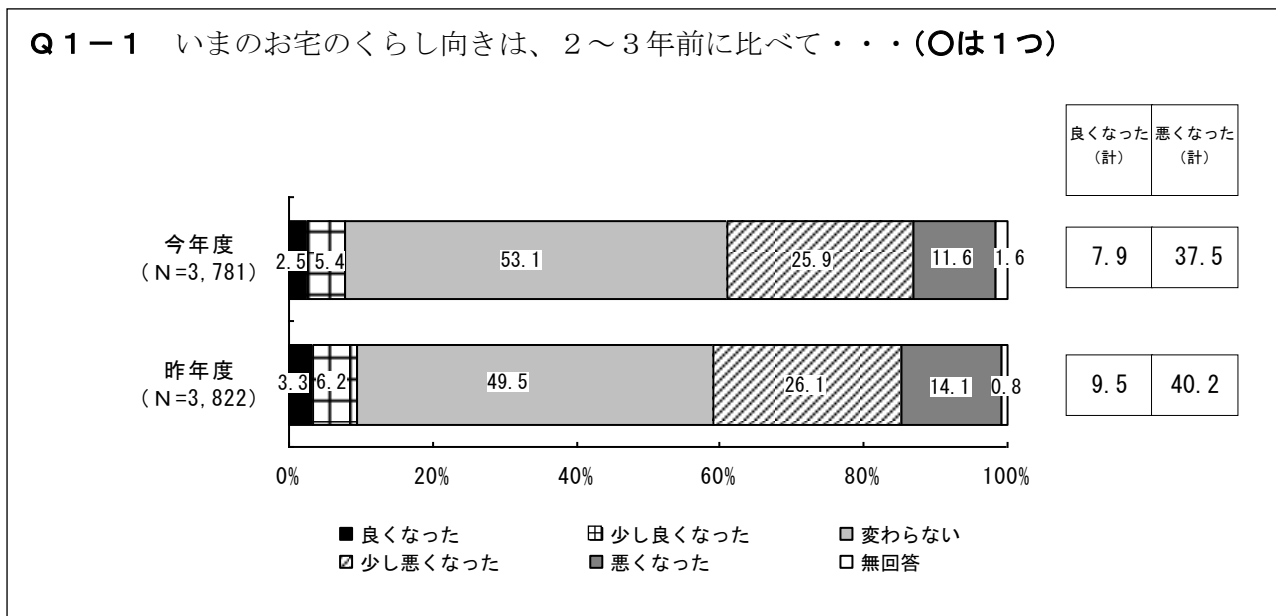


Ⅱ. 調査結果

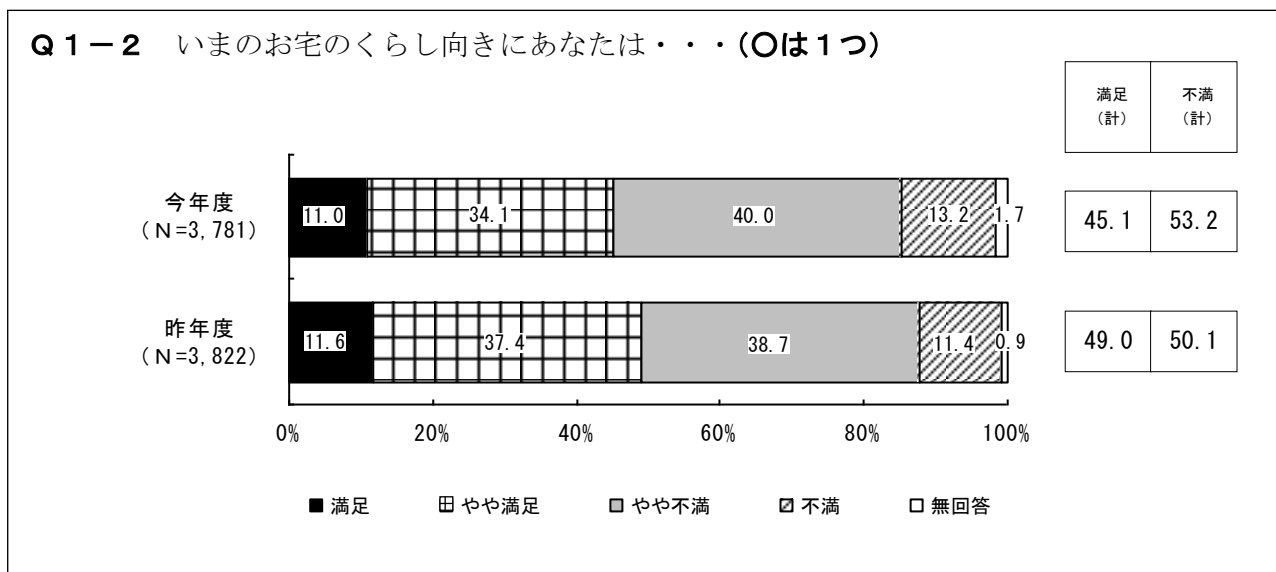
1. 県民の生活実感

1-1. 暮らし向きの変化



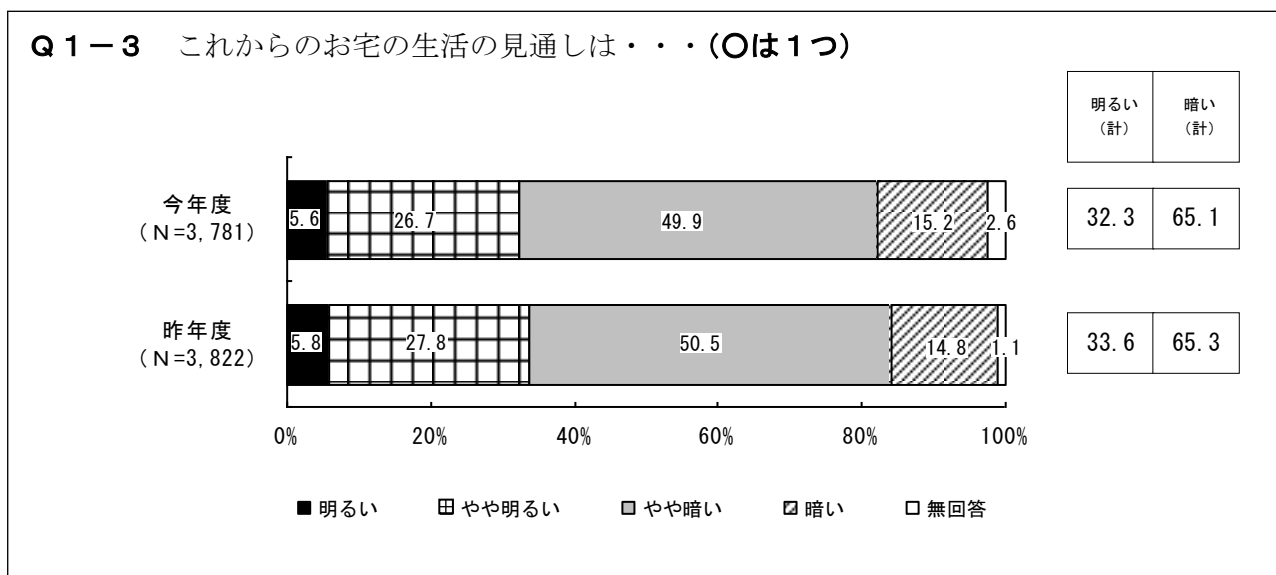
2～3年前に比べて暮らし向きは、「良くなった」と「少し良くなった」を合わせた『良くなった(計)』は7.9%、「悪くなった」と「少し悪くなった」を合わせた『悪くなった(計)』は37.5%となっているが、「変わらない」が53.1%と最も高くなっている。昨年度と比較すると、「変わらない」は3.6ポイント上昇、『悪くなった(計)』は2.7ポイント低下している。

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 45.1%、「不満」と「やや不満」を合わせた『不満 (計)』は 53.2%となっている。昨年度と比較すると、『満足 (計)』は 3.9 ポイント低下、『不満 (計)』は 3.1 ポイント上昇している。

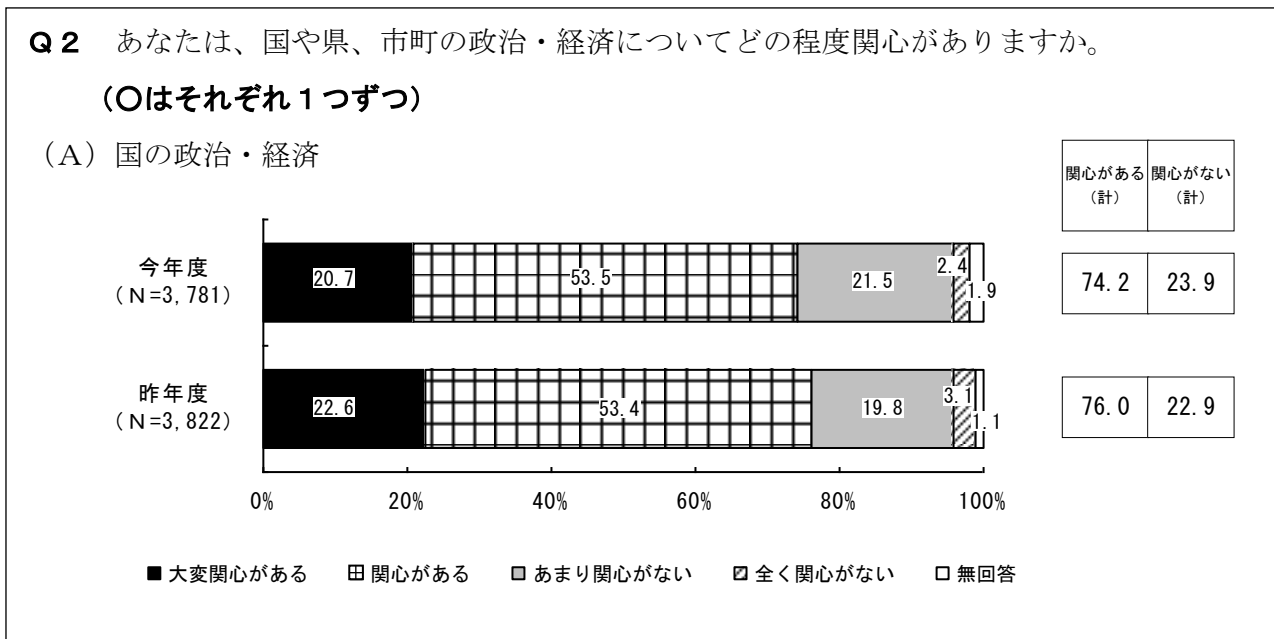
1-3. 今後の生活の見通し



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 32.3%、「暗い」と「やや暗い」を合わせた『暗い (計)』は 65.1%と、暗い展望が上回っている。昨年度と比較すると、『明るい (計)』は 1.3 ポイント低下している。

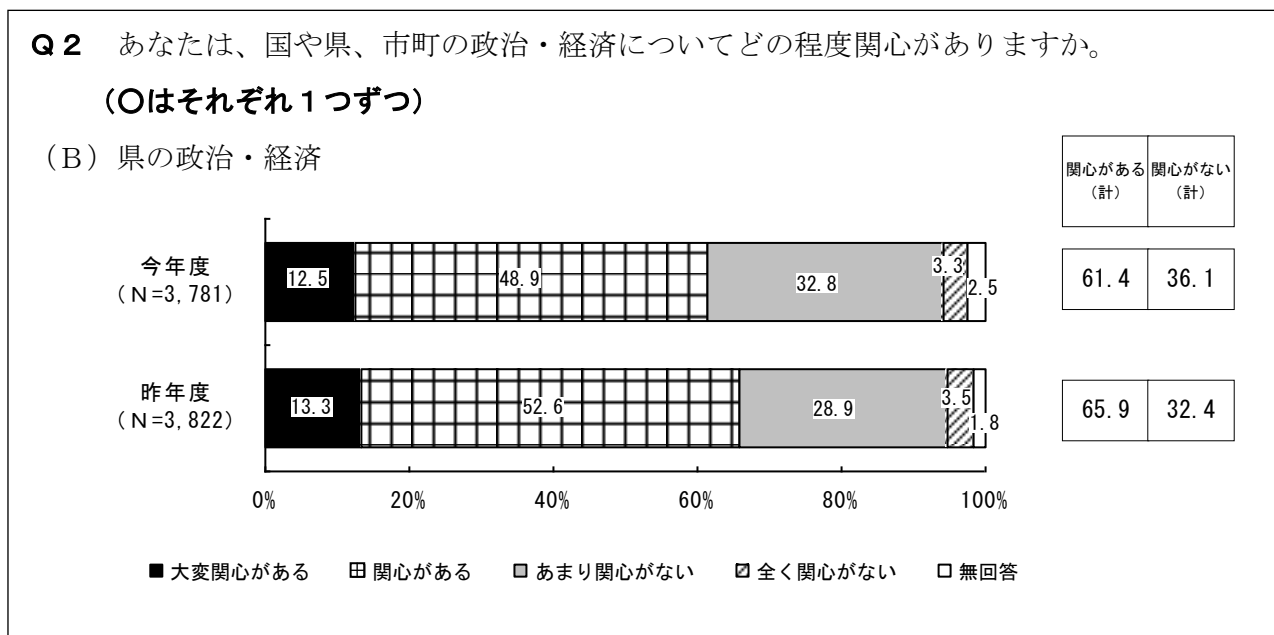
## 2. 政治や経済への関心

### 2-1. 国の政治や経済への関心



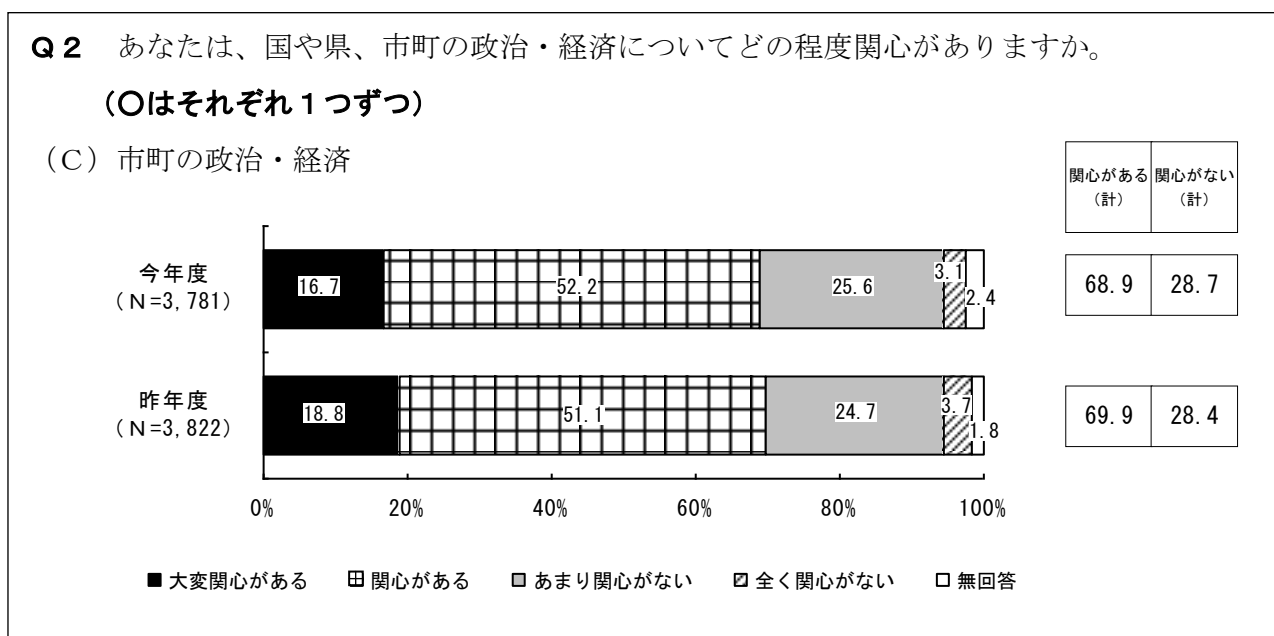
国の政治・経済に対する関心度は、「大変関心がある」と「関心がある」を合わせた『関心がある(計)』は74.2%、「全く関心がない」と「あまり関心がない」を合わせた『関心がない(計)』は23.9%と、関心を持つ人の割合が高くなっている。昨年度と比較すると、『関心がある(計)』は1.8ポイント低下している。

2-2. 県の政治や経済への関心



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61.4%、「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36.1%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4.5ポイント低下、『関心がない(計)』は3.7ポイント上昇している。

2-3. 市町の政治や経済への関心

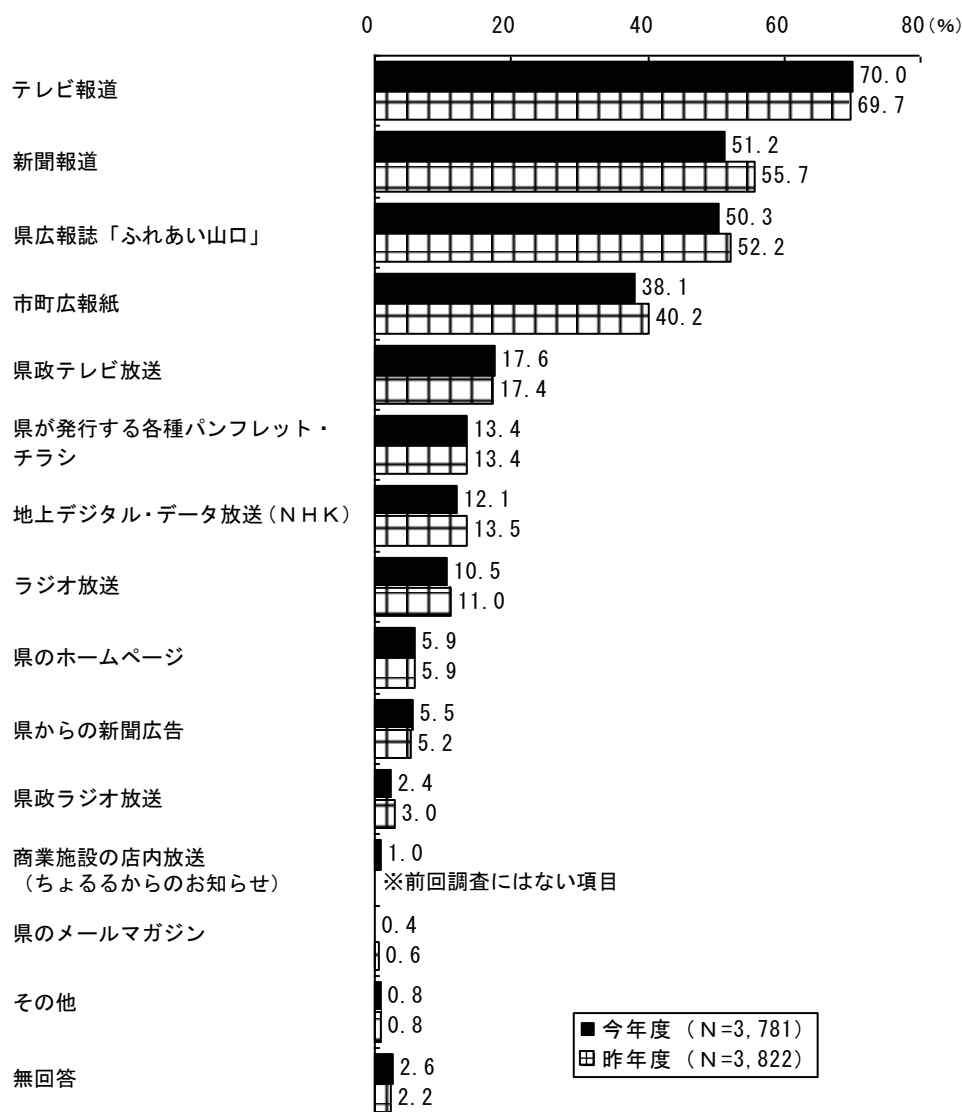


市町の政治・経済に対する関心度は、「大変関心がある」と「関心がある」を合わせた『関心がある(計)』は68.9%、「全く関心がない」と「あまり関心がない」を合わせた『関心がない(計)』は28.7%と、関心を持つ人の割合が高くなっている。昨年度と比較すると、『関心がある(計)』は1.0ポイント低下している。

### 3. 県の行っている広報

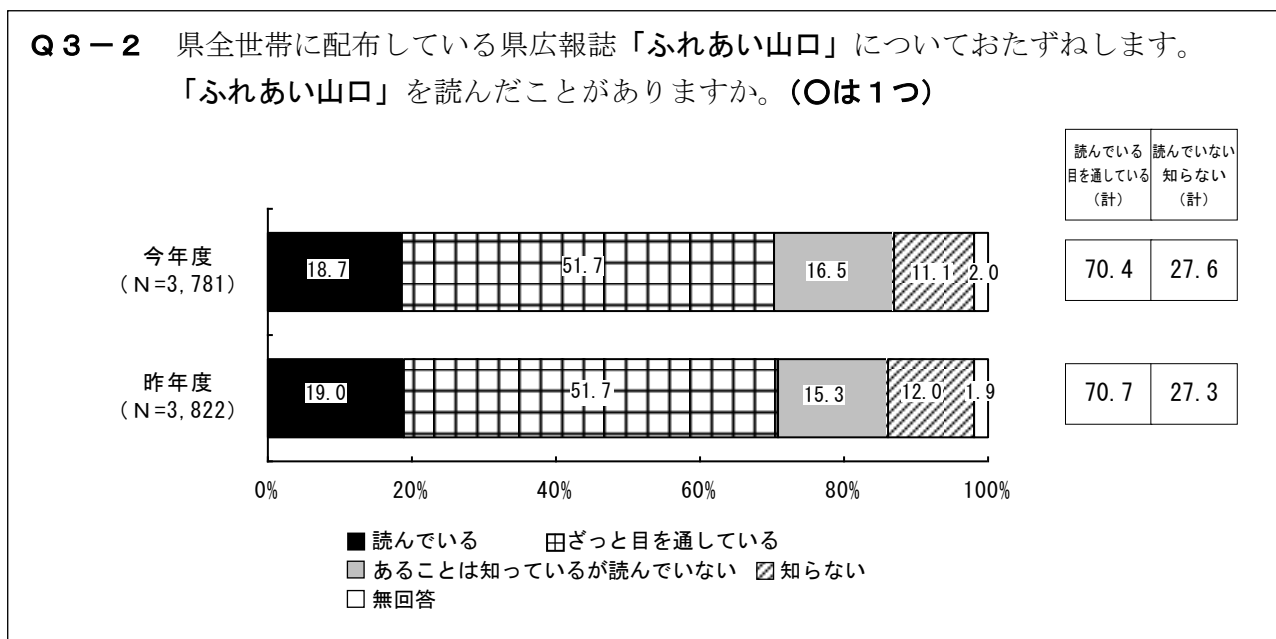
#### 3-1. 県の仕事の認知媒体

**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)



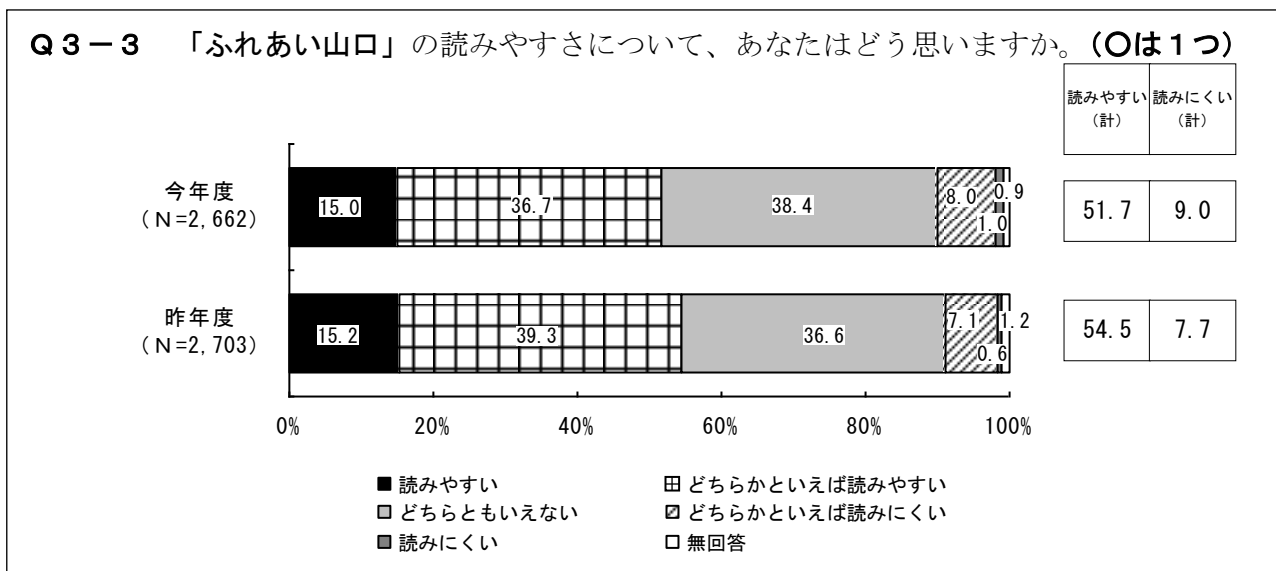
県の仕事の認知媒体としては、「テレビ報道」(70.0%)、「新聞報道」(51.2%)、「県広報誌『ふれあい山口』」(50.3%)が高く、次いで「市町広報紙」(38.1%)、「県政テレビ放送」(17.6%)、「県が発行する各種パンフレット・チラシ」(13.4%)、「地上デジタル・データ放送(NHK)」(12.1%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「新聞報道」は4.5ポイント低下している。

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」を合わせた『読んでいる・目を通して (計)』は70.4%、「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27.6%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」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51.7%、「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9.0%となっている。昨年度と比較すると、『読みやすい (計)』は2.8ポイント低下、『読みにくい (計)』は1.3ポイント上昇している。

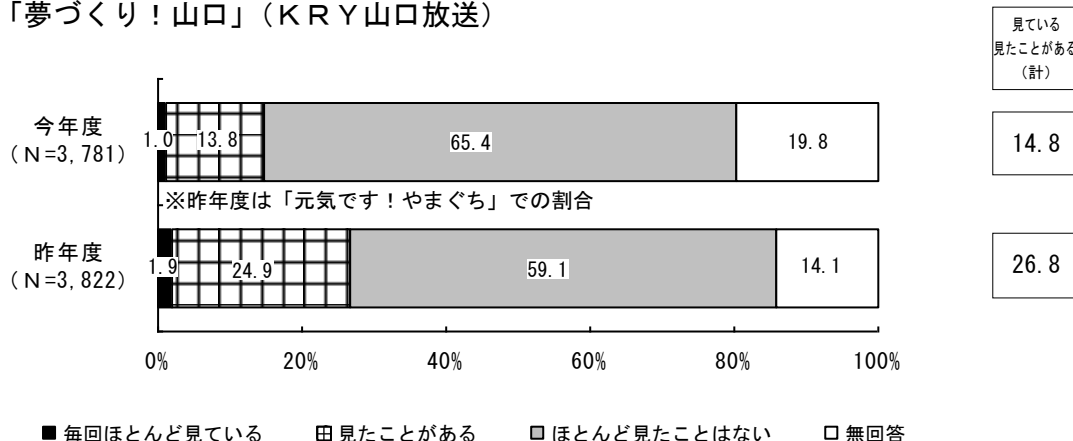
3-4. 各テレビ番組・各ラジオ番組の視聴（聴取）状況

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。

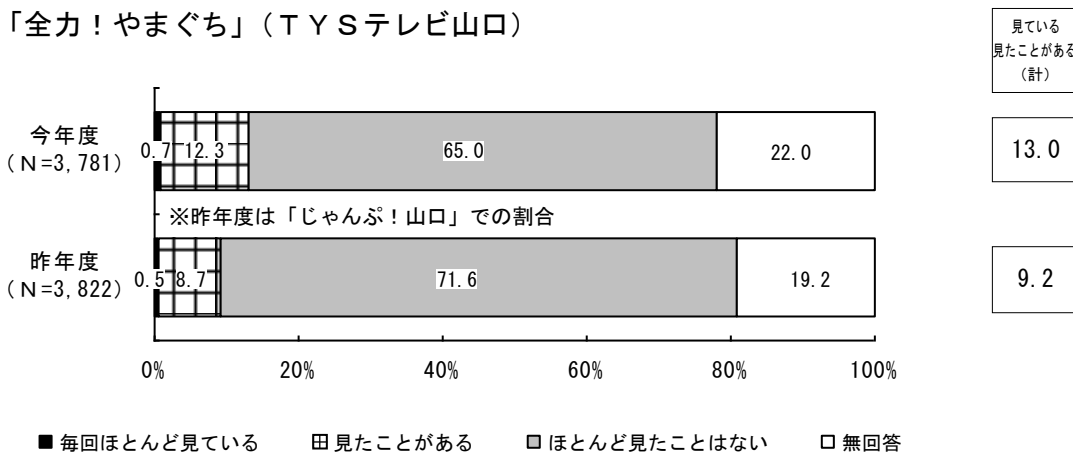
(1) 次の番組を視聴（または聴取）されたことがありますか。

1、2、3から選んでください。(〇はそれぞれ1つつ)

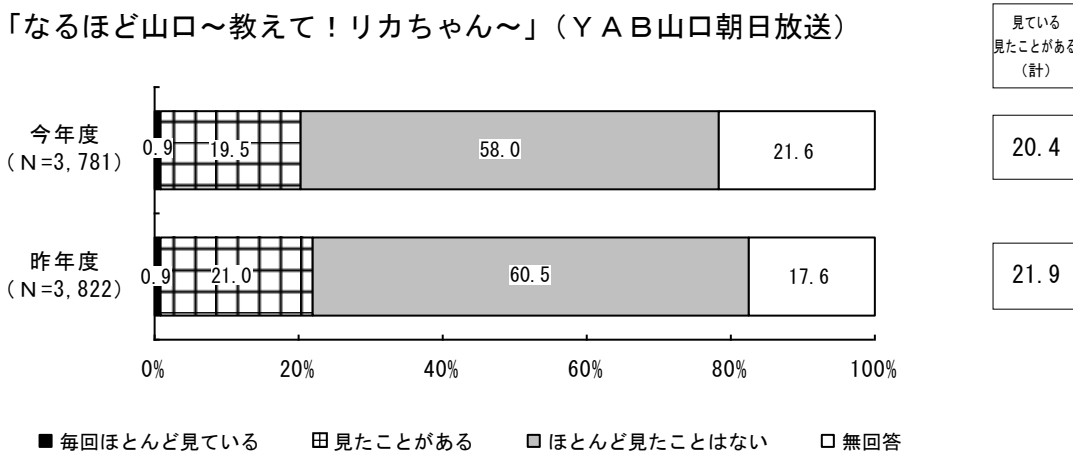
(ア)「夢づくり！山口」(KRY山口放送)



(イ)「全力！やまぐち」(TYSテレビ山口)

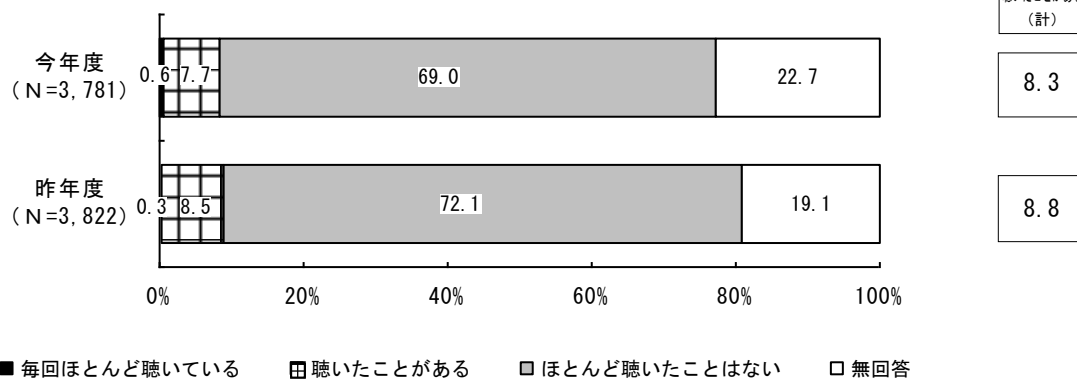


(ウ)「なるほど山口～教えて！リカちゃん～」(YAB山口朝日放送)

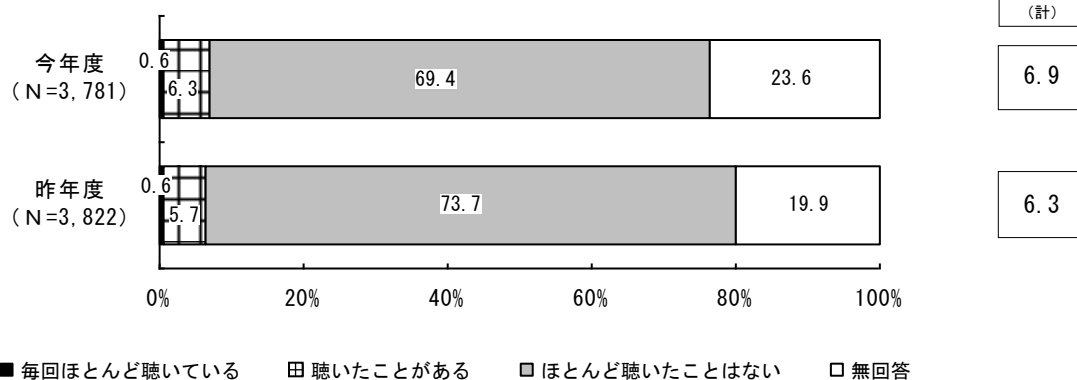


県が提供している県政テレビ番組の視聴状況について、「毎回ほとんど見ている」と「見たことがある」を合わせた『見ています・見たことがある (計)』は「夢づくり！山口」では14.8%、「全力！やまぐち」では13.0%、「なるほど山口～教えて！リカちゃん～」では20.4%となっている。昨年度と比較すると、「夢づくり！山口」は12.0ポイント低下、「全力！やまぐち」は3.8ポイント上昇している。

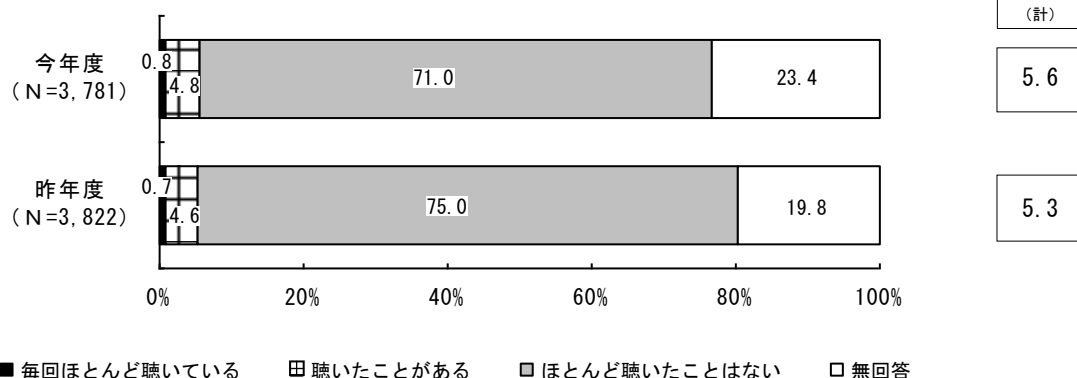
(エ) 「ワンポイント県政」(KRY山口放送)



(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、すべての番組において1割に満たない。昨年度と比較すると、「FM県民ダイアリー」と「情報BOX山口」でやや上昇している。

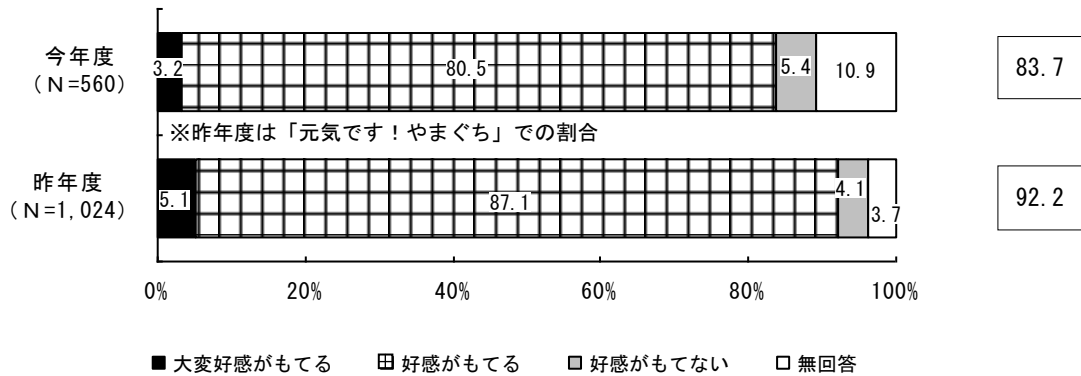


3-5. 各テレビ番組・各ラジオ番組の印象

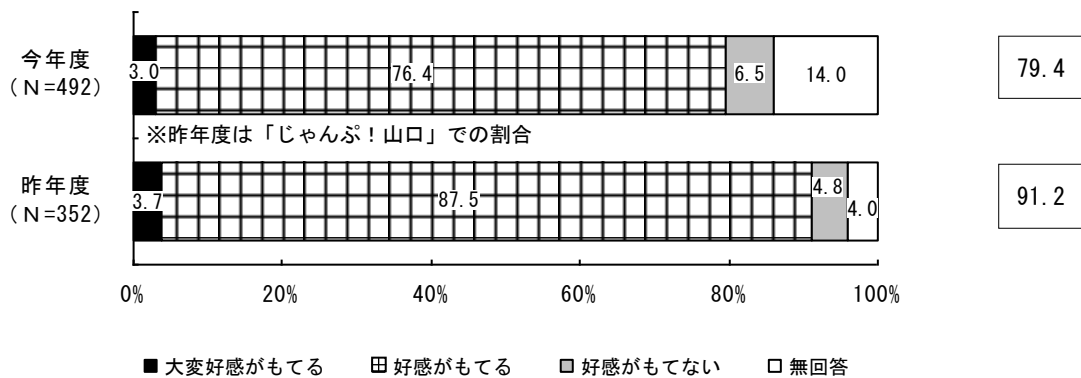
Q3-4 県が提供しているテレビ・ラジオの県政番組についておたずねします。

(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つずつ）

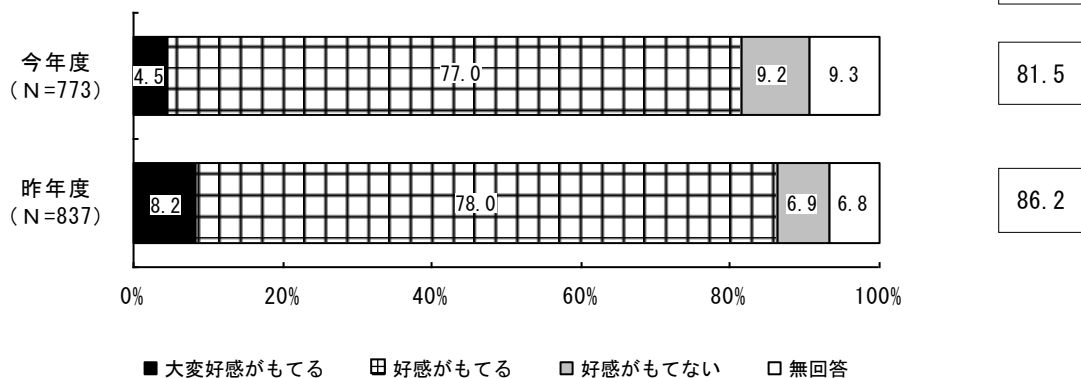
(ア) 「夢づくり！山口」（KRY山口放送）



(イ) 「全力！やまぐち」（TYSテレビ山口）

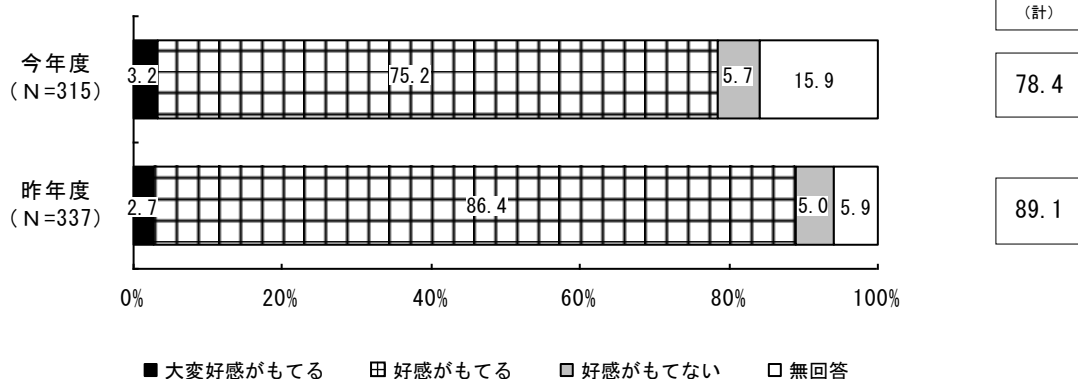


(ウ) 「なるほど山口～教えて！リカちゃん～」(YAB山口朝日放送)

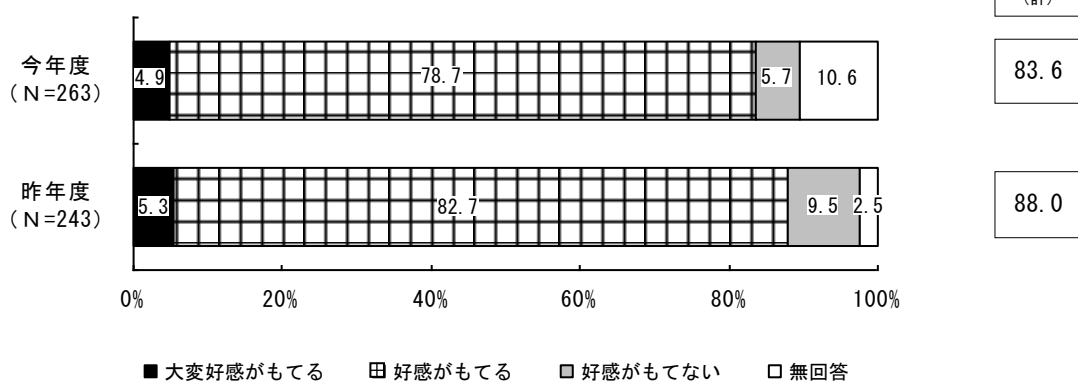


県が提供している県政テレビ番組の各番組の印象について、「大変好感がもてる」と「好感がもてる」を合わせた『好感がもてる (計)』は約8割となっているが、昨年度と比較すると、各番組とも好感度は低下している。

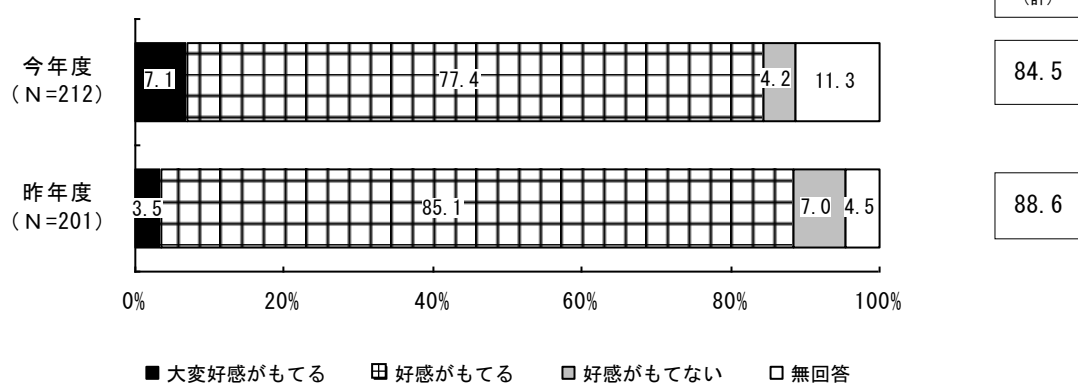
(エ) 「ワンポイント県政」(KRY山口放送)



(オ) 「FM県民ダイアリー」(エフエム山口)

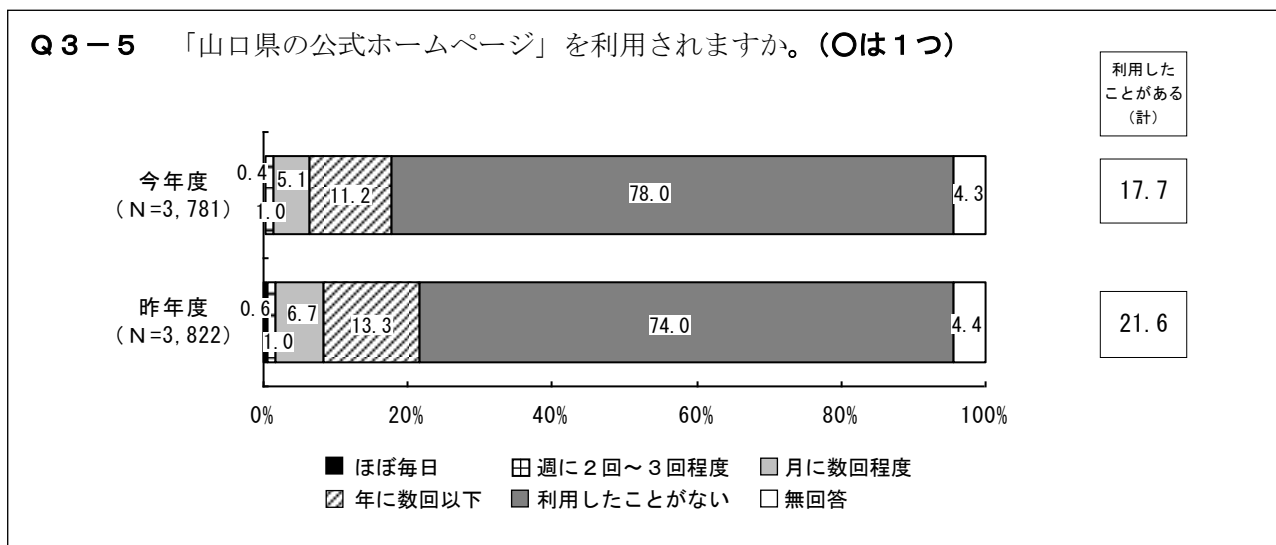


(カ) 「情報BOX山口」(エフエム山口)



県が提供している県政ラジオ番組の各番組の印象について、「大変好感がもてる」と「好感がもてる」を合わせた『好感がもてる (計)』は、約8割となっている。

3-6. 「山口県の公式ホームページ」の利用頻度

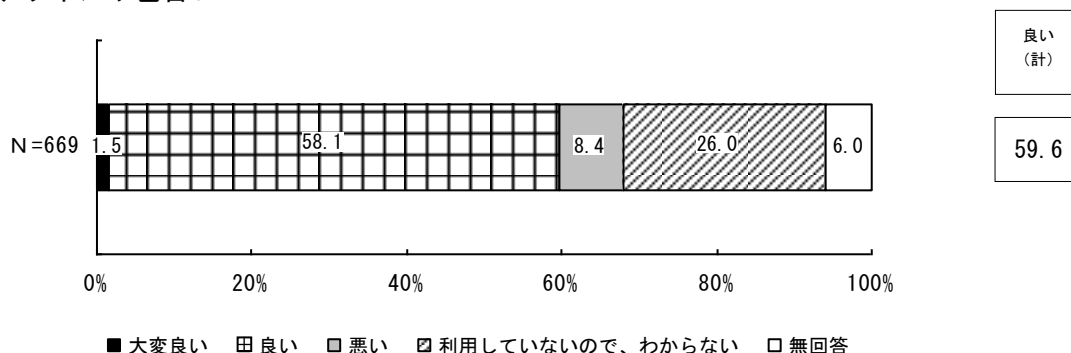


山口県の公式ホームページの利用頻度について、「ほぼ毎日」、「週に2回~3回程度」、「月に数回程度」、「年に数回以下」を合わせた『利用したことがある (計)』は17.7%、「利用したことがない」は78.0%となっている。昨年度と比較すると、『利用したことがある (計)』は3.9ポイント低下している。

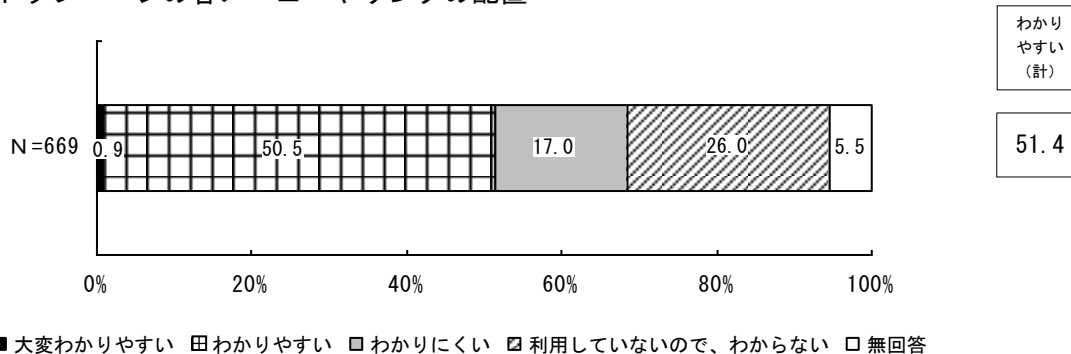
3-7. 「山口県の公式ホームページ」の印象

**Q3-6** 「山口県の公式ホームページ」は平成25年4月にリニューアルしました。リニューアル後のホームページの印象を選んでください。(〇はそれぞれ1つずつ)

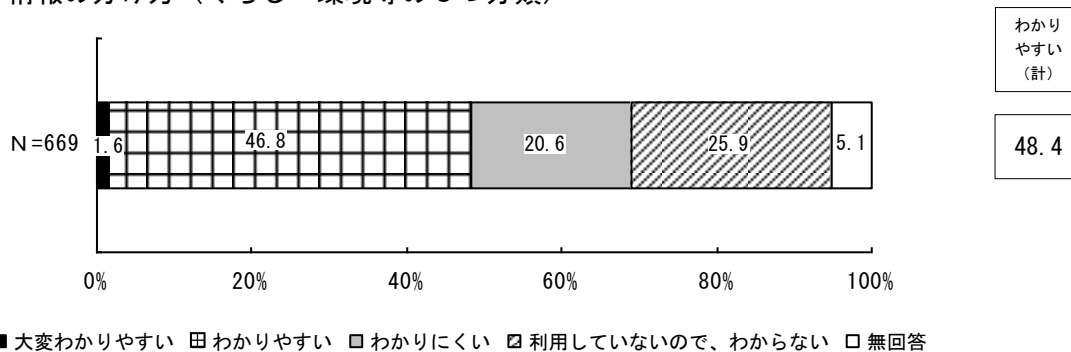
(1) デザインや色合い



(2) トップページ各メニューやリンクの配置



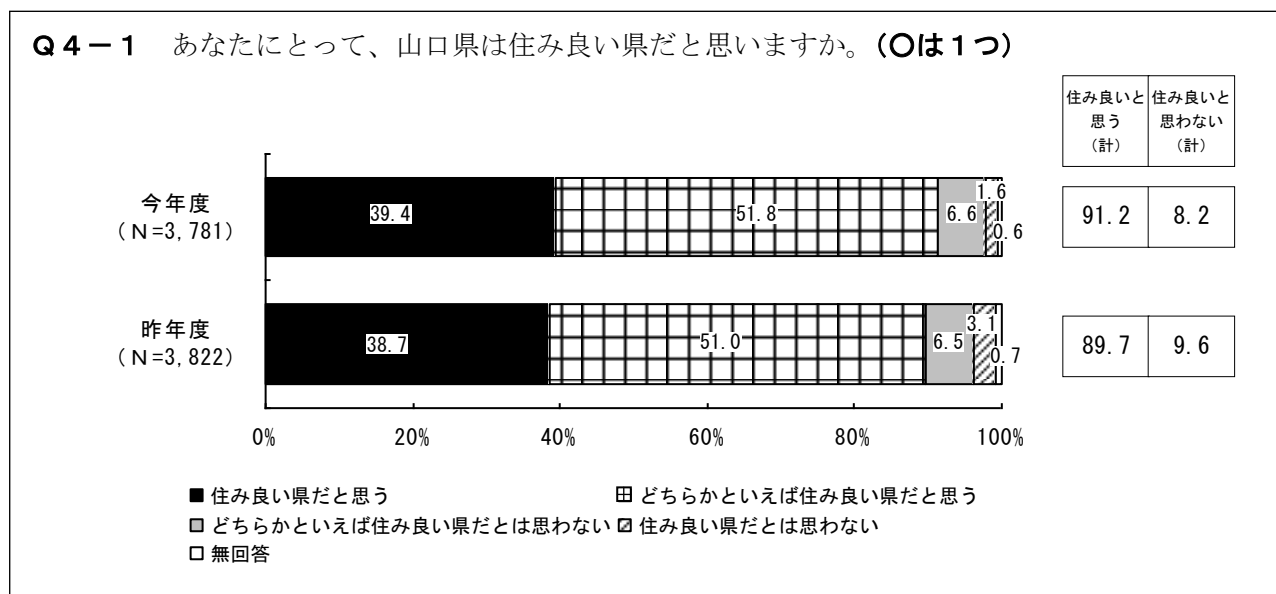
(3) 情報の分け方 (くらし・環境等の6つ分類)



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59.6%、トップページの各メニューやリンクの配置は、「大変わかりやすい」と「わかりやすい」を合わせた『わかりやすい (計)』は51.4%、情報の分け方 (くらし・環境等の6つ分類) は、「大変わかりやすい」と「わかりやすい」を合わせた『わかりやすい (計)』は48.4%と、いずれの項目についても好感度が高くなっている。

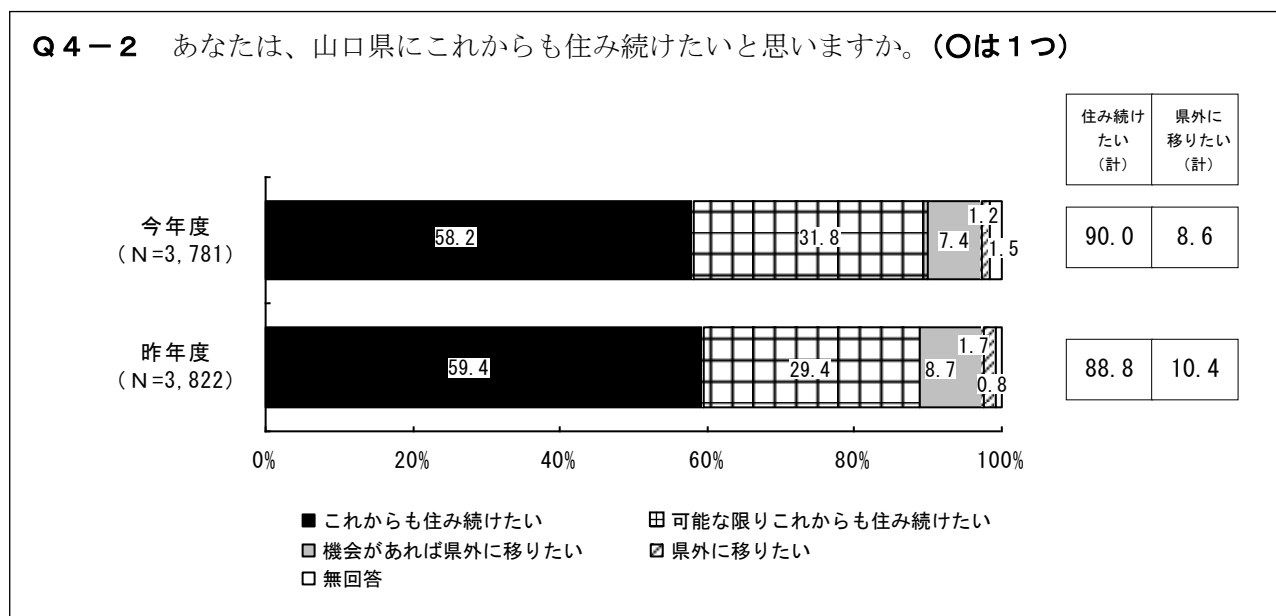
## 4. 県の取組に対する実感

### 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91.2%、「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8.2%となっており、昨年度と比較すると、『住み良いと思う (計)』が1.5ポイント高くなっている。

### 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90.0%、「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8.6%となっており、昨年度と比較すると、『住み続けたい (計)』が1.2ポイント高くなっている。

4-3. 県の実感に対する実感

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。

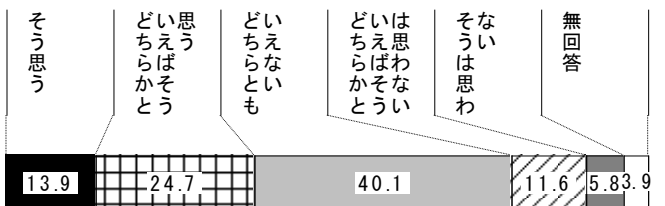
いずれか1つを○で囲んでください。(○はそれぞれ1つずつ)

N=3,781

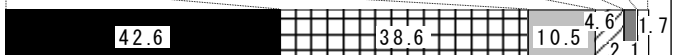
産業力・観光力の増強

人財力の育成

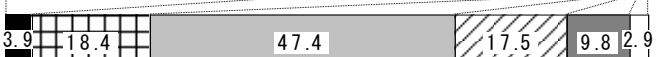
産業や国民生活に必要な物資の流通に山口県内の港が利用されている



高速道路などのインターチェンジや駅、空港に行くまでの道路が整備されている



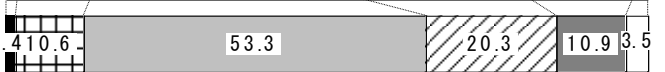
企業誘致や大学等と連携した技術開発など、県内産業の活性化に向けた取組が進んでいる



県外からの企業の誘致や県内企業の設備投資が進み、県内経済の活性化が図られている



相談窓口の設置や融資制度など、新規創業や中小企業の経営安定・新事業展開等に向けた取組が進んでいる



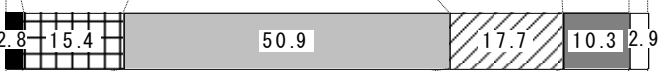
中小企業者と農林漁業者とが有機的に連携して新商品の開発等を行う農商工連携の取組が進んでいる



農林水産業者が地域の産物を有効に活用し、自らが加工、流通・販売等のサービスに取り組み、6次産業化の取組が進んでいる



技能・技術の継承や技能の向上など、ものづくり産業を支える技能者を育成するための取組が進められている



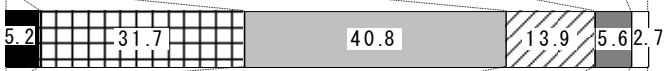
農林水産業への就業機会が増えている



若者就職支援センターの取組など、若者が県内で就職するための支援が充実している



県産農林水産物等の需要拡大を進めるため、味や品質に優れた「やまぐちブランド」の育成やブランドの普及に向けた取組が進んでいる



農林水産業の中核経営体（一定規模以上の事業や雇用を行う者）への経営安定のための支援が充実している



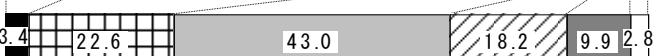
水田における畑作物（麦・大豆・野菜等）の作付けなど、農山漁村の資源を有効に活用する取組が進んでいる



「(株)おいでませ山口県」や「山口県PR本部長ちよるる」の活用など、山口県の知名度向上に向けた情報発信が進んでいる



旅行形態や観光ニーズの多様化等に対応した県内観光地の魅力向上の取組が進んでいる



人財育成のための研修機会や施設が充実している



育児をしながら仕事ができる環境が充実している



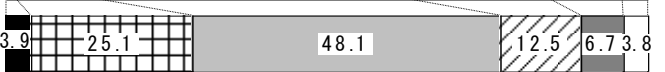
乳幼児や多子世帯に対する経済的支援が充実している



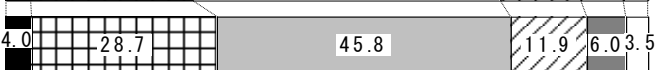
子育ての悩みを相談できる環境が充実している



小・中学校全学年35人学級化や複数教員による指導などの取組により、子どもたちが学校教育を受ける環境が充実している



住民による学校教育活動への支援や地域における子どもの活動への学校の協力など、学校と地域が連携した取組が進んでいる

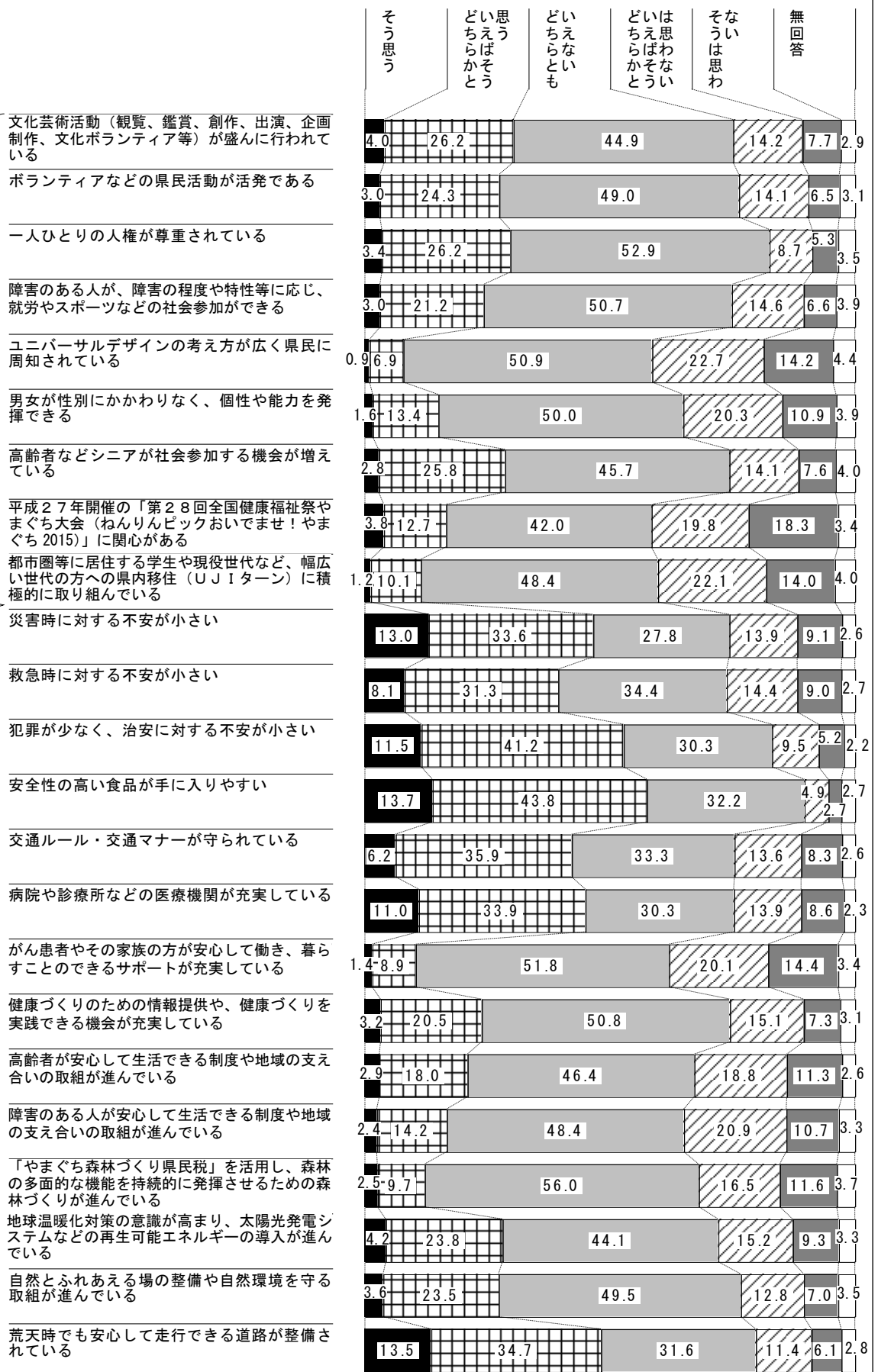


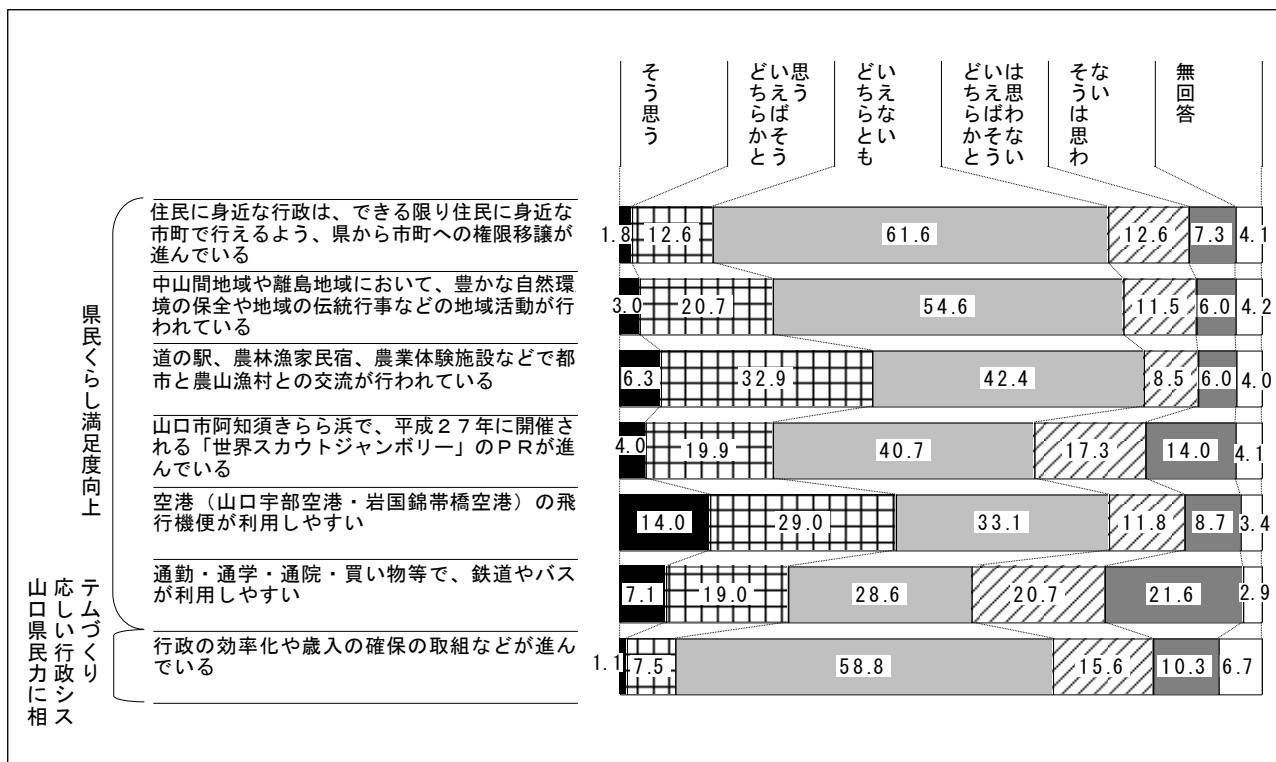
スポーツ推進拠点の整備やイベントの開催など、スポーツ活動に親しむ機会に恵まれている



人財力の育成

安心・安全力の確保





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、【産業力・観光力の増強】分野の、「高速道路などのインターチェンジや駅、空港に行くまでの道路が整備されている」(81.2%)、「(株) おいでませ山口県」や「山口県PR本部長ちよるる」の活用など、山口県の知名度向上に向けた情報発信が進んでいる」(47.1%)、【安心・安全力の確保】分野の、「安全性の高い食品が手に入りやすい」(57.5%)、「犯罪が少なく、治安に対する不安が小さい」(52.7%)、「荒天時でも安心して走行できる道路が整備されている」(48.2%)、「災害時に対する不安が小さい」(46.6%)、「病院や診療所などの医療機関が充実している」(44.9%)、「交通ルール・交通マナーが守られている」(42.1%)、【県民くらし満足度向上】分野の、「空港（山口宇部空港・岩国錦帯橋空港）の飛行機便が利用しやすい」(43.0%)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、【産業力・観光力の増強】分野の、「若者就職支援センターの取組など、若者が県内で就職するための支援が充実している」(45.2%)、「農林水産業への就業機会が増えている」(42.7%)、「県外からの企業の誘致や県内企業の設備投資が進み、県内経済の活性化が図られている」(41.9%)、【人材力の育成】分野の、「育児をしながら仕事ができる環境が充実している」(44.1%)、【県民くらし満足度向上】分野の、「通勤・通学・通院・買い物等で、鉄道やバスが利用しやすい」(42.3%)で4割を超えている。



<県の取組に対する実感上位10項目>

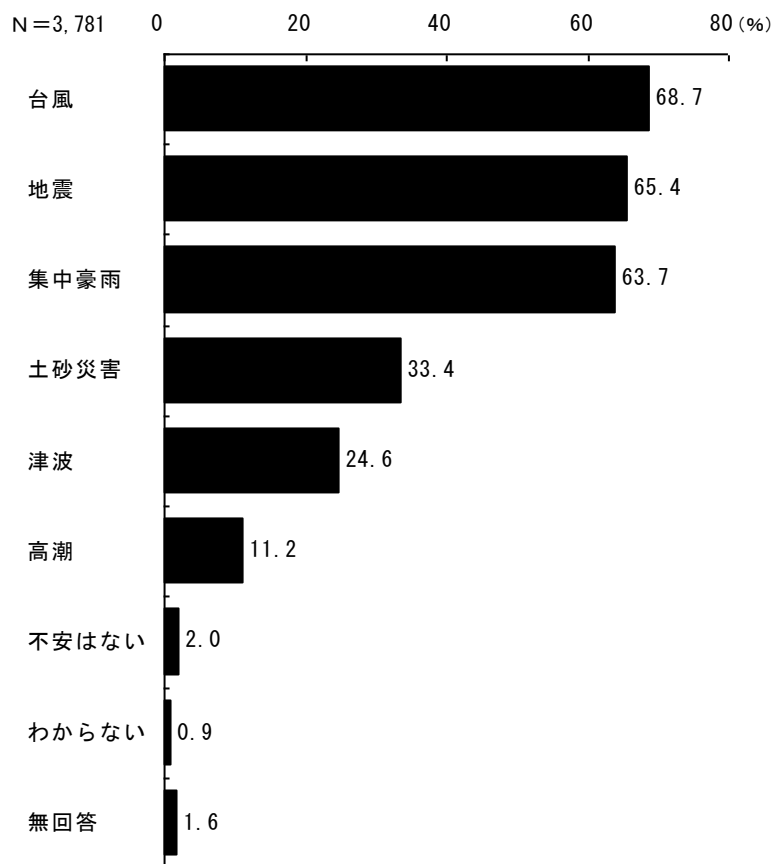
【思う】の割合が高いもの (「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計)		
	分野	割合
高速道路などのインターチェンジや駅、空港に行くまでの道路が整備されている	産業力・観光力の増強	81.2%
安全性の高い食品が手に入りやすい	安心・安全力の確保	57.5%
犯罪が少なく、治安に対する不安が小さい	安心・安全力の確保	52.7%
荒天時でも安心して走行できる道路が整備されている	安心・安全力の確保	48.2%
「(株)おいでませ山口県」や「山口県PR本部長ちよるる」の活用など、山口県の知名度向上に向けた情報発信が進んでいる	産業力・観光力の増強	47.1%
災害時に対する不安が小さい	安心・安全力の確保	46.6%
病院や診療所などの医療機関が充実している	安心・安全力の確保	44.9%
空港(山口宇部空港・岩国錦帯橋空港)の飛行機便が利用しやすい	県民くらし満足度向上	43.0%
交通ルール・交通マナーが守られている	安心・安全力の確保	42.1%
救急時に対する不安が小さい	安心・安全力の確保	39.4%

【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
若者就職支援センターの取組など、若者が県内で就職するための支援が充実している	産業力・観光力の増強	45.2%
育児をしながら仕事ができる環境が充実している	人財力の育成	44.1%
農林水産業への就業機会が増えている	産業力・観光力の増強	42.7%
通勤・通学・通院・買い物等で、鉄道やバスが利用しやすい	県民くらし満足度向上	42.3%
県外からの企業の誘致や県内企業の設備投資が進み、県内経済の活性化が図られている	産業力・観光力の増強	41.9%
平成27年開催の「第28回全国健康福祉祭やまぐち大会(ねんりんピックおいでませ!やまぐち2015)」に関心がある	人財力の育成	38.1%
乳幼児や多子世帯に対する経済的支援が充実している	人財力の育成	37.7%
ユニバーサルデザインの考え方が広く県民に周知されている	人財力の育成	36.9%
水田における畑作物(麦・大豆・野菜等)の作付けなど、農山漁村の資源を有効に活用する取組が進んでいる	産業力・観光力の増強	36.7%
都市圏等に居住する学生や現役世代など、幅広い世代の方への県内移住(UJターン)に積極的に取り組んでいる	人財力の育成	36.1%

## 5. 防災・減災対策

## 5-1. 不安に思う自然災害

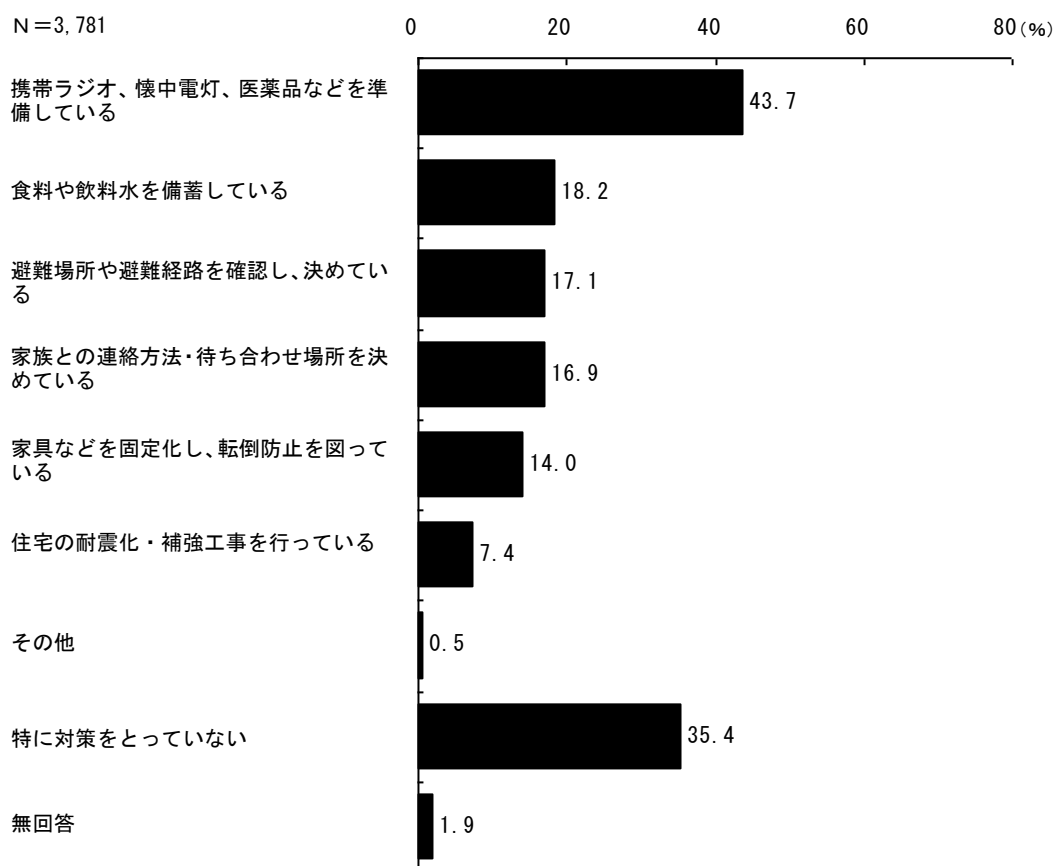
Q5-1 過去に豪雨や台風などにより自然災害の被害が発生していますが、あなたが不安に思う自然災害はどれですか。(〇はいくつでも)



不安に思う自然災害について、「台風」(68.7%)、「地震」(65.4%)、「集中豪雨」(63.7%)が6割台と高くなっている。

## 5-2. 行っている防災対策

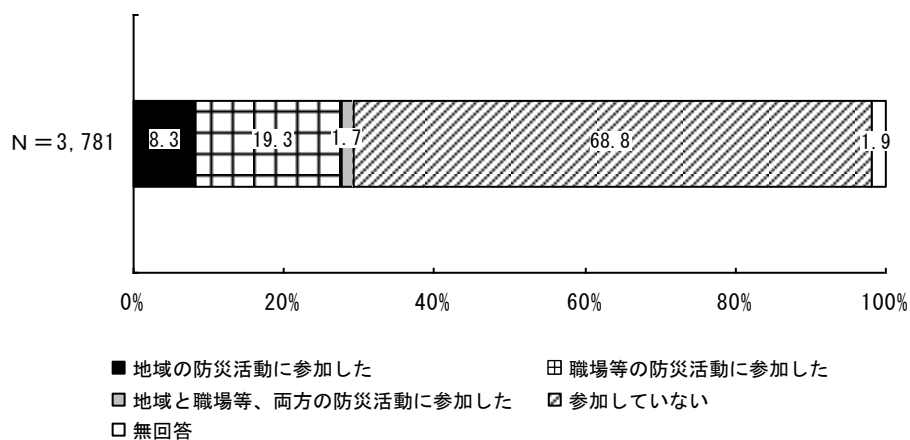
**Q5-2** あなたの家庭では、台風や地震などの災害に備え、どのような防災対策を行っていますか。(〇はいくつでも)



行っている防災対策について、「携帯ラジオ、懐中電灯、医薬品などを準備している」が43.7%と最も高く、次いで「食料や飲料水を備蓄している」(18.2%)、「避難場所や避難経路を確認し、決めている」(17.1%)、「家族との連絡方法・待ち合わせ場所を決めている」(16.9%)、「家具などを固定化し、転倒防止を図っている」(14.0%)などの順となっている。

## 5-3. 防災活動への参加

**Q5-3** あなたは、過去1年間に、お住まいの地域や職場での防災活動（防災訓練、研修・講演）に参加したことがありますか。（〇は1つ）



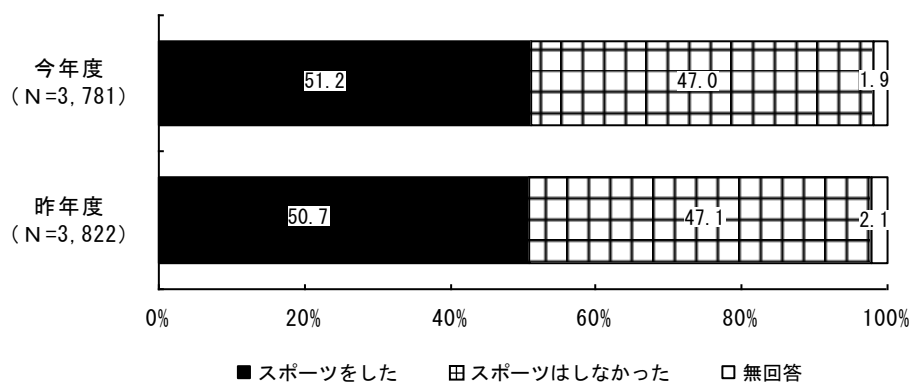
過去1年間の地域や職場での防災活動への参加について、「職場等の防災活動に参加した」は19.3%と約2割となっているが、「参加していない」が68.8%と最も高くなっている。

## 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。(〇は1つ)

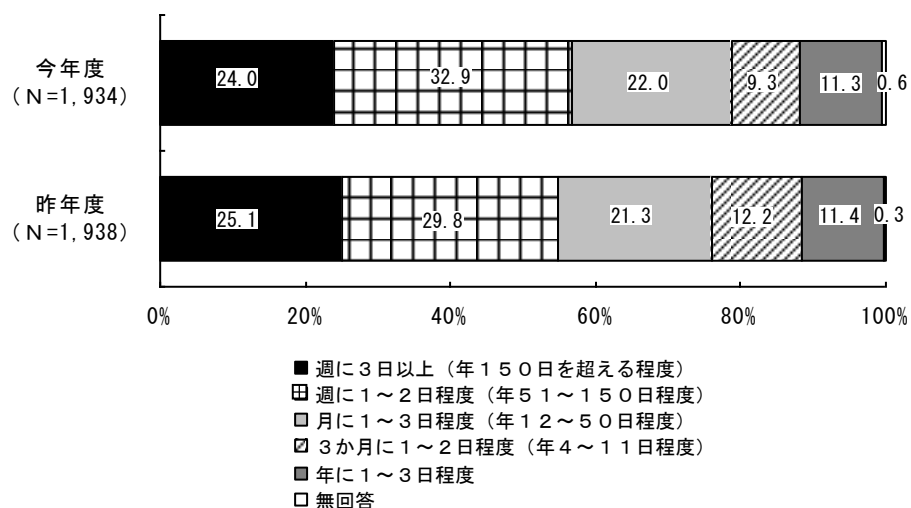
※「スポーツ」：陸上競技・水泳・野球・サッカー等の他、グラウンドゴルフ・インディアカ等のレクリエーションスポーツ、ハイキング・釣り等の野外活動及びウォーキング・軽い体操を含みます。



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51.2%、「スポーツはしなかった」は47.0%となっている。

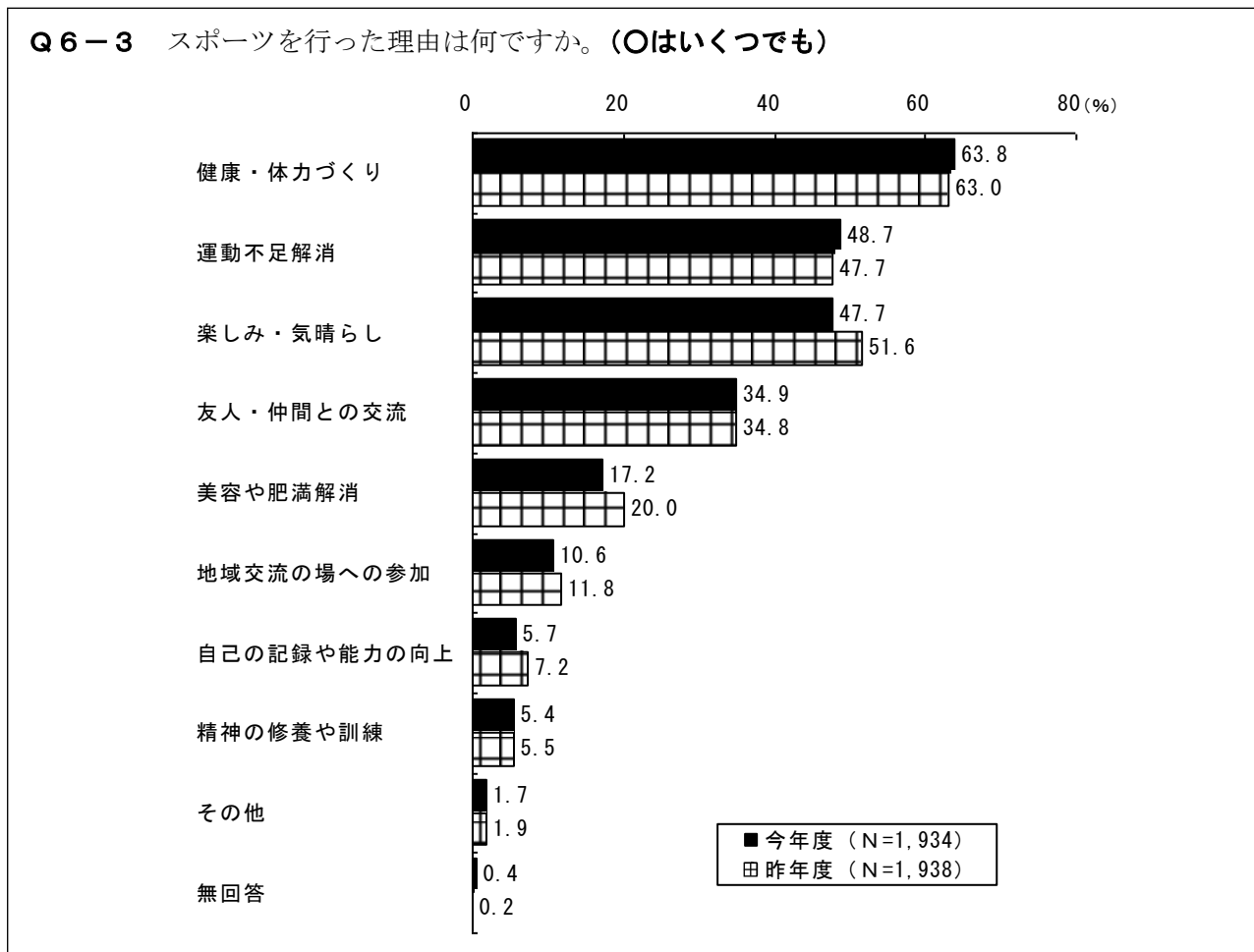
### 6-2. スポーツ実施頻度

**Q6-2** どれくらいの頻度でスポーツを行いましたか。(〇は1つ)



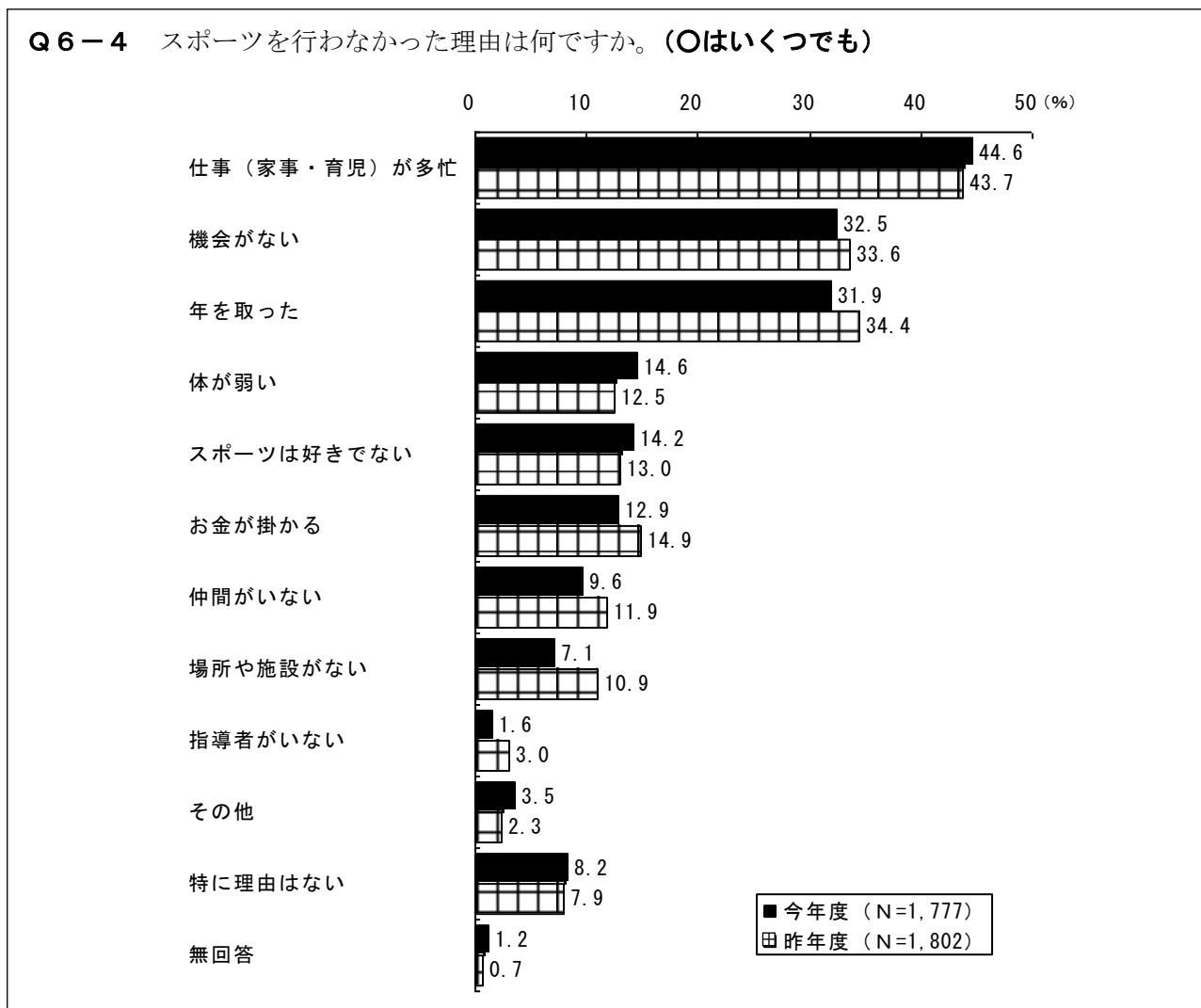
Q6-1で「スポーツをした」と回答された方に、スポーツ実施頻度について質問すると、「週に1~2日程度 (年51~150日程度)」が32.9%と最も高く、次いで「週に3日以上 (年150日を超える程度)」(24.0%)、「月に1~3日程度 (年12~50日程度)」(22.0%)などの順となっている。

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・体力づくり」が63.8%と最も高く、次いで「運動不足解消」(48.7%)、「楽しみ・気晴らし」(47.7%)、「友人・仲間との交流」(34.9%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「楽しみ・気晴らし」は3.9ポイント低下している。

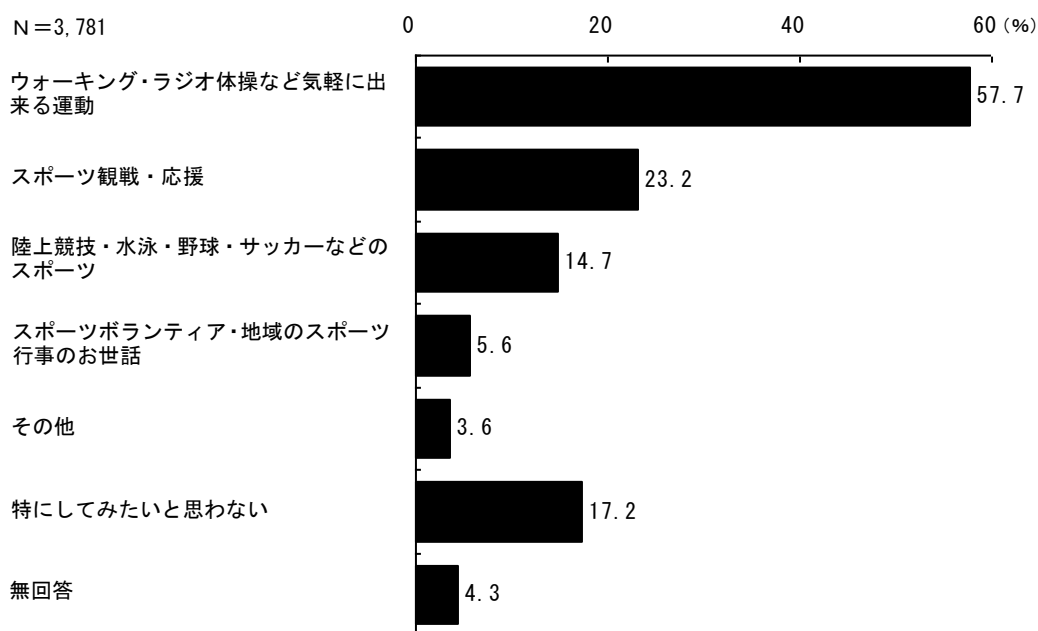
6-4. スポーツを行わなかった理由



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44.6%と最も高く、次いで「機会がない」(32.5%)、「年を取った」(31.9%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「場所や施設がない」は3.8ポイント、「年を取った」は2.5ポイント低下している。

## 6-5. 今後、してみたいスポーツ活動

Q6-5 今後どのようなスポーツ活動をしてみたいですか。(〇はいくつでも)



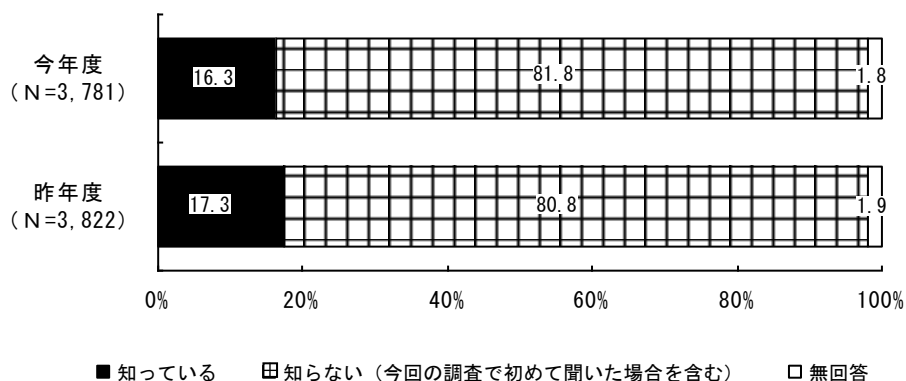
今後、してみたいスポーツ活動について、「ウォーキング・ラジオ体操など気軽に出来る運動」が57.7%と最も高く、次いで「スポーツ観戦・応援」(23.2%)、「陸上競技・水泳・野球・サッカーなどのスポーツ」(14.7%) などとなっているが、「特にしてみたいと思わない」も17.2%となっている。



## 7. ふるさと産業の振興

### 7-1. 「山口県ふるさと産業振興条例」の認知状況

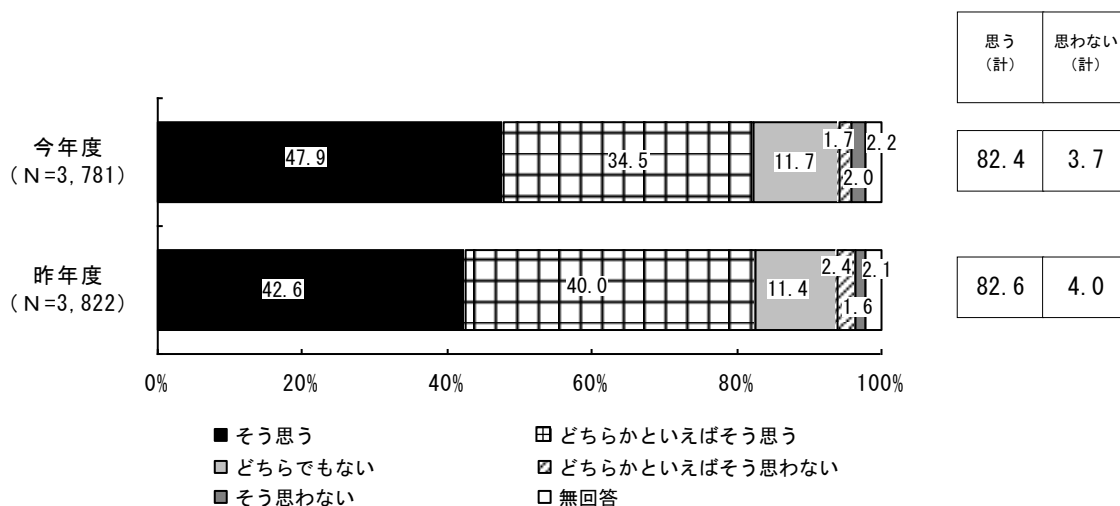
Q7-1 あなたは、「山口県ふるさと産業振興条例」についてご存じですか。(〇は1つ)



「山口県ふるさと産業振興条例」の認知状況について、「知っている」は16.3%、「知らない (今回の調査で初めて聞いた場合を含む)」は81.8%となっている。昨年度と比較すると、「知っている」は1.0ポイント低下している。

### 7-2. 「ふるさと産業」によって提供される県産品を積極的に消費・利用すべきか

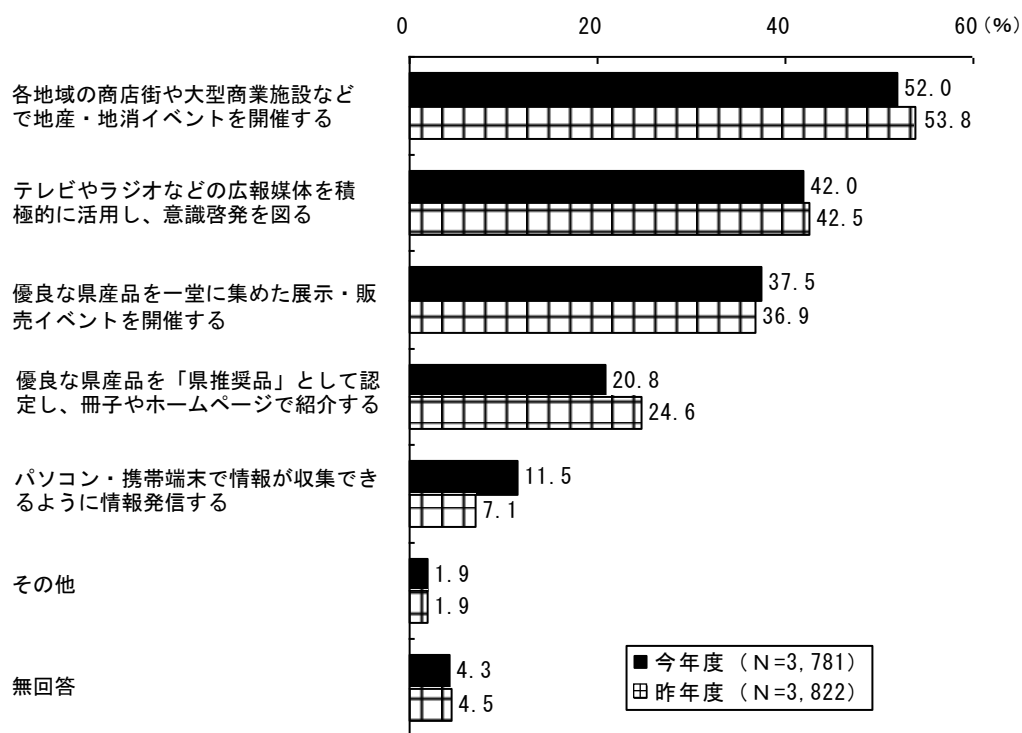
Q7-2 あなたは、「ふるさと産業」によって製造・加工・提供される県産品・サービスを積極的に消費・利用すべきだと思いますか。(〇は1つ)



「ふるさと産業」によって提供される県産品を積極的に消費・利用すべきかについて、「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)』は82.4%、「そう思わない」と「どちらかといえばそう思わない」を合わせた『思わない (計)』は3.7%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。

7-3. 消費・利用を促進するために必要な取組

Q7-3 「ふるさと産業」によって製造・加工・提供される県産品・サービスの消費・利用を促進するために、どのような取組が必要だと思いますか。(〇は2つまで)



消費・利用を促進するために必要な取組について、「各地域の商店街や大型商業施設などで地産・地消イベントを開催する」が52.0%と最も高く、次いで「テレビやラジオなどの広報媒体を積極的に活用し、意識啓発を図る」(42.0%)、「優良な県産品を一堂に集めた展示・販売イベントを開催する」(37.5%)、「優良な県産品を「県推奨品」として認定し、冊子やホームページで紹介する」(20.8%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「パソコン・携帯端末で情報が収集できるように情報発信する」は4.4ポイント上昇し、「優良な県産品を「県推奨品」として認定し、冊子やホームページで紹介する」は3.8ポイント低下している。

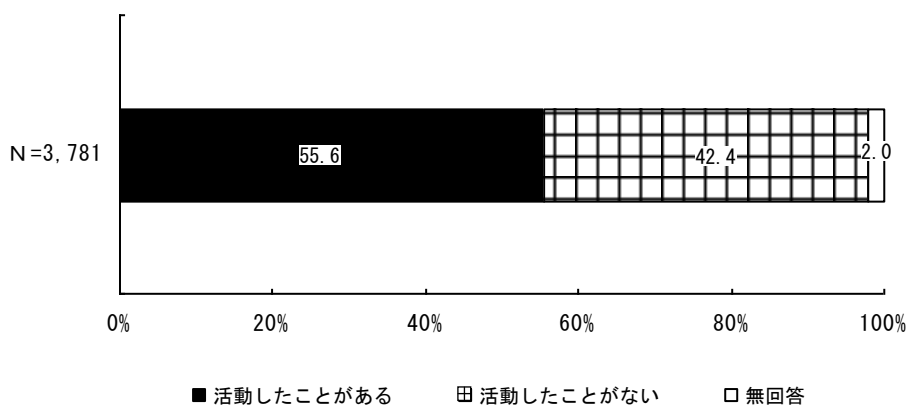
## 8. 県民活動

「県民活動」とは、営利を目的としない県民の自主的・主体的な社会参加活動で不特定かつ多数の者の利益の増進に寄与することを目的とする活動であり、活動の形態としては、コミュニティ活動（地域住民活動）、ボランティア活動（個人の自発的な意思に基づく活動）、NPO活動（一定の規模を備えた組織的な活動）をいいます。

### 8-1. 県民活動への参加の有無

**Q8-1** あなたは、地域の清掃やスポーツ行事、まちづくり、リサイクル、高齢者や障害者のための福祉、子育て支援など、仕事以外で地域や社会のために活動したことはありますか。

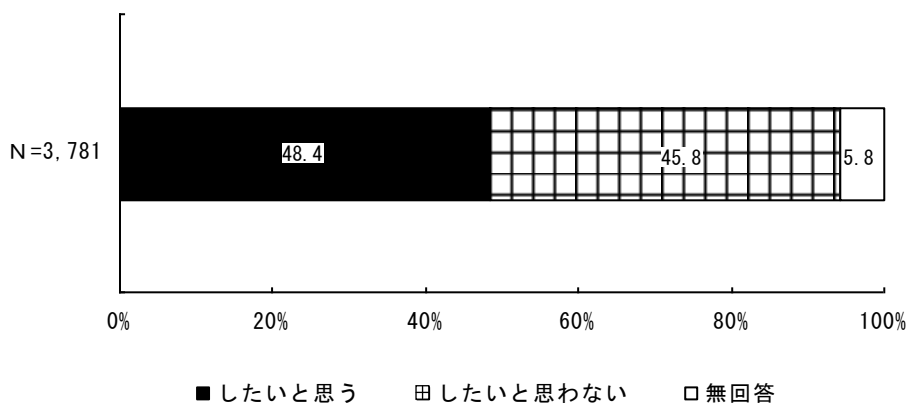
(○は1つ)



地域や社会のために、「活動したことがある」は55.6%、「活動したことがない」は42.4%となっている。

### 8-2. 県民活動への参加意向

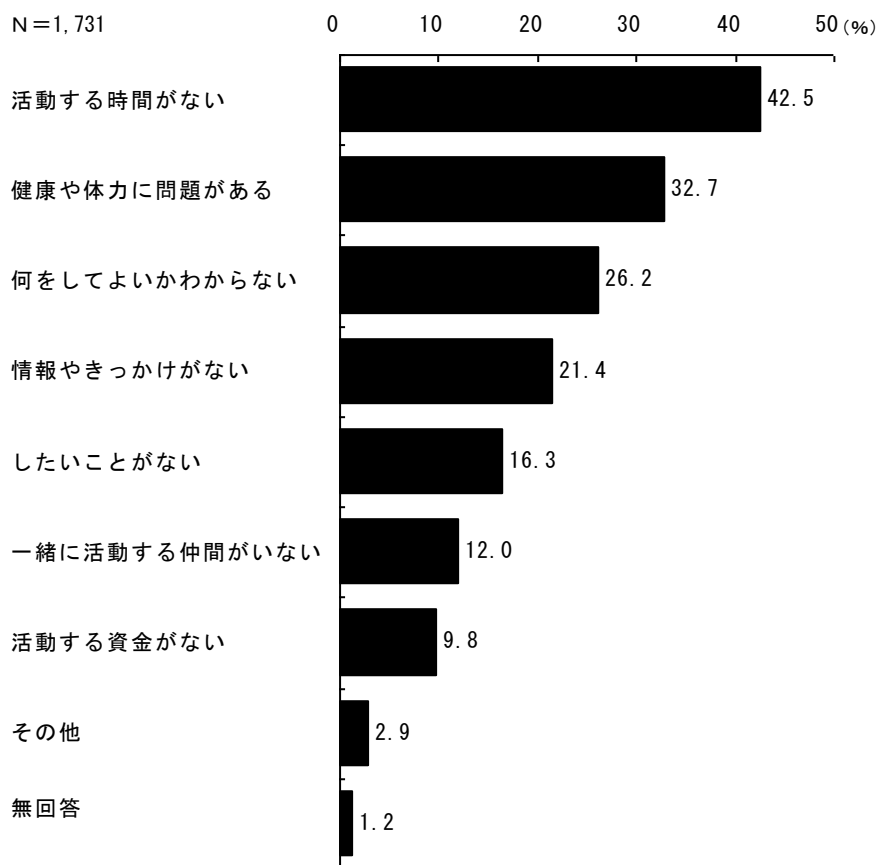
**Q8-2** あなたは、今後このような活動をしたいと思いませんか。(○は1つ)



今後、このような活動を「したいと思う」は48.4%、「したいと思わない」は45.8%となっている。

## 8-3. 県民活動をしたと思わない理由

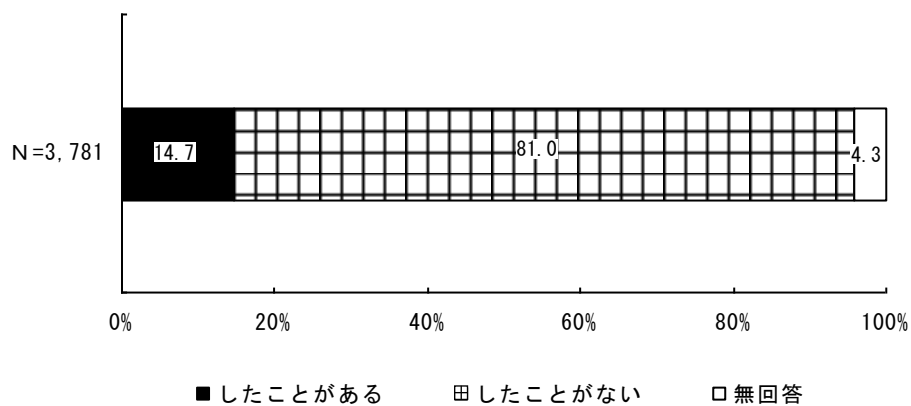
Q8-3 その理由を、次の中から選んでください。(〇はいくつでも)



Q8-2で「したと思わない」と回答された方に、活動へ参加したくない理由について質問すると、「活動する時間がない」が42.5%と最も高く、次いで「健康や体力に問題がある」(32.7%)、「何をしてもよいかわからない」(26.2%)、「情報やきっかけがない」(21.4%)が2割を超えている。

## 8-4. 県民活動団体への寄付の有無

**Q8-4** 組織的かつ継続的に県民活動を行うことを主な目的とし、宗教・政治活動を主な目的とせず、営利または選挙活動を目的としない団体を「県民活動団体」といいます。  
あなたは、県民活動団体に寄付をしたことがありますか。(〇は1つ)

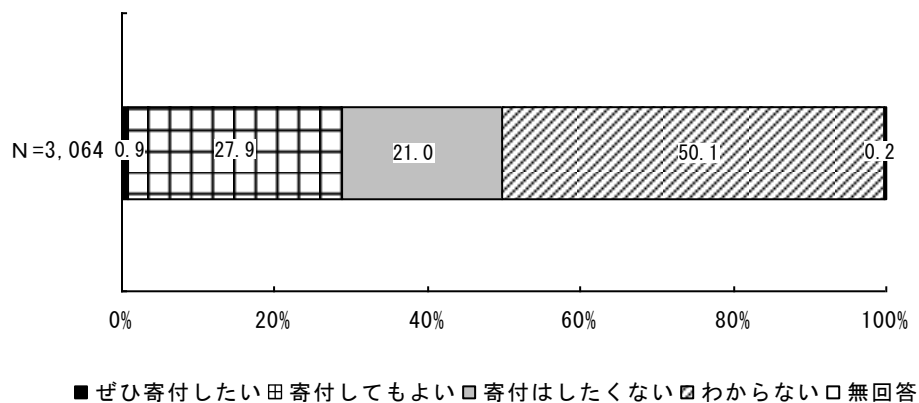


県民活動団体への寄付について、「したことがある」は14.7%、「したことがない」は81.0%となっている。

## 8-5. 県民活動団体への寄付の意向

**Q8-5** 県民活動団体は地域の課題を解決する公益的活動を行っていますが、非営利であるため寄付が重要な財源となっています。

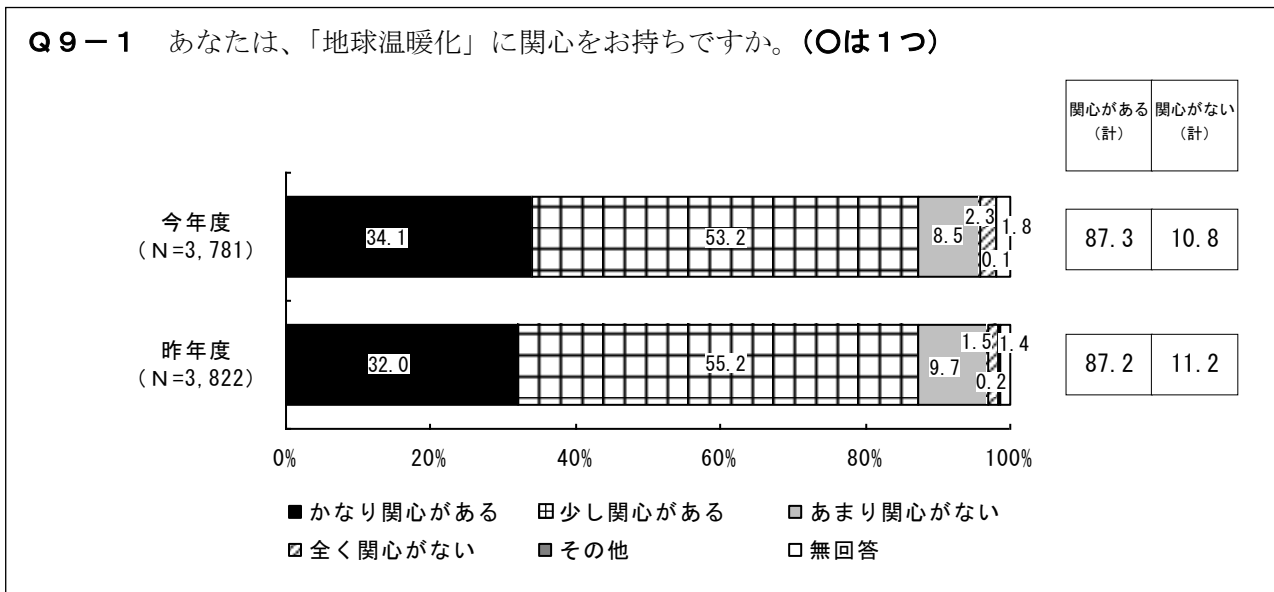
あなたは、今後県民活動団体に寄付したいと思いますか。(〇は1つ)



Q8-4で「したことがない」と回答された方に、県民活動団体への寄付の意向について質問すると、「ぜひ寄付したい」は0.9%、「寄付してもよい」は27.9%、「寄付はしたくない」は21.0%、「わからない」は50.1%となっている。

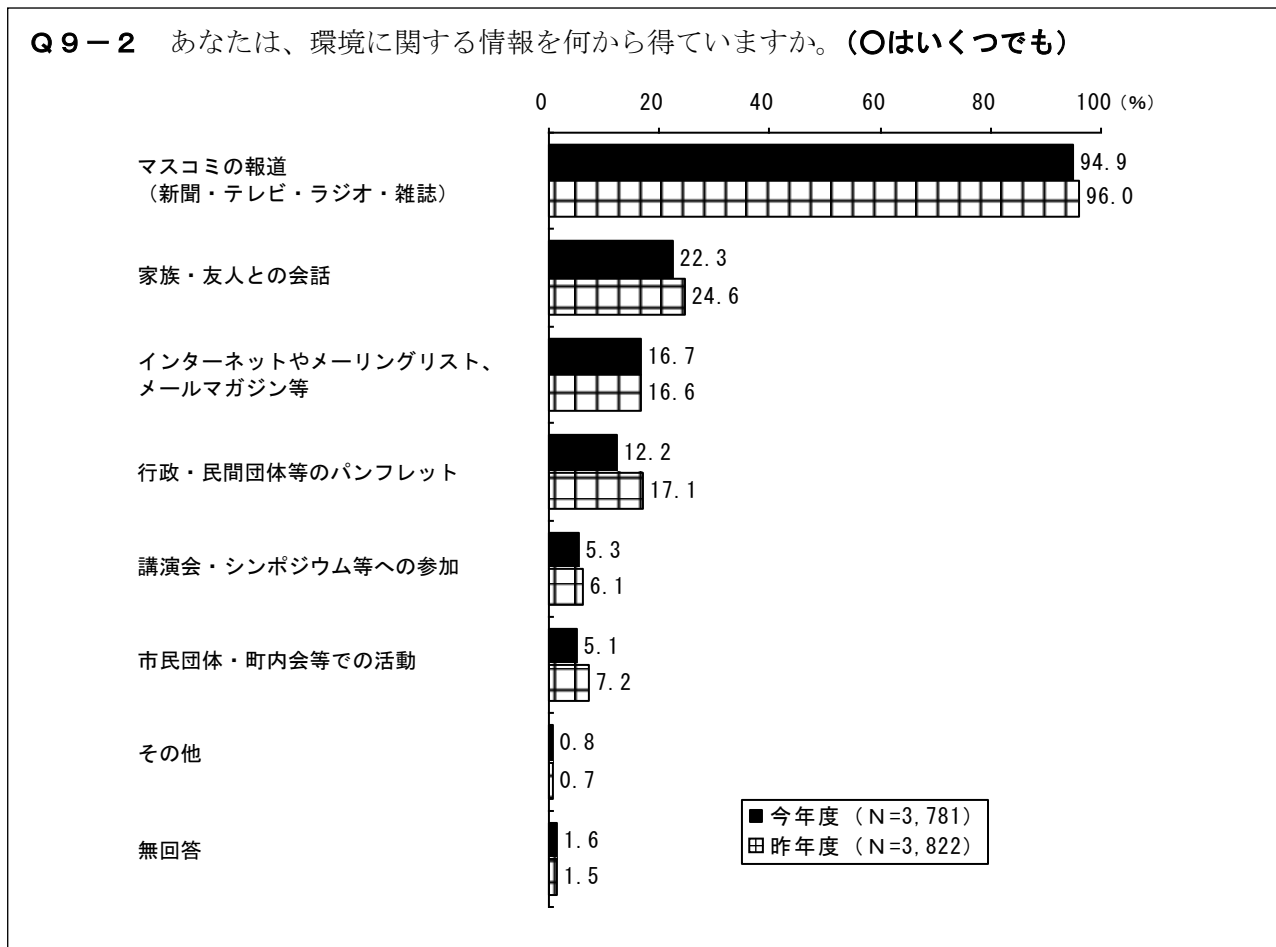
## 9. 地球温暖化

### 9-1. 「地球温暖化」への関心度



地球温暖化への関心度について、「かなり関心がある」と「少し関心がある」を合わせた『関心がある(計)』は87.3%、「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10.8%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。

9-2. 環境に関する情報の入手媒体



環境に関する情報の入手媒体について、「マスコミの報道(新聞・テレビ・ラジオ・雑誌)」が94.9%と最も高く、次いで「家族・友人との会話」(22.3%)、「インターネットやメールリングリスト、メールマガジン等」(16.7%)、「行政・民間団体等のパンフレット」(12.2%)、「講演会・シンポジウム等への参加」(5.3%)、「市民団体・町内会等での活動」(5.1%)の順となっている。昨年度と比較すると、「行政・民間団体等のパンフレット」は4.9ポイント低下している。

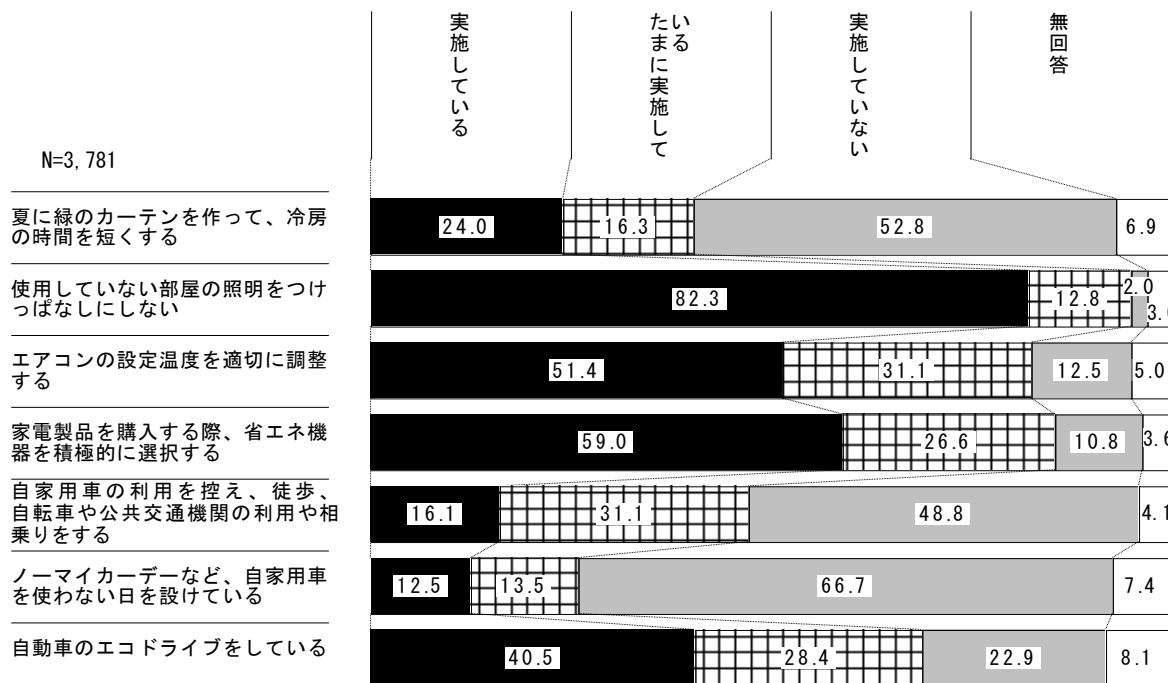


9-3. 地球温暖化防止のための取組

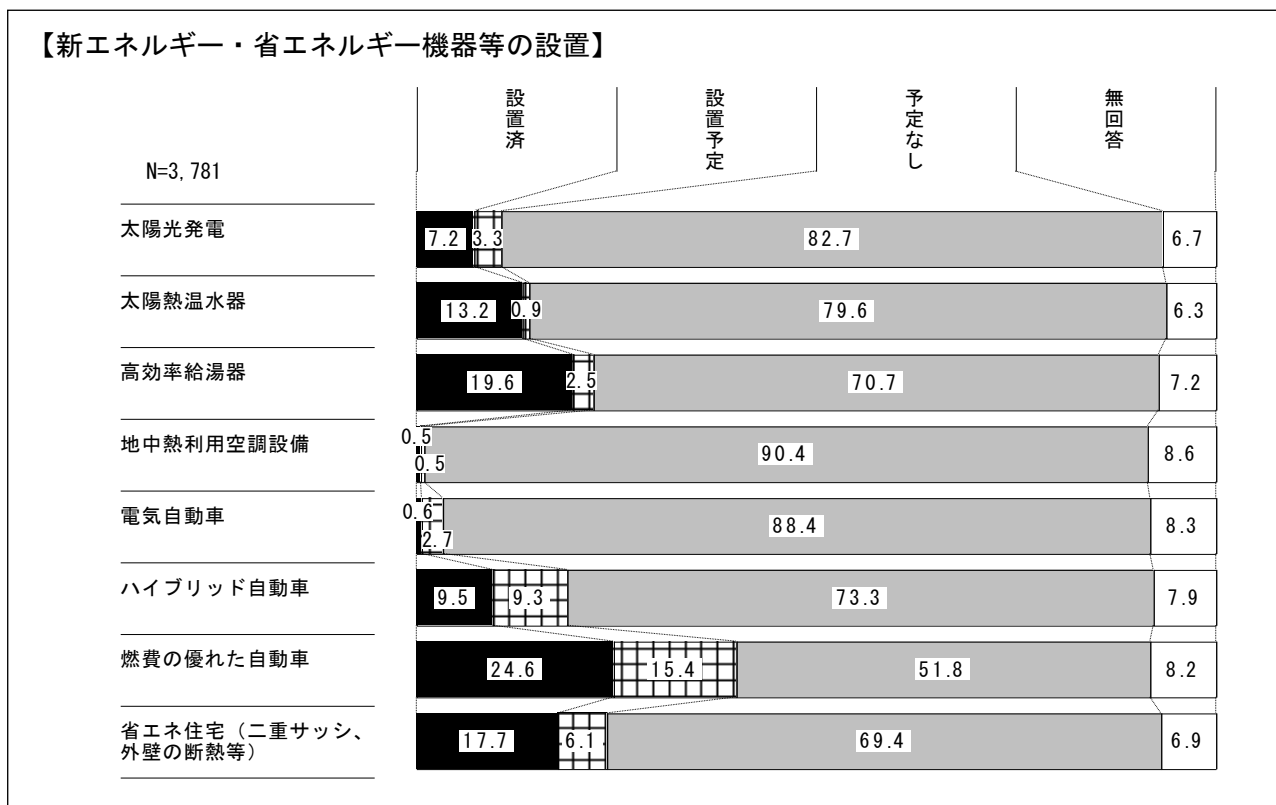
Q9-3 あなたの日常生活において、地球温暖化防止のために、どのような取組を行っていますか。いずれか1つを○で囲んでください。(○はそれぞれ1つずつ)

【家庭での省エネルギーの取組】

N=3,781



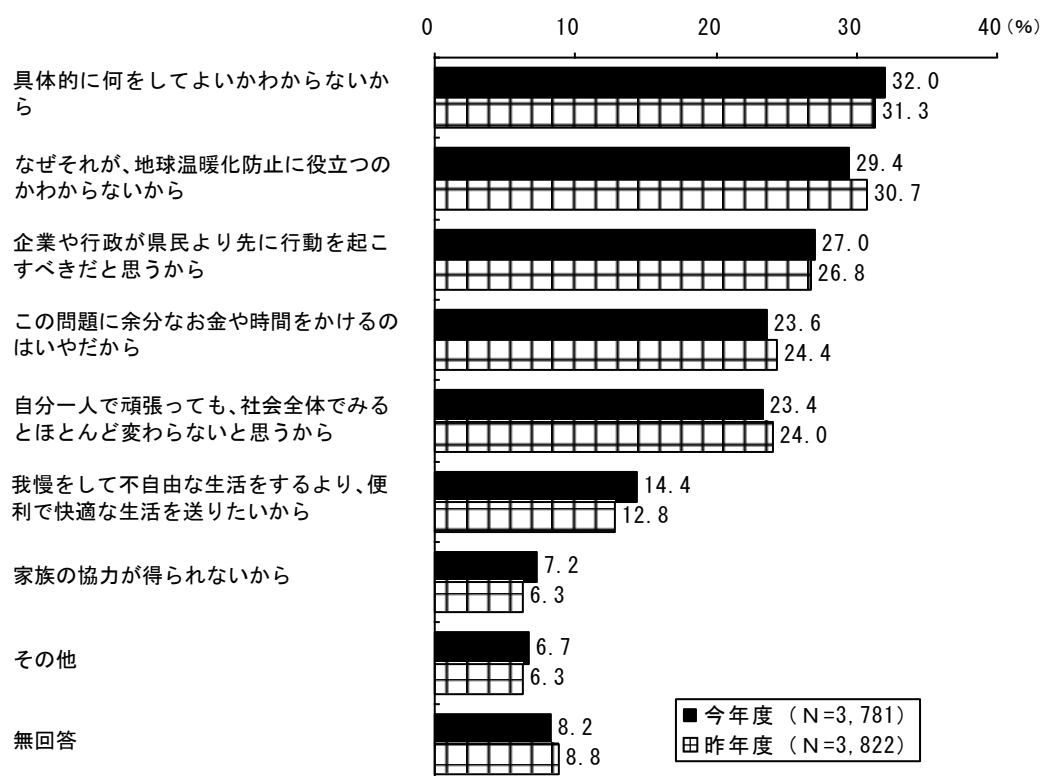
地球温暖化防止のための取組のうち【家庭での省エネルギーの取組】について、「実施している」は「使用していない部屋の照明をつけっぱなしにしない」で82.3%と最も高く、「家電製品を購入する際、省エネ機器を積極的に選択する」(59.0%)、「エアコンの設定温度を適切に調整する」(51.4%)がそれぞれ5割台と高くなっている。



地球温暖化防止のための取組のうち【新エネルギー・省エネルギー機器等の設置】について、すべての項目において「予定なし」が高くなっているが、「燃費の優れた自動車」では、「設置済」が24.6%と2割を超えている。

9-4. 地球温暖化防止行動に取り組みにくい理由

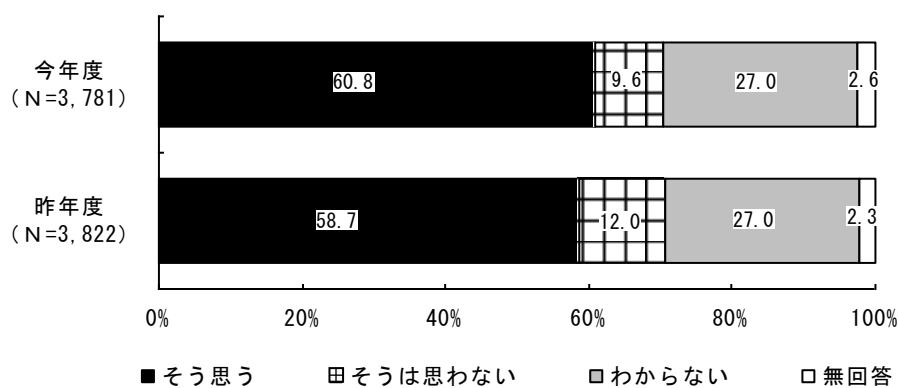
Q9-4 温暖化防止行動を行う場合、取り組みにくい理由は何ですか。現在活発に行動されている方も、取組スタート当初の頃を思い出して記入してください。(○は3つまで)



温暖化防止行動に取り組みにくい理由について、「具体的に何をしてもよくわからないから」(32.0%)、「なぜそれが、地球温暖化防止に役立つかわからないから」(29.4%)がそれぞれ約3割と高く、次いで「企業や行政が県民より先に行動を起こすべきだと思うから」(27.0%)、「この問題に余分なお金や時間をかけるのはいやだから」(23.6%)、「自分一人で頑張っても、社会全体でみるとほとんど変わらないと思うから」(23.4%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「なぜそれが、地球温暖化防止に役立つかわからないから」は1.3ポイント低下し、「我慢をして不自由な生活をするより、便利で快適な生活を送りたいから」は1.6ポイント上昇している。

## 9-5. 「経済発展等より温室効果ガスの排出削減を優先」という考え方

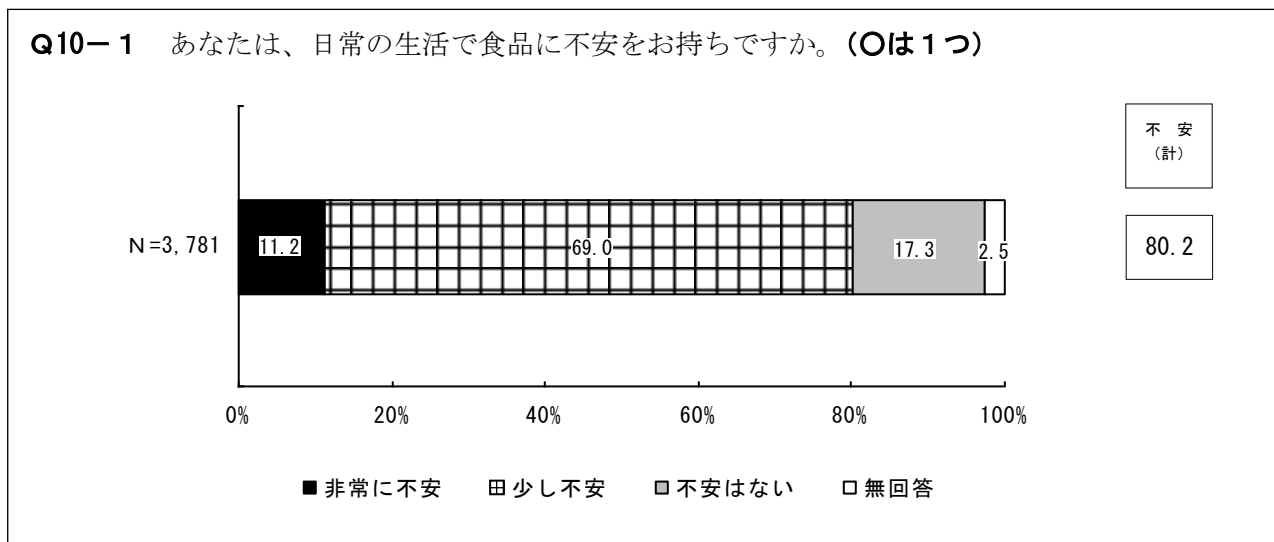
**Q9-5** あなたは、「経済発展や生活の利便性を若干犠牲にしても、地球温暖化の原因とされる二酸化炭素などの温室効果ガスの排出削減を優先しなければならない」という考え方についてどう思いますか。(〇は1つ)



「経済発展等より温室効果ガスの排出削減を優先」という考え方について、「そう思う」は60.8%、「そうは思わない」は9.6%、「わからない」は27.0%となっている。昨年度と比較すると、「そう思う」は2.1ポイント上昇し、「そうは思わない」は2.4ポイント低下している。

## 10. 食の安心・安全

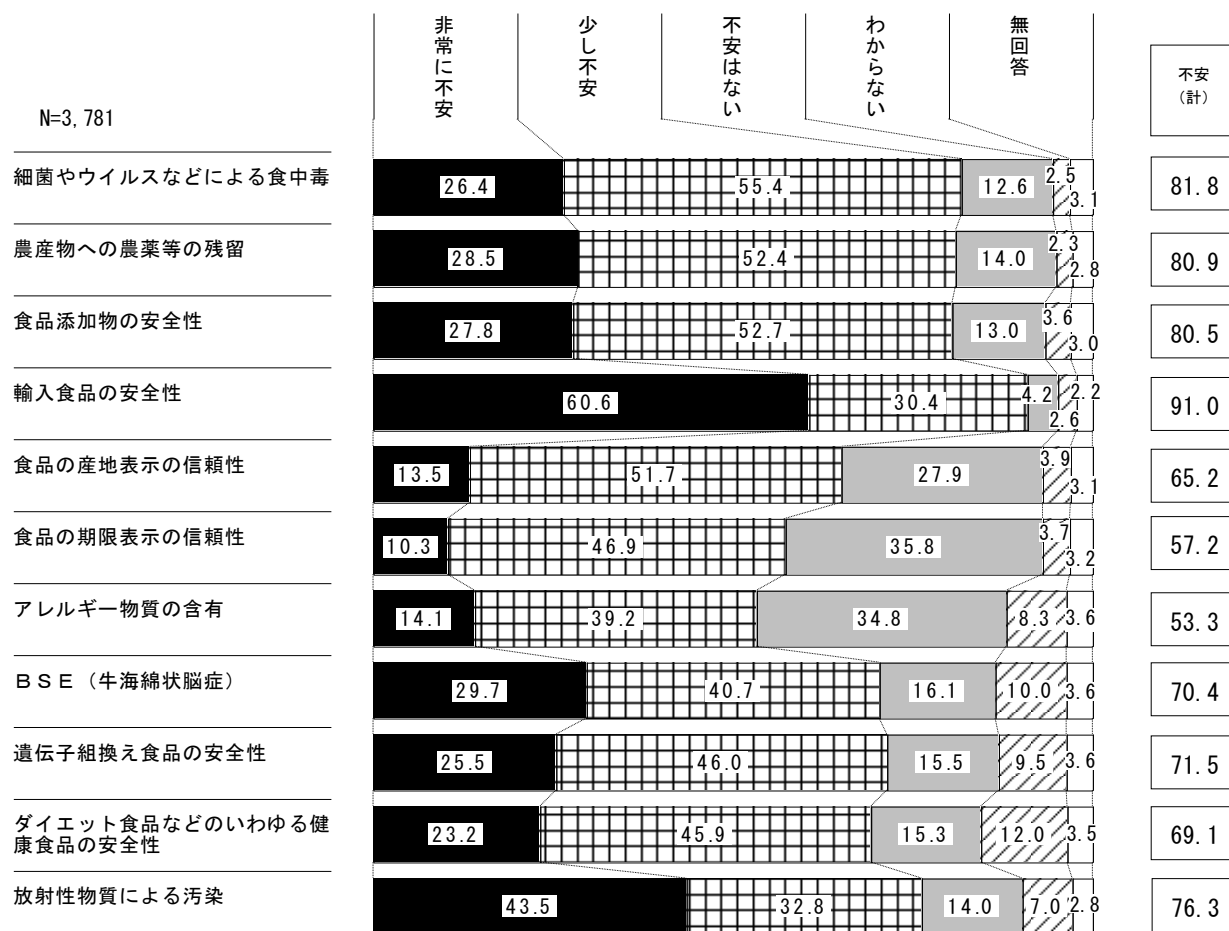
## 10-1. 食品に対する不安



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80.2%と8割を超え高くなっている。

10-2. 食品に対する不安の要因

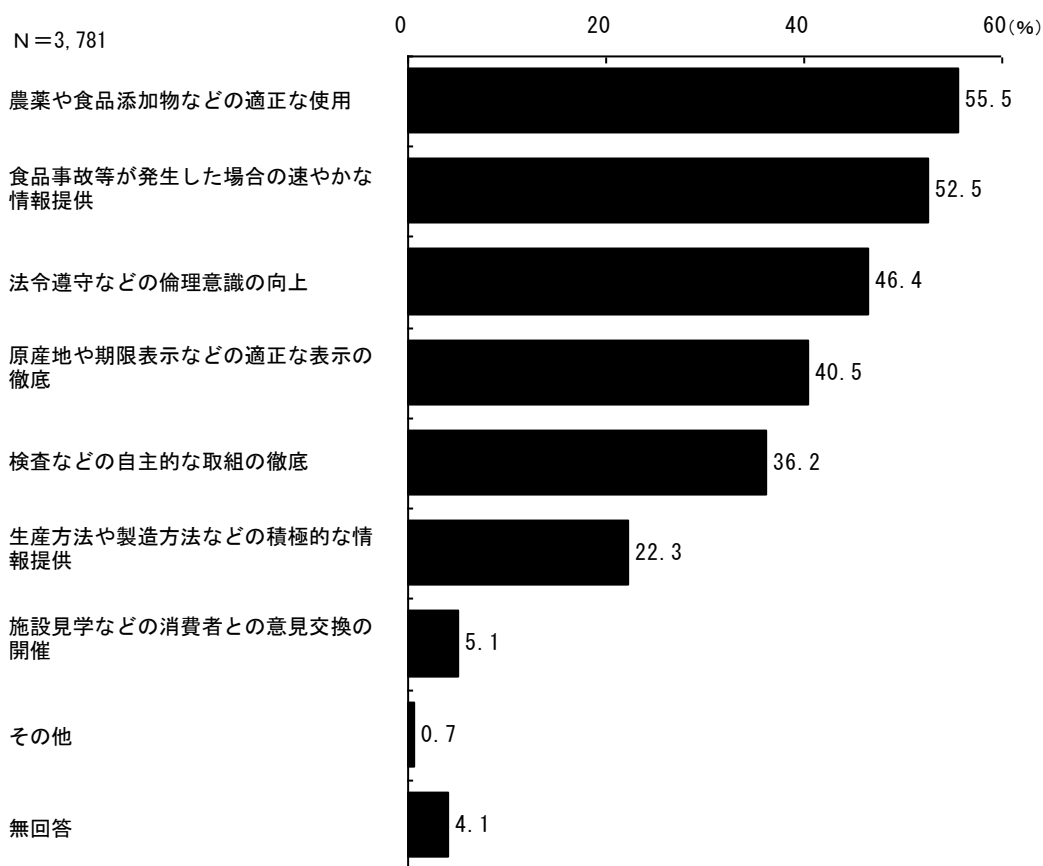
Q10-2 あなたは食品について、どのようなことに不安をお持ちですか。  
 いずれか1つを○で囲んでください。(○はそれぞれ1つずつ)



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91.0%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」(81.8%)、「農産物への農薬等の残留」(80.9%)、「食品添加物の安全性」(80.5%)も8割台と高くなっている。

## 10-3. 安全で安心な食生活を送るために「食品関係事業者」に必要な取組

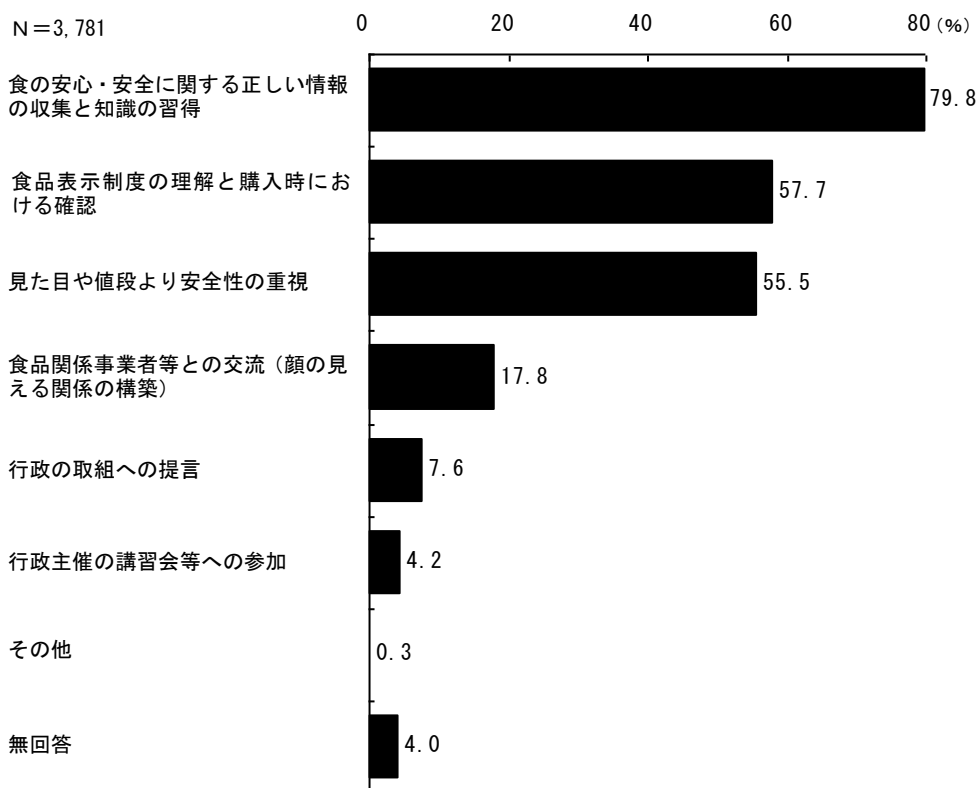
**Q10-3** あなたは、県民が安全で安心な食生活を送るために、「食品関係事業者（生産者、製造・加工者、販売者）」は、どのような取組が必要だと思いますか。（〇は3つまで）



安全で安心な食生活を送るために「食品関係事業者」に必要な取組について、「農薬や食品添加物などの適正な使用」（55.5%）、「食品事故等が発生した場合の速やかな情報提供」（52.5%）、「法令遵守などの倫理意識の向上」（46.4%）、「原産地や期限表示などの適正な表示の徹底」（40.5%）が4割～5割台と高くなっている。

## 10-4. 安全で安心な食生活を送るために「消費者」に必要な取組

**Q10-4** あなたは、県民が安全で安心な食生活を送るために、「消費者」は、どのような取組が必要だと思いますか。(〇は3つまで)

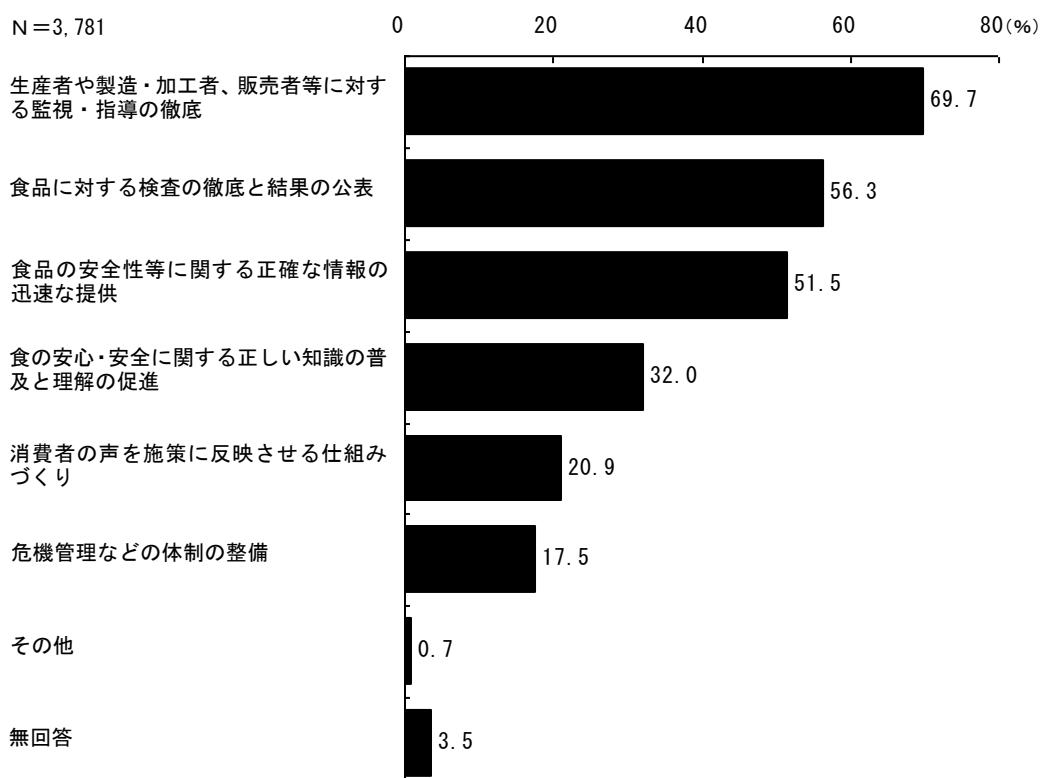


安全で安心な食生活を送るために「消費者」に必要な取組について、「食の安心・安全に関する正しい情報の収集と知識の習得」が79.8%と最も高くなっている。また、「食品表示制度の理解と購入時における確認」(57.7%)、「見た目や値段より安全性の重視」(55.5%)も5割台と高くなっている。



## 10-5. 安全で安心な食生活を送るために「県」が力を入れるべき対策

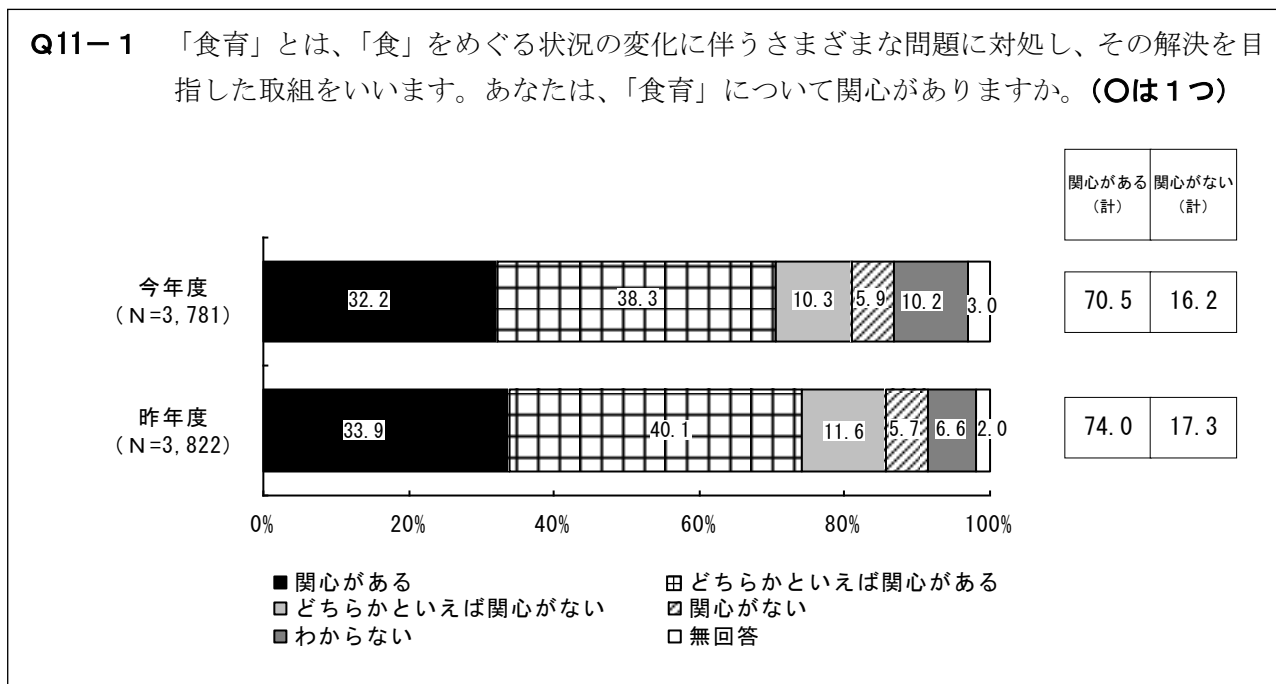
**Q10-5** あなたは、県民が安全で安心な食生活を送るために、「県」は、どのような対策に力を入れるべきだと思いますか。(〇は3つまで)



安全で安心な食生活を送るために「県」が力を入れるべき対策について、「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69.7%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」(56.3%)、「食品の安全性等に関する正確な情報の迅速な提供」(51.5%)も5割台と高くなっている。

## 1 1. 食育

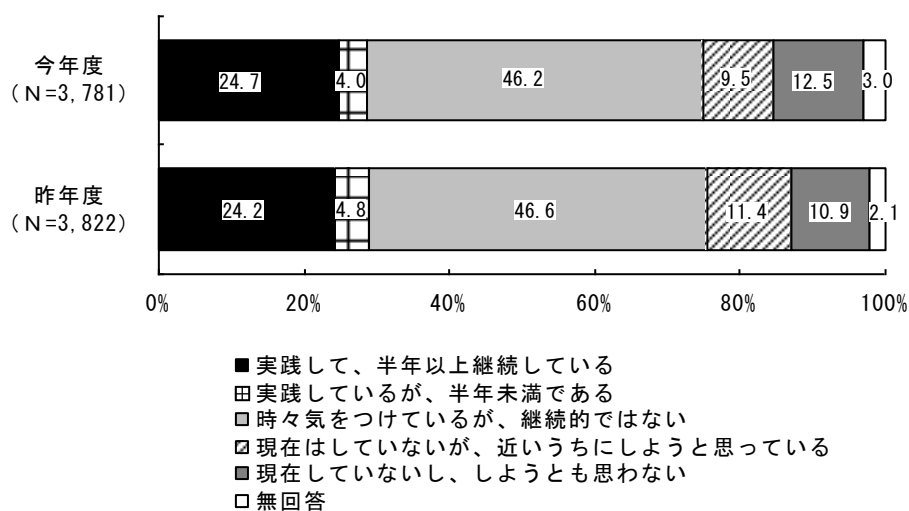
### 1 1-1. 「食育」に対する関心度



食育に対する関心度について、「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70.5%、「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16.2%となっている。昨年度と比較すると、『関心がある (計)』は3.5ポイント低下している。

## 11-2. 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

**Q11-2** 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。（〇は1つ）



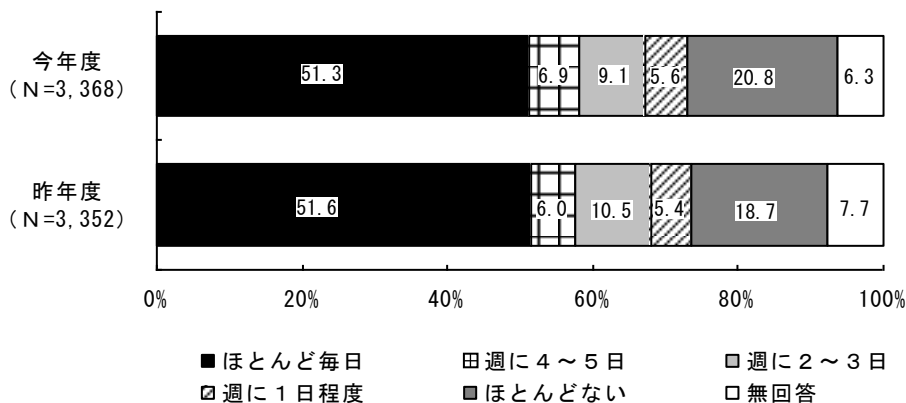
メタボリックシンドロームの予防や改善のための食事・運動の実践状況について、「時々気をつけているが、継続的ではない」が46.2%と最も高く、次いで「実践して、半年以上継続している」（24.7%）となっている。昨年度と比較すると、大きな差はみられない。

11-3. 朝食・夕食を家族と一緒に食べる頻度

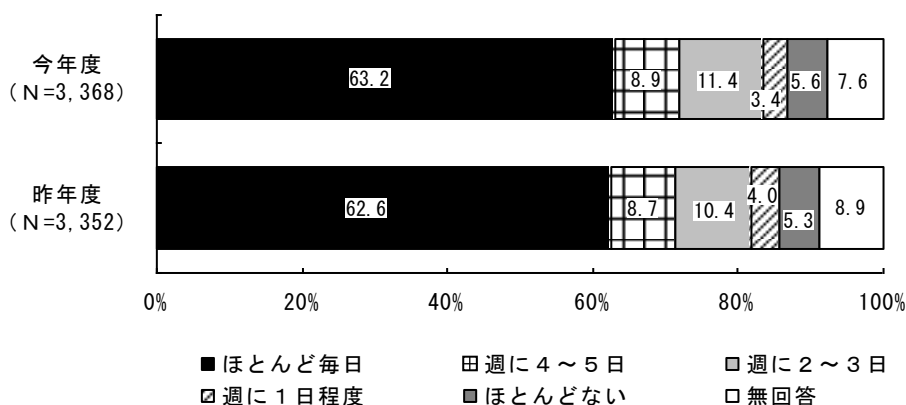
Q11-3 家族と同居している方のみお答えください。(〇はそれぞれ1つずつ)

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】

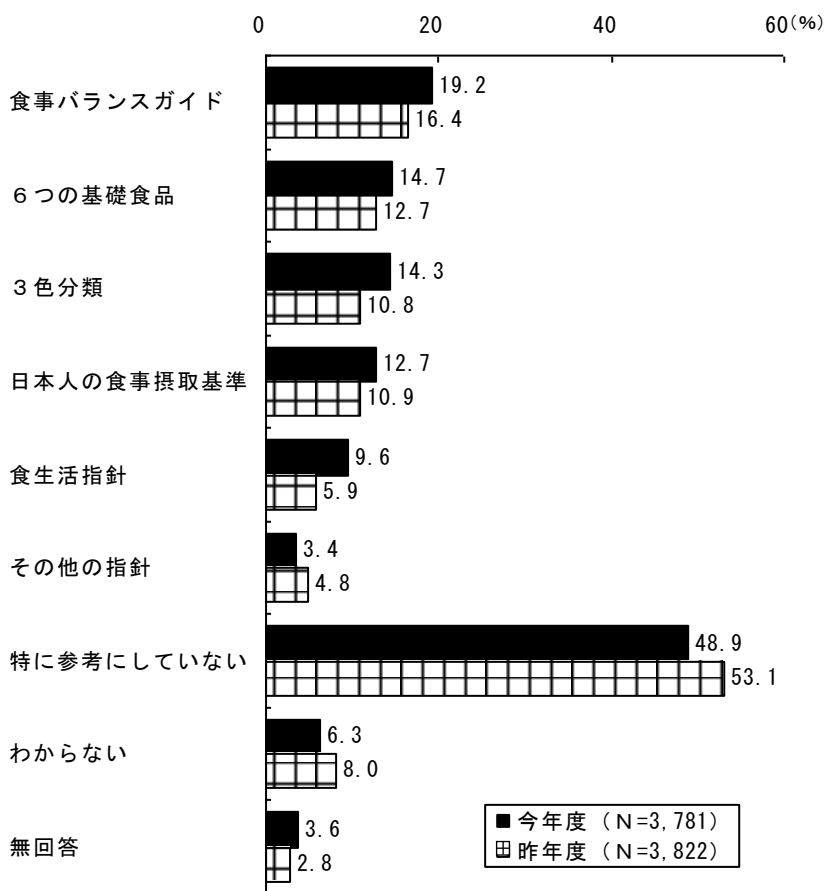


朝食を家族と一緒に食べる頻度について、「ほとんど毎日」が51.3%と最も高く、次いで「ほとんどない」(20.8%)、「週に2~3日」(9.1%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「ほとんどない」は2.1ポイント上昇している。

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63.2%と最も高く、次いで「週に2~3日」(11.4%)、「週に4~5日」(8.9%)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。

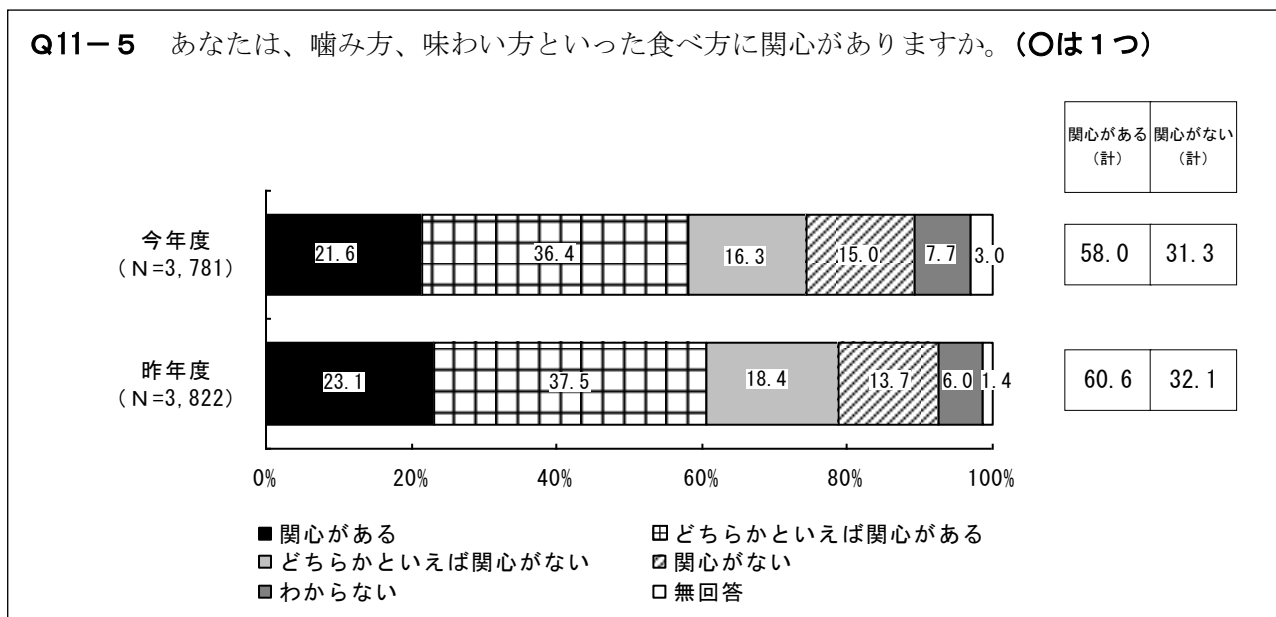
11-4. 日頃参考にしている指針等

Q11-4 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」(19.2%)、「6つの基礎食品」(14.7%)、「3色分類」(14.3%)、「日本人の食事摂取基準」(12.7%)は1割を超えているが、「特に参考にしていない」が48.9%と最も高くなっている。昨年度と比較すると、「食生活指針」は3.7ポイント、「3色分類」は3.5ポイント上昇している。

11-5. 食べ方への関心度

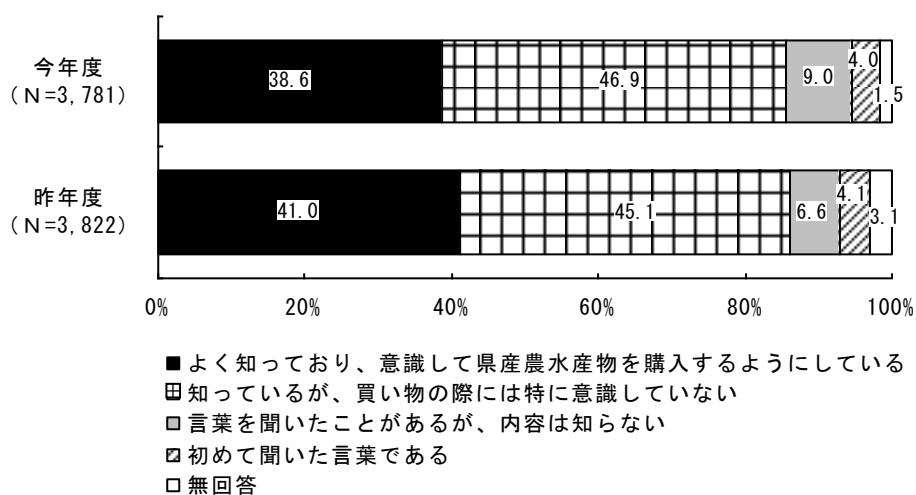


噛み方、味わい方といった食べ方への関心度について、「関心がある」と「どちらかといえば関心がある」を合わせた『関心がある (計)』は 58.0%、「関心がない」と「どちらかといえば関心がない」を合わせた『関心がない (計)』は 31.3%となっている。昨年度と比較すると、『関心がある (計)』は 2.6 ポイント低下している。

## 12. 地産・地消の推進

### 12-1. 「地産・地消」の認知状況

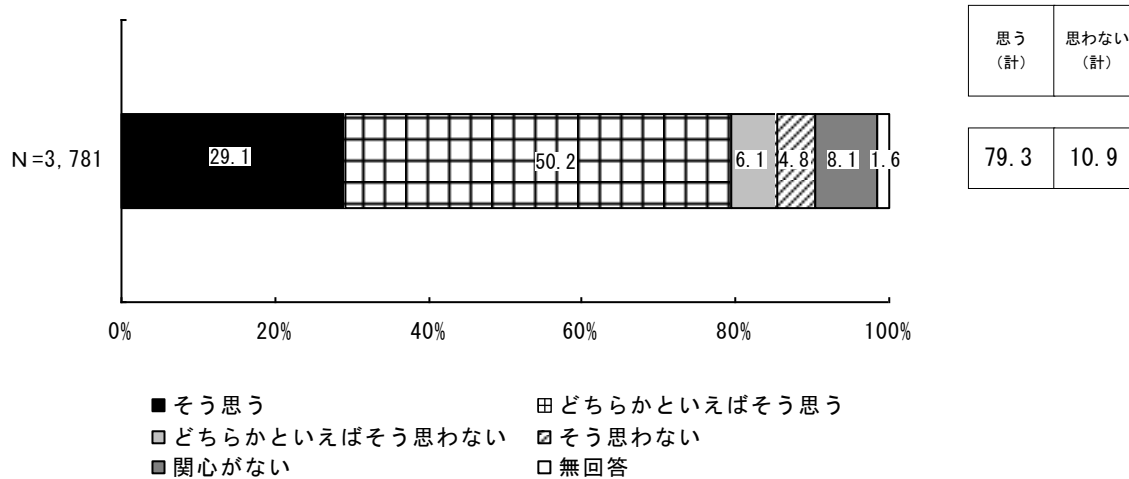
Q12-1 県内で生産された農水産物を県内で消費する「地産・地消」についてご存じですか。  
(〇は1つ)



「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46.9%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」(38.6%)となっている。

12-2. 「やまぐちブランド」に登録された商品を積極的に消費・利用したいか

**Q12-2** 県では、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います。あなたは、「やまぐちブランド」に登録された商品を積極的に食べたり、利用したいと思いますか。(〇は1つ)

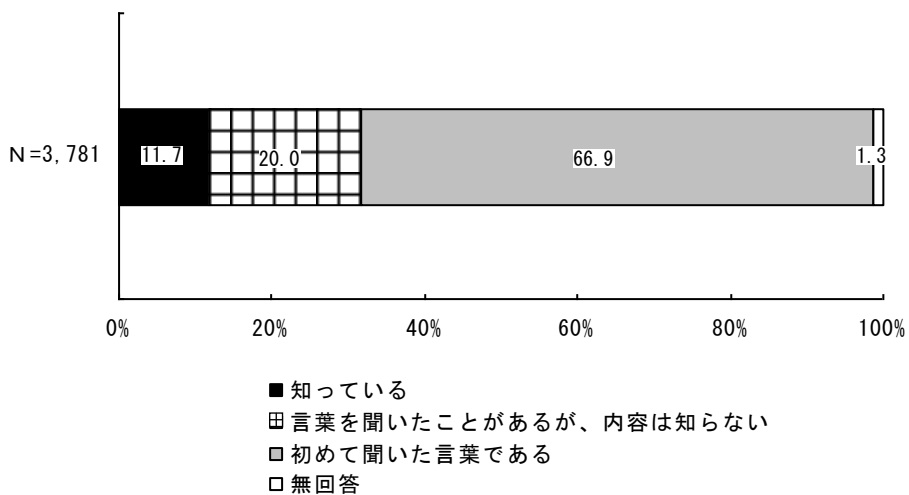


「やまぐちブランド」に登録された商品の利用意向について、「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」を合わせた『思う (計)』は79.3%、「そう思わない」と「どちらかといえばそう思わない」を合わせた『思わない (計)』は10.9%となっている。



12-3. 「やまぐち木の家住宅助成制度」の認知状況

**Q12-3** 県では、木材の地産・地消を進めるため、優良県産木材を利用して住宅を新築される方に50万円を助成する制度（「やまぐち木の家住宅助成制度」）を設けています。  
あなたは、「やまぐち木の家住宅助成制度」をご存じですか。（○は1つ）

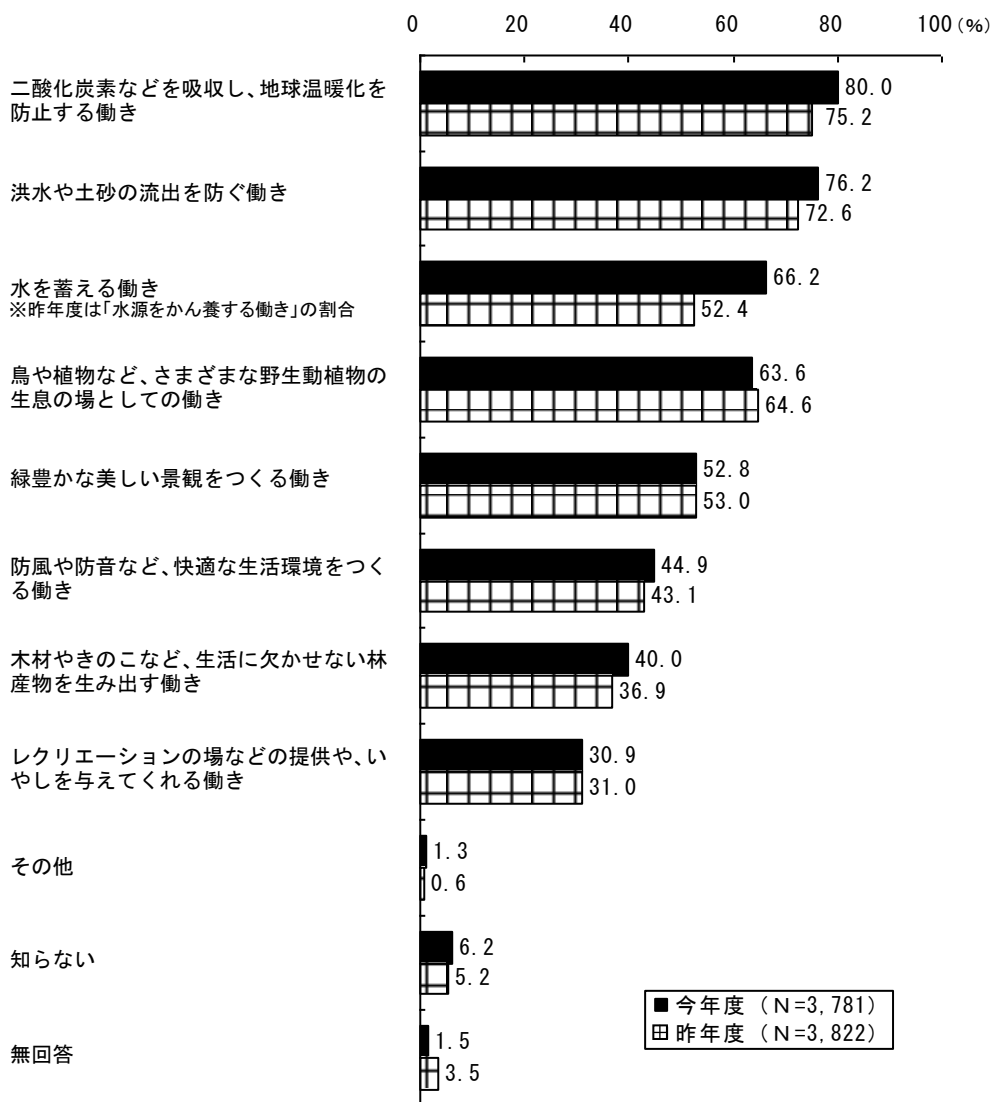


「やまぐち木の家住宅助成制度」の認知状況について、「初めて聞いた言葉である」が66.9%と最も高くなっている。

### 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

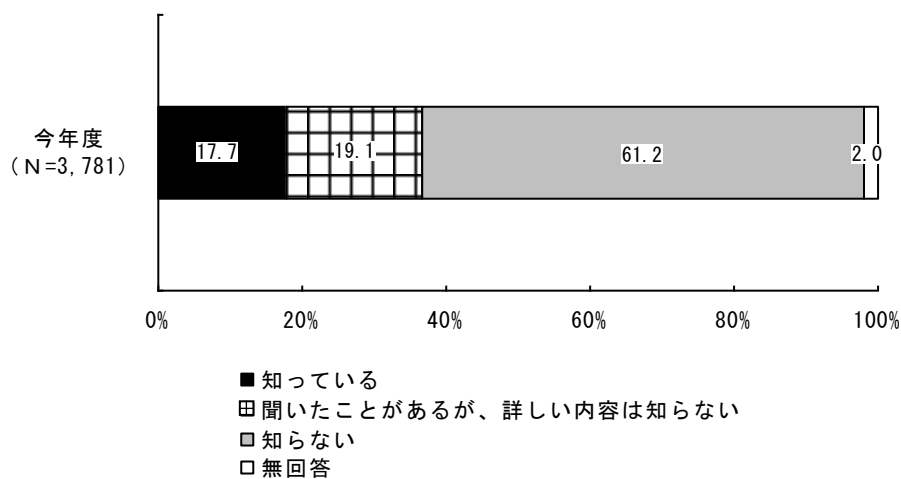
**Q13-1** 近年、森林の荒廃が問題となっていますが、あなたは、森林の持っているどのような働きをご存じですか。(〇はいくつでも)



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」(80.0%)、「洪水や土砂の流出を防ぐ働き」(76.2%)が7割から8割台と高く、次いで「水を蓄える働き」(66.2%)、「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」(63.6%)、「緑豊かな美しい景観をつくる働き」(52.8%)、「防風や防音など、快適な生活環境をつくる働き」(44.9%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「二酸化炭素などを吸収し、地球温暖化を防止する働き」は4.8ポイント、「水を蓄える働き」は13.8ポイント上昇している。

## 13-2. 「やまぐち森林づくり県民税」の周知状況

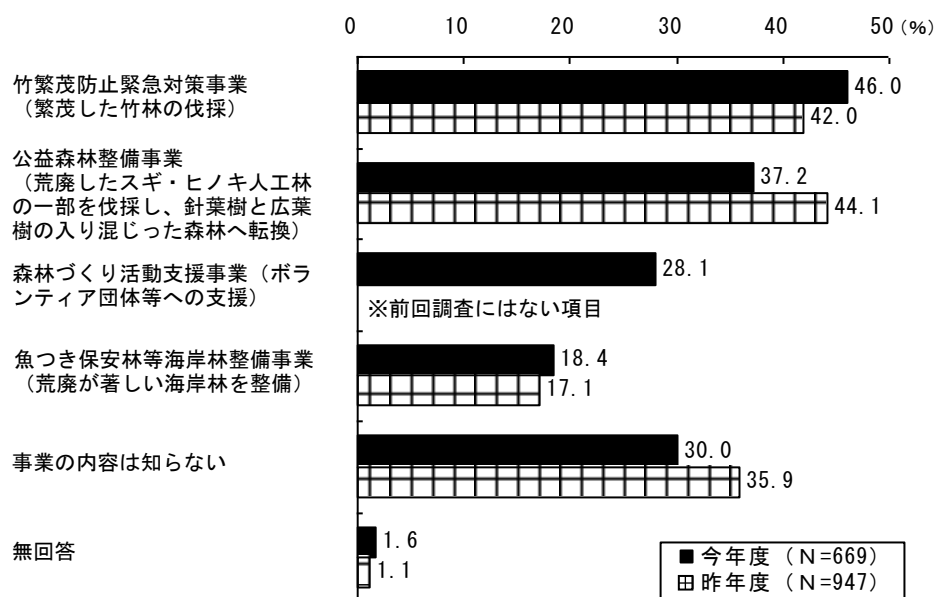
**Q13-2** 山口県では、荒廃した森林の再生を図るため、平成17年度から「やまぐち森林づくり県民税」を導入しました。あなたは、この「やまぐち森林づくり県民税」をご存じですか。(〇は1つ)



「やまぐち森林づくり県民税」の周知状況について、「知っている」が17.7%、「聞いたことがあるが、詳しい内容は知らない」が19.1%、「知らない」が61.2%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

Q13-3 「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、「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、「竹繁茂防止緊急対策事業(繁茂した竹林の伐採)」が46.0%と最も高く、次いで「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)」(37.2%)、「森林づくり活動支援事業(ボランティア団体等への支援)」(28.1%)、「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)」(18.4%)の順となっている。また、「事業の内容は知らない」は30.0%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6.9ポイント低下している。