

## 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5年1月

★対象者：県政モニター296人

★回答数：229人（回収率77.4%）

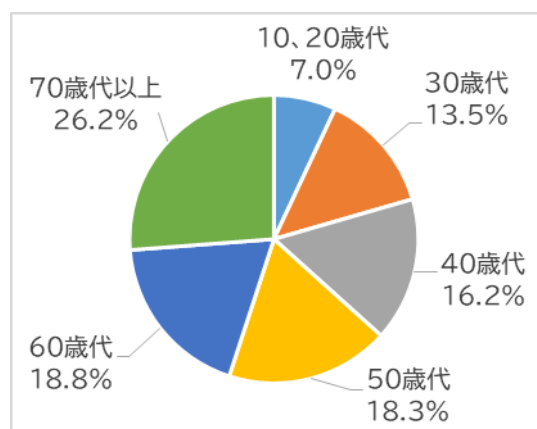
★担当課：総合企画部人権施策推進課

（※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】

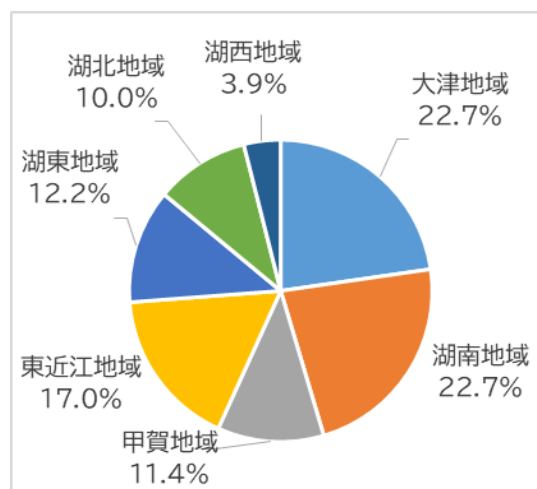
#### ◆年代

項目	人数(人)	割合(%)
10・20歳代	16	7.0
30歳代	31	13.5
40歳代	37	16.2
50歳代	42	18.3
60歳代	43	18.8
70歳以上	60	26.2
合計	229	100.0



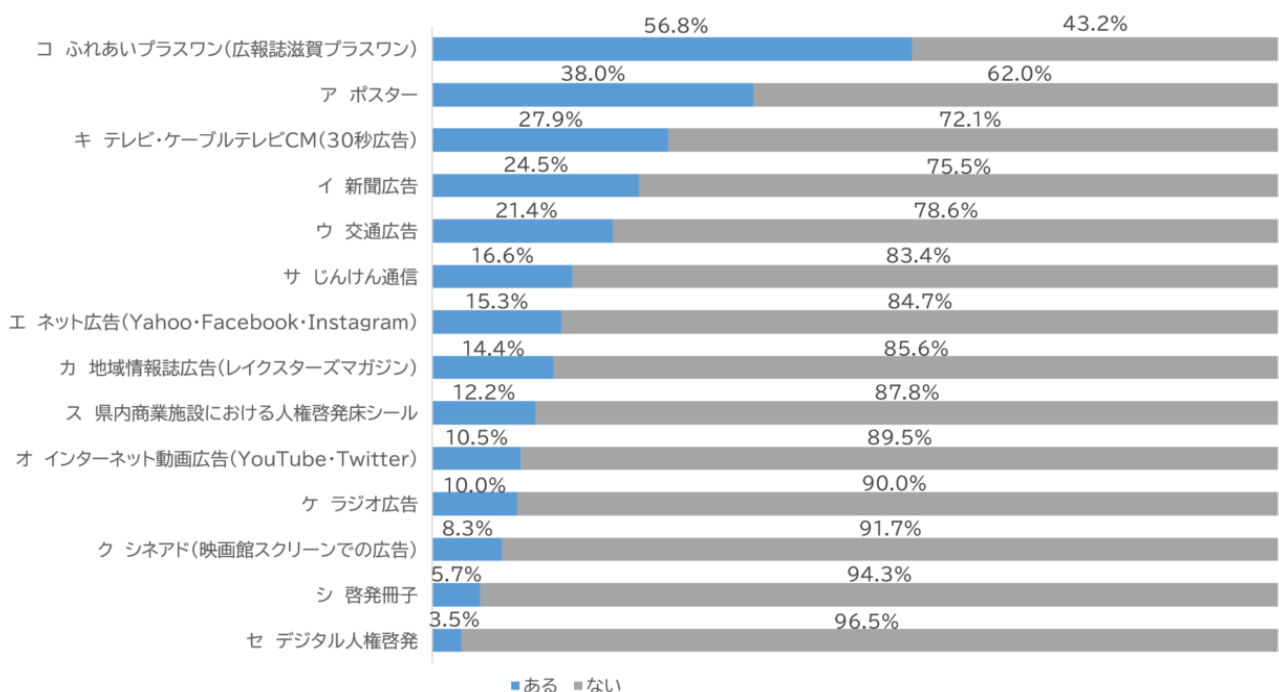
#### ◆地域

項目	人数(人)	割合(%)
大津地域	52	22.7
湖南地域	52	22.7
甲賀地域	26	11.4
東近江地域	39	17.0
湖東地域	28	12.2
湖北地域	23	10.0
湖西地域	9	3.9
合計	229	100.0



問1 ①今年度、これら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=229)

項目	人数(人)		割合(%)	
	1.ある	2.ない	1.ある	2.ない
ア ポスター	87	142	38.0	62.0
イ 新聞広告	56	173	24.5	75.5
ウ 交通広告	49	180	21.4	78.6
エ ネット広告(Yahoo・Facebook・Instagram)	35	194	15.3	84.7
オ インターネット動画広告(YouTube・Twitter)	24	205	10.5	89.5
カ 地域情報誌広告(レイクスターズマガジン)	33	196	14.4	85.6
キ テレビ・ケーブルテレビCM	64	165	27.9	72.1
ク シネアド(映画館スクリーンでの広告)	19	210	8.3	91.7
ケ ラジオ広告	23	206	10.0	90.0
コ ふれあいプラスワン	130	99	56.8	43.2
サ じんけん通信	38	191	16.6	83.4
シ 啓発冊子	13	216	5.7	94.3
ス 県内商業施設における人権啓発床シール	28	201	12.2	87.8
セ デジタル人権啓発	8	221	3.5	96.5



ア～セの内容は、以下のURL(県ホームページ)より御確認いただけます。

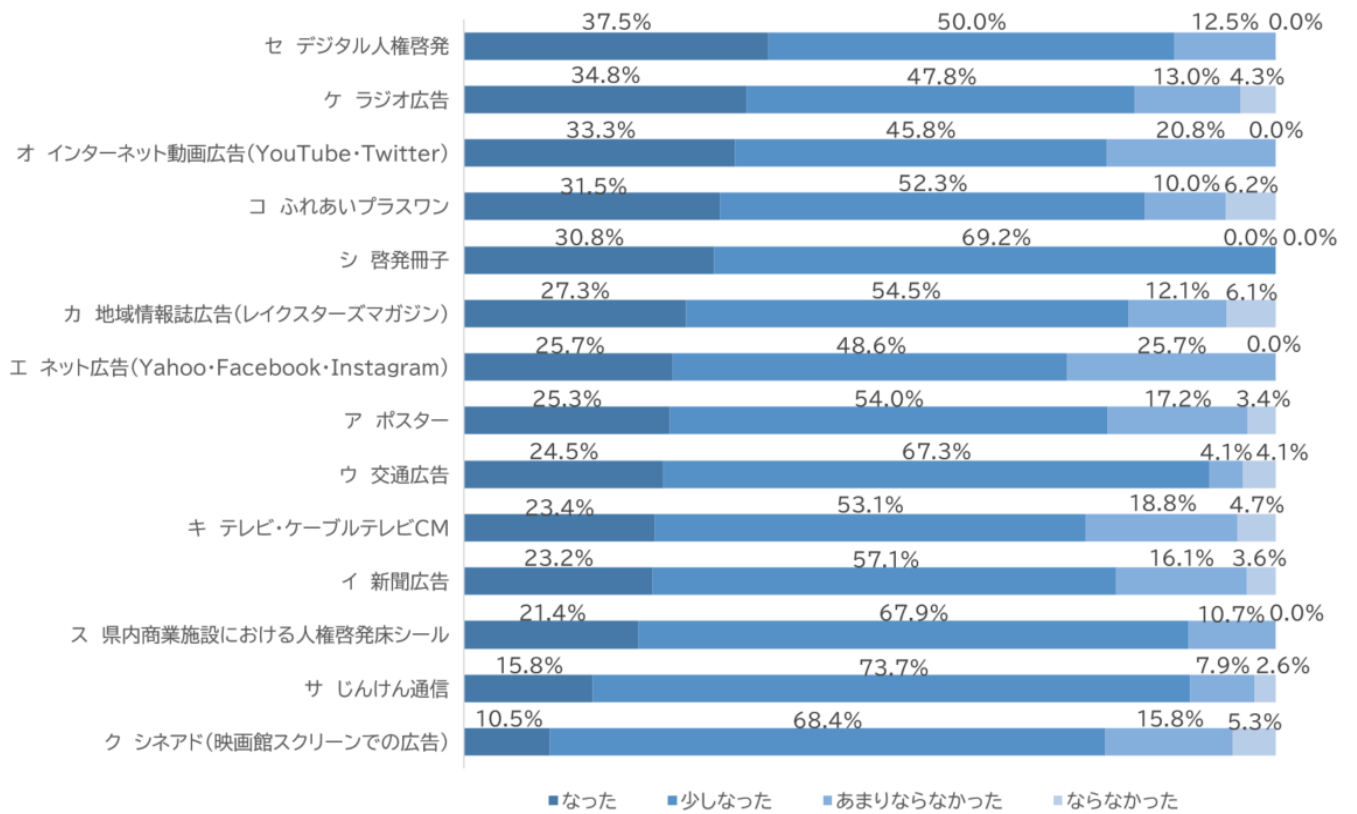
<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/325973.html>

○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 ネット広告(Yahoo・Facebook・Instagram)		オ ネット動画広告(YouTube・Twitter)	
	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	22	25.3	13	23.2	12	24.5	9	25.7	8	33.3
2. 少しなった	47	54.0	32	57.1	33	67.3	17	48.6	11	45.8
3. あまりならなかった	15	17.2	9	16.1	2	4.1	9	25.7	5	20.8
4. ならなかった	3	3.4	2	3.6	2	4.1	0	0.0	0	0.0
計	87	100.0	56	100.0	49	100.0	35	100.0	24	100.0

項目	カ 地域情報誌広告(レイクスターズマガジン)		キ テレビ・ケーブルテレビCM		ク シネアド(映画館スクリーンでの広告)		ケ ラジオ広告		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	9	27.3	15	23.4	2	10.5	8	34.8	41	31.5
2. 少しなった	18	54.5	34	53.1	13	68.4	11	47.8	68	52.3
3. あまりならなかった	4	12.1	12	18.8	3	15.8	3	13.0	13	10.0
4. ならなかった	2	6.1	3	4.7	1	5.3	1	4.3	8	6.2
計	33	100.0	64	100.0	19	100.0	23	100.0	130	100.0

項目	サ じんけん通信		シ 啓発冊子		ス 県内商業施設における人権啓発床シール		セ デジタル人権啓発	
	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	15.8	4	30.8	6	21.4	3	37.5
2. 少しなった	28	73.7	9	69.2	19	67.9	4	50.0
3. あまりならなかった	3	7.9	0	0.0	3	10.7	1	12.5
4. ならなかった	1	2.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
計	38	100.0	13	100.0	28	100.0	8	100.0

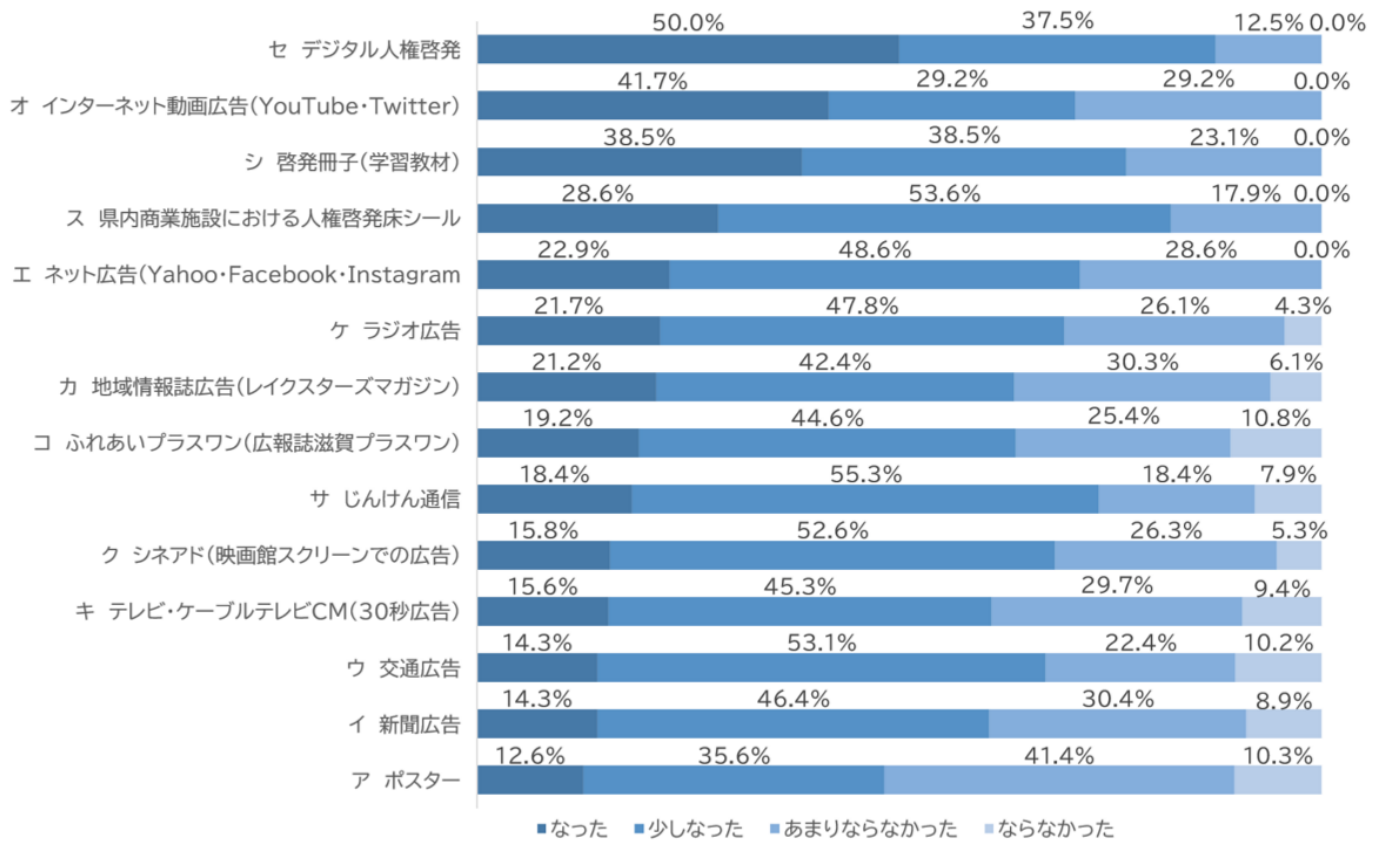


○それにより、「人権」について行動するきっかけとなりましたか。(①で「1. ある」を選択された方のみ回答、それぞれ回答チェックは1つだけ)

項目	ア ポスター		イ 新聞広告		ウ 交通広告		エ ネット広告(Yahoo・Facebook・Instagram)		オ ネット動画広告(YouTube・Twitter)	
	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	11	12.6	8	14.3	7	14.3	8	22.9	10	41.7
2. 少しなった	31	35.6	26	46.4	26	53.1	17	48.6	7	29.2
3. あまりならなかった	36	41.4	17	30.4	11	22.4	10	28.6	7	29.2
4. ならなかった	9	10.3	5	8.9	5	10.2	0	0.0	0	0.0
計	87	100.0	56	100.0	49	100.0	35	100.0	24	100.0

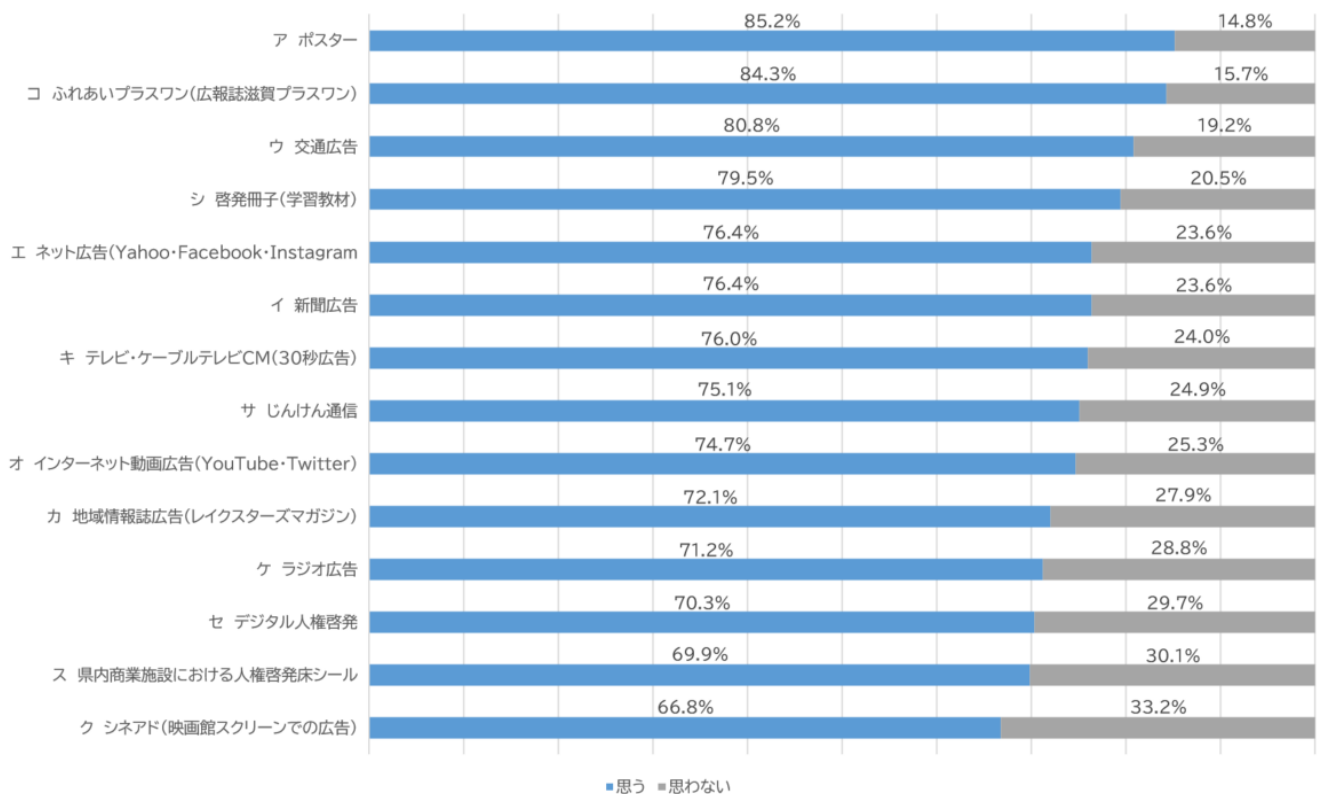
項目	カ 地域情報誌広告(レイクスターズマガジン)		キ テレビ・ケーブルテレビCM		ク シネアド(映画館スクリーンでの広告)		ケ ラジオ広告		コ ふれあいプラスワン	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. なった	7	21.2	10	15.6	3	15.8	5	21.7	25	19.2
2. 少しなった	14	42.4	29	45.3	10	52.6	11	47.8	58	44.6
3. あまりならなかった	10	30.3	19	29.7	5	26.3	6	26.1	33	25.4
4. ならなかった	2	6.1	6	9.4	1	5.3	1	4.3	14	10.8
計	33	100.0	64	100.0	19	100.0	23	100.0	130	100.0

項目	サ じんけん通信		シ 啓発冊子		ス 県内商業施設における人権啓発床シール		セ デジタル人権啓発	
	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	18.4	5	38.5	8	28.6	4	50.0
2. 少しなった	21	55.3	5	38.5	15	53.6	3	37.5
3. あまりならなかった	7	18.4	3	23.1	5	17.9	1	12.5
4. ならなかった	3	7.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0
計	38	100.0	13	100.0	28	100.0	8	100.0



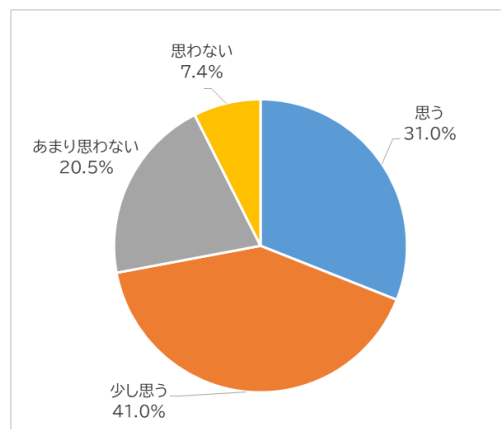
②今後も、このような啓発を行う方が良いと思いますか。(それぞれ回答チェックは1つだけ n=229)

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	195	34	85.2	14.8
イ 新聞広告	175	54	76.4	23.6
ウ 交通広告	185	44	80.8	19.2
エ ネット広告(Yahoo・Facebook・Instagram)	175	54	76.4	23.6
オ インターネット動画広告(YouTube・Twitter)	171	58	74.7	25.3
カ 地域情報誌広告(レイクスターズマガジン)	165	64	72.1	27.9
キ テレビ・ケーブルテレビCM	174	55	76.0	24.0
ク シネアド(映画館スクリーンでの広告)	153	76	66.8	33.2
ケ ラジオ広告	163	66	71.2	28.8
コ ふれあいプラスワン	193	36	84.3	15.7
サ じんけん通信	172	57	75.1	24.9
シ 啓発冊子	182	47	79.5	20.5
ス 県内商業施設における人権啓発床シール	160	69	69.9	30.1
セ デジタル人権啓発	161	68	70.3	29.7



問2 人権啓発キャラクタ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えますか。(回答チェックは1つだけ n=229)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 思う	71	31.0
2. 少し思う	94	41.0
3. あまり思わない	47	20.5
4. 思わない	17	7.4
合計	229	100.0



問3 人権啓発事業についてのご提案・ご意見(抜粋)

- ・繰り返し啓発や研修は必要と思っています。いろんな場面での啓発は大事です。
- ・人権については繰り返し啓発活動を行うことが大事だと思うが、最近では少しマンネリ化しているのではないかと思う。タイトルやスローガンを繰り返すだけではなく、具体的な問題点を簡単に伝えられる方策を採用頂きたい。
- ・人権は、非常に無意識の問題も多く、啓発も未永くしないといけないですね。セミナーに行くと、色々取り組んでいる人の話は聞いているが、もっと色々な人に聞いてもらいたい内容もある。どこの会社、市民にも周知してもらいたい。
- ・人権ミニフェスタなどのイベント充実。直接、訴える方が良い。そのほかは、紙媒体などではなくインターネットなどに移行してはどうか。
- ・人権についてのイメージや情報量は年代によって異なると思うので、ターゲットを明確にしそれぞれの啓発内容や啓発媒体を変えるべきと思う。
- ・私を含めて、高齢者のなかの多くは言葉に依る人権侵害をよく耳にします。育った環境にもよりますが、パワハラ、セクハラなど罪の意識なく話して、指摘され気づくということが多々あると思います。高齢者に積極的に啓蒙すべきだと思います。



- ・人権については教育で教えることが重要と思います。学校での様々な形での教育についてご検討いただけますと幸いです。
- ・今住んでいる場所では、あまり人権に関する問題や課題が出てこない、見当たらない町内ですので、つい関心が薄れがちです。でも人権啓発は課題に直面しようが、しなくても常日頃啓発することが大事だと思いますので、色々なツールを使って啓発するのは当然だし必要と思います。費用対効果で判断できる課題でもないので引き続き継続することが力になると考えます。
- ・若者としては、同和問題については学校で習うことはあれど実際に体感することは少ないので、上の世代への啓発に重きを置き、差別の連鎖を断ち切るのが効果的なのではないかと思います。
- ・人権啓発の普及は即効性が期待できないので、効果が見えにくいですね。啓発活動は地道にコツコツ続ける事だと思います。当たり前のことを当たり前ですと思えるきっかけが作れば良いと思います。歩みを止めることなく、ルーティンワークで啓発お願いします。
- ・お互いの意見を尊重する、ということが当たり前であってできてないことがあると感じます。街中でもお店でもしっかり啓発してほしいです。
- ・人権を考えるという機会は普段あまりなく、効果や目に見える変化がなくともその月間や週間だけでも啓発活動は続けるべきだと思う。物事を各々が『知っていてある程度理解している』ということは社会の大きな力だと考える。
- ・人権については、情報を得た時には自分の考え方を振り返り、今後について考えるのですが、普段から常に考え行動するというのが難しいと感じます。こうした情報に触れる機会や、印象に残る事例などの紹介が増えると、人権についてより深く考えることができるかと感じます。
- ・ポスターや動画での発信はこれからも必要だと思いますが、一方的な発信だけではなかなか人の関心を惹くのは難しいと思います。企業や教育機関にも踏み込んで、セミナーや授業を行い、誰もが考える機会を増やすのはどうでしょうか。
- ・今回のアンケートで、いろんな所でジンケンダーが活躍していることを知りました。ポスター自体も知りませんでした。もっと意識して周りを見なければと反省しています。今回、ホームページでいくつかの人権広告を見ました。人権については理解もあり少しわかっているつもりでした。が、広告を見たことによって理解できたことも、納得できたこともあり、とても良かったです。