

第 11 回（平成 29 年度第 1 回）広報外部評価委員会

1. 日 時：平成 29 年 10 月 12 日（木） 13：30～15：30

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、池田委員、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。

県政テレビ番組と広報誌(A R 動画含む)は、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」 8、9、10月号
10月号のA R 動画（つたえるけん川棚町、ながさきレシピ）2本を放映
- ・グラフ誌「ながさきにこり」 35（壱岐市） 36（五島市）

【県政テレビ番組】 2 番組放映

- 「こちら県庁広報 2 課」
8月12日（土）～ U・Iターンのすすめ その2
9月30日（土）～ みんなで育もう

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。
- ・ タイトルや表紙などを昨年度リニューアルしたため、今年度は内容、コーナー名などの変更はしていない。
- ・ 裏表紙で、今年1月号から12月号は平成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、平成30年1月号から4月号は構成資産から外れたキリスト教文化遺産群を紹介し、登録への機運を高めていく。

サイズが小さくなってようやく馴染んできた。以前より表紙や中身も柔らかくなり、手に取りやすくなったと感じる。町内会で配布する時に感想を聞いたら「見やすくなった」と言われた。

県の広報誌として、特集、トピックス、情報ひろばは欠かせない。表紙をめくって最初の「つたえるけん」は良いコーナーで、特に左側のマップはわかりやすい。広報誌としての硬さを和らげている効果がある。

県内の大学も県内就職率を高めようという課題を持っている。広報誌などを通して若い世代にも長崎県の状況が伝わったり、長崎県に興味を持ってもらうことを考えると、県全体が抱えている人口減の課題やU・Iターン、県内就職率など、年間のうち2~3回でも若者関係の内容がある号の相当部数を大学に配布するなど、若者に届く工夫をして、新たな配布箇所を開拓して欲しい。

紙媒体の良いところは保存ができることと、置いておくと手に取って読んでもらえること。厚さもちょうど良いので、色々なところに置いておくと読んでもらえるし、自分の興味のある部分だけ抜き出すこともできる。記録性もあるので、放送などとは違う広がりがある。自治会配布の比率を変えてでも、色々なところに置く必要がある。

石木ダムの特集は、新聞とは違ったアプローチで、今まであまり見かけたことがなかった将来像などがわかりやすかった。県政を的確に伝えるのは難しく、以前、財政を家計に見立ててわかりやすく伝えていたが、現在の広報誌もそのわかりやすさが生かされていると感じる。

企業を紹介する際、女性活躍に力を入れている企業を紹介するなど、女性活躍についてぜひ取り上げて欲しい。

紙の薄さが気になる。市町の広報誌に埋もれたら困るので、紙質を考え直さないといけないのではないか。

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、3万4千部を発行。県内外に配布している。
- ・ 今年度は、今年4月に有人国境離島法が施行されたこともあり、4回全て離島地域をテーマにしている。

最後のページに載っている地図とアクセスで、例えば35号の壱岐では、県外や長崎駅から壱岐へ行くルートはわかりやすいが、壱岐島内の拠点やまわり方、交通アクセス（バス、レンタカー等）もあるととてもわかりやすい。

離島の交通アクセスはわかりにくいので、バスの有無やレンタカーが借りられるのか等、最低限の情報が載せられたら不便ではないと印象づけられるのではないかと。

毎回多めにもらって友人達に送っている。その一人と一緒に壱岐に行ってきたが、写真を見て実際に行くと、もっと素晴らしさが発見できた。旅好きな人にとって、普段からこういう情報誌をみることが事前学習にもなり、魅力が倍増される。県外の人にとって、上質な観光案内になっていて、非常に良いと感じた。

来年度は「地域」でなく「テーマ」で作成したいという案は良いと思う。テーマによって県内各地を取り上げることができる。

「テーマ」で作成するようになると、テーマの選定が重要になる。例えば、ビッグ・データから人気があり興味を持たれているものを選定するなどしたら面白い。テーマによって複数の地区を取り上げる場合には、絵のようなマップがあると親切だ。

「地域」で作成すると、住んでいたり興味のある地域によって読者の興味がはっきり分かれるが、テーマに合わせて色々な地域を取り上げると、そのようなことはなくなると思う。

取材力がとても重要なため、委託業者にはテーマをひとひねりしていただきたい。発行回数を意識して、戦略的に、取材の質は落とさずに工夫して欲しい。

「にこり」は外の目で長崎を見て、さらに外の人にそれを知らせていく役割を持っているので、委託業者の創意工夫の領域がとても大きくなる。それが最大限発揮されるためには総合（評価）入札ではなく、プロポーザルで争うべきだ。

予算を減らすのは言語同断。2年契約、プロポーザルですべきだとしっかり説得していただきたい。

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、民放4局で週6回放送している。

短い時間の中で色々紹介しようとするとうつ花的になり、見る人の心には留まらない。印象を残したい部分に集約しないと伝わりきれないし、そこが工夫のしどころ。覚えていて欲しいキーワードが残るような構成になれば良い。4分間では難しいが、どこに的を当てて伝えていくかが大切だ。

本日見た2本はわかりやすくまとまっていた。先日放送の里親の回は、重たいテーマを上手く伝えていた。番組の最後に「よかテレ」でも見れると宣伝しているが、全世帯広報誌の情報ひろばなどにも「よかテレ」で見れることを掲載すればもっと広がっていく。

今の広報2課のメンバーは安定して見られる。菊野課長がうまく取材をしながら課長の役目を果たしていて、好感が持てる。ただ、さらっと流れていて、前週と今週とどこが違うのかと言われても良く覚えていないことがある。あるフレーズを聞いたり場面を見たりすると「県の広報だ」と頭に残るような「大いなるマンネリ」も必要ではないか。

番組の中で必ず一回は「プロフェッショナル」という言葉が出てくるので、きちんと作っている印象があり、アピールすべきものはアピールしていると受け止められる。今後は少し崩した打ち出し方もあるのかと思う。行政の番組は、間違っただけではいけない、きちんと伝えなければならない、品性がなければいけないなど、とても難しい。

人事異動で男性メンバーが入ってくるなど少し変化をつけると面白いかもしれない。番組の枠が決まっていて、中に入れるものが毎回変わる中で、変化がなく忘れられてしまう部分が出てくるので、冒頭でその回のトピックを出すなど工夫をして印象づけることをしながら、手堅い内容は確保しつつ、工夫をしてみたらと思う。

テレビで印象付けて活字へ誘導するクロスメディアを進めていく。長い番組を短くする時は、印象だけは残して本編を見てもらうように作る。放送は多くの人に見てもらえるけれど印象を残すのは難しく、送りっぱなしの媒体の弱点。その特性をわかって使っていくしかない。

冒頭としめは定型になっていて、しめは一人ずつ何か言うように作ってあるが、必ずしもその形態にこだわらず、もう少し印象に残るものに工夫が必要。例えば、課長が次回の予告の電話を受けながら終わるなど。

来年度、放送時間を変更するのは良いが、各社でこの時間帯は難しい等もあるし、放送単価も違う。再放送の時間を変えるなどであれば社内の調整だけでできるが、各社から同意を得られるのか気になる。

放送時間を分散させることは良い。これまで見ていなかった人の目に触れる機会が確実にあるし、同じ4分間でどう効果的なのかなぜひやっていただき、成果をみたい。

ふるさと情報発信アプリについて

《概要》

- ・進学や就職で県外に出た若者や本県にゆかりのある方などを主なターゲットに、現在の長崎県内の出来事など、本県の魅力や旬の情報等を発信するふるさと情報発信アプリの無料配信を今年4月から開始した。

県外に出た若者だけでなく、県内の学生にもアピールすることを考えたら、ダウンロード数も予定より早く達成できるのではないか。

アプリには最初に中心的なバナーがあって、色々なコンテンツが時系列に並んでいるので、もう少し細かく分けると良い。知名度が上がれば、皆が便利に使うと思う。

その他

人口減少社会の中で、広報の重要性は今後ますます高まるため、広報予算を削減されると大変なことになる。

広報の重要性をよくわかっていただくように。単に観光面だけでなく、交流と定住の両方に関わってくるので、予算の削減は極力抑えていただきたい。

県だけで広報を頑張るのではなく、各市町とも連携することを少し意識してみると良い。

きらりと光るまちの風景などちょっとした記事に目が行き、印象に残る。切り取った面の鮮やかさなど編集の見せ所だが、鋭く磨いていただきたい。

長崎県のPRのために役立った書籍や長崎で頑張っている人を紹介するドキュメンタリー番組などを表彰し、全世帯広報誌やながさきにこりで紹介することを検討していただきたい。