

事前周知及び意見把握のための手法一覧（案）

| 対象 | チラシ・新聞広告 | ホームページ | 必要性 パンフレット | アンケート | ヒアリング | 相談所 | 説明会 | シンポジウム | その他 |
|---|---|--|---------------------------------------|--|--|---|---|---|------------------------------------|
| 目的 | 周知 | 周知・意見把握 | 周知・意見把握 | 意見把握 | 意見把握 | 意見把握 | 周知 | 周知 | 周知 |
| 奈良市・大和郡山市民 <small>奈良県内国道24号沿道市民 (奈良市と郡山市を除く)</small> 奈良県民 (上記以外) 京都府・和歌山県・大阪府民 有識者等 ・経済界 ・首長 ・文化財関係者 ・商工会議所等 | 奈良県 京都府南部 | 全国 | 奈良県内 | 奈良県 京都府 大阪府 和歌山県 | 奈良県内 | 奈良市 大和郡山市 | 奈良市 大和郡山市 | 奈良県内 | 奈良県内 |
| 長所 | ・広く配布できる | ・広範囲に、低コストで、速やかに情報を配信できる ・詳細かつ多くの情報を載せられる | ・比較的広く配布できる | ・広範囲に対し、意見や意向の概ねの傾向を推計することができる | ・深く意見を聞くことが可能 ・キーパーソンにヒアリングすることで重要な情報を得ることが可能 | ・面談方式なので的確な情報提供が可能 ・具体的理由を含めた意見把握が可能 | ・比較的多人数を対象に、的確な情報提供が可能 | ・広くアピールできる ・一度に多くの人に情報を伝えることができる | ・新聞等を余り読まない層への周知が可能 |
| 短所 | ・情報量が極めて限られる ・配られたすべての人がチラシを見るとは限らない | ・インターネット利用者に限られる | ・配布されても読まれない可能性あり ・あまり多くの情報を載せられない | ・理解が浅くまとまった回答が得られない場合あり ・把握できる意見内容に限られる | ・対象者数を限定せざるを得ない | ・対応可能人数がある程度限定される | ・対応可能人数がある程度限定される ・関心の薄い人は足を運ばない | ・双方向の対話に限られる ・関心の薄い人は足を運ばない ・人数が会場容量に限られる | ・対象が購読層に限られる |
| 備考 | ・新聞織り込み、新聞広告 ・道の駅等で配布 | ・有識者委員会事務局の奈良国道事務所に開設 | ・関係行政機関の窓口、道の駅等で配布 ・意見把握の葉書を添付 | ・対象エリア、標本数の設定の考え方の検討が必要 ・訪問配布・回収 | ・対象者選考の方法等検討が必要 | ・外環の事例では、たたき台の公表後実施 | ・外環の事例では、たたき台の公表後計7会場を実施 ・都市計画決定や環境アセスでは、都計権者または事業者が計画案決定後開催 | ・アンケート開始前、後等開催時期の検討必要 | タウン誌に掲載 (毎月25日発行) 掲載は1ヶ月前に調整 |