

県民との相互理解を深める情報発信のあり方 を検討するための懇話会の設置について

1 目的

若者の新聞離れ・テレビ離れと言われるようにマスメディアの閲読・視聴の減少傾向が続いている。県民等に対し必要な県政情報等を着実に届ける必要があり、「多くの県民に効果的に伝わる広報」、「誰一人取り残さず広く伝わる広報」の実現に向け、有識者による「広報媒体活用のあり方に関する懇話会」を設置し、時代にあった広報媒体のあり方について中期的方向性を検討する。

2 会議の概要

(1) 会議の名称

広報媒体活用のあり方に関する懇話会

(2) 構成員

- ・ 座長 龍谷大学 岸本 文利 教授(社会学部)
- ・ 委員 NHK放送文化研究所 河村 誠 副部長(メディア研究部)
- ・ 委員 株式会社電通 長谷川 想 部長(統合マーケティング・プロデュース部)
- ・ 委員 県政モニター代表 山田 恵美 氏

(3) 検討項目

- ① 広報媒体の将来像について
 - ・ 次世代テクノロジーを踏まえた広報媒体の今後の方向性
 - ・ 近年の視聴動向変化の傾向と将来見込み
- ② 県広報の現状と課題について
 - ・ これまでの県広報の考え方と予算推移
 - ・ 県政世論調査等に基づく県民の視聴動向分析
- ③ 県広報の今後の方向性について
 - ・ 県広報が活用する広報媒体の将来像を見据えた見直し

(4) スケジュールおよび予定内容

- | | |
|-----------|--------------|
| 第1回【9月2日】 | ①②に関する検討 |
| 第2回【10月】 | ①②に関する意見収集 |
| 第3回【12月】 | ③に関する検討、意見収集 |

(5) 第1回会議の概要

会議資料に基づき、意見交換を実施

滋賀県広報媒体活用のあり方に関する懇話会設置要綱

(設置)

第1条 マスメディアの閲読・視聴の減少傾向が続く中、県民等に対し必要な県政情報等を着実に届けるため、時代にあった広報媒体のあり方について中期的方向性を検討することを目的に、滋賀県広報媒体活用のあり方に関する懇話会（以下「懇話会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 懇話会は、前条の目的を達成するために、次に掲げる事項について知事公室広報課長（以下「広報課長」という。）に意見・助言を行う。

- (1) 広報媒体の将来像について
- (2) 県広報の現状と課題について
- (3) 県広報の今後の方向性について
- (4) その他前条の目的達成に必要となる事項

(組織)

第3条 懇話会は、別表に掲げる委員で組織する。

- 2 懇話会に座長を置き、委員の互選により選任する。
- 3 座長は懇話会を代表し、会議進行等の会務を総括する。

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、広報課長が第2条に掲げる事項について達成する日までとする。

(招集等)

第5条 懇話会は、広報課長が招集する。

- 2 広報課長は、必要に応じ、委員以外の関係者の出席を求め、意見を聞くことができる。

(庶務)

第6条 懇話会の庶務は、広報課において行う。

(その他)

第7条 この要綱に定めるもののほか、懇話会の運営その他必要な事項は、広報課長が定める。

付 則

この要綱は、令和2年9月1日から施行する。

別表

滋賀県広報媒体活用のあり方に関する懇話会 委員名簿

〔敬称略〕

所属等	氏 名	備 考
龍谷大学社会学部 教授	岸本 文利	
NHK放送文化研究所 メディア研究部 副部長	河村 誠	
株式会社電通 統合マーケティング・プロデュース部 部長	長谷川 想	
県政モニター代表	山田 恵美	

第1回滋賀県広報媒体活用のあり方に関する懇話会開催結果概要

- 1 日時 令和2年9月2日(水) 10時～12時
- 2 場所 滋賀県危機管理センター 災害対策室10
- 3 出席者

- ・ 龍谷大学 岸本 文利 座長
- ・ NHK放送文化研究所 河村 誠 委員 (web参加)
- ・ 株式会社電通 長谷川 想 委員
- ・ 県政モニター代表 山田 恵美 委員 (web参加)
- ・ 滋賀県 水上知事公室長、片山広報課長

4 主な意見の要旨

(1) 広報媒体の将来像について

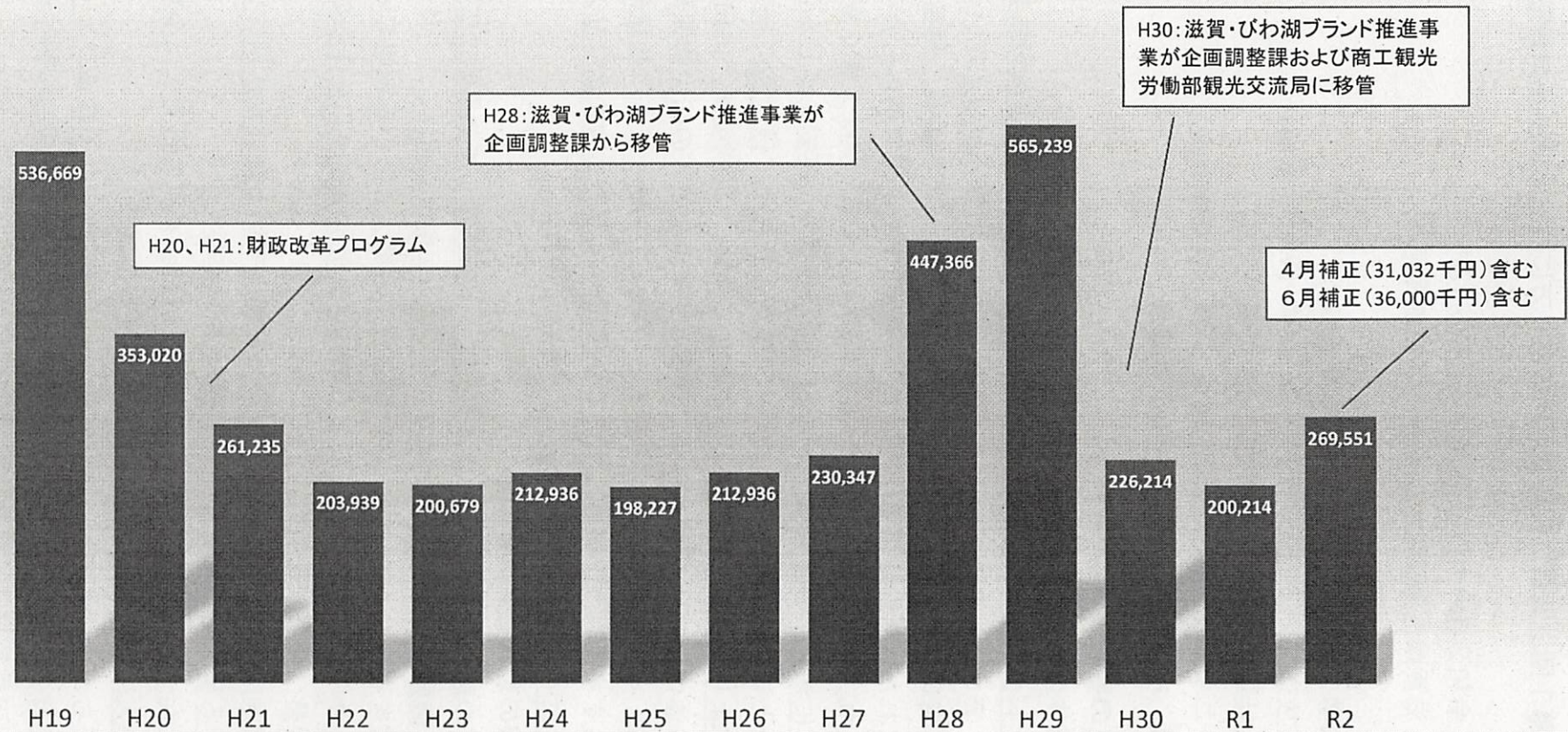
- ・ ネットメディア系の利用率が高まっている。メディア接触時間の年次推移を見ると、テレビが減っているのではなく、スマホの分が増えていることが分かる。ただ、若い世代はテレビを見なくなっている。(河村委員、長谷川委員)
- ・ 生まれたときからあるテクノロジーと35才を超えてから出会う新しいものは、受け入れ方が違う。世代が変わると利用するメディアは大きく変わる。(長谷川委員)
- ・ すぐに知りたいときは、twitterで情報を探す。不安を感じるときやデマの心配があるときは、行政やマスメディアの情報を見る。信頼性においては、ネットメディアよりもテレビ、新聞が依然として強い。(河村委員、山田委員)
- ・ 5G通信においては、場所に応じたリアルタイムの防災情報などの配信が実現できる。インターネットが普及する中で、ユーザーごとに視聴傾向から類似の情報がおすすめされ、好きなものしか見なくなることは大きなリスク。行政の情報も届きにくくなる可能性がある。(長谷川委員)

(2) 県広報の現状と課題について

- ・ 滋賀の魅力を発信するときはターゲットを意識して効果的に広報することを考えていく必要があるが、コロナ禍では多くの人に幅広く届けることに注力した。(滋賀県)
- ・ 情報を届けなくてはならない責任感から努力していると感じる。行政はユニバーサルサービスを背負っているため、情報が届かない穴を作らないことが重要。(河村委員、長谷川委員)
- ・ 滋賀県は、ほぼ全ての広報ツールを使っているが、世代別にツールを使い分け、届ける努力、伝える努力が必要。(岸本座長)
- ・ twitterをよく使う人でも、県公式twitterを見に行く人は少ない。受け取る気のない人に情報を届けるのは難しい。(岸本座長)
- ・ 子どもが生まれて引っ越した時など、情報がほしくなるフェーズがある。水害や防災等の情報が気になりはじめ、自分事として行政の情報を探すようになった。(山田委員)
- ・ 受け取りやすい情報がすぐに見られるようにしておくことが重要。国・県・市のどこに情報を探しに行けばよいか分かりにくい。県と市で情報が重複していると、目につく回数が多くなり、気になってくることもある。(山田委員)

広報課予算の推移

単位:千円



年度	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
予算額	536,669	353,020	261,235	203,939	200,679	212,936	198,227	212,936	230,347	447,366	565,239	226,214	200,214	269,551

第53回 滋賀県政世論調査

単純集計結果

単純集計のみかた

- (1) 比率はすべて、各設問の不明・無回答を含む集計対象者数（付問では当該設問回答対象者数）に対する百分率（%）を表している。1人の対象者に2つ以上の回答を求める設問（複数回答設問）では、百分率（%）の合計は、100.0%を超える場合がある。
- (2) 百分率（%）は小数第2位を四捨五入し、小数第1位までを表示した。1つだけ回答を求める設問（単数回答設問）では、四捨五入の関係上各選択肢の百分率（%）の合計が100.0%にならない場合がある。また、2つの選択肢を集約した割合（「満足」と「どちらかといえば満足」を合計した『満足度』など）は、該当選択肢の回答数の合計から割合を算出しているため、選択肢ごとに算出した割合の合計と一致しない場合がある。
- (3) 図中の「N」は集計対象者数（あるいは、分類別の該当対象者数）を示し、各選択肢の回答比率は「N」を集計母数として算出した。また、図中の「n」は当該選択肢の規正回答者数を示す。
- (4) 回答者数は、各地域の抽出率の差を調整するため、回収数にウェイトを加重し規正した。これは標本数の配分にあたり、湖西地域は他の6地域（大津、湖南、甲賀、東近江、湖東、湖北）の2倍のウェイトを加重して抽出したためである。

令和2年度

滋 賀 県

2. 県の広報・広聴活動について

問14 県の広聴活動への要望(3つ以内で複数回答)

	1	2	3	4	5	6	7	
(総数) 規正標本数	インターネット・手紙・FAXなど による意見等の募集	知事や県職員が県民の皆さんと直接 対話を行う機会の提供	条例案や計画案などに対する意見等 の募集	郵送やインターネットによるアン ケート調査の実施	審議会や委員会等の委員の公募	県民相談の実施	その他	不明・無回答
3,246	1,527	993	621	1,188	246	725	163	359
100.0%	47.0%	30.6%	19.1%	36.6%	7.6%	22.3%	5.0%	11.1%

問15 情報の入手方法(複数回答)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
(総数) 規正標本数	新聞	テレビ	ラジオ	自治体が発行する広報誌	雑誌(自治体が発行する広報誌を除く)	ポスター・チラシ	Facebook、Instagram等	SNS(LINE、Twitter、等) 動画共有サイト(Youtube等)	インターネット(SNS・動画共有サイトを除く)	知人・友人の話	フリーペーパー	その他	不明・無回答
3,246	1,829	2,658	406	1,592	201	332	1,115	421	876	984	240	42	72
100.0%	56.3%	81.9%	12.5%	49.0%	6.2%	10.2%	34.3%	13.0%	27.0%	30.3%	7.4%	1.3%	2.2%

問16 県政情報の入手方法(複数回答)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
規正標準本数 (総数)	新聞	テレビ(びわこ放送)	テレビ(NHK)	テレビ(びわこ放送・NHKを除く)	ラジオ	県広報誌「滋賀プラスワン」	市・町が発行する広報誌	雑誌(自治体が発行する広報誌を除く)	ポスター・チラシ	SNS(LINE、Twitter、Facebook、Instagram等)	動画共有サイト(YouTube等)	インターネット(SNS・動画共有サイトを除く)	知人・友人の話	フリーペーパー	その他
3,246	1,520	1,703	1,500	264	251	1,362	1,386	71	216	443	77	379	592	121	33
100.0%	46.8%	52.5%	46.2%	8.1%	7.7%	42.0%	42.7%	2.2%	6.7%	13.6%	2.4%	11.7%	18.2%	3.7%	1.0%
	16	不明・無回答													
	県政情報にはあ														
	り入つてはあ														
	ないま														
	302	72													
	9.3%	2.2%													

問17 信頼している情報媒体(複数回答)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
規正標準本数 (総数)	新聞	テレビ	ラジオ	自治体が発行する広報誌	雑誌(自治体が発行する広報誌を除く)	ポスター・チラシ	自治体が発行するSNS(LINE、Twitter、Facebook、Instagram等)	SNS(自治体が発行するSNSを除く)	動画共有サイト(YouTube等)	自治体のホームページ	インターネットのホームページ(自治体のホームページを除く)	知人・友人の話	フリーペーパー	その他	不明・無回答
3,246	1,952	2,018	399	1,805	53	166	384	67	94	831	231	286	38	67	147
100.0%	60.1%	62.2%	12.3%	55.6%	1.6%	5.1%	11.8%	2.1%	2.9%	25.6%	7.1%	8.8%	1.2%	2.1%	4.5%

問18 県政情報の把握に便利な媒体(3つ以内で複数回答)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
規正標準本数 (総数)	テレビ	ラジオ	自治体が発行する広報誌	雑誌(自治体が発行する広報誌を除く)	新聞折込チラシ	自治会等の回覧板	フリーペーパー	県公式ホームページ	スマートフォン等のアプリ	ウェブ広告	メールマガジン	電車やバス等公共交通機関の車内広告	その他	不明・無回答
3,246	2,205	303	1,677	49	542	889	105	746	1,070	87	118	191	67	90
100.0%	67.9%	9.3%	51.7%	1.5%	16.7%	27.4%	3.2%	23.0%	33.0%	2.7%	3.6%	5.9%	2.1%	2.8%

問19 県の広報の認知率

	(総 標 本 数)	1 見 い た り 、 聴 い た り し て い る	2 し 読 ん だ り 、 見 た り 、 聴 い た り	3 聴 あ ま り 読 ん だ り 、 見 た り	4 な 見 知 つ て い る が 、 読 ん だ り 、 聴 い た り し た こ と が	5 知 ら な い	不 明 ・ 無 回 答	(1+2) 閱 読 ・ 視 聴 ・ 聴 取 率	(1~4) 認 知 率
ア. 広報誌「滋賀プラスワン」	3,246 100.0%	460 14.2%	1,337 41.2%	588 18.1%	262 8.1%	512 15.8%	87 2.7%	1,797 55.4%	2,647 81.5%
イ. テレビ番組「テレビ滋賀プラスワン」	3,246 100.0%	59 1.8%	505 15.6%	786 24.2%	629 19.4%	1,121 34.5%	146 4.5%	564 17.4%	1,979 61.0%
ウ. テレビ番組「しらしがテレビ」	3,246 100.0%	49 1.5%	291 9.0%	694 21.4%	544 16.8%	1,502 46.3%	166 5.1%	340 10.5%	1,578 48.6%
エ. テレビ番組「手話タイム・プラスワン」	3,246 100.0%	21 0.6%	106 3.3%	546 16.8%	533 16.4%	1,831 56.4%	209 6.4%	127 3.9%	1,206 37.2%
オ. 滋賀県公式ホームページ	3,246 100.0%	36 1.1%	587 18.1%	932 28.7%	877 27.0%	614 18.9%	200 6.2%	623 19.2%	2,432 74.9%
カ. 滋賀県公式ツイッター	3,246 100.0%	12 0.4%	122 3.8%	534 16.5%	782 24.1%	1,584 48.8%	212 6.5%	134 4.1%	1,450 44.7%
キ. 滋賀県公式フェイスブック	3,246 100.0%	8 0.2%	66 2.0%	480 14.8%	795 24.5%	1,688 52.0%	209 6.4%	74 2.3%	1,349 41.6%
ク. 滋賀県公式インスタグラム	3,246 100.0%	6 0.2%	57 1.8%	459 14.1%	749 23.1%	1,762 54.3%	213 6.6%	63 1.9%	1,271 39.2%
ケ. ラジオ番組「滋賀プラスワンインフォメーション」	3,246 100.0%	11 0.3%	95 2.9%	372 11.5%	426 13.1%	2,114 65.1%	228 7.0%	106 3.3%	904 27.8%
コ. 県議会広報紙「滋賀県議会だより」	3,246 100.0%	210 6.5%	834 25.7%	732 22.6%	535 16.5%	759 23.4%	176 5.4%	1,044 32.2%	2,311 71.2%
サ. テレビ番組「県議会リポート」「委員会活動リポート」	3,246 100.0%	26 0.8%	155 4.8%	564 17.4%	619 19.1%	1,683 51.8%	199 6.1%	181 5.6%	1,364 42.0%
シ. テレビ番組「県議会ダイジェスト」	3,246 100.0%	19 0.6%	141 4.3%	566 17.4%	733 22.6%	1,578 48.6%	209 6.4%	160 4.9%	1,459 44.9%
ス. 県議会ホームページ	3,246 100.0%	17 0.5%	104 3.2%	495 15.2%	750 23.1%	1,677 51.7%	203 6.3%	121 3.7%	1,366 42.1%
セ. 県議会インターネット中継	3,246 100.0%	8 0.2%	39 1.2%	415 12.8%	720 22.2%	1,866 57.5%	198 6.1%	47 1.4%	1,182 36.4%

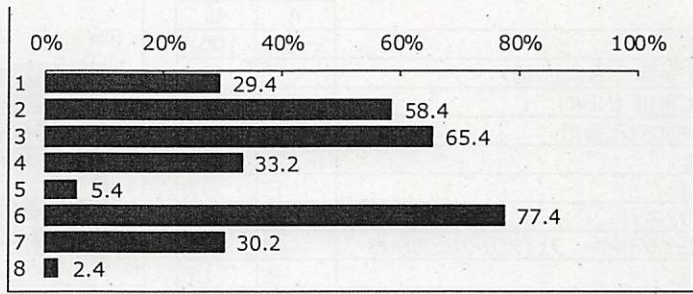
しがwebアンケート結果（令和2年5月18日実施）

Rakuten Insight

Q2. 新型コロナウイルス感染症に関する情報を何から得ていますか。（複数回答）

→ 約3割がびわ湖放送から情報入手。新聞と同程度。比較的高齢層で多い。

	n	%
全体	500	100.0
テレビ番組（びわ湖放送）	147	29.4
テレビ番組（NHK）	292	58.4
その他のテレビ番組	327	65.4
新聞	166	33.2
ラジオ	27	5.4
インターネット	387	77.4
LINEやツイッター、フェイスブックなどのSNS	151	30.2
その他	12	2.4

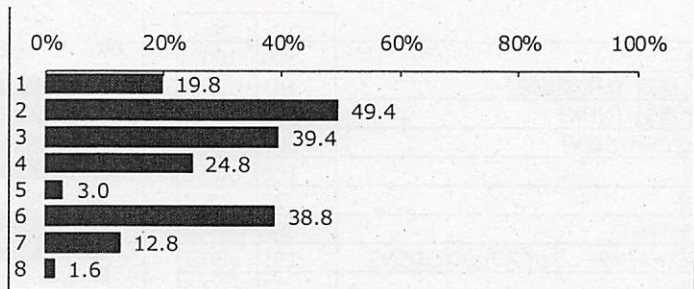


		n	送 レ ビ 番 組 （ び わ 湖 放	レ ビ 番 組 （ N H K ）	そ の 他 の レ ビ 番 組	新 聞	ラ ジ オ	イ ン タ ー ネ ッ ト	な の の S N S イ ス ブ ッ ク	そ の 他
全体		500 100.0	147 29.4	292 58.4	327 65.4	166 33.2	27 5.4	387 77.4	151 30.2	12 2.4
性別	男性	250 100.0	69 27.6	155 62.0	151 60.4	110 44.0	18 7.2	196 78.4	49 19.6	8 3.2
	女性	250 100.0	78 31.2	137 54.8	176 70.4	56 22.4	9 3.6	191 76.4	102 40.8	4 1.6
年代	18～34歳	107 100.0	31 29.0	47 43.9	70 65.4	15 14.0	6 5.6	77 72.0	57 53.3	3 2.8
	35～49歳	125 100.0	36 28.8	54 43.2	81 64.8	27 21.6	6 4.8	100 80.0	49 39.2	6 4.8
	50～64歳	110 100.0	28 25.5	73 66.4	65 59.1	29 26.4	6 5.5	90 81.8	24 21.8	0 0.0
	65～74歳	127 100.0	41 32.3	90 70.9	87 68.5	71 55.9	6 4.7	99 78.0	17 13.4	3 2.4
	75～90歳	31 100.0	11 35.5	28 90.3	24 77.4	24 77.4	3 9.7	21 67.7	4 12.9	0 0.0
性年代	18～34歳男性	39 100.0	12 30.8	17 43.6	24 61.5	11 28.2	5 12.8	29 74.4	14 35.9	2 5.1
	18～34歳女性	68 100.0	19 27.9	30 44.1	46 67.6	4 5.9	1 1.5	48 70.6	43 63.2	1 1.5
	35～49歳男性	48 100.0	13 27.1	20 41.7	29 60.4	13 27.1	4 8.3	42 87.5	13 27.1	3 6.3
	35～49歳女性	77 100.0	23 29.9	34 44.2	52 67.5	14 18.2	2 2.6	58 75.3	36 46.8	3 3.9
	50～64歳男性	40 100.0	6 15.0	24 60.0	18 45.0	11 27.5	0 0.0	34 85.0	7 17.5	0 0.0
	50～64歳女性	70 100.0	22 31.4	49 70.0	47 67.1	18 25.7	6 8.6	56 80.0	17 24.3	0 0.0
	65～74歳男性	96 100.0	28 29.2	69 71.9	60 62.5	55 57.3	6 6.3	73 76.0	13 13.5	3 3.1
	65～74歳女性	31 100.0	13 41.9	21 67.7	27 87.1	16 51.6	0 0.0	26 83.9	4 12.9	0 0.0
	75～90歳男性	27 100.0	10 37.0	25 92.6	20 74.1	20 74.1	3 11.1	18 66.7	2 7.4	0 0.0
	75～90歳女性	4 100.0	1 25.0	3 75.0	4 100.0	4 100.0	0 0.0	3 75.0	2 50.0	0 0.0

Q3. 新型コロナウイルス感染症に関する情報のうち、信頼できると感じているものはどれですか。(複数回答)

→ 約2割がびわ湖放送の情報を信頼。高齢層だけでなく、比較的若年層にも信頼されている。情報入手動向と比較して他の民放よりも減少幅が少ない。

	n	%
全体	500	100.0
テレビ番組 (びわ湖放送)	99	19.8
テレビ番組 (NHK)	247	49.4
その他のテレビ番組	197	39.4
新聞	124	24.8
ラジオ	15	3.0
インターネット	194	38.8
LINEやツイッター、フェイスブックなどのSNS	64	12.8
その他	8	1.6



		n	送) テレビ 番組 (びわ湖 放	テレビ 番組 (NHK)	その 他の テレビ 番組	新 聞	ラ ジ オ	イ ン タ ー ネ ッ ト	な ど の S N S	L I N E や ツ イ ッ ク	そ の 他
全体		500 100.0	99 19.8	247 49.4	197 39.4	124 24.8	15 3.0	194 38.8	64 12.8	8 1.6	
性別	男性	250 100.0	43 17.2	134 53.6	88 35.2	82 32.8	11 4.4	93 37.2	21 8.4	6 2.4	
	女性	250 100.0	56 22.4	113 45.2	109 43.6	42 16.8	4 1.6	101 40.4	43 17.2	2 0.8	
年代	18～34歳	107 100.0	23 21.5	45 42.1	42 39.3	12 11.2	2 1.9	46 43.0	25 23.4	2 1.9	
	35～49歳	125 100.0	27 21.6	47 37.6	51 40.8	19 15.2	6 4.8	56 44.8	24 19.2	3 2.4	
	50～64歳	110 100.0	17 15.5	56 50.9	36 32.7	21 19.1	1 0.9	49 44.5	9 8.2	0 0.0	
	65～74歳	127 100.0	25 19.7	74 58.3	54 42.5	52 40.9	4 3.1	40 31.5	6 4.7	3 2.4	
	75～90歳	31 100.0	7 22.6	25 80.6	14 45.2	20 64.5	2 6.5	3 9.7	0 0.0	0 0.0	
	18～34歳男性	39 100.0	7 17.9	16 41.0	12 30.8	9 23.1	1 2.6	21 53.8	5 12.8	1 2.6	
性年代	18～34歳女性	68 100.0	16 23.5	29 42.6	30 44.1	3 4.4	1 1.5	25 36.8	20 29.4	1 1.5	
	35～49歳男性	48 100.0	9 18.8	17 35.4	18 37.5	8 16.7	4 8.3	22 45.8	8 16.7	2 4.2	
	35～49歳女性	77 100.0	18 23.4	30 39.0	33 42.9	11 14.3	2 2.6	34 44.2	16 20.8	1 1.3	
	50～64歳男性	40 100.0	5 12.5	20 50.0	10 25.0	9 22.5	0 0.0	21 52.5	4 10.0	0 0.0	
	50～64歳女性	70 100.0	12 17.1	36 51.4	26 37.1	12 17.1	1 1.4	28 40.0	5 7.1	0 0.0	
	65～74歳男性	96 100.0	16 16.7	59 61.5	35 36.5	38 39.6	4 4.2	27 28.1	4 4.2	3 3.1	
	65～74歳女性	31 100.0	9 29.0	15 48.4	19 61.3	14 45.2	0 0.0	13 41.9	2 6.5	0 0.0	
	75～90歳男性	27 100.0	6 22.2	22 81.5	13 48.1	18 66.7	2 7.4	2 7.4	0 0.0	0 0.0	
	75～90歳女性	4 100.0	1 25.0	3 75.0	1 25.0	2 50.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	