

令和4年度県民意識調査結果の概要と県の捉え方

秋田県企画振興部

調査結果を見ると、全体としては昨年度と大きな変化がなかったが、戦略別の満足度に着目すると、戦略2（産業振興）は昨年度より増加しているほか、戦略6（人づくり）と戦略3（農林水産）が昨年度と同様に高い結果となっている。

○戦略1（秋田の未来につながるふるさと定着回帰戦略） 平均満足度：2.38（±0.00）

- ・個別項目中3項目で満足度が減少したものの、高校生や大学生等の県内就職率の増加など、これまでの取組の成果が現れてきたことから、「高校生や大学生の県内就職が進んでいる」は2.41（昨年度比+0.11）と全項目中2番目に高い伸び率。
- ・重要度は、「若者に魅力的な働く場の確保」が全項目中で最も高く、回答者の53.1%が選択していることから、引き続き重要な課題と認識。

○戦略2（社会の変革へ果敢に挑む産業振興戦略） 平均満足度：2.31（+0.07）

- ・満足度は総じて低いものの、全体、個別項目とも、昨年度より増加しており、特に「企業誘致が進んでいる」は2.32で昨年度比+0.16と全項目中で最も増加。
- ・重要度は、「誰もが働きやすい職場環境の整備」を回答者の25.7%（全項目中で3番目に高い）が選択し、「多様な働き方」や「人材の確保・定着」への注目度の高さが影響したものと思慮。

○戦略3（新時代を勝ち抜く攻めの農林水産戦略） 平均満足度：2.97（-0.02）

- ・全体の満足度は昨年度より減少しているが高評価を維持。
- ・「えだまめ、ねぎ、しいたけ、キク、秋田牛などの生産が盛んに行われている」の満足度は3.33と全項目中で最も高くなっているほか、「あきたこまちをはじめ、全国の産地間競争に打ち勝つ米づくりが盛んに行われている」も3.25と全項目中で2番目に高くなっており、複合型生産構造への転換や「サキホコレ」のデビューに向けた取組等について一定の評価を得ているものと認識。

○戦略4（秋田の魅力が際立つ人・ものの交流拡大戦略） 平均満足度：2.69（-0.03）

- ・食品・スポーツなどの項目の満足度は一定の水準を維持しているものの、「国内外に秋田ならではの文化の魅力が伝えられている」は2.62で昨年度比-0.11と全項目中で最も減少。
- ・「国内外から観光誘客が進んでいる」は、観光客減少の流れを受けて、昨年度比-0.05の2.35となっており、いずれもコロナ禍の影響と思慮。

○戦略5（誰もが元気で活躍できる健康長寿・地域共生社会戦略） 平均満足度：2.74（-0.04）

- ・「食事やたばこなど、これまでの生活習慣を見直し、健康づくりに取り組む県民の意識が高まってきている」の満足度は3.03と戦略5の中で最も高く、健康寿命日本一に向けた取組などが一定の評価を得ているものと認識。
- ・重要度は、「医療提供体制の整備」（20.1%）の伸び率が+0.7%と大きく、コロナ禍における医療への関心の高まりが影響しているものと思慮。

○戦略6（ふるさとの未来を拓く人づくり戦略） 平均満足度：3.00（±0.00）

- ・全体の満足度は全戦略で最も高く、個別項目でも高い水準を維持。
- ・「学校教育を通じて、意欲的に学ぼうとする態度や、自ら考え、判断し、表現する力が育まれている」は3.14と戦略6の中では最も高く、全国学力・学習状況調査において全国トップレベルを維持していることなどが一定の評価を得ているものと認識。