

## 第6回（平成24年度第1回）広報外部評価委員会

1. 日 時：平成24年11月22日（木） 13:30～15:30
2. 場 所：出島交流会館（長崎市出島町）
3. 出席者：菊森委員長、小川委員、金村委員、坂本委員、（榎屋委員欠席）
4. 議 題：（1）今年度実施事業について（報告）  
（2）来年度に向けた見直しについて  
（3）来年度に向けた契約について

### 5. 概 要

県が行う広報活動について、さらに効果的で効率的に進めるため、各委員の意見を聴取する。

各種広報媒体について、今年度の取組と来年度の方針を説明したうえで意見を聴取。

※テレビ番組と広報誌は、実際に見てもらった。

#### 【広報テレビ番組】※3番組放映

平成ながさき瓦版 若者の就職支援 ①フレッシュワークって？

ながさきみーちゅープラス 野母崎②

情報生番組タイアップ トコサタ10月27日（土）和牛の祭典 in 長崎生中継

#### 【広報誌】

全世帯広報誌「県民だより」 1・2月号

グラフ誌「ながさきにこり」 No.15（新上五島町）、No.16（時津・長与）

#### 【メールマガジン（メルマガ長崎県）】

ソーシャルメディアの急速な普及により、タイムリーな情報を簡潔に発信することが可能になっている中、メルマガ長崎県は月2回発行であることから、費用対効果などを考慮して平成24年度で廃止する。

#### 【長崎県のホームページリニューアル】

利用者視点に立ったサイト構成として、迅速で安定した情報発信と運営ができるシステムの開発に取り組んでいる。

### 6. 主な意見

#### ■平成ながさき瓦版について

- 「瓦版」のテーマが若者の就職に関するものでよかった。「フレッシュワーク」の存在を就職活動中の学生たちがもっと知ってくれればと思った。

- 若者の視聴行動は、第一にテレビを見るのではなく、携帯やスマートフォンでコミュニケーションをとりながら、必要に応じて見る。「この番組、見るよ」という連絡を受けると「見よう」と思う。そういう流れはいろんな年代層に広がってきているため、ソーシャルネットワークを活用した番組告知を考えてみてはどうか。
- 今回のテーマは若者にすごく役立つ情報だった。それぞれのテーマは、高齢者や主婦などさまざまだと思うが、放送時間帯がすごく重要になってくる。
- 「瓦版」は深夜に再放送している。最近では、深夜にあえて若者向けの短い番組を放送していることから、深夜放送は有効と考える。

#### ■みーちゅープラスについて

- 「みーちゅープラス」のねらいは県民の県内周遊であるが、例えばランタンフェスティバルなどのイベントは、バスで近隣の県から来て、泊まらずに帰るという声をよく聞く。県外の方が泊まってもらえるような情報を提供できれば、観光の活性化に有効だと思う。近隣の県でも放送することを考えてもいいのではないか。

#### ■情報生番組について

- 「和牛の祭典」の会場からの生中継は臨場感があった。もちろん材料（テーマ）によるものだが、行ってみようかなというしずる感、現実感があった。
- 今後、総文祭や長崎が新三大夜景に選ばれるなど明るいニュースがあるときは、生中継を活用するなど、どんどん広報してほしい。

#### ■テレビ番組全般について

- 「瓦版」は県政を、「みーちゅー」は県民の県内周遊性を、タイアップはもっとやわらかいイベントなどをタイムリーに届けており、それぞれの番組でバランスを考えていると感じた。
- 放送テーマは非常に大事な点をとらえていると思う。例えば瓦版では、長崎県は全国でもガン検診などの受診率が低いことから、「がんから命を守ろう！」「特定健診を受けよう！」などのテーマは非常に有効と考える。
- 離島振興法の改正が来年の4月にあるので、各離島をさらに取り上げてほしい。

#### ■全世帯広報誌「県民だより」について

- 表紙から読むと12ページから県の情報コーナー「情報ひろば」が始まるが、実は、1

2ページからは後ろの15ページから読むような造りになっている。横書きでの構成であることからだと思うが、読みにくいと感じている。

例えば、広報誌のリニューアルのときに、「情報ひろば」を横書きから縦書きにするとか、最初から全部左から始まるようにするなどの工夫ができないか。

- 前からと後ろからの項目が会う12、13ページは、「あれ、このページは何だろう」と疑問を持つ印象がある。見る人の目が泳いだり、これは何だろうと迷ってしまうような割りつけをやってはいけない。
- 「情報ひろば」のような情報は、別刷りにして挟むパターンもあるが、手間とお金がかかるのでなかなか難しいと思う。新聞もテレビ欄から開く人と、1面から開く人がいるので、むしろ、両方向から開けるというパターンがあってもいいのでは。
- 2011年の表紙は写真が上下の真ん中にあり、下の部分に目次があった。今年から表紙が全面写真になったときに「おっ、迫力があっていいな」と思った。表紙は毎月楽しみにしている。人物に焦点を当て、県で活躍する人を紹介するコーナーと連動していて素晴らしいと思った。
- 1つ欠点を言わせてもらおうと、3月と4月の表紙は女性で、同じポーズ、とても似ている。見る人によっては、この方々がされている活動が重なって混同してしまうと思った。

#### ■情報誌「にこり」について

- 置いてあるとつい目が行く。それがきっかけで長崎の話をすることもあることから、県外の人にはいかに見てもらうかが大事。
- 「にこり」については、東京などで非常に高く評価されていると思う。
- 置いてもらえる場所をさらに広げた方がいい。例えば、福岡では、各県の産業などを紹介する九州経済調査協会の図書館や、「きとらす」のような物販・飲食を中心とする場所。東京では、九州の食材だけを扱ったような居酒屋など。
- 「にこり」は、編集の仕方、書き方、写真の使い方も航空会社の機内誌にもものすごく似てきた。ほとんど、変わらないぐらいの水準の高さになっていて、非常に感心している。まさに機内で読むのに打ってつけの冊子。一部の航空会社の機内には置いてあることから、難しいのかもしれないが、全ての航空会社に置いてもらえれば効果があると感じた。
- 「にこり」のウェブ版があるというのは初めて知った。本紙からの誘導（見落とたのかもしれないが）をもっとわかりやすくしてほしいと感じた。

■長崎県のホームページリニューアルについて

- リニューアルに関して、見る側も、発信する側も互いに使いやすくするコンセプトは非常にいいと思う。
- ソーシャルメディアの双方向性は、県民の方からいろんな意見が寄せられた場合に、どこまでオープンにするのか。また、県側の回答をどうするのか。運営の方法は、かなり難しいと感じる。

■広報誌とホームページの連携について

- 広報誌の「県民だより」と「にこり」の県ホームページ版を見たが、「にこり」は非常にコンテンツが豊富で、観光サイトなどいろんなところを覗ける仕組みができています。
- 広報誌「にこり」を点とすると、県ホームページにある「にこり」のサイトは、いろんなところとつなぎ線になっている。この状態を、絶対に劣化させないようにしたうえで、ソーシャルの要素を強化してほしい。例えば、「にこり」のサイトを見て旅行した人が感想を書き込めたり、WEBを見ている人に向けて「どうぞ、来てください」などのメッセージの発信ができる仕組みを加えていくと、効果が上がるのではないかと。
- 「県民だより」のホームページを見ると、広報誌をそのままペラペラめくって見られるだけの状態で残念。例えば県のイベントなどの情報がたくさん掲載してあるので、参加の申し込みなどが画面からできればと思った。もう少し工夫してもいいのではないかと。
- 新しいホームページでは、広報誌に掲載されている統計的なものは、グラフなどで見やすくするなど、利用者がパッとわかるような仕組みも工夫してほしい。

■総合評価方式による入札について

- 技術評価は、最初の提案は良かったが、継続性がなければ意味がなく、結果、安くて悪いものとなる可能性があることから、示された見栄えだけではなく、それに携わる人材の実績や力量を評価できる審査員を選ぶことが重要。また、人材の評価ができる審査項目を工夫する必要もある。

■各種広報媒体全般について

- 各種広報媒体を、だれが読み、見ているのか。男女、年齢層、職種などを把握したうえで広報した方がいい。
- それぞれの広報媒体の連携を図り、効果的な広報をすることが必要である。

- 広報のメニューはたくさんあるが、それぞれどれくらい到達力があるかということを意識してほしい。必要に応じて、それぞれの担当部署が、「関心を持ってください」「見てください」と県民に呼びかけることが重要。さらに、ソーシャルネットワークなどを活用すると到達力を高めることができる。
- スマートフォンのアプリは効果的。興味があるアプリをとりあえず自分の携帯に入れておく、それを触れば、自動的に「県民だより」や「にこり」のページが開くようにできれば誘導力が強くなっていく。