

## 第10回（平成28年度第1回）広報外部評価委員会

1. 日 時：平成28年10月20日（木） 15：00～17：00

2. 場 所：橋本商会ビル 3号会議室（長崎市元船町）

3. 出席者：菊森委員長、榎屋委員、大倉委員、金村委員、坂本委員

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）来年度の契約方法（案）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（AR動画含む）を、実際に見ていただいた。

### 【広報誌】

- ・全世帯広報誌「つたえる県ながさき」 9、10、11月号  
10月号のAR動画（つたえるけん対馬市、ながさきレシピ）2本を放映
- ・グラフ誌「ながさきにこり」 31（多良見、飯盛、森山）、32（宇久島）

### 【広報テレビ番組】 2番組放映

県政番組「こちら県庁広報2課」

10月8日（土）～ 「ねんりんピック長崎2016」に参加しよう！

10月15日（土）～ 長崎デスティネーションキャンペーン開催中！

## 6. 主な意見

### 全世帯広報誌「つたえる県ながさき」について

#### 《概要》

- ・ 県民の県政への関心と理解を深めていただくとともに、県のイベントや募集など様々な情報をお知らせするため、月に1回、約52万部を発行。自治会経由による全戸配付を行っている。
- ・ 今年度はタイトルと表紙をリニューアルし、5～10月号では「ねんりんピック長崎2016」、5～12月号では「長崎DCキャンペーン」のコーナーを新設、県の大きなイベントの情報を紹介した。
- ・ 1月号からは平成30年に世界文化遺産登録を目指す「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産を紹介し、登録への機運を高めていく。

県政テレビ番組「こちら県庁広報2課」では最後に全世帯広報誌の告知があるので、全世帯広報誌にも「こちら県庁広報2課」の放送日が記載されているとテレビも見ようかとなる。タイミングがあえば、紙媒体から映像媒体へのクロスメディア告知ができれば良い。

全世帯広報誌はできるだけオーソドックスに県政の考え方や取組を織り込むことを大事にして欲しい。(現在の全世帯広報誌は)柔らかに作っており、苦勞の跡も見られる。

10月号の特集「どうなってるの?長崎県の財政」は、硬い内容をわかりやすくまとめてある。以前していたように(収支を)家計簿で表すともっと身近に感じられるのではないかな。

県政特集はトップページにするべき。県の考えやどんな事業を実施しているかをお知らせするため、表紙でも大きな文字で特集を紹介したほうが良い。特集を全面に出すことで避けられるという問題もある。

県政特集を充実させて欲しい。長崎県は人口減少や過疎化が進んでおり厳しい状況にあるが、県民の方は意外と知らない。ソフトで読みやすいのは良いことなので、私たちが抱えている課題を前面に出して掘り下げて欲しい。大事な課題は一回だけでなくシリーズで取り上げるのも良い。

県のこども政策局で婚活やめぐりあい事業をやっているが、県民の意識調査で、結婚したい人の比率が全国の中でも低い。移住する人を増やすことも大事だが、あわせて結婚して子どもをつくろうという雰囲気をつくるような観点から取り上げて欲しい。

情報誌「ながさきにこり」について

《概要》

- ・県内各地域のさまざまな魅力を写真を中心とした質の高いグラフ誌として紹介し、県のイメージアップや郷土に対する愛着を高め、長崎県の応援団の拡大につなげるため、年4回、3万2千部を発行。県内外に配布している。

写真が平面的に見える。前のは立体的に見えたし、鮮やかで濃淡があり、長崎の景色がはっきりと写っていた。(宇久の写真は)青森の津軽半島と区別がつかず、勿体ない感じがする。グラビアの工夫を業者をお願いしたらどうか。鮮やかで活力感のある写真で魅せて欲しい。

景勝地、食、体験、人のバランスが重要。ある程度とらえているが、どういう切り口でいくのか、4つのジャンルの比率をどう変えていくか議論が必要。観光案内と同じになったら意味がなく、地域のディープな、目から鱗が落ちるようなネタがあると良い。

31号でP11とP12の写真は記念写真のように正面を見ており、集まってもらった感じがする。道中で取材者が見た人や思ったことは冊子になった時に読む人に伝わる。開くとみんなこちらを見ている写真はどこにでもある感じがするので、もう少し工夫が必要と感じた。

「つたえる県ながさき」と「にこり」が近づいてきているように感じる。「にこり」はグラフ誌にしては文字が多すぎるし、写真で印象づけることが大事。広報誌は文字がないと県民に詳しく伝わらないので、役割を明確にするべき。

総合評価方式で入札する際の審査項目の中に「写真の質」「質の高い表紙のデザインやロゴ」を入れて、業者に理解してもらったうえで提案してもらうべき。スマートフォン等でのクロスメディア展開については、ディスプレイの高性能化によりきれいな写真で魅せることができるので、誌面に使わなかった写真を写真中心のSNS等に掲載する工夫をしても良い。

県外の時間が潰せるようなところに配布できたら目につくと思う。喫茶店や床屋、銀行の待合など、雑誌と一緒に感覚でみてもらえるのでは。また、雑誌を配達している町の本屋と一緒に持って行ってもらうとお金をかけずに広がるのでは。

広報課が担うべき広報と観光や物産など他の課が担う広報の役割分担が必要。広報課がどこまで広報するかを決めるべきで、東京の人たちが何を見ているのか一度調べたらどうか。

## 県政番組について

### 《概要》

- ・ 現行テレビ番組は、「こちら県庁広報2課」  
架空の部署である広報2課の職員が取材し、県の施策や取組を県民の目線でレポートする。  
4分番組で、NBCが制作し、週3回放送している。

スマートにできているが、ひっかかりどころがないしメリハリがない。伝えたいところとサラッと流していいところが同じテンポで作られている。立ち止まって見せるところとテンポで見せるところがあると良い。伝えたいことがより伝わるよう、情報を少なくしてでもメリハリをつけたほうが良い。クロスメディアにしているので、(テレビでは)つかみだけにして、気になる人は広報誌でじっくり読ませるというやり方もある。

今年度はメンバーが変わっているが、変わったことに県民が気づいているのか。どこが変わったのかわからないまま放送されているのではと懸念される。

さらっとしていて大人しいので、突撃隊のようなものがあったら面白い。

佐世保市長が出ている「させぼ市政だより」は良い。市長のトークがうまく、難しいことをきちんと聞かせている。

Aタイムといういい時間帯で放送しているので、インパクトを強めて広報誌やホームページに引っ張っていくともっと効果的になる。テレビだけで完結させるならもっと安いスポットで数を増やしたほうが良い。

## 県公式ウェブサイトについて

### 《概要》

- ・ J I S 基準の AA 達成を目指しアクセシビリティの強化を行っており、2016 年 3 月実施の試験では A 一部達成だった。また、2016 年 3 月 31 日にスマートフォン、タブレット閲覧最適化を対応した。

土木部のフェイスブックが面白い。がけ崩れ現場に行ったなどのシビアなものから、土木女子を育成するための見学会を行った等、こんなこともやっているんだということがわかる。

S N S はどういう言葉が発せられているかで皆が何に関心を持っているか探知することができる。ウェブサイトについても、どこがよく見られているかある程度解析できるので、トップページ等から見て欲しいページに導くよう工夫してみると良い。今後、世界遺産などのトピックスが出てくるとアクセスが増えてくるので、見たい人が探しやすい工夫をすることでもっと利用が増えてくる。

自分のブログを毎月 Google アナリティクスで分析しているが、どのキーワードで検索されているか、どのサイトから入ってきているか全てわかる。次にどんなキーワードを使わないといけないか等もわかるので、県もウェブサイト対策等をしたほうが良い。

若者の（情報収集の）主力はスマートフォン。その 90%以上が Wi-Fi の環境で使っているので、どんな重いコンテンツでも無料でみている。クロスメディアで若者を意識する際はスマートフォンを活用して欲しい。最適化ができることはとても良い。

### その他

この委員会の委員の顔ぶれは年齢的に高くなっている。選挙権年齢も下がっているので、県政としても若い人の意見は無視できない。若年層の意見を聞く機会が必要。

情報へのアプローチの方法が小さく狭くなっている。これまでの新聞やテレビからスマートフォンなどへ。県外への発信についても、U I ターンを目的としたものなのか、交流人口を増やすためのアプローチの仕方なのかで違いがあるので、満遍なく作らないといけない広報の役割の中でターゲット化は難しい。（情報を）絞ればいいが、そうすると広報課が作るものではなくなってくる。