

## 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6年1月

★対象者：県政モニター294人

★回答数：241人（回収率82.0%）

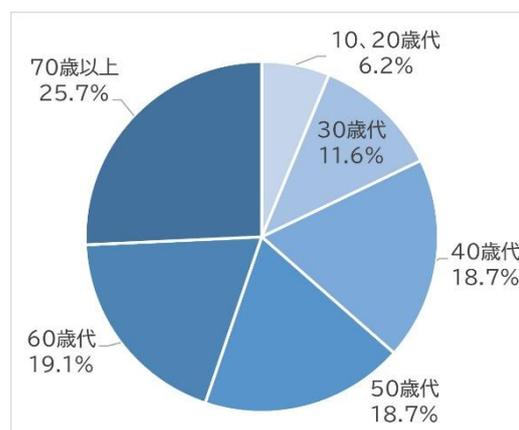
★担当課：総合企画部人権施策推進課

（※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】

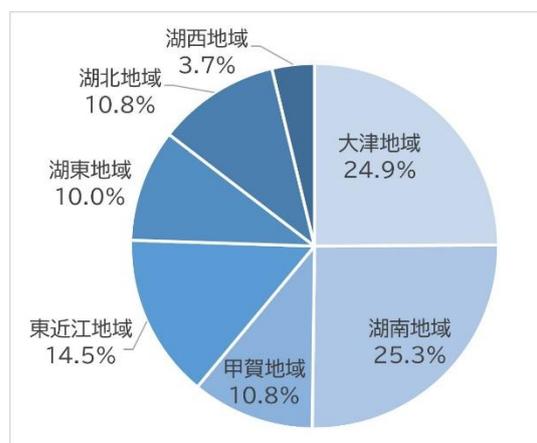
#### ◆年代

項目	人数(人)	割合(%)
10・20歳代	15	6.2
30歳代	28	11.6
40歳代	45	18.7
50歳代	45	18.7
60歳代	46	19.1
70歳以上	62	25.7
合計	241	100.0



#### ◆地域

項目	人数(人)	割合(%)
大津地域	60	24.9
湖南地域	61	25.3
甲賀地域	26	10.8
東近江地域	35	14.5
湖東地域	24	10.0
湖北地域	26	10.8
湖西地域	9	3.7
合計	241	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=241)

項目	人数(人)		割合(%)	
	1.ある	2.ない	1.ある	2.ない
ア:ポスター	109	132	45.2	54.8
イ:新聞広告	58	183	24.1	75.9
ウ:交通広告	56	185	23.2	76.8
エ:インターネット広告 (Yahoo・Facebook・Instagram)	54	187	22.4	77.6
オ:インターネット動画広告 (YouTube・Twitter・TikTok)	46	195	19.1	80.9
カ:地域情報誌広告(レイクスターズマガジン)	46	195	19.1	80.9
キ:テレビCM(30秒広告)	96	145	39.8	60.2
ク:ラジオ番組(ジンケンダーラジオ)	43	198	17.8	82.2
ケ:横断幕	56	185	23.2	76.8
コ:ふれあいプラスワン(広報誌滋賀プラスワン)	161	80	66.8	33.2
サ:じんけん通信	64	177	26.6	73.4
シ:啓発冊子(学習教材)	33	208	13.7	86.3
ス:県内商業施設における人権啓発床シール	40	201	16.6	83.4
セ:デジタル人権啓発	21	220	8.7	91.3



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。

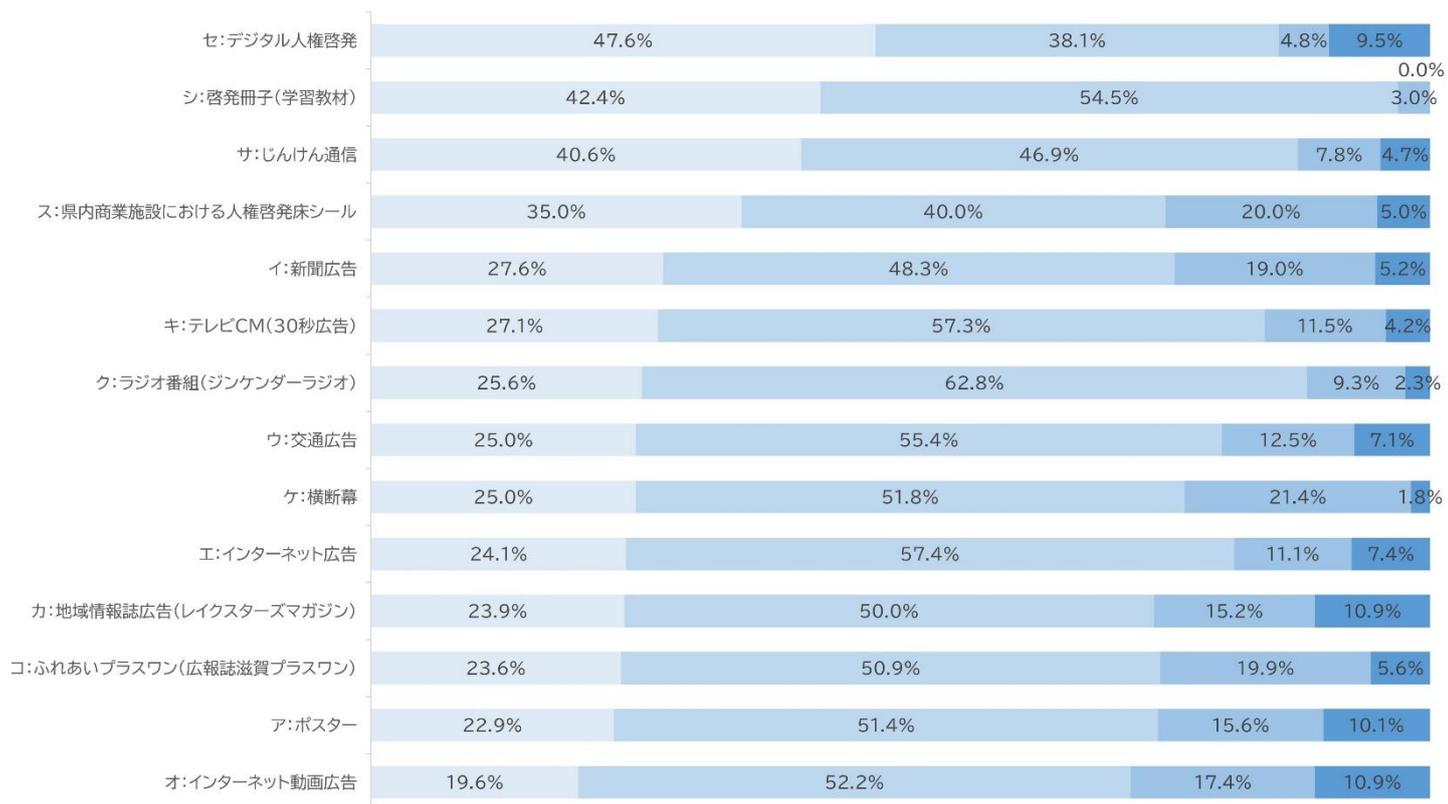
<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kurashi/zinken/325973.html>

○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 インターネット広告 (Yahoo・Facebook・Instagram)		オ インターネット動画 広告(YouTube・Twitter、TikTok)	
	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	25	22.9	16	27.6	14	25.0	13	24.1	9	19.6
2. 少しなった	56	51.4	28	48.3	31	55.4	31	57.4	24	52.2
3. あまりならなかった	17	15.6	11	19.0	7	12.5	6	11.1	8	17.4
4. ならなかった	11	10.1	3	5.2	4	7.1	4	7.4	5	10.9
計	109	100.0	58	100.1	56	100.0	54	100.0	46	100.1

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CM		ク ラジオ番組 (ジンケンダーラジオ)		ケ 横断幕		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	11	23.9	26	27.1	11	25.6	14	25.0	38	23.6
2. 少しなった	23	50.0	55	57.3	27	62.8	29	51.8	82	50.9
3. あまりならなかった	7	15.2	11	11.5	4	9.3	12	21.4	32	19.9
4. ならなかった	5	10.9	4	4.2	1	2.3	1	1.8	9	5.6
計	46	100.0	96	100.1	43	100.0	56	100.0	161	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	26	40.6	14	42.4	14	35.0	10	47.6
2. 少しなった	30	46.9	18	54.5	16	40.0	8	38.1
3. あまりならなかった	5	7.8	1	3.0	8	20.0	1	4.8
4. ならなかった	3	4.7	0	0.0	2	5.0	2	9.5
計	64	100.0	33	99.9	40	100.0	21	100.0

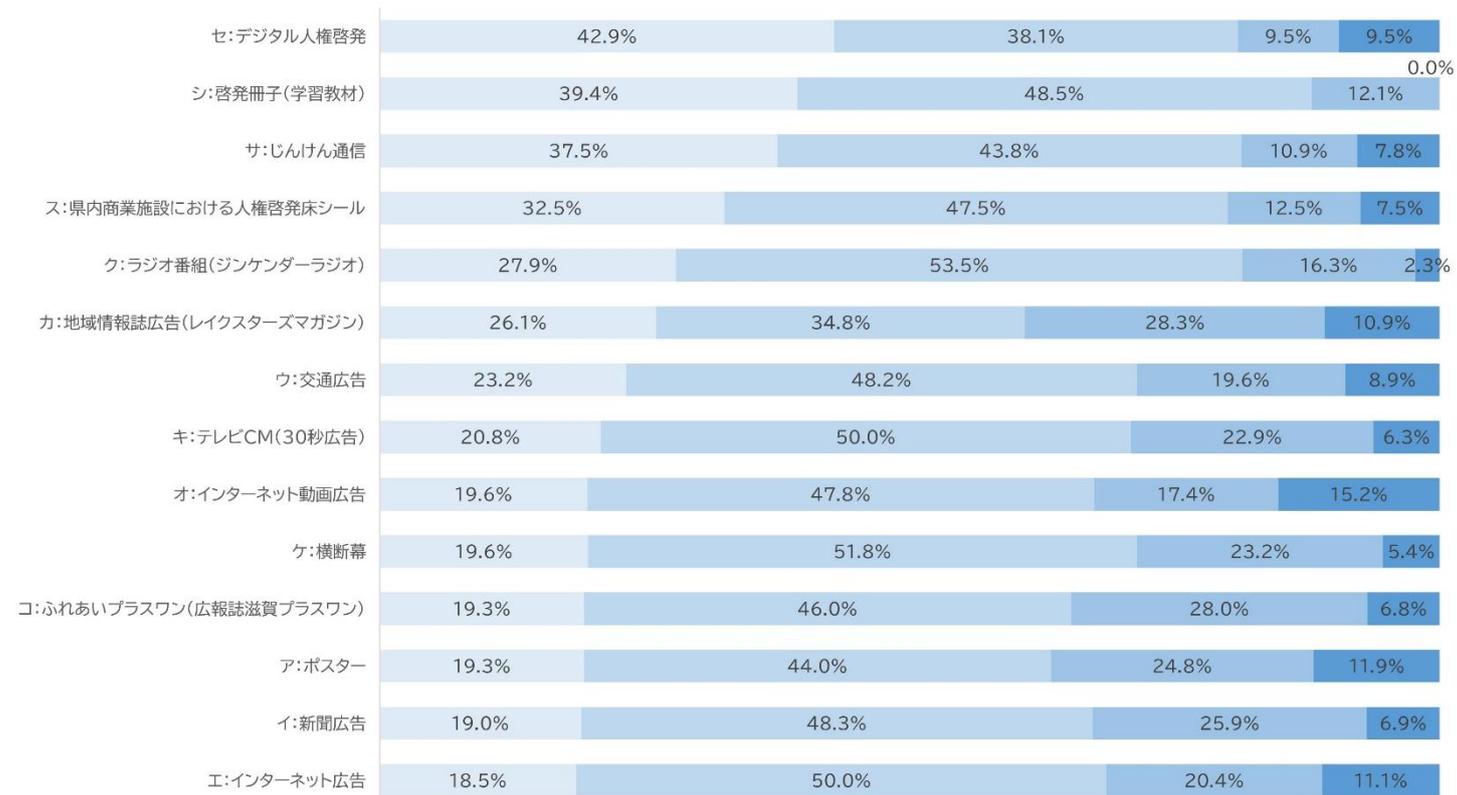


○それにより、「人権」について行動するきっかけとなりましたか。(①で「1. ある」を選択された方のみ回答、それぞれ回答チェックは1つだけ)

項目	ア ポスター		イ 新聞広告		ウ 交通広告		エ インターネット広告 (Yahoo・Facebook・Instagram)		オ インターネット動画 広告(YouTube・Twitter、TikTok)	
	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	21	19.3	11	19.0	13	23.2	10	18.5	9	19.6
2. 少しなった	48	44.0	28	48.3	27	48.2	27	50.0	22	47.8
3. あまりならなかった	27	24.8	15	25.9	11	19.6	11	20.4	8	17.4
4. ならなかった	13	11.9	4	6.9	5	8.9	6	11.1	7	15.2
計	109	100.0	58	100.1	56	99.9	54	100.0	46	100.0

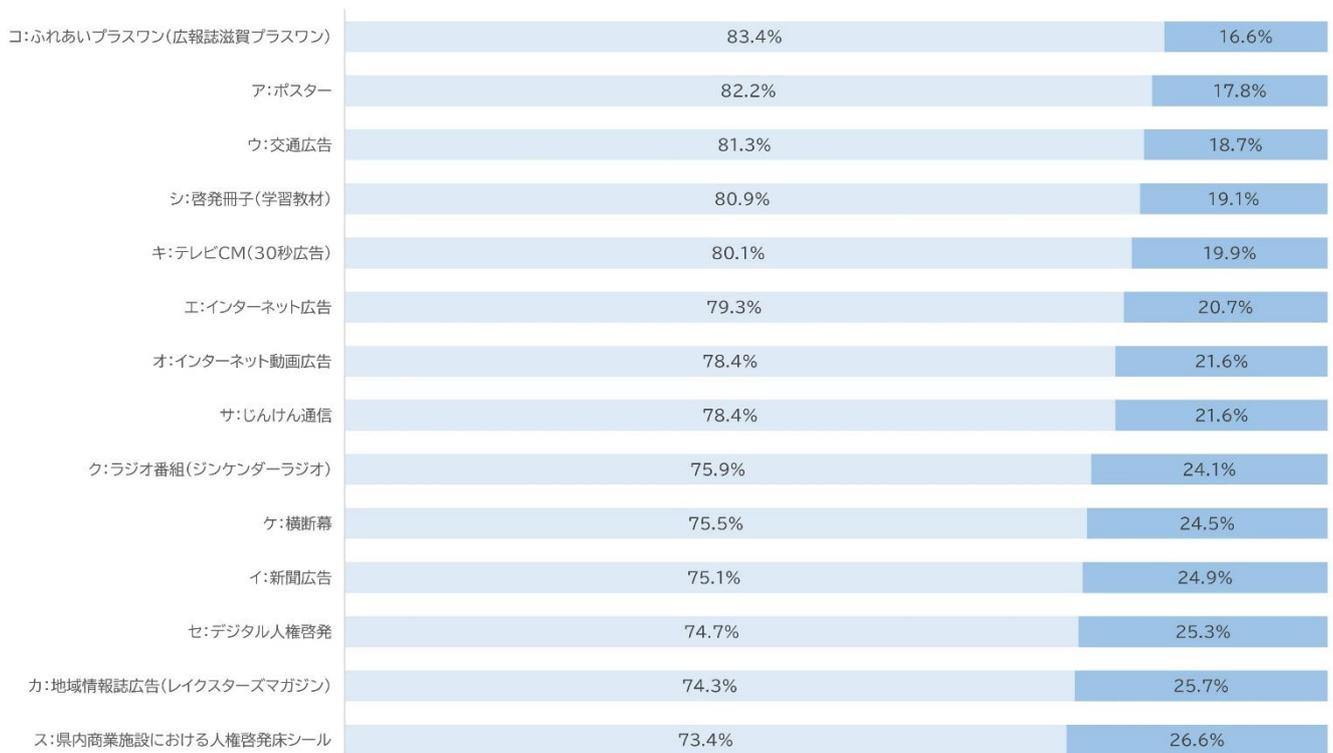
項目	カ 地域情報誌広告 (レイクスターズマガジン)		キ テレビCM		ク ラジオ番組 (ジンケンダーラジオ)		ケ 横断幕		コ ふれあい プラスワン	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1. なった	12	26.1	20	20.8	12	27.9	11	19.6	31	19.3
2. 少しなった	16	34.8	48	50.0	23	53.5	29	51.8	74	46.0
3. あまりならなかった	13	28.3	22	22.9	7	16.3	13	23.2	45	28.0
4. ならなかった	5	10.9	6	6.3	1	2.3	3	5.4	11	6.8
計	46	100.1	96	100.0	43	100.0	56	100.0	161	100.1

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	24	37.5	13	39.4	13	32.5	9	42.9
2. 少しなった	28	43.8	16	48.5	19	47.5	8	38.1
3. あまりならなかった	7	10.9	4	12.1	5	12.5	2	9.5
4. ならなかった	5	7.8	0	0.0	3	7.5	2	9.5
計	64	100.0	33	100.0	40	100.0	21	100.0



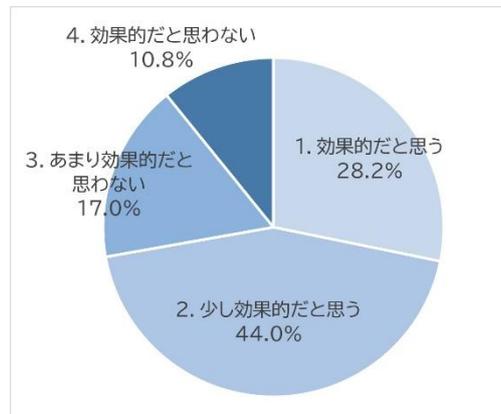
②今後も、このような啓発を行う方が良いと思いますか。(それぞれ回答チェックは1つだけ n=241)

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	198	43	82.2	17.8
イ:新聞広告	181	60	75.1	24.9
ウ:交通広告	196	45	81.3	18.7
エ:インターネット広告 (Yahoo・Facebook・Instagram)	191	50	79.3	20.7
オ:インターネット動画広告 (YouTube・Twitter・TikTok)	189	52	78.4	21.6
カ:地域情報誌広告(レイクスターズマガジン)	179	62	74.3	25.7
キ:テレビCM(30秒広告)	193	48	80.1	19.9
ク:ラジオ番組(ジンケンダーラジオ)	183	58	75.9	24.1
ケ:横断幕	182	59	75.5	24.5
コ:ふれあいプラスワン(広報誌滋賀プラスワン)	201	40	83.4	16.6
サ:じんけん通信	189	52	78.4	21.6
シ:啓発冊子(学習教材)	195	46	80.9	19.1
ス:県内商業施設における人権啓発床シール	177	64	73.4	26.6
セ:デジタル人権啓発	180	61	74.7	25.3



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いますか。(回答チェックは1つだけ n=241)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 効果的だと思う	68	28.2
2. 少し効果的だと思う	106	44.0
3. あまり効果的だと思わない	41	17.0
4. 効果的だと思わない	26	10.8
合計	241	100.0



問3 人権啓発事業についてのご提案・ご意見(抜粋)

・色々な場所、建物、のぼりなどで老若男女が目に残る機会を沢山作って貰いたいです。

・人権に関して意識する事は大事ですが、YouTube やネット広告は、読み飛ばしが可能なので、効果は薄いと思います。それよりも人の多いところで自然と目に付く方がいいのでは。

・人権広告を見たことがなかったので、費用対効果を考慮して発信媒体は絞っていいと思う。

・新聞を取らない家庭やテレビを見ない家も増えていると聞きます。

・インターネット動画のように飛んでいるジンケンダーが大きく映し出されると人権のことだとわかるのですが、ポスターや広告は人が主になって、人権のポスターだとわかりにくい。

・パターンにやや偏りがあるのでは。切り口の新鮮さがあってもいいのでは。

・商業施設の床シールはきっかけがないから見たことはないが広がれば有効だと思う。

・滋賀プラスワン冬号の「差別の歴史を繰り返さないために」を読ませて頂きました。比較的高齢の方は目を通しますが若い世代層はほとんど目を通さないのが現状です。紙芝居、冊子、リーフレット、DVD 等の学習提供もありますが、やはりインターネットを通しての対策が効果があるのではないのでしょうか。

・ラジオはいつもよく聴いていますし、内容もわかりやすく親しみやすいのでよいと思います。他の広告は、自分が普段みている媒体でないのでお見かけしていませんが、それぞれよく見ている媒体は違うので、現在のように色々なところでお知らせすることに意味があるのではないかと思います。

・「同和問題啓発強調月間」のポスターは確かに見た覚えがありましたがその他の媒体は全く見た覚えがなく、様々なところで展開されていたのだなと思いました。そんな私でもじんけんミニフェスタの開催は知っていたのでショッピングセンターでのリアルなイベントの開催は多くの人に周知される機会になると感じました。

・会社勤めの時には定期的に社内外での研修、講習も有ったが、定年退職後はそのような機会はほとんどないので、定期的でいいのでテレビやラジオ、県 HP での啓蒙活動を継続していただきたい。

・小中学校からの教育に力を入れるのが、今後一つの重要な課題ではないかと思う。

・取組自体は良いが、人々に知られていないことが問題だと思う。私の場合、全ての取り組みを見たことや聞いたことがない。人権学習は中学校までで、それ以降は習った記憶がない。人権を考えて実際に行動できる年代が高校生以降なので、高校生や大学生にも伝わる形で発信してほしい。

・人権をテーマとする「ドラマ」を制作し、まずは、学校に授業教材として提供し、その場で、話し合う機会を設け、「人権」について学び機会があってもいいのではないのでしょうか。

・人権という大きな括りより、さまざまな問題について具体的な例を示す事により自分たちがとるべき正しい行いについて考えていくスタイルの方が印象に残りやすく、行動に移しやすいかなと思います。

・人権問題を真剣に取り組もうと思う場合、色々な人の意見や体験談を見聞きする場面を作り、一緒に考えられる場面を作る事が必要だと思う。

・人権と言ってもたくさん問題があるので、全ての啓発は難しいと思いますが、みんなが平等になるためには、コツコツ私たちが理解する事が大切だと思います。常に啓発事業を感じられるように身近に啓発をお願いします。

・昔に比べて人権について触れる機会が多くなっているが、世代間の考え方に違いがあり、なかなか取り組みが難しいと思います。

・人権啓発事業は社会的弱者に手を差し伸べて社会を明るくする良い効果をもたらす。今後も大いに力を入れるべき大切な事業である。