

課題調査における調査結果の分析及び施策への反映

(平成 24 年 3 月現在)

※ 課題調査とは、重点調査項目として実施した次の調査項目をいいます。

- ・ NPO 活動に関する意識 (Q24～Q26)
- ・ 臓器提供に関する意識 (Q27)
- ・ 農山漁村のブランド化に関する意識 (Q28～Q30)
- ・ 「森林 (もり) づくり県民税」に関する意識 (Q31)

■ NPO 活動に関する意識

調査目的	NPO 等の活動における県民の意識や、NPO 等の認知度について調査し今後の NPO 等の課題を探る。
調査結果の分析、意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ NPO 活動にどのような期待をしているかの設問に対し、「NPO を知らない」と答えた人の割合は 5.6%に過ぎないが、「NPO は知っているが、よくわからない」(36.4%)と「いろいろな団体があり、一概には判断できない」(37.7%)の合計は 7 割を超えている(74.1%)。また、「NPO を知らない」と答えた人を年代別に見ると 20代(11.5%)、70歳以上(13.2%)で特に高いため、効果的な広報手段が今後の課題といえる。 ・ NPO の団体情報を得た媒体としては「テレビ・ラジオ」が最も高く 3 割を超えている(34.7%)ことから、テレビ・ラジオの活用は効果的であり、NPO 活動を知る機会の拡大につながるものと分析する。また、20代への周知には、「Twitter」などの IT を活用した新しいメディアの活用も視野にいれるべきではないかと考える。 ・ NPO について「情報を得たことがない」人が 24.9%おり、また、NPO 活動への参加・寄附についての考え方を問う設問に対し、「わからない」との回答が最も多い(39.9%)ことから、県民に NPO の活動や実態・団体についての情報が不足していると思われる。 ・ どのような活動を行っているのか、どのような団体であるのか等、NPO 自身が有効な方法で情報を公開し、県民が NPO の活動等について知ることが可能となれば、団体や活動について適正に判断できるものと考ええる。
今後の施策への反映の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・ NPO 活動についての情報を得る機会の拡大と情報公開が重要であると明らかになったので、今後は NPO 自身が活動等を広報することの重要性や必要性を自覚し有効に情報公開が行えるよう、支援を行う。
現時点での活用、反映	<ul style="list-style-type: none"> ・ NPO 活動基金や県内で活動を実施する NPO の活動紹介を行うテレビ番組を制作・放送。NPO 活動の周知に努めている。
担当課	くらし・環境部 県民生活局 県民生活課

■ 臓器提供に関する意識

調査目的	平成 22 年 7 月の改正臓器移植法全面施行を受け、急速に運転免許証や健康保険証にも記入欄が普及している臓器提供意思表示カードの所持及び記入状況を調査することにより、臓器の提供に関する意識を把握し、今後の普及啓発等の施策の参考とする。
調査結果の分析、意見	<ul style="list-style-type: none"> 改正臓器移植法全面施行により、運転免許証や健康保険証にも記入欄が普及していることにより、臓器提供意思表示カード等の所持率（26.1%）は、平成 20 年度の調査時（8.1%）と比較して 18 ポイント上昇した。 所持率については、改正臓器移植法全面施行後の運転免許証の更新者の増加、健康保険証の記入欄の普及等により所有者は増加するものとする。しかしながら、当該カード所持者のうち自身の意思を記入している人の割合は 32.2%であり、全体から見れば、臓器提供についての意思表示をしている人の割合は 8.4%に過ぎなかった。 当該カードを所持しながら記入していない理由として、半数以上の人（54.7%）が「臓器提供するか、しないか決めてないから」を挙げている。
今後の施策への反映の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 運転免許や健康保険証等の更新により臓器提供の意思表示ができる媒体を所持する県民は今後も増加すると考える。しかしながら、意識せずに所持している県民が多いため、意思表示の普及啓発を今後も継続していく必要がある。 臓器提供の意思が決まるまで「臓器提供をしない」との意思表示をすることで、万一の時の家族の精神的負担を軽減することを含めた普及啓発を行うこととする。
現時点での活用、反映	<ul style="list-style-type: none"> 県が普及啓発を委託している公益財団法人腎臓バンクに対し、調査結果を資料提供し、今後の県民に対する普及啓発活動に活かしていくことを依頼した。 また、静岡県臓器移植コーディネーターにも情報提供をし、医療関係者への普及啓発活動に活かしていくことを依頼した。
担当課	健康福祉部 医療健康局 疾病対策課

■ 農山漁村のブランド化に関する意識

調査目的	農山漁村は美しい景観を持っているが、過疎化や高齢化等によりそれらの景観文化は各地で荒廃しつつある。また同時に農山漁村の景観を見直し、保全していくための住民活動が活発に行われている地域もある。そのような地域を「ふじのくに美しく品格のある邑（むら）」として顕彰し、地域活性化や住民活動の活性化を図る。その顕彰基準を制定する上での基準として、県民の意識を調査する。
調査結果の分析、意見	<ul style="list-style-type: none"> 『美しく品格のある邑（農山漁村地域）』のイメージとして最も割合が高かった「美しい景観がある地域」（43.6%）は、「支援したり、訪れたりしたい地域」としても最も割合が高かった（59.7%）。次に割合が高かった「地域の活性化に向けた活動を行っている地

	<p>域」(42.7%)は、「支援したり、訪れたりしたい地域」としては、僅差であるが4番目(34.8%)となっている。</p> <ul style="list-style-type: none"> しかしながら、農山漁村地域のブランド化を図るための活動を支援している企業や大学については、約6割(60.4%)の人が評価しており、今後の取組による評価の向上が期待される。
今後の施策への反映の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 「美しい邑づくり」を推進するため、活発に住民活動が行われている地域を顕彰する事業を計画している。その顕彰基準の策定の基準とするとともに、県民意識を考慮したPRを進めていく。
現時点での活用、反映	<ul style="list-style-type: none"> 市町担当者研修会において、美しく品格のある邑づくりに向けて、県民の意向状況を把握する資料として提示した。
担当課	交通基盤部 農地局 農地保全課

■ 森林（もり）づくり県民税に関する意識

調査目的	平成18年度から森の力再生事業の財源として導入した、県の独自課税である「森林（もり）づくり県民税」の周知度を継続把握するとともに、効果的な広報活動のための指標として活用する。
調査結果の分析、意見	<ul style="list-style-type: none"> 「森林（もり）づくり県民税」について「内容を知っている」と「名称を聞いたことがある」の合計は31.2%で、平成22年度の調査時(31.5%)と比較しほぼ変化がない。性別にみると「男性」(34.3%)の方が「女性」(28.1%)より税の周知度が高く、年代別にみると年代が上がるにつれ割合も高くなっている。(20代13.5%→70歳以上45.6%) 当該税を知った方法は、「県民だより」が最も高く(53.4%)、「テレビ・ラジオ」(24.6%)、「市町の広報誌」(22.6%)、「新聞」(20.7%)の順となっている。
今後の施策への反映の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 当該税及び事業の趣旨、目的及び効果について「県民だより」や「ポスター」、「リーフレット」など様々な手法により効果的な広報を実施する。 平成24年11月に開催される「第36回全国育樹祭」や「税を考える週間」と連携して都市部での効果的な広報を実施する。
現時点での活用、反映	<ul style="list-style-type: none"> 事業評価委員会に結果を報告し、「実施している事業の成果と波及効果、税の必要性について、県民への広報に引き続き努めてください。」との提言を受けた。 周知度の向上を図るため、市街地に店舗が多いコンビニエンスストア等において、ポスターやリーフレットの掲示を積極的に行った。
担当課	交通基盤部 森林局 森林計画課

(参考)「生活についての意識」(Q1～Q3)や「県の仕事に対する関心」(Q4～Q23)については、同一設問での調査を毎年実施し経年比較することにより、県民の生活感の変化や県総合計画の進捗状況の把握の基礎資料とします。