

## 「第51回滋賀県政世論調査」の結果について

### 1. 調査の目的

県政全体に関する満足度と県政の当面する主要課題等をテーマに選び、県民の意識・意向を調査し、今後の県政を進めるうえでの基礎資料とする。

### 2. 調査の概要

- (1) 調査対象 県内在住の満18歳以上の個人
- (2) 標本数 3,000人
- (3) 調査方法 郵送法・オンライン調査法の併用
- (4) 調査期間 平成30年6月1日(金)～6月20日(水)
- (5) 有効回収率 50.9%(1,526人) (H29年度 50.7%(1,522人))

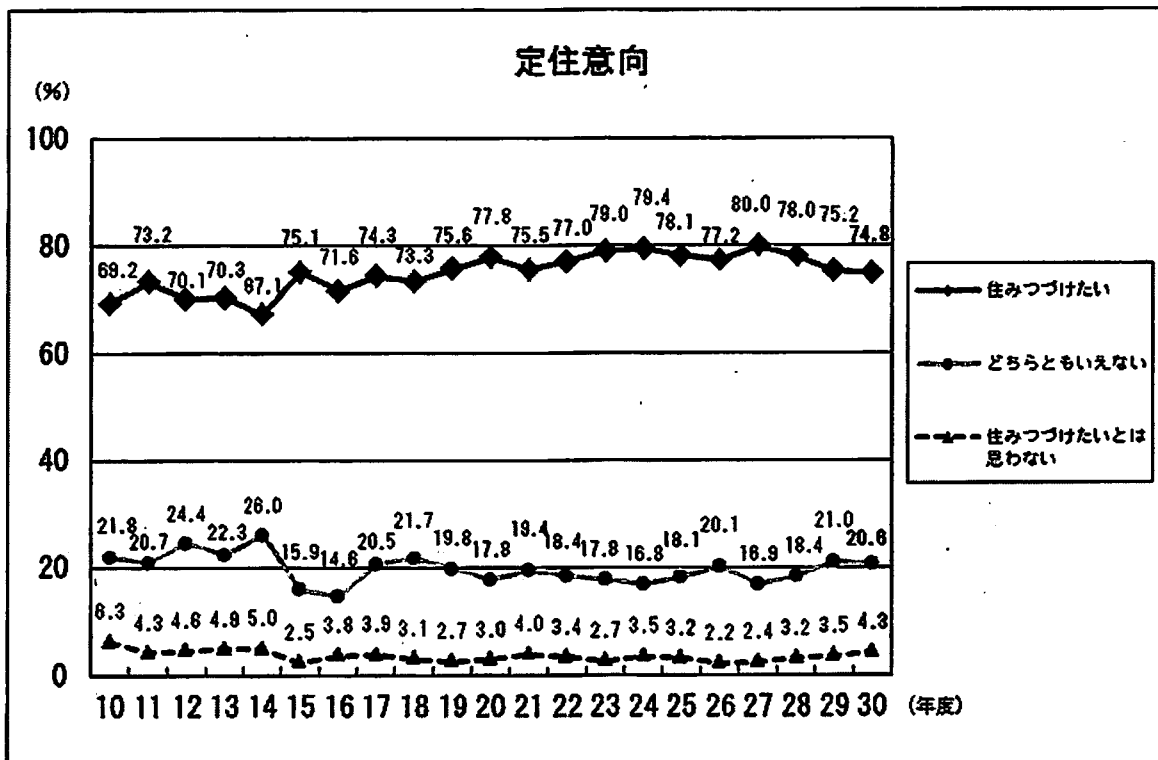
### 3. 調査項目

- (1) 県政全体に関する満足度(企画調整課)
- (2) 県の広報・広聴活動(広報課)
- (3) 「環境こだわり農産物」および「有機農産物」について(食のブランド推進課)
- (4) 琵琶湖周辺の保全と利活用について(都市計画課)

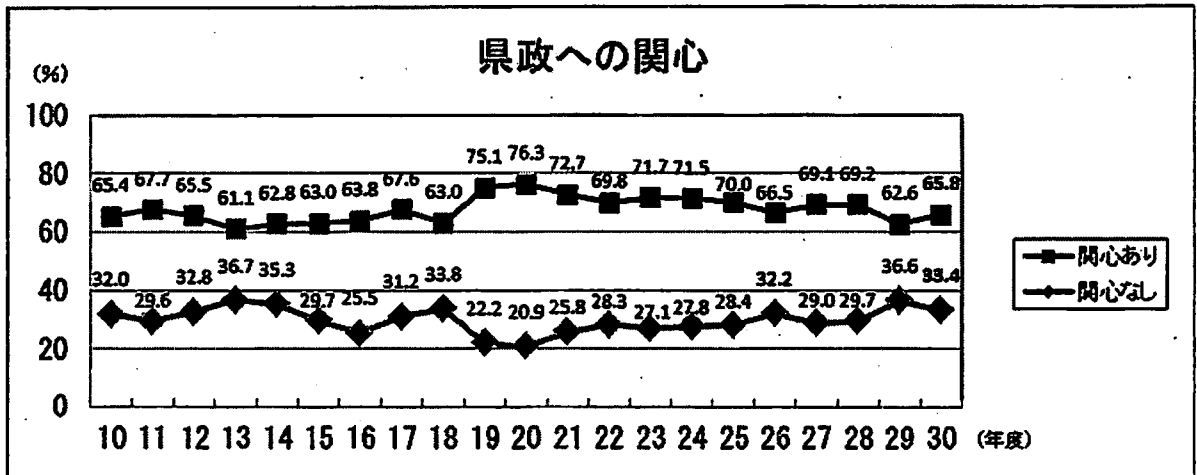
### 4. 主な調査結果

#### (1) 県政全体に関する満足度 報告書P9～

- ・定住意向では、これからも滋賀県に「住みつづけたい」が74.8%で、平成29年度の75.2%をやや下回り、3年連続の低下となった。【別表1】



- ・滋賀県に対する誇りの有無（今年度より新たに設問を追加）については、『誇りを持っている』と答えた人の割合が73.0%、『誇りなし』が26.3%で、全体の7割強の人が誇りを持っている。
- ・県政への関心度では、『関心あり』が65.8%、『関心なし』が33.4%で、『関心あり』の割合は平成29年度の62.6%を上回っている。性別では男性の方が関心が高く、年齢別では、年齢が高いほど高い傾向となっている。【別表2】



- ・県の施策に対する『満足度』では、「ピワイチをはじめとする観光施策や首都圏での情報発信など滋賀の魅力の向上のための施策」が33.8%で最も高く、次いで「文化やスポーツを楽しむまちづくり」が31.9%となった。一方、『不満度』では、「鉄道・バス等の利便性向上など公共交通を使いやすいまちづくり」が52.3%で最も高く、次いで「若者、女性、中高年齢者、障害者など誰もが適性と能力に応じて働き、活躍できる環境づくり」が29.9%となった。【別表3、4】
- ・力を入れてほしい県の施策では、「鉄道・バス等の利便性向上など公共交通を使いやすいまちづくり」が37.6%で最も高く、次いで「結婚・出産・子育てまでの切れ目のない支援や社会全体で子どもを安全・安心に生み育てることができる環境づくり」が28.6%、「若者、女性、中高年齢者、障害者など誰もが適性と能力に応じて働き、活躍できる環境づくり」が27.6%となった。【別表5】

(2) 県の広報・広聴活動 報告書 P51～

- ・県の広聴活動への要望では、「インターネット・手紙・FAXなどによる意見等の募集」が43.1%で最も高く、次いで「知事や県職員が県民の皆さんと直接対話を行う機会の提供」が37.9%となった。性・年代別でみると、若い世代は「インターネット・手紙・FAXなどによる意見等の募集」への要望が高く、高齢者層では「知事や県職員が県民の皆さんと直接対話を行う機会の提供」への要望が高くなっている。直近、4年間の調査結果でもこれらの要望は高く、様々な方法により、誰もが気軽に県へ御意見・御提案を伝えていただけるよう、引き続き取り組んでいく必要がある。
- ・県施策等の情報の入手方法では、「広報誌「滋賀プラスワン」」が56.6%で最も高く、次いで「テレビ」が56.1%、「新聞」が52.8%となっている。これらのことから、広報誌のさらなる内容の充実とプレスへの的確な対応、県民のニーズを反映した情報提供の必要性が高いといえる。
- ・県の広報の認知度では、「広報誌「滋賀プラスワン」」が『閲読率』59.6%、『認知率』83.3%で最も高く、次いで「県議会広報紙「滋賀県議会だより」」が『閲読率』35.6%、『認知率』75.8%となっている。一方、「テレビ番組「テレビ滋賀プラスワン」」と「滋賀県公式ホームページ」との『認知率』は、それぞれ64.3%、63.3%と高いが、『閲読率』

は18.4%、9.9%とその差が大きく、認知はされているものの視聴に結びつきにくい傾向がうかがえる。【別表6】

(3) 「環境こだわり農産物」および「有機農産物」 報告書 P89～

- ・「環境こだわり農産物」の認知度では、「知っている」が45.7%で、前回、同項目の調査を行った平成26年度調査の43.5%をやや上回っており、性別では、男性(41.1%)よりも女性(49.8%)の方が認知度が高くなっている。
- ・「環境こだわり農産物」を認知している人の購入状況では、『購入経験あり』が87.9%と高い割合となっているが、「知らない」と回答した人も含めた全回答者に占める割合では40.2%であった。
- ・「有機農産物」の認知度では、意味までの『認知率』は49.5%、名前だけを含むと73.1%が認知している。性別で見ると、「環境こだわり農産物」と同様、男性よりも女性の方が認知度が高くなっている。
- ・「有機農産物」を認知している人の購入状況では、『購入経験あり』が74.7%と高い割合となっているが、「名前も意味も知らない」と回答した人も含めた全回答者に占める割合では54.6%であった。
- ・「有機農産物」の購入意向では、そうでない農産物と比較して「同じ程度の価格なら購入したい」が40.3%で最も高く、次いで「1割高までなら購入したい」が37.7%となり、4割高以上での購入の意思は計2.8%となった。これらの消費者ニーズを踏まえつつ、有機農産物を流通・販売する手法を検討していくことが課題と考えられる。

(4) 琵琶湖周辺の保全と利活用について 報告書 P101～

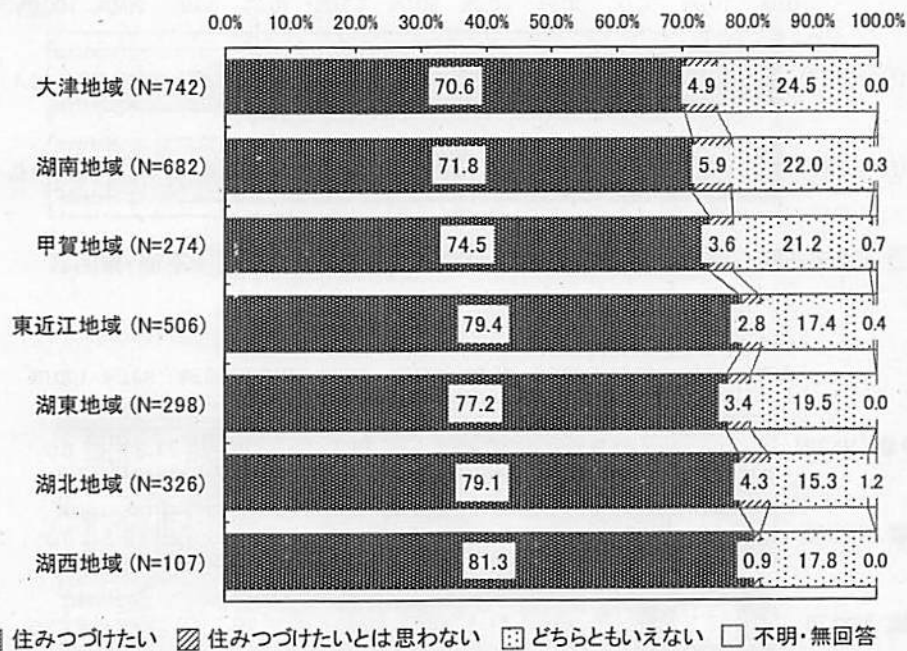
- ・琵琶湖周辺の利用頻度では、『利用あり』の割合は《大津》が45.5%で最も高く、次いで《草津》が40.5%となっている。一方、《長浜》(26.8%)と《高島》(21.6%)では2割台となっている。利用者中の頻度は、すべてのエリアで「年に数回」が最も多い。
- ・琵琶湖周辺の利用形態では、『利用あり』の割合は《休憩、トイレ、駐車場利用》が50.6%で最も高く、次いで《散歩、ジョギング》が41.1%となっている。一方、《サイクリング》(9.7%)、《マリンスポーツ》(3.8%)では1割未満となっている。利用している人の形態は、《休憩、トイレ、駐車場利用》では「家族」が最も多く、《散歩、ジョギング》では「個人」と「家族」が同程度で多くなっている。
- ・琵琶湖周辺において充実してほしいことでは、「風景などを楽しみながら飲食できる施設」が40.2%で最も高く、次いで「琵琶湖岸の自然環境の保全・再生」が35.7%、「ドライブの休憩拠点として使いやすい施設」が34.8%、「琵琶湖、川や森などの自然景観を眺めて憩える場所」が34.5%となった。
- ・また、そのような施設等を充実してほしい地域では、「大津市 浜大津・石山・瀬田地域」が21.5%で最も高く、次いで「近江八幡市 長命寺地域」が20.2%となっている。施設別で見ると、風景などを楽しみながら飲食ができる施設、琵琶湖岸の自然環境の保全・再生、自然景観を眺めて憩える場所などは「大津市 浜大津・石山・瀬田地域」、ドライブの休憩拠点として使いやすい施設、幼児や子どもが遊びやすい遊具などは「近江八幡市 長命寺地域」が最も高くなった。
- ・琵琶湖周辺の利用に対して協力・負担を行ってもよいと思うことでは、利用に伴い『協力・負担を行ってもよい』と回答した割合は《湖岸の緑地や公園内にあるレストランやカフェなどの飲食施設の利用》が60.5%で最も高く、次いで《散歩やジョギングでの利用》が56.5%となった。一方、《サイクリングでの利用》(39.5%)、《マリンスポーツでの利用》(37.5%)では3割台にとどまっている。

## 5. 調査の活用にあたって

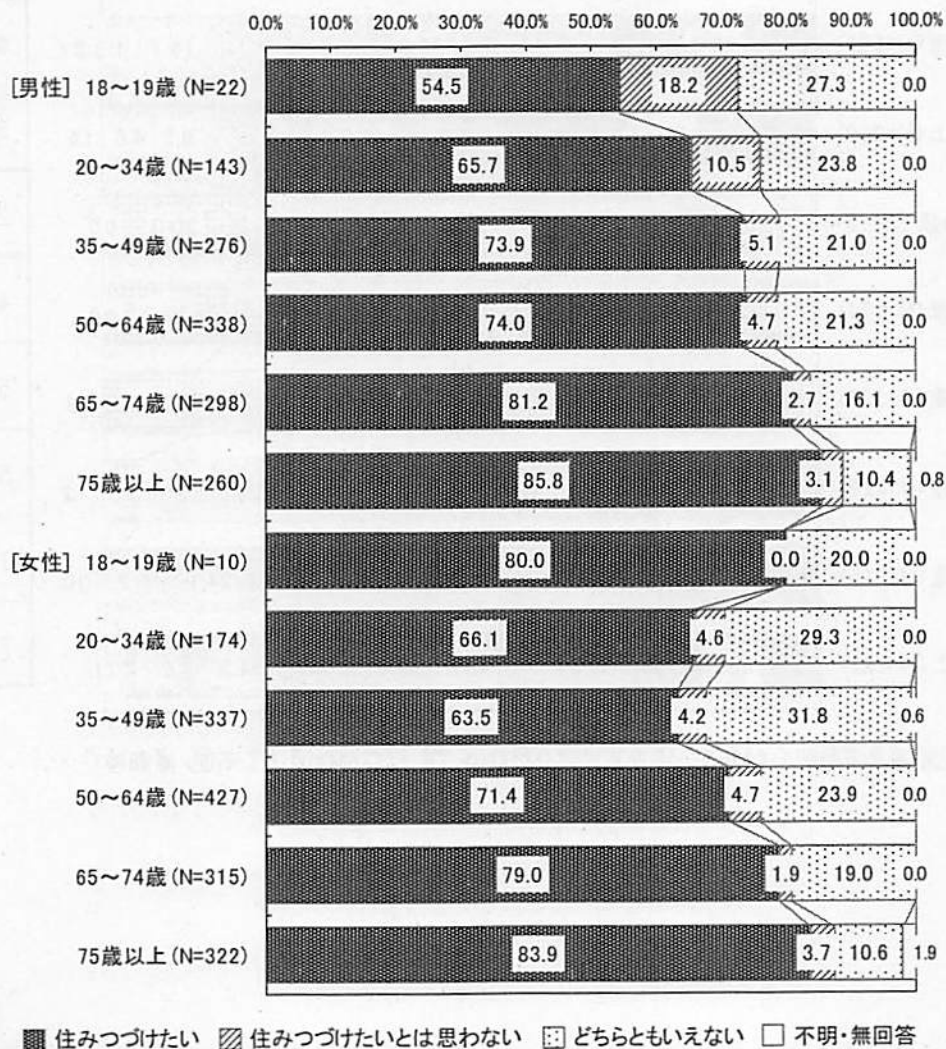
県政世論調査については、統計的な信頼度が確保できるよう、標本数を3,000人として調査票を送付し、有効回答を集計しており、社会調査として適正な手法をとっている。しかしながら、今回の調査では49.1% (1,474人) が未回答であり、「回答しない」ことも意思表示であるという面も認識している。多様な県民の皆さんの声を県政に反映させていくためには、調査結果に限らず、他のデータ等とも比較、分析をしていくことや、他の広聴活動も含めて、きめ細かく県民ニーズを捉えていくことが大切であると考えている。

滋賀県への定住意向  
(地域別)

【別表1】

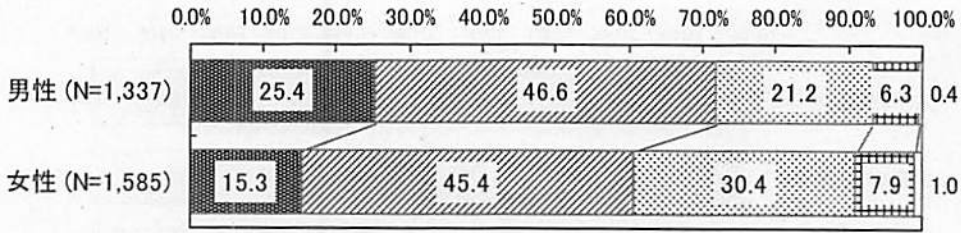


(性・年代別)



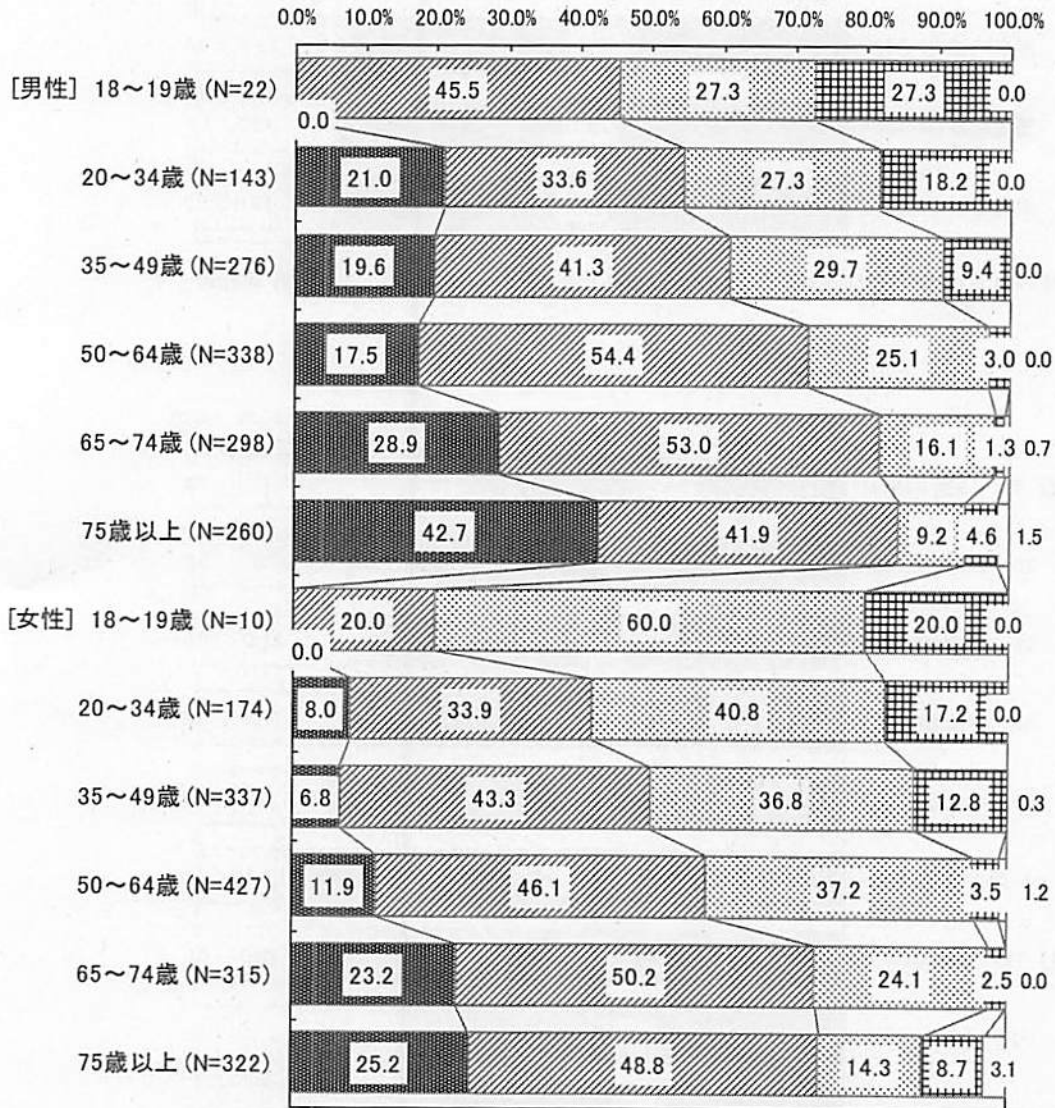
県政への関心（性・年代別）

【別表2】



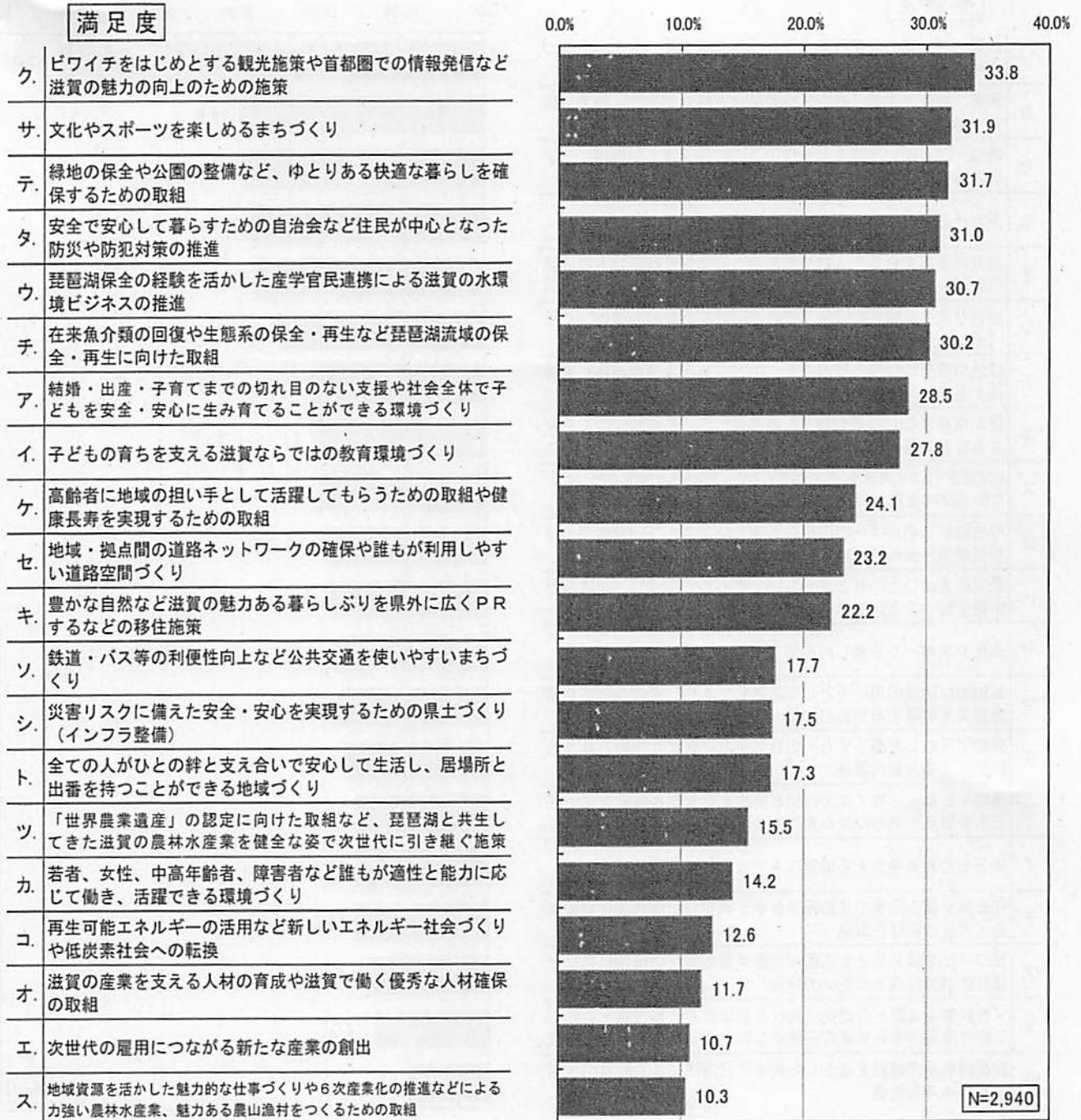
『関心あり』	『関心なし』
72.0%	27.5%
60.6%	38.4%

■ 関心がある    ▨ まあまあ関心がある    ▩ あまり関心がない    ▧ 関心がない    □ 不明・無回答



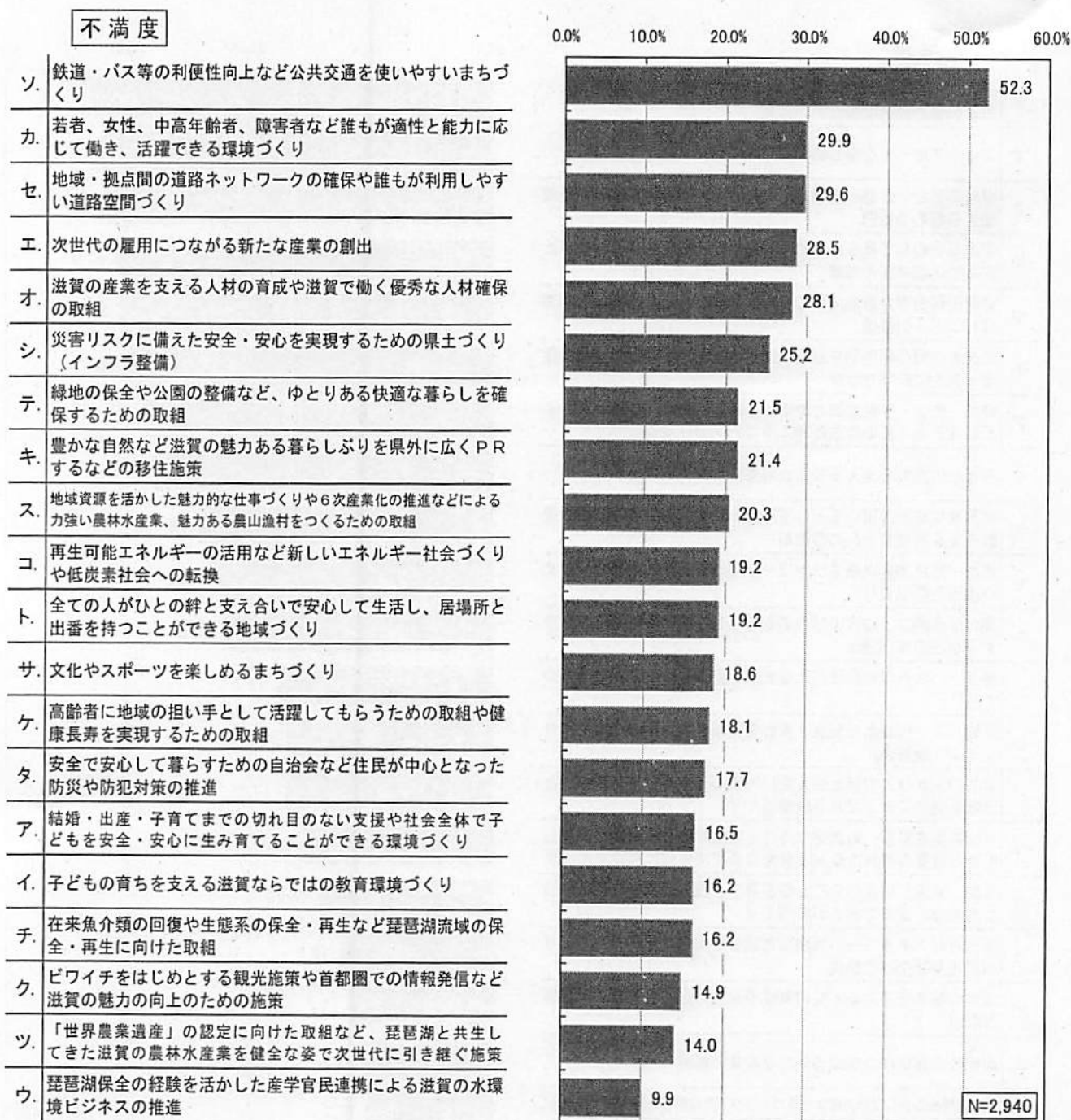
『関心あり』	『関心なし』
45.5%	54.5%
54.5%	45.5%
60.9%	39.1%
71.9%	28.1%
81.9%	17.4%
84.6%	13.8%
20.0%	80.0%
42.0%	58.0%
50.1%	49.6%
58.1%	40.7%
73.3%	26.7%
73.9%	23.0%

■ 関心がある    ▨ まあまあ関心がある    ▩ あまり関心がない    ▧ 関心がない    □ 不明・無回答



(参考) H29

① 滋賀の魅力の向上のための施策	30.1%
② 防災や防犯対策の推進	30.0%
③ 結婚・出産・子育て支援とその環境づくり	29.3%
④ 琵琶湖流域の保全・再生に向けた取組	28.9%
⑤ 滋賀の水環境ビジネスの推進	26.2%



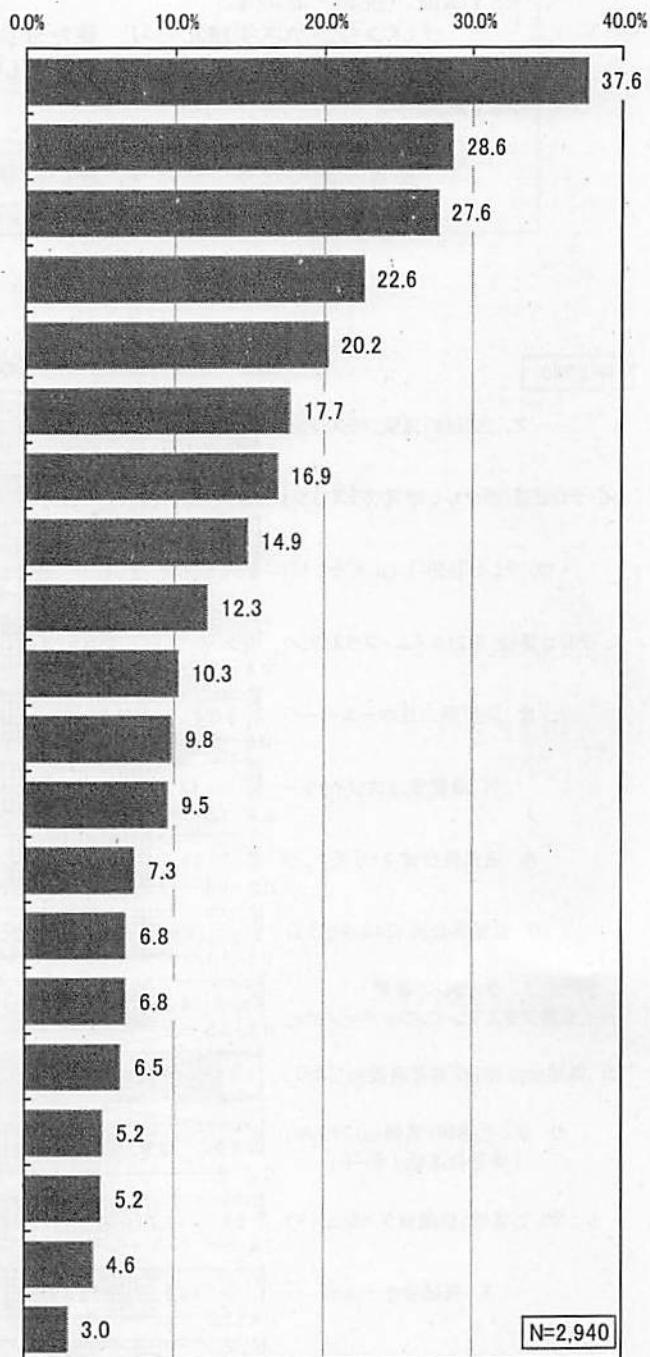
(参考) H29

① 公共交通を使いやすいまちづくり	53.9%
② 次世代の雇用につながる新たな産業の創出	33.1%
③ 若者、女性、中高年齢者、障害者が滋賀で働き、活躍できるための取組	32.6%
④ 誰もが利用しやすい道路空間づくり	31.3%
⑤ 滋賀の産業を支える人材の育成や滋賀で働く優秀な人材確保の取組	30.5%



[3つ以内で複数回答]

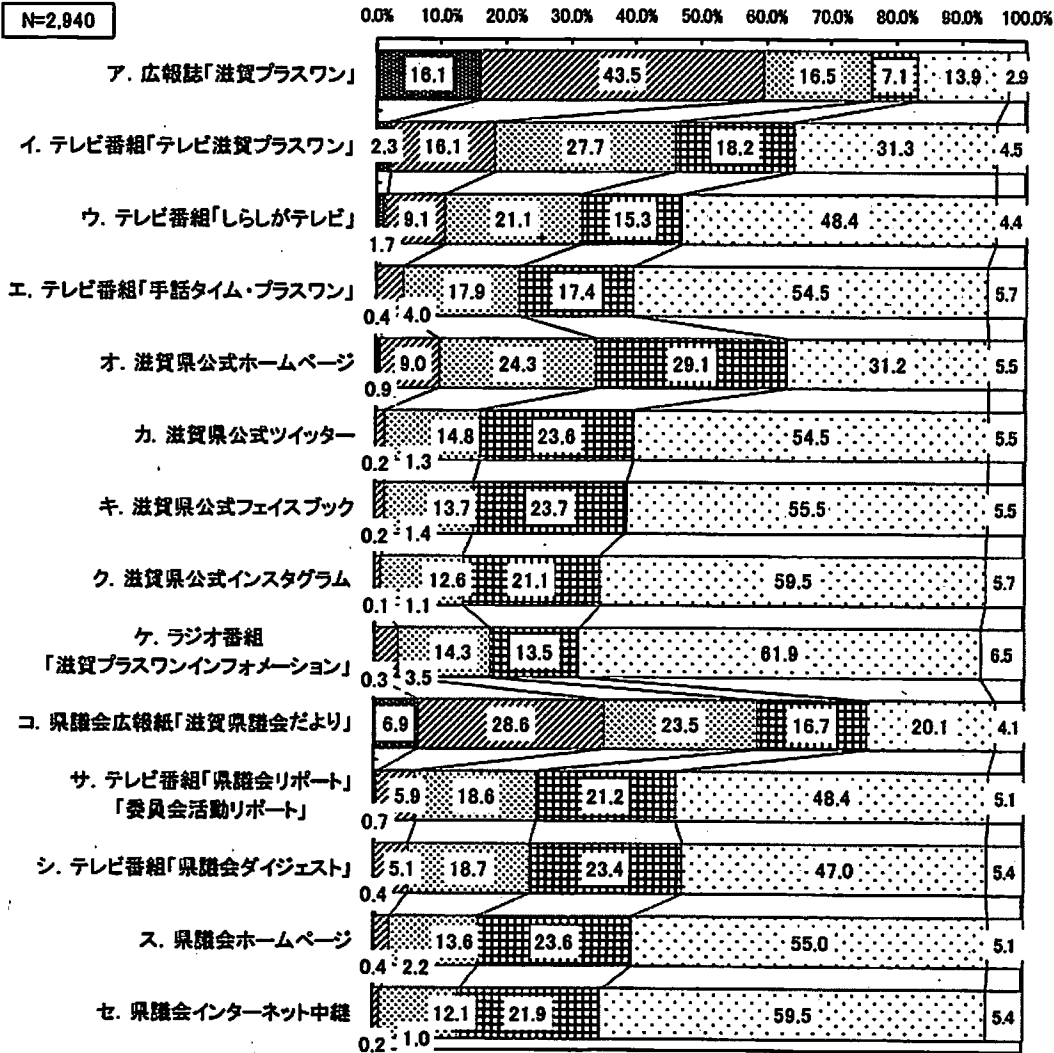
15	鉄道・バス等の利便性向上など公共交通を使いやすいまちづくり
1	結婚・出産・子育てまでの切れ目のない支援や社会全体で子どもを安全・安心に生み育てることができる環境づくり
6	若者、女性、中高年齢者、障害者など誰もが適性と能力に応じて働き、活躍できる環境づくり
2	子どもの育ちを支える滋賀ならではの教育環境づくり
4	次世代の雇用につながる新たな産業の創出
12	災害リスクに備えた安全・安心を実現するための県土づくり(インフラ整備)
9	高齢者に地域の担い手として活躍してもらうための取組や健康長寿を実現するための取組
20	全ての人々がひとの絆と支え合いで安心して生活し、居場所と出番を持つことができる地域づくり
14	地域・拠点間の道路ネットワークの確保や誰もが利用しやすい道路空間づくり
11	文化やスポーツを楽しめるまちづくり
5	滋賀の産業を支える人材の育成や滋賀で働く優秀な人材確保の取組
19	緑地の保全や公園の整備など、ゆとりある快適な暮らしを確保するための取組
16	安全で安心して暮らすための自治会など住民が中心となった防災や防犯対策の推進
8	ピワイチをはじめとする観光施策や首都圏での情報発信など滋賀の魅力の向上のための施策
13	地域資源を活かした魅力的な仕事づくりや6次産業化の推進などによる力強い農林水産業、魅力ある農山漁村をつくるための取組
17	在来魚介類の回復や生態系の保全・再生など琵琶湖流域の保全・再生に向けた取組
7	豊かな自然など滋賀の魅力ある暮らしぶりを県外に広くPRするなどの移住施策
10	再生可能エネルギーの活用など新しいエネルギー社会づくりや低炭素社会への転換
3	琵琶湖保全の経験を活かした産学官民連携による滋賀の水環境ビジネスの推進
18	「世界農業遺産」の認定に向けた取組など、琵琶湖と共生してきた滋賀の農林水産業を健全な姿で次世代に引き継ぐ施策



※『閲読・視聴・聴取率』：  
 「いつもかかさず読んだり、見たり、聴いたりしている」と  
 「読んだり、見たり、聴いたりしている」の合計

※『認知率』：  
 『閲読・視聴・聴取率』と  
 「あまり読んだり、見たり、聴いたりしない」と  
 「知っているが、読んだり、見たり、聴いたりしたことがない」の合計

N=2,940



媒体	『閲読・視聴・聴取率』	『認知率』
ア. 広報誌「滋賀プラスワン」	59.6%	83.3%
イ. テレビ番組「テレビ滋賀プラスワン」	18.4%	64.3%
ウ. テレビ番組「しらしがテレビ」	10.8%	47.2%
エ. テレビ番組「手話タイム・プラスワン」	4.4%	39.7%
オ. 滋賀県公式ホームページ	9.9%	63.3%
カ. 滋賀県公式ツイッター	1.5%	39.9%
キ. 滋賀県公式フェイスブック	1.6%	38.9%
ク. 滋賀県公式インスタグラム	1.2%	34.9%
ケ. ラジオ番組「滋賀プラスワンインフォメーション」	3.8%	31.6%
コ. 県議会広報紙「滋賀県議会だより」	35.6%	75.8%
サ. テレビ番組「県議会レポート」「委員会活動レポート」	6.6%	46.5%
シ. テレビ番組「県議会ダイジェスト」	5.5%	47.6%
ス. 県議会ホームページ	2.7%	39.9%
セ. 県議会インターネット中継	1.2%	35.1%

- いつもかかさず読んだり、見たり、聴いたりしている
- ▨ 読んだり、見たり、聴いたりしている
- ▤ あまり読んだり、見たり、聴いたりしない
- ▧ 知っているが、読んだり、見たり、聴いたりしたことがない
- 知らない
- 不明・無回答