

## 「第 4 7 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) 調査地域 県内全域（全市町から対象者抽出）
- (2) 調査対象 県内在住の 20 歳以上の男女 3, 000 人（県内在住外国人を含む）
- (3) 抽出方法 層化二段無作為抽出法
- (4) 調査方法 郵送式・無記名方式
- (5) 調査期間 平成 26 年 6 月 5 日～6 月 25 日
- (6) 有効回収率 53.7%（1,612 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「おいしがうれしが」キャンペーンについて（食のブランド推進課）
- (4) 認知症の医療と介護について（医療福祉推進課）
- (5) 消費者教育について（県民活動生活課）
- (6) 環境学習について（環境政策課）
- (7) 低炭素社会づくり・地球温暖化対策について（温暖化対策課）

### 4. 主な調査結果の分析・考察

#### (1) 県政全体に関する満足度 報告書 P9～

- ①定住意向では、これからも滋賀県に「住みつづきたい」が 77.2%で、平成 25 年度の 78.1%をやや下回ったものの、引き続き高い値となった。「住みつづきたいとは思わない」人の県政への評価を見ると、広域交流ネットワーク、公共交通機関、災害対策などのインフラ整備や介護サービス、医療施設などへの不満が上位にきており、これらのニーズに対応していくことが、滋賀県に住み続けたいと思っていただくことにつながると考えられる。
- ②県政への関心度では、『関心あり』が 66.5%、『関心なし』が 32.2%で関心がない割合の増加傾向が続いている。引き続き県民のニーズを反映した施策の実施とこれらに関する的確な広報活動を進めていく必要がある。
- ③県の施策に対する『満足度』では、平成 25 年度調査と同じく「身近なところで自然と触れあえる環境の整備」が 51.5%で最も高く、次いで「食の安全確保」が 42.7%となった。一方、『不満足度』では、「自転車歩行者道や公共交通機関などの整備」が 47.1%で最も高く、次いで「地震

や風雪水害、土砂災害に備えた施設の整備・保全」が36.0%となった。これらのことから、自然と触れ合える環境も維持しつつ、利便性や安全・安心を確保するインフラの整備・保全が求められていることがうかがえる。

- ④力を入れてほしい県の施策では、「在宅医療の推進や介護サービス、医療施設の整備」が30.2%で最も高く、次いで「安心して暮らせる地域の防犯・防災体制づくり」が24.0%となった。これらのことから、安心して暮らせる地域づくりが求められていることがうかがえる。
- ⑤滋賀県の『住み心地』では、『良い』が92.2%で、高い値が継続している。
- ⑥今年度から新たな調査項目として追加した暮らしの「豊かさ」では、71.6%が『豊か』であると感じている。暮らしの「豊かさ」のうち「物の豊かさ」と「心の豊かさ」については、それぞれ『豊か』と感じている割合が76.7%、72.9%となっており、「物の豊かさ」の方が豊かさを感じている人が多い。

## (2) 県の広報・広聴活動 報告書 P55～

- ①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43.6%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37.1%となった。これらのことから、様々な方法により、誰もが気軽に県へご意見・ご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。
- ②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61.2%で最も高く、次いで「新聞」が60.6%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。
- ③県の広報の認知度は、「広報誌「滋賀プラスワン」」が『閲読率』62.6%、『認知率』86.3%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』34.9%、『認知率』76.5%となっている。

## (3) 「環境こだわり農産物」および「おいしがうれしが」キャンペーン 報告書 P85～

- ①「環境こだわり農産物」の認知度では、では、「知らない」が54.2%、「知っている」が43.5%となっており、より認知度を高める取り組みが必要である。
- ②「環境こだわり農産物」の購入意向では、「普通の農産物に比べて価格が同程度なら購入したい」が42.7%で最も高く、次いで「普通の農産物に比べて価格が1割高程度なら購入したい」が30.2%となった。これらのことから、「環境こだわり農産物」に対する消費者ニーズは比較的高いと推測される。
- ③「おいしがうれしが」キャンペーンの認知度では、「知っている」が53.0%、「知らない」が44.7%となった。今後も県産農畜水産物の取組を推進する必要がある。

## (4) 認知症の医療と介護 報告書 P94～

- ①認知症の認知度では、『知っている』が84.3%、『知らない』が13.5%と認知度が高い。認知症の症状や治療に関する情報では、「テレビ、ラジオ」が69.7%で最も高く、次いで、「新聞、雑誌」が44.8%、「身近に認知症の人がいる」が39.3%、「友人、知人の話」が38.9%となっており、メディアや身近な人から情報を得ている人が多い。これらのことから、県民の認知症に対する認識は高まっており、今後もメディアの活用を図り、認知症に対する必要な情報が県民に届くようにすることが必要と考えられる。

②認知症対策について充実してほしいことでは、「認知症の人を初期から支援できる、医療や介護の専門職によるチーム体制の充実」が54.8%で最も高く、次いで、「認知症の相談窓口や診断ができる医療機関の周知」が45.0%となった。これらのことから、認知症の初期段階で相談できる機関や支援体制の充実が求められていることがうかがえる。

#### (5) 消費者教育 報告書 P106～

- ①消費者教育が行われる場として重要だと思うものでは、「幼・小・中・高等学校の授業等」が51.8%で最も高く、「家庭」が38.7%となった。「大学・専門学校での授業等」と答えた人は5.5%と少ないことから、成人まで教育の機会が重要と考えている人が多いことがうかがえる。その一方で、「地域での講座や研修会」が42.8%と2番目に高く、成人期の社会教育、生涯学習も必要と考えられていることがうかがえる。
- ②幼児期から高齢期の各時期で重要だと思う消費者教育について、幼児期では「環境に配慮した暮らし方に関すること」、小学校期、中学校期、高校生期、成人期(若者)では「インターネットやスマートフォン利用時の注意点に関すること」、成人期(一般)では「消費生活に関する法律や制度に関すること」、成人期(高齢者)では「悪質商法の手口と対策」が最も高くなった。各時期に応じた教育内容を工夫する必要がある。

#### (6) 環境学習 報告書 P139～

- ①環境学習の実施状況では、『行っている』が25.2%、『行っていない』が72.2%となっている。行っていない理由については、「どうしていいかわからない」「仕事や家事などで時間がない」「どこでどんな環境学習が実施されているか(活動の機会があるのか)などの情報がない(少ない)」が上位3つを占めており、環境学習の機会や方法の情報提供の充実を図ることが課題といえる。一方、環境保全行動の実施状況では、『行っている』が66.5%となっており、平成20年度の46.1%、平成24年度の56.7%と増加傾向が見られる。
- ②滋賀県立琵琶湖博物館に求めるリニューアル内容では、「行くたびに新しい発見があって楽しめる場所」が63.9%で最も高く、次いで、「子どもや年配者などを安心して連れていけるところ」が48.0%となった。これらのことから、来館の度に新たな発見がある、タイムリーな展示や、様々な利用者が安心して楽しめる施設になることが求められていることがうかがえる。

#### (7) 低炭素社会づくり・地球温暖化対策 報告書 P160～

- ①地球温暖化対策の行動の実践状況では、「不要な電灯を消したり、エアコンなどの温度設定は過度にならないように調節している」(89.7%)、「買い物袋を持参している」(89.6%)について『実施している』割合が高くなっている。これらのことから、ほとんどの人が日常生活での身近な温暖化対策の行動を実践していることがうかがえる。
- ②重点的に取り組むべき地球温暖化対策・低炭素社会づくりの分野では、「家庭や地域での省エネなど、「生活分野」」が48.8%で最も高く、次いで、「太陽光発電や風力発電、小水力発電の導入など、「再生可能エネルギー分野」」が40.5%となった。これらのことから、県民に身近な生活に関する対策や、再生可能エネルギーの推進・導入に重点を置いた取組が求められていることがうかがえる。