

令和4年度法務省委託事業 評価結果報告書



令和5年4月
公益財団法人人権教育啓発推進センター
令和4年度法務省委託事業評価委員会

目次

I	総括	3
II	評価を行う際の留意点	4
III	各事業の評価	5
1	ハンセン病問題に関する「親と子のシンポジウム」の実施	5
2	共生社会と人権に関するシンポジウムの実施	12
3	人権啓発動画「インターネット上における誹謗中傷映像」制作及び広報	18
4	ハンセン病に関する人権啓発動画広告配信	21
5	人権啓発動画「『誰か』のこと じゃない。」広報	23
6	「My じんけん宣言」キャンペーン	25
7	人権ライブラリー事業	28
8	人権啓発教材の制作	34
9	人権啓発動画の制作	37
10	人権啓発動画「ビジネスと人権」に関する行動計画推進事業	39
11	人権啓発指導者養成研修会	41
12	人権に関する国家公務員等研修会	46
13	人権啓発活動地方委託事業における効果検証の在り方について	49
14	人権啓発活動に関する効果検証等	51

令和4年度法務省委託事業評価委員会 委員一覧

委員長 田 中 宏 司 一般社団法人経営倫理実践研究センターシニアフェロー
東京交通短期大学名誉教授（元学長）
元「ISO／SR国内委員会」委員
元日本規格協会「ISO26000JIS化本委員会」委員

委 員 大 槻 奈 巳 聖心女子大学現代教養学部人間関係学科教授

渡 邊 昭 彦 公益社団法人日本広報協会 常務理事
広報コンサルタント

※ 五十音順・敬称略

○ 第1回 事業評価委員会

日時： 令和5年1月26日（木）午後2時～午後5時

場所： 人権ライブラリー「多目的スペース」 ※ 公益財団法人人権教育啓発推進センター併設
（東京都港区芝大門2-10-12 KDX芝大門ビル4F）

○ 第2回 事業評価委員会

日時： 令和5年3月29日（水）午後2時～午後5時

場所： 人権ライブラリー「多目的スペース」 ※ 公益財団法人人権教育啓発推進センター併設
（東京都港区芝大門2-10-12 KDX芝大門ビル4F）

I 総括

●コロナ禍における啓発活動

令和2年度から引き続き、令和4年度も全世界が新型コロナウイルス感染拡大予防を念頭に啓発活動を展開することとなった。この3年間のコロナ禍を経験して、啓発の方法はリモート開催など随分変わってきた。コロナ後もイベントのリモート開催やハイブリッド開催のトレンドは継続するのではないか。今後は両方の良さを見極めながら可能な限り有効な開催形式を行っていければよい。

●若年層へのアプローチ

情報通信技術の発達により、これまでになかった様々な情報発信ツールが開発されている。若年層へアプローチするには、そうした新しい技術を取り入れながら、より効果的な方法を探ることが必要となる。また、一方で啓発教材などのタイトルやイベントの開催案内などアナログな部分も重要であり、堅苦しくならないよう伝わりやすい表現等の工夫を行ってもらいたい。

●人権啓発活動の一層の充実を

本事業評価結果に踏まえ、今後とも継続的な活動が可能となるよう、さらなる予算的な充実を期待するとともに、人権教育啓発推進センターに対してはより一層の努力と工夫を求めたい。

令和5年3月

令和4年度法務省委託事業評価委員会

Ⅱ 評価を行う際の留意点

- ① 各事業は、委託元である法務省の意向を実現するものであるとともに、経済的かつ効果的・効率的に実施されたか。
- ② 事業の達成状況はどうか。
- ③ 人権センターの公益性にも整合しているか。
- ④ 過去5か年度分の本委員会における指摘事項も踏まえ、それらをどこまで実現・反映できたか。
- ⑤ 今後の事業実施に向け、自己評価、課題等は、適正に把握・整理されているか。

Ⅲ 各事業の評価

事業名	1 ハンセン病問題に関する「親と子のシンポジウム」の実施
事業目的	ハンセン病問題についての正しい理解の普及と、偏見差別の解消を目指し、広く国民へ人権尊重思想の普及高揚を図る。
実施の基本方針	1 開催 (1) 時 期：令和4年7月下旬 (2) 形 式：オンライン（リアルタイム／アーカイブ）配信 (3) 地 域：岡山県（国立ハンセン病療養所長島愛生園、邑久光明園所在県）から全国に配信 (4) 対 象：一般国民（特に若年層及びその保護者） 2 事前広報（時期） (1) バナー広告（7月） (2) メールマガジンの配信（6月～7月） (3) SNSによる開催情報掲載（6月～7月） (4) 人権ライブラリー・ウェブサイトへの広報記事掲載（6月～） (5) 人権センター・ウェブサイトへの広報記事掲載（6月～） (6) 人権教育啓発推進誌『アイユ』への広報記事掲載（6月） 3 事後広報（時期） (1) 採録記事（9月） (2) 人権ライブラリー・ウェブサイトへの報告書掲載（10月）
実施結果	1 開催 日 時：令和4年7月30日（土） 午後1時30分～午後4時 場 所：オンライン（リアルタイム／アーカイブ）配信 ※ 岡山コンベンションセンターレセプションホール（岡山県岡山市北区駅元町14番1号リットシティビル2階）をメイン会場として配信 主 催：法務省／厚生労働省／文部科学省／全国人権擁護委員連合会／岡山地方法務局／岡山県人権擁護委員連合会／公益財団法人人権教育啓発推進センター 後 援：中小企業庁／全国ハンセン病療養所入所者協議会／ハンセン病違憲国家賠償請求訴訟全国原告団協議会／ハンセン病家族訴訟原告団／岡山県／岡山県教育委員会／岡山市／岡山市教育委員会／瀬戸内市／瀬戸内市教育委員会／岡山県市長会／岡山県町村会／山陽新聞社／NHK 岡山放送局／RSK 山陽放送／OHK 岡山放送／TSC テレビせとうち／読売新聞社／朝日新聞社／毎日新聞社／日本経済新聞社／日本財団（順不同） (1) 内 容：

- ア 動画上映①人権啓発動画「ハンセン病問題を知る～元患者と家族の思い～」から“ハンセン病元患者の家族 志村康さんのエピソード”
- イ 基調講演
- ・中尾伸治（国立療養所長島愛生園入所者自治会会長）
 - ・屋猛司（国立療養所邑久光明園入所者自治会会長）
- ウ 動画上映②
- ・人権作文動画「ウイルスよりも怖いもの」（第40回全国中学生人権作文コンテスト・第40回大会記念賞受賞者 小西祥生）
 - ・第40回全国中学生人権作文コンテスト・メッセージ動画（第33回全国中学生人文作文コンテスト・法務大臣賞受賞者 後藤泉稀）
- エ パネルディスカッション
- パネリスト：小西祥生（第40回全国中学生人権作文コンテスト・第40回大会記念賞受賞者）
 後藤泉稀（第33回全国中学生人権作文コンテスト・法務大臣賞受賞者）
 森光玲雄（日本赤十字災害救護研究所心理社会的支援 部門長（兼）諏訪赤十字病院臨床心理課長）
 中尾伸治（国立療養所長島愛生園入所者自治会会長）
 屋猛司（国立療養所邑久光明園入所者自治会会長）
- コーディネーター：坂元茂樹（公益財団法人人権教育啓発推進センター理事長）
- オ ビデオメッセージ
- ・豎山勲（ハンセン病違憲国家賠償請求訴訟全国原告団協議会事務局長）
 - ・森和男（全国ハンセン病療養所入所者協議会会長、国立療養所大島青松園入所者自治会会長）
 - ・ハンセン病家族訴訟原告 代表 原告番号 169 番
- (2) 参加者数：925 人（YouTube ユニーク視聴者数）
 ※参考：視聴回数 1,787 回
 最大同時視聴者数 461 人
- (3) アーカイブ配信視聴回数：1,098 回（令和5年1月11日時点）
<https://youtu.be/DzveU0Xrloc>
 ※ 公開日（令和4年8月15日）から1年間の限定公開
- (4) アンケート結果概要
 回答者数 574 名
 ア 満足度：今回のシンポジウムは全体として満足のいくものでしたか。

大変満足だった	まあ満足だった	やや不満足だった	大変不満だった	無回答
40.6%	56.3%	2.8%	0.0%	0.3%

イ 関心度：今回のシンポジウム以前に、ハンセン病についてどのくらい関心がありましたか。

大いにあった	多少あった	あまりなかった	全くなかった	無回答
39.4%	49.3%	9.8%	1.4%	0.2%

ウ 理解度：シンポジウムを終えて、ハンセン病についての理解が深まりましたか。

大変深まった	多少深まった	あまり 深まらなかった	全く 深まらなかった	無回答
62.9%	35.9%	0.7%	0.0%	8.2%

2 広報

	内容	詳細
1	広報用チラシを関係機関等に配布、掲出を依頼（115,015部） ※ 7月	主催団体（厚生労働省、文部科学省、岡山地方法務局） 後援団体（中小企業庁、全国ハンセン病療養所入所者協議会、ハンセン病違憲国家賠償請求訴訟全国原告団協議会、ハンセン病家族訴訟原告団、岡山県、岡山県教育委員会、岡山市、岡山市教育委員会、瀬戸内市、瀬戸内市教育委員会、岡山県市長会、岡山県町村会、山陽新聞社、NHK岡山放送局、RSK山陽放送、OHK岡山放送、TSCテレビせとうち、読売新聞社、朝日新聞社、毎日新聞社、日本経済新聞社、日本財団） 全国の法務局・地方法務局（岡山地方法務局以外） 全国の自治体人権啓発主管部 全国の人権啓発企業連絡会 療養所が所在する都・県内の中学校及び高等学校（青森県、宮城県、群馬県、東京都、静岡県、岡山県、香川県、熊本県、鹿児島県、沖縄県） 国立ハンセン病療養所及び私立療養所 国立ハンセン病療養所入所者自治会 国立ハンセン病資料館 療養所内 社会交流会館
2	メールマガジン ※ 6月～7月	配信数：6,480件
3	人権ライブラリー・ウェブサイトへの広報記事掲載	閲覧回数：15,377回（令和5年1月12日時点） https://www.jinken-library.jp/news/detail/106277/
4	SNSによる開催情報掲載	当センターのツイッターにて、開催情報を掲出 @Jinken_Center フォロワー数：1,867件（参考）
5	人権教育啓発推進誌『アイユ』への広報記事掲載	掲載号：令和4年6月号 発行部数：15,000部
6	バナー広告	Google：4,369クリック Yahoo!：2,734クリック Instagram：156クリック Twitter：2,109クリック 配信期間：令和4年7月15日～30日 ターゲット：中学生、高校生及び保護者
7	記事配信（メディアリリース）	PRTIMES（新聞社、テレビ局、インターネットサイトの各メディアに対し、開催情報を配信し、掲載依頼）：23メディア（令和4年7月26日）
8	その他の広報	登壇者、後援団体への広報、情報拡散依頼

3 事後広報

	内容	詳細
1	「採録記事」広報	朝日中高生新聞 掲載日：令和4年9月11日（日） 判型等：モノクロ・1ページ広告 部数：42,962部 読売中高生新聞 掲載日：令和4年9月16日（金） 判型等：カラー・1ページ 部数：90,967部
2	「採録記事」配信（リセマム）	教育情報サイト「リセマム」に採録記事を掲載：2,850PV （令和4年9月15日（木）～10月16日（日））
3	「採録記事」配信（メディアリリース）	PRTIMES（新聞社、テレビ局、インターネットサイトの各メディアに対し、採録記事と同内容の情報を配信し、掲載依頼）：20メディア（令和4年9月12日（月））
4	報告書の掲載	人権ライブラリー・ウェブサイトで公開 https://www.jinken-library.jp/database/column/entry/106330/

自己評価

【数値的指標について】

- ユニーク視聴者数は925人で令和3年度（1,761人）の半分となった。
※ 今年度同様に著名人の登壇がなかった令和2年度の視聴者数は、814人。（参考）
- アンケートの結果、「大変満足」と「まあ満足」で96.9%と9割以上の好評を得ることができ、シンポジウムの内容は適切であったと判断できる。具体的にどのプログラムが良かったかと聞いたところ、「パネルディスカッション」が60.1%と最も数値が高く、「動画上映」「基調講演」「ビデオメッセージ」もそれぞれ50%強の人が良かったと回答しており、いずれのプログラムも同程度の満足度であったと思われる。
また、参加者の地域性は全国に及び、オンライン開催であることで開催地域周辺の参加者にとどまらず、より多くの人を呼び込むことができたといえる。

【内容について】

- 当センターがこれまで蓄積してきたノウハウや人的ネットワークを最大限に生かして、一般市民を対象とした意義のあるハンセン病問題に関するシンポジウムを企画・実施することができた。
- 基調講演では中尾伸治さん、屋猛司さんに講演いただき、ハンセン病問題の歴史に触れ、参加者のハンセン病問題に関する理解を深めることができた。パネルディスカッションでは森光玲雄さんに登壇いただき、新型コロナウイルス感染症に関す

る偏見・差別についても触れ、ハンセン病問題と共通する課題として偏見・差別の解消には正しい知識と理解が必要であると、参加者に示すことができた。

【運営について】

- 1 配信トラブルの可能性を考慮し、専用のインターネット回線を利用した。また、シンポジウムの10日前と前日夜にYouTube配信のテスト行うことで、当日もスムーズに配信することができた。前日のリハーサルは機材確認だけでなく、本番と同様のYouTubeでの配信確認が必要である。
- 2 オンライン開催についてもアンケートでは肯定的であり、「会場に行く必要もなく参加しやすいのでこれからも続けるべき」「オンライン参加と集客型の併用で行うべき」を合わせると81.1%と、状況に応じかつ適切な開催方法であったと判断できる。

【前（令和3）年度の提言を受けて】

- 1 アンケートの回収数を増やす必要がある。
→ アンケートについては、西田芳正さん（大阪公立大学大学院現代システム科学研究科現代システム科学専攻教授）、坂元茂樹当センター理事長に認知度、理解度の調査ができているのか、次年度の企画につながる内容となっているのか、設問数は適切か（回答者の負担になっていないか）、より多くの人に回答してもらえる実施方法となっているのかなどのヒアリングを行い、より良い効果検証になるように工夫した。また、シンポジウム開催後すぐにアーカイブ配信を行ない、アンケート回答期間も2週間とることによって昨年の回答者数より大幅に増加した。
※ 令和4年度回答者数574人、令和3年度回答者数85人（参考）
- 2 アンケートの回答者は40代以上が多いが、ターゲットである若年層の感想を聞くために、登壇者在学の中学校や大学にアンケートを依頼するという考え方もあるのでは。
→ 登壇者が在学する学校へのアンケート回答依頼は行っていない。参加者数は大幅に増えたが、回答者のうち、10歳代は10人（1.7%）と全体の割合と比べるとかなり少なかったが、今年度から「複数人で視聴した場合の年齢と人数（参加者自身以外）」を問う設問を設定したところ、10歳未満と10歳代を合わせると52名（26%）であったことから、参加者一人一人に回答を促すような仕掛けが必要であると思われる。
- 3 高齢化により当事者の参加が難しくなっているため、ビデオ収録等も検討すべき。
→ 当事者2名と元患者の家族1名のビデオ撮影を行い、ビデオメッセージという形で上映を行なった。

課題等

- 1 開催方法のアンケートの結果を見ると、オンライン開催について「会場に行く必要もなく参加しやすいのでこれからも続けるべき」と回答した人の割合が67.2%と最も高い。新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況を見ながら、今後の開催方法を検

	討する必要がある。 2 参加者数が925名と令和3年度と比べて大幅に減った（令和3年度 1,761 件）理由としては、令和3年度は著名人が出演し、自身のYouTubeチャンネルで広報を行うなどしたため、周知につながったと思われるが、今年度は著名人の出演がなかったため、情報が拡散しにくかったと思われる。今後は多くの人に興味をもってもらえる内容となるよう企画する必要がある。
委員会評価	1 評価 （1）会場集客していた頃に比べて倍以上の参加者数となっていること、参加者が全国にわたっていることなど、オンライン開催のメリットを感じる。 （2）人権作文コンテスト受賞者が2人登壇することによって、幅広い世代の興味関心と呼ぶことができたと思われる。 （3）現在、身近に体験している問題として新型コロナウイルス感染症に関する差別について取り上げたことで、改めてハンセン病問題を考えるきっかけを与えたことは評価できる。 2 提言 （1）オンラインで3時間は長いのではないかな。もう少し短くしてはどうか。 （2）休憩時間をあらかじめアナウンスしておいた方が視聴しやすいのではないかな。 （3）開催方式を会場集客とオンライン配信のハイブリッド形式にし、後日アーカイブ配信を行うことで、全国の人が参加することができ、対面形式での臨場感もあり理想的な形になるのではないかな。 （4）事前広報時に基調講演やパネルディスカッションの内容がわかるような見出しをつける、現在のタイトルをサブタイトルにしてキャッチーなタイトルをつけるなど、人々の興味を引くような工夫をしてはどうか。

事業名	2 共生社会と人権に関するシンポジウムの実施
事業目的	「共生社会」、「心のバリアフリー」をテーマに、SDGsで掲げられた「誰一人取り残さない」社会の実現に向けて、今、企業に何が求められているのかを考えることを目的とする。
実施の基本方針	1 開催 (1) 時期：令和5年2月上旬 (2) 形式：オンライン（リアルタイム／アーカイブ）配信 (3) 地域：東京都から全国に配信 (4) 対象：一般国民（特に企業関係者） 2 事前広報（時期） (1) バナー広告（1月～2月） (2) メールマガジンの配信（1月～2月） (3) SNSによる開催情報掲載（1月～2月） (4) 人権ライブラリー・ウェブサイトへの広報記事掲載（12月～） (5) 人権センター・ウェブサイトへの広報記事掲載（12月～） (6) 人権教育啓発推進誌『アイユ』への広報記事掲載（12月、1月） 3 事後広報（時期） (1) 採録記事（3月） (2) 人権ライブラリー・ウェブサイトへの報告書掲載（3月）
実施結果	1 開催 日時：令和5年2月9日（木） 午後1時30分～午後4時 場所：オンライン（リアルタイム／アーカイブ）配信 ※ コモレ四ツ谷タワーコンファレンス Room F（東京都新宿区四谷1-6-1 コモレ四谷 四谷タワー3階）をメイン会場として配信 主催：法務省／全国人権擁護委員連合会／東京法務局／東京都人権擁護委員連合会／公益財団法人人権教育啓発推進センター 後援：経済産業省／中小企業庁／国連広報センター／（一社）日本経済団体連合会／（独）中小企業基盤整備機構／東京都／特別区長会／東京都市長会／東京都町村会／（一社）グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン／日本商工会議所／東京商工会議所／東京都商工会連合会／東京都中小企業団体中央会／（公財）東京都中小企業振興公社／（一社）東京経営者協会／東京人権啓発企業連絡会（順不同） (1) 内容： ア 基調講演 【テーマ】「共生社会の実現に向けて」～今、企業に求められること～ 影山摩子弥（横浜市立大学都市社会文化研究科教授・CSR&サステナビリ

ティセンター長)

イ Myじんけん宣言の紹介

ウ 基調報告

【テーマ】「企業における心のバリアフリー」～その課題と問題解決に向けた
取組について～

基調報告者：大西敦博（株式会社資生堂 人財本部ビジネスパートナー室 ダイ
バーシティ採用・サポートグループグループマネージャー）
江藤悦子（イオン株式会社 ダイバーシティ推進室 室長 経営人
材・人事システムチームリーダー）
グリズデイル・バリージョシュア（社会福祉法人江寿会理事・
アクセシブルジャパン主宰者）

コーディネーター：影山摩子弥

エ パネルディスカッション

(2) 参加者数：650 人（YouTube ユニーク視聴者数）

※参考：視聴回数 1,033 回

最大同時視聴者数 350 人

(3) アーカイブ配信視聴回数：191 回（令和5年3月23日時点）

<https://youtu.be/JZyPjnKnYf0>

※ 公開日（令和5年2月27日）から1年間の限定公開

(4) アンケート結果概要

回答者数 146 名

ア 満足度：今回のシンポジウムは全体として満足のいくものでしたか。

大変満足だった	まあ満足だった	やや不満足だった	大変不満足だった	無回答
39.0%	56.8%	2.7%	1.4%	0.0%

イ 関心度：今回のシンポジウム以前に、ハンセン病についてどのくらい関心が
ありましたか。

大いにあった	多少あった	あまりなかった	全くなかった	無回答
49.3%	45.9%	4.1%	0.7%	0.0%

ウ 理解度：シンポジウムを終えて、ハンセン病についての理解が深まりました
か。

大変深まった	多少深まった	あまり 深まらなかった	全く 深まらなかった	無回答
45.9%	50.0%	2.7%	1.4%	0.0%

2 広報

	内容	詳細
1	広報用チラシを関係機関等に配布、掲出を依頼（15,758部） ※ 1月	主催団体（法務省） 後援団体（経済産業省、中小企業庁、国連広報センター、（一社）日本経済団体連合会、（独）中小企業基盤整備機構、東京都、特別区長会、東京都市長会、東京都町村会、（一社）グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン、日本商工会議所、東京商工会議所、東京都商工会連合会、東京都中小企業団体中央会、（公財）東京都中小企業振興公社、（一社）東京経営者協会、東京人権啓発企業連絡会） 全国の法務局・地方法務局 新聞、教育誌、ビジネス雑誌など 人権擁護委員連合会（東京近県） ビジネスと人権 概要版 送付した団体 グローバルコンパクト加盟企業団体等 日本経済団体連合会会員企業 全国自治体人権啓発担当 各種経済団体 社会福祉法人、生涯学習センター等 ハローワーク
2	メールマガジン ※ 1月～2月	配信数：6,978件
3	人権ライブラリー・ウェブサイトへの広報記事掲載	閲覧回数：7,117回（令和5年3月7日時点） https://www.jinken-library.jp/news/detail/106336/
4	SNSによる開催情報掲載	当センターのツイッターにて、開催情報を掲出 @Jinken_Center フォロワー数：1,877件（参考）
5	人権教育啓発推進誌『アイユ』への広報記事掲載	掲載号：令和4年12月号、令和5年1月号 発行部数：15,000部
6	バナー広告	Google：2,938クリック Yahoo!：2,937クリック Facebook：1,031クリック Twitter：1,472クリック 配信期間：令和5年1月26日～2月9日 ターゲット：企業関係者
7	記事配信（メディアリリース）	PRTIMES（新聞社、テレビ局、インターネットサイトの各メディアに対し、開催情報を配信し、掲載依頼）：27メディア（令和5年2月6日）
8	その他の広報	登壇者、後援団体への広報、情報拡散依頼

3 事後広報		
	内容	詳細
1	「採録記事」広報	毎日新聞 掲載日：令和5年3月12日（日） 判型等：モノクロ・10段広告 部数：1,933,714部
3	「採録記事」配信（メディアリリース）	PRTIMES（新聞社、テレビ局、インターネットサイトの各メディアに対し、採録記事と同内容の情報を配信し、掲載依頼）：28メディア（令和5年3月12日（日））
4	報告書の掲載	人権ライブラリー・ウェブサイトで公開 https://www.jinken-library.jp/database/column/entry/106330/

【数値的指標について】

1 ユニーク視聴者数は 650 人で、同様の広報を行った令和 3 年度「ビジネスと人権に関するシンポジウム」とほぼ同数の参加者数（613 人）となった。

2 アンケートの結果、「大変満足」と「まあ満足」で 95.8%と 9 割以上の好評を得ることができ、シンポジウムの内容は適切であったと判断できる。具体的にどのプログラムが良かったかと聞いたところ、「基調講演」が 64.3%と最も数値が高く、「基調報告 1」「基調報告 2」「基調報告 3」もそれぞれ約 55～60%の人が良かったと回答しており、いずれのプログラムも同程度の満足度であった。

また、参加者の地域性は全国に及び、オンライン開催であることで開催地域周辺の参加者にとどまらず、より多くの人を呼び込むことができたといえる。

【内容について】

1 当センターがこれまで蓄積してきたノウハウや人的ネットワークを最大限に生かして、企業関係者を対象とした意義のあるシンポジウムを企画・実施することができた。

2 基調講演では影山摩子弥さんに共生社会の実現に必要な取組と課題について講演いただき、参加者の共生社会に関する理解を深めることができた。また基調報告では資生堂、イオン、外国人で障害者のグリスデイル・バリージョシュアさんに登壇いただき、「企業における心のバリアフリー」をテーマに企業や当事者が共生社会を実現するために取り組んでいる内容や課題について、参加者に示すことができた。

【運営について】

1 配信トラブルの可能性を考慮し、令和 3 年度に問題なく配信できた会場を使用した。

2 オンライン開催についてもアンケートでは肯定的であり、「会場に行く必要もなく

	参加しやすいのでこれからも続けるべき」「オンライン参加と集客型の併用で行うべき」を合わせると91.1%と、状況に応じかつ適切な開催方法であったと判断できる。 【前（令和3）年度の提言を受けて】 - アンケートの回収数が少ないので改善すべき。 → シンポジウム開催後すぐにアーカイブ配信を行ない、アンケート回答期間も2週間とることによって昨年度の回答者数より増加した。 ※（参考）令和4年度回答者数146人、令和3年度ビジネスと人権に関するシンポジウム回答者数86人 - タイトルが分かりにくいので、自分事として捉えられるようなキャッチコピーを付けてはどうか → 基調講演のテーマに「今、企業に求められること」とサブタイトルをつけ、企業に必要な取組であると印象付けができた。 - 登壇企業が大手になりがちなので中小零細が関係のないことと思ってしまうか。 → 今回資生堂とイオンの大手2社に加え、外国人で障害者でもあるグリスデイル・バリージョシュアさんが登壇したことで、大企業以外も理解できるような内容になっていたと思われる。 - 参加者の属性把握等事前申込制の良さもあるので、申込制と自由参加をうまく組み合わせることも検討してはどうか。 → 参加のハードルを下げるため、自由参加で行った。
課題等	- 開催方法のアンケートの結果を見ると、オンライン開催について「会場に行く必要もなく参加しやすいのでこれからも続けるべき」と回答した人の割合が74%と最も高い。新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況を見ながら、今後の開催方法を検討する必要がある。 - 参加者数は650名と令和3年度と比べて同水準（令和3年度613名）であった。参加者がオンライン開催に慣れ、参加へのハードルは低くなったと思われるが、会場参加を望む人もいるためハイブリッド開催も検討しつつ、多くの人に興味をもってもらえる内容となるよう企画する必要がある。
委員会評価	評価 （1）企業関係者が人権への責任を自覚できるため、サブタイトルに「今、企業に求められること」と入れたのは良かった。 （2）内容が非常に充実しており、事例も参考になるもので大変よかった。

2 提言

- (1) 基調講演で中小企業の事例も触れてはいたが、パネリストにも入れた方がよいのではないか。
- (2) 会場開催、オンライン開催双方の良さを見極めながら、ハイブリッド開催も検討してはどうか。

事業名	3 人権啓発動画「インターネット上における誹謗中傷映像」制作及び広報									
事業目的	SNS、ネット掲示板、学校裏サイト等、インターネット上における誹謗中傷を防止するために、人権的観点から啓発するための映像コンテンツを制作し、ウェブ広報での展開や啓発現場等での活用を図る。									
実施の基本方針	1 動画制作 インターネット上における誹謗中傷防止映像について、4種のシチュエーションに応じた映像コンテンツを制作する。 (1) 対 象： 国民全般 (2) 内 容： 「15 秒」及び「30 秒」バージョンの2 種 2 広報（時期） (1) テレビCM（1 2月） (2) SNS 広告（1 1月～1 2月） (3) トレインチャンネル（1 2月） (4) 屋外ビジョン（1 2月） (5) コンビニ店内広告（1 2月）									
実施結果	1 動画制作 (1) 完成日： 令和4年11月2日（水） (2) 公 開： 令和4年11月28日（月）～12月10日（土） YouTube法務省チャンネルに掲載 ア SNS上における誹謗中傷 https://youtu.be/onA58-GRKQQ イ ネット掲示板における誹謗中傷 https://youtu.be/zldOI8SiML8 ウ 学校裏サイトにおける誹謗中傷 https://youtu.be/avKk3shDZS4 エ 著名人に対する誹謗中傷 https://youtu.be/C9NMWkvmqKs 2 再生回数等 <table><thead><tr><th></th><th>内容</th><th>詳細</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>訴求対象</td><td>全国民</td></tr><tr><td>2</td><td>テレビCM</td><td>獲得GRP:637.6 総本数：1,163本 配信期間 令和4年12月4日～12月10日</td></tr></tbody></table>		内容	詳細	1	訴求対象	全国民	2	テレビCM	獲得GRP:637.6 総本数：1,163本 配信期間 令和4年12月4日～12月10日
	内容	詳細								
1	訴求対象	全国民								
2	テレビCM	獲得GRP:637.6 総本数：1,163本 配信期間 令和4年12月4日～12月10日								

	内容	詳細
	3 SNS広告	Youtube : 3,161,939回 Facebook:166,135回 Instagram : 838,024回 Twitter : 1,597,100回 配信期間 令和4年11月28日～12月11日 Tver : 1,333,894回 配信期間 令和4年12月4日～12月10日
	4 トレインチャンネル	放映回数 : 11,679,129回 配信期間 令和4年12月5日～12月11日
	5 屋外ビジョン／LIVE BOARD	総imp数 : 1,464,223imp 配信期間 令和4年12月4日～12月10日
	6 屋外ビジョン／DHC Chanel	放送回数 : 420回 配信期間 令和4年12月6日～12月10日
	7 コンビニ店内広告	コンビニ広告媒体 : ローソンPOSレジ広告 店舗数 : 全国のローソン14,628店舗 放送回数 : 約51,072,000回 配信期間 令和4年12月6日～12月12日
自己評価	【数値的指標について】 1 TVの視聴者数については、リアルタイムでの視聴者数が減少する中、GRP 637.6という高い視聴率を獲得した。 2 ウェブ広告（Facebook、Instagram、Twitter、YouTube、TVer）の各媒体については、合計視聴完了数 7,097,092 回（仕様書 4,060,000 回）を獲得し、特にTwitter（1,597,100 回）、YouTube（3,161,939 回）に関しては、想定 の 130% を超える視聴完了数となった。 【内容について】 1 広報実施後に行われた効果検証において、行動意向が最も高い 15～19 歳の約半数が、「自分の書き込みが誰かを傷つけていないか考えてみようと思った」という結果から、15 秒の動画広告でも、十分に行動意向の喚起につながる事が伺える。実際の事例に近い考えさせられる内容の動画を制作できたことが、効果的であったと考える。 【前（令和3）年度の提言を受けて】 なし	
課題	1 今回の広報による効果は、15～19 歳を中心に、若年層（39 歳以下）に効果があったと考えられる。一方、今後の幅広い層を考慮して広報を展開する場合、テレビの	

等	ゴールデンタイム等単に放映するだけでなく、裏番組なども考慮し放映できるよう工夫をしていく必要があると考えられる。
委員会評価	1 評価 (1) テレビ CM も SNS もよい数値が出ており、15 秒、30 秒といった短い動画にしたことで効果があった。 2 提言 (1) ターゲティング広告は対象をより絞り込むことで効果が上がることから、対象を国民全般から若い層に絞り込んで、屋外ビジョンなど若い層が接触しやすいところに広告を打つなどした方が、効果があるのではないか。 (2) 動画の内容が余り暗くなりすぎないように、なるべく明るい未来をイメージできるような内容にする方がいいのではないか。

事業名	4 ハンセン病に関する人権啓発動画広告配信							
事業目的	令和2年度に制作した人権啓発動画「ハンセン病問題を知る ～元患者と家族の思い～」を広く国民に普及させる。							
実施の基本方針	「ハンセン病問題を知る ～元患者と家族の思い～」の本編動画を掲載したYouTube URL をクリック先とした以下のインターネット上の広報メディア展開を行う。 1 広報（時期） （1）バナー広告（6月～7月・11月～12月） （2）SNS広告（6月～7月・11月～12月） （3）インストリーム広告（6月～7月・11月～12月）							
実施結果	1 内容等 （1）内容 「ハンセン病問題を知る ～元患者と家族の思い～」本編 https://youtu.be/gPH5b_CDwto （2）期間 〔第1期〕 令和4年6月17日～7月31日 〔第2期〕 令和4年11月17日～12月10日 2 再生回数等 静止画広告（バナー広告）250,213クリック 動画広告（SNS 広告、インストリーム広告）3,822,526 回 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th><th>内容</th><th>詳細</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>SNS、バナー、インストリーム広告</td><td> GDN : 70,635クリック YDA : 111,666クリック SmartNews : 67,912クリック Youtube : 1,596,732回 UltraInpression : 225,208回 Facebook:284,552回 Instagram : 809,918回 Twitter : 906,146回 配信期間 第1期/令和4年6月17日～7月31日、 第2期/令和4年11月17日～12月10日 </td></tr> </tbody> </table>			内容	詳細	1	SNS、バナー、インストリーム広告	GDN : 70,635クリック YDA : 111,666クリック SmartNews : 67,912クリック Youtube : 1,596,732回 UltraInpression : 225,208回 Facebook:284,552回 Instagram : 809,918回 Twitter : 906,146回 配信期間 第1期/令和4年6月17日～7月31日、 第2期/令和4年11月17日～12月10日
	内容	詳細						
1	SNS、バナー、インストリーム広告	GDN : 70,635クリック YDA : 111,666クリック SmartNews : 67,912クリック Youtube : 1,596,732回 UltraInpression : 225,208回 Facebook:284,552回 Instagram : 809,918回 Twitter : 906,146回 配信期間 第1期/令和4年6月17日～7月31日、 第2期/令和4年11月17日～12月10日						

自己評価	【数値的指標について】 1 静止画広告（バナー広告）については、昨年度実績 199,551 クリックに対し、本年度実績が 250,213 クリック。動画広告（SNS 広告、インストリーム広告）の視聴完了数については、昨年度実績 193,461 回に対し、今年度実績が 3,822,526 回と、大幅な増加数を獲得できた。これにより、多くの国民に本編動画を視聴する機会を提供でき、ハンセン病問題に対する人権教育の啓発効果が一定以上図られたと考えられる。 2 広報実施後に行われた効果検証において、広告動画（15 秒）を見た全体のうち「ハンセン病問題が気になる」を選んだ人が 46.9%という結果から、半数に近い人の興味を喚起したことが考えられる。 【内容について】 1 企画立案に先立ち、日本のハンセン病問題の認知と理解の実態把握のための独自調査を行い、認知度の低い若年層への配信に力を入れるための対策を図る等、実績に基づく分析配信量を調整するなどの工夫がなされた。それらの成果が、大幅な視聴完了数に繋がった一つの要因と考えられる。 【前（令和 3）年度の提言を受けて】 1 本編の再生回数は 15 秒 CM の再生回数に比較すると少ないことから、啓発映像については本編と短いものを作成する等の工夫が必要だろう。 → 今年度は既存の動画を使用した。
課題等	1 広報実施後の効果測定において、広告動画の印象として、「本編動画が気になる」を選んだ人が 12.2%に留まった。一方で、広告動画を見て、行動喚起につながっていることが示されていることから、15 秒の広告動画の内容自体が人権啓発として意味を成すものの、本編動画に繋がる広報の要素が少ないことが一因であると考えられる。今後も同様の広報展開を実施する場合、15 秒の広告動画内に本編動画に繋がるような要素を工夫することが必要であると思われる。
委員会評価	1 評価 （1）クリック数や視聴数が増加した点はよかった。 （2）本編の動画への誘導につながらなかったのは残念。 2 提言 （1）動画本編をコンパクトにしたものに誘導するか、あるいは誘導は諦めて、認知を高めることを目的とするかといったことも検討してはどうか。 （2）誘導先の動画のタッチが古いため、過去のことだと思われることのないように、次に作成する際には現代風な画風にして、今の問題でもあるということを強調してはどうか。

事業名	5 人権啓発動画『『誰か』のこと じゃない。』広報																																														
事業目的	令和３年度に制作した人権啓発動画『『誰か』のこと じゃない。』を広報することにより、啓発活動重点目標の趣旨につき具体例を用いて分かりやすく示し、認知度の向上を促し、啓発現場での活用を図る。																																														
実施の基本方針	法務省の啓発活動重点目標である『『誰か』のこと じゃない。』をメインコピーに、９種類の人権課題に関する映像コンテンツによる広報を実施する。 1 広報（時期） YouTube 広告（令和５年２月～３月）																																														
実施結果	1 内容等 （１）内 容：２分～３分程度の動画９種 （２）期 間：令和５年２月２３日～３月１日 2 再生回数等 <table> <tr> <th></th><th>内容</th><th>動画表示回数</th><th>完全動画視聴回数</th></tr> <tr> <td>1</td><td>いじめ編 https://youtu.be/OwCMbDzf5b8</td><td>3,094,485回</td><td>352,872回</td></tr> <tr> <td>2</td><td>児童虐待編 https://youtu.be/saDIFthydIE</td><td>2,529,253回</td><td>355,122回</td></tr> <tr> <td>3</td><td>インターネット編 https://youtu.be/WaBG41gvev4</td><td>1,679,966回</td><td>349,617回</td></tr> <tr> <td>4</td><td>セクシュアルハラスメント https://youtu.be/_QlsvImPy18</td><td>1,700,301回</td><td>358,173回</td></tr> <tr> <td>5</td><td>ドメスティックバイオレンス編 https://youtu.be/FMFeQzNPamM</td><td>1,596,148回</td><td>359,661回</td></tr> <tr> <td>6</td><td>部落差別（同和問題）編 https://youtu.be/FEi60hJei5U</td><td>1,647,601回</td><td>372,577回</td></tr> <tr> <td>7</td><td>感染症編 https://youtu.be/u4vKQ83ngfQ</td><td>2,504,733回</td><td>372,606回</td></tr> <tr> <td>8</td><td>障がいのある人編 https://youtu.be/q0pr0gGxVHg</td><td>1,648,840回</td><td>371,508回</td></tr> <tr> <td>9</td><td>外国人編 https://youtu.be/R6L5k4oTT_A</td><td>3,790,258回</td><td>383,550回</td></tr> <tr> <td colspan="2">計</td><td>20,191,585回</td><td>3,275,686回</td></tr> </table>				内容	動画表示回数	完全動画視聴回数	1	いじめ編 https://youtu.be/OwCMbDzf5b8	3,094,485回	352,872回	2	児童虐待編 https://youtu.be/saDIFthydIE	2,529,253回	355,122回	3	インターネット編 https://youtu.be/WaBG41gvev4	1,679,966回	349,617回	4	セクシュアルハラスメント https://youtu.be/_QlsvImPy18	1,700,301回	358,173回	5	ドメスティックバイオレンス編 https://youtu.be/FMFeQzNPamM	1,596,148回	359,661回	6	部落差別（同和問題）編 https://youtu.be/FEi60hJei5U	1,647,601回	372,577回	7	感染症編 https://youtu.be/u4vKQ83ngfQ	2,504,733回	372,606回	8	障がいのある人編 https://youtu.be/q0pr0gGxVHg	1,648,840回	371,508回	9	外国人編 https://youtu.be/R6L5k4oTT_A	3,790,258回	383,550回	計		20,191,585回	3,275,686回
	内容	動画表示回数	完全動画視聴回数																																												
1	いじめ編 https://youtu.be/OwCMbDzf5b8	3,094,485回	352,872回																																												
2	児童虐待編 https://youtu.be/saDIFthydIE	2,529,253回	355,122回																																												
3	インターネット編 https://youtu.be/WaBG41gvev4	1,679,966回	349,617回																																												
4	セクシュアルハラスメント https://youtu.be/_QlsvImPy18	1,700,301回	358,173回																																												
5	ドメスティックバイオレンス編 https://youtu.be/FMFeQzNPamM	1,596,148回	359,661回																																												
6	部落差別（同和問題）編 https://youtu.be/FEi60hJei5U	1,647,601回	372,577回																																												
7	感染症編 https://youtu.be/u4vKQ83ngfQ	2,504,733回	372,606回																																												
8	障がいのある人編 https://youtu.be/q0pr0gGxVHg	1,648,840回	371,508回																																												
9	外国人編 https://youtu.be/R6L5k4oTT_A	3,790,258回	383,550回																																												
計		20,191,585回	3,275,686回																																												

自己評価	【数値的指標について】 1 当初の目標視聴完了数603,086回に対して、視聴完了数の実績が3,275,687回と目標比543.15%という視聴完了数を達成できたことにより、本件訴求の認知向上に大きく貢献できたと考えられる。結果として、動画が多く見られただけでなく、法務省の啓発活動重点目標「『誰か』のこと じゃない。」を多くの人に周知することができ、人権について改めて考えてもらうきっかけを提供できたと思われる。 2 国民全般へのアプローチを意識し、人権啓発動画を効果的に配信していくために、広告接触回数の上限設定によって無駄な配信を抑制し、効率的に幅広いターゲットに対して各課題についての動画への積極機会を増加させることができた。 3 上映画面にクリックを促すコンパニオンバナーやアセットを設定しなかったことで、動画に集中できた。その結果、視聴者が視聴完了しやすい環境を設定したことに繋がったと考えられる。 【前（令和3）年度の提言を受けて】 （1）視聴数が多いことは分かるが、目標値が設定されていないので今後は何らかの形で設定すべき。 →本年度については目標値を設定し、各動画の視聴完了数について大きな差が出ないように運用することができた。 （2）30秒程度のメッセージだけ訴えるようなものもあってよい。 →視聴完了率については、一般的に動画の尺が長くなるほど低くなる傾向があるものの、今回の配信では、3分以上のものでも、視聴完了率20%以上、視聴率に至っては、40%以上を確保することができたことで、人権教育啓発の意識向上に大きな成果をもたらすことができたと考えられる。
課題等	1 今回は結果的に、高い視聴完了数を達成できたが、当該媒体の放映時間が2分～3分という長さの為、掲出できる媒体が限定される結果となっている。より多くの啓発効果を促すため、動画の全体の尺をSNSの広告等で一般的な15秒から20秒に短縮し、掲出できる媒体を広げるなど、より多くの国民への周知が達成できるよう工夫したい。
委員会評価	1 評価 （1）過去に制作した動画を活用することは非常によい。 （2）視聴完了数もよい数値が出ており、効果があったと評価できる。 2 提言 （1）さらに視聴完了数を上げるためには、短い尺の動画を作成してはどうか。 （2）啓発動画の登場人物はステレオタイプになりがちのため、工夫が必要。

事業名	6 「My じんけん宣言」キャンペーン													
事業目的	企業等の人権への取組を一層促進するための投稿参加型サイトを作成し、様々な媒体を組み合わせた周知広報活動を実施する。													
実施の基本方針	1 コンテンツ運用 人権ライブラリー・ウェブサイト内投稿型コンテンツ「My じんけん宣言」を運用し、企業関係者等が投稿した宣言を公表する。 (1) 対象：企業、一般国民 (2) 業種別検索機能の追加 2 広報（時期） (1) メールマガジンの配信 (2) 人権ライブラリー・ウェブサイトへの広報記事掲載 (3) 人権教育啓発推進誌『アイユ』への広報記事掲載 (4) 広報用チラシの配布（1月） (5) バナー広告（8月～） (6) SNS 広告（8月～） (7) YouTube 広告（8月～） (8) 新聞広告（7月）													
実施結果	1 コンテンツ運用 https://www.jinken-library.jp/my-jinken/ (1) 現在の投稿数：332 社（令和5年3月17日（金）時点） (2) 閲覧回数：103,508 回（令和5年3月17日（金）時点） (3) 業種別検索機能運用開始日：令和5年3月31日（金） 2 広報 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th><th>内容</th><th>詳細</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>メールマガジン ※4月～3月</td><td>配信数：6,959件（令和5年3月時点）</td></tr> <tr> <td>2</td><td>人権教育啓発推進誌『アイユ』への広報記事掲載</td><td>掲載号：令和4年4月～令和5年3月号 発行部数：15,000部</td></tr> <tr> <td>3</td><td>広報用チラシの配布 ※1月</td><td>5,237件</td></tr> </tbody> </table>			内容	詳細	1	メールマガジン ※4月～3月	配信数：6,959件（令和5年3月時点）	2	人権教育啓発推進誌『アイユ』への広報記事掲載	掲載号：令和4年4月～令和5年3月号 発行部数：15,000部	3	広報用チラシの配布 ※1月	5,237件
	内容	詳細												
1	メールマガジン ※4月～3月	配信数：6,959件（令和5年3月時点）												
2	人権教育啓発推進誌『アイユ』への広報記事掲載	掲載号：令和4年4月～令和5年3月号 発行部数：15,000部												
3	広報用チラシの配布 ※1月	5,237件												

	内容	詳細
	4 バナー広告	GDN : 17,948クリック YDA : 16,352クリック 配信期間 令和4年8月1日～8月21日、10月1日～10月31日、12月4日～12月10日 ADMATRIX : 1,485クリック 配信期間 令和4年8月4日～8月24日
	5 SNS広告	Twitter : 54,219回 配信期間 : 令和4年8月3日～8月23日 Facebook:50,019回 配信期間 : 令和4年10月13日～11月12日 Instagram : 29,112回 配信期間 : 令和4年12月4日～10日 Twitter : 1,597,100クリック 配信期間 令和4年11月28日～12月11日 Youtube : 160,874回 配信期間 : 令和4年8月1日～8月21日、10月1日～10月31日、12月4日～12月10日
	6 新聞広告	読売新聞全国版朝刊 掲載日 : 令和4年7月26日(火)、27日(水) 判型等 : モノクロ半2段広告 部数 : 7,380,396部
自己評価	【数値的指標について】 1 SNS 等での広報やライブラリーの事業としてチラシの制作及び配布を行ったことで、昨年よりも宣言者数の増加率が上がった。 【内容について】 1 チラシの配布先に企業・団体関連だけでなく、地方公共団体を含めこともあり、一部の地方公共団体主催のイベント等でチラシの配布を行うなど、地方公共団体への周知ができただけでなく、広報の範囲をより広げることができた。 【前（令和3）年度の提言を受けて】 1 参加企業のネットワークの活用も考えてもらいたい。 → 人権ライブラリー・メールマガジンの配信を活用している。 2 将来を考えると非常に重要な取組。中長期の展望ももってもらいたい。 → 次年度も引き続き取組を行う。中長期の展望についても検討を行いたい。 3 宣言を総合評価方式入札における加点項目としてはどうか。 → 項目にはしなかった。	
課題等	1 チラシの配布時期について、共生社会と人権に関するシンポジウムのチラシ広報と併せて行ったことで1月とかなり遅くなってしまった。来年度も同様にチラシ広報を行う場合、年度初め～半ばまでには行う必要があると考える。	

委員会評価	1 評価 (1) My じんけん宣言の宣言企業数は必ずしも多くはないが、地道な取組として重要。 2 提言 (1) My じんけん宣言には次のアクションも今後は考えていくべきではないか。 (2) 効果測定サンプルは人口構成比に合わせて回収する、年代ごとにサンプル数を設定するなど、調査の目的ややり方によって割り付けを考えるべき。
-------	--

事業名	7 人権ライブラリー事業														
事業目的	書籍を始め、パネル、映像資料など人権に関する資料を一元的に収集し、人権に関する総合的ライブラリーを運営することにより、広く国民に対し情報提供するとともに、各機関・団体等における啓発活動を支援する。														
実施の基本方針	1 ライブラリー通常運営の充実 (1) 資料の閲覧・貸出し等日常業務 (2) ウェブサイトの運営による国民への人権情報の提供 (3) 人権関連の催しを行う団体への多目的スペースの貸出し (4) 人権啓発のための映像資料紹介のための定期上映会の開催 (5) 来館者への情報提供のための企画展示（パネル展）の実施 (6) ライブラリー利用者への情報提供のためのメールマガジンの発行 2 人権啓発資料・人権啓発活動結果情報の収集・整理 中央府省及び全国の地方公共団体により、令和 3 年度に作成された人権啓発に関する様々なポスター、パンフレット、映像等の資料を収集し、優れた作品の法務大臣表彰を実施するとともに、全国各地における人権啓発活動の成果として紹介する。また、人権啓発事業等の情報を収集し、人権ライブラリー・ウェブサイトに掲載する。 (1) 人権啓発資料の収集（令和 4 年 7～8 月） (2) 人権啓発活動結果情報の収集（令和 4 年 7 月～10 月） (3) 人権啓発資料法務大臣表彰本審査会の実施（令和 4 年 11 月） (4) 受賞作品発表（令和 5 年 2 月） (5) 表彰状・トロフィー発送（令和 5 年 3 月） (6) データベース登録（令和 5 年 3 月） 3 「企業関係者向けセミナー」の開催（令和 4 年 9 月～12 月） 「ビジネスと人権」に関する行動計画（2020-2025）」に沿った内容の連続セミナーを開催する。														
実施結果	1 ライブラリー通常運営の充実 (1) 令和 4 年度実績（通常運営） ※【】内は昨年度 <table border="0"> <tr> <td>ア 人権ライブラリー来館者数</td> <td>5,677人【2,286人】</td> </tr> <tr> <td>イ 総貸出件数</td> <td>466件【473件】</td> </tr> <tr> <td>ウ 総貸出資料数</td> <td>937件【959件】</td> </tr> <tr> <td>エ 多目的スペースの利用</td> <td>38件【10件】</td> </tr> <tr> <td>オ 定期上映会</td> <td>12回（延べ参加人数91人） 【5回（延べ参加人数18人）】</td> </tr> <tr> <td>カ 企画展示（パネル等展示）</td> <td>10回【6回】</td> </tr> <tr> <td>キ 企業関係者向けセミナー</td> <td>3回（延べ参加人数584人） （内訳：オンライン参加559人） 【4回（延べ参加人数133人）】</td> </tr> </table>	ア 人権ライブラリー来館者数	5,677人【2,286人】	イ 総貸出件数	466件【473件】	ウ 総貸出資料数	937件【959件】	エ 多目的スペースの利用	38件【10件】	オ 定期上映会	12回（延べ参加人数91人） 【5回（延べ参加人数18人）】	カ 企画展示（パネル等展示）	10回【6回】	キ 企業関係者向けセミナー	3回（延べ参加人数584人） （内訳：オンライン参加559人） 【4回（延べ参加人数133人）】
ア 人権ライブラリー来館者数	5,677人【2,286人】														
イ 総貸出件数	466件【473件】														
ウ 総貸出資料数	937件【959件】														
エ 多目的スペースの利用	38件【10件】														
オ 定期上映会	12回（延べ参加人数91人） 【5回（延べ参加人数18人）】														
カ 企画展示（パネル等展示）	10回【6回】														
キ 企業関係者向けセミナー	3回（延べ参加人数584人） （内訳：オンライン参加559人） 【4回（延べ参加人数133人）】														

(工) 映像 33点
(オ) 啓発物品 175点

〔参考〕近年の推移

	令和3年度	令和2年度	令和元年度	平成30年度
A ポスター部門	151点	116点	119点	101点
B 出版物部門	948点	882点	1,009点	726点
C 新聞広告部門	10点	9点	10点	10点
D 映像部門	41点	17点	16点	11点
E その他の啓発物品	268点	274点	282点	227点

ウ 優秀作品の表彰

(ア) 最優秀賞

熊本県（ポスター）

(イ) 優秀賞

香川県（ポスター部門）、島根県（出版物部門）、愛媛県（映像部門）

エ 資料展示

令和5年3月より人権ライブラリー展示スペースで展示。

(2) 人権啓発活動結果情報の収集・整理

収集実績

ア 講演会 1,246件
イ テレビ・ラジオ放送 108件
ウ 意識・実態調査 64件
エ その他の啓発事業 1,164件

3 企業関係者向けセミナー

(1) テーマ・講師

テーマ：第1回「ビジネスと人権—いま、企業が目指すべき取組とは—」

講師：坂元茂樹（公益財団法人人権教育啓発推進センター理事長、世界人権問題研究センター理事長兼所長、神戸大学名誉教授）

テーマ：第2回「「ビジネスと人権」の視点における平等原則及び差別禁止を考える」

講師：菅原絵美（大阪経済法科大学 国際学部 教授、グローバル・コンパクト研究センター代表）

テーマ：第3回「いま、企業に求められるディーセント・ワークの促進と具体的な取組について」

講師：高崎真一（ILO 駐日代表）

(2) 日時：第1回 令和4年9月8日（木）午後3時～午後4時半

第2回 令和4年11月8日（火）午後3時～午後4時半

第3回 令和4年12月14日（水）午後3時～午後4時半

(3) 形式：集合・オンライン併用型

※ 人権ライブラリー・多目的スペースより配信

※ 公開から1年間のアーカイブ配信を行う。

(4) 対象者：一般市民（主に企業関係者）

(5) 受講者数：第1回 180人（YouTube「ユニーク視聴者数」173人＋会場参加者7人）

※ 参考：同「視聴回数」252回

同「最大同時視聴者数」136人

※ アーカイブ配信再生回数：798回／令和5年3月14日時点）

第2回 232人（YouTube「ユニーク視聴者数」228人＋会場参加者4人）

※ 参考：同「視聴回数」252回

同「最大同時視聴者数」181人

※ アーカイブ配信再生回数：614回／令和5年3月14日時点）

第3回 172人（YouTube「ユニーク視聴者数」158人＋会場参加者14人）

※ 参考：同「視聴回数」258回

同「最大同時視聴者数」119人

※ アーカイブ配信再生回数：430回／令和5年3月14日時点）

(6) アンケート結果概要

ア 第1回 回答者数106名

(ア) 満足度

大変満足だった	まあ満足だった	やや不満足だった	大変不満足だった	無回答
38%	53%	8%	1%	0%

(イ) 理解度

大変深まった	まあ深まった	あまり深まらなかった	全く深まらなかった	無回答
39%	55%	6%	0%	0%

イ 第2回 回答者数107名

(ア) 満足度

大変満足だった	まあ満足だった	やや不満足だった	大変不満足だった	無回答
38%	49%	12%	0%	1%

(イ) 理解度

大変深まった	まあ深まった	あまり深まらなかった	全く深まらなかった	無回答
38%	51%	9%	0%	1%

ウ 第3回 回答者数81名

(ア) 満足度

	<table><tr><th>大変満足だった</th><th>まあ満足だった</th><th>やや不満足だった</th><th>大変不満足だった</th><th>無回答</th></tr><tr><td>68%</td><td>28%</td><td>3%</td><td>0%</td><td>1%</td></tr></table> (イ) 理解度 <table><tr><th>大変深まった</th><th>まあ深まった</th><th>あまり深まらなかった</th><th>全く深まらなかった</th><th>無回答</th></tr><tr><td>61%</td><td>35%</td><td>1%</td><td>0%</td><td>2%</td></tr></table>	大変満足だった	まあ満足だった	やや不満足だった	大変不満足だった	無回答	68%	28%	3%	0%	1%	大変深まった	まあ深まった	あまり深まらなかった	全く深まらなかった	無回答	61%	35%	1%	0%	2%
大変満足だった	まあ満足だった	やや不満足だった	大変不満足だった	無回答																	
68%	28%	3%	0%	1%																	
大変深まった	まあ深まった	あまり深まらなかった	全く深まらなかった	無回答																	
61%	35%	1%	0%	2%																	
自己評価	【数値的指標について】 1 新型コロナウイルス感染対策を行いつつイベントを多く開催したことにより来館者数が5,508人と昨年度（2,286人）より大幅に増えた。 2 企業関係者向けセミナーは参加者数584人（開催回数3回）と昨年度（133人／4回開催）より大幅に参加者数が増えたが、昨年度は人権啓発担当者を対象としてファシリテーター養成講座としてワークショップを含む構成で開催しており、企業関係者を対象とした今年度のセミナーとは単純に比較はできない。 3 企業関係者向けセミナーのアンケート結果では、3回すべてにおいて回答者の約90%が満足（「大変満足だった」又は「まあ満足だった」を選択）しており、また、理解度に関する設問についても同様に回答者の約90%が理解（「よく理解できた」又は「理解できた」を選択）していたことから、満足度、理解度ともに高い内容であった。 【前（令和3）年度の提言を受けて】 1 アフターコロナの時代を見据えても、今後もウェブによる情報発信には力を入れていくべきと思われる。 → ウェブサイトに新しいコンテンツ作成は行わなかったが、より多くのセミナー情報を載せたため、昨年より情報の発信は充実できたと思われる。 2 ウェブサイトには、ライブラリー紹介動画の掲載や法務大臣表彰の受賞作品等、人権施策のポータルサイトとして様々な情報を掲載すべき。 → 動画はアクセシビリティの観点から掲載が難しいが、シンポジウムは手話通訳や要約筆記を行っていることから、掲載することが可能と判明したため、次年度検討したい。 法務大臣表彰の受賞作品の掲載は行っている。 3 連携する団体として国立女性教育会館などもよいと思われる → 女性会館との連動は今年度なかったが、イベントを行うことで専門図書館同士の連携を深めることができた。次年度は多目的スペースを会場にし、当センター主催で専門図書館のイベントを行う予定。																				
	課題	1 ウェブサイトに新しいコンテンツを作成することができなかったため、来年度はイベント終了後の開催議事録のようなものを発信できるようにしたい。																			

等	2 専門図書館同士のイベントを今後開催予定していることから、昨年度連携できなかった国立女性教育会館との連動企画を立てたい。
委員会評価	1 評価 (1) ウェブサイトのアクセス数が増えてよかった。 2 提言 (1) 企業関係者向けセミナーは同じようなテーマで繰り返し開催することは大事だが、その中に新たな内容も追加して企業の人々の関心を高めてもらいたい。

事業名	8 人権啓発教材の制作
事業目的	人権問題に関する教育及び啓発を積極的に推進していくため、法務局・地方法務局、人権擁護委員、地方公共団体等が実施する人権教室や企業等での人権研修等の教材として利用できる教材を作成する。
実施の基本方針	1 改訂 あなたは大丈夫？考えよう！インターネットと人権 障害のある人と人権～誰もが住みよい社会をつくるために～ 2 改訂・増刷 よく分かる！子どもの権利条約－児童の権利に関する条約－ 3 増刷 新型コロナウイルス感染症対策リーフレット 4 倉庫保管・発送 新型コロナウイルス感染症対策リーフレット 「ビジネスと人権に関する調査研究」報告書（概要版）
実施結果	1 改訂・増刷／実施概要 （１）あなたは大丈夫？考えよう！インターネットと人権 判 型 等： A5 判／24 ページ／4C 制作部数： 168,000 部 配 布 先： 法務局・地方法務局（令和5年度に発送を実施） （２）障害のある人と人権～誰もが住みよい社会をつくるために～ 判 型 等： A5 判／16 ページ／4C 制作部数： 54,000 部 配 布 先： 法務局・地方法務局（令和5年度に発送を実施） （３）よく分かる！子どもの権利条約－児童の権利に関する条約－ 判 型 等： A6 判／16 ページ／4C 制作部数： 103,000 部 配 布 先： 法務局・地方法務局 発送完了：令和5年3月31日（金） （４）新型コロナウイルス感染症対策リーフレット 判 型 等： A4 判／4 ページ（A3 判・二つ折り）／4C 制作部数： 1,100,000 部 配 布 先： 法務局・地方法務局（50 か所）、地方公共団体（1,788 か所）

	2 倉庫保管／在庫状況 (1)「ビジネスと人権に関する調査研究」報告書（概要版） 出 庫 数： 39, 236部 在 庫 数： 5, 494部 (2) 新型コロナウイルス感染症対策リーフレット 出 庫 数： 73, 651部 在 庫 数： 18, 449部 3 サンプル発送 「ビジネスと人権に関する調査研究」報告書（概要版） 配 布 先：従業員数300人以上の企業（13, 835か所） 発送完了：1月16日（月）
自己評価	1 「あなたは大丈夫？考えよう！インターネットと人権」は、平成25年度に中高生を対象として制作し、改訂増刷を行っている冊子であるが、本年度の改訂では「ネットいじめ」「著名人に対する誹謗中傷」「個人情報の拡散」「性犯罪、児童ポルノ、リベンジポルノ」「インターネット上での差別」を柱に、侮辱罪の厳罰化に関する解説も盛り込むなど、インターネットに関わる動向の変化など最新の情報を追加し、内容の充実を図ることができた。 2 「障害のある人と人権～誰もが住みよい社会をつくるために～」は、障害に関する社会モデルについての考え方をよりはっきりさせ、内容の明確化を行うことができた。 3 「よく分かる！子どもの権利条約－児童の権利に関する条約－」は、条文を最新の内容に改訂するとともに、翌年度の使用を難しくしていたカレンダー部分のページを削除。年度に関係なく長く使える冊子にすることができた。 4 「ビジネスと人権に関する調査研究」報告書（概要版）は、企業関係者向けセミナー及び共生社会と人権に関するシンポジウムの広報用チラシへの同封や中小企業庁委託事業のCSRと人権セミナーでも配布を行い、周知に貢献した。 5 「ビジネスと人権に関する調査研究」報告書（概要版）の申込発送部数は、1月が2, 592部、2月は2, 124部であった。サンプル発送前の4月から12月までの月ごとの平均発送部数は1, 496部であったことから、サンプル発送は効果があったといえる。 【前（令和3）年度の提言を受けて】 1 授業でPDFを配布できるので、そうした点も周知してほしい。 → ライブラリーウェブサイトにてPDFデータを掲載し、情報を発信する。

課題等	1 「あなたは大丈夫？考えよう！インターネットと人権」は、改訂前の内容より全体的に文字量が増えた。活字離れもあり、文字量は少なめでイラストの多い冊子が好まれる傾向があることから、今後の改訂ではその点を意識して工夫したい。 2 視覚に障害のある子どもたちにも教育、啓発ができるよう、「あなたは大丈夫？考えよう！インターネットと人権」及び「よく分かる！子どもの権利条約－児童の権利に関する条約－」についても、今後の改訂時にUn i－V o i c eの音声コードを印刷するかを検討する必要がある。 3 「ビジネスと人権に関する調査研究」報告書（概要版）の周知のために経済団体にチラシ配布を行ったが、あまり効果が出なかった。周知方法についてより一層検討する必要がある。
委員会評価	1 評価 （１）改訂した教材はいずれも内容が大変優れている。 （２）「障害のある人と人権～誰もが住みよい社会をつくるために～」はUD フォントを使用しており、障害者への配慮が感じられる。 2 提言 （１）教材の文字量は、今後の改定時には減らしていく配慮が必要。 （２）教材をもとにした動画を制作してはどうか。

事業名	9 人権啓発動画の制作
事業目的	人権啓発活動に資するための映像資料を作成する。
実施の基本方針	1 新規 アイヌの人々の人権に関する映像 「災害と人権に関するシンポジウム」ダイジェスト版映像
実施結果	1 実施概要 (1) アイヌの人々の人権に関する啓発動画「アコロ青春 a=kor アコロ〔アイヌ語で「私たちの」〕(本編 28 分 31 秒／15 秒スポット映像) YouTube 法務省チャンネルに掲載 ・【字幕付き】 https://youtu.be/kCUkhDj4PTs ・【字幕なし】 https://youtu.be/V6DGN1ekTjQ (2) 「災害と人権に関するシンポジウム」ダイジェスト版映像 (72 分 21 秒) 判 型 等 : DVD-Video / 字幕 (日本語) 付 制作枚数 : 25 枚 配 布 先 : 人権ライブラリー YouTube 法務省チャンネルに掲載 https://youtu.be/Rv-qmntfgJ4
自己評価	1 「アイヌの人々の人権に関する啓発動画」については、現代に生きるアイヌの若者たちに焦点を当てることで、アイヌの人々が過去に受けた差別や偏見のみに偏ることなく、彼らが先人たちの文化や伝統、歴史を学びながら、大切に受け継ぎ、どのように未来に繋いでいこうとしているのか、若者たちの素直な言葉を交えた人権教育のための啓発映像を作成することができた。 2 「アイヌの人々の人権に関する啓発動画」では、幅広い年齢層の人が視聴できるよう、字幕ありバージョン (ボタンで選択) の全ての漢字にルビ (読み仮名) を入れた。 3 「災害と人権に関するシンポジウム」ダイジェスト版映像は、平成 23 年以降継続

	して開催してきた「災害（震災）と人権」をテーマとしたシンポジウムにおいて、特に好評だった有識者の解説等を一つの動画にまとめることで、災害への危機感や備えの必要性に目を向けることや、どのような状況下でも守られるべき基本的な権利について啓発する動画を作成することができた。 【前（令和3）年度の提言を受けて】 なし
課題等	1 「アイヌの人々の人権に関する啓発動画」では、監修者等との調整に時間を要し、完成予定時期が当初予定より遅れることとなった。今後は各所との調整期間も念頭に、遅滞なく制作を進めるべきであると思われる。 2 「災害（震災）と人権に関するシンポジウム」ダイジェスト版映像は、当初 40 分程度の映像制作を予定していたが、最終的に 1 時間を超える作品となった。長くなるにつれて途中で再生を止めてしまう人が増える傾向があるため、短い時間の作品づくりを意識する必要がある。
委員会評価	1 評価 （1）「アイヌの人々の人権に関する啓発動画」はサブタイトルがあるとはいえ事務的すぎる。見てもらいたいという姿勢や情熱が全く伝わってこないのはもったいない。 （2）「アイヌの人々の人権に関する啓発動画」の 28 分は少し長い。 （3）主人公が大学を辞めて故郷に帰った後の就職の苦労が描かれておらず、同じ大学生が視聴した際に感情移入しにくい設定となっている。また、もっと様々な職業の登場人物がいた方が幅が出たのではないかな。 2 提言 （1）動画のタイトルは、多くの人に見てもらうためにも分かりやすく、引きつけるタイトルを付ける工夫をするように強く要望する。 （2）「災害と人権に関するシンポジウム」ダイジェスト版映像は、今後の活用に役立ててもらいたい。

事業名	10 人権啓発動画「ビジネスと人権」に関する行動計画推進事業
事業目的	令和元年度～令和2年度に実施した「ビジネスと人権に関する調査研究」の成果物と内容的に連動したビデオ（DVD）を制作、啓発現場（法務局・地方法務局の職員や人権擁護委員等が、講師としての使用を前提）にて活用できる映像を制作する。
実施の基本方針	1 新規 企業向け研修動画
実施結果	1 今企業に求められる「ビジネスと人権」への対応（35分52秒／13分27秒） 判型等：DVD-Video／字幕（日本語）・副音声付／活用の手引き 制作枚数：4,360枚（令和5年度に発送を実施） 配布先：法務局・地方法務局、地方公共団体 YouTube法務省チャンネルに掲載 ・ショートバージョン https://youtu.be/SBBUXlexsrl https://youtu.be/Nm63SL9GcUQ https://youtu.be/BTi4jGG_hEs https://youtu.be/VTwEhHF5lco ・ロングバージョン https://youtu.be/ERbwVBTJU7k https://youtu.be/Ortal1n9erA https://youtu.be/K3wZeSJ3x7k https://youtu.be/oofVAKr97Kw https://youtu.be/SkQqwLNdiK8 https://youtu.be/C7DZt2N5HEY https://youtu.be/YhL_gptxYDo
自己評価	1 図やピクトグラム、ドラマを交えた分かりやすい内容にまとめることができ、時間においても、人権擁護委員等が講師として利用しやすい動画に作成できたと考えられる。 【前（令和3）年度の提言を受けて】 なし

課題等	1 監修者等の意向を内容に取り入れていった結果、制作途中の段階で、ロングバージョンの尺が 60 分以上になるなど、想定時間（40 分程度）より大幅に多くなってしまい、結果的に約半分の時間に短縮することを余儀なくされることとなった。
委員会評価	1 評価 （1）ショートバージョンを作成したことは研修に使用する際に便利であり、評価できる。 2 提言 （1）「人権啓発ビデオ」といった文言は啓発される側には違和感があるため、タイトルには使わないようにしてはどうか。

事業名	1 1 人権啓発指導者養成研修会
事業目的	都道府県及び市区町村の人権啓発行政に携わる職員等を対象に、地域における人権啓発の実施、研修を行う指導者として必要なスキルと知識を修得していただく。
実施の基本方針	1 開催 (1) 時期：令和4年 10 月～12 月 (2) 形 式：オンライン（オンデマンド）配信 (3) 対象者：都道府県、特別区及び市町村の人権啓発事務主管課（室）の職員及び教育委員会の人権教育担当職員又は広報課（室）において、人権教育・啓発を主に担当している職員（他の機関・団体へ出向し、人権教育啓発事務を担当する者を含む） (4) 内容：人権課題に関する複数の講義によりカリキュラムを構成 2 募集（期間） 全国の地方公共団体・教育委員会に受講者推薦を依頼
実施結果	1 開講期間： 令和4年 10 月 5 日（水）午前 10 時～12 月 28 日（火）午後 5 時 2 実施方法： オンライン（オンデマンド）配信 3 カリキュラム： 全 21 科目。受講者は必須科目 7 講義に加え、任意の選択科目 14 講義のうち任意の科目を受講することとした。 ※ 各講義の詳細については、「5 講義テーマ・受講者数・内容・講師・アンケート結果概要」参照 4 受講（アンケート回答）者数：732 人 ※ 事前申込者数：992 人 5 講義テーマ・受講者数・内容・講師・アンケート結果概要 (1) 必修科目（7 講義） ア 法務省行政説明 〔受講者数：772 人〕 篠原智仁（法務省人権擁護局人権啓発課補佐官） イ 部落差別（同和問題） 〔受講者数：765 人〕

- 「部落問題の現状と人権啓発の課題 一部落問題をどう語り、伝えるのか」
石元清英（関西大学名誉教授）
- ウ アイヌの人々 〔受講者数：722 人〕
「アイヌ文化の復興に向けてー民族・政策・ウポポイー」
常本照樹（公益財団法人アイヌ民族文化財団理事長）
- エ 感染症等 〔受講者数：710 人〕
「感染症と人権ー偏見・差別の克服へ向けて」
坂元茂樹（公益財団法人人権教育啓発推進センター理事長、神戸大学名誉教授）
- オ ハンセン病患者・元患者・その家族 〔受講者数：683 人〕
「ハンセン病問題を知っていますか」
金貴粉（国立ハンセン病資料館学芸員）
- カ インターネット上の人権侵害 〔受講者数：712 人〕
（ア）映像：『誰か』のこと じゃない。」インターネット編（4 分）
（イ）映像：『誰か』のこと じゃない。」インターネット編に関する解説（5 分）
（ウ）講義動画：「インターネットと人権」（78 分）
桑子博行（違法情報等対応連絡会主査、プロバイダ責任制限法ガイドライン等検討協議会顧問）
- キ 効果的な啓発手法 〔受講者数：703 人〕
「人が集まる企画とチラシの作り方」
坂田静香（特定非営利活動法人男女共同参画おおた理事長）
- （2）選択科目（14 講義）
- ア 女性 〔受講者数：397 人〕
「女性の人権をめぐる今日の課題」
林陽子（弁護士、公益財団法人人権教育啓発推進センター副理事長）
- イ 子ども 〔受講者数：397 人〕
「子どもが主人公 子どもの人権 子どもの相談・支援 子どもの成長・おとなの役割 ～子どもの視点で考える～」
多田元（弁護士）
- ウ 高齢者 〔受講者数：293 人〕
「高齢者虐待の現状と防止のために出来ること」
山口光治（淑徳大学学長、同総合福祉学部社会福祉学科教授）
- エ 障害のある人 〔受講者数：327 人〕
「障害のある人への差別の解消」
川島聡（岡山理科大学経営学部教授）
- オ 外国人 〔受講者数：293 人〕
「外国人と人権 ー共生社会の実現を目指して」
毛受敏浩（公益財団法人日本国際交流センター執行理事）
- カ 刑を終えて出所した人 〔受講者数：260 人〕
「罪を犯した人を排除しない社会を目指して ～反省は一人では出来るが 更生は一人では出来ない～」

	浜井浩一（龍谷大学法学部矯正・保護総合センター長） キ 犯罪被害者とその家族 〔受講者数：265 人〕 「犯罪被害者とその家族」 椎橋隆幸（公益社団法人全国被害者支援ネットワーク理事長、中央大学名誉教授） ク 北朝鮮当局による人権侵害問題 〔受講者数：231 人〕 「北朝鮮による拉致問題」 内場裕子（内閣官房拉致問題対策本部事務局政策企画室参事官補佐） ケ ホームレス 〔受講者数：205 人〕 「『ホームレス支援の課題』 伴走型支援とは何か」 奥田知志（特定非営利活動法人抱樸理事長） コ 性的マイノリティ 〔受講者数：403 人〕 「性的マイノリティの人権課題」 永田龍太郎（元渋谷区総務部男女平等・ダイバーシティ推進担当課長） サ 人身取引 〔受講者数：208 人〕 「人身取引対策と外国人 ―IOM の取組について―」 清谷典子（国際移住機関（IOM）駐日事務所プログラム・マネージャー） シ 震災等の災害に起因する人権問題 〔受講者数：237 人〕 「震災等の災害に起因する人権問題」 岡野谷純（特定非営利活動法人日本ファーストエイドソサエティ代表理事） ス ビジネスと人権 〔受講者数：261 人〕 「『ビジネスと人権』 ～身近な問題をグローバルの視点から～」 佐藤暁子（国連開発計画（UNDP）ビジネスと人権リエゾンオフィサー、弁護士） セ ワークショップによる人権教育（啓発）の実践 〔受講者数：269 人〕 「『人権問題』を考える方法 ワークショップ」 萩原なつ子（立教大学名誉教授、独立行政法人国立女性教育会館理事長）
--	---

科目名		大変参考になった	参考に なった	あまり参考 にならなかった	参考に ならなかった
必修科目	1 法務省行政説明〔772人〕	43.4%	54.9%	1.6%	0.1%
	2 部落差別（同和問題）〔765人〕	65.2%	33.2%	1.6%	0.0%
	3 アイヌの人々〔722人〕	48.5%	50.1%	1.4%	0.0%
	4 感染症等〔710人〕	45.1%	53.9%	1.0%	0.0%
	5 ハンセン病患者・元患者・その家族〔683人〕	65.7%	33.7%	0.6%	0.0%
	6 インターネット上の人権侵害〔712人〕	43.8%	53.4%	2.7%	0.1%
	7 効果的な啓発手法〔703人〕	70.4%	27.0%	2.6%	0.0%
選択科目	8 女性〔397人〕	42.6%	53.9%	3.3%	0.3%
	9 子ども〔397人〕	63.5%	35.3%	0.8%	0.5%
	10 高齢者〔293人〕	47.4%	49.8%	2.7%	0.0%
	11 障害のある人〔327人〕	64.2%	34.6%	1.2%	0.0%
	12 外国人〔293人〕	43.7%	54.9%	1.4%	0.0%
	13 刑を終えて出所した人〔260人〕	64.2%	35.0%	0.8%	0.0%
	14 犯罪被害者とその家族〔265人〕	24.5%	65.3%	9.1%	1.1%
	15 北朝鮮当局による人権侵害問題〔231人〕	58.0%	40.3%	1.7%	0.0%
	16 ホームレス〔205人〕	70.2%	29.8%	0.0%	0.0%
	17 性的マイノリティ〔403人〕	64.3%	35.2%	0.5%	0.0%
	18 人身取引〔208人〕	41.8%	53.8%	4.3%	0.0%
	19 震災等の災害に起因する人権問題〔237人〕	54.0%	44.3%	1.3%	0.4%
	20 ビジネスと人権〔261人〕	43.3%	52.9%	3.1%	0.8%
	21 ワークショップによる人権教育（啓発）の実践〔269人〕	58.4%	39.8%	1.9%	0.0%

	した。 3 オンラインでワークショップを開催できないか。 → ワークショップのみ所定の日時を設定する必要が出てくることから、参加者募集との関係もあり実施が難しいため、本（令和4）年度は従来通りオンラインで講義を視聴する形を取った。
課題等	1 本（令和4）年度は受講に関する操作等の問合せについて、研修システム運用業者がメールによるサポート窓口を設けていたが、受講者はそれぞれ受講環境やインターネットスキルが異なるため、メールで問合せができない受講者が人権センターへ電話で問い合わせを行なった。より丁寧に受講者の問合せに対応するため、研修システム運用業者による電話でのサポート窓口の設置も検討する必要がある 2 本（令和4）年度は、各地方公共団体等の受講取りまとめ担当者へ受講者のID及びパスワードをメールにて送り、各受講者へ通知してもらう形を取った。しかし、受講取りまとめ担当者のメールアドレスの入力相違などにより、メールが届かない等のケースが複数発生した。受講取りまとめ担当者から受講者への連絡が滞ると、参加者数に大きな影響が出るため、ID及びパスワード等の連絡は受講者個人に直接送信することを検討する必要がある。 3 開催方法や必修科目の科目数など、重要なポイントや注意事項が受講案内文書から読み取れていない取りまとめ担当者からの問合せが多数あった。例えば、案内文書を二色刷りにする、箇条書きを中心とした文書にするなど、視覚的に分かりやすい受講案内文書を作成する必要がある。 4 地方公共団体ごとに組織編成が異なるため、取りまとめを担当すると思われる部局に案内文書が的確に届いていないケースがあり、研修の実施が受講対象者に周知されていない地方公共団体もあった。文書を送付する形での案内に加え、会員など人権センターで交流があり、メールアドレスを把握している地方公共団体については、メールを活用した受講募集も検討する必要がある。
委員会評価	1 評価 （1）アンケート回答者数が増えたことは評価できる。 2 提言 （1）人権啓発資料法務大臣表彰で表彰された地方公共団体の担当者に作成の背景や活用方法などを報告してもらうなど、現場からの事例発表をカリキュラムに入れてはどうか。

事業名	12 人権に関する国家公務員等研修会
事業目的	平成14年に策定された「人権教育・啓発に関する基本計画」の趣旨に沿い、国家公務員等に、日常業務を適切に執行する上での人権尊重への理解、認識、造詣を深めていただく。
実施の基本方針	1 開催 (1) 時期：令和4年8月～10月 (2) 形式：オンライン（オンデマンド）配信 (3) 対象：各府省庁の本省職員（外局及び付属機関を含む）及び所管の特例民法法人、独立行政法人等の職員 (4) 内容：人権課題に関する講義及び啓発映像上映 2 募集（期間） (1) 法務省人権擁護局から各省に周知（5月～7月） (2) 法務省人権擁護局から人権擁護委員に周知（5月～7月）
実施結果	1 開講期間： 令和4年8月2日（火）午前10時～10月4日（火）午後5時 2 実施方法 オンライン（オンデマンド）配信 ※ オンラインでの受講が困難な法務省、法務局及び地方法務局については、DVDを提供した。 3 テーマ：インターネットによる人権侵害 (1) 映像：『『誰か』のこと じゃない。』インターネット編（4分） (2) 映像：『『誰か』のこと じゃない。』インターネット編に関する解説（5分） (3) 講義動画：「インターネットと人権」（78分） 講師：桑子博行（違法情報等対応連絡会主査、プロバイダ責任制限法ガイドライン等検討協議会顧問） 4 受講（アンケート回答）者数：2,864人 ※ 事前申込者数：3,195人（出席率89.6%） 参加省庁：法務省、国土交通省、厚生労働省 農林水産省、文部科学省、総務省、環境省、経済産業省、外務省、財務省、防衛省、内閣府、宮内庁、復興庁、金融庁、消費者庁、警察庁

5 アンケート結果概要

(1) 満足度：今回の研修は全体として満足のいくものでしたか？

大変満足	まあ満足	やや不満足	大変不満足
25.3%	68.4%	5.4%	0.8%

(2) 理解度：「『誰か』のこと じゃない。」インターネット編及びその解説映像

大変参考になった	参考になった	あまり参考にならなかった	参考に ならなかった
30.3%	63.6%	5.3%	0.8%

(3) 理解度：講義「インターネットと人権」（講師：桑子博行氏）

大変参考になった	参考になった	あまり参考にならなかった	参考に ならなかった
30.3%	65.4%	3.8%	0.5%

【数値的指標について】

- 1 オンライン配信の普及により、本（令和4）年度を受講者数は 2,864 人と大きく増加している（前（令和3）年度を受講者数 2,457 人）。全国各地の多くの国家公務員に参加してもらうことができ、より事業目的に沿った啓発を行うことができた。
- 2 本研修会の理解度（「大変参考になった」「参考になった」のいずれかを回答）においては、桑子博行講師の講義は 95.7%、「『誰か』のこと じゃない。」インターネット編及びその解説映像は 93.9%と、昨年度に続き数値の高い結果となった。自由記述では、「違法・有害情報対策について、最新の法改正で反映された内容など、時宜に即した内容が含まれており、勉強になった」等の意見が目立ち、国家公務員が認識しておくべきインターネットによる人権侵害に関する現状とその対策について、理解促進を図ることができたと考えられる。

【内容について】

- 1 近年のインターネット上における誹謗中傷問題に端を発し、関係省庁が普及啓発活動に取り組んでいることを踏まえ、桑子博行講師に「インターネットと人権」について講義していただいた。また、啓発映像に「『誰か』のこと じゃない。」インターネット編を使用することで、インターネットを正しく利用しなければ、個人情報の流出や思わぬ形で事件に巻き込まれてしまう具体的事例を示し、注意喚起を行なうことで、インターネットによる人権侵害について更なる啓発効果があったと思われる。

【前（令和3）年度の提言を受けて】

- 1 受講者管理の方法については要検討。
→ 前（令和3）年度は受講者の負担を軽減するため ID 管理は行わず、YouTube

自己評価

	による配信を行ったが、アンケート回答状況の管理や問合せに対する迅速な対応のため、本（令和４）年度は受講者に ID を付与し、受講状況を管理した。 2 国家公務員に向けた課題として、人権に関する国際的な問題を扱うべき。 → 本（令和４）年度は、日本のみならず世界的に問題となっている「インターネットによる人権侵害」をテーマに取り扱った。
課題等	【運営】 1 本（令和４）年度は受講に関する操作等の問合せについて、研修システム運用業者がメールによるサポート窓口を設けていたが、受講者はそれぞれ受講環境やインターネットスキルが異なるため、メールで問合せができない受講者が人権センターへ電話で問い合わせを行なった。より丁寧に受講者の問合せに対応するため、研修システム運用業者による電話でのサポート窓口の設置も検討する必要がある。 2 本（令和４）年度は、各府省庁等の受講取りまとめ担当者へ受講者の ID 及びパスワードをメールにて送り、各受講者へ通知してもらう形を取った。しかし、受講取りまとめ担当者のメールアドレスの入力相違などにより、メールが届かない等のケースが複数発生した。受講取りまとめ担当者から受講者への連絡が滞ると、参加者数に大きな影響が出るため、ID 及びパスワード等の連絡は受講者個人に直接送信することを検討する必要がある。
委員会評価	1 評価 （１）受講率がほぼ 9 割、そのうちの 3 割が 2 回目の参加となっており、関心の高いテーマであった。 （２）参加者の理解度・満足度が高く、充実した研修であった。 2 提言 （１）事前アンケートを行い、講義内容に反映させることで双方向的な講義となるのでは。 （２）アンコンシャス・バイアスを講義テーマに入れてはどうか。

事業名	13 人権啓発活動地方委託事業における効果検証の在り方について
事業目的	人権啓発活動地方委託事業における効果検証の在り方について検討・考察し、改善の方向性等について調査・研究を行う。
実施の基本方針	1 調査対象 令和3年度における調査対象自治体到人権啓発活動地方委託事業として実施された事業の実施報告書・添付資料を基本的な対象とする。 2 報告書 分析・考察及び提言の内容に基づき報告書を作成する。
実施結果	1 調査対象 令和3年度に、調査対象自治体到人権啓発活動地方委託事業として委託（再委託を含む）されて実施され、提出された実施報告書・別添資料を集計、分析を行った。調査対象事業は計578事業である。 2 調査方法 （1）調査方法 ア 実施報告書・別添資料の集計、分析 イ ヒアリング調査 （2）協力研究者 分析・提案の参考とするため、以下の専門家の協力を得た。 平田彩子 東京大学大学院法学政治学研究科准教授 宮川陽名 岡山大学グローバル人材育成院准教授 3 報告書 「人権啓発活動地方委託事業における効果検証の在り方」報告書 A4判185ページ
自己評価	1 現在実施している人権啓発活動地方委託事業の効果検証についてヒアリング調査等を行い、多くの問題点を洗い出すことができた。 2 当該分野に係る各分野の専門家の協力により客観的専門性を担保することができた。

課題等	1 問題点の指摘はできたものの、改善の具体的方向性はこれからの課題である。 2 当面は、提起された問題の中から、どこから着手し、少しでも現状の改善方向を見出せるかを考えていかなければならない。
委員会評価	1 評価 （１）ヒアリングは調査結果の集計・分析後に行った方がよかったと思われる。 2 提言 （１）抽出された様々な課題や問題点を解決すべく、今後の改善に活かせるよう引き続きこのような調査を行ってほしい。

事業名	14 人権啓発活動に関する効果検証等
事業目的	人権啓発活動等に関する効果の測定、調査結果の集計・分析及び効果の検証等を行うことによって、より一層の効果的な人権啓発活動等を実施するための情報を得る。
実施の基本方針	1 アンケート調査 インターネットを利用したアンケート調査を実施し、人権問題への関心等のほか法務省が実施する様々な人権啓発活動等に関する認知度や理解度等を測定し、そのデータに基づいて効果を測定する。 2 報告書 アンケートの結果得られたデータについて分析・考察を加え、報告書を作成する。
実施結果	1 アンケート調査 (1) 調査概要 ア 調査手法 インターネットによるモニター調査 イ 調査対象標本数 18,000人 ウ 主な設問構成 ・人権問題に対する認識、意向、行動 ・人権擁護体制についての認知度、認識 ・各種人権啓発活動についての認知度、認識 ・各種人権啓発広告、資料についての認知度、認識 エ 集計方法 回答についての単純集計に加え、以下の属性によるクロス集計を行った。 ・性別 ・年齢層 ・人権に対する意識度 ・情報リテラシー度 ・オピニオンリーダー度 (2) 主な調査結果 ア 人権問題への関心度 人権問題に『関心あり』は70.6%。前年度比で5.3P増加。平成27年度以降初めて7割を超えた。 イ 各活動への認知度 人権擁護機関の様々な相談方法について、「いずれかについて聞いたことがあ

	る」まで含めると52.8%。 直轄事業における各種取組（人権週間等）の平均は26.5%。 広告の認知度ではポスター広告（啓発、調査救済・委員制度周知）が6～25%（平均14.9%）と高い。 ウ 地方委託事業における各活動への理解・関心の深まり度 地方委託事業における講演会・研修会や啓発資料（冊子・リーフレット等）についての「理解・関心」が深まった割合は81.3%であった。 エ 主な分析結果 ・ 広告認知度ではポスター7種（調査救済・委員制度周知）の数値が全て昨年度と比べると減少している。また、新聞広告・ビジョン広告・SNS広告等では女性の人権ホットライン強化週間 SNS 広告が32.4ポイントと大幅に減少している。 ・ 広告の認知度は種別に関わらず男性が女性より高く、おおむね10・20歳代が30歳代以上に比べて高い。 ・ 効果的と考える啓発活動手段では昨年度と比べて、交通広告が12.3ポイント、SNS上の広告が10.8ポイント、ポスターが10.8ポイント、店舗内広告が9.3ポイントと10ポイント前後増加している。 2 報告書 令和4年度人権啓発活動等に関する効果検証等業務報告書（概要版） A4判86ページ 令和4年度人権啓発活動等に関する効果検証等業務報告書（詳細版） A4判250ページ 制作部数：85部 配布先：法務局・地方法務局 発送完了：令和5年2月1日（水）
自己評価	1 法務省の人権啓発事業の主要な部分をカバーする効果検証を網羅的に行えることができた。 2 各啓発活動の主体に対し、改善のための有意義な参考を提供することができた。 3 調査時期を早め、報告書の作成も早めることで、次年度事業の参考に資することができた。 【前（令和3）年度の提言も受けて】 1 印刷部数が少ないのではないかと。 → 昨年度の部数より5部増やし、85部とした。 2 報告書が500ページと大部なので概要版の概要も必要では。 → 今年度の概要版は86ページとし、昨年度よりコンパクトにまとめた。また概要版9章「集計結果の分析と考察」を見ることで網羅的に概要版の確認が可能となるようにした。

	3 調査研究で様々な問題点が指摘されているがひとまずアンケートは簡略化して進めるべき。 → 昨年度53問調査項目があったが、今年度は49問に減らし調査を行った。法務省で毎年度調査しなければいけない事項もあるため、大幅に減らすことは難しいが、回答者の負担を減らすためにも、少しずつ簡略化していきたい。
課題等	1 できるだけ早く報告書が完成できるよう調査時期を早めたが、当該年度の事業の評価を考えると、時期の設定には今後も検討が必要。 2 地方公共団体が参考にできるデータもあるため、閲覧可能な報告書作成も検討するべきだと考えられる。
委員会評価	1 評価 (1) こういう調査を定期的を実施することは大変意味がある。 2 提言 (1) 約50問の設問数は回答者にとってハードルが高いため、設問を2分割して年度を変えて調査してはどうか。 (2) 人権への関心などの設問は、他の事業のアンケートでも行っていることからそういった結果と比較してみることも重要ではないか。 (3) 概要版9章の集計結果の分析と考察は、第1章の最初に持ってきてはどうか。