

第12回（平成30年度）広報外部評価委員会

1. 日 時：平成30年10月26日（金） 13：30～15：30

2. 場 所：県庁3階302会議室（長崎市尾上町3-1）

3. 出席者：菊森委員長、池田委員、小出委員、金村委員、坂本委員

4. 議 題：（1）今年度実施事業について
（2）来年度実施事業について

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、11月号

・グラフ誌「ながさきにこり」 No.39（長崎の職人）、

No.40（かつて潜伏キリシタンが暮らした地 外海を訪ねて）

【県政テレビ番組】※ 2番組放映

「こちら県庁広報2課」

9月8日（土）～ しまの芸術祭

10月13日（土）～ 石木ダム早期完成に向けて

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。
- ・ 今年度発行号からリニューアルを行い、「県内で頑張っている人・企業（つたエールけん）」、「県の事業・制度（すすめるけん）」を紹介するコーナーを設置。
- ・ 裏表紙は、前年は世界遺産の構成資産を紹介していましたが、今年度は、「日本遺産・国境の島」、「日本遺産・鎮守府」、「日本遺産・焼き物」のシリーズについて、毎号一つずつ、構成資産、構成要素を取り上げていく。

○昨年度の委員会では、広報誌のページ数を12ページに減らすという検討方針もあったが、一番大事なのは情報量と考えているので、16ページが継続されてよかった。また、女性の活躍を取り上げるについての意見もあったが、「つたえるけん」のコーナーを用いて、地域おこし協力隊の女性を上手に取り上げていると感じた。

○県の広報誌は、市町と違って県全体をカバーする特性があるため、緩やかなつながりでよいので、何か横串を指したようなテーマなどが感じられる配慮があってもよいと思う。例えば、水産をテーマにして、「水産加工、水産の産品、県の水産試験場」、あるいは、ある課題に対して「県の施策、民間の事業、地域や市民の活動」など。

○できるだけ幅広い年代の皆様に見てもらいたい場合に、どのように誘導するかということは難しいことであるが、フェイスブックやツイッターというメディアもある中、特に若い人たちをどのようにして誘導していくか、工夫があればよい。

○年代に配慮したメディアの使い方があるとすれば、50代や60代しか読まないようなところにスマホのアプリを当てても、つながっていかない可能性がある。50代以上でもスマホを使いこなしている方はいるが、若い人へは若い人向けのアプローチを考えたほうがよい。

○裏表紙でV・ファーレン長崎を取り上げる場合の視点として、Jリーグはそもそも地域においてクラブスポーツを振興する目的があるので、子どもたちへの教育活動やスポーツを教えているという選手など、サッカーそのものだけでなく、地域活動を紹介することを検討してみてもどうか。

○ながさきレシピのコーナーに関して、賞味期限を迎えて冷蔵庫の整理をしないといけないことが家庭の主婦の悩みとしてある中、エコクッキングのような形で、そうした食材を料理にいかせるようなものがあったとしてもよいように感じる。

■情報誌「ながさきにこり」について

《概要》

- ・県内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、約3万6千部を発行。県内外に配付している。
 - ・今年度から各号を「テーマ」ごとに制作、2年契約としている。
- 40号は、1日で外海地区が無理なく周れるという現実的な情報が十分に伝わってよかった。その一方で、写真については、テーマの影響を受けてか、暗いものが多いように感じたので、教会など光が当たったような明るい写真が欲しかった。
- 長崎に来て初めてにこりを手に取ったが、きれいな情報誌だと感じた。県外からの反響は、非常に魅力的に映ると思うが、どのようなものがあるかが気になる。
- 配付率の推移を見ていると県外に広がってきている。県外からの反響について、客観的なデータがあると分かりやすい。
- 最近、EBPM「Evidence based policy making」が各地方自治体でも進んできている。県外の人々がにこりをどれだけ評価しているかということ把握すると、今後の事業継続に関する議論の際に、有用な資料になると思う。私が知っている県外の方からは大変評価が高く、にこりを楽しみにされており、その先には長崎が好きだというように、にこりが媒介になって長崎県のことをとても気にかけていただいているような事例を見ているが、何か客観的な数字として広報課で持っておくことは非常に重要だと思う。
- 今年度から「地域」ではなくて「テーマ」を設定していくということで、ものすごく興味深くなった。このクオリティを維持し、テーマの設定についても、ぜひ今後も色々議論をしながら進めていただければと思う。
- 39号の表紙に掲載された「古賀人形」は、本誌を手にとった私の知人が実際に買い求めるなど、とてもインパクトがあるものだった。物を売ることだけが目的ではないと思うが、即、営業に結びつくようなものを表紙に掲載することは、一つの効果的な方法かもしれないと感じた。
- 39号では「長崎の職人」をテーマとしているが、取り上げられた職人さんが男性ばかりだったので、女性の職人さんも取り上げて欲しかった。
- 長崎県ファンを増やしていくという意味では、非常に効果的な媒体だと思う。県外で資料を置くことができるビジネスセンターなどにも手を広げ、今後も配付場所を増やして欲しい。

■ 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。

- 視聴者の中には「広報2課」が実在すると思っている方もいらっしゃるようだが、大分馴染みが出てきていると思う。男性のメンバーも加わり、より親しみを覚える方も多くなったのではないかと感じる。

- 夜の10時前あたりの時間帯は、割とテレビを見ていることが多い。前の番組を見てそのままか、あるいは次の番組を見るためにテレビをつけているなど、非常にいい時間帯だと思う。

- 率直に言って、出演者が非常に上手になっていると感じられた。まだ、視聴率が9.4%というのは、非常によく見られていると思う。見逃しても「よかテレ」で検索して視聴するというやり方が紹介されていたので、実際にやってみたところ、非常にスムーズにいき、見やすかった。テレビは見逃してしまうと目にする機会がないが、「よかテレ」で検索するとすぐに見つけられるので、うまくPRされたらよいと思う。

- 学生などの若者の中にも「広報2課」が実在すると思っている人もおり、実際に新しい県庁の中で収録されているので、非常におもしろいと感じる。

- 「石木ダム早期完成に向けて」の回は、「水害が何回もあるので」というような住民の話があったが、反対意見の人などの意見も取り上げるような余地があればと感じた。県の施策は全てにわたって100%皆が賛成ということはある得ないと思うが、世界文化遺産を例にとると、「登録され観光客が増えてよかった」という話だけではなく、「訪れる方のマナーが悪くて住民は…」という部分も入れるような工夫があれば、皆さんにさらに興味を持っていただけたと思う。

- 石木ダムを取り上げることで自体が賛否を呼ぶことであるが、その割には、ぎりぎりのところまで切り込んでいると感じた。例えば、世界文化遺産への登録の場合、「駐車場が不便だ」という意見などもある。そのような反対意見というか、こういうところを改善したらよいのではないかという意見も紹介されると、皆さんが「ああそうか」と思われ、反対者はいないのではないかと思う。

- 石木ダムを造ることで多少なりとも被害を受けられるだろうという方々の権利ももちろん重要であるが、こういった形で水害に遭う不特定多数の多くの方もいらっしゃるんだという存在を分かっていたことが県政にとっても非常に大事だろうとも思った。「石木ダム早期完成に向けて」は、苦勞の跡がにじみ出ている回に感じた。

- 契約は、原則単年度契約であり2年契約が難しいとのことであるが、技術提案の際にパイロット版を制作することの業者負担も一定考慮のうえ、検討を進めてほしい。

■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アプリ「このさき長崎」を昨年度より無料配信している。
- アプリをダウンロードしたことを忘れて、長期間アクセスしないことがある。ダウンロードした人へアクセスを誘導する仕組みやクロスメディアでアプリの存在や役立つ情報が得られることなどをPRし、ダウンロード数の次は、アクセス数や利用頻度を上げるような工夫をしていけばよいと思う。
- ダウンロード数の増は、試行錯誤を通じ、どうしたら伸びるかという傾向が見えてくれば、取り組みやすいと思う。例えば、若い人ではこういうものを使う機会が多いなどの傾向とか、そういうことがうまく把握できれば、継続的に伸ばすことができると思う。
- 掲載記事について、書き手が視点を変えて書く、同じ人ではなく違う人が書く、広報とは直接関係ない今日の昼ご飯の話を書くなど、そういうことが少しでもあると、フェイスブックでもそうだがお気に入りに入れて見てみようかなという気になるのではないかな。
- アプリで地図情報を活用する人向けに、実際にその場所に行ったらQRコードがあり、それを読み取ればポイントが貯まるなどの仕組みがあれば、アプリの利用頻度が高まると同時に、どの地域にどれぐらいの人が行っているかというようなデータが蓄積するので、分析材料も得られると思う。そのような工夫も検討してみてはどうか。
- アプリは掲載されている情報も非常に豊富で使い勝手がよい。ターゲットは県外へ出た若者や本県ゆかりの方とのこと。実際にどのくらい届いているかの検証は難しいと思うが、気になるところである。毎年、高校や大学を卒業した方が県外へ結構出ているので、ダウンロード数が現状約9,000件であり目標は10,000件とのことだが、もう少し高く目標設定してもよいと思う。
- アプリは県の出身者であれば一度は見てみたいと思うものだと思うので、知っていただくきっかけづくりをし、また、色々な情報を提供できるので、UIターン、観光推進、物産振興などできることは様々あると思う。さらなる活用に力を入れていただければと思う。