

■滋賀県広報戦略 Ver.2 ～共感・参加につながる信頼の広報へ～

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1-1
令和7年(2025年)3月11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

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



課題

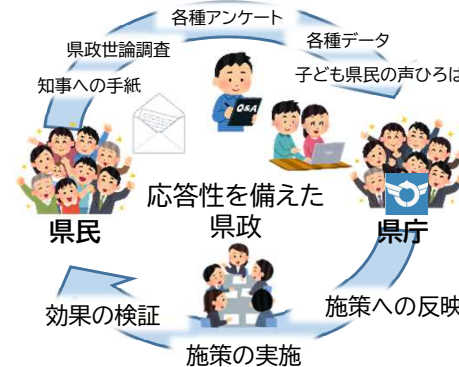
- ・県政への関心はコロナ禍前の水準に (R2: 71.0% → R6: 62.7%)
- ・年齢層バランスよく意見を集める必要
- ・「声を上げない方」「声を上げにくい環境にある方」の意見の把握



改定後の主な取組

新
新

- ・子どもの声を聴き子どもの県政への参画を推進
- ・多様なチャンネルで県民の声を収集・AIの活用
- ・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



- ・正確・迅速な広報
- ・情報の種類や受け手に応じた適切な媒体を組み合わせる
- ・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

新

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



参考指標

【県政世論調査の回収率】
令和6年度 64.3% → 令和10年度 目標: 70.0%

【県政への関心度】
令和6年度 62.7% → 令和10年度 目標: 71.0%
(県政世論調査)

新

【情報発信の満足度】
目標: 前年度比向上

【各広報媒体の認知状況】
令和6年度 → 令和10年度
・広報誌「滋賀プラスワン」
69.8% → 目標: 86.0%
・「テレビ滋賀プラスワン」
53.3% → 目標: 70.0%
・デジタル広報誌「web滋賀プラスワン」
37.7% → 目標: 45.0%
・県公式HPの認知状況
69.1% → 目標: 75.0%
(県政世論調査)

目標値としては位置づけず、下記項目を状況把握のための参考数値とします。

・移住件数 実績: 559世帯
・ふるさと納税の受入件数・額 (県+市町)
実績: 391千件・144億円
・延べ観光入込客数
実績: 5,033万人

※いずれも令和5年度

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て着手

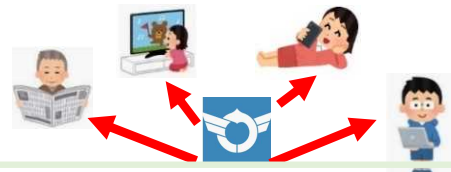
デジタル広報誌
「web滋賀プラスワン」



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
- ・デジタル媒体に対応していない人にも配慮した発信



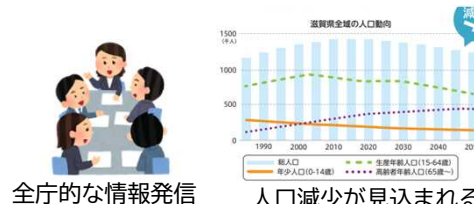
③ 滋賀の魅力等の
効果的な発信

- ・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。

県外向けPRを実施



- ・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