

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7年1月

★対象者：県政モニター299人

★回答数：246人（回収率 82.3%）

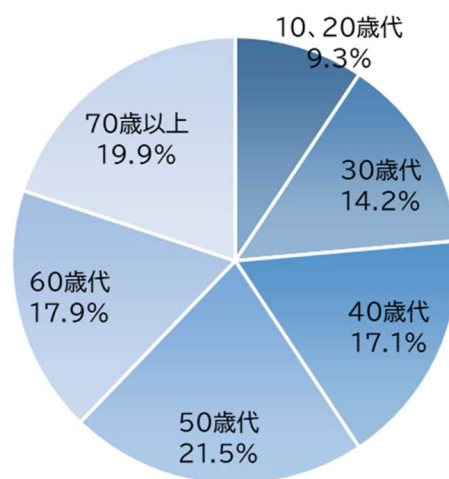
★担当課：総合企画部 人権施策推進課

（※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】

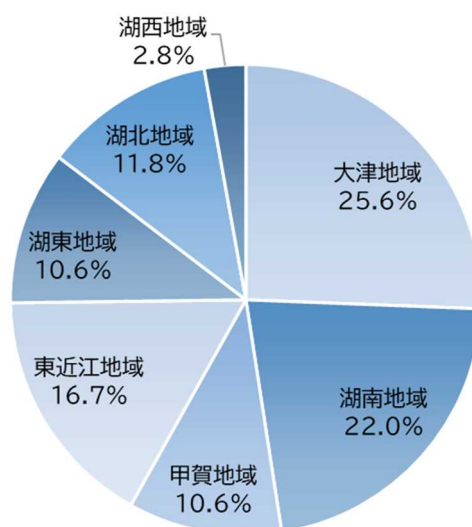
◆年代

項 目	人数(人)	割合(%)
10、20歳代	23	9.3
30歳代	35	14.2
40歳代	42	17.1
50歳代	53	21.5
60歳代	44	17.9
70歳以上	49	19.9
合計	246	100.0



◆地域

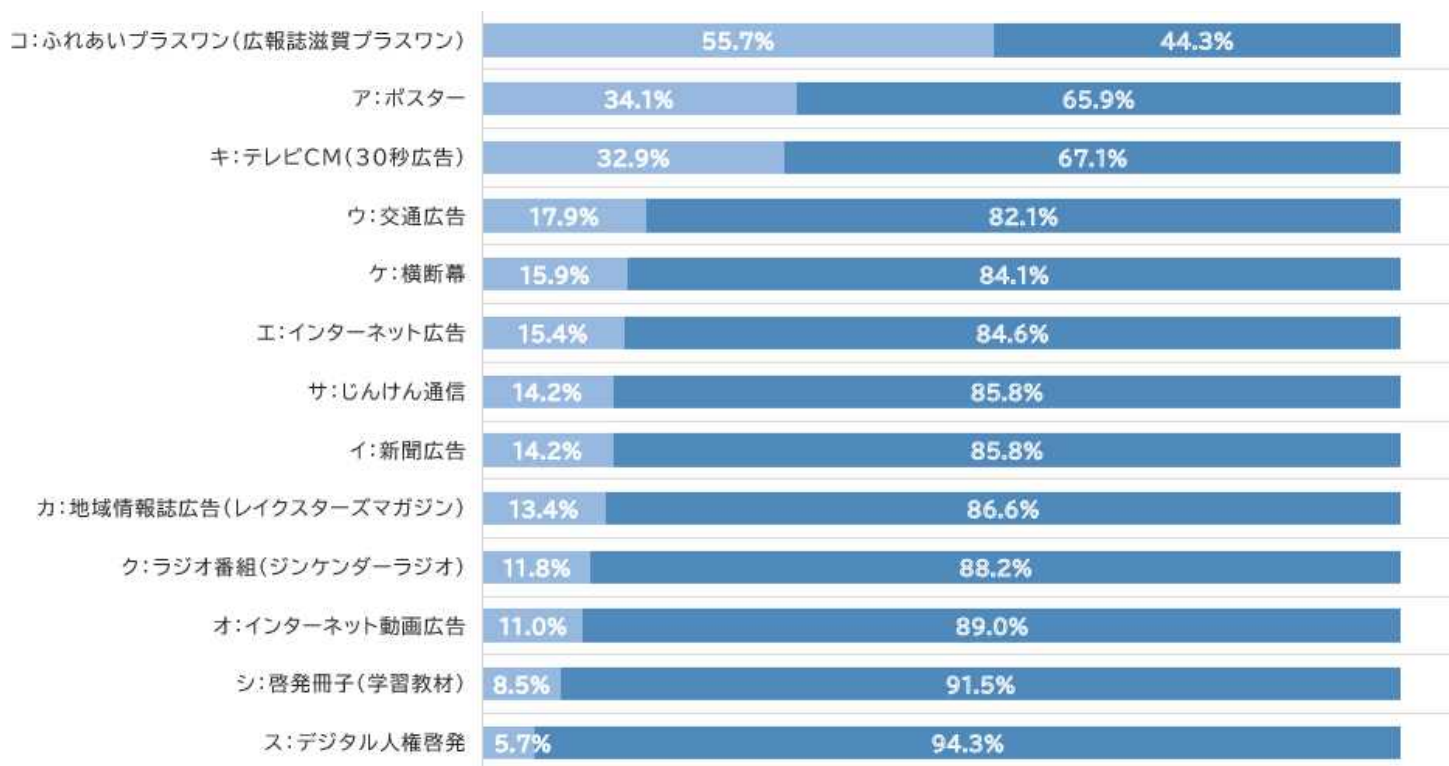
項 目	人数(人)	割合(%)
大津地域	63	25.6
湖南地域	54	22.0
甲賀地域	26	10.6
東近江地域	41	16.7
湖東地域	26	10.6
湖北地域	29	11.8
湖西地域	7	2.8
合計	246	100.0



問1 ①今年度、ア～ス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=246)

項目	人数(人)		割合(%)	
	1.ある	2.ない	1.ある	2.ない
ア:ポスター	84	162	34.1	65.9
イ:新聞広告	35	211	14.2	85.8
ウ:交通広告	44	202	17.9	82.1
エ:インターネット広告 (Yahoo・Facebook・Instagram)	38	208	15.4	84.6
オ:インターネット動画広告 (YouTube・X・TikTok)	27	219	11.0	89.0
カ:地域情報誌広告(レイクスターズマガジン)	33	213	13.4	86.6
キ:テレビCM(30秒広告)	81	165	32.9	67.1
ク:ラジオ番組(ジンケンダーラジオ)	29	217	11.8	88.2
ケ:横断幕	39	207	15.9	84.1
コ:ふれあいプラスワン(広報誌滋賀プラスワン)	137	109	55.7	44.3
サ:じんけん通信	35	211	14.2	85.8
シ:啓発冊子(学習教材)	21	225	8.5	91.5
ス:デジタル人権啓発	14	232	5.7	94.3



ア～スの内容は、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>

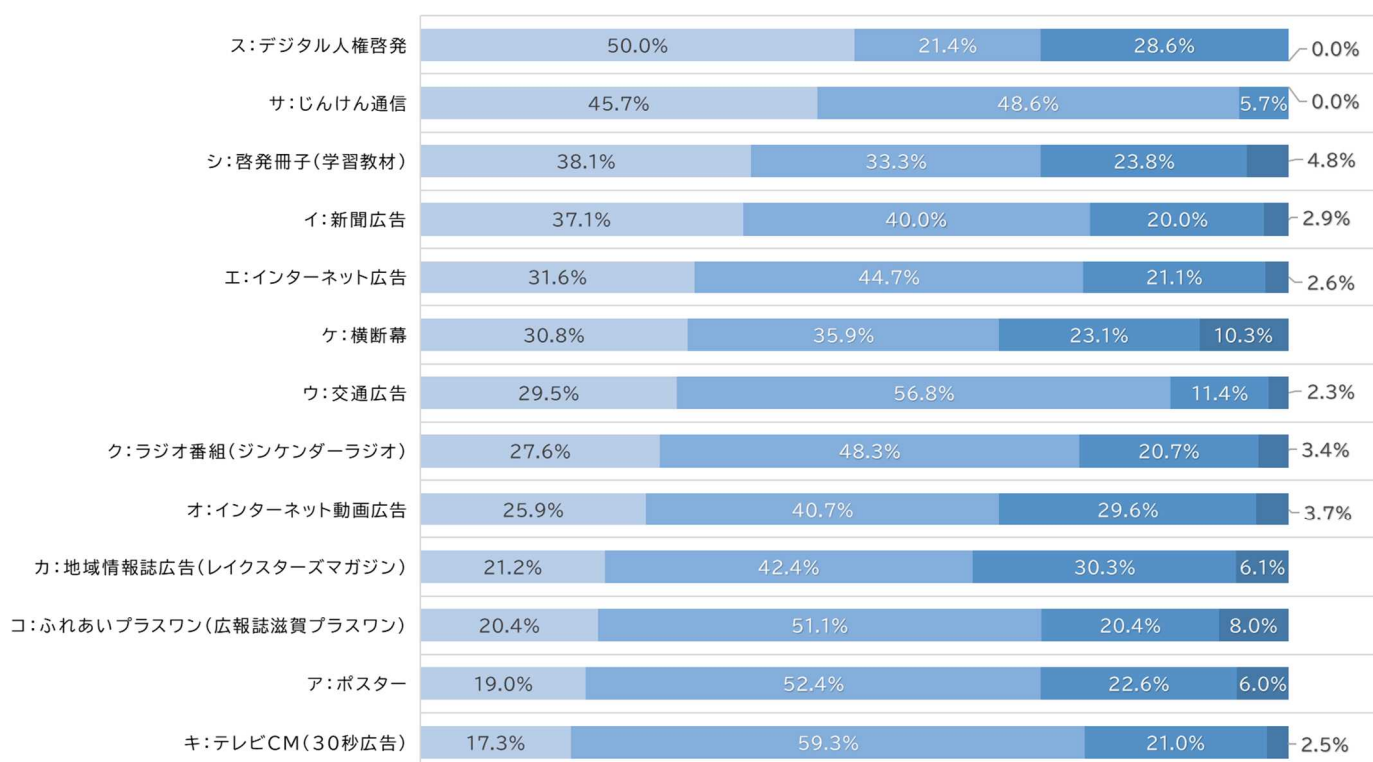
○ア～スの人権啓発により、「人権」について考えるきっかけとなりましたか。

(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・X・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	16	19.0	13	37.1	13	29.5	12	31.6	7	25.9
2.少しなった	44	52.4	14	40.0	25	56.8	17	44.7	11	40.7
3.あまりならなかった	19	22.6	7	20.0	5	11.4	8	21.1	8	29.6
4.ならなかった	5	6.0	1	2.9	1	2.3	1	2.6	1	3.7
計	84	100.0	35	100.0	44	100.0	38	100.0	27	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 (30秒広告)		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 スワン (広報誌滋賀プラスワン)	
	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	14	17.3	8	27.6	12	30.8	28	20.4
2.少しなった	14	42.4	48	59.3	14	48.3	14	35.9	70	51.1
3.あまりならなかった	10	30.3	17	21.0	6	20.7	9	23.1	28	20.4
4.ならなかった	2	6.1	2	2.5	1	3.4	4	10.3	11	8.0
計	33	100.0	81	100.0	29	100.0	39	100.0	137	100.0

項目	サ じんけん通信		シ 啓発冊子 (学習教材)		ス デジタル 人権啓発	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1.なった	16	45.7	8	38.1	7	50.0
2.少しなった	17	48.6	7	33.3	3	21.4
3.あまりならなかった	2	5.7	5	23.8	4	28.6
4.ならなかった	0	0.0	1	4.8	0	0.0
計	35	100.0	21	100.0	14	100.0



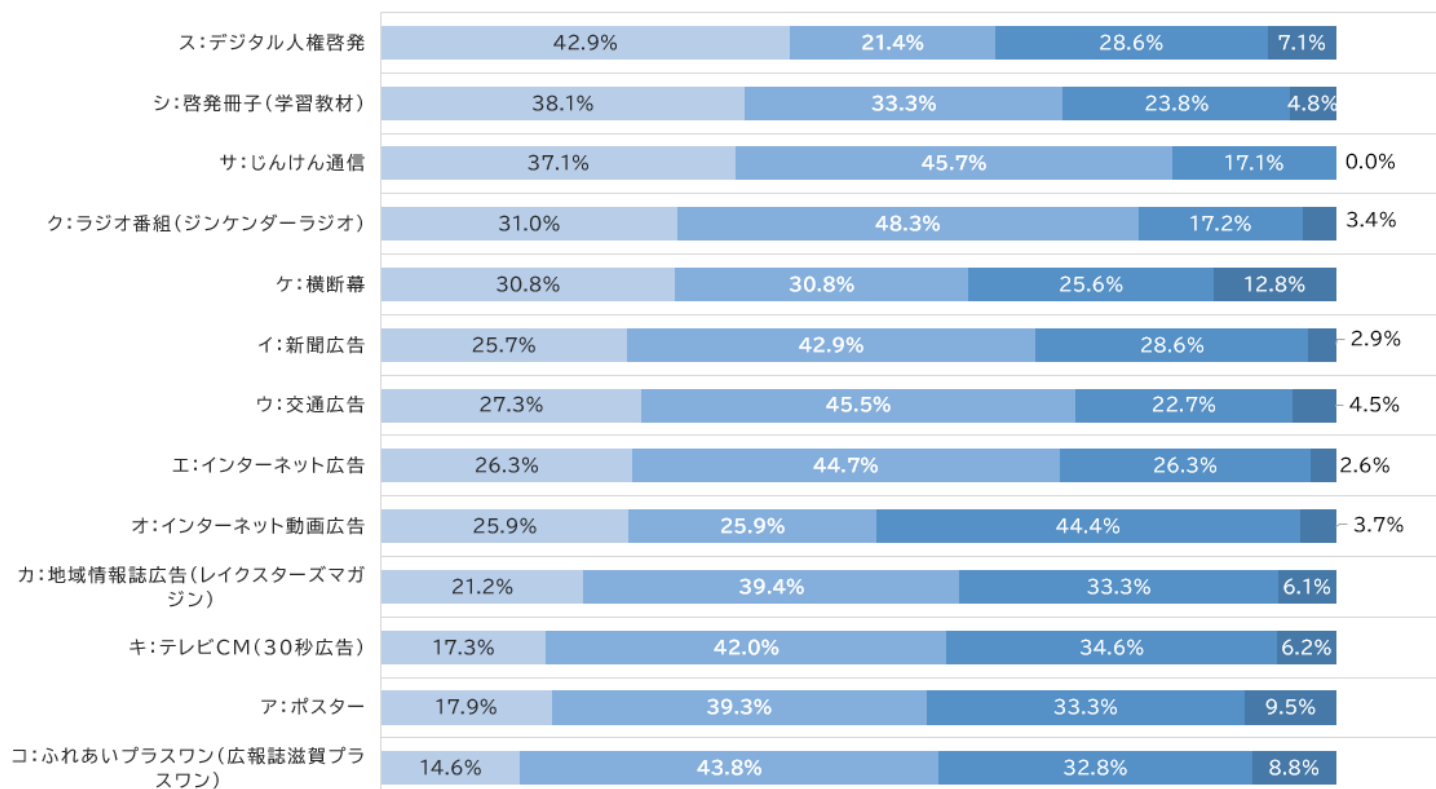
○ア～スの人権啓発により、「人権」について行動するきっかけとなりましたか。

(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・X・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	15	17.9	9	25.7	12	27.3	10	26.3	7	25.9
2.少しなった	33	39.3	15	42.9	20	45.5	17	44.7	7	25.9
3.あまりならなかった	28	33.3	10	28.6	10	22.7	10	26.3	12	44.4
4.ならなかった	8	9.5	1	2.9	2	4.5	1	2.6	1	3.7
計	84	100.0	35	100.0	44	100.0	38	100.0	27	100.0

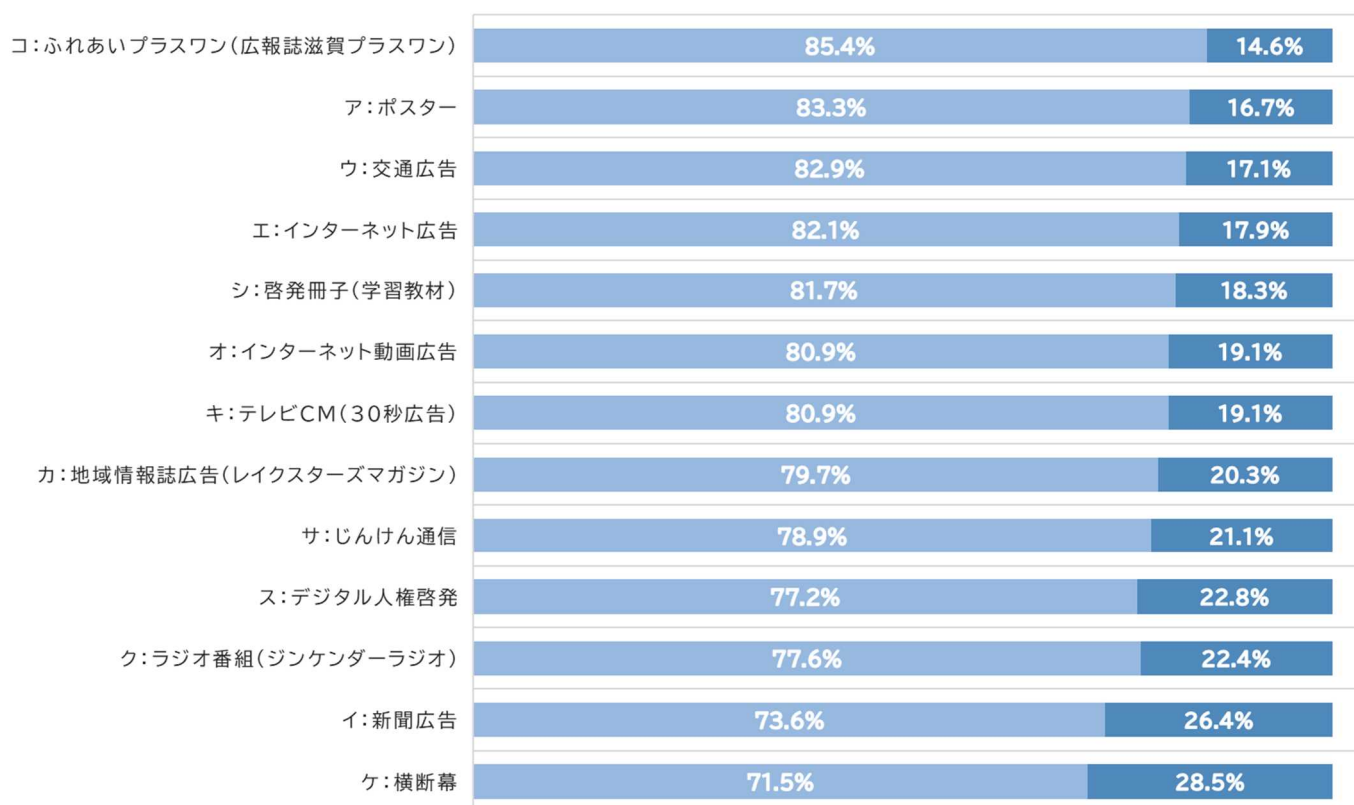
項目	カ 地域情報誌 広告 (レイクスターズマガジン)		キ テレビCM (30秒広告)		ク ラジオ番組 (ジンケンダーラジオ)		ケ 横断幕		コ ふれあい プラスワン (広報誌滋賀プラスワン)	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1.なった	7	21.2	14	17.3	9	31.0	12	30.8	20	14.6
2.少しなった	13	39.4	34	42.0	14	48.3	12	30.8	60	43.8
3.あまりならなかった	11	33.3	28	34.6	5	17.2	10	25.6	45	32.8
4.ならなかった	2	6.1	5	6.2	1	3.4	5	12.8	12	8.8
計	33	100.0	81	100.0	29	100.0	39	100.0	137	100.0

項目	サ じんけん通信		シ 啓発冊子 (学習教材)		ス デジタル人権 啓発	
	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)	人数(人)	割合(%)
1.なった	13	37.1	8	38.1	6	42.9
2.少しなった	16	45.7	7	33.3	3	21.4
3.あまりならなかった	6	17.1	5	23.8	4	28.6
4.ならなかった	0	0.0	1	4.8	1	7.1
計	35	100.0	21	100.0	14	100.0



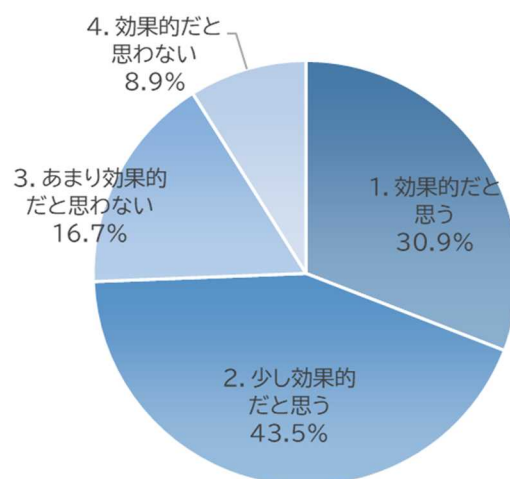
②今後も、ア～スの啓発を行う方が良いと思いますか。(それぞれ回答チェックは1つだけ n=246)

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	205	41	83.3	16.7
イ:新聞広告	181	65	73.6	26.4
ウ:交通広告	204	42	82.9	17.1
エ:インターネット広告	202	44	82.1	17.9
オ:インターネット動画広告	199	47	80.9	19.1
カ:地域情報誌広告(レイクスターズマガジン)	196	50	79.7	20.3
キ:テレビCM(30秒広告)	199	47	80.9	19.1
ク:ラジオ番組(ジンケンダーラジオ)	191	55	77.6	22.4
ケ:横断幕	176	70	71.5	28.5
コ:ふれあいプラスワン(広報誌滋賀プラスワン)	210	36	85.4	14.6
サ:じんけん通信	194	52	78.9	21.1
シ:啓発冊子(学習教材)	201	45	81.7	18.3
ス:デジタル人権啓発	190	56	77.2	22.8



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。(n=246)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 効果的だと思う	76	30.9
2. 少し効果的だと思う	107	43.5
3. あまり効果的だと思わない	41	16.7
4. 効果的だと思わない	22	8.9



問3 人権啓発事業についてのご提案・ご意見(抜粋)

- ・人権は大事なことでしっかりと学ぶ必要があると思います。しかし、それを学ぶ方法や腹落ちするのは、人によって違うと思う。私は、学校、会社で人権の教育を何度も受けました。その経験からいくと、「人権」が強調された、人権教育とかは腹落ちしなかったと思う。私が、腹落ちしたのは、会社での「パワハラ」「セクハラ」等の具体的な事象についてかんがえさせられる教育や、障害を持つ方との共同イベントの開催を通じてでした。具体的な事例を題材に、どういった事が、なぜ悪いのか、なぜこうした方がよいのか、一人一人に腹落ちしてもらう活動が必要だと思います。
- ・広告の[ジンケンダー]という言葉、キャラクターはしっかり残っています。とても効果的でいいと思います。具体的にすごく心や行動を動かしたかということ、難しいところです。でも、耳馴染むというのは大切に、即効性はなくとも、人権の啓発活動は県として続けていくのがいいと思います。
- ・無意識のうちに聞こえたり見えたりするものは、頻度が高いと印象に残っていますので、CM やラジオ 広告の頻度を増やす、ポスターなどは枚数を増やして掲示場所を増やす等を提案します。
- ・上記の啓発リーフレットやその他は詳しく見たことがないが、びわ湖放送の CM などジンケンダーは知っているの、キャラクターを利用した啓発活動は一定の効果があると思う。今後も大いにキャラクター利用をして取組を行っていくと良いと思う。
- ・小学校の時に、見たり聞いたりした事は、大人になっても自分の心の中にあると思うので、小学校での人権学習は大切だと思います。
- ・テレビやラジオは若者にはあまり見られないこともあり、次世代に繋げるという観点では費用対効果が薄いと思います。どの世代に対してより強化していきたいかによって媒体は変えるべきです。
- ・キャラクターのジンケンダーは CM で記憶に残る。単なるポスターより良いと思う。人権に関する相談でどういったケースが滋賀県では多くて、ジンケンダーならどうするか、といった CM もみてみたい。教育現場でいじめ自殺があった滋賀県では、人権啓発は重要だと思います、頑張ってください。子どもたちも人数が増えているのでは。

- ・人権啓発は、いろいろ工夫され、身近に感じる事ができている反面『わかってる』といった感覚から読んでいても流していることも多い！しかし、繰り返しの継続は大切な事だと思う。SNS での人権問題など啓発しても個人の内面の人権意識の差は大きいと思う。
やはり人と人の会話の場、地域でのつながりなどの場など、お互いに生の声の掛け合いなども行政からの啓発と共に必要だと思う。
- ・広告として出すのは多い方が目に止まるのでいいと思いますが、スーパーやショッピングモールなど、たくさんの人が集まる場所にもあった方がいいのではないのでしょうか。個人的には公共交通機関も使わないし、新聞、テレビ、ラジオもあまり聞いたり見たりしません。でも出かけたり SNS を見たりはするので、生活動線の目につくところや SNS 発信があればもっと目に入る機会が多くなると思います。
- ・考えられる広報については、多くのメディアで取り上げてもらえるようよく考えて、整備対応されていると思います。啓発冊子やリーフレットまであり、中身については見たことが無いけれども、子供にもわかりやすく出来ている事が説明文でもよくわかります。できればこれらが手に入るところや場所を表示したり、メディアに流してもらうと有難いかなと思います。これらの情報は、繰り返し目についたり、聞こえたりすることが一番だと思いますが、繰り返すことで嫌味になっていけないので、頻度等は調整すべきだと思いますが。AC ジャパンの CM は色々なパターンがありますが、見ていて考えさせられるものが多く、いつも感心しています。逆に某〇〇〇〇納税などは、同じ文言の繰り返しと連呼で、耳にのこりちょっとまたかあという感じになってしまいます。そうになってしまうと面白くないので、人権のは AC ジャパンクラスでやってもらったらいいと思います。シリーズで CM を流してもらうと、目につき心を打つものが出来るかなと思います。BBC もいつまでも古い CM を流さずに、県が作成する CM を流すようにしてタイアップした形が継続できれば素敵だと思います。
- ・人権に関する啓発のポスター等をみても、まずは人権とは？という基礎知識が必要かと思います。つまり、人権教育を受けることが有効で、地元自治体や団体が提供する人権に関する講座やセミナーに参加し、知識を深めることが第一歩ではないのでしょうか？自分自身の人権感覚を養い、周囲の人々に対してもより理解が深まります。また、差別や偏見に対する意識を高めることも重要で、差別や偏見が日常生活に潜んでいることがあります。教育を受けることで問題に対する認識を改め、身の回りで不当な扱いを受けている人々に対して敏感になり、サポートできるようになると思いました。(今まで気づけなかった人権問題に気づくことが可能となる)
個人的には、人権啓発イベントにボランティア等で参加したいです。そのような機会を多数提供してほしいです。
- ・ポスターや広告を見て、考えるきっかけにはなるけれども、そのあとどのような行動を起こせばいいのかよくわからない人が多いと思う。具体的に、こんな事を言っていないですか？していないですか？のような子どもにもわかりやすいポスターなどが目に触れるところにあるといいと思う。
- ・インターネットが普及しているので、SNS で啓蒙活動するとさらに広がると思う。
- ・マクドナルドの協力によるデジタル人権啓発はすばらしい取組だと思う。意外性のある企業とのタッグは、見た人に訴求力があると考えられるので、その他の企業(営利企業)ともマッチアップしたら面白いと期待する。企業が CSR を果たす格好の企画であり、行政にとってもウィンウィンの取組だと感じる。
- ・ポスターを見ると人権大切にしないとないと思いました。もう少し具体的な人権の内容とか様々な具体例とかのっていても良いかなと思いました。あとキャラクターが男の子は好きそうな感じはするのですが女の子の目にも止まるようなキャラクターがいてもいいのかなと思いました。

- ・会社勤務の時は、会社での啓発活動の取組でいろいろな機会に「人権啓発活動」に触れていたが、定年退職後はほとんど触れる機会がない。啓発活動を PR する媒体としては、Web、TV、新聞チラシ、広報誌滋賀プラスワンに絞り、ポスターや横断幕は効果が薄いように感じるので、それらの廃止に伴い浮いた費用を著名人の人権保護の講演会に当てほしいと思います。
- ・SNS の広告は、広告ブロックすることがありますので、少しでも目に届くような工夫をしてほしいと思います。
- ・行動範囲が狭くなり広告を見る機会が減少していますが、種々の媒体を通じて情報発信があり、必ず接する機会ができると考え、情報発信の必要性を感じました。高齢者の行き先で多い所は、病院（歯科を含む）、スーパーなど食品店ですので、入り口ドアなどに掲示されていますと必ず見ることになると思います。大切な内容ですので、スマホにたくさんの情報が入りますが、目に留まりやすいようにこの項目は見るようになど何か特別な印があると良いと思います。