

## 人権啓発事業についてのアンケート結果

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8年1月

★対象者:県政モニター300人

★回答数:245人(回収率81.7%)

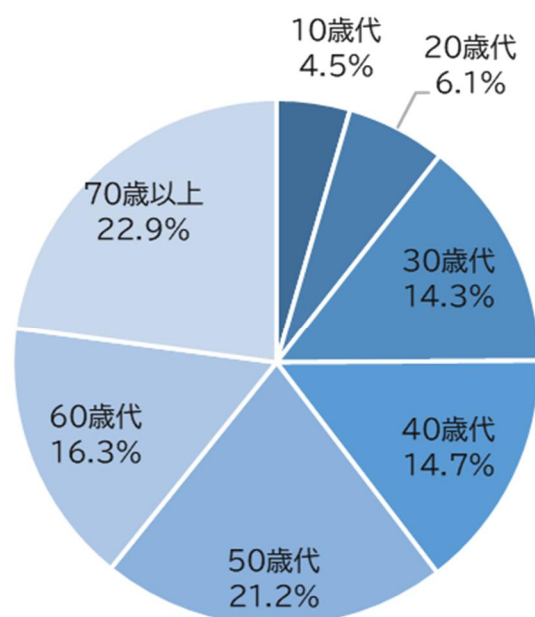
★担当課:総合企画部 人権施策推進課

(※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。)

### 【属性】

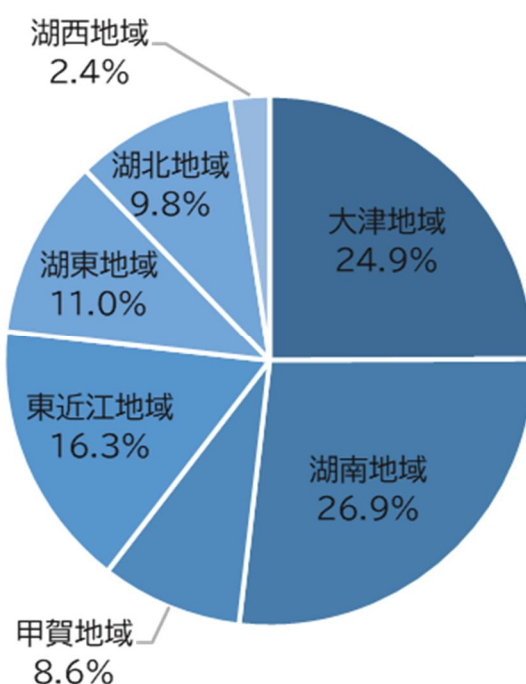
#### ◆年代

項目	人数(人)	割合(%)
10歳代	11	4.5
20歳代	15	6.1
30歳代	35	14.3
40歳代	36	14.7
50歳代	52	21.2
60歳代	40	16.3
70歳以上	56	22.9
合計	245	100.0



#### ◆地域

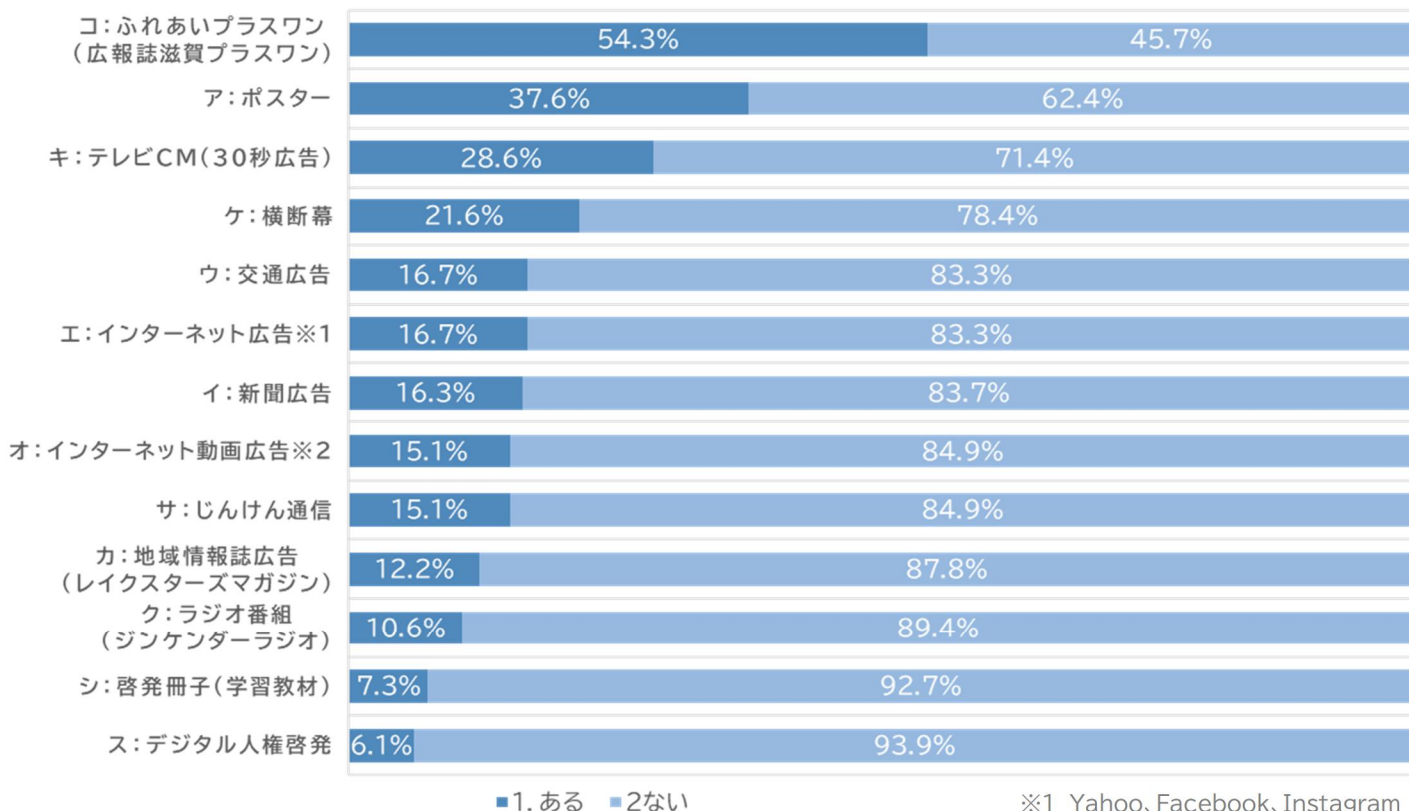
項目	人数(人)	割合(%)
大津地域	61	24.9
湖南地域	66	26.9
甲賀地域	21	8.6
東近江地域	40	16.3
湖東地域	27	11.0
湖北地域	24	9.8
湖西地域	6	2.4
合計	245	100.0



問1 ①今年度、ア～スの人権啓発を見たり聞いたり、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=245)

項目	人数		割合	
	1. ある	2ない	1. ある	2ない
ア:ポスター	92	153	37.6%	62.4%
イ:新聞広告	40	205	16.3%	83.7%
ウ:交通広告	41	204	16.7%	83.3%
エ:インターネット広告 (Yahoo、Facebook、Instagram)	41	204	16.7%	83.3%
オ:インターネット動画広告 (YouTube、X、TikTok)	37	208	15.1%	84.9%
カ:地域情報誌広告(レイクスターズマガジン)	30	215	12.2%	87.8%
キ:テレビCM(30秒広告)	70	175	28.6%	71.4%
ク:ラジオ番組(ジンケンダーラジオ)	26	219	10.6%	89.4%
ケ:横断幕	53	192	21.6%	78.4%
コ:ふれあいプラスワン(広報誌滋賀プラスワン)	133	112	54.3%	45.7%
サ:じんけん通信	37	208	15.1%	84.9%
シ:啓発冊子(学習教材)	18	227	7.3%	92.7%
ス:デジタル人権啓発	15	230	6.1%	93.9%



ア～スの内容は、以下のURL(県ホームページ)より御確認いただけます。

<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/325973.html>

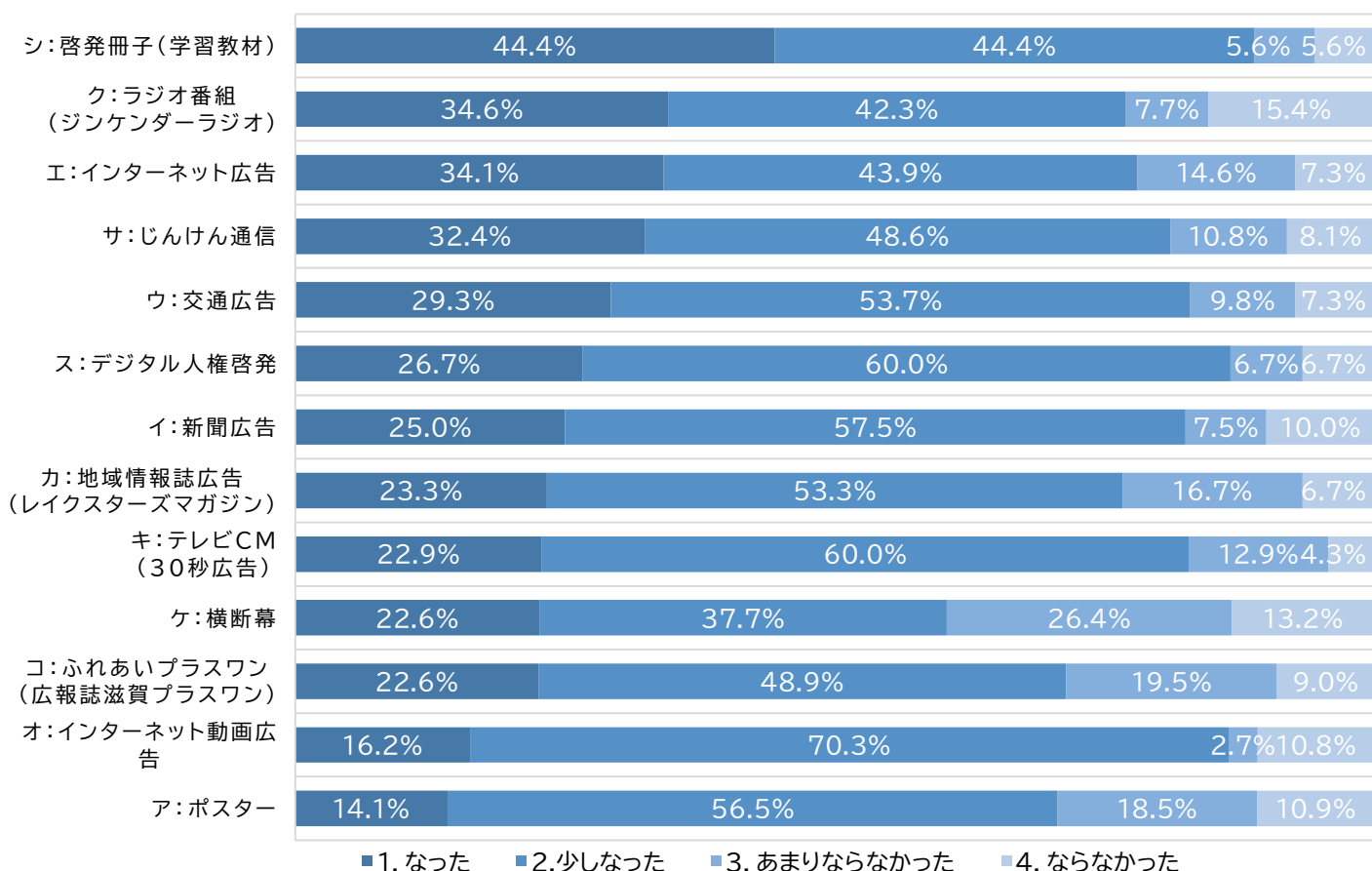
○それにより、「人権」について考えるきっかけとなりましたか。

(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)

項目	ア ポスター		イ 新聞広告		ウ 交通広告		エ インターネット広告 (Yahoo・Facebook・Instagram)		オ インターネット動画広告 (YouTube・X・TiKTok)	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1.なった	13	14.1	10	25.0	12	29.3	14	34.1	6	16.2
2.少しなった	52	56.5	23	57.5	22	53.7	18	43.9	26	70.3
3.あまりならなかった	17	18.5	3	7.5	4	9.8	6	14.6	1	2.7
4.ならなかった	10	10.9	4	10.0	3	7.3	3	7.3	4	10.8
計	92	100.0	40	100.0	41	100.0	41	100.0	37	100.0

項目	カ 地域情報誌 (レイクスターズマガジン)		キ テレビCM		ク ラジオ番組 (ジンケンダーラジオ)		ケ 横断幕		コ ふれあいプラスワン	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1.なった	7	23.3	16	22.9	9	34.6	12	22.6	30	22.6
2.少しなった	16	53.3	42	60.0	11	42.3	20	37.7	65	48.9
3.あまりならなかった	5	16.7	9	12.9	2	7.7	14	26.4	26	19.5
4.ならなかった	2	6.7	3	4.3	4	15.4	7	13.2	12	9.0
計	30	100.0	70	100.0	26	100.0	53	100.0	133	100.0

項目	サ じんけん通信		シ 啓発冊子		ス デジタル 人権啓発	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1.なった	12	32.4	8	44.4	4	26.7
2.少しなった	18	48.6	8	44.4	9	60.0
3.あまりならなかった	4	10.8	1	5.6	1	6.7
4.ならなかった	3	8.1	1	5.6	1	6.7
計	37	100.0	18	100.0	15	100.0



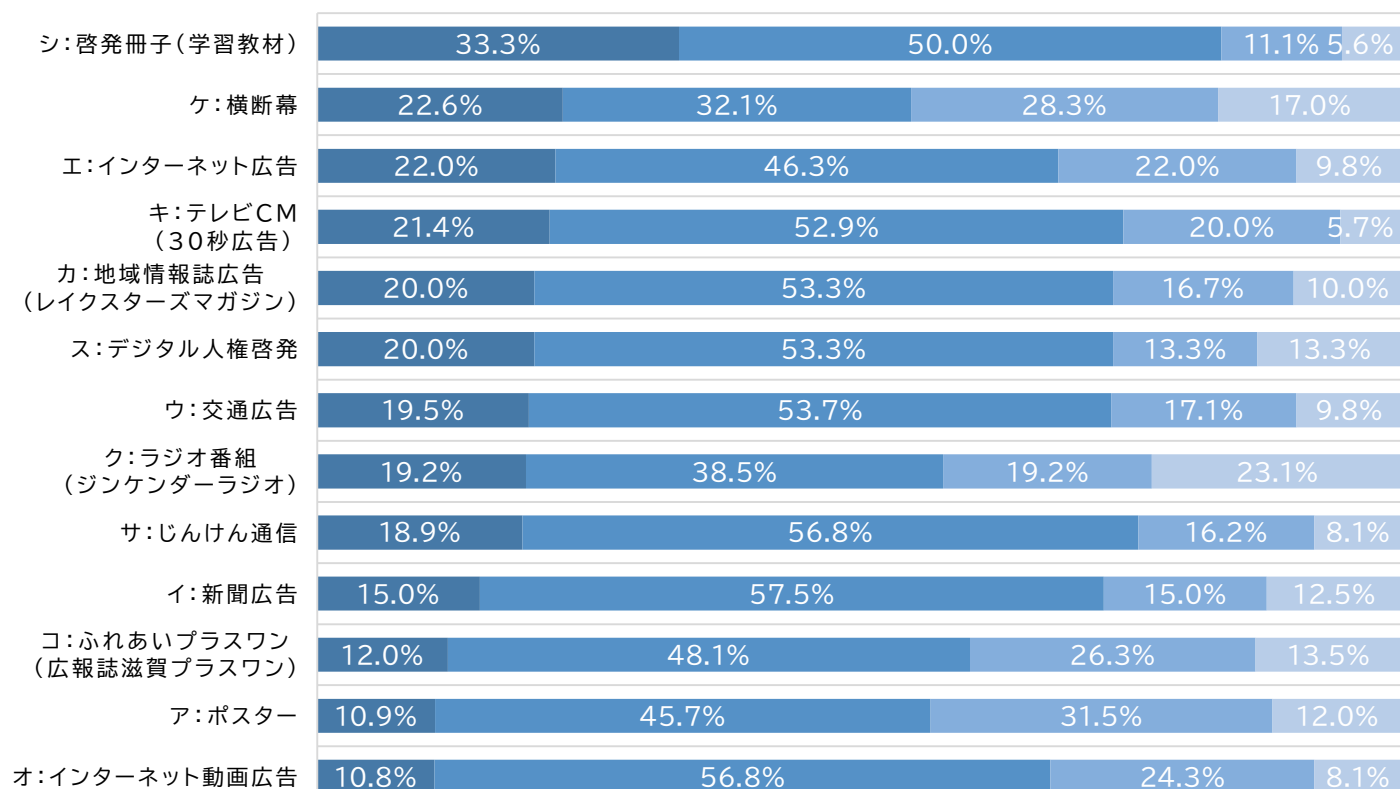
○それにより、「人権」について行動するきっかけとなりましたか。

(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)

項目	ア ポスター		イ 新聞広告		ウ 交通広告		エ インターネット広告 (Yahoo・Facebook・Instagram)		オ インターネット動画広告 (YouTube・X・TikTok)	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1.なった	10	10.9	6	15.0	8	19.5	9	22.0	4	10.8
2.少しなった	42	45.7	23	57.5	22	53.7	19	46.3	21	56.8
3.あまりならなかった	29	31.5	6	15.0	7	17.1	9	22.0	9	24.3
4.ならなかった	11	12.0	5	12.5	4	9.8	4	9.8	3	8.1
計	92	100.0	40	100.0	41	100.0	41	100.0	37	100.0

項目	カ 地域情報誌 (レイクスターズマガジン)		キ テレビCM		ク ラジオ番組 (ジケンダーラジオ)		ケ 横断幕		コ ふれあい プラスワン	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1.なった	6	20.0	15	21.4	5	19.2	12	22.6	16	12.0
2.少しなった	16	53.3	37	52.9	10	38.5	17	32.1	64	48.1
3.あまりならなかった	5	16.7	14	20.0	5	19.2	15	28.3	35	26.3
4.ならなかった	3	10.0	4	5.7	6	23.1	9	17.0	18	13.5
計	30	100.0	70	100.0	26	100	53	100.0	133	100.0

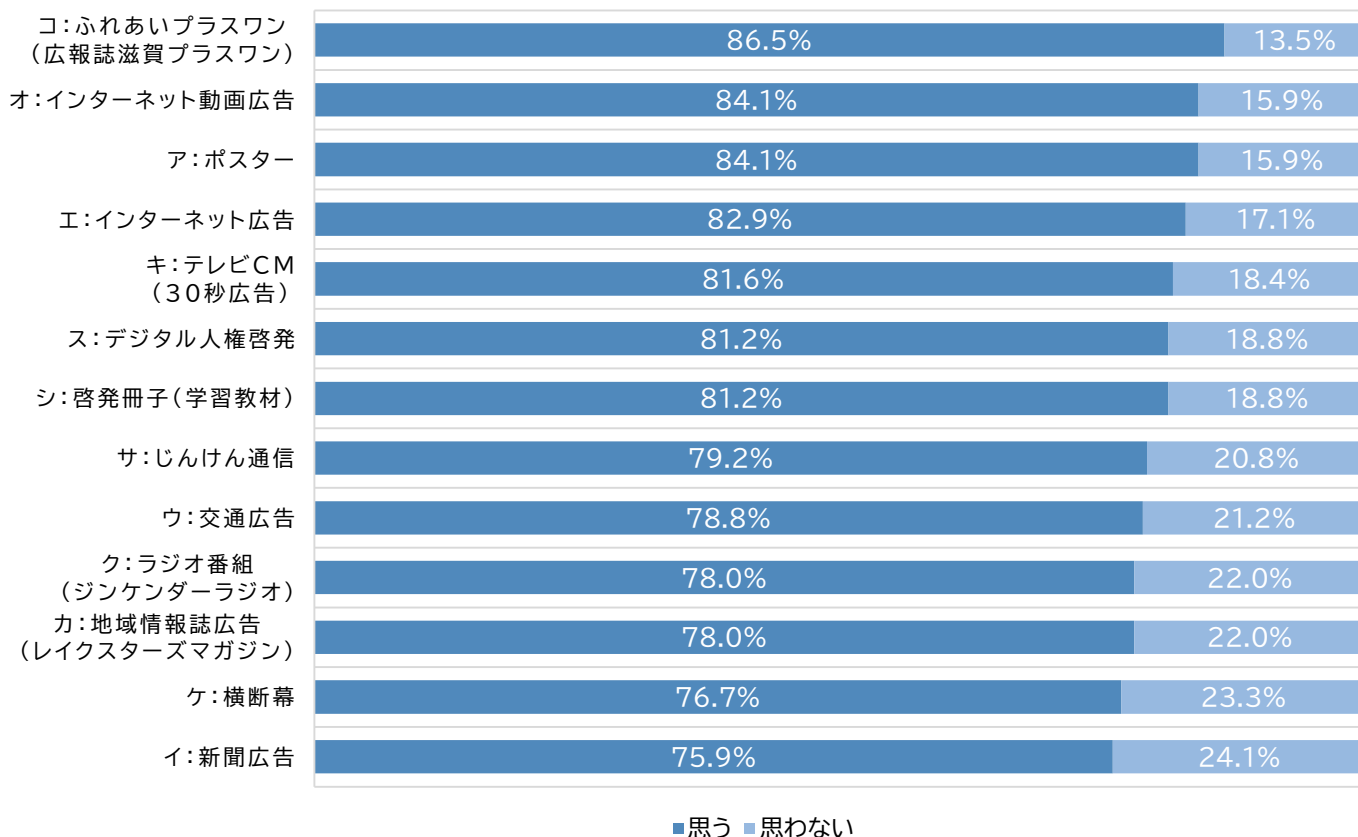
項目	サ じんけん通信		シ 啓発冊子		ス デジタル人権 啓発	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1.なった	7	18.9	6	33.3	3	20.0
2.少しなった	21	56.8	9	50.0	8	53.3
3.あまりならなかった	6	16.2	2	11.1	2	13.3
4.ならなかった	3	8.1	1	5.6	2	13.3
計	37	100.0	18	100.0	15	100.0



■ 1. なった ■ 2. 少しなった ■ 3. あまりならなかった ■ 4. ならなかった

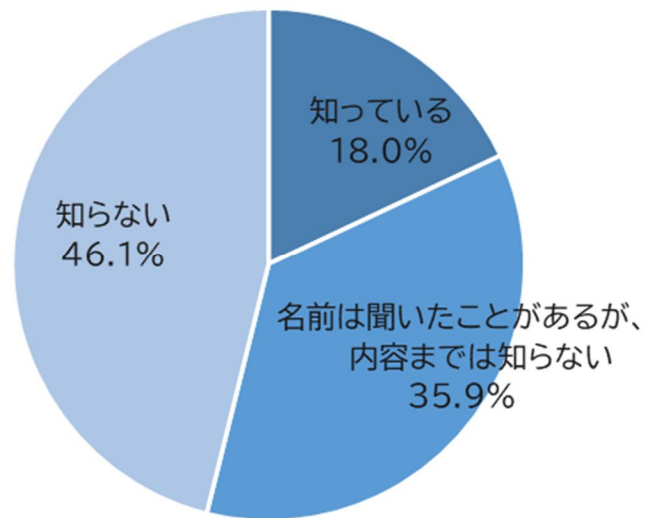
②今後も、このような啓発を行う方が良いと思いますか。(それぞれ回答チェックは1つだけ n=245)

項目	人数(人)		割合(%)	
	1.思う	2.思わない	1.思う	2.思わない
ア:ポスター	206	39	84.1	15.9
イ:新聞広告	186	59	75.9	24.1
ウ:交通広告	193	52	78.8	21.2
エ:インターネット広告	203	42	82.9	17.1
オ:インターネット動画広告	206	39	84.1	15.9
カ:地域情報誌広告(レイクスターズマガジン)	191	54	78.0	22.0
キ:テレビCM(30秒広告)	200	45	81.6	18.4
ク:ラジオ番組(ジンケンダーラジオ)	191	54	78.0	22.0
ケ:横断幕	188	57	76.7	23.3
コ:ふれあいプラスワン(広報誌滋賀プラスワン)	212	33	86.5	13.5
サ:じんけん通信	194	51	79.2	20.8
シ:啓発冊子(学習教材)	199	46	81.2	18.8
ス:デジタル人権啓発	199	46	81.2	18.8



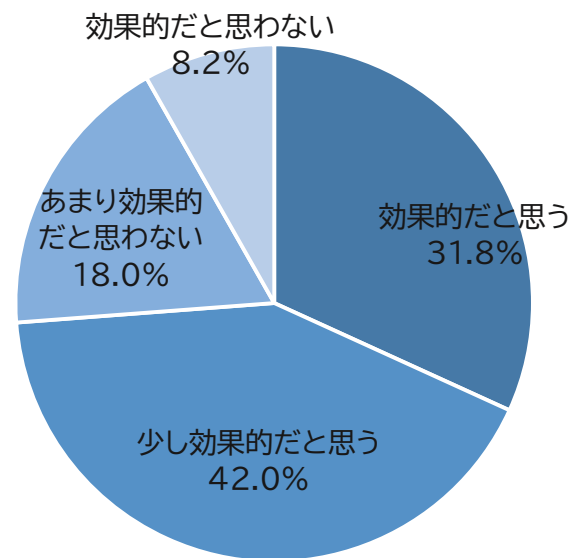
問2 「滋賀県パートナーシップ宣誓制度」について知っていますか。(回答チェックは1つだけ n=245)  
 (滋賀県は、LGBT 等の当事者カップルによる宣誓書を県が受領したことを証明するこの制度を 2024 年 9 月から開始しています。)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 知っている	44	18.0
2. 名前は聞いたことがあるが、内容までは知らない	88	35.9
3. 知らない	113	46.1



問3 人権啓発キャラクター(ジンケンダー)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=245)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 効果的だと思う	78	31.8
2. 少し効果的だと思う	103	42.0
3. あまり効果的だと思わない	44	18.0
4. 効果的だと思わない	20	8.2



#### 問4 人権啓発事業についてのご提案・ご意見(抜粋)

##### 【ポスターについて】

- ・「どこで生まれたかではなく」は、被差別部落のことなのではないでしょうか？私は滋賀県の部落問題について全く知識がないが、このポスターの文言をみて、滋賀県にもあるのか？と思った。なにを言わんとしているのかわかりにくい。
- ・ポスターに書いていることが、ふんわりとしすぎていて、何のポスターなのか見逃してしまう。伝えたいことをストレートに書くことも大事ではないかと思う。
- ・ポスターなどは人権について考える良い機会になっていると思います。
- ・12月の人権週間のポスターは、1年中貼ったままでも良いのではないか。
- ・「どこで生まれたか」を扱う広告については、県外出身の移住者として出身地による差別の存在を意識するきっかけにはなったものの、具体的な問題像や行動につながらず、自身の人権意識の向上には結びつかなかった。
- ・「それってダメかも」「スマホの使い方」といった広告は、日常に紛れがちな行動を具体的に示し、自分事として突きつけてくる点が非常に分かりやすく、子どもにも説明しやすい。

##### 【テレビ CM について】

- ・さまざまな人権啓発活動がされているが、短い CM の中では伝わりにくいと思う。キャラクターもよいが、メッセージを率直に伝えることも大切だと思う。

##### 【SNS 広告について】

- ・YouTube や X を頻繁に利用する私のスマホには一度も表示されなかったことは少し残念。
- ・スマートフォンや SNS といった新たなツールの登場により、人権に関する意識・行動の変容も起こりうるため、今後も媒体に応じた人権啓発を継続して行ってほしい。

##### 【じんけん通信について】

- ・良い内容だと思いましたが、一般市民向けに積極的な発信をされていない様子。

##### 【ジンケンダーについて】

- ・人権のキャラクターも定着してきて、イラストを見ただけで、読んでみようと思うようになった。イラスト入りだと、読もうと思える。読むきっかけになる。
- ・ジンケンダーは長い間 TVCM などで見たりしているのでかなり定着しているキャラクターだと思うのでこのまま啓発のために使ってほしい。  
普段考えていなくてもどこかでこのキャラクターを見ると考えるきっかけになると思う
- ・ジンケンダーのキャラクター広告は意図や効果の測定先が分かりにくく、実績や検証が示されれば理解しやすくなると思うが、自分にはあまり響かなかった。

### 【啓発方法について】

- ・自治役員を対象に人権啓発を実施すれば効果が上がるのではないかな。
- ・人権啓発はやっぱり市や町、県の広報誌に掲載するのが良い気がする。
- ・高校生までの子どもに県から人権問題について学ぶ時間を与えたり、企業にも出向いてほしい。
- ・SNS や漫画など、身近な媒体を活用した取組や、県内クリエイターとの連携が進めば、より多くの県民に届くのではないかと考える。
- ・ミドル層への啓発機会である「人権フェスタ」のような子どもと保護者が参加できる体験型のイベントをもっと県内各地で開催されるのが啓発効果が高いと思う。
- ・自治会でも人権講習会があるが、なかなか人が集まらない。コンサートなど行きたくなるようなイベントと同時に人権について考える機会があれば良い。
- ・行政には、もう少し目に触れる形で、啓発事業を行って欲しい。

### 【啓発内容について】

- ・いろいろな媒体で人権啓発に関する情報発信をしているが、ほとんど記憶に残っていない。県民の視覚に訴え、心に刺さる、インパクトのある内容にするよう工夫してほしい。
- ・女性の人権についての啓発も増やしてほしい。
- ・人権が、誰かの「思いやり」によって守られるものではないこと、嫌いな人であっても人権侵害されていたら守るための行動を取れるような内容が良いのではと思う。
- ・時代とともに変化しているため、「人権とは何か」という定義が必要だと思う。
- ・今後の人権啓発については、誰に何を伝え、どのような行動変化を期待するのかをより明確にした発信が重要だと感じる。
- ・今後は抽象論よりも、身近な実例を通じて考えさせる啓発がより効果的だと考える。
- ・人権啓発の広報は内容が抽象的で、メッセージが伝わりにくいと感じているのであまり効果がないのではと思っている。
- ・より具体的な訴求すべき内容をネット、SNS などに発信するほうが費用も少なく効果もあるのでは
- ・日常生活の中で誰もが無意識に経験している小さな違和感や戸惑いを題材にし、「自分にも起こりうること」として考えられる工夫があると、より身近に感じられるのではないかなと思う。

### 【啓発全般について】

- ・こうした啓発活動を重要だとは思いますが、あまり浸透していないことが現状のように思う。
- ・人権啓発においては、キャラクターや漫画を活用した発信が非常に効果的だと感じている。難しく捉えられがちな人権のテーマも、日常の一場面として描くことで、年齢や立場を問わず「自分ごと」として受け取りやすくなる
- ・人権について、差別される側、差別する側双方に教育や考え方を変えていかなければ、何も改善されない。世の中は、少数派には厳しく、大勢多数で物事をすすめていくことが多いため、少数派が生きていくために何が必要なのか、少数派の意見の集約も必要不可欠だと思っている。

### 【アンケートについて】

- ・設問で、「良いとおもうか、思わないか」となっていますが、これは返答に困る。「どちらでもいい」も欲しい。