

(モニタートーク結果概要)

対話テーマ：滋賀県の広報広聴活動に関する取組についての意見交換会

日時：令和2年1月19日（日）

参加者数：県政モニター 6名（欠席 1名）

青少年広報レンジャー 2名

(1) SNSを活用した広報について

<県政モニターからのご意見>

○twitter、Facebook について、自分も勤め先で、フォロワー数ほぼ2万人のtwitterの管理をしている。

- ・フォローしてもらうこと
- ・その後、フォロー解除をどう防ぐか

この2つが非常に大事だと考えている。

県のtwitterについては、堅苦しい記事ではなくて、「うおーたん」を活用したり、色々なウェブ記事を引用したりで飽きられないような記事運営をされているとすごく関心をしている。

○一方で、フォローしてもらうための取組として、おそらく、西川貴教さん等の著名人のtwitterから流入する方が多いと思う。

○広報誌を約6割の県民が読んでいる（令和元年度県政世論調査 問16の結果から）中で、twitterの宣伝はお知らせ情報のページの上に小さく記載されているだけであり、これをもって閲覧にまで結びつけるのは難しい。メイン（手前）の記事に持ってきて、県の広報についてもっとページを割いてみて告知をしていくとよいのではないかと。twitterの内容自体は面白いと思うので、素材を生かせるチャンスとしてそのような他の媒体（広報誌等）を活用してみてはどうか。

○県の方針として、せっかく広報誌のような従来からの有効なツールがあるのに棚上げし、流行からか唐突にSNSの活用に舵を切っている印象を受ける。

○SNSの活用については、どの自治体も似たり寄ったりという印象。流行っているもので、とりあえず飛びついているようなケースが多い気がする。どこも同じように始めて、最初は話題になるが、持て余し、中途半端な状態でフェードアウトしていく。

○(twitterやInstagramについて)ユーザー目線から述べると、行政のものに限った話ではないが、目新しさから登録したものでも、同じような内容の投稿が続くと飽きてきて、結局見なくなったり、登録を解除したりする。継続して見て

もらうためには、常に目新しさを求めていかないといけない。

＜青少年広報レンジャーからのご意見＞

○学生のような若者が滋賀県を知ろうと思った時に考えるのは、「どこに遊びに行くか」という人が多いと思う。滋賀の観光地等を調べようと思っても、意外とネットにはあまり載っておらず、Instagramのハッシュタグ等から人づてで情報を得ることが多い。

○大学生のサークル等でもSNS上の写真部等があったりするので、そういう団体と連携がとれたら、ユーザー拡大に繋がるのではないかと思う。

＜県回答＞

●SNSへのシフトについては、時代の流れとして必ず必要だと感じている。ご意見をいただいたように、まずはtwitterやFacebook等をフォローし、見始めていただくための取組というのが非常に大切だと考えている。

●今日、スマートフォン等の普及によりSNSそのものについてはたくさんの方が利用されている中で、「どうやって滋賀県をフォローしてもらうか」という部分が重要。

●現在も気象情報とか災害情報というのを小まめに発信している。「何かあった際に情報を入手できる」と思っていたくことにより、まずはフォローに繋がるのではと考えている。

●SNSの広報媒体全体の中での使い方・位置づけについては、おっしゃるようにまだ発展途上であり、これからも色々なことを考えていかなければならないと思っている。



(2) 広報誌「プラスワン」について

<県政モニターからのご意見>

○広報誌について、自分はモニターでありながらもあまり読んだことがない。約6割の県民が読んでいるということで、数字の捉え方にもよるが、もっと多くの方に読んでもらう、そのために内容を充実させていくという手もあると思う。

○広報誌の閲読率（県民の約6割）について、自分も仕事でメールマガジンを送るが、開封率は2割弱であり、情報提供してもほとんどの方は見ていないということがわかる。そう考えると、約6割というのは高い水準であり、やはりそのような媒体を上手く活用し、県の情報をPRしていく方法について考えないといけないと思う。

○県の広報誌なので、県全体の内容を載せた方がいいと思うが、居住地域によって欲しい情報が変わっていくと思う。各号ごとに地域別に特集を載せるという方法もある。

○自分は大阪や京都にも住んだことがあり、府・県・市の広報誌を読んできたが、個人的には断トツで滋賀県のプラスワンが面白いと思う。新聞も取らず、テレビも持たず、SNSもLINEしかしていないが、これだけは近くの図書館に毎回取りに行くくらい好きである。

○表紙に見たくなるような記事内容が記載されている。内容もとても面白い記事になっていて、そんなに興味がなかった内容でも、レイアウトがいいのか、思わず読み込んでしまう。いわゆる「読者の声」の掲載欄があれば、他の読者の感想や考えを共有でき、さらに楽しいものになるのではないかなと思う。

<青少年広報レンジャーからのご意見>

○自分が広報誌でいつも読むのは、「INFOしが」の募集や催し物の講座関連の記事である。自分の興味のある内容しか見ないことが多く、情報を選んでいるところもあり、人によって見る・見ないページがあると思う。

○（若者に県政に関心を持ってもらうという点について）大学生とか高校生は勉強や将来について等、自分自身のことを考えることで精いっぱいなところがあり、県政の方に興味を持つ余裕がないのかなというのが自分なりの意見としてある。

○自治体の広報誌ではないが、自分も市の情報誌は読んでいる。その理由はクーポン券が付いていたりするからであり、若者についても自分に有益だと考える情報があれば見るようになる。

<県回答>

●広報誌の閲読率について、理想は100%ではあるが、一般行政等の広報誌で約6割というのは、かなり高い値であり、よい結果であるとは捉えている。

●一方で、残りの約4割の方にはまだ情報が届いていないということであり、それぞれの媒体を活用し、県政情報を幅広くお届けするため、媒体の活用方法、ウェイト配分というのも今後考えていかなければいけない。

(「広報誌を読んでもらおうと思うと、県民が関心のある中身を書くというのが一番いいと思うのだが、内容を考えるにあたって、県民から意見聴取をしたり、アンケートを採ったりはしているのか。または、コマ割りは県で決め、発信したい情報を書いていくという形式なのか」という質問に関して以下の回答)

●広報誌のプレゼントに応募いただく場合に感想を記入いただくこととしている。どういった紙面づくりがいいのか、どういった情報を知りたいのか等、様々なご意見をいただいている。求められる情報とお届けをしたい・発信したい情報とのマッチングという部分については、限られた紙面の中で難しく、悩みどころではある。

●お話しいただいたとおり、受け手が情報をどう捉えるかの「感覚を磨く」ことは非常に大事であると考えている。

●SNSや新たなツールを含め、各広報媒体の位置づけ・活用方法について、今後も検討してまいりたい。

