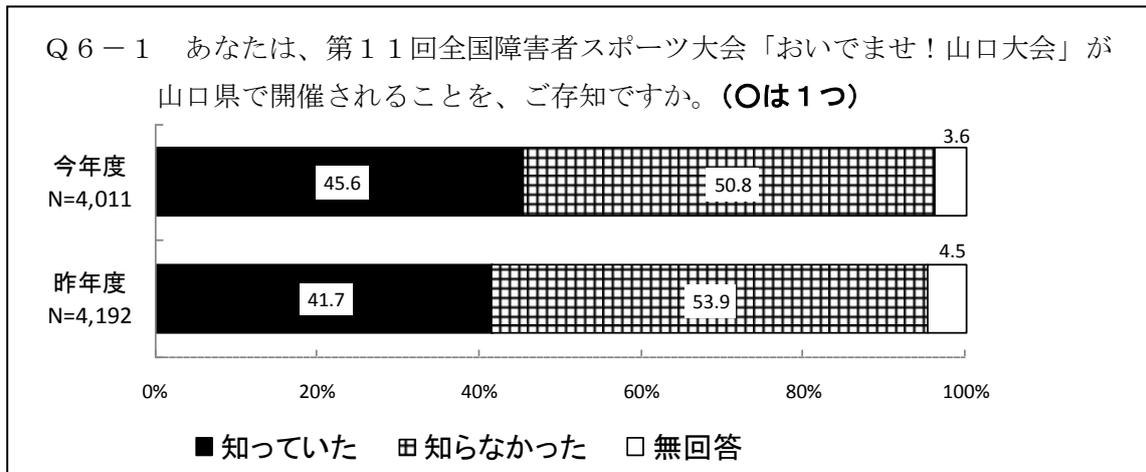


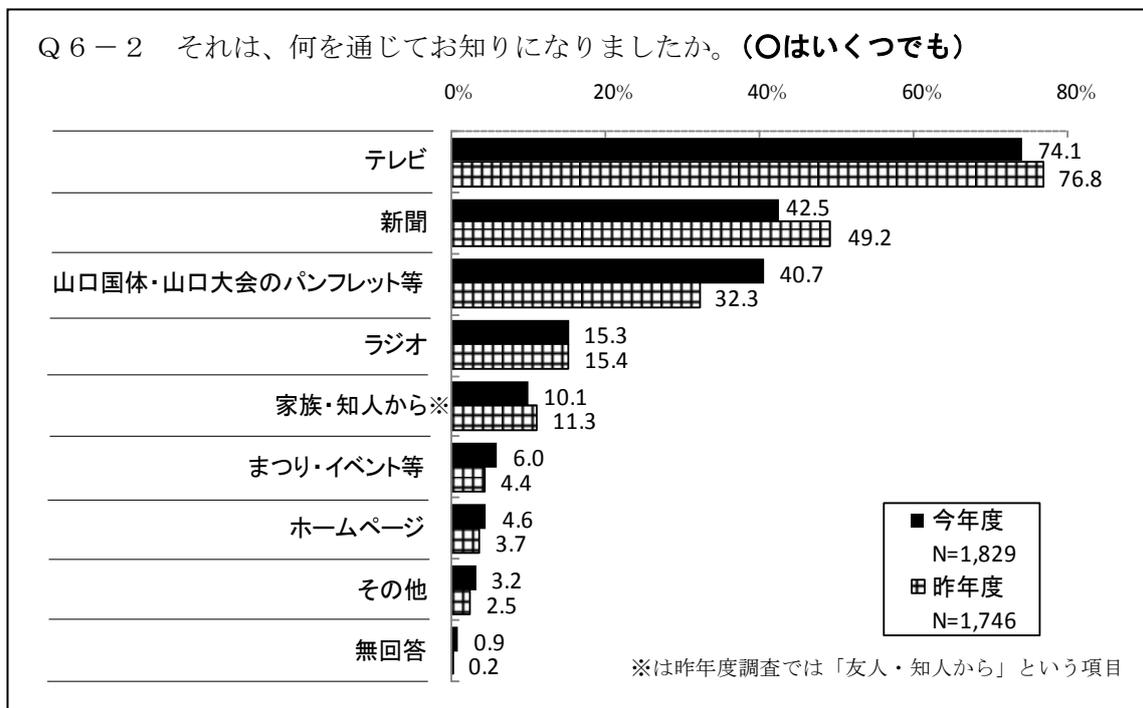
6. 「おいでませ！山口大会」（第11回全国障害者スポーツ大会）について

6-1. 「おいでませ！山口大会」（第11回全国障害者スポーツ大会）の認知度



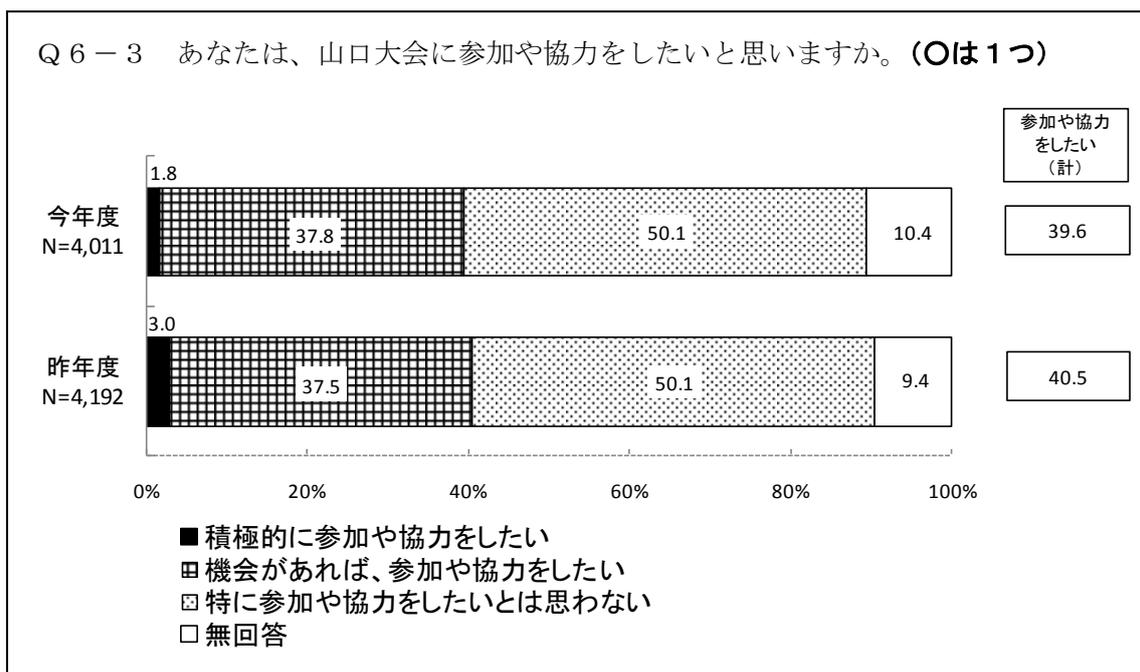
「おいでませ！山口大会」（第11回全国障害者スポーツ大会）の認知度について、「知っていた」が45.6%、「知らなかった」が50.8%となっている。昨年度と比較すると、「知っていた」が3.9ポイント上昇している。

6-2. 認知媒体



認知媒体について、「テレビ」が74.1%で最も高く、次いで「新聞」(42.5%)、「山口国体・山口大会のパンフレット等」(40.7%)、「ラジオ」(15.3%)、「家族・知人から」(10.1%)、「まつり・イベント等」(6.0%)、「ホームページ」(4.6%)の順となっている。

6-3. 山口大会への参加・協力の意向

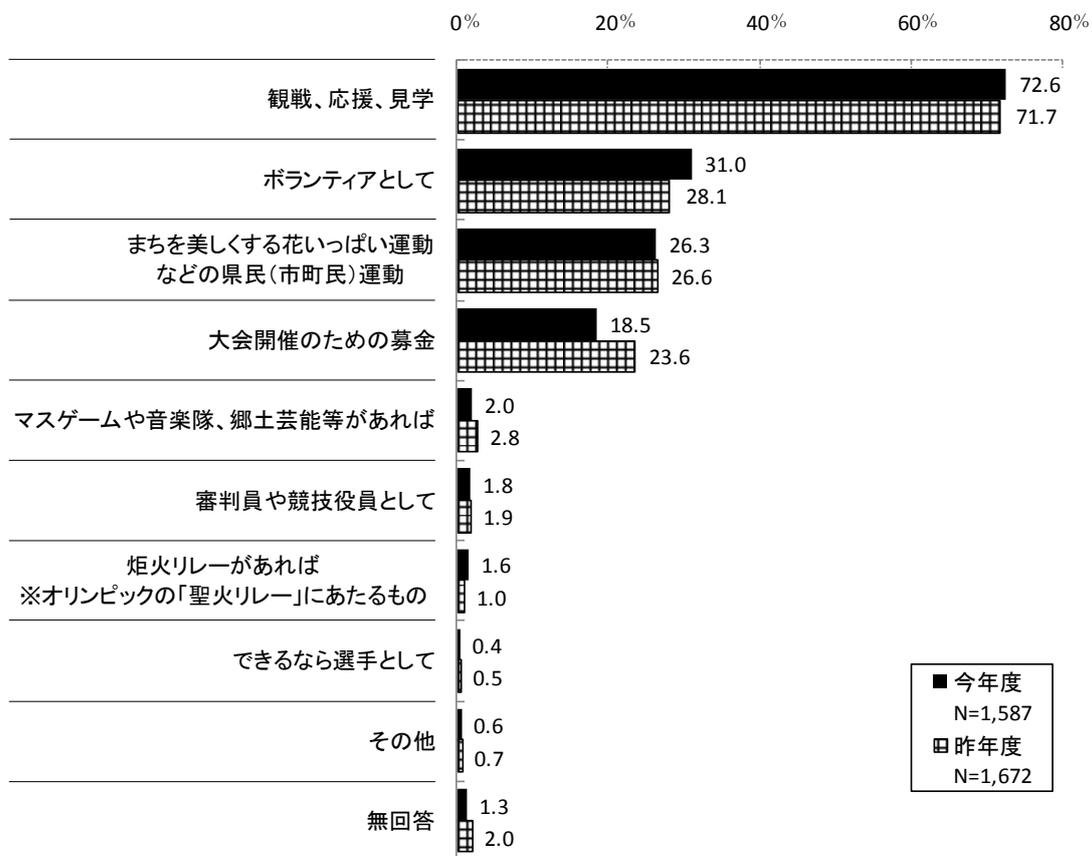


山口大会への参加・協力の意向について、「特に参加や協力をしたいとは思わない」が50.1%と半数を占め、「積極的に参加や協力をしたい」と「機会があれば参加や協力をしたい」を合わせた『参加や協力をしたい (計)』の39.6%を上回っている。

昨年度と比較すると、『参加や協力をしたい (計)』が0.9ポイント低下している。

6-4. 参加・協力の形

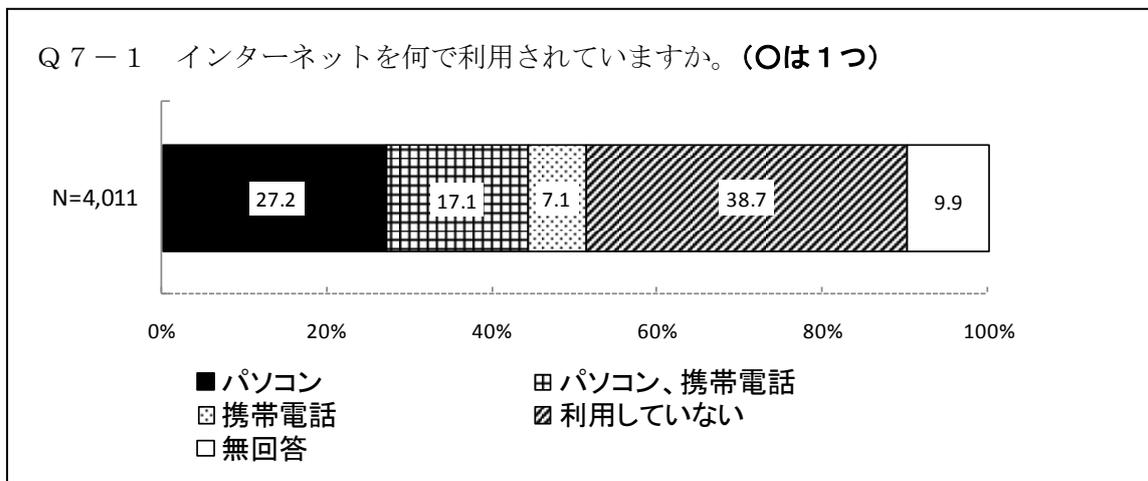
Q 6-4 どのような形で参加や協力をしたいと思いますか。(〇はいくつでも)



山口大会への参加・協力の形について、「観戦、応援、見学」(72.6%)が最も高く、次いで「ボランティアとして」(31.0%)、「まちを美しくする花いっぱい運動などの県民(市町民)運動」(26.3%)、「大会開催のための募金」(18.5%)などの順となっている。

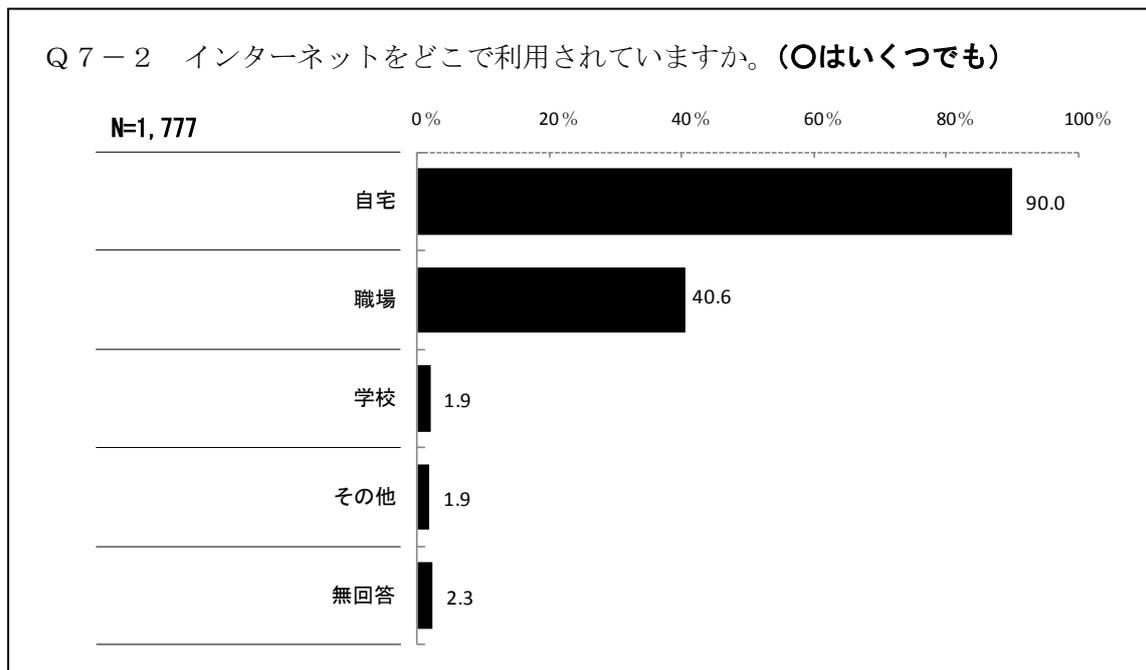
7. インターネットの利用について

7-1. インターネットの利用媒体



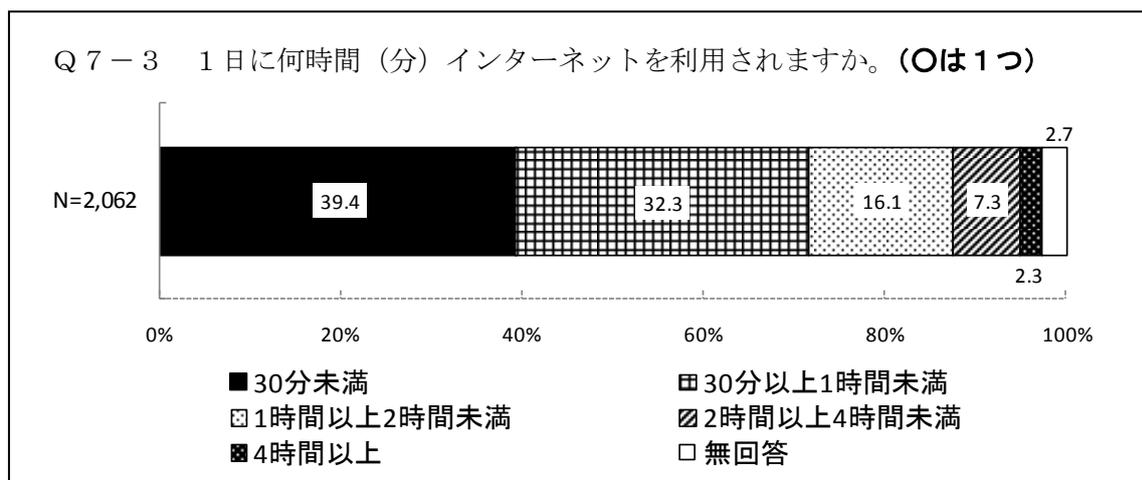
インターネットの利用については、「パソコン」(27.2%)、「パソコン、携帯電話」(17.1%)、「携帯電話」(7.1%)の順となっており、「利用していない」は38.7%となっている。

7-2. インターネットの利用場所



インターネットの利用場所について、「自宅」が90.0%で最も高く、次いで「職場」(40.6%)、学校(1.9%)の順となっている。

7-3. インターネットの利用時間

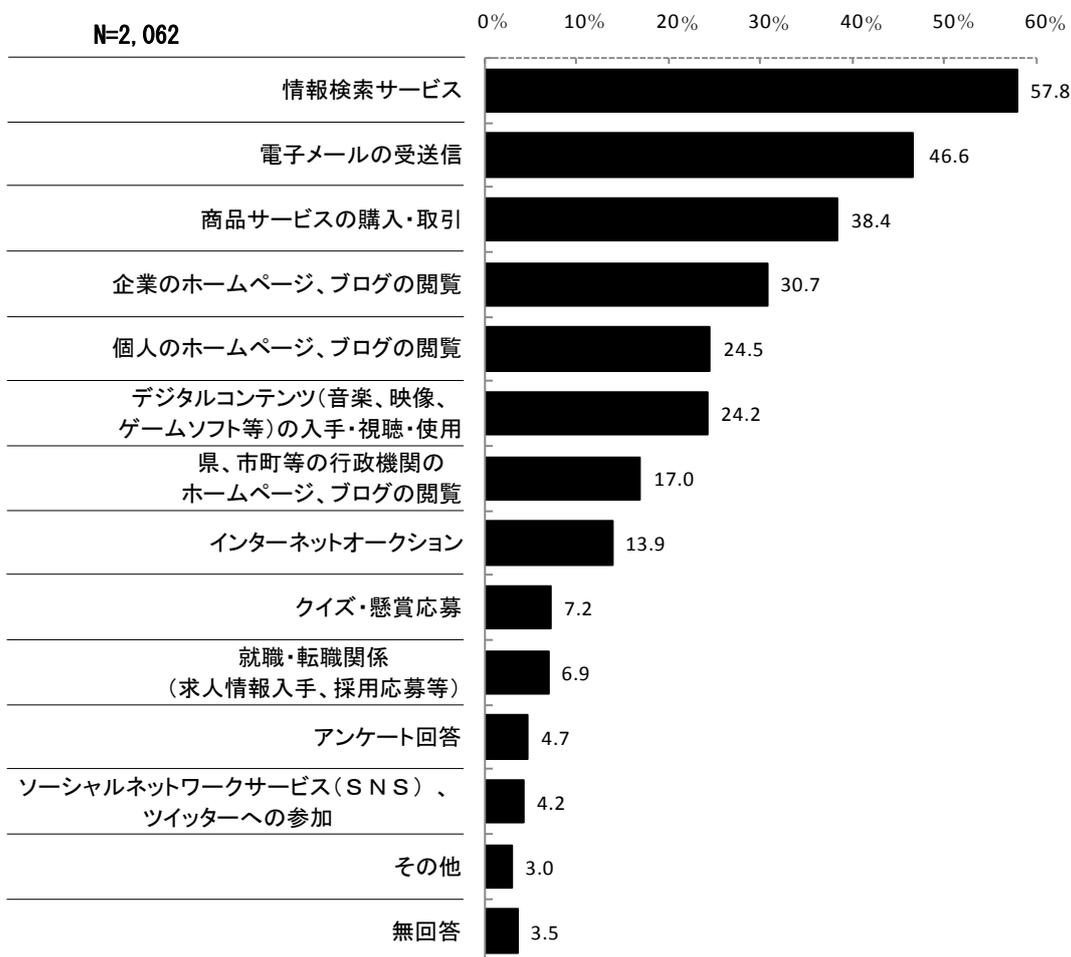


インターネットの利用時間について、「30分未満」が39.4%で最も高く、次いで「30分以上1時間未満」（32.3%）、「1時間以上2時間未満」（16.1%）、「2時間以上4時間未満」（7.3%）、「4時間以上」（2.3%）の順となっている。

7-4. インターネットの利用目的

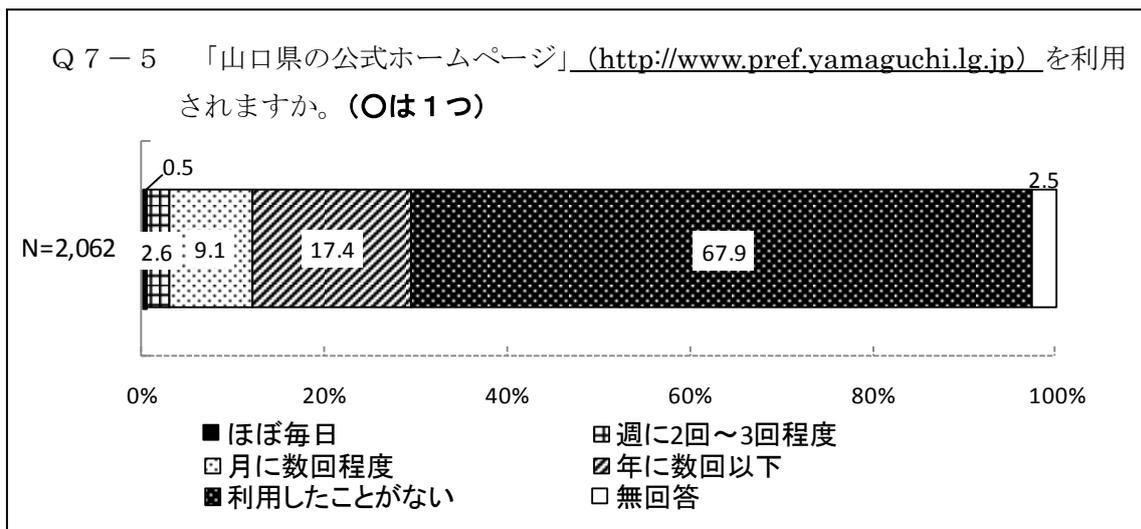
Q 7-4 どのような目的でインターネットを利用されていますか。

(〇はいくつでも)



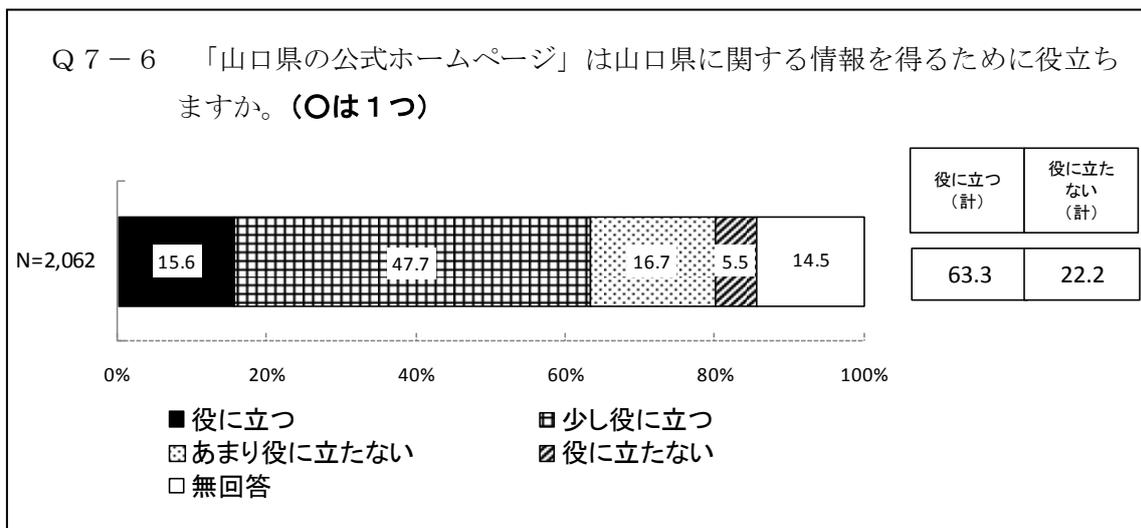
インターネットの利用目的については、「情報検索サービス」が 57.8%と最も高く、次いで「電子メールの受送信」(46.6%)、「商品サービスの購入・取引」(38.4%)、「企業のホームページ、ブログの閲覧」(30.7%)などの順となっている。

7-5. 「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は、「利用したことがない」(67.9%)が6割を超えて最も高く、「ほぼ毎日」(0.5%)、「週に2回~3回程度」(2.6%)、「月に数回程度」(9.1%)、「年に数回以下」(17.4%)の利用を合わせると、29.6%となっている。

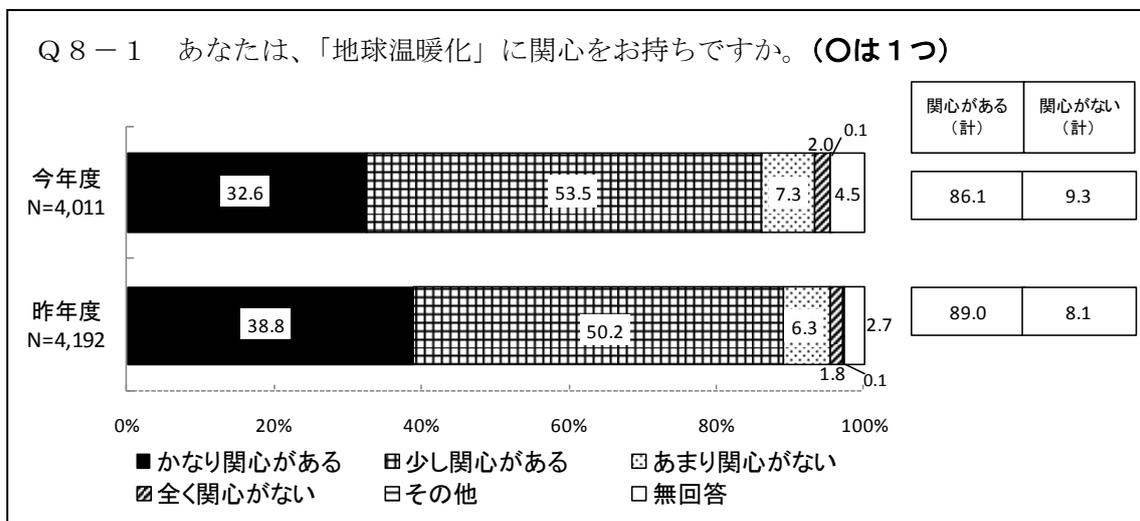
7-6. 「山口県の公式ホームページ」の評価



「山口県の公式ホームページ」の評価について、「役に立つ」と「少し役に立つ」を合わせた『役に立つ (計)』が63.3%、「あまり役に立たない」と「役に立たない」を合わせた『役に立たない (計)』は22.2%となっている。

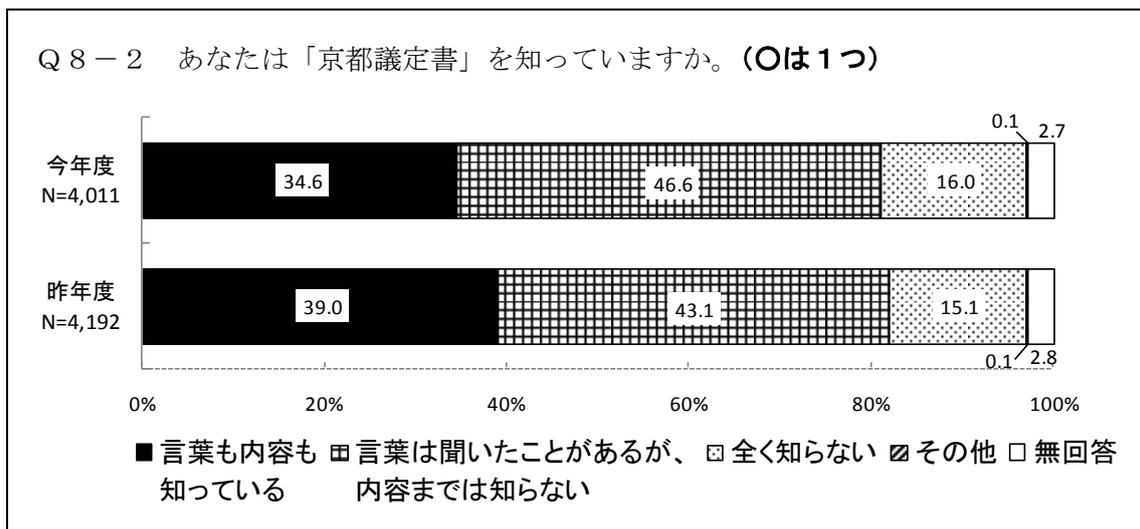
8. 地球温暖化について

8-1. 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)』が 86.1%に上り、関心度は非常に高い。昨年度と比較すると、『関心がある (計)』が 2.9 ポイント低下、『関心がない (計)』が 1.2 ポイント上昇している。

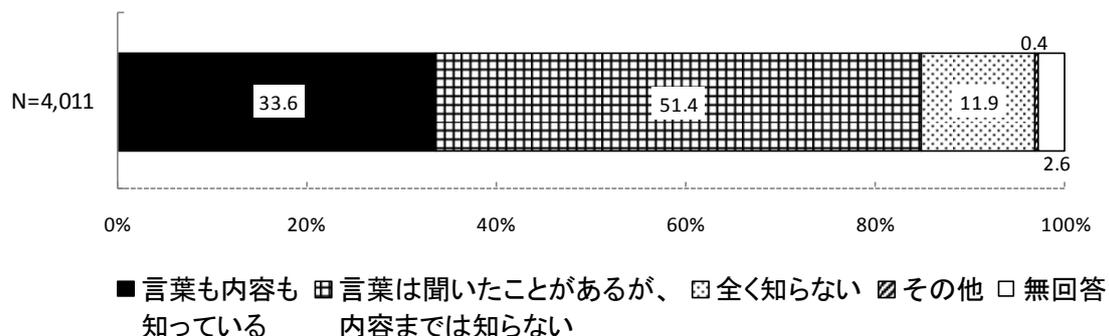
8-2. 「京都議定書」の認知度



「京都議定書」の認知度について、「言葉も内容も知っている」が 34.6%、「言葉は聞いたことがあるが、内容までは知らない」が 46.6%となっている。昨年度と比較すると、「言葉も内容も知っている」が 4.4 ポイント低下、「言葉は聞いたことがあるが、内容までは知らない」が 3.5 ポイント上昇している。

8-3. 国の温室効果ガス排出量の中長期目標についての認知度

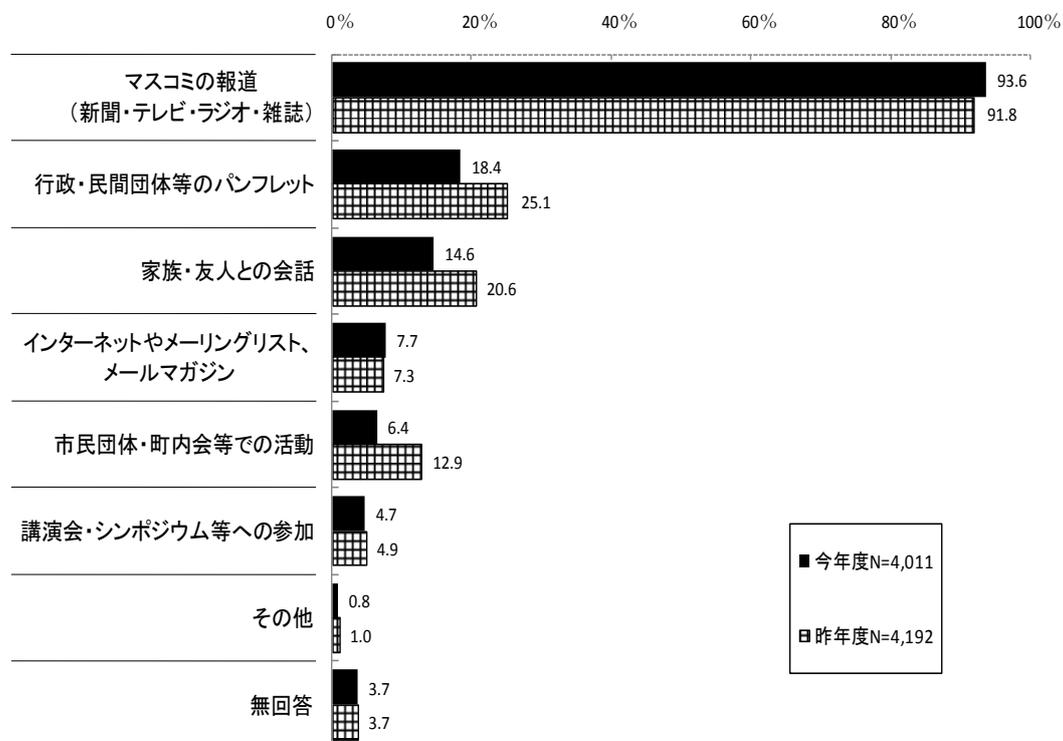
Q 8-3 あなたは国の温室効果ガス排出量の中長期目標「中期的には2020年までに1990年比で25%削減、長期的には2050年までに80%削減する」を知っていますか。(〇は1つ)



国の温室効果ガス排出量の中長期目標について、「言葉も内容も知っている」が33.6%、「言葉は聞いたことがあるが、内容までは知らない」が51.4%、「全く知らない」が11.9%となっている。

8-4. 環境に関する情報の認知媒体

Q 8-4 あなたは環境に関する情報を何から得ていますか。(〇はいくつでも)



環境に関する情報の認知媒体について、「マスコミの報道 (新聞・テレビ・ラジオ・雑誌)」が93.6%と最も高く、次いで「行政・民間団体等のパンフレット」(18.4%)、「家族・友人との会話」(14.6%)、「インターネットやメーリングリスト、メールマガジン」(7.7%)、

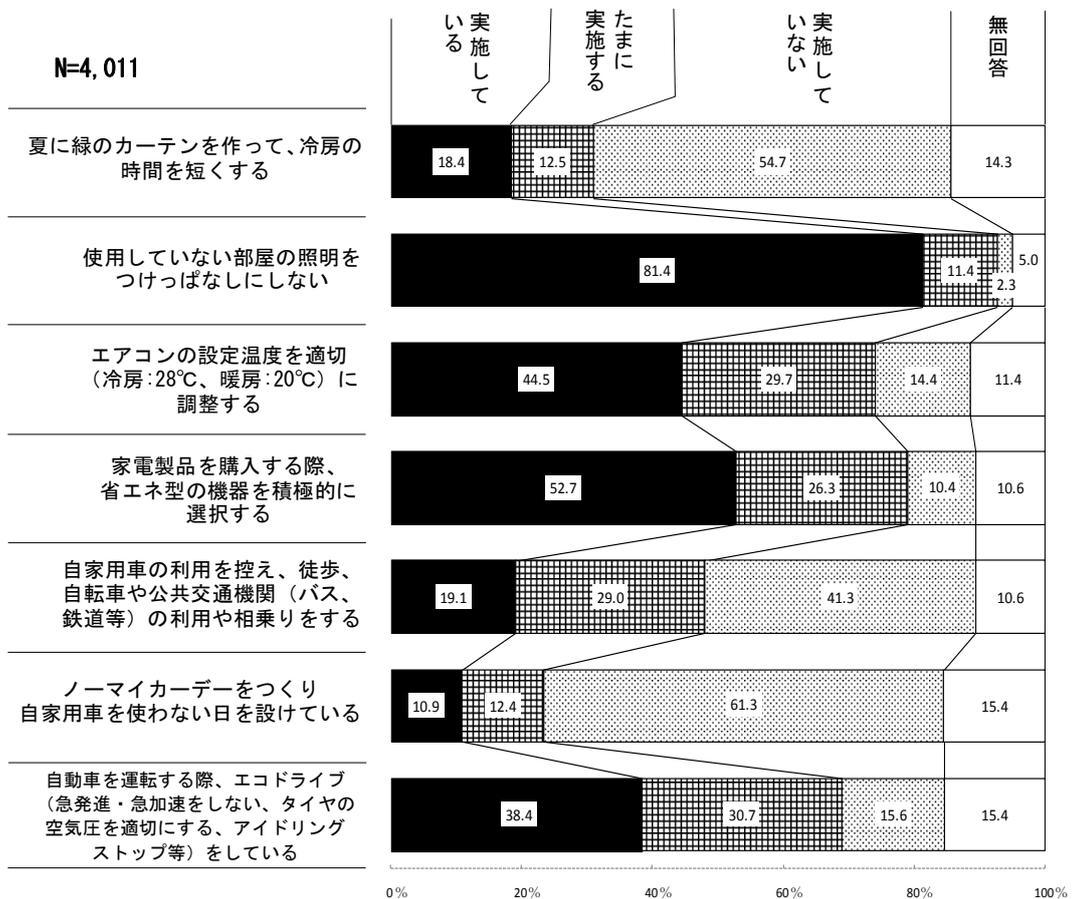
「市民団体・町内会等での活動」(6.4%)、「講演会・シンポジウム等への参加」(4.7%)の順となっている。昨年度と比較すると、「マスコミの報道(新聞・テレビ・ラジオ・雑誌)」では1.8ポイント上昇しているが、「行政・民間団体等のパンフレット」で6.7ポイント、「家族・友人との会話」で6.0ポイント、「市民団体・町内会等での活動」では6.5ポイント低下している。

8-5. 地球温暖化防止のための取組

Q 8-5 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。

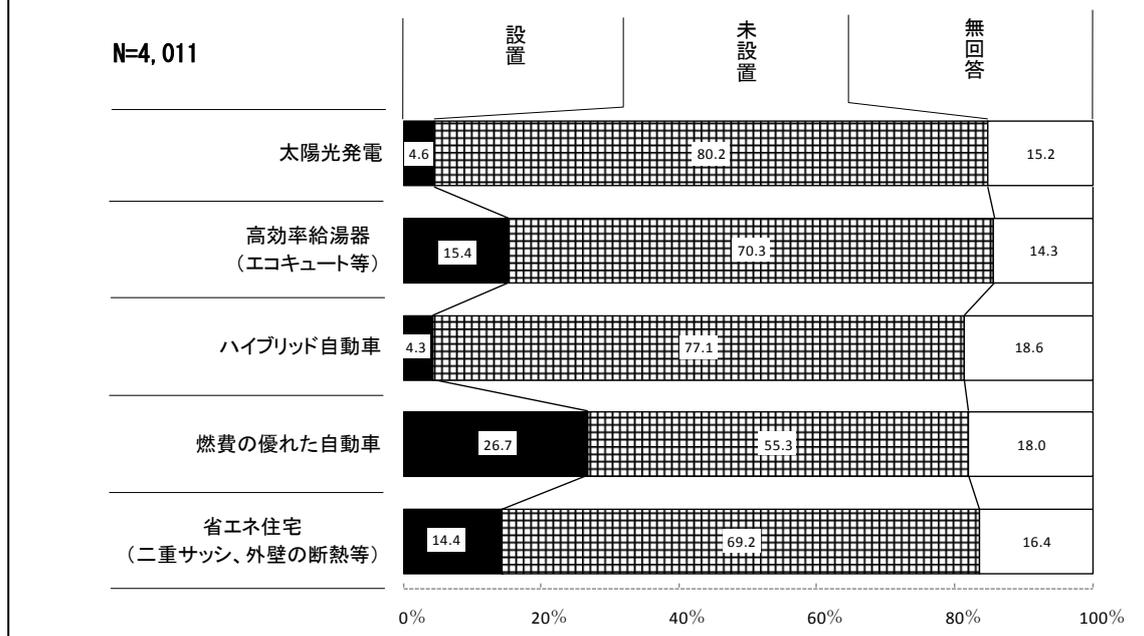
(1)から(2)までの項目のそれぞれの「実施状況」について、該当するものいずれか一つを○で囲んでください。(○はそれぞれ1つずつ)

(1) 家庭での省エネルギーの取組



地球温暖化防止のための取組【家庭での省エネルギーの取組】について、「実施している」が、「使用していない部屋の照明をつけっぱなしにしない」(81.4%)では8割を超え、「家電製品を購入する際、省エネ型の機器を積極的に選択する」(52.7%)、「エアコンの設定温度を適切(冷房:28℃、暖房:20℃)に調整する」(44.5%)で4割を超えて高くなっている。

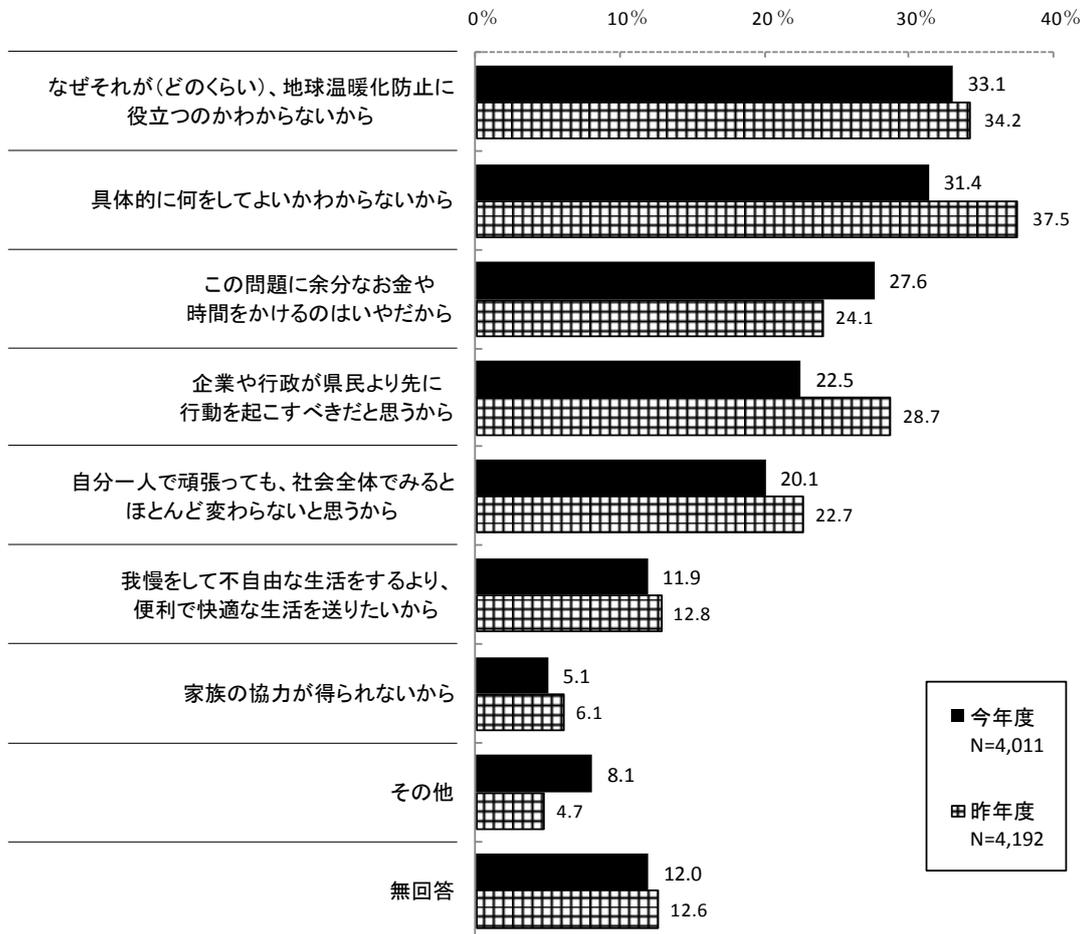
(2) 新エネルギー・省エネルギー機器等の設置



地球温暖化防止のための取組【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「未設置」が高くなっているが、「燃費の優れた自動車」(26.7%)では「設置」が2割を超えている。

8-6. 温暖化防止行動に取り組みにくい理由

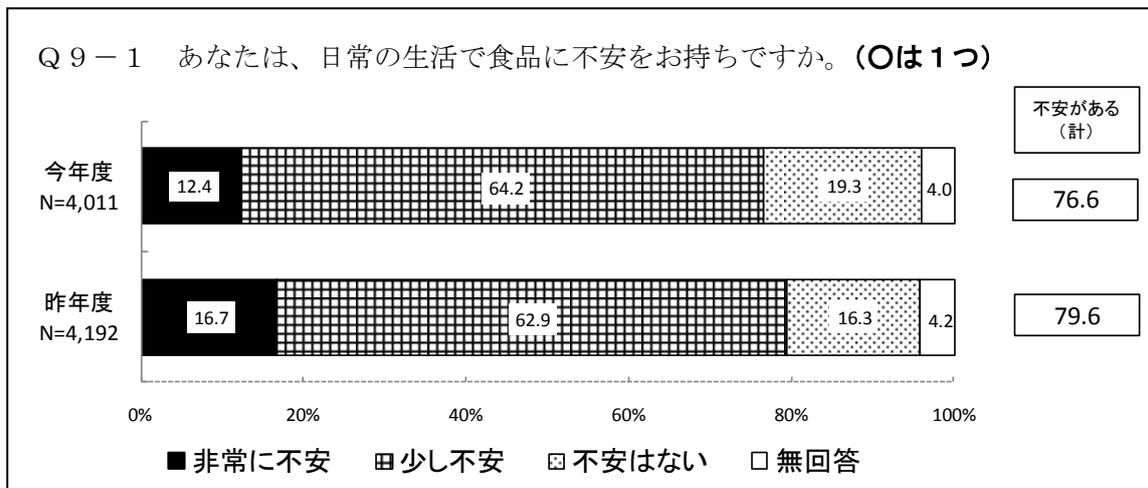
Q 8-6 温暖化防止行動を行う場合、取り組みにくい理由は何ですか。現在活発に活動されている方も、取り組みスタート当初の頃を思い出して記入してください。(〇は3つまで)



温暖化防止行動に取り組みにくい理由について、「なぜそれが(どのくらい)、地球温暖化防止に役立つかわからないから」(33.1%)、「具体的に何をしてもよいかかわからないから」(31.4%)が3割を超え高く、次いで「この問題に余分なお金や時間をかけるのはいやだから」(27.6%)、「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」(22.5%)、「自分一人で頑張っても、社会全体で見るとほとんど変わらないと思うから」(20.1%)などの順となっている。昨年度と比較すると、「この問題に余分なお金や時間をかけるのはいやだから」が3.5ポイント上昇しているが、他の項目では、すべて昨年より下回っている。

9. 食の安心・安全について

9-1. 食品に対する不安



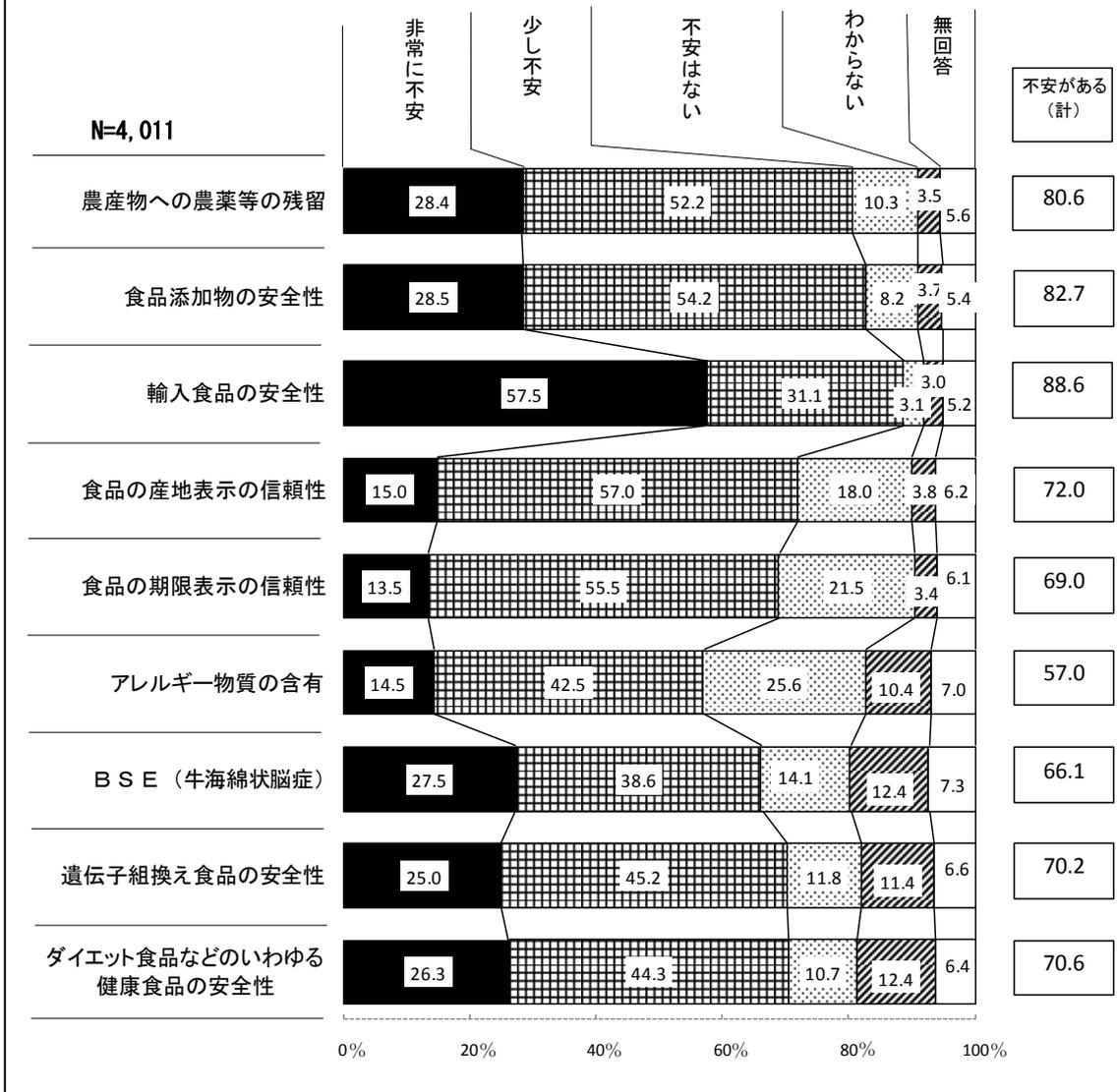
食品に対する不安について、「少し不安」が64.2%で最も高く、「非常に不安」(12.4%)、「不安はない」(19.3%)となっており、「非常に不安」と「少し不安」を合わせた『不安がある(計)』が約7割になっている。

昨年度と比較すると、『不安がない(計)』が3.0ポイント上昇している。

9-2. 食品に対する不安の要因

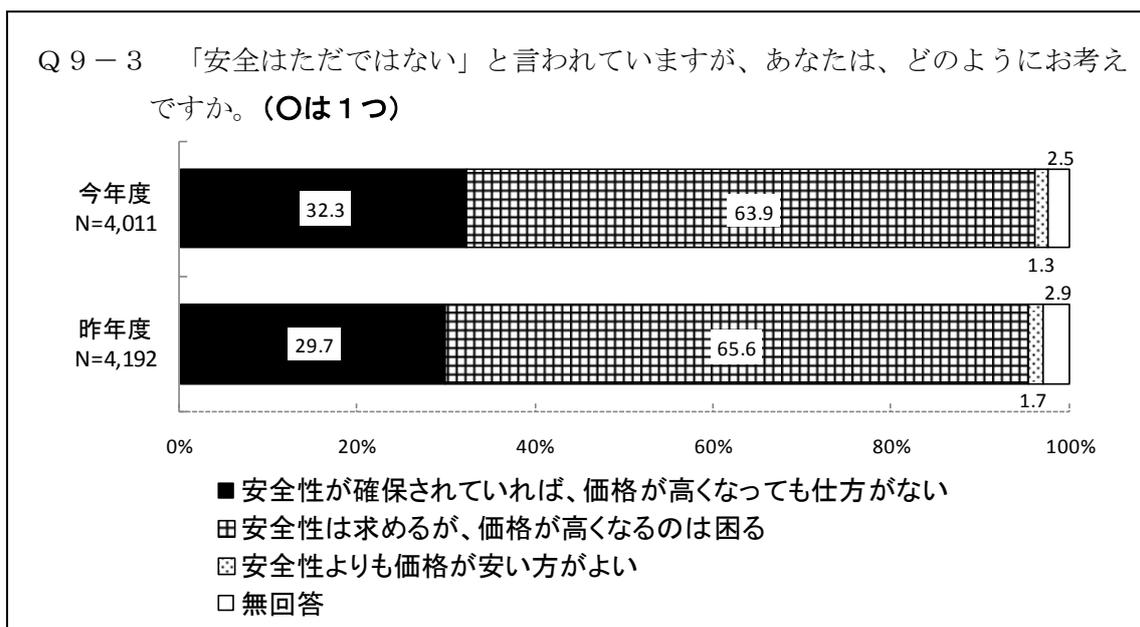
Q 9-2 あなたは食品について、どのようなことに不安をお持ちですか。次の項目の一つひとつについて、いずれか一つを○で囲んでください。

(○はそれぞれ1つずつ)



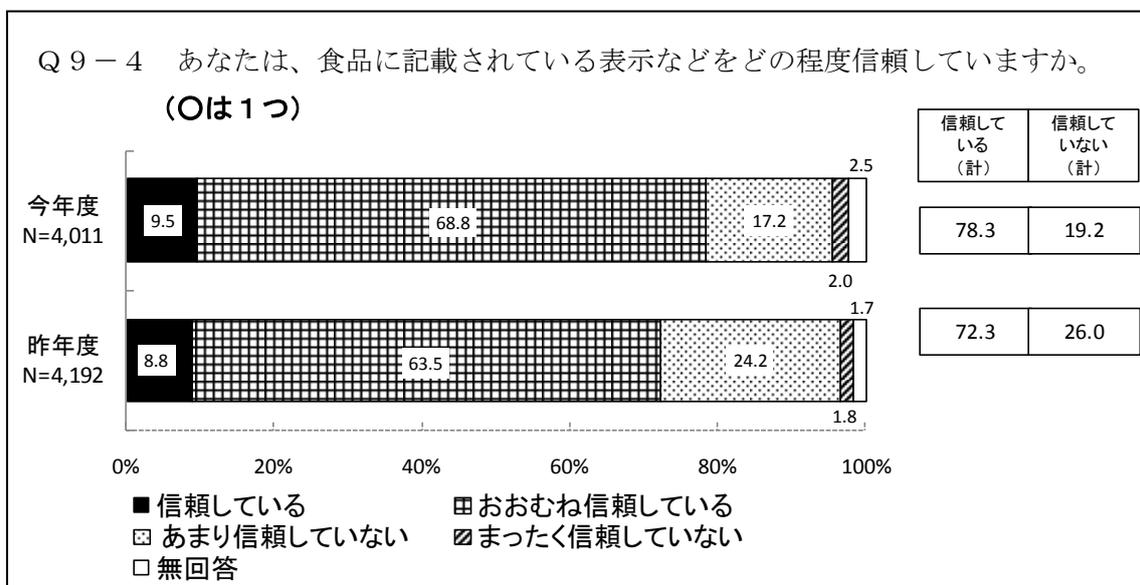
食品に対する不安について、すべての項目で「非常に不安」と「少し不安」を合わせた『不安がある(計)』が高くなっており、「輸入食品の安全性」、「食品添加物の安全性」、「農産物への農薬等の残留」で8割を超えている。また、「食品の産地表示の信頼性」、「ダイエット食品などのいわゆる健康食品の安全性」、「遺伝子組換え食品の安全性」では7割を超えている。

9-3. 「安全はただではない」という考え方



「安全はただではない」という考え方について、「安全性は求めるが、価格が高くなるのは困る」が63.9%と高く、「安全性が確保されていれば、価格が高くなっても仕方がない」は32.3%となっている。一方、「安全性よりも価格が安い方がよい」は1.3%となっている。昨年度と比較すると、「安全性が確保されていれば、価格が高くなっても仕方がない」が2.6ポイント上昇している。

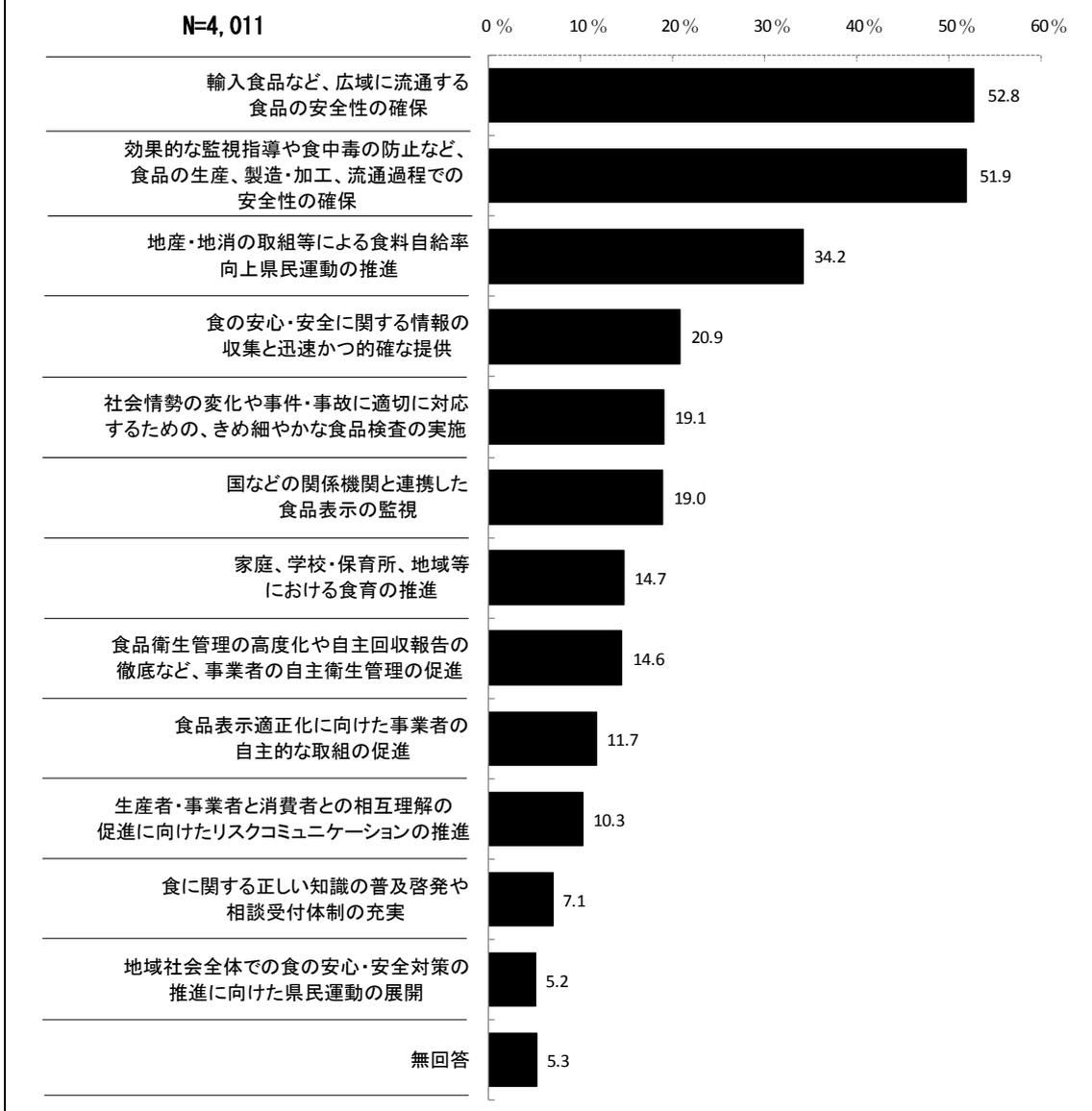
9-4. 食品に記載されている表示などの信頼度



食品に記載されている表示などの信頼度について、「おおむね信頼している」が、68.8%となっており、「信頼している」と「おおむね信頼している」を合わせた『信頼している(計)』が78.3%と7割を超えている。一方、「あまり信用していない」と「まったく信頼していない」を合わせた『信頼していない(計)』は19.2%となっている。昨年度と比較すると『信頼している(計)』が6.0ポイント上昇している。

9-5. 食の安心・安全のための取組への期待

Q 9-5 県では「食の安心・安全推進条例（平成21年4月施行）」に基づき、本年3月「食の安心・安全推進基本計画」を策定し、以下の取組を進めています。あなたが期待する取組はどれですか。（〇は3つまで）

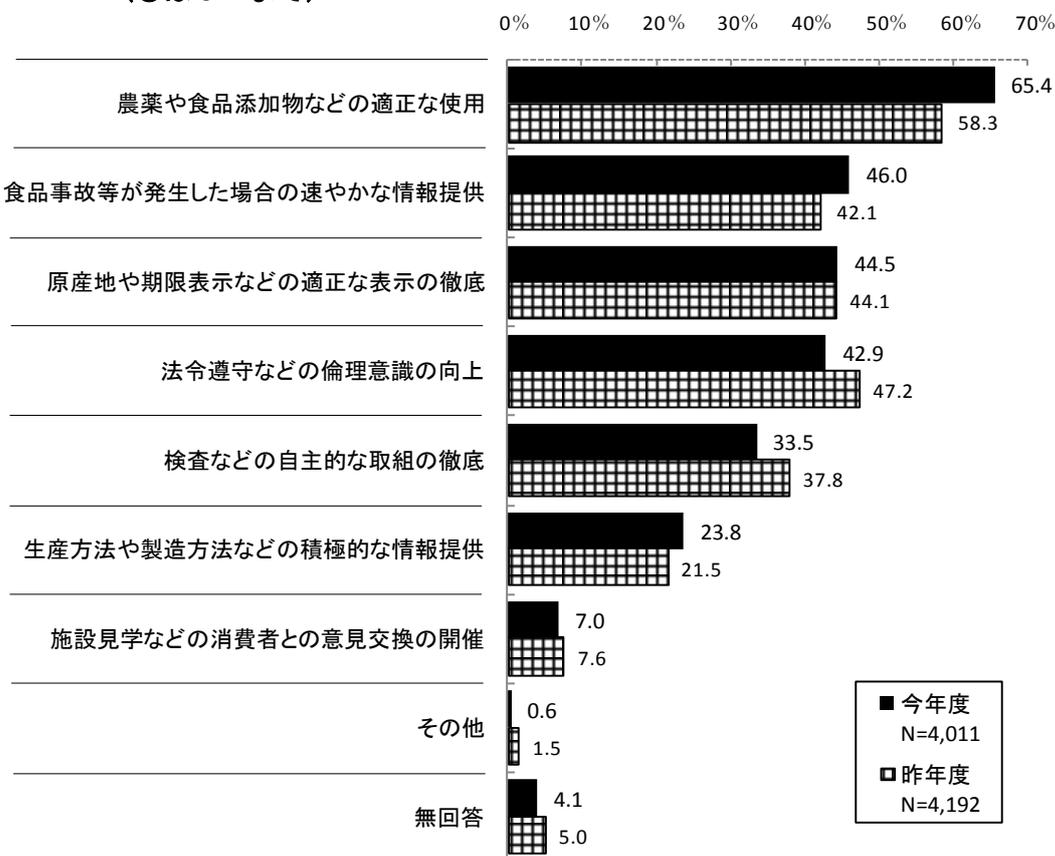


食の安心・安全のための取組への期待について、「輸入食品など、広域に流通する食品の安全性の確保」（52.8%）、「効果的な監視指導や食中毒の防止など、食品の生産、製造・加工、流過程での安全性の確保」（51.9%）では5割を超え高く、次いで「地産・地消の取組等による食料自給率向上県民運動の推進」が34.2%となっている。

9-6. 県民が安心・安全な食生活を送るために食品関係事業者に必要な取組

Q 9-6 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)

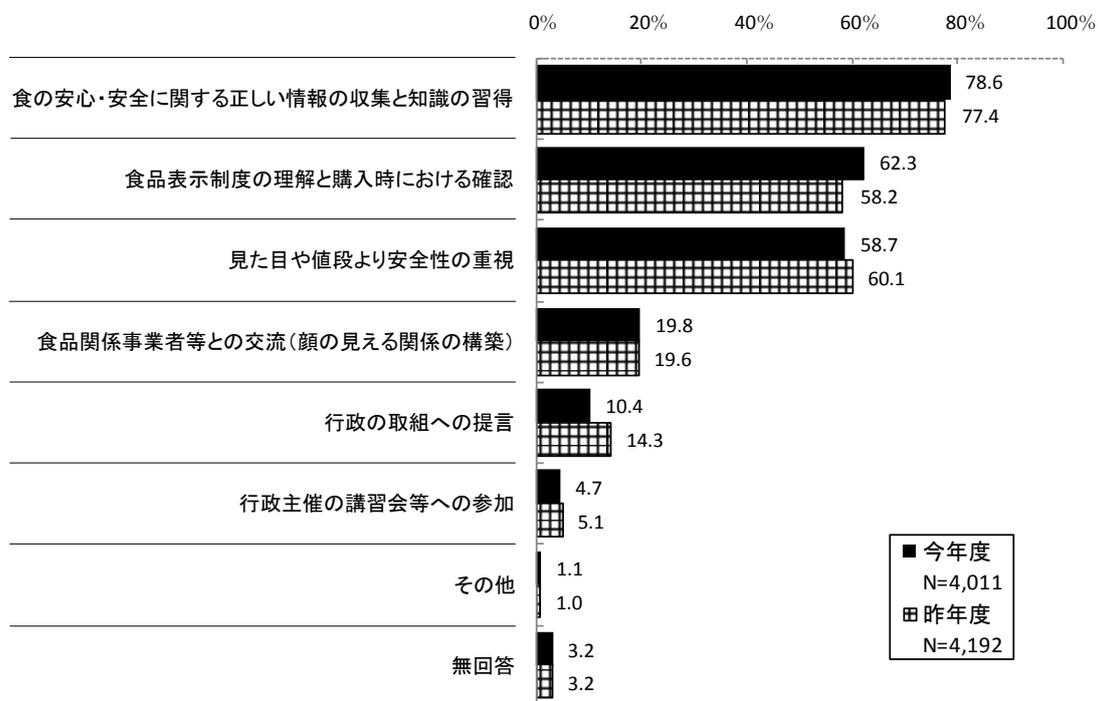


県民が安心・安全な食生活を送るために食品関係事業者に必要な取組について、「農薬や食品添加物などの適正な使用」が65.4%と最も高く、次いで「食品事故等が発生した場合の速やかな情報提供」(46.0%)、「原産地や期限表示などの適正な表示の徹底」(44.5%)、「法令遵守などの倫理意識の向上」(42.9%)、「検査などの自主的な取組の徹底」(33.5%)などの順となっている。

昨年度と比較すると、「農薬や食品添加物などの適正な使用」が7.1ポイント、「食品事故等が発生した場合の速やかな情報提供」が3.9ポイント、「生産方法や製造方法などの積極的な情報提供」が2.3ポイント上昇している。

9-7. 県民が安心・安全な食生活を送るために消費者に必要な取組

Q9-7 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)

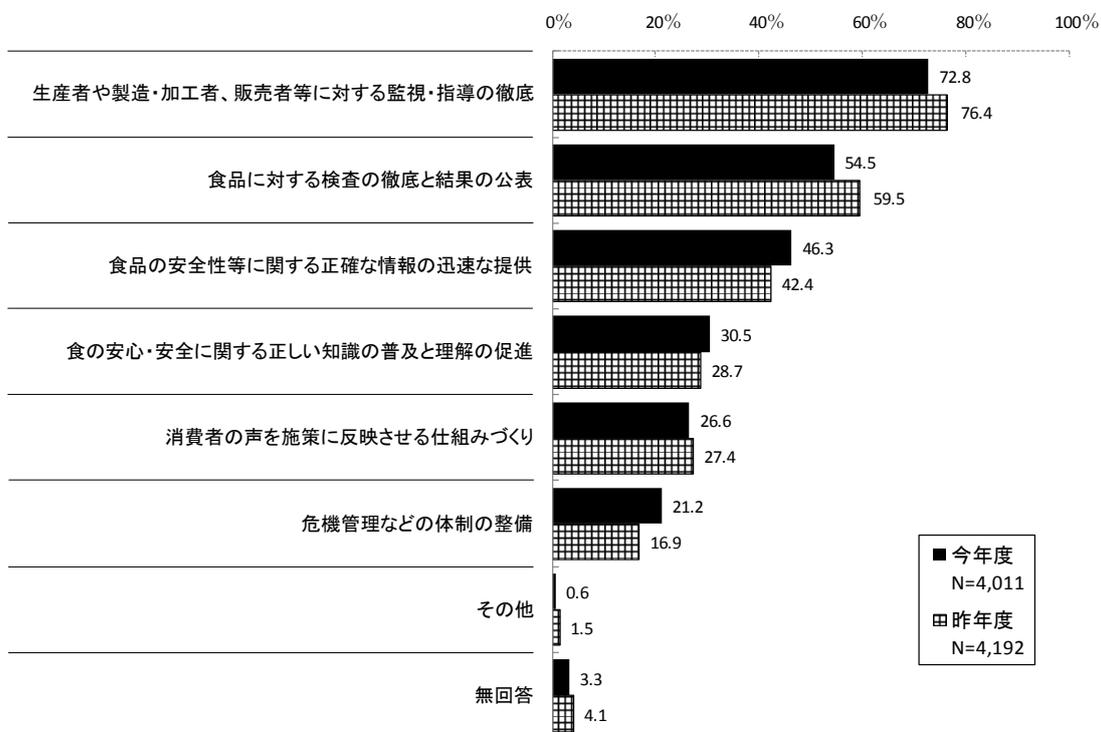


県民が安心・安全な食生活を送るために消費者に必要な取組について、「食の安心・安全に関する正しい情報の収集と知識の習得」が78.6%で最も高く、次いで「食品表示制度の理解と購入時における確認」(62.3%)、「見た目や値段より安全性の重視」(58.7%)、「食品関係事業者等との交流(顔の見える関係の構築)」(19.8%)、「行政の取組への提言」(10.4%)、「行政主催の講習会等への参加」(4.7%)の順となっている。

昨年度と比較すると、「食品表示制度の理解と購入時における確認」が4.1ポイント、「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1.2ポイント上昇しているが、「行政の取組への提言」が3.9ポイント、「見た目や値段より安全性の重視」が1.4ポイント低下している。

9-8. 県民が安心・安全な食生活を送るために県が力を入れるべき対策

Q9-8 あなたは、県民が安全で安心な食生活を送るためには、「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)

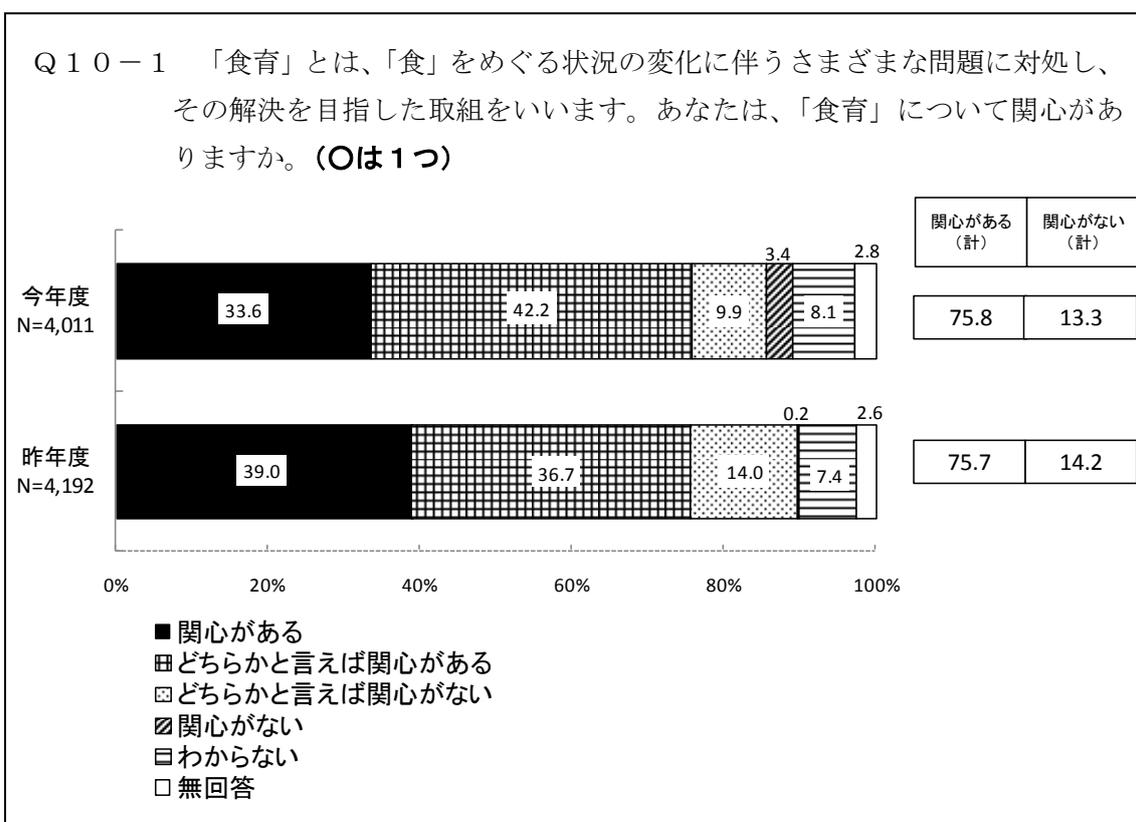


県民が安心・安全な食生活を送るために県が力を入れるべき対策について、「生産者や製造・加工者、販売者等に対する監視・指導の徹底」が72.8%で最も高く、次いで「食品に対する検査の徹底と結果の公表」(54.5%)、「食品の安全性等に関する正確な情報の迅速な提供」(46.3%)、「食の安心・安全に関する正しい知識の普及と理解の促進」(30.5%)、「消費者の声を施策に反映させる仕組みづくり」(26.6%)、「危機管理などの体制の整備」(21.2%)の順となっている。

昨年度と比較すると、「危機管理などの体制の整備」は4.3ポイント、「食品の安全性等に関する正確な情報の迅速な提供」は3.9ポイント上昇しているが、「食品に対する検査の徹底と結果の公表」は5.0ポイント、「生産者や製造・加工者、販売者等に対する監視・指導の徹底」は3.6ポイント、「消費者の声を施策に反映させる仕組みづくり」が0.8ポイント低下している。

10. 食育について

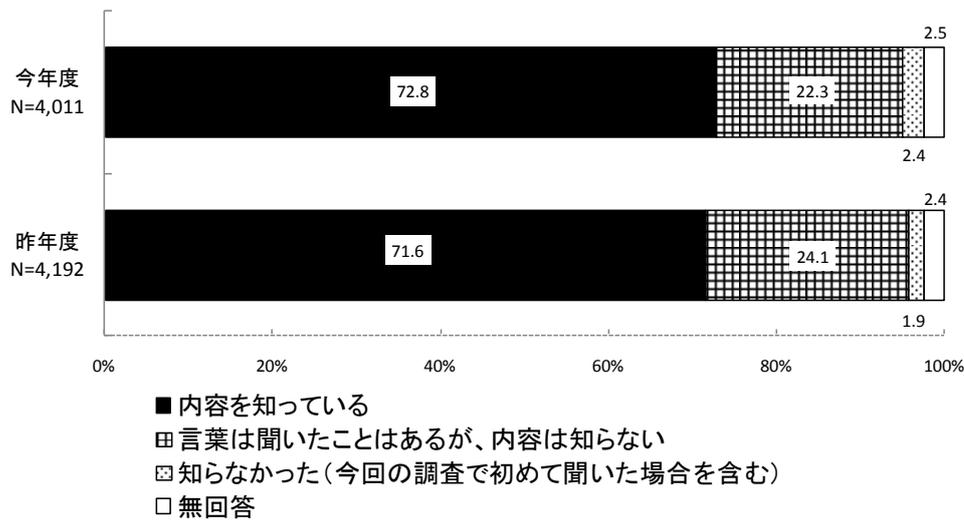
10-1. 食育に対する関心度



食育に対する関心度について、「関心がある」(33.6%)と「どちらかと言えば関心がある」(42.2%)を合わせた『関心がある(計)』は75.8%となっており、関心度の高さがうかがえる。昨年度と比較しても、大きな差は見られない。

10-2. 内臓脂肪症候群（メタボリックシンドローム）の認知度

Q10-2 「内臓脂肪症候群（メタボリックシンドローム）」とは、「内臓脂肪が蓄積することによって、血圧、血糖値が高くなったり、血中の脂質異常を起こしたりして、食事や運動などの生活習慣を改善しなければ、心筋梗塞や脳卒中などが起こりやすくなる状況」の事です。あなたは、内臓脂肪症候群（メタボリックシンドローム）の内容を知っていますか。（○は1つ）

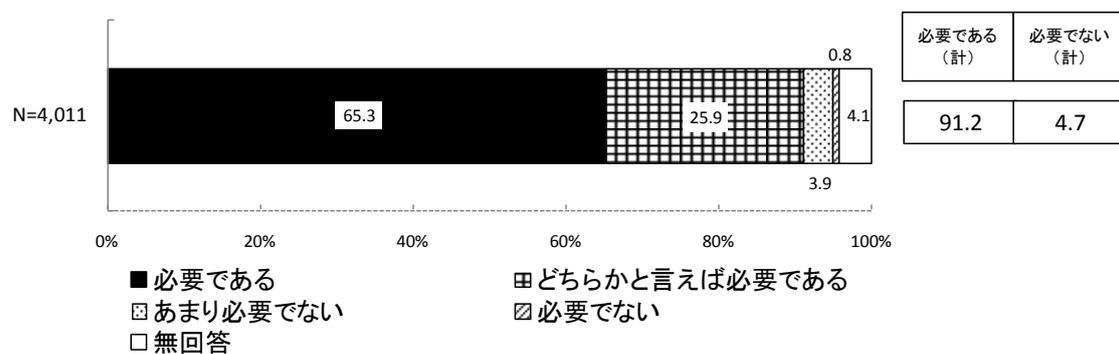


内臓脂肪症候群（メタボリックシンドローム）の認知度について、「内容を知っている」が72.8%、「言葉は聞いたことはあるが、内容は知らない」が22.3%、「知らなかった（今回の調査で初めて聞いた場合を含む）」は2.4%となっている。昨年度と比較すると、「内容を知っている」が1.2ポイント、「知らなかった（今回の調査で初めて聞いた場合を含む）」が0.5ポイント上昇、「言葉は聞いたことはあるが、内容は知らない」が1.8ポイント低下している。

11. 食料自給率について

11-1. 「食料自給率」を向上させる必要度

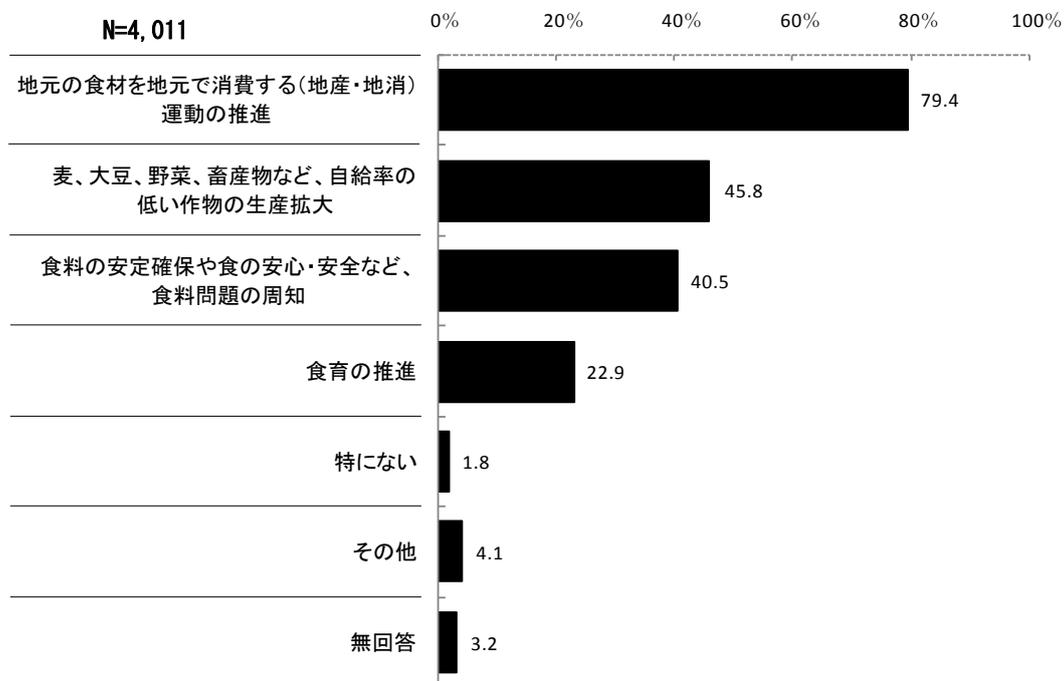
Q11-1 山口県の「食料自給率」は51%（平成19年度；生産額ベース）、全国平均66%（同ベース）を下回っている状況ですが、あなたは「食料自給率」を向上させる必要があると思いますか。（〇は1つ）



「食料自給率」を向上させる必要度について、「必要である」が65.3%となっており、「必要である」と「どちらかと言えば必要である」を合わせた『必要である (計)』では91.2%と9割を超えている。一方、「あまり必要でない」と「必要でない」を合わせた『必要でない (計)』は4.7%となっている。

11-2. 「食料自給率」を向上させるために必要な取組

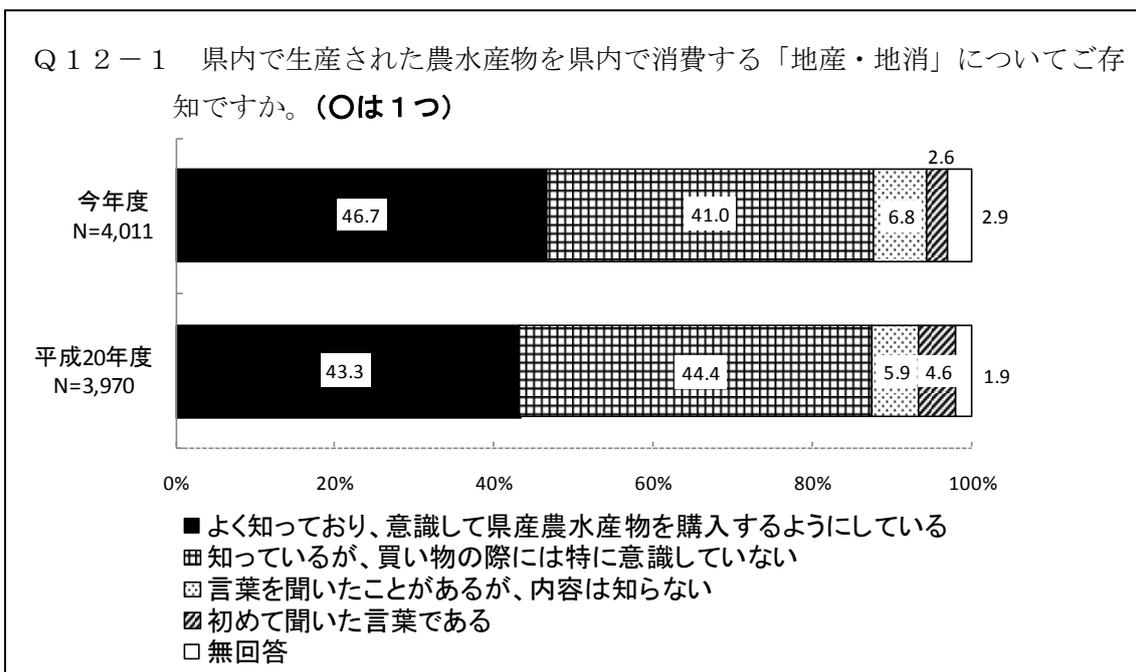
Q 11-2 あなたは、「食料自給率」を向上させるために、どのような取組が必要と考えますか、次の中から選んでください。(〇はいくつでも)



「食料自給率」を向上させるために必要な取組について、「地元の食材を地元で消費する(地産・地消)運動の推進」が79.4%と最も高く、次いで「麦、大豆、野菜、畜産物など、自給率の低い作物の生産拡大」(45.8%)、「食料の安定確保や食の安心・安全など、食料問題の周知」(40.5%)、「食育の推進」(22.9%)の順となっている。

12. 地産・地消の推進について

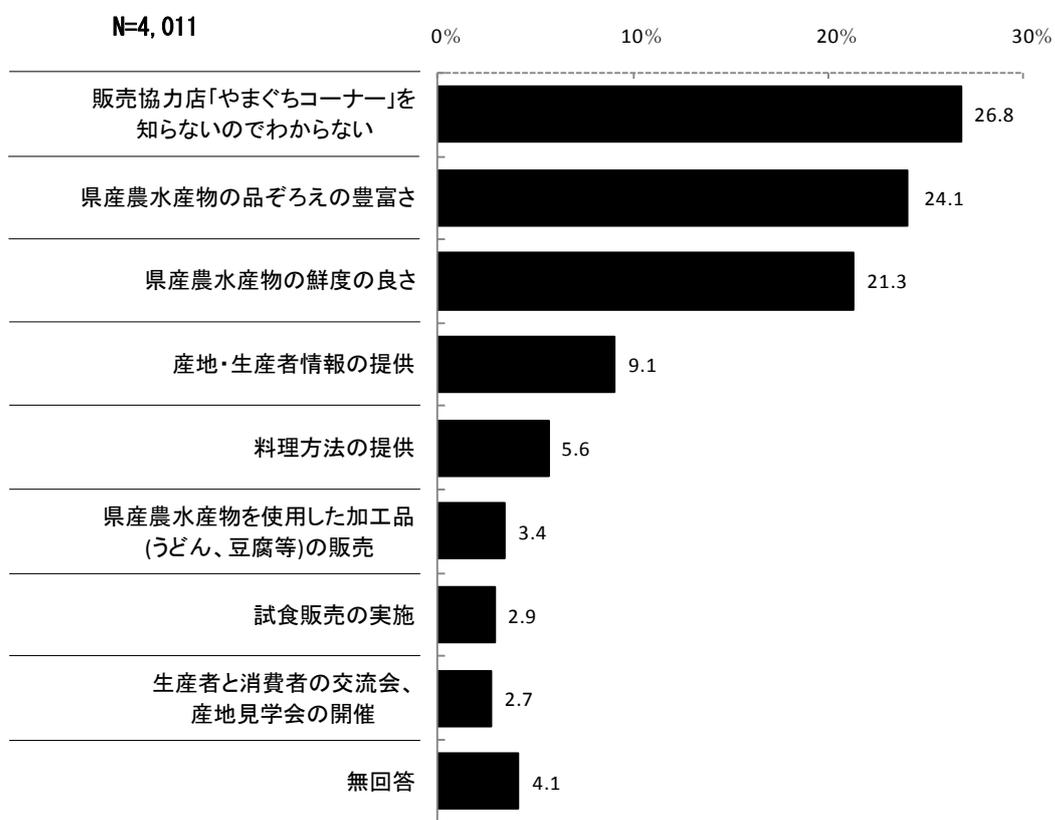
12-1. 「地産・地消」の認知度



「地産・地消」の認知度について、「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」が46.7%、「知っているが、買い物の際には特に意識していない」が41.0%、「言葉を聞いたことがあるが、内容は知らない」が6.8%、「初めて聞いた言葉である」が2.6%となっている。平成20年度と比較すると、「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」が3.4ポイント上昇している。

12-2. 県下に設置している「やまぐちコーナー」への希望

Q12-2 県産農水産物を年間を通して販売する「やまぐちコーナー」を設けた「販売協力店」を、県下に設置していますが、この「やまぐちコーナー」に何を望まれますか。(〇は1つ)

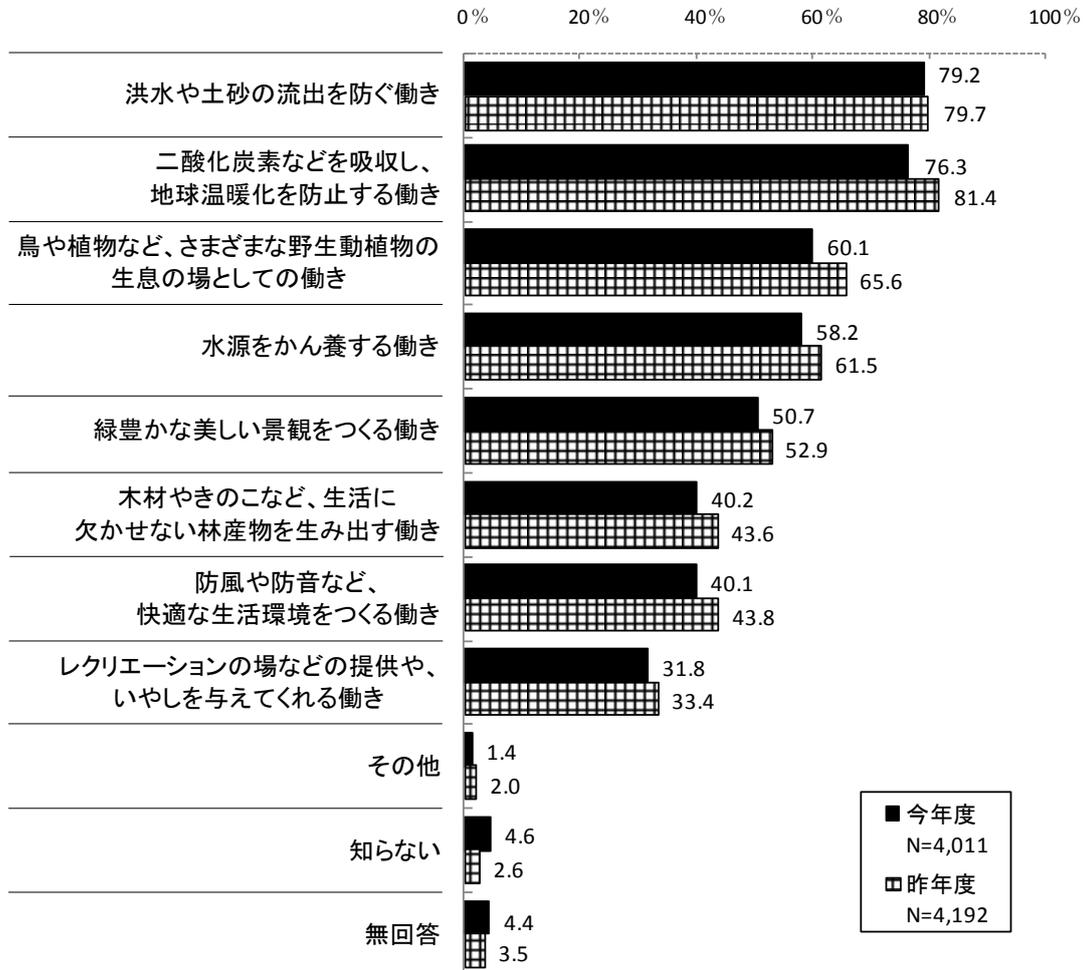


県下に設置している「やまぐちコーナー」への希望について、「販売協力店「やまぐちコーナー」を知らないのでわからない」(26.8%)、「県産農水産物の品ぞろえの豊富さ」(24.1%)、「県産農水産物の鮮度の良さ」(21.3%)で2割を超え高く、次いで「産地・生産者情報の提供」(9.1%)、「料理方法の提供」(5.6%)などの順となっている。

13. 「やまぐち森林づくり県民税」について

13-1. 森林の持っている働き

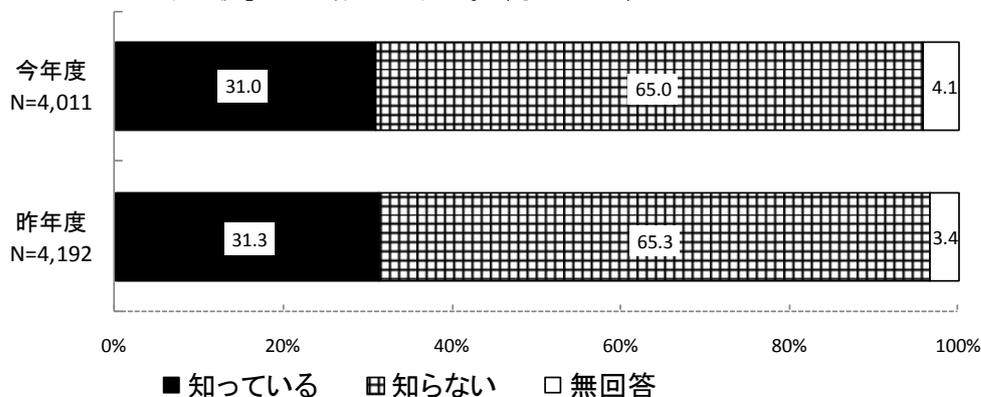
Q13-1 近年、森林の荒廃が問題となっていますが、あなたは、森林の持っているどのような働きをご存知ですか。(〇はいくつでも)



森林の持っている働きについて、「洪水や土砂の流出を防ぐ働き」が79.2%で最も高く、次いで「二酸化炭素などを吸収し、地球温暖化を防止する働き」(76.3%)、「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」(60.1%)、「水源をかん養する働き」(58.2%)、「緑豊かな美しい景観をつくる働き」(50.7%)などの順となっている。

13-2. 「やまぐち森林づくり県民税」の認知状況

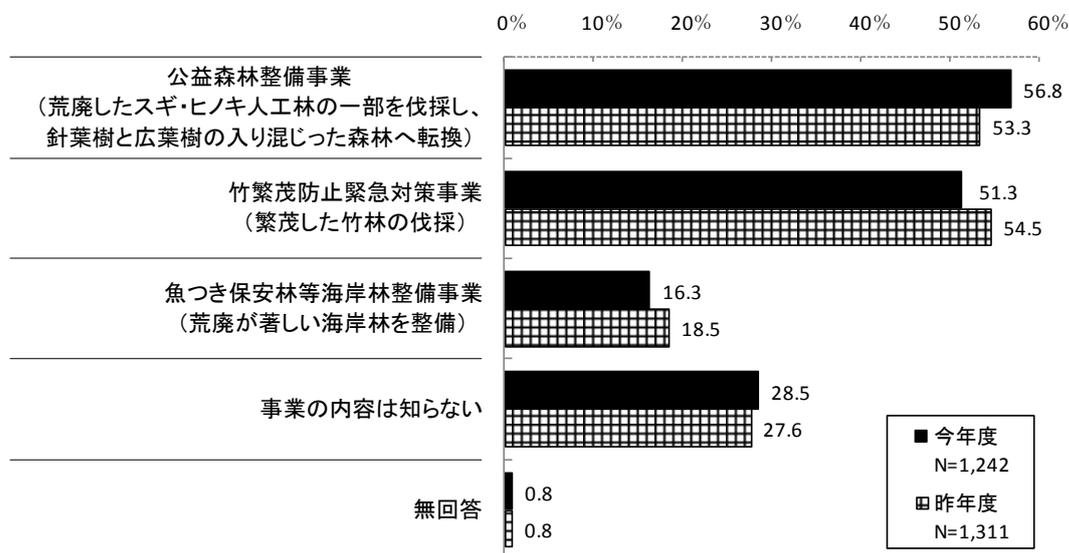
Q13-2 山口県では、荒廃した森林の再生を図るため、平成17年度から「やまぐち森林づくり県民税」を導入しました。あなたは、この「やまぐち森林づくり県民税」をご存知ですか。(〇は1つ)



「やまぐち森林づくり県民税」の認知状況については、「知っている」が31.0%、「知らない」が65.0%となっている。昨年度と比較しても、大きな差は見られない。

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

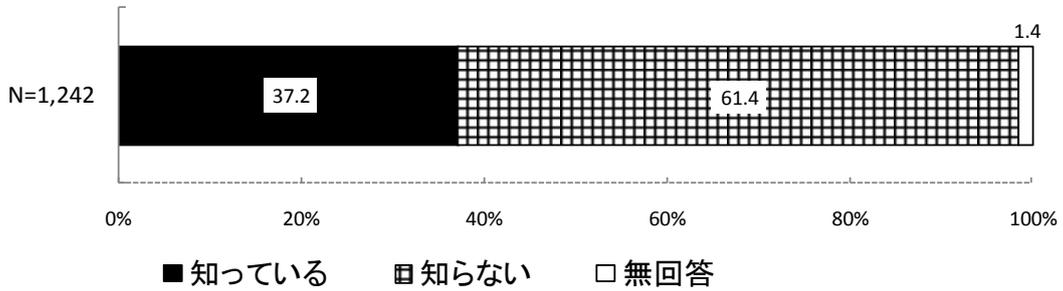
Q13-3 あなたは、この「やまぐち森林づくり県民税」で行っている事業の内容についてご存知ですか。(〇はいくつでも)



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、「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)」(56.8%)、「竹繁茂防止緊急対策事業(繁茂した竹林の伐採)」(51.3%)が5割を超えている。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3.5ポイント上昇している。

13-4. 「やまぐち森林づくり県民税」実施期間延長に対する認知度

Q13-4 あなたは、この「やまぐち森林づくり県民税」の実施期間が、本年4月から5年間延長されたことについてご存知ですか。(〇は1つ)

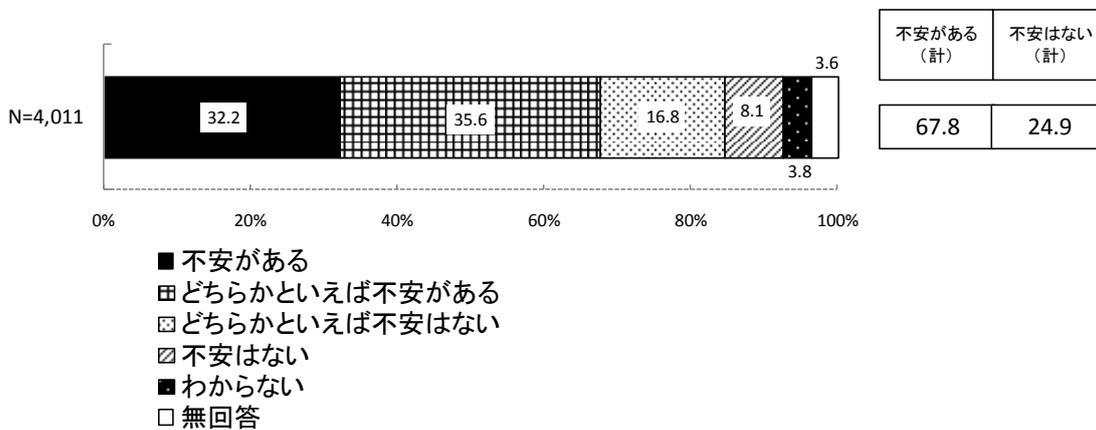


「やまぐち森林づくり県民税」実施期間延長に対する認知度については、「知っている」が37.2%、「知らない」が61.4%となっている。

14. 「住宅の耐震化」について

14-1. 住宅が地震により倒壊するかもしれないことに対する不安度

Q14-1 あなたは、あなたのお住まいが地震により倒壊するかもしれないという、不安がありますか。(〇は1つ)

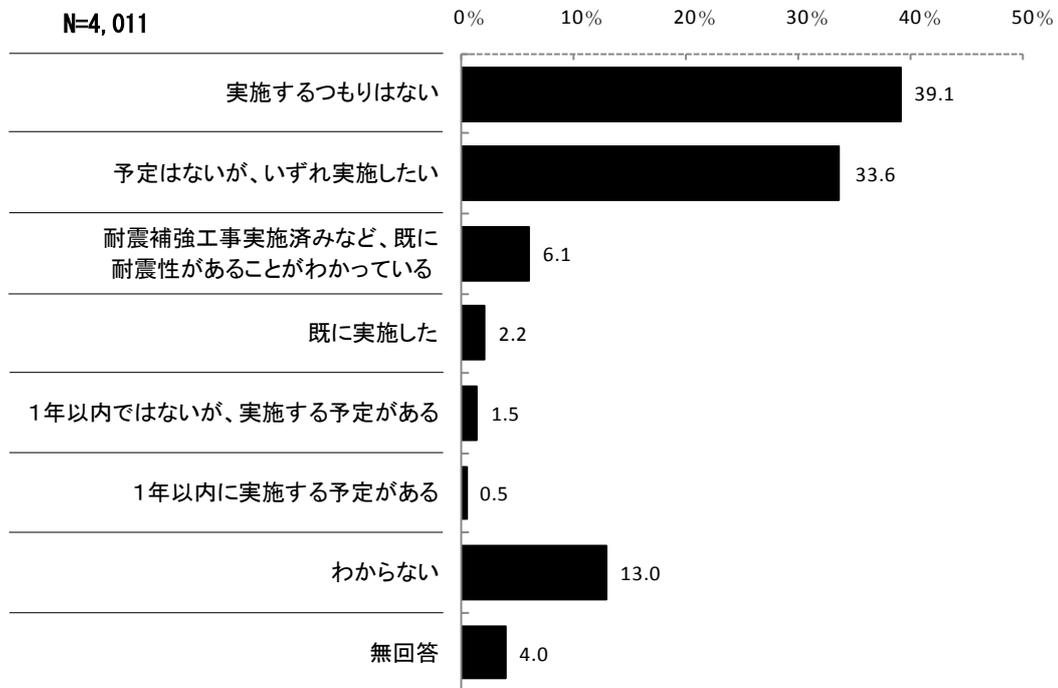


住宅が地震により倒壊するかもしれないことに対する不安度については、「不安がある」(32.2%)、「どちらかといえば不安がある」(35.6%)を合わせた『不安がある (計)』が67.8%となっており、不安度の高さがうかがえる。

14-2. 耐震診断に対する実施状況

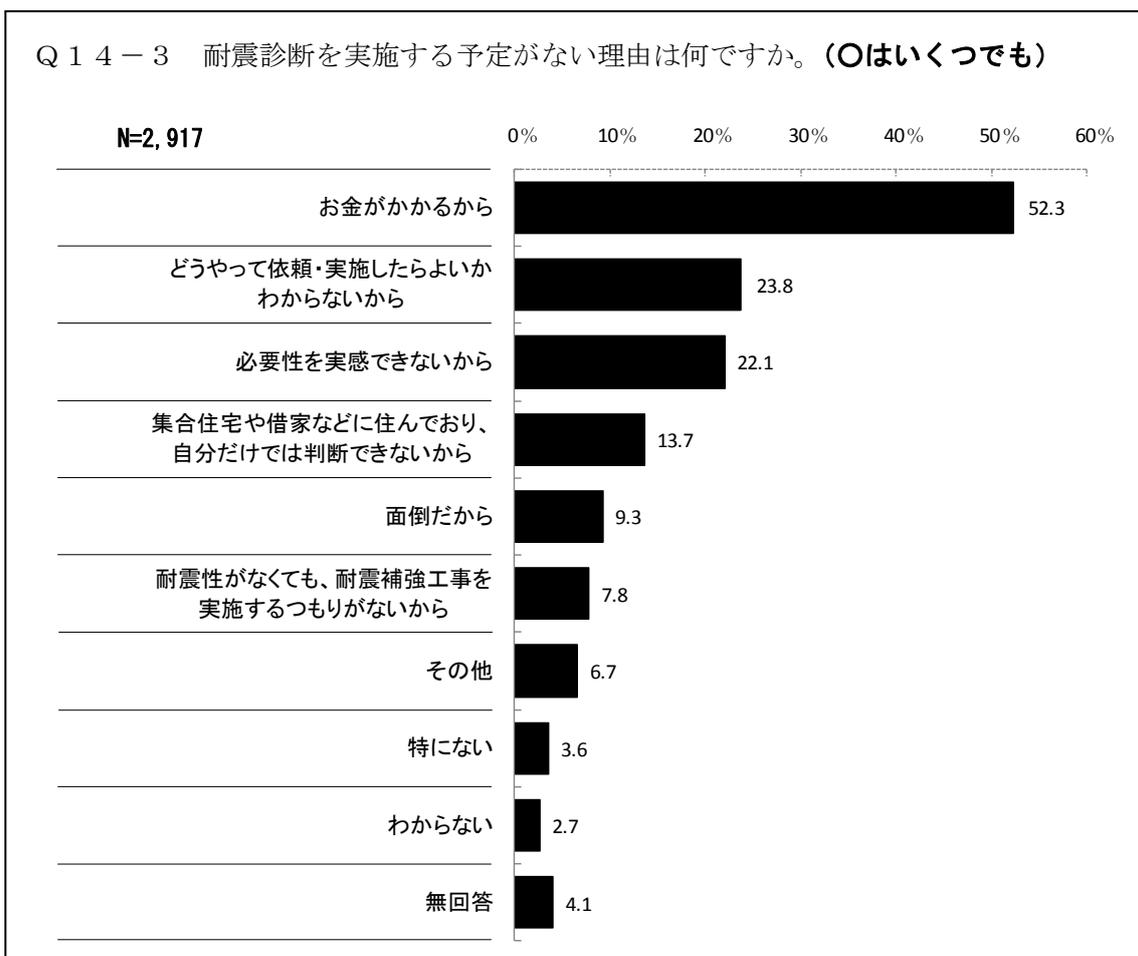
Q14-2 あなたの住まいの地震に対する安全性を確認するため、建築士などの専門家に依頼して耐震診断を実施することが考えられます。あなたは、あなたの住まいについて耐震診断を実施するつもりがありますか。

(○は1つ)



耐震診断に対する実施状況について、「実施するつもりはない」(39.1%)が最も高く、次いで「予定はないが、いずれ実施したい」(33.6%)、「耐震補強工事実施済みなど、既に耐震性があることがわかっている」(6.1%)、「既に実施した」(2.2%)などの順となっている。

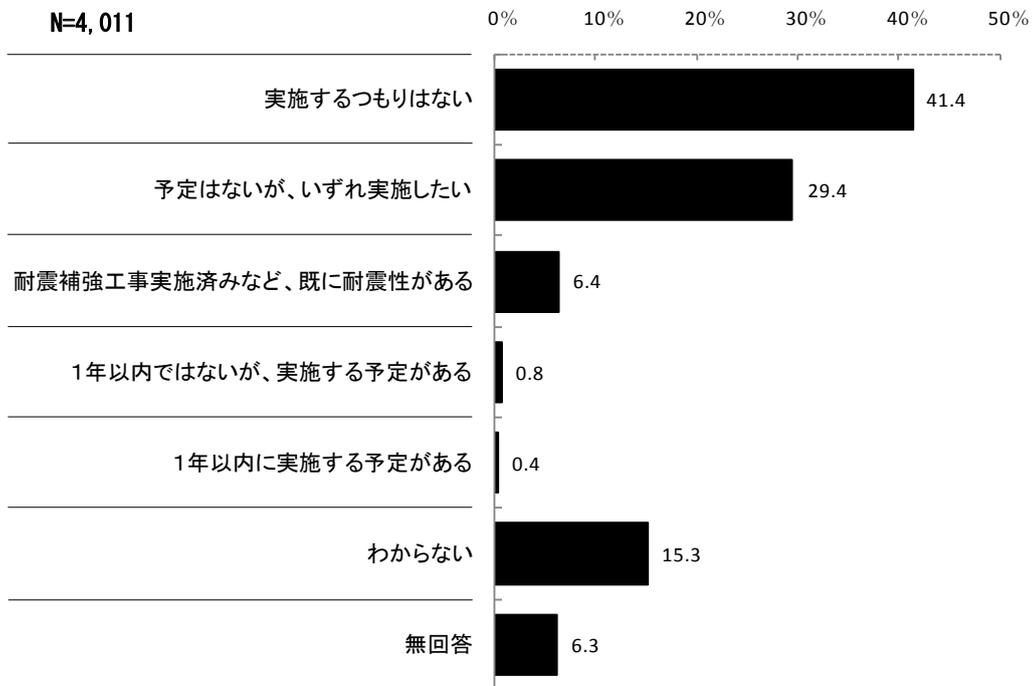
14-3. 耐震診断を実施する予定がない理由



耐震診断を実施する予定がない理由について、「お金がかかるから」(52.3%)が最も高く、次いで「どうやって依頼・実施したらよいかわからないから」(23.8%)、「必要性を実感できないから」(22.1%)、「集合住宅や借家などに住んでおり、自分だけでは判断できないから」(13.7%)、「面倒だから」(9.3%)などの順となっている。

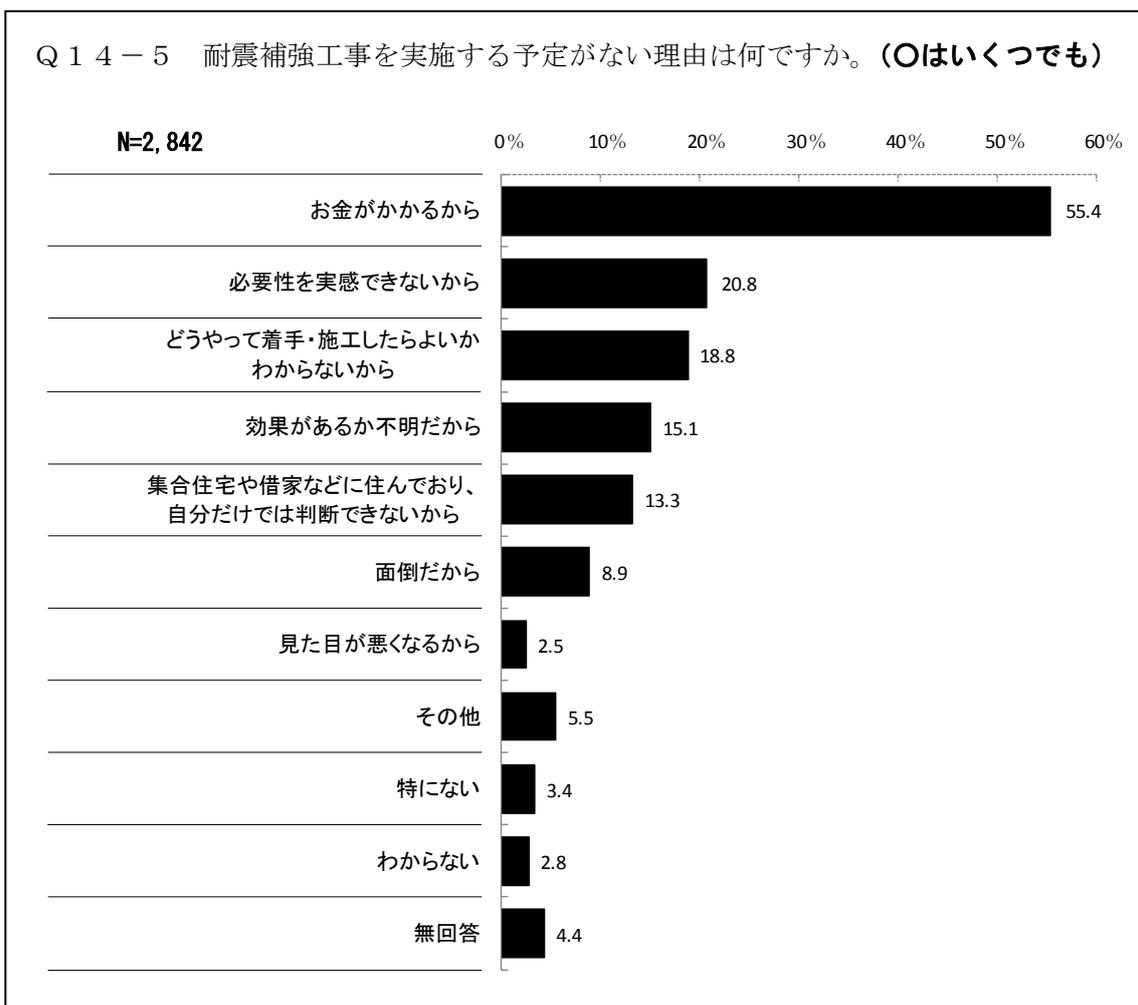
14-4. 耐震補強工事に対する実施状況

Q14-4 地震に対しては、住宅の補強工事を行って安全性を高めることが考えられます。あなたは、あなたのお住まいについて耐震補強工事を実施するつもりがありますか。(〇は1つ)



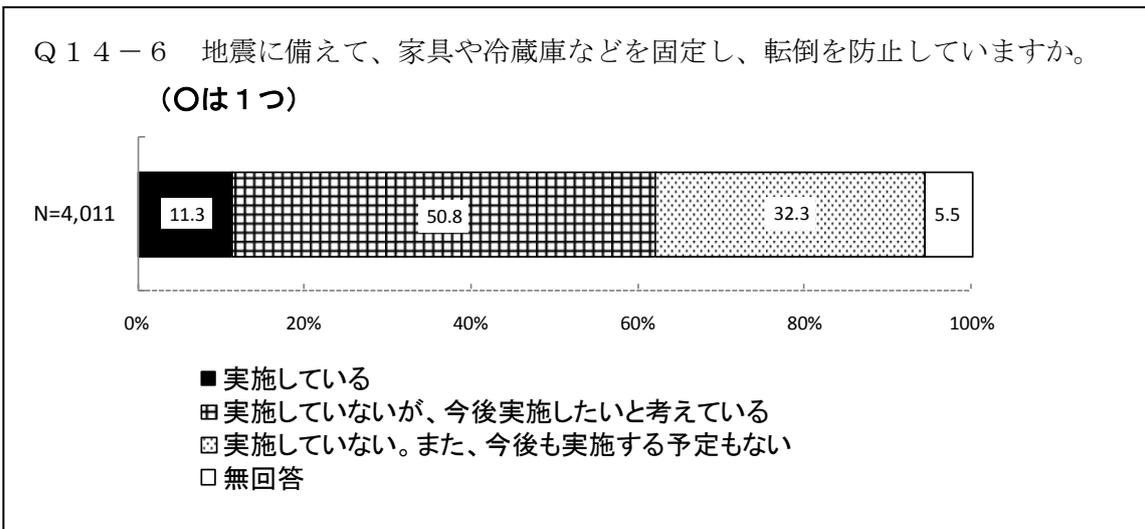
耐震補強工事に対する実施状況について、「実施するつもりはない」(41.4%)が最も高く、次いで「予定はないが、いずれ実施したい」(29.4%)、「耐震補強工事実施済みなど、既に耐震性がある」(6.4%)などの順となっている。

14-5. 耐震補強工事を実施する予定がない理由



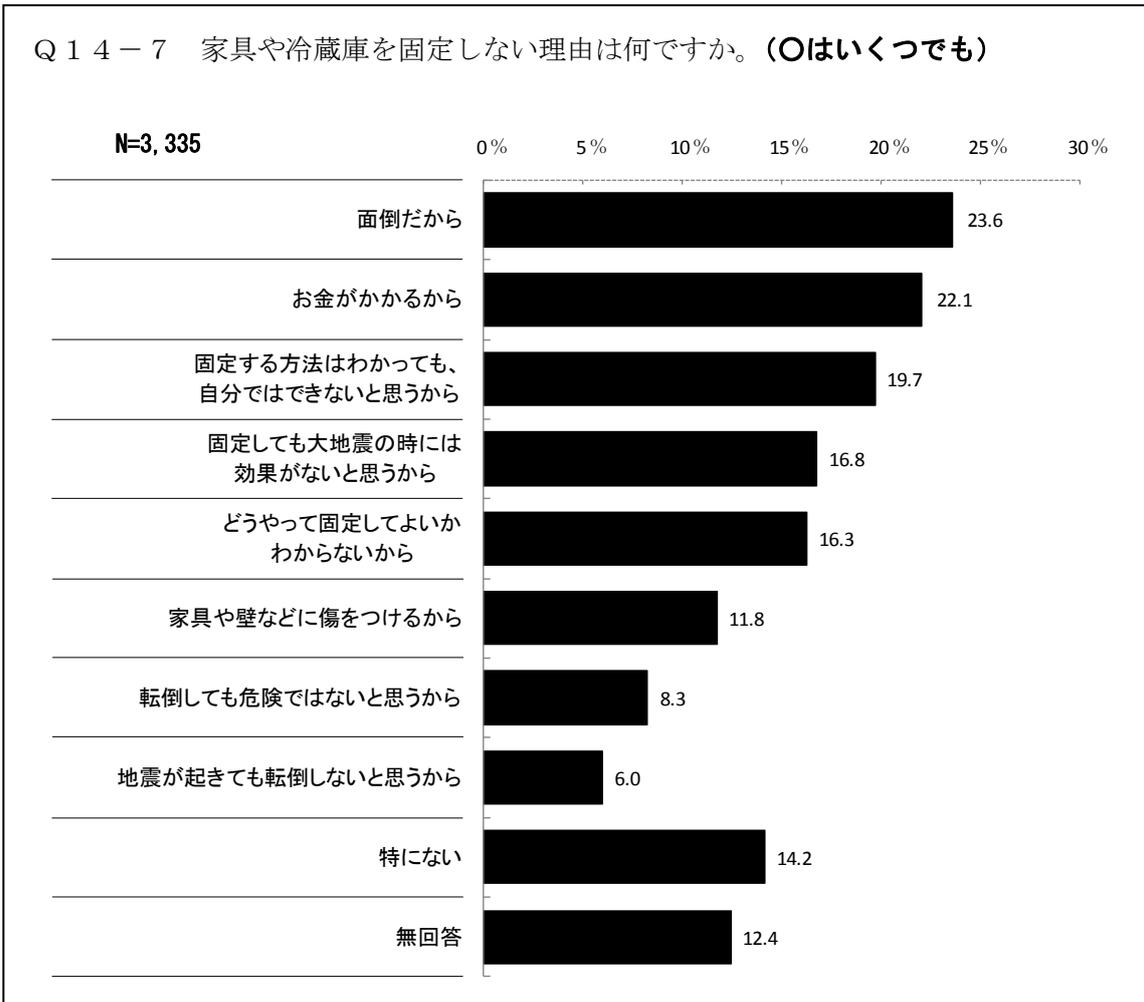
耐震補強工事を実施する予定がない理由について、「お金がかかるから」(55.4%)が最も高く、次いで「必要性を実感できないから」(20.8%)、「どうやって着手・施工したらよいかわからないから」(18.8%)、「効果があるか不明だから」(15.1%)、「集合住宅や借家などに住んでおり、自分だけでは判断できないから」(13.3%)などの順となっている。

14-6. 地震に備えて家具などの転倒防止の実施状況



地震に備えて家具などの転倒防止の実施状況について、「実施していないが、今後実施したいと考えている」(50.8%)が最も高く、「実施していない。また、今後も実施する予定もない」は32.3%、「実施している」は11.3%となっている。

14-7. 家具や冷蔵庫などを固定しない理由



家具や冷蔵庫などを固定しない理由について、「面倒だから」(23.6%)が高く、次いで「お金がかかるから」(22.1%)、「固定する方法はわかっても、自分ではできないと思うから」(19.7%)、「固定しても大地震の時には効果がないと思うから」(16.8%)、「どうやって固定してよいかわからないから」(16.3%)、「家具や壁などに傷をつけるから」(11.8%)などの順となっている。