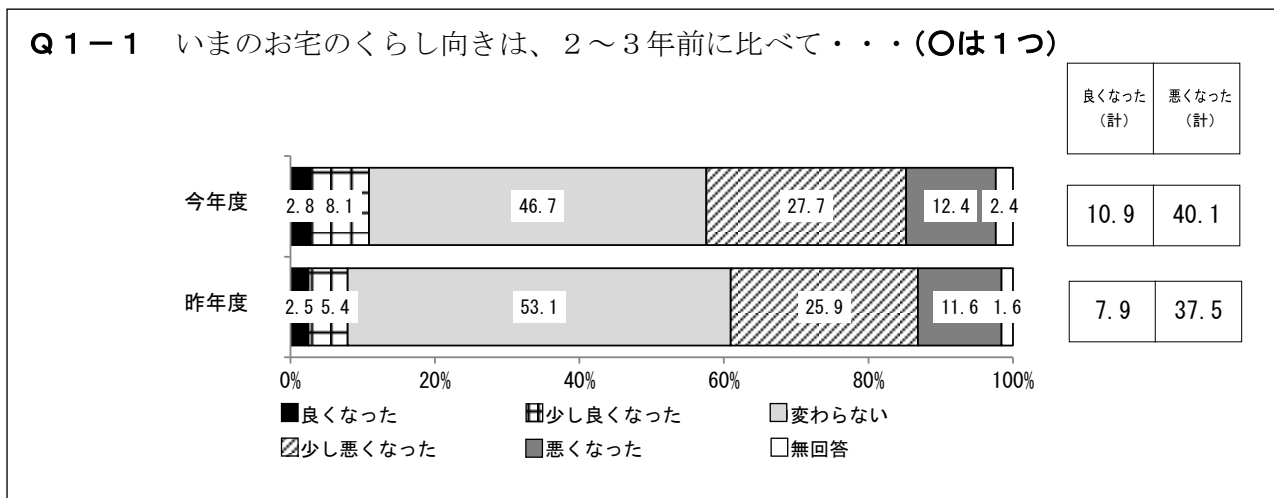


## Ⅱ. 調査結果

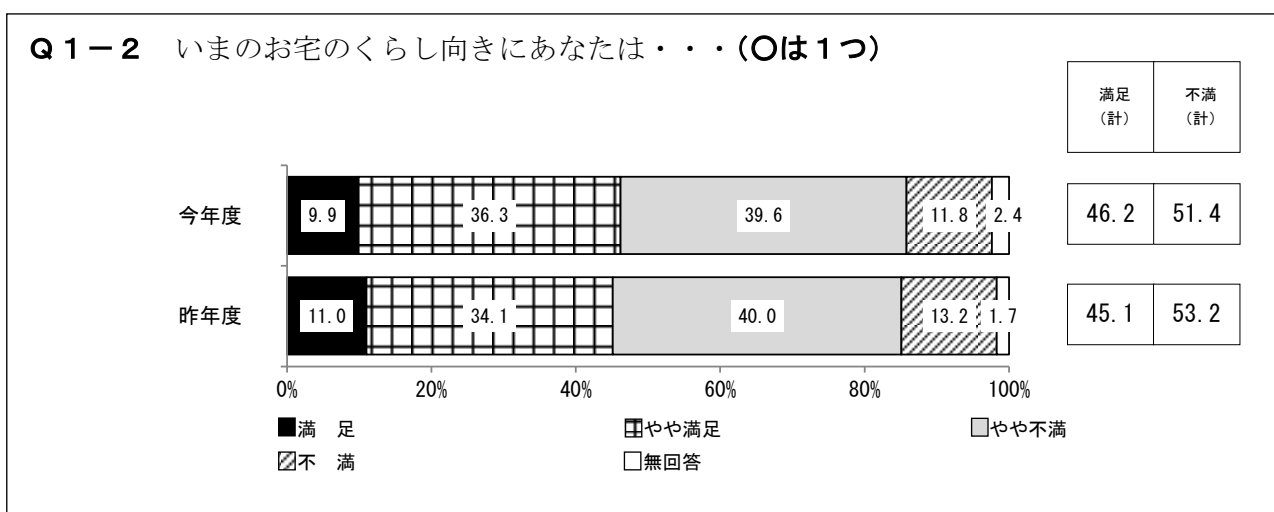
### 1. 県民の生活実感

#### 1-1. 暮らし向きの変化



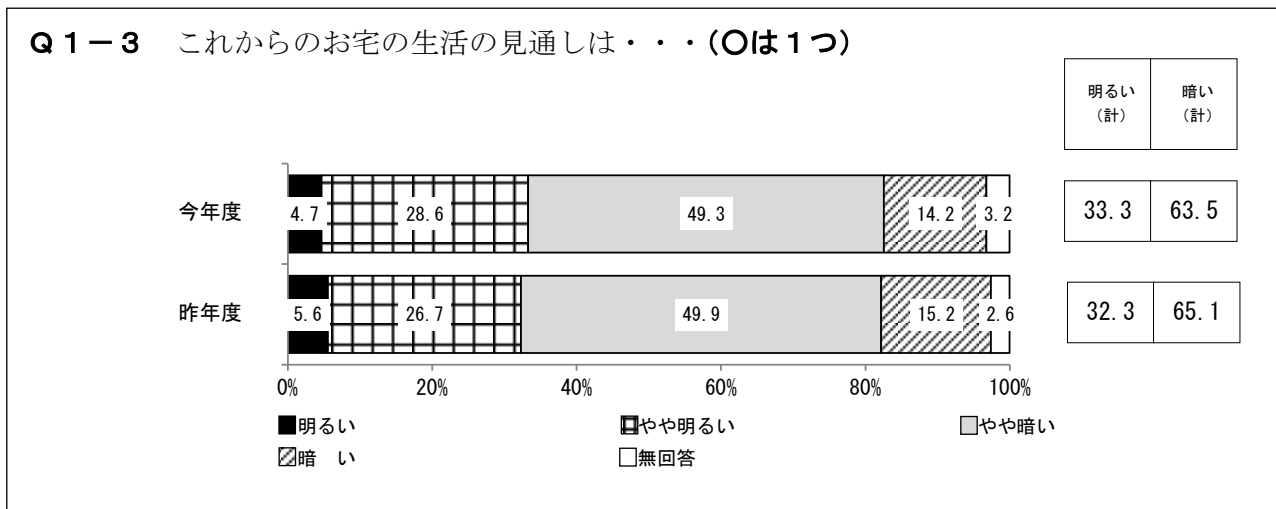
2～3年前に比べて暮らし向きは、「良くなった」と「少し良くなった」を合わせた『良くなった(計)』は10.9%、「悪くなった」と「少し悪くなった」を合わせた『悪くなった(計)』は40.1%となっているが、「変わらない」が46.7%と最も高くなっている。昨年度と比較すると、「変わらない」は6.4ポイント低下し、『良くなった(計)』は3.0ポイント上昇、『悪くなった(計)』は2.6ポイント上昇している。

#### 1-2. 暮らしの満足度



現在の暮らし向きに関する満足度は、「満足」と「やや満足」を合わせた『満足(計)』は46.2%、「不満」と「やや不満」を合わせた『不満(計)』は51.4%となっている。昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

1-3. 今後の生活の見通し



今後の生活の見通しは、「明るい」と「やや明るい」を合わせた『明るい (計)』は 33.3%、「暗い」と「やや暗い」を合わせた『暗い (計)』は 63.5%と、暗い展望が上回っている。昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

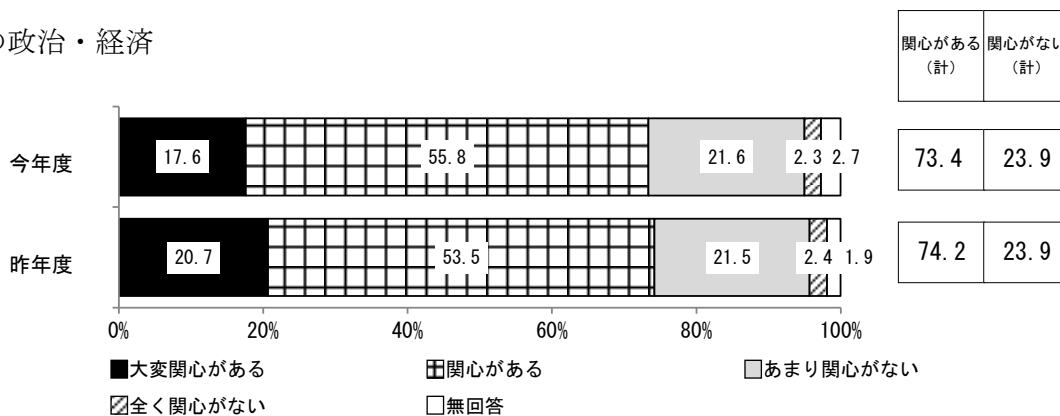
## 2. 政治や経済への関心

### 2-1. 国の政治や経済への関心

**Q2** あなたは、国や県、市町の政治・経済についてどの程度関心がありますか。

(○はそれぞれ1つずつ)

(A) 国の政治・経済



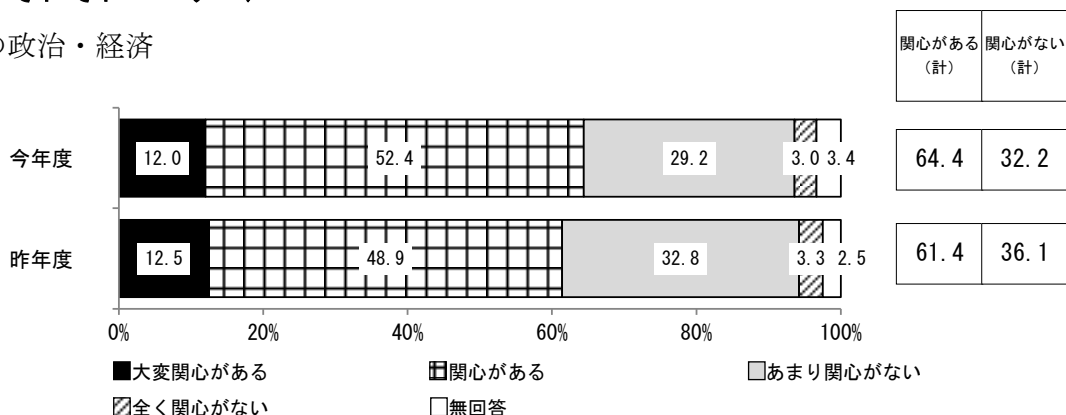
国の政治・経済に対する関心度は、「大変関心がある」と「関心がある」を合わせた『関心がある(計)』は73.4%、「全く関心がない」と「あまり関心がない」を合わせた『関心がない(計)』は23.9%と、関心を持つ人の割合が高くなっている。昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

2-2. 県の政治や経済への関心

Q2 あなたは、国や県、市町の政治・経済についてどの程度関心がありますか。

(○はそれぞれ1つつ)

(B) 県の政治・経済



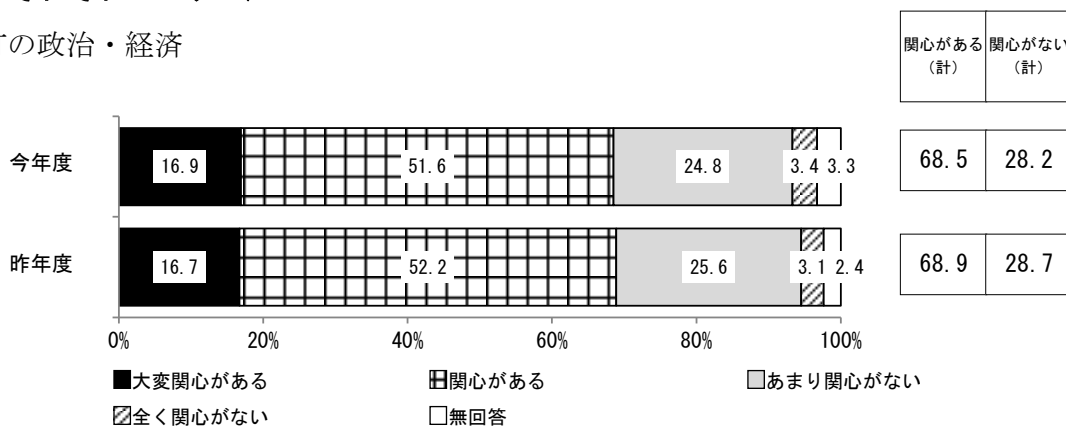
県の政治・経済に対する関心度は、「大変関心がある」と「関心がある」を合わせた『関心がある(計)』は64.4%、「全く関心がない」と「あまり関心がない」を合わせた『関心がない(計)』は32.2%と、関心を持つ人の割合が高くなっている。昨年度と比較すると、『関心がある(計)』は3.0ポイント上昇、『関心がない(計)』は3.9ポイント低下している。

2-3. 市町の政治や経済への関心

Q2 あなたは、国や県、市町の政治・経済についてどの程度関心がありますか。

(○はそれぞれ1つつ)

(C) 市町の政治・経済

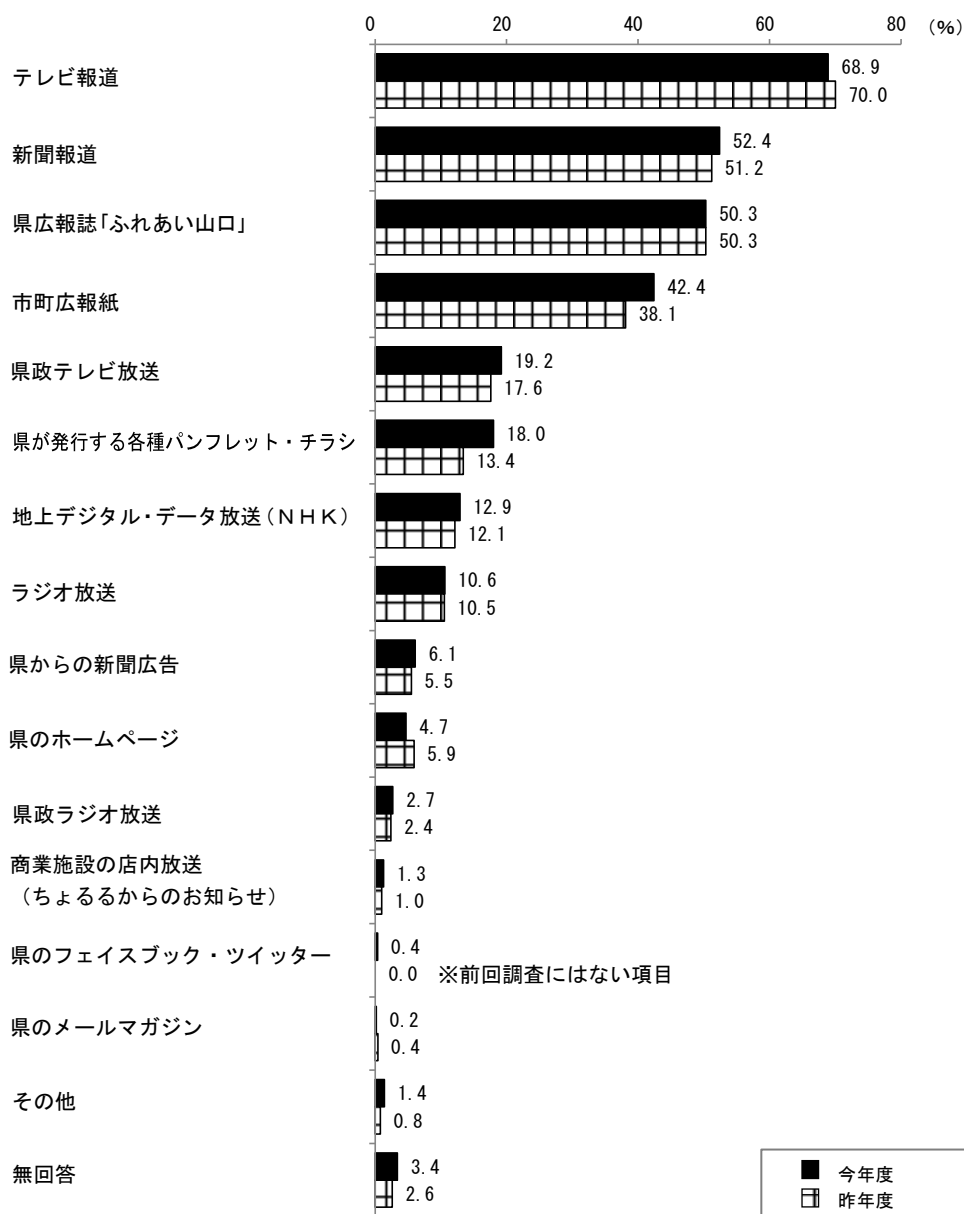


市町の政治・経済に対する関心度は、「大変関心がある」と「関心がある」を合わせた『関心がある(計)』は68.5%、「全く関心がない」と「あまり関心がない」を合わせた『関心がない(計)』は28.2%と、関心を持つ人の割合が高くなっている。昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

### 3. 県の行っている広報

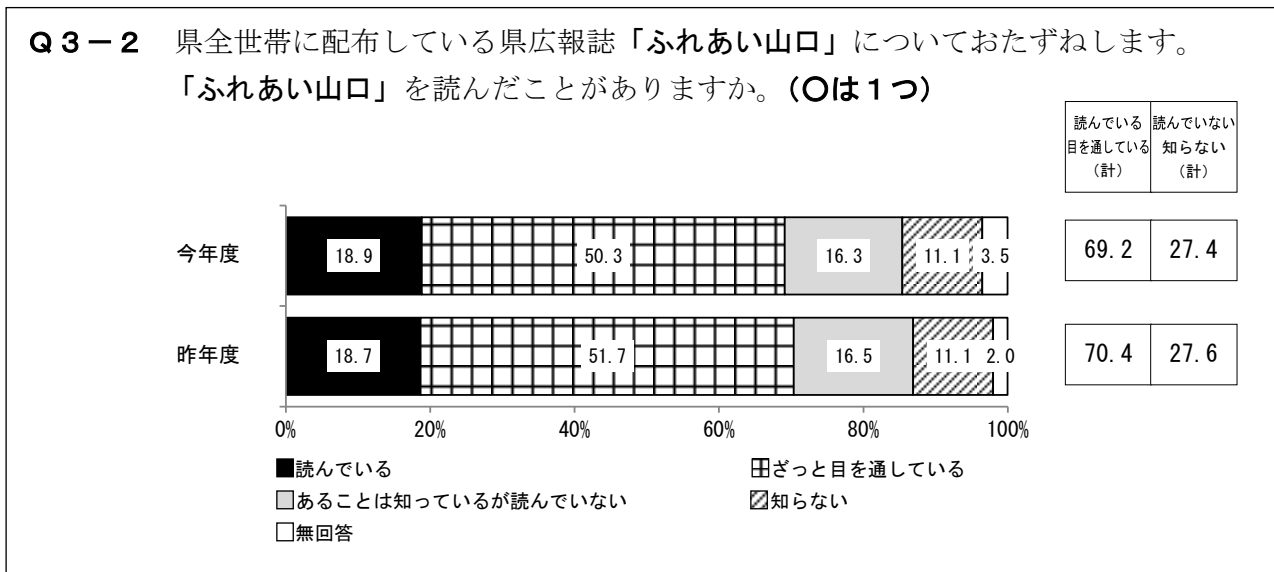
#### 3-1. 県の仕事の認知媒体

**Q3-1** あなたは日頃、県が行っている仕事などの県政情報を何によって知ることが多いですか。(〇はいくつでも)



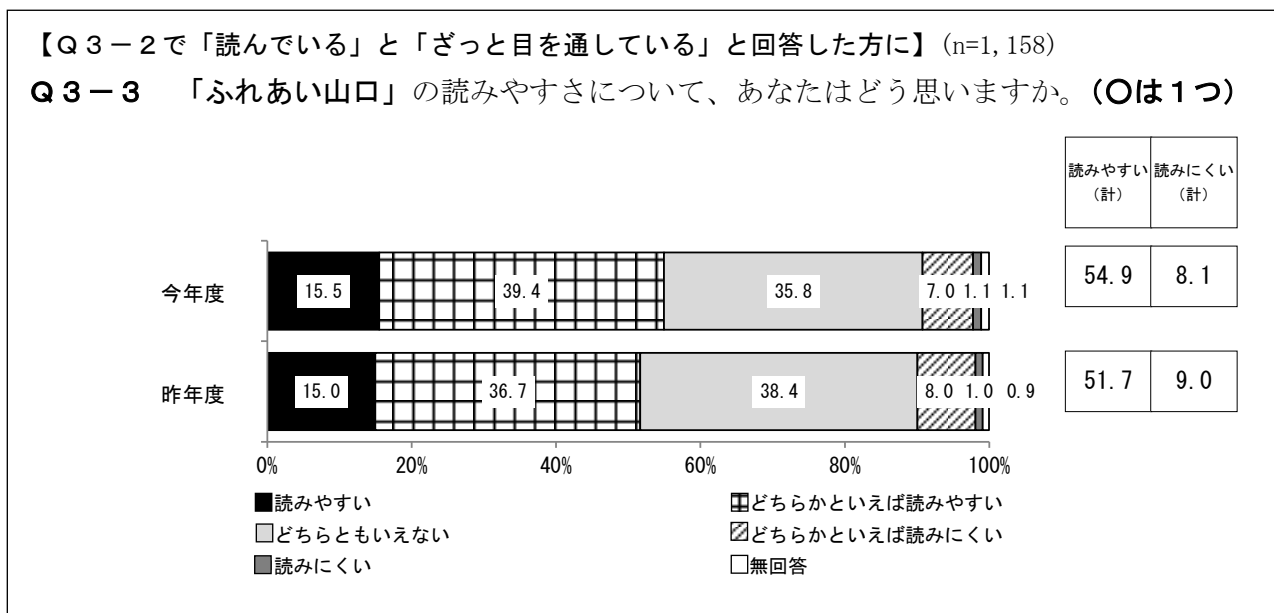
県の仕事の認知媒体としては、「テレビ報道」(68.9%)、「新聞報道」(52.4%)、「県広報誌『ふれあい山口』」(50.3%)が高く、次いで「市町広報紙」(42.4%)、「県政テレビ放送」(19.2%)、「県が発行する各種パンフレット・チラシ」(18.0%)、「地上デジタル・データ放送(NHK)」(12.9%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「県が発行する各種パンフレット・チラシ」は4.6ポイント上昇、「市町広報紙」は4.3ポイント上昇している。

3-2. 「ふれあい山口」の閲読状況



県広報誌「ふれあい山口」の閲読状況は、「読んでいる」と「ざっと目を通している」を合わせた『読んでいる・目を通している (計)』は69.2%、「あることは知っているが読んでいない」と「知らない」を合わせた『読んでいない・知らない (計)』は27.4%となっている。昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

3-3. 「ふれあい山口」の内容に対する評価



Q3-2で「ふれあい山口」を「読んでいる」と「ざっと目を通している」と回答された方に、「ふれあい山口」の読みやすさに対する評価について質問すると、「読みやすい」と「どちらかといえば読みやすい」を合わせた『読みやすい (計)』は54.9%、「読みにくい」と「どちらかといえば読みにくい」を合わせた『読みにくい (計)』は8.1%となっている。昨年度と比較すると、『読みやすい (計)』は3.2ポイント上昇している。

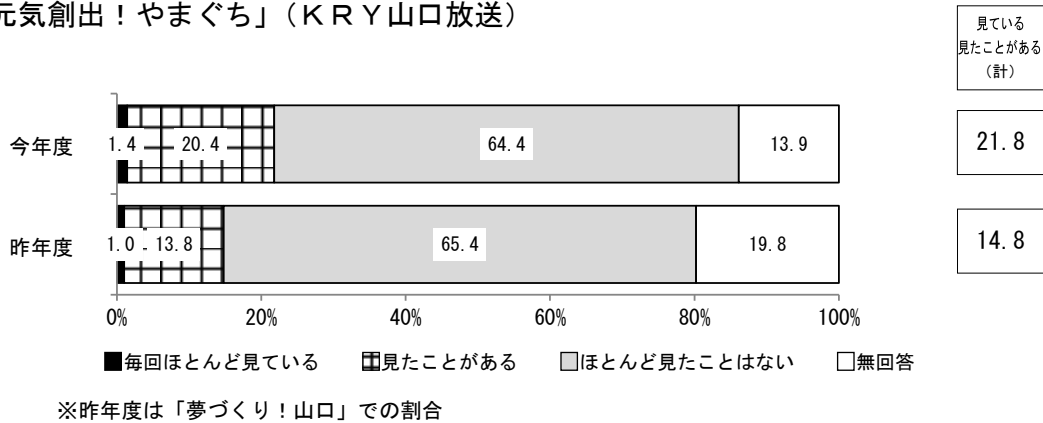
3-4. 各テレビ番組・各ラジオ番組の視聴（聴取）状況

Q3-4 県が提供しているテレビ・ラジオの県政番組についておたずねします。

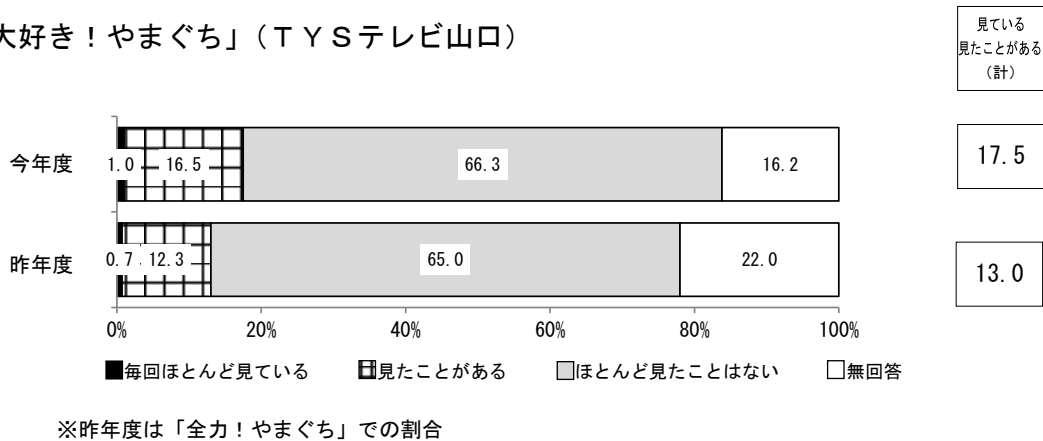
(1) 次の番組を視聴（または聴取）されたことがありますか。

1、2、3から選んでください。(○はそれぞれ1つつつ)

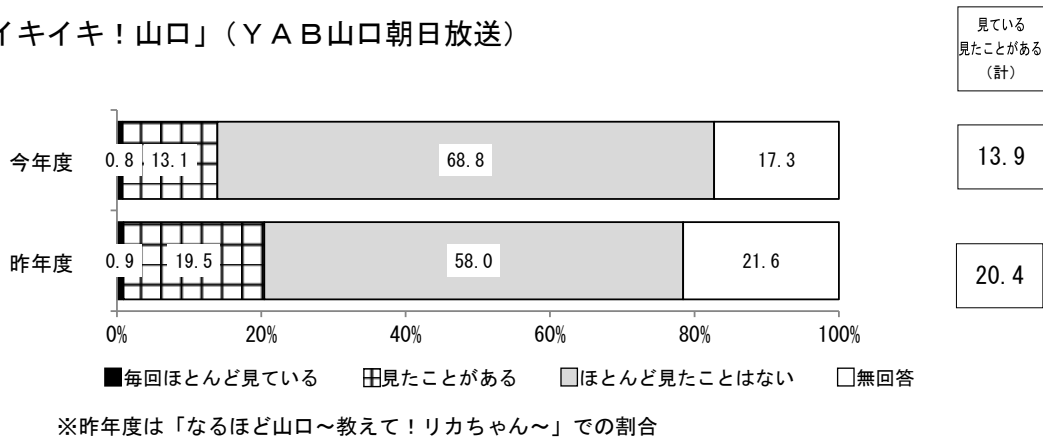
(ア)「元気創出！やまぐち」(KRY山口放送)



(イ)「大好き！やまぐち」(TYSテレビ山口)

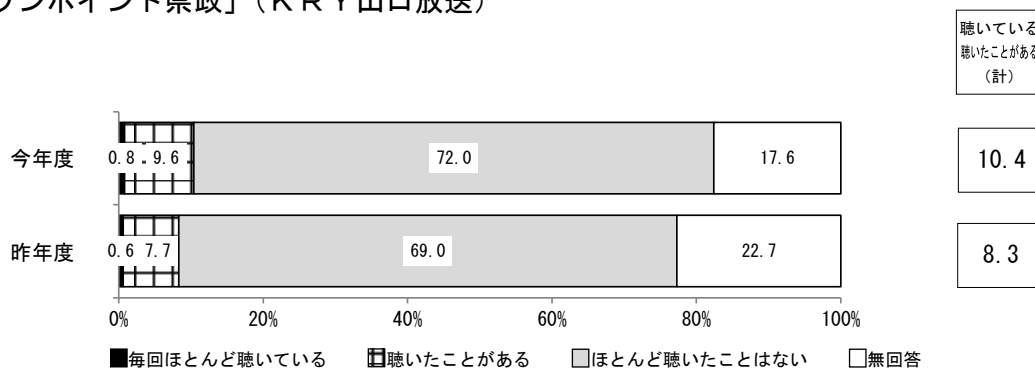


(ウ)「イキイキ！山口」(YAB山口朝日放送)

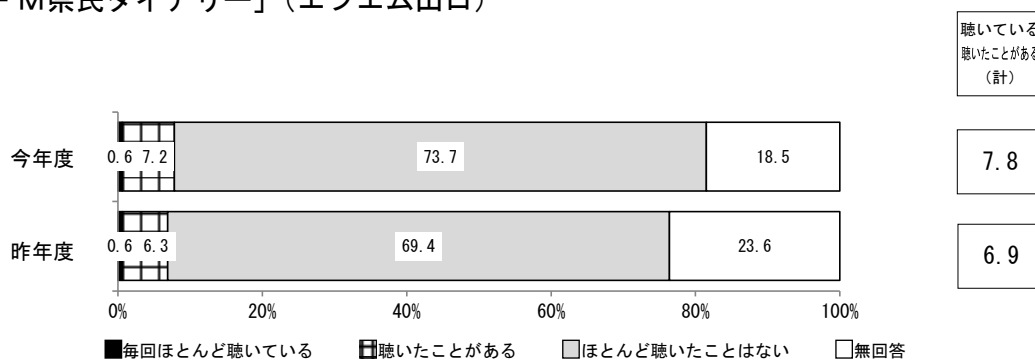


県が提供している県政テレビ番組の視聴状況について、「毎回ほとんど見ている」と「見たことがある」を合わせた『見ている・見たことがある (計)』は「元気創出！やまぐち」では21.8%、「大好き！やまぐち」では17.5%、「イキイキ！山口」では13.9%となっている。

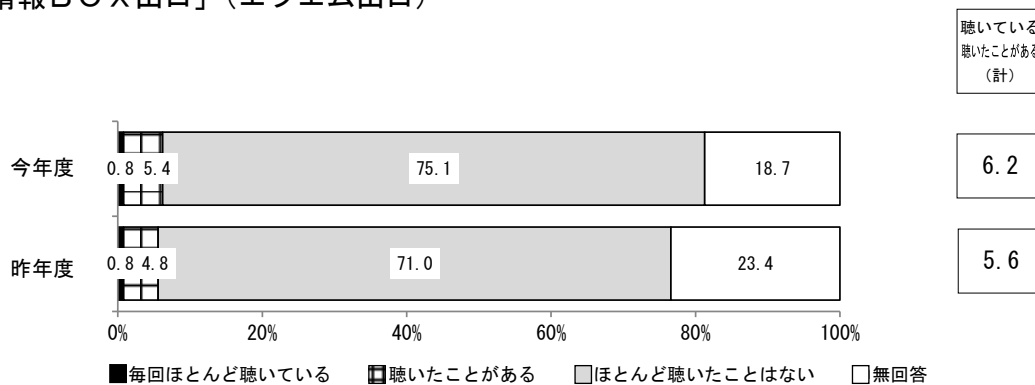
(エ) 「ワンポイント県政」(KRY山口放送)



(オ) 「FM県民ダイアリー」(エフエム山口)



(カ) 「情報BOX山口」(エフエム山口)



県が提供している県政ラジオ番組の聴取状況について、「毎回ほとんど聴いている」と「聴いたことがある」を合わせた『聴いている・聴いたことがある (計)』は、すべての番組でやや上昇している。

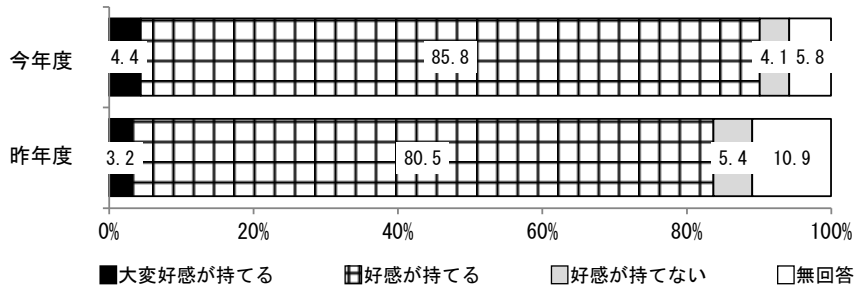


3-5. 各テレビ番組・各ラジオ番組の印象

Q3-4 県が提供しているテレビ・ラジオの県政番組についておたずねします。

(2) 視聴（または聴取）されたことがある場合は、その番組の印象を4、5、6から選んでください。（〇はそれぞれ1つつ）

(ア) 「元気創出！やまぐち」（KRY山口放送）（n=365）

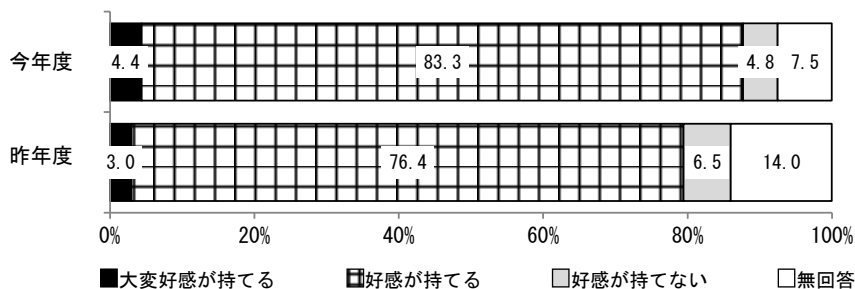


好感が  
持てる  
(計)  
90.2

83.7

※昨年度は「夢づくり！山口」での割合

(イ) 「大好き！やまぐち」（TYSテレビ山口）（n=293）

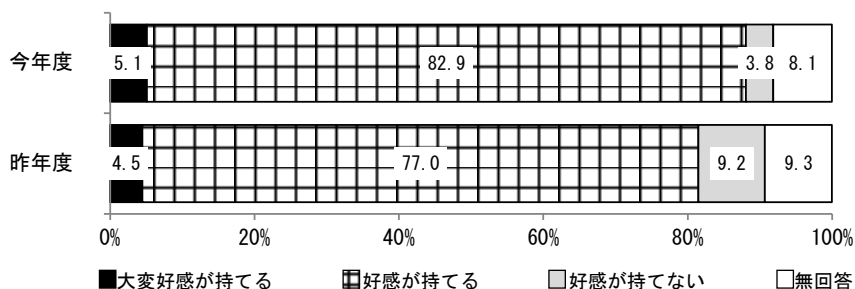


好感が  
持てる  
(計)  
87.7

79.4

※昨年度は「全力！やまぐち」での割合

(ウ) 「イキイキ！山口」（YAB山口朝日放送）（n=234）



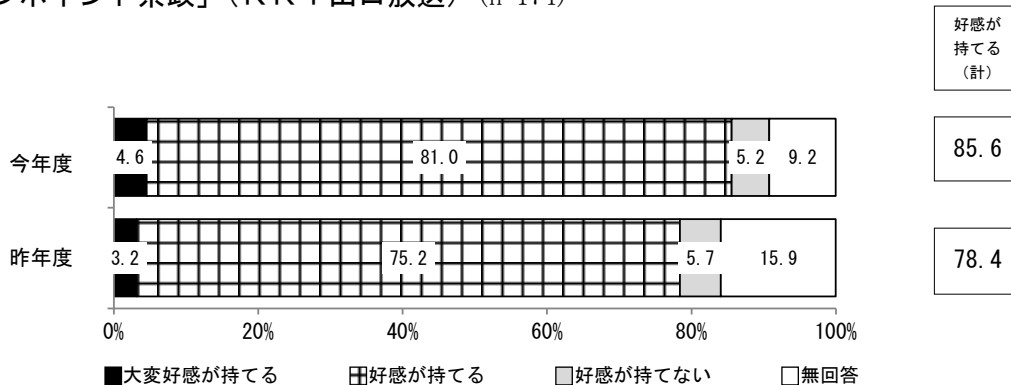
好感が  
持てる  
(計)  
88.0

81.5

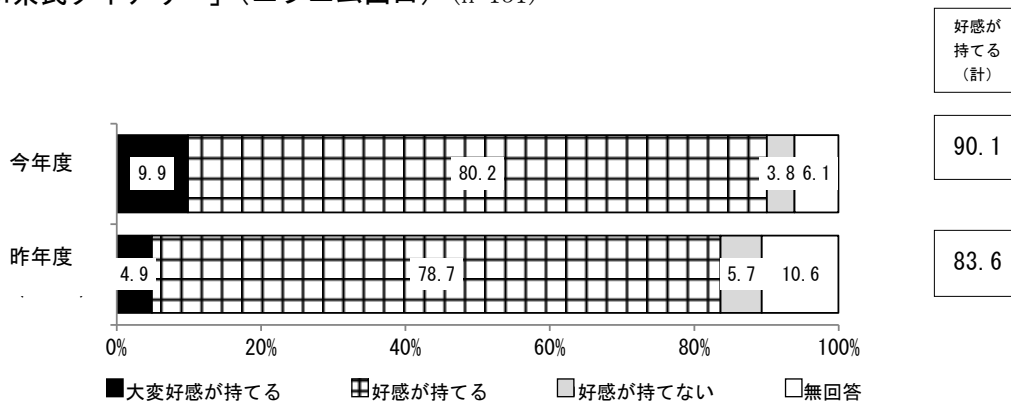
※昨年度は「なるほど山口～教えて！リカちゃん～」での割合

県が提供している県政テレビ番組の各番組の印象について、「大変好感が持てる」と「好感が持てる」を合わせた『好感が持てる（計）』は9割前後となっており、昨年度と比較すると、すべての番組で好感度は上昇している。

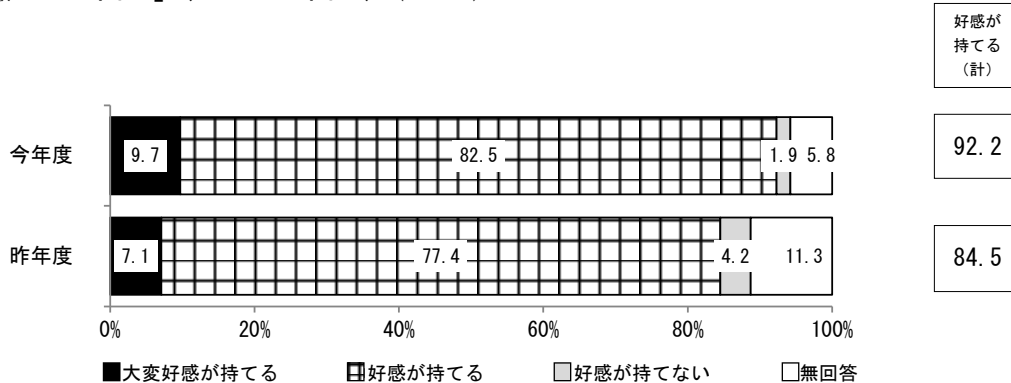
(エ) 「ワンポイント県政」(KRY山口放送) (n=174)



(オ) 「FM県民ダイアリー」(エフエム山口) (n=131)

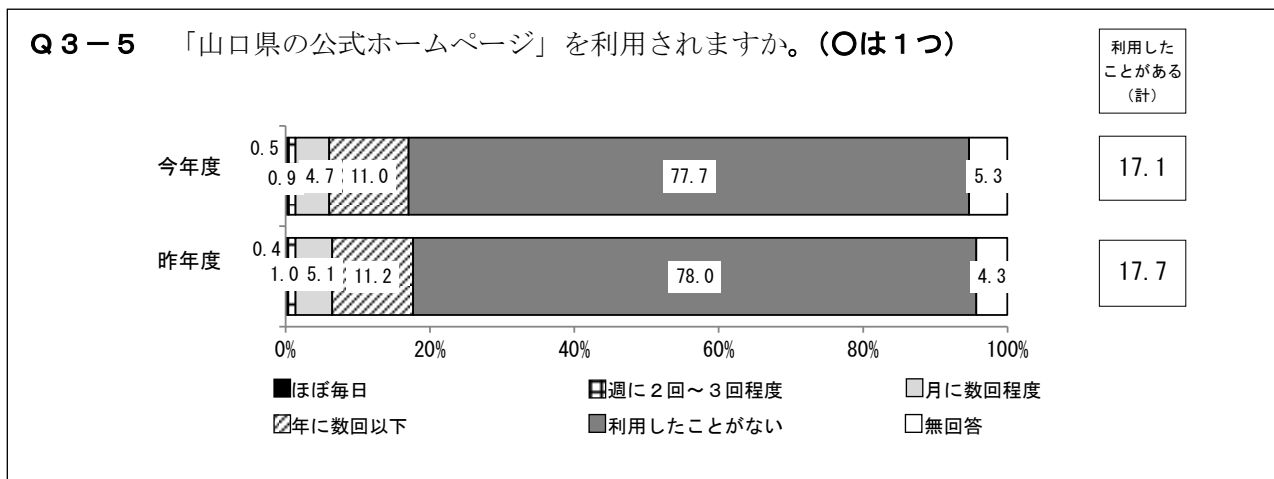


(カ) 「情報BOX山口」(エフエム山口) (n=103)



県が提供している県政ラジオ番組の各番組の印象について、「大変好感が持てる」と「好感が持てる」を合わせた『好感が持てる (計)』は、9割前後となっている。昨年度と比較すると、すべての番組で好感度は上昇している。

3-6. 「山口県の公式ホームページ」の利用頻度



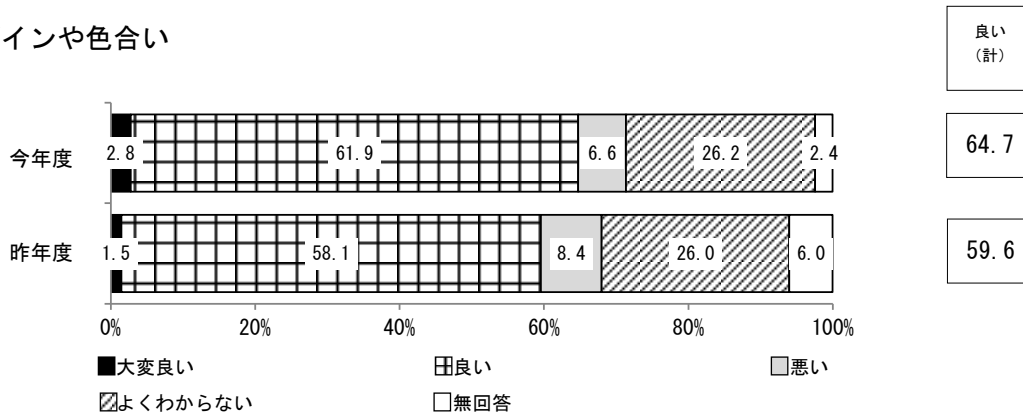
「山口県の公式ホームページ」の利用頻度について、「ほぼ毎日」、「週に2回～3回程度」、「月に数回程度」、「年に数回以下」を合わせた『利用したことがある(計)』は17.1%、「利用したことがない」は77.7%となっている。昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

3-7. 「山口県の公式ホームページ」の印象

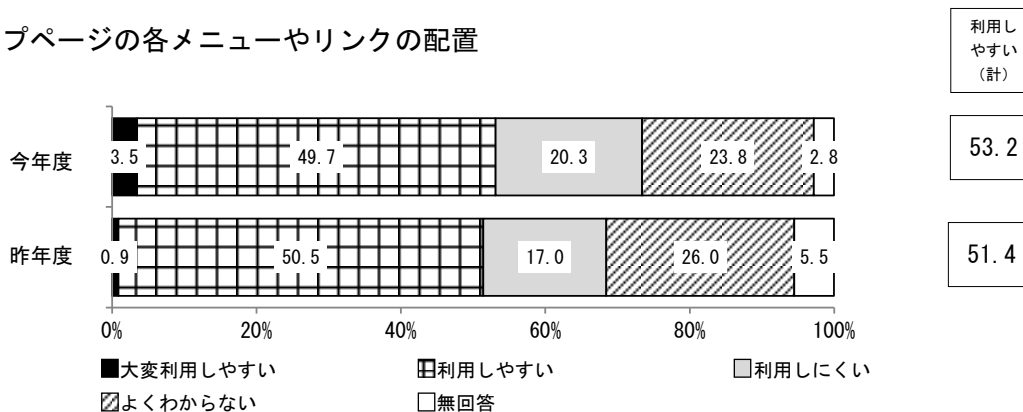
【Q3-5で利用したことがあると回答した方に】(n=286)

**Q3-6 「山口県の公式ホームページ」を利用してみての印象を選んでください。(〇はそれぞれ1つずつ)**

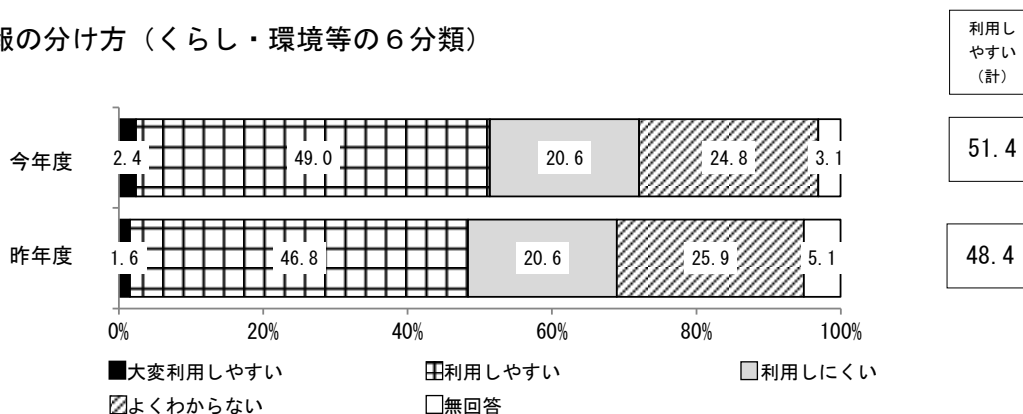
(1) デザインや色合い



(2) トップページ各メニューやリンクの配置



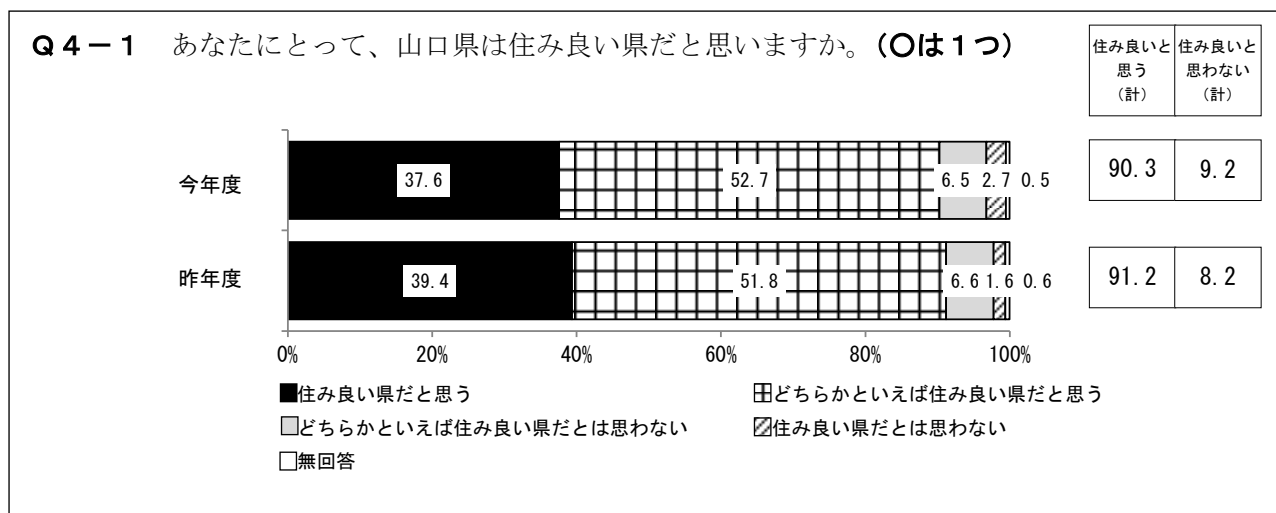
(3) 情報の分け方(くらし・環境等の6分類)



「山口県の公式ホームページ」の印象について、デザインや色合いは、「大変良い」と「良い」を合わせた『良い(計)』は64.7%、「悪い」は6.6%となっている。トップページの各メニューやリンクの配置は、「大変利用しやすい」と「利用しやすい」を合わせた『利用しやすい(計)』は53.2%、「利用しにくい」は20.3%となっている。情報の分け方(くらし・環境等の6分類)は、「大変利用しやすい」と「利用しやすい」を合わせた『利用しやすい(計)』は51.4%、「利用しにくい」は20.6%となっている。いずれの項目についても好評価の回答の割合が高くなっている。

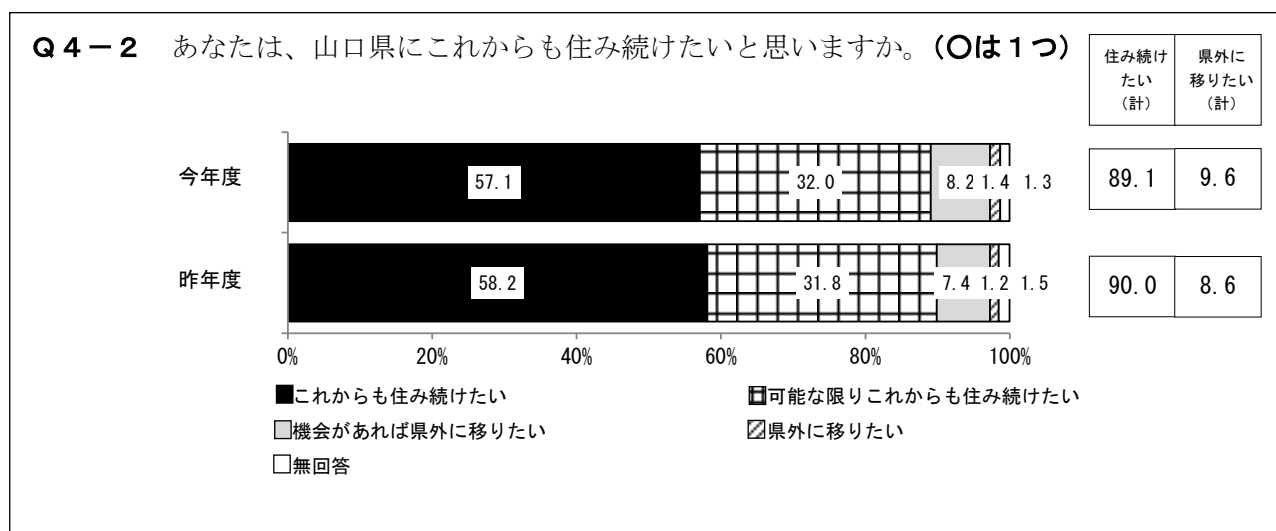
## 4. 県の取組に対する実感

### 4-1. 山口県の住み良さ



山口県の住み良さについて、「住み良い県だと思う」と「どちらかといえば住み良い県だと思う」を合わせた『住み良いと思う (計)』は90.3%、「住み良い県だとは思わない」と「どちらかといえば住み良い県だとは思わない」を合わせた『住み良いと思わない (計)』は9.2%となっており、昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

### 4-2. 今後の山口県への居住意向

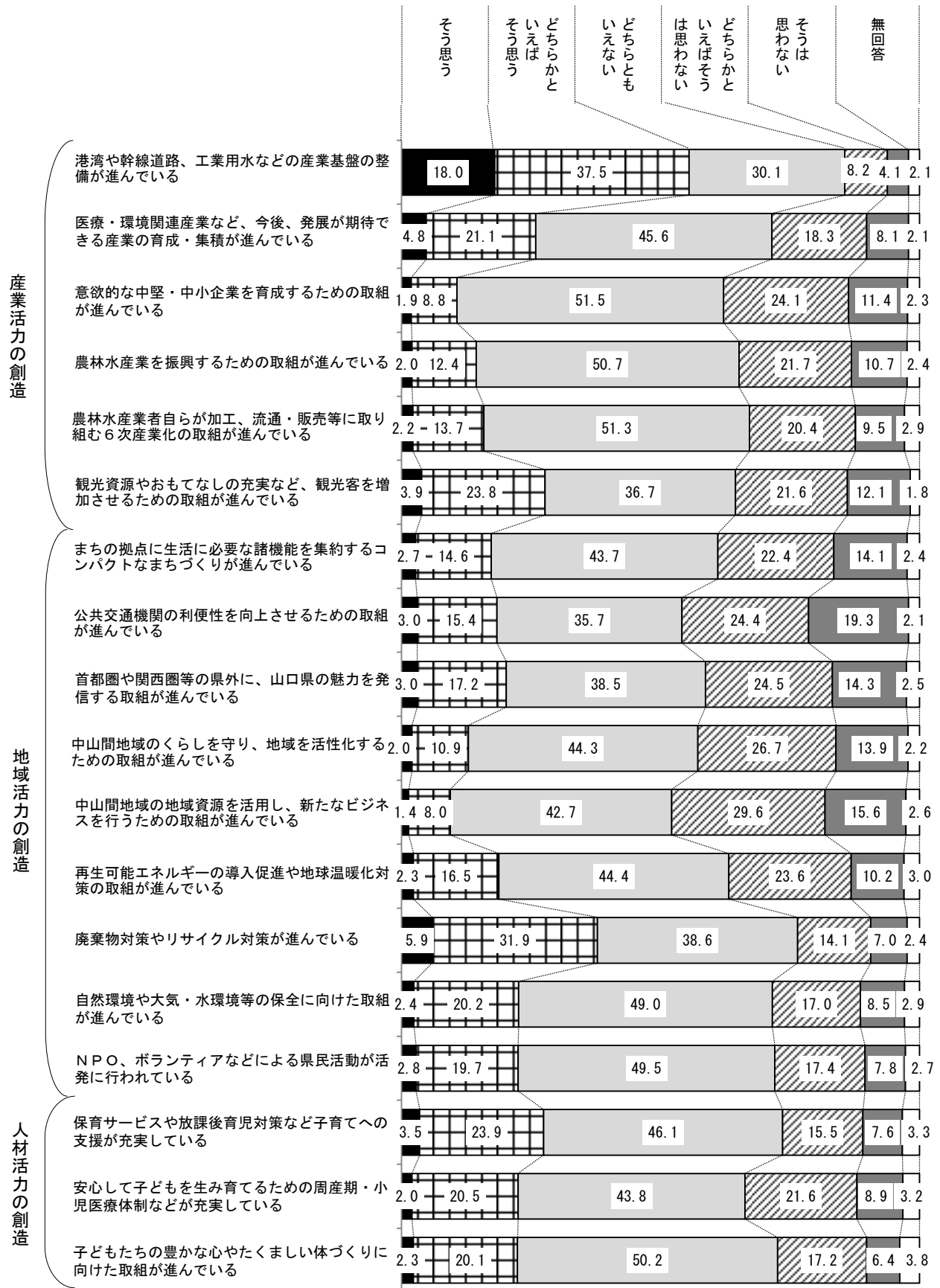


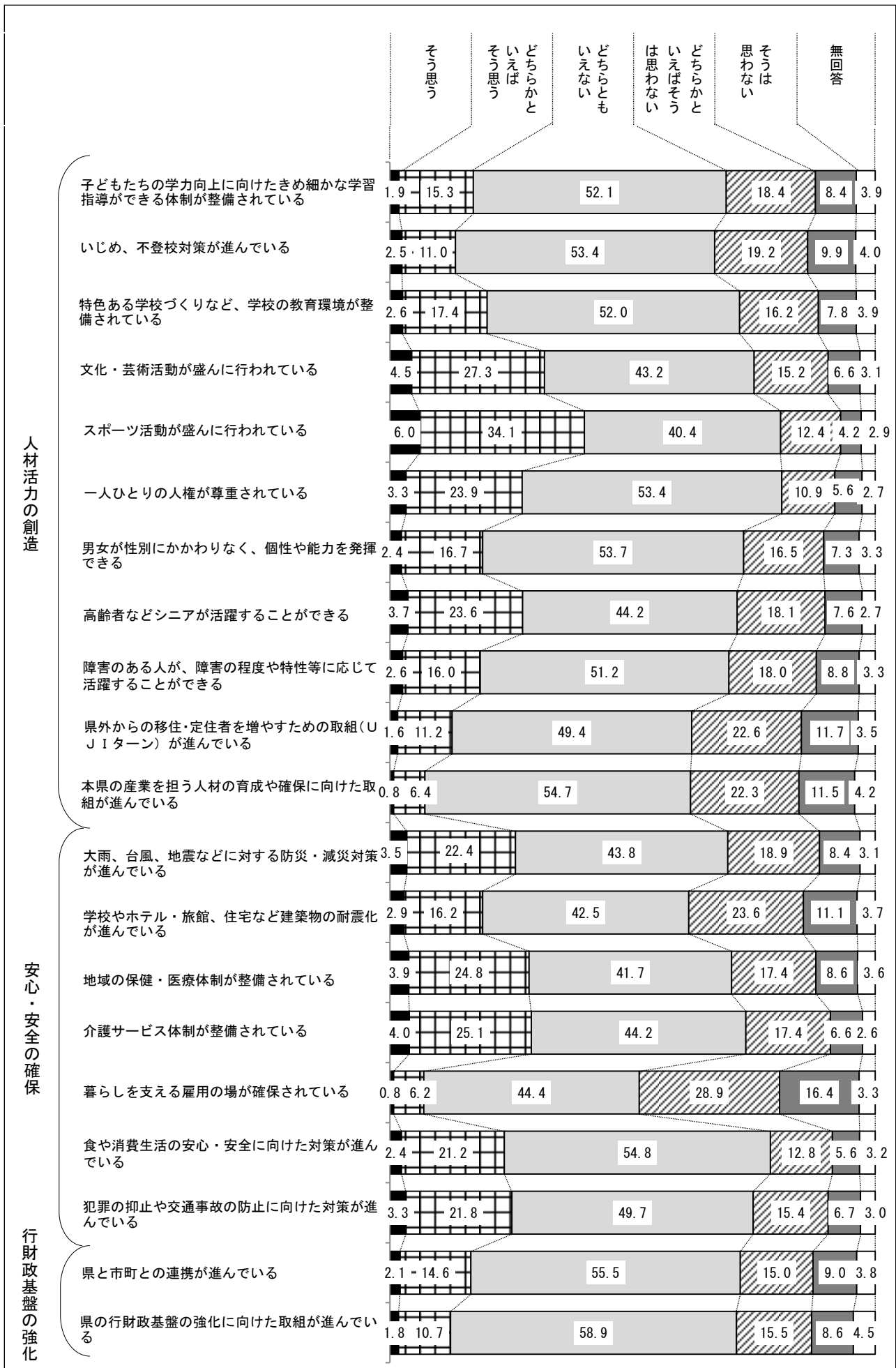
今後の山口県への居住意向について、「これからも住み続けたい」と「可能な限りこれからも住み続けたい」を合わせた『住み続けたい (計)』は89.1%、「県外に移りたい」と「機会があれば県外に移りたい」を合わせた『県外に移りたい (計)』は9.6%となっており、昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

4-3. 県の取組に対する実感

Q4-3 次の各項目におけるあなたの実感についておたずねします。

いずれか1つを○で囲んでください。(○はそれぞれ1つずつ)





県の取組に対する実感について、「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」を合わせた『思う(計)』の割合は、【産業活力の創造】分野の、「港湾や幹線道路、工業用水などの産業基盤の整備が進んでいる」(55.5%)、【人材活力の創造】分野の、「スポーツ活動が盛んに行われている」(40.1%)で4割を超えている。

反対に、「そうは思わない」と「どちらかといえばそうは思わない」を合わせた『思わない(計)』の割合は、【安心・安全の確保】分野の、「暮らしを支える雇用の場が確保されている」(45.3%)、【地域活力の創造】分野の、「中山間地域の地域資源を活用し、新たなビジネスを行うための取組が進んでいる」(45.2%)、「公共交通機関の利便性を向上させるための取組が進んでいる」(43.7%)、「中山間地域の暮らしを守り、地域を活性化するための取組が進んでいる」(40.6%)で4割を超えている。



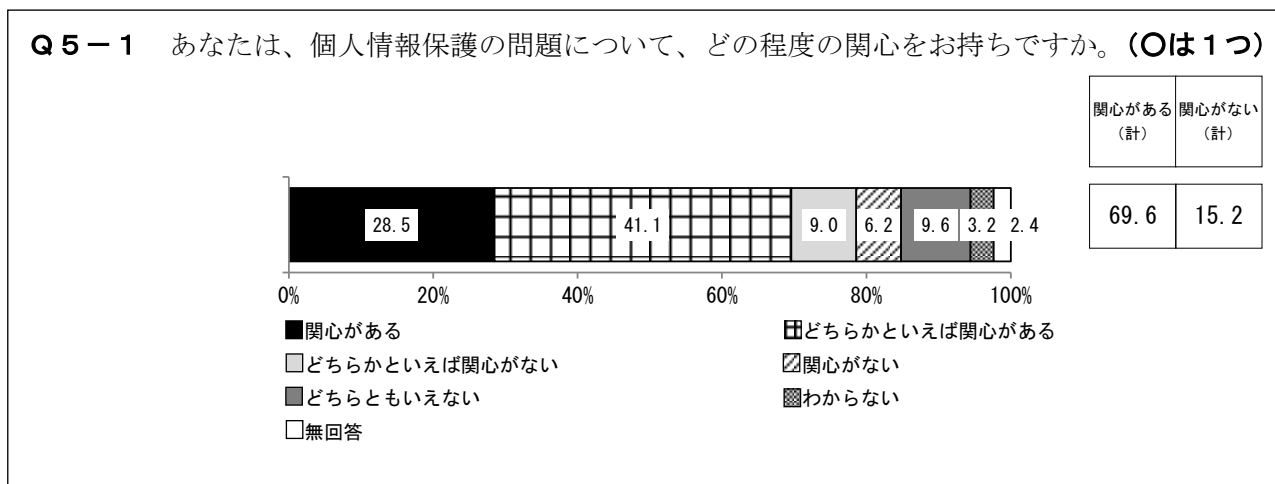
### ＜県の取組に対する実感上位10項目＞

【思う】の割合が高いもの （「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計）		
	分野	割合
港湾や幹線道路、工業用水などの産業基盤の整備が進んでいる	産業活力の創造	55.5%
スポーツ活動が盛んに行われている	人材活力の創造	40.1%
廃棄物対策やリサイクル対策が進んでいる	地域活力の創造	37.8%
文化・芸術活動が盛んに行われている	人材活力の創造	31.8%
介護サービス体制が整備されている	安心・安全の確保	29.1%
地域の保健・医療体制が整備されている	安心・安全の確保	28.7%
観光資源やおもてなしの充実など、観光客を増加させるための取組が進んでいる	産業活力の創造	27.7%
保育サービスや放課後育児対策など子育てへの支援が充実している	人材活力の創造	27.4%
高齢者などシニアが活躍することができる	人材活力の創造	27.3%
一人ひとりの人権が尊重されている	人材活力の創造	27.2%

【思わない】の割合が高いもの （「そうは思わない」と「どちらかといえばそうは思わない」の合計）		
	分野	割合
暮らしを支える雇用の場が確保されている	安心・安全の確保	45.3%
中山間地域の地域資源を活用し、新たなビジネスを行うための取組が進んでいる	地域活力の創造	45.2%
公共交通機関の利便性を向上させるための取組が進んでいる	地域活力の創造	43.7%
中山間地域の暮らしを守り、地域を活性化するための取組が進んでいる	地域活力の創造	40.6%
首都圏や関西圏等の県外に、山口県の魅力を発信する取組が進んでいる	地域活力の創造	38.8%
まちの拠点に生活に必要な諸機能を集約するコンパクトなまちづくりが進んでいる	地域活力の創造	36.5%
意欲的な中堅・中小企業を育成するための取組が進んでいる	産業活力の創造	35.5%
学校やホテル・旅館、住宅など建築物の耐震化が進んでいる	安心・安全の確保	34.7%
県外からの移住・定住者を増やすための取組（UJIターン）が進んでいる	人材活力の創造	34.3%
再生可能エネルギーの導入促進や地球温暖化対策の取組が進んでいる	地域活力の創造	33.8%
本県の産業を担う人材の育成や確保に向けた取組が進んでいる	人材活力の創造	33.8%

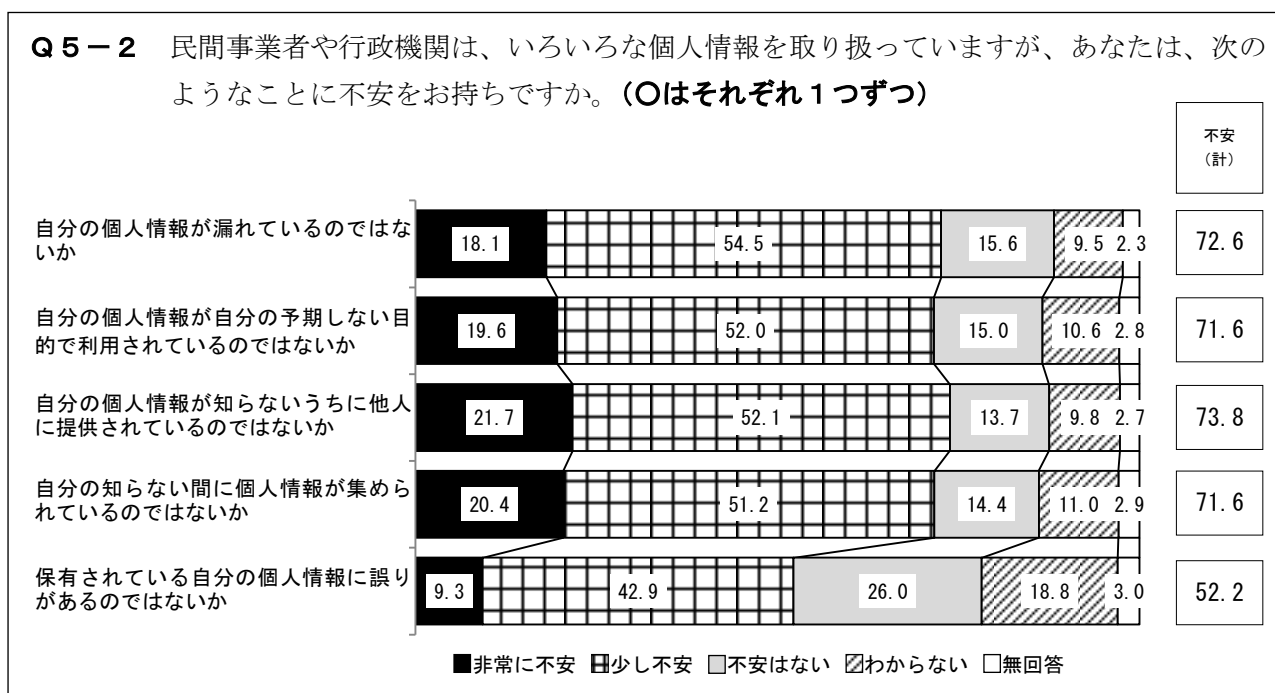
## 5. 個人情報保護

### 5-1. 個人情報保護の問題への関心



個人情報保護の問題への関心について、「関心がある」と「どちらかといえば関心がある」を合わせた『関心がある (計)』は69.6%、「関心がない」と「どちらかといえば関心がない」を合わせた『関心がない (計)』は15.2%となっている。

### 5-2. 個人情報に対する不安

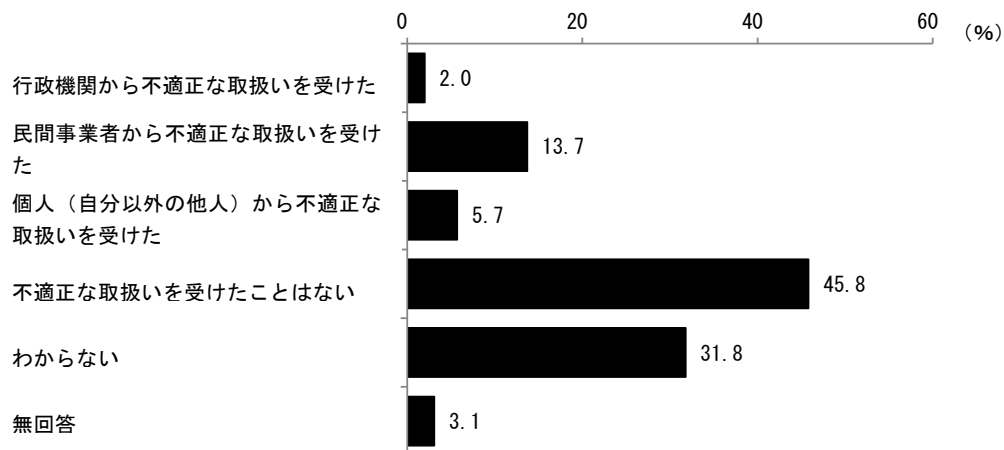


個人情報に対する不安について、「非常に不安」と「少し不安」を合わせた『不安 (計)』は「自分の個人情報が知らないうちに他人に提供されているのではないか」が73.8%と最も高く、次いで「自分の個人情報が漏れているのではないか」(72.6%)、「自分の知らない間に個人情報が集められているのではないか」(71.6%)、「自分の個人情報が自分の予期しない目的で利用されているのではないか」(71.6%) がそれぞれ7割台と高くなっている。

## 5-3. 個人情報を不適正に取り扱われた経験の有無

**Q5-3** あなたは、最近、自分の個人情報が漏れた、同意していないのに他人に提供されたといったように、自分の個人情報を不適正に取り扱われたと感じたことはありますか。

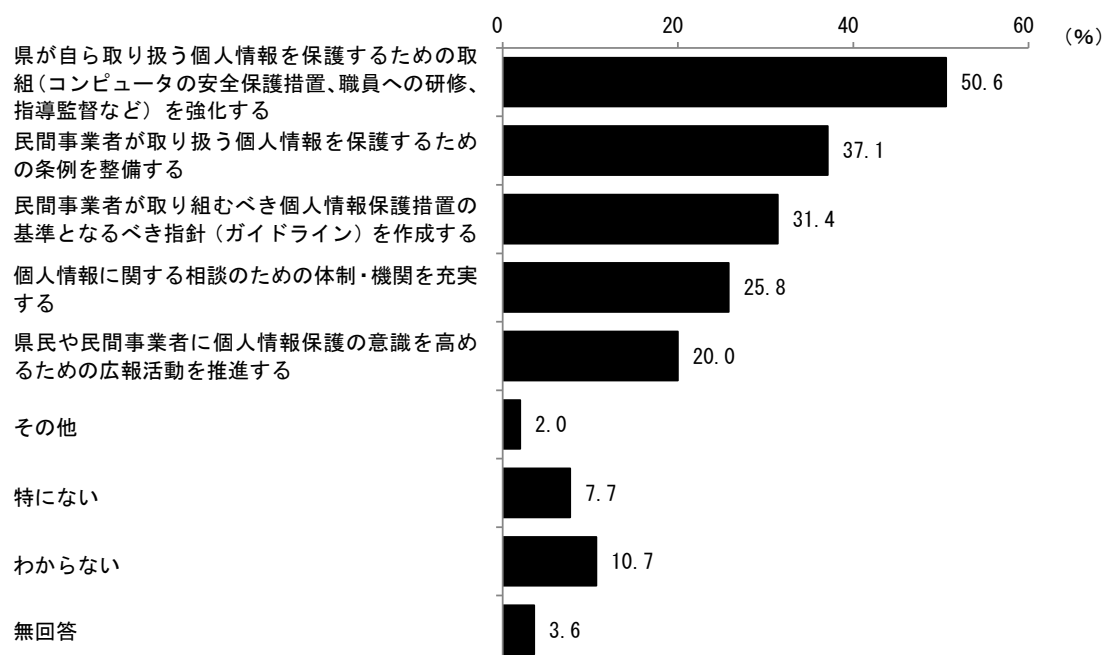
(〇はいくつでも)



個人情報を不適正に取り扱われた経験の有無について、「不適正な取扱いを受けたことはない」が45.8%と最も多いが、不適正な取扱いを受けたと感じたという回答としては、「民間事業者から不適正な取扱いを受けた」は13.7%、「個人（自分以外の他人）から不適正な取扱いを受けた」が5.7%、「行政機関から不適正な取扱いを受けた」は2.0%となっている。

## 5-4. 今後、県が取り組むべき個人情報保護対策

Q5-4 あなたは、今後、県が取り組むべき個人情報保護対策として、どのようなことに力を入れていけばよいと思いますか。(〇はいくつでも)



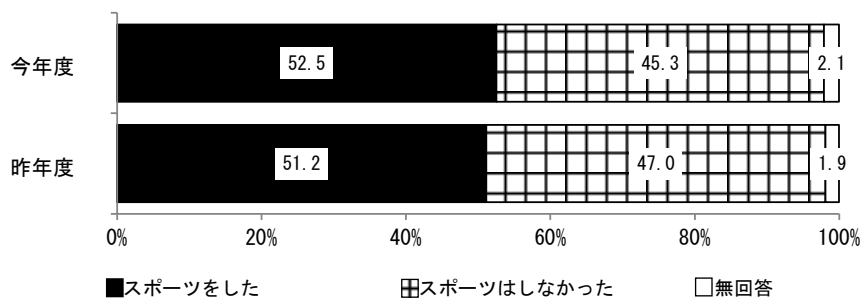
今後、県が取り組むべき個人情報保護対策について、「県が自ら取り扱う個人情報を保護するための取組(コンピュータの安全保護措置、職員への研修、指導監督など)を強化する」が50.6%と最も高く、次いで「民間事業者が取り扱う個人情報を保護するための条例を整備する」(37.1%)、「民間事業者が取り組むべき個人情報保護措置の基準となるべき指針(ガイドライン)を作成する」(31.4%)などの順となっている。

## 6. スポーツ活動の実施状況

### 6-1. 過去1年間でのスポーツ実施状況

**Q6-1** あなたは、過去1年間に、スポーツを行いましたか。(○は1つ)

※「スポーツ」：陸上競技・水泳・野球・サッカー等の他、グラウンドゴルフ・インディアカ等のレクリエーションスポーツ、ハイキング・釣り等の野外活動及びウォーキング・軽い体操を含みます。

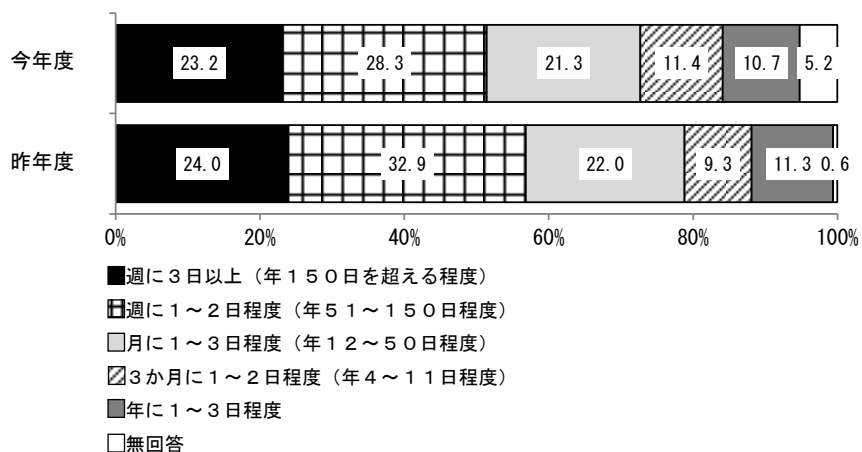


過去1年間でのスポーツ実施状況について、「スポーツをした」は52.5%、「スポーツはしなかった」は45.3%となっている。

### 6-2. スポーツ実施頻度

【Q6-1で「スポーツをした」と回答した方に】(n=880)

**Q6-2** どれくらいの頻度でスポーツを行いましたか。(○は1つ)

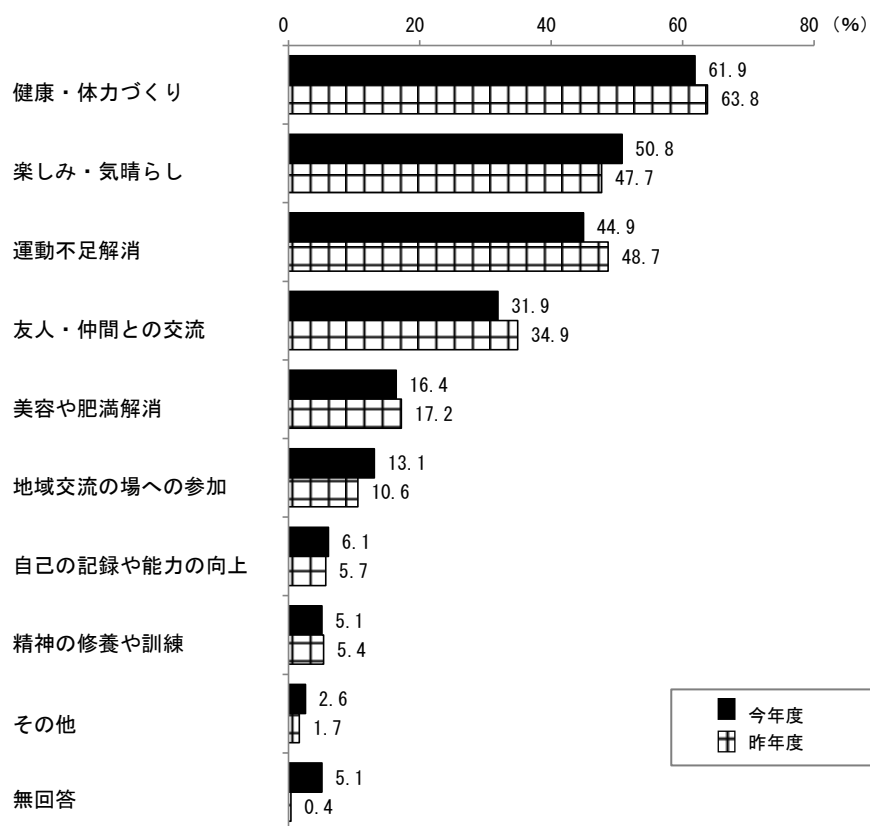


Q6-1で「スポーツをした」と回答された方に、スポーツ実施頻度について質問すると、「週に1~2日程度 (年51~150日程度)」が28.3%と最も高く、次いで「週に3日以上 (年150日を超える程度)」(23.2%)、「月に1~3日程度 (年12~50日程度)」(21.3%)などの順となっている。

6-3. スポーツを行った理由

【Q6-1で「スポーツをした」と回答した方に】(n=880)

Q6-3 スポーツを行った理由は何ですか。(〇はいくつでも)

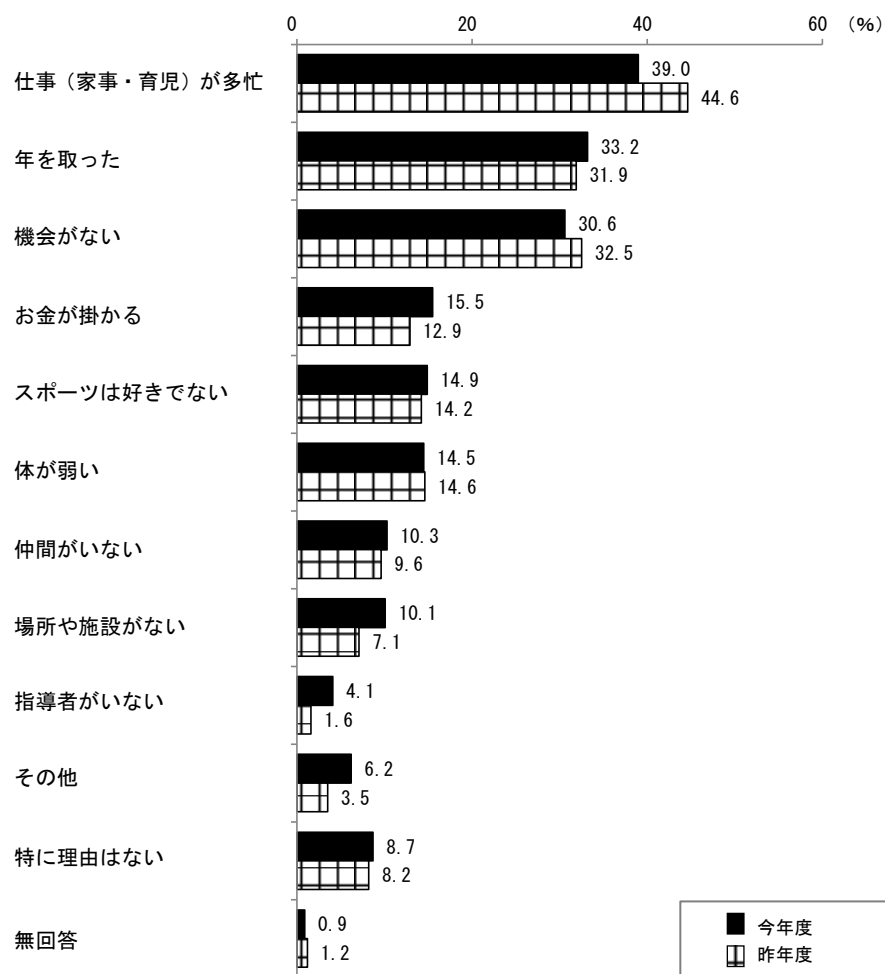


Q6-1で「スポーツをした」と回答された方に、スポーツを行った理由について質問すると、「健康・体づくり」が61.9%と最も高く、次いで「楽しみ・気晴らし」(50.8%)、「運動不足解消」(44.9%)、「友人・仲間との交流」(31.9%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「運動不足解消」は3.8ポイント低下している。

6-4. スポーツを行わなかった理由

【Q6-1で「スポーツはしなかった」と回答した方に】(n=759)

Q6-4 スポーツを行わなかった理由は何ですか。(〇はいくつでも)

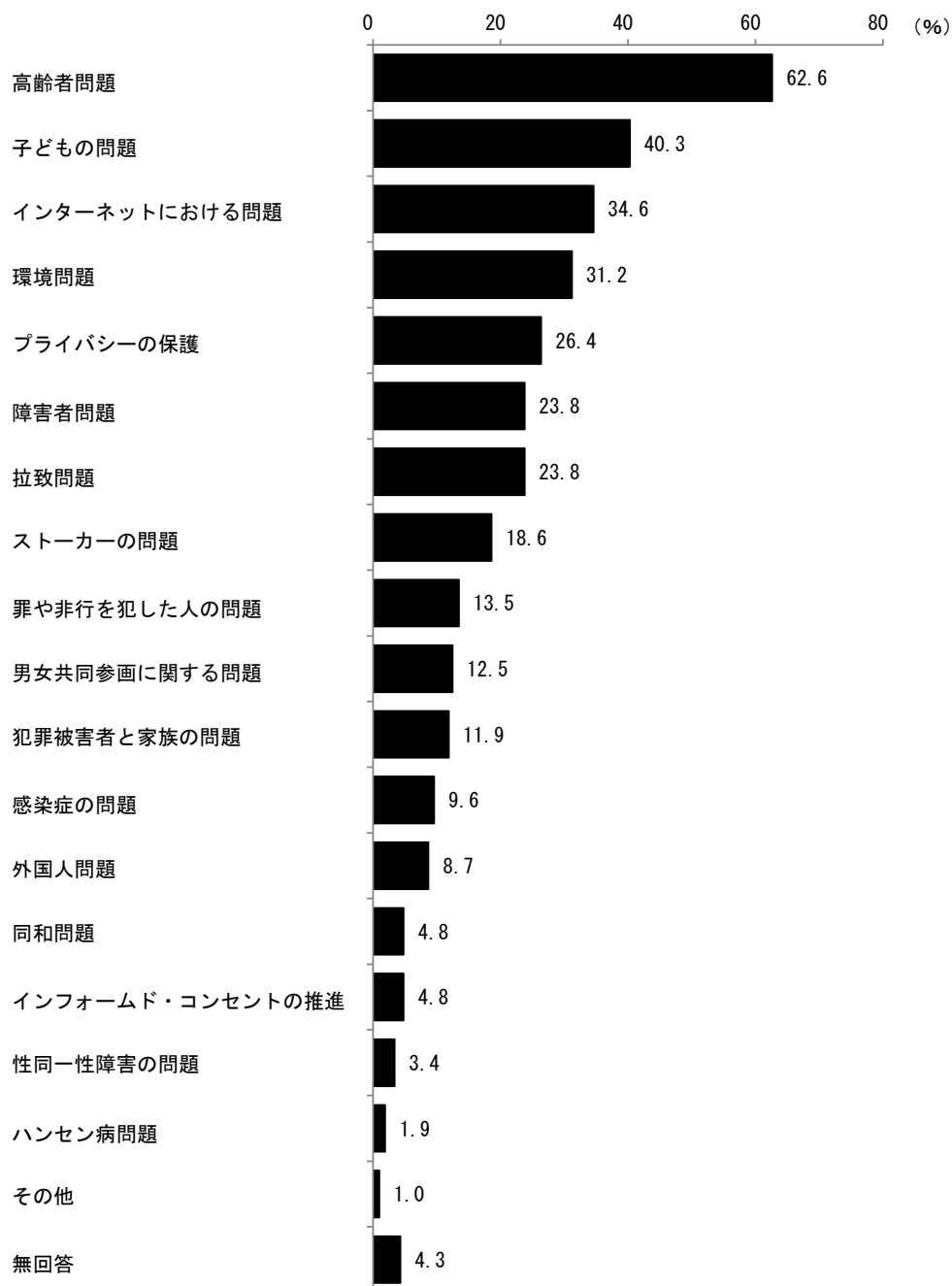


Q6-1で「スポーツはしなかった」と回答された方に、スポーツを行わなかった理由について質問すると、「仕事(家事・育児)が多忙」が39.0%と最も高く、次いで「年を取った」(33.2%)、「機会がない」(30.6%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「仕事(家事・育児)が多忙」は5.6ポイント低下、「場所や施設がない」は3.0ポイント上昇している。

## 7. 関心がある人権問題

## 7-1. 関心がある人権問題

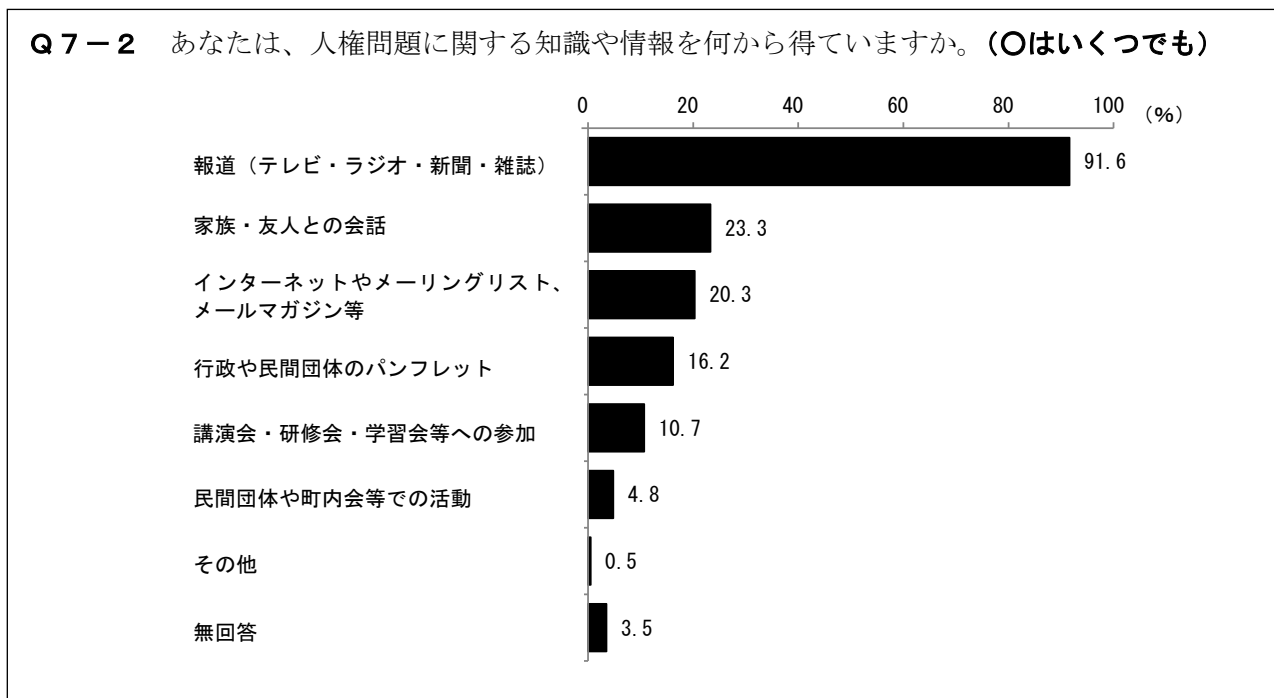
Q7-1 あなたは、現在どのような人権問題に関心をお持ちですか。(〇はいくつでも)



関心がある人権問題について、「高齢者問題」が62.6%と最も高く、次いで「子どもの問題」(40.3%)、「インターネットにおける問題」(34.6%)、「環境問題」(31.2%)などの順となっている。

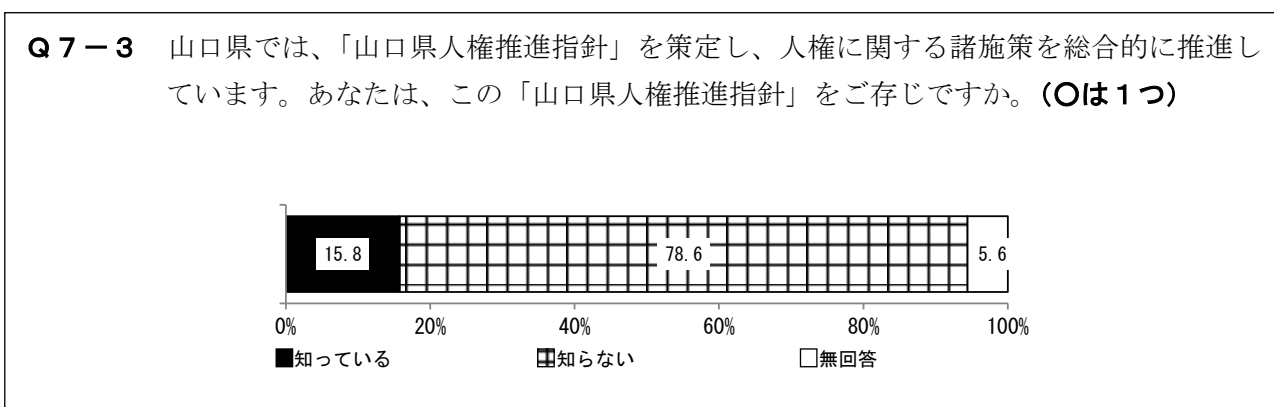


7-2. 人権問題に関する知識や情報の入手媒体



人権問題に関する知識や情報の入手媒体について、「報道 (テレビ・ラジオ・新聞・雑誌)」が 91.6% と最も高く、次いで「家族・友人との会話」(23.3%)、「インターネットやメーリングリスト、メールマガジン等」(20.3%) などの順となっている。

7-3. 「山口県人権推進指針」の認知状況

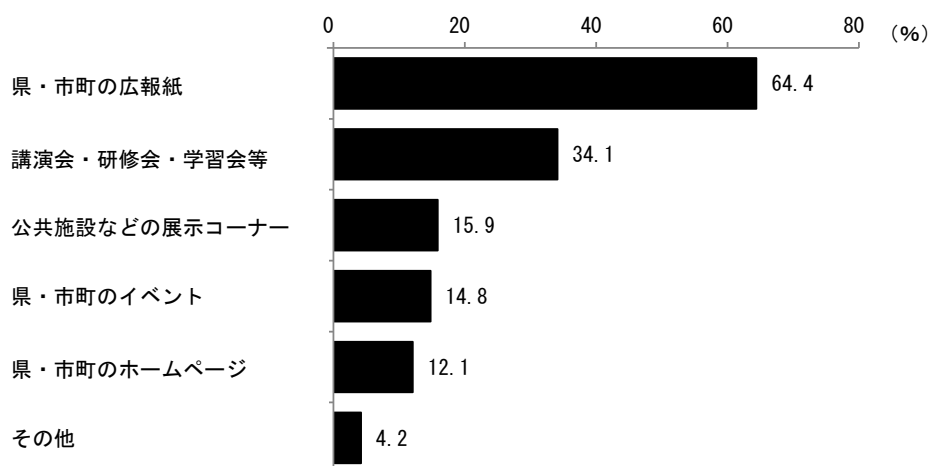


「山口県人権推進指針」の認知状況について、「知っている」が15.8%、「知らない」が78.6%となっている。

## 7-4. 「山口県人権推進指針」の認知媒体

【Q7-3で「知っている」と回答した方に】(n=264)

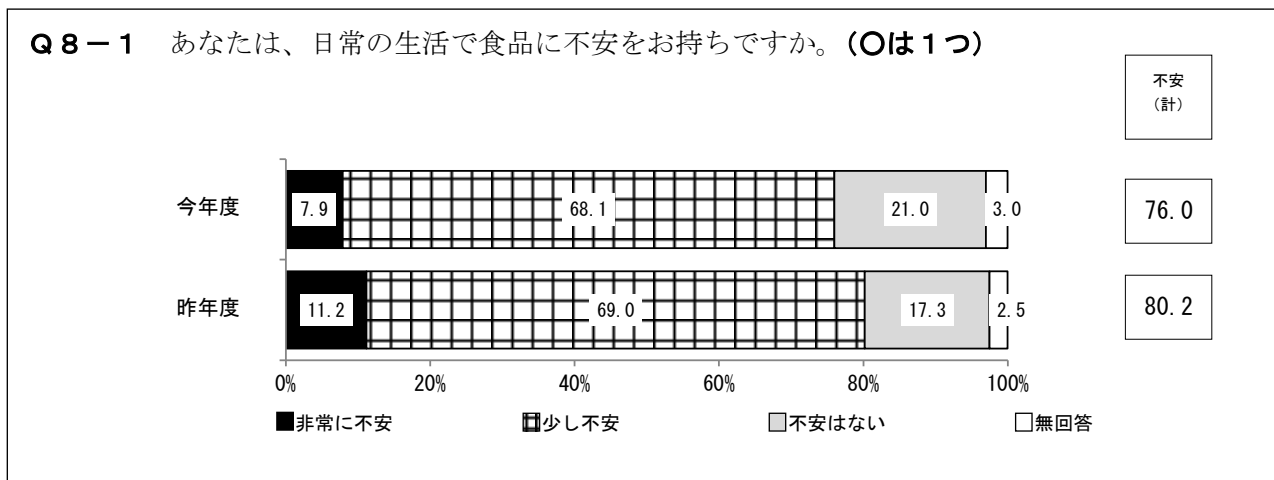
Q7-4 それは、何を通じてお知りになりましたか。(〇はいくつでも)



「山口県人権推進指針」を何を通じて知ったかについて、「県・市町の広報紙」が64.4%と最も高く、次いで「講演会・研修会・学習会等」(34.1%)、「公共施設などの展示コーナー」(15.9%)などの順となっている。

## 8. 食の安心・安全

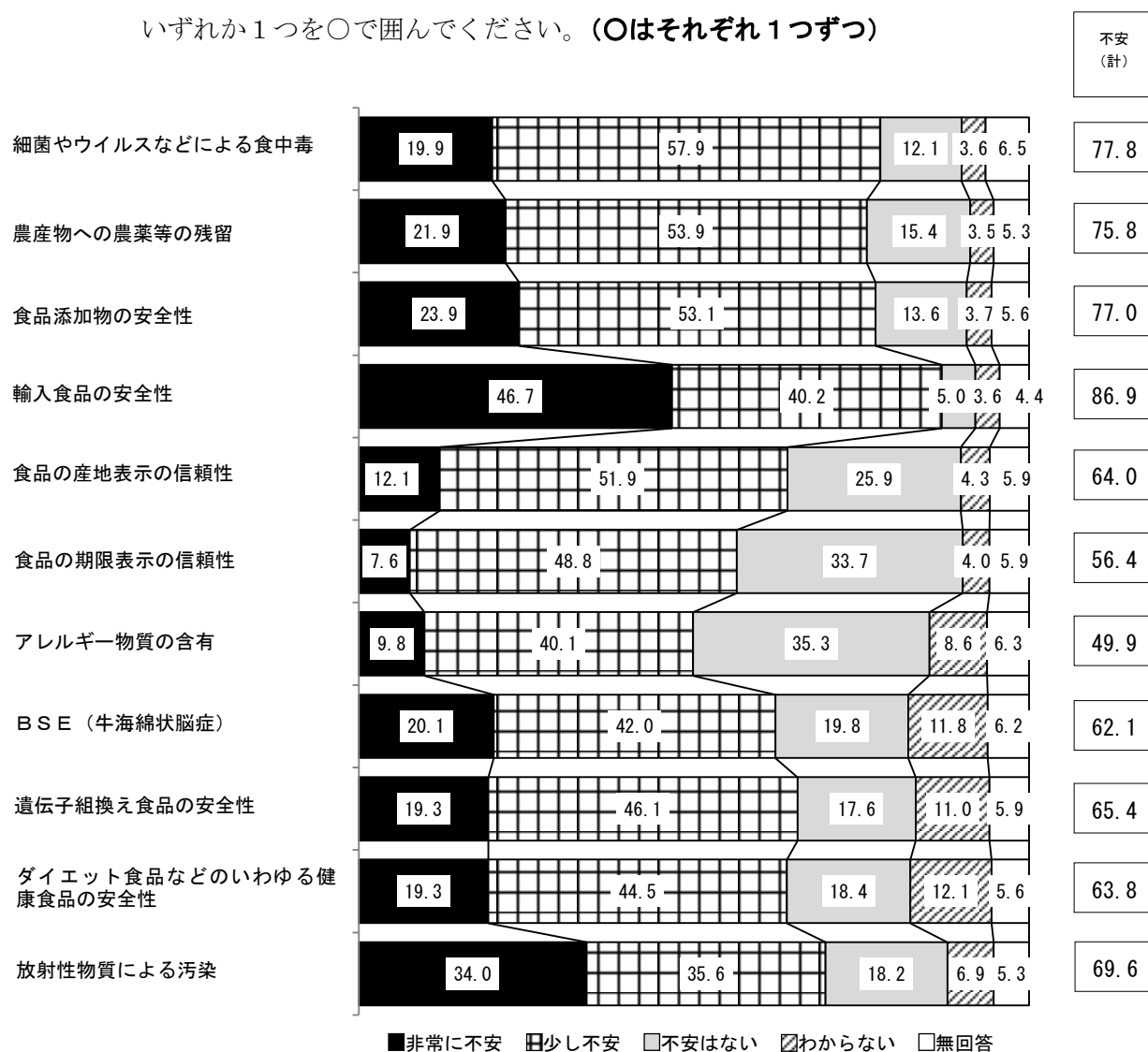
## 8-1. 食品に対する不安



食品に対する不安について、「非常に不安」と「少し不安」を合わせた『不安(計)』は76.0%と7割を超え高くなっている。昨年度と比較すると、『不安(計)』は4.2ポイント低下している。

8-2. 食品に対する不安の要因

Q8-2 あなたは食品について、どのようなことに不安をお持ちですか。  
 いずれか1つを○で囲んでください。(○はそれぞれ1つずつ)

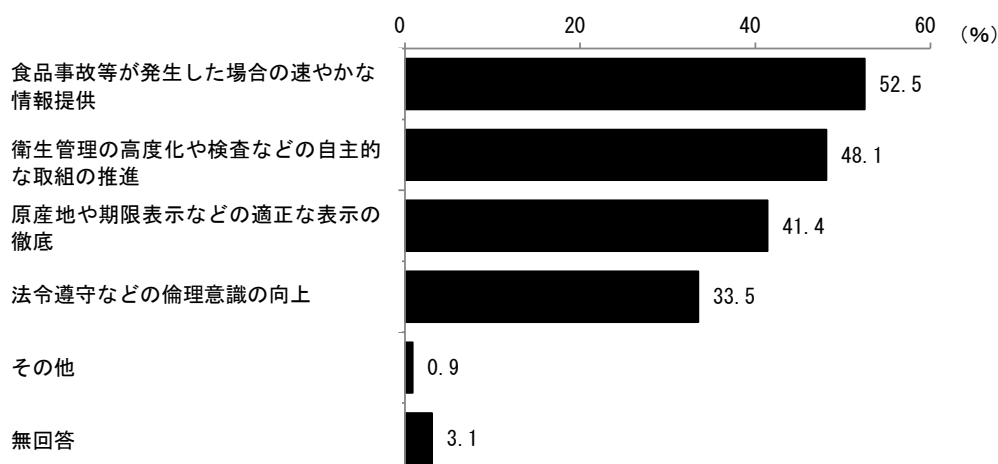


食品に対する不安の要因について、「非常に不安」と「少し不安」を合わせた『不安(計)』は、「輸入食品の安全性」で86.9%と最も高くなっている。また、「細菌やウイルスなどによる食中毒」(77.8%)、「食品添加物の安全性」(77.0%)、「農産物への農薬等の残留」(75.8%)も7割台と高くなっている。

## 8-3. 安全で安心な食生活を送るために必要な取組

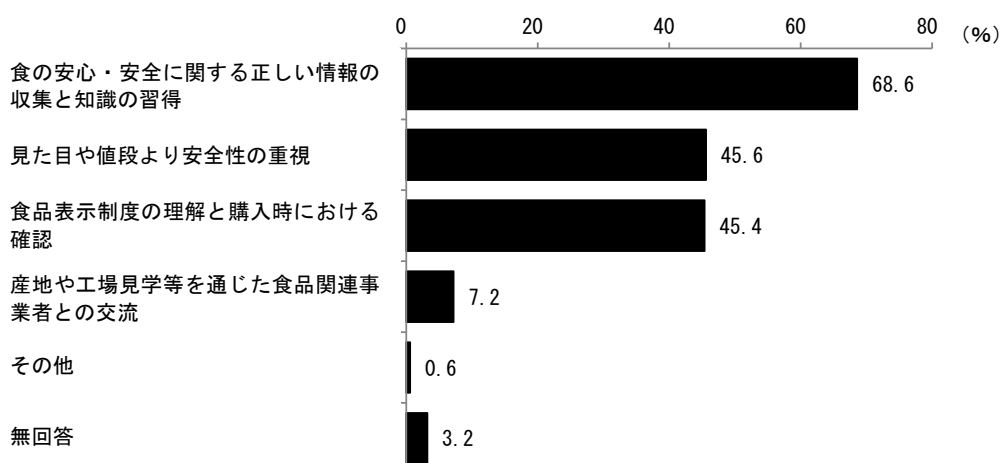
**Q8-3** あなたは、県民が安全で安心な食生活を送るために、「食品関連事業者（生産者、製造・加工者、販売者）」、「消費者」、「県」は、それぞれどのような取組が必要だと思いますか。

## (1) 食品関連事業者に望む取組（○は2つまで）



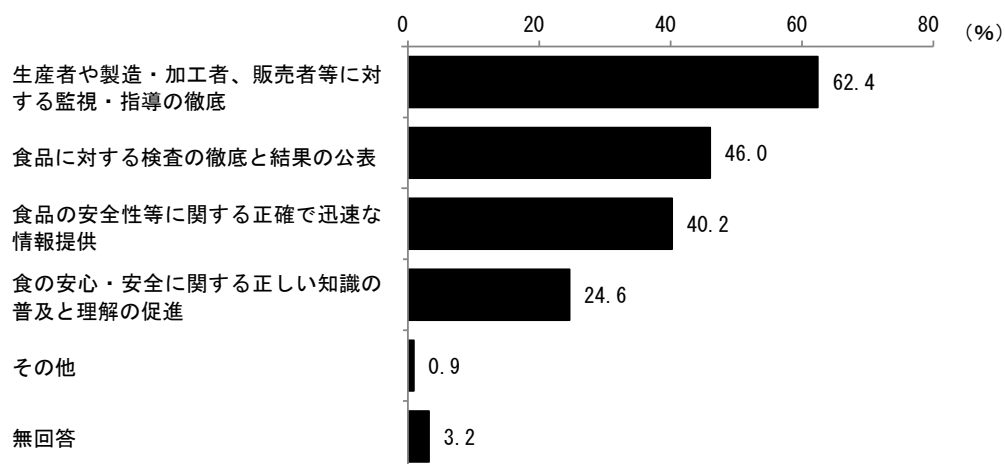
安全で安心な食生活を送るために「食品関係事業者」に望む取組について、「食品事故等が発生した場合の速やかな情報提供」が52.5%と最も高くなっている。また、「衛生管理の高度化や検査などの自主的な取組の推進」(48.1%)、「原産地や期限表示などの適正な表示の徹底」(41.4%)も4割台と高くなっている。

## (2) 消費者に必要な取組（○は2つまで）



安全で安心な食生活を送るために「消費者」に必要な取組について、「食の安心・安全に関する正しい情報の収集と知識の習得」が68.6%と最も高くなっている。また、「見た目や値段より安全性の重視」(45.6%)、「食品表示制度の理解と購入時における確認」(45.4%)も4割台と高くなっている。

## (3) 県に望む取組 (〇は2つまで)



安全で安心な食生活を送るために「県」に望む取組について、「生産者や製造・加工者、販売者等に対する監視・指導の徹底」が62.4%と最も高くなっている。また、「食品に対する検査の徹底と結果の公表」(46.0%)、「食品の安全性等に関する正確で迅速な情報提供」(40.2%)も4割台と高くなっている。

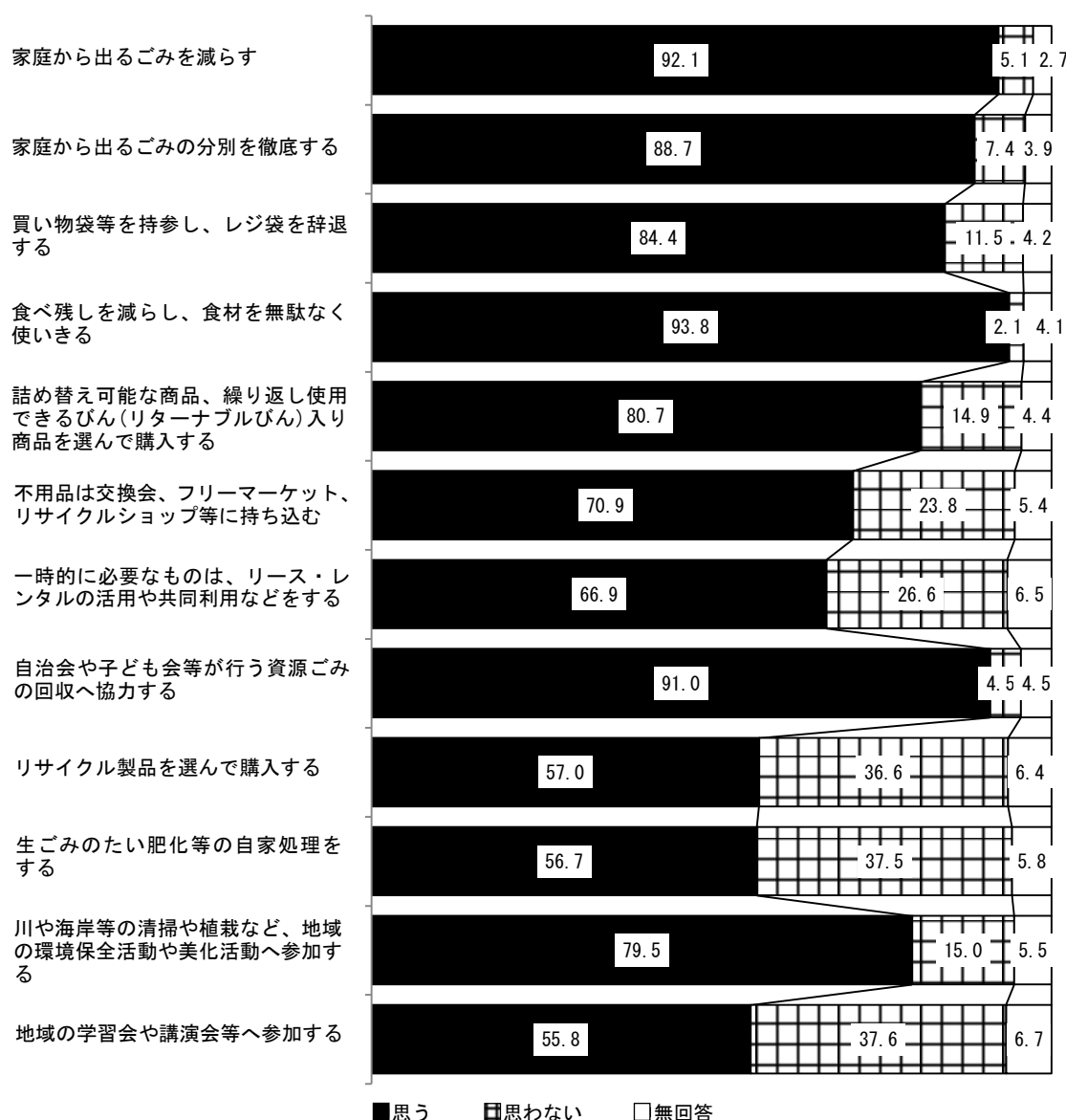
## 9. 循環型社会づくり

「循環型社会づくり」とは、大量生産・大量消費・大量廃棄を改め、廃棄物をなるべく出さず（発生抑制）、できるだけ資源として再利用し（リサイクル）、利用できない廃棄物は適正に処分することで、天然資源の消費を抑制し、環境への負荷をできる限り減らす社会づくりのことをいいます。

### 9-1. 循環型社会づくりのためにすべき行動

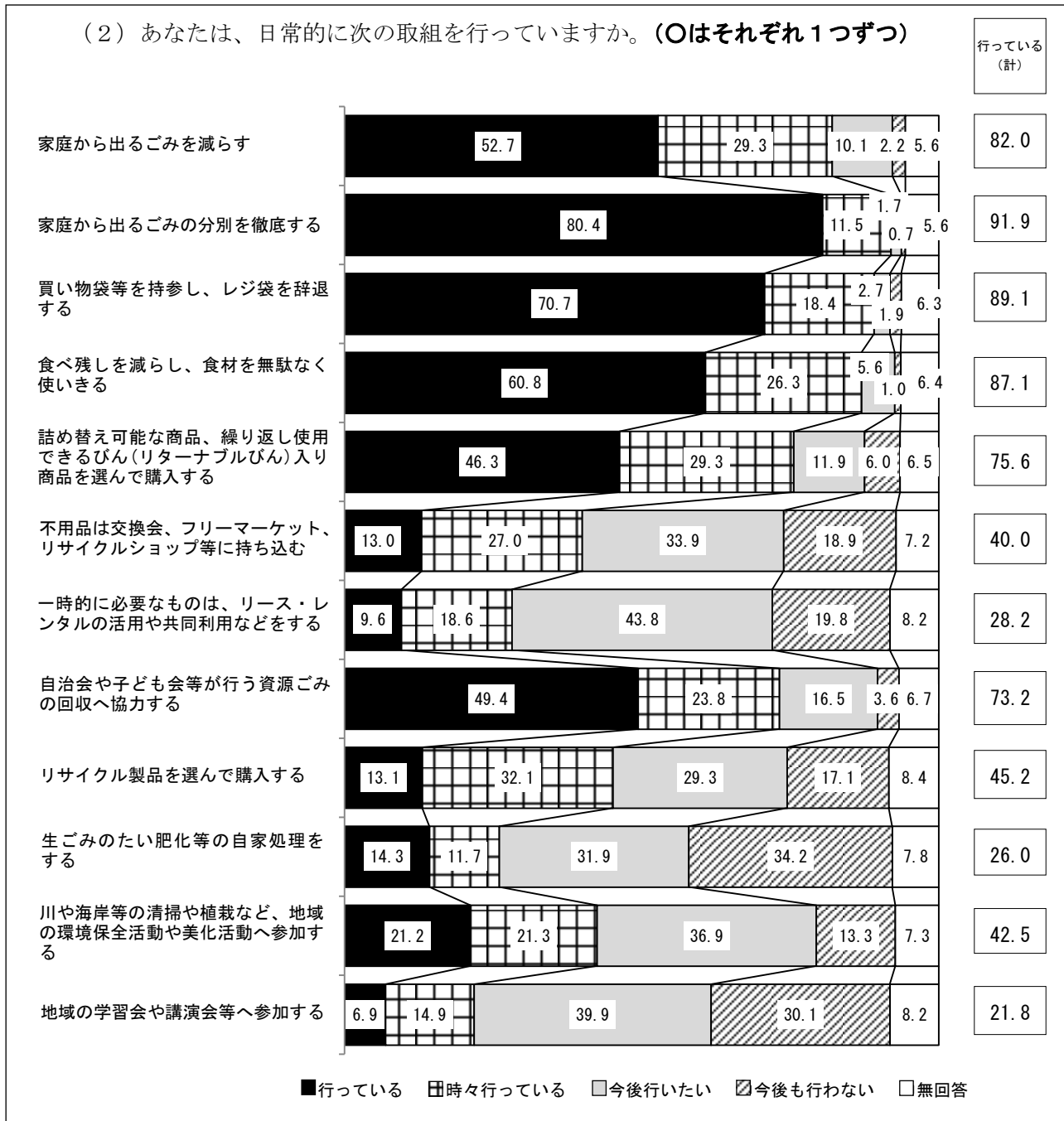
Q9-1 循環型社会づくりのための行動についておたずねします。

(1) 循環型社会づくりのために、次の行動をすべきと思いますか。(〇はそれぞれ1つつ)



循環型社会づくりのためにすべき行動について、「思う」は「食べ残しを減らし、食材を無駄なく使いきる」で93.8%と最も高く、「家庭から出るごみを減らす」(92.1%)、「自治会や子ども会等が行う資源ごみの回収へ協力する」(91.0%)、「家庭から出るごみの分別を徹底する」(88.7%)、「買い物袋等を持参し、レジ袋を辞退する」(84.4%)、「詰め替え可能な商品、繰り返し使用できるびん(エターナブルびん)入り商品を選んで購入する」(80.7%)も8~9割台と高くなっている。

9-2. 循環型社会づくりのための取組状況



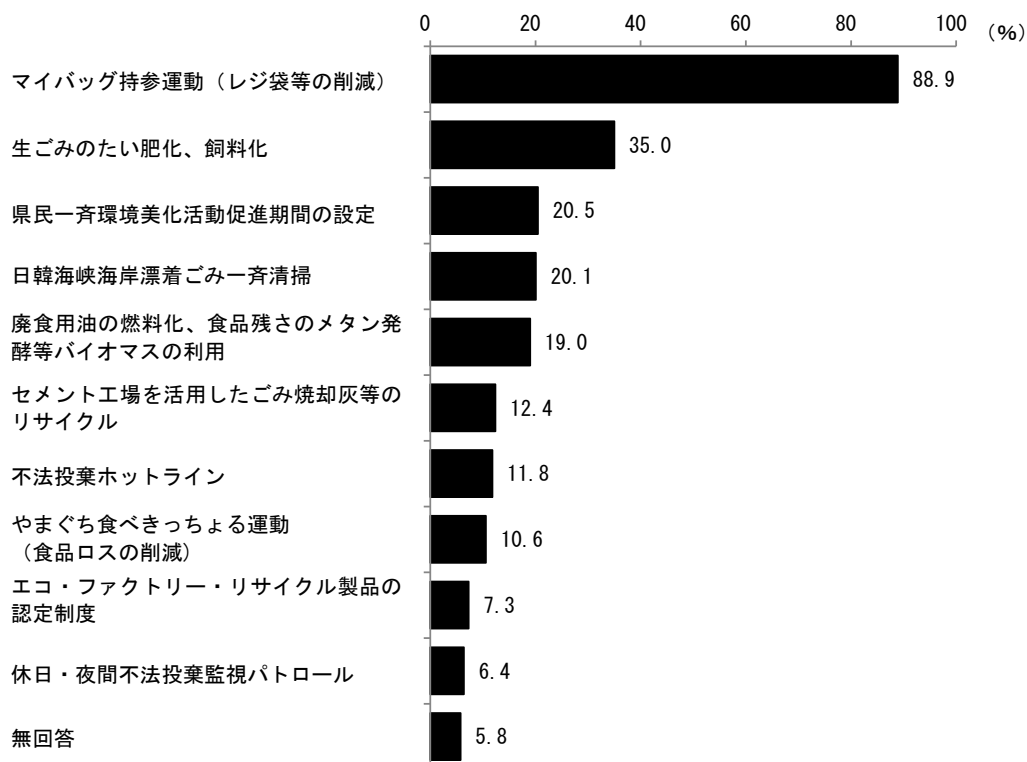
循環型社会づくりのための取組状況について、「行っている」と「時々行っている」を合わせた『行っている (計)』は「家庭から出るごみの分別を徹底する」で91.9%と最も高く、「買い物袋等を持参し、レジ袋を辞退する」(89.1%)、「食べ残しを減らし、食材を無駄なく使いきる」(87.1%)、「家庭から出るごみを減らす」(82.0%)も8割台と高くなっている。



## 9-3. 循環型社会づくりに向けた県の取組の認知状況

Q9-2 循環型社会づくりに向けた県の取組のうち、どの取組をご存じですか。

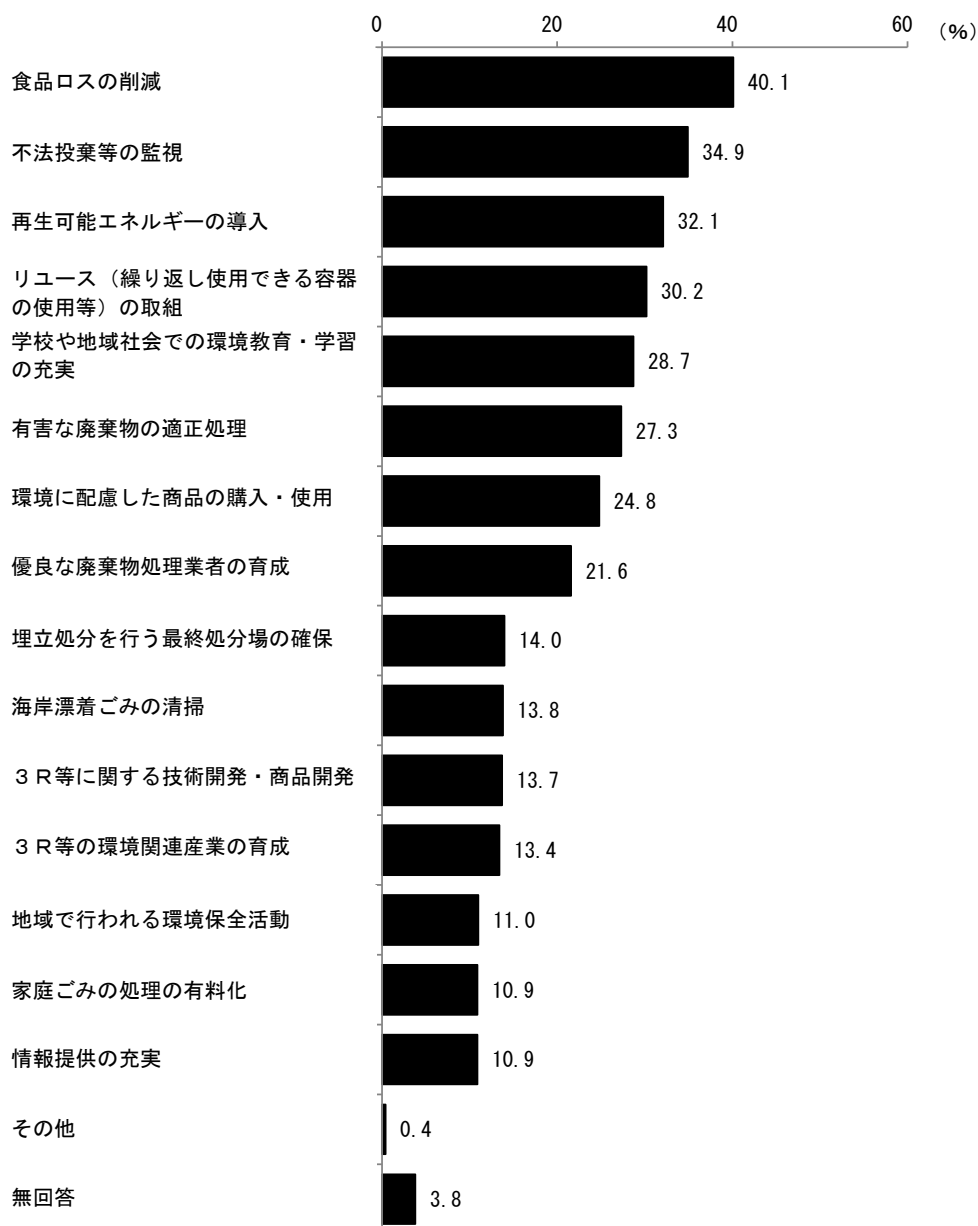
(〇はいくつでも)



循環型社会づくりに向けた県の取組の認知状況について、「マイバッグ持参運動(レジ袋等の削減)」が88.9%と最も高く、次いで「生ごみのたい肥化、飼料化」(35.0%)、「県民一斉環境美化活動促進期間の設定」(20.5%)などの順となっている。

## 9-4. 循環型社会づくりのために今後強化すべき取組

Q9-3 あなたは、循環型社会づくりのために、今後どのような取組を強化する必要があると思いますか。(〇は4つまで)

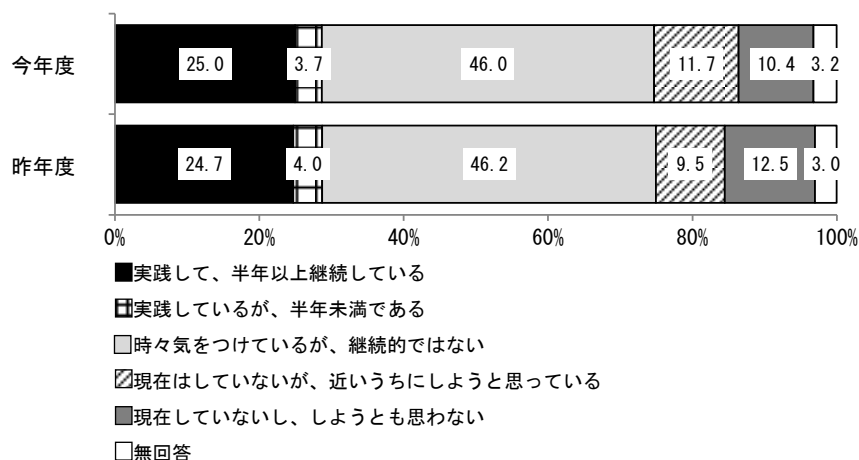


循環型社会づくりのために今後強化すべき取組について、「食品ロスの削減」が40.1%と最も高く、次いで「不法投棄等の監視」(34.9%)、「再生可能エネルギーの導入」(32.1%)、「リユース（繰り返し使用できる容器の使用等）の取組」(30.2%)などの順となっている。



10-2. メタボリックシンドロームの予防や改善のための食事・運動の実践状況

Q10-2 あなたは、メタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）の予防や改善のために、適切な食事または定期的な運動を継続的に実践していますか。（○は1つ）

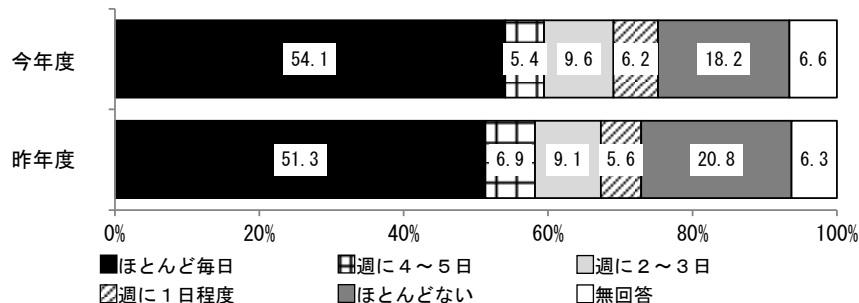


メタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）の予防や改善のための食事・運動の実践状況について、「時々気をつけているが、継続的ではない」が46.0%と最も高く、次いで「実践して、半年以上継続している」（25.0%）となっている。昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

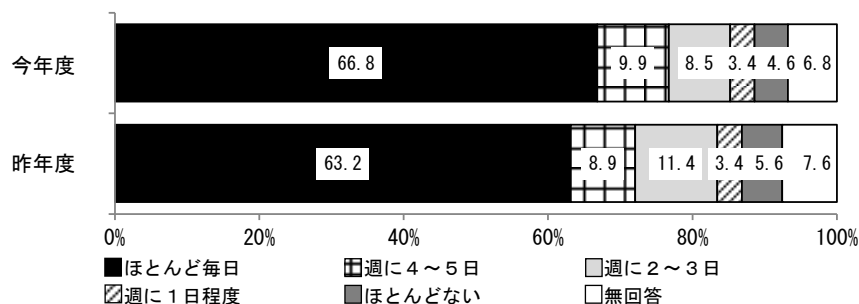
10-3. 朝食・夕食を家族と一緒に食べる頻度

Q10-3 家族と同居している方のみお答えください。(n=1,476) (〇はそれぞれ1つつ)  
 朝食・夕食を家族と一緒に食べることはどのくらいありますか。

【朝食】



【夕食】

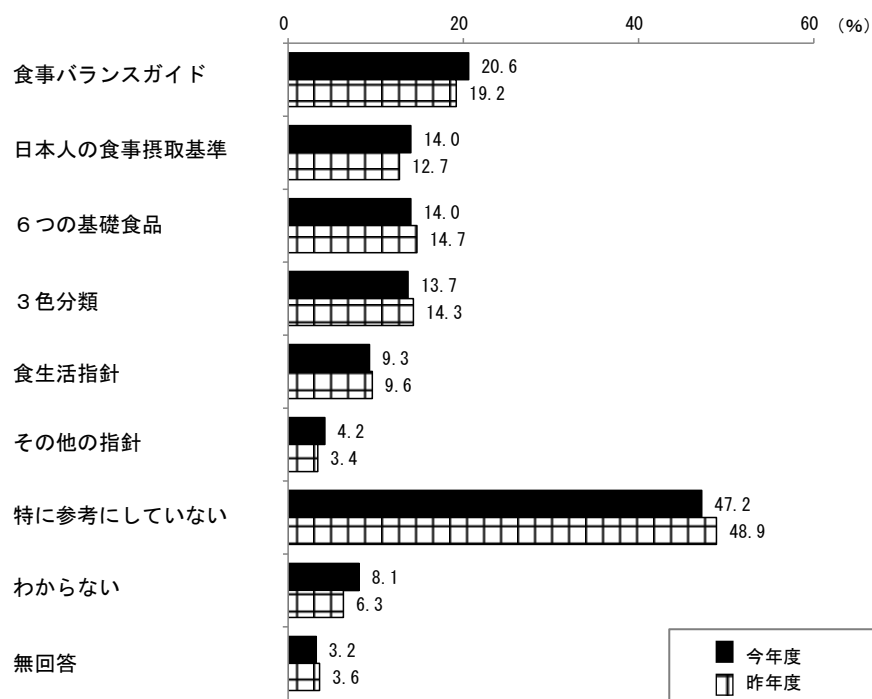


朝食を家族と一緒に食べる頻度について、「ほとんど毎日」が54.1%と最も高く、次いで「ほとんどない」(18.2%)、「週に2~3日」(9.6%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「ほとんど毎日」は2.8ポイント上昇している。

夕食を家族と一緒に食べる頻度について、「ほとんど毎日」が66.8%と最も高く、次いで「週に4~5日」(9.9%)、「週に2~3日」(8.5%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「ほとんど毎日」は3.6ポイント上昇している。

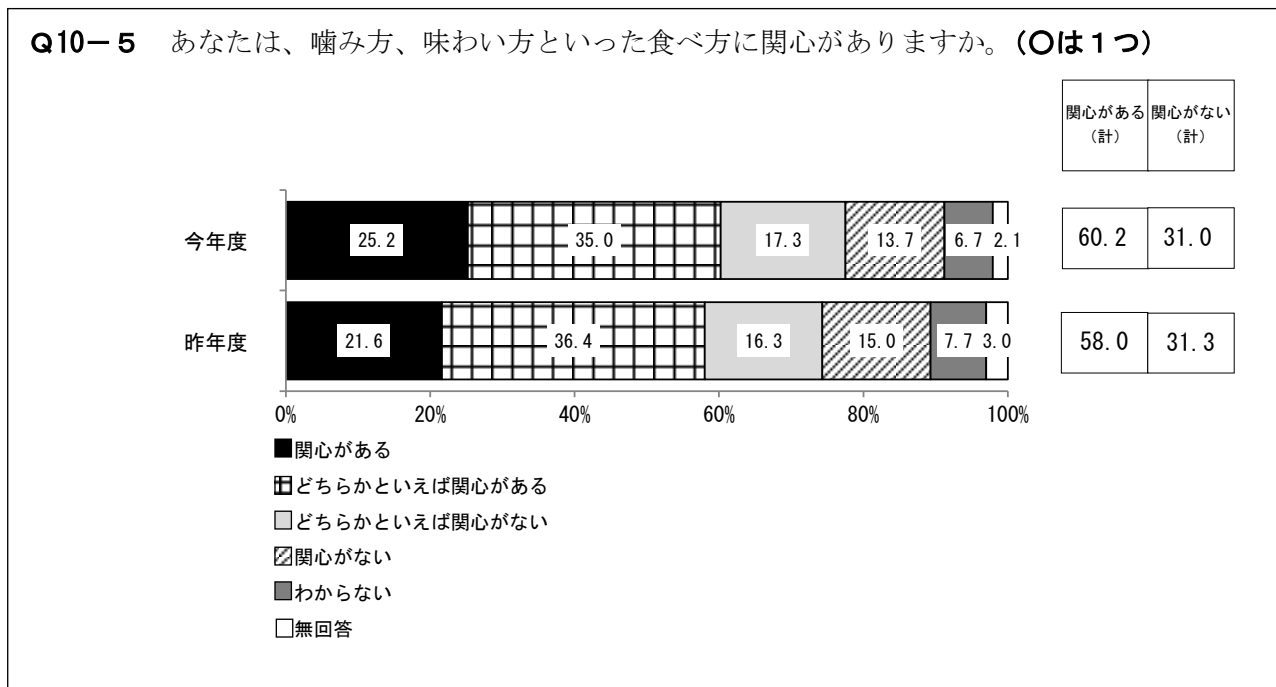
## 10-4. 日頃参考にしている指針等

Q10-4 あなたは、日頃の健全な食生活を実践するため、どのような指針等を参考にしていますか。(〇は3つまで)



日頃参考にしている指針等について、「食事バランスガイド」(20.6%)、「日本人の食事摂取基準」(14.0%)、「6つの基礎食品」(14.0%)、「3色分類」(13.7%)は1割を超えているが、「特に参考にしていない」が47.2%と最も高くなっている。昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

10-5. 食べ方への関心度

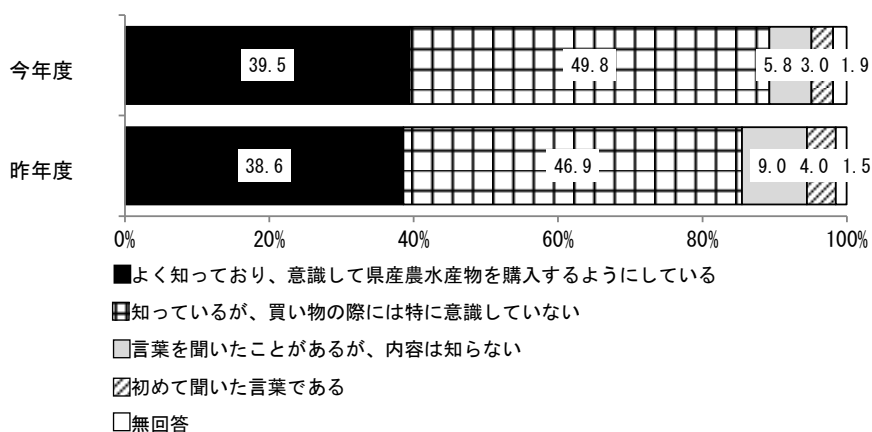


噛み方、味わい方といった食べ方への関心度について、「関心がある」と「どちらかといえば関心がある」を合わせた『関心がある (計)』は 60.2%、「関心がない」と「どちらかといえば関心がない」を合わせた『関心がない (計)』は 31.0%となっている。昨年度と比較すると、『関心がある (計)』は 2.2 ポイント上昇している。

## 1 1. 地産・地消の推進

### 1 1-1. 「地産・地消」の認知状況

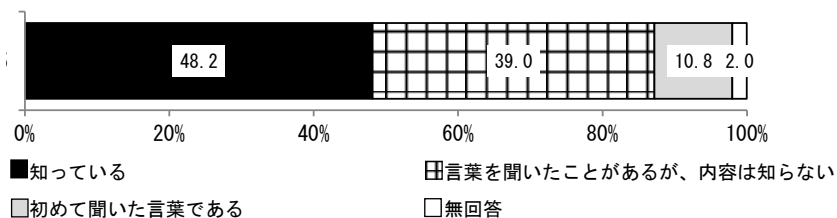
**Q11-1** 県内で生産された農水産物を県内で消費する「地産・地消」についてご存じですか。  
(〇は1つ)



「地産・地消」の認知状況について、「知っているが、買い物の際には特に意識していない」が49.8%と最も高く、次いで「よく知っており、意識して県産農水産物を購入するようにしている」(39.5%)となっている。

### 1 1-2. 「やまぐちブランド」の認知状況

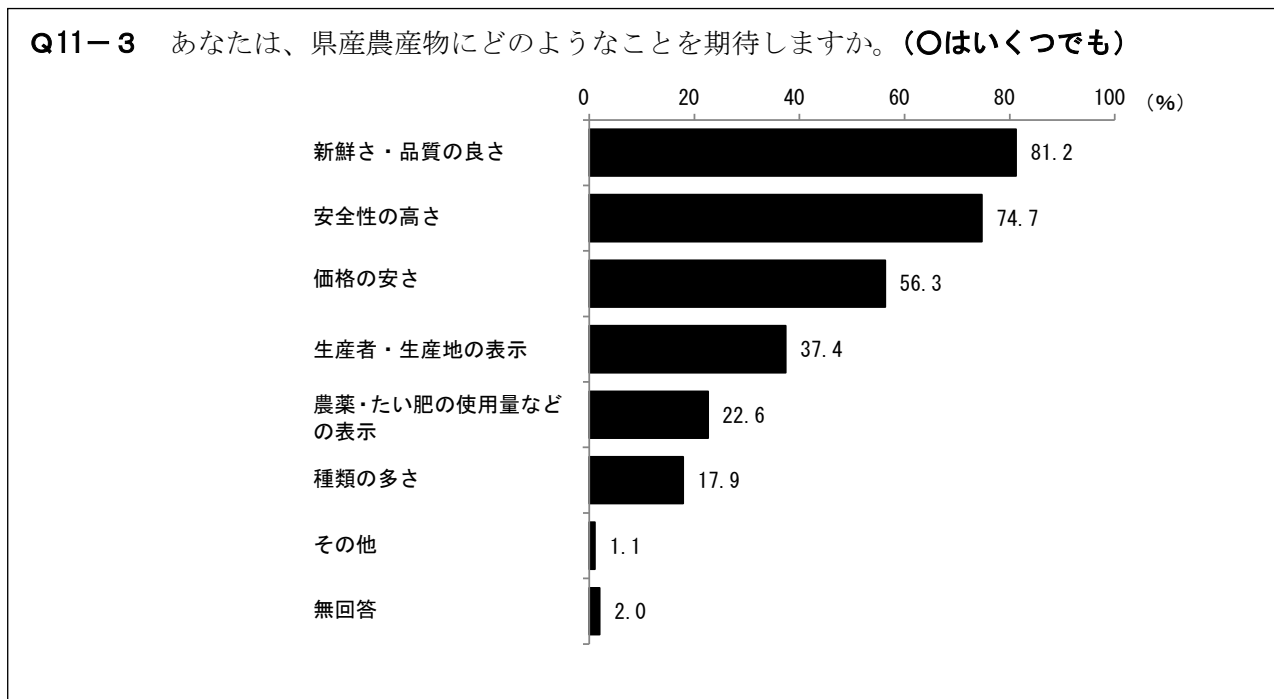
**Q11-2** 県産農林水産物等の需要拡大を進めるため、味や品質に優れる「やまぐちブランド」の育成に取り組んでおり、現在、「萩たまげなす」や「やまぐちの甘だい」など56商品が登録されています。あなたは、この「やまぐちブランド」をご存じですか。(〇は1つ)



「やまぐちブランド」の認知状況について、「知っている」が48.2%と最も高く、次いで「言葉を聞いたことがあるが、内容は知らない」(39.0%)、「初めて聞いた言葉である」(10.8%)の順となっている。



## 11-3. 県産農産物に期待すること

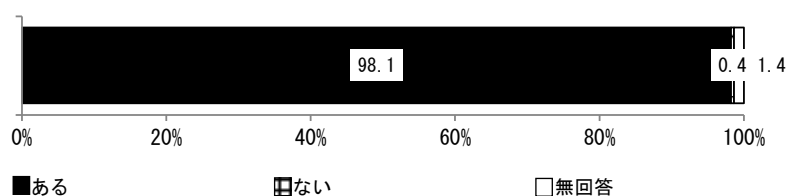


県産農産物に期待することについて、「新鮮さ・品質の良さ」が81.2%と最も高く、次いで「安全性の高さ」(74.7%)、「価格の安さ」(56.3%)などの順となっている。

## 12. 安心・安全な畜産物の生産

## 12-1. 家畜伝染病についての見聞きの有無

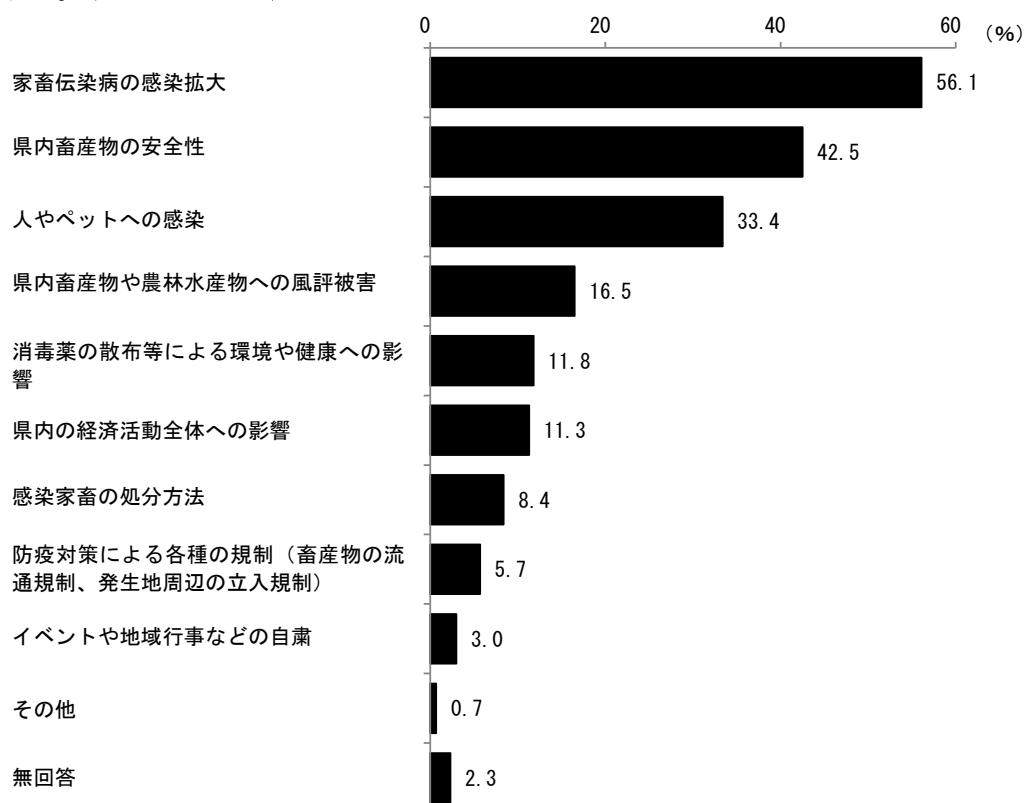
**Q12-1** あなたは、鳥インフルエンザや口蹄疫などの家畜伝染病について、新聞、テレビ、インターネット等で見聞きされたことがありますか。(〇は1つ)



家畜伝染病についての見聞きの有無について、「ある」は98.1%、「ない」は0.4%となっている。

## 12-2. 家畜伝染病が県内で発生した場合に心配なこと

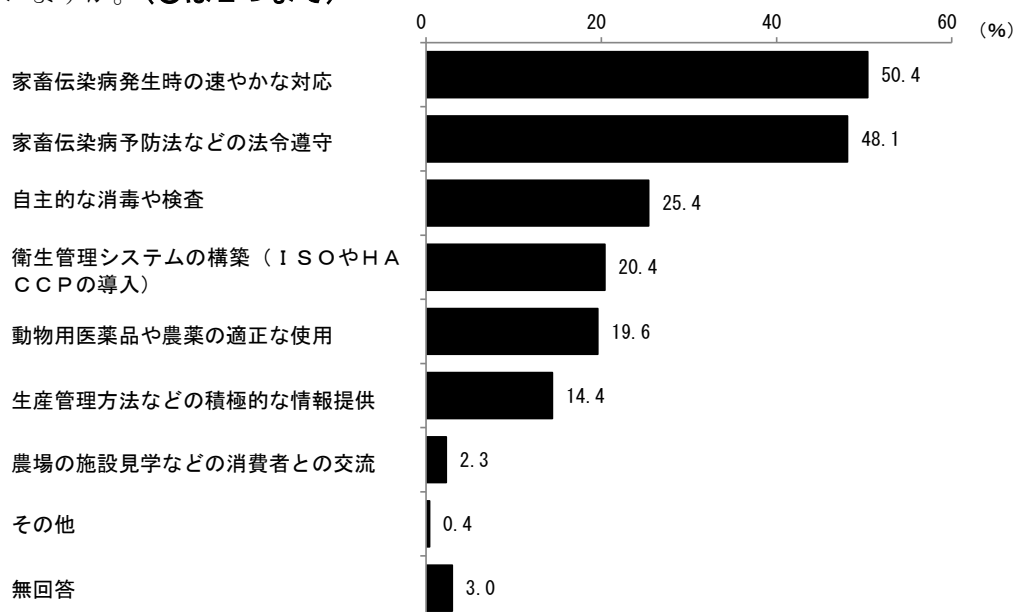
**Q12-2** 万が一、上記のような家畜伝染病が県内で発生した場合、特にどのようなことが心配ですか。(〇は2つまで)



家畜伝染病が県内で発生した場合に心配なことについて、「家畜伝染病の感染拡大」が56.1%と最も高く、次いで「県内畜産物の安全性」(42.5%)、「人やペットへの感染」(33.4%)などの順となっている。

## 12-3. 消費者に安心してもらうために畜産物の生産農場がすべき取組

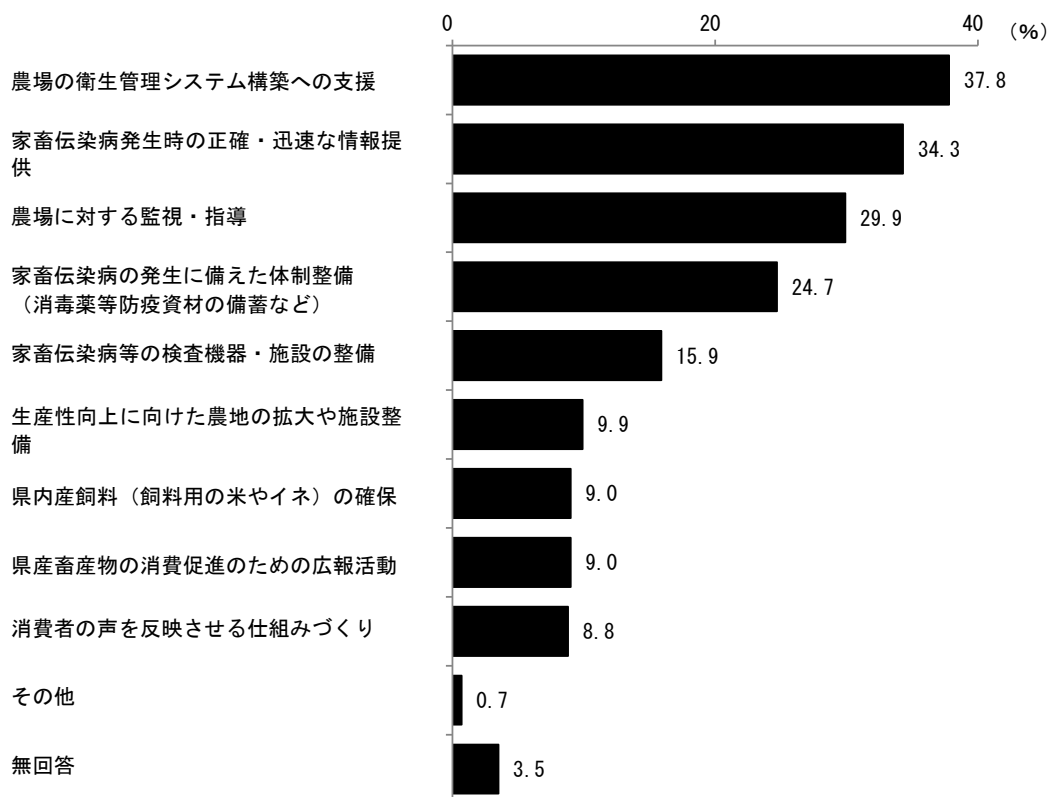
**Q12-3** 消費者に安心してもらうためには、畜産物の生産農場はどのような取組をすべきだと思いますか。(〇は2つまで)



消費者に安心してもらうために畜産物の生産農場がすべき取組について、「家畜伝染病発生時の速やかな対応」が50.4%と最も高く、次いで「家畜伝染病予防法などの法令遵守」(48.1%)、「自主的な消毒や検査」(25.4%)などの順となっている。

12-4. 県民に安心して県産の畜産物を食べてもらうために県が力を入れるべき対策

Q12-4 県民に安心して県産の畜産物を食べてもらうために、県が力を入れるべき対策は何だと思いますか。(〇は2つまで)

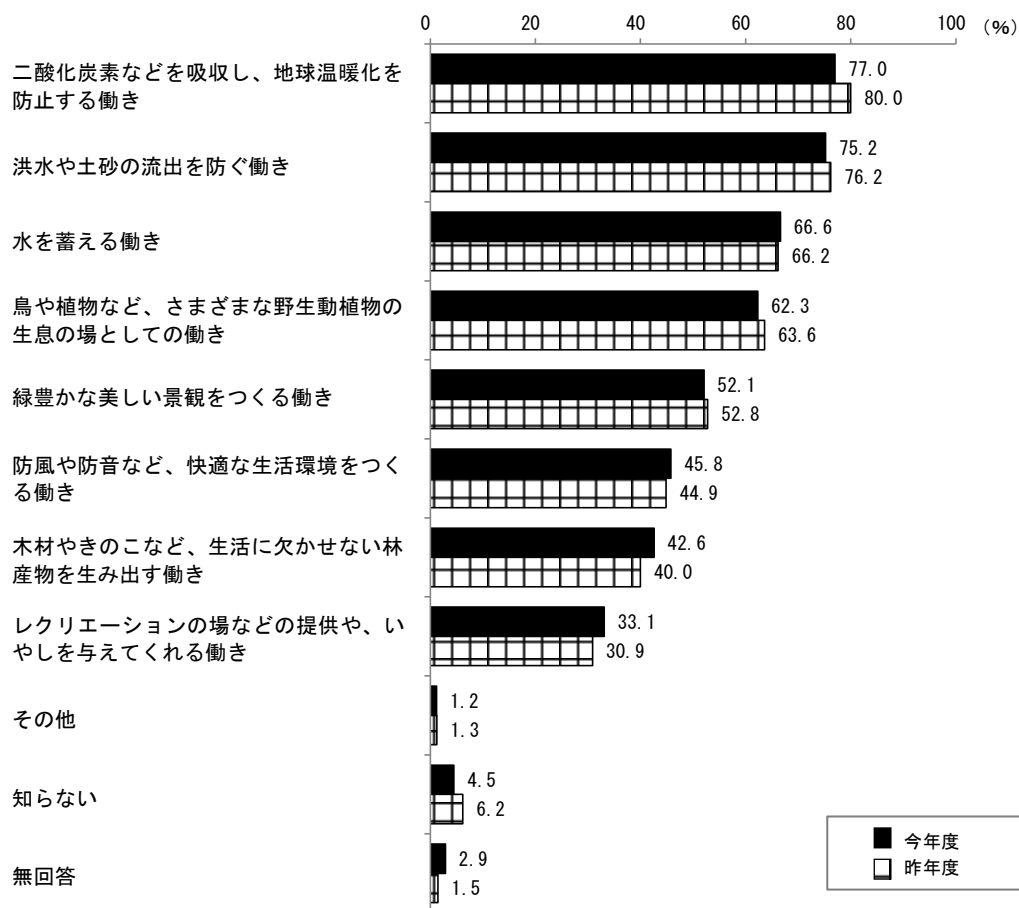


県民に安心して県産の畜産物を食べてもらうために県が力を入れるべき対策について、「農場の衛生管理システム構築への支援」が37.8%と最も高く、次いで「家畜伝染病発生時の正確・迅速な情報提供」(34.3%)、「農場に対する監視・指導」(29.9%)などの順となっている。

### 13. やまぐち森林づくり県民税

#### 13-1. 森林の持っている働き

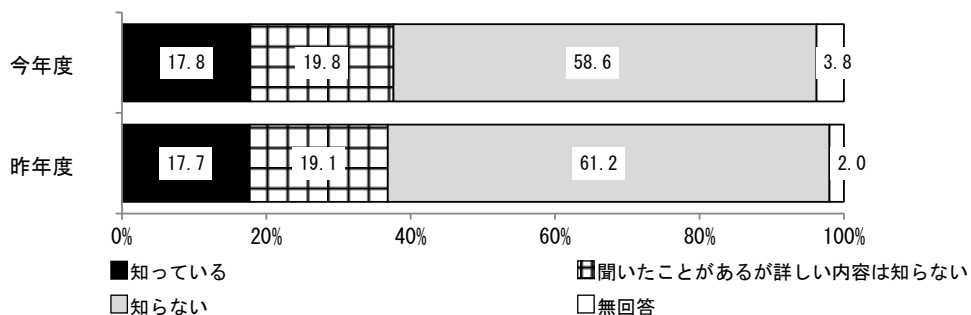
**Q13-1** 近年、森林の荒廃が問題となっていますが、あなたは、森林の持っているどのような働きをご存じですか。(〇はいくつでも)



森林の持っている働きで知っているものについて、「二酸化炭素などを吸収し、地球温暖化を防止する働き」(77.0%)、「洪水や土砂の流出を防ぐ働き」(75.2%)が7割台と高く、次いで「水を蓄える働き」(66.6%)、「鳥や植物など、さまざまな野生動植物の生息の場としての働き」(62.3%)、「緑豊かな美しい景観をつくる働き」(52.1%)、「防風や防音など、快適な生活環境をつくる働き」(45.8%)などの順となっている。昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

13-2. 「やまぐち森林づくり県民税」の認知状況

**Q13-2** 山口県では、荒廃した森林の再生を図るため、平成17年度から「やまぐち森林づくり県民税」を導入しました。あなたは、この「やまぐち森林づくり県民税」をご存じですか。(〇は1つ)

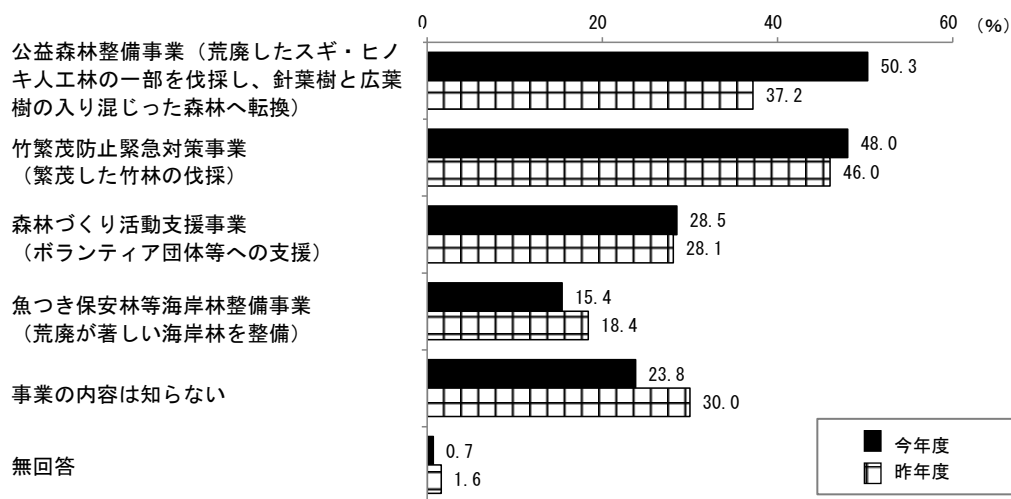


「やまぐち森林づくり県民税」の認知状況について、「知っている」が17.8%、「聞いたことがあるが詳しい内容は知らない」が19.8%、「知らない」が58.6%となっている。

13-3. 「やまぐち森林づくり県民税」で行っている事業の内容

【Q13-2で「知っている」と回答した方に】(n=298)

Q13-3 「やまぐち森林づくり県民税」で行っている事業のうち、どの事業の内容をご存じですか。(〇はいくつでも)

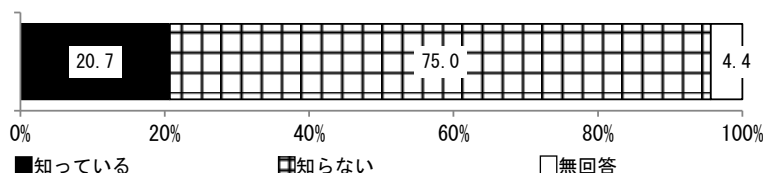


Q13-2で「やまぐち森林づくり県民税」を「知っている」と回答された方に、知っている「やまぐち森林づくり県民税」で行っている事業の内容について質問すると、「公益森林整備事業 (荒廃したスギ・ヒノキ人工林の一部を伐採し、針葉樹と広葉樹の入り混じった森林へ転換)」が 50.3%と最も高く、次いで「竹繁茂防止緊急対策事業 (繁茂した竹林の伐採)」(48.0%)、「森林づくり活動支援事業 (ボランティア団体等への支援)」(28.5%)、「魚つき保安林等海岸林整備事業 (荒廃が著しい海岸林を整備)」(15.4%)の順となっている。また、「事業の内容は知らない」は 23.8%となっている。昨年度と比較すると、「公益森林整備事業 (荒廃したスギ・ヒノキ人工林の一部を伐採し、針葉樹と広葉樹の入り混じった森林へ転換)」は 13.1 ポイント上昇、「事業の内容は知らない」は 6.2 ポイント低下している。

## 14. ねんりんピックおいでませ！山口2015

### 14-1. 「ねんりんピックおいでませ！山口2015」開催の認知状況

**Q14-1** あなたは、平成27年に、「ねんりんピックおいでませ！山口2015」（第28回全国健康福祉祭やまぐち大会）が山口県で開催されることをご存じですか。（○は1つ）

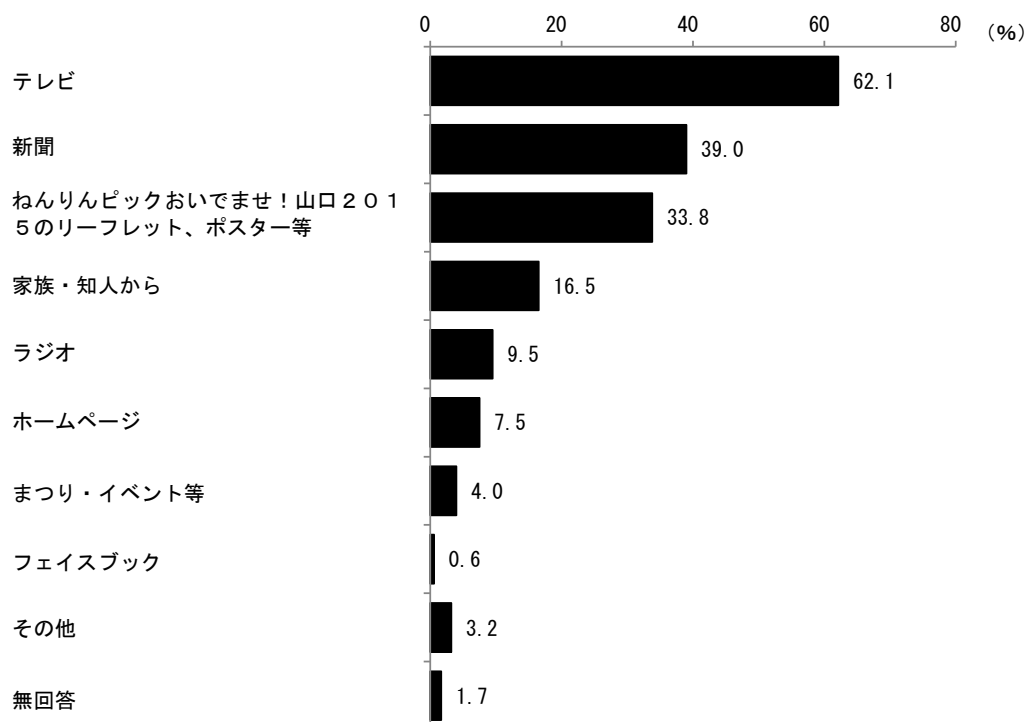


「ねんりんピックおいでませ！山口2015」開催の認知状況について、「知っている」は20.7%、「知らない」は75.0%となっている。

### 14-2. 「ねんりんピックおいでませ！山口2015」開催の認知媒体

【14-1で「知っている」と回答した方に】(n=346)

**Q14-2** それは、何を通じてお知りになりましたか。（○はいくつでも）

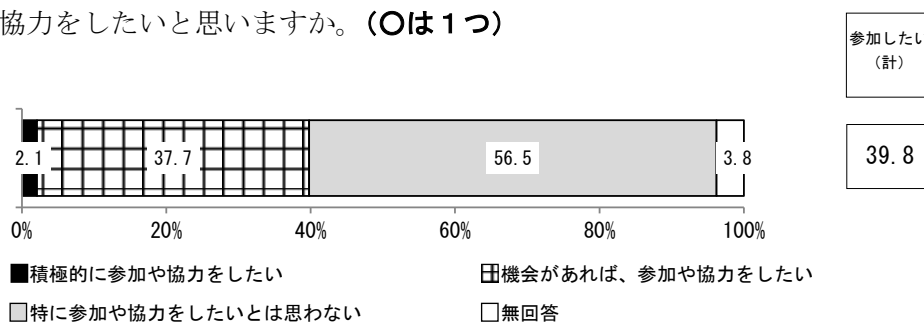


「ねんりんピックおいでませ！山口2015」開催を何を通じて知ったかについて、「テレビ」が62.1%と最も高く、次いで「新聞」(39.0%)、「ねんりんピックおいでませ！山口2015のリーフレット、ポスター等」(33.8%)などの順となっている。



14-3. 「ねんりんピックおいでませ！山口2015」への参加・協力意向

**Q14-3** やまぐち大会では、県内全19市町でスポーツと文化の交流大会を開催するほか、総合開会式や、健康と福祉、生きがいに関する様々なイベントを開催します。あなたはこれらに参加や協力をしたいと思いますか。(〇は1つ)

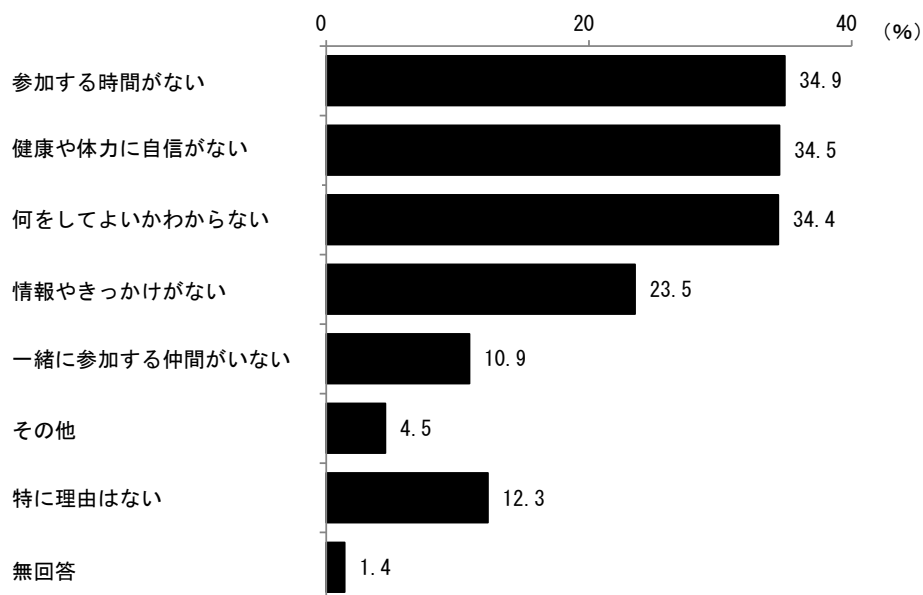


「ねんりんピックおいでませ！山口2015」の参加・協力意向について、「積極的に参加や協力をしたい」と「機会があれば、参加や協力をしたい」を合わせた『参加したい(計)』は39.8%、「特に参加や協力をしたいとは思わない」は56.5%となっている。

14-4. 特に参加や協力をしたいとは思わない理由

【Q14-3で「特に参加や協力をしたいとは思わない」と回答した方に】(n=946)

**Q14-4** その理由を、次の中から選んでください。(〇はいくつでも)

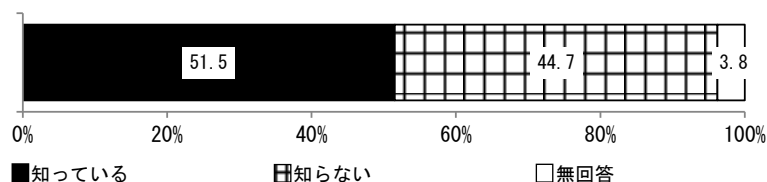


「ねんりんピックおいでませ！山口2015」に特に参加や協力をしたいとは思わない理由について、「参加する時間がない」が34.9%と最も高く、次いで「健康や体力に自信がない」(34.5%)、「何をしてもよいかわからない」(34.4%)などの順となっている。

## 15. 第23回世界スカウトジャンボリー

### 15-1. 「第23回世界スカウトジャンボリー」開催の認知状況

**Q15-1** あなたは、平成27年に、「第23回世界スカウトジャンボリー」が山口県で開催されることをご存じですか。(〇は1つ)

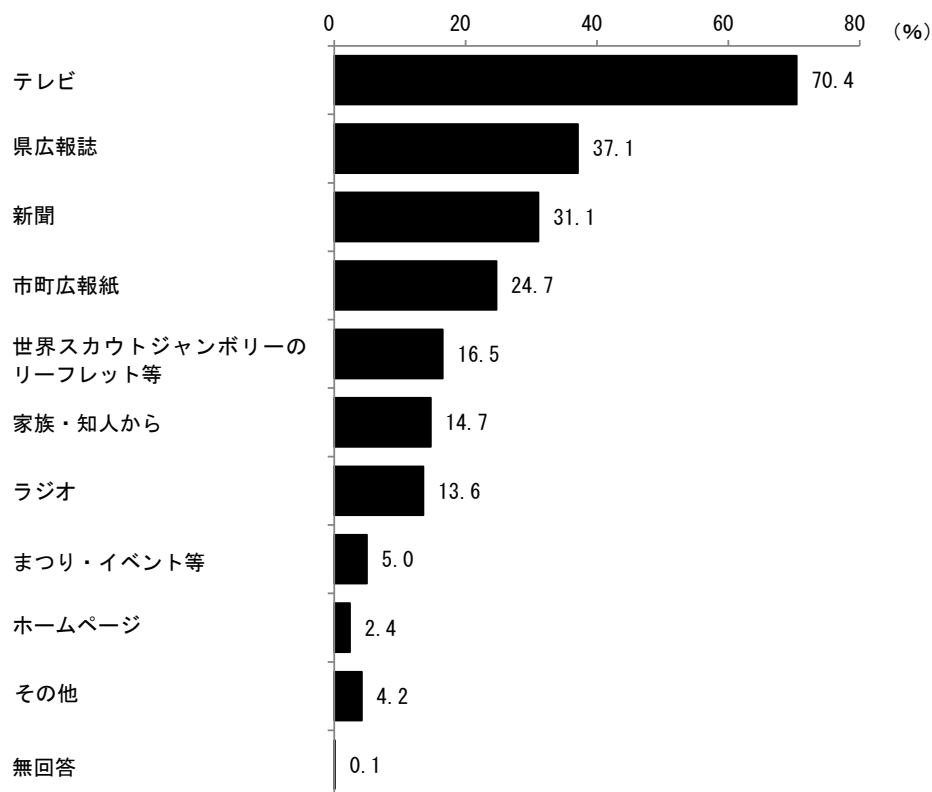


「第23回世界スカウトジャンボリー」開催の認知状況について、「知っている」は51.5%、「知らない」は44.7%となっている。

### 15-2. 「第23回世界スカウトジャンボリー」開催の認知媒体

【Q15-1で「知っている」と回答した方に】(n=862)

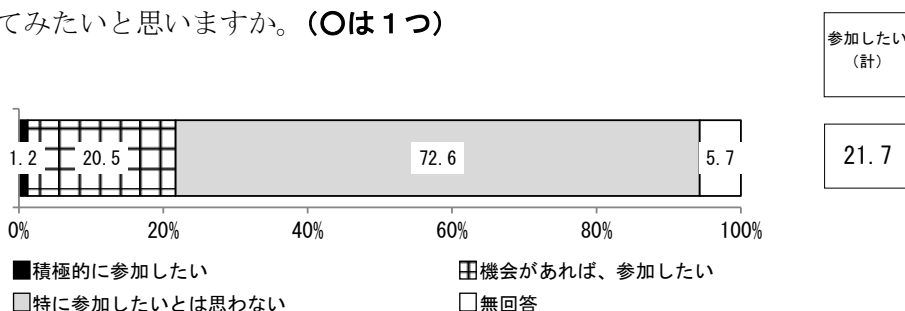
**Q15-2** それは、何を通じてお知りになりましたか。(〇はいくつでも)



「第23回世界スカウトジャンボリー」開催を何を通じて知ったかについて、「テレビ」が70.4%と最も高く、次いで「県広報誌」(37.1%)、「新聞」(31.1%)などの順となっている。

15-3. 「第23回世界スカウトジャンボリー」への参加意向

**Q15-3** 世界スカウトジャンボリーでは、主会場であるきらら浜での県民参加型イベントや、各市町での県民と海外ボーイスカウトとの交流行事が予定されています。あなたは、これらに参加してみたいと思いますか。(○は1つ)

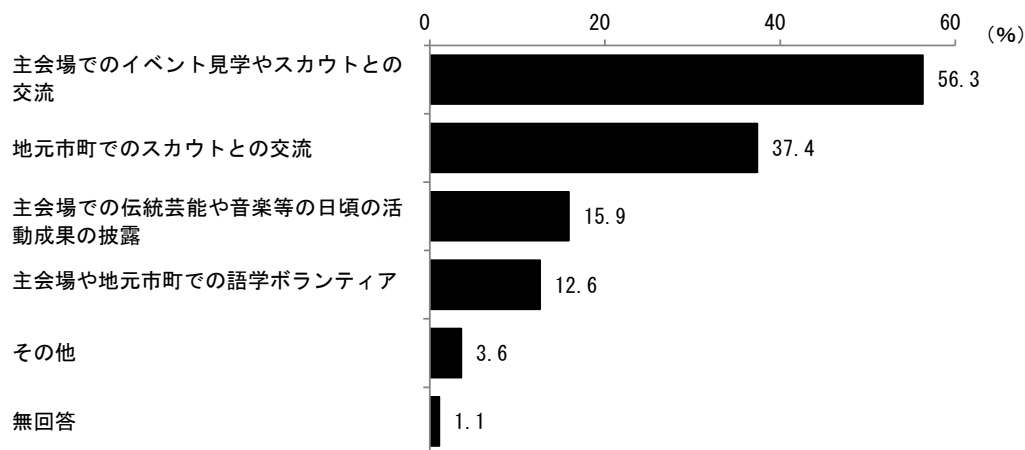


「第23回世界スカウトジャンボリー」の参加意向について、「積極的に参加したい」と「機会があれば、参加したい」を合わせた『参加したい (計)』は21.7%、「特に参加したいとは思わない」は72.6%となっている。

15-4. 「第23回世界スカウトジャンボリー」へどのような形で参加してみたいか

【Q15-3で「積極的に参加したい」、「機会があれば、参加したい」と回答した方に】(n=364)

**Q15-4** どのような形で参加してみたいと思いますか。(○はいくつでも)



「第23回世界スカウトジャンボリー」へどのような形で参加してみたいかについて、「主会場でのイベント見学やスカウトとの交流」が56.3%と最も高く、次いで「地元市町でのスカウトとの交流」(37.4%)、「主会場での伝統芸能や音楽等の日頃の活動成果の披露」(15.9%)などの順となっている。

