

「広聴広報とGAP、みんつく予算への投票と意見募集に関するアンケート」結果

「広聴広報とGAP、みんつく予算への投票と意見募集に関するアンケート」の実施結果を次のとおり報告します。

アンケートにご協力いただきましたe-モニターの皆さまに厚くお礼申し上げます。

(1) アンケート実施期間

令和元年12月9日(月)～令和元年12月27日(金)

(2) アンケート回収状況

対象者数 1,071名

回答者数 638名

回答率 59.6%

(3) 回答者属性

・年代別

10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
2人	37人	123人	172人	141人	116人	47人
0.3%	5.8%	19.3%	27.0%	22.1%	18.2%	7.4%

・地域別

北勢地域	中勢地域	伊勢志摩地域	伊賀地域	東紀州地域
315人	181人	74人	52人	16人
49.4%	28.4%	11.6%	8.2%	2.5%

※北勢：四日市市、桑名市、鈴鹿市、亀山市、いなべ市、桑名郡、員弁郡、三重郡

中勢：津市、松阪市、多気郡

伊勢志摩：伊勢市、鳥羽市、志摩市、度会郡

伊賀：名張市、伊賀市

東紀州：尾鷲市、熊野市、北牟婁郡、南牟婁郡

(4) アンケート結果

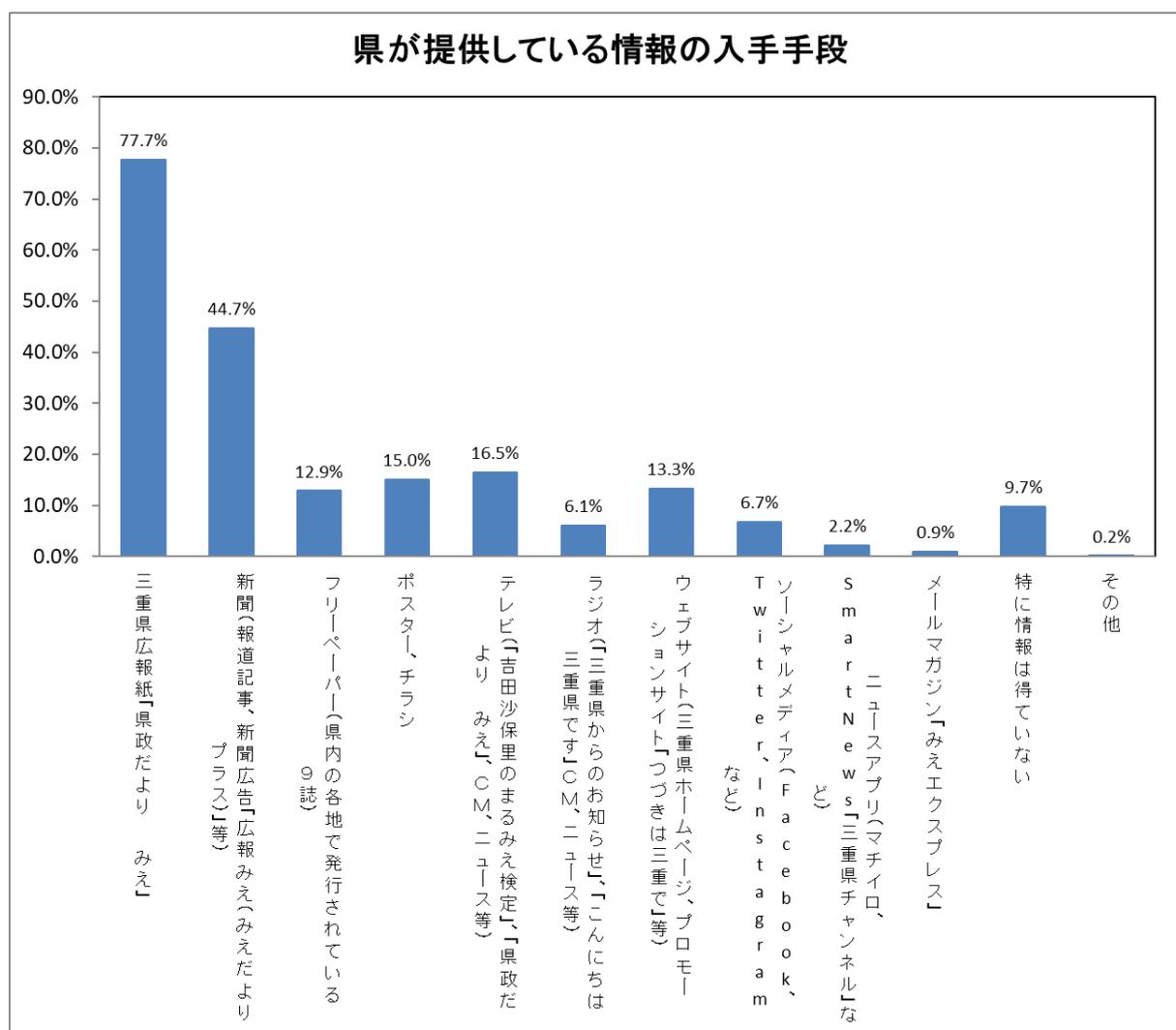
Q1～Q7は、広聴広報についての設問です。

Q1 県が提供している情報の入手手段について

あなたは、三重県が提供している情報（※）をどこから得ていますか。あてはまるものをすべて選んでください。

※三重県が提供している情報とは、県の計画・政策・財政、募集案内、催し物案内、研修案内、各種統計、県有施設の案内、官公署の事務手続き方法等に関する情報のことです。

N=638



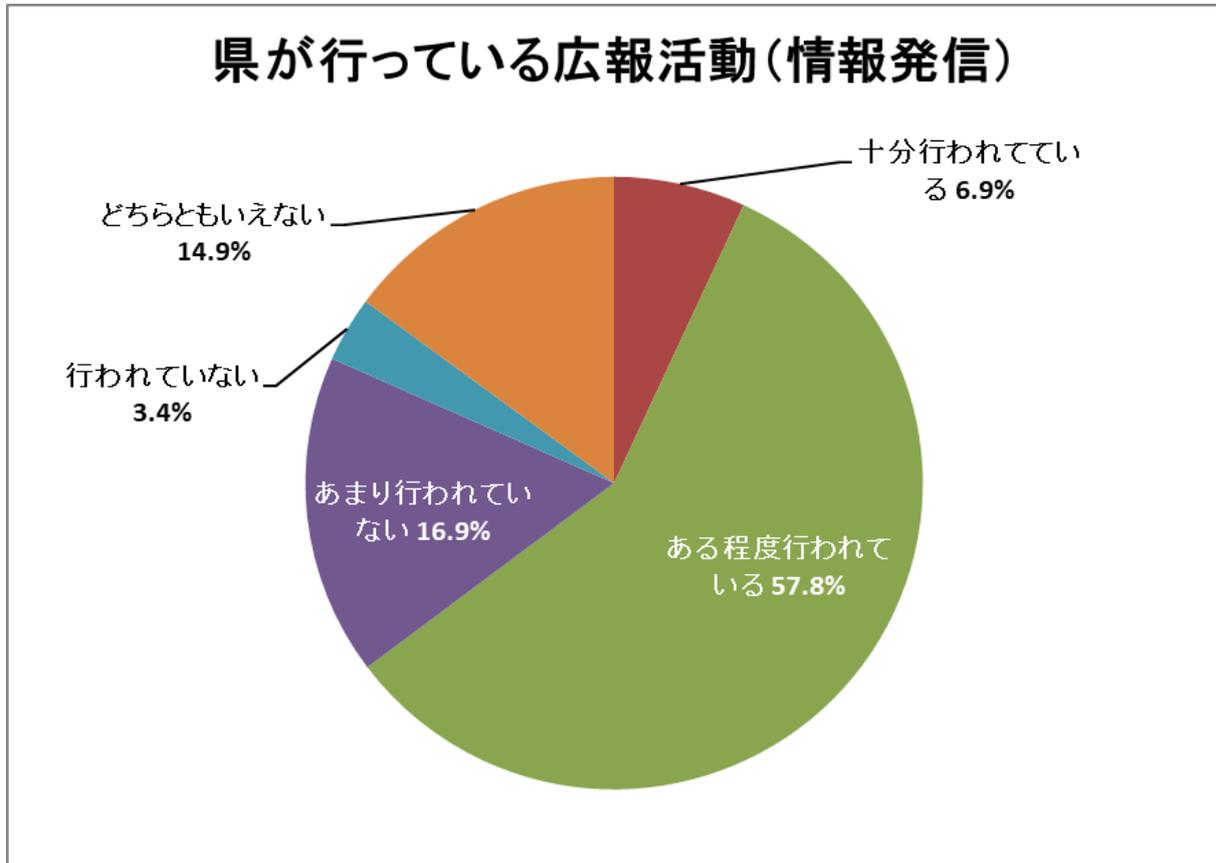
県の事業や催し物などの情報源については、「三重県広報紙『県政だより みえ』」が77.7%（496人）と最も多く、次いで、「新聞（報道記事、新聞広告）等」が44.7%（285人）、「テレビ」が16.5%（105人）などとなっています。

県民の皆さんの情報入手手段が多様化していることから、より効果的に広報活動を実施するため、広報紙、新聞やテレビ・ラジオ、三重県ホームページなど、それぞれの媒体の優れた点を生かし、今後も県の情報をより分かりやすく、適切に発信していきます。

Q2 県が行っている広報活動（情報発信）について

あなたは、県が行っている三重県広報紙、県のホームページ、テレビ・ラジオ、新聞などのさまざまな広報媒体を活用した県の広報活動（情報発信）は、十分に行われていると思いますか。あてはまるものを1つ選んでください。

N=638



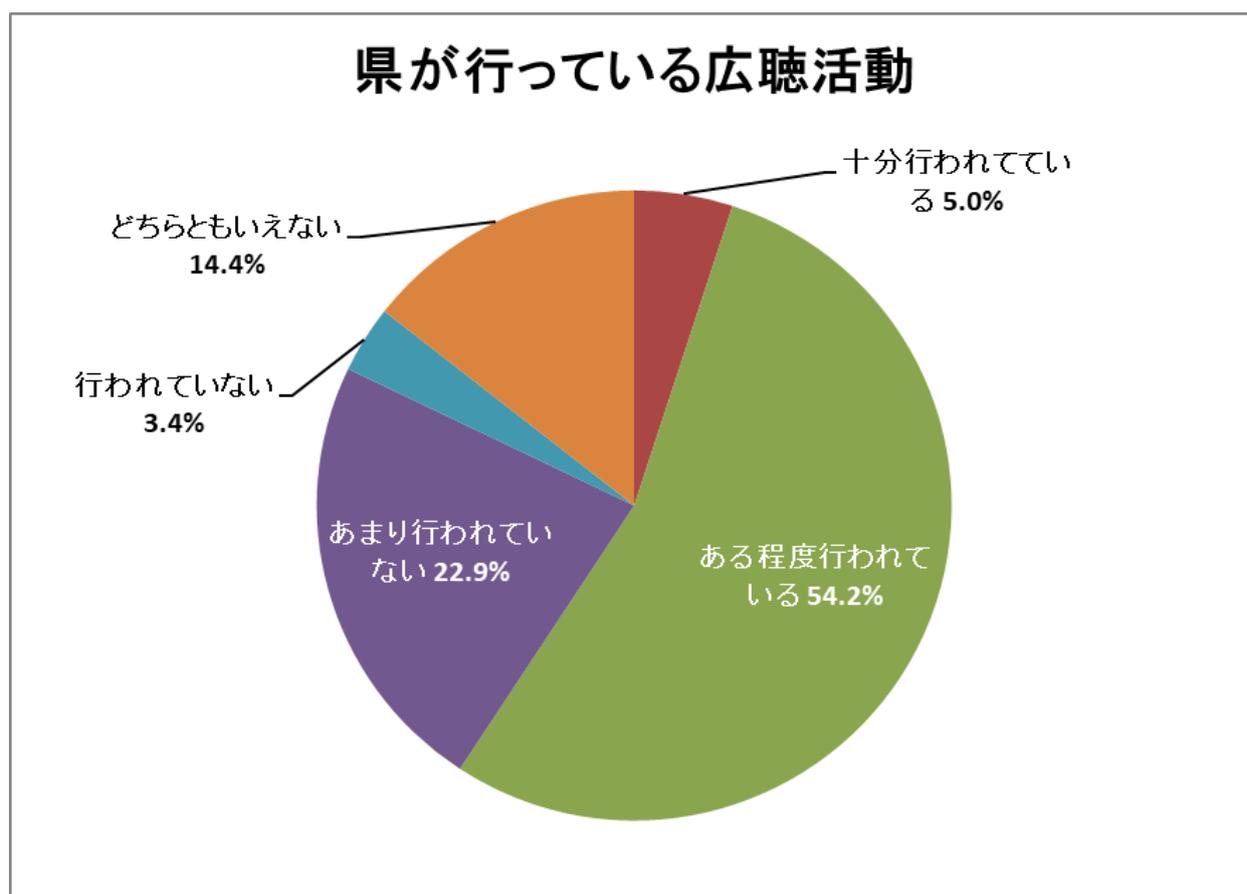
県の広報活動（情報発信）について「十分行われている」「ある程度行われている」を選択した方は、合わせて64.7%（413人）となっている一方で、20.3%（130人）の方は「あまり行われていない」「行われていない」と感じています。

今後も、県民の皆さんに県の情報を的確にお届けできるよう、各媒体の特性を生かし、さまざまな媒体を活用して、より積極的な広報活動に取り組んでいきたいと考えています。

Q3 県が行っている広聴活動について

県では、各種の行政課題について電子アンケートを行う「e-モニター」をはじめとして、県民の皆さんから県政に対する意見や要望、提案などをお聴きする「県民の声・さわやか提案箱」や、県職員が集会・学習会などにお伺いし、県民の皆さんとトーク（対話）する「みえ出前トーク」、また、県民意識調査やパブリックコメントなどの広聴活動を実施しています。

あなたは、県の広聴活動は、十分に行われていると思いますか。あてはまるものを1つ選んでください。

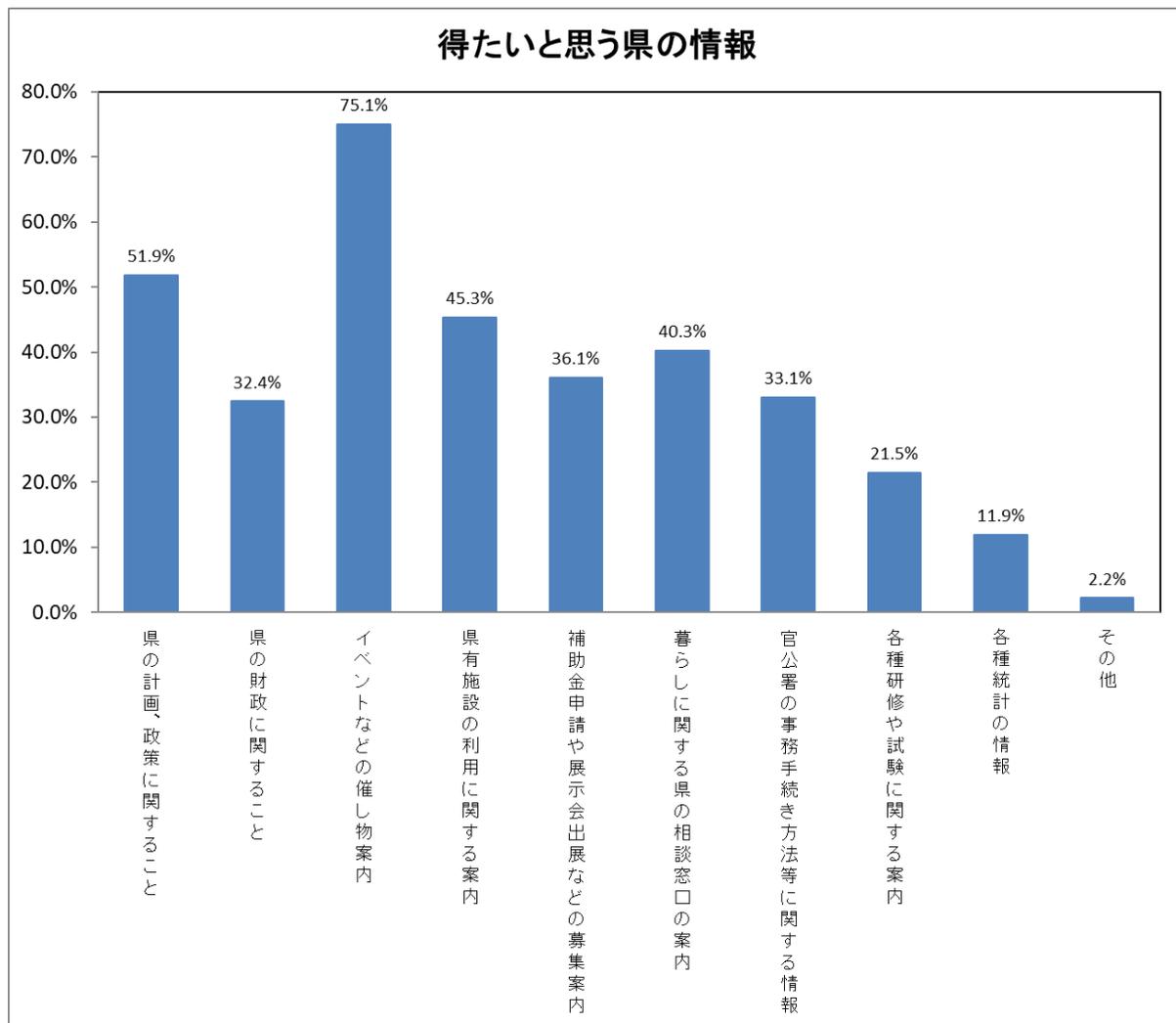


県の広聴活動について「十分行われている」「ある程度行われている」を選択した方は、合わせて59.2%（378人）となっている一方で、26.3%（168人）の方は「あまり行われていない」「行われていない」と感じています。

今後も、さまざまな広聴ツールを活用して、より積極的な広聴活動に取り組んでいきたいと考えています。

Q4 県が提供している情報の入手手段について

あなたは、どのような県の情報を得たいと思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。



得たいと思う県の情報については、「イベントなどの催し物案内」が 75.1% (479 人) と最も多く、次いで、「県の計画、政策に関すること」が 51.9% (331 人)、「県有施設の利用に関する案内」が 45.3% (289 人) などとなっています。

今後も県民の皆さんのニーズをふまえ、さまざまな広報媒体を組み合わせた情報発信を行います。

Q5 広聴広報アクションプランについて

県では、広聴広報活動の充実を図るため、三重県広聴広報アクションプランを策定し、戦略的・計画的な広報活動及び政策形成につながる広聴活動に取り組んでいます。

今年度、このアクションプランの改訂を行うため、これまでの成果と課題、社会環境の変化などをふまえ、「拡散性の高い情報コンテンツづくり」の取組視点で、「メディアミックスによる広聴広報活動の充実」を進め、「伝える」から「伝わる」、「届ける」から「つながる」広聴広報を重視し、県民の皆さん一人ひとりが、「伝えたい」「参加したい」と思える「行動につながる情報発信」、「理解・共感が得られる広聴広報活動」を進めていく方向性を考えています。この方向性について、ご意見がございましたらご記入ください。(自由記載)

<参考>

※次期アクションプランの方向性について（概念図）

<https://www.pref.mie.lg.jp/common/content/000864063.pdf>

※三重県広聴広報アクションプランの改訂に係る基本的な考え方について（説明文）

<https://www.pref.mie.lg.jp/common/content/000858901.pdf>

広聴広報アクションプランの方向性について、県民の皆さんからの主な意見は次のとおりです。

（１）行動につながる情報発信の強化

- ・ 県民すべてが、「県の情報を知りたい、受け取りたい、自分の情報を伝えたい、県の施策に参加したい」ということが大事だと思う。
- ・ 「伝わる」「つながる」はいい方向だと思う。

（２）拡散性の高い情報コンテンツづくり

- ・ SNSなどでの情報拡散は現代では必要で、効果的な方法だと思う。そのためには、発信される情報の内容の充実が大切であり、発信に値する情報は多くの方が拡散してくれるのだと思う。
- ・ 「拡散性の高い情報コンテンツづくり」はよいことだと思う。情報や取り組んでいることを「取り寄せる」ではなく、「自然に入ってくる」でないといけない。
- ・ 若い年齢層はなかなか活動に積極的ではないので、スマホを用いて情報共有し、拡散できるものがないと思う。

（３）戦略的なプロモーションの推進

- ・ 以前に比べて三重の知名度が少しずつ上がってきているように感じる。国内外に情報発信して三重の魅力を知ってもらいたい。
- ・ 広報より、その中身が問題。魅力ある施策、アクション、コンテンツなら県民は飛びつくはず。積極的に広報しなければ県民が飛びつかないような内容では魅力がない。

（４）メディアミックスによる広聴広報活動の充実

- ・ 一方向からの発信ではなく、双方向のつながりをめざしているのがわかる。
- ・ 情報を得る手段を多く持たない高齢者に、いかに情報を届けて行くかが、高齢化社会が進展していく中で特に重要に思う。
- ・ これからの時代、SNSは重要だと思うが、特に高齢の方へは、紙面媒体での広報活動はまだまだ有用だと思う。

（５）県の責務としての情報発信

- ・ どうしても知らせたいもの（攻めの広報）と県民の皆さんのほしい情報の求めになるべく応える（守りの広報）を充実させる必要がある。

- ・ 偏った知識が蓄積されないよう、興味のないもの、得たくないものについても、強制的に広報する必要がある。
- ・ 災害の時に細部まで伝わり切れていないことが気になる。

(6) その他

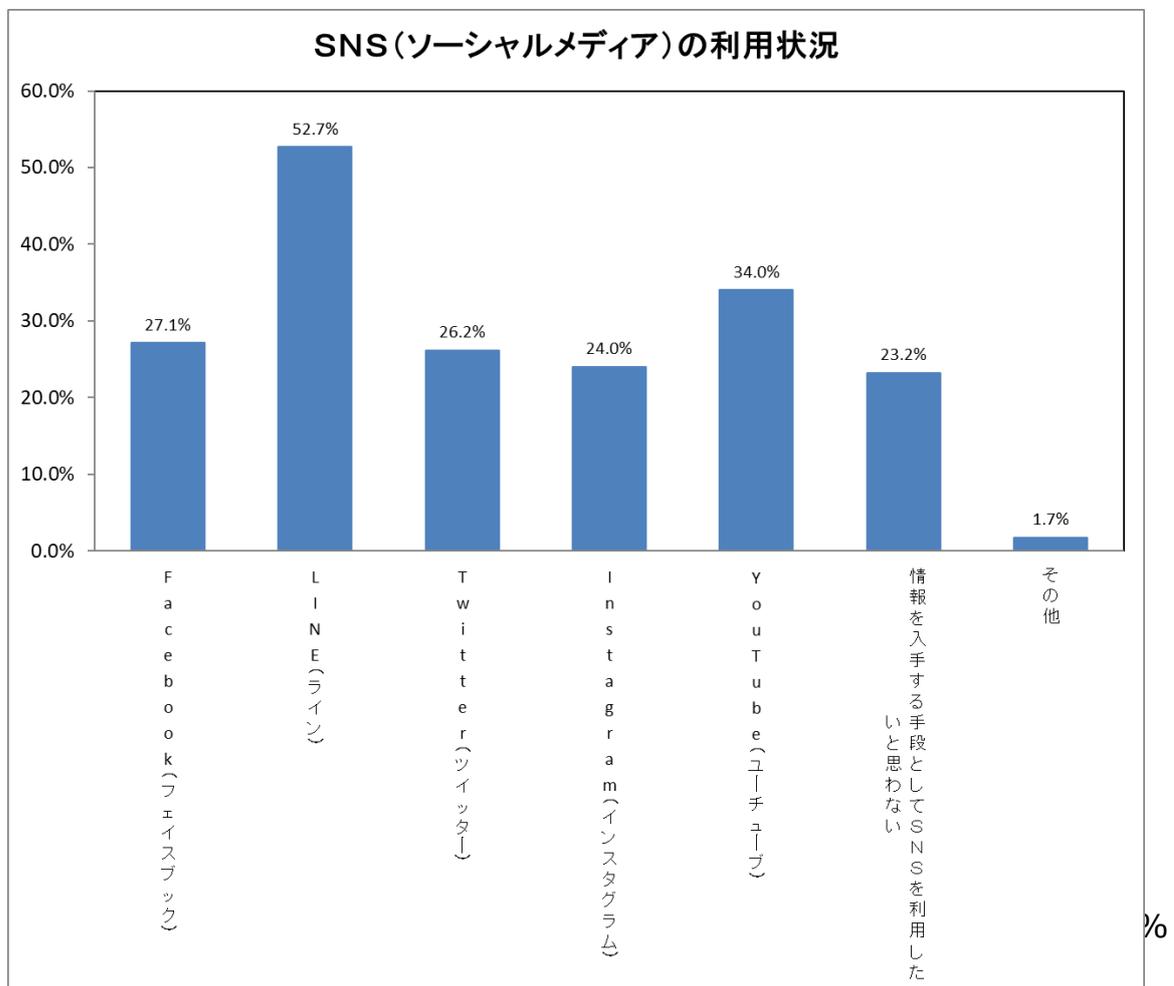
- ・ 双方向の意見交換の場は非常に重要であると感じる。戦略的な広報活動は限られた資金で効率的に情報発信する上で非常に良いと思う。
- ・ 幅広くは理想だが、コストと時間との兼ね合いだと思う。
- ・ 概略が多く、具体性に欠けるように感じる。
- ・ 難しい言葉を使わずにわかりやすくしてほしい。
- ・ 最終的にどうしたいのかがわからない。

いただいた意見につきましては、アクションプランの改訂および今後の広聴広報活動の参考にさせていただきます。

Q6 SNS（ソーシャルメディア）の利用状況について

県の情報に限らず、さまざまな情報を入手する手段（知人等との連絡目的の使用を除く）として、あなたが、利用したいと思うSNSは何ですか。あてはまるものをすべて選んでください。

N=638



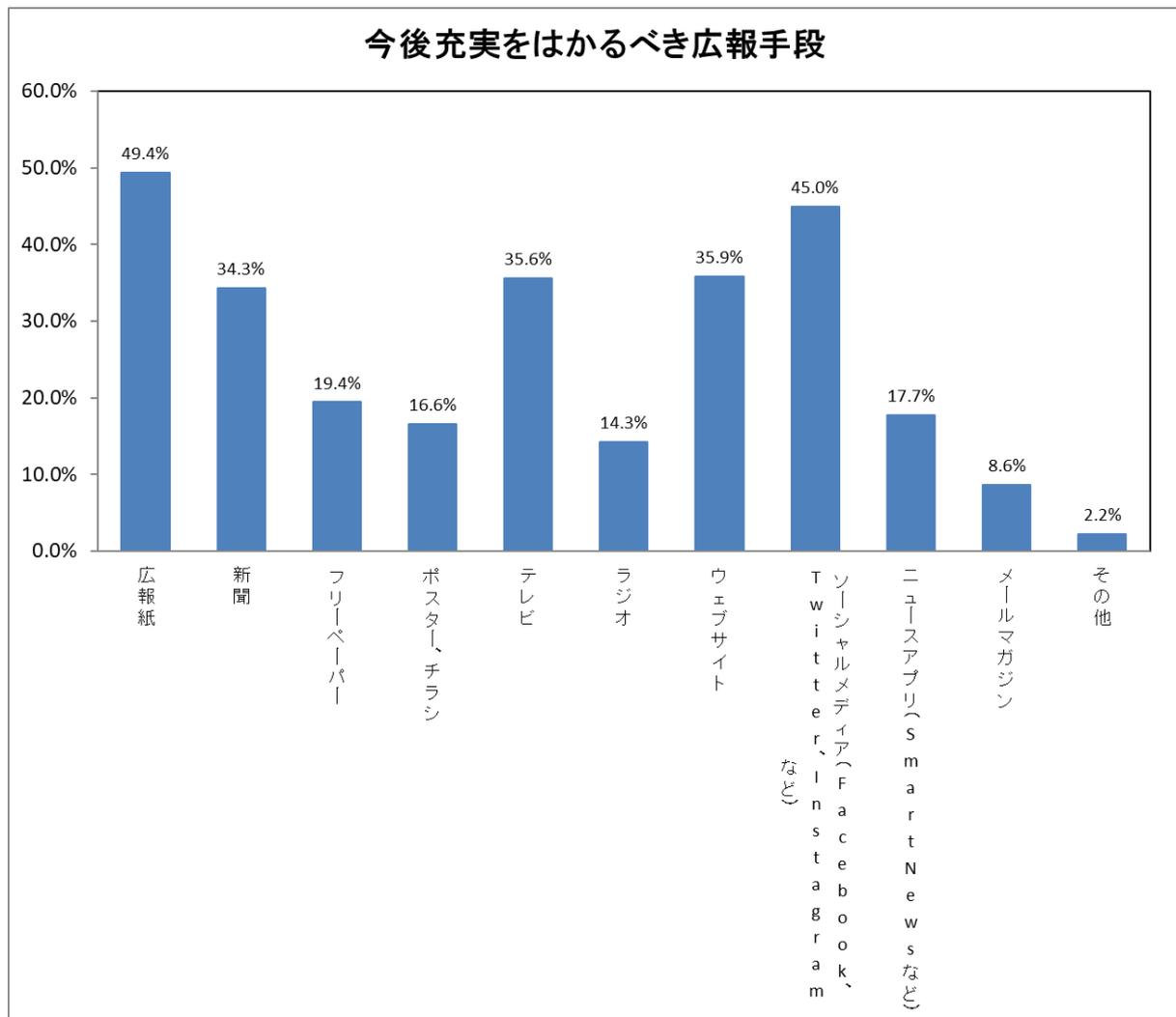
(336人)と最も多く、次いで、「YouTube(ユーチューブ)」が34.0%(217人)、「Facebook(フェイスブック)」が27.1%(173人)などとなっています。

県民の皆さんが利用するSNSについても多様化していることから、それぞれの優れた点を生かし、適切に情報発信していきます。

Q7 今後充実をはかるべき広報手段について

あなたは、今後、どのような方法の情報提供について充実をはかるべきだと思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。

N=638



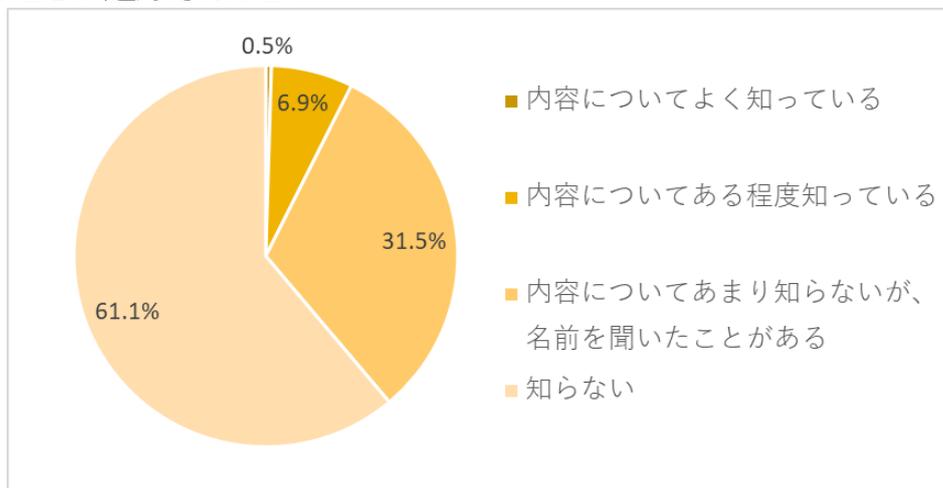
今後充実をはかるべき広報手段については、「広報紙」が49.4%(315人)と最も多く、次いで、「ソーシャルメディア(Facebook、Twitter、Instagram など)」が45.0%(287人)、「ウェブサイト」が35.9%(229人)などとなっています。

県民の皆さんの情報入手手段のニーズが多様化していることから、今後もより効果的に広報活動を実施するため、各媒体の優れた点を生かし、メディアミックスでの情報発信を行います。

Q8～Q12は、GAPについての設問です。

Q8 GAP(ギャップ) (Good Agricultural Practice) 認証について

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会で使用される食材の調達基準となっているGAP認証制度に、三重県の生産者が挑戦し認証数を伸ばしています(平成31年3月時点で全国5位)。あなたはこのGAP認証をご存じですか。あてはまるものを1つ選んでください。

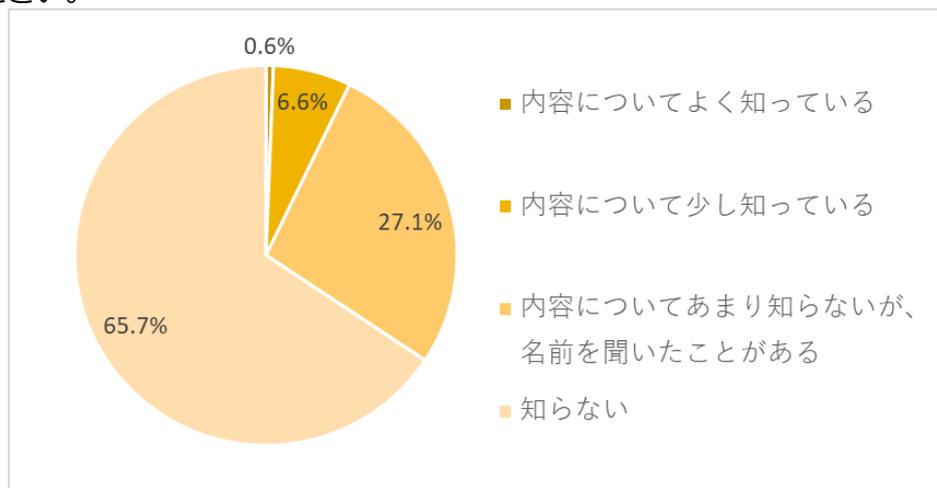


GAPを「よく知っている」、「ある程度知っている」と回答された方は合わせて47名(7.4%)で、昨年度調査に比べて2ポイント低くなりました。

Q9 畜産GAP (JGAP家畜・畜産物) 認証について

畜産のGAP (JGAP家畜・畜産物)は、農産物の取組内容に、家畜衛生、アニマルウェルフェア(動物福祉)等が加わります。畜産物のGAP認証制度は平成29年3月に創設され、平成30年8月には松阪牛の牧場が東海3県で初めて認証を取得、平成31年1月には相可高校と明野高校が全国の高校で初めて認証を取得しています。

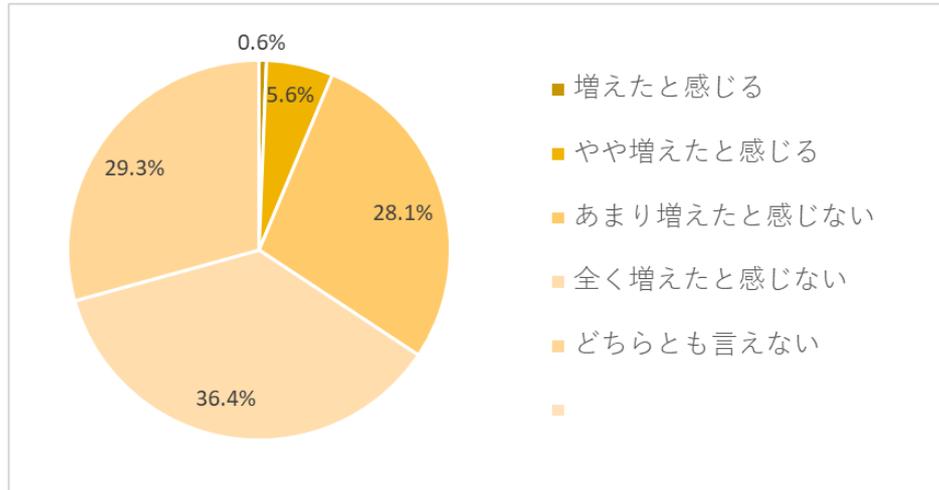
あなたは、この畜産物のGAP認証をご存知ですか。あてはまるものを1つ選んでください。



畜産GAPを「よく知っている」、「ある程度知っている」と回答された方は合わせて46名(7.2%)で、昨年度調査と同じ割合でした。

Q10 GAP認証を知る機会について

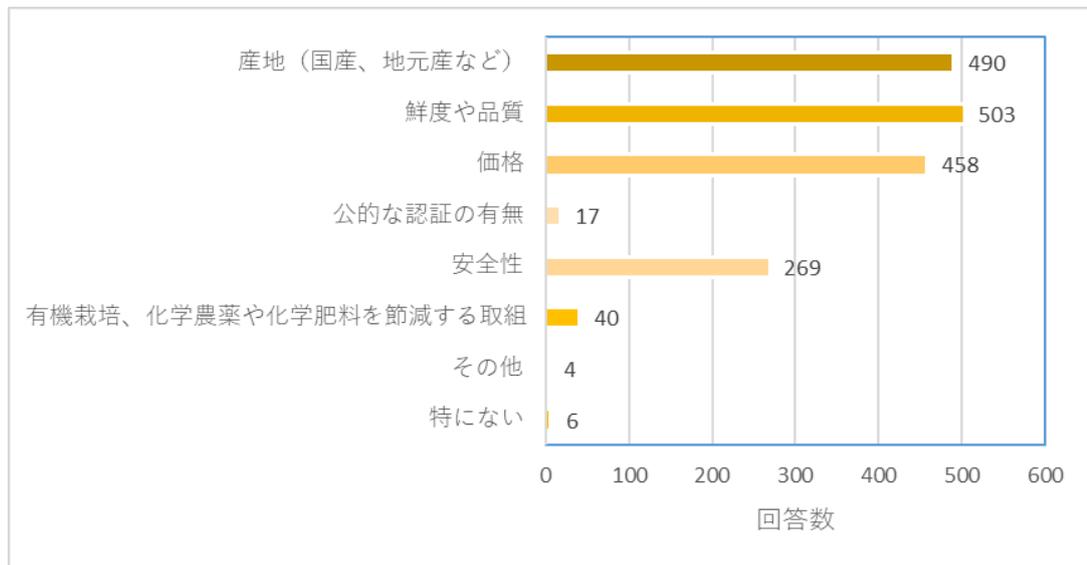
三重県では、県内スーパーでGAP農産物の試食販売を行うなど、GAPのPRに取り組んでいます。あなたはGAP認証について見たり聞いたりする機会が増えたと感じますか。あてはまるものを1つ選んでください。



GAP認証を知る機会が「増えた」、「やや増えた」と感じると回答された方は40名(6.3%)で、昨年度に比べて3ポイント低くなりました。

Q11 食品を購入するときの基準について

あなたは、食品(野菜・果物・米・お茶・肉等)について、何を意識して購入していますか。あてはまるものを3つまで選んでください。

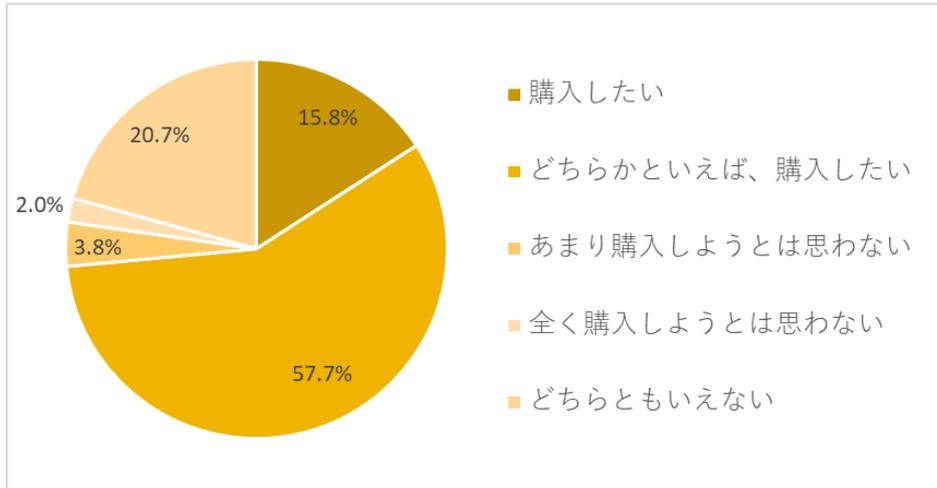


食品を購入するとき何を意識して購入するかをお聞きしたところ、「鮮度や品質」(503名(78.8%))と回答された方が最も多く、次いで「産地(国産、地元産など)」(490名(76.8%))、「価格」(458名(71.8%))の順に多くなりました。

Q12 GAP認証農産物の購入について

あなたはGAP認証農産物を購入したいと思いますか。あてはまるものを1つ選んでください。

※GAP認証は、生産の管理や農薬などの使用、労働者の状況など100項目を超える農業者の取組について、第三者機関が審査し、認証するものです。



GAP認証農産物を「購入したい」、「どちらかといえば、購入したい」、「価格次第で購入したい」と回答された方は、469名（73.5%）でした。

みんつく予算への投票と意見募集に関するアンケート結果については、下記の「令和2年度県民参加型予算 県民の皆さんによる「投票」と「ご意見募集」の結果」をご参照ください。

令和2年度県民参加型予算 県民の皆さんによる「投票」と「ご意見募集」の結果

令和2年度の実施事業は、投票結果を踏まえ、上位6事業を実施することいたしました。投票、ご意見募集にご協力いただきありがとうございました。なお、有効票数は、eモニターによる投票結果とその他の投票結果を合算しております。

1 投票等の概要

- (1)期間 令和元年12月7日～令和2年1月6日(31日間)
- (2)投票者数 2,881人 うち有効投票にかかる投票者数 2,837人
- (3)投票総数 6,505票 うち有効得票数 6,381票
- (4)ご意見の件数 613件 うち各事業に関するもの 443件、その他 170件

2 投票結果

事業名	事業概要	事業費(万円)	有効得票数	得票率	順位	いただいたご意見	
						主なご意見	件数
みんなでつくる避難所プロジェクト事業	避難所生活がイメージできずに避難行動を躊躇する事例があることから、子育て世代の参加を得て、「みんな」が過ごしやすい避難所づくりをめざし、避難所グッズや避難所体験ゲームの開発、防災レク教室などを実施します。	991	739	11.6%	1	・避難所生活の具体的なイメージを県民が持てるようになり、避難所生活のクオリティが向上することは、本県の防災にとって大変意義深い。 ・避難所の運営は行政ではなく、地域住民が担うべきと認識しているが、その認識が広く普及していないように思われるので、避難所に対する意識の啓発事業の一環として実施してもらいたい。 ・障害を持つ子どもがいる家族や外国人など、一般の方よりもう一步踏み込んだ配慮が必要どころも議論に含めていただきたい。	61
映画で知ろう！「みえで活躍する外国人住民」事業	県内の様々な分野で活躍している外国人住民を紹介するドキュメンタリー映画を制作し、多文化共生に関するシンポジウムで発表するとともに、市町や教育機関等で上映して、多文化共生への理解促進を図ります。	980	687	10.8%	2	・沢山の外国人が周りに住む時代ですから、共生のために必要。 ・多くの外国人が三重で働き、多くの子どもたちが三重で学んでいるなか、多文化共生社会の実現は、今後の県政をすすめる上で極めて重要。そのためにも、みんなが「知ることは大切であり、本事業の推進は、その大きな第一歩となる。 ・外国人が多く住んでいるし、外国人と共生しないと地域や経済は成り立たない。より多くの人に共生の必要性を感じ知ってもらうには、映像は非常にわかりやすくよい。	55
県民参加・体験型食品ロスゼロ啓発プロジェクト事業	食品ロス削減への関心を高めるため、食品関連事業者、フードバンク団体、社会福祉協議会、行政、県民など、さまざまな主体が参画する食品ロスをテーマにした県民参加・体験型イベント(食品ロスの削減、未利用食品の活用など)を、三重県として初めて開催し、県民運動としての機運を醸成することで食品ロスの削減に繋げます。	736	511	8.0%	3	・日本は店頭に並ぶ食品の約半数は廃棄されるという現状に、愕然とした。我々消費者が、賢く適正な消費を行うことで、その食品を生かすことができると思う。 ・食べ物を困った経験がない人や忘れてた人があまりにも多すぎると思う。食品ロスへの理解を今一度大切にしたい。 ・また、互いに知り合い、理解する機会を増やすことで住みよい三重県を作りたい。	30
子どもたちのインターネットトラブル防止事業	スマートフォンによるインターネット利用が低年齢化しており、子どもたちがSNSに起因したトラブルやいじめに巻き込まれる危険が増えています。そこで、大学生等が中心となってSNS/パトロールやネットの適正利用についての啓発・講座開催等に取り組めます。	1,000	501	7.9%	4	・子供たちがインターネットやSNSでトラブルに巻き込まれる事件が多く、恐ろしく感じている。防止策を大人も子供もまず知ることが大切と考える。 ・実際にこんな被害がある…など、具体的に子供達に説明してもらい、身近な問題であること、自分にも起こり得る問題であるという現実を分かってくれたい。	24
これからの移動手段チャレンジ事業	新たな高齢者向けモビリティ・マネジメントの取組として、次世代モビリティを活用した移動手段に関するセミナーの開催や体験会など新たな視点での高齢者向けモビリティ・マネジメント事業を実施します。	574	479	7.5%	5	・父が免許返納。その後は家族が送迎等を行なっているが、仕事もあり充分とはいえない。本テーマにより、社会全体でより手厚くフォロー出来るスキーム構築の議論をしてほしいと強く願う。 ・今の公共交通網では、行きたい所にとり着く事ができなかつたり、時間がとてかかる。利用する人が少ないから、便が少なくなり、便が少なく利用しにくいから、乗らない。そこを改良し、県、市、事業所が協力して、公共交通網を充実することで、助かる人が沢山いると思う。 ・免許を返納した後、引きこもりがちな人になり、認知症や介護に繋がるケースも多い。独居老人の孤独死にも繋がる。移動できる手段を、なんとかして構築してほしい。	50
みえの宝！子ども見守り活動応援プロジェクト	近年、通学路等において子どもが殺傷される事案等が全国的に発生しており、県民は強い不安を感じています。こうした子ども被害は、登下校時に集中する傾向にあり、同時時間帯における子どもの安全を確保するため、青色回転灯装備車両で子どもの見守り活動等に従事する防犯ボランティア団体に対し、ドライブレコーダー等を貸与します。	741	458	7.2%	6	・子どもたちを見守って頂く、ボランティアさんの存在は大変ありがたい。 ・これからの三重を背負って行く子供たちへの安心安全確保。その他防犯にも効果も期待できる。 ・中学生の頃、友達が変わる被害に遭い、そこからしばらく私の町で青いバナーが走っていた姿を見て、すごく安心したのを覚えている。そういった安心をより多くの子ども、街の人に感じて欲しい。	23
～命を守る、命をつなぐ～三重県ペット防災事業	ペットの飼い主は、災害時の事前準備が非常に重要であることから、災害時に、飼い主とペットの命を守り、命をつなぐことができるよう、親しみやすいアニメーション動画を作成するとともに、市町や動物病院等と協力・連携して、効果的に周知を図ります。これらが実践できるよう、ペット参加型避難訓練等のイベントを実施します。	522	406	6.4%	7	・ペットは家族と同じ。ペット所有率が高い三重県なので、いち早くペットと同伴避難できる環境を整えて欲しい。 ・災害の際のペット支援や広報活動は必要。現に何かあった時に家のペットをどうしたら良いか(どうするか)、未だ良く分からない。 ・ペット同伴での避難が出来ることを諦めない人が増えると思う。	39
がん検診受診率向上に向けた民間企業等とのパートナーシップ事業	県内企業等におけるがん検診の実態を把握するとともに、従業員のがん検診受診率向上をめざす民間企業等に対して、がん検診やがんに関する正しい知識の普及啓発に役立つ資料の提供など、様々な取組で企業等を支援します。さらに、三重とこわか県民健康会議等でこれらの取組を横展開することにより、企業等におけるがん検診の普及啓発を図ります。	490	386	6.0%	8	・会社のガン検診で、命が助かった。 ・まだまだ自分の事は思えない「がん」の病気。日頃からのケアがとても大切なのだと思う。もっと、検診の大切さを理解するべき。 ・取組事例の紹介だけではなく、優良事例については表彰(知事賞など)を実施してはどうか？	8
神話の道～伊勢神宮から熊野古道～事業	伊勢神宮や熊野古道伊勢路の沿線には、さまざまな神話が残されています。これらの神話は、人々の暮らしの中に生き、熊野古道の魅力を深めています。少しづつ忘れられかけているものもあります。次世代に継承していくべき文化の一つとして、神話をテーマにした熊野古道伊勢路に関する研究成果を取りまとめることと、熊野古道のPRや熊野古道の価値を次世代へ継承するためのツールとして活用します。	881	299	4.7%	9	・歴史・文化の継承が薄れていくことを危惧する。 ・住民として一緒に取り組むたい。 ・歴史・文化事業について、もっと県が旗を振ってほしい。	7
性の多様性を知ろう！みんなで虹色キャンペーン事業	LGBTをはじめ性の多様性を尊重する姿勢を表現するシンボルカラー虹色で、建物などをライトアップやイベントすることで、県民の皆さんに視覚的に「性の多様性」を知ってもらうとともに、啓発イベントを行うキャンペーンを実施します。	979	251	3.9%	10	・トランスジェンダー当事者です。職場では性を隠して過ごしていて非常に生きづらいです。外側からだけでもそういった知識が啓発されることを願います。 ・LGBT当事者です。これらをもっと理解、周知徹底が必要になって来ます。 ・虹色キャンペーンで個人の尊厳を大切に三重県になってほしいと切望する。	16
#SNSを活用したみえの魅力満載食材発信事業	InstagramやLINE等を活用して、三重県産食材を使用した料理コンテストを開催し、県産食材の魅力、ストーリー、利活用方法等を県内外に情報発信します。また、YouTube等動画配信サービスを活用して、調理方法や食材情報を動画配信し、県産食材の認知度向上や新たなメニュー化など利活用の可能性を広げること、世界で選ばれる三重県産農林水産品をめざします。	999	239	3.7%	11	・三重県の魅力食材のアピールは三重県観光などのアピールにも繋がり、内容次第では凄くいい事業になるのではないかと。 ・海産物アピールできる食材はたくさんあると思うので認知度を上げてもらいたい。	13
プロフェッショナルと行くみえ旅！育児男子の子育て日記プロジェクト事業	「忙しくて普段は育児に関われない父親の育児参画のきっかけとして、各界のプロフェッショナルの協力のもと、「子どもとこんなことがしたい！」という父親の夢が詰まった「父子体験バスツアー」を開催します。我が子と一緒に「夢の体験」を過ごすことを通じて、子どもとの向き合い方を見つめなおし、自身の育児参画イメージを入れることにつなげます。	863	206	3.2%	12	・育児男子という言葉はあるものの、実際に仕事と家庭の両立ができていない男の人も多い。そういった人の心を開きかけ作りになる事業と思った。 ・シングルファーザーとして育児をしている。色々な環境の父親がいるので、多様な内容の子育て支援を期待している。	19
「子ども条例ってなあに？」PR動画制作事業	小学生の子どもが、「三重県子ども条例」が謳(うた)う子どもの権利とはどういうものなのか、それを守るためにどうしたらよいかについて考えるきっかけとなるようなPR動画を制作します。制作した動画は、小学校の授業やホームルーム等で活用するほか、県庁への社会見学やイベント等、様々な機会を捉え広く活用していきます。	962	173	2.7%	13	・三重県の未来を託す子供達の多くは、自分達の権利について知らない子が多い。そして子供達を取り巻く大人達も同様知らない場合が多い。その弊害で子供達への虐待や生きづらさが生じている。そのために子ども条例について大人も子供も知ってもらわなければならないと思う。 ・子どもの権利保障を具現化するために、子ども条例の普及啓発を切に希望する。	15
住民参加型維持管理推進事業	県が管理する道路、河川、海岸、公園において、地域住民の皆さんが参加・協力して実施したい公共土木施設の維持管理の取組を更に広げていくために、事業に携わっていただいている団体にこれまでの活動に対する感謝状を贈呈し、活動の継続をお願いします。また、様々な団体と新たに参加いただけるよう、活動実績や住民参加の維持管理に関する制度等を幅広くPRするとともに、各団体の取組状況等を共有することで団体間の有機的な連携を育むことにより、より多くの県民の皆さんに参加いただける事業をめざします。	880	169	2.6%	14	・何でも行政に頼む傾向があるが、自分達で出来る簡単な工事をやる意識の高い団体には必要である。励みになる。 ・急に頼りきりでなく、自分の町は自分たちで守るの気概のある方が私の住んでいる街には多い。長年続けられている活動を評価し、広く知っていただくことは大きな動機付けになり、次の世代へとつなげるために必要な施策と思う。 ・自分の住む街を自ら美しく保とうとする機運、文化の醸成に役立つことが期待される。 ・県道や河川は、県の委託事業者しかできないと思っていた。県民が協力することで、支出を削減でき、自分たちのきれいな町にできる良い内容だと思う。	17
みえのささえびと事業	介護の仕事の魅力や魅力を広く発信するため、介護のプロとして県内で活躍する魅力的な介護職の方に取材・インタビューを行い、「みえのささえびと」としてウェブサイト上に記事を掲載します。	429	163	2.6%	15	・この事業により、介護職の魅力が発信され、介護職の人気の高まることを期待。 ・ウェブサイトに掲載するだけでなく、学校を訪問して講演して、これらに仕事に就く世代に向けて、その魅力を発信してほしい。	6
Mie One More Stay 推進事業	県内各地で開催される祭りや花火大会、スポーツ大会など大小さまざまなイベントと、地域の資源を活かした体験プログラムや宿泊プランを組み合わせることで、外国人観光客が、より多く、より長く三重県を訪れてくれるように、地域の関係者が連携・協力して取り組みます。	1,000	158	2.5%	16	・三重の活性化の為に県内外、外国から人が集まるイベントなど、是非行きたいと思うような事を実現してほしい。 ・地域資源として、「薪能・神楽舞」のような神秘的なもの、史跡、街並みの地域毎のライトアップ、屋形船でナイトクルーズのように夜間に楽しめるメニューを考えてみてはどうか。	16
三重のアスリート～強さの秘密～トークリレー事業	スポーツを通じて三重県を発信するため、東京2020オリンピック・パラリンピック終了後、東京・三重テラスにおいて、三重県ゆかりの有名アスリートらが、強いアスリートを生み出した三重県独自の食や文化など「三重の魅力」を語りトークイベントをリレー形式で繰り広げ、全国へ情報発信します。	949	156	2.4%	17	・三重の中小高の各スポーツで将来性のあるアスリートをピックアップして特集すると、2021年は団体もある子供達にも良い刺激になるのではと思う。 ・アスリートだけでなく、政財界で尽力をいただいた方の話も聞いてみたい。	9
Let's Think 消費生活！事業～Smartな消費者になろう～	令和4年4月から、成年年齢が「18歳」になります！！自分の意思で契約できる一方、若者を狙った消費者被害の拡大が懸念されます。高校生や大学生の皆さんが主体となり、同年代の若者に動画やトークセッションによる消費者啓発を行うなど、消費生活について考えます。	998	145	2.3%	18	・ちょうど子どもが対象年齢で、高校生3年生時に学校や家庭でどれだけ情報を伝えられるか不安。 ・最近では決済の方法でも色々な手段が増えており、正直ついていけない。リスクもありそうなので勉強するべき。 ・高校生の子もいる。しっかりしているようでも、まだまだ社会に怖い面がある事を知らない。トラブルに巻き込まれないように「知る機会」があるといい。	10
みん・聞くキャラバン事業	「若者が活躍できる三重・暮らし続けたい三重」をテーマに当事者である若者を中心にリアルな声を集めると同時に、各地で魅力ある地域づくりを実現している方々につなげる場を、県内5地域・東京で開催します。また、その様子をSNSで発信するとともに、いただいたアイデアを最終報告会で共有し、新たな地域活動につなげていきます。	899	142	2.2%	19	・若者、とくに中高生の意見を聞くことが、これからの地域づくりには欠かせないと思う。 ・地域活性に取り組みたい若者はいると思う(大学でそういうことに取り組んでいた等)。うまく発掘して、各地の地域づくりのプロにならしてほしい。	12
～知って、学んで、体験しよう！～三重とこわかポッチャーイベント展開事業	障がいや障がい者スポーツへの理解を深めるとともに、三重とこわか大会への関心を高めるため、小中学生、特別支援学校の児童生徒及び障害福祉サービス等指定事業所の利用者対象としたポッチャーの交流大会と普及啓発のための「とこわか出前講座(仮称)」を実施します。	499	113	1.8%	20	・障がい者、健常者共に隔たりなど一切ない世の中を強く願う。スポーツは万人にとって前向きに何事も取り組める発端になりうる。ポッチャーを通じて県民みなさんが笑顔で過ごせようと思う。 ・ラグビーW杯や東京五輪や三重とこわか国体・大会などによりスポーツへの関心が高まっている中で、性別や年齢、障害に関わらず楽しむことができるスポーツを通して、障害者の方への理解を深めるのは非常に有益。	13
合計			6,381	100.0%			443

採択