

■ 滋賀県広報戦略 Ver.2 ～共感・行動・参加につながる広報へ～

取組期間：令和7年度から令和10年度までの4年間

総務・企画・公室常任委員会資料2
令和6年(2024年)12月16日
知事公室広報課

戦略を推進するための
基本的な考え方

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 受け手に伝わる情報発信により、県政の取組や課題への理解が深まっている。
- ③ 滋賀の魅力が発信され、滋賀に住む人・訪れる人・関わる人が増加している。

重視する視点

新
新

- ① 子どもの県政への参画
- ② マーケティングの視点
- ③ 情報発信力最大化のための連携

これまでの主な取組

参考指標

課題

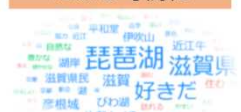
改訂後の主な取組

① 県民の意見や
ニーズの的確な把握

- ・「子ども県民の声ひろば」開始
- ・デジタルツールを活用した意見の収集・可視化、庁内で共有／HP掲載など
- ・県政世論調査の回収率の向上

デジタルツール
による可視化

県政世論調査の
回収率



- ・県政世論調査の回収率
令和3年度 50.6% → 令和6年度 目標：56.0%
実績：64.3%

- ・県政への関心度
令和3年度 64.7% → 令和6年度 目標：71.0%
実績：62.7%

(県政世論調査)

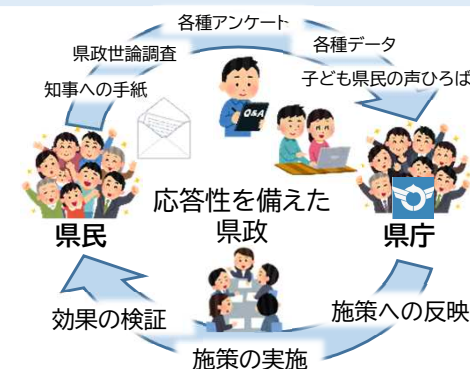
- ・県政への関心はコロナ禍前の水準に(R2：71.0% → R6：62.7%)
- ・年齢層バランスよく意見を集める必要
- ・「声を上げない方」「声を上げにくい環境にある方」の意見の把握



声を上げない方
上げにくい方

新

- ・子どもの声を聴き、子どもの県政への参画を進める
- ・多様なチャンネルで県民の声を収集
- ・データ分析ツールのさらなる活用に向け職員のスキルアップ



② 受け手に伝わる情報発信

- ・デジタル版広報誌の運用開始(R4.10～) 認知率：39.7%(R6)
- ・各広報媒体(テレビ・紙・web)の連動
- ・R8年のHPリニューアルに向け着手

デジタル広報誌
「web滋賀プラスワン」

県公式ホームページ
リニューアル



- ・広報誌の認知状況
令和3年度 78.5% → 令和6年度 目標：86.0%
実績：69.8%

- ・広報番組(テレビ)の認知状況
令和3年度 63.3% → 令和6年度 目標：70.0%
実績：53.3%

- ・県公式HPの認知状況
令和3年度 71.9% → 令和6年度 目標：75.0%
実績：69.1%

(県政世論調査)

- ・広報の種類に応じた対応が必要
- ・発信媒体の多様化→発信側のリテラシー必要
- ・県の紙・テレビ広報媒体の認知度低下傾向
- ・デジタル広報誌の認知度不十分
- ・県公式HP「分かりにくく探しづらい」「様々な閲覧環境への対応不足」等の課題



新

- ・HPやデジタル広報誌等に寄せられる意見等を分析→改善に活用
- ・県の各広報媒体(紙・テレビ・web等)の連動やSNS活用により、情報発信力向上
- ・県公式HPの改善「探しやすく分かりやすい」
- ・職員のスキルアップ・広報マインド醸成

③ 滋賀の魅力等の
効果的な発信

- ・インターネットニュースリリースサービス等を活用し県外へ発信
- ・広報戦略会議で重点テーマの選定・情報の集約・共有の実施。

滋賀ならではの魅力を発信



- ・延べ観光入込客数
平成30年度 5,254万人 → 令和6年度 目標：6,100万人
※実績：5,033万人

- ・移住件数
平成30年度 117世帯 → 令和6年度 目標：200世帯
※実績：559世帯

※いずれも令和5年度実績「総合戦略」評価指標(策定時)

- ・人口減少を見据え、引き続き若い世代の転入者のさらなる増加や訪れる人・関わる人の創出が必要
- ・全庁で一体的な広報に取り組むことが必要



全庁的な情報発信



人口減少が見込まれる

新

- ・大型イベント等の機会を活かして、来県する人に滋賀の魅力を伝える
- ・県民にも滋賀の魅力を再認識してもらえる情報発信

大型イベントの機会に
滋賀の魅力を発信

県民が滋賀の魅力を
再認識

