

## 人権啓発事業についてのアンケート集計結果

県では、平成13年4月に「滋賀県人権尊重の社会づくり条例」を施行し、すべての人の人権が尊重される豊かな社会づくりをめざして、人権に関する様々な啓発活動に取り組んでいます。今後、さらに多くの皆様に人権の大切さについて考えていただけるような啓発を行うため、アンケート調査を実施しました。

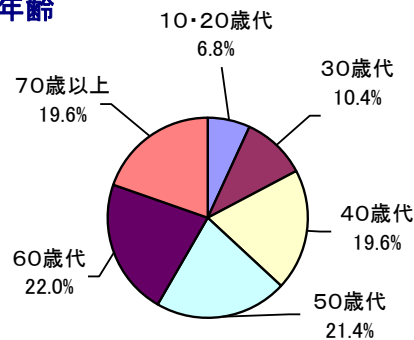
- ★調査時期                    令和3年1月
- ★対象者                    県政モニター                    399 人
- ★回答数                    336 人                    (回収率    84.2    %)
- ★担当課                    総合企画部 人権施策推進課

※四捨五入により割合の合計が100.0%にならない場合があります。

### ◆年齢

	人数(人)	割合(%)
10・20歳代	23	6.8
30歳代	35	10.4
40歳代	66	19.6
50歳代	72	21.4
60歳代	74	22.0
70歳以上	66	19.6
計	336	100

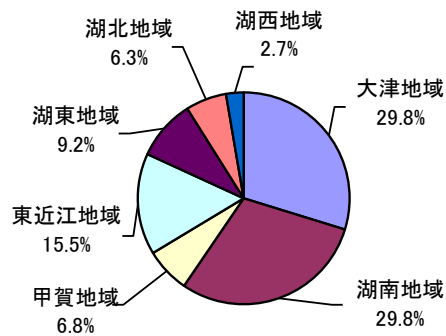
### 年齢



### ◆地域

	人数(人)	割合(%)
大津地域	100	29.8
湖南地域	100	29.8
甲賀地域	23	6.8
東近江地域	52	15.5
湖東地域	31	9.2
湖北地域	21	6.3
湖西地域	9	2.7
計	336	100

### 地域



問1

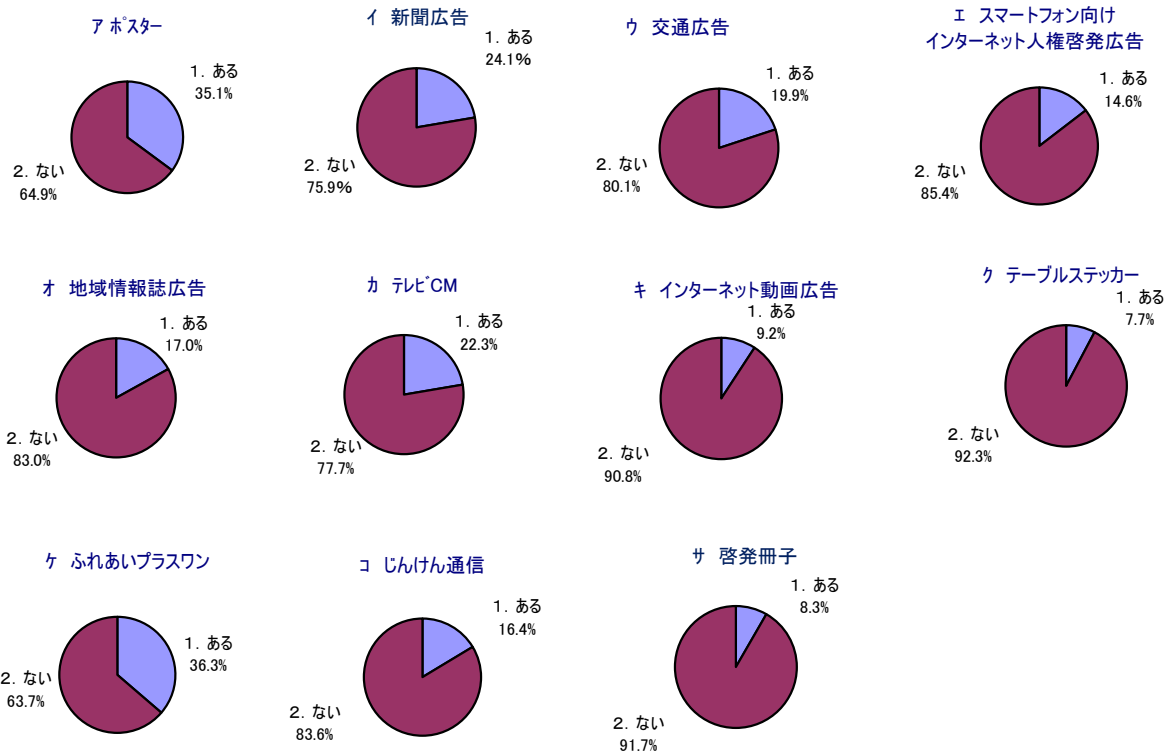
次のア～サの人権啓発を行っています。これらの啓発について

(1)今年度、これらを見たり聞いたり、または読んだりしたことがありますか。(それぞれ回答チェックは1つだけ n=336)

	ア ポスター		イ 新聞広告		ウ 交通広告		エ スマートフォン向けインターネット人権啓発広告	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. ある	118	35.1	81	24.1	67	19.9	49	14.6
2. ない	218	64.9	255	75.9	269	80.1	287	85.4
計	336	100.0	336	100.0	336	100.0	336	100.0

	オ 地域情報誌広告		カ テレビCM		キ インターネット動画広告		ク テーブルステッカー	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. ある	57	17.0	75	22.3	31	9.2	26	7.7
2. ない	279	83.0	261	77.7	305	90.8	310	92.3
計	336	100.0	336	100.0	336	100.0	336	100.0

	ケ ふれあいプラスワン		コ じんけん通信		サ 啓発冊子	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. ある	122	36.3	55	16.4	28	8.3
2. ない	214	63.7	281	83.6	308	91.7
計	336	100.0	336	100.0	336	100.0



ア～サの内容については次のURL(県HP)より御確認ください。

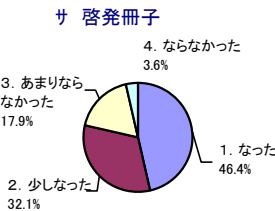
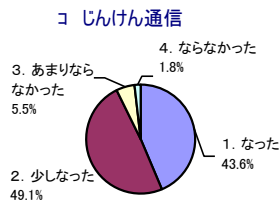
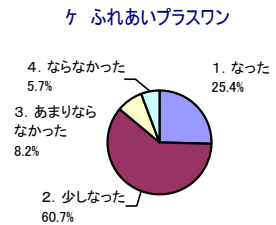
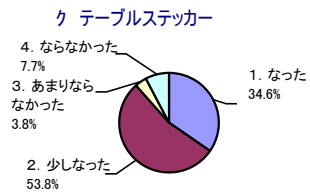
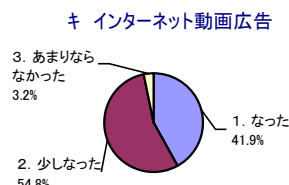
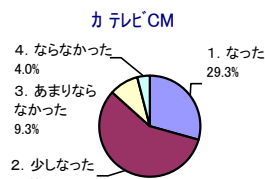
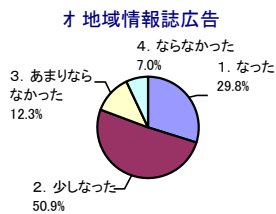
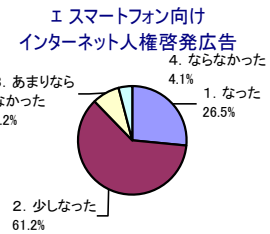
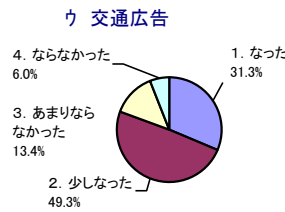
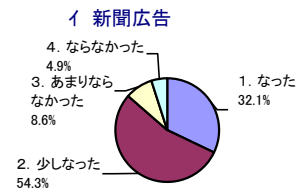
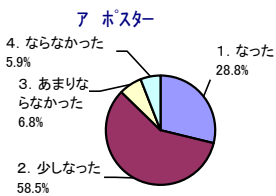
- ・ア ポスター：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/11901.html>
- ・イ 新聞広告：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/11902.html>
- ・ウ 交通広告：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/308771.html>
- ・エ スマホ向け広告：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/300357.html>
- ・オ 地域情報誌広告：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/11718.html>
- ・カ テレビCM：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/11908.html>
- ・キ インターネット動画広告：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/300356.html>
- ・ク テーブルステッカー：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/11909.html>
- ・ケ ふれあいプラスワン：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/305806.html>
- ・コ じんけん通信：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/302761.html>
- ・サ 啓発冊子：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/300329.html>

(2)それにより、「人権」について考えるきっかけとなりましたか。〔問1ー(1)で「1. ある」を選択された方のみ回答〕(それぞれ回答チェックは1つだけ)

	ア ポスター		イ 新聞広告		ウ 交通広告		エ スマートフォン向けインターネット人権啓発広告	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. なった	34	28.8	26	32.1	21	31.3	13	26.5
2. 少しなった	69	58.5	44	54.3	33	49.3	30	61.2
3. あまりならなかった	8	6.8	7	8.6	9	13.4	4	8.2
4. ならなかった	7	5.9	4	4.9	4	6.0	2	4.1
計	118	100.0	81	100.0	67	100.0	49	100.0

	オ 地域情報誌広告		カ テレビCM		キ インターネット動画広告		ク テーブルステッカー	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. なった	17	29.8	22	29.3	13	41.9	9	34.6
2. 少しなった	29	50.9	43	57.3	17	54.8	14	53.8
3. あまりならなかった	7	12.3	7	9.3	1	3.2	1	3.8
4. ならなかった	4	7.0	3	4.0	0	-	2	7.7
計	57	100.0	75	100.0	31	100.0	26	100.0

	ケ ふれあいプラスワン		コ じんけん通信		サ 啓発冊子	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. なった	31	25.4	24	43.6	13	46.4
2. 少しなった	74	60.7	27	49.1	9	32.1
3. あまりならなかった	10	8.2	3	5.5	5	17.9
4. ならなかった	7	5.7	1	1.8	1	3.6
計	122	100.0	55	100.0	28	100.0

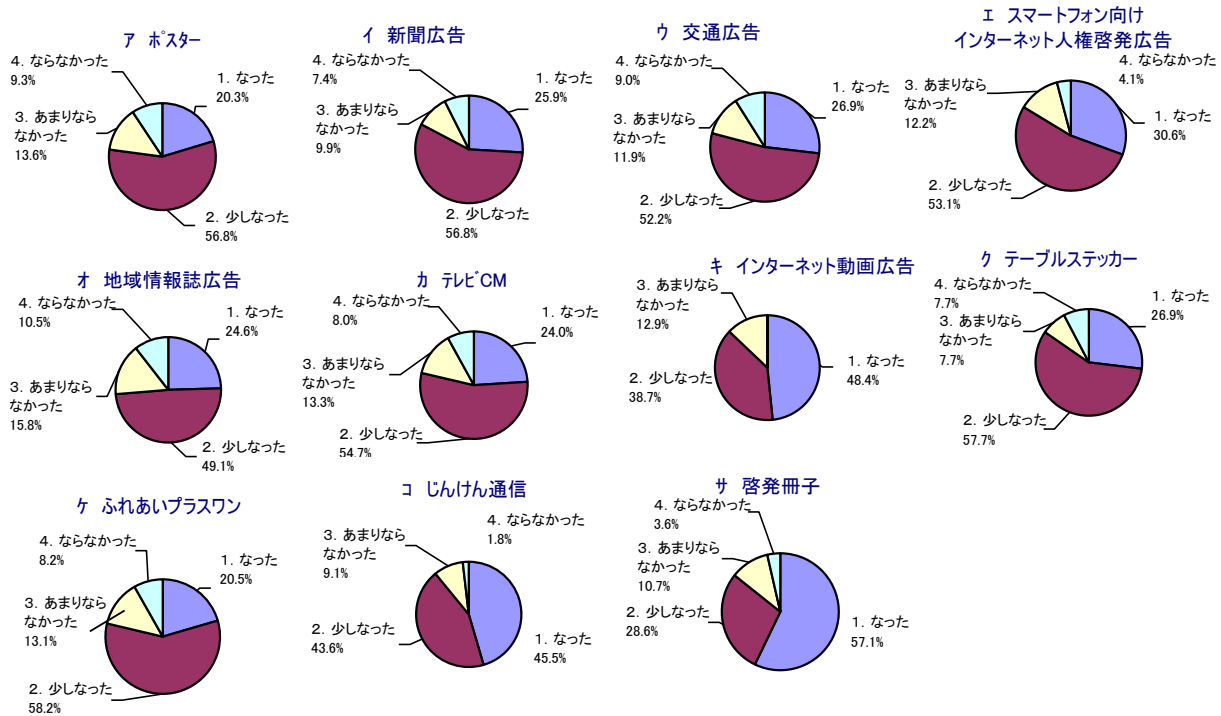


(3)それにより、「人権」に関わって何か行動するきっかけになりましたか。〔問1-(1)で「1. ある」を選択された方のみ回答〕(それぞれ回答チェックは1つだけ)

	ア ポスター		イ 新聞広告		ウ 交通広告		エ スマートフォン向けインターネット人権啓発広告	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. なった	24	20.3	21	25.9	18	26.9	15	30.6
2. 少しなった	67	56.8	46	56.8	35	52.2	26	53.1
3. あまりならなかった	16	13.6	8	9.9	8	11.9	6	12.2
4. ならなかった	11	9.3	6	7.4	6	9.0	2	4.1
計	118	100.0	81	100.0	67	100.0	49	100.0

	オ 地域情報誌広告		カ テレビCM		キ インターネット動画広告		ク テーブルステッカー	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. なった	14	24.6	18	24.0	15	48.4	7	26.9
2. 少しなった	28	49.1	41	54.7	12	38.7	15	57.7
3. あまりならなかった	9	15.8	10	13.3	4	12.9	2	7.7
4. ならなかった	6	10.5	6	8.0	0	-	2	7.7
計	57	100.0	75	100.0	31	100.0	26	100.0

	ケ ふれあいプラスワン		コ じんけん通信		サ 啓発冊子	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. なった	25	20.5	25	45.5	16	57.1
2. 少しなった	71	58.2	24	43.6	8	28.6
3. あまりならなかった	16	13.1	5	9.1	3	10.7
4. ならなかった	10	8.2	1	1.8	1	3.6
計	122	100.0	55	100.0	28	100.0

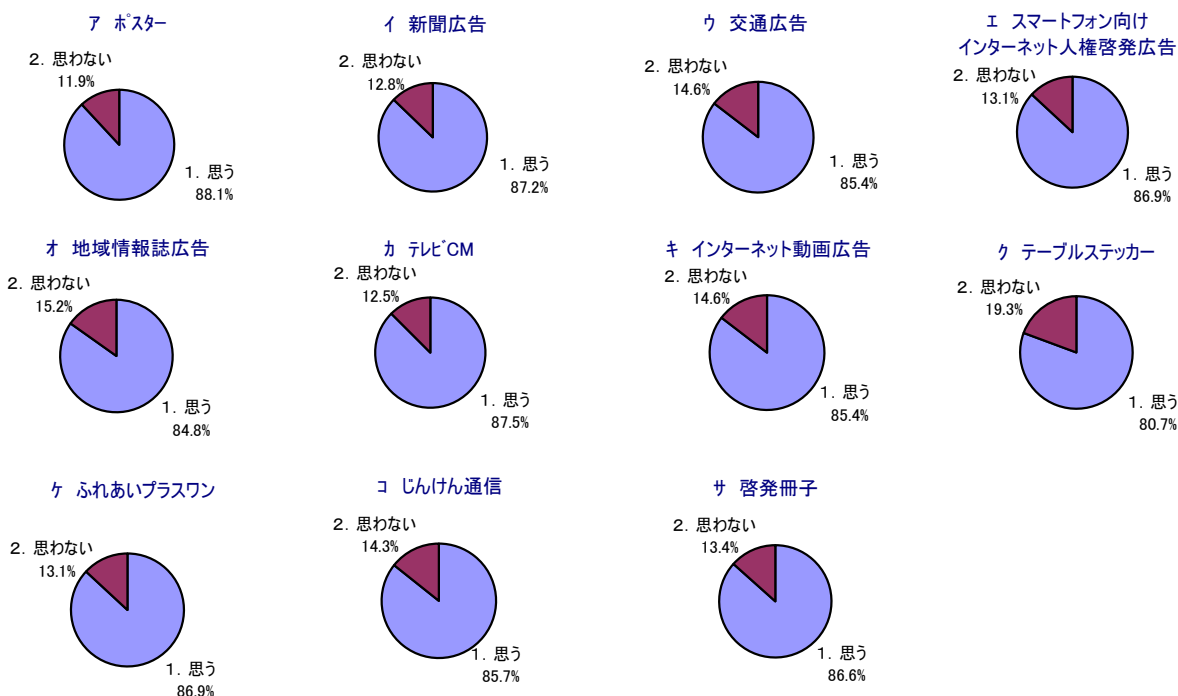


(4) 今後もこのような啓発を行う方がよいと思いますか。(それぞれ回答チェックは1つだけ n=336)

	ア ポスター		イ 新聞広告		ウ 交通広告		エ スマートフォン向け インターネット人権啓発広告	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. 思う	296	88.1	293	87.2	287	85.4	292	86.9
2. 思わない	40	11.9	43	12.8	49	14.6	44	13.1
計	336	100.0	336	100.0	336	100.0	336	100.0

	オ 地域情報誌広告		カ テレビCM		キ インターネット動画広告		ク テーブルステッカー	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. 思う	285	84.8	294	87.5	287	85.4	271	80.7
2. 思わない	51	15.2	42	12.5	49	14.6	65	19.3
計	336	100.0	336	100.0	336	100.0	336	100.0

	ケ ふれあいプラスワン		コ じんけん通信		サ 啓発冊子	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. 思う	292	86.9	288	85.7	291	86.6
2. 思わない	44	13.1	48	14.3	45	13.4
計	336	100.0	336	100.0	336	100.0



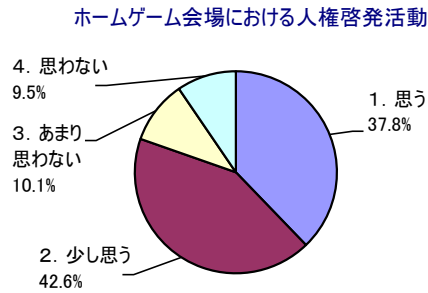
**問4**

県では、幅広い層の方々に人権について考えていただくことを目的に、プロバスケットボールチーム「滋賀レイクスターズ」(Bリーグ)と連携した啓発事業を実施しています。このような事業は、人権についての関心や理解を深めるために効果的だと思いますか。それぞれに御回答ください。(回答チェックは1つだけ n=336)

**ア. 滋賀レイクスターズホームゲーム会場における人権啓発活動について**

<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/314580.html#a>

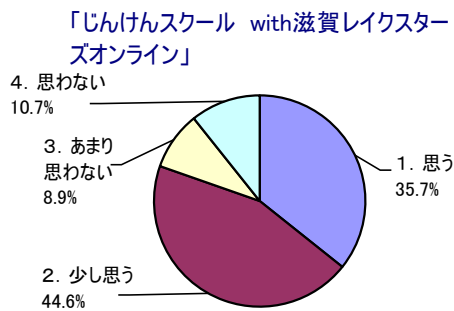
	人数(人)	割合(%)
1. 思う	127	37.8
2. 少し思う	143	42.6
3. あまり思わない	34	10.1
4. 思わない	32	9.5
計	336	100.0



**イ. 人権啓発動画「じんけんスクール with 滋賀レイクスターズオンライン」について**

<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/314580.html#b>

	人数(人)	割合(%)
1. 思う	120	35.7
2. 少し思う	150	44.6
3. あまり思わない	30	8.9
4. 思わない	36	10.7
計	336	100.0



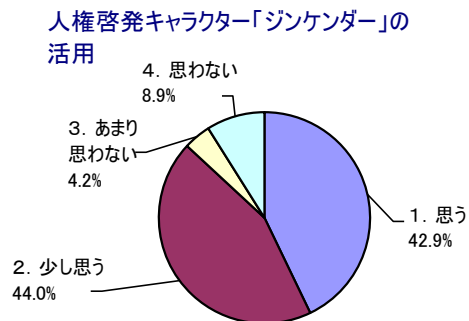
**問6**

県では、人権啓発キャラクター「ジンケンダー」を啓発冊子や啓発動画、イベントなどで広く活用することで、より親しみやすい啓発となるよう取り組んでいます。このようなキャラクターを活用した啓発活動は、人権についての関心や理解を深めるために効果的だと思いますか。(回答チェックは1つだけ n=336)

<参考：ジンケンダーとは>

<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/300336.html>

	人数(人)	割合(%)
1. 思う	144	42.9
2. 少し思う	148	44.0
3. あまり思わない	14	4.2
4. 思わない	30	8.9
計	336	100.0



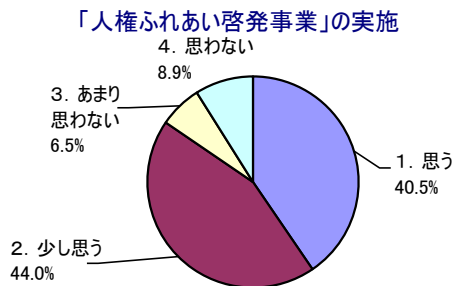
**問7**

県では、幅広い県民の方々に人権について考えていただくことを目的に、多くの人が集まる場所に出向いて行く、シンクンダーとふれあうステージショーや啓発ブースを出展する「じんけんふれあい啓発事業」を実施しています。このような催しは、人権についての関心や理解を深めるために効果的だと思いますか。(回答チェックは1つだけ n=336)

<参考：人権ふれあい啓発事業の様子>

<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/300292.html>

	人数(人)	割合(%)
1. 思う	136	40.5
2. 少し思う	148	44.0
3. あまり思わない	22	6.5
4. 思わない	30	8.9
計	336	100.0



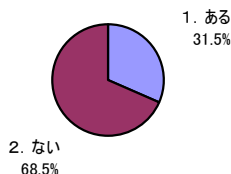
**問8**

新型コロナウイルス感染症に関連した人権侵害の防止のために、県が実施した次のア～ウの広告について

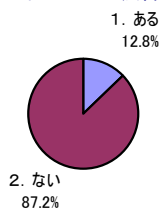
(1)今年度、これらを見たり聞いたり、または読んだりしたことがありますか。(それぞれ回答チェックは1つだけ n=336)

	ア テレビスポット広告		イ YouTube広告		ウ ラジオ広告	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. ある	106	31.5	43	12.8	34	10.1
2. ない	230	68.5	293	87.2	302	89.9
計	336	100.0	336	100.0	336	100.0

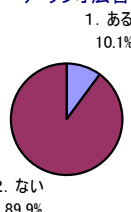
ア テレビスポット広告



イ YouTube広告



ウ ラジオ広告



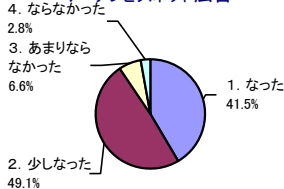
ア～ウの内容については次のURL(県HP)より御確認ください。

- ・ア テレビスポット広告：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/312226.html#a>
- ・イ YouTube広告：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/312226.html#b>
- ・ウ ラジオ広告：<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/312226.html#c>

(2)それにより、「人権」について考えるきっかけとなりましたか。〔問8－(1)で「1. ある」を選択された方のみ回答〕(それぞれ回答チェックは1つだけ)

	ア テレビスポット広告		イ YouTube広告		ウ ラジオ広告	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. なった	44	41.5	23	54.8	14	41.2
2. 少しなった	52	49.1	17	40.5	18	52.9
3. あまりならなかった	7	6.6	2	4.8	2	5.9
4. ならなかった	3	2.8	0	-	0	-
計	106	100.0	42	100.0	34	100.0

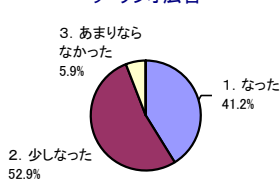
ア テレビスポット広告



イ YouTube広告



ウ ラジオ広告



## 問9

今後、より効果的な人権啓発を実施していくための御提案・御意見があればお聞かせください。(今後さらに活用した方がよい媒体、新しい手法、改善点など)(任意)

[回答をいただいたご意見の中から、一部をご紹介します。]

- ①低年齢からの家庭教育に加え、学校教育、地域での研修、企業内研修など、あらゆる場面での繰り返した取り組みが必要だと思えます。
- ②テレビ、ラジオ、YouTubeなどの各種啓発媒体について、触れる機会が少なく、今回のアンケートで初めて知ったものもあります。今後も様々なメディアでの啓発方法について、一層の研究をお願いします。
- ③人権啓発キャラクターを活用することで、子どもにも親しみやすく、分かりやすい啓発になると思えます。キャラクターのLINEスタンプを作ってみるのはいかがでしょうか。
- ④人権意識の低い書き込みが行われやすいネット空間に、啓発広告を出していくことが効果的だと思えます。
- ⑤知事や市長等が強いメッセージを発信したり、教育の場での一層の取組が必要だと思えます。
- ⑥各種啓発活動について印象に残るよう、滋賀県出身の有名人や、県民に影響力のある方に直接発信をしていただくとよいと思えます。
- ⑦人権は人それぞれの思いがある問題なので、根本にある考え方がしっかり伝わる啓発方法を行ってほしいと思えます。
- ⑧人権は幅広い問題なので、ケースごとに体験談を取り上げた啓発方法が効果的だと思えます。
- ⑨様々な人権問題があることについて、少しでも意識することや正しい知識を持つことができるよう、人権問題を知る機会の提供に努めてください。
- ⑩多くの人が、人権侵害の実例をあまり目にしないため、関心が薄いのではと思えます。具体的な事例を知る(知らせる)ことでどういう行動をとればよいか伝わると思えます。
- ⑪人権ポスターは見るだけでイメージが無意識に直感的に伝わってくるものがよいと思えます。(例:令和元年「笑顔はいろいろでできている」、平成30年「心ほどいて」、平成29年「心の殻を破りませんか」)
- ⑫ポスターや広告などに書かれている言葉が、総論的・抽象的であると、あまり印象に残りにくく、自分のこととして捉えにくいと思えます。具体的な言葉(「スマホ」、「ユニバーサルデザイン」等)を入れると目を引きやすく、興味を持ちやすいと思えます。
- ⑬滋賀レイクスターズと一緒にの啓発は、人権意識を高めることができるだけでなく、そのスポーツも応援したくなり、いい取組だと思えます。
- ⑭このアンケートで、様々な手法を用いて啓発をしていることが分かりましたが、普段の生活の中でこれらを見る機会がないので、それぞれの啓発について告知の仕方を工夫してください。
- ⑮人権啓発イベントに参加しましたが、会場の商業施設内には全く告知がありませんでした。多くの参加があるよう、ポスターなどで施設来場者への事前告知があればよかったです。
- ⑯新型コロナウイルスに関する人権侵害の防止啓発について、差別が拡大している中で、具体的な行動の指針となり、有効だと思えます。
- ⑰コロナ禍なので、イベントを小規模で開催したり、オンライン講演などの取組を考えていただきたいです。
- ⑱各種媒体での啓発は必要であるが、個人で見えても広がりが少ないため、コロナで難しいと思うが、少し会話できるような場面(図書館のお話し会の前に動画を流す等)で啓発媒体があればよいように思えます。
- ⑲新型コロナウイルスの感染拡大により、感染者や医療従事者への誹謗中傷、人権侵害が発生しているため、継続した人権啓発をお願いします。
- ⑳人権啓発は継続して取り組む必要があると思うので、続けられる啓発手法は可能な限り続けていただきたいです。