

第 1 章

令和 3 年度の県政運営を振り返って

第1章 令和3年度の県政運営を振り返って

「三重県経営方針」（令和3年4月公表）でお示ししていた「新型コロナウイルス感染症の危機克服」と4つの「注力する取組」について、取組状況を振り返ります。

1 新型コロナウイルス感染症の危機克服

（県民の命を守り抜く感染拡大の防止）

新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナ」という。）の拡大や新たな感染症リスクに万全に備えるため、組織体制を強化し、感染症対策に係る県の方針となる条例や計画に基づく対策を着実に進めました。

特に、新型コロナについては感染拡大と収束を繰り返す中、第5波について検証を行い、その後の感染拡大に備え「みえコロナガード（M i e C o v i d - 1 9 G u a r d）」及び「三重県新型コロナウイルス感染症対策大綱」を策定しました。

第6波においては、「みえコロナガード」及び「三重県新型コロナウイルス感染症対策大綱」に基づき医療・検査体制を充実させるとともに、医療施設や社会福祉施設等各施設、事業者、学校、避難所等における感染防止対策への支援に取り組みました。

（雇用の維持・確保）

新型コロナの影響によって雇用情勢が厳しい水準で推移する中、企業における解雇や雇止め等が懸念されたことから、雇用の維持・確保に向けたマッチング支援、能力開発支援、若者の就職支援、障がい者の就労支援などに取り組みました。

（地域経済の再生）

新型コロナの影響によって県内経済は厳しい状況が続いたことから、県内産業をけん引する中小企業・小規模企業に対して、事業継続に向けた資金繰りをはじめ、強靱で安定的なサプライチェーンの構築、生産性向上や業態転換等事業再構築の支援に取り組みました。また、農林水産業における多角的な販路の開拓、販売促進等による経営体質の強化に取り組みました。さらに、「みえ安心おもてなし施設認証制度（あんしんみえリア）」により安心して飲食・観光が楽しめる環境づくりを進めるとともに、「三重県公式PRアンバサダー」を活用した動画や特設サイトを通じ、安全・安心な観光地であることをPRしました。

（安全・安心な暮らしの再構築）

新型コロナの影響が長期化する中で、県民の皆さんの安全・安心な暮らしを取り戻すため、苦境に立つ人びとや団体等への支援、地域交通の維持・確保、効果的な情報発信などに取り組みました。

(差別・偏見への対策)

感染症患者や医療従事者等の個人や企業に対する差別・偏見について、一人ひとりを大切にし、お互いを思いやる社会の実現に向けたさまざまな取組を進めました。感染症に関する正しい知識の普及・啓発や相談体制の充実を図るとともに、関係機関とも連携し、差別等に苦しむ方々に寄り添った支援につながるよう、オール県庁で総合的に取り組みました。

2 注力した取組

(1) 「三重とこわか国体」「三重とこわか大会」

三重とこわか国体・三重とこわか大会については、8月14日以降の一週間における新型コロナの急激な感染拡大を受け、8月25日、主催4者による協議を行い、中止とすることで合意し、翌8月26日に開催された日本スポーツ協会国体委員会において正式に中止が決定されました。

また、延期可否についても、限られた期間の中で、会場の再選定や財政負担などの課題を解決できるか判断が難しかったことから、延期申請を見送ることとしました。

三重とこわか国体に向けて研鑽を積んだ選手がその成果を発揮できるよう、競技団体等が主催する代替大会（交流試合等）の開催を支援するとともに、三重県選手団の皆さん一人ひとりに、三重県選手団であったことの認定証と記念品を贈呈しました。また、三重とこわか大会に出場予定であった選手が日頃の成果を発揮できるよう、代替大会を開催しました。

出場に向けて努力を重ねてこられた選手をはじめ全国の皆さんに、式典を通じて伝えたかった応援メッセージやエールを届けるため、両大会の開・閉会式に向けて撮影した映像を一つの作品とし、特設サイトで発信するとともに、地元放送局や県内全ケーブルテレビ局で放映しました。

(2) 「命」「安全・安心」を大切にする三重

(防災・減災、国土強靱化)

県民の皆さんの防災意識の向上や、市町、関係機関との連携による災害対応力の向上を図りました。また、令和2年10月に改訂した「三重県国土強靱化地域計画」に基づき、国が新たに講じた「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」を活用し、ソフト・ハード対策の両面から強靱な地域づくりを進めました。

(健康づくり・がん対策、医療・介護)

企業や市町と連携して県民の主体的な健康づくりを推進する「三重とこわか健康マ

イレイジ事業」*など健康づくりの取組を進めるとともに、「ナッジ理論」*等の手法を用いたがん検診の促進をはじめとする総合的ながん対策の推進、医療・介護人材の確保等効率的・効果的な医療提供体制の構築、総合的な認知症施策の推進、介護現場へのICT導入促進等介護基盤の整備などに取り組みました。

(児童虐待防止等、支援が必要な子どもたちへの対応)

子どもの貧困や児童虐待への社会的関心が高まる中、新型コロナの影響により支援が必要な子どもたちの増加が懸念されたため、市町、企業、団体等と連携し、「子どもを支える居場所」づくりの推進や、AI（人工知能）の活用等による児童虐待相談への適切な対応、フォスタリング*機関による里親業務の包括的な実施など、次代を担う子どもたちへの支援を強力に進めました。

(暮らしの安全)

令和3年3月に制定した「三重県交通安全条例」に基づき、誰もが安全・安心に生活できる三重の実現に向けた取組を進めました。また、視覚障がい者等の積極的な社会参加を促進するため、視覚障がい者等が信号交差点を安全に横断できるよう歩行者支援システムを整備しました。

家畜伝染病については、発生防止に取り組んできたものの、4月に県内3例目となる豚熱*が発生したことから、関係団体等の協力を得ながら迅速かつ確に防疫措置を完了し、感染拡大の防止を図りました。こうした豚熱の発生等をふまえ、飼養衛生管理基準の遵守・徹底を図るとともに、野生イノシシの捕獲強化等に取り組みました。

(3) 「包容力」「多様性」「持続可能性」を大切にする三重

(人権・ダイバーシティ、外国人との共生)

令和3年3月に制定・策定した「性の多様性を認め合い、誰もが安心して暮らせる三重県づくり条例」及び「第3次三重県男女共同参画基本計画」に基づく取組、「みえ外国人相談サポートセンター（MieCo）」における外国人住民のための相談体制の充実や地域における日本語学習支援、人権侵害の未然防止に向けた総合的な対策などを進めました。

(地域福祉の推進・障がい者の活躍)

障がいの有無によって分け隔てられることなく、お互いに人格と個性を尊重し合いながら共生する社会の実現に向けて、「みえ障がい者共生社会づくりプラン」に基づき、総合的かつ計画的な障がい者施策の推進に取り組みました。また、障がい者の芸術作品の発表機会が少ない中、障がい者の自立と社会参加を促進するため、「三重県障がい者芸術文化活動支援センター」において、「三重県障がい者芸術文化祭」を開

催するとともに、受賞作品等の巡回展示などを実施し、発表の機会の創出に取り組みました。

加えて、新型コロナの影響によりひきこもりや生活困窮者など生きづらさを抱える方が増加することも懸念されたため、「三重県ひきこもり支援推進計画」を策定するとともに、民生委員・児童委員がより効率的に支援活動を行うためのICT等を活用した取組や、相談支援員等の専門人材の増員等により強化した体制を維持し、相談支援などに取り組みました。

(脱炭素化、環境保全)

脱炭素社会の実現に向け、産官学等さまざまな主体からなる「ミッションゼロ 2050 みえ推進チーム」により、小売電気事業者と連携した三重県産再エネ電力の利用促進や、企業が中長期的にパリ協定の求める水準の温室効果ガス排出削減目標を設定(SBT*)する脱炭素経営の取組の支援を行いました。また、国が令和12(2030)年度に温室効果ガス排出量を平成25(2013)年度比で46%削減することをめざし、さらに50%の高みに向けて挑戦し続けることを表明したことをふまえて、「三重県地球温暖化対策総合計画(令和3年3月策定)」の見直しに着手しました。

(4) 「未来への希望」「挑戦」を大切にする三重

(農林水産業の振興)

デジタル技術を用いて新たな担い手の確保や生産性の向上をめざす「スマート農林水産業」を推進しました。具体的には、農業において、スマート技術による自動化等の仕組みを取り入れた栽培実証に取り組みました。林業において、木材生産事業者や木材流通事業者、市町等が連携し、LPWAN*等のICTを活用することで、安全性及び生産性の向上を図りました。水産業において、AI・ICT等を活用した養殖作業の効率化など養殖業のスマート化を進めました。

(DXによる産業振興、働き方改革)

「みえICT・データサイエンス推進協議会」への活動支援などを通じて、DX*の推進に取り組むとともに、DX導入基礎講座等によりデジタル人材育成を実施しました。また、デジタル技術を有効に活用していけるよう、「デジタルものづくり推進拠点」を新たに設置し、「DX寺子屋」を開講するなど、県内企業のDXを推進しました。さらに、中小企業が行うDXによる生産性向上・競争力強化に資する取組等に対して支援を行いました。

テレワークの導入促進を図るため、導入を検討している企業に対してアドバイザーを派遣するとともに、県内企業の経営層や担当者を対象としたテレワーク導入・実施時の労務管理やシステム等に関する無料相談窓口を開設しました。また、障がい者のテレワークを進めるため支援アドバイザーを企業に派遣し、テレワークへの移行とテレワークによる就職につなげました。

ワーケーション*の推進に向けては、市町、関連団体、受入事業者等が参加する「みえモデルワーケーション研究会」を開催しました。

(三重の魅力発信・観光におけるDXの推進)

誘客促進のため、交通事業者との連携によるプロモーションや情報発信に取り組むとともに、(株)ポケモンと、県の活性化を目的として包括連携協定を締結し、みえ応援ポケモンに就任した「ミジュマル」とともに、観光誘客等に向けたプロモーションに取り組んでいます。

デジタル技術を活用して、旅行者一人ひとりの興味・関心、タイミングに応じて観光情報やクーポン情報を自動的に配信できる「三重県観光マーケティングプラットフォーム」を構築しました。また、利用者が増加している「答えてラッキー！スマホでみえ得キャンペーン」について、構築したプラットフォームとの連動によってアンケートシステムの改修等を行い、利活用に向けた研修会等を実施しました。

インバウンドについても、渡航制限が継続する中、デジタルプロモーションの強化に取り組み、アジア市場においてオンラインで県内の観光地の魅力を紹介するバーチャルツアー等を実施しました。

<参考> 県民の皆さんの「幸福実感」について

県では、平成24年（2012）年4月に、長期的な視点から、三重のあるべき姿を展望し、県政運営の基本姿勢や政策展開の方向性を示した、おおむね10年先を見据えた県の戦略計画「みえ県民カビジョン」において「県民力でめざす『幸福実感日本一』の三重」を基本理念として掲げており、「みえ県民意識調査」により県民の皆さんの「幸福実感」を把握し、県政運営に活用してきました。

この調査では、日ごろ感じている幸福感や「みえ県民カビジョン」に掲げた15の政策分野ごとの地域や社会の状況についての実感（「幸福実感指標」）を毎回質問し、推移を把握してきました。

「第11回みえ県民意識調査」の概要

1 調査の設計

調査地域	三重県全域
調査対象	県内居住の18歳以上の者
標本数	10,000人
調査方法	郵送による発送、郵送・インターネットによる回収
調査期間	令和4年1月～令和4年2月
有効回答数	5,277人（有効回答率52.8%）

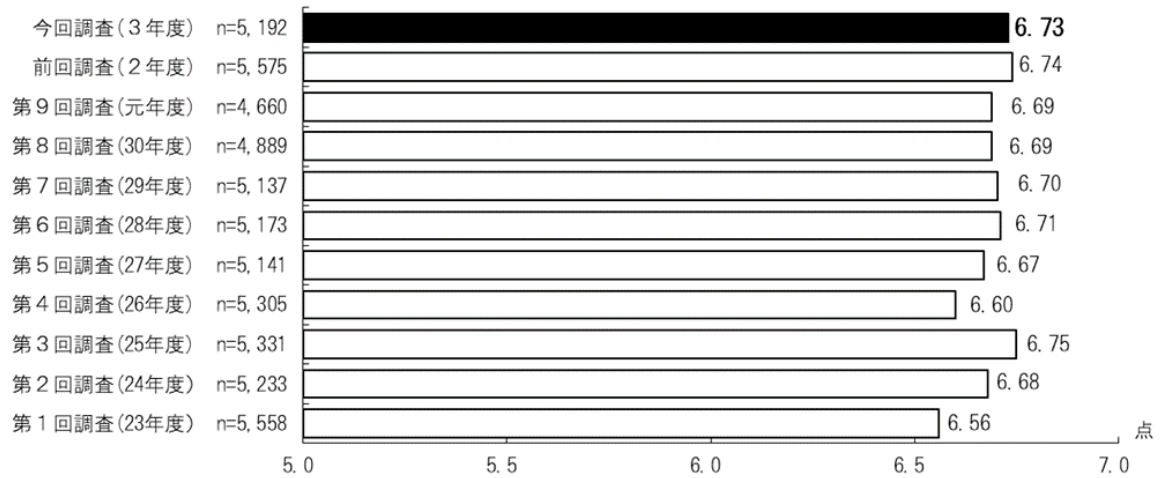
2 調査結果の概要

(1) 日ごろ感じている幸福感

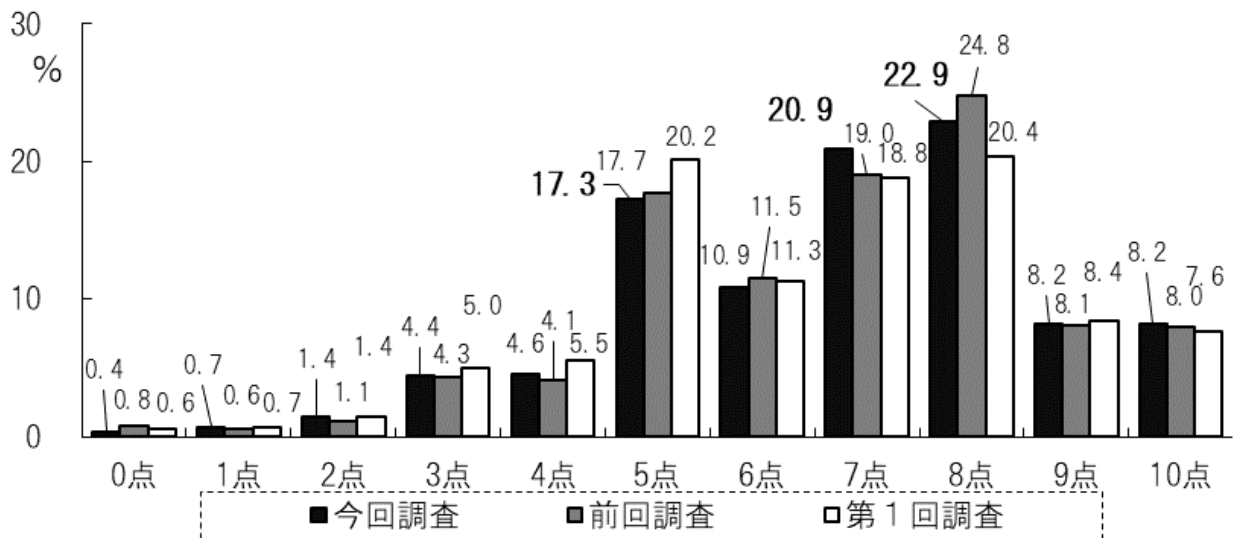
県民の皆さんが日ごろ感じている幸福感（以下「幸福感」と記載）について 10 点満点で質問したところ、平均値は 6.73 点で、前回調査より 0.01 点低く、第 1 回調査より 0.17 点高く、過去 3 番目に高い数値になっています。

点数の分布をみると、「8 点」の割合が 22.9%と最も高く、次いで「7 点」が 20.9%、「5 点」が 17.3%となっており、M字型となっています。

図表 1 日ごろ感じている幸福感の平均値



図表 2 日ごろ感じている幸福感の分布



(2) 地域や社会の状況についての実感

地域や社会の状況についての実感をおききしたところ、「感じる」と「どちらかといえば感じる」を合計した「実感している層」の割合は、「(11)三重県産の農林水産物を買いたい」が86.2%で最も高くなっています。次いで、「(10)自分の住んでいる地域に愛着があり、今後も住み続けたい」(75.3%)、「(4)犯罪や事故が少なく、安全に暮らせている」(68.9%)の順で、これまでの11回の調査を通じて同順位となっています。

一方、「感じない」と「どちらかといえば感じない」を合計した「実感していない層」の割合は、「(14)働きたい人が仕事に就き、必要な収入を得ている」が64.6%で、第1回調査以降、継続して最も高くなっています。次いで、「(13)国内外に三重県の魅力が発信され、交流が進んでいる」(57.6%)、「(15)道路や公共交通機関等が整っている」(56.9%)の順となっています。

<前回調査との比較>

前回調査より「実感している層」の割合が高くなったのは、15項目のうち3項目で、増加幅が大きかったのは「(2)必要な医療サービスが利用できている」(+0.5ポイント)、次いで、「(3)必要な福祉サービスが利用できている」(+0.4ポイント)、「(1)災害の危機への備えが進んでいる」(+0.3ポイント)の順となっています。

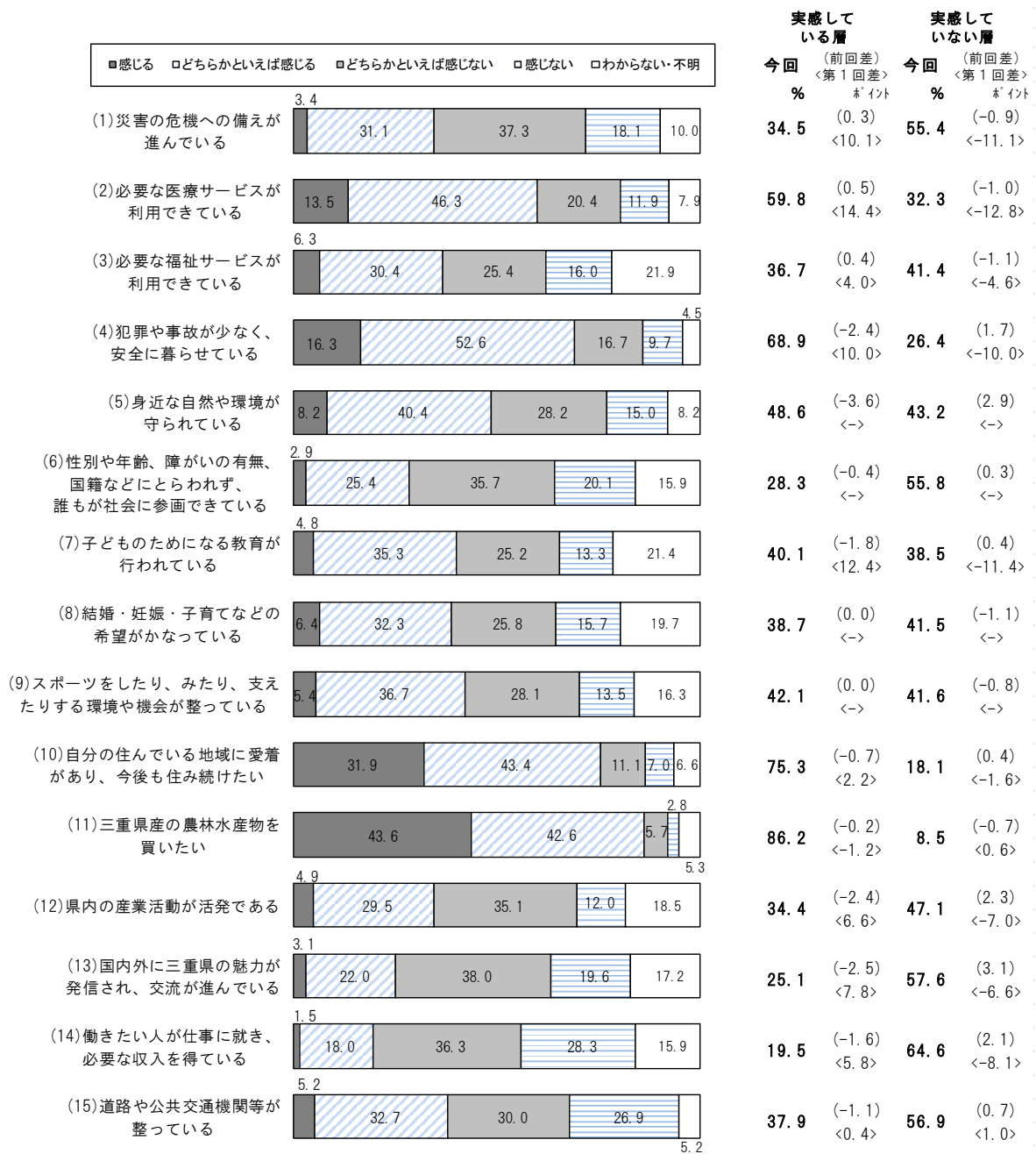
一方、「実感していない層」の割合が高くなったのは、9項目で、増加幅が最も大きかったのは、「(13)国内外に三重県の魅力が発信され、交流が進んでいる」(+3.1ポイント)となっています。

<第1回調査との比較>

第1回調査から質問内容を変えずに継続的におききしている11項目のうち、第1回調査より「実感している層」の割合が高くなったのは10項目で、増加幅が最も大きかったのは「(2)必要な医療サービスが利用できている」(+14.4ポイント)、次いで、「(7)子どものためになる教育が行われている」(+12.4ポイント)、「(1)災害の危機への備えが進んでいる」(+10.1ポイント)の順となっています。

一方、「実感していない層」の割合は、「(15)道路や公共交通機関等が整っている」(+1.0ポイント)、「(11)三重県産の農林水産物を買いたい」(+0.6ポイント)を除く9項目で第1回調査より低くなっています。

図表3 地域や社会の状況についての実感 (一覽)



※「実感している層」の割合・・・「感じる」と「どちらかといえば感じる」の割合を小数第二位で四捨五入した数値の合計
 ※「実感していない層」の割合・・・「感じない」と「どちらかといえば感じない」の割合を小数第二位で四捨五入した数値の合計
 ※割合は、「わからない」や「不明（未回答など）」も分母に含めて算出
 ※(5)(6)(9)については、第5回調査において設問を変更したため、第1回調査との比較は行っていません。
 ※(8)については、第9回調査において設問を変更したため、第1回調査との比較は行っていません。

