

第48回県政に関する世論調査の活用について

平成26年8月に実施した第48回県政に関する世論調査について、県の諸施策・事業等へ活用した例をご紹介します。

(1) 千葉県産農林水産物の購入意向

県民の県産農林水産物の購入意向は約7割と高い水準を示しているが、第48回調査について、前回調査と比較し、減少している。

知事によるトップセールス、テレビやラジオなどのメディアや量販店・ホテル・レストランにおける千葉県フェアの開催、その他他部局等と連携したイベントなどの展開による魅力発信、「野菜伝道師」の活動、ホームページのリニューアルやフェイスブックでの情報発信などを引き続き行った。

また、新たに県産食材の魅力を積極的にPRしている飲食店の登録制度を今年度から創設し、情報発信を強化していく。

なお、県産農林水産物の購入意向に関する設問において、「どちらともいえない」や「わからない」が増加する傾向にあったことから、第50回調査において見直しを行い、購入意向をより正確に把握できるようにした。

(2) 県内を観光するときの不満な点

県では「観光地魅力アップ整備事業」として、多くの観光客が利用する公衆トイレや駐車場、観光案内所等の設置・改修について、補助金による支援を実施している。

これにより、観光地の公衆トイレについては、平成26年度末までに122箇所が整備されているが、「観光公衆トイレの設備」は、依然として不満な点の上位となっていることなどから、さらなる整備の促進を図るため、民間観光公衆トイレの整備に対する助成について、補助率を引き上げ、「観光地トイレ整備スピードアップ事業」を実施している。

なお、観光トイレのどのような点に不満なのかを把握するため、第50回調査から選択肢の細分化を行っている。

(3) 市民活動団体の活動の認知度

市民活動団体の活動について、「知らない」とする回答が半数近くに上っている。

そこで、市民活動団体と地域の様々な主体との協働の取組を紹介するサイト「ちばコラボナビ」を公開し、県内で行われている協働の取組の紹介を通して、市民活動団体の活動についての普及啓発に努めている。