

また、このような対策を講じるためには、「生活文化局保有個人情報の安全管理実施基準」等において、情報システムの外部委託業者に対して講ずるべき管理方法などを見直すことも必要であるものと考えられる。

(意見2-9) 外部委託業者による個人情報漏えいリスクとその対策について生活文化局では、システムを所管する各課が情報システム関連業務を業者に委託する場合、「生活文化局保有個人情報の安全管理実施基準」に従って、委託業者が遵守すべき個人情報管理に関する事項を契約書に盛り込んである。しかしながら、一部の課の個人情報管理責任者などが、①外部委託業者が図書館管理システムにリモートアクセスし得るか否か、②外部委託業者が同システムの改修ないし機能追加をする場合、どのようにシステムテストを実施しているのか(本番システムの個人情報を利用していいのか)などを十分に把握していないことから、外部委託業者による個人情報漏えいリスクという観点からは、各課が十分に個人情報保護の評価・管理をしているとは言い難い。

生活文化局が所管するシステムについて、外部委託業者が個人情報を漏えいするという事案は過去に発生していないことであるが、仮に生活文化局が所管するシステムについて、このような事案が発生しており、仮に生活文化局が緊急対策の業務やコストが多大なものになることから、「生活文化局保有個人情報の安全管理実施基準」等において、情報システムの外部委託業者に対して講ずるべき管理方法などを見直した上で、各課の個人情報管理責任者などは、外部委託業者に対しても更に十分な個人情報漏えいリスクの対策を講ずることとされたい。

II 広報広聴及び情報公開事業に関する指摘と意見

1. 「広報東京都」活字版の発行と廃棄について

(1) 「広報東京都」の概要について

生活文化局広報広聴部では、毎月1日に全都民を対象に都の広報紙である「広報東京都」を発行している。「広報東京都」には、都政の重要政策についての分かりやすい解説、都民生活に必要な情報や催しなどを掲載している。媒体は活字版のみならず、WEB版、点字版、音声版がある。

表 D2-1-1 「広報東京都」の概要

印刷媒体名	内容	平成26年度発行計画	平成26年度発行実績
活字版	都政の重要施策についての分かりやすい解説や、都民生活に必要なお知らせ等を盛り込んでいる。配布方法は、主要日刊紙(6紙)への新聞折り込みが主体である。新聞非購読者のためには、区市町村、福祉事務所、保健所、郵便局などの窓口や都営地下鉄の駅等で配布している。	年12回 8頁 8回 4頁 4回 409万部/回	年12回 8頁 8回 4頁 4回 406万部/回
WEB版	活字版「広報東京都」の内容をインターネットで提供している。	年12回	年12回
点字版	点字を解読できる視覚障害者向けに、活字版「広報東京都」の内容を点字に翻訳し、希望者へ配付している。	年12回 1,190部/回	年12回 1,100部/回
音声版	点字を解読できない視覚障害者向けに、活字版「広報東京都」の内容をカセットテープに吹き込み、希望者へ貸し出している。平成26年度からはオーディオ規格(CD-ROM)の公共施設への配付及び希望者への配付(11月号から)を開始している。	年12回 テープ版: 1,540組/回、1組=2本(90分テープ) オーディオ版: 320枚/回、1,350枚/回(11月号から)	年12回 テープ版: 1,370組/回、1組=2本(90分テープ) オーディオ版: 440枚/回

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

(2) 広報広聴活動に関する調査結果について

広報広聴部は、都民に発信した都政情報に対して、都民がどのように接し、どう理解し、評価しているのか、また、どのような広報媒体により、どのような情報提供を望んでいるのか等を把握するため、「広報広聴活動に関する調査」(以下、「本調査」という。)を毎年実施している。

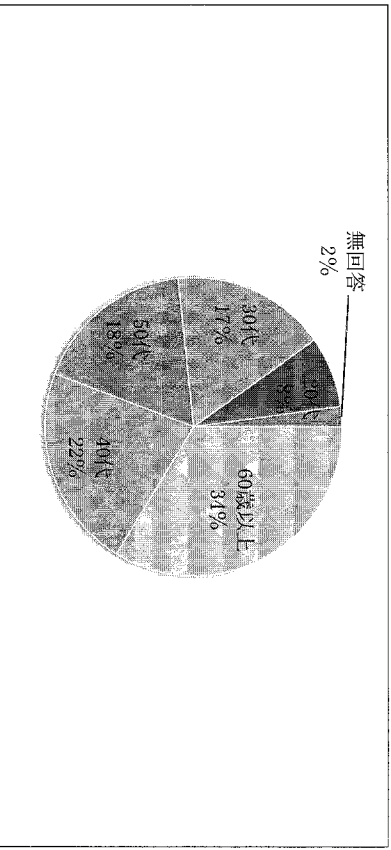
表 D2-1-2 平成 26 年度における本調査の実施概要

調査地域	東京都
調査対象	満 20 歳以上の男女個人
標本数	3, 000 標本
抽出方法	住民台帳に基づく層化二段無作為抽出法
地点	200 地点
調査方法	郵送配布郵送回収方法
調査期間	平成 26 年 11 月 7 日 (金) から平成 26 年 11 月 30 日 (日)
回収結果	有効回収標本数 (回収数) 1, 368 標本 (45. 6%)

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

グラフ D2-1-1 のとおり、本調査の回答者の年代構成については、40 代以上の回答者が 74% と大多数を占めている。

グラフ D2-1-1 本調査回答者の年代構成



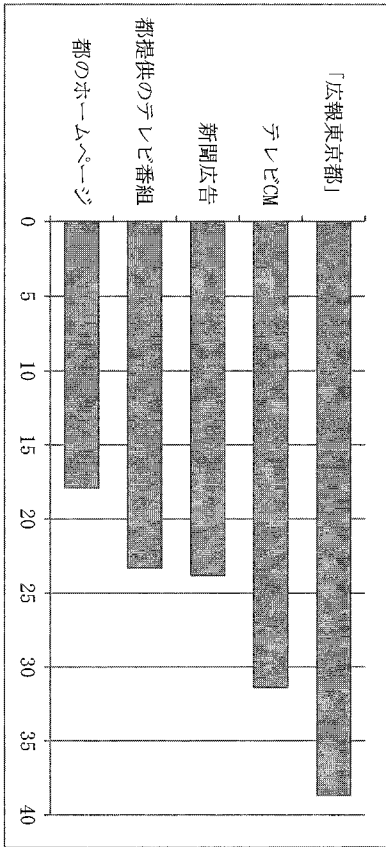
(生活文化局作成資料より監査人が作成)

(注) 本表は、小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、項目を合計しても 100. 0% とならない。

それでは、都民が都政情報入手する上で、今後どのような広報媒体を期待しているのだろうか。その調査結果はグラフ D2-1-2 のとおりであった。

グラフ D2-1-2 都民が今後力を入れてほしい広報媒体

(単位：%)



(生活文化局作成資料より監査人が作成)

グラフ D2-1-2 のとおり、都民は都政情報入手する媒体については、広報紙「広報東京都」による情報発信を期待していることが分かる。

(3) 「広報東京都」の発行部数について

「広報東京都」は、都民一般を対象に配布されており、平成 26 年度は活字版を毎月 406 万部発行している。その算定式は以下のとおりである。

平成26年度の「広報東京都」発行部数の算定式

$$\begin{aligned} & \text{平成26年度 1回当たり発行部数} \\ & = (\text{平成25年12月における新聞折り込み部数} + \text{公共窓口等配布部数}) \times 1.01 \\ & = (3,863,300 + 151,071) \times 1.01 \\ & = 4,054,514 \\ & \Rightarrow 406 \text{万部 (1万部以上切り上げ)} \end{aligned}$$

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

(注1) 準備契約時直近(12月)の実配布部数(新聞折り込み及び公共窓口等における配布分)の残が全体の1%程度となる部数を発行規模とする。

(注2) 準備契約とは、次年度開始直後(4月1日)から履行が必要な業務については、次年度に入ってから契約手続を行ったのでは業務に支障をきたすため、「次年度予算が議会において承認された場合」という条件を付した上で、前年度中に契約確定のための準備作業を行うものである。

都では「広報東京都」を、臨時号を除き毎月発行しているため、平成26年度の総発行部数は以下のとおりとなる。

$$406 \text{万部/回} \times 12 \text{回/年} = 4,872 \text{万部 (平成26年度は臨時号の発行なし)}$$

上記、「広報東京都」発行部数の算定式のとおり、この発行部数には予備部数として全体の1%を上乗せしていることが分かるが、監査人としては、このような予備については、有効性・経済性の観点から、1%の算定根拠ないし過剰在庫の妥当性について疑問が生ずるところである。

そこで、まず、このように配布実績の1%を予備として確保する理由を広報広聴部に質問したところ、以下の回答を得た。すなわち、新聞購読者数の減少などにより、毎年「広報東京都」の発行部数が減少しているが、広報広聴部では、その対策として公共窓口等への配布箇所の拡大に努めていることから、年度途中の配布部数が拡大しても対応できるよう、1%の予備を確保しているということである。しかしながら、当該1%とするものの客観的な根拠については、回答を得ることができなかった。

なお、「広報東京都」新聞折り込みと公共窓口等へ配架・配布の推移は、表D2-1-3のとおりである。また、これを月別の推移にしたものが、グラフD2-1-3(新聞折り込み部数の推移)とグラフD2-1-4(公共窓口等配布部数の推移)である。

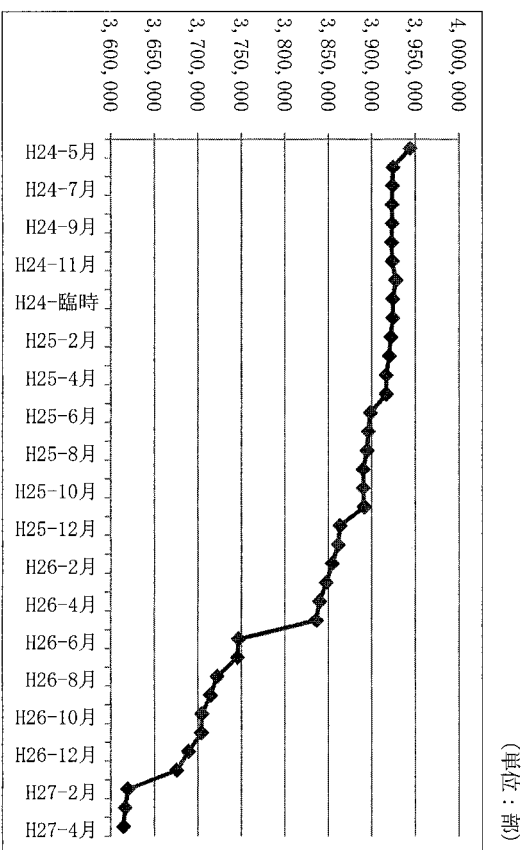
表D2-1-3 「広報東京都」の配布部数の推移

配布箇所	平成24年度	平成25年度	平成26年度
新聞折り込み ①	3,924,588	3,878,675	3,699,133
公共施設	143,996	146,279	136,986
JR・私鉄 鉄道駅	2,500	2,900	11,500
4年制大学	2,570	3,250	3,160
生活協同組合	-	-	5,000
民間医療機関	-	-	1,800
公共文化施設	-	-	2,480
公共窓口等小計 ②	149,066	152,429	160,926
合計 (①+②)	4,073,654	4,031,104	3,860,059

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

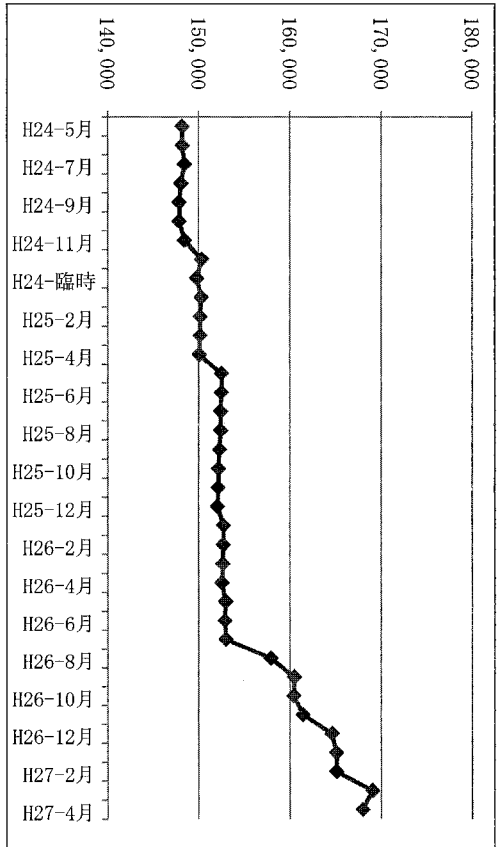
平成24年度と比較して平成26年度においては、グラフD2-1-3のとおり新聞折り込み部数が激減していること、またグラフD2-1-4のとおり公共窓口等への配布箇所が拡大していることが分かる。

グラフD2-1-3 「広報東京都」新聞折り込み部数の推移



(生活文化局作成資料より監査人が作成)

グラフ D2-1-4 「広報東京都」 公共窓口等配布部数の推移



(生活文化局作成資料より監査人が作成)

次に、このような公共窓口等への配布箇所を拡大する取組については理解することができるとともに、一方でこのように新聞折り込み部数が激減していることから、「広報東京都」の過剰在庫について検討する。

(4) 「広報東京都」の廃棄部数について

「広報東京都」の配布については、表 D2-1-3 のとおり、公共窓口等と比べて新聞折り込みの方が圧倒的に多い。公共窓口等への配布部数の増加よりも、新聞折り込みによる配布部数の減少の方が大きければ、廃棄部数が必然的に増えるものと推定することができる。ここで、「広報東京都」の廃棄部数の推移は表 D2-1-4 のとおりである。

表 D2-1-4 「広報東京都」 廃棄部数の推移

	平成24年度	平成25年度	平成26年度
廃棄部数(年間)	1,122,498	1,066,753	2,399,291

(単位：部)

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

都は平成26年度の「広報東京都」の発行に係る契約に当たっては、例年どおりの積算に基づき発行部数を算定しているが、実際には消費税等の増税などが影響して、新聞購読者数が大幅に減少し、結果として、廃棄部数が例年以上に増加している。

なお、ここで廃棄部数は、以下のとおり計算している。

$$\text{廃棄部数} = \text{発行部数} - (\text{新聞折り込み部数実績} + \text{公共窓口等配布部数実績})$$

発行部数には予備部数も含まれているため、当初からすべてを配布する予定ではないが、予備部数を配布しない場合には、「広報東京都」の配送委託業者が未配送部数を廃棄することになる。

ただし、新聞折り込み分については、各新聞販売店の新聞購読契約数に基づいて、毎月必要部数を配布しているが、一方で、公共窓口等へ配布した分については、都が余剰分を把握・回収していないことから、廃棄部数としてカウントしていない。つまり、上記の算定式によれば、公共窓口等に配布したもののうち、実際には都民の手元に配布されなかった部数、すなわち余剰部数は、上記の廃棄部数に含まれていないことを意味しており、したがって、都民の手元に配布されずに、実際に廃棄された部数は、表 D2-1-4 の廃棄部数よりも多いものと考えられる。本来は、このように実際には都民の手元に配布されなかった部数を可能な限り把握しないし分析して、翌年度以降の発行部数に織り込むことが必要であると考えられる。

さて、ここで廃棄部数に関するコストを把握・検討するため、監査人が平成26年度の「広報東京都」1部当たりに要するコストを推定計算したところ、表 D2-1-5 のとおり、その推定金額は11.47円であると判明した。

表 D2-1-5 「広報東京都」1部当たりコストの推移

	平成24年度	平成25年度	平成26年度
契約金額(税込) (千円)	12,878	13,445	14,306
レイアウト、イラスト・ カット類制作等委託			
印刷委託	144,907	149,393	161,294
配送委託	380,812	380,061	383,374
合計 ①	538,597	542,899	558,974
年間発行部数(万部)	②	③	④
	4,992	4,944	4,872
1部当たりコスト(円)	①÷②	③÷④	⑤÷⑥
	10.79	10.98	11.47

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

この「広報東京都」1部当たりコストを用いて、平成26年度に廃棄された「広報東京都」の金額を推計すれば、以下のとおり、その推定金額は27百万円であることが判明した。

$$\text{①}11.47 \text{ 円/部} \times 2,399,291 \text{ 部/年} \approx 27 \text{ 百万円}$$

ただし、先に述べたように、公共窓口等に配布されたものの中には、実際には都民の手に配布されずに廃棄されたものもあることから、廃棄に係る実際金額は、監査人の推計金額27百万円よりも多いものと考えられる。

(意見2-10) 「広報東京都」活字版の発行と廃棄について

「広報東京都」は都民一般を対象に配布されており、平成26年度は活字版を毎月406万部発行している。この発行部数は、予備部数を含め、民間会社との委託契約において年間4,872万部と決められているが、公共窓口等への配布箇所の拡大に努めているものの、結果として廃棄部数が例年と比べて大幅に増加している。このような損失が発生する原因は消費税等の増税などが影響して新聞購読者数が大幅に減少したことにもよるが、そもそも発行部数を決めるに際して、前年度の配布部数の1%を予備としてこれを固定化しているからであり、したがって、「広報東京都」活字版については、有効性・経済性などの観点から、必要な発行部数を機動的に決められるよう、その体制を適切に再構築することとされたい。

(5) 「広報東京都」のレイアウト、イラスト・カット類制作等委託契約について

部では、「広報東京都」のレイアウト、イラスト・カット類制作等を業者へ委託している。その平成26年度の委託契約の内容は表D2-1-6のとおりである。

表D2-1-6 「広報東京都」のレイアウト、イラスト・カット類制作等委託契約の概要

件名	平成26年度「広報東京都」レイアウト、イラスト・カット類制作等委託
委託内容	「広報東京都」紙面のデザイン・レイアウト、版下の作成及び印刷業者への引渡し等
契約金額	14,305,680円(税込)
予定価格	14,338,080円(税込)
落札率	99.8%
契約期間	平成26年4月1日から平成27年3月31日まで
契約方法	特命随意契約

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

表D2-1-6の契約相手は、平成25年度の企画提案方式で採用されたものであり、平成26年度は特命随意契約として継続している。

まず、平成25年度の企画提案方式で採用された理由を質問したところ、「広報東京都」の紙面デザインを見直すことを前提としており、その企画提案が読みやすさに十分配慮した工夫がされているなど、応募した5者の中で最も高い評価を得ていたという回答を得た。

次に、平成26年度の委託契約を特命随意契約とした理由を質問したところ、以下の回答を得た。

「広報東京都」のデザインは、多くの都民にとって読みやすく親しみやすいものであるとともに、東京らしさを印象づけることのできる都の広報紙にふさわしいものであることが求められる。また、受託業者は行政広報について理解があり、「広報東京都」の編集工程上、極めて限られた時間内に原稿の差替えその他緊急事態に的確に対応できる高度な専門知識と技術、能力を有していることが不可欠である。このため、委託業者については、価格競争で決定することは困難であり、企画提案方式で選定してきた経緯がある。「広報東京都」の紙面デザインは、都民がなじみ一目で把握できるものとするため、毎年変更するのではなく相当の期間継続することが必要であり、現在のデザインについても、変更を必要とする特段の事情が生じない限り、当分の間は継続することとしている。

しかしながら、特命随意契約の相手先と自分の間は継続することが想定されているのであれば、当初の平成 25 年度の企画提案方式の段階で、平成 26 年度以降の複数年度の価格にも競争原理を取り入れた企画提案方式を採用することあるいは平成 25 年度の段階から長期継続契約を締結することも可能であると考へざるを得ない。

(意見 2-11) 「広報東京都」のレイアウト、イラスト・カット類制作等委託契約について

「広報東京都」のレイアウト、イラスト・カット類制作等委託契約の相手先は、平成 25 年度の企画提案方式で採用されたものであり、平成 26 年度は特命随意契約として継続している。特命随意契約の理由の中で「広報東京都」のデザインについては「変更を必要とする特段の事情が生じない限り、自分の間は継続する」としていることから、特命随意契約の相手先と自分の間は委託業務を継続することが想定されているのであれば、当初の企画提案方式の段階で、翌年度以降の複数年度の価格にも競争原理を取り入れた企画提案方式を採用する、あるいは当初の段階から競争原理を取り入れた長期継続契約を締結するよう、その入札・契約方式を競争性、公平性及び経済性の観点から見直す体制を構築することとされたい。

2. テレビ・ラジオによる都政広報について

広報広聴部では、テレビ・ラジオにより、都民に対して都政情報の提供を行っている。平成 26 年度の都政広報番組は表 D2-2-1 のとおりである。

表 D2-2-1 平成 26 年度 都政広報番組（テレビ・ラジオ）

媒体	番組名	放映局	放送時間 (再放送時間)	番組内容
テレビ	東京サイト	テレビ朝日	月～金曜日 14:00～14:04	生活に密着した都政の話題を伝達
	どうする？東京	TOKYO MX	毎月第 4 土曜日 21:00～21:30 (日曜日)	東京が抱える課題の解決策を探る
	すけっち	テレビ東京	水曜日 11:30～12:00	いきいきと輝く子供たちの笑顔を「すけっち」する
	TOKYO ガルリ (平成 26 年度 下期)	テレビ東京	月曜日 21:54～22:00	若者の課題解決のヒントやお役立ち情報を紹介する若者応援番組
	ヨルカフエ TOKYO (平成 26 年度上期)	テレビ東京	水曜日 22:48～22:54	若者の課題解決のヒントやお役立ち情報を紹介する若者応援番組
ラジオ	東京クラフツ！	TOKYO MX	土曜日 10:00～10:30 (日曜日 21:00～21:30)	東京に暮らす人たちに“ためになる旬な情報”を発信する情報番組
	東京インフォメーション	TOKYO MX	月～金曜日 7:15～7:20	都政の最新情報を、土日を除く毎日、生放送で伝達
	都民ニュース	TBS ラジオ	月～土曜日 8:47～8:52 日曜日 8:40～8:45	身近な都政情報やイベント情報などをお知らせ
	TOKYO City Information	Inter FM	土曜日 9:56～9:59 (日曜日 9:56～9:59)	英語による都政・生活情報案内

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

テレビ・ラジオによる広報は、行政として都民に伝える必要のある施策、テーマなどを取り上げ、タイムリーに分かりやすく都民へお知らせし、都政への

関心をより高めていくことが目的である。番組の効果については、視聴率調査、テレビ局・広告会社が実施するモニター調査、都が行う「広報広聴活動に関する調査」の結果などにより、検証している。テレビ・ラジオの番組別の視聴率の推移は表 D2-2-2 のとおりである。

表 D2-2-2 テレビ・ラジオの視聴率・聴取率の推移

媒体	番組名	平成24年度	平成25年度	平成26年度
テレビ	東京サイト	4.1	4.2	4.2
	どうする?東京	2.0	2.0	1.4
	すけっち	-	-	4.8
	すなっぷ	2.7	2.0	-
	TOKYO ガルリ	-	-	4.5
ラジオ	ヨルカフエ TOKYO (平成26年度下期)	-	-	4.0
	東京クワッソ!	0.6	0.7	-
	Tokyo Boy	1.5	1.5	1.1
	東京インフォメーション	0.7	1.6	2.5
	都民ニュース	1.7	1.9	1.5
TOKYO City Information	0.2	0.3	0.2	

(単位: %)

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

表 D2-2-3 平成26年度 テレビ・ラジオによる都政広報のコスト分析

媒体	番組名	年間コスト (千円)	1回当たりコ スト(千円)	1分当たりコ スト(円)
テレビ	東京サイト	331,743	1,300	325,000
	どうする?東京	89,294	3,720	124,000
	すけっち	184,093	3,609	721,800
	TOKYO ガルリ (平成26年度下期)	78,759	3,150	525,000
	ヨルカフエ TOKYO (平成26年度上期)	81,909	3,150	525,000
ラジオ	東京クワッソ!	386,942	3,720	124,000
	東京インフォメーション	159,252	622	124,400
	都民ニュース	90,687	252	50,400
TOKYO City Information	10,782	103	34,333	

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

ここで、「東京都の統計」(東京都総務局統計部)によると、平成26年10月1日現在の東京都の人口は13,378,584人である。そこで平成26年度の視聴率・聴取率と番組作成のための年間コストから、対象を都民に限定するとの仮定を置いた上でテレビ・ラジオを視聴・聴取した都民1人に対する年間コストの推定計算を行った。なお、視聴・聴取者数は放送回数に応じて増えるものであると考えられるが、視聴・聴取者が番組ごとに固定的(毎回同じ人が番組を見ている)であるか、放送回ごとに異なる(毎回違う人が番組を見ている)か不明であるため、それぞれのパターンに応じて推定計算を行った。その結果、視聴・聴取者を固定と仮定した場合の計算結果は表 D2-2-4、放送回ごとに異なると仮定した場合の計算結果は表 D2-2-5 のとおりであった。

表 D2-2-4 平成26年度 テレビ・ラジオを視聴・聴取した都民に対する年間コスト(視聴・聴取者は固定的であると仮定)

媒体	番組名	年間コスト (千円)	視聴率・ 聴取率 (%)	視聴者・聴取 者(人)(※1)	1人当たり コスト(円) (※2)
テレビ	東京サイト	331,743	4.2	561,900	590.4
	どうする?東京	89,294	1.4	187,300	476.7
	すけっち	184,093	4.8	642,172	286.7
	TOKYO ガルリ (平成26年度下期)	78,759	4.5	602,036	130.8
	ヨルカフエ TOKYO (平成26年度上期)	81,909	4.0	535,143	153.1
ラジオ	東京クワッソ!	386,942	1.1	147,164	2,629.3
	東京インフォメーション	159,252	2.5	334,464	476.1
	都民ニュース	90,687	1.5	200,678	451.9
TOKYO City Information	10,782	0.2	26,757	403.0	
合計	1,413,461	-	2,669,024 (※2)	5,598.0 (※3)	

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

※1 平成26年10月1日現在の東京都の人口13,378,584人×視聴率・聴取率により監査人が算定。
 ※2 TOKYO ガルリ、ヨルカフエ TOKYO は平均値を合計に加算。
 ※3 番組ごとの1人当たりコストを合計したものであり、年間コスト合計を視聴者・聴取者数で除した金額とは一致しない。

表 D2-2-5 平成26年度 テレビ・ラジオを視聴・聴取した都民に対する年間コスト（視聴・聴取者は放送回数ごとに異なると仮定）

媒体	番組名	年間コスト (千円)	放送回数 (回)	視聴率・聴取率 (%)	視聴者・聴取者 (人) (※1)	1人当たりコスト (円) (※2)
テレビ	東京サイト	331,743	255	4.2	143,284,635	2.3
	どうする？東京 すけっち	89,294 184,093	24 51	1.4 4.8	4,495,204 32,750,774	19.8 5.6
ラジオ	TOKYO ガルリ (平成26年度下期) ヨルカフエ TOKYO (平成26年度上期)	160,668	51	4.3	28,998,081	5.5
	東京クラッシュ!	386,942	104	1.1	15,305,100	25.2
	東京インフォメーション	159,252	256	2.5	85,622,938	1.8
	都民ニュース	90,687	359	1.5	72,043,675	1.2
ラジオ Information	TOKYO City	10,782	104	0.2	2,782,745	3.8
	合計	1,413,461	-	-	385,283,151 (※2)	65.2 (※3)

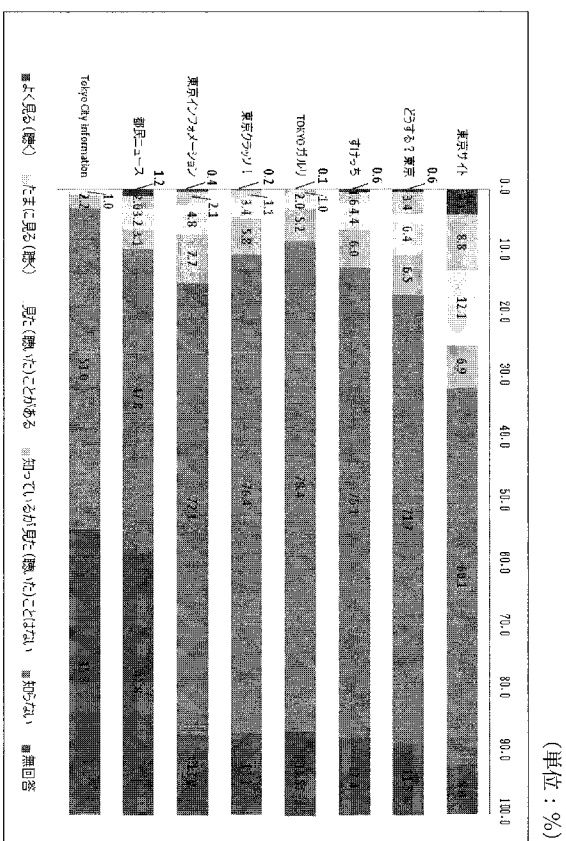
※1 平成26年10月1日現在の東京都の人口13,378,584人×視聴率・聴取率×放送回数により監査人が作成。
 ※2 TOKYO ガルリ、ヨルカフエ TOKYO は平均値を合計に加算。
 ※3 番組ごとの1人当たりコストを合計したものであり、年間コスト合計を視聴者・聴取者数で除いた金額とは一致しない。

表 D2-2-4、表 D2-2-5 のとおり、番組によって視聴率・聴取率に高低があり、また年間コストの多寡も異なるが、テレビ・ラジオ番組の全体を平均すれば、視聴・聴取している都民1人当たりコストは65.2円から5,598円という結果である。

番組の内容の見直しや番組枠からの撤退について、これまでの状況を都に確認したところ、放送時間帯の変更や、ナレーションによる番組構成からナビゲーターを出演させる番組に変更するなど、より多くの都民に視聴・聴取され、より分かりやすく情報を伝達することができるように、見直しを行っているとのことである。これにより、視聴率が向上するなどの効果を得ているものもあることは事実であるが、一方で視聴率が低下している番組もある。ここで、テレビ・ラジオによる都政広報について、都民の考えを検討するこ

ととする。広報広聴部では、広報広聴活動に係る都民の意見を把握するとともに、更に事業推進に効果のある広報展開を追求するため、「広報広聴活動に関する調査」を実施している。平成26年度の「広報広聴活動に関する調査」において、都が提供するテレビ・ラジオ番組の視聴状況についての結果が掲載されており、内容はグラフ D2-2-1 のとおりである。

グラフ D2-2-1 テレビ・ラジオ番組の視聴状況



(注) 本表は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、項目を合計しても100.0%とならないものがある。また、グラフ D2-2-2 についても同様である。

グラフ D2-2-1 によれば、無回答の占める割合が高いことが分かる。このため、仮に無回答が無かった場合の回答数を分母とした場合の回答比率を再計算した場合、グラフ D2-2-2 のとおりである。