

気象情報等の利活用に関する調査結果の概要

- 短期予報及び週間予報の重視度・満足度は、約 90%と高かった。
- 時系列予報及び分布予報の認知度・利用度は、短期予報に比べ低かった。
- 週間予報の信頼度の重視度・満足度は、天気(晴・曇・雨)や気温の重視度・満足度に比べ低かった。
- 高解像度降水ナウキャスト、降水ナウキャスト、降水短時間予報の認知度が天気予報等に比べ低かった。
- 予報の不満としては「予報が外れることがある」、「予報が変わることがある」が高率だった。
- 20代と30代では、気象情報を携帯電話から入手する割合が高かった。

I 調査の概要

1 目的

国民の天気予報に対する利活用状況を評価し、満足度の変化を明らかにするとともに、今後の業務改善のための資料とすること

2 調査内容

- (1) 短期予報・時系列予報・天気分布予報・週間予報の入手方法、信頼度、満足度、利用度、重視度、不満等
- (2) 高解像度降水ナウキャスト・降水ナウキャスト・降水短時間予報への関心度、利活用状況、要望等
- (3) 短期予報及び週間予報の予報精度の変化に関する認識

3 調査方法

(1) 調査対象者

日本全国に在住の 20 歳以上の男女

(2) 調査手法

インターネット上の WEB 画面に用意した質問に回答する方式

(3) サンプル数および割り付け

サンプル数 3,400 件 (サンプル数に誤りがあったので訂正しました[平成 27 年 4 月 20 日])

平成 22 年国勢調査人口等基本集計 (総務省統計局) の性別、年齢、居住地の分布割合を元に割り付け。

(4) 調査実施日

平成 27 年 1 月 20 日 (火) ~1 月 26 日 (月)

II 調査結果の概要

(1) 予報の利用度

短期予報は 86.0%の人が利用し、毎日一度以上利用する人は 67.3%であった。

時系列予報、分布予報については、「予報のことを知らない」人が 20%前後に上り、認知度がまだ低い。毎日一度以上使う人は、時系列予報で 43.2%、分布予報で 28.9%にとどまる。

週間予報を利用する人は短期予報並みの 86.7%。毎日一度以上利用する人は 50.1%であった。

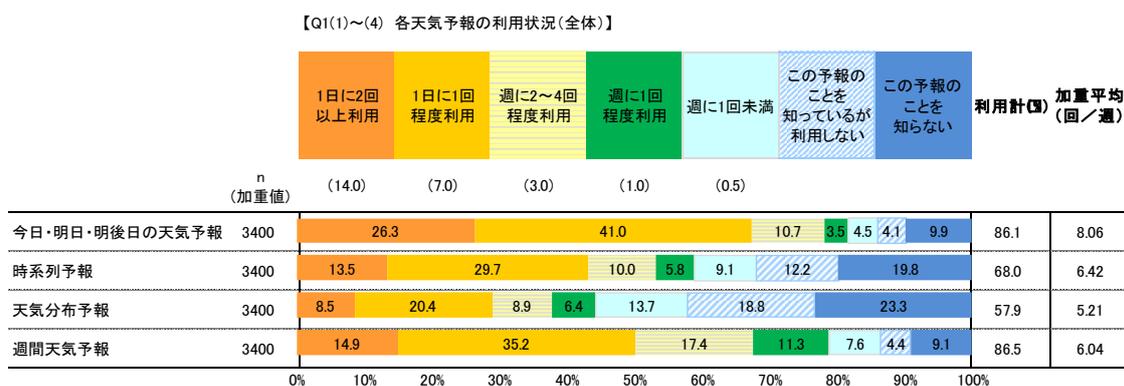


図 1 天気予報の利用度

(2) 短期予報の要素別重視度

天気 (「(やや) 重視する」が 98.2%)、降水確率 (同 92.9%) に続いて、最高・最低気温 (同 86.9%) を重視する人が多い。昭和 55 年に東京地方に導入された降水確率 (昭和 61 年全国に拡大) が、生活に定着していることが伺われる。

その他の要素のうち、波浪（同 11.2%）は重視度が低く、重視しない人が 59.5%にのぼる。これは、職業が「農林漁業」の人が 0.7%と少ないことが一因の可能性はある。職業が「農林漁業」の方に限ると、波浪を「(やや) 重視する」は 27.2%に上る。

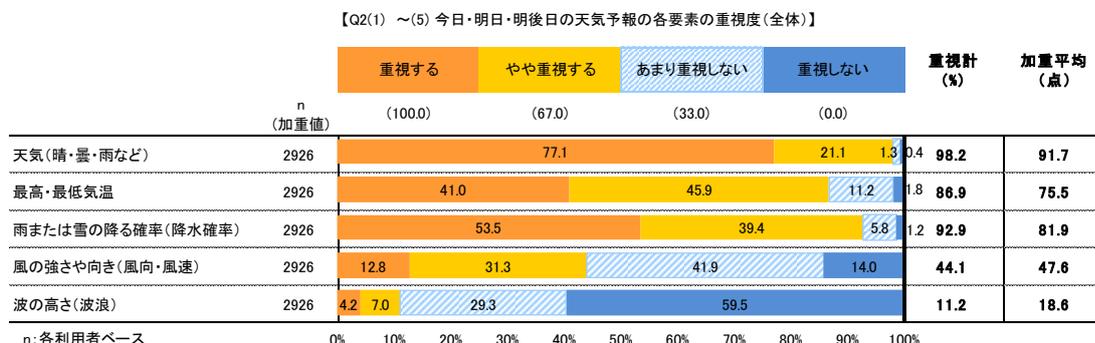


図 2(a) 短期予報の要素別重視度

(3) 短期予報の満足度

天気については 94.0%、最高・最低気温については 94.2%の人が (やや) 満足と回答し、高い満足度を示した。

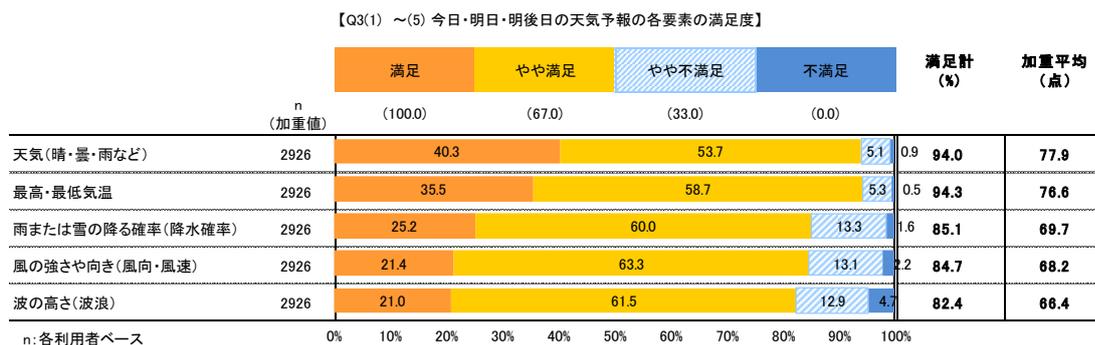


図 2(b) 短期予報の要素別満足度

(4) 週間予報の満足度・重視度

週間天気予報を利用している人のうち、天気、最高・最低気温、降水確率は約 90%以上の人が (やや) 重視しているが、信頼度を (やや) 重視している人は 76.2%にとどまっている。

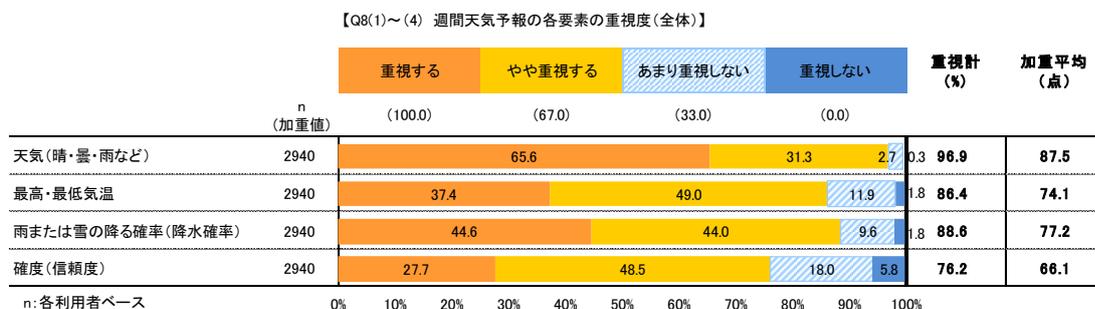


図 3(a) 週間予報の要素別重視度

重視度が高いと満足度も高い傾向があり、天気、気温は約 90%の人が（やや）満足だが、信頼度に（やや）満足の方は 71.7%であった。

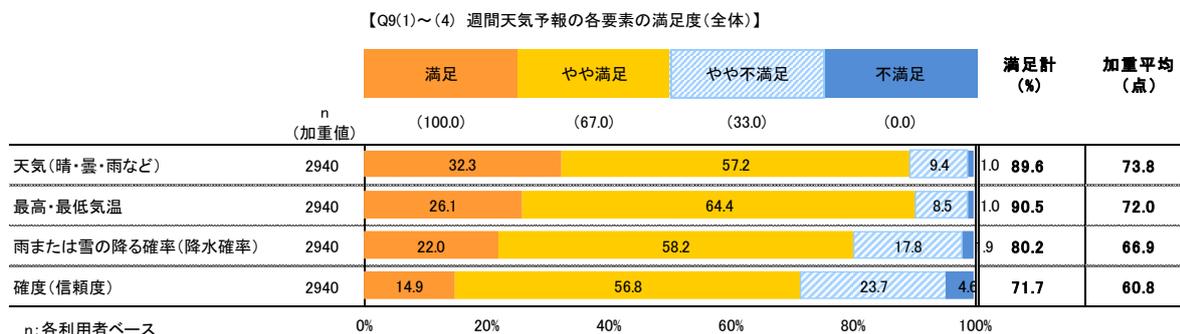


図 3(b) 週間予報の要素別満足度

(5) 時系列予報・天気分布予報の重視度・満足度

時系列予報を利用している人の 88.1%が時系列予報を（やや）重視しており、90.7%が（やや）満足している。天気分布予報を利用している人の 73.8%が天気分布予報を（やや）重視しており、84.7%が（やや）満足している。

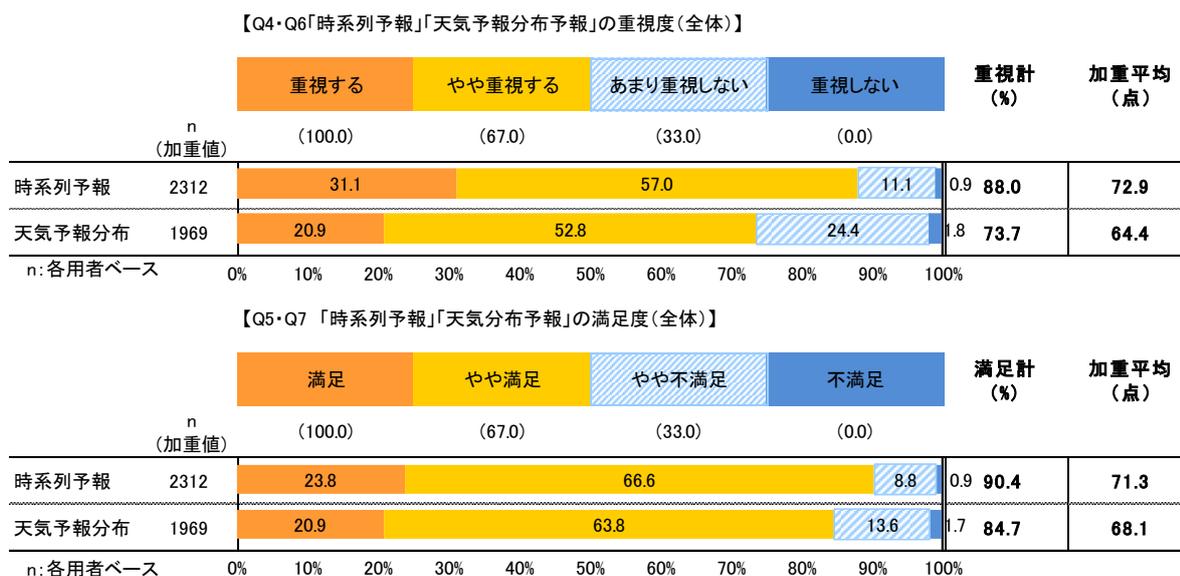


図 4 時系列予報・天気分布予報の重視度（上）と満足度（下）

(6) 予報に対する不満

短期予報では、「予報が外れることがある」（42.0%）、「予報が変わることがある」（41.4%）が上位を占める。「テレビ局や WEB サイトによって予報内容が違う」は 20.0%。「必要な地域の予報が出ない」は 13.9%であった。

時系列予報では、上位の項目は短期予報と同様であった。

天気分布予報では、「内容が詳しくない」が11.4%、「内容がわかりにくい」が10.9%に浮上した。

週間天気予報では、上位の項目は短期予報と同様だが、「予報が変わることがある」を不満に思う人の割合が49.0%と高率になった。

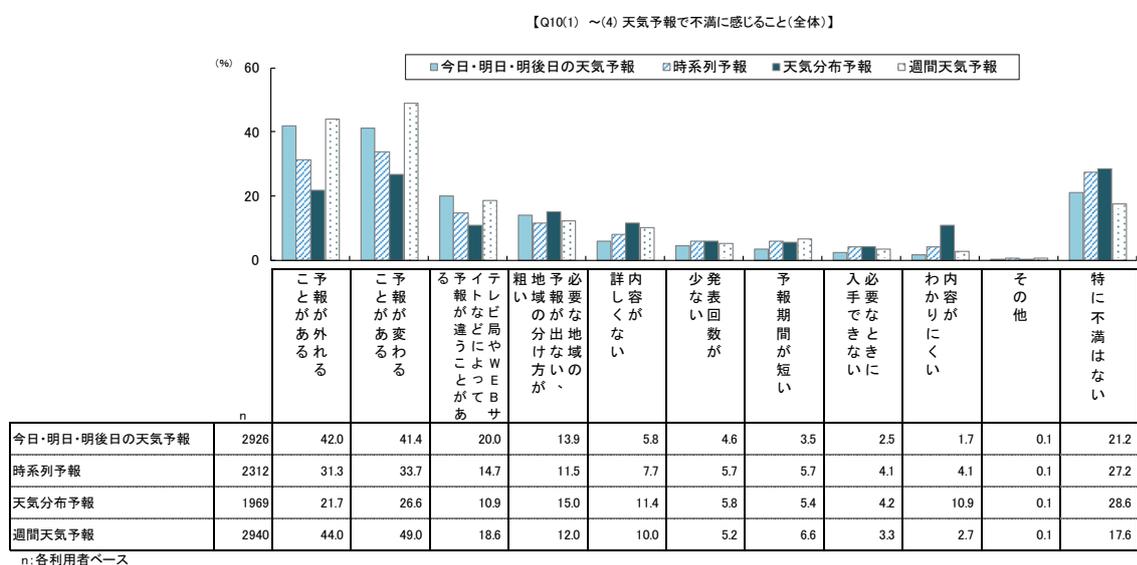


図5 天気予報に対する不満

(7) 時系列予報や天気分布予報を「知っているが利用しない」理由

いずれの予報も「利用する必要がない」が約60%を占め、「使い方を知らない」、「どこに情報があるか知らない」が約15%で続く。情報の内容や使い方について周知が不十分である可能性がある。

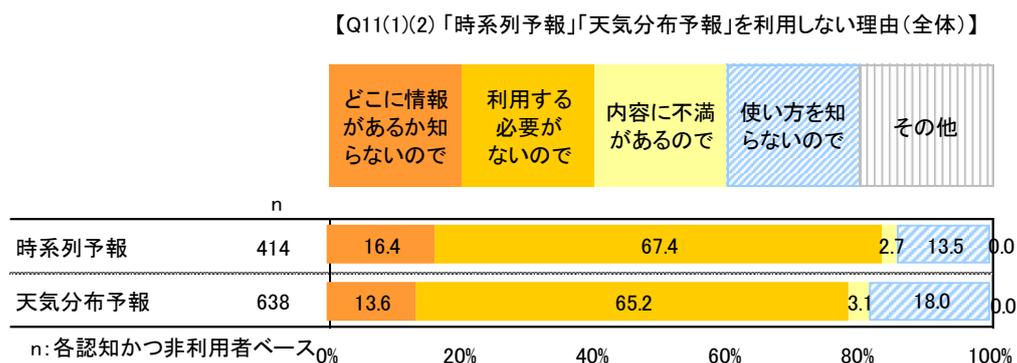


図6 時系列予報や天気分布予報を「知っているが利用しない」理由

(8) 天気予報の利用目的

短期予報では、「服装や持ち物の判断」(65.7%)、「外出や野外活動・行事の可否の判断」(55.8%)、「家事の判断」(50.4%)が上位の項目であった。

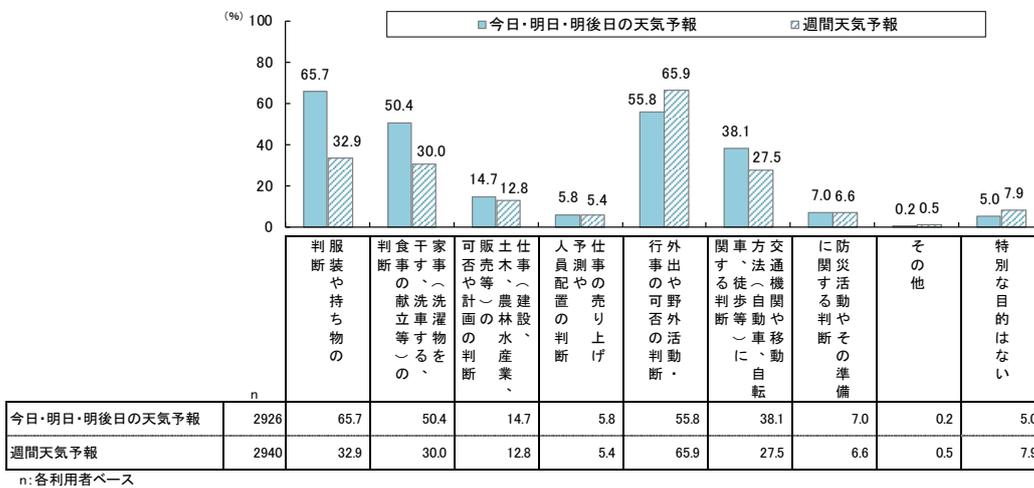
職業によって利用目的の傾向に違いがある。高率なのは以下の通り。

- ・ 学生：服装や持ち物の判断
- ・ 専業主婦（夫）は家事（洗濯物を干す、洗車する、食事の献立等）の判断
- ・ 商工サービス自営、技術・技能職、販売サービス職：仕事（建設、土木、農林水産業、販売等）の可否や計画の判断
- ・ 無職：外出や野外活動・行事の可否の判断

週間予報では「外出や野外活動・行事の可否の判断」（65.9%）が圧倒的。中でも商工サービス自営の方は、仕事（建設、土木、農林水産業、販売等）の可否や計画の判断が高率であった。予報の種類によって適切に目的を使い分けていることが伺われる。

また、女性は服装や持ち物の判断に利用している割合が男性より高かった。天気予報で気温を重視している割合も女性が高いことから、天気予報の利用方法に男女差があることがわかった。

【Q12(1)(2)「今日・明日・明後日の天気予報」「週間天気予報」の利用目的(全体)】



【Q12(1)「今日・明日・明後日の天気予報」の利用目的(性別)】

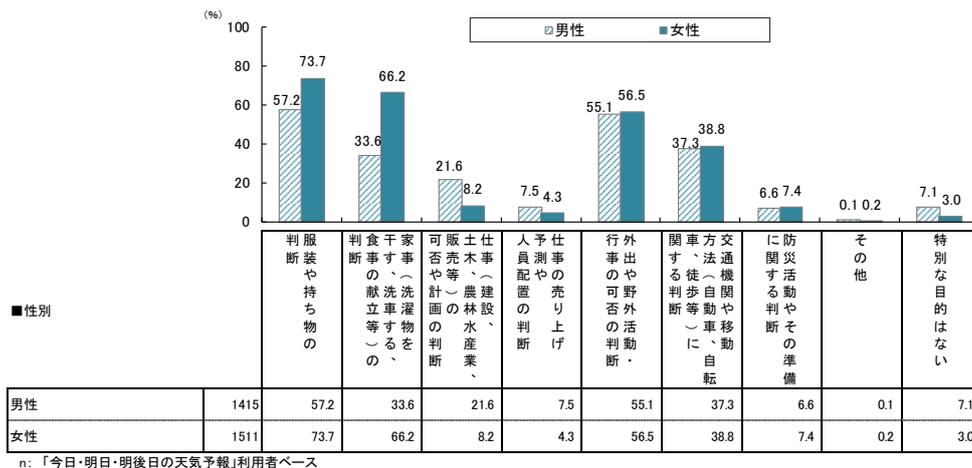


図7 天気予報の利用目的（下は短期予報の男女別）

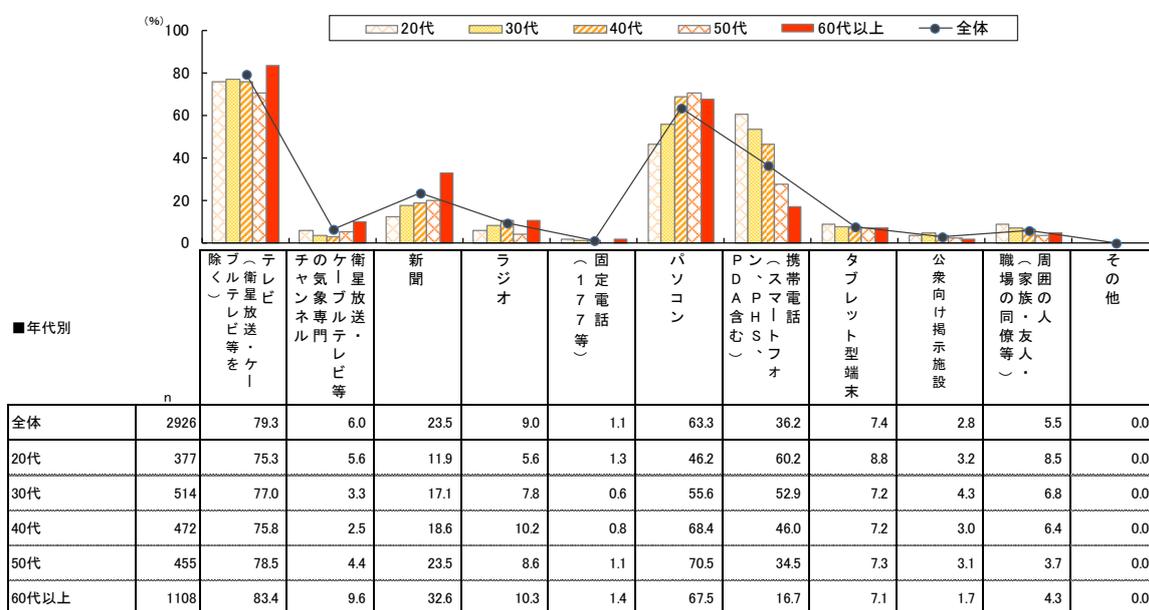
(9) 天気予報を見聞きする手段

短期予報、週間予報とも同様の傾向で、「テレビ」が約 79%、「パソコン」が約 63%、「携帯電話（スマートフォン等を含む）」が約 36%、「新聞」が約 24%の順。「タブレット端末」は約 7%にとどまった。テレビのほか、家庭やオフィスに設置したパソコンを使って予報を入手している様子がうかがわれる。（割合の数値を修正しました[平成 27 年 8 月 6 日]）

携帯電話やタブレット端末といったモバイル端末はまだ多数派にはなっていないが、20代（60.2%）や30代（52.9%）は携帯電話を手段とする率が高く、年代が上がるにつれて低くなった。

平成 19 年度調査と比較すると、短期予報を見聞きする手段として「新聞」との回答が急減した一方、携帯電話（携帯電話サービス）との回答が大きく増加した。

【Q13(1)「今日・明日・明後日の天気予報」を見聞きする手段(年代別)】



n:「今日・明日・明後日の天気予報」利用者ベース

【Q13(1)「今日・明日・明後日の天気予報」を見聞きする手段】

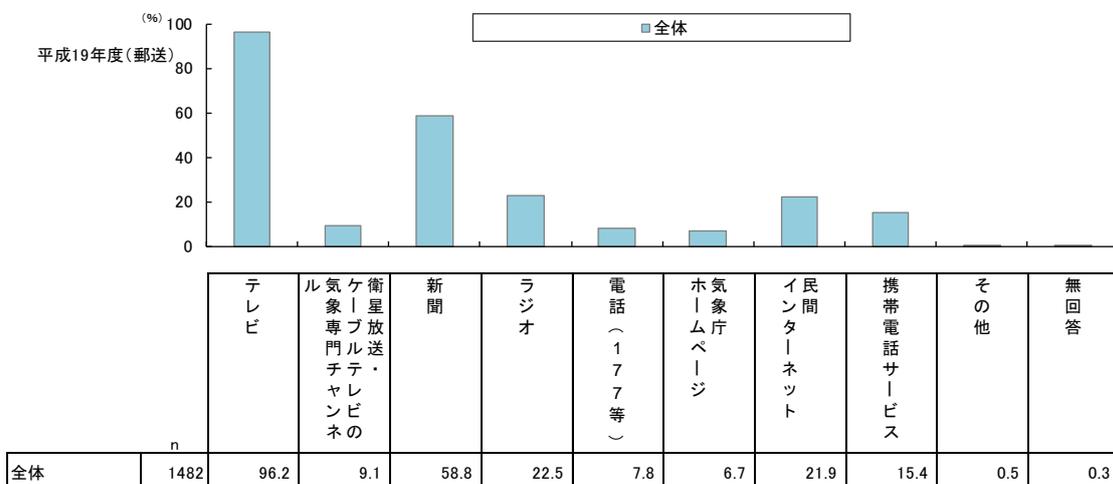


図 8 天気予報を見聞きする手段

(10) 「パソコン」、「携帯電話」または「タブレット型端末」を通じて天気予報等を入手する手段

「民間気象会社のホームページ（無料）」（53.8%）、「民間の防災ポータルサイト（yahoo等）」（33.7%）、「気象庁本庁ホームページ」（27.5%）、「携帯電話（スマートフォン等を含む）、タブレット型端末のアプリ」（23.6%）が上位だった。

他には、「携帯電話（スマートフォン等を含む）、タブレット型端末のアプリ」は20代（34.5%）、学生（42.9%）の利用が多かった。「民間気象会社のホームページ（有料）」と答えた人は1.1%だった。気象庁本庁ホームページ」を利用する人の割合は、年齢とともに高くなる傾向があった。

【Q14 見聞きする手段で具体的に利用している情報源（年代別）】

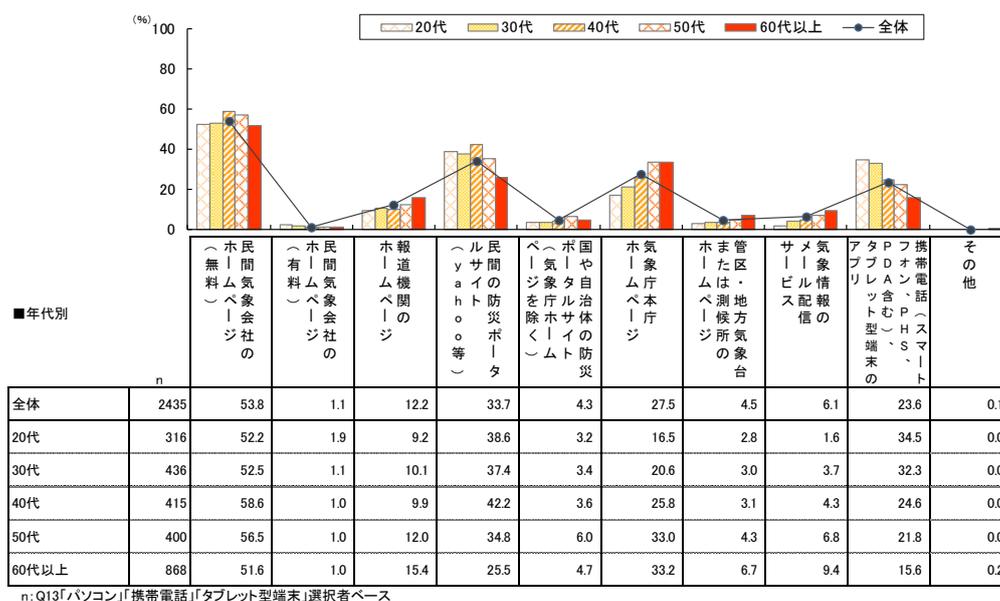


図9 「パソコン」、「携帯電話」または「タブレット型端末」を通じて天気予報等を入手する手段

(11) 高解像度降水ナウキャスト、降水ナウキャストまたは降水短時間予報（以下降水短時間予報等）の認知度

いずれも、サービスの存在を知っている人は約25%と低率だった。利用したことがある人は全体の10%程度にとどまっている。

年代による違いはあまりなかった。性別で分けると、女性の認知度が低い傾向があった。

【Q15(1)～(3) 高解像度降水ナウキャスト/降水ナウキャスト/降水短時間予報の利用・認知（全体）】

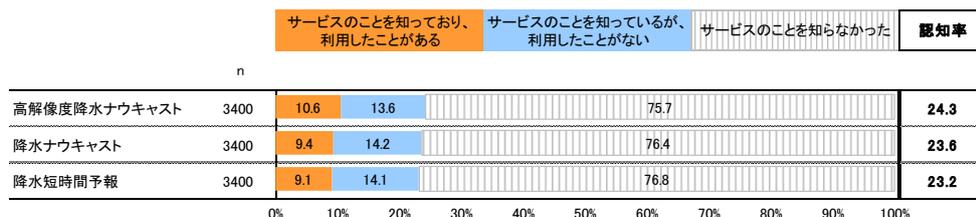


図10 高解像度降水ナウキャスト、降水ナウキャストまたは降水短時間予報の認知度

(12) 雨が降った(降りそうな)ときの降水短時間予報等の利用頻度

いずれの情報も、一時間より短い頻度で利用する人が半数以上を占める。更新期間が短い情報ほど頻繁に利用する傾向があり、高解像度降水ナウキャストでは利用する人の20.2%が10分ごとより頻繁に利用している。

【Q16(1)~(3) 高解像度降水ナウキャスト/降水ナウキャスト/降水短時間予報の利用頻度(全体)】

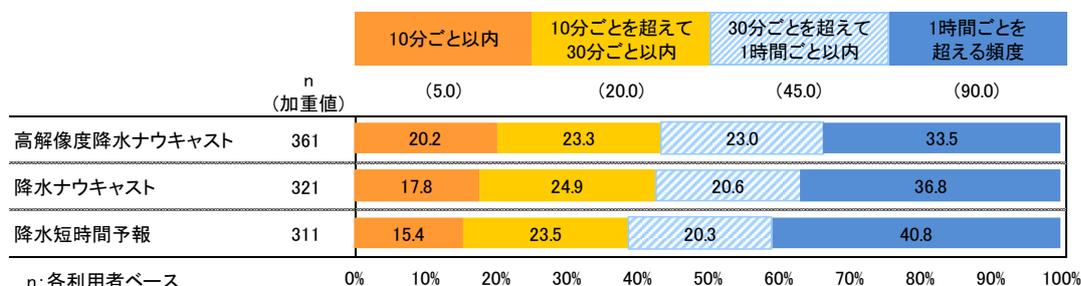
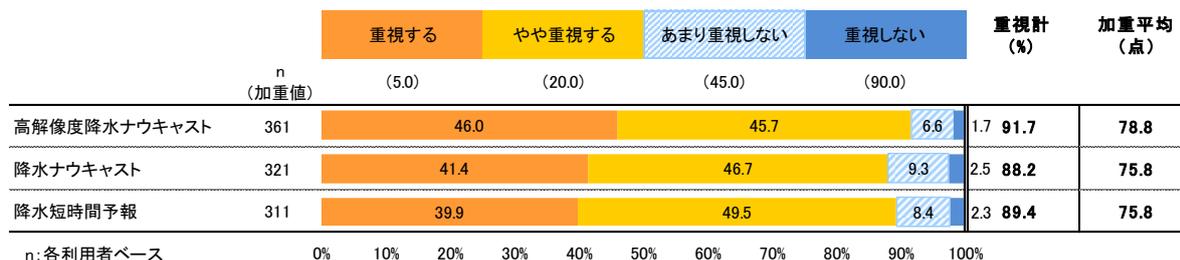


図 11 雨が降った(降りそうな)ときの降水短時間予報等の利用頻度

(13) 降水短時間予報等の重視度、満足度

プロダクトによる違いは小さく、(やや)重視する、(やや)満足ともに、約90%だった。

【Q17(1)「~(3) 高解像度降水ナウキャスト/降水ナウキャスト/降水短時間予報の重視度(全体)】



【Q18(1)「~(3) 高解像度降水ナウキャスト/降水ナウキャスト/降水短時間予報の満足度(全体)】

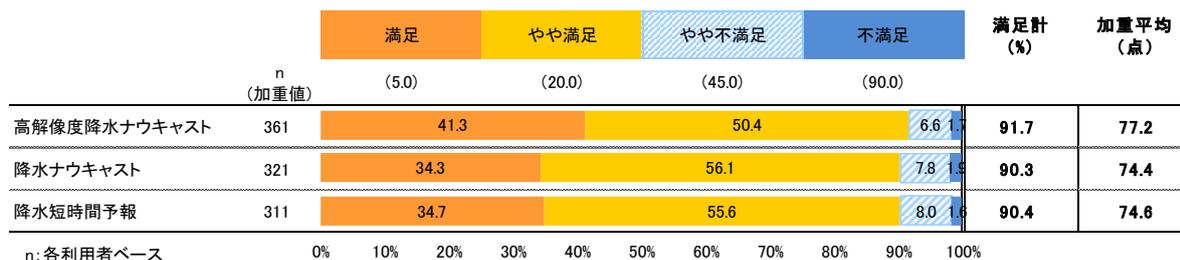


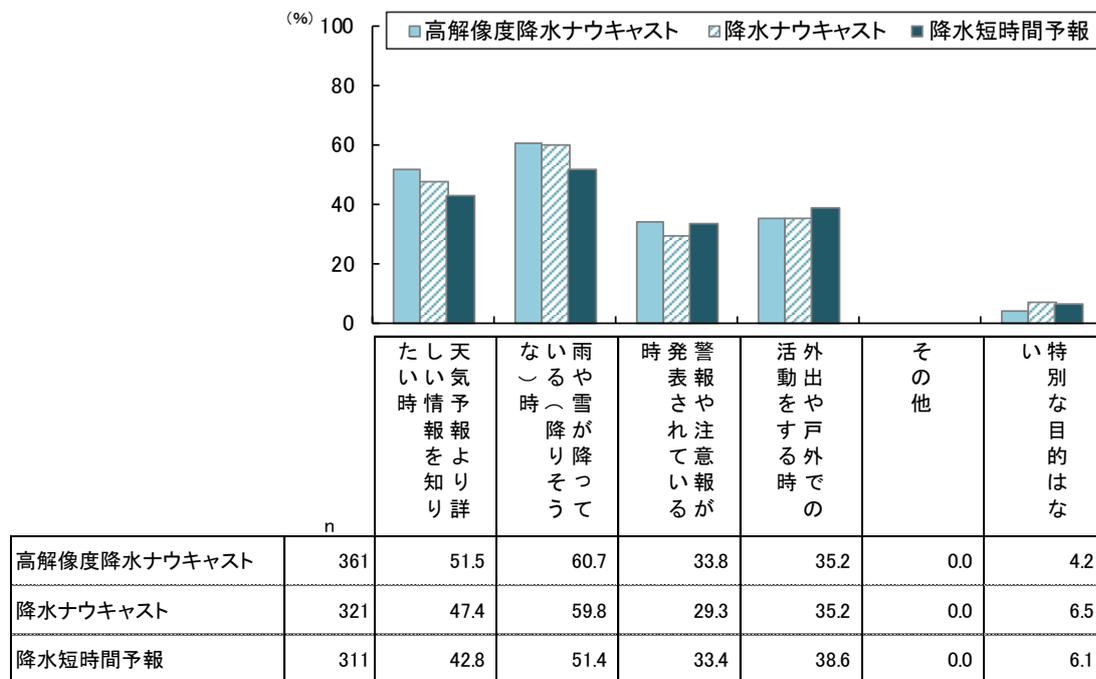
図 12 降水短時間予報等の重視度、満足度

(14) 降水短時間予報等を利用する機会

「雨や雪が降っている（降りそうな）時」が多く、「天気予報より詳しい情報を知りたい時」、
「外出や戸外での活動をする時」が続く。

専業主婦（夫）は「外出や戸外での活動をする時」と回答する率が高い。

【Q19(1)～(3) 利用目的(全体)】



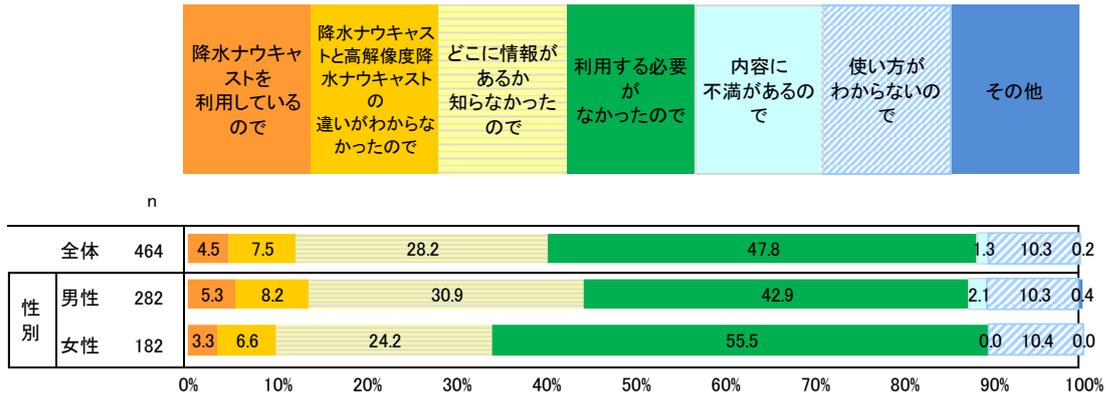
n: 各利用者ベース

図 13 降水短時間予報等を利用する機会

(15) 降水短時間予報等を「知っているが利用したことがない」理由

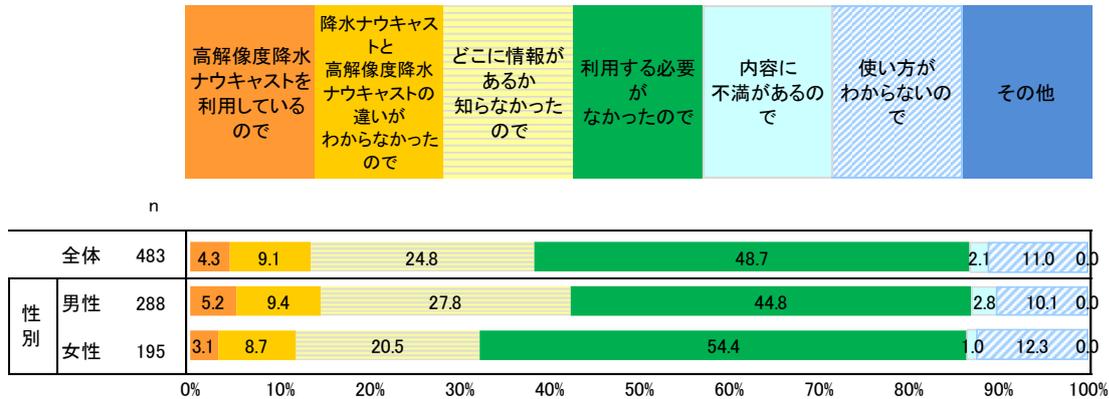
プロダクトによる違いは小さく、「利用する必要がなかった」に続いて「どこに情報があるか知らなかった」が上位。「降水ナウキャストと高解像度降水ナウキャストの違いがわからなかったの」は10%未満だった。「利用する必要がなかった」は女性が高率となる傾向がある。高解像度降水ナウキャストは、平成26年8月の運用開始以来、利用者から大変好評を得ている。「利用する必要がなかった」が高率なことから、情報価値が十分伝わっていないことが推測される。

【Q20 「高解像度降水ナウキャスト」を知っているが利用しない理由(性別・年代別・地方予報区別)】



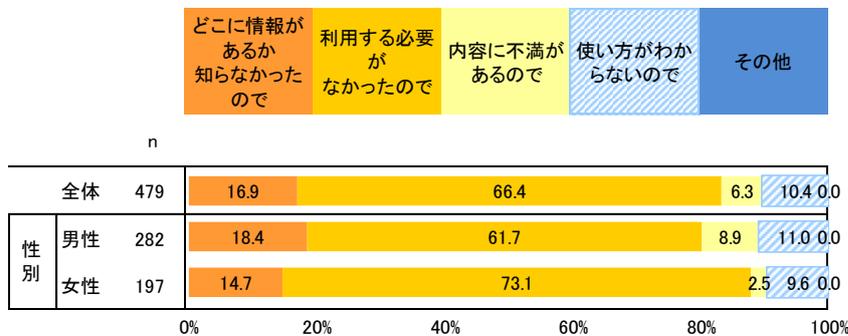
n:「高解像度降水ナウキャスト」認知かつ非利用者ベース

【Q22 「降水ナウキャスト」を知っているが利用しない理由(性別・年代別・地方予報区別)】



n:「降水ナウキャスト」認知かつ非利用者ベース

【Q24 「降水短時間予報」を知っているが利用しない理由(性別・年代別・地方予報区別)】



n:「降水短時間予報」認知かつ非利用者ベース

図 14 降水短時間予報等を「知っているが利用したことがない」理由

(16) 高解像度降水ナウキャスト、降水ナウキャストへの不満

両者の回答の傾向には大きな違いはなく、「予報時間が1時間先までと短い」が一位（高解像度降水ナウキャスト：39.9%、降水ナウキャスト：31.8%）。続いて「予報が外れることがある」、「目的の場所がどこかわかりにくい」が上位を占める。いずれも、「特に不満はない」が約30%を占める。

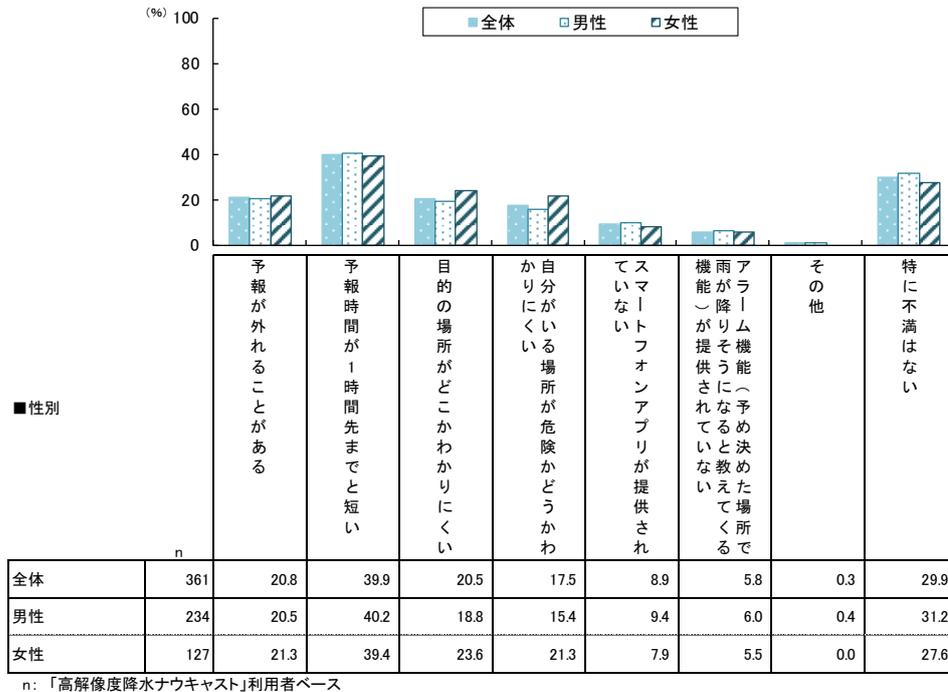


図 15 高解像度降水ナウキャストへの不満

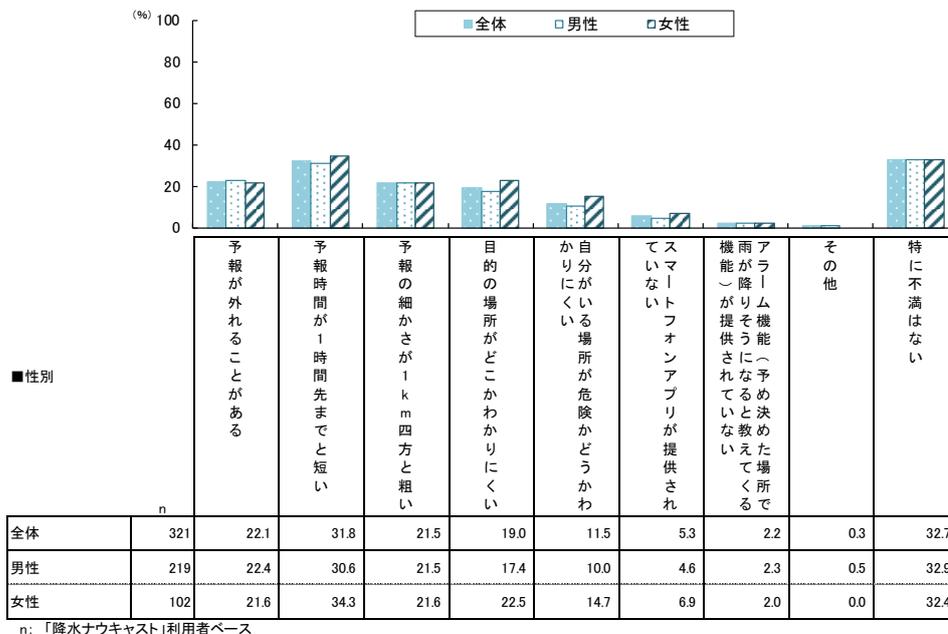
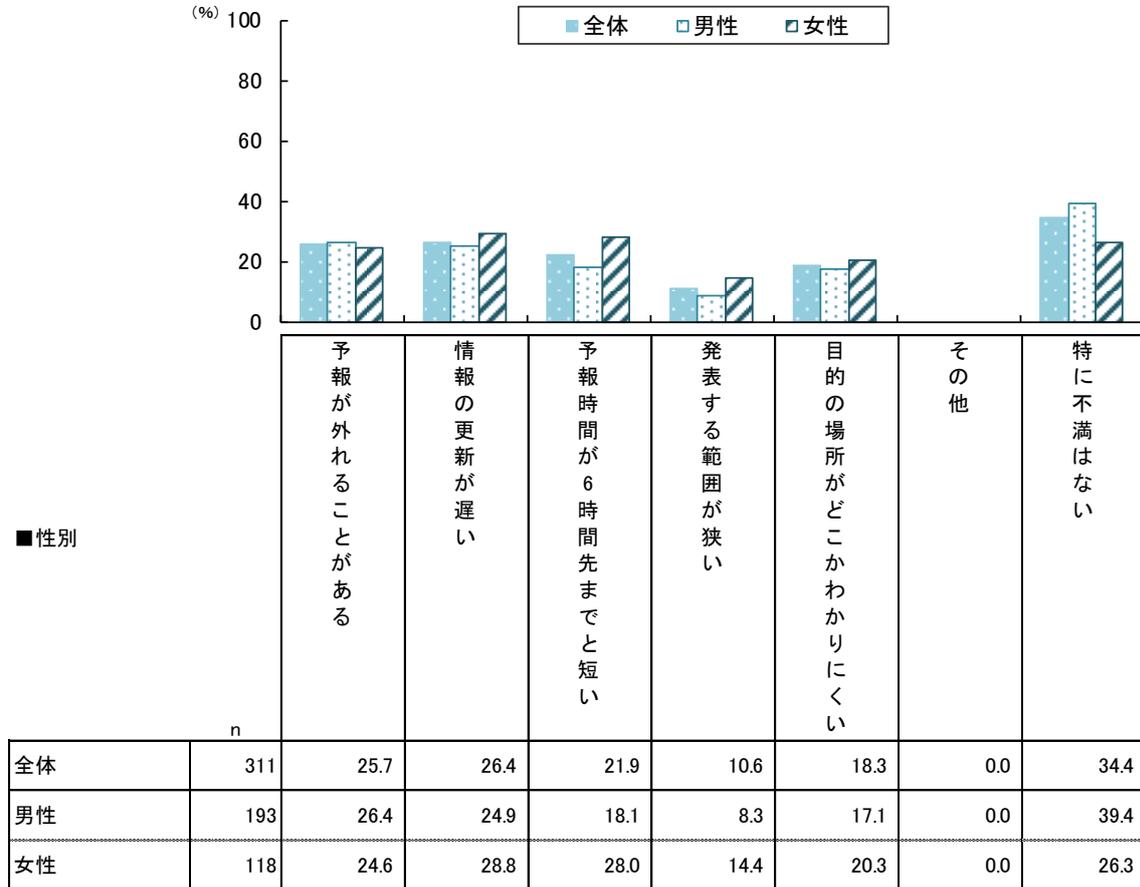


図 16 降水ナウキャストへの不満

(17) 降水短時間予報への不満

「特に不満はない」が34.4%で最も多い。不満で多いのは「情報の更新が遅い」、「予報が外れることがある」、「予報時間が6時間先までと短い」が上位。



n: 「降水短時間予報」利用者ベース

図 17 降水短時間予報への不満

(18) 短期予報及び週間予報の精度改善状況の認知度

短期予報、週間予報ともに約60%の人が「実際の精度改善と実感は、おおむね一致している」と回答。

【Q26・Q27 予報の改善実感の度合い(全体)】

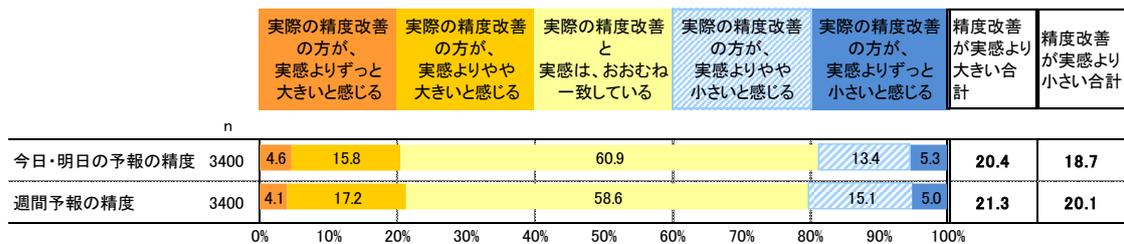


図 18 短期予報及び週間予報の精度改善状況の認知度

Ⅲ まとめ

- 短期予報及び週間予報の重視度・満足度は約 90%であり、高い割合で重視・満足されていることがわかった。
- 時系列予報、分布予報の認知度、利用度が低い。これらの情報についてさらに周知を進めるとともに、目的に応じた使い方や情報の取得の仕方をさらに広報する必要がある。
- 週間予報の信頼度の重視度・満足度が他の週間予報の項目に比べると低い。信頼度の使い方がわからないために、「予報が変わることがある」を不満に思うことにつながる可能性がある。信頼度の使い方をいろいろな機会をとらえて伝える必要がある。
- 高解像度降水ナウキャスト、降水ナウキャスト、降水短時間予報の認知度が天気予報等に比べて低い傾向があることから、引き続き、これらのプロダクトの広報に取り組む必要がある。
- 予報の不満としては「外れることがある」、「変わることがある」が高率であり、引き続き予報精度の向上に努めるとともに、予報精度の理解を深めるための広報を進める必要がある。
- 20代～30代の回答者は「携帯電話」から情報を入手する割合が高い。今後モバイル端末と親和性のよい情報提供を行うと効果的と考えられる。

今後は、本調査の結果を踏まえ、予報精度の向上とともに、天気予報等の利用の仕方についての周知広報に一層取り組んで参ります。