

## 「(仮称) 滋賀県広報戦略」の策定について

### 1 経緯

メディアを取り巻く環境が大きく変わる中、令和2年度に県民等に対し必要な県政情報等を着実に届けるため、「広報媒体活用のあり方に関する懇話会」により有識者の意見を聞きながら、県広報の現状と課題の整理・検討を行った。

これを受け、令和3年度はコロナ禍による県民意識の変化、情報伝達手段の高度化・複雑化、自治体間競争の激化といった社会情勢の変化に即応しながら戦略的な広報を展開するため、本県広報の基本的な方針となる「(仮称) 滋賀県広報戦略」を策定し、全庁で共有し、実行していく。

### 2 広報戦略の概要

\* P 2 のとおり

### 3 懇話会の設置

広報戦略を策定するにあたり、専門家や各分野からの幅広い意見を聴取するため、「(仮称) 滋賀県広報戦略検討懇話会」を設置する。

\* 「懇話会委員」は P 5 のとおり

### 4 今後のスケジュール (予定)

- 6月17日：第1回広報戦略検討懇話会の開催
- 7月12日：総務・企画・公室常任委員会へ報告
- 7月下旬：第2回広報戦略検討懇話会の開催
- 8月下旬：第3回広報戦略検討懇話会の開催
- 9月：総務・企画・公室常任委員会へ報告  
策定(公表)

## 「(仮称)滋賀県広報戦略」(骨子)

### I 趣旨

ICTの進展に伴い加速する情報化社会の中で、情報弱者が生まれていることに加え、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など、メディアを取り巻く環境は大きく変化している。

また、コロナ禍を経て、多くの県民の思いや意見をお聞きし、県施策に反映させることや、情報が届きにくい方も含めた全ての県民に必要な情報を分かりやすく伝えることの重要性が改めて認識された。

これらのことを踏まえ、応答性を備えた県政を構築するとともに、滋賀の魅力等の情報発信を更に強化していくため、県広報の基本的な方針となる「(仮称)滋賀県広報戦略」を策定し、全庁で共有し、実行していく。

### II 現状と課題

1. コロナ禍を経て、県民の安心を求める意識や県政への関心が高まり、多くの県民の声が寄せられている中(\*1)、増加する県民の声を県政に反映させることが求められている。
2. ICT の進展に伴い、世代によって情報入手方法が異なる中(\*2)、情報伝達手段の高度化・複雑化への対応や、情報が届きにくい方に対する発信を行う必要がある。
3. 所属ごとに個別に情報を発信する事例が多く、広報に関する庁内の連携を図る必要がある。

### III 目指す姿

1. 県民の意見やニーズがよりの確に把握され、県政に反映されている。
2. 職員の広報意識を高め、効果的な発信を行うことにより、情報が受け手に伝わっている。
3. 情報の一元化などにより、全国や世界へ滋賀の魅力が発信できている。

## IV 戦略的広報の具体的な取組

県民が知りたい情報の把握と提供、県が伝えたい情報が伝わる発信を実現するため、庁内連携体制の強化や職員の広報力向上を図り、応答性のある広報・広聴サイクルを構築する。

### 1. 県民の意見やニーズの的確な把握、県政への反映

#### (1) 県民の声の収集、可視化

- ・より広く県民の声を収集し、分析・可視化して県政への反映につなげる。

### 2. 効果的な情報発信(ツールとコンテンツ)

#### (1) 広報媒体の活用、発信方法の強化

- ・「迅速に伝わる」「広く行き届く」などの特性や訴求対象を踏まえて媒体を活用する。
- ・市町との連携強化等により、県民に必要な情報が広く届くように努める。
- ・情報が届きにくい対象を把握し、伝えるための工夫、改善に努める。
- ・重要なテーマ等は複数の広報媒体を連携させるなど、効果的な展開を図る。
- ・適時適切な情報提供、プレスセンターの活用によりメディア掲載率の向上を目指す。
- ・広報効果の把握に努め、より効果的・効率的な広報となるよう質を高めていく。

#### (2) 魅力ある情報の掘り起こし

- ・文化芸術や社会課題の解決につながる取組など、新たな魅力を掘り起こす。
- ・世界から選ばれる滋賀を目指し、海外に通用する情報を掘り起こす。

### 3. 広報力の向上(庁内推進体制)

#### (1) 情報の集約と連携

- ・発信情報を一元的に集約し、連携して計画的に発信する仕組みを構築する。

#### (2) 人材育成

- ・研修会等の実施により、職員の広報力の向上を図る。

<参考:令和2年度「県広報の現状と課題、および今後の方向性の整理」より>

\*1:県政への関心の高まり

- ・R2.4月の県ホームページ閲覧数は、約31,317,000 ページビューで、前年同月比19.3倍であった。(広報課調べ)
- ・新型コロナウイルスに関する知事メッセージ動画の最大視聴数(R2.4/16 臨時配信分)は約65,000回となった。(広報課調べ)
- ・県政への関心の有無は、「関心がある」と「まあまあ関心がある」の合計が71.0%と、前回調査(R1:58.1%)から12.9ポイント増となった。(広報課「第53回県政世論調査」)
- ・「知事への手紙」に寄せられた意見は、令和2年度で9,638件となっており、令和元年度の1,167件に対して約8倍となっている。(広報課調べ)

\*2:情報伝達手段

- ・年代別に2018年度の値を見ると、前回以前の調査と同様、「テレビ(リアルタイム)視聴」及び「新聞閲読」は、概ね年代が上がるとともに平均利用時間が長く、行為者率が高くなっている点が特徴的である。一方で、「ネット利用」については、平日、休日ともに20代の行為者率が最も高くなっている点は以前と変わらないが、平均利用時間でみると平日、休日ともに10代が最も高くなった。(総務省「令和元年版情報通信白書」)
- ・毎日利用するメディアについて、60代の7割が「テレビ」、50・60代の5～6割が「新聞」であり、高年層の割合が比較的高い。一方、若年層、特に20代女性の9割は「SNS」である。(NHK放送文化研究所「情報過多時代の人々のメディア選択」)

滋賀県広報戦略検討懇話会 委員名簿

[敬称略]

所属・職名等	氏 名	備 考
企業広報戦略研究所 副所長	末次 祥行	
滋賀県立大学人間文化学部生活デザイン課 准教授	山田 歩	
たねやグループ営業本部広報室 室長	水森 貴文	
コミュニケーション・プランニング チョコマ カ 代表	廣瀬 香織	
青少年広報レンジャー	池田 はるか	
滋賀県障害者自立支援協議会	大平 眞太郎	
滋賀県国際協会	大森 容子	