

滋賀県広報戦略

～共感・行動・参加につながる広報～

令和3年11月30日
県政経営会議資料
知事公室広報課

第1章 現状と課題

① 県民の意見やニーズの的確な把握



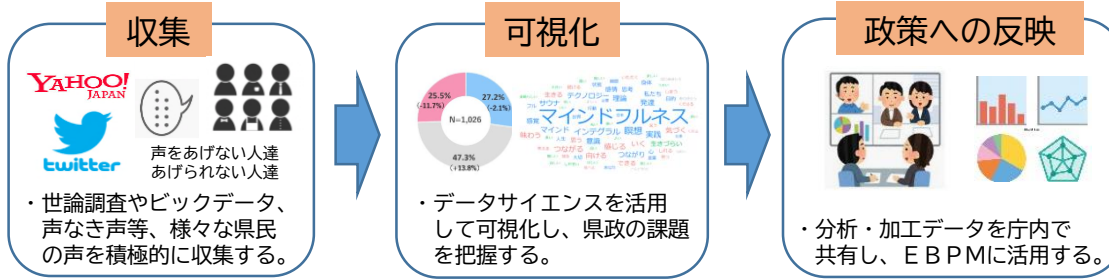
知事への手紙 8.25倍 (R1→R2)
HP閲覧数 7.9倍 (R1→R2)

声をあげない人達
あげられない人達

- ・「県民の声」が増加してきている。
- ・「声をあげない方」「あげにくい方」の意見を積極的に収集する必要がある。

第3章 具体的取組

① 県民の意見やニーズを県政への反映



第4章 取組期間等

令和3年度から令和6年度までの4年間

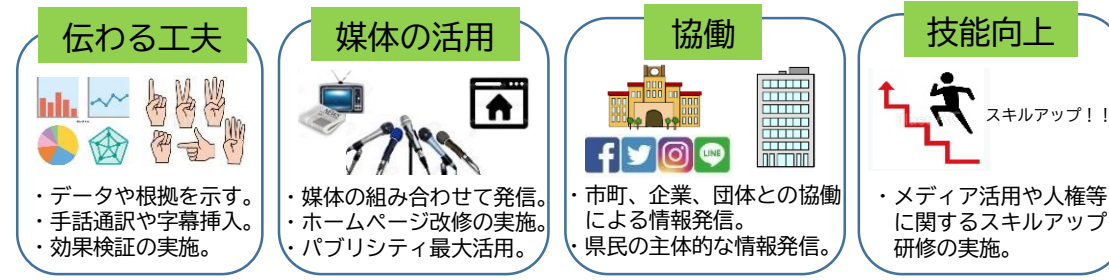
- 県政世論調査
 - ・ 県政世論調査の回収率
令和3年 50.6% → 令和6年 56.0%
 - ・ 県政への関心度
令和3年 64.7% → 令和6年 71.0%

② 受け手に伝わる情報発信



- ・ 情報入手方法の多様化が進んでいる。
- ・ 興味のある情報のみ選択して入手する傾向が強い。

② 県民の理解と信頼を得る広報



- 県政世論調査
 - ・ 広報誌の認知状況
令和3年 78.5% → 令和6年 86.0%
 - ・ 県政番組の認知状況
令和3年 63.3% → 令和6年 70.7%
 - ・ 県公式HPの認知状況
令和3年 71.9% → 令和6年 75.0%

③ 滋賀の魅力等の効果的な発信



- ・ 移住、観光、物産、ふるさと納税など、定住人口、交流人口、関係人口の獲得をめぐる自治体間競争が激化している。

③ 「選ばれる滋賀」となるための情報発信



- 「総合戦略」評価指標
 - ・ 延べ観光入込客数
令和元年 5,254万人 → 令和6年 6,100万人
 - ・ 移住件数
令和元年 117世帯 → 令和6年 200世帯

広聴

県内向けの広報

県外向けの広報

第2章
戦略を推進するための
基本的考え方

目指すべき姿

- 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。

視座 ① 広報DXの推進
② 情報発信力の最大化