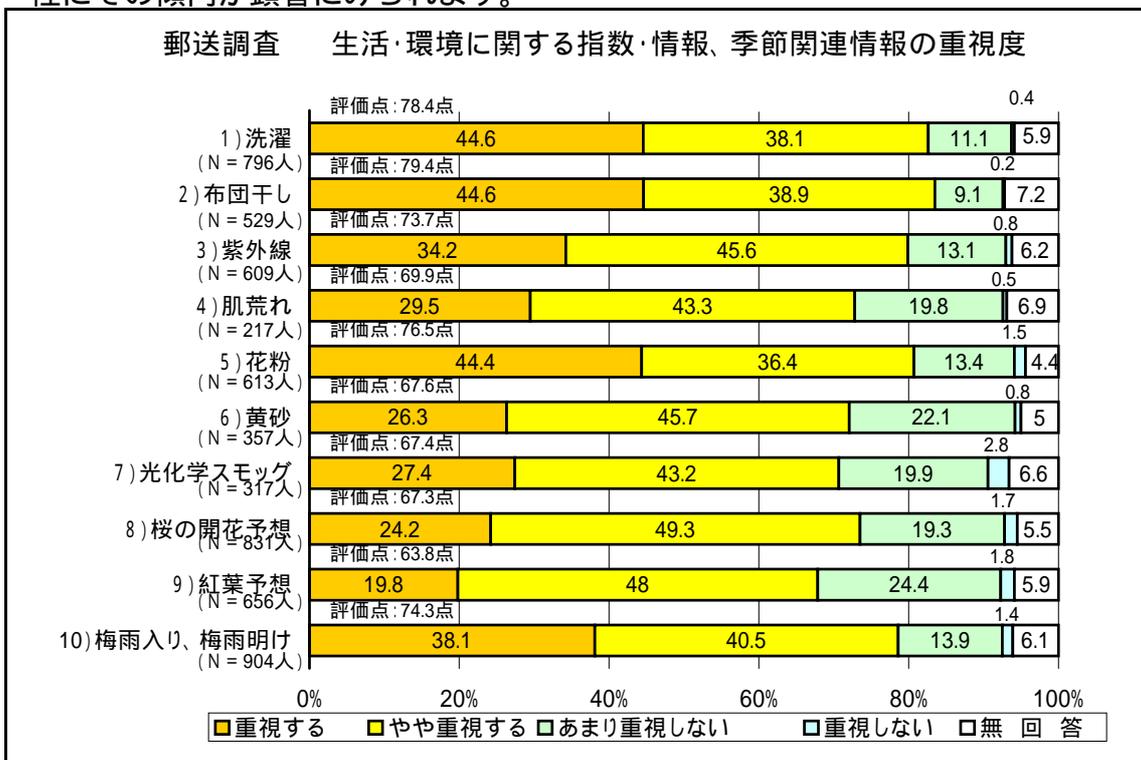
利用度は各種類ごとにバラツキがありますが、日常生活に関わりが深い大雨注意報・警報と強風注意報・警報の利用は、8割以上の高い割合となっています。一方で、波浪、高潮、なだれなどの地域が限定されるものや発表頻度が低いものは、利用度が低い結果となりました。



7 生活・環境に関する指数・情報、季節関連情報

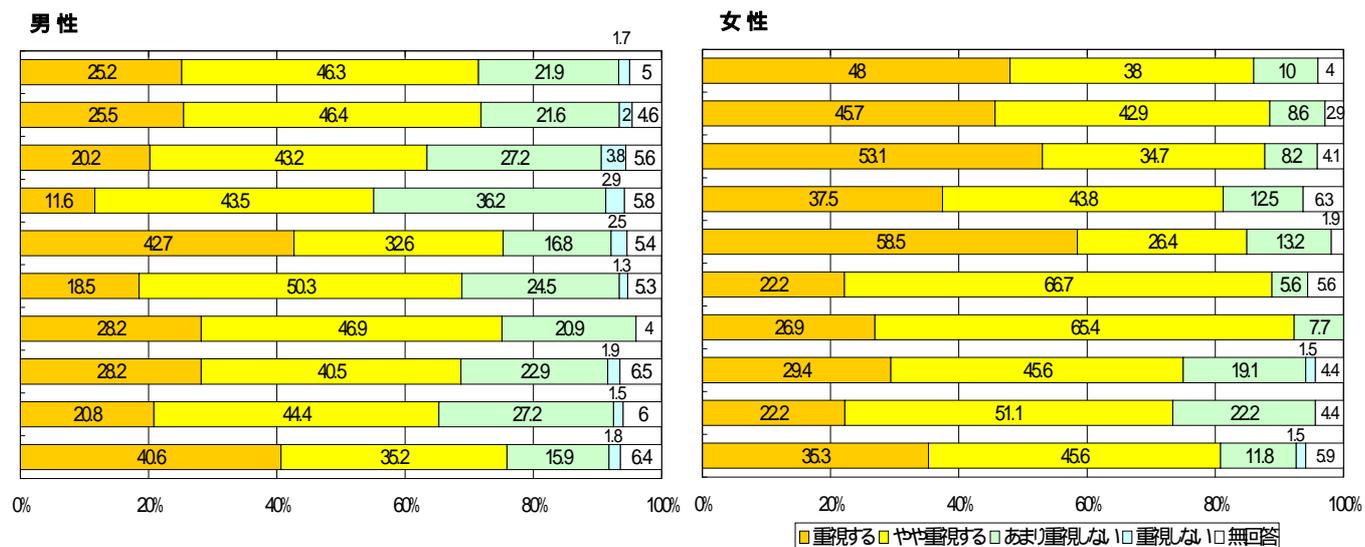
認知度は、全体的に高く、「桜の開花予想」と「梅雨入り・梅雨明け」がともに9割近くで特に高く、また、洗濯・花粉関連も認知度が高く、8割を超えました。季節関連情報の利用度は、各情報とも全体的に高いが、WEB回答者では(男性の割合が多い)「利用しない」の割合が高くなりました。

すべての情報に対して、7~8割が「重視する」、「やや重視する」と答えています。満足度は、各情報について全般的に高いものの、季節関連情報の「梅雨入り・梅雨明け」の「やや不満足」、「不満足」の割合が他に比べ高くなっています。男女別に見た場合、全般に女性の重視度、満足度が高く、特に、WEB回答者の女性にその傾向が顕著にみられます。

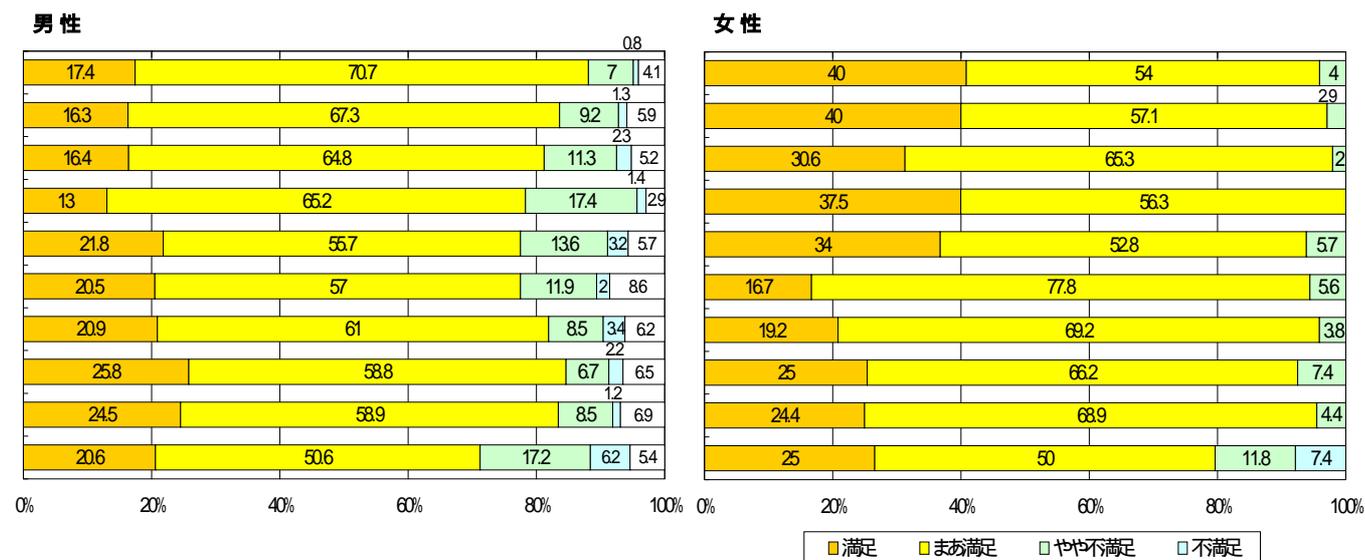


WEB調査 男女別にみた重視度・満足度

重視度

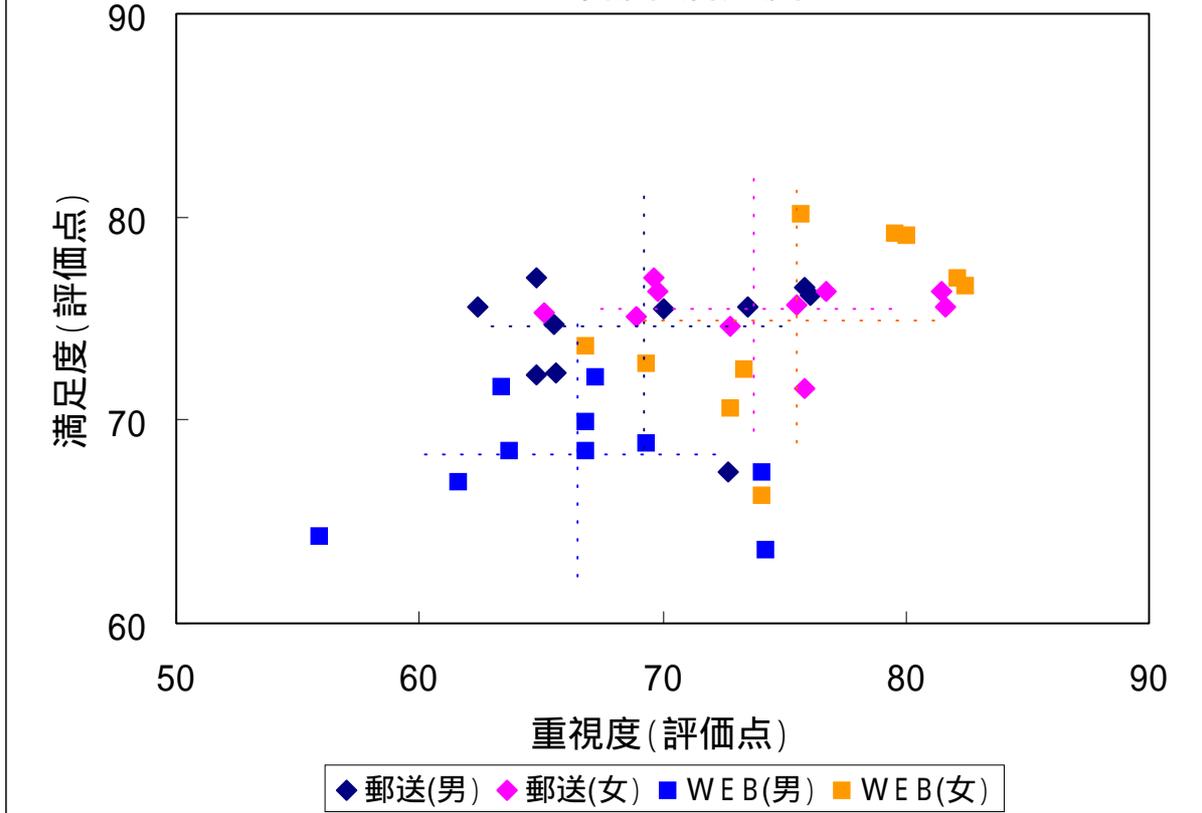


満足度



	男性	女性
洗濯	(N = 252 人)	(N = 50 人)
布団	(N = 153 人)	(N = 35 人)
紫外線	(N = 213 人)	(N = 49 人)
肌荒れ	(N = 69 人)	(N = 16 人)
花粉	(N = 316 人)	(N = 53 人)
黄砂	(N = 151 人)	(N = 18 人)
光化学スモッグ	(N = 177 人)	(N = 26 人)
桜の開花予想	(N = 415 人)	(N = 68 人)
紅葉予想	(N = 331 人)	(N = 45 人)
梅雨入り・梅雨明け	(N = 389 人)	(N = 68 人)

生活・環境に関する指数・情報、季節関連情報の重視度・満足度



- | | | |
|-------|------|------------|
| .洗濯 | .肌荒れ | .光化学スモッグ |
| .布団干し | .花粉 | .桜の開花予想 |
| .紫外線 | .黄砂 | .紅葉予想 |
| | | .梅雨入り・梅雨明け |

評価点：「重視（満足）」、「やや重視（まあ満足）」、「あまり重視しない（やや不満足）」、「重視しない（不満足）」のそれぞれに、100、67、33、0点の重みを与えて平均した値

生活・環境に関する指数・情報、季節関連情報で提供して欲しいもの（自由回答） 主なもの

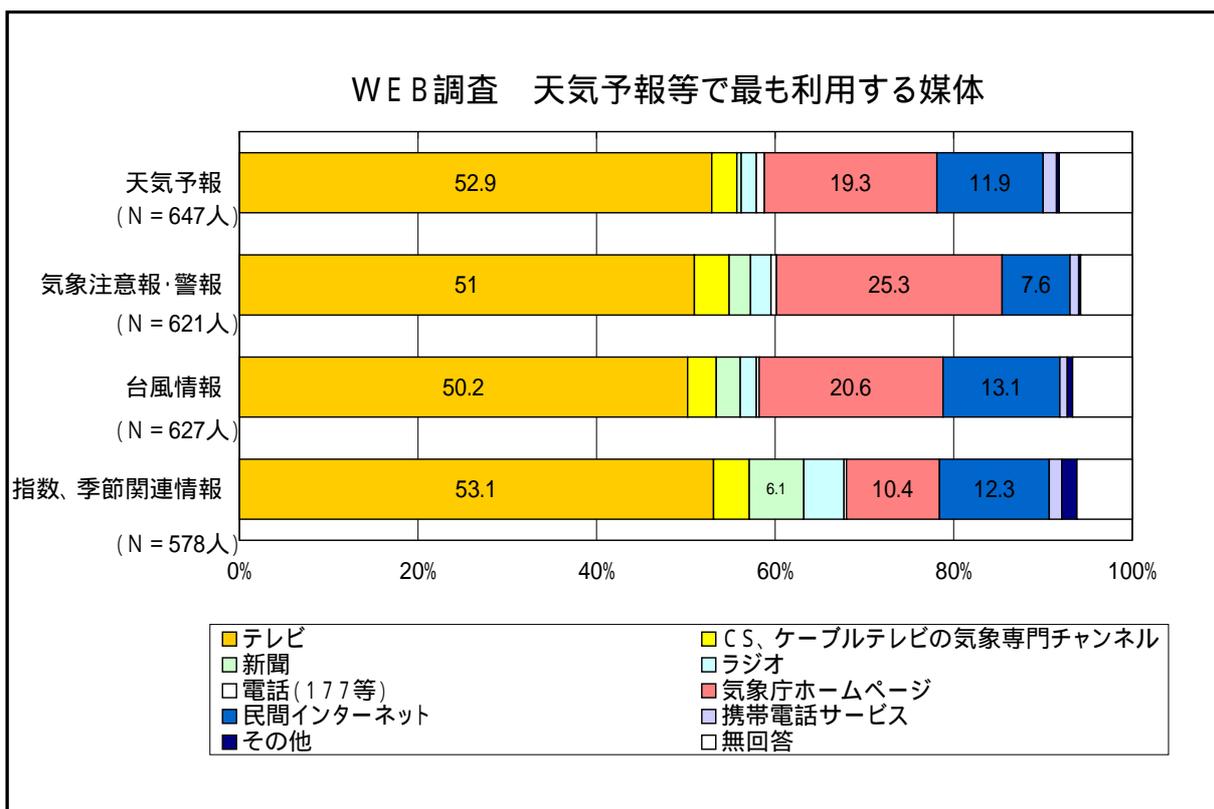
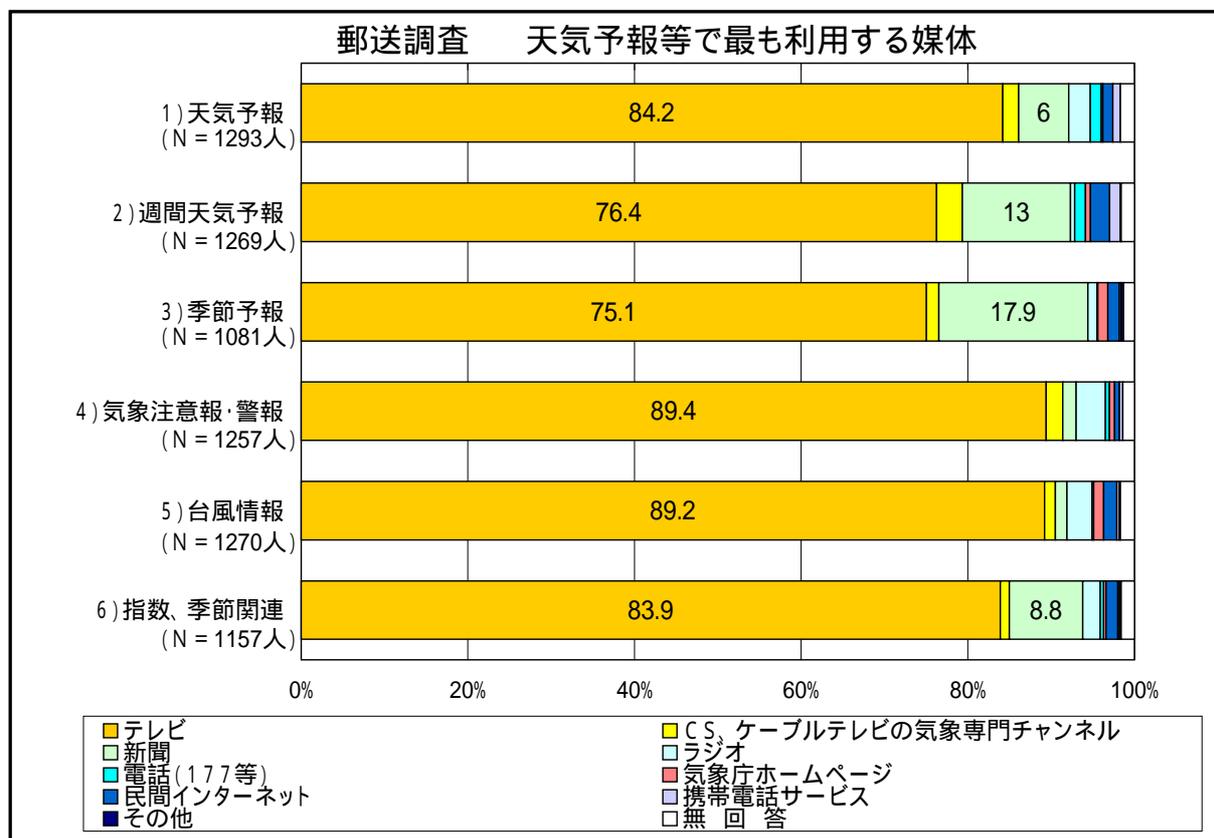
- ・海に関するもの
（海水浴場や釣り場の海水温情報、潮汐・潮流 等）
- ・開花・園芸に関するもの
（紅葉予想、桜以外の開花予想 [梅など] 等）
- ・季節に関するもの
（動植物に関すること、初雪予想 等）
- ・交通に関するもの
（路面凍結等の道路に関すること 等）
- ・生活、環境に関するもの
（体感温度、外出時の服装に関すること、湿度（乾燥）に関すること 等）
- ・生気象に関するもの
（風邪に関すること [気温・湿度など気象との関係] 等）
- ・雨、雪、雷、気温に関するもの
（スキー場関連の気象情報、雷予報・指数 等）
- ・その他

8 利用媒体

利用する媒体、そのうち最も利用する媒体

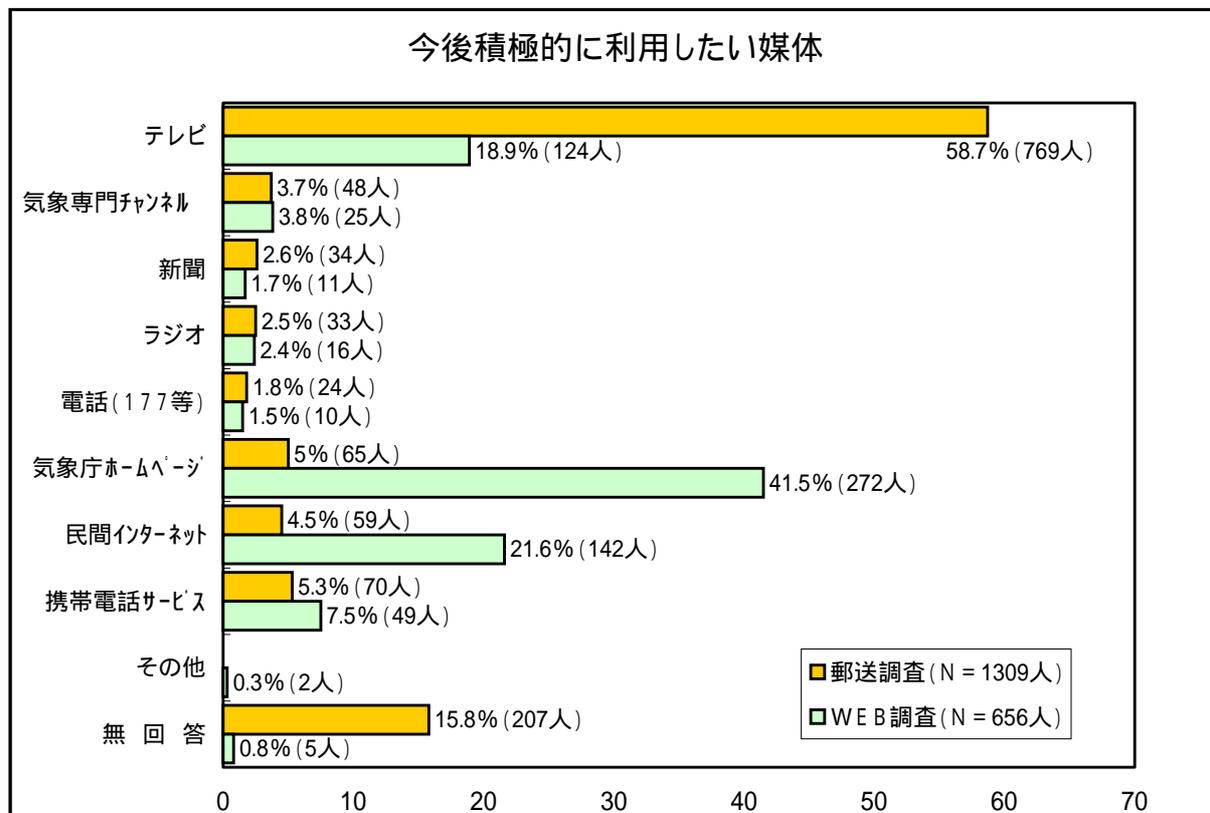
(郵送) 天気予報の種類による区別なく、テレビ、新聞、ラジオ、の順で高い割合を占めており、電話(177等)での利用も2割近くを占めました。最も利用する媒体もテレビが最も多いが、週間天気予報、季節予報は、新聞と答えた人も1~2割と比較的多くなっています。

(WEB) テレビの割合が最も高いが、様々な媒体を利用しており、気象庁ホームページ、民間インターネットを利用する割合が非常に高くなっています。また、最も利用する媒体として、インターネットを利用する人が3割を超えています。



今後積極的に利用したい媒体

郵送調査では、テレビの割合が最も高く半数以上を占めていますが、WEB調査ではテレビが2割程度にある一方で、気象庁ホームページや民間のインターネットを利用したいと回答した人が、合わせて6割以上を占めました。



今後、天気予報の提供や発表・表示してほしい媒体（自由回答） 主なもの

- ・ 特になし、今のままで十分
- ・ 街頭や道路・駅、公共交通機関（地下鉄やバス）で表示してほしい
- ・ インターネット、携帯電話サービスの充実（WEB調査では、「気象庁ホームページ」の内容充実）
- ・ 日中にくらべて放送される時間が少ない、天気予報の夜～深夜などにおける天気予報の放送や、テレビなどで常時表示してほしい 等

9 天気予報や気象庁に対する意見、要望（自由回答） 主なもの

天気予報に対する意見・要望は、各予報や情報に対していただいた内容・不満などと同様でした。主なものは次のとおりです。

- ・ 当たるようにしてほしい
- ・ よりきめ細かな地域・表示をしてほしい
- ・ 天気予報で用いる用語の意味の解説をわかりやすく
- ・ はずれたらその根拠を示してほしい 等

気象庁に対する意見・要望は、「がんばってほしい」という激励が多く寄せられるとともに、主なものは次のとおりです。

- ・ 予報精度や信頼性の向上
- ・ データの充実、きめ細かな情報提供
- ・ もっと気象庁の仕事や情報についてPRすべき 等