

令和3年度第14回県政インターネットモニターアンケート（富士山世界遺産センター・健康増進課）

※表の中の「n」は、各設問の回答者総数を示す。

回答者数：656人（回答率：85.5%）			
	カテゴリー名	回答者数	%
性別	男性	298	45.4%
	女性	357	54.4%
	その他	1	0.2%
年代	10代	9	1.4%
	20代	22	3.4%
	30代	83	12.7%
	40代	149	22.7%
	50代	163	24.8%
	60代	115	17.5%
	70代	90	13.7%
	80代	25	3.8%
	90代	0	0.0%
住所	賀茂	9	1.4%
	東部	201	30.6%
	中部	236	36.0%
	西部	208	31.7%
職業	県外	2	0.3%
	自営業	41	6.3%
	会社員	223	34.0%
	公務員	14	2.1%
	パート・内職従事者	123	18.8%
	学生	17	2.6%
	無職	207	31.6%
その他	31	4.7%	

○静岡県富士山世界遺産センターの来館者状況等に関するアンケート

問 1（回答数 1） n=656			
	人	%	
1 ある	202	30.8%	
2 ない	454	69.2%	

問 1-2（複数回答可） n=202			
	人	%	
1 ホームページ	58	28.7%	
2 SNS（Facebookなど）	12	5.9%	
3 テレビ、ラジオ	107	53.0%	
4 新聞、雑誌	99	49.0%	
5 ポスター、チラシ	15	7.4%	
6 県民日より	83	41.1%	
7 家族、友人などからの口コミ	40	19.8%	
8 その他	15	7.4%	

問 1-3（複数回答可） n=202			
	人	%	
1 ひとりで	31	15.3%	
2 家族と	139	68.8%	
3 友人と	35	17.3%	
4 団体ツアーで	24	11.9%	
5 その他	6	3.0%	

問 1-4（回答数 1） n=202			
	人	%	
1 自家用車	152	75.2%	
2 新幹線または在来線	24	11.9%	
3 路線バス	0	0.0%	
4 その他バス（観光バス等）	20	9.9%	
5 タクシー	1	0.5%	
6 バイク	0	0.0%	
7 自転車	0	0.0%	
8 徒歩	4	2.0%	
9 その他	1	0.5%	

問 1-5（複数回答可） n=202			
	人	%	
1 常設展示に興味があったから	93	46.0%	
2 企画展示に興味があったから	41	20.3%	
3 館内イベント・公開講座に興味があったから	21	10.4%	
4 外観に興味があったから	78	38.6%	
5 富士山に興味があったから	81	40.1%	
6 世界遺産に興味があったから	58	28.7%	
7 ミュージアムショップやカフェを利用するため	14	6.9%	
8 富士山ライブラリーを利用するため	12	5.9%	
9 設計者に興味があったから	10	5.0%	
10 家族、友人に誘われたため	39	19.3%	
11 利用したツアーの行程に組み込まれていたから	20	9.9%	
12 なんとなく	20	9.9%	
13 その他	19	9.4%	

問 1-6（回答数 1） n=202			
	人	%	
1 満足	56	27.7%	
2 どちらかと言えば満足	119	58.9%	
3 どちらかと言えば不満	27	13.4%	
4 不満	0	0.0%	

問 1-6-2（回答数 3つまで） n=175			
	人	%	
1 常設展示が充実していたから	97	55.4%	
2 企画展示が充実していたから	33	18.9%	
3 館内イベント・公開講座の内容が良かったから	17	9.7%	
4 外観が良かったから	75	42.9%	
5 展望ホールからの景色が良かったから	74	42.3%	
6 映像シアターが良かったから	46	26.3%	
7 ミュージアムショップが良かったから	11	6.3%	
8 カフェが良かったから	0	0.0%	
9 富士山ライブラリーが良かったから	9	5.1%	
10 その他	7	4.0%	

問 1-6-2-2（回答数 3つまで） n=97			
	人	%	
1 登拝する山（映像を見ながら全長193mのらせんスロープを上ることで、海からの富士登山を疑似体験する展示）	84	86.6%	
2 荒ぶる山（活火山である富士山と人との出会いの物語を紹介する展示）	22	22.7%	
3 聖なる山（富士山への信仰をキーワードに、富士山のもつ普遍的な価値を紹介する展示）	34	35.1%	
4 美しき山（美術や文学に表された富士山について紹介する展示）	28	28.9%	
5 育む山（高山帯から駿河湾までの生態系を紹介する展示）	9	9.3%	
6 受け継ぐ山（活火山、心に根付く山、登山する山など、富士山のさまざまな顔を見ながら、人と富士山の未来を考える展示）	12	12.4%	
7 映像シアター（265インチスクリーンで、富士山を見ることができない日でも美しい富士山を楽しめるよう、3番組を上映）	31	32.0%	

問 1-6-3（回答数 3つまで） n=27			
	人	%	
1 常設展示が充実していなかったから	10	37.0%	
2 企画展示が充実していなかったから	8	29.6%	
3 館内イベント・公開講座の内容が良くなかったから	3	11.1%	
4 外観が良くなかったから	1	3.7%	
5 展望ホールからの景色が良くなかったから	0	0.0%	
6 映像シアターが良くなかったから	1	3.7%	
7 ミュージアムショップが良くなかったから	3	11.1%	
8 カフェが良くなかったから	2	7.4%	
9 富士山ライブラリーが良くなかったから	1	3.7%	
10 その他	14	51.9%	

問 1-6-3-2（回答数 3つまで） n=10			
	人	%	
1 登拝する山（富士登山道の映像を見ながら全長193mのらせんスロープを上ることで、海からの富士登山を疑似体験する展示）	5	50.0%	
2 荒ぶる山（活火山である富士山と人との出会いの物語を紹介する展示）	3	30.0%	
3 聖なる山（富士山への信仰をキーワードに、富士山のもつ普遍的な価値を紹介する展示）	1	10.0%	
4 美しき山（美術や文学に表された富士山について紹介する展示）	0	0.0%	
5 育む山（高山帯から駿河湾までの生態系を紹介する展示）	2	20.0%	
6 受け継ぐ山（活火山、心に根付く山、登山する山など、富士山のさまざまな顔を見ながら、人と富士山の未来を考える展示）	3	30.0%	
7 映像シアター（265インチスクリーンで、富士山を見ることができない日でも美しい富士山を楽しめるよう、3番組を上映）	2	20.0%	

問 1-7（回答数 1） n=202			
	人	%	
1 非常に深まった	34	16.8%	
2 どちらかと言えば深まった	139	68.8%	
3 どちらかと言えば深まらなかった	23	11.4%	
4 全く深まらなかった	6	3.0%	

問 1-8（回答数 1） n=202			
	人	%	
1 30分未満	18	8.9%	
2 30分以上～1時間未満	90	44.6%	
3 1時間以上～1時間半未満	76	37.6%	
4 1時間半以上～2時間未満	13	6.4%	
5 2時間以上	5	2.5%	

問 1-9（回答数 1） n=202			
	人	%	
1 ある	102	50.5%	
2 ない	100	49.5%	

問 1-10（回答数 1） n=202			
	人	%	
1 立ち寄った	131	64.9%	
2 立ち寄っていない	71	35.1%	

問 1-10-2（複数回答可） n=131			
	人	%	
1 富士山本宮浅間大社	119	90.8%	
2 村山浅間神社	10	7.6%	
3 山宮浅間神社	9	6.9%	
4 白糸の滝	34	26.0%	
5 朝霧高原	29	22.1%	
6 その他	8	6.1%	

問 1-11 (回答数 1)	n = 202	人	%
1 1回		133	65.8%
2 2～3回		59	29.2%
3 4～5回		6	3.0%
4 6回以上		4	2.0%

問 1-11-2 (回答数 1)	n = 133	人	%
1 訪れたいと思う		77	57.9%
2 訪れたいと思わない		56	42.1%

問 1-11-2-2 (複数回答可)	n = 77	人	%
1 常設展示をまた見たいから		31	40.3%
2 他の企画展示に興味があるから		31	40.3%
3 館内イベント・公開講座に参加したいから		13	16.9%
4 外観をまた見たいから		13	16.9%
5 展望ホールからの景色をまた見たいから		27	35.1%
6 映像シアターをまた見たいから		15	19.5%
7 ミュージアムショップにまた立ち寄りたいから		5	6.5%
8 カフェにまた立ち寄りたいから		5	6.5%
9 その他		10	13.0%

問 1-12 (複数回答可)	n = 454	人	%
1 センターの存在を知らなかったから		92	20.3%
2 観覧料が高いから		12	2.6%
3 居住地からの距離が遠いから		270	59.5%
4 所在地が分かりにくいから		30	6.6%
5 常設展示に魅力を感じないから		30	6.6%
6 企画展示に魅力を感じないから		15	3.3%
7 魅力的な館内イベント・公開講座がないから		22	4.8%
8 カフェ・ミュージアムショップが充実していないから		7	1.5%
9 施設に対して興味がないから		75	16.5%
10 その他		55	12.1%

問 2 (回答数 1)	n = 656	人	%
1 とても安い		50	7.6%
2 安い		201	30.6%
3 普通		368	56.1%
4 高い		36	5.5%
5 とても高い		1	0.2%

問 3 (回答数 3つまで)	n = 656	人	%
1 富士山に関する調査研究、学術の振興		298	45.4%
2 常設展示の充実		207	31.6%
3 魅力的な企画展示		300	45.7%
4 学校教育との連携		160	24.4%
5 地域との連携		84	12.8%
6 館内イベント・公開講座の充実		203	30.9%
7 収蔵品の適切な保管と後世への継承		124	18.9%
8 わからない		54	8.2%
9 その他		21	3.2%

問 4 (複数回答可)	n = 656	人	%
1 観覧料の値下げ、または料金の割引制度の充実		97	14.8%
2 年間パスポートなど複数回来館者への優遇		49	7.5%
3 無料で利用できるコーナーやイベントの充実		237	36.1%
4 センター研究員等による館内案内ツアー		189	28.8%
5 定期的な展示の更新		200	30.5%
6 ホームページやSNSによる情報発信の充実		194	29.6%
7 開館時間の延長		16	2.4%
8 高齢者や障害者が利用しやすい環境の整備		79	12.0%
9 ミュージアムショップの充実		191	29.1%
10 カフェのメニューの充実		173	26.4%
11 公共交通機関での訪れやすさの向上		139	21.2%
12 わからない		53	8.1%
13 その他		29	4.4%

○健康に配慮したメニュー提供に関するアンケート

問 1 (回答数 1)	n = 656	人	%
1 家庭食 (家庭で作った食事や家庭で作った弁当を食べた場合)		557	84.9%
2 調理済み食 (すでに調理された惣菜や弁当を買ってきて家で食べた場合)		36	5.5%
3 調理済み食 (出前をとって家で食べた場合)		2	0.3%
4 外食 (飲食店で食事をした場合)		1	0.2%
5 外食 (家庭以外の場所ですすでに調理された惣菜や弁当を買って食べた場合)		5	0.8%
6 外食 (家庭以外の場所です出前をとって食べた場合)		0	0.0%
7 社員食堂、学生食堂の食事		1	0.2%
8 菓子・果物・乳製品・嗜好飲料などの食品のみ		28	4.3%
9 錠剤・カプセル・顆粒状のビタミン・ミネラル、栄養ドリンク剤のみ		2	0.3%
10 その他		8	1.2%
11 何も口にしない (水のみを飲んだ場合を含む)		16	2.4%

問 2 (回答数 1)	n = 656	人	%
1 家庭食 (家庭で作った食事や家庭で作った弁当を食べた場合)		447	68.1%
2 調理済み食 (すでに調理された惣菜や弁当を買ってきて家で食べた場合)		78	11.9%
3 調理済み食 (出前をとって家で食べた場合)		1	0.2%
4 外食 (飲食店で食事をした場合)		21	3.2%
5 外食 (家庭以外の場所ですすでに調理された惣菜や弁当を買って食べた場合)		31	4.7%
6 外食 (家庭以外の場所です出前をとって食べた場合)		3	0.5%
7 社員食堂、学生食堂の食事		46	7.0%
8 菓子・果物・乳製品・嗜好飲料などの食品のみ		6	0.9%
9 錠剤・カプセル・顆粒状のビタミン・ミネラル、栄養ドリンク剤のみ		1	0.2%
10 その他		13	2.0%
11 何も口にしない (水のみを飲んだ場合を含む)		9	1.4%

問 3 (回答数 1)	n = 656	人	%
1 家庭食 (家庭で作った食事や家庭で作った弁当を食べた場合)		596	90.9%
2 調理済み食 (すでに調理された惣菜や弁当を買ってきて家で食べた場合)		36	5.5%
3 調理済み食 (出前をとって家で食べた場合)		3	0.5%
4 外食 (飲食店で食事をした場合)		5	0.8%
5 外食 (家庭以外の場所ですすでに調理された惣菜や弁当を買って食べた場合)		5	0.8%
6 外食 (家庭以外の場所です出前をとって食べた場合)		1	0.2%
7 社員食堂、学生食堂の食事		2	0.3%
8 菓子・果物・乳製品・嗜好飲料などの食品のみ		1	0.2%
9 錠剤・カプセル・顆粒状のビタミン・ミネラル、栄養ドリンク剤のみ		1	0.2%
10 その他		6	0.9%
11 何も口にしない (水のみを飲んだ場合を含む)		0	0.0%

問4 (回答数1)	n=656	人	%
1 改善することに関心がない	75	11.4%	
2 関心はあるが改善するつもりはない	185	28.2%	
3 近いうちに改善するつもりである (概ね1か月以内)	46	7.0%	
4 改善するつもりである (概ね6か月以内)	81	12.3%	
5 既に改善に取り組んでいる (6か月未満)	56	8.5%	
6 既に改善に取り組んでいる (6か月以上)	99	15.1%	
7 食習慣に問題はないため改善する必要はない	114	17.4%	

問5 (複数回答可)	n=656	人	%
1 仕事(家事・育児等)が忙しくて時間がないこと	217	33.1%	
2 外食が多いこと	32	4.9%	
3 自分を含め、家で用意する者がいないこと	54	8.2%	
4 経済的に余裕がないこと	96	14.6%	
5 面倒くさいこと	177	27.0%	
6 その他	52	7.9%	
7 特になし	207	31.6%	
8 わからない	9	1.4%	

問6 (回答数1)	n=656	人	%
1 いつも意識している	124	18.9%	
2 時々意識している	295	45.0%	
3 ほとんど意識しない	155	23.6%	
4 全く意識しない	37	5.6%	
5 外食をしない	45	6.9%	

問6-2 (複数回答可)	n=419	人	%
1 低エネルギー	90	21.5%	
2 高タンパク	88	21.0%	
3 低脂肪	105	25.1%	
4 低糖質	87	20.8%	
5 減塩	146	34.8%	
6 栄養バランス	261	62.3%	
7 野菜量が多い	244	58.2%	
8 肉より魚が使われている	40	9.5%	
9 多品目の食材が使われている	111	26.5%	
10 その他	18	4.3%	

問6-3 (複数回答可)	n=192	人	%
1 価格が高くなるから	17	8.9%	
2 量が少ないから	7	3.6%	
3 美味しくないから	15	7.8%	
4 好きなものを食べたいから	158	82.3%	
5 店舗で提供がない(種類が少ない)から	6	3.1%	
6 健康に配慮したメニューがわからないから	18	9.4%	
7 健康に自信があるから	4	2.1%	
8 食事以外のことで(運動、リラクゼーションなど)健康に気をつけているから	7	3.6%	
9 その他	12	6.3%	
10 特になし	2	1.0%	

問7 (回答数1)	n=656	人	%
1 いつも意識している	154	23.5%	
2 時々意識している	296	45.1%	
3 ほとんど意識しない	148	22.6%	
4 全く意識しない	24	3.7%	
5 惣菜や弁当を購入しない	34	5.2%	

問7-2 (複数回答可)	n=450	人	%
1 低エネルギー	94	20.9%	
2 高タンパク	78	17.3%	
3 低脂肪	117	26.0%	
4 低糖質	86	19.1%	
5 減塩	150	33.3%	
6 栄養バランス	297	66.0%	
7 野菜量が多い	224	49.8%	
8 肉より魚が使われている	38	8.4%	
9 多品目の食材が使われている	121	26.9%	
10 その他	28	6.2%	

問7-3 (複数回答可)	n=172	人	%
1 価格が高くなるから	35	20.3%	
2 量が少ないから	8	4.7%	
3 美味しくないから	16	9.3%	
4 好きなものを食べたいから	139	80.8%	
5 店舗で提供がない(種類が少ない)から	14	8.1%	
6 健康に配慮したメニューがわからないから	10	5.8%	
7 健康に自信があるから	6	3.5%	
8 食事以外のことで(運動、リラクゼーションなど)健康に気をつけているから	2	1.2%	
9 その他	3	1.7%	
10 特になし	5	2.9%	

問8 (回答数1)	n=656	人	%
1 増えた	51	7.8%	
2 変わらない	480	73.2%	
3 減った	31	4.7%	
4 外食をしない	94	14.3%	

問9 (回答数1)	n=656	人	%
1 増えた	59	9.0%	
2 変わらない	534	81.4%	
3 減った	17	2.6%	
4 惣菜や弁当を購入しない	46	7.0%	

問10 (回答数1)	n=656	人	%
1 内容を含めて知っている	11	1.7%	
2 言葉は聞いたことがある	70	10.7%	
3 知らなかった	575	87.7%	

問11 (回答数1)	n=656	人	%
1 ある	15	2.3%	
2 ない	398	60.7%	
3 わからない	243	37.0%	

問12 (回答数3つまで)	n=656	人	%
1 健康	459	70.0%	
2 美容	68	10.4%	
3 地産地消	319	48.6%	
4 オーガニック	83	12.7%	
5 郷土料理	84	12.8%	
6 SDGs	37	5.6%	
7 SNS映え	8	1.2%	
8 調理レシピ	70	10.7%	
9 時短	85	13.0%	
10 献立の組み合わせ	74	11.3%	
11 価格	207	31.6%	
12 ボリューム	53	8.1%	
13 季節感	133	20.3%	
14 食育	39	5.9%	
15 管理栄養士監修	17	2.6%	
16 作り置き	23	3.5%	
17 その他	16	2.4%	