

「広報・県民運動専門委員会」 第1回会議 結果概要

1 日 時

平成27年3月24日（火）10:00～12:00

2 場 所

滋賀県大津合同庁舎 7-D会議室

3 出欠状況

委員18名中15名出席

出席：坂田 しのぶ委員、道又 隆弘委員、中山 道雄委員、森山 昭裕委員、
大澤 崇委員、吉成 永部委員、中塚 浩委員、佐竹 吉雄委員、
歌代 泰和委員、井口 貢委員、殿村 美樹委員、廣瀬 香織委員、
北川 宗司委員、村田 忠彦委員、西川 直治委員

欠席：友次 康博委員、堀士 昌哉委員、奥田 康博委員 （順不同）

4 議事概要

（1） 正副委員長の選出について

「専門委員会設置規定」第3条第2項の規定に基づき、委員の互選により、委員長に井口 貢委員が、副委員長に佐竹 吉雄委員が選出された。

（2） 会議の公開について

事務局より資料3の説明の後、質疑応答はなく、「広報・県民運動専門委員会 会議公開要領」が原案どおり可決された。

（3） 国民体育大会・全国障害者スポーツ大会の概要、滋賀県における開催準備状況等について

事務局から資料4の説明の後、次のとおり発言・質疑応答があった。

<委員>

滋賀県には「キャッフィー」という既存のキャラクターがあるが、これはスポーツと関係のあるキャラクターなのか。

<事務局>

このキャラクターは元々、平成20年に滋賀県で開催された全国スポーツレクリエーション祭（以下、「スポレク祭」という。）に合わせて作られたものである。

滋賀県には「うおーたん」という水滴をイメージしたキャラクターもいるが、このスポレク祭を契機にナマズのキャラクターが作られた。

<委員>

スポーツに一番関係のあるキャラクターだということか。

<事務局>

そのとおりである。

<委員>

補足説明をすると、「キャプフィー」は滋賀県の広報課で管理をしており、県内の市町にも置いているところがある。「うおーたん」は21世紀記念事業で作られたキャラクターであり、デザインは公募により決められた。しかし、個数が少ないためイベントにあまり出ていないのが現状である。

<委員>

この広報スケジュールでは早すぎるのではないか。

過去10年でインターネットが爆発的に普及してきており、広報のあり方は様変わりしている。

骨太の方針は必ず作る必要があるが、情報の環境が目まぐるしく変わっている中で、今時点の概念でキャラクターやダンスを作ることについては慎重に検討すべきかと思う。

また、会場地である彦根には「ひこにゃん」がいるので、それらを活用することなども検討してはどうか。

<委員>

2020年に東京オリンピックが開催されることで、全国民がそれに注目すると思われる、スポーツに対する大きな流れがこの年に来るのではと考えている。

その4年後が滋賀国体なので、東京オリンピックで盛り上がった流れを汲んだこの4年間は重要になってくるのではないか。

他の委員の発言にもあったように、先行的に進め過ぎてしまって東京オリンピックの終了とともに燃え尽きてしまうということも懸念される。

オリンピック後の4年間、どのようにして滋賀国体に対する機運を引っ張り続けていくかが重要と思われる。

<委員>

主会場は彦根で決まっているが、湖西に住む県民からすると彦根は遠い印象がある。湖東の県民だけで盛り上がることなく、県民全体が盛り上げられることを十分踏まえて計画等を立てていくべきだと思う。

<事務局>

彦根に整備する主会場では開会式・閉会式、陸上競技を行う。

国体の正式競技は全部で37競技あり、そして県内には19の市町があることを計算すると、1つの市町で2つの競技を行ってもらえれば賄えることとなるが、各自治体の規模や施設等の関係もあるので、単純にそうはいかないところである。

ただ、会場地市町選定基本方針の中でどの市町にも最低1つは競技をお願いする方針を決めている。県内各所で競技会を開催する状況を作ることが、県民総参加の一つの証にもなると考えており、その辺りも踏まえつつ広報計画を検討していただきたいと考えている。

<委員>

先の話にもあるように、施設を設置することに大きな制約があり競技を実施できない市町も出てくると思うが、競技を実施されない自治体においては国体への関心が薄まるという傾向がある。

そのような場合に、一つの自治体ではなく周辺の自治体も含めた開催方法などもあるのではないかと考える。

<委員>

キャラクターは県・市町や民間にも色々なものがあり、それらをどのように使えば一番効果的に情報発信ができるのかを考えていくことも課題だと思う。

また、テレビ放送や県の広報誌でも滋賀国体について報じたりしているので、県の広報課や国体準備室がうまく連携しながら情報の発信を行っていければと考える。

<委員>

キャラクターの問題が複数の委員から挙がったので、個人的な意見を述べさせてもらおうと、昨今のゆるキャラブームに追随しないものを作ってほしい。

国体が終わればそのキャラクターが雲散霧消してしまうというものでなく、滋賀県のシンボルとして100年先も活躍できるようできるキャラクターが作れば良いと思う。

今のゆるキャラブームを見ていると、どれも似たようなものになりがちなので、その様なキャラクターではなく、滋賀の文化・経済・福祉やスポーツなど様々なものを象徴するようなキャラクターができることが理想だといえる。

<委員>

SNSという言葉も10年前はなかった。広報・県民運動に関するスケジュール案(資料4の19ページ)にもあるように、広報のアクションプランを毎年度見直しするとされていることから、先の見えない状況の中では、その時々で時代に則した広報ができればと思う。

<事務局>

1点補足をさせていただくと、広報基本方針や広報基本計画を作った後においても、随時この委員会で審議していただき、必要があればそれを修正していただく予定で考えている。

<委員>

国民体育大会や全国障害者スポーツ大会を知ってもらうためには、マスコットキャラクターの力というのは非常に大きい。

印象的なキャラクターは時が経っても愛され続けているし、そのキャラクターを見ると国体を思い出す、というような例もある。

「キャプフィー」も周知されている中だが、国体のマスコットキャラクターは羽ばたくというイメージを持つ鳥が使われることが多かったりするので、その辺りをよく踏まえた上で、これで滋賀県を売り込むぞ、というものを公募すれば良い。

<委員>

開催までのスケジュールを考えると、広報活動は長く取り組んでいくこととなる。

正式競技の会場地が選定された後に正式競技以外の会場地選定があるが、それぞれの地域にとってはこの辺りのタイミングが一番注目を集める時期かと思う。

各地域には総合型地域スポーツクラブやスポーツ推進委員の方がおられる。準備委員会の組織の中には組み込まれているが、やはり身近なところで会場地が選定されれば、自身がそのことに対してどのように関わるのか、ということ積極的に考えていただければと思う。

県の体育協会も国体に対して色々な取り組みを進めているが、スポーツに関心のある層でも滋賀で国体が開催されることを知っている方は半数以下であり、まだ全体的な認知度としては高くないのが現実である。しかしそれは現状として捉え、スポーツに関心のある層の方にも何か役割を担っていただき、そこから発信していくことも広報の方法の一つではないかと思う。

<委員>

様々な意見が出たが、特に東京オリンピックから4年後というはタイミングが良い。

ただ、行政や関係者だけが盛り上がり、県民が付いてこないという状態にならないように注意はしたい。

開催年度に活躍するであろう年齢層の方、あるいは応援や運営等にまわるであろう方を意識した広報を考えられないかと思う。また、キャラクターやWEBサイト、SNSは偶然にヒットすることもあるので、動画サイト等も積極的に活用していけばよいと思う。

<委員>

他県で国体関係の委員をしていた時に思ったのは、開催直前まではなかなか盛り上がりてこないということ。開催半年前でも全然話題になっていなかったのではどうなるかと思っていたが、いざ始まればいきなり盛り上がりを見せたということもあるのでその点はあまり心配していない。

広報についての提案だが、主会場となる彦根にある彦根東高校の新聞部が非常に有名である。そこは紙媒体ではなくネット上で年間150～200回ほど新聞を出している。どこかのクラブが優勝すれば数時間後には新聞になって出回っていたりと動きも早い。今高校生ぐらいの子が9年後の国体の頃に一番活躍する世代でもあるので、この委員会にも一度ゲストとして呼んで意見を述べてもらい、若い世代ならではの視点や発想を活かしながら進めるのはどうか。

また、今の10代の子ども達が滋賀国体では活躍するかもしれないので、将来この大会に出そうな子に密着して、どのように成長していくかを追いかけ、発信していくのもよいかもしれない。

<委員>

国体は開催すれば盛り上がるというのは分かるが、それまではなかなか関心が向かないということを改善するために、一人ひとりに何か国体と関わりを持ってもらう仕掛けを用意するのが良い。

例えば、オリンピック競技を見て何かスポーツを始めてみようと思う人は多いと思う。そういう気持ちを活かして2024年の国体に向けて目標を設定するような仕掛けを作り、東京オリンピックと国体を繋いでいくというPRを事前に準備すればよいのではないか。

<委員>

広報はいかにお金をかけずにマスコミに取り上げてもらうかというのが大事であるが、実はこの委員会と同じ時間帯に知事の定例会見が行われている。いくつもニュースソースがある中で、やはり優先順位があり、県としてどんどんPRをしていきたいものは他の大事な会見等と同じ時間帯に行うと記者が分散されてしまうので、今後それは避けた方がよいと思う。

キャラクターについてだが、色々なキャラクターが出てきているが、滋賀県はゆるキャラ先進国、ゆるキャラ王国と言われているので、他は新しく作っているかもしれないが、既存のキャラで運動会をしてその優勝者を国体のキャラクターにするなどの話題性づくりが大事である。ゆるキャラの国体を滋賀の国体の前にするというのはどうか。

<委員>

長期にわたる広報・県民運動だが、情報発信のツールは日々劇的に変わっているので今から固めてしまったりせず、それよりも「おもてなし運動」を早くから進めていって、受皿として県民の方の気持ちが醸成されることの方が大切ではないかと考える。しっかりとしたおもてなしをして、滋賀に来て良かったと思ってもらえるような体制作りを市町を含めて行っていかなくてはならない。

時代が人口減少局面に入っていることから、交流人口を増やしていくというのは非常に大切である。国体開催の内定の時期である2019年はオリンピックの直前でもあり、そういったおもてなしへの取り組みの体制ができていないといけないし、開催決定の2021年には万全の体制でない不安である。

広報はもちろんやるにしても、まずは県民運動を盛り上げ、そこから先の大きな広報はもう少し後にじっくりと考える。

開催地の滋賀県は色々なキャラクターがいるので早々に決めてしまわず、何よりも県民のおもてなしの心を作るのが先だと思われる。

<委員>

先ほど少額募金の話があったが、国体があるからといって県民全員がスポーツ好きになる訳ではない。その中で自分がどんな形であれ参画したという意識を持ってもらうことが大事である。

心内なる満足感を得てもらうために、これは単にスポーツのイベントではなく滋賀県、滋賀県民のイベントだという気持ちが続く取り組みが大事だと思う。

<委員>

参考にしてもらえればと思うが、厚生労働省の公的年金の情報発信に関する委員会に参画し、色々なポスター等を作ってきて感じたのは、固いイメージのある公的年金を周知するために普通のポスターを作ったのでは見てもらえないが、市町村のキャラクターを入れるとすぐに参画してもらえたりすることである。

自分のところのキャラクターを入れることで、自分たちに身近なポスターであるという意識に転換された事例も見てきているので、これからポスターを作る際は新しいキャラクターより今ある市町のキャラクターを活用した方が良いと思う。

(4) 広報基本方針(案)について

事務局から資料5の説明の後、次のとおり質疑応答があった。

<委員>

広報基本方針の他県の例を見ると、多様な主体というところにNPOやボランティアという言葉出てくるが、今回の滋賀県の案では企業までで止まっている。NPOについてもボランティアについても連携主体として、また、自分事として捉えてもらうためにも入れてもらいたい。

<事務局>

今回、広報基本方針の条文に「NPO、ボランティア等」という文言を入れなかったのは本県の開催基本方針の実施目標の中で「県、市町、関係機関・団体、大学、企業」と記載されているため、それに合わせて記載をしなかった。しかし、今回のご指摘をふまえて他県のそれと同様に「NPO、ボランティア」を記載させていただく形で修正させていただきたい。

※原案を委員の提案どおり一部修正する。文言については委員長に一任することを各委員、承認。

<委員>

先ほど全国障害者スポーツ大会の広報基本方針については別に定めると言っていたが、今回の広報基本方針には全く含めず完全に別で作るということか。それともすり合せをするのであれば、全国障害者スポーツ大会という文言をどこかに入れるべきではないか。

<事務局>

今回は国民体育大会広報基本方針（案）を作成いただき、平成27年度に全国障害者スポーツ大会の要素を盛り込んだ形で国民体育大会開催基本方針も含め、諸規定を改正することを事務局の中でも検討している。

大元の基本方針を改正すれば、それに従って広報基本方針も併せて改正をしたいと考えており、その時に全国障害者スポーツ大会の文言を追加し、委員会名称、会則、その他の規定などを含めて修正していきたいと考えている。

以上